

تحديد الاحتياجات الاتصالية للفلاح و علاقتها ببناء إستراتيجية اتصال

دراسة ميدانية بالمعهد الوطني للإرشاد الفلاحي

الأستاذة: حمامة عليش

جامعة باتنة

[البريد الإلكتروني: hamama.ali@outlook.fr](mailto:hamama.ali@outlook.fr)

ملخص :

هدفت الدراسة إلى تحليل واختبار العلاقة وقياس أثر تحديد الحاجات الاتصالية للفلاح في بناء استراتيجية اتصال المعهد الوطني للإرشاد الفلاحي بأبعادها المتمثلة في (مصادر تحديد الاحتياجات الاتصالية، مناهج تحديدها، طرق جمع المعلومات) والأهداف الاتصالية بأبعادها (كيفية تحديدها أو وضعها، كيفية تحقيقها ، التوازن في ترتيبها حسب الأولوية) باعتماد أنموذج تحليل النظم واعتماد استبانته بحثية تمّ فيها تناول مفاهيم وأبعاد ومؤشرات المتغيرين المستقل (تحديد الاحتياجات الاتصالية للفلاح) في علاقته بالمتغير التابع (بناء إستراتيجية اتصال) في المعهد الوطني للإرشاد الفلاحي وبعد اختبار صحة الفرضيات بالاعتماد على الأساليب الإحصائية المستخدمة في الدراسة أظهرت النتائج وجود علاقات قوية بين المتغير المستقل بأبعاده (مصادر تحديد الاحتياجات الاتصالية، مناهج تحديدها، طرق جمع المعلومات) وأبعاد بناء الاستراتيجية الاتصالية (كيفية تحديد الأهداف ، كيفية تحقيق الأهداف، التوازن في ترتيب الأهداف حسب الأولوية) ، وأن هناك تأثيرا قويا لتحديد الاحتياجات الاتصالية للفلاح في بناء استراتيجية المعهد الوطني للإرشاد الفلاحي في المعهد الوطني للإرشاد الفلاحي .

الكلمات المفتاحية : الاحتياجات الاتصالية ، استراتيجية اتصال ، المعهد الوطني للإرشاد الفلاحي ، الفلاح .

Résumé

L'objectif général de la démarche est celui de faire le point sur les progrès réalisés et les changements communicationnels visibles par rapport à la situation des agriculteurs. L'étude fait ainsi une évaluation de

la pertinence, l'efficience, l'efficacité, la durabilité et l'impact d'identifications des besoins communicationnels des agriculteurs sur la stratégie de communication dans l'Institut National de la Vulgarisation Agricole

L'étude se focalise sur les forces et les faiblesses de la stratégie de la communication de l'INVA vis-à-vis des agriculteurs, la pertinence des approches, l'effectivité et la qualité de la mise en exécution des activités de communication. L'étude met aussi l'accent sur la capacité des acteurs à mettre en œuvre la priorités des besoins communicationnels chez l'agriculteur , et l'impact de leurs besoins sur l'élaboration d'une stratégie qui leur bénéficierait en dernier ressort. Pour finir, l'étude présente des pistes de réflexion sur la base des écarts identifiés et des défis à relever pour l'atteinte des résultats du stratégie de communication coopérative.

Mots clés

Besoins communicationnels, stratégie de communication , Institut National de la Vulgarisation Agricole, Agriculteur .

مقدمة :

تساهم في إنجاح سياسة التنمية الفلاحية عدة عناصر رئيسية من بينها الاتصال الذي يعد عنصر أساس وحاسم في مسارها التنفيذي حيث تتضمن طرائق التنفيذ توليفة من توفير المعرفة وتقاسمها وإقامة الشبكات الاتصالية والدعوة لمساندة المشروع التنموي وتقديم الخدمات الاستشارية والتوصيات ومتابعة تقدمه من خلال التحليلات وإعداد التقارير وصياغة التوصيات والخطوط التوجيهية من خلال الاجتماعات التشاورية والحوار لتيسير التوصل إلى توافق الآراء و أيضا بناء القدرات (المساعدة التقنية، التدريب الجماعي وحلقات العمل، الحلقات التكوينية والمشاريع الميدانية لنشر أفضل الممارسات والتقنيات الحديثة (Ghemired. D (2004.10)

إذا اعتبرنا الاتصال حتمية في سياسة التنمية الفلاحية يفرضه الوضع الراهن في إطار مجتمع المعرفة والمعلومات ، حيث لا يمكن تنفيذ هذه السياسة دون اتصال فلكي تتطور وتنمو الزراعة بالاعتماد علي سياسة التنمية الفلاحية المسطرة لا بد أن يأخذ الاتصال الفلاحي بعده الاستراتيجي ضمن السياسة العامة للتنمية الفلاحية باعتباره فرع من فروع الاتصال الموجه لأغراض التنمية "الاتصال التنموي" .(MADR, 2004. p.31)

من هنا أصبح الاتصال يمثل جزءاً من الإستراتيجية العامة لها باعتباره فعل إرادي تخطط له الجهات المسؤولة على رأسها وزارة الفلاحة بالتعاون مع منظمات أممية وتضع له موارد وميزانية فإستراتيجية الاتصال الفلاحي الموجهة لأغراض التنمية الفلاحية من بين أنواع استراتيجيات اتصال التنمية التي لها أثر بالغ الأهمية على السياسات التنموية التي تضعها الدولة. (ACP.2000.p250)

لذلك رافق سياسة التجديد الفلاحي في فترة 2009-2014 اتصال لاسيما أن هذه السياسة تتضمن محاور تتطلب قدرا كبيرا من التحول في العقليات و التغيير في السلوك المجتمعي لبلوغ السلوك المنشود و تحديد آليات العمل المشترك بين كافة الجهات و الفئات. (MADR, 2002. p.3) من خلال تعزيز الجهود لتحقيق المستويات المطلوبة من التعاون اللازم لتسهيل التنفيذ الناجح للمخطط الذي يركز علي البحوث التطبيقية ، تقاسم المعرفة، عصرنه القطاع الفلاحي ، عصرنه شبكات الاتصالات و أنظمة المعلومات، توفير الخدمات الاستشارية و التوصيات ، و تعبئة فئات المجتمع لدعمها خصوصا فئة الفلاحين و تكوين وعي و فهم لدي الفئات المستهدفة بتنفيذ المخطط خصوصا المجتمع الريفي بأهمية المخطط و دفعهم إلي دعمه وتنفيذه و جعل الجميع بمختلف فئاتهم يشعرون بأنهم معنيون بالمخطط و اطلعهم علي التقدم المحرز مع تحقيق الاتساق مع كل الجهات المعنية (MADR, 2003. p.44).

