

آلية استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في العمل الإرشادي الزراعي من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس بكلية الزراعة بالجامعات المصرية

سامى محمد دراز¹

الملخص العربي

يستهدف هذا البحث بصفة رئيسية تحديد آلية لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي في العمل الإرشادي الزراعي، وتم تجميع البيانات من أعضاء هيئة التدريس تخصص الإرشاد الزراعي بكلية الزراعة بالجامعات المصرية، وذلك من خلال حصر أعدادهم حيث بلغت ١١٠ عضو هيئة تدريس ليمثلوا شاملة هذا البحث، وتم تحديد حجم العينة المناسب وفقاً لمعادلة كرجسي ومورجان، فبلغ قوامها ٨٦ مبحوثاً، وتم إعداد إستمارة إستبيان لتحقيق أهداف البحث واستوفيت البيانات اللازمة من خلال المقابلة الشخصية مع المبحوثين أو الواتساب، وذلك خلال الفترة من يناير إلى إبريل ٢٠٢٠م. وأستخدم في تحليل وعرض البيانات التكرارات، والنسبة المئوية والمتوسط الحسابي والانحراف المعياري والدرجة المتوسطة، وذلك باستخدام حزمة البرامج الإحصائية للعلوم الاجتماعية (Spss, version 16).

وقد جاءت أهم النتائج على النحو التالي:

- ١- أن الغالبية العظمى من المبحوثين (٩٠.٧ %) موافقين بدرجة مرتفعة أو متوسطة على إمكانية أن يتضمن الإرشاد الزراعي عبر وسائل التواصل الاجتماعي المجالات التالية: (مجال الإنتاج الزراعي، مجال التسويق الزراعي، مجال حماية البيئة من التلوث، مجال تدوير المخلفات الزراعية، مجال المشروعات الزراعية الصغيرة، مجال صحة الأسرة الريفية).
- ٢- أن جميع المبحوثين يرون مناسبة جميع الصور المقترحة لتقديم الرسائل الإرشادية عبر وسائل التواصل الاجتماعي.
- ٣- أن وسائل التواصل الاجتماعي ترتب تنازلياً وفقاً لدرجة مناسبته لتوصيل الرسائل الإرشادية للزراع من وجهة نظر المبحوثين كما يلي: الواتساب للمزارع أو أحد أبنائه،

المانسجر للمزارع أو أحد أبنائه، الفيس بوك للمزارع أو أحد أبنائه، الانستجرام للمزارع أو أحد أبنائه، البريد الإلكتروني للمزارع أو أحد أبنائه.

٤- أن المصادر المناسبة لإعداد المادة العلمية للرسائل الإرشادية المقدمة للزراع عبر وسائل التواصل الاجتماعي ترتب تنازلياً من وجهة نظر المبحوثين كما يلي: الباحثون بمركز البحوث الزراعية، أعضاء هيئة التدريس بالجامعات، العاملين بجهاز الإرشاد الزراعي.

٥- أن نوع المعاملة المادية المناسبة لتقديم الخدمة الإرشادية للزراع عبر وسائل التواصل الاجتماعي من وجهة نظر المبحوثين هي أن تكون بدون مقابل مادي أو أن يتحمل المزارع تكلفة الاتصال فقط.

٦- تم وضع تصور لآلية استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في الإرشاد الزراعي.

الكلمات المفتاحية: وسائل التواصل الاجتماعي - الإرشاد الزراعي.

المقدمة والمشكلة البحثية

يعد موضوع وسائل التواصل الاجتماعي واستخدامها لخدمة الفرد والمجتمع، من أهم القضايا الاجتماعية المعاصرة، وبخاصة بعد التطور التكنولوجي العلمي الكبير في هذا المجال والانتشار الواسع للتعامل بها، وأثرها الكبير على الفرد والمجتمع.

ولقد أنعم الله علينا في العصر الحاضر بالعديد من أنواع وسائل التواصل الاجتماعي التي سهلت نقل المعلومات والتواصل بين الناس، فقربت البعيد وقصرت المسافات، فأصبحت بذلك من ضروريات الحياة، يتقنها الكبير والصغير

¹ قسم الإرشاد الزراعي والتنمية الريفية، كلية الزراعة، جامعة دمياط

استلام البحث في ٢٠ مايو ٢٠٢٠، الموافقة على النشر في ٢٥ يونيو ٢٠٢٠.

وبات استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في العمل الإرشادي الزراعي ضرورة لضمان سرعة وفعالية نشر المعلومات عن التقنيات الزراعية الحديثة، وتسهيل عملية التواصل بين المرشدين والمسترشدين، فهي تزيد من سرعة جمع البيانات والمعلومات عن الزراع وحقولهم، وتحديد مشكلات الزراعة لديهم، وإطلاعهم على المستجدات في مجال عملهم، والرد بسرعة على مشكلاتهم واحتياجاتهم، وتقليل الوقت اللازم لإيصال المعلومات إليهم، (الجبوري، ٢٠١٦).

ولا شك أن استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في العمل الإرشادي الزراعي سوف يساهم في تطويره، من خلال توفير بيئة اتصالية أكثر ملاءمة للتنمية الريفية، وتوفير قنوات اتصال واسعة ومتنوعة لخدمة القطاع الزراعي، ونشر الأفكار الزراعية المستحدثة لكافة المناطق الريفية، وتوصيل المعلومات والمعارف الزراعية في الوقت المناسب، وزيادة فرصة الزراع في الوصول إلى نتائج البحوث الزراعية، وإمكانية مشاركة المؤسسات غير الحكومية في تقديم الخدمات الإرشادية الزراعية، ونقل مشكلات الزراع للمتخصصين لإيجاد الحلول المناسبة لها، الأمر الذي قد يتبعه تحسن في نوعية وجودة الحياه في الريف، (عبدالواحد، ٢٠٠٧).

وبالرغم من ذلك نجد أن أغلب أجهزتنا الحكومية في مصر ما زالت تحبو نحو عصر التكنولوجيا، وخاصة وزارة الزراعة المكلفة بتوفير المعلومات لـ ٣٥٪ من الشعب المصري من الممتهنيين بالزراعة، وأدى تأخرها خطوات عن عصر التكنولوجيا إلى تدمير الثقة في الوزارة المسؤولة عن تحقيق الأمن الغذائي للمجتمع المصري، (ممدوح، ٢٠١٩).

لذا ينبغي أن يتجه الإرشاد الزراعي إلى تطبيق تكنولوجيا الاتصال الحديثة واستخدام وسائل التواصل الاجتماعي الإلكتروني في عمله والتي من الممكن أن تساهم في التغلب على العديد من الصعوبات التي تواجه طرق الاتصال التقليدي التي يتبعها، (عبدالواحد، ٢٠١٥) وأن يتم دمج تكنولوجيا المعلومات والاتصالات بوسائل وطرق الاتصال

والغني والفقير حتى باتت للإنسان جليساً وأنيساً بلا منازع، (فالغيس بوك والواتساب والمانسجر، والبريد الإلكتروني، والانسجرام وغيرها) مصطلحات نسمعها تتردُّ على ألسنة الجميع في كل لحظة، فلم يعد هناك زمان أو مكان محدّد لاستخدام هذه الوسائل الحديثة، (حماد، ٢٠١٤).

ويشهد العالم المعاصر الآن مجموعة من التطورات السريعة في مجال الاتصال وتقنية المعلومات، ما جعل العالم بمثابة قرية صغيرة تنتقل فيها المعلومات إلى جميع أنحاء الكرة الأرضية في أجزاء من الثانية، ولا شك أن هذه التغيرات لها تأثيرها المباشر على الأفراد والمؤسسات المكونة للمجتمعات، ما دفع المجتمعات بقبول هذه المستجدات والتكيف معها لتحقيق الاستفادة مما تقدمه من مزايا في جميع المجالات، (الشهري، وبدري، ٢٠١٣).

وتعتبر هذه التطورات في مجال وسائل التواصل الاجتماعي من أهم العوامل التي يمكن أن تساعد على تطور الإرشاد الزراعي، وهي في نفس الوقت تمثل تحدياً يجب على الإرشاد الزراعي مواجهته في المرحلة الراهنة، فهذه الوسائل قادرة على الاستيعاب والتعامل مع التراكم غير المسبوق في حجم المعلومات المتاحة للزراع، وعلى الإرشاد الزراعي تجميع وتوفير هذه المعلومات وتفسيرها، واستخدام وسائل جديدة لاختبار هذه المعلومات بدقة وتوصيلها إلى جمهور الزراع في وقت الحاجة إليها، (نجم، ٢٠٠٧).

ويعد الإرشاد الزراعي أحد النظم التعليمية غير الرسمية التي تعمل على نقل التكنولوجيا المستحدثة التي تنتجها المراكز البحثية الزراعية إلى التطبيق الميداني، وتحديد المشكلات الزراعية ونقل الحلول المناسبة لها إلى أفراد المجتمع لإحداث تنمية حقيقية، من خلال الطرق الإرشادية المتنوعة، والاستفادة من التغييرات التكنولوجية القائمة على توظيف وسائل التكنولوجيا الرقمية التي أثرت على مختلف النشاط الإنساني، (عبد الواحد، ٢٠١٥).

كفاية أعداد المرشدين الزراعيين، واقتراحهم لوسائل المواصلات، واقتراب معظمهم من سن المعاش، فى الوقت الذى لا يتم فيه تعيين مرشدين جدد، بالإضافة إلى ذلك فإنه بالرغم من المشاركة الكثيفة للنساء فى العمليات الزراعية إلا أنهن أقل عرضة للوصول إلى الخدمات الإرشادية للأسباب السابقة بالإضافة إلى عدم وجود مرشحات زراعات على مستوى القرية، (حاج، ٢٠١٩).

ولعل الوضع الحالى للإرشاد الزراعى فى مصر بالإضافة إلى التغييرات التى حدثت خلال السنوات الماضية على المستويين العالمى والمحلى، وما شهده العالم من ثورة هائلة فى تكنولوجيا المعلومات والاتصال بظهور العديد من وسائل التواصل الاجتماعى الإلكتروني من خلال شبكة المعلومات الدولية (الإنترنت) تفرص على الجهاز الإرشادى إعادة النظر فى الطرق والأساليب التى يستخدمها فى توصيل المعلومات للزراع والسكان الريفيين وكيفية إعدادها أو تجهيزها واختيار الوسيلة المناسبة لكل محتوى، وطرق وأساليب توصيلها، (عبدالمقصود، ٢٠١٧).

وهذا الأمر الذى يتطلب البحث عن حلول واقعية وسريعة لهذه المشكلات ولعل من أفضل هذه الحلول هو استخدام التكنولوجيا الحديثة الممثلة فى استخدام وسائل التواصل الاجتماعى الإلكتروني وتوظيفها بشكل فعال فى تقديم الخدمات الإرشادية الزراعية، من خلال آلية تتناسب وتتوافق مع مقدمى الخدمة الإرشادية الزراعية من ناحية ومع مستقبلها من ناحية أخرى، ومن هنا جاء هذا البحث للإجابة على عدد من التساؤلات وهى:

- ما هى درجة موافقة المبحوثين على المجالات المقترحة فى العمل الإرشادى عبر وسائل التواصل الاجتماعى؟
- ما هو ترتيب المجالات الفرعية داخل كل مجال من المجالات المقترحة فى العمل الإرشادى عبر وسائل التواصل الاجتماعى من وجهة نظر المبحوثين؟

التقليدية فى العمل الإرشادى، (Hosseini and et al, 2009) ومما يدعم ذلك أن المرشدين الزراعيين يرون أن الإرشاد الزراعى الإلكتروني على درجة عالية من الأهمية ويجب استخدامه بينهم، (عبدالواحد، ٢٠٠٨) كما أن توظيف وسائل التواصل الاجتماعى فى الإرشاد الزراعى ثبت أنه يؤدي إلى تشجيع الزراع على تبني التقنيات الزراعية المستحدثة، (Todo and et al, 2011) كما أوضحت نتائج دراسة (Khondokar, 2015) أن غالبية المرشدين الزراعيين لديهم اتجاه إيجابي قوى نحو استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات فى الإرشاد الزراعى، وأن وسائل تكنولوجيا المعلومات والاتصالات المفضلة للغاية من قبلهم هي الهاتف الخليوي وعلامة التوبوب والإنترنت.

