



دور الإعلام الإلكتروني في توعية القادة الإرشاديين ببعض الأزمات الزراعية في محافظة كفر الشيخ

عادل إبراهيم محمد على الحامولي^١، ومنال فهمي إبراهيم^١، ومحمد أبو المعاطي سليمان^٢، ومحمود حسونة^١

قسم الاقتصاد الزراعي، كلية الزراعة، جامعة كفر الشيخ، جمهورية مصر العربية

معهد بحوث الإرشاد الزراعي، مركز البحوث الزراعية، جمهورية مصر العربية

يستهدف البحث بصفة رئيسة التعرف على دور الإعلام الإلكتروني في توعية القادة الإرشاديين ببعض الأزمات الزراعية بمحافظة كفر الشيخ، أجري البحث بمحافظة كفر الشيخ لأنها من المحافظات الرائدة زراعياً وبالتالي تتعرض للعديد من الأزمات الزراعية، تم اختيار ستة مراكز إرشادية في ستة مراكز إدارية بالمحافظة بطريقة عشوائية بسيطة من بين ٢٣ مركزاً إرشادياً يغطي قرى المحافظة، وبلغ عدد القادة بالمراكز المختارة ٨١ قائداً ليمثلوا شاملة البحث، وتم تحديد حجم العينة من جداول كرجسي ومورجان فبلغ قوامها ٦٧ مبحوثاً أخذت بطريقة عشوائية بسيطة. جمعت البيانات بالاستبيان الشخصي وتم تفرغها وإدخالها إلى الحاسب الآلي لتحليلها، واستخدمت عدة أدوات إحصائية هي: التكرارات، والنسبة المئوية، والمدى، والمتوسط الحسابي، والانحراف المعياري، والمتوسط المرجح. وتركزت أهم النتائج في: تبين أن ٥٢,٢٪ من المبحوثين يرون أن الإعلام الإلكتروني ليس له دور في تنمية وعيهم ببعض الأزمات الزراعية، وأن ١٩,٤٪ منهم جاءوا في فئة الدور المنخفض، و١٦,٤٪ منهم جاءوا في فئة الدور المتوسط، بينما جاء ١١,٩٪ فقط منهم في الفئة المرتفعة. وأن أهم أسباب استخدام الإعلام الإلكتروني في تنمية وعيهم هي: سرعة نشر المعلومات المتعلقة بالأزمات الزراعية بنسبة ٩٧٪، وإبراز ردود الأفعال حول تطبيق نتائج البحوث للتغلب على مختلف الأزمات الزراعية بنسبة ٩٢,٥٪، وتعريف المجتمع بالأحداث والأزمات الزراعية بنسبة ٨٩,٦٪، وإمكانية توصيل المعلومات إلى أكبر عدد من المسترشدين أو المرشدين في وقت قصير بنسبة ٨٨,١٪، وسد النقص المستمر في أعداد العاملين الإرشاديين بنسبة ٨٥,١٪. وكانت أهم الأشكال الفنية السمعية البصرية للرسالة الإعلامية الإلكترونية لتنمية وعيهم هي: نقل الاجتماعات والندوات الإرشادية عن الأزمات الزراعية بمتوسط مرجح ١٦,٣ درجة، ثم إعداد أفلام تسجيلية عن أهم الأزمات الزراعية بمتوسط مرجح ١٦ درجة، وعمل تحقيقات صحفية حول الأزمات الزراعية بمتوسط مرجح ١٥,٨ درجة.

الكلمات المفتاحية: أداء، الأزمة، الإعلام، أسباب، الأشكال الفنية، الدور.

المقدمة ومشكلة البحث

تمثل الزراعة في المجتمع المصري أحد الركائز الأساسية في تحقيق أهداف التنمية المجتمعية المستدامة، إذ تمتلك القدرة على مساندة كافة القطاعات الاقتصادية الأخرى، إضافة إلى ما يحتله قطاع الزراعة من دوراً محورياً في الاقتصاد القومي المصري، وبالتالي فتحقيق التنمية الزراعية المستدامة ضرورة لا غنى عنها لتحقيق التقدم الاقتصادي والرخاء الاجتماعي والرضا النفسي لأفراد المجتمعات الريفية. ويتأثر الإنتاج الزراعي بالعديد من العوامل الطبيعية كالتقلبات المناخية والبيئية والتكنولوجية والإصابة بالآفات الحشرية والمرضية وتجريف التربة وتدهور خصوبتها، بالإضافة إلى المخاطر الاقتصادية المحلية والدولية كتقلبات الأسعار للمحاصيل وعناصر الإنتاج، والتقلبات في إنتاجية المحاصيل الزراعية، وعدم توافر المعلومات الكاملة عن الظروف الإنتاجية المستقبلية، والأمطار الغزيرة، والسيول، والرياح، والارتفاع أو الانخفاض الحاد في درجات الحرارة والرطوبة، وموجات الجفاف والتصحر، وانخفاض مستوى الماء الأرضي، ونقص مياه النيل، ... إلخ من العوامل التي يصعب على المنتج الزراعي تقديرها بدقة أو تحمل آثارها بمفرده لصعوبة التنبؤ بها أو التحكم فيها، كل ذلك يشكل أزمات تؤثر سلباً عليه.

*Corresponding author e-mail: drelhamoly@gmail.com

Received: 05/10/2024; Accepted: 02/11/2024

DOI: 10.21608/jsas.2024.326229.1489

©2024 National Information and Documentation Center (NIDOC)

ويشهد العالم اليوم تطورات هائلة ومستمرة في مجال تكنولوجيا الاتصال والمعلومات، تغيرت من خلالها ملامح الحياة جاعلة المعمورة قرية كونية صغيرة أُغيت فيها الحواجز المكانية والزمانية، بفضل الإنترنت والتكنولوجيا الحديثة التي أحدثت طفرة نوعية في مجال الاتصال والتواصل بين الأفراد، والتي كان لها أثر كبير على المجتمع بصفة عامة وعلى الزراعة بصفة خاصة، كون الإنترنت يمتلك قدرة مثيرة للإعجاب في بث الرسائل بشكل فوري عبر المسافات الواسعة بفضل التطور في أساليب وتطبيقات اتصالية سمحت للجمهور بأن يكون فعالاً ومتفاعلاً بدل أن يكون متلقي فقط كما كان في السابق. وأدت هذه التطورات الهائلة في تكنولوجيا الاتصال إلى ظهور نمطاً إعلامياً جديداً عرف بالإعلام الإلكتروني والذي كثر استخدامه من قبل المجتمع بمختلف فئاته وهيئاته سواء أفراد أو مؤسسات نظراً لحدائته وللمتعة المعلوماتية التي يقدمها للجمهور، (عقيلة وإيمان، ٢٠٢٠).

ويلعب الإعلام الإلكتروني في القطاع الزراعي دوراً مهماً إذا تم استغلاله استغلالاً عقلانياً وهادفاً في تنمية وعي الزراعة وجعلهم كطرف فعال في مواجهة وتخطي الأزمات والتغلب عليها، من أجل جعل الزراعة ذوي مكانة اجتماعية واقتصادية تحظى بالاهتمام والرعاية حتي يكون المجتمع الزراعي واعياً وفعالاً في تخطي ومواجهة الأزمات (أبو العينين وأبو مسلم، ٢٠١٩).

وبات الإعلام الإلكتروني منبراً مفتوحاً على جميع ميادين الحياة ولا سيما مجال الزراعة بما يملكه من خصائص تقنية وفنية جعلته مقصداً للغالبية العظمى من الزراعة ومساهم في تبادل الأفكار والمعلومات بفضل تطبيقاته المختلفة التي سهلت التواصل بينهم وساعدتهم علي كسر الحواجز الموجودة، ومن هذا المنطق جاء هذا البحث لرصد الدور الراهن للإعلام الإلكتروني في تنمية وعي الزراعة ببعض الأزمات الزراعية بمحافظة كفر الشيخ.

وعليه يمكن بلورة مشكلة البحث في عدة تساؤلات: ما هي درجة أداء الإعلام الإلكتروني لدوره في تنمية وعي المبحوثين ببعض الأزمات الزراعية بمحافظة كفر الشيخ؟، وما أسباب استخدام الإعلام الإلكتروني في التوعية ببعض الأزمات الزراعية بمحافظة كفر الشيخ من وجهة نظر المبحوثين؟، وما مدى مناسبة الأشكال الفنية للرسالة الإعلامية الإلكترونية التي يقدمها الإعلام الإلكتروني للتوعية بالأزمات الزراعية بمحافظة كفر الشيخ؟.

أهداف البحث

اتساقاً مع مشكلة البحث فإنه يستهدف بصفة رئيسية التعرف على دور الإعلام الإلكتروني في توعية القادة الإرشاديين ببعض الأزمات الزراعية بمحافظة كفر الشيخ، ويمكن تحقيق ذلك من خلال الأهداف الفرعية التالية:

- ١- التعرف على بعض الخصائص المميزة للمبحوثين.
- ٢- تحديد درجة أداء الإعلام الإلكتروني لدوره في توعية المبحوثين ببعض الأزمات الزراعية بمحافظة كفر الشيخ.
- ٣- التعرف على أسباب استخدام الإعلام الإلكتروني في التوعية ببعض الأزمات الزراعية بمحافظة كفر الشيخ من وجهة نظر المبحوثين.
- ٤- تحديد مدى مناسبة الأشكال الفنية للرسالة الإعلامية الإلكترونية المقدمة حالياً لتوعية المبحوثين بالأزمات الزراعية بمحافظة كفر الشيخ.

أهمية البحث

تتركز الأهمية النظرية للبحث في ما يوفره من أطر نظرية ودراسات سابقة وأساليب بحثية وتحليلية يمكن أن تسهم في البناء المعرفي في مجال الإعلام الإلكتروني، فضلاً عما يتضمنه من مفاهيم إجرائية، ومتغيرات، وفروض بحثية؛ وما قد يسفر عنه من نتائج يمكن أن تفتح آفاقاً جديدة لإجراء المزيد من البحوث والدراسات المشابهة أو المكملة لموضوع هذا البحث. وتنبول الأهمية التطبيقية للبحث في وصف الدور الراهن للإعلام الإلكتروني في توعية القادة الإرشاديين ببعض الأزمات الزراعية بمحافظة كفر الشيخ، الأمر الذي قد يساعد المسؤولين في رسم تصور مستقبلي لدور الإعلام الإلكتروني في التأثير على القادة الإرشاديين ومساعدتهم على مواجهة الأزمات والتحديات المتباينة والتغلب عليها.

الاستعراض المرجعي

يعرف الإعلام بأنه بث رسائل واقعية أو خيالية موحدة إلى أعداد غفيرة من الجماهير يختلفون فيما بينهم في النواحي الاقتصادية والاجتماعية والسياسية وينتشر في مناطق متفرقة، (إمام، ١٩٦٩). ويذكر رشتي (١٩٧٨) أن الإعلام هو "عملية يتفاعل بمقتضاها متلقي ومرسل الرسالة في مضامين اجتماعية معينة، ومن خلال هذا التفاعل يتم بينهما نقل الأفكار والمعلومات بين الأفراد بعضهم ببعض. ويوضحه محمد (١٩٨٣) بأنه "التعبير الموضوعي عن عقلية الجماهير وروحها وميولها واتجاهاتها في ضوء الحقائق الموضحة والأرقام الدقيقة بعيداً كل البعد عن الذاتية للإعلامي"، كما نقل عن بولو أيضاً أنه "وسيلة للاتصال بين الأفراد لممارسة تأثير يتفق ونواياهم، يجعل من الفرد عاملاً مؤثراً في بقية العوامل المحيطة به".

ويذكر فهمي (١٩٨٤) الإعلام بأنه "إعداد رسائل واقعية موحدة لتصل إلى أعداد كبيرة من الناس يختلفون فيما بينهم في النواحي الاقتصادية والثقافية والسياسية وينتشر في مناطق متفرقة"، ويذكر الفارسي (١٩٨٧) أن الإعلام هو "العملية التي يتم من خلالها نقل العلم والمعرفة إلى الآخرين باستخدام الوسائل المتاحة والصالحة لهذا الغرض"، ويعرف عوجة (١٩٨٩) الإعلام بأنه "نقل الأخبار والمعلومات الجديدة التي تهتم الجمهور في وقت معين".

ويعد الإعلام الإلكتروني Electronic Media وسيلة إعلامية احتوت على كل ما سبقها من وسائل الإعلام، وأصبح محوراً للحياة المعاصرة حيث ظهر جيل نادراً ما يتفاعل مع الإعلام التقليدي وهو ما يطلق عليه جيل الإنترنت والذي يعتمد على الفيس بوك، وتويتر،

وواتس آب، والتليجرام، والبريد الإلكتروني وغيرها من الوسائل التكنولوجية التي تعد مصدراً هاماً للمعلومات والمعرفة، الأمر الذي جعل من الإعلام الإلكتروني إعلام المستقبل Future Media.

ويذكر **مسعد** (١٩٩٩) أن الإعلام الإلكتروني هو "مجموعة من الوسائل التي تعمل على الحصول على المعلومات الرقمية والمكتوبة واللاسلكية والصوتية ومعالجتها وتخزينها ونشرها بواسطة مجموعة من الأجهزة الإلكترونية والاتصالات السلكية واللاسلكية والكمبيوتر". ويعرفه **عيساني** (٢٠١٠) بأنه "المعلومات ومعالجتها وإنتاجها وتخزينها واسترجاعها ونشرها وتبادلها بين الأفراد والمجتمعات".

ويعرفه **عبد الوهاب** (٢٠١٢) بأنه "الإشارات والمعلومات والصور والأصوات المكونة لمواد إعلامية بأشكالها المختلفة التي ترسل أو تستقبل عبر المجال الكهرومغناطيسي". أما **الدليمي** (٢٠١٣) يرى أنه تلك الوسائل الحديثة للاتصال المتمثلة في فيس بوك، وتويتر.... إلخ، ويمكن أن تكون مكملة للإعلام التقليدي لينتج بذلك إعلام يتزوج بين المهنية وصرامة التقاليد التي نشأت عليها السلطة الرابعة وبين التقنية الحديثة التي تتيح الفرصة للإعلام التقليدي ليكون أكثر قرباً ليس من الحدث فحسب وإنما من الناس أيضاً".

ويشير **شقرة** (٢٠١٤) إليه بأنه "نوع جديد من الإعلام أتاحتها خدمة الإنترنت والتقنيات الجديدة، ويرتكز على أساسيات الإعلام التقليدي، ويختلف من حيث أساليب وأشكال عرض المضامين الإعلامية والتي تكون بطريقة إلكترونية وتتيح للمتلقى التفاعل معها".

ويرى **عبو** (٢٠١٧) أنه "نوع جديد من الإعلام يشترك مع الإعلام التقليدي في المفهوم، والمبادئ العامة والأهداف ويتم ذلك عبر الطرق الإلكترونية وعلى رأسها الإنترنت". ويؤكد **علاوة** (٢٠١٧) على أنه هو "العملية الاتصالية الناتجة من اندماج ثلاثة عناصر: الكمبيوتر، والشبكات، والوسائط المتعددة". ويؤكد **سالم** (٢٠١٨) على أن الإعلام الإلكتروني هو "العملية الاجتماعية التي يتم فيها الاتصال عن بعد بين أطراف يتبادلون الأدوار في بث الرسائل الاتصالية المتنوعة واستقبالها من خلال النظم الرقمية ووسائلها، لتحقيق أهداف معينة، كما يسمى بالإعلام التفاعلي".

ويعرفه **العدي** (٢٠٢١) بأنه "المعلومات والتوصيات التي تقدم إلكترونياً من خلال الإنترنت أو الشبكة الداخلية للإنترنت أو عن طريق الوسائط المتعددة مثل الأقراص المدمجة أو أقراص الفيديو الرقمية. ويعرفه **رشوان وخليل** (٢٠٢١) بأنه "نوع من التعليم الذي يعتمد على استخدام الوسائل الإلكترونية في تحقيق الأهداف التعليمية، وإرسال المحتوى التعليمي للطلبة دون حواجز المكان والزمان، والوسائل الإلكترونية مثل الأقمار الصناعية والحاسب والإنترنت، يعني الأمور التي أفرزتها التكنولوجيا كالمواقع الإلكترونية والتعليمية".

ويذكر **جفاف** (٢٠٢٢) نقلاً عن **المنيري** أن الإعلام الإلكتروني يعرف بإعلام العولمة وهو "سلطة تكنولوجية ذات معلومات معقدة، لا تلتزم بالحدود الوطنية للدول، إنما تطرح حدوداً فضائية غير مرئية ترسمها شبكات اتصالية معلوماتية على أسس سياسية واقتصادية وثقافية وفكرية لتقديم عالماً من دون دولة ومن دون أمة ومن دون وطن".

مما سبق يتبين أن الإعلام الإلكتروني هو إعلام الثورة المعرفية والمعلوماتية الذي يعتمد على الحاسوب وشبكة الإنترنت لتوفير مصادر المعلومات للمستفيدين، ويتيح لهم التفاعل فيما بينهم، ويتفق مع الإعلام التقليدي في المفهوم والمبادئ العامة والأهداف إلا أنه يختلف عنه فيما يعتمد عليه من وسائل.

