

للاتصالات الجيدة أهمية حيوية بالنسبة لصغار المزارعين الذين يحتاجون إلى فرص أفضل للوصول إلى الأسواق وإلى معلومات يعول عليها عن الأسعار ونوعية المنتجات وظروف السوق. فهل يمكن لتقنيات المعلومات والاتصالات الجديدة، والإنتernet بصفة خاصة، أن تساعد في هذا المجال؟ الميل الأول مشروع رائد مدته سنتان وتدعمه الحكومة السويسرية. وهو ينفذ بالتعاون مع البرنامج الزراعي لتطوير نظم التسويق التابع لحكومة جمهورية تنزانيا المتحدة. وتقدم المساعدة التقنية مجموعة الدعم الدولية.



مشروع الميل الأول



وعيش جوليانا رافائيل كولايا التي تبلغ من العمر 45 سنة في قرية شيرين جورو بالقرب من جبل كليمنجارو في مرتفعات شمال تنزانيا. ويدرس أبناؤها الستة ويعملون بعيداً عن موطنهم بينما رحل زوجها عن البيت منذ بضع سنوات، وبذلك بقيت جوليانا وحدها لتزرع مزرعتها التي تبلغ مساحتها هكتاراً من الأرض.

وجوليانا فقيرة، ولكنها استطاعت عن طريق الدخل الذي تحصله من بيع منتجاتها في سوق مبيوني في بلدة موشي القرية أن تبني مسكنها متواضعاً. وليس لدى جوليانا هاتف أو تلفزيون، وتقول إنها ليس لديها وقت للاستماع إلى مذياعها. وهي لا تدرى أين تذهب عندما تحتاج إلى المعلومات، ولم تر مرشدًا زراعياً منذ سنوات. وهي عندما تذهب إلى السوق لا تتوافر لديها أي معلومات عن الأسعار ولا أي فكرة عن أين تجدها، وهي تبيع إذن بأي سعر تستطيع الحصول عليه.

وقربياً منها تعيش ماغدالينا ليما، وهي معلمة تبلغ من العمر 55 سنة وتلقى أبناؤها الأربعة تعليماً جامعياً. وتمتلك ماغدالينا هي وزوجها مزرعة من 25 هكتاراً يزرعون فيها المحاصيل الغذائية ويربون الماشية الحلوة. ويمتلك كل فرد من أفراد الأسرة هاتقا محمولاً وحاسوبهم المنزلي

موصول بالإنتernet. غير أن ماغدالينا رغم ثرائها النسبي تواجه مشكلة تشبه مشكلة جارتها، وهي أنها لا تعرف على الإطلاق أين تذهب أو إلى من تتحدث للحصول على المعلومات المتعلقة بالزراعة أو الأسواق. قالت في هذا الصدد: "لو أتيتني أعرف من هاتف لاستخدمت هاتفي المحمول للاتصال بهن يقدم لي المعلومات عن السوق".

وجوليانا وماجدالينا هما إذن مزارعتان يمكنهما الإفادة من مشروع الميل الأول التابع للصنوف، والذي يجري الآن تنفيذه في عدة مقاطعات في تنزانيا. ويساعد المشروع الرائد صغار المزارعين والمجهزين والتجار وغيرهم في سلسلة التسويق على الاتصال بطريقة أفضل وإنشاء شراكات والتعلم أحدهم من الآخر بحيث تناح لهم فرص أفضل للوصول إلى المعلومات بشأن السوق والتفاوض في تجارة تتسم بمزيد من العدل والتعاون.

أما عبارة "الميل الأول" فهي تشير إلى سد الفجوة التوصيلية التي تفصل القرى المفتقرة إلى الكهرباء وخطوط الهاتف عن أقرب حاسوب موصول بالإنتernet. وهي تركز على المجتمعات المحلية الريفية بوصفها نقطة البدء في التوصيل وليس النقطة الأخيرة.



وفي إطار حلقة عمل أخرى، تم تدريب 28 شخصاً على تكوين سلاسل التسويق وكيفية دعم التعلم على الصعيد المحلي كطريقة لتحسين روابط التسويق، والدور الذي يؤدونه الآن هو الاستجابة للطلب وتدرير غيرهم محلياً على نفس المهارات.

وخلال المرحلة الثانية التي تمتد حتى ديسمبر/كانون الأول 2005، سيُدرب بعض أعضاء المجموعات التعليمية على كيفية استخدام خدمة دعم التعليم القائمة على الإنترنت المسماة "Linking Local Learners" (الربط بين المتعلمين المحليين) والتي يمكن الوصول إليها على الموقع: <http://www.linklearners.net>. وسيكون دورهم في جزء منه هو المساعدة على التأكيد من أن المجموعات التعليمية يمكنها استخدام الخدمة إما مباشرةً أو عن طريق وسطاء. وستؤدي عمليات التقييم في ديسمبر/كانون الأول وأوائل 2006، إلى تحديد مستوى الاهتمام المحلي بإنشاء سلاسل التسويق وتكوين المجموعات التعليمية واستخدام تكنولوجيات المعلومات والاتصالات لدعم التعليم وتحديد التدابير المتخذة في تلك المجالات.