فقد بات من المهم جدا خصوصا بعد إطلاق هذا المخطط اطلاق جميع من يعينهم على المنافع التي ستنج عنه بحيث يكونون علي دراية من الفوائد التي سيجنونها و التي ستجنها الجزائر ككل منه و يدعمون بالتالي تنفيذه الصحيح (MADR. *Données macro* - 2004) *économiques* الإستراتيجية الاتصال الفلاحي دور قيم كوسيلة لتقاسم المعرفة، الإقناع و التغيير و تثقيف الفلاحين و اطلعهم علي كل المستجدات لتمكينهم من مواكبة التقدم في المخطط التنموي (INVA.2008.p40).

و باعتبار معهد الإرشاد الفلاحي الجهة المسؤولة من الدرجة الأولى في صياغة و تنفيذ إستراتيجية الاتصال التي يتم إعداد محاورها العريضة من وزارة الفلاحة فإننا سنحاول البحث في الدور الاتصالي المطلوب للمعهد في إطار سياسة التجديد بناء على احتياجات الفلاح الاتصالية فدراسة الاحتياجات الاتصالية للفلاح على مستوى المعهد تعد المدخل العلمي والعملية للنشاط الاتصالي.

و التعرف على الاحتياجات الاتصالية للفلاح و تحديدها بدقة يعينان الاتصال سوف يتحول إلى إحدى أدوات ومدخلات العملية الإدارية لتحقيق الأهداف الإنتاجية المطلوبة فالهدف الاتصالي يلخص ويعبر عن الاحتياجات الاتصالية، وفي النشاط الاتصالي سوف نجد العديد من المفاهيم الخاصة بأهداف الاتصال، ولكن تقع مسؤولية تحديد بعض النتائج الدقيقة على عاتق القيادات الإدارية والاتصالية. (Giovannetti .J.2000.p46)

وبناء على النتائج التي يتوقعها القادة يتعين على مستويات الإدارة الدنيا ومخططي القوى العاملة وضع أهدافهم الاتصالية من خلال دراساتهم للاحتياجات الاتصالية لتحقيق النتائج المتوقعة، من خلال تحويل تلك الاحتياجات إلى خطة اتصالية عملية فعالة بما تحويه من

تحديد دقيق للمستهدفين واحتياجاتهم المعرفية والمهارية اللازمة لتطوير أدائهم و تجاوز مشكلاتهم . (Balit. S. 2004. p200) ,

وبناء علي ذلك فإننا سنحاول البحث في الدور الاتصالي المطلوب للمعهد في إطار سياسة التجديد بناء على احتياجات الفلاح الاتصالية .

اولا :الاحتياجات الاتصالية و علاقتها باستراتيجية الاتصال

1 . تحديد الاحتياجات الاتصالية :

◀ مفهومها :

يعتبر تحديد (تقدير) الاحتياجات الاتصالية للفلاح أهم مرحلة من مراحل التخطيط للبرامج الاتصالية وتأكيداً إلى أن مشكلة الاتصال في كثيراً من الأحيان يكون سببها عدم الدقة في تحديد (تقدير) الاحتياجات الاتصالية التي من شأنها أن ترفع من كفاءة الأنظمة والعاملين بها ومن ثم يفقد الاتصال قيمته، أي أن الاتصال الفلاحي الناجح يجب أن يكون مبنى على احتياج فعلى لمهارات ومعلومات واتجاهات .

تكون هناك حاجة اتصالية عندما يكون هناك نقص في المعرفة أو المهارة أو تكون هناك اتجاهات غير ملائمة وبشكل يعوق تحقيق المتطلبات الحالية لمهمة معينة أي إننا نقصد بالاحتياجات الاتصالية تحليل مجالات عدم التوازن بين الأداء المستهدف و الأداء الحالي من ناحية والفرص الاتصالية المتاحة من ناحية أخرى . (Coadi Yves.1998.P17).

ويمكن تعريف عملية تحديد (تقدير) الاحتياجات الاتصالية على أنها: "عملية يتم عن طريقها جمع المعلومات عن مشكلات الفلاح وتحديد العقبات التي تعترض أداء وظائفه والأعمال المختلفة التي يقوم بها و الوسائل التكنولوجية التي يستخدمها أو أي حياذ عن المعايير الموضوعية مسبقاً للأداء.

وبالتالي يتمكن القائمون على تنمية القوى البشرية في المنظمة من تحليل هذه المعلومات وتخطيط برامج اتصالية من شأنها القضاء على مشكلات الفلاح لتحقيق أهداف المخطط التنموي.

ويلاحظ بعد التحليل أن العقبات يمكن التغلب على بعضها عن طريق إعطاء معلومات وبعضها عن طريق إضافة وإكساب مهارات والبعض الآخر يحتاج الى تغيير اتجاهات. ومن هنا يمكن تعريف تحديد (تقدير) الاحتياجات الاتصالية تعريفاً آخر:

إن جاز التعبير فإن تقدير الاحتياجات الاتصالية حسابياً يساوي السلوك المرغوب للأداء بالمستوى المطلوب مطروحاً منه السلوك في الوقت الحاضر أي الفجوة في أداء العمل

تقدير الاحتياجات الاتصالية = الأداء المرغوب فيه - الأداء في الوقت الحاضر ولتقدير الاحتياجات الاتصالية يجب تحليل الفجوات الموجودة في أداء الفلاحين والتعرف علي جذور المشاكل القائمة (Florence. M.2008.p40) .

ولتحديد الاحتياجات الاتصالية يجب أن تتوفر معلومات كافية عن الفلاحين المستهدفين وأيضاً يجب توفر معلومات كافية عن الأعمال المطلوب قيامهم بها.

عند تحديد الاحتياجات هناك بعدان هامان يجب أخذهما في الحسبان وهما :

- مدى ما يمكن أن يسهم به الاتصال في الحل الكلي .
- نتائج حل مشاكل الأداء من خلال الاتصال في مقابل الحلول البديلة الأخرى .

(Bessette. G. 2004.P4)

قد يقدم الاتصال الحل كله وقد لا يقدم أي جزء من الحل، وقد يقدم جزءاً من الحل وهذا هو الأكثر شيوعاً ورغم ذلك فإن الفوائد التي يمكن أن تجنيها وزارة الفلاحة والمعهد الوطني للإرشاد الفلاحي من وراء إتباع المنهج العلمي تبرر الجهد والوقت والتكلفة والإمكانات البشرية والمكانية التي يجب عليها أن تخصصها لهذا العمل

ويمكن وصف الاحتياجات الاتصالية وتحديد ملامحها من خلال أربع خصائص رئيسية : مجال (مكان الاتصال) ، الفوائد المرجو تحقيقها ، طبيعة الفجوة التي يغطيها الاتصال ، الإطار الزمني لمردود الاتصال .