كما يتعاطف أهمية الدور الذى يمكن أن يقوم به الإرشاد الزراعى معتمدا على الاستفادة من وسائل التواصل الاجتماعى الإلكتروني الحديثة عن طريق تسريع معدلات نقل التكنولوجيا الزراعية وتوعية المزارعين بتطبيقها بشكل صحيح، من أجل رفع الوحدة المنتجة والوصول لزيادة الإنتاجية التى تحقق العائد المادي المجزي للمزارع وأسرته فى ظل المنافسة وآليات السوق، (شلبى، ٢٠١٣).

ومما يعزز أهمية استخدام وسائل التواصل الاجتماعى الإلكتروني فى العمل الإرشادى الزراعى، أن وزارة الزراعة أعلنت فى أكثر من مناسبة عن انتهاء عصر المرشد الزراعى ليس للانتقال إلى عصر الإرشاد عن بعد أو لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعى الإلكتروني فى العمل الإرشادى، لكن لأنه بحلول عام ٢٠٢٢ لن يتبقى فى قطاع الإرشاد الزراعى سوى ٢٠٠ مرشد زراعى فقط بسبب خروج ١٣٠٠ للمعاش، حيث أن المتبقي الآن من المرشدين يبلغ عددهم ١٥٠٠ مرشدا فقط على مستوى الجمهورية مطلوب منهم تقديم الخدمات الإرشادية لـ ٦ آلاف قرية مصرية، (خليفة، ٢٠١٩).

ومن المعروف أن الخدمات الإرشادية الزراعية فى مصر تفتقر لإمكانية الوصول إلى جمهور المزارعين بسبب عدم

٥- تحديد المصادر المناسبة لإعداد المادة العلمية للرسائل الإرشادية المقدمة للزراع عبر وسائل التواصل الاجتماعي من وجهة نظر المبحوثين.

٦- تحديد نوع المعاملة المادية المناسبة مقابل تقديم الخدمة الإرشادية للزراع عبر وسائل التواصل الاجتماعي من وجهة نظر المبحوثين.

٧- وضع تصور لآلية استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في العمل الإرشادي الزراعي.

الاطار النظري

يعد مفهوم وسائل التواصل الاجتماعي من المفاهيم المثيرة للجدل، نظرا لتداخل الآراء والاتجاهات حولها، وأطلقت هذه التسمية على ما يمكن استخدامه من قبل الأفراد والجماعات على الشبكة العنكبوتية، ويسمح بإمكانية التجمع والالتقاء على الإنترنت، وتبادل المنافع والمعلومات، وبالتالي فإن وسائل التواصل الاجتماعي بيئة تسمح للأفراد والمجموعات بالاتصال والتواصل بشتى الطرق، فهي تركيبة اجتماعية إلكترونية يتم تكوينها من قبل فرد أو جماعة أو مؤسسة، وقد تصل العلاقات فيها لدرجات أكثر عمقا، كطبيعة الوضع الاجتماعي أوالمعتقدات أوالطبقة التي ينتمى إليها الشخص، (ورقلة، ٢٠١١).

وتعرف وسائل التواصل الاجتماعي بأنها مجموعة من المواقع الاجتماعية على شبكة الإنترنت، يستخدمها الناس لأغراض متعددة، ومن أهم هذه المواقع البريد الإلكتروني، والفيديو، واليوتيوب، والتويتر، والواتساب، (الصوافي، ٢٠١٥).

ويعرف الإرشاد الزراعي عبر وسائل التواصل الاجتماعي بأنه أسلوب إرشادي جديد يعتمد على استخدام آليات حديثة في الإتصال من الحاسب وشبكاته ووسائطه المتعددة من صوت وصور ورسومات وآليات بحث في المكتبات الإلكترونية، وكذلك الإنترنت سواء كان عن بعد أو في نفس المكان، كما يعرف أيضا بأنه نظام إرشادي حديث يعتمد

ما هي الصورة المناسبة لتقديم الرسائل الإرشادية لكل مجال من المجالات المقترحة في العمل الإرشادي الزراعي عبر وسائل التواصل الاجتماعي من وجهة نظر المبحوثين؟

ما هي وسيلة التواصل الاجتماعي المناسبة لتوصيل الخدمة الإرشادية الزراعية عبر وسائل التواصل الاجتماعي من وجهة نظر المبحوثين؟

ما هو المصدر المناسب لإعداد المادة العلمية للرسائل الإرشادية المقدمة للزراع عبر وسائل التواصل الاجتماعي من وجهة نظر المبحوثين؟

ما هي نوع المعاملة المادية المناسبة مقابل تقديم الخدمة الإرشادية للزراع عبر وسائل التواصل الاجتماعي من وجهة نظر المبحوثين؟

ماهي آلية استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في العمل الإرشادي الزراعي من وجهة نظر المبحوثين؟

أهداف البحث

١- تحديد درجة موافقة المبحوثين على المجالات المقترحة في العمل الإرشادي عبر وسائل التواصل الاجتماعي.

٢- ترتيب المجالات الفرعية داخل كل مجال من المجالات المقترحة في العمل الإرشادي عبر وسائل التواصل الاجتماعي من وجهة نظر المبحوثين.

٣- التعرف على الصورة المناسبة لتقديم الرسائل الإرشادية لكل مجال من المجالات المقترحة في العمل الإرشادي عبر وسائل التواصل الاجتماعي من وجهة نظر المبحوثين.

٤- تحديد وسيلة التواصل الاجتماعي المناسبة لتوصيل الخدمة الإرشادية عبر وسائل التواصل الاجتماعي من وجهة نظر المبحوثين.

بين الإرشاد الزراعى وأهل الريف، وسرعة نشر الأفكار الزراعية لكافة المناطق الريفية، وعرض الخبرات الزراعية بطريقة سهلة وتكرار عرضها، وإمكانية تصوير التجارب والتدريبات العملية وعرضها كإيضاحات عملية للزراع، وعرض الخبرات فى أوقات تناسب الزراع، ومناسبتها للاتصال بالمستخدمين الأميين (من خلال الصوت والصورة)، وتوصيل مشكلات الزراع للمتخصصين لإيجاد الحلول المناسبة لها فى وقت قياسى، وتوفير البيئة الاتصالية الأكثر ملاءمة للتنمية الريفية، وتوفير المواجهة شبه المباشرة بين المتلقي والملقي للمعلومات لتبادل الآراء وطرح المشكلات بحثًا عن حلها، ومن أهم وسائل التواصل الاجتماعى وأشهرها ما يلى:

١- البريد الإلكتروني: يُشكّل البريد الإلكتروني خدمة تُساعد على إرسال واستقبال الرسائل بواسطة الأجهزة الرقمية من خلال شبكة الإنترنت، وقد تكون هذه الرسائل على شكل نصوص، أرسومات، أو قد تُستخدم لإرسال الملفات الصوتية والرسومات المتحركة ما بين المستخدمين، وإلى جانب ذلك، فإنّ البريد الإلكتروني يُمكن المُستخدم من إرسال البريد لفرد مُحدّد، أو مجموعة مُحدّدة، أو مع مجموع من المُستخدمين خلال نفس الوقت، بالإضافة لإتاحة العديد من الخيارات المُتعلّقة بهذه المُراسلات كإمكانية حفظها، وتحريرها، وطباعتها، وغير ذلك، (مروان، ٢٠١٨).

٢- الفيسبوك: وهو موقع يساعد على تكوين علاقات بين المستخدمين، ويمكنهم تبادل المعلومات والصور الشخصية ومقاطع الفيديو والتعليقات على المنشورات، وكل ذلك فى عالم افتراضى، وقد انطلق هذا الموقع على يد مارك جوكر بيرج -جامعة هارفرد- عام ٢٠٠٤ م بتصميم موقع إلكترونى، (عواودة، ٢٠١٤).

٣- إنستجرام: هو أحد وسائل التواصل الاجتماعى المخصصة لالتقاط الصور والفيديو ومن ثم تعديلها ومشاركتها بعد أن ينشأ الشخص حسابًا على الموقع، كما

على حسن استخدام الحاسب الآلى وشبكات الانترنت، (قشطة، ٢٠١٢).

ولقد أشارت العديد من الدراسات إلى أن الإرشاد الزراعى التقليدي بات عاجزًا عن الإيفاء بدوره فى نشر المبتكرات الزراعية بين الزراع وحثهم على تبنيها بإتباع الوسائل والطرق الإرشادية التقليدية، وبالمقابل فقط أظهر استخدام الهاتف المحمول وتطبيقات التواصل الاجتماعى تطورًا فى دور الإرشاد الزراعى وسهل عليه عملية نقل المعلومات والمبتكرات الزراعية بين الزراع، (Saravanan and Suchiradipla, 2013).

ويتوفر حاليًا لدى مصر شبكة اتصالات قوية تؤهلها للاستفادة من وسائل التواصل الاجتماعى الإلكترونية الحديثة بما يفيد المزارع الصغير، خاصة أن معظم المواطنين حاليًا يستخدمون المحمول والإنترنت، إضافة إلى أن استخدامها سوف يحدث ثورة هائلة فى عالم الزراعة والتسميد والحصاد، ومساعدة الزراع على تقليل تكاليف الإنتاج والمساهمة فى زيادة إنتاجية المحاصيل (أبوستيت، ٢٠١٩). ويوجد العديد من وسائل التواصل الاجتماعى الحديثة التى يمكن استخدامها فى الإرشاد الزراعى والتى يمكن أن تساهم فى التغلب على أهم وأكبر مشكلة تواجه الإرشاد الزراعى فى مصر فى الوقت الحالى وهى النقص العدى الشديد للعاملين بالجهاز الإرشادى الزراعى بصفة عامة وللمرشدين الزراعيين بصفة خاصة.

إضافة إلى أن استخدامها سوف يحقق العديد من الفوائد والمميزات التى اطلع عليها الباحث فى العديد من الكتابات والدراسات، (عبدالواحد، ٢٠٠٧)، (أبوستيت، ٢٠١٩)، (حاج، ٢٠١٩)، (الجبر، وأخرون، ٢٠١٧)، و(الجبورى، ٢٠١٦)، (قاسم، والجمل، ٢٠١٥) ومن أهمها: توفر كثير من الوقت والجهد والأموال الذى يبذل فى الإرشاد الزراعى بالطرق التقليدية، ونشر كل جديد يهدف لزيادة الإنتاجية بالكمية والنوعية والجودة المطلوبة، وتغطية البلاد بأكملها، وضمان استمرارية تقديم الخدمات الإرشادية، وتحقيق الاتصال السريع

تخصص الإرشاد الزراعي بكليات الزراعة بالجامعات المصرية.