ويؤكد مدير البرنامج القطري لتنزيانيا التابع للصندوق، إيديس دي، وبيلوا أهمية الالتزام المحلي بعملية الميل الأول. فهو يقول: "يجب أن يكون ذلك على أساس الطلب. فإذا وجدت المجموعات التعليمية أن لتتبادل المعلومات والمعارف قيمة وأبدت اهتماماً بمواصلة التعلم، استجاب المشروع عندئذ. والأمر يقتضي تغييراً في السلوك إذا كان صغار المزارعين والمجهزون والتجار سيكونون شركات للعمل والتعلم معاً بدلاً من التنافس فيما بينهم كما هو الحال في الوقت الحاضر. ولدينا أمل في أن يساعد مشروع الميل الأول على إحداث ذلك التغيير".

ويرتبط مشروع الميل الأول بالبرنامج الزراعي لتطوير نظم التسويق الذي يدعمه الصندوق، وهو يعالج مشكلتين هما: قدرة الفقراء الريفيين على الوصول إلى المعلومات والمعارف وتكنولوجيات الاتصال مثل الهواتف المحمولة والإنترنت والبريد الإلكتروني؛ وقدرتهم على الوصول إلى غيرهم من الأشخاص المهمين في سلسلة التسويق بما في ذلك التجار والمجهزون بل والمستهلكون. يقول كلايف لايتون بصفته رئيس المشروع: "المشروع يجمع بين أبعاد الاتصال وأبعاد التسويق، وللتسويق صلة وثيقة بالدخول المباشر وهو شديد الاعتماد على المعلومات، ولا يقتصر الأمر على المعلومات المتعلقة بالأسعار، ولكنه يشمل أيضاً المعلومات المتعلقة بالأسواق مثل المعلومات عن نوعية المنتجات وما يرد إلى السوق. وهو إذن في حاجة إلى معلومات مكثفة. وقد جمعنا بين ذلك وبين إمكانيات كسب الدخل، ومن ثم كانت القوة الدافعة للمشروع".

وال المشكلة التي تواجه الميل الأول على الفور أثناء تنفيذ المشروع الرائد الذي مدته سنتان هي استيانة الطريقة التي يمكن بها لصغار المزارعين الاتصال بالإنترنت عن طريق وسطاء من أجل الحصول على المعلومات المتعلقة بالسوق والاتصال بمجموعات المزارعين الأخرى، ومجموعات المجهزین والتجار، والاتصال المباشر مع المستهلكين عند تكوينهم لسلاسل التسويق الخاصة بهم والتي تصل المنتج بالمستهلك. وخلال المرحلة الأولى من المشروع التي امتدت من مايو/أيار حتى يوليو/تموز 2005، قُيمت الفرص المتاحة للسكان المحليين في الوقت الحاضر للوصول إلى تكنولوجيات المعلومات والاتصالات، وتمت دراسة مدى اهتمامهم بالعمل معاً لمعرفة سلاسل التسويق. وأتيح لصغار المزارعين والمجهزین والتجار الذين حضروا حلقة عمل أولية عقدت في أروشا، تنزيانيا، في أوائل يوليو/حزيران أن يدرسو معًا المشكلات التي يواجهونها في مجال التسويق، وأدركوا أن أيًّا منهم لم يقدر المشكلات التي تواجه غيرهم في سلسلة التسويق حق قدرها، وأبدوا اهتماماً كبيراً بالعمل معاً واققووا على أنهم سيفيدون جميعاً من زيادة التعاون على طول سلسلة التسويق. وتشكلت مجموعات تعليمية تستطيع التوصل إلى استخدام تكنولوجيات مثل البريد الإلكتروني والإنترنت لتقاسم المعلومات والتجارب والمعارف.

الاتصالات والتعليم من أجل تحسين الروابط بالأسواق

ويعبر منسق البرنامج، ناثانييل كاتينيلا، عن ذلك ببساطة كما يلي: "الغرض من البرنامج هو تحسين نظم التسويق لتمكين السكان من التجارة على نحو عادل تماماً. وخلاصة القول هي أن كلًا من البائع والمشتري ينبغي في نهاية النهار أن يعودا راضيين إلى بيتهما. وهو ما يعني أن كلًا منها يحقق ربحاً، ولن يتعرض أيٌّ منها للخسارة".

ويعمل البرنامج مع حوالي 1 000 مجموعة لمنججين في المناطق الشمالية والجنوبية من البلد، وهي: مناطق كلينجارو وتانغا وأروشا ومانيارا في الشمال، ومناطق إرينغا وبانيا وروفوما ورووكوا في الجنوب. ولغاية المتواخة هي مساعدة مجتمعات المنججين على تحسين وضعهم التفاوضي في الأسواق عن طريق تمزيق قدراتهم على تحديد فرص التسويق، والتفاوض بشأن الأسعار بالنسبة لكل من البيع والشراء، وعلى أن تكون لهم كلمة في رسم السياسات.