تحديد الاحتياجات الاتصالية يجيب عن خمسة أسئلة رئيسية هي :

- أين يقع الاتصال ؟ (Where)
- من يجب الاتصال به ؟ (Who)
- ما هو المحتوى الاتصالي ؟ (What)
- ما هي الآثار المتوقعة من وراء الاتصال ؟ (What)
- متى ستعكس نتائج الاتصال بصورة ملموسة ؟ (When)

◀ أهمية تحديدها :

ان الاستجابة إلى الاحتياجات لا على أساس مجرد الإحساس والشعور بل على أساس الاحتياجات الفعلية فيجب استخدام التحليل الصحيح للاحتياجات أو مزيج من أساليب جمع البيانات، مما يساهم في تبيان الاحتياجات الاتصالية، وضرورة الاستمرار سنوياً في القيام بتحليلها باستخدام أكثر من أسلوب حيث يمثل تحديد الاحتياجات الاتصالية العنصر الرئيسي والهيكل في صناعة الاتصال حيث تقوم عليه جميع دعائم العملية الاتصالية وتنمية الموارد البشرية في القطاع الفلاحي ، إن أي خلل بهذا الهيكل سيطيح بجميع الجهود التي تبذلها وزارة الفلاحة والمعهد الوطني للإرشاد الفلاحي من أجل الارتقاء بمستوى مهارات وكفاءات الفلاح. من الصعب تحديد الأشخاص الذين يشملهم الاتصال وأهداف الاتصال ومحتوى البرنامج والأسلوب الذي يمكن أن يقدم به الاتصال بدون التحديد الدقيق والموضوعي للاحتياجات الاتصالية للفلاح. وترجع عملية تحديد

الاحتياجات الاتصالية في الأساس إلى الحاجة إلى علاج مشكلات العمل من خلال الاتصال حيث توجد مشكلات أخرى قد لا يفيد فيها الاتصال وهو ما قد يظهره التحليل التنظيمي للمنشأة والذي يسبق عادة تحليل الإحتياجات للاتصالية وعلى هذا يصبح تحديد الإحتياجات الاتصالية هو الأداة الرئيسية التي يمكن من خلالها تحديد مجالات تطوير وتنمية أداء الفلاح من خلال العملية الاتصالية وإن مشكلات الأداء الحالية يمكن علاجها بالاتصال وهو ما يطلق عليه القابلية للاتصال . (Muet. F.2008.P405).

◀ طرق تحديدها :

يمكن تلخيص أهم الطرق العلمية لتحديد الاحتياجات الاتصالية في ثلاث طرق رئيسية :

✓ تحليل التنظيم : عند تحليل التنظيم بهدف تحديد الإحتياجات الاتصالية فإن التركيز ينصب على معرفة المكان (المعهد الوطني للإرشاد الفلاحي أو فروعه) الذي يحتاج إلى تدريب في الاتصال (وماهية هذا التدريب) لمعالجة المشاكل التي يعاني منها، وعند تحليل التنظيم فإنه يلزم التفرقة بين جانبين رئيسيين هما :

• تحليل الهيكل التنظيمي. Organizational Structure.

• تحليل المناخ التنظيمي. Organizational climate.

✓ تحليل العمل : ويمكن استخدام تحليل العمل لتحديد الاحتياجات الاتصالية عن طريق دراسة قوائم توصيف المهام بالجهة المعنية بالاتصال والتي تشمل مهام كل وظيفة من الوظائف والمواصفات اللازم توافرها في شاغلي هذه الوظائف .

✓ تحليل أداء الفلاح بالاعتماد على المرشد الفلاحي : "القائم بالاتصال"

وينصب الاهتمام هنا على مستوى أداء الفلاح الفعلي ومدى إمكانية الارتقاء بهذا الأداء من خلال الاتصال ويمكن اللجوء إلى المصادر التالية للخروج ببعض المؤشرات :

• ملاحظة المرشدين الفلاحين لأداء الفلاح

• نتائج استقصاءات الرأي والتي يمكن إجرائها من أن لأخر بهدف معرفة رأي الفلاح

في أدائه الحالي ومدى حاجته للاتصال .

ويمكن القيام بذلك بالاعتماد على أساليب وطرق جمع البيانات بهدف تحديد الاحتياجات الاتصالية للفلاح :

- الملاحظة : Observation ملاحظة درجة تفاعل الفلاح الذي يحضر حصص الإرشاد الجماعية ويمكن أن تكون غير محددة وذلك مثل التجول خلال الفرق و الفروع في إحدى التجمعات الفلاحية للوقوف على مشاكل الفلاح وعوائق الاتصالات.

- قوائم الاستقصاء: Questionnaires يمكن أن تأخذ شكل بحوث مسحية أو استطلاعات رأي عينة عشوائية أو طبقية من الفلاحين أو تعداد كامل الفلاحين

- المقابلات الشخصية : Interviews : يمكن أن تكون رسمية أو غير رسمية، محددة أو غير محددة أو خليطاً منهما معاً يمكن أن تتم شخصياً (وجهاً لوجه) أو بالتليفون، في موقع العمل أو بعيداً عنه .
- المناقشات الجماعية : Group Discussion تشبه أسلوب المقابلة الشخصية وجهاً لوجه يمكن أن تكون مركزة على تحليل مشكلة مجموعة الفلاحين .
(Albertini. J. 1985. p.57-58)

2 . الإستراتيجية الاتصالية :

◀ مفهومها :

- المقصود بها حسب كتاب " publicitor " : "هي مجموع القرارات الهامة و المستقلة عن بعضها التي تتخذها مؤسسة ما بغرض تحقيق اهداف معينة ، وذلك باستعمال وسائل اتصال وتقنيات متعددة" (Lendrevie .j.2004 : 231)

- خطة عمل واضحة يتم فيها تحديد المسؤوليات والاولويات والميزانية والاطر والاجراءات لخلق وتوزيع المعلومات فيما يخص علاقات المنظمة مع الخارج
(Macnillon. E . 2008.865)

- هي مجموعة من القرارات الكبرى التي تتخذ من اجل التعريف بالاختبارات الهامة في الاتصال تحديدا للأهداف المرجوة منه والوسائل المستعملة فيه يعرفها " pierre gregory " : " مجموعة متناسقة من رسائل العمل التي تسمح للمنظمة او المؤسسة بالاتصال بمحيطها. (ناصر. د . 2004 . ص81) .

