



## أنشطة التواصل الإرشادي للعاملين الإرشاديين بمحافظة كفر الشيخ

عادل إبراهيم محمد الحامولي أحمد مصطفى عبد الله عبد العليم سيد أحمد الشافعي و عزت محمد مجاهد  
قسم الاقتصاد الزراعي - كلية الزراعة - جامعة كفر الشيخ مركز البحوث الزراعية طالب دراسات عليا

استهدف البحث بصفة رئيسية التعرف علي طبيعة أنشطة التواصل الإرشادي التي يقوم بها العاملين الإرشاديين بمحافظة كفر الشيخ، وأجري البحث علي جميع العاملين الإرشاديين بالجهاز الإرشادي بمحافظة كفر الشيخ والبالغ عددهم ٩٢ عاملاً إرشادياً. وجمعت بيانات هذا البحث بواسطة الاستبيان إما بالمقابلة الشخصية أو عبر التليفون أو البريد الإلكتروني نظراً لما تمر به البلاد من ظروف جائحة كورونا. وبعد جمع البيانات ومراجعتها تم تفرغها وتحليلها باستخدام عدة أدوات إحصائية هي: النسبة المئوية، والتكرارات، والمتوسط المرجح، وجاءت أهم النتائج علي النحو التالي: تمثلت أبرز الطرق الاتصالية الإرشادية للفئات المستهدفة كالزراع والقادة الريفيين والشباب الريفي والمرأة الريفية في: الندوات الإرشادية بنسبة ٨٩,١٪، يليها الملتصقات الإرشادية بنسبة ٧٤,٨٪، ثم التليفون المحمول بنسبة ٥٦,٥٪، يليها الزيارات المكتبية بنسبة ٥٤,٤٪. أما بالنسبة للجهات الرسمية كزملاء ورؤساء العمل والمنظمات الاجتماعية الريفية والزراعية والجهات البحثية (مركز البحوث والجامعة) كانت: التليفون المحمول بنسبة ٧٥٪، يليه الزيارات المكتبية بنسبة ٦٥,٢٪، ثم الاجتماعات الإرشادية بنسبة ٥٦,٥٪. تبين أن الاتصال أسبوعياً جاء في المرتبة الأولى بمتوسط قدره ٤٠,٨٪، يليه في المرتبة الثانية الاتصال شهرياً بمتوسط قدره ٣١,٩٪، ثم الاتصال يومياً في المرتبة الثالثة بمتوسط قدره ٣١,٨٪، وتبين أن توقيت الاتصال صباحاً احتل المرتبة الأولى بمتوسط قدره ٧٧,٢٪، يليه في المرتبة الثانية توقيت الاتصال ظهراً بمتوسط قدره ٤٨,٦٪.

**الكلمات المفتاحية:** الزراعة، الأنشطة الاتصالية، القادة الريفيين، المرأة الريفية، المنظمات، الشباب الريفي، الطرق الاتصالية، العاملين الإرشاديين.

### المقدمة ومشكلة البحث

تعتبر عملية نقل المعلومات والمعارف الجديدة التي تتعلق بالابتكارات الزراعية الجديدة هي أولى مراحل التغيير السلوكي المعرفي، كما أن توفير هذه المعلومات المتعلقة بالممارسات الزراعية الجديدة والملائمة لبيئة معينة مهمة للمزارعين والمجتمع الريفي لتحديث معارفهم ومهاراتهم الزراعية، (سلام وبدران، ١٩٩٥).

حيث أن أهم مراحل تنمية العنصر البشري تكون من خلال تزويده بالمعلومات والمعارف التي تسهم في خلق قيم جديدة لديه، وتعديل سلوكياته وممارساته نحو الأفضل، وهذا ينعكس علي الارتقاء بمستوي معيشته، من خلال تعرضه لبعض طرق الاتصال الإرشادي الزراعي التي تؤدي دوراً هاماً في اكسابه المعلومات والمعارف وتشكيل سلوكه المعرفي، وتعديل ممارساته لتحقيق التنمية المنشودة، (طلبة، ٢٠١٥).

ويتم ذلك من خلال قيام التنظيم الإرشادي بحسن استثمار كافة إمكانياته وخاصة البشرية منها والمتمثلة في العاملين الإرشاديين به والذي يقع علي عاتقهم تنفيذ أعماله، وتنظيم جهود هؤلاء العاملين علي المستويات المختلفة لتوصيل الخدمة الإرشادية إلي

المسترشدين، ومن هنا يتضح أهمية العاملين الإرشاديين نحو قيادة الزراعة في برامج التنمية الزراعية والنمو المهني، ذلك لأن العاملين الإرشاديين الزراعيين بمستوياتهم المختلفة يقومون بمهام ومسئوليات عديدة وهي: قيادة المرشدين نحو قيادة مؤثرة، والاشتراك في تخطيط البرامج الإرشادية وإقرارها، والإشراف التنفيذي علي البرامج الإرشادية، وتدريب موظفيهم للعمل مع المسترشدين، وتقييم العمل الإرشادي والقائمين عليه، وتنسيق البرامج الإرشادية وموازنتها، (فريد، ١٩٨٥)، (مرزبان، ١٩٩٥).

هذا وتتأثر عملية نقل التوصيات والتقنيات الزراعية المستحدثة بعدة عوامل يأتي في مقدمتها كفاءة ومهارات العاملين في الإرشاد الزراعي والذين يؤديون دوراً هاماً في إيصال المعارف والمهارات والاتجاهات الإيجابية للزراع لإحداث تغييرات سلوكية مرغوبة وتحسين الطرق والأساليب الزراعية لهم، ومن ثم تحسين مستواهم المعيشي والاجتماعي والتعليمي، وهو ما يتطلب أن يكون هؤلاء العاملين علي مستوي عالٍ من الكفاءة والقدرة الاتصالية ليؤدوا رسالتهم الإرشادية بأفضل ما يكون، (الساعدي والبدري، ٢٠١٠).

حيث يعمل الإرشاد الزراعي في مجالاته المتنوعة مع

\*Corresponding author E-mail: a\_elhamoly@yahoo.com

aboyousef1979@yahoo.com; Drelshafei60@yahoo.com; zizo\_en2012@yahoo.com

DOI : 10.21608/jsas.2021.51067.1255

Received: 25/11/2020; Accepted: 4/1/2021

©2021 National Information and Documentation Center (NIDOC)

الإرشادي؟، وما شكل اتصال العاملين الإرشاديين بالفئات المستهدفة من عملية الاتصال الإرشادي؟.

#### أهداف البحث

- يستهدف البحث بصفة رئيسية التعرف على طبيعة الأنشطة الاتصالية التي يقوم بها العاملين الإرشاديين بمحافظة كفر الشيخ، من خلال تحقيق الأهداف الفرعية التالية:
- ١- التعرف على الطرق الاتصالية التي يستخدمها العاملين الإرشاديين المبحوثين للاتصال بالفئات المستهدفة من عملية الاتصال الإرشادي.
  - ٢- التعرف على عدد مرات الاتصال التي يقوم بها العاملين الإرشاديين المبحوثين للاتصال بالفئات المستهدفة من عملية الاتصال الإرشادي.
  - ٣- التعرف على أسباب اتصال العاملين الإرشاديين المبحوثين بالفئات المستهدفة من عملية الاتصال الإرشادي.
  - ٤- التعرف على توقيت اتصال العاملين الإرشاديين المبحوثين بالفئات المستهدفة من عملية الاتصال الإرشادي.
  - ٥- التعرف على شكل اتصال العاملين الإرشاديين المبحوثين بالفئات المستهدفة من عملية الاتصال الإرشادي.

#### الاستعراض المرجعي

أولاً: مفهوم الاتصال Communication Concept:

يعرف العادلي (١٩٧٣) الاتصال بأنه: "العملية التي يستطيع خلالها شخصين أو أكثر من تبادل الأفكار والحقائق والمشاعر أو الانطباعات بطريقة يتمكن معها كل منهم من الفهم المشترك لمعنى ومضمون ومحتوى الرسالة". ويعرفه العمري (١٩٨٦) على أنه "عملية تفاعل بين طرفين من خلال رسالة معينة فكرة أو خبرة أو أي مضمون اتصالي آخر عبر قنوات اتصالية أخرى ينبغي أن تتناسب مع مضمون الرسالة بصورة توضح تفاعلاً مشتركاً بينهما، ويرى بينتر (١٩٨٧) أن الاتصال "عملية بث رسائل واقعية أو خيالية تتصل بموضوعات معينة على أعداد كبيرة من الناس مختلفين فيما بينهم في النواحي الاقتصادية والاجتماعية والثقافية والسياسية ومواجدين في مناطق متفرقة"، وعرفه بينتر (١٩٨٧) بأنه عملية ديناميكية يقوم بها شخص ما أو أشخاص بنقل رسالة تحمل المعلومات أو الآراء أو الاتجاهات أو المشاعر إلى الآخرين لتحقيق هدف ما عن طريق الرموز لتحقيق استجابة ما في ظرف ما أو سياق أو بيئة اتصالية بغض النظر عن ما قد يعترضها من تشويش".