كما يساعد البرنامج مجتمعات المنججين على الاتصال بمنظمات القواعد الشعبية الأخرى والمجazzين والتجار وغيرهم في سلسلة التسويق، ومع المصادرين. وقد حدد البرنامج الزراعي لتطوير نظم التسويق إقامة الشبكات بوصفه أساساً في نجاح تلك الأشطة، وطلب دعم الصندوق في مجال دراسة الاهتمام المحلي بالتعلم بين النظير والنظير كطريقة لتحسين شبكات التسويق والاتصالات، وخاصة بتبادل المعلومات عبر الإنترنت. ومشروع الميل الأول محاولة لتلبية هذه الاحتياجات. وهو يتصدى لمشكلات الوصول إلى الأسواق والمعلومات على السواء. فمن المفترض هنا أن جميع الأطراف المعنية في سلسلة التسويق يفيدون عندما تقوى الروابط بالأسواق. ومن الوسائل الأساسية لتحسين الروابط بالأسواق توافر فرص أفضل للحصول على معلومات الأسواق.

يعيش معظم فقراء تنزانيا في المناطق الريفية، وهم في الغالب من صغار المزارعين الذين تمثل الزراعة بالنسبة لهم المخرج الوحيد من الفقر. لكن المزارعين الفقراء يواجهون صعوبات كبيرة في تسويق منتجاتهم، وكثيراً ما يضطرون إلى بيع منتجاتهم بأسعار منخفضة وشراء المدخلات الزراعية بأسعار مرتفعة إذ لا يكاد يكون لهم خيار فيمن يبيعون له أو في سعر البيع. ولما كانوا منقطعون الصلة بالمستهلكين وراسمي السياسات، فليس لهم عادة سيطرة على نقل منتجاتهم وتغذتها وتجهيزها وهي في طريقها عبر سلسلة التسويق، ولا يجوز التقليل من أهمية تحسين نظم التسويق الزراعية بالنسبة للفقراء الريفيين.

والبرنامج الزراعي الذي تضطلع به حكومة تنزانيا لتطوير نظم التسويق هو مبادرة واسعة النطاق ترمي إلى زيادة الأمن الغذائي والدخول لدى الفقراء الريفيين عن طريق تحسين بنية وأداء نظم تسويق المحاصيل في البلد. ويعمل البرنامج، الذي ينفذ على مدى سبع سنوات وتبلغ تكاليفه 42.3 مليون دولار أمريكي والممول جزئياً بقرض مقدم من الصندوق قيمته 16.3 مليون دولار أمريكي. في أربعة مجالات رئيسية هي:

- تطوير سياسات التسويق الزراعية
- تمكين صغار المنتجيين عن طريق بناء قدراتهم على إدارة المشاريع التجارية والتنظيم وتحسين صلاتهم بالأسواق
- تقديم خدمات مالية متعلقة بالتسويق حتى يمكن صغار المزارعين الذين يستخدمون المستودعات من الحصول على القروض لفترة فيما بين الحصاد والبيع
- تطوير البنية التحتية الريفية للتسويق بما في ذلك مراقب التخزين والأسواق والطرق.



الاتصالات الجيدة و إقامة الشبكات أمر يتعلق بالبشر ولا يتعلق بتكنولوجيات المعلومات والاتصالات، وذلك وفقاً لإحدى الدراسات

يعد تحسين إمكانية وصول السكان الريفيين إلى تكنولوجيات المعلومات والاتصالات
أدوات لدعم الاتصالات والتعليم موضع اهتمام خاص في مشروع الميل الأول

سيكونون شرطاً أساسياً للنجاح هذا المشروع".

ويقول رئيس المشروع كلايف لايتونت إن أهمية الوصول إلى المعلومات المحلية المهمة لا يمكن القليل من شأنها. ويقول: "المعرفة المحلية هي معرفة مهمة. والسكان المحليون يريدون أن يستمعوا إلى قصص النجاح ومعلومات بشأن ما هو فعال بالنسبة للسكان المحليين الذين يعانون من نفس الظروف والمشكلات. والميل الأول محاولة لاستخدام تكنولوجيات المعلومات والاتصالات لتلقي تلك المعرفة والمعلومات وتقاسمها على نطاق واسع".

وروعي في التشخيص المتعلق بتكنولوجيات المعلومات والاتصالات السياق القطري بما في ذلك سياسة الحكومة في مجال الاتصالات والإطار التنظيمي وحالة قطاع الاتصالات في الوقت الحالي. كما ركز التشخيص على إمكانية الوصول إلى تكنولوجيات المعلومات والاتصالات في المناطق الريفية. وأجريت مقابلات مع مجموعات وأفراد في عدة قرى في مقاطعاتها ياباتي في الشمال، ومع أعضاء مجموعات من مقاطعة مبيا الجنوبية بغية تكوين صورة عن كيفية إجراء السكان للاتصالات في الوقت الحاضر وموضع هذه الاتصالات. وعن إمكانية وصولهم إلى تكنولوجيا الاتصال بما في ذلك الهاتف المحمولة والهواتف ذات الخطوط الأرضية وأجهزة الفاكس والحواسيب والبريد الإلكتروني والراديو والتلفزيون والصحف.