هي وثيقة مكتوبة تشتمل علي الاطار المرجعي الذي تتحدد فيه الاهداف والخطوط الكبرى التي توضح وتعدد الانشطة الاتصالية وفق رزنامة زمنية معينة (متوسطة ، قصيرة ، طويلة المدى) و الموارد المالية و البشرية المتوفرة الوسائل الاعلامية المناسبة.
(محمد.ع.2008ص31)

و تصمم الإستراتيجية الاتصالية لتحديد مشكلة وتحلل جمهورا مستهدفا ، وتضع أهدافا وتضع خطط وأساليب وتقنيات معينة من أجل الوصول إلى نتيجة ملائمة أو أهداف مسطرة.

- حتى تتمكن المؤسسة من تخطيط وإعداد استراتيجية فعالة للاتصال ، و ضع خبراء التخصص استبيان يحوي مجموعة من الأسئلة ، و كل سؤال يعد محورا أساسيا من محاور خطة إعداد الإستراتيجية الفعالة.

* ما هي الأهداف المرجوة ؟

* من هو الجمهور المستهدف ؟

* ما هي العوائق المحتملة بخصوص الميزانية ، الوقت المستلزم ؟

* ما هي الوسائل والتقنيات التي يجب الاعتماد عليها ؟

* ما هي النشاطات أو الخطوات العملية التي ينبغي إتباعها ؟

* ما مدى نجاح الإستراتيجية (تقييم) ؟ (يامين. ب.2006.ص4)

◀ أهمية المشاركة الفعالة بين القائم بالاتصال و الفلاح:

لم يعد كافياً أن تملك المعلومات الغزيرة والحديثة لأن تقوم بنقل ذلك للآخرين، فمن المؤكد أنه لا يصلح في مجالات الاتصال وتعليم الفلاح حيث تنامت في السنوات الأخيرة الاتجاهات الحديثة لمناهج الاتصال وتعليم الكبار، والتي أكدت على فشل أساليب الاتصال ذات الاتجاه الواحد في تحقيق الأهداف الاتصالية ، واتجهت إلى الاعتماد على أساليب المشاركة الفعالة بين الفلاح والمرشد الفلاحي لاكتساب وتطوير المعارف والمهارات والاتجاهات المطلوبة. (Khiati . M.2003.P33).

ولم تعد المعرفة الغزيرة أحد معايير اختيار المرشد الفعال، ولكن اتجهت الأنظار إلى من يملكون المعرفة الأساسية، ويملكون أيضاً تصورات واقعية لكيفية نقل هذه المعرفة أو المهارة إلى الآخرين بحيث يتمكنون من استخدامها وتطبيقها في حياتهم وأعمالهم. وإذا كان الحصول على المعرفة والمعلومة أصبح عملية سهلة، ماذا يجب أن نفعل؟ فما زالت تحديد الكيفية التي يمكن استخدام المعلومة أو الإجابة عن كيف؟ عملية أكثر صعوبة.

إننا أمام تطور كبير في مناهج الارشاد والاتصال الفلاحي حيث تفرض اتجاهات جديدة على الفلاح و المرشد بالتخلي عن الأساليب التقليدية في الاتصال، والتي غالباً ما تسبب الملل وصعوبة الفهم والإدراك، وضعف المشاركة للمستهدفين بالاتصال.

ويفرض المنهج الحديث في الاتصال استخدام اسلوب المشاركة والوسائل المناسبة، والسابق التخطيط لها لضمان تحقيق الهدف الاتصالي. (Anseur.O.2003.p107).

وأصبحت القدرة على اختيار الأساليب الاتصالية المناسبة في تحقيق الهدف الاتصالي - بالإضافة إلى استخدام المعينات أو وسائل الإيضاح والمزج بينهما لتقديم المعلومات والخبرات- معيار التميز الرئيسي للمرشدين، والتي تعبر عن حرفيتهم وقدرتهم على إضفاء عوامل الجذب والتشويق والانتباه والاهتمام والتفاعل بالنسبة للمشاركين.

(Ilboudo. J.page internet.2015)

الاتصال التشاركي يضمن بناءً معرفيًا متكاملًا ومتدرجًا ومتسلسلاً لاستخدام المنهج الحديث في الاتصال، حيث يضيف أساليب وطرق مختلفة و التي يمكن للمرشد الفلاحي أن يستخدمها لتحقيق نتائج أفضل في هذا المجال.

فالتعليم و التعلم كلمتان تشيران إلى عمليتين مستمرتين ومتداخلتين في آن واحد ، فالمرشد الفلاحي يعلم من ناحية ، و الفلاح المشارك يتعلم من ناحية أخرى، و هما في الواقع يتبادلان المعرفة والخبرة وفي كثير من الأحيان تستقل إحدى العمليتين عن الأخرى ، بعبارة أخرى قد يتعلم الفلاح شيئًا ما دون مساعدة أو عون من المرشد الفلاحي ، وأيضاً قد يتعلم المعلم ممن يخاطبه شيئاً، على الرغم من أنه من المحتمل أن ندافع عن فكرة أن المشارك يتعلم دون مساعدة من القائم بالاتصال فإنه من المستحيل أن ندافع عن فكرة أن يقوم المرشد بالتعليم دون أن يتعلم المشارك شيئاً.

والمدخل المنظم للاتصال يعني ألا يكون هناك فصل بين عمليتي التعليم والتعلم. بمعنى أن يستجيب الفلاح لمحتوى الاتصال استجابة تعليمية صحيحة يتوقع المرشد أو المخططون للاتصال أن تحدث.

ويحدث التعلم الصحيح من خلال ما يقدمه المرشد والمنهج من اتصال جيد، ومن أجل ذلك يجب أن يتم تخطيط الأنشطة الاتصالية مسبقاً ، وألا يتحدد لهذه الأنشطة ليس فقط ما سيعلمه المرشد الفلاحي فقط، ولكن أيضاً كيف سيتعلم الفلاح المشارك ويكتسب الخبرات اللازمة.

وقد يبدو هذا مهمة صعبة، إلا أن التقدم الكبير في سلوكيات وتكنولوجيا الاتصال والتعليم يسر الكثير لأداء هذه المهمة. وأصبح أمام المسؤولين عن الاتصال الآن الكثير من مبادئ التعلم التي تساعدهم في تخطيط عملية الاتصال بفاعلية وإتقان فتحدد الحاجات الاتصالية للفلاح يساهم بفاعلية في بناء نظام اتصالي سليم يساعد في تطوير الأداء الاتصالي للمؤسسات والهيئات والعاملين في هذا المجال.