ويشير عبد المقصود (١٩٨٨) إلى أن الاتصال هو: "العملية التي يتم بواسطتها انتقال الرسائل من المصدر إلى المستقبل"، ويرى العبد (١٩٩٣) أن الاتصال هو: "نقل المعلومات والأفكار والاتجاهات من طرف إلى آخر من خلال عملية ديناميكية مستمرة ليس لها بداية أو نهاية"، أما دوكاخ (١٩٩٤) فيرى أن الاتصال يعني "السلوك الاتصالي الذي يهدف إلى الحصول على استجابة معينة من شخص ما أو الاستجابة المميزة للفرد نحو مثير معين".

ويبين الطنوبي والصادق (١٩٩٧) أن الاتصال "عبارة عن تبادل المعلومات، والأفكار بين شخصين أو أكثر". أما صالح (١٩٩٧) فعرف الاتصال على أنه: "العملية التي ينقل بمقتضاها الفرد (القائم بالاتصال) منبهات عادة رموز لغوية، لكي يعدل سلوك الأفراد الآخرين مستقبلي الرسالة".

يتبين من العرض السابق أن الاتصال هو عبارة عن العملية التي يتم من خلالها نقل المعلومات والأفكار والاتجاهات من

أفراد متباينين في الخصائص الشخصية والمستويات الاجتماعية والثقافية والاقتصادية، وكذلك الخبرات والقدرة على الفهم والإدراك فكان لا بد على الإرشاد الزراعي أن ينوع من طرقه ووسائله حتى يستطيع أن يقابل هذا التباين، فضلاً عما ينتجه التنوع من فوائد كبيرة في نشر المستحدثات الزراعية بين جمهور المسترشدين، (John, 2010).

ويعتبر استخدام العاملين الإرشاديين للطرق والمعينات الإرشادية بصورة صحيحة بمثابة حجر الأساس للعمل الإرشادي الفعال في نقل وتوصيل الخبرات والأفكار الجديدة إلى سكان الريف، وتعتبر عملية اختيار الطرق والمعينات الإرشادية الملائمة لموقف معين من أصعب المهام التي تواجه العاملين الإرشاديين، والتي تحتاج إلى معرفة جيدة بخصائص وطبيعة وأهمية كل طريقة ومعينة إرشادية، ويتطلب قدرات وأساليب اتصالية خاصة لدى هؤلاء العاملين حتى يتمكنوا من اتخاذ القرار المناسب بتحديد أفضل الطرق والمعينات الإرشادية المناسبة للتباين في خصائص الجمهور الذي يتعاملون معه، كما أن الطرق الإرشادية الناجحة في مكان ما قد لا تنجح في مكان آخر ولا مع جمهور آخر، مما يستوجب عليه أن يكون العاملين الإرشاديين لديهم إلمام كبير بعملية الاتصال والطرق والمعينات التي تستخدم فيها بجانب عدداً من المهارات والخصائص والقدرات الاتصالية، (العجيلي ونوفان، ٢٠١٩).

ويعد الاتصال الجيد جوهر العمل الإرشادي حيث أن المشكلة الرئيسية في العملية التعليمية الإرشادية تتعلق بكيفية توصيل المعلومات والمعارف والأفكار الزراعية والمنزلية المستحدثة إلى جمهور الزراع وربات البيوت الريفيات بطريقة تحفزهم على الأخذ بها ووضعها موضع التنفيذ الفعلي، حيث يعتمد الإرشاد الزراعي في توصيل رسالته إلى المستهدفين على استخدام وسائل الاتصال الفردي والجماعي والجماهيري، (يحيى، ٢٠٠٦).

ويعاني الإرشاد الزراعي من أوجه قصور في طرقه ووسائله المنوطة بنقل المعرفة الزراعية رصدها عدد من الباحثين تتمثل في: قلة ونقص وسائل نقل المرشدين للتواصل مع الريفيين، وبعد المسافة بين الباحثين والمرشدين الزراعيين، ونقص أعداد المرشدين الزراعيين المدربين والمؤهلين جيداً على عملية الاتصال الإرشادي، وضعف الاتصال بين البحوث والإرشاد، مما أدى إلى ضعف وتدهور الخدمات الإرشادية المقدمة للريفيين وفي مقدمتها الدور الاتصالي للعاملين الإرشاديين، وفي ضوء التغيرات التكنولوجية المتعاقبة والمتلاحقة، وانعكاس ذلك على الإرشاد الزراعي والذي لا بد له من مواكبة تلك التطورات في قنوات اتصاله بالمسترشدين، الأمر الذي يتطلب من العاملين الإرشاديين إعادة النظر فيما يقدمونه من معلومات ومعارف وكيفية إعدادها، وطرق وأساليب توصيلها للمسترشدين، (حفني، ٢٠٠٨).

لذا يعد هذا البحث محاولة للتعرف على طبيعة الأنشطة الاتصالية التي يقوم بها العاملين الإرشاديين والمنوط بهم تأديتها مع الفئات المستهدفة من عملية الاتصال الإرشادي، وذلك من خلال الإجابة على التساؤلات التالية: ما الطرق الاتصالية التي يستخدمها العاملين الإرشاديين للاتصال بالفئات المستهدفة من عملية الاتصال الإرشادي؟، وما عدد مرات الاتصال التي يقوم بها العاملين الإرشاديين للاتصال بالفئات المستهدفة من عملية الاتصال الإرشادي؟، وما سبب اتصال العاملين الإرشاديين بالفئات المستهدفة من عملية الاتصال الإرشادي؟، وما توقيت اتصال العاملين الإرشاديين بالفئات المستهدفة من عملية الاتصال

الاتصال هنا يتم دون هدف محدد، [٣] الاتصال الموجه والاتصال غير الموجه: الاتصال الموجه هو الذي يتضمن انتقال الرسائل إلى أفراد معينين، أما الاتصال غير الموجه يتضمن الرسائل الإذاعية التي تنقل من خلال الراديو، والتي لا توجه لفرد معين أو جماعة معينة، [٤] الاتصال الشخصي (وجهاً لوجه) والاتصال من بعد: الاتصال الشخصي يكون كل منهم على مرأى وسمع من غيره، أما الاتصال من بعد فيتم خلال وسائل مثل الراديو والتليفزيون، [٥] الاتصال الفردي والجماعي والجماعي: يعتمد هذا التقسيم على عدد الأفراد الذين يتم الاتصال بهم، [٦] الاتصال المعرفي والاتصال العاطفي: فقد يؤدي إلى زيادة أو تغيير في معارف المستقبل أو قد يؤثر على عواطفه ومزاجه، وفي الحالة الأولى يطلق عليه الاتصال المعرفي، أما في النوع الآخر يطلق عليه الاتصال العاطفي.

رابعاً: عناصر الاتصال Communication Components:

- قسم عودة (١٩٩٨) نقلاً عن كولمان ومارش عملية الاتصال إلى خمسة عناصر وهي:
- ١- الشخص أو الجماعة التي تبدأ بإرسال الرسالة ويطلق عليه المتصل.
  - ٢- محتوى الرسالة أو مضمونها.
  - ٣- الوسيلة المستخدمة في عملية الإرسال أو النقل.
  - ٤- المستقبل أو المتصل به.
  - ٥- الاستجابة التي يصدرها هذا المستقبل.

وصنف مكاري والسيد (٢٠٠١) عناصر عملية الاتصال إلى الآتي: ١- المرسل: هو الشخص الذي يبدأ الحوار بصياغة أفكاره في رموز تعبر عن المعنى الذي يقصده، ويجب أن يتوفر في المرسل أربعة شروط أساسية وهي: أ- مهارات الاتصال عند المصدر: وتتمثل في مهارة الكتابة، ومهارة التحدث، ومهارة القراءة، ومهارة الاستماع، ومهارة القدرة علي التفكير ووزن الأمور، ب- اتجاهات المصدر: وتؤثر اتجاهاته نحو نفسه أو نحو الموضوع أو نحو المتلقي علي عملية الاتصال بشكل مباشر، فإذا كان اتجاه المصدر سلبياً يحتمل أن يؤثر ذلك علي الرسالة التي يصنعها، وإذا كان إيجابياً نحو نفسه يؤثر ذلك علي نجاح الاتصال، وكذلك نحو المتلقي ونحو الموضوع، ج- مستوى معرفة المصدر: من الواضح أن قدر المعرفة التي لدي المصدر عن الموضوع يؤثر في رسالته، فنحن لا نستطيع أن نقول ما لا نعرفه، د- النظام الاجتماعي والثقافي: يتأثر القائم بالاتصال بمركزه في النظام الاجتماعي والثقافي والمعتقدات والقيم المسيطرة عليه.