ويوضح كل من **صلاح** (٢٠١٥)، و**قنديجي** (٢٠١٥)، و**حسن** (٢٠١٦)، و**وكافي** (٢٠١٧)، و**بولعويديت** (٢٠١٨) مجموعة من الخصائص التي يتميز بها الإعلام الإلكتروني على النحو التالي:

- **خاصية التوفر**: فالإعلام الإلكتروني متوفر دائماً حيث يمكن للإعلامي، أو حتى المواطن العادي أن يحصل على أية معلومة ثم يقوم بنشرها على أي موقع الكتروني، أو في أية صحيفة منشورة، وفي أي وقت يناسبه، فضلاً عن أنه يوفر أرشيفاً إعلامياً إلكترونياً للجميع ومن دون قيود، وعلى هذا الأساس فإن سرعة انتشار المعلومات ووصولها لأكبر شريحة وأوفر مجتمع سواء كان محلياً أو دولياً وبأقل التكاليف، وذلك من خلال النقل الفوري للأخبار والأحداث والوقائع ومتابعة التطورات التي تطرأ عليها.

- **خاصية التنوع**: فالإعلام الإلكتروني يتيح التنوع في المساحة المخصصة لإنجاز المقالات المختلفة في موضوعاتها بما يحقق إشباع لحاجات الجمهور.

- **خاصية التفاعلية**: حيث تستخدم الصحف الإلكترونية هذا الأسلوب التفاعلي من خلال تكتيك النص المترابط أو الفائق، الذي يتضمن وصلات لنقاط داخل الموضوع أو الخبر المنشور وأن هذا التمييز يعد واحداً من أهم سمات وخصائص النشر الإلكتروني.

- **خاصية المرونة**: والتي تبرز بشكل جيد بالنسبة للمتلقى مستخدم الإنترنت إذ يمكن له إذا كان لديه الحد الأدنى من المعرفة بالإنترنت أن يتجاوز عدداً من المشكلات التي تعترضه، وذلك أثناء الوصول إلى عدد كبير من مصادر المعلومات والمواقع.

- **خاصية الشمولية**: أي التنوع والشمول في المحتوى، إذ بفضل الإنترنت أصبح من الممكن إنشاء مواقع ومدونات وصحف ومجلات إلكترونية ذات خاصية متعددة الأبعاد وذات أحجام غير محددة نظرياً، ويمكن من خلالها إرضاء مستويات متعددة من الاهتمام.

- **خاصية التحديث**: بعض نظم الإعلام الإلكتروني يمكن أن تتضمن معلومات تتغير بانتظام ويجب أن تخضع لتحديث معلوماتها على مدار الساعة مثل: الأخبار العاجلة، وأسعار الأسهم.... إلخ.

- **خاصية الإنسيابية:** حيث أعطى الإعلام الإلكتروني الحرية المطلقة وتخطى الحدود والحواجز المحلية والدولية وكذلك حدود الرقابة والقوانين التي تركز على تقييد حرية الإعلام وحرية التعبير، فالإعلام الإلكتروني يتميز بسرعة تغطية الأحداث ونقل الخبر وشفافية ومن دون قيود ويؤمن سهولة التصفح والحصول على المعلومة المطلوبة والتحرري عنها.

ويضيف **كروسبي (٢٠١٠)** أن الإعلام الإلكتروني يتميز بأنه يمكن للرسائل الفردية أن تصل في وقت واحد إلى عدد غير محدود من البشر، وأن كل واحد من هؤلاء البشر له درجة السيطرة والإسهام لنفس الرسالة. ويذكر **موقع (www.ar.wikipedia.org,2020)** أن أهداف الإعلام الإلكتروني تتضمن: توفير الوقت والجهد، وتخفيض التكاليف، وتعزيز جودة الاتصال والإرشاد والتعليم، ورفع الكفاءة والفعالية، ومواكبة التطور التكنولوجي على المستوى الشخصي للأفراد والمجتمعات، ورفع مستوى الإنتاجية، وتقليل التلوث البيئي.

ويشير **حرارة (٢٠٢١)** إلى أن أهمية الإعلام الإلكتروني تتمثل في تقديم المعلومات لمختلف الناس بشكل مجاني، من خلال المواقع الموسوعية والمتخصصة بأنواع معينة من العلوم والمعارف العامة المتعددة. ويوضح **محمد (٢٠٢٢)** أن أهميته تتركز في حل مشاكل ضيق الوقت، وقلة المال بالنسبة للأشخاص، وذلك من خلال إنجاز الأعمال الروتينية، وعلى رأسها الأعمال الحكومية، كما سهل على الناس عملية التسوق من خلال مواقع التسوق الإلكتروني.

ويرى **العذل (٢٠٠٦)** وسائل الإعلام الإلكترونية تتمثل في: المواقع الإلكترونية، والمنتديات، وشبكات التواصل الاجتماعي. ويذكر **الهلباوي (٢٠١٥)** أن من أهم أشكال الإعلام الإلكتروني الحديث: التسجيلات الصوتية والمرئية والوسائط المتعددة والأقراص المدمجة والإنترنت. بينما يرى **حرارة (٢٠٢١)** أنه يمكن تقسيمها إلى: المواقع الإلكترونية، والبريد الإلكتروني، ووسائل التواصل الاجتماعي، ومواقع الشبكات الاجتماعية، والبلث الإذاعي، والبلث التلفزيوني، والمدونات، ومدونات الفيديو، والتلفزة باستخدام بروتوكول الإنترنت، والكتب الإلكترونية، والرسوم المتحركة الحاسوبية، والتواصل بين المستخدم والحاسوب، والمنتديات الإلكترونية، ومقاطع الفيديو الرقمية، والعالم الافتراضي، والواقع الافتراضي. وعليه فإن أهم أشكال الإعلام الإلكتروني هي: الصحافة الإلكترونية، المواقع الإلكترونية، المدونات الإلكترونية.

ويذكر **المقداوي (٢٠١٣)** أن أهم مزايا الإعلام الإلكتروني هي: مجال أكبر للاطلاع، وحرية واسعة، والتمكن من البحث والقراءة المتخصصة، وإعلام غير محدود بالمكان أو الزمان، ووفرة المعلومات. ويوضح **خليفة (٢٠١٢)** و**والشمالية وآخرون (٢٠١٥)** أن هناك مجموعة سلبيات للإعلام الإلكتروني منها: ندرة المهارات والمعارف اللازمة لممارسة مهام عمل الإعلام بشكل محترف في الإعلام الجديد، والمنافسة الشديدة بين المواقع الإعلامية الإلكترونية وأدوات الإعلام الإلكتروني، وصعوبات الحصول على التمويل، وغياب التخطيط للإعلام الإلكتروني نوعاً ما وعدم وضوح الرؤية المستقبلية له، وعدم توفر الإمكانيات التقنية في بعض الدول، قد يؤثر على عملية تقدم وتطور الإعلام الإلكتروني، والسرعة في البث الإلكتروني وعدم تحري الدقة قد ينتج عنها الفشل في نقل المعلومات، وانعدام القوانين والضوابط الخاصة بعمل الإعلام الإلكتروني الجديد وعدم خضوعه للرقابة، وانتهاك البيانات الشخصية الإلكترونية، والنصب والاحتيال في المعلوماتية، وانتحال الشخصية، والذم والتحقير والإهانة عبر الشبكة.

ويذكر **الداغر (٢٠١٢)** أن دور الإعلام الإلكتروني يتمثل فيما يلي:

١- **الأخبار:** حيث يقوم بنقل الأخبار بمختلف أنواعها الاجتماعية والسياسية والاقتصادية والزراعية والثقافية سواء كانت محلية أم عالمية، وقد ساعد التطور التقني لهذه الوسائل على جعل العالم قرية كونية فأصبح الإنسان أكثر اتصالاً بالعالم الخارجي فضلاً عن اتصاله بمجتمعه.

٢- **الإعلام والتعليم:** حيث يقدم نوعاً من المعلومات المنهجية لتدعيم عملية التعليم الرسمي أو معلومات تكسب المرء مهارات جديدة في إطار التعليم غير الرسمي.

٣- **ترابط المجتمع:** حيث يعمل على ترابط المجتمع والحفاظ على كيانه ومعتقداته وعاداته وتقاليده وتوحيد أهدافه وربط الأفراد بعضهم ببعض وربطهم بحكومتهم، فوسائل الإعلام الإلكتروني في المجتمع كالجهاز العصبي في الجسم كلاهما يعمل على تماسك الأعضاء وتنسيق حركاتها.

٤- **الرقابة:** حيث يؤدي دوراً مسانداً للحكومة في الرقابة والإشراف على البيئة التي يتم فيها الاتصال، وذلك لكشف ما يهدد قيم المجتمع ويؤثر فيها، كما يؤدي دوراً رئيسياً في الدفاع عن مصالح الناس، وهذا يستدعي كشف كل المعوقات وأشكال الفساد، والمحاباة، والمحسوبية، وعدم الكفاءة، والفشل في إدارة المشاريع وتنفيذها، وهذه وظيفة أساسية لتقدم المجتمعات.

٥- **تكوين الآراء والاتجاهات:** حيث يقوم بدور كبير في تكوين الرأي العام، وقد يتصل بهذه الوظيفة ترتيب الأولويات ووضع الأجندة حيث تعد تكتيكاً خاصاً يستخدم لتكوين الآراء، وترتيب الموضوعات لدى الجمهور حسب أولوياتها وحسب التركيز الذي تلقاه من قبل وسائل الإعلام.

٦- **الترفيه:** حيث يعمل على تحقيق بعض الإشباع النفسية والاجتماعية لإزالة التوتر الإنساني على مستوى الأفراد والجماعات في أي مجتمع، حيث يمكن من خلاله بث قيم تنموية ونماذج للاحتذاء بها تساعد على دعم العمل التنموي، بالإضافة إلى أن الترفيه يعمل على الحفاظ على جمهور الوسيلة الإعلامية بدلاً من تسربه إلى الوسائل المنافسة.

٧- **الإعلان والترويج:** وهي من الوظائف الرئيسية للاتصال لخدمة المنتج والمستهلك والوسيلة التي يتم فيها الإعلان بما ينشط الحركة الاقتصادية والتجارية والوطنية والعالمية.

ويوضح **العلي وآخرون (٢٠١٦)** أن الإعلام الإلكتروني تجاوز مرحلة إقناع الناس بأهمية الحفاظ على البيئة سليمة ونظيفة وخالية من الملوثات والأمراض، إلى مرحلة تحديد الأساليب الناجحة لتحقيق هذا الهدف، وهذا يعني معاملة التنمية المجتمعية إعلامياً كقضية مجتمعية حيوية وليس كأخبار وتقارير في صفحات البيئة والأنشطة الاجتماعية أو من خلال حملات إعلانية مدفوعة الثمن.

ويرى **حسين وآخرون (٢٠٢٢)** أن الإعلام الإلكتروني يقوم بدور هام في: توسيع آفاق الفرد وتركيز الاهتمام والانتباه ورفع مستوى التطلعات الزراعية، وإحداث التغييرات المستهدفة في أقصر وقت بما لها من قدرة على بلوغ الجماهير العريضة وتبصيرها وتعليمها بأسلوب محبب، وخلق شعوراً بالانتماء إلى الوطن، هذا الشعور كفيل بتحويل الاهتمام من المجال الزراعي المحلي إلى الشئون والاهتمامات القومية، ونشر وتوضيح التخطيط القومي وتعليم المهارات اللازمة التي تساعد على إدخال طرق جديدة لمعيشة الزراع، ومواجهة بعض الأزمات، ويقوم بإعداد الناس للقيام بدورهم الجديد ويحفزهم على أن يبذلوا مجهودات أكبر وأن يقدموا مزيداً من التضحيات، كما يؤدي إلى توسيع أفق الجماهير من الصعيد المحلي إلى القومي ثم إلى الصعيد العالمي، والتأثير على إتجاهات الجماهير.

ويرى **حمامة (٢٠٢٠)** أن الإعلام الإلكتروني له دور نشط في نشر الأفكار والأساليب العصرية في مختلف النواحي لتحقيق أهداف التنمية الزراعية وإحداث التغييرات لتطبيق الأفكار والأساليب الجديدة، ومساعدة الزراع على تفهم مشكلاتهم وبالتالي الإسهام في حلها وتزويدهم بالخبرة المهنية لتطوير تلك الوسائل وبالتالي تحسين مستوى المعيشة لهم.

ويذكر **ذكي وآخرون (٢٠٢٣)** أن أهمية وسائل الإعلام الإلكتروني تكمن في: قدرتها على بيان الخطط القومية ومسايرة تطورها، وتقوم بدور الأداة الرئيسية في تحقيق تطوير المجتمع الزراعي وتقديمه اقتصادياً واجتماعياً وثقافياً عن طريق ما تنقله إلى أفراد المجتمع من أفكار وقيم ومفاهيم وعادات وممارسات جديدة تؤدي إلى تغييرات عظيمة في المواقف والمهارات والأوضاع الاجتماعية بما يخدم عملية التنمية الزراعية، وتزيد من معلومات الفرد بصفة عامة عن الناس والمشاكل والأحداث سواء كانت محلية أو عالمية، ويقدم له الكثير من عادات وتقاليد الجماعات والمجتمعات المختلفة.

ويوضح **الخصيري (2003)** أن الأزمة (Crises) مشتقة من الكلمة اليونانية (Krisis) والتي تعني لحظة القرار، وتشير كلمة الأزمة إلى لحظة مصيرية أو زمن مهم، كما تشير إلى معنى التغيير المفاجئ وفي الغالب نحو الأسوأ.

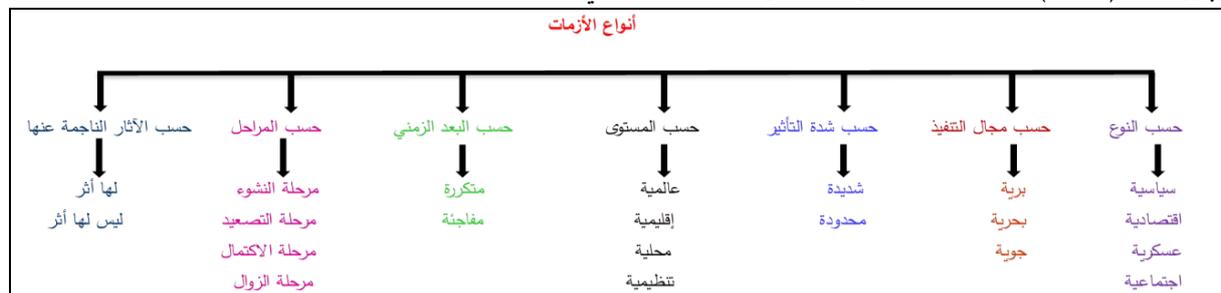
أما **هلال (١٩٩٦)** فيرى أن الأزمة هي "نتيجة نهائية لتراكم مجموعة من التأثيرات أو حدوث خلل مفاجئ يؤثر علي المقومات الرئيسية للنظام وتشكل تهديد صريح وواضح لبقاء المنظمة أو النظام نفسه". في حين يرى **محمد (٢٠٠١)** أن الأزمة هي موقف خارج عن السيطرة وتحول فجائي عن السلوك المعتاد يؤدي إلى خلل في المجتمع وأن مواجهة هذا الموقف يتطلب اتخاذ قرار محدد وسريع في ظل محدودية المعلومات والمفاجأة وضيق الوقت المقترن بالتهديد. أما **شومان (٢٠٠١)** فيوضح أن الأزمة حالة غير طبيعية تمر بها المنظمة وتهدد وجودها بسبب ظرف داخلي أو خارجي متوقع أو غير متوقع وعدم الاستعداد الكافي لنقادي الضرر. ويعرفها **أبو قحف (٢٠٠٢)** بأنها "حدث أو موقف مفاجئ غير متوقع يهدد قدرة الأفراد أو المنظمات على البقاء، ويرى **أحمد (٢٠٠٢)** أنها عبارة عن موقف يتصف بصفين أساسيين هما: أ- **التهديد:** حيث تشعر الأطراف المشاركة في الأزمة بأنها لن تستطيع الحصول أو المحافظة على القيم والموارد والأهداف التي تمثل أهمية بالنسبة لها، ب- **ضغط الوقت:** ويعبر ضغط الوقت علي إدراك الأطراف المشاركة في الأزمة لمقدار الوقت المتاح لنقصي الحقائق واتخاذ تصرف قبل بدء حدوث أو تصعيد الخسائر.