◀ انتقال اتجاه الاتصال (من الاهتمام بالقائم بالاتصال إلي الاهتمام بالمتلقي) :

لقد أصبحت صناعة الاتصال من الصناعات الثقيلة التي تحتاج الي مدخلات محددة ، ويجب أن تتوافر لهذه المدخلات معايير محددة ايضاً من الجودة حتي نستطيع أن نحقق المفهوم الصحيح للاتصال ، ونعدل المفاهيم القديمة ، وهو أن الاتصال ليس مجرد تبادل المعلومات ولكنه استثمار عالي القيمة ولم تعد الأساليب العشوائية وحتى إن كان يصحها قدر كبير من الإجهاد أو الحماس ، كافية لإدارة أنشطة وبرامج الاتصال و منه ننتقل من الأهمية التاريخية للاتصال الي الأهمية المعاصرة له في ظل المتغيرات الشديدة والسريعة ، و ينبثق الاتصال من جذوره التقليدية والتاريخية ، حيث كان المعيار الرئيس للاتصال الفلاحي الناجح هو تلبية العجز في نقص المهارات لدي المورد البشري.

(Arcand. R. 1998.p81).

وقد تطورت مفاهيم الاتصال بشكل سريع حيث سعى المسؤولون عن الاتصال إلى اتخاذ موقف أكثر نشاطاً وديناميكياً ليأخذوا مهنتهم بشكل جاد ، ولذلك انتقلت حركة الاتصال من الاتجاه الذى يركز على القوائم بالاتصال إلى الاتصال الذى يركز على المتلقى وقد ساعد ذلك على زيادة كفاءة عملية الاتصال والتعلم.

وقد بدأت عمليات الاتصال تؤتى ثمارها وتولد دفعة قوية حيث إن استراتيجيات الاتصال التشاركي وتدخلات الوسائل الإعلامية المتعددة التى تعتمد عليها الموارد المتاحة وكذلك التنمية الذاتية وتنمى الإدراك لدى الكثير من المنظمات والأفراد أن الاتصال ليس مجرد تكلفة على المنظمة ، ولكنه استثمار أساسى للموارد البشرية للمستقبل

(Makosso. K.2006.p12)

ان الأهمية الحديثة للاتصال الفلاحي تتجلي في متطلبات العصر والمنافسة الدولية المتزايدة وقوى السوق التنافسية التى تفرض أنواعاً من التحدى والتغيرات السريعة من حولنا وخاصة التغيرات التكنولوجية ، وانفتاح الحدود بين الدول وسقوط الحواجز التجارية ، فان هذا سوف يلقى الضوء على الحاجة الحتمية والماسة لأخذ حاجات الفلاح الاتصالية كعامل بنيوي في وضع الاستراتيجيات الاتصالية الفلاحية.

وعدم اخذ حاجياته بقدر مناسب من الاعتبار فى الاتصال والتنمية للقوى البشرية سوف تنتج عنه قوى عاملة غير مدربة وغير مستعدة لمتطلبات التنافس فى ظل الاقتصاد العالمى والنظام العالمى الجديد المتطور بسرعة.

وقد أصبح واضحاً أنه لا توجد قيمة للاتصال فى حد ذاته إذا لم يساهم فى المزيد من الكفاءة والفعالية والنجاح ، وفى القيمة المضافة بالنسبة للعمل ، فأى قيمة أفضل من هذه القيم الناتجة من تطوير أداء الأفراد من خلال الاتصال.

ونظراً للأهمية المتزايدة والمتنامية فى أن يلعب الاتصال دوراً مهماً فى مساعدة المعهد الفلاحي على تحقيق أهدافه فلا بد أن يتخذ المسؤولون عن الاتصال والقوائم بالاتصال اتجاهات إيجابية نحو تحقيق ذلك.

وبالإضافة إلى ذلك فإن كل فرد من كبار المديرين وأصحاب القرار فى المستويات الإدارية المختلفة بحاجة إلى فهم عمليات وأساليب الاتصال ، ولابد أن تكون لديهم ثقافة اتصالية تمكنهم من أن يتحدثوا لغة الاتصال ، ولابد أن يستوعبوا الرسالة جيداً ولا يقعوا فى هذا الشرك الذى يعنى أن الاتصال عملية مكلفة ، لأن البقاء مع التخلف والجهل سوف يكون أكثر تكلفة بل يجب أن نذهب إلى أبعد من ذلك فالاتصال يجب ألا يكون رخيصاً ، ولكنه يجب أن يكون ذا تكلفة اقتصادية مناسبة، لأن فشل المنظمة سوف يكلفها الكثير.

خطورة الإستخدام العشوائي للتكنولوجيا على الاتصال الفلاحي:

كانت الحياة في بدايتها بسيطة ولم تكن فيها التعقيدات الحالية ، وكانت الخبرات المكتسبة تتم عن طريق التوجيه المباشر . وبتطور المجتمعات وظهور التعقيدات في إدارة المعرفة ، حيث تزاوجت المعرفة مع التكنولوجيا ، مما ادي الي تطورات هائلة في اساليب عرض وتقديم المعلومات.

ولقد تأثر الاتصال الفلاحي بشدة بهذا التطور التكنولوجي وظهر نوعاً من الصراع بين العاملين في مجال الاتصال وبصفة خاصة القائم بالاتصال من جانب ، وبين التكنولوجيا الحديثة من جانب آخر ونظراً لما تملكه التكنولوجيا الحديثة من أساليب إيهار وجذب ، فإن ذلك ادي الي اهمية مراعاة سيطرة المسؤولين عن الاتصال والقائمين بالاتصال علي استخدام تكنولوجيا الاتصال وأن تكون لديهم القدرة والخبرة علي توظيفها بشكل صحيح لخدمة الهدف الاتصالي ، والحذر من أن تنتصر التكنولوجيا وتقود القائم بالاتصال وتحوله إلي مجرد فرد يتصل دون اخذ ثقافة الفلاح بعين الاعتبار بحيث يتجاهل استخدام الأدوات أو الوسائل الاتصالية الأخرى الأكثر تأثيراً وفاعلية. (Abdelmoutaleb. M.p60)

ثانيا : مشكلة الدراسة وفرضياتها :

1. يمكن تحديد مشكلة الدراسة في الاشكالية التالية :

● ما علاقة تحديد الاحتياجات الاتصالية للفلاح ببناء إستراتيجية اتصال المعهد الوطني للإرشاد الفلاحي ؟

و للاجابة علي هذا التساؤل اعتمدت الدراسة علي هذه الفرضيات التي تتناول طبيعة العلاقة بين المتغير المستقل (تحديد الحاجات الاتصالية) والمتغير التابع : (بناء استراتيجية اتصال) :

الفرضية العامة :

● توجد علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين أبعاد تحديد الاحتياجات الاتصالية للفلاح و بناء استراتيجية اتصال المعهد الوطني للإرشاد الفلاحي .