- ٢- المتلقي: وكل ما سبق ينطبق علي المتلقي.
- ٣- الخبرة المشتركة: كل فرد منا يحمل نطاقاً من الخبرات والعادات والتقاليد والمعارف والاتجاهات والسلوكيات التي تصاحبها أينما ذهب، وحين يكون الأفراد الذين نتصل بهم لديهم خبرات حياتية مشابهة لنا فإن فرص التفاهم تكون متاحة بطريقة فعالة، وعلي النقيض كلما تباعدت الخبرة الحياتية بين المرسل والمتلقي كلما صعب التفاعل.
- ٤- الرسائل: هي مضمون السلوك الاتصالي ومن السهل علي المتلقي أن ينفق الرسائل أو يتجاهلها أو يتقبل بعض الأفكار.
- ٥- الطرق (القنوات): تصل الرسائل للمتلقين عبر قنوات متعددة، فالرسائل الشخصية نستقبلها عن طريق الحواس مثل السمع والنظر والشم واللمس، والرسائل العامة نتلقاها عبر وسائل الاتصال الجماهيرية من صحف ومجلات ورايو وتليفزيون.

طرف إلى آخر من خلال قنوات اتصالية مختلفة تضمن وصول الرسالة إلي المستفيدين منها لإحداث التغيير المطلوب.

ثانياً: مفهوم الاتصال الإرشادي Extension Communication Concept:

يبين الخولي ورزق (١٩٧٧) أن الاتصال الإرشادي "هو جوهر العمل الإرشادي الناجح خاصة وتطوير الريف وتنميته عامة من خلال التنسيق بين العلماء باعتبارهم مكتشفي المبتكرات الجديدة والإداريون لكونهم القائمين علي إدارة البرامج التنموية، والمرشدون الزراعيون باعتبارهم القائمون بعملية إيصال المكتشفات إلي جمهور المسترشدين لتحسين مستوياتهم الاجتماعية والاقتصادية. ويعرفه صالح (١٩٩٤) علي أنه "عملية ويقصد بالعملية مجموعة من الخطوات المتسلسلة المرتبطة ببعضها البعض بحيث تؤدي في النهاية الي إحراز هدف أو مجموعة من الأهداف.

ويري الطنوبي (٢٠٠١) أنه يعني "جهود منظمة للتأثير علي الأفراد وتعديل سلوكهم في مجال معين بما يتفق وظروف مجتمعهم. كما يعرف عليوة (٢٠٠٤) الاتصال في مجال الإرشاد الزراعي باعتباره العملية الاجتماعية التي يتم بمقتضاها نقل رسالة إرشادية معينة من مصدرها إلى مستقبلها الذين يستفيدون منها.

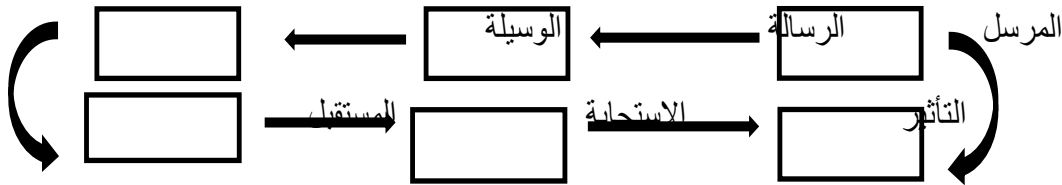
كما يعرفه قشطه (٢٠١٢) بأنه "عملية توصيل المعاني وتبادلها بين الناس وهو يتضمن كل الطرق والمعينات الاتصالية التي يمكن لعقل بشري غزو عقل بشري آخر والتأثير عليه ولا يقتصر علي نقل المعلومة وتوصيلها للمزارع فقط دون فهم واستيعاب.

ثالثاً: أنواع الاتصال Communication Kinds:

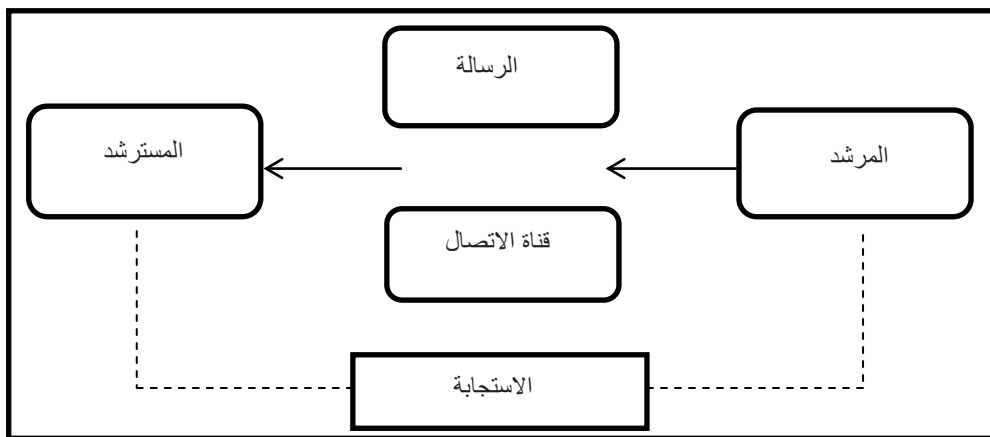
- يذكر العادلي (١٩٧٣) تصنيف الاتصال على أساس المقترضات الفورية للمستقبلين على النحو التالي:
- ١- اتصال إعلامي: ويستهدف هذا النوع من الاتصال زيادة معارف الناس بتقديم الحقائق المتعلقة بموضوع ما أو فكرة معينة دون أن تتاح لهم الفرصة للنقاش أو الجدل.
  - ٢- اتصال تشويقي: وهنا تقدم الرسالة بصورة مشوقة بطريقة تحفز المستقبل لها على تقبل مضمونها.
  - ٣- اتصال إقناعي: وفيها يهدف مصدر الاتصال إلى إقناع مستقبله رسالته بأن وجهة نظره واستنتاجاته وتعميماته وخبراته على درجة عالية من الصحة ولا يتطرق إليها شك، ويعتمد هذا الأسلوب عادةً على المناقشة والجدل وتقديم الحقائق في صورة منطقية مقبولة.

ويحدد عبد المقصود (١٩٨٨) أنواع الاتصال في: [١] الاتصال المقصود والاتصال غير المقصود: إن الشخص الذي يغني لنفسه لا يقصد أن يؤثر في أحد، بقدر ما يقصد التعبير عن مشاعره، لكن إذا أشار شخص بيده إلى شخص آخر، ليخرجه من مأزق، فإن عملية الاتصال في هذه الحالة تعتبر مقصودة، [٢] الاتصال الهادف والاتصال غير الهادف: الاتصال الهادف هو الذي يتضمن هدفاً واضحاً محدد للتأثير على شخص أو جماعة بطريقة معينة، والاتصال الهادف هو أحد مكونات التعليم الإرشادي بصفة خاصة، والتنمية بصفة عامة، فعلى سبيل المثال لا الحصر عندما يحاول المرشد الزراعي أن يقنع المزارعين باستعمال فكرة أو خبرة زراعية جديدة، فإنه يعمل لتحقيق غرض واضح، ولكن عندما يتناقش المزارعين حول موضوع معين فإن

- ٥- جمهور المسترشدين: وهم مستقبلي الرسالة الإرشادية المقصودين والذي يفترض استفادتهم نتيجة استجابتهم للرسالة الإرشادية بطريقة معينة.
- ٦- استجابة الجمهور: هي آخر عنصر من عناصر عملية الاتصال، وتتمثل في استجابة المسترشدين لما يقدم لهم من رسائل في صورة ما يقومون به من أفعال، وإذا تمت عملية الاتصال بالشكل المرسوم والمقرر لها، فمن المفروض أن يترتب على ذلك إحداث عدة تغييرات مرغوبة في سلوك المسترشدين تتمثل في معارفهم ومهاراتهم واتجاهاتهم.
- ويشير عبد المقصود (١٩٨٨) إلى أنه لكي تتم عملية الاتصال الإرشادي لابد من وجود ما يلي:
- ١- المرشد الزراعي: هو الفرد الذي يقوم بدور المعلم، وهو وكيل التغيير، أي المسئول عن إحداث التغيير المطلوب.
  - ٢- المسترشد: هو الفرد المستهدف بالخدمة، وجمهور المستهدفين بالخدمة هم الزراع، وعائلاتهم، وأهل الريف جميعاً.
  - ٣- الرسالة الإرشادية: وهي تتضمن المعلومات والأفكار المراد نقلها أو توصيلها للزراع، وتعليمها لهم، أي تتضمن كل ما يدور حول الفكرة أو الشيء الجديد.
  - ٤- قناة الاتصال: وهي الوسيلة التي يتم من خلالها نقل الرسالة من المرشد إلى المسترشد.
- ويؤكد علي أن هذه العناصر ضرورية ولكنها ليست كافية لحدوث الاتصال الإرشادي إذ لابد من وجود عنصر خامس لحدوث هذا الاتصال وهو الاستجابة.
- ٦- التشويش: وهو أي عائق يحول دون القدرة علي الإرسال أو الاستقبال.
- ٧- رجوع الصدى: يقصد بجمع الصدى إعادة المعلومات للمرسل حتي يستطيع أن يقرر ما إذا كانت الرسالة حققت أهدافها من عدمه.
- ٨- الأثر: هو نتيجة الاتصال وهو يقع علي المرسل والمتلقي علي السواء، وقد يكون الأثر نفسياً أو اجتماعياً.
- خامساً: عناصر عملية الاتصال الإرشادي  
Components of Extension Communication
- يري العادلي (١٩٧٣) نقلاً عن ليجانز Leganes أن عملية الاتصال تشتمل على ستة عناصر رئيسية هي:
- ١- مصدر الاتصال أو الداعية: وهو مصدر الرسائل ومرسلها، وفي العمل الإرشادي الزراعي فإن المرشد أو الأخصائي أو المشرف الزراعي هو الذي يعمل كمصدر للاتصال.
  - ٢- الرسالة أو المحتوى: الرسالة هي المعلومات التي يود مصدر الاتصال أن يتلقاها جمهور المسترشدين ويفهموها ويعملوا بهدئها.
  - ٣- قنوات الاتصال: وهي تعتبر معايير أو وسائل الاتصال التي تستخدم في نقل وتوصيل الرسائل إلى جمهور المسترشدين.
  - ٤- معاملة الرسالة: يقصد بمعاملة التكنيك الذي يستعمله الشخص في تقديم وعرض رسالته، والهدف من المعاملة هو جعل الرسالة الإرشادية واضحة ومفهومة وواقعية بالنسبة للمسترشدين.