ويعرفها سليمان (٢٠١٧) بأنها حالة غير مستقرة ينتج عنها العديد من الآثار السيئة التي تهدد بتدمير المجتمع وانهياره، إلا أنها تضم في طياتها من الجوانب الإيجابية ما يحقق النجاح والنمو إذا ما تم التعامل معها وإدارتها بأسلوب علمي منظم؛ يحقق الاستفادة من إيجابيات الأزمة ورسم السيناريوهات المختلفة واتخاذ الإجراءات الوقائية المؤدية لمنع مسببات الأزمة والحد من آثارها السلبية وحصاد ما بها من إيجابيات. بينما عرفها عباس (٢٠٠٧) علي أنها "حدث مغاير لما هو مخطط له قد يكون متوقفاً وقد لا يكون". بينما يوضح مكاوي (٢٠٠٥) أن قاموس Webster عرف الأزمة على أنها "مرحلة أو نقطة تحول حاسمة للأشياء، للأفضل أو الأسوأ". ويرى الخضيري (٢٠٠٣)، والجندي (٢٠٠٤)، ومهنا (٢٠٠٤) أن الأزمات تتميز بخصائص هي: المفاجأة العنيفة، والتعقيد والتشابك والتداخل والتعدد، ونقص المعلومات، وسيادة حالة من الخوف، وضيق الوقت، والتهديد.

ويوضح الخضيري (٢٠٠٣) أن من أهم أسباب نشوء الأزمات هي: الرغبة في الابتزاز، والإدارة العشوائية، وسوء التقدير والتقييم، وسوء الإدارة، وسوء الفهم، والأزمات المخططة، والأخطاء البشرية، واستعراض القوة، والإشاعات، واليأس، وتعارض المصالح، وتعارض الأهداف. بينما يرى الحوامدة (٢٠٠٣) أن أسباب نشوء الأزمات تتنوع لاختلاف أنواعها ومجالاتها وأصنافها، فمنها ما هو خارج عن قدرات الإنسان ويرجع إلى أسباب خارجية، ومنها ما يتعلق بالبيئة الداخلية التي تكون وفق إرادة الإنسان ونتيجة لتداخلاته، ومنها ما يتعلق بمجالات مختلفة: أسباب فردية، واجتماعية، وإدارية. ويضيف أحمد (٢٠٠٢)، والمهدي وحسام (٢٠٠٢) أن هناك أسباب أخرى لنشوء الأزمات في المنظمات والتي تؤثر عليها مثل: أ- الخوف الوظيفي: وما ينتج عنه من عدم تشجيع العاملين على إبداء آرائهم ومقترحاتهم، وغياب التغذية الراجعة، وعدم مشاركة العاملين في صنع القرار، وعدم اعتراف العاملين بأخطائهم، وضعف أو انعدام الثقة بين الزملاء العاملين. ب- أسباب خارجية عن إدارة المنظمة: مثل الزلازل والبراكين والأعاصير وغيرها من الكوارث الطبيعية التي يصعب التكهن بها والتحكم في أبعادها. ت- ضعف نظام المعلومات ونظام صنع القرار: وما ينتج عنه من عدم وجود المعلومات السليمة التي تساعد علي اتخاذ القرار المناسب، وعدم دراسة الحلول البديلة للأزمات، ومشاركة أفراد غير مؤهلين في صنع القرارات. ث- عدم إجراء مراجعة دورية للمواقف المختلفة: وما يترتب علي ذلك من عدم التعلم من الأخطاء، عدم الترحيب بالإدارة الجديدة والحلول المبتكرة، وعدم إدراك أهمية عقد الاجتماعات في تطوير سير العمل. ج- تجاهل إشارات الإنذار المبكر التي تشير إلى إمكانية حدوث الأزمة: مثل شكاوي العملاء أو المشكلات المماثلة لمشكلات المنافسين التي يمكن أن تكون مؤشراً لوجود فشل أو جوانب قصور في الصناعة ككل. ح- عدم الاهتمام بالتنمية الفردية وآثارها: التي تتمثل في عدم تشجيع الأفراد على الانتماء، وانتقال الخبرات المؤهلة للعمل لدي الشركات المنافسة. خ- ضعف العلاقات بين العاملين في المنظمة: مما يؤدي إلى عدم تفهم وجهات نظر الآخرين بشأن حل الأزمات، وعدم التركيز علي النتائج والتركيز علي التشكيلات، والثقة والمساندة، ووجود قدر قليل من الولاء للمنظمة.

ويرى أحمد (٢٠٠٢) والوعضي وناصر (٢٠٠٣) أنه يمكن تصنيف الأزمات وفقاً لعدة أسس أهمها ما يلي: حسب شدة أثرها وتنقسم إلى: أزمات شديدة الأثر وهي التي يصعب التعامل معها، وأزمات محدودة الأثر وهي الأزمات التي يسهل التعامل معها. وقسمها مهنا (٢٠٠٤) حسب المستوى إلى: أزمات عالمية تؤثر على العالم كله مثل الحروب، وأزمات إقليمية تؤثر على إقليم معين من العالم مثل الخليج العربي، وأزمات محلية تؤثر على دولة واحدة دون غيرها، وأزمات تنظيمية تؤثر على المنظمات. وصنفها المهدي وحسام (٢٠٠٢) حسب مراحل تكوينها إلى: أزمات في مرحلة النشوء، وأزمات في مرحلة التصعيد، وأزمات في مرحلة الاكتمال، وأزمات في مرحلة الزوال.

وبلور مهنا (٢٠٠٤) عدة تصنيفات للأزمة كما هو مبين بالشكل التالي:



شكل (١): أنواع الأزمات حسب محاور مختلفة.

ويذكر **أبوفارة (٢٠٠٩)** أنه يمكن التمييز بين مظاهر متعددة من الأزمات فهي إما: أساسية (شاملة) تحمل في إطارها تهديداً للأمن والسلام الدوليين، أو غير أساسية (جزئية) تشكل تهديداً للإطار الإقليمي الذي تنشأ فيه، وتصنيف الأزمة من حيث التكرار دورية أو غير دورية، ومن حيث العمق سطحية أو عميقة، ومن حيث التأثير هامشية أو جوهرية، ومن حيث الشدة عنيفة أو هادئة، ومن حيث النطاق أزمات شخصية أو أزمات على مستوى الكيانات الإدارية، ومن حيث الجغرافية أزمات واردة من الخارج أو أزمات داخلية تصدر للخارج أو أزمات داخلية تبقى على النطاق المحلي لا يمكن نقلها للخارج، ومن حيث المحور أزمات معنوية أو أزمات مادية أو قد تكون أزمات مادية أو معنوية.

ويرى **أبو قحف (٢٠٠٢)** أن إدارة الأزمات (Crisis Management) في أبسط صورها تعني "القدرة على إدارة الشركة قبل وأثناء وبعد حدوث الأزمة"، أو أنها "عملية الإعداد والتقدير المنظم والمنتظم للمشكلات الداخلية والخارجية التي تهدد بدرجة خطيرة سمعة المنظمة وربحياتها أو بقائها في المنافسة". بينما عرفها **أحمد (٢٠٠٢)** على أنها "العملية الإدارية المستمرة التي تهتم بالتنبؤ بالأزمات المحتملة عن طريق الاستشعار ورصد المتغيرات البيئية الداخلية أو الخارجية المولدة للأزمات، وتعبئة الموارد والإمكانات المتاحة لمنع أو الإعداد للتعامل مع الأزمات بأكبر قدر ممكن من الكفاءة والفاعلية، وبما يحقق أقل قدر ممكن من الأضرار للمنظمة وللبيئة وللعاالمين". أما **عثمان (٢٠٠٤)** فيرى أن إدارة الأزمات هي "كيفية التغلب على الأزمات بالأدوات العلمية المختلفة وتجنب سلبياتها والاستفادة من إيجابياتها".

ويوضح كل من **عمر (١٩٩٢)**، و**عبد الحليم (٢٠٠١)**، و**عبد الحميد (٢٠١٢)** أن مصر تعرضت خلال السنوات الماضية إلى مجموعة من الأزمات منها: السيول والأعاصير والزلازل والجفاف والصقيع وموجات الحر الشديد، وهذه كلها من أزمات طبيعية ولا دخل للإنسان فيها، أما مشكلات التلوث البيئي بأنواعه المختلفة من تلوث الماء والهواء والتربة وغيرها فهي من صنع الإنسان وتسبب أضراراً كبيرة تلحق به وتهدد صحته وموارده.

في حين يوضح **شعبان (١٩٩٩)** أن الإنتاج الزراعي يعد الأكثر عرضة للمخاطر وخاصة تجاه التغيرات المناخية والبيئية مثل: الأمراض التي تصيب الإنتاج الزراعي، والأمطار الغزيرة، والسيول، والرياح، والارتفاع أو الانخفاض الحاد في درجات الحرارة والرطوبة، وموجات الجفاف والتصحر، وانخفاض مستوى الماء الأرضي، ونقص مياه النيل، وكذلك المخاطر الخاصة بتقلبات الأسعار والمشاكل التسويقية. ويمكن بلورة أهم الأزمات الزراعية Agricultural Crises في مصر فيما يلي: أزمة التعدي على الأراضي الزراعية، وأزمة ندرة الموارد المائية الزراعية، وأزمة تفتت الحياة الزراعية، وأزمة ارتفاع أسعار المدخلات الزراعية، وأزمة ارتفاع نسبة الفاقد، وأزمة الزيادة السكانية، وأزمة التغيرات المناخية، وأزمة كورونا Cov. 19.

ويرى **سوليم (١٩٩٨)**، و**القرعلي (٢٠٠٦)**، و**أبو زيد (٢٠١٤)** أن من أهم الواجبات الوظيفية للأجهزة الإرشادية هي تحديد السياسات الإرشادية في ضوء الاعتبارات القومية، وتنظيم علاقات العمل بين جهاز الإرشاد وغيره من الأجهزة، وبين المسترشدين، والتكيف مع المواقف والأزمات وسرعة التصرف فيها، وعموماً فإن أهم واجبات الجهاز الإرشادي للتعامل مع الأزمات الزراعية التي يمكن التعرض لها، وتوفير ما يتطلبه التخطيط من معلومات صحيحة وبيانات إحصائية دقيقة وأجهزة ومعينات إرشادية لازمة، وتحديد ميزانيات مالية كافية وتحديد الأولويات بين الأهداف المراد تحقيقها والتنبؤ بالصعوبات والعقبات المحتمل حدوثها والعمل على تلافيتها والاستعداد للمشاكل والأزمات قبل وقوعها وكيفية التعامل معها بشكل حاسم عند حدوثها.

ويرى **صالح (٢٠٠٩)** أنه يمكن تحديد دور الإرشاد الزراعي بعد حدوث الأزمات في: تحليل المخاطر الموسمية وغير الموسمية وكيفية إدارتها، ومساعدة الزراع علي اتخاذ قراراتهم لإدارة مزارعهم ومحاصيلهم ومواردهم المائية والأرضية لتقليل تلك المخاطر وزيادة كفاءة استخدامهم لمواردهم الزراعية، ونشر التكنولوجيات والممارسات الزراعية المناسبة والمتوائمة مع التغيرات البيئية المفاجئة، في كل منطقة بحسب الظروف التي ستكون سائدة عند حدوث المخاطر المتوقعة أو غير المتوقعة، مثل نشر أصناف مناسبة ذات احتياجات مائية أقل، وتقليل مساحات المحاصيل المستهلكة للمياه، وزراعة محاصيل بديلة لنفس الغرض وذات استهلاك مائي أقل، وتغيير بعض العمليات الزراعية.

واتفقت الدراسات السابقة كدراسة **الحامولي (٢٠١٨)**، ودراسة **الحامولي وآخرون (٢٠١٩)**، ودراسة **بن ليدة (٢٠٢٠)**، ودراسة **سببة وكريمة (٢٠٢٠)**، ودراسة **عقيلة وإيمان (٢٠٢٠)**، ودراسة **عمران (٢٠٢٠)**، ودراسة **حرارة (٢٠٢٠)**، ودراسة **إبراهيم (٢٠٢١)**، ودراسة **زروقي وحنبلي (٢٠٢١)**، ودراسة **زلفه وآخرون (٢٠٢١)**، ودراسة **الحامولي وآخرون (٢٠٢٢)**، ودراسة **الحفاظي (٢٠٢٢)** في اهتمامها بدراسة الإعلام الإلكتروني وإظهار أهميته وأدواره، وانتهجت هذه الدراسات المنهج الوصفي مستخدمة طريقة المسح الاجتماعي

معتمدة على الاستبيان الشخصي كأداة لجمع البيانات. وبناءً على ذلك فسوف يركز البحث الحالي على تناول الدور الراهن للإعلام الإلكتروني في توعية القادة الإرشاديين ببعض الأزمات الزراعية بمحافظة كفرالشيخ، وأسباب استخدامه، وكذلك مدى مناسبة أشكال الرسالة الإعلامية الإلكترونية المقدمة لهم حالياً لتوعيتهم ببعض الأزمات الزراعية بمحافظة كفرالشيخ.

الإسلوب البحثي

أولاً: التعريفات الإجرائية:

- **سن المبحوث:** يقصد به عمر المبحوث مقدراً بعدد السنوات حتى وقت جمع البيانات، وتم قياسه بالأرقام الخام لعمر المبحوث.
- **تعليم المبحوث:** ويقصد به ما إذا كان المبحوث أمي أو يقرأ ويكتب أو عدد سنوات تعليمه في حال أنه حاصل على شهادة حتى وقت جمع بيانات البحث، وقياس هذا المتغير من خلال سؤال المبحوث عن حالته التعليمية، حيث أعطى المبحوث الأمي (صفر) درجة، والذي يقرأ ويكتب (٣) درجة، والمتعلم أعطى (١) درجة عن كل سنة من سنوات تعليمه، ثم جمعت الدرجات لتعبر عن هذا المتغير.
- **السعة الحيازية المزرعية:** يقصد بها إجمالي المساحة الأرضية المزروعة والتي في حوزة المبحوث سواء كانت مؤجرة أو ملك أو مشاركة مقدرة بالقيراط حتى وقت جمع بيانات البحث، وتم قياس هذا المتغير من خلال استخدام الأرقام الخام بالقيراط لتعبر عن هذا المتغير.
- **عضوية المنظمات الاجتماعية:** يقصد بها مدى عضوية المبحوث في عدد المنظمات المجتمعية ومشاركته في اجتماعاتها من عدمه، وقياس هذا المتغير من خلال سؤال المبحوث عن مدى مشاركته في ٦ منظمات اجتماعية بقريته، فيأخذ درجات (٠، ١، ٢، ٣) في حالة الإجابة (بعضو عادي، عضو مجلس إدارة، رئيس مجلس إدارة) على الترتيب، ويأخذ أيضاً درجات (٠، ١، ٢، ٣) في حال المشاركة في الاجتماعات، وجمعت الدرجات لتعبر عن هذا المتغير.
- **الوعي الزراعي:** ويقصد به مدى إلمام المبحوث ببعض المعلومات الزراعية العامة التي تعكس وعيه في المجال الزراعي من عدمه، وقياس هذا المتغير من خلال سؤال المبحوث ١١ سؤالاً تدور حول ذلك وأعطى المبحوث درجات (٣، ٢، ١، ٠) في حال استجابته (جيد، متوسط، ضعيف، منعدم) على الترتيب، وجمعت درجاته لتعبر عن هذا المتغير.
- **استخدام المصادر المعرفية الزراعية:** يقصد بها مدى استخدام المبحوث للمصادر التي يستقى منها معلوماته ومعارفه الزراعية من عدمه، وتم قياس هذا المتغير من خلال سؤال المبحوث عن مدى استخدامه لعدد ١٦ مصدر، حيث يأخذ المبحوث درجات (٠، ١، ٢، ٣) إذا كانت الإجابة (لا، منخفضة، متوسطة، عالية) على الترتيب، وجمعت الدرجات لتعبر عن هذا المتغير.
- **الاستفادة من المصادر المعرفية الزراعية:** يقصد بها مدى استفادة المبحوث من المصادر التي يستقى منها معلوماته ومعارفه الزراعية من عدمه، وتم قياس هذا المتغير من خلال سؤال المبحوث عن مدى استفادته من استخدام لعدد ١٦ مصدر، حيث يأخذ المبحوث درجات (٠، ١، ٢، ٣) إذا كانت الإجابة (غير مفيدة، منخفضة، متوسطة، عالية) على الترتيب، وجمعت الدرجات لتعبر عن هذا المتغير.
- **دور الإعلام الإلكتروني في توعية القادة الإرشاديين ببعض الأزمات الزراعية بمحافظة كفرالشيخ:** ويقصد به مدى قيام الإعلام الإلكتروني بأداء المهام التي تساهم في توعية القادة الإرشاديين ببعض الأزمات الزراعية من عدمه، وتم قياسه بالدرجة الكلية التي يحصل عليها المبحوث والمعبرة عن استجابته لكل مهمة من المهام والتي بلغت ٧٢ مهمة موزعة على الأدوار الفرعية العشرة للإعلام الإلكتروني في توعية القادة الإرشاديين ببعض الأزمات الزراعية والمتمثلة في: الدور التعليمي، الدور الإعلاني، الدور الإخباري، الدور الرقابي، الدور الإقناعي، الدور التسويقي، الدور الترفيهي، الدور التنموي، الدور الدعائي، الدور الترابطي، وتم قياسه بالدرجة الكلية التي يحصل عليها المبحوث والمعبرة عن استجابته لعدد ٧٢ مهمة تدور حول هذه الأدوار العشرة، وأعطى المبحوث درجات (٠، ١، ٢) في حال استجابته (لايؤدي، لحد ما، يؤدي) على الترتيب، ويمكن توضيح كلاً منها كما يلي:

أ- **الدور التعليمي:** ويقصد به المهام التي يقوم بها الإعلام الإلكتروني وتدور حول تعريف الزراع بماهية الأزمات الزراعية وأسبابها وآثارها بهدف تنمية وعيهم.