وكانت النتائج الرئيسية كما يلي:

- يتزايد استخدام الهاتف المحمولة ويسع نطاق استخدامها في المناطق الريفية بينما تمتد تعطيتها في جميع أنحاء البلد.
- القدرة على استخدام الهاتف المحمولة ليست مرادفة لامتلاكها. نظراً لشيوع تقاسم الملكية والاستعانة بالخدمات التجارية التي تقوم على الدفع مقابل الاستخدام.
- يستخدم الراديو على نطاق واسع كمصدر للمعلومات والترفيه، ولكن كثيراً من الناس يشعرون بأنه لا يقدم معلومات وافية عن الزراعة والأسواق.
- معظم الناس أتيح لهم أن يشاهدو الحاسوب ولكنهم لم يستخدموه.
- كثير من الناس سمعوا بالبريد الإلكتروني ولكنهم لم يستخدموه قط.

المشروع يدرس كيف يمكن لتقنيات المعلومات والاتصالات مثل الهاتف المحمولة والبريد الإلكتروني والإنترنت أن تساعد صغار المزارعين والتجار وغيرهم في سلسلة التسويق عند تعلمهم العمل والتفكير معاً بدلًا من التنافس فيما بينهم على إقامة علاقات تسويقية أكثر عدلاً وفعالية.

لقد أصبح من الواضح منذ البداية أن العنصر الأساسي للنجاح ليس هو تكنولوجيات المعلومات والاتصالات نفسها. بل هو استعداد السكان المحليين للعمل معاً لتقاسم المعلومات والمعرفة عن الأسواق.

وقد تبين من دراسة أجريت في يونيو/حزيران 2005 خلال المرحلة الاستكشافية من المشروع أنه لا توجد أساليب تقنية تحول بين المنتجين وغيرهم من الأطراف الفاعلة الرئيسية في سلسلة التسويق وبين الاتصال فيما بينهم بصفة منتظمة عن طريق استخدام الهاتف المحمولة للنداء أو إرسال الرسائل النصية واستخدام البريد الإلكتروني بدرجة أقل. والمشكلة الكبرى ليست هي الوصول إلى التكنولوجيا . فهي أقرب والوصول إليها أسهل مما كان يبدو في البداية . بل هي ما إذا كان الناس يشعرون أن لتبادل المعلومات قيمة تبرر التكاليف.

ورئي في الدراسة أن السكان الريفيين في تنزانيا أصبحوا يدركون أن تكنولوجيات المعلومات والاتصالات نفسها مثل البريد الإلكتروني والإنترنت ليست بعيدة المنال، وهم مهتمون باستخدامها للاتصال عبر المسافات. إلا أن نوعية المعلومات، وخاصة من حيث أهميتها ونفعها، أمر أساسي. وقال الأشخاص الذين أجريت مقابلة معهم في إطار الدراسة إنهم غير مستعدون لإنفاق الوقت دعك من المال لاستخدام التكنولوجيا من أجل الاتصالات إلا إذا كانت المعلومات شديدة القيمة.

وأكدت الدراسة على أن الاتصال الفعال لا يقتصر الأمر فيه على مد الكبلات وبناء أبراج الموجات الدقيقة وفتح مقاهي الإنترت. وهو يعتمد على إقامة شبكات من الأشخاص الذين لديهم معلومات مهمة لتقاسمها. فالأمر كما رأى مدير البرنامج القطري للصندوق في تنزانيا عندما قال: "الأمر الذي تفوق أهميته أهمية تكنولوجيات المعلومات والاتصالات بمراحل هو الاتصال ذاته. وذلك أن السكان الريفيين الذين يعملون على الوصول إلى المعلومات المحلية المهمة وتقاسمها في الوقت المناسب

الهواتف المحمولة



نهاية عن آخر إرسال رسالة إلكترونية أو إنزال معلومات من الإنترنت، أمر شائع إلى حد كبير. ففي باقائي، على سبيل المثال، لم يتع لخدمة عيسى قط استخدام حاسوب، ولكنها أرسلت رسالة إلكترونية. وقامت نهاية عن مجموعة محلية من النساء العاملات بالتجهيز بحمل رسالة مكتوبة إلى مكتب البريد المحلي حيث كتبها أحد الموظفين على الحاسوب وأرسلها نهاية عنها.

الเทคโนโลยياً أدأة

أكيد الدراسة مزاييا العمل في مجموعات. فضفاف المزارعين الأعضاء في مجموعات محلية للمتاجرين كانوا أقدر على الوصول بانتظام إلى المعلومات التي تساعدهم على تحسين الإنتاج وحل المشكلات والحصول على معلومات عن الأسعار في السوق المحلية. وكانوا يتقاسمون المعلومات والمعارف بالفعل مع غيرهم من المتاجرين، كما كان استخدام الهاتف المحمولة أكثر رجحانًا بينهم. وقد استثمرت بعض المجموعات في هاتف محمول ليتقاسم الأعضاء استخدامه.

ويطلبنوم المجموعات وبقاها على قوتها بعض الوقت لتنتيمية الألفة والثقة والدافع القوي إلى التعاون. يقول كوك في هذا الصدد: "عندما يجد الناس أن لهم غرضًا مشتركاً وأبدواون الحصول على مزيد من المعلومات المهمة بالنسبة للمجموعة عن الأسعار مثلاً أو إمدادات المدخلات بالجملة، فإنهم يبدأون على نحو تدريجي التعاون مع بعضهم البعض. وكلما أخذوا يعملون من أجل غرض مشترك واضح، زاد الثقة فيما بينهم، وهو أمر في غاية الأهمية لتنمية المجموعة إذ يمكنهم من العمل مع المجموعات الأخرى".