الفرضية الاولى :

● توجد علاقة ارتباط ذات دلالة احصائية بين بحوث تحديد الاحتياجات الاتصالية و بناء استراتيجية اتصال المعهد الوطني للإرشاد الفلاحي.

الفرضية الثانية :

● توجد علاقة ارتباط ذات دلالة احصائية بين الاحتياجات التي يحصيها المرشد الفلاحي "القائم بالاتصال" و بناء استراتيجية المعهد الوطني للإرشاد الفلاحي.

2 - التعريفات الإجرائية :

• المتغير المستقل :

تحديد الاحتياجات الاتصالية : "تحديد أوجه القصور في المعلومات أو المهارات أو الاتجاهات التي تؤثر بالسلب على أداء عمل فلاح معين أو تعوق تحقيق هدف فلاح معين" ركزنا في الدراسة على الأبعاد التالية في تحديد الاحتياجات : البحوث ، احصاء المرشد الفلاحي وملاحظته ، المناهج المستخدمة ، الأدوات المستخدمة .

• المتغير التابع :

استراتيجية الاتصال : خطة للاتصال يتم فيها تحديد الأهداف وكيفية تحقيقها الكيفية تشمل الأسئلة الخمسة (2h et 3w) : كيف ، كم التكلفة ، أين ، متى ، ماذا . وركزنا في الدراسة على الأبعاد التالية: وضوح الأهداف ، أولوية ترتيبها ، كيفية تحديدها، كيفية تحقيقها او تنفيذها.

• المعهد الوطني للإرشاد الفلاحي : مؤسسة عمومية ذات طابع إداري انشئ للإرشاد الفلاحي بمقتضى المرسوم التنفيذي رقم 99/95 المؤرخ في 1 أفريل 1995 ، يمثل الأطار المؤسسي لوزارة الفلاحة و التنمية الريفية من أجل الدعم التقني وتنشيط برامج الإرشاد والاتصال في الوسط الريفي

- مهامه الرئيسية :

- الاستكشاف و الأبحاث و الدراسات و التحقيقات من أجل تطوير و ترقية نشاطات الإرشاد

- الدعم التقني للإنتاج و التنشيط في الوسط الريفي

- إنتاج و نشر دعائم الاتصال المتعددة الوسائط

2. - ترقية الشبكة الوطنية للإعلام الفلاحي

• الفلاح : الفلاح أو المزارع هو الشخص القائم على الزراعة (الفلاحة) في الحقل وتعتبر

الفلاحة من أقدم المهن على الإطلاق وتقوم المهنة على غرس الفسائل ونثر البذار وسقي

المزروعات واستصلاح الأرض وحرثها ثم حصاد المحاصيل وتجهيز ميدان العمل للزراعة .

• المرشد الفلاحي : (القائم بالاتصال) :

هو الوسيط بين مراكز الأبحاث العلمية الزراعية والفلاحين والذي يساعدهم على تحديد مشكلاتهم ، وإيجاد الحلول المناسبة لها ، والعمل على خلق جو من التآلف والمحبة والتعاون بين الفلاحين إن قدرة المرشد الزراعي على الاتصال هي التي تحتم نجاحه أو إخفاقه في القيام بالمهام الإرشادية.

وعملية الاتصال هي «العملية التي يتمكن فيها شخصان أو أكثر من تبادل الأفكار والحقائق والمشاعر والانطباعات بطريقة يتمكن بها كل منهم من فهم معنى الرسالة ومضمونها فهماً مشتركاً» (INVA. s.d.2008.p40).

3. منهجية الدراسة :

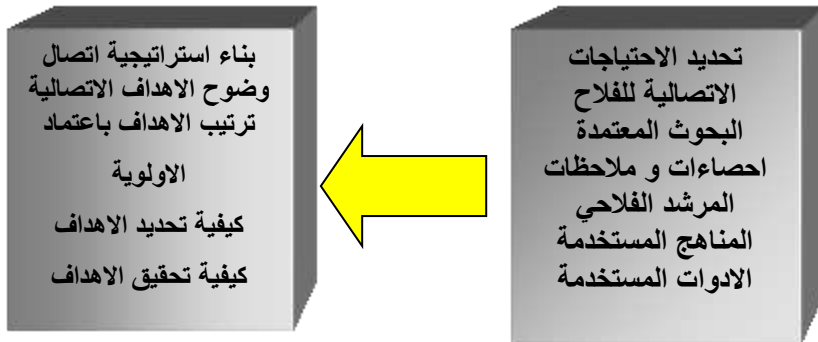
• أسلوب الدراسة :

تعد الدراسة الحالية من الدراسات الوصفية والميدانية التحليلية التي تبحث في تحليل اثر المتغيرات المستقلة على المتغيرات التابعة واختبار العلاقات الارتباطية فعلى صعيد البحث الوصفي تم المسح المكتبي لأجل بلورة الأسس والمنطلقات التي يقوم عليها الإطار النظري أما على صعيد البحث الميداني التحليلي فقد تم إجراء المسح الاستطلاعي ، وتحليل البيانات المجمعة من خلال الإجابة عن الاستبانات، واستخدام الطرق الإحصائية المناسبة .

• مجتمع الدراسة

تكون مجتمع الدراسة من المرشدين العاملين في المؤسسات الفلاحية عبر ولايات الوطن. عينة الدراسة : تكونت عينة الدراسة من 185 مرشد فلاحي من المرشدين الذين يحضرون الملتقيات الوطنية التي تنظمها وزارة الفلاحة بالتعاون مع المؤسسات الفلاحية و الذين يحضرون دورات التكوين في المعهد الوطني للإرشاد الفلاحي. وتم تحديد هذه العينة عن طريق اخذ عينة اختيارية قصدية لانها العينة المتاحة .

• نموذج الدراسة :



4. نتائج الدراسة :

• الفرضية الاولى :

توجد علاقة ارتباط ذات دلالة احصائية بين بحوث تحديد الاحتياجات الاتصالية وبناء استراتيجية اتصال المعهد الوطني للإرشاد الفلاحي .