ب- **الدور الإعلاني:** ويقصد به المهام التي يقوم بها الإعلام الإلكتروني وتدور حول تقديم الأدوات التي تساهم في مواجهة الأزمات الزراعية، ونشر الأساليب الحديثة ونتائج التجارب الناجحة لمواجهتها.

ت- **الدور الإخباري:** ويقصد به المهام التي يقوم بها الإعلام الإلكتروني وتدور حول تزويد الزراع بالحقائق المتعلقة بالأزمات للحد من انتشار الشائعات، وتحذيرهم من الأزمات الزراعية المستقبلية، وإخبارهم بنتائج ما تم تنفيذه لمواجهتها.

ث- **الدور الرقابي:** ويقصد به المهام التي يقوم بها الإعلام الإلكتروني وتدور حول مراقبة الآثار المترتبة على التعرض للأزمات الزراعية، وعرض التشريعات المتعلقة بمواجهتها، ومتابعة نتائج الرأي العام حول تلك الأزمات.

ج- **الدور الإقناعي:** ويقصد به المهام التي يقوم بها الإعلام الإلكتروني وتدور حول إقناع الزراع بضرورة التصرف بحكمة مع التقلبات الزراعية، ورفع روحهم المعنوية لتقليل الآثار السلبية الناجمة عن الأزمات.

ح- **الدور التسويقي:** ويقصد به المهام الإخبارية للإعلام الإلكتروني التي تدور حول إبراز أهمية التسويق التعاوني لجماهير الزراع، وتزويدهم بالمعلومات المتعلقة بالأسعار التسويقية في الوقت المناسب.

خ- **الدور الترفيهي:** ويقصد به المهام التي يقوم بها الإعلام الإلكتروني وتدور حول إبراز المواقف الترفيهية المتعلقة بالأزمات الزراعية، وعرض بعض الأفلام الترفيهية حولها، و نشر بعض الصور الترفيهية عن الأزمات الزراعية.

د- **الدور التنموي:** ويقصد به المهام التي يقوم بها الإعلام الإلكتروني وتدور حول تعريف الزراع بأهمية أساليب التنمية الزراعية الحديثة لتقليل آثار الأزمات الزراعية، وتزويدهم بالمعلومات الزراعية للحد من تدهور الأوضاع الغذائية، وتعريفهم بالمشاريع التنموية الزراعية في مواجهة تلك الأزمات الزراعية.

ذ- **الدور الدعائي:** ويقصد به المهام التي يقوم بها الإعلام الإلكتروني وتدور حول تعريف الزراع بالإنجازات المتحققة لمواجهة الأزمات الزراعية، وإظهار أضرارها عليهم على كل المستويات، وإبراز مزايا الأساليب الحديثة لتعاملهم مع الأزمات الزراعية.

ر- **الدور الترابطي:** ويقصد به المهام التي يقوم بها الإعلام الإلكتروني وتدور حول إبراز أهمية تبادل الأفكار والخبرات لمواجهة الأزمات الزراعية، وتوعية الزراع بأهمية دور الشباب الريفي في مقابلة الأزمات الزراعية، وتأكيد أهمية تعاون جميع الأطراف في مواجهة الأزمات الزراعية.

- أسباب استخدام وسائل الإعلام الإلكتروني في توعية القادة الإرشاديين ببعض الأزمات الزراعية: يقصد به أهم مبررات استخدام وسائل الإعلام الإلكتروني في التوعية ببعض الأزمات الزراعية من وجهة نظر المبحوثين، وتم قياس هذا المتغير بسؤال المبحوث عن مدى موافقته على عدد ١٧ مبرر يرجع إليهم استخدام الإعلام الإلكتروني في توعيتهم ببعض الأزمات الزراعية من عدمه، وتم قياسها بالتكرارات والنسبة المئوية.

- مناسبة الأشكال الفنية للرسالة الإعلامية الإلكترونية المقدمة حالياً لتوعية القادة الإرشاديين بالأزمات الزراعية: يقصد بها مدى مناسبة الأشكال الفنية للرسالة الإعلامية الإلكترونية المقدمة حالياً لتوعية المبحوثين بالأزمات الزراعية من وجهة نظرهم من عدمه، وتم قياس هذا المتغير بعرض عدد ٢٥ شكلاً من هذه الأشكال على المبحوث ليحدد مدى مناسبة كلاً منها له، وأعطى درجات (٠، ١، ٢، ٣) حال استجابته (غير مناسبة، منخفضة، متوسطة، مرتفعة) على الترتيب من عدمه، وجمعت الدرجات لتعبر عن هذا المتغير.

ثانياً: **منطقة وشاملة وعينة البحث:**

أجري هذا البحث بمحافظة كفر الشيخ بوصفها أحد المحافظات الرائدة زراعياً وبالتالي تتعرض للعديد من الأزمات التي تؤثر سلباً على الإنتاج الزراعي بها، حيث بلغت مساحتها الكلية: ٣٣,٧٤٨ كم^٢، وتتطوي المحافظة على ٥٦٤ ألف فدان زراعية، بجانب مساحة قابلة للاستصلاح بلغت حوالي ٤٩ ألف فدان، بالإضافة إلى تنوع ظروف الإنتاج الزراعي بها، ويوجد بالمحافظة عشرة مراكز إدارية، وبها ٢٣ مركزاً إرشادياً تغطي كل القرى الأم بها، شكل (٢).

وتم اختيار ستة مراكز إرشادية من ستة مراكز إدارية بواقع مركزاً إرشادياً واحداً من كل مركز إداري بطريقة عشوائية بسيطة بالسلة فكانت: أريمون بمركز كفرالشيخ، والجرادة بمركز بيلا، والعجوزين بمركز دسوق، والمرازقة بمركز قلين، وإبيانة بمركز مطوبس، والمنشية الجديدة بمركز فوه، وبالسؤال عن القادة الإرشاديين المتعاونين مع العاملين بتلك المراكز فبلغ عددهم ٨١ قائداً بواقع: ١٣، ١٤، ١٣، ١٣، ١٣، ١٤ علي الترتيب ليمثلوا شاملة البحث. وتم تقدير حجم عينة البحث بجدول معادلة كرجسي ومورجان (Krejcie & Morgan, 1970) فبلغ قوامها ٦٧ مبحوثاً تم توزيعها حسب نسبة تمثيل شاملة كل قرية في الشاملة الكلية، وتم اختيارهم بنفس الطريقة السابقة.



شكل (٢): خريطة محافظة كفرالشيخ وبها المراكز الإدارية المختارة.

ثالثاً: أسلوب جمع وتحليل البيانات:

تم إعداد الاستبيان بما يحتويه من أسئلة وعبارات تكفل تحقيق أهداف البحث واختبار فروضه، واشتملت إستمارة الاستبيان على أربعة أجزاء من الأسئلة، أولها: عن بعض الخصائص المميزة للمبوحثين، وثانيها: عن أدوار الإعلام الإلكتروني في توعية القادة الإرشاديين ببعض الأزمات الزراعية، وثالثها: متعلق بمتطلبات أداء هذا الدور، ورابعها: متعلق بمناسبة الأشكال الفنية للرسالة الإعلامية الإلكترونية المقدمة حالياً لتوعية القادة الإرشاديين بالأزمات الزراعية. وجمعت بيانات هذا البحث بواسطة الاستبيان بالمقابلة الشخصية مع المبحوثين في الفترة من نوفمبر إلى ديسمبر ٢٠٢٣م، وتم استيفاء جميع الإستمارات بنسبة ١٠٠٪.

وبالإنهاء من جمع إستمارات الاستبيان تم مراجعتها ميدانياً ومكتبياً، ثم تفرغها وتبويب البيانات وجدولتها وتصنيفها وفقاً لمتطلبات البحث، وتم إدخال وتحليل البيانات باستخدام البرنامج الإحصائي SPSS, Version 26 وتم استخدام عدة أدوات إحصائية وهي: التكرارات، والنسبة المئوية، والمدى، والمتوسط الحسابي، والانحراف المعياري، والمتوسط المرجح.

النتائج ومناقشتها

كشفت النتائج بجدول (١) عن أن قرابة ٤٢٪ من إجمالي المبحوثين كان سنهم متوسطاً، وقرابة ٣٩٪ منهم حاصلين على تعليم منخفض، في حين أن قرابة ٧٥٪ منهم كان حجم حيازته المزرعية صغيرة، وحوالي ٤٠٪ منهم كان عدد أفراد أسرتهم العاملين بالزراعة منخفضاً، وكان قرابة ٧٨٪ منهم ذوي درجة عضوية للمنظمات الاجتماعية الرسمية منخفضة، وقرابة ٩٠٪ منهم ذوي درجة وعي زراعي متوسط ومرتفع، وقرابة ٥٤٪ منهم جاءوا في الفئة المتوسطة لدرجة استخدام المصادر المعرفية الزراعية التقليدية، وحوالي ٦١٪ منهم كانوا ذوي درجة تجديدية مرتفعة، وقرابة ٤٨٪ منهم كانوا في الفئة المتوسطة لدرجة تأثير وسائل الإعلام الإلكتروني، و٩٢,٥٪ منهم كانت درجة معرفتهم بالأزمات الزراعية منخفضة.

جدول (١): توزيع المبحوثين وفقا لبعض خصائصهم المميزة.

الخصائص	عدد	%	الخصائص	عدد	%
١- سن المبحوثة			٢- تعليم المبحوثة		
صغير (٣٣-٤٤) درجة	١٥	٢٢.٤	أمي (٠)	٤	٦.٠
متوسط (٤٥-٥٨) درجة	٢٨	٤١.٨	يقرأ ويكتب (٣)	٣٤	٥.٧
كبير (٥٩-٧٠) درجة	٢٤	٣٥.٨	تعليم منخفض (١٢-١٣) درجة	٢٢	٣٢.٨
المتوسط الحسابي =	٥٢.٥٨		تعليم متوسط (١٤-١٦) درجة	٦	٩.٠
الانحراف المعياري =	٩.٦٠		تعليم مرتفع (١٧-١٨) درجة	١	١.٥
حجم الحيازة المزرعية			المتوسط الحسابي =	٦.٨١	
صغيرة (٨-٣٦) قيراط	٥٠	٧٤.٦	الانحراف المعياري =	٤.٨٦	
متوسطة (٣٧-٦٦) قيراط	٧	١٠.٥	عدد افراد الأسرة العاملين بالزراعة		
كبيرة (٦٧-٩٦) قيراط	١٠	١٤.٩	منخفض (١-٢) فرد	٢٧	٤٠.٣
المتوسط الحسابي =	٣٠.٩٤		متوسط (٣-٤) فرد	٢٥	٣٧.٣
الانحراف المعياري =	٢١.٥٦		مرتفع (٥-٦) فرد	١٥	٢٢.٤
عضوية المنظمات الاجتماعية الرسمية			المتوسط الحسابي =	٢.٢٩	
منخفضة (١-٦) درجة	٥٢	٧٧.٦	الانحراف المعياري =	١.٠٨	
متوسطة (٧-١٣) درجة	١٢	١٧.٩	الوعي الزراعي		
مرتفعة (١٤-١٨) درجة	٣	٤.٥	منخفض (٣-١٢) درجة	٧	١٠.٤
المتوسط الحسابي =	٤.٨٨		متوسط (١٣-٢٣) درجة	٣٠	٤٤.٨
الانحراف المعياري =	٤.٠٤		مرتفع (٢٤-٣٣) درجة	٣٠	٤٤.٨
المصادر المعرفية الزراعية التقليدية			المتوسط الحسابي =	٢٢.٥٢	
منخفضة (٢-١٦) درجة	١٤	٢٠.٩	الانحراف المعياري =	٧.٦٢	
متوسطة (١٧-٣٢) درجة	٣٦	٥٣.٧	التجديدية		
مرتفعة (٣٣-٤٨) درجة	١٧	٢٥.٤	منخفض (٣-٦) درجة	٥	٧.٥
المتوسط الحسابي =	٢٦.١٥		متوسط (٧-١١) درجة	٢١	٣١.٣
الانحراف المعياري =	١٠.٢٩		مرتفع (١٢-١٦) درجة	٤١	٦١.٢
درجة تأثير وسائل الإعلام الإلكتروني في الإرشاد الزراعي			المتوسط الحسابي =	١٢.٥٤	
منخفض (٢٢-٣٦) درجة	٢٢	٣٢.٨	الانحراف المعياري =	٣.٤٩	
متوسط (٣٧-٥٢) درجة	٣٢	٤٧.٨	المعرفة بالأزمات الزراعية		
مرتفع (٥٣-٦٦) درجة	١٣	١٩.٤	منخفضة (٦-١٠) درجة	٦٢	٩٢.٥
المتوسط الحسابي =	٤٠.٩٣		متوسطة (١١-١٦) درجة	٤	٥.١٠
الانحراف المعياري =	١١.٦٩		مرتفعة (١٧-٢٠) درجة	١	١.٥
إجمالي	٦٧	١٠٠.٠	المتوسط الحسابي =	٧.٧٠	
			الانحراف المعياري =	٢.٠٠	

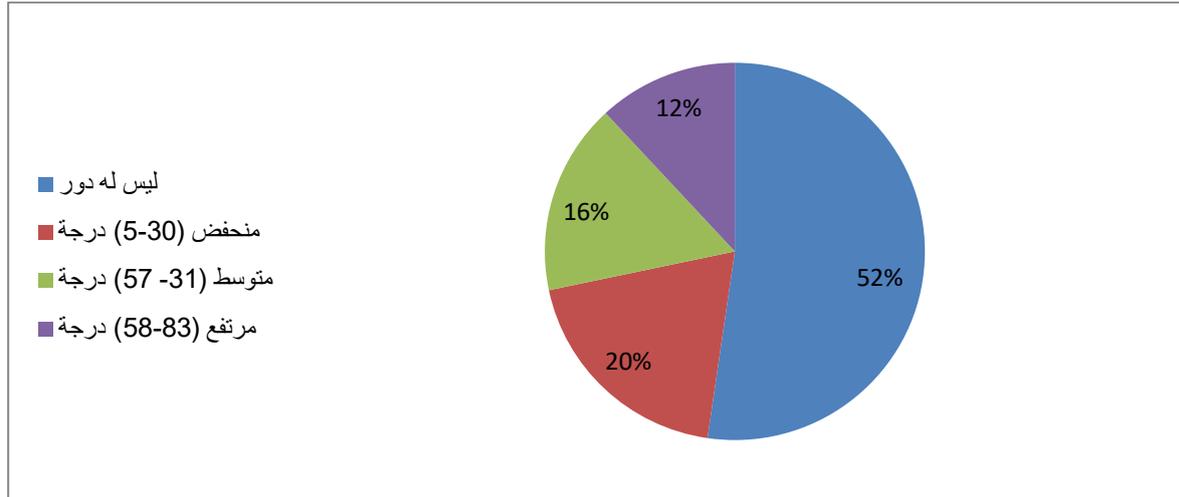
المصدر: حسب من استمارات الاستبيان.

يتضح من النتائج السابقة أن غالبية المبحوثين يتسمون ببعض السمات التي قد تساعدهم على التعامل مع وسائل الإعلام الإلكتروني والاستفادة مما توفره تلك الوسائل من معلومات ومعارف ومهارات وخبرات وتواصل مع الآخرين مما يؤهلهم للتعامل مع الأزمات الزراعية،

وتساعدهم على نشر هذه المعلومات والخبرات على نظرائهم من الزراع، ولا سيما أنهم يتمتعون بدرجة عالية من الثقة كمصادر معلوماتية للزراع.

ثانياً: دور الإعلام الإلكتروني في توعية القادة الإرشاديين ببعض الأزمات الزراعية بمحافظة كفرالشيخ:

أشارت النتائج بشكل (٣) إلي أن الدرجات الفعلية المعبرة عن الدرجة الكلية لأداء الإعلام الإلكتروني لدوره في توعية المبحوثين ببعض الأزمات الزراعية تراوحت من (٠ - ٨٣) درجة، بمتوسط حسابي بلغ ١٨,٨٢ درجة، وانحراف معياري قدره ٢٥,٨٨ درجة، وتبين أن ٥٢% من المبحوثين يرون أن الإعلام الإلكتروني ليس له دور في توعيتهم ببعض الأزمات الزراعية، وتم تقسيم المبحوثين الذين يرون أن له دور إلي ثلاث فئات.