ويرى فينكون نيمبو أخصائي التسويق الزراعي ومنسق عنصر الروابط التسويفية في البرنامج الزراعي لتطوير نظم التسويق أن النتيجة في الأجل الطويل هي نشوء منظمات قوية للمزارعين تستطيع تخطيط وإنشاء مشاريع تجارية جديدة وأكثر ربحاً، والاستناد إلى معلومات أفضل عن الأسواق، والتعاون مع غيرهم في سلسلة التسويق. يقول نيمبو: "كلما زادت إيرادات القراء الريفيين، قل فقرهم. وذلك ما نعمل من أجله".

أكيد الدراسة أن التغير يحدث بسرعة في قطاع الاتصالات بتزانيا. ولم يبدأ معظم الأشخاص الذين تمت مقابلتهم استخدام هاتف محمول إلا في الشهور الالئى عشر أو الثمانية عشر الماضية. ولكن حيوية التنافس وزيادة جودة التغطية في المناطق الريفية من جانب شركات الهاتف المحمول يعني أن بعض السكان الريفيين الذين يستخدمون الهاتف المحمولة ربما لم يستخدمو خطاً أرضياً قط. وكذلك قد يعني إدخال تكنولوجيا الخدمة العامة للاتصال الراديوي عن طريق الرزم والتي يستسمح للناس باستقبال البريد الإلكتروني على الهاتف المحمولة في المستقبل القريب، قد يعني أن الحاجة إلى استخدام حاسوب لإرسال البريد الإلكتروني ستختفي قبل أن يتأت لأغلبية الناس أن يروا حاسوباً.

وقال حوالي 90 في المائة من أعضاء المجموعات الذين شملهم الاستقصاء في المقاطعات الشمالية إنهم يستخدمون الهاتف المحمولة. وإنخفض هذا الرقم إلى حوالي 50 في المائة من أعضاء المجموعات في مبيا حيث يقل امتداد التغطية الريفية.

والمعدل الإجمالي لملكية الهاتف المحمولة منخفض؛ فهو يبلغ حوالي 2.5 في المائة من السكان. ولكن استخدام هذه الهاتف عن طريق الأصدقاء والأقارب والمتجار المحلية يبلغ 70 في المائة في كثير من المناطق الريفية.

يقول جوناثان كوك أخصائي الاتصالات الذي أجرى تشخيص تكنولوجيا المعلومات والاتصالات: "هناك عدد كبير جداً من الأشخاص الذين أتيح لهم على الأقل استخدام الهاتف المحمولة. غير أن العدد الفعلي لم يمكّن هاتقاً مهولاً أقل من ذلك بقليل، ولكن استخدامه أكبر كثيراً من امتداده". وتستخدم الهاتف المحمولة في جميع الحالات تقريباً لإجراء الاتصالات الاجتماعية. أي للاتصال بالأسر والأصدقاء. ولا يحدث ذلك عادة إلا عند الحاجة العاجلة. أما الآن وقد أثبتت الهاتف المحمولة جدارتها، فإن كثيراً من الناس بدأوا يفكرون في إمكانيات استخدامها لأغراض أخرى مثل الحصول على معلومات مستوفاة ومنظمة عن الأسعار والأسواق المحلية. والتغطية الشبكية ممتدة في تزانيا ويسع نطاقها بسرعة. وفي حين أن التغطية أقوى وأقرب في المناطق الحضرية بما في ذلك مدن الأقاليم والمحافظات والمقاطعات، فإن حوالي 60 في المائة من القرى توافر لها فرص الاتصال المباشر. وفي الوقت الحاضر تقام وسائل التعزيز حتى في المناطق النائية بغية مد نطاق التغطية بمقدار 20 أو 30 كيلومتراً من أقرب عمود للهاتف.

ولكن التحديات جسيمة. فرغم التزايد الضخم في استخدام الهاتف المحمولة، فيما زال عدد العملاء الذين يستخدمون خدمات الاتصالات لا يفوق مليونين إقليلًا في بلد يبلغ فيه عدد السكان 35 مليوناً.

البريد الإلكتروني والإنترنـت

في المناطق الريفية يتزايد عدد الأشخاص الذين سمعوا بالبريد الإلكتروني والإنترنـت، وثمة عدد مثير للدهشة من الأشخاص الذين شاهدوا استخدامها. غير أن النسبة الفعلية لمن استخدموها بالفعل منخفضة جداً. ولكن التغير هنا واقع بسرعة كما هو الحال بالنسبة للهاتف المحمولة. ففي عدد متزايد من مدن المقاطعات يقوم الموظفون في مقاهي الإنترنـت بل وفي مكاتب البريد المحلية بمساعدة الناس على فتح حسابات للبريد الإلكتروني وعلى كتابة واستخدام رسائل لهم. واستخدام الوسطاء على هذا النحو بحيث يتولى شخص واستقبال رسائل لهم.