٢- آلية استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في العمل الإرشادي الزراعي: ويقصد بها الطريقة العلمية الفنية الاقتصادية الصحيحة لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي (الفييس بوك، والواتساب، والمانجر، والبريد الإلكتروني، والانستجرام) في العمل الإرشادي الزراعي من حيث (مجالات الإرشاد الزراعي عبر وسائل التواصل الاجتماعي، وصور تقديم الرسائل الإرشادية المناسبة لكل مجال، ونوع وسيلة التواصل الاجتماعي المناسبة، والقائم بإعداد المادة العلمية للرسائل الإرشادية، والجانب الاقتصادي المعنى بمقابل تقديم الخدمات الإرشادية الزراعية للزراع عبر وسائل التواصل الاجتماعي).

٣- وسائل التواصل الاجتماعي: ويقصد بها في هذا البحث بعض وسائل التواصل الاجتماعي الممثلة في (الفييس بوك للمزارع أو أحد أبنائه، والواتساب للمزارع أو أحد أبنائه، والمانجر للمزارع أو أحد أبنائه، والبريد الإلكتروني للمزارع أو أحد أبنائه، والانستجرام للمزارع أو أحد أبنائه).

٤- استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في العمل الإرشادي الزراعي: ويقصد بها في هذا البحث استخدام العاملين بالجهاز الإرشادي والزراع لبعض وسائل التواصل الاجتماعي المتاحة (الفييس بوك للمزارع أو أحد أبنائه، والواتساب للمزارع أو أحد أبنائه، والمانجر للمزارع أو أحد أبنائه، والبريد الإلكتروني للمزارع أو أحد أبنائه، والانستجرام للمزارع أو أحد أبنائه)، في إمداد الزراع بالمعارف والمعلومات الزراعية والمبتكرات الزراعية، والنشرات الإرشادية إلكترونياً عن بعد، واستقبال مشكلاتهم واستفساراتهم، وإرسال الحلول والردود عليها إلكترونياً.

أنه كل من لديه حساب على التطبيق سيتمكن من رؤية المنشورات والتفاعل معها، وأضيف إليه مؤخرًا ميزة المحادثات عبر الرسائل النصية والصوتية أيضًا، (الزبون، ٢٠١٩).

٤- الماسنجر: هو تطبيق يُتيح للمستخدم التحدث مع الأصدقاء وإنشاء مجموعات وإرسال رموز تعبيرية وإرسال صور، التطبيق متوفر لبعض الأنظمة منها ويندوز، ماكنتوش، أندرويد، آي أو أس ويدعم بعض اللغات ومنها العربية، لا يشترط على المستخدم أن يكون له حساب في فييس بوك لتسجيل الدخول إلى التطبيق فيمكن إنشاء حساب عن طريق رقم الهاتف، ويستطيع المستخدمون الدخول إلى الفييس بوك واستخدام فيسبوك ماسنجر عن طريق الهواتف الذكية، وصل عدد مستخدميه إلى مليار مستخدم، (wikipedia.org/wiki/%D9%8).

٥- الوتساب: هو تطبيق يقوم على استخدام الإنترنت لإرسال الرسائل النصية والصور والرسائل الصوتية وحتى مقاطع الفيديو، وتُتاح إمكانية استخدامه من خلال تحميله على الأجهزة الخاصة، سواء الهواتف الذكية أو أجهزة الكمبيوتر، وقد اكتسب التطبيق نجاحاً كبيراً منذ إنشائه في عام ٢٠٠٩م على يد إثنين من شخصين كانا يعملان في شركة ياهو؛ نظراً لما يتمتع به من مجانية خدمات الاتصال وإرسال الرسائل، إلى جانب كونه مدعوماً من قبل العديد من منصات التشغيل مثل ويندوز، والعديد من الأجهزة المحمولة مثل الآيفون، والأندرويد، النوكيا، والبلات بيري، (العقلة، ٢٠١٨).

الطريقة البحثية

أولاً: التعريف الإجرائية:

١- أعضاء هيئة التدريس بكليات الزراعة بالجامعات المصرية: يقصد بهم جميع أعضاء هيئة التدريس

ثانياً: منطقة وشاملة البحث:

عدها (٤٤) مجال فرعى، موزعة على المجالات المدروسة كما يلى: مجال الإنتاج الزراعى (١٦ مجال)، مجال التسويق الزراعى (١٠ مجالات)، مجال حماية البيئة من التلوث (٣ مجالات)، مجال تدوير المخلفات الزراعية (٥ مجالات)، مجال المشروعات الزراعية الصغيرة (٤ مجالات)، مجال حماية صحة الأسرة (٦ مجالات)، وتم وضع مقياس مكون من ثلاث فئات استجابة هى: موافق، موافق لحد ما، غير موافق وأعطيت الدرجات ٣، ٢، ١، على الترتيب، وتم جمع إجمالي الدرجات التي حصل عليها كل مبحوث لتعبر عن درجة موافقته على أن يتضمن الإرشاد الزراعى عبر وسائل التواصل الاجتماعي المجالات المقترحة، وتم تقسيمها إلى ثلاث فئات هى: موافق بدرجة منخفضة (٨١-٩٢ درجة)، وموافق بدرجة متوسطة (٩٣-١٠٥ درجة)، وموافق بدرجة مرتفعة (١٠٦-١١٨ درجة)، وذلك وفقاً للدرجات الفعلية التي حصلوا عليها.

إضافة إلى تقسيم استجابات المبحوثين أيضاً بكل مجال من المجالات المدروسة إلى ثلاث فئات هى: موافق بدرجة منخفضة، وموافق بدرجة متوسطة، وموافق بدرجة مرتفعة، بناء على درجات المبحوثين فى كل مجال من المجالات المقترحة.

ولترتيب المجالات الفرعية داخل كل مجال تم حساب الدرجة المتوسطة لكل مجال فرعى عن طريق ضرب الوزن الرقعى لكل فئة \times التكرار المقابل وجمع الدرجات وقسمتها على عدد المبحوثين (عبدالواحد، ٢٠٠٨)، وتم ترتيب المجالات الفرعية داخل كل مجال من المجالات المقترحة تنازلياً وفقاً للدرجة المتوسطة لكل مجال فرعى.

ولتحديد الصورة المناسبة لتقديم الرسالة الإرشادية لكل مجال من وجهة نظر المبحوثين تم حصر أهم صور تقديم الرسائل الإرشادية فى ست صور هى: رسالة مكتوبة، رسالة صوتية، رسالة فيديو، صور توضيحية، اتصال مباشر بالمتخصص، كل ما سبق، وطلب من المبحوث أن يضع

تم اختيار أعضاء هيئة التدريس تخصص الإرشاد الزراعى بكليات الزراعة بالجامعات المصرية لإجراء هذا البحث باعتبارهم المنوط بهم إعداد مرشدين المستقبل، إضافة إلى علمهم بما آل إليه حال الإرشاد الزراعى فى مصر من خلال أبحاثهم الميدانية أو ما يشرفون عليه من أبحاث علمية لتلاميذهم من طلاب الدراسات العليا، إيماناً بدورهم وقدرتهم على إيجاد حلول علمية للوصول لحل مشكلات الإرشاد الزراعى فى مصر، ومن خلال حصر عدد أعضاء هيئة التدريس تخصص الإرشاد الزراعى بكليات الزراعة بالجامعات المصرية فبلغ عددهم ١١٠ عضو هيئة تدريس ليمثلوا شاملة هذا البحث، وقد تم تحديد حجم العينة المناسب وفقاً لمعادلة كرجسي ومورجان، وقد أسفر تطبيق هذه المعادلة عن عينة قوامها ٨٦ مبحوثاً.

ثالثاً: أسلوب جمع البيانات:

تم جمع بيانات هذا البحث بالاعتماد على طريقتين الأولى: باستخدام الواتساب، والثانية بالمقابلة الشخصية للسادة أعضاء هيئة التدريس من خلال استمارة استبيان أعدت خصيصاً لهذا الغرض خلال الفترة من يناير إلى أبريل ٢٠٢٠م، واشتملت الاستمارة على أربعة أقسام رئيسية هى:

- **القسم الأول:** يتعلق بدرجة موافقة المبحوثين على المجالات المقترحة للإرشاد الزراعى عبر وسائل التواصل الاجتماعي، وترتيب المجالات الفرعية التي يتضمنها كل مجال من المجالات المدروسة، وصورة الرسالة الإرشادية المناسبة لكل مجال من وجهة نظرهم.

ولقياس درجة موافقة المبحوثين على المجالات المقترحة للإرشاد الزراعى عبر وسائل التواصل الاجتماعي تم حصر أهم المجالات التي يمكن أن يتناولها الإرشاد الزراعى عبر وسائل التواصل الاجتماعي فى ستة مجالات أساسية تضمنت عدداً من المجالات الفرعية داخل كل مجال بلغ

وأعطيت الدرجات ٣، ٢، ١، على الترتيب وتم جمع إجمالي الدرجات التي حصل عليها كل مبحوث لتعبر عن درجة موافقته على من يقوم بإعداد المادة العلمية للرسائل الإرشادية المقدمة عبر وسائل التواصل الاجتماعي.

ولترتيب مصادر إعداد المادة العلمية للرسائل الإرشادية المقدمة عبر وسائل التواصل الاجتماعي من وجهة نظر المبحوثين تم حساب الدرجة المتوسطة لتفضيل كل مصدر عن طريق ضرب الوزن الرقمي لكل فئة \times التكرار المقابل وجمع الدرجات وقسمتها على عدد المبحوثين، وتم ترتيب المصادر تنازليا وفقا للدرجة المتوسطة لكل مصدر.

- **القسم الرابع:** اشتمل على الجانب الاقتصادي للإرشاد الزراعي عبر وسائل التواصل الاجتماعي، حيث تم حصر أهم صور التعاملات المالية نظير الخدمات الإرشادية المقدمة عبر وسائل التواصل الاجتماعي في أربعة صور هي: بدون مقابل مادي، وأجر رمزي يتحمله المزارع، ويتحمل المزارع تكلفة الاتصال فقط، وتقسيم التكلفة مناصفة بين المزارع وجهاز الإرشاد الزراعي، وتم وضع مقياس مكون من ثلاث فئات استجابة هي: موافق، موافق لحد ما، غير موافق، وأعطيت الدرجات ٣، ٢، ١، على الترتيب.

ولترتيب صور التعاملات المالية نظير الخدمات الإرشادية المقدمة عبر وسائل التواصل الاجتماعي من وجهة نظر المبحوثين، تم حساب الدرجة المتوسطة لتفضيل كل صورة عن طريق ضرب الوزن الرقمي لكل فئة \times التكرار المقابل وجمع الدرجات وقسمتها على عدد المبحوثين، وتم الترتيب تنازليا وفقا للدرجة المتوسطة لكل صورة.

ولقد استخدم في عرض البيانات العرض الجدولي بالتكرارات والنسبة المئوية، والمتوسط الحسابي، والانحراف المعياري، والدرجة المتوسطة، وذلك باستخدام مجموعة البرامج الإحصائية للعلوم الاجتماعية (Spss version 16).

درجة (٣، ٢، ١) أمام كل صورة من الصور السابقة لتعبر عن درجة مناسبتها لتقديم الرسائل الإرشادية لكل مجال من وجهة نظره، حيث تعنى الدرجات، مناسبة، مناسبة لحد ما، غير مناسبة، على الترتيب، وتم جمع الدرجات التي حصل عليها كل مبحوث في كل صورة لتعبر عن درجة مناسبة صورة تقديم الرسائل الإرشادية لكل مجال من المجالات المقترحة من وجهة نظره، كما تم حساب متوسط النسبة المئوية لتكرارات كل صورة وتم ترتيبها تنازليا وفقا لهذه النسبة.