شكل (٣): توزيع المبحوثين وفق لدرجة أداء الإعلام الإلكتروني لدوره في توعيتهم ببعض الأزمات الزراعية

وتبين من النتائج أن ٢٠% من المبحوثين جاءوا في فئة الدور المنخفض لأداء الإعلام الإلكتروني لدوره في توعيتهم ببعض الأزمات الزراعية بمحافظة كفرالشيخ، و١٦% منهم جاءوا في فئة الدور المتوسط، بينما جاء ١٢% فقط من المبحوثين في الفئة المرتفعة لأداء الإعلام الإلكتروني لدوره في توعيتهم ببعض الأزمات الزراعية، شكل (٣).

ومما سبق يتبين أن ٧٢% من المبحوثين يرون أن الإعلام الإلكتروني إما ليس له دور أو له دور منخفض في توعيتهم ببعض الأزمات الزراعية، وهذا قد يرجع إما إلى كبر سن غالبيتهم أو انخفاض مستوى تعليمهم أو قلة حيازة غالبيتهم أو انخفاض معرفتهم بالأزمات الزراعية. وهذا يترتب عليه عدم إمكانية الاستفادة من هذه الوسائل الإعلامية الحديثة رغم تمتعها بمميزات عديدة ولا سيما ميزة سرعة نقل المعلومات والتي تكون أحوج ما يكون لها في وقت الأزمات وإدارتها.

وباستعراض استجابات المبحوثين في كل محور من محاور دور الإعلام الإلكتروني في توعيتهم ببعض الأزمات الزراعية بمحافظة كفرالشيخ وكل بند من بنودها على النحو التالي:

(١) فبالنسبة للدور التعليمي: أشارت النتائج بجدول (٢) إلى أن قرابة ٦٩% من المبحوثين يرون أن الإعلام الإلكتروني ليس له دوراً تعليمياً حالياً في توعيتهم ببعض الأزمات الزراعية، بجانب أن ٢٧% منهم يرون أن هذا الدور كان منخفضاً أو متوسطاً، وكانت أهم البنود التي بين غالبية المبحوثين عدم أدائها هي: نشر أنواع الأزمات الزراعية التي يمكن أن تتعرض لها جماهير الزراع، تناول الخطوات الواجب اتباعها بمرحلة ما بعد الأزمة يقلل آثار الأزمات، توضيح مهارات جديدة للزراع لكيفية الاستعداد لمواجهة الأزمات الزراعية، جدول (٣).

(٢) بالنسبة لمحور الدور الإعلاني: أوضحت النتائج بجدول (٢) أن قرابة ٦٩% من المبحوثين يرون أن الإعلام الإلكتروني ليس له دوراً إعلانياً حالياً في توعيتهم ببعض الأزمات الزراعية، بجانب أن ٢١,٥% منهم يرون أن هذا الدور كان منخفضاً أو متوسطاً، وكانت أهم البنود التي بين غالبية المبحوثين عدم أدائها هي: إبراز مزايا التوصيات الإرشادية المناسبة لمواجهة الأزمات الزراعية، يليه عرض النتائج الإيجابية لتجارب مواجهة الأزمات الزراعية.

جدول (٢): توزيع المبحوثين وفقا لدرجة أداء الإعلام الإلكتروني لكل دور من أدواره في توحيثهم ببعض الأزمات الزراعية.

الدور التعليمي	عدد	%	الدور الترابطي	عدد	%
ليس له دور	٤٦	٦٨.٧	ليس له دور	٤٧	٧٠.١
له دور:			له دور:		
منخفض (٣ - ٦) درجة	١٠	١٤.٩	منخفض (٣ - ٥) درجة	٦	٨.٩
متوسط (٧ - ١١) درجة	٨	١٢.١	متوسط (٦ - ٩) درجة	٥	٧.٥
مرتفع (١٢ - ١٤) درجة	٣	٤.٣	مرتفع (١٠ - ١٣) درجة	٩	١٣.٤
المتوسط الحسابي =	٢,٤٣		المتوسط الحسابي =	٢,٤٢	
الانحراف المعياري =	٤,٠٤		الانحراف المعياري =	٤,١٤	
الدور الإعلاني	عدد	%	الدور الدعائي	عدد	%
ليس له دور	٤٦	٦٨.٧	ليس له دور	٥٠	٧٤.٦
له دور:			له دور:		
منخفض (١ - ٢) درجة	٢	٢.١	منخفض (١ - ٢) درجة	٦	٨.٩
متوسط (٣ - ٥) درجة	١٣	١٩.٤	متوسط (٣ - ٥) درجة	٩	١٣.٤
مرتفع (٦ - ٨) درجة	٦	٨.٩	مرتفع (٦ - ٨) درجة	٢	٢.١٠
المتوسط الحسابي =	١,٤٥		المتوسط الحسابي =	٠,٩١	
الانحراف المعياري =	٢,٤٣		الانحراف المعياري =	١,٨٧	
الدور الإخباري	عدد	%	الدور التنموي	عدد	%
ليس له دور	٣٨	٥٦.٧	ليس له دور	٤٨	٧١.٦
له دور:			له دور:		
منخفض (١ - ٤) درجة	١١	١٦.٤	منخفض (٢ - ٤) درجة	٧	١٠.٤
متوسط (٥ - ٩) درجة	١٥	٢٢.٤	متوسط (٥ - ٨) درجة	٧	١٠.٤
مرتفع (١٠ - ١٤) درجة	٣	٤.٥	مرتفع (٩ - ١١) درجة	٥	٧.٥
المتوسط الحسابي =	٢,٤٥		المتوسط الحسابي =	١,٦٩	
الانحراف المعياري =	٣,٥٦		الانحراف المعياري =	٣,١٣	
الدور الرقابي	عدد	%	الدور الترفيهي	عدد	%
ليس له دور	٤٢	٦٢.٧	ليس له دور	٤٩	٧٣.١
له دور:			له دور:		
منخفض (٢ - ٤) درجة	٦	٨.٩	منخفض (١ - ٢) درجة	٧	١٠.٤
متوسط (٥ - ٨) درجة	١٠	١٤.٩	متوسط (٣ - ٥) درجة	٩	١٣.٤
مرتفع (٩ - ١٢) درجة	٩	١٣.٤	مرتفع (٦ - ٧) درجة	٢	٢.١٠
المتوسط الحسابي =	٢,٦٠		المتوسط الحسابي =	٠,٨٤	
الانحراف المعياري =	٣,٩٦		الانحراف المعياري =	١,٦٠	
الدور الإقناعي	عدد	%	الدور التسويقي	عدد	%
ليس له دور	٤٠	٥٩.٧	ليس له دور	٤٦	٦٨.٧
له دور:			له دور:		
منخفض (١ - ٤) درجة	١٣	١٩.٤	منخفض (٢ - ٤) درجة	٩	١٣.٤
متوسط (٥ - ٩) درجة	١٠	١٤.٩	متوسط (٥ - ٨) درجة	٩	١٣.٤
مرتفع (١٠ - ١٤) درجة	٤	٥.١٠	مرتفع (٩ - ١١) درجة	٣	٤.٥
المتوسط الحسابي =	٢,٣٠		المتوسط الحسابي =	١,٧٥	
الانحراف المعياري =	٥,٥٩		الانحراف المعياري =	٢,٩٧	
الإجمالي	٦٧	١٠٠,٠	الإجمالي	٦٧	١٠٠,٠

المصدر: حسب من استمارات الاستبيان.

ثم نشر نتائج التجارب الناجحة لمواجهة الأزمات الزراعية بالدول المختلفة، ثم تقديم الأدوات التي تساهم في مواجهة الأزمات الزراعية، جدول (٣).

(٣) بالنسبة لمحور الدور الإخباري: بينت النتائج بجدول (٢) أن قرابة ٥٧٪ من المبحوثين يرون أن الإعلام الإلكتروني ليس له دوراً إخبارياً حالياً في توعيتهم ببعض الأزمات الزراعية بمحافظة كفرالشيخ، بجانب أن حوالي ٣٩٪ منهم يرون أن هذا الدور كان منخفضاً أو متوسطاً، وكانت أهم البنود التي بين غالبية المبحوثين عدم أدائها هي: تزويد الزراع بالحقائق المتعلقة بالأزمات للحد من انتشار الشائعات، يليه نشر نتائج مواجهة الأزمات الزراعية، ثم تحري الدقة في نشر الأخبار المتعلقة بالأزمات الزراعية، يليه تناول مرحلة ما قبل الأزمات الزراعية يزيد من فاعلية مواجهتها، جدول (٣).

(٤) بالنسبة لمحور الدور الرقابي: أسفرت النتائج بجدول (٢) عن أن قرابة ٦٣٪ من المبحوثين يرون أن الإعلام الإلكتروني ليس له دوراً رقابياً حالياً في توعيتهم ببعض الأزمات الزراعية، بجانب أن قرابة ٢٤٪ منهم يرون أن هذا الدور كان منخفضاً أو متوسطاً، وكانت أهم البنود التي بين غالبية المبحوثين عدم أدائها هي: تعريف جماهير الزراع بالآثار المترتبة على التعرض للأزمات الزراعية، ثم نشر الجلسات والاجتماعات واللقاءات المتعلقة بالأزمات الزراعية، يليه عرض التشريعات القانونية المتخذة لمواجهة الأزمات الزراعية، متابعة نتائج الرأي العام حول الأزمات الزراعية، جدول (٣).

(٥) بالنسبة لمحور الدور الإقناعي: أشارت النتائج بجدول (٢) إلى أن قرابة ٦٠٪ من المبحوثين يرون أن الإعلام الإلكتروني ليس له دوراً إقناعياً حالياً في توعيتهم ببعض الأزمات الزراعية، بجانب أن حوالي ٣٤٪ منهم يرون أن هذا الدور كان منخفضاً أو متوسطاً، وكانت أهم البنود التي بين غالبية المبحوثين عدم أدائها هي: شرح كيفية تطبيق أساليب مواجهة الأزمات الزراعية، ثم رفع الروح المعنوية لجماهير الزراع لتقليل الآثار السلبية الناجمة عن الأزمات، وعرض خطوات تطبيق التوصيات الإرشادية لتقليل أضرار الأزمات الزراعية، ثم نشر نتائج البحوث العلمية للتعامل مع الأزمات الزراعية، يليه توعية جماهير الزراع بضرورة التصرف بحكمة مع التقلبات الزراعية، جدول (٣).

(٦) بالنسبة لمحور الدور التسويقي: أظهرت النتائج بجدول (٢) أن قرابة ٦٩٪ من المبحوثين يرون أن الإعلام الإلكتروني ليس له دوراً تسويقياً حالياً في توعيتهم ببعض الأزمات الزراعية، بجانب أن قرابة ٢٧٪ منهم يرون أن هذا الدور كان منخفضاً أو متوسطاً، وكانت أهم البنود التي بين غالبية المبحوثين عدم أدائها هي: تعريف جماهير الزراع بالمعلومات المتعلقة بأماكن المستلزمات الزراعية، ثم تزويد جماهير الزراع بالمعلومات المتعلقة بالأسعار التسويقية، ثم تقديم المعلومات التسويقية في الوقت المناسب لجماهير الزراع، وإبراز أهمية التسويق التعاوني لجماهير الزراع، وحث جماهير الزراع على الاستجابة الشرائية ولا سيما المنتجات المحلية، إمداد جماهير الزراع بالمعلومات المتعلقة بالخدمات التسويقية المتاحة لهم، يليه نشر المعلومات التسويقية المتعلقة بالمستلزمات الزراعية على جماهير الزراع، جدول (٣).

(٧) بالنسبة لمحور الدور الترفيهي: أسفرت النتائج بجدول (٢) عن أن حوالي ٣١٪ من المبحوثين يرون أن الإعلام الإلكتروني ليس له دوراً ترفيهياً حالياً في توعيتهم ببعض الأزمات الزراعية، بجانب أن قرابة ٢٥٪ منهم يرون أن هذا الدور كان منخفضاً أو متوسطاً، وكانت أهم البنود التي بين غالبية المبحوثين عدم أدائها هي: تناول معلومات مرحلة ما قبل الأزمات باستخدام الرسوم الكاريكاتيرية، ثم إبراز المواقف الترفيهية المتعلقة بالأزمات الزراعية، يليه نشر بعض الصور الترفيهية للأزمات الزراعية، ثم عرض بعض الأفلام الترفيهية حول الأزمات الزراعية، جدول (٣).

جدول (٣): توزيع المبحوثين وفقاً لاستجاباتهم لأداء الإعلام الإلكتروني لكل دور من أدواره في توعيتهم ببعض الأزمات الزراعية

المتوسط المرجح	يؤدي		يؤدي لحد ما		لا يؤدي		المحاور وبنودها
	عدد	%	عدد	%	عدد	%	
٦.٠٤	(١) دور تعليمي						
٦.٠	٣.٠	٢	٢٠.٩	١٤	٧٦.١	٥١	تعريف جماهير الزراعة بمعني الأزمة الزراعية
٦.٣	٣.٠	٢	٢٢.٤	١٥	٧٤.٦	٥٠	توفير المعلومات الصحيحة حول أسباب الأزمات الزراعية
٦.٠	٣.٠	٢	٢٠.٩	١٤	٧٦.١	٥١	عرض المعلومات المتعلقة بأضرار الأزمات الزراعية
٤.٧	١.٥	١	١٧.٩	١٢	٨٠.٦	٥٤	نشر أنواع الأزمات الزراعية التي يمكن أن تتعرض لها جماهير الزراعة.
٦.٠	٤.٥	٣	١٧.٩	١٢	٧٧.٦	٥٢	عرض المعلومات الصحيحة حول كيفية تقليل أثار الأزمات الزراعية.
٦.٧	٦.٠	٤	١٧.٩	١٢	٧٦.١	٥١	نشر التجارب والخبرات الإيجابية في مواجهة الأزمات الزراعية.
٦.٧	٦.٠	٤	١٧.٩	١٢	٧٦.١	٥١	توعية الزراعة بإجراءات الأمن والسلامة المتبعة عند وقوع الأزمات الزراعية.
٦.٠	٤.٥	٣	١٧.٩	١٢	٧٧.٦	٥٢	تناول الخطوات الواجب اتباعها بمرحلة ما بعد الأزمة يقلل أثار الأزمات
٦.٠	٤.٥	٣	١٧.٩	١٢	٧٧.٦	٥٢	توضيح مهارات جديدة للزراعة لكيفية الاستعداد لمواجهة الأزمات الزراعية.
٦.٤٨	(٢) دور إعلاني						
٦.٧	٤.٥	٣	٢٠.٩	١٤	٧٤.٦	٥٠	تقديم الأدوات التي تساهم في مواجهة الأزمات الزراعية.
٧.٧	٧.٥	٥	١٩.٤	١٣	٧٣.١	٤٩	نشر الأساليب الحديثة للتعامل مع الأزمات الزراعية .
٦.٠	٣.٥	٢	٢٠.٩	١٤	٧٦.١	٥١	عرض النتائج الإيجابية لتجارب مواجهة الأزمات الزراعية .
٥.٧	٣.٠	٢	١٩.٤	١٣	٧٧.٦	٥٢	إبراز مزايا التوصيات الإرشادية المناسبة لمواجهة الأزمات الزراعية .
٦.٣	٣.٠	٢	٢٢.٤	١٥	٧٤.٦	٥٠	. نشر نتائج التجارب الناجحة لمواجهة الأزمات الزراعية بالدول المختلفة .
٧.٨١	(٣) دور إخباري						
٧.٠	٦.٠	٤	١٩.٤	١٣	٧٤.٦	٥٠	تزويد الزراعة بالحقائق المتعلقة بالأزمات للحد من انتشار الشائعات .
٧.٧	٤.٥	٣	٢٥.٤	١٧	٧٠.١	٤٧	تحذير جماهير الزراعة بالأزمات الزراعية المستقبلية.
٧.٧	٤.٥	٣	٢٥.٤	١٧	٧٠.١	٤٧	عمل متابعة مستمرة لأحداث الأزمات الزراعية .
٦.٣	٣.٠	٢	٢٢.٤	١٥	٧٤.٦	٥٠	نشر نتائج مواجهة الأزمات الزراعية .
٦.٧	٣.٠	٢	٢٣.٩	١٦	٧٣.١	٤٩	تحري الدقة في نشر الأخبار المتعلقة بالأزمات الزراعية .
٧.٣	٤.٥	٣	٢٣.٩	١٦	٧١.٦	٤٨	تناول مرحلة ما قبل الأزمات الزراعية يزيد من فاعلية مواجهتها .
١٢.٠	٢٠.٩	١٤	١١.٩	٨	٦٧.٢	٤٥	عرض اهتمام المسؤولين بالمتمضررين من الزراعة وأسرههم بسبب الأزمات .
٧.٢٥	(٤) دور رقابي						
٧.٧	٦.٠	٤	٢٢.٤	١٥	٧١.٦	٤٨	عرض الآثار السلبية لقرارات مواجهة الأزمات الزراعية على جماهير الزراعة
٧.٣	٤.٥	٣	٢٣.٩	١٦	٧١.٦	٤٨	نشر نتائج تطبيق خطط تقليل أثار الأزمات الزراعية على جماهير الزراعة .
٦.٠	٤.٥	٣	١٧.٩	١٢	٧٧.٦	٥٢	تعريف جماهير الزراعة بالآثار المترتبة على التعرض للأزمات الزراعية.
٥.٧	٣.٠	٢	١٩.٤	١٣	٧٧.٦	٥٢	نشر الجلسات والاجتماعات واللقاءات المتعلقة بالأزمات الزراعية .
٥.٧	٣.٠	٢	١٩.٤	١٣	٧٧.٦	٥٢	عرض التشريعات القانونية المتخذة لمواجهة الأزمات الزراعية .
٧.٣	٦.٠	٤	٢٠.٩	١٤	٧٣.١	٤٩	إبراز سبل التعاون بين المنظمات والوزارات المرتبطة بالأزمات الزراعية .
٧.٠	٦.٠	٤	١٩.٤	١٣	٧٤.٦	٥٠	متابعة نتائج الرأي العام حول الأزمات الزراعية .
١١.٣	١٧.٩	١٢	١٤.٩	١٠	٦٧.٢	٤٥	عرض أنشطة وتدابير الجهات المختلفة قبل وقوع الأزمات الزراعية .
٧.٣٣	(٥) دور إقناعي						
٧.٠	٧.٥	٥	١٦.٤	١١	٧٦.١	٥١	رفع الروح المعنوية لجماهير الزراعة لتقليل الآثار السلبية الناجمة عن الأزمات .
٦.٣	٤.٥	٣	١٩.٤	١٣	٧٦.١	٥١	عرض خطوات تطبيق التوصيات الإرشادية لتقليل أضرار الأزمات الزراعية
٦.٠	٤.٥	٣	١٧.٩	١٢	٧٧.٦	٥٢	شرح كيفية تطبيق أساليب مواجهة الأزمات الزراعية.
٦.٣	٤.٥	٣	١٩.٤	١٣	٧٦.١	٥١	نشر نتائج البحوث العلمية للتعامل مع الأزمات الزراعية .