شكل ١. عناصر عملية الاتصال



شكل ٢. عناصر عملية الاتصال الإرشادي

سادساً: عوامل فاعلية ونجاح مصادر عملية الاتصال:

#### Effective factors and success of the sources of communication process:

يري كلاً من إسماعيل (٢٠٠٣)، ونصر (٢٠٠٨)، ومختار (٢٠١٠)، وفواز (٢٠١١) أن هناك عدة عوامل تسهم بشكل كبير في زيادة فاعلية ونجاح عملية الاتصال تتعلق بعناصره مثل: المرسل أو الملقى، والمستقبل أو المتلقي، والرسالة، ورجع الصدى أو التغذية العكسية، والوسيلة المستخدمة. وتناولها علي النحو التالي:

- ١- عوامل فاعلية ونجاح المرسل أو الملقى: وتتمثل فيما يلي:
  - المصادقية: وتعني نقل المعلومة أو عرض القضية دون تحيز أو هوي، وتحري الحقائق والواقع والالتزام بروايتها كما وقعت، وصدق المرسل أو القائم بالاتصال يمكنه من كسب ثقة الجمهور المتلقي وبالتالي إحداث تغيير فوري لدي الجمهور أكثر من عوامل أخرى مثل جاذبية وقبول المرسل علي سبيل المثال.
  - الإيمان بالقضية والفهم الدقيق لها: يعد الإيمان العميق بالرسالة والعقيدة الثابتة بالمبدأ واليقين الراسخ من أهم الصفات التي ينبغي أن يتحلى بها المرسل وإلا فإن كلامه سوف يكون تكلفاً وتصنعاً، وعلي المرسل أن يكون علي فهم دقيق لما يقوله وأن يحيط إحاطة كاملة بالموضوع الذي يقدمه ولم يكافة جوانبه وأخر تطورات.
  - وضوح الهدف والغاية: ينبغي أن يكون الهدف محدداً وواضحاً أمام القائم بالاتصال، ويركز علي هذا الهدف ومن ثم لا ينبغي الخلط بين أكثر من موضوع أو تصيد أفكار وعبارات ليس بينها رابط ولا تخدم الهدف الأساسي الذي صاغ من أجله الرسالة.
  - السمعة الحسنة: تساعد كثيراً علي استقطاب الرأي العام، وبناء جسور الثقة معه والتأثير فيه، ومن ثم فعلي القائم بالاتصال أن يكون بعيداً عن مواطن الشبهات لأنها تضعف من قيمة رسالته وتأثيره وتوهن الاستجابة لهذه الرسالة.
  - فهم الجمهور عبر دراسته: تعد مهمة فهم الجمهور صعبة بعض الشيء حيث تتنوع شرائحه وتختلف ثقافتهم ومستوياتهم ومداركهم، ومع ذلك ينبغي التعرف عليه حتي يمكن تقديم الرسالة التي تناسبه وتلائمه، وتحقيق أكبر استفادة ممكنة.
  - الجاذبية والتشويق: إذا كان الجمهور يتباين في أشياء كثيرة فإن ذلك يفرض علي القائم بالاتصال اختيار المدخل المناسب، والأسلوب الملائم الذي يلفت أنظار المتلقين للرسالة مثل مقدمة جيدة ومشوقة تعمل علي جذبهم للمرسل.

٢- عوامل فاعلية ونجاح المستقبل أو المتلقي: وتتمثل فيما يلي:

- خصائص المتلقي السيكولوجية والديموغرافية: مثل النوع والسن والحالة الاجتماعية ومحل الإقامة (حضري، وريفي)، والدخل المادي، والمعتقدات، والآراء والاتجاهات، والقيم والميول، والطموح والتطلعات ... إلخ.
- هناك العديد من المضامين الإعلامية للرسالة التي توجه نحو جمهور معين بحيث تستحوذ تلك المضامين علي نوع معين من الجمهور مثل برامج المرأة أو الشباب ... إلخ والتي توجه نحو فئة أو مجموعة معينة، ولكي تحقق هدفها لا بد أن يكون المرسل علي دراية تامة بخصائص ذلك الجمهور وصفاته.

٣- عوامل فاعلية ونجاح الرسالة: وتتمثل فيما يلي:

- مصداقية المصدر: تعد ثقة الجمهور العالية في المصدر هي أساس التعرض للرسالة وهي العامل المؤثر في فاعلية الإقناع بها، وتنشأ هذه الثقة من تخصص المصدر، ومقدرته علي معالجة الموضوع فضلاً عن مهاراته الاتصالية ومركزه الاجتماعي.
- الثقة في الوسيلة: مدي الثقة التي يوليها الجمهور للوسيلة عاملاً هاماً في التعرض لتلك الوسيلة والإقناع بما تبثه من رسائل.
- معايشة الواقع: يجب أن تكون الرسالة متسقة تماماً مع الواقع الذي يعيش فيه الجمهور المتلقي بحيث يشعر عند التعرض لتلك الرسالة بأنها معايشة للواقع تماماً وتلبي احتياجاته المعرفية والثقافية والعلمية ... إلخ.
- الدقة: عند صياغة الرسالة لا بد من مراعاة الدقة في صياغة الرسالة والرجوع إلي أكثر من مصدر للتأكد من دقة المعلومات التي تحتويها، وكلما كانت دقيقة كلما كانت أكثر مصداقية للمتلقي.
- الوضوح: يجب أن تصاغ الرسالة بوضوح شديد بحيث لا تحمل أي لبس لدي المتلقي في الفهم، وتصاغ في عبارات سهلة، وتعرض معلومات في صورة مبسطة.
- أسلوب العرض: علي المرسل أن يختار الشكل المناسب الذي تعرض به الرسالة بحيث يتم عرضها في أسلوب جذاب يتناسب مع الجمهور المتلقي، ومع المحتوى الذي تتضمنه الرسالة حتي تنال إهتمام الجمهور المتلقي.
- الاستمرارية: الاتصال هو عملية متصلة متواصلة لا تنتهي، كما أن للتكرار أهميته الخاصة لضمان اجتذاب أكبر عدد ممكن من الجمهور المستهدف، ولضمان نسبة التعرض إلي الرسالة الإعلامية وإدراكها علي النحو المطلوب، وهنا يجب التأكيد علي تفادي التشبع الإعلامي لأنه قد يؤدي إلي نتيجة عكسية، ويمكن أن يكون تكرار الرسالة بشكل متنوع لضمان زيادة التأثير.
- الموضوعية: بمعنى أن الرسالة لا بد أن تنقل الحقائق المجردة إلي الجمهور بدون تحيز أو ذاتية.
- تحديد الجمهور المستهدف: يجب دراسة الجمهور المستهدف بدقة قبل توجيه الرسالة إليه ومراعاة مستوي استيعابه للرسالة ومهاراته في استقبالها واحتياجاتها لها.
- اختيار الطرق المناسبة: ينبغي اختيار الطرق المناسبة للجمهور المستهدف، وتخضع لعدة معايير مثل مدي صلاحية تلك الطرق، وكثافة التعرض لها، ومدي انتشار تلك الطرق.

٤- عوامل فاعلية ونجاح رجع الصدى أو التغذية العكسية: وتتمثل فيما يلي:

هو اتصال راجع من المستقبل إلي المرسل بحيث يتيح للمرسل المجال للحصول علي معلومات عن مدي تفاعل المتلقي مع الرموز التي أرسلها المرسل إلي المتلقي، ويعتبر عنصراً هاماً في إيضاح المعاني بين المرسل والمستقبل، ونجاح دائرية العملية الاتصالية، وقد يكون رجع الصدى إيجابياً أو سلبياً، فالإيجابي يشجع المصدر علي الاستمرار في تقديم رسالته، والسلبى يدفع المرسل إلي معالجة أوجه القصور في رسالته والتعرف علي مدي فهم الرسالة واستيعابها.