- **القسم الثاني:** اشتمل على نوع وسيلة التواصل الاجتماعي المناسبة في الإرشاد الزراعي عبر وسائل التواصل الاجتماعي من وجهة نظر المبحوثين، تم تحديد أهم وسائل التواصل الاجتماعي وحصرها في خمس وسائل، وتم وضع مقياس مكون من ثلاث فئات استجابة هي: مناسبة، مناسبة لحد ما، غير مناسبة، وأعطيت الدرجات (٣، ٢، ١) على الترتيب، وتم جمع الدرجات لتعبر عن درجة مناسبة وسائل التواصل الاجتماعي المدروسة في الإرشاد الزراعي عبر وسائل التواصل الاجتماعي من وجهة نظر المبحوثين.

ولترتيب هذه الوسائل من وجهة نظر المبحوثين تم حساب الدرجة المتوسطة لكل وسيلة عن طريق ضرب الوزن الرقمي لكل فئة \times التكرار المقابل وجمع الدرجات وقسمتها على عدد المبحوثين وتم ترتيبها تنازليا وفقا للدرجة المتوسطة لكل وسيلة من الوسائل المدروسة.

- **القسم الثالث:** اشتمل على القائم بإعداد المادة العلمية للرسائل الإرشادية، تم تحديد أربعة مصادر لإعداد المادة العلمية للرسائل الإرشادية عبر وسائل التواصل الاجتماعي وهي: أعضاء هيئة التدريس بالجامعات، الباحثون بمركز البحوث الزراعية، جهاز الإرشاد الزراعي، كل ما سبق، حيث تم وضع مقياس مكون من ثلاث فئات استجابة هي: موافق، موافق لحد ما، غير موافق،

النتائج ومناقشتها

الإرشاد الزراعى عبر وسائل التواصل الاجتماعي المجالات المقترحة.

وسوف نتناول بالتفصيل درجة موافقة الباحثين على كل مجال من المجالات الستة المقترحة للإرشاد الزراعى عبر وسائل التواصل الاجتماعي وكذلك ترتيب المجالات الفرعية التى يتضمنها كل مجال فيما يلى:

١- مجال الإنتاج الزراعى:

أ- درجة موافقة الباحثين على أن يتضمن الإرشاد الزراعى عبر وسائل التواصل الاجتماعي مجال الإنتاج الزراعى

أفادت النتائج بجدول (٢) أن المتوسط الحسابي للقيم الرقمية المعبرة عن درجة موافقة الباحثين على أن يتضمن الإرشاد الزراعى عبر وسائل التواصل الاجتماعي مجال الإنتاج الزراعى قد بلغ ٣٨.٠٢ درجة، بانحراف معياري قدرة ٣.٩٣ درجة، وتصنيف الباحثين حسب درجة موافقتهم فى هذا المجال، فقد بينت النتائج أن قرابة ٤٩٪ من الباحثين

أولاً: درجة موافقة الباحثين على المجالات المقترحة للإرشاد الزراعى عبر وسائل التواصل الاجتماعي وترتيب المجالات الفرعية داخل كل مجال

أفادت النتائج البحثية بجدول (١) أن المتوسط الحسابي للقيم الرقمية المعبرة عن درجة موافقة الباحثين على المجالات المقترحة للإرشاد الزراعى عبر وسائل التواصل الاجتماعي قد بلغ ١٠٣.١٢ درجة، بانحراف معياري ٧.٨٠ درجة، وتصنيف الباحثين حسب الدرجة الإجمالية لموافقتهم على أن يتضمن الإرشاد الزراعى عبر وسائل التواصل الاجتماعي المجالات المقترحة فقد بينت النتائج أن قرابة ٤٢٪ من الباحثين قد مثلوا في فئة الموافقة المرتفعة، وأن قرابة ٤٩٪ قد مثلوا في فئة الموافقة المتوسطة، وحوالى ٩٪ فقط قد مثلوا في فئة الموافقة المنخفضة.

ويتضح من تلك النتائج أن الغالبية من الباحثين (٩٠.٧٪) موافقون بدرجة مرتفعة أو متوسطة على أن يتضمن

جدول ١. توزيع الباحثين وفقاً لدرجة موافقتهم على المجالات المقترحة للإرشاد الزراعى عبر وسائل التواصل الاجتماعي

درجة الموافقة	عدد	%	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
منخفضة (٨١ - ٩٢) درجة	٨	٩.٣		
متوسطة (٩٣ - ١٠٥) درجة	٤٢	٤٨.٨	١٠٣.١٢	٧.٨٠
مرتفعة (١٠٦ - ١١٨) درجة	٣٦	٤١.٩		
الإجمالي	٨٦	١٠٠		

المصدر: حسب من استمارات الاستبيان

جدول ٢. توزيع الباحثين وفقاً لدرجة موافقتهم على أن يتضمن الإرشاد الزراعى عبر وسائل التواصل الاجتماعي مجال

الإنتاج الزراعى

درجة الموافقة	عدد	%	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
منخفضة (٢٥ - ٣١) قيمة رقمية	٥	٥.٩		
متوسطة (٣٢ - ٤٠) قيمة رقمية	٣٩	٤٥.٣	٣٨.٠٢	٣.٩٣
مرتفعة (٤١ - ٤٦) قيمة رقمية	٤٢	٤٨.٨		
الإجمالي	٨٦	١٠٠		

المصدر: حسب من استمارات الاستبيان.

هى: طرق تشخيص الأمراض والآفات التى تصيب المحاصيل وطرق مكافحتها، وأنواع المحاصيل الزراعية المناسبة لكل منطقة من مناطق الجمهورية، ونوع وكمية السماد الواجب إضافته للمحاصيل، وعلامات نضج كل محصول وطرق الحصاد المناسبة له.

٢- مجال التسويق الزراعى:

أ- درجة موافقة المبحوثين على أن يتضمن الإرشاد الزراعى عبر وسائل التواصل الاجتماعى مجال التسويق الزراعى:

أفادت النتائج بجدول (٤) أن المتوسط الحسابي للقيم الرقمية المعبرة عن درجة موافقة المبحوثين على أن يتضمن الإرشاد الزراعى عبر وسائل التواصل الاجتماعى مجال التسويق الزراعى قد بلغ ٢٤.٢٣ درجة، بانحراف معياري قدره ٢.٦٤ درجة، وبتصنيف المبحوثين حسب درجة موافقتهم فى هذا المجال أظهرت النتائج أن حوالى ٣٧% من المبحوثين قد مثلوا فى فئة الموافقة المرتفعة، وأن قرابة ٤٩% قد مثلوا فى فئة الموافقة المتوسطة، وحوالى ١٤% قد مثلوا فى فئة الموافقة المنخفضة.

ويتضح من هذه النتائج أن غالبية المبحوثين (٨٦%) موافقون بدرجة مرتفعة أو متوسطة على أن يتضمن الإرشاد الزراعى عبر وسائل التواصل الاجتماعى مجال التسويق الزراعى، وهذه النتيجة منطقية جدا للارتباط الشديد بين الإنتاج الزراعى والتسويق الزراعى.

قد مثلوا فى فئة الموافقة المرتفعة، وأن حوالى ٤٥% قد مثلوا فى فئة الموافقة المتوسطة، وقرابة ٦% فقط قد مثلوا فى فئة الموافقة المنخفضة.

ويتضح من تلك النتائج أن غالبية المبحوثين (٩٤.١%) موافقون بدرجة مرتفعة أو متوسطة على أن يتضمن الإرشاد الزراعى عبر وسائل التواصل الاجتماعى مجال الإنتاج الزراعى، وقد يرجع ذلك إلى أن هذا المجال هو أساس الزراعة بصفة عامة.

ب- ترتيب المجالات الفرعية التى يتضمنها مجال الإنتاج الزراعى:

أوضحت النتائج بجدول (٣) أن المجالات الفرعية التى يتضمنها مجال الإنتاج الزراعى تختلف فى ترتيبها من وجهة نظر المبحوثين، وعموما يأتى فى مقدمة هذه المجالات من حيث الترتيب طرق تشخيص الأمراض والآفات التى تصيب المحاصيل وطرق مكافحتها وذلك بدرجة متوسطة قدرها ٢.٨٧، بينما احتلت أنواع المحاصيل الزراعية المناسبة لكل منطقة من مناطق الجمهورية الترتيب الثانى بدرجة متوسطة قدرها ٢.٧٩، أما المركز السادس عشر والآخر فكان من نصيب أهمية مكافحة الحيوية وكيفية تطبيقها بدرجة متوسطة قدرها ١.٨٩.

وتشير تلك النتائج الى أن المبحوثين يرون أن أهم المجالات الفرعية التى يجب أن يتضمنها مجال الإنتاج الزراعى للإرشاد الزراعى عبر وسائل التواصل الاجتماعى

جدول ٣. ترتيب المجالات الفرعية التى يتضمنها مجال الإنتاج الزراعى من وجهة نظر المبحوثين

م	مجال الإنتاج الزراعى: المجالات الفرعية:	موافق		موافق لحد ما		غير موافق		الدرجة المتوسطة	الترتيب
		عدد	%	عدد	%	عدد	%		
١	طرق تشخيص الأمراض والأفات التى تصيب المحاصيل وطرق مكافحتها.	٧٦	٨٨.٤	٩	١٠.٥	١	١.٢	٢.٨٧	١
٢	أنواع المحاصيل الزراعية المناسبة لكل منطقة من مناطق الجمهورية.	٧١	٨٢.٦	١٢	١٤.٠	٣	٣.٥	٢.٧٩	٢
٣	نوع وكمية السماد الواجب إضافته للمحاصيل.	٦٧	٧٧.٩	١٦	١٨.٦	٣	٣.٥	٢.٧٣	٣
٤	علامات نضج كل محصول وطرق الحصاد المناسبة له.	٤٦	٥٣.٥	٣٦	٤١.٩	٤	٤.٧	٢.٤٩	٤
٥	أنواع المبيدات المناسبة للأمراض والحشرات.	٥٤	٦٢.٨	٢٨	٣٢.٦	٤	٤.٧	٢.٥٨	٥
٦	أنواع المخصبات الحيوية وكيفية استخدامه.	٦٥	٧٥.٦	١٨	٢٠.٩	٣	٣.٥	٢.٧	٦
٧	مواعيد الزراعة المناسب لكل محصول.	٤٠	٤٦.٥	٣٦	٤١.٩	١٠	١١.٦	٢.٤٣	٧
٨	أنواع التقاوى الموثوق بها وأماكن بيعها.	٤٨	٥٥.٨	٢٥	٢٩.١	١٣	١٥.١	٢.٤	٨
٩	حالة الطقس والتغيرات فى الأحوال الجوية.	٤٤	٥١.٢	٣٢	٣٧.٢	١٠	١١.٦	٢.٣٩	٩
١٠	العمليات الزراعية المثلى لكل محصول.	٤٥	٥٢.٣	٢٣	٢٦.٦	١٨	٢٠.٩	٢.٣١	١٠
١١	طرق إعداد وتجهيز الأرض للزراعة.	٤٣	٥٠.٠	٢١	٢٤.٤	٢٢	٢٥.٦	٢.٢٥	١١
١٢	مواعيد حملات تطعيم الحيوانات على مستوى الجمهورية.	٤٠	٤٦.٥	٢٧	٣١.٤	١٩	٢٢.١	٢.٢٤	١٢
١٣	أهم الأمراض التى تصيب الحيوانات والطيور وكيفية علاجها.	٣٥	٤٠.٧	١٧	١٩.٨	٣٤	٣٩.٥	٢.٠١	١٣
١٤	الاحتياجات المائية لكل محصول.	٣١	٣٦.٠	٢٢	٢٥.٦	٣٣	٣٨.٤	١.٩٧	١٤
١٥	موعد الحصاد المناسب لكل محصول.	١٧	١٩.٨	٤٨	٥٥.٨	٢١	٢٤.٤	١.٩٥	١٥
١٦	أهمية مكافحة الحيوية وكيفية تطبيقها.	٣٣	٣٨.٤	١١	١٢.٨	٤٢	٤٨.٨	١.٨٩	١٦

المصدر: حسب من استمارة الاستبيان.