تابع - جدول (٣):

المتوسط المرجح	يؤدي		يؤدي لحد ما		لا يؤدي		المحاور وبنودها
	عدد	%	عدد	%	عدد	%	
٧.٠	٦.٠	٤	١٩.٤	١٣	٧٤.٦	٥٠	توعية جماهير الزراعة بضرورة التصرف بحكمة مع التقلبات الزراعية.
٧.٠	٤.٥	٣	٢٢.٤	١٥	٧٣.١	٤٩	عرض آراء الخبراء الذين يتمتعون بالكفاءة والمقدرة في مواجهة الأزمات الزراعية.
١١.٧	١٤.٩	١٠	٢٢.٤	١٥	٦٢.٧	٤٢	تناول معلومات الاستعداد لمواجهة الأزمات الزراعية بالصور والفيديوهات الداعمة
٥.٦٦							(٦) دور تسويقي
٦.٣	٧.٥	٥	١٣.٤	٩	٧٩.١	٥٣	تزويد جماهير الزراعة بالمعلومات المتعلقة بالأسعار التسويقية .
٦.٠	٤.٥	٣	١٧.٩	١٢	٧٧.٦	٥٢	إبراز أهمية التسويق التعاوني لجماهير الزراعة .
٦.٣	٤.٥	٣	١٩.٤	١٣	٧٦.١	٥١	نشر المعلومات التسويقية المتعلقة بالمستلزمات الزراعية على جماهير الزراعة.
٤.٧	١.٥	١	١٧.٩	١٢	٨٠.٦	٥٤	تعريف جماهير الزراعة بالمعلومات المتعلقة بأمكان المستلزمات الزراعية .
٥.٣	١.٥	١	٢٠.٩	١٤	٧٩.١	٥٣	تقديم المعلومات التسويقية في الوقت المناسب لجماهير الزراعة.
٥.٧	١.٥	١	٢٢.٤	١٥	٧٦.١	٥١	إمداد جماهير الزراعة بالمعلومات المتعلقة بالخدمات التسويقية المتاحة لهم .
٥.٣	١.٥	١	٢٠.٩	١٤	٧٧.٦	٥٢	حث جماهير الزراعة على الاستجابة الشرائية ولا سيما المنتجات المحلية .
٤,٦٠							(٧) دور ترفيهي
٤.٠	١.٥	١	١٦.٤	١١	٨٢.١	٥٥	إبراز المواقف الترفيهية المتعلقة بالأزمات الزراعية .
٤.٧	٣.٠	٢	١٤.٩	١٠	٨٢.١	٥٥	نشر بعض الصور الترفيهية للأزمات الزراعية .
٥.٧	٤.٥	٣	١٦.٤	١١	٧٩.١	٥٣	عرض بعض الأفلام الترفيهية حول الأزمات الزراعية.
٤.٠	٣.٠	٢	١١.٩	٨	٨٥.١	٥٧	تناول معلومات مرحلة ما قبل الأزمات باستخدام الرسوم الكاريكاتيرية.
٥,٣٩							(٨) دور تنموي
٥.٧	٣.٠	٢	١٩.٤	١٣	٧٧.٦	٥٢	تزويد جماهير الزراعة بالمعلومات الزراعية للحد من تدهور الأوضاع الغذائية.
٥.٣	١.٥	١	٢٠.٩	١٤	٧٧.٦	٥٢	تعريف الزراعة بالمشاريع التنموية الزراعية في مواجهة الأزمات الزراعية.
٤.٧	١.٥	١	١٧.٩	١٢	٨٠.٦	٥٤	توضيح فرص الاستثمار في مواجهة الأزمات الزراعية .
٥.٣	٤.٥	٣	١٤.٩	١٠	٨٠.٦	٥٤	تعريف أهمية أساليب التنمية الزراعية الحديثة لتقليل آثار الأزمات الزراعية.
٥.٧	٦.٠	٤	١٣.٤	٩	٨٠.٦	٥٤	رعاية مناسبات اللقاءات الاستثمارية الزراعية لرجال وسيدات الأعمال.
٦.٠	٤.٥	٣	١٧.٩	١٢	٧٧.٦	٥٢	تعريف الزراعة بأهمية المحافظة على البيئة في تقليل الأزمات الزراعية.
٥.٠	٣.٠	٢	١٦.٤	١١	٨٠.٦	٥٤	غرس الرغبة لدى جماهير الزراعة في تغيير أساليب حياتهم .
٤.٢٠							(٩) دور دعائي
٤.٠	١.٥	١	١٤.٩	١٠	٨٣.٦	٥٦	تعريف جماهير الزراعة بالإنجازات المتحققة لمواجهة الأزمات الزراعية.
٤.٠	١.٥	١	١٤.٩	١٠	٨٥.١	٥٧	إبراز مزايا الأساليب الحديثة لتعامل جماهير الزراعة مع الأزمات الزراعية .
٣.٧	١.٥	١	١٣.٤	٩	٨٥.١	٥٧	إظهار أضرار الأزمات الزراعية على جماهير الزراعة على كل المستويات.
٤.٣	١.٥	١	١٦.٤	١١	٨٢.١	٥٥	عرض التجارب الناجحة في مواجهة الأزمات الزراعية .
٥.٠	٤.٥	٣	١٣.٤	٩	٨٢.١	٥٥	إبراز أهمية اتباع الأساليب الرشيدة في استخدام الموارد الطبيعية .
٦,٠٠							(١٠) دور ترابطي
٤.٠	١.٥	١	١٤.٩	١٠	٨٣.٦	٥٦	تجنب نشر صور دمار الأزمات للحيلولة دون انتشار الزعر بين الزراعة.
٥.٣	٣.٠	٢	١٧.٩	١٢	٧٩.١	٥٣	إبراز أهمية تبادل الأفكار والخبرات لمواجهة الأزمات الزراعية .
٤.٧	٣.٠	٢	١٤.٩	١٠	٨٢.١	٥٥	تأكيد أهمية تعاون جميع الأطراف في مواجهة الأزمات الزراعية .
٥.٠	٣.٠	٢	١٦.٤	١١	٨٠.٦	٥٤	عرض مدي تعقيد بعض القوانين واللوائح لإجراءات مواجهة الأزمات الزراعية.
٦.٠	١.٥	١	٢٣.٩	١٦	٧٤.٦	٥٠	تعريف أهمية دور الريفيات في مواجهة الأزمات الزراعية
٦.٠	٤.٥	٣	١٧.٩	١٢	٧٧.٦	٥٢	توعية الزراعة بأهمية دور الشباب الريفي في مقابلة الأزمات الزراعية .
٨.٠	١٠.٤	٧	١٤.٩	١٠	٧٤.٦	٥٠	توعية كل من الفرد والأسرة والمنظمة والمجتمع بالأزمات الزراعية.
٨.٠	١١.٩	٨	١١.٩	٨	٧٦.١	٥١	توضيح مخاطر الأزمات الزراعية على كل من المجتمع الحضري والريفي.
٧.٠	١٠.٤	٧	١٠.٤	٧	٧٩.١	٥٣	تشجيع الزراعة للمشاركة في اتخاذ القرارات المتعلقة بمواجهة الأزمات الزراعية.

ن=٦٧

المصدر: حسب من استمارات الاستبيان.

(٨) بالنسبة لمحور **الدور التنموي**: أوضحت النتائج بجدول (٢) أن قرابة ٧٢٪ من المبحوثين أقرروا بأن الإعلام الإلكتروني ليس له دوراً تنموياً حالياً في توعيتهم ببعض الأزمات الزراعية، وأن قرابة ٢١٪ منهم أقرروا بأن له دور منخفض أو متوسط، وكانت **أهم البنود التي بين غالبية المبحوثين عدم أدائها هي**: توضيح فرص الاستثمار في مواجهة الأزمات الزراعية، ثم تعريف أهمية أساليب التنمية الزراعية الحديثة لتقليل آثار الأزمات الزراعية، ورعاية مناسبات اللقاءات الاستثمارية الزراعية لرجال وسيدات الأعمال، يليه غرس الرغبة لدى جماهير الزراعة في تغيير أساليب حياته، جدول (٣).

(٩) بالنسبة لمحور **الدور الدعائي**: كشفت النتائج بجدول (٢) عن أن قرابة ٧٥٪ من المبحوثين ليس له دور دعائي في توعيتهم ببعض الأزمات، وأن حوالي ٢٢٪ منهم أقرروا بأنه دور منخفض أو متوسط، وكانت **أهم البنود التي بين غالبية المبحوثين عدم أدائها هي**: إبراز مزايا الأساليب الحديثة لتعامل جماهير الزراعة مع الأزمات الزراعية، ثم إظهار مضار الأزمات الزراعية على جماهير الزراعة على كل المستويات، تعريف جماهير الزراعة بالإنجازات المتحققة لمواجهة الأزمات الزراعية، جدول (٣).

(١٠) بالنسبة لمحور **الدور الترابطي**: بينت النتائج بجدول (٢) أن حوالي ٧٠٪ من المبحوثين أقرروا بأن الإعلام الإلكتروني ليس له دور ترابطي في توعيتهم ببعض الأزمات الزراعية، وأن حوالي ١٦٪ منهم أقرروا بأن له دور منخفض أو متوسط، وكانت **أهم البنود التي بين غالبية المبحوثين عدم أدائها هي**: تجنب نشر صور دمار الأزمات للحيلولة دون انتشار الزعر بين الزراعة، يليه تأكيد أهمية تعاون جميع الأطراف في مواجهة الأزمات الزراعية، عرض مدي تعقيد بعض القوانين واللوائح الإجراءات لمواجهة الأزمات الزراعية، إبراز أهمية تبادل الأفكار والخبرات لمواجهة الأزمات الزراعية، تشجيع الزراعة للمشاركة في اتخاذ القرارات المتعلقة بمواجهة الأزمات الزراعية، جدول (٣).

وعند ترتيب محاور الدور الحالي للإعلام الإلكتروني في توعيتهم القادة الإرشاديين ببعض الأزمات الزراعية حسب المتوسط المرجح:

أسفرت النتائج بجدول (٣) عن أن: الدور الإخباري بمتوسط مرجح قدره ٧,٨ درجة جاء في الترتيب الأول، يليه الدور الإقناعي بمتوسط مرجح قدره ٧,٣ درجة، ثم الدور الرقابي بمتوسط مرجح قدره ٧,٢ درجة، يليه الدور الإعلاني بمتوسط مرجح قدره ٦,٥ درجة، ثم الدور التعليمي بمتوسط مرجح قدره ٦,٠٤ درجة، يليه الدور الترابطي بمتوسط مرجح قدره ٦ درجة، ثم الدور التسويقي بمتوسط مرجح قدره ٥,٧ درجة، يليه الدور التنموي بمتوسط مرجح قدره ٥,٤ درجة، ثم الدور الترفيهي بمتوسط مرجح قدره ٤,٧ درجة، يليه الدور الدعائي بمتوسط مرجح قدره ٤,٢ درجة.

ثالثاً: أسباب استخدام الإعلام الإلكتروني في توعية القادة الإرشاديين ببعض الأزمات الزراعية بمحافظة كفرالشيخ:

أظهرت النتائج بجدول (٤) أن أسباب استخدام الإعلام الإلكتروني في توعية المبحوثين ببعض الأزمات الزراعية بمحافظة كفرالشيخ مرتبة حسب أهميتها النسبية في: سرعة نشر المعلومات المتعلقة بالأزمات الزراعية ٩٧٪، وإبراز ردود الأفعال حول تطبيق نتائج البحوث للتغلب على مختلف الأزمات الزراعية بنسبة ٩٢,٥٪، وتعريف المجتمع بالأحداث والأزمات الزراعية بنسبة ٨٩,٦٪، وإمكانية توصيل المعلومات إلى أكبر عدد من المسترشدين أو المرشدين في وقت قصير بنسبة ٨٨,١٪، وسد النقص المستمر في أعداد العاملين الإرشاديين بنسبة ٨٥,١٪، وإمكانية تكرار نشر الرسالة أكثر من مرة على المستفيدين (مسؤولين عاملين - زراع) بنسبة ٨٣,٦٪.

وسهولة حمل بعض تلك الوسائل مع الفرد في أي مكان بنسبة ٨٢,١٪، ومتابعة آخر ما توصل إليه البحث العلمي محلياً ودولياً في مواجهة الأزمات الزراعية بنسبة ٧٧,٦٪، ومتابعة الأزمات الزراعية الميدانية بنسبة ٧٦,١٪، والمساهمة في الإعلان عن المستلزمات والأساليب اللازمة لمجابهة الأزمات الزراعية بنسبة ٧٤,٦٪، والتعرف آراء الخبراء الزراعيين حول الأزمات الزراعية بنسبة ٧٠,١٪، وإمكانية حفظ الرسائل الإرشادية التي تبث من خلاله بنسبة ٦٧,٢٪، وتنوع وسائل الإعلام الإلكتروني وتعددتها بنسبة ٦٥,٧٪، وتسهيل المشاركة في اللقاءات العلمية الزراعية المتعلقة بتلك الأزمات بنسبة ٥٩,٧٪، ومتابعة المؤتمرات والندوات الإرشادية المتعلقة بالمشكلات والأزمات الزراعية بنسبة ٥٨,٢٪، وانخفاض تكلفة استخدام وسائل الإعلام الإلكتروني في التوعية بالأزمات الزراعية المختلفة بنسبة ٥٢,٢٪، وتقديم بعض المواد الترفيهية الزراعية للمستفيدين بنسبة ٤٧,٨٪.

جدول (٤): أسباب استخدام الإعلام الإلكتروني في توعية المبحوثين ببعض الأزمات الزراعية بمحافظة كفرالشيخ.

أسباب استخدام أداء الإعلام الإلكتروني	عدد	%
سرعة نشر المعلومات المتعلقة بالأزمات الزراعية	٦٥	٩٧,٠
إبراز ردود الأفعال حول تطبيق نتائج البحوث للتغلب على مختلف الأزمات الزراعية.	٦٢	٩٢,٥
تعريف المجتمع بالأحداث والأزمات الزراعية.	٦٠	٨٩,٦
إمكانية توصيل المعلومات إلى أكبر عدد من المسترشدين أو المرشدين في وقت قصير.	٥٩	٨٨,١
سد النقص المستمر في أعداد العاملين الإرشاديين .	٥٧	٨٥,١
إمكانية تكرار نشر الرسالة أكثر من مرة على المستفيدين (مسؤولين عاملين - زراع).	٥٦	٨٣,٦
سهولة حمل بعض تلك الوسائل مع الفرد في أي مكان.	٥٥	٨٢,١
متابعة آخر ما توصل إليه البحث العلمي محلياً ودولياً في مواجهة الأزمات الزراعية.	٥٢	٧٧,٦
متابعة الأزمات الزراعية الميدانية.	٥١	٧٦,١
المساهمة في الإعلان عن المستلزمات والأساليب اللازمة لمجابهة الأزمات الزراعية	٥٠	٧٤,٦
التعرف على آراء الخبراء الزراعيين حول الأزمات الزراعية.	٤٧	٧٠,١
إمكانية حفظ الرسائل الإرشادية المبنية من خلالها .	٤٥	٦٧,٢
تنوع وسائل الإعلام الإلكتروني وتعددتها.	٤٤	٦٥,٧
تسهيل المشاركة في اللقاءات العلمية الزراعية المتعلقة بتلك الأزمات.	٤٠	٥٩,٧
متابعة المؤتمرات والندوات الإرشادية المتعلقة بالمشكلات والأزمات الزراعية	٣٩	٥٨,٢
انخفاض تكلفة استخدام وسائل الإعلام الإلكتروني في التوعية بالأزمات الزراعية المختلفة	٣٥	٥٢,٢
تقديم بعض المواد الترفيهية الزراعية للمستفيدين.	٣٢	٤٧,٨

ن=٦٧

المصدر: حسب من استمارات الاستبيان.