وقال كل من أجريت معه مقابلة في إطار تشخيص تكنولوجيا المعلومات والاتصالات إنه يريد معلومات أفضل عن الأسواق، وخاصة المعلومات المستوفاة عن الأسعار في السوق المحلية وكذلك عن الأسعار في أرجاء البلد. وتعد لوحات الإعلانات القروية وصلة مهمة في سلسلة المعلومات التي قد تتضمن في نهاية المطاف الهواتف المحمولة والراديو والبريد الإلكتروني والإنترنت.

الربط بين المتعلمين المحليين

من الأجزاء الأساسية في مشروع الميل الأول خدمة دعم تعليمية قائمة على الإنترن特 وتتيح لمجموعات المتعلمين تقاسم المعلومات والمعرف عن أوجه نجاحهم وفشلهم، وإجراء مناقشات، وتكوين مكتباتهم الخاصة عن أفضل الممارسات المحلية. كما تقدم الخدمة التوجيهية على الخط.

وتحقيق الخدمة. التي تسمى "Linking Local Learners" (الربط بين المتعلمين المحليين) ويمكن الوصول إليها على الموقع <http://www.linkinglearners.net>. لمجموعات المتعلمين الذين يقيمون بعيداً بعضهم عن البعض الآخر ولا تكاد توجد بينهم صلات



مادية أن يتحادثوا عن تجاربهم ومشكلاتهم، ويتقاسموا خبراتهم وأفكارهم عن طريق الالتماء إلى مجتمع تعليمي يقوم على الممارسة. والخدمة مفتوحة أيضاً لموظفي المشروع وشركائه وجهاته المانحة وغيرهم من المهتمين بالتعليم وأفضل الممارسات الناجحة عن تفاعل صغار المنتجين والمجهزين والتجار وغيرهم من المشاركون في المبادرة. ومثال ذلك أن تقاسم المعلومات يمكن أن يقوم بين المزارعين أو بين المزارعين والتجار، أو بين المزارعين وموظفي الخدمة المدنية. وتتيح لهم الخدمة تجميع معارفهم بحيث يستطيعون التعلم من تجارب الغير وإتاحة معارفهم كمورد مشترك.

يقول رئيس المشروع كلايف لايتونوت: "تشتد سرعة التطوير عندما تصل بين أشخاص يعيشون بعيداً عن بعضهم البعض وليس بينهم عادة صلات، وبذلك يستطيعون تقاسم ابتكاراتهم وأفكارهم ومعلوماتهم عن كففة حلمهم لمشكلاتهم".

لوحات الإعلانات القروية أو
الجمع بين التكنولوجيا البسيطة
والเทคโนโลยيا المتقدمة من أجل
اتصالات أفضل

التكنولوجيا الجديدة ليست أفضل دائماً من غيرها. ففي بعض الأحيان يمكن لـ تكنولوجيا الاتصال البسيطة التقليدية أن توفر أنجح حل لتقاسم المعلومات. وكثيراً ما يستخدم صغار المزارعين لوحات الإعلانات القروية للحصول على المعلومات عن الأسعار. ولوحات المعلومات المتعلقة بالأسواق ثمرة جهد يُستند إلى قاعدة محلية ويرجع له البرنامج الزراعي لتطوير نظم التسويق الذي يتبّع المعلومات للجميع. وتعد هذه اللوحات تنويعاً على تقليد موروث في تزاينا هو" دوا. كالي، وهي عبارة سواحلية تعني "مكتباً تحت الشمس" أو مكاناً يحتمن به من الشمس. ويضع المعلومات على لوحات الإعلانات أعضاء المجلس ورؤساء مجموعات المنتجين ومراقبو الأسواق الذين يستأجرهم البرنامج لرصد الأسعار والأنشطة في الأسواق في مقاطعتهم.

ولكن كثيراً من المنتجين شكوا من أن الأسعار المعلنة على اللوحات لا تستوفى في جميع الحالات. والمنتجون في حاجة إلى استيفاءات للأسعار بصفة منتظمة، والوضع الأفضل أن يكون ذلك مرة أو مرتين في اليوم؛ ولكن أغلبية لوحات الإعلانات في القرى تستوفى مرة في الأسبوع. ومع ذلك فلولوحات الإعلانات مصدر مهم للمعلومات في كثير من القرى، وفي الوقت الحاضر يتقدّم كثيرون من أعضاء المجموعات في استخدام الهواتف المحمولة للحصول على استيفاءات منتظمة بشأن أسعار السوق لكي توضع على لوحات الإعلانات.

وتواهيا عبد الله مويتا رئيس مجموعة المنتجين القروية في قرية ماغاديني مقاطعة هاي، وهو مسؤول عن استيفاء المعلومات المتعلقة بالسوق على لوحات الإعلانات. يقول في هذا الصدد: "نّة حاجة في بعض الأحيان إلى وقت أطول لاستيفاء المعلومات بسبب صعوبات الاتصال، ولكننا نفعل كل ما في وسعنا في هذه الأيام، وخاصة مع وفود الهواتف المحمولة. وقد تكون لوحات المعلومات بسيطة، ولكن أغلبية الناس قبل أن تبدأ في استخدامها لم تكن تتلقى أي أخبار على الإطلاق عن أسعار السوق".