جدول ٤. توزيع المبحوثين وفقا لدرجة موافقتهم على أن يتضمن الإرشاد الزراعى عبر وسائل التواصل الاجتماعى مجال

التسويق الزراعى

درجة الموافقة	عدد	%	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
منخفضة (١٨-٢١) قيمة رقمية	١٤	١٤.٠٠		
متوسطة (٢٢-٢٦) قيمة رقمية	٤٢	٤٨.٨		
مرتفعة (٢٧-٣٠) قيمة رقمية	٣٢	٣٧.٢		
الإجمالي	٨٦	١٠٠	٢٤.٢٣	٢.٦٤

المصدر: حسب من استمارات الاستبيان.

بعد الحصاد للمحاصيل التصديرية بدرجة متوسطة ٢.٧٣، ويأتى فى الترتيب الثانى احتياجات السوق المحلى من المحاصيل الزراعية والمساحات المطلوب زراعتها بدرجة متوسطة ٢.٧١، وجاءت فى المركز الأخير احتياجات الدول الخارجية من المحاصيل الزراعية بدرجة متوسطة قدرها ١.٣٠. وتشير تلك النتائج إلى أنه يجب التركيز فى

ب- ترتيب المجالات الفرعية التى يتضمنها مجال التسويق الزراعى:

أظهرت النتائج بجدول (٥) أن وجهة نظر المبحوثين تختلف فى ترتيبها للمجالات الفرعية لمجال التسويق الزراعى، وعموما يأتى فى مقدمة هذه المجالات مجال معاملات ما

الإرشاد الزراعي عبر وسائل التواصل الاجتماعي مجال حماية البيئة من التلوث قد بلغ ٧ درجة، بانحراف معياري ١.٢٥ درجة، وتصنيف المبحوثين حسب درجة موافقتهم في هذا المجال أوضحت النتائج أن حوالي ٤٤% من المبحوثين قد مثلوا في فئة الموافقة المرتفعة، وأن حوالي ٥١% قد مثلوا في فئة الموافقة المتوسطة، وقرابة ٥% قد مثلوا في فئة الموافقة المنخفضة.

الفترة المقبلة على الزراعة من أجل التصدير وكذا الإهتمام بنشر وتطبيق اسلوب الزراعة التعاقدية.

٣- مجال حماية البيئة من التلوث:

أ- درجة موافقة المبحوثين على أن يتضمن الإرشاد الزراعي عبر وسائل التواصل الاجتماعي مجال حماية البيئة من التلوث:

أظهرت النتائج بجدول (٦) أن المتوسط الحسابي للقيم الرقمية المعبرة عن درجة موافقة المبحوثين على أن يتضمن

جدول ٥. ترتيب المجالات الفرعية التي يتضمنها مجال التسويق الزراعي من وجهة نظر المبحوثين

الترتيب	الدرجة المتوسطة	غير موافق		موافق لحد ما		موافق		مجال التسويق الزراعي: المجالات الفرعية:
		عدد	%	عدد	%	عدد	%	
١	٢.٧٣	٢	٢.٣	١٩	٢٢.١	٦٥	٧٥.٦	١ معاملات ما بعد الحصاد للمحاصيل التصديرية.
٢	٢.٧١	٧	٨.١	١١	١٢.٨	٦٨	٧٩.١	٢ احتياجات السوق المحلي من المحاصيل الزراعية والمساحات المطلوب زراعتها.
٣	٢.٧٠	٣	٣.٥	١٩	٢٢.١	٦٤	٧٤.٤	٣ أسلوب الزراعة التعاقدية وأهميتها.
٤	٢.٦٩	٧	٨.١	١٣	١٥.٢	٦٦	٧٦.٧	٤ أسماء وعناوين أهم الشركات والمصانع التي تتعاقد على شراء المحاصيل الزراعية.
٥	٢.٥٢	٧	٨.١	٢٧	٣١.٤	٥٢	٦٠.٥	٥ أسماء وعناوين شركات تصدير المنتجات الزراعية.
٦	٢.٤٠	٢٠	٢٣.٢	١٢	١٤.٠	٥٤	٦٢.٨	٦ مراحل تصدير المحاصيل الزراعية.
٧	٢.٢٨	١٢	١٤.٠	٣٨	٤٤.٢	٣٦	٤١.٨	٧ أسعار المحاصيل قبل موسم زراعتها.
٨	٢.٢٧	١٤	١٦.٣	٣٤	٣٩.٥	٣٨	٤٤.٢	٨ المواصفات القياسية لكل محصول من المحاصيل التصديرية
٩	٢.١٧	١٤	١٦.٣	٤٣	٥٠.٠	٢٩	٣٣.٧	٩ أهم الأسواق المتاحة لتسويق المحاصيل الزراعية.
١٠	١.٣٠	٤٣	٥٠.٠	٢٦	٣٠.٢	١٧	١٩.٨	١٠ احتياجات الدول الخارجية من المحاصيل الزراعية.

المصدر: حسب من استمارات الاستبيان.

جدول ٦. توزيع المبحوثين وفقا لدرجة موافقتهم على أن يتضمن الإرشاد الزراعي عبر وسائل التواصل الاجتماعي مجال حماية البيئة من التلوث

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	%	عدد	درجة الموافقة
		٤.٧	٤	مخفضة (٣-٤) درجة
١.٢٥	٧.٠٠	٥١.١	٤٤	متوسطة (٥-٧) درجة
		٤٤.٢	٣٨	مرتفعة (٨-٩) درجة
		١٠٠.٠	٨٦	الإجمالي

المصدر: حسب من استمارات الاستبيان.

٤- مجال تدوير المخلفات الزراعية:

أ- درجة موافقة المبحوثين على أن يتضمن الإرشاد الزراعى عبر وسائل التواصل الاجتماعى مجال تدوير المخلفات الزراعية:

أوضحت النتائج بجدول (٨) أن المتوسط الحسابي للقيم الرقمية المعبرة عن درجة موافقة المبحوثين على أن يتضمن الإرشاد الزراعى عبر وسائل التواصل الاجتماعى مجال تدوير المخلفات الزراعية قد بلغ ١١.٣٨ درجة، بانحراف معياري ١.٦٢ درجة، وتصنيف المبحوثين وفقا لدرجة موافقتهم فى هذا المجال، أظهرت النتائج أن حوالى ٣٨% من المبحوثين قد مثلوا في فئة الموافقة المرتفعة، وأن قرابة ٥٧% قد مثلوا في فئة الموافقة المتوسطة، وقرابة ٥% فقط قد مثلوا في فئة الموافقة المنخفضة.

وتشير هذه النتائج إلى أن الغالبية العظمى من المبحوثين (٩٥.٣%) موافقون بدرجة مرتفعة أو متوسطة على أن يتضمن الإرشاد الزراعى عبر وسائل التواصل الاجتماعى مجال حماية البيئة من التلوث، الأمر الذى يوضح مدى أهمية هذا المجال فى الإرشاد الزراعى عبر وسائل التواصل الاجتماعى.

ب- ترتيب المجالات الفرعية التى يتضمنها مجال حماية البيئة من التلوث:

أظهرت النتائج بجدول (٧) أن مصادر تلوث البيئة الزراعية يأتى فى الترتيب الأول للمجالات الفرعية لمجال حماية البيئة من التلوث من وجهة المبحوثين وذلك بدرجة متوسطة قدرها ٢.٧٢، بينما يأتى فى الترتيب الثانى أضرار تلوث البيئة الزراعية بدرجة متوسطة قدرها ٢.١٧، أما الترتيب الثالث والأخير فكان من نصيب كيفية الحد من تلوث البيئة الزراعية بدرجة متوسطة قدرها ٢.١١.

جدول ٧. ترتيب المجالات الفرعية التى يتضمنها مجال حماية البيئة من التلوث من وجهة نظر المبحوثين

الترتيب	الدرجة المتوسطة	غير موافق		موافق لحد ما		موافق		مجال حماية البيئة من التلوث المجالات الفرعية:
		عدد	%	عدد	%	عدد	%	
١	٢.٧٢	٤	٤.٧	١٦	١٨.٦	٦٦	٧٦.٦	١ مصادر تلوث البيئة الزراعية.
٢	٢.١٧	٢٤	٢٧.٩	٢٣	٢٦.٧	٣٩	٤٥.٣	٢ أضرار تلوث البيئة الزراعية.
٣	٢.١١	٢١	٢٤.٤	٣٥	٤٠.٧	٣٠	٣٤.٩	٣ كيفية الحد من تلوث البيئة الزراعية.

المصدر: حسب من استمارات الاستبيان.

جدول ٨. توزيع المبحوثين وفقا لدرجة موافقتهم على أن يتضمن الإرشاد الزراعى عبر وسائل التواصل الاجتماعى مجال تدوير المخلفات الزراعية

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	%	عدد	درجة الموافقة
		٤.٧	٤	منخفضة (٤-٣) درجة
		٥٦.٩	٤٩	متوسطة (٧-٥) درجة
١.٦٢	١١.٣٨	٣٨.٤	٣٣	مرتفعة (٩-٨) درجة
		١٠٠	٨٦	الإجمالي

المصدر: حسب من استمارات الاستبيان.

المخلفات الزراعية، وأهمية الأعلاف غير التقليدية وكيفية إنتاجها من المخلفات الزراعية.

٥- مجال المشروعات الزراعية الصغيرة:

أ- درجة موافقة المبحوثين على أن يتضمن الإرشاد الزراعي عبر وسائل التواصل الاجتماعي مجال المشروعات الزراعية الصغيرة:

أوضحت النتائج بجدول (١٠) أن المتوسط الحسابي للقيم الرقمية المعبرة عن درجة موافقة المبحوثين على أن يتضمن الإرشاد الزراعي عبر وسائل التواصل الاجتماعي مجال المشروعات الزراعية الصغيرة قد بلغ ٨.٩٨ درجة، بانحراف معياري ١.٤٠ درجة، وتصنيف المبحوثين حسب درجة موافقتهم في هذا المجال، بينت النتائج أن قرابة ٦٪ من المبحوثين قد مثلوا في فئة الموافقة المرتفعة، وأن قرابة ٦٢٪ قد مثلوا في فئة الموافقة المتوسطة، وقرابة ٣٣٪ قد مثلوا في فئة الموافقة المنخفضة.

وتشير هذه النتائج إلى أن غالبية المبحوثين (٩٤.٢٪) موافقون بدرجة منخفضة أو متوسطة على أن يتضمن الإرشاد الزراعي عبر وسائل التواصل الاجتماعي مجال المشروعات الزراعية الصغيرة، وقد يرجع ذلك إلى أن المبحوثين قد يرون أنه يوجد جهات أخرى تقوم بهذا الدور.