ويوجد لرجع الصدى عدة أنواع وهي: أ- رجع الصدى الفوري: وهو استجابة فورية للاتصال ويتحقق ذلك في الاتصال الفردي وجهاً لوجه ونسبياً في الاتصال الجماعي والجماهيري.

- ٤- بعد المسافة الاجتماعية بين المرشد الزراعي والمسترشدين خاصة إذا ظهر المرشد بمظهر أو سلوك لا يتناسب مع الوضع الاجتماعي للمسترشدين.
- ٥- الوقت غير الكافي أو غير المناسب لإرسال واستقبال الرسالة.
- ٦- اختلاف مهارات الاستقبال لدى الجمهور، كما يحدث من تزامم للمزارعين للحصول علي أماكن في الصفوف الأولى أمام الشاشة عند عرض فيلم سينمائي.
- ٧- وجود عيوب في قنوات الاتصال المستخدمة تسبب ضوضاء تعوق وصول الرسالة، وذلك مثل استخدام مكبرات للصوت غير نقية.

وأجمعت الدراسات السابقة التي تم إجراؤها في مجال الاتصال الإرشادي ومنها دراسة حسين (٢٠١١)، ودراسة بهنام وفتحي (٢٠١٢)، ودراسة ناصر (٢٠١٢)، ودراسة الشافعي وآخرين (٢٠١٤)، ودراسة حفني ودراز (٢٠١٥)، ودراسة طلبة (٢٠١٥)، ودراسة كعكة (٢٠١٦)، ودراسة خضر والعجيلي (٢٠١٧)، ودراسة خير الله (٢٠١٧)، ودراسة علي (٢٠١٧)، ودراسة الحامولي وآخرين (٢٠١٨)، ودراسة رحيم (٢٠١٨)، ودراسة الحامولي وآخرين (٢٠١٩) علي أهمية عملية الاتصال الإرشادي بين العاملين الإرشاديين والفئات المستهدفة منه، وضرورة العمل علي رفع كفاءة العاملين الإرشاديين الاتصالية للوصول إلى أعلى معدل أداء ممكن في العمل الإرشادي، وأوضحت الدور المنوط من العاملين الإرشاديين بمختلف مستوياتهم الوظيفية القيام به، كما أظهرت نتائج بعض هذه الدراسات أبرز الطرق والطرق الإرشادية المستخدمة في نقل وتوصيل المعلومات والمعارف الزراعية المختلفة إلى جمهور المسترشدين.

#### الأسلوب البحثي

أولاً: التعريف الإجرائية:

- ١- العاملين الإرشاديين: يقصد بهم في هذا البحث كل من يعمل في مجال الإرشاد الزراعي سواء كان مسؤولاً إرشادياً أو أخصائياً إرشادياً بالمراكز الإرشادية، وإدارات الإرشاد الزراعي بالمحافظة والمراكز الإدارية، أو مرشداً زراعياً علي مستوى القرية.
- ٢- طبيعة الأنشطة الاتصالية للعاملين الإرشاديين: تم قياسها من خلال خمسة محاور المحور الأول: نوعية وسيلة الاتصال (التقليدية والحديثة): ويقصد بها كل ما يقوم به العاملين الإرشاديين من وظائف وفعاليات إرشادية مستخدمين وسائل الاتصال بأنواعها المختلفة، بهدف التأثير الإيجابي علي الفئات المستهدفة، ووسيلة أو طريقة الاتصال بكل فئة من الفئات المستهدفة من عملية الاتصال الإرشادي وهم: الزراع، والقادة الريفيين، والشباب الريفي، والمرأة الريفية، وزملاء ورؤساء العمل المنظمة الإرشادية، والجهات البحثية مركز البحوث الزراعية والجامعة، والمنظمات الاجتماعية الريفية والزراعية المختلفة، والتي تم حصر معظمها فبلغ (٢٣) وسيلة أو طريقة علي النحو التالي: الطرق التقليدية مثل الزيارات المكتبية، والزيارات المنزلية، والزيارات الحقلية، والتليفون الأرضي، والخطابات الشخصية، والاجتماعات الإرشادية، والندوات الإرشادية، والإيضاح العملي، والحقول الإرشادية، وأيام الحقل، والمطبوعات الإرشادية، والتقارير الدورية، والملصقات الإرشادية، والمعارض الإرشادية، والمتاحف الزراعية، والرحلات الإرشادية، والعروض السينمائية.

ب- رجع الصدى الأجل: ويتأخر وصوله إلي المتصل ويمتاز به الاتصال الجماهيري، ولا يقدم إلا بعضاً مما يشعر به المتلقي نحو الرسالة. ج- رجع الصدى المتقدم: ويختص بالاتصال الجماهيري ويسعي المرسل لمعرفة ردود أفعال جمهوره المتلقي بما يفيد في تعديل رسالته وتطويرها.

٥- عوامل فاعلية ونجاح الوسيلة المستخدمة:

وتتمثل فيما يلي: يحتاج أي اتصال إلي وسيلة لتوصيل الرسالة من المرسل إلي المستقبل، وقد تكون طبيعية كما في الاتصال الشخصي والجمعي، وصناعية كما في عملية الاتصال الجماهيري الذي يعتمد فيها الاتصال على وسائل تكنولوجية، فالوسيلة هي الأداة التي من خلالها أو بواسطتها يتم نقل الرسالة إلي الجمهور المتلقي، ويتصف الاتصال بأنه ناجح إذا قامت الوسيلة بمهمة النقل دون تحريف أو تشويش ويفهمها المستقبل بالمعنى الذي يريده المرسل.

وقد تكون الوسيلة في صورة آلات وأجهزة فنية قادرة علي صنع نسخ كثيرة من الرسالة التي صممها المرسل، وتوزع علي الجمهور المستقبل، وأجهزة استقبال تستقبل الرسالة، وقد تكون تلك الطرق مقروءة أو مسموعة أو مرئية أو سمعية بصرية.

سابعاً: معوقات الاتصال الإرشادي Obstacles of Extension Communication:

يؤكد عمر (١٩٨٠) على أن نجاح الإرشاد في أداء رسالته إنما يقع علي عاتق مصدر الاتصال المتمثل في المرشد الزراعي، لذا فمن أهم المؤهلات التي يجب مراعاتها عند اختيار المرشدين الزراعيين هي القدرة علي التعبير المؤثر كلاماً وكتابةً، والقيادة، والقدرة علي التعليم، والقدرة علي التعامل مع الغير.

أوضح العادلي (١٩٨٣) أن نجاح أو فشل عملية الاتصال الإرشادي إلى حد كبير يتوقف علي شخصية المرشد، ومهاراته في الاتصال بالآخرين، وقدرته علي التأثير فيهم واكتساب ثقتهم، وكفاءته في تحديد واختيار أهم الرسائل الإرشادية وإعطائها المعاملة السليمة ثم إرسالها من خلال أكثر قنوات الاتصال فاعلية إلي جمهور المسترشدين.

بينما يري العمري (١٩٨٦) أن من أهم معوقات الاتصال الفعال هو عدم توفر مهارات الاتصال الأساسية لدي مصدر عملية الاتصال وهي (مهارة التحدث، والاستماع، والقراءة، والكتابة، والتفكير)، أما كيلسي وهيرن (١٩٩٥) فيشيران إلي أهمية مهارات الاتصال بوصفها الأساس للعمل الإرشادي الناجح، فالإهتمام الفعلي بالمسترشدين وأسرهم يدعو المرشد إلي أن يبتسم عندما يتحدث عن الأشياء التي تهمهم وأن يصغي إليهم بإهتمام وهنا تكون الفرصة مهيأة له ليقدم لهم اقتراحات وأفكار ويؤثر في اتجاهاتهم وسلوكهم.

ويري سلام وشكري (١٩٩٥) أن المشكلات التي تؤثر علي الاتصال الإرشادي تتمثل فيما يلي:

- ١- عدم توفر مهارات الاتصال بقدر مناسب لدي المرشد الزراعي والتي تؤثر علي معاملته للرسالة وتجعلها غير مناسبة.
- ٢- صعوبة إدراك المعالجة التي شكلت بها الرسالة الإرشادية عندما تكون الطريقة المستخدمة معقدة أو أعلى من مستوى ثقافة المسترشدين.
- ٣- ضعف أو عدم إمكانية استخدام قنوات الاتصال بواسطة المرشد الزراعي عندما لا يعرف طريقة استخدامها أو إدارتها بطريقة جيدة.

ثالثاً: جمع وتحليل البيانات:

تم جمع بيانات هذه البحث من جميع المبحوثين بواسطة الاستبيان إما بالمقابلة الشخصية أو عبر التليفون أو البريد الإلكتروني نظراً لما تمر به البلاد من ظروف جائحة كورونا، وقد استغرقت عملية جمع البيانات من فبراير وحتى مايو ٢٠٢٠، وقد بلغ عدد الاستمارات المستوفاة (٩٢) استمارة هم شاملة البحث.