كما يتضح من الجدول رقم (1) أشارت مصفوفة معاملات الارتباط بين المتغيرات جميعها إلى وجود علاقات ارتباط بين المتغير المستقل و أبعاده والمتغير التابع وإبعاده في الدراسة. وكانت أقوى العلاقات بين بعد المتغير المستقل احصاء وملاحظة المرشد الفلاحي حيث بلغ معامل الارتباط(0.913) وتلاه بعد البحوث المعتمدة في تحديد الاحتياجات الاتصالية بمعامل ارتباط (0.874) . مما يعني أن هناك علاقة ارتباط إحصائية بين تحديد الاحتياجات الاتصالية للفلاح (البحوث ، احصاء المرشد الفلاحي و ملاحظته ، المناهج المستخدمة ، الادوات المستخدمة) وبين الابعاد الأربعة لبناء استراتيجية اتصال (وضوح الاهداف ، اولوية ترتيبها ، كيفية تحديدها ، كيفية تحقيقها او تنفيذها) ، حيث بلغت نسبة هذا الارتباط (78.3%) عند مستوى إحصائية (1%). أما باقي الارتباطات فقد كانت متوسطة مقارنة بالارتباطات الأخرى في الدراسة انظر جدول (1). وبهذا يكون القرار قبول الفرضية الاولى الفرضية العدمية التي تنص على أن هناك علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين بحوث تحديد الاحتياجات الاتصالية وبناء استراتيجية اتصال المعهد الوطني للإرشاد الفلاحي .

المتغيرات	تحديد الاحتياجات الاتصالية	البحوث المعتمدة	احصاء و ملاحظة المرشد الفلاحي	النتائج العلمية المنسوبة	الادوات المستخدمة لجمع البيانات	بناء استراتيجية الاتصال	وضوح الاهداف	اولوية ترتيب الاهداف	كيفية تحديد الاهداف	كيفية تحقيق الاهداف
تحديد الاحتياجات الاتصالية	1									
البحوث المعتمدة	0.874	1								
احصاء و ملاحظة المرشد الفلاحي	0.913	0.800	1							
النتائج العلمية المستخدمة	0.321	0.688	0.524	1						
الادوات المستخدمة لجمع البيانات	0.704	0.563	0.704	0.842	1					
بناء استراتيجية الاتصال	0.783	0.586	0.704	0.576	0.662	1				
وضوح الاهداف	0.721	0.694	0.744	0.801	0.685	0.774	1			

										الأهداف
		1	0.862	0.785	0.872	0.752	0.844	0.699	0.797	أولوية ترتيب
		1	0.841	0.882	0.722	0.922	0.867	0.886	0.788	كيفية تحديد الأهداف
1	0.711	0.733	0.700	0.746	0.882	0.701	0.667	0.775	0.821	كيفية تحقيق الأهداف

جدول رقم 1

مصفوفة معامل ارتباط بيرسون للعلاقة بين المتغير المستقل والمتغير التابع وابعادهما

● الفرضية الثانية :

- توجد علاقة ارتباط ذات دلالة احصائية بين الاحتياجات التي يحصيها المرشد الفلاحي "القائم بالاتصال" وبناء استراتيجية المعهد الوطني للإرشاد الفلاحي.

ولغرض التثبت من صحة هذه الفرضية وفق ما جاء في أنموذج الدراسة يتم تفسير المدلول الإحصائي وعلى النحو الآتي:

تشير المعطيات الاحصائية في الجدول رقم (2) الى ان هناك اثر للمتغير المستقل (تحديد الاحتياجات الاتصالية للفلاح) في المتغير التابع (بناء استراتيجية اتصال). بدلالة ارتفاع معاملات Beta وبدلالة قيمة T المحسوبة (13.53) وهي اكبر من قيمتها الجدولية البالغة (1.96) عند مستوى دلالة $(0.01 \geq \alpha)$ ، ودرجات حرية (184،1)، وبدلالة قيمة F المحسوبة (115.35) وهي اكبر من قيمتها الجدولية البالغة 3.84 عند مستوى دلالة $(0.01 \geq \alpha)$ ، ودرجات حرية (184،1) وان المتغير المستقل ((تحديد الاحتياجات الاتصالية في هذا النموذج يفسر ما مقداره (78.5%) من التباين في المتغير التابع (بناء استراتيجية اتصال)، بمعنى أن (21.5%) من المتغيرات لم يتناولها النموذج المعتمد في هذه الدراسة. مما يقتضي قبول الفرضية التي تنص على انه يوجد اثر هام ذو دلالة احصائية للمتغير المستقل (تحديد الحاجات الاتصالية)، في المتغير التابع (بناء استراتيجية اتصال) و منه الفرضية الثانية صحيحة .

مستوى دلالة F	مستوى دلالة T	قيمة F المحسوبة	قيمة T المحسوبة	معامل التحديد R^2	B_1	B_0	المتغير التابع بناء استراتيجية اتصال	المتغير المستقل تحديد الاحتياجات الاتصالية للفلاح
0.000	0.000	115.35	13.53	0.785	0.789	0.654		

* ذات دلالة إحصائية على مستوى دلالة $(0.01 \geq \alpha)$.

** قيمة T الجدولية عند مستوى دلالة $(0.01 \geq \alpha)$ ودرجات حرية (184،1)=1.96

*** قيمة F الجدولية عند مستوى دلالة $(0.01 \geq \alpha)$ ودرجات حرية (184،1)=3.84

استنتاجات :

تتلخص أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة بما يلي:

✓ وجود علاقة قوية بين تحديد الاحتياجات الاتصالية للفلاح بأبعاده المختلفة وبين بناء استراتيجية اتصال المعهد الوطني للإرشاد الفلاحي وان معظم اتجاهات جوانب تأثير أبعاد هذه المتغيرات كانت موجبة ويمكن أن يستدل من هذه النتيجة على الربط بين تحديد الاحتياجات الاتصالية للفلاح وتحقيق أهداف التنمية المسطرة من وزارة الفلاحة وبالتالي تحقيق التنمية الفلاحية

✓ يرتبط بناء الاستراتيجية الاتصالية للمعهد الوطني للإرشاد الفلاحي بالإحتياجات الاتصالية للفلاح ارتباطاً وثيقاً و بالأهداف الاستراتيجية لوزارة الفلاحة في سياسة التنمية الفلاحية وبالتالي يجب أن تكون هناك فائدة مباشرة تعود على النظام ككل عندما ترتبط البرامج الاتصالية للمعهد الوطني للإرشاد الفلاحي بهاذين المتغيرين وبالتالي يكون الاتصال كفى و فعال وهذا يستلزم القيام بعمليات التخطيط الإستراتيجي وصياغة الرسالة والأهداف والهياكل قبل دراسة و تحليل الاحتياجات الاتصالية للفلاح .