ويتضح من هذه النتائج أن غالبية المبحوثين (٩٥.٣٪) موافقون بدرجة مرتفعة أو متوسطة على أن يتضمن الإرشاد الزراعي عبر وسائل التواصل الاجتماعي مجال تدوير المخلفات الزراعية، الأمر الذي يوضح أهمية هذا المجال في الإرشاد الزراعي عبر وسائل التواصل الاجتماعي.

ب- ترتيب المجالات الفرعية التي يتضمنها مجال تدوير المخلفات الزراعية:

أوضحت النتائج بجدول (٩) أن أهمية السماد العضوي وكيفية إنتاجه من المخلفات الزراعية تأتي في الترتيب الأول من وجهة نظر المبحوثين للمجالات الفرعية لمجال تدوير المخلفات الزراعية وذلك بدرجة متوسطة قدرها ٢.٨٠، ويأتي في الترتيب الثاني أهمية الأعلاف غير التقليدية وكيفية إنتاجها من المخلفات الزراعية بدرجة متوسطة قدرها ٢.٢٦، أما الترتيب الخامس والأخير فكان من نصيب أهمية السيلاج وكيفية إنتاجه من المحاصيل والمخلفات الزراعية بدرجة متوسطة قدرها ١.٨٢.

ويتضح من هذه النتائج أن المبحوثين يرون أهمية أن يتناول الإرشاد الزراعي عبر وسائل التواصل الاجتماعي إرشاد الزراع بأهمية السماد العضوي وكيفية إنتاجه من

جدول ٩. ترتيب المجالات الفرعية التي يتضمنها مجال تدوير المخلفات الزراعية من وجهة نظر المبحوثين

الترتيب	الدرجة المتوسطة	غير موافق		موافق لحد ما		موافق		مجال تدوير المخلفات الزراعية: المجالات الفرعية:
		عدد	%	عدد	%	عدد	%	
١	٢.٨٠	١	١.٢	١٥	١٧.٤	٧٠	٨١.٤	١ أهمية السماد العضوي وكيفية إنتاجه من المخلفات الزراعية
٢	٢.٢٦	٢٧	٣١.٤	١٠	١١.٦	٤٩	٥٧.٠	٢ أهمية الأعلاف غير التقليدية وكيفية إنتاجها من المخلفات الزراعية
٣	٢.١٥	٢٨	٣٢.٦	١٧	١٩.٨	٤١	٤٧.٧	٣ إنتاج الغذاء من المخلفات الزراعية
٤	١.٩٨	٣٠	٣٤.٩	٢٥	٣٠.٢	٣٠	٣٤.٩	٤ أهمية البيوجاز وكيفية إنتاجه من المخلفات الزراعية
٥	١.٨٢	٤١	٤٧.٧	١٩	٢٢.١	٢٦	٣٠.٢	٥ أهمية السيلاج وكيفية إنتاجه من المحاصيل والمخلفات الزراعية

المصدر: حسب من استمارة الاستبيان.

قد مثلوا فى فئة الموافقة المرتفعة، وأن قرابة ٦٣٪ قد مثلوا فى فئة الموافقة المتوسطة، وحوالى ٣٥٪ قد مثلوا فى فئة الموافقة المنخفضة.

وتشير هذه النتائج إلى أن الغالبية العظمى من المبحوثين (٩٧.٧٪) من المبحوثين موافقون بدرجة منخفضة أو متوسطة على أن يتضمن الإرشاد الزراعى عبر وسائل التواصل الاجتماعى مجال صحة الأسرة الريفية، وقد يرجع ذلك إلى أن المبحوثين قد يرون أن هناك منظمات أو جهات أخرى تقوم بهذا الدور مثل المنظمات الصحية.

ب- ترتيب المجالات الفرعية التى يتضمنها مجال صحة الأسرة الريفية:

أظهرت النتائج بجدول (١٣) أن وجهة نظر المبحوثين تختلف فى ترتيبها للمجالات الفرعية لمجال صحة الأسرة الريفية، وعموماً يأتى فى مقدمة هذه المجالات الأمراض المشتركة بين الإنسان والحيوان بدرجة متوسطة قدرها ٢.٣٨، بينما احتلت مواجهة الأخطار الطارئة فى المنزل الترتيب الثانى بدرجة متوسطة قدرها ٢.٣٤، أما المركز الثالث فقد جاءت فيه مواصفات الغذاء الصحى الآمن بدرجة متوسطة قدرها ٢.٢٩، وجاءت الصناعات الغذائية المنزلية فى المركز الرابع بدرجة متوسطة قدرها ٢.٢٢، أما المركز الخامس والأخير فكان من نصيب عناية المرأة الريفية بأطفالها بدرجة متوسطة قدرها ١.٩٩.

جدول ١٠. توزيع المبحوثين وفقاً لدرجة موافقتهم على أن يتضمن الإرشاد الزراعى عبر وسائل التواصل الاجتماعى مجال المشروعات الزراعية الصغيرة

درجة الموافقة	عدد	%	المتوسط الحسابى	الانحراف المعياري
منخفضة (٥-٦) درجة	٢٨	٣٢.٦		
متوسطة (٧-١٠) درجة	٥٣	٦١.٦	٨.٩٨	١.٤٠
مرتفعة (١١-١٢) درجة	٥	٥.٨		
الإجمالي	٨٦	١٠٠		

المصدر: حسب من استمارات الاستبيان.

ب- ترتيب المجالات الفرعية التى يتضمنها مجال المشروعات الزراعية الصغيرة:

أظهرت النتائج بجدول (١١) أن وجهة نظر المبحوثين تختلف فى ترتيبها للمجالات الفرعية لمجال المشروعات الزراعية الصغيرة، وعموماً يأتى فى مقدمة هذه المجالات أهم المشاريع الزراعية الصغيرة بدرجة متوسطة قدرها ٢.٤٥، بينما احتل إمداد الزراع بدراسات الجدوى لأهم المشروعات الزراعية الصغيرة الترتيب الثانى بدرجة متوسطة قدرها ٢.٣٦، أما المركز الثالث فقد جاء فيه أهم المؤسسات التى تمول المشروعات الزراعية الصغيرة بدرجة متوسطة قدرها ٢.٣١، أما المركز الرابع والأخير فقد كان من نصيب أهمية المشروعات الزراعية الصغيرة بدرجة متوسطة قدرها ١.٨٦.

٦- مجال صحة الأسرة الريفية:

أ- درجة موافقة المبحوثين على أن يتضمن الإرشاد الزراعى عبر وسائل التواصل الاجتماعى مجال صحة الأسرة الريفية:

أفادت النتائج بجدول (١٢) أن المتوسط الحسابى للقيم الرقمية المعبرة عن درجة موافقة المبحوثين على أن يتضمن الإرشاد الزراعى عبر وسائل التواصل الاجتماعى مجال صحة الأسرة الريفية قد بلغ ١٣.٥ درجة، بانحراف معياري ١.٤٣ درجة، وتصنيف المبحوثين حسب درجة موافقتهم فى هذا المجال، بينت النتائج أن حوالى ٢٪ فقط من المبحوثين

جدول ١١. ترتيب المجالات الفرعية التي يتضمنها مجال المشروعات الزراعية الصغيرة من وجهة نظر المبحوثين

الترتيب	الدرجة المتوسطة	غير موافق		موافق لحد ما		موافق		مجال المشروعات الزراعية الصغيرة: المجالات الفرعية:
		عدد	%	عدد	%	عدد	%	
١	٢.٤٥	٤	٤.٧	٣٩	٤٥.٣	٤٣	٥٠.٠	١ أهم المشاريع الزراعية الصغيرة
٢	٢.٣٦	٧	٨.١	٤١	٤٧.٧	٣٨	٤٤.٢	٢ امداد الزراع بدراسات الجدوى لأهم المشروعات الزراعية الصغيرة
٣	٢.٣١	٨	٩.٣	٤٣	٥٠.٠	٣٥	٤٠.٧	٣ أهم المؤسسات التي تمول المشروعات الزراعية الصغيرة
٤	١.٨٦	٣٩	٤٥.٣	٢٠	٢٣.٣	٢٧	٣١.٤	٤ أهمية المشروعات الزراعية الصغيرة

المصدر: حسب من استمارات الاستبيان.

جدول ١٢. توزيع المبحوثين وفقا لدرجة موافقتهم على أن يتضمن الإرشاد الزراعي عبر وسائل التواصل الاجتماعي مجال صحة الأسرة الريفية

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	عدد	%	درجة الموافقة
١.٤٣	١٣.٥	٣٠	٣٤.٩	منخفضة (٥-٦) درجة
		٥٤	٦٢.٨	متوسطة (٧-١٠) درجة
		٢	٢.٣	مرتفعة (١١-١٢) درجة
		٨٦	١٠٠	الإجمالي

المصدر: جمعت وحسبت من استمارات الاستبيان.

جدول ١٣. ترتيب المجالات الفرعية التي يتضمنها مجال صحة الأسرة الريفية من وجهة نظر المبحوثين

الترتيب	الدرجة المتوسطة	غير موافق		موافق لحد ما		موافق		مجال صحة الأسرة الريفية: المجالات الفرعية:
		عدد	%	عدد	%	عدد	%	
١	٢.٣٨	٨	٩.٣	٣٧	٤٣.٠	٤١	٤٧.٧	١ الأمراض المشتركة بين الإنسان والحيوان
٢	٢.٣٤	١٢	١٤	٣٣	٣٨.٤	٤١	٤٧.٧	٢ مواجهة الأخطار الطارئة في المنزل
٣	٢.٢٩	٢٦	٣٠.٢	٩	١٠.٥	٥١	٥٩.٣	٣ مواصفات الغذاء الصحي الآمن
٤	٢.٢٢	٤	٤.٧	٣٢	٣٧.٢	٥٠	٥٨.١	٤ الصناعات الغذائية المنزلية
٥	١.٩٩	٣٥	٤٠.٧	١٧	١٩.٨	٣٤	٣٩.٥	٥ عناية المرأة الريفية بأطفالها
٦	١.٨٧	٤٤	٥١.٢	٩	١٠.٥	٣٣	٣٨.٤	٦ احتياجات الفرد من الطعام

المصدر: حسب من استمارات الاستبيان.

بمتوسط نسبة قدرها ١٦.٩، بينما جاء الاتصال المباشر بالمتخصص في المركز الرابع بمتوسط نسبة قدرها ١٥.٧، في حين جاءت الرسائل المكتوبة في المركز الخامس بمتوسط نسبة قدرها ١٤.٩، أما المركز السادس والآخر فقد كان من نصيب الصور التوضيحية بمتوسط نسبة قدرها ٨.٣.

ويتضح من هذه النتائج أن المبحوثون يرون أن جميع صور الرسالة الإرشادية المدروسة تناسب تقديم الرسائل

ثانيا: صورة الرسالة الإرشادية المناسبة للمجالات المدروسة من وجهة نظر المبحوثين:

توضح النتائج بجدول (١٤) أن المبحوثون يرون أن جميع الصور المقترحة تأتي في الترتيب الأول لتقديم الرسائل الإرشادية عبر وسائل التواصل الاجتماعي وفقا لمتوسط النسبة المئوية للتكرارات بمتوسط نسبة قدرها ٢٣.٤، أما المركز الثاني فقد جاء فيه رسائل الفيديو بمتوسط نسبة قدرها ٢٠.٩، وجاءت الرسائل الصوتية في المركز الثالث

الإرشادية فى المجالات المقترحة للإرشاد الزراعى عبر وسائل التواصل الاجتماعى.