وخلال المراحل الأولى من مشروع الميل الأول تم تدريب أعضاء المجموعات التعليمية على كيفية استعمال الخدمة. وعندما تتوارد المجموعات التعليمية سيكون دورها مساعدة أعضاء المجموعات الأخرى على استخدام الخدمة والانقطاع بها إما عن طريق الاتصال المباشر أو الاستعانة بوسطاء. وقد وضع لمشروع الميل الأول برنامج حاسوبي خاص به وذلك لمساعدة الأشخاص الذين لا توافر لهم فرص الاتصال المباشر بالإنترنت على استخدام خدمة الرابط بين المتعلمين المحليين.

الراديو: وسيلة إعلامية تستخدم على نطاق واسع

رغم ثورة الهاتف المحمولة في المناطق الريفية من تنزانيا، فإن الراديو ما زال أكثر الوسائل الإعلامية استخداماً للوصول إلى المعلومات. يصل بث راديو تنزانيا، وهو الإذاعة الوطنية، إلى حوالي 90 في المائة من البلد. فكل شخص من أجربت معه مقابلة في إطار تشخيص تكنولوجيا المعلومات والاتصالات كان يمتلك مديعاً مهماً كان مستوى دخله. ويستمع الكثيرون إلى برامج المعلومات الزراعية التي يبثها راديو تنزانيا. إلا أن الكثرين قالوا إن المعلومات المقدمة عن الأسواق غير وافية أو غير مناسبة لاحتياجاتهم. ولكن إذاعة المجتمع المحلي التي من شأنها أن تتمكن المزارعين من زيادة اشتراكهم في تحديد المضمن محدودة في تنزانيا. إلا أن المحطات الإذاعية الخاصة FM تشجع ثقى المعلومات الاسترجاعية من المستمعين، ولكتها تذيع من المدينة والبلدان الكبيرة وتطبقها محدودة في المناطق الريفية النائية. ومن الممكن في الوقت الحاضر الحصول على التراخيص الإذاعية على مستوى المقاطعات، وهناك إمكانيات مهمة غير مستغلة يمكن للمحطات الإذاعية المحلية بها تقديم المعلومات عن الأسواق.

أداة قوية للتنمية الريفية

الصندوق الدولي للتنمية الزراعية وكالة متخصصة في وكالة الأمم المتحدة تكرس جهودها لاستئصال الفقر الريفي في البلدان النامية. ويعيش 75 في المائة من أفق سكان العالم. أي 800 مليون امرأة و طفل ورجل. في المناطق الريفية ويعتمدون في كسب رزقهم على الزراعة وما يتصل بها من أنشطة. يعمل الصندوق عن طريق تقديم القروض منخفضة الفائدة والمنح مع الحكومات على وضع وتمويل برامج تمكن الفقراء الريفيين من التغلب على الفقر بأنفسهم. وتعد تكنولوجيا المعلومات والاتصالات أداة قوية للتنمية الريفية. إلا أن هناك بعض الشروط التي ينبغي الوفاء بها قبل أن تسهم تكنولوجيات المعلومات والاتصالات إسهاماً ذا مغزى في تحسين حياة الفقراء الريفيين. وتتمثل هذه الشروط بالملكية والمصادر المحلية

واللغة والثقافة والتكنولوجيا المناسبة. ولا يصبح الوصول إلى تكنولوجيات المعلومات والاتصالات مهماً إلا إذا لبى هذه الشروط. ويمثل النهج الذي يتبعه الصندوق في تناول استخدام تلك التكنولوجيات لدعم التنمية في التركيز على البشر لا على التكنولوجيا.

مبادرة ترمي إلى التعلم والتقاسم

تقوم شعبة الاتصالات في الصندوق بتوثيق عمليات التعلم والتبادل التي تتم خلال الفترة المخصصة لمشروع الميل الأول، وذلك عن طريق التصوير الفوتوغرافي والفيديو والنصوص. والتحدي هنا هو استثناء وتوسيع آثار المشروع بطرق شاملة وذات مغزى ومتاحة للجماهير داخل المنظمة وخارجها. ويجري استخدام نهج مواضعي لتوثيق الشروط السابقة والعمليات والنواتج والدروس الناتجة. وال المجالات المواضيعية هي:

- الشروط العامة لاستخدام الفقراء الريفيين لتلك التكنولوجيات
- استخداماً ذا مغزى
- العزلة الجغرافية والاقتصادية والثقافية
- التعليم وأثره على سبل عيش الفقراء الريفيين
- القدرة على الاستجابة للطلب المجتمعي

للاتصال

Ides de Willebois
Country programme manager,
Tanzania
IFAD
E-mail: i.dewillebois@ifad.org

Clive Lightfoot
Leader, First Mile Project;
Executive director, International
Support Group
E-mail: clive.lightfoot@linkinglear-
ners.net

Nathaniel Katinila
Coordinator, Agricultural
Marketing Systems Development
Programme
E-mail: amsdp@cybernet.co.tz