✓ هناك جملة من المظاهر السلوكية والإدارية التي قد لا يكون الاتصال (العلاج بالاتصال) هو أفضل ما يمكن عمله لعلاجها ومن هذه المظاهر ما يلي :

- عدم وضوح الرؤية لدى الفلاح بالنسبة لأهداف وسياسات وزارة الفلاحة .
- عدم الإحساس بالعدالة في توزيع المكافآت.سواء لدى الفلاح أو المرشد الفلاحي مما يخفض من دافعية العمل وبالتالي حتي ولو تمت الاستجابة للاحتياجات الاتصالية فان الفلاح لا يثق في المؤسسة الفلاحية والمرشد لا يبذل جهده لإنجاح الاتصال
- تعقد إجراءات العمل اليومي (نماذج وعمليات وتوافق لا تضيف قيمة حقيقية)
- عدم وضوح فرص التقدم والرقى في المستقبل بالنسبة للمرشد الفلاحي.

قائمة المراجع :

✓ باللغة العربية :

- محمد علي الكمي ، منهجية اعداد استراتيجية اتصالية في ميدان السلامة المرورية ، تونس ، بدون دارنشر، 2008، ط1.
- ناصر دادي عدون ،الاتصال و دوره في كفاءة المؤسسة الاقتصادية ، دراسة نظرية وتطبيقية الجزائر، بدون دارنشر، 2004.
- يامين بودهان ، هل توجد استراتيجية للعلاقات العامة في المؤسسات الجزائرية الخاصة ، مجلة العلوم الإنسانية ، بجاية ، السنة الرابعة ، العدد29 ، تموز يوليو، 2006.

✓ باللغة الأجنبية :

- Abdelmoutaleb Mohamed. *Impact de la vulgarisation sur les pratiques des éleveurs de bovins laitiers*. Mémoire de magister, Institut national agronomique, Alger, 2003.
- *Adhésion (l') de l'Algérie à l'Organisation Mondiale du Commerce : Quelles conséquences sur l'agriculture et les agriculteurs*. In. *Annales de recherche agronomique (Algérie)*, n° 6, mai 2000, pp.47-67.
- Albertini. Jean-Marie. *Les confessions d'un vulgarisateur devenu chercheur. Vulgariser : un défi ou un mythe ?* 1985.
- *Algérie. Données macro-économiques sur l'agriculture algérienne : perspectives 2000-2010*. Alger, Ministère de l'agriculture, 2004.
- Algérie. Ministère de l'agriculture et du développement rural. *La nouvelle politique de développement agricole et rural : choix stratégiques, mise en oeuvre et perspectives*, note de synthèse. Alger, MADR, 2002. p.3
- Algérie. Ministère de l'agriculture et du développement rural. *Rapport sur la situation du secteur agricole*. Alger, Direction des statistiques agricoles et des systèmes d'information, 2008
- Algérie. Ministère de l'agriculture et du développement rural. *Rapport sur la situation du secteur agricole*. Direction des statistiques agricoles et des systèmes d'information, 2008. p.3
- Algérie. Ministère de l'agriculture et du développement rural. *Recensement général de l'agriculture: rapport général des résultats définitifs*. Direction des statistiques et des systèmes d'information, 2003. p.44
- Algérie. Ministère de l'agriculture. *Mode actuel de conduite de la vulgarisation agricole*. Direction de la formation, la recherche et la vulgarisation, 2004.
- *Algérie. Ministère de l'agriculture. Mode actuel de la conduite de la vulgarisation agricole*. Alger, Sous direction de la vulgarisation, 2003.
- *Algérie. Ministère de l'agriculture. Soutien aux actions d'appui technique pour l'amélioration de la production*. Alger, Ministère de l'agriculture, 2004.
- Anseur Ouardia. *Besoins et usages de l'information par les chercheurs dans le secteur agricole*. Mémoire de magistère, Bibliothéconomie, Département de bibliothéconomie et des sciences documentaires, Alger, 2002.
- *Arcand Richard. La communication efficace : de l'intention aux moyens d'expression / Richard Arcand, Nicole Bourbeau ; adaptation européenne par Maude Jezierski*. Paris, De Boeck Université, 1998.
- Balit Silvia. *La communication pour les groupes isolés et marginalisés : lier l'ancien et le nouveau : 9^{ème} table ronde des Nations-Unies sur la communication pour le développement*, 6-9 septembre 2004, Rome, 200
- Bessette Guy, 2004. *Un cadre conceptuel et méthodologique de la communication pour le développement*. Document 4. Page consultée le

7juillet 2006 Adresse URL : http://www.idrc-ca/fr/ev-29848-201-1-DO_TOPIC.html.

- Coadic Yves. Le besoin d'information : formulation, négociation, diagnostic. ADBS, 1998.
- Ghemired Djamel. Historique et évolution de la vulgarisation agricole en Algérie. Agriculture et développement, décembre 2004, n°00, pp. 9-10.
- Giovannetti Jean-François. Les réseaux et les modalités de partenariat dans le domaine de l'information et la communication.2000
- Ilboudo J.P. outils de communication de proximité : l'expérience du Groupe de la communication pour le développement de la FAO. (Page consultée le 08/02/2015). Adresse URL: http://www.fao.org/sd/2001/KN0601a_fr.htm.
- Importance des compétences et des connaissances : cadre stratégique pour l'agriculture. (Page consultée le 22 /01/2009) Adresse URL : <http://WWW4.agr.gc.ca/AAFC-AAC/dsplay> .
- Institut national de la vulgarisation agricole. Alger. La vulgarisation agricole en Algérie : problèmes et perspectives. Alger,INVA, s.d.2008.p40
- Institut national de la vulgarisation agricole. Alger. La vulgarisation agricole. INVA, 2004.
- Institut national de la vulgarisation agricole. Alger. Le métier d'agriculteur : dimensions et spécificités.- Alger : INVA, 1996.
- Institut national de la vulgarisation agricole. Alger. Une enquête sur les attitudes et comportements des agriculteurs face à l'innovation. INVA, 1998
- jaques Lendrevie et Arnaud de Baynast, Publicitor, paris, dalloz jestion, 2em editions , 2004.
- Khiati Mohamed. De la communication en général et de la vulgarisation en particulier. Alger, Ed. Interimages, 2003.
- Khiati Mohmed. De la communication en général et de la vulgarisation agricole en particulier. Alger, Ed. Intérimages, 2003.
- Makosso. kibaya , Jean-Felix. L'information stratégique en Afrique : l'échec de la vulgarisation. Paris, L'harmattan, 2006.
- Muet Florence. Analyser les besoins d'un public cible Oui, mais comment ? Documentaliste : sciences de l'information, n°1, février 2008.
- Muet Florence. Analyser les besoins d'un public cible...oui, mais comment ? Documentaliste : sciences de l'information, n°1, février 2008.
- pour le développement agricole et rural des pays ACP. Séminaire sur le développement de l'information agricole et rural dans les pays ACP. Paris, 29 mai- 2 juin 2000.