أظهرت النتائج بجدول (١٥) أن الواتساب للمزارع أو أحد أبنائه يأتى فى مقدمة وسائل التواصل الاجتماعى المناسبة لتوصيل الخدمة الإرشادية للزراع من وجهة نظر المبحوثين وذلك بدرجة متوسطة قدرها ٢.٧ درجة، أما المركز الثانى فقد جاء فيه الماسنجر للمزارع أو أحد أبنائه بدرجة متوسطة قدرها ٢.٣ درجة،

ثالثاً: وسيلة التواصل الاجتماعى المناسبة لتوصيل الخدمة الإرشادية الزراعية من وجهة نظر المبحوثين:

جدول ١٤. الصورة المناسبة لتقديم الرسائل الإرشادية عبر وسائل التواصل الاجتماعى للمجالات المقترحة من وجهة نظر المبحوثين

م	المجال	صور تقديم الرسائل الإرشادية											
		رسالة مكتوبة		رسالة صوتية		رسالة فيديو		صور توضيحية		اتصال مباشر بالمتخصص		جميع الصور	
		العدد	%	العدد	%	العدد	%	العدد	%	العدد	%	العدد	%
١	الإنتاج الزراعى.	١٦	١٨.٦	٢١	٢٤.	١٥	١٧.	٣	٣.٥	١٢	١٤	١٩	٢٢.١
٢	التسويق الزراعى.	٢٦	٣٠.٣	٩	١٠.	٦	٦.٩	٩	١٠.	١٣	١٥.	٢٣	٢٦.٧
٣	حماية البيئة من التلوث.	٣	٣.٥	١٨	٢٠.	٢٣	٢٦.	١٠	١١.	٧	٨.١	٢٥	٢٩.١
٤	تدوير المخلفات الزراعية.	٦	٦.٩	٩	١٠.	٢٦	٣٠.	٩	١٠.	١٣	١٥.	٢٣	٢٦.٧
٥	المشروعات الزراعية الصغيرة.	١٤	١٦.٣	٢٠	٢٣.	١٠	١١.	٦	٦.٩	١٨	٢٠.	١٨	٢٠.٩
٦	حماية صحة الأسرة الريفية.	١٢	١٤.٠	٩	١٠.	٢٨	٣٢.	٦	٦.٩	١٨	٢٠.	١٣	١٥.١
	متوسط النسبة المئوية الترتيب	١٤.٩		١٦.٩		٢٠.٩		٢	٨.٣		١٥.٧	٢٣.٤	
		٥		٣		٢		٦		٤		١	

المصدر: حسب من استمارة الاستبيان.

جدول ١٥. توزيع المبحوثين وفقاً لوجهة نظرهم فى وسيلة التواصل الاجتماعى المناسبة للإرشاد الزراعى عبر وسائل التواصل الاجتماعى

م	وسيلة التواصل الاجتماعى	مناسبة		مناسبة لحد ما		غير مناسبة		الترتيب
		عدد	%	عدد	%	عدد	%	
١	الواتساب للمزارع أو أحد أبنائه.	٦٨	٧٩.١	١٥	١٧.٤	٣	٣.٥	١
٢	الماسنجر للمزارع أو أحد أبنائه.	٣٣	٣٨.٤	٤٦	٥٣.٥	٧	٨.١	٢
٣	الفييس بوك للمزارع أو أحد ابنائه.	٢٥	٢٩.١	٢٢	٢٥.٦	٣٩	٤٥.٣	٣
٤	الانستجرام للمزارع أو أحد أبنائه.	١٢	١٤.٠	٤٠	٤٦.٥	٣٤	٣٩.٥	٤
٥	البريد الإلكتروني للمزارع او احد ابنائه	٥	٥.٨	١٥	١٧.٤	٦٦	٧٦.٧	٥

المصدر: حسب من استمارات الاستبيان.

مما سبق يمكن ترتيب المصدر المناسب لإعداد المادة العلمية للرسائل الإرشادية المقدمة للزراع عبر وسائل التواصل الاجتماعي تنازلياً من وجهة نظر المبحوثين كما يلي: الباحثون بمركز البحوث الزراعية، أعضاء هيئة التدريس بالجامعات، جهاز الإرشاد الزراعي، كل ما سبق.

خامساً: تحديد نوع المعاملة المادية المناسبة مقابل تقديم الخدمة الإرشادية للزراع عبر وسائل التواصل الاجتماعي من وجهة نظر المبحوثين:

أظهرت النتائج بجدول (١٧) أن المبحوثين يرون أن تقدم الخدمة الإرشادية للزراع عبر وسائل التواصل الاجتماعي بدون مقابل مادي حيث احتلت الترتيب الأول بدرجة متوسطة قدرها ٢.٧ درجة، بينما جاء في الترتيب الثاني أن يتحمل المزارع تكلفة الاتصال فقط بدرجة متوسطة قدرها ١.٨ درجة، وجاء في المركز الثالث أجر رمزي يتحمله المزارع بدرجة متوسطة قدرها ١.٤ درجة، أما المركز الرابع والأخير فقد جاء فيه أن تقسم التكلفة مناصفة بين المزارع وجهاز الإرشاد الزراعي، وهذه النتيجة منطقية جداً من حيث أن الإرشاد الزراعي عملية تعليمية غير رسمية تقدم للزراع بدون مقابل مادي.

وبذلك تترتب نوع المعاملة المادية المناسبة مقابل تقديم الخدمة الإرشادية للزراع عبر وسائل التواصل الاجتماعي تنازلياً كما يلي: بدون مقابل مادي، يتحمل المزارع تكلفة الاتصال فقط، أجر رمزي يتحمله المزارع، تقسم التكلفة مناصفة بين المزارع وجهاز الإرشاد الزراعي.

سادساً: آلية استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في الإرشاد الزراعي:

في ضوء نتائج هذا البحث أمكن وضع تصور لآلية استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في العمل الإرشادي الزراعي، توضح كل من: المجالات التي يمكن أن يتضمنها الإرشاد الزراعي عبر وسائل التواصل الاجتماعي، والصور

وجاء الفيس بوك للمزارع أو أحد أبنائه في المركز الثالث بدرجة متوسطة قدرها ١.٨ درجة، بينما جاء الانستجرام للمزارع أو أحد أبنائه بالمركز الرابع بدرجة متوسطة قدرها ١.٧ درجة، أما المركز الخامس والأخير فقد كان من نصيب البريد الإلكتروني للمزارع أو أحد أبنائه بدرجة متوسطة قدرها ١.٢ درجة.

وبذلك تترتب وسائل التواصل الاجتماعي تنازلياً وفقاً لدرجة مناسبتها لتوصيل الرسائل الإرشادية للزراع من وجهة نظر المبحوثين كما يلي: الواتساب للمزارع أو أحد أبنائه، الماسنجر للمزارع أو أحد أبنائه، الفيس بوك للمزارع أو أحد أبنائه، الانستجرام للمزارع أو أحد أبنائه، البريد الإلكتروني للمزارع أو أحد أبنائه.

وربما ترجع هذه النتائج لسهولة استخدام وسائل التواصل الاجتماعي الممثلة في الواتساب للمزارع أو أحد أبنائه والماسنجر للمزارع أو أحد أبنائه، إضافة إلى أن المبحوثين قد يرون عدم انتشار البريد الإلكتروني لدى المزارع مقارنة بباقي أنواع وسائل التواصل الاجتماعي الأخرى المدروسة.

رابعاً: المصدر المناسب لإعداد المادة العلمية للرسائل الإرشادية المقدمة للزراع عبر وسائل التواصل الاجتماعي من وجهة نظر المبحوثين:

أظهرت النتائج بجدول (١٦) أن المبحوثين يرون أن يقوم الباحثون بمركز البحوث الزراعية بإعداد المادة العلمية للرسائل الإرشادية المقدمة للزراع عبر وسائل التواصل الاجتماعي حيث احتلت الترتيب الأول بدرجة متوسطة قدرها ٢.٧ درجة، كما جاء في الترتيب الثاني أعضاء هيئة التدريس بالجامعات بدرجة متوسطة قدرها ٢.٦ درجة، بينما جاء جهاز الإرشاد الزراعي في الترتيب الثالث بدرجة متوسطة قدرها ١.٦ درجة، أما الترتيب الرابع والأخير فقد جاء فيه أن يقوم بإعداد الرسالة الإرشادية كل ما سبق.

جدول ١٦. توزيع المبحوثين وفقا لدرجة موافقتهم على من يقوم بإعداد المادة العلمية للرسائل الإرشادية المقدمة للزراع عبر

وسائل التواصل الاجتماعي

الترتيب	الدرجة المتوسطة	غير موافق		موافق لحد ما		موافق		م	القائم بإعداد المادة العلمية للرسائل الإرشادية
		%	عدد	%	عدد	%	عدد		
١	٢.٧	١٢.٨	١١	٨.١	٧	٧٩.١	٦٨	١	الباحثون بمركز البحوث الزراعية.
٢	٢.٦	٨.١	٧	٢٢.١	١٩	٦٩.٨	٦٠	٢	أعضاء هيئة التدريس بالجامعات.
٣	١.٦	٥٢.٣	٤٥	٣٨.٤	٣٣	٩.٣	٨	٣	جهاز الإرشاد الزراعي.
٤	١.١	٩٠.٧	٧٨	٧.٠	٦	٢.٢	٢	٤	كل ما سبق.

المصدر: حسب من استمارات الاستبيان.

جدول ١٧. توزيع المبحوثين وفقا لدرجة موافقتهم على نوع المعاملة المادية المناسبة مقابل تقديم الخدمة الإرشادية للزراع

عبر وسائل التواصل الاجتماعي

الترتيب	الدرجة المتوسطة	غير موافق		موافق لحد ما		موافق		م	نوع المعاملة المادية
		%	عدد	%	عدد	%	عدد		
١	٢.٧	٩.٣	٨	١٥.١	١٣	٧٥.٦	٦٥	١	بدون مقابل مادي.
٢	١.٨	٣٣.٧	٢٩	٥٢.٣	٤٥	١٤.٠	١٢	٢	يتحمل المزارع تكلفة الاتصال فقط.
٣	١.٤	٦١.٦	٥٣	٢٧.٩	٢٤	١٠.٥	٩	٣	أجر رمزي يتحمله المزارع.
٤	١.٢	٨٣.٧	٧٢	١٤.٠	١٢	٢.٣	٢	٤	تقسم التكلفة مناصفة بين المزارع وجهاز الإرشاد الزراعي.

المصدر: حسب من استمارات الاستبيان.

المحور الثاني: الصورة المناسبة لتقديم الرسائل الإرشادية

للإرشاد الزراعي عبر وسائل التواصل الاجتماعي:

وتشكلت فى: رسائل الفيديو والرسائل الصوتية،

والاتصال المباشر بالمتخصص.

المحور الثالث: نوع وسائل التواصل الاجتماعي المناسبة

للإرشاد الزراعي عبر وسائل التواصل الاجتماعي:

وتمثلت فى: الواتساب للمزارع أو أحد أبنائه أو الماسنجر

للمزارع أو أحد أبنائه.

المحور الرابع: القائم بإعداد المادة العلمية للرسائل

الإرشادية: يقوم بإعداد المادة العلمية للرسائل الإرشادية

المقدمة عبر وسائل التواصل الاجتماعي الباحثون بمركز

البحوث الزراعية أو أعضاء هيئة التدريس بالجامعات.