رابعاً: الأشكال الفنية للرسالة الإعلامية الإلكترونية الحالية لتوعية القادة الإرشاديين ببعض الأزمات الزراعية بمحافظة كفرالشيخ:

كشفت النتائج بجدول (٥) عن أنه بالنسبة لأشكال الفنية السمعية البصرية للرسالة الإعلامية الإلكترونية لتوعية المبحوثين ببعض الأزمات الزراعية جاءت مرتبة تنازلياً حسب المتوسط المرجح كما يلي: نقل الاجتماعات والندوات الإرشادية عن الأزمات الزراعية بمتوسط مرجح بلغ ١٦,٣ درجة، ثم إعداد أفلام تسجيلية عن أهم الأزمات الزراعية بمتوسط مرجح قدره ١٦ درجة، وعمل تحقيقات صحفية حول الأزمات الزراعية بمتوسط قدره ١٥,٨ درجة، يليه عقد اللقاءات الإعلامية مع الخبراء حول الأزمات الزراعية بمتوسط مرجح قدره ١٥,٧ درجة، ثم تناول نشر معلومات الأزمات عبر وسائل التواصل بمتوسط مرجح قدره ١٥,٥ درجة، وإذاعة المؤتمرات العلمية حول الأزمات.

جدول (٥): الأشكال الفنية للرسالة الإعلامية الإلكترونية لتوعية المبحوثين ببعض الأزمات الزراعية.

المتوسط المرجح	مرتفعة	متوسطة	منخفضة	غير مناسبة	مناسبة الاشكال الفنية
	عدد	عدد	عدد	عدد	
١٥,٤٣	أ- أشكال فنية سمعية بصرية:				
١٦,٠	١٢	١٩	٢٢	٢٠	إعداد أفلام تسجيلية عن أهم الأزمات الزراعية
١٥,٧	١٦	٨	٣٠	١٣	عقد اللقاءات الإعلامية مع الخبراء حول الأزمات الزراعية
١٤,٥	١٢	١٣	٢٥	١٧	نقل الزيارات الميدانية لمواقع الأزمات الزراعية
١٥,٠	١٢	١٣	٢٨	١٥	تناول القنوات الفضائية للأزمات الزراعية
١٤,٨	١٢	١٤	٢٥	١٦	عقد القنوات المحلية لقاءات مع خبراء الأزمات الزراعية
١٥,٨	١٦	٨	٣١	١٣	عمل تحقيقات صحفية حول الأزمات الزراعية
١٥,٥	١٤	١٣	٢٥	١٥	نشر معلومات الأزمات عبر وسائل التواصل الاجتماعي
١٥,٣	١٢	١٥	٢٦	١٥	إذاعة المؤتمرات العلمية حول الأزمات الزراعية.
١٦,٣	١٢	١٩	٢٤	١٤	نقل الاجتماعات والندوات الإرشادية عن الأزمات الزراعية.
١٥,٠٥	ب- أشكال فنية بصرية:				
١٥,٧	١٦	٨	٣٠	١٣	تصميم نشرات إرشادية إلكترونية عن الأزمات الزراعية
١٢,٢	٧	١١	٣٠	١٩	تصميم مطبوعات إرشادية إلكترونية عن الأزمات الزراعية
١٣,٢	١١	٨	٣٠	١٩	عمل مجلات إرشادية متخصصة إلكترونية عن الأزمات الزراعية
١٥,٣	١٦	٨	٢٨	١٣	إنتاج كتيبات إرشادية إلكترونية عن الأزمات الزراعية
١٦,٠	١٤	١٥	٢٤	١٥	عمل تقارير دورية إلكترونية عن الأزمات الزراعية
١٥,٥	١٣	١٥	٢٤	١٥	إعداد صور إرشادية إلكترونية عن الأزمات الزراعية
١٦,٣	١٤	١٤	٢٨	١١	عمل إعلانات إرشادية إلكترونية حول الأزمات الزراعية
١٧,٠	١٨	١٢	٢٤	١٣	تصميم رسومات إرشادية إلكترونية عن الأزمات الزراعية.
١٥,٠	١٢	١٨	١٨	١٨	تصميم مواقع إلكترونية تعرض معلومات عن الأزمات الزراعية
١٦,٧	١٤	١٥	٢٨	١١	تصميم ملصقات إرشادية عن الأزمات الزراعية
١٢,٧	٩	١٣	٢٣	٢٢	عمل أفلام صامتة حول الأزمات الزراعية
١٣,٥٥	ت- أشكال فنية سمعية:				
١٣,٠	٩	١٣	٢٥	٢٢	عمل Cd صوتية إرشادية حول الأزمات الزراعية
١٢,٢	٧	١١	٣٠	١٩	تسجيل حلقات صوتية عن الأزمات الزراعية
١٥,٢	١٢	١٦	٢٣	١٦	عمل رسائل صوتية مسجلة حول الأزمات الزراعية
١٣,٨	٩	١٥	٢٦	١٧	عمل شرائط تسجيلية حول الأزمات الزراعية للزرع

ن=٦٧

المصدر: حسب من استمارات الاستبيان.

الزراعية بمتوسط مرجح قدره ١٥,٣ درجة، ثم تناول القنوات الفضائية لأزمات زراعية بمتوسط مرجح قدره ١٥ درجة، وعقد القنوات المحلية للقاءات مع خبراء الأزمات بمتوسط مرجح قدره ١٤,٨ درجة، يليه نقل الزيارات الميدانية لمواقع الأزمات الزراعية بمتوسط مرجح بلغ ١٤,٥ درجة.

وبالنسبة للأشكال الفنية البصرية فهي: تصميم رسومات إرشادية إلكترونية عن الأزمات الزراعية بمتوسط مرجح بلغ ١٧ درجة، وجاء تصميم ملصقات إرشادية عن الأزمات الزراعية بمتوسط مرجح بلغ ١٦,٧ درجة، ثم عمل إعلانات إرشادية إلكترونية حول الأزمات بمتوسط مرجح قدره ١٦,٣ درجة، ثم عمل تقارير دورية إلكترونية عن الأزمات الزراعية بمتوسط مرجح قدره ١٦ درجة، يليه تصميم نشرات إرشادية إلكترونية عن الأزمات بمتوسط مرجح ١٥,٧ درجة، ثم إعداد صور إرشادية إلكترونية عن الأزمات الزراعية بمتوسط مرجح قدره ١٥,٥ درجة، ثم إنتاج كتيبات إرشادية إلكترونية عن الأزمات الزراعية بمتوسط مرجح قدره ١٥,٣ درجة، وتصميم مواقع إلكترونية تعرض معلومات عن الأزمات الزراعية بمتوسط مرجح قدره ١٥ درجة، ثم عمل مجلات إرشادية متخصصة إلكترونية عن الأزمات الزراعية بمتوسط مرجح قدره ١٣,٢ درجة، وعمل أفلام صامتة حول الأزمات الزراعية بمتوسط مرجح قدره ١٢,٧ درجة، وأخيراً تصميم مطبوعات إرشادية إلكترونية عن الأزمات الزراعية بمتوسط مرجح بلغ ١٢,٢ درجة.

وبالنسبة للأشكال الفنية فهي: عمل رسائل صوتية مسجلة حول الأزمات الزراعية بمتوسط مرجح بلغ ١٥,٢ درجة، ثم عمل شرائط تسجيلية حول الأزمات الزراعية بمتوسط مرجح قدره ١٣,٨ درجة، يليه عمل cd صوتية إرشادية حول الأزمات الزراعية بمتوسط مرجح ١٣ درجة، وأخيراً أتى تسجيل حلقات صوتية عن الأزمات الزراعية بمتوسط مرجح قدره ١٢,٢ درجة.

التوصيات:

- بناءً على ما توصل إليه البحث من نتائج يمكن صياغة مجموعة من التوصيات تتمثل في:
- بناءً على ما كشفته النتائج عن أن الغالبية العظمى من المبحوثين (٩٢,٥%) كانت درجة معرفتهم منخفضة بالأزمات الزراعية، لذا يوصي البحث بضرورة تعريف المبحوثين بالأزمة وأشكالها وأثارها السلبية باستخدام كافة الوسائل المناسبة لذلك بوصفهم وكلاء التغيير في المستقبل.
 - في ضوء ما اتضح من ارتفاع نسبة المبحوثين الذين أقرروا بعدم وجود دوراً حالياً للإعلام الإلكتروني في توعيتهم ببعض الأزمات الزراعية بمحافظة كفرالشيخ سواء بصورة إجمالية (حوالي ٥٢%) أو حسب كل محور من المحاور العشرة المدروسة وبنودها، لذا يوصي البحث بضرورة إعداد بعض حملات التوعية للريفيين ولا سيما القادة منهم لتعريفهم بالإعلام الإلكتروني وأهميته وأشكاله المختلفة ودوره في تنمية مجتمعهم وتناول كافة قضاياها ولا سيما المتعلقة بالأزمات الزراعية.
 - بناءً على ما تبين من أن الغالبية العظمى من المبحوثين أقرروا بعدد من الأسباب أو الدواعي لاستخدام الإعلام الإلكتروني في توعيتهم ببعض الأزمات الزراعية بمحافظة كفرالشيخ، لذا يوصي البحث بأهمية الاستفادة من هذه المبررات من أجل تحسين استخدام هذا الإعلام في تحقيق الأهداف المستهدفة لمواجهة الأزمات الزراعية.
 - في ضوء ما تبين من أن أهم الأشكال الفنية السمعية البصرية المناسبة للإعلام الإلكتروني لأداء دوره في توعية القادة الإرشاديين ببعض الأزمات الزراعية هي: نقل الاجتماعات والندوات الإرشادية عن الأزمات الزراعية، وإعداد أفلام تسجيلية عن أهم الأزمات الزراعية، وعمل تحقيقات صحفية حول الأزمات الزراعية، عقد اللقاءات الإعلامية مع الخبراء حول الأزمات الزراعية، تناول نشر معلومات الأزمات عبر وسائل التواصل، لذا يوصي البحث بضرورة معالجة المحتوى العلمي في أحد هذه الأشكال لتؤثر على المتابعين المستهدفين.

المراجع:

أولاً: المراجع العربية:

- إبراهيم، هدير عبد الباسط شحاته صالح (٢٠٢١): دور الصحافة الإلكترونية في تشكيل اتجاهات الشباب الجامعي نحو قضية الإصلاح السياسي في مصر بعد ثورة ٣٠ يونيو، رسالة ماجستير، قسم الإعلام، كلية الآداب، جامعة المنصورة، المنصورة، مصر.
- أبو العينين، مصطفى عبد الحميد، والقرقاري، أبو مسلم علي شحاته أبو زيد (٢٠١٩): تقييم دور الإرشاد الزراعي في مواجهة المخاطر الزراعية من وجهة نظر الزراع بمحافظة الإسماعيلية، مجلة أسبوط للعلوم الزراعية، مجلد ٥٠، عدد ١، أسبوط، ص ص: ١٩٥ - ٢٠٩.
- أبو زيد، أبو مسلم علي شحاته (٢٠١٤): دور البرامج الإرشادية الزراعية في مواجهة المخاطر الزراعية، المؤتمر الثاني عشر للجمعية العلمية للإرشاد الزراعي بعنوان "دور الإرشاد الزراعي في مواجهة المخاطر التي تواجه قطاع الزراعة خلال فترة (١١ - ١٤) // ١٢/٢٠١٤م، القاهرة، مصر.
- الفارسي، فؤاد عبد السلام (١٩٨٧): الإعلام والصراع العالمي، الطبعة الأولى، مكتبة الملك عبدالعزيز العامه، جده، السعودية.

- العوضي، عادل خيرى الله، وناصر بن عبدالله (٢٠٠٣): إدارة الأزمات كأحد الاتجاهات الحديثة في علم الإدارة (المفاهيم والمناهج)، مجلد ٩، عدد ٣٠، المركز العربي للتعليم والتنمية، مستقبل التربية العربية، مصر، ص: ٢٤٧ - ٢٧٤.
- كافي، مصطفى يوسف (٢٠١٧): الإعلام المعاصر وتحديات العولمة، الطبعة الأولى، دار ألفا للوثائق قسنطينة، بمدينة الجسور المعلقة عاصمة الشرق، الجزائر، الجزائر.
- عيساني، رحيمه الطيب (٢٠١٠): الوسائط التقنية الحديثة وأثرها على الإعلام المرئي والمسموع، الطبعة الأولى، جهاز إذاعة وتلفزيون الخليج، مجلس التعاون لدول الخليج العربي، الرياض، السعودية.
- أبو فارة، يوسف أحمد (٢٠٠٩): إدارة الأزمات "مدخل متكامل"، ط١، الإثراء للنشر والتوزيع، الأردن.
- أبو قحف، عبد السلام (٢٠٠٢): الإدارة الاستراتيجية وإدارة الأزمات، مكتبة دار الجامعة الجديدة للنشر، الإسكندرية، مصر.
- أحمد، إبراهيم أحمد (٢٠٠٢): إدارة الأزمة التعليمية "منظور عالمي"، الطبعة الأولى، دار الوفاء لندنيا الطباعة والنشر، الإسكندرية، مصر.
- الجندي، محمد محمود عبد السلام (٢٠٠٤)، فاعلية وحدة مقترحة في إدارة الأزمات لطلاب المدرسة الثانوية التجارية، مجلة الدراسات التربوية والاجتماعية، مصر، مجلد: ١٠، عدد: ٣، ص: ١١ - ٣٩.
- الحامولي، عادل إبراهيم محمد (٢٠١٨): أثر استخدام الطلاب لشبكة الفيسبوك علي معارفهم في مجال تدوير المخلفات المنزلية (دراسة تطبيقية علي طلاب كلية الزراعة بجامعة كفرالشيخ): المؤتمر العلمي الدولي الثالث للعلوم الزراعية، كلية الزراعة، جامعة كركوك، (٧-٨/١١/٢٠١٨)، مجلة جامعة كركوك للعلوم الزراعية، مجلد ٢٠١٩، العراق، ص: ١ - ١٤.
- الحامولي، عادل إبراهيم محمد، ومنال فهمي إبراهيم، ومحمود حسونة (٢٠١٩): تقييم أثر البرنامج التلفزيوني الزراعي (حلقة وصل) المبت عبر قناة مصر الزراعية الفضائية والمقدم للريفيين بمحافظة كفر الشيخ خلال الفترة من ٢٠١٧/٣/٣٠ حتى ٢٠١٧/٦/٣٠، مجلة العلوم الزراعية المستدامة، م ٤٥، ع ٢٤، ص: ١٢٥ - ١٣٩.
- الحامولي، عادل إبراهيم، وممدوح السيد شتلة، ومحمد كمال بخاتي (٢٠٢٢): إدراك العاملين بالتلفزيون المصري لأهمية توفر معايير الجودة بالبرامج التلفزيونية الريفية الزراعية، مجلة العلوم الزراعية المستدامة، م ٤٨، ع ٣، ص: ٣٤٩ - ٣٦٤.
- الحفاظي، عدي عبد العالي كاظم (٢٠٢٢): أثر تعرض الشباب لوسائل الإعلام الجديد علي متابعة الفضائيات، دراسة مقارنة علي عينة من الشباب المصري والعراقي، رسالة دكتوراه، قسم إعلام، كلية الآداب، جامعة المنصورة، المنصورة، مصر.
- الحوامدة، نضال صالح (٢٠٠٣)، إدارة الأزمة من منظور منهج دراسة الحالة "المنظمة التعاونية الأدرنية" دراسة وصفية تحليلية"، مجلة جامعة دمشق للعلوم الاقتصادية والقانونية، دمشق، سوريا، مجلد: ١٩، عدد: ١، ص: ١٥٩ - ١٩١.
- الخصيري، محسن أحمد (٢٠٠٣): إدارة الأزمات، منهج اقتصادي إداري لحل الأزمات على مستوى الاقتصاد القومي والوحدة الاقتصادية"، ط٢، مكتبة مدبولي، القاهرة، مصر.
- الداغر، مجدي محمد عبد الجواد (٢٠١٢): دور وسائل الإعلام والاتصال في دعم خطط التنمية المستدامة والنهوض بها في البلدان العربية: دراسة حول دور الصحافة في معالجة مشكلات التنمية المستدامة بالتطبيق على عينة من الصحف العربية اليومية في الفترة من ٢٠٠٥ - ٢٠٠٧، مجلة حوليات الآداب والعلوم الاجتماعية، الكويت، مجلد ٣٣، عدد ٣٥٩، ص: ٢٢٤ - ٢٣٠.
- الدليمي، إياد هلال (٢٠١٣): الإعلام الجديد "ثورة وثروة"، ط١، دار النهضة العربية، بيروت، لبنان <http://www.i3lamjadid.qa/details.php>
- الشمالي، ماهر عودة، ومحمود عزت اللحام، ومصطفى يوسف كافي (٢٠١٥): الإعلام الرقمي الجديد، ط ١، دار الإعصار العلمي للنشر والتوزيع، عمان، الأردن.
- العدل، سلوى (٢٠٠٦): دور الإعلام في تنمية الأسرة العربية في ظل شبكة الإنترنت، ورقة عمل مقدمة في مؤتمر الإعلام العربي والإنترنت، المنظمة العربية للتنمية الإدارية، أغسطس، شرم الشيخ، مصر.
- العلي، رضوان مفلح، ومصطفى يوسف، ونرمين خلدون أحمد (٢٠١٦): مدخل إلي وسائل الإعلام الإلكتروني والفضائي، الطبعة الأولى، دار الحامد لنشر والتوزيع، عمان، الأردن.