وبعد جمع البيانات ومراجعة استمارات الاستبيان التي تم جمعها ميدانياً ومكتبياً من أجل التأكد من استيفاء جميع البيانات الواردة بها، تم إعداد جداول تفريغ البيانات وتبويبها وجدولتها وتصنيفها وفقاً لمطلوبات البحث، وتم استخدام عدة أساليب وأدوات إحصائية وهي: النسبة المئوية، والتكرارات، والمتوسط المرجح.

#### النتائج البحثية

أولاً: الطرق الاتصالية التي يستخدمها العاملين الإرشاديين المبحوثين للاتصال بالفئات المستهدفة من عملية الاتصال الإرشادي:

أ- الطرق المستخدمة للاتصال بالفئات المستهدفة من عملية الاتصال الإرشادي (التقليدية والحديثة):  
تمثلت أبرز الطرق المستخدمة في الاتصال الإرشادي بالزراع مرتبة تنازلياً كما في جدول (١) كما يلي: الطرق التقليدية وتمثلت في: الندوات الإرشادية بنسبة ٨٩,١٪، يليها المصقات الإرشادية بنسبة ٧٤,٨٪، ثم كلاً من الزيارات الحقلية والحقول الإرشادية بنسبة ٧٣,٩٪ لكل منهما، يعقبها الاجتماعات الإرشادية بنسبة ٦٩,٦٪، ثم الزيارات المكتبية بنسبة ٦٦,٣٪، يليها أيام الحقل بنسبة ٦٥,٢٪، بينما الطرق الحديثة تمثلت في: التليفون المحمول بنسبة ٦٨,٥٪، يليه فيس بوك بنسبة ١٥,٢٪، ثم واتس أب بنسبة ١٣,١٪.

وجاءت أهم الطرق المستخدمة في الاتصال الإرشادي بالقادة الريفيين مرتبة تنازلياً كما في جدول (١) فيما يلي: الطرق التقليدية وتمثلت في: الندوات الإرشادية بنسبة ٦٧,٤٪، ثم الاجتماعات الإرشادية بنسبة ٥٤,٤٪، يعقبها كلاً من الزيارات المكتبية والمطبوعات الإرشادية بنسبة ٥٣,٣٪، ثم كلاً من الزيارات الحقلية والحقول الإرشادية بنسبة ٤٤,٦٪، أما الطرق الحديثة فتمثلت في: التليفون المحمول بنسبة ٥٦,٥٪، ثم كلاً من فيس بوك وواتس أب بنسبة ١٦,٣٪.

بينما تمثلت أهم الطرق المستخدمة في الاتصال بالشباب الريفي مرتبة تنازلياً كما في جدول (١) فيما يلي: الطرق التقليدية وتمثلت في: الندوات الإرشادية بنسبة ٥٤,٤٪، يليها الزيارات المكتبية بنسبة ٤٧,٨٪، ثم الاجتماعات الإرشادية بنسبة ٤٥,٧٪، في حين بلغت نسبة المطبوعات الإرشادية ٤٠,٢٪، ثم الحقول الإرشادية بنسبة ٣٢,٦٪، أما الطرق الحديثة فقد تمثلت في: التليفون المحمول بنسبة ٤٥,٧٪، ثم واتس أب بنسبة ١٦,٣٪، يليه فيس بوك بنسبة ١٥,٢٪.

أما المرأة الريفية فكانت أهم الطرق المستخدمة في الاتصال الإرشادي بها مرتبة تنازلياً كما في جدول (١) فيما يلي: الطرق التقليدية وتمثلت في: الزيارات المكتبية بنسبة ٥٤,٤٪، يليها الندوات الإرشادية بنسبة ٤٥,٧٪، ثم الاجتماعات الإرشادية بنسبة ٣٥,٩٪، يعقبها الزيارات المنزلية بنسبة ٣٤,٨٪، بينما المطبوعات الإرشادية شغلت ما نسبته ٢٩,٤٪، أما الطرق الحديثة فقد تمثلت في: التليفون المحمول بنسبة ٢٧,٢٪.

مجلة العلوم الزراعية المستخدمة م٤٧، ٤٦ (٢٠٢١)

بينما الطرق الحديثة تمثلت في: التليفون المحمول، والفاكس، والبريد الإلكتروني "الإيميل"، وواتس أب، والبريد العادي، وفيس بوك، وترك له حرية إضافة أي وسيلة أخرى غيرها. ويحصل المبحوث في حالة إقراره باستخدام أي من الطرق التقليدية والحديثة السابقة في عملية الاتصال علي "درجتين"، و"درجة واحدة" في حالة عدم استخدامها، وتم جمع تلك الدرجات التي حصل عليها المبحوث لتعبر عن محور وسيلة الاتصال المستخدمة في عملية الاتصال الإرشادي مع الفئات المستهدفة السابقة.

المحور الثاني: عدد مرات الاتصال بأطراف العلاقة الاتصالية: يقصد بها عدد مرات الاتصال التي يجريها المبحوث مع الفئات المستهدفة من عملية الاتصال الإرشادي، وهل تتم بشكل يومي أو أسبوعي أو شهري أو موسمي وترك له حرية إضافة أي عدد مرات للاتصال أخرى غيرها. وأعطى المبحوث الدرجات (٤، ٣، ٢، ١) وفقاً لاختياره (يوميًا، وأسبوعيًا، وشهريًا، وموسميًا) علي الترتيب، وتم جمع الدرجات التي حصل عليها المبحوث لتعبر عن عدد مرات الاتصال بالفئات المستهدفة.

المحور الثالث: سبب الاتصال بأطراف العلاقة الاتصالية: يقصد بها السبب الذي أجري المبحوث عملية الاتصال الإرشادي بالفئات المستهدفة من أجله، وتم عرض إحدى عشر سبباً اتصالياً علي المبحوث ليختار من بينها وترك له حرية إضافة أي سبب آخر غيرها وهي: النصح والإرشاد، وحضور اجتماعات، وحضور ندوات، واستقبال مشكلة، وعرض مشكلة، وتقديم حل لمشكلة، وطلب دعم فني، وطلب دعم إداري، وطلب دعم مادي، وتقديم تقرير، وحضور دورات تدريبية. ويحصل المبحوث علي "درجتين" في حالة اختياره أي من الأسباب السابقة، و"درجة واحدة" في حالة عدم اختياره لأي من تلك الأسباب، وتم جمع تلك الدرجات التي حصل عليها المبحوث لتعبر عن محور سبب الاتصال بالفئات المستهدفة من عملية الاتصال الإرشادي.

المحور الرابع: توقيت الاتصال بالفئات المستهدفة: يقصد به التوقيت الذي أجري فيه المبحوث عملية الاتصال الإرشادي بالفئات المستهدفة، وتم قياسه بسؤال المبحوث عن توقيت الاتصال بالفئات المستهدفة، وأعطى المبحوث درجات (١، ٢، ٣، ٤، ٥، ٦) وفقاً لاختياره (صباحاً، وظهراً، وعصراً، وفي المغرب، وفي العشاء، وليلًا) علي الترتيب، وتم جمع الدرجات التي حصل عليها المبحوث لتعبر عن توقيت الاتصال بالفئات المستهدفة.

المحور الخامس: شكل الاتصال بأطراف العلاقة الاتصالية: يقصد به شكل الاتصال بالفئات المستهدفة من عملية الاتصال الإرشادي سواء كان اتصال مباشر أو شبه مباشر "عبر الهاتف" أو غير مباشر، وتم قياسه بسؤال المبحوث عن شكل الاتصال بالفئات المستهدفة، وأعطى المبحوث درجات (١، ٢، ٣) وفقاً لاختياره (مباشر، وشبه مباشر، وغير مباشر)، وتم جمع الدرجات التي حصل عليها المبحوث لتعبر عن شكل الاتصال بالفئات المستهدفة.

ثانياً: منطقة وشاملة البحث:

تم إجراء هذا البحث علي جميع العاملين الإرشاديين بالجهاز الإرشادي بمحافظة كفر الشيخ المتمثل في: العاملين بإدارة الإرشاد الزراعي بمديرية الزراعة بكفر الشيخ، والعاملين الإرشاديين بقسم الإرشاد الزراعي بالإدارات الزراعية العشر، والعاملين الإرشاديين بالمراكز الإرشادية وعددها ٢٤ مركزاً إرشادياً، ووصل عددهم حتي وقت تجميع بيانات البحث ٩٢ عاملاً إرشادياً.