المناسبة لتقديم الرسائل الإرشادية لكل مجال، ونوع وسائل

التواصل الاجتماعي المناسبة، والقائم بإعداد المادة العلمية

للسائل الإرشادية، والجانب الاقتصادي للإرشاد الزراعي عبر

وسائل التواصل الاجتماعي، وتتكون هذه الآلية من خمسة

محاور أساسية كما يلي:

المحور الأول: مجالات الإرشاد الزراعي عبر وسائل

التواصل الاجتماعي: وتشكلت فى: مجال الإنتاج

الزراعي، ثم مجال تدوير المخلفات الزراعية، ثم مجال

التسويق الزراعي، يليه مجال حماية البيئة من التلوث،

ثم مجال حماية صحة الأسرة الريفية، ثم مجال

المشروعات الزراعية الصغيرة.

الجبوري، خطاب عبدالله محمد، (٢٠١٦). ذبوع الأفكار الزراعية بين الزراع المتواصلين مع المرشدين من خلال الفيس بوك بمحافظة كركوك - العراق، جامعة الاسكندرية.

الزبون، اسلام، (٢٠١٩). بحث عن الإنستقرام، <https://mawdoo3.com>

الشهري، حنان شعشوع، وأميرة يوسف بدري، (٢٠١٣). أثر استخدام شبكات التواصل الإلكترونية على العلاقات الاجتماعية "الفيس بوك وتويتر نموذجاً"، جامعة الملك عبد العزيز، كلية الآداب والعلوم الإنسانية، قسم الاجتماع والخدمة الاجتماعية، المملكة العربية السعودية، وزارة التعليم العالي.

الصوافي، عبدالحكيم عبدالله راشد، (٢٠١٥). استخدام وسائل التواصل الاجتماعي لدى طلبة الحلقة الثانية من التعليم الأساسي في محافظة شمال الشرقية بسلطنة عمان وعلاقته ببعض المتغيرات، رسالة ماجستير، كلية العلوم والآداب، جامعة نزوى، عمان.

العقلية، احسان (٢٠١٨). ما هو الواتس آب، <https://mawdoo3.com>

المنصور، محمد، (٢٠١٢). تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على جمهور المتلقين دراسة مقارنة للمواقع الاجتماعية والمواقع الإلكترونية "العربية نموذجاً"، رسالة ماجستير، كلية الآداب والتربية، الأكاديمية العربية في الدنمارك.

حاج، نصرالدين، (٢٠١٩). ورشة العمل الختامية لمبادرة الإرشاد الزراعي الرقمي في مصر، منظمة الأغذية والزراعة للأمم المتحدة (الفاو)، www.youm7.com/story

حماد، شكري عبد الحميد، (٢٠١٤). أثر وسائل التواصل الحديثة على العلاقات الاجتماعية والأسرية، المؤتمر العلمي الدولي السنوي الرابع لكلية الشريعة، وسائل التواصل الاجتماعي وأثرها على المجتمع، نظرة شرعية اجتماعية قانونية جامعة النجاح الوطنية، فلسطين.

خليفة، سيد، (٢٠١٩). ملأت فراغ وزارة بأكملها.. كيف أصبحت السوشيال ميديا بديل «الإرشاد الزراعي» الرسمي، <https://www.vetogate.com/3547112>

المحور الخامس: الجانب الاقتصادي للإرشاد الزراعي عبر وسائل التواصل الاجتماعي: تقدم هذه الخدمة بدون مقابل مادي أو أن يتحمل المزارع تكلفة الاتصال فقط.

التوصيات

بناء على نتائج البحث يوصى البحث بما يلي:

- ١- ضرورة استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في العمل الإرشادي الزراعي.
- ٢- أن يتضمن الإرشاد الزراعي عبر وسائل التواصل الاجتماعي المجالات التالية: الإنتاج الزراعي، تدوير المخلفات الزراعية، التسويق الزراعي، حماية البيئة من التلوث.
- ٣- أن يستخدم في الإرشاد الزراعي عبر وسائل التواصل الاجتماعي وسائل التواصل التالية: الواتساب للمزارع أو أحد أبنائه، والمانسجر للمزارع أو أحد أبنائه.
- ٤- أن يقدم الإرشاد الزراعي عبر وسائل التواصل الاجتماعي للمزارع بدون مقابل مادي.
- ٥- ضرورة إجراء دراسات أخرى في هذا المجال لتحديد متطلبات تطبيق الإرشاد الزراعي عبر وسائل التواصل الاجتماعي.
- ٦- يوصى البحث بضرورة تطبيق هذه الآلية في مناطق مختلفة لتقييمها من مختلف جوانبها.

المراجع

أبوستيت، غزالدين (٢٠١٩). ورشة العمل الختامية لمبادرة الإرشاد الزراعي الرقمي في مصر، منظمة الأغذية والزراعة للأمم المتحدة «الفاو»، akhbarelyom.com

الجبر، حامد سعد، وابتسام، محمد راشد عقيل، ومنى، عبد المحسن حسن، (٢٠١٧). واقع دور شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي الثقافي لدى طالبات كلية التربية الأساسية في دولة الكويت، مجلة كلية التربية، جامعة الأزهر، العدد: (٧١٦) الجزء الثاني.

قاسم، محمد حسن، الجمل، محمد فاروق، (٢٠١٥). استخدام
الزراع للهاتف المحمول في الاتصالات المتعلقة بالزراعة،
<https://www.google.com>

قشظة، عبد الحلیم عباس (٢٠١٢). الإرشاد الزراعي رؤية جديدة،
جرين لاين للطباعة، القاهرة، مصر.

مروان، محمد (٢٠١٨). ما هو البريد الإلكتروني،
<https://mawdoo3.com>

مدوح، احمد، (٢٠١٩). ملأت فراغ وزارة بأكملها.. كيف أصبحت
السوشيال ميديا بديل «الإرشاد الزراعي الرسمي»..،
<https://www.vetogate.com/3547112>

نجم، عماد الحسينى على (٢٠٠٧). استخدام باحثو الإرشاد
الزراعى لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات في عملهم، مجلة
الجمعية العلمية للإرشاد الزراعى، مجلد ١١، عدد (٢).

ورقلة، نادية (٢٠١١). دور شبكات التواصل الاجتماعي فى تنمية
الوعي السياسي والاجتماعي لدى الطالب العربي، رسالة
ماجستير، جامعة الجلفة الجزائر.

Hosseini, S. J. F.; Niknami, M.; Nejad, G. H. H. (2009),
Policies affect the application of information and
communication technologies by agricultural
extension service, American Journal of Applied
Sciences, Volume (6), Number (8), pp. 1478-1483.
(online).

Khondokar Humayun Kabir, Debashis Roy (2015),
Preferences of ICT Tools by the Upazila
Agriculture Officers (UAOs) for the Information
Exchange in Bangladesh, Agriculture, Forestry and
Fisheries. Vol. 4, No. 2, pp. 59-65. doi:
10.11648/j.aff.20150402.16

Saravanan, R., and Suchiradipa, B, (2013), Mobile
phone and social media for agricultural extension:
Getting closer to hype and hope, International
conference on extension education strategies for
sustainable agricultural development a global
perspective, university of agricultural science.

Todo, Y., Dagne M., Yadata P. and Ryo T. (2011),
Effects of Geography and Social Networks on
Diffusion and Adoption of Agricultural
Technology: Evidence from Rural Ethiopia,
Department of International Studies, University of
Tokyo, Japan,
(online) [http://www.csae.ox.ac.uk/conferences/2011-
edia/papers/407-todo.pdf](http://www.csae.ox.ac.uk/conferences/2011-edia/papers/407-todo.pdf).

شليبي، محمد يوسف أحمد، (١٤٣٤هـ). دور الإرشاد الزراعي في
تحقيق الأمن الغذائي من خلال تحقيق الزراعة المستدامة
بالمملكة العربية السعودية، المؤتمر السابع للجمعية السعودية
للعلوم الزراعية.

عبد الواحد، منصور أحمد محمد حفنى (٢٠٠٨). دراسة مستوى
معرفة المرشدين الزراعيين لاستخدامات شبكة الاتصال
الإلكتروني (الفيركون) فى محافظة سوهاج، المؤتمر العلمي
العربي الثالث - التعليم وقضايا المجتمع المعاصر - مصر.

عبد الواحد، منصور أحمد محمد حفنى (٢٠٠٧)، دراسة مستقبلية
للإرشاد الزراعي الإلكتروني في مصر، رسالة دكتوراه، كلية
الزراعة، جامعة أسيوط.

عبد الواحد، منصور أحمد محمد حفنى (٢٠٠٨)، متطلبات
الإرشاد الزراعي الإلكتروني بمحافظة سوهاج، مجلة جامعة
اسيوط، المجلد ٣٩، العدد ١.

عبد الواحد، منصور أحمد محمد حفنى (٢٠١٥). استخدام العاملين
بالإرشاد الزراعى لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات في
العمل الإرشادى بمحافظة سوهاج، المجلة الأردنية فى العلوم
الاجتماعية، المجلد ١١، العدد ٢.

عبد الواحد، منصور أحمد محمد حفنى (٢٠١٥). الارشاد الزراعى
الإلكترونى بين الواقع والتطبيق، المكتب العربي للمعارف،
القاهرة.

عبدالمقصود، بهجت محمد، (٢٠١٧). رؤية لتحديث نظام الإرشاد
الزراعى فى مصر، مجلة جامعة أسيوط للعلوم الاجتماعية،
العدد ٤٨، مجلد ٢.

عواودة، سمير محمد (٢٠١٤). مواقع التواصل الاجتماعي
الإلكترونية، الضوابط والآثار، المؤتمر العلمي الدولي السنوي
الرابع لكلية الشريعة، وسائل التواصل الاجتماعي وأثرها على
المجتمع، نظرة شرعية اجتماعية قانونية جامعة النجاح
الوطنية، فلسطين.

ABSTRACT

Mechanism of Using Social Media in Agricultural Extension Work From the Viewpoint of Faculty Members in the Faculties of Agriculture at Egyptian Universities

Samy Mohammed Draz

This research aims mainly to define a mechanism for the use of social media in the agricultural extension work. The data was collected from faculty members specializing in agricultural extension in the faculties of agriculture at Egyptian universities, the research population was restricting their numbers as it reached 110 faculty members to represent the comprehensive of this research, and the size of The appropriate sample according to the Karjesi and Morgan equation reached 86 respondents, and a questionnaire was prepared to achieve the research objectives and the necessary data were met through a personal interview with the researchers or WhatsApp, during the period from January to April 2020. Data analysis, frequency, percentage, mean, standard deviation, and mean score were used to analyze and display data using the Social Sciences Statistical Package (Spss, version 16).

The most important results were as follows:

- The vast majority of the respondents (90.7%) agree to a high or medium degree on the possibility that agricultural extension through social media include the following fields: (the field of agricultural production, the field of agricultural marketing, the field of environmental protection from pollution, the field of recycling agricultural waste, the field Small agricultural projects, the field of rural family health).

- All respondents see the suitability of all the proposed images to provide informative messages via social media.
- The social media are arranged in descending order according to the degree of their suitability to communicate the informative messages to the farmers from the viewpoint of the respondents as follows: the mobile phone, the WhatsApp for the farmer or one of his sons, the Messenger for the farmer or one of his sons, the email for the farmer or one of his sons, Facebook for the farmer or one of his sons Instagram for the farmer or one of his sons.
- The appropriate source for preparing the scientific material for the advisory messages presented to farmers through social media is arranged descending from the viewpoint of the respondents as follows: researchers at the Agricultural Research Center, faculty members of universities, agricultural extension device.
- That the type of material treatment appropriate to provide extension services to farmers through social media from the respondents' point of view is that they are without financial compensation, or that the farmer bears the cost of communication only.
- A concept has been developed for the mechanism of using social media in agricultural extens