- العبيدي، عائشة (٢٠٢١): خلفيات التعليم الإلكتروني في التعليم العالي: جامعة الأغواط أنموذجاً، مجلة الباحث في العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة قاصدي درباح، مدينة ورقلة، الجزائر، ع ٣٣، ص: ٦٦٥ - ٦٨٤، متاح على: <https://dspace.univ-ouargla.dz>.
- القرعلي، حسن عبدالرحمن (٢٠٠٦): التخطيط الإرشادي لمواجهة مخاطر أنفلونزا الطيور، ندوة عن أزمة أنفلونزا الطيور بمركز الدعم الإعلامي بالإسماعيلية، يوم ٤/١/٢٠٠٦م، الإسماعيلية، مصر.
- المقدادي، خالد غسان يوسف (٢٠١٣): ثورة الشبكات الاجتماعية، ط ١، دار النفائس للنشر والتوزيع، عمان، الأردن.
- المهدي، سوزان محمد، وحسام إسماعيل هيبه (٢٠٠٢)، الممارسات السلوكية لمديري المدارس في التعامل مع الأزمات داخل المدرسة، مجلة كلية التربية، جامعة عين شمس، كلية التربية، مصر، مجلد ٤، عدد ٢٦، ص: ١٤٣ - ٢٢١.
- الهللأوى، ماجدة عبد الفتاح (٢٠١٥): الإعلام الدولي والإلكتروني، ط ١، دار التعليم الجامعي، الأسكندرية، مصر.
- إمام، إبراهيم (١٩٦٩): الإعلام والاتصال بالجمهور، مكتبة الأنجلو المصرية، الطبعة الأولى، القاهرة، مصر.
- بن لبد، سليمان فيحان فيصل (٢٠٢٠): دور إعلانات حملات التوعية الصحيحة في وسائل الإعلام الجديدة في تعزيز مشاركة المجتمع السعودي، كلية الملك خالد العسكرية، المجلة العلمية لبحوث العلاقات العامة والإعلان، عدد ١٩، ص: ١٥٥ - ١٩٣.
- بولعوي، حورية (٢٠١٨): الصحافة الإلكترونية، مطبوعة موجهة لمرحلة الدراسات العليا، تخصص الصحافة المطبوعة والإلكترونية، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة محمد الصديق بن يحيى، جامعة جيجل، جيجل، الجزائر.
- جفاف، حميد شهيد (٢٠٢٢): دور وسائل الإعلام الجديد في تشكيل اتجاهات النخب الإعلامية العراقية نحو قضايا الحراك السياسي في العراق، دراسة ميدانية، رسالة الدكتوراه، قسم الإعلام، كلية الآداب، جامعة المنصورة، المنصورة، مصر.
- حرارة، رامي فايد دياب (٢٠٢١): دور الإعلام الجديد في تنمية ممارسات العلاقات العامة بالجامعات الفلسطينية بقطاع غزة دراسة تطبيقية، رسالة دكتوراه، قسم الإعلام، كلية الآداب، جامعة المنصورة، المنصورة، مصر.
- حسن، عباس ناجي (٢٠١٦): الوسائط المتعددة في الإعلام الإلكتروني دراسة مقارنة العربية "نت - محيط - راديو سوا - إذاعة العراق الحر - التلفزيون الشرقية - وكالة نينا أنموذجاً، ط ١، دار صفاء للنشر والطباعة والتوزيع، عمان، الأردن.
- حسين، شيماء أحمد، وإبراهيم إبراهيم ربحان، وصلاح محمد عامر (٢٠٢٢): دور الإعلام المرئي في التنمية الزراعية ببعض قري منطقة شرق قناة السويس وسيناء، مجلة الجمعية العلمية للإرشاد الزراعي، مجلد ٢٦، عدد ٤، ص: ١١٨ - ١٣٣. shimaa_ahmed_1@agr.asu.edu.eg.
- حمامة، شاكي (٢٠٢٠): دور الإعلام في التنمية المحلية، رسالة ماجستير، قسم العلوم السياسية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد بوضياف بالمسيلة، المسيلة، الجزائر.
- خليفة، شيرين (٢٠١٦): الإعلام الجديد، مقدمة في مساق الصحافة الإلكترونية، ورقة مرجعية، قسم الصحافة والإعلام، كلية الآداب، الجامعة الإسلامية، غزة.
- ذكي، فاتن، وعبد المسيح سمعان عبد المسيح، وهاني صابر سعودي (٢٠٢٣): منصة إعلامية إلكترونية مقترحة لدعم متخذي القرار لتحقيق الاستهلاك المستدام للمحاصيل الإستراتيجية في مصر، مجلة العلوم البيئية، مصر، مجلد ٥٢، عدد ٨، ص: ٣٩ - ٧١.
- رشتي، جيهان أحمد (١٩٧٨): الأسس العلمية لنظريات الإعلام، ط ٢، دار الفكر العربي، القاهرة، مصر.
- رشوان، عبد الرحمن محمد سليمان، وخليل إبراهيم شقفة (٢٠٢١): تحديات ومعوقات استخدام التعليم المحاسبي الإلكتروني في الجامعات الفلسطينية في ظل جائحة كورونا، مجلة الباحث الاقتصادي، جامعة ٢٠ اوت ١٩٥٥ سكيكدة، مدينة سكيكدة، الجزائر، مجلد ٨، عدد ٢، ص: ٧٥ - ٨٩، متاح على: <https://www.asjp.cerist.dz>.
- زروقي، فضة، وهناء حمبلي (٢٠٢١): الإعلام الإلكتروني المحلي عبر شبكات التواصل الاجتماعي دراسة إثنوغرافية علي متصفح صفة أم البواقي نيوز علي الفايبيوك، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية، جامعة العربي ابن مهيدي بأم البواقي، أم البواقي، الجزائر.

زلقة، شيرين، وسلمى بوراس، وآية عميروش (٢٠٢١): التعليم الإلكتروني بالجامعات الجزائرية في ظل جائحة كوفيد ١٩. دراسة ميدانية بجامعة ٨ ماي ١٩٤٥ قالمة، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر في علم المكتبات، قسم إدارة المؤسسات الوثائقية والمكتبات، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة ٨ ماي ١٩٤٥، قالمة، الجزائر.

سبة، رشيدة، وكريمة محضى (٢٠٢٠): دور الإعلام الإلكتروني في تغطية التظاهرات العلمية والثقافية "صفحة فيس بوك مؤسسة أقواس إنموذجا"، مذكرة مكملة لنيل درجة الماستر في علوم الإعلام والاتصال، قسم العلوم الإنسانية، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية والعلوم الإسلامية، الجزائر. سليمان، محمد أبوالمعاطي، ومحمد ممدوح يعقوب (٢٠١٧): إدارة الأزمات لدى مسئولى العمل الإرشادى الزراعى المحلى فى محافظة الغربية، مجلة الجمعية العلمية للإرشاد الزراعى، الجيزة، مصر، مجلد ١١، عدد ٢، ص ص: ٢٥٦ - ٢٥٩.

سويلم، محمد نسيم (١٩٩٨): الإرشاد الزراعي، مصر للخدمات العلمية، القاهرة، مصر.

شعبان، سعد (١٩٩٩): التلوث لغة العصر، الهيئة المصرية العامة للكتاب، مكتبة الأسرة، القاهرة، مصر.

شقرة، علي خليل (٢٠١٤): الإعلام الجديد شبكات التواصل الاجتماعي، ط ١، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن.

شومان، محمد (٢٠٠١): الأزمات وأنواعها، مقال بصحيفة الجزيرة للصحافة والطباعة والنشر عبر الإنترنت، الطبعة الأولى، الخميس ١٠/٤/٢٠٠١، عدد ١٠٣٢٥، السعودية.

صالح، حسن (٢٠٠٩): التغيرات المناخية ودور الإرشاد الزراعي في مجال الموارد المائية، ندوة الإرشاد الزراعي وتحديات الأمن الغذائي في ضوء التغيرات المناخية المرتقبة والمنعقدة بمركز البحوث الزراعية، الجمعية العلمية للإرشاد الزراعي، ٧/١٢/٢٠٠٩، كلية الزراعة، جامعة القاهرة، مصر.

صلاح، مروى عصام (٢٠١٥): الإعلام الإلكتروني "الأُس والأفاق المستقبل"، ط ١، دار الإعصار العلمي للنشر والتوزيع، عمان، الأردن.

عباس، صلاح (٢٠٠٧): إدارة الأزمات في المنشآت التجارية، مؤسسة شباب الجامعة، الإسكندرية، مصر.

عبد الحليم، حنان كمال (٢٠٠١): حاجة المنظمة الإرشادية الزراعية لمجال إدارة الأزمات والكوارث في البيئة الزراعية، مؤتمر آفاق وتحديات الإرشاد الزراعي في مجال البيئة، الجمعية العلمية للإرشاد الزراعي، (٢٤ - ٢٥ إبريل)، الجيزة، مصر.

عبد الحميد، ناهد كمال (٢٠١٢): الآثار السلبية للتغيرات المناخية وأضرار التحور الوراثي للكائنات الدقيقة، مقال بالصحيفة الزراعية، الإدارة العامة للثقافة الزراعية، وزارة الزراعة، عدد ٣٢، الدقي، مصر.

عبد الوهاب، حنان (٢٠١٢): دوافع التعرض لشبكات التواصل الاجتماعي وعلاقتها بتشكيل الوعي نحو الأحداث الجارية دراسة ميدانية، مجلة البحوث الإعلامية، قسم الإعلام، جامعة الأزهر، مجلد ٣٧، عدد ٣٧، القاهرة، مصر، ص ص: ٤٧٤ - ٤٤٣.

عبو، وليد بن، وأحمد بن بلة (٢٠١٧): الإعلام الإلكتروني، نظرة في الاستخدامات والميزات، دراسة تحليلية لمواقع التواصل الاجتماعي، قسم الإعلام والاتصال، مجلة الراصد العلمي، جامعة وهران، الجزائر، مجلد ٤، عدد ٢، ص ص: ١٥٢ - ١٨٨.

عثمان، فاروق السيد (٢٠٠٤): التفاوض وإدارة الأزمات، الطبعة الأولى، دار الأمين للنشر والتوزيع، القاهرة، مصر.

عجوة، محمد البادي (١٩٨٩): مقدمة في وسائل الاتصال، الطبعة الأولى، مكتبة الصباح للنشر والتوزيع، القاهرة، مصر.

عقيلة، بوصباط، وإيمان لعويبة (٢٠٢٠): دور الإعلام الجديد في تنمية الوعي الثقافي لدى الشباب الجامعي، مذكرة مقدمة مكملة لنيل شهادة الماجستير في الصحافة المطبوعة والإلكترونية، كلية العلوم الإنسانية والعلوم الاجتماعية، جامعة محمد الصديق بن يحيى، جيجل، الجزائر.

علاوة، محمد (٢٠١٧): الإعلام الجديد: المفهوم، الخصائص والعوامل التي تميزه عن الإعلام التقليدي وطبيعة العلاقة بينهما، مجلة الرسالة للدراسات الإعلامية، قسم الإعلام والاتصال، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة العربي التبسي، الجزائر، مجلد ١، عدد ١، ص ص: ١٥٩ - ١٨٨.

عمر، أحمد محمد (١٩٩٢)، الإرشاد الزراعي المعاصر، مصر للخدمات العلمية، القاهر، مصر.

عمران، محمد عبد الرزاق محمد (٢٠٢٠): استخدام الشباب الليبي لمنصات الإعلام الجديد وتأثيره علي استخدامهم للفنونات الفضائية الإخبارية العربية، رسالة ماجستير، قسم الإعلام، كلية الآداب، جامعة المنصورة، المنصورة، مصر.

فهيمي، محمد سيد (١٩٨٤): الإعلام من المنظور الاجتماعي، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية، مصر.

قندلجي، عامر إبراهيم (٢٠١٥): الإعلام الإلكتروني، ط ١، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن.

كروسي، فين (٢٠١٠): تأثير الإعلام الجديد في حركة الاقتصاد، محاضرة بكلية الإعلام، سنغافورة.

محمد، الشافعي محمد (٢٠٠١): استراتيجيات إدارة الأزمات والكوارث، الطبعة الأولى، مركز المحروسة للنشر والخدمات الصحفية، المعادي، القاهرة، مصر.

محمد، أماني المغازي مجاهد (٢٠٢٢): تأثير الحملات الإعلامية الإلكترونية لمنظمة اليونيسيف في اتجاهات الجمهور المصري نحو القضايا الاجتماعية التي تتبناها المنظمة، رسالة ماجستير، قسم الإعلام، كلية الآداب، جامعة المنصورة، المنصورة، مصر.

محمد، محمد على (١٩٨٣): علم الاجتماع والمنهج العلمي، دراسة في طرائق البحث وأساليبه، الطبعة الثالثة، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، مصر.

مسعد، محيي محمد (١٩٩٩): ظاهرة العولمة "الأوهام والحقائق"، مكتبة الشعاع للطباعة والنشر والتوزيع، الإسكندرية، مصر.

مكاوي، حسن عماد (٢٠٠٥)، الإعلام ومعالجة الأزمات، الطبعة الأولى، الدار المصرية اللبنانية للطباعة والنشر والتوزيع، القاهرة، مصر.

مهنا، محمد (٢٠٠٤)، إدارة الأزمات: قراءة في المنهج، مؤسسة شباب الجامعة، الإسكندرية، مصر.

هلال، محمد عبد الغني حسن (١٩٩٦): مهارات إدارة الأزمات، الأزمة بين الوقاية منها والسيرة عليها، الطبعة الأولى، مركز تطوير الأداء والتنمية، القاهرة، مصر.

ثانيًا: المراجع الإنجليزية:

Krejcie, R.V. & D.W. Morgan (1970): Determining Sample Size for Research Activities, Educational and Psychological Measurement, College Station, Urham, North Carolina, USA.

ثالثًا: المواقع الإلكترونية:

www.ar.wikipedia.org,27/2/2020.

www.marefa.com, 20/1/2024.

The Role of E-Media in Developing the Awareness of Extension Leaders about some Agricultural Crises at Kafrelsheikh Governorate

Adel I. M. A. Elhamoly¹, Manal F. Ibrahim¹, Mohamed A. Soliman² and Mahmoud M. Hasona¹

Faculty of Agriculture, Kafrelsheikh University, Egypt

Agricultural Extension Research Institute, Agricultural Research Center, Egypt

THIS RESEARCH aimed to investigate the role of Electronic Media in educating agricultural extension leaders about agricultural crises in Kafrelsheikh Governorate. A random sample of 67 extension leaders from six extension centers was selected, Data were collected using Interview personal from respondents by used questionnaire and analyzed statistically. Results showed that 52.2% of respondents believed electronic media had no current role in raising their awareness of agricultural crises. The main reasons for using electronic media were rapid information dissemination (97%), highlighting reactions to research findings application (92.5%), informing the community about agricultural crises (89.6%), reaching many counselors quickly (88.1%), and addressing the shortage of extension workers (85.1%). The most important audiovisual formats were broadcasting extension meetings and seminars (M = 16.3), producing documentaries (M = 16), and conducting journalistic investigations (M = 15.8) on agricultural crises. Results also indicated a positive correlation ($r = .72$) between extension leaders' level of electronic media use and their crisis awareness. The study found that 78% of respondents preferred smartphones for accessing electronic media content, followed by laptops (15%) and tablets (7%). Based on these findings, the research recommends enhancing the use of electronic media in disseminating agricultural crisis information, developing content focused on broadcasting meetings and producing educational films, training extension leaders in effective media use, and establishing specialized electronic platforms for information exchange. The main recommendation is to foster collaboration between extension institutions and electronic media outlets.

Keywords: Performance, Crisis, Media, Causes, Technical Forms, Role, Extension.