جدول ١. طرق اتصال العاملين الإرشاديين المبحوثين بالفئات المستهدفة من عملية الاتصال الإرشادي

متوسط %	الفئات المستهدفة						الطريقة المستخدمة في الاتصال		
	المرأة الريفية	الشباب الريفي	القادة الريفيين	الزراع	الزراعة	الزراعة	الزراعة	الزراعة	
عدد مرات الاتصال	العدد	العدد	العدد	العدد	العدد	العدد	العدد	العدد	
٥٥,٥	٥٤,٤	٥٠	٤٧,٨	٤٤	٥٣,٣	٤٩	٦٦,٣	٦١	الزيارات المكتبية
٣٧,١	٣٤,٨	٣٢	٢٨,٣	٢٦	٣٩,١	٣٦	٤٢,٤	٣٩	الزيارات المنزلية
٤١,٦	١٩,٦	١٨	٢٨,٣	٢٦	٤٤,٦	٤١	٧٣,٩	٦٨	الزيارات الحقلية
٥,٧	٠,٠	صفر	٧,٦	٧	١٤,١	١٣	١٠,٩	١٠	التليفون الأرضي
٤,١	٠,٠	صفر	٣,٣	٣	٧,٨	٧	٥,٤	٥	الخطابات الشخصية
٥١,٤	٣٥,٩	٣٣	٤٥,٧	٤٢	٥٤,٤	٥٠	٦٩,٦	٦٤	الاجتماعات الإرشادية
٦٤,٢	٤٥,٧	٤٢	٥٤,٤	٥٠	٦٧,٤	٦٢	٨٩,١	٨٢	الندوات الإرشادية
٢٨,٨	١٧,٤	١٦	٢١,٧	٢٠	٣١,٥	٢٩	٤٤,٦	٤١	الإيضاح العملي
٤١,٣	١٤,١	١٣	٣٢,٦	٣٠	٤٤,٦	٤١	٧٣,٩	٦٨	الحقول الإرشادية
٣٩,١	١٧,٤	١٦	٣٠,٤	٢٨	٤٣,٥	٤٠	٦٥,٢	٦٠	أيام الحقل
٤٥,٩	٢٩,٤	٢٧	٤٠,٢	٣٧	٥٣,٣	٤٩	٦٠,٩	٥٦	المطبوعات الإرشادية
٣٥,٠	١٢,٠	١١	٢٣,٩	٢٢	٢٩,٤	٢٧	٧٤,٨	٤٤	الملصقات الإرشادية
٧,٩	٠,٠	صفر	٦,٥	٦	١٣,٠	١٢	١٢,٠	١١	الرحلات الإرشادية
٤٩,٥	٢٧,٢	٢٥	٤٥,٧	٤٢	٥٦,٥	٥٢	٦٨,٥	٦٣	التليفون المحمول
٢,٥	٠,٠	صفر	٣,٣	٣	٤,٣	٤	٢,٢	٢	البريد الإلكتروني (الإيميل)
١١,٤	٠,٠	صفر	١٦,٣	١٥	١٦,٣	١٥	١٣,١	١٢	واتس آب
١,٧	٠,٠	صفر	٢,٢	٢	٣,٣	٣	٣,٣	٣	البريد العادي
١٣,٠	٥,٤	٥	١٥,٢	١٤	١٦,٣	١٥	١٥,٢	١٤	فيس بوك

ن = ٩٢ مبحوث

المصدر: حسب من استمارة الاستبيان

المكتبية بنسبة ٦١,٩٪، يليها الاجتماعات الإرشادية بنسبة ٥١,٤٪، يعقبها الندوات الإرشادية بنسبة ٤٥,٧٪، يليها التليفون الأرضي بنسبة ٣٠,٤٪، أما الطرق الحديثة فتمثلت في: التليفون المحمول بنسبة ٥٢,٢٪، ثم فيس بوك بنسبة ٢٠,٧٪، يليه واتس آب بنسبة ١٧,٤٪.

أما الجهات البحثية (مركز البحوث والجامعة) فقد تمثلت أهم الطرق المستخدمة في الاتصال بتلك الجهات مرتبة تنازلياً كما في جدول (٢) فيما يلي: الطرق التقليدية وتمثلت في: الاجتماعات الإرشادية بنسبة ٥٦,٥٪، يعقبها الندوات الإرشادية بنسبة ٤٦,٧٪، ثم الزيارات المكتبية بنسبة ٤٤,٦٪، يليها التليفون الأرضي بنسبة ٢٨,٣٪، يليه الحقول الإرشادية بنسبة ٣٠,٤٪، أما الطرق الحديثة فتمثلت في: التليفون المحمول بنسبة ٤٨,٩٪، ثم فيس بوك بنسبة ٢١,٧٪، يليه واتس آب بنسبة ٢٠,٧٪.

ب- الطرق المستخدمة للاتصال بالجهات والمنظمات الرسمية من جانب العاملين الإرشاديين المبحوثين: جاءت أهم الطرق المستخدمة في الاتصال الإرشادي بزعماء ورؤساء العمل مرتبة تنازلياً كما في جدول (٢) فيما يلي: الطرق التقليدية تمثلت في: الزيارات المكتبية بنسبة ٦٥,٢٪، ثم الاجتماعات الإرشادية بنسبة ٦٠,٩٪، يعقبها الندوات الإرشادية بنسبة ٥٦,٥٪، يليها التقارير الدورية بنسبة ٣٤,٨٪، ثم التليفون الأرضي بنسبة ٣٢,٦٪. الطرق الحديثة وتمثلت في: التليفون المحمول بنسبة ٧٥٪، يليه واتس آب بنسبة ٣١,٥٪، ثم فيس بوك بنسبة ٢٦,١٪.

بينما تمثلت أهم الطرق المستخدمة في الاتصال الإرشادي بالمنظمات الاجتماعية الريفية والزراعية المختلفة مرتبة تنازلياً كما في جدول (٢) فيما يلي: الطرق التقليدية تمثلت في: الزيارات



جدول ٢. طرق اتصال العاملين الإرشاديين المبحوثين بالجهات والمنظمات الرسمية المستهدفة من عملية الاتصال الإرشادي

الطريقة المستخدمة في الاتصال	الجهات والمنظمات الرسمية					
	زملاء ورؤساء العمل (داخل، وخارج مقر العمل)		المنظمات الاجتماعية الريفية والزراعية المختلفة		الجهات البحثية (مركز البحوث، والجامعة)	
	العدد	%	العدد	%	العدد	%
الزيارات المكتبية	٦٠	٦٥,٢	٥٧	٦١,٩	٤١	٤٤,٦
التليفون الأرضي	٣٠	٣٢,٦	٢٨	٣٠,٤	٢٦	٢٨,٣
الخطابات الشخصية	١٧	١٨,٥	١٣	١٤,١	١٥	١٦,٣
الاجتماعات الإرشادية	٥٦	٦٠,٩	٤٧	٥١,١	٥٢	٥٦,٥
الندوات الإرشادية	٥٢	٥٦,٥	٤٢	٤٥,٧	٤٣	٤٦,٧
الإيضاح العملي	٢٠	٢١,٧	١٠	١٠,٩	١٩	٢٠,٧
المطبوعات الإرشادية	٢٢	٢٣,٩	١٧	١٨,٥	٢٣	٢٥,٠
التقارير الدورية	٣٢	٣٤,٨	١٦	١٧,٤	٢٠	٢١,٧
الملصقات الإرشادية	٢٥	٢٧,٢	١٩	٢٠,٧	١٣	١٤,١
المتاحف الزراعية	١٥	١٦,٣	١١	١٢,٠	١٠	١٠,٩
الرحلات الإرشادية	١٤	١٥,٢	١٠	١٠,٩	١٤	١٥,٢
التليفون المحمول	٦٩	٧٥,٠	٤٨	٥٢,٢	٤٥	٤٨,٩
الفاكس	١٦	١٧,٤	١٦	١٧,٤	١٧	١٨,٥
البريد الإلكتروني (الإيميل)	١٨	١٩,٦	١١	١٢,٠	١٨	١٩,٦
واتس آب	٢٩	٣١,٥	١٦	١٧,٤	١٩	٢٠,٧
فيس بوك	٢٤	٢٦,١	١٩	٢٠,٧	٢٠	٢١,٧

ن = ٩٢ مبحوث

المصدر: حسب من استمارة الاستبيان

وبترتيب عدد مرات الاتصال بالفئات المستهدفة من عملية الاتصال الإرشادي بصفة عامة تبين أن الاتصال أسبوعياً بتلك الفئات جاء في المرتبة الأولى بمتوسط قدره ٤٠,٨٪، يليه في المرتبة الثانية الاتصال يومياً بمتوسط قدره ٣١,٨٪، ثم جاء الاتصال شهرياً في المرتبة الثالثة بمتوسط قدره ٢٤,٨٪، ثم جاء الاتصال موسمياً في المرتبة الرابعة بمتوسط قدره ٩,٦٪.

ب- عدد مرات الاتصال بالجهات والمنظمات الرسمية: تمثل عدد مرات الاتصال بزملاء ورؤساء العمل مرتب تنازلياً كما في شكل (٤) علي النحو التالي: يومياً بنسبة ٨٥,٩٪، ثم أسبوعياً بنسبة ١٧,٤٪، بينما بلغت نسبة الاتصال شهرياً ٨,٧٪، ثم الاتصال موسمياً بنسبة ٣,٣٪.

بينما تمثل عدد مرات الاتصال بالمنظمات الاجتماعية الريفية والزراعية المختلفة مرتب تنازلياً كما في شكل (٤) علي النحو التالي: أسبوعياً بنسبة ٤٠,٢٪، ثم شهرياً بنسبة ٣٧,٢٪، بينما بلغت نسبة الاتصال موسمياً ٢٧,٢٪، ثم الاتصال يومياً بنسبة ٥,٤٪.