Roxanna Samii
Web manager
IFAD
E-mail: r.samii@ifad.org

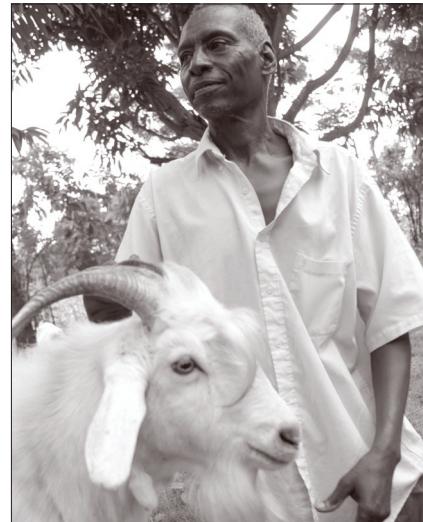
Helen Gillman
Editorial services manager
IFAD
E-mail: h.gillman@ifad.org

الوصلات

First Mile Project
<http://www.firstmiletanzania.net/>

Linking Local Learners
<http://www.linkinglearners.net/>

IFAD in Tanzania
<http://www.ifad.org/english/operations/pf/tza/index.htm>



وتوصيوا ليما الذي يبلغ من العمر 68 سنة مزارع عضوي في قرية شيرين جورو. وهو يزرع محاصيل مختلفة من المحاصيل في أرضه التي تبلغ مساحتها هكتارين، بما في ذلك الخضروات والذرة وعباد الشمس والبن؛ وهو دائم البحث عن تقنيات جديدة للزراعة العضوية. وتعد قطع الأرض التجريبية التي تزرع بالتعاون مع مزارعي الجيرة مصدراً جيداً للأفكار الجديدة. ويبدو ليما أن يتصل بمجموعة من المزارعين العضويين في أوغندا؛ فقد سمع أنهم صنعوا واستخدمو بنجاح سماداً عضوياً أساسه دبس السكر. ولكنه لا يجد طريقة للاتصال بهم. ورغم أن ليما سمع بالبريد الإلكتروني والإنترنت، فإنه لم يشاهدهما أو يستخدمهما قط. غير أنه تروق له فكرة قدرة البريد الإلكتروني على مساعدته على الاتصال بتكاليف رخيصة عبر مسافات طويلة مع أناس مثل المزارعين العضويين في أوغندا. فقد قال: "ربما كان البريد الإلكتروني مفيداً جداً. لقد حاولنا صناعة سماد عضوي باستخدام الدبس، ولكن ذلك لم ينجح. وكان علينا التعلم من تجارب الغير".

وتوصيوا ليما واحد من عدد متزايد من المزارعين في تنزانيا الذين بدأوا لتوهم في النظر في الفوائد التي يمكن أن تتجسد عن تكنولوجيات المعلومات والاتصالات. وكثيرون بما فيهم ليما يستخدمون الهواتف المحمولة بالفعل، وذلك أساساً للاتصال بالأبناء الذين يعيشون بعيداً عن موطنهم وغيرهم من أعضاء الأسرة البعيدين. ولكن الناس أصبحوا يستخدمون هواتفهم المحمولة على نحو متزايد لتبادل المعلومات الزراعية مع غيرهم في مجموعات المزارعين فيما بين الاجتماعات، أو للحصول على معلومات مستوفاة من الأسواق المحلية. وفي أماكن مثل شيرين جورو حيث مازالت أغلبية السكان تعتمد على لوحة الإعلانات في القرية كمصدرهم الرئيسي للمعلومات، قد يبدو أن استخدام الحواسيب والإنترنت على نطاق واسع في الاتصالات اليومية مازال أمراً بعيداً.

إلا أن التجارب المبكرة الناجمة عن مشروع الميل الأول ثبتت أن الوصول إلى الإنترت ليس بعيداً كما يبدو. يقول جوناثان كوك الذي أجرى دراسة عن الوصول إلى تكنولوجيات المعلومات والاتصالات في تنزانيا في يونيو/حزيران 2005: "رغم أن الناس لا يستطيعون الوصول مباشرة إلى البريد الإلكتروني والإنترنت، فإنهم ليسوا في الواقع بعيدين عن ذلك على الإطلاق. فبإمكانهم عن طريق وسيط أو وسيطين استخدام الإنترت والبريد الإلكتروني اليوم. ورغم أن أقرب مقهى للإنترنت قد يكون على بعد 100 كيلومتر، فإن الناس يسافرون على الدوام من أنقى القرى إلى أقرب مدينة يوجد فيها مقدم خدمات الإنترت".

ويرى كوك أن اتساع نطاق استخدام البريد الإلكتروني والإنترنت في المناطق الريفية بتنزانيا أصبح أمراً منظوراً في حدود المستقبل القريب. "من الواقع تماماً توقع زيادة استخدام الإنترنت حتى في أنقى المناطق الريفية عندما تبدأ مجموعات مثل منظمات المزارعين استخدام هذا الشكل من أشكال الاتصال للعمل ولتقاسم الأفكار بين المجموعات وبين الأفراد عبر المسافات الطويلة. ويرجع ذلك إلى ضآلة تكاليف التكنولوجيا وإلى إمكان تقاسم مقدار كبيرة من المعلومات أكبر بكثير مما يمكن تقاسمه عن طريق الرسائل النصية على الهاتف المحمول".



International Fund for
Agricultural Development
Via del Serafico 107,
00142 Rome, Italy
Telephone: +39 06 54591
E-mail: ifad@ifad.org
www.ifad.org