في حين تمثل عدد مرات الاتصال بالجهات البحثية (مركز البحوث والجامعة) مرتب تنازلياً كما في شكل (٤) علي النحو التالي: شهرياً بنسبة ٥٠,٠٪، ثم موسمياً بنسبة ٣٠,٤٪، بينما بلغت نسبة الاتصال أسبوعياً ٢٧,٢٪، ثم الاتصال يومياً بنسبة ٣,٣٪.

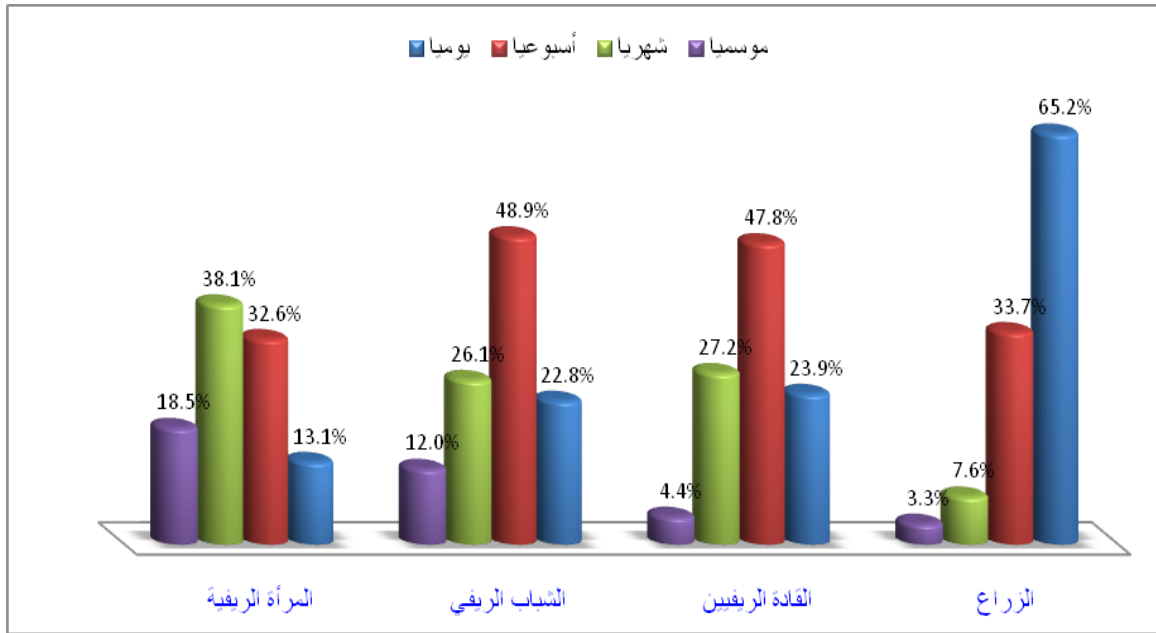
ثانياً: عدد مرات اتصال العاملين الإرشاديين المبحوثين بأطراف العلاقة الاتصالية:

أ- عدد مرات الاتصال بالفئات المستهدفة من عملية الاتصال الإرشادي:

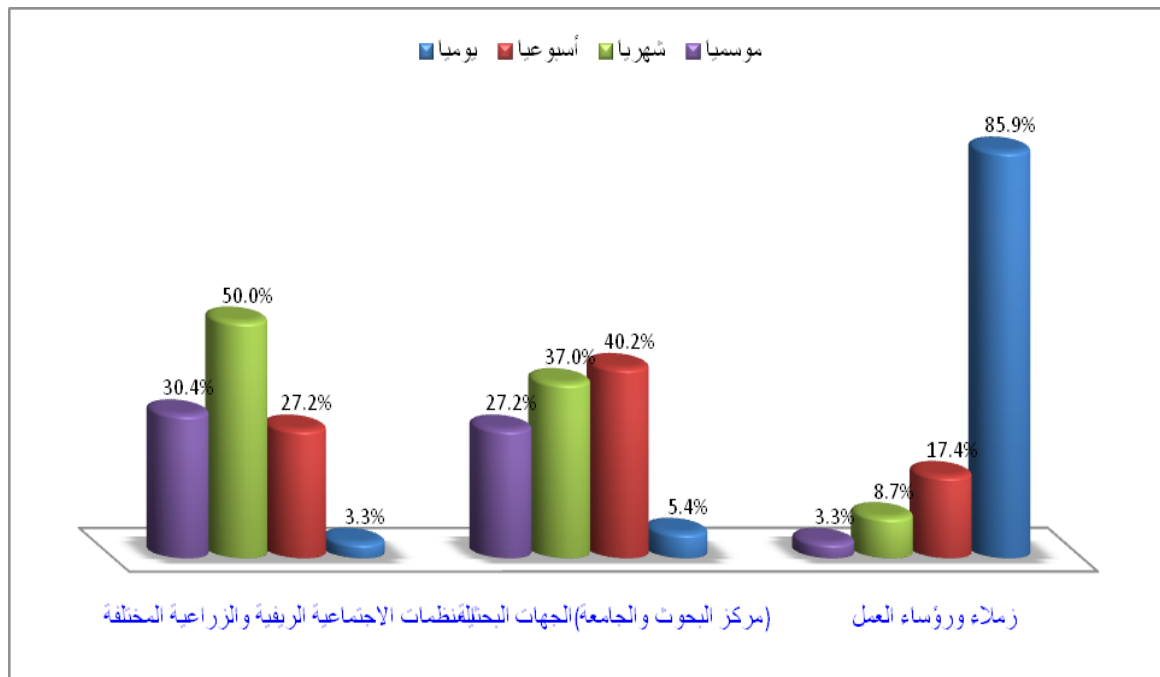
تمثل عدد مرات الاتصال بالزراع مرتب تنازلياً كما في شكل (٣) علي النحو التالي: يومياً بنسبة ٦٥,٢٪، ثم أسبوعياً بنسبة ٣٣,٧٪، بينما بلغت نسبة الاتصال شهرياً ٧,٦٪، ثم الاتصال موسمياً بنسبة ٣,٣٪، بينما جاء عدد مرات الاتصال بالقيادة الريفية مرتب تنازلياً كما في شكل (٣) علي النحو التالي: أسبوعياً بنسبة ٤٧,٨٪، ثم شهرياً بنسبة ٢٧,٢٪، بينما يومياً بنسبة الاتصال ٢٣,٩٪، ثم الاتصال موسمياً بنسبة ٤,٤٪.

في حين جاء عدد مرات الاتصال بالشباب الريفي مرتب تنازلياً كما في شكل (٣) علي النحو التالي: أسبوعياً بنسبة ٤٨,٩٪، ثم شهرياً بنسبة ٢٦,١٪، ويومياً بنسبة بلغت ٢٢,٨٪، ثم الاتصال موسمياً بنسبة ١٢٪.

أما المرأة الريفية فقد جاء عدد مرات الاتصال بها مرتب تنازلياً كما في شكل (٣) علي النحو التالي: شهرياً بنسبة ٣٨,١٪، ثم أسبوعياً بنسبة ٣٢,٦٪، وموسمياً بنسبة بلغت ١٨,٥٪، ثم الاتصال يومياً بنسبة ١٣,١٪.



شكل ٣. عدد مرات اتصال المبحوثين بالفئات المستهدفة من عملية الاتصال الإرشادي



شكل ٤. عدد مرات اتصال المبحوثين بالجهات والمنظمات الرسمية

تالاً: أسباب اتصال المبحوثين بأطراف العلاقة الاتصالية:  
 أ- سبب الاتصال بالفئات المستهدفة من عملية الاتصال الإرشادي:  
 جاءت أهم أسباب الاتصال بالزراع مرتبة تنازلياً كما في شكل (٥) علي النحو التالي: حضور الندوات بنسبة ٧٨,٣٪، ثم النصح والإرشاد بنسبة ٧٠,٧٪، ثم استقبال مشكلة بنسبة ٦٥,٢٪، يليه كلاً من حضور الاجتماعات وتقديم حل لمشكلة بنسبة بلغت ٥٤,٤٪.

وبترتيب عدد مرات الاتصال بالجهات والمنظمات الرسمية بصفة عامة اتضح أن الاتصال شهرياً بتلك الجهات جاء في المرتبة الأولى بمتوسط قدره ٣١,٩٪، يليه في المرتبة الثانية الاتصال يومياً بمتوسط قدره ٣١,٥٪، ثم الاتصال أسبوعياً في المرتبة الثالثة بمتوسط قدره ٢٨,٣٪، ثم الاتصال موسمياً في المرتبة الرابعة بمتوسط قدره ٢٠,٣٪.

تنازلياً كما في شكل (٦) علي النحو التالي: طلب دعم فني بنسبة ٦٧,٤٪، ثم طلب دعم إداري بنسبة ٦٥,٢٪، بينما بلغت نسبة حضور اجتماعات ٦٣,١٪، يليها حضور ندوات بنسبة ٦٢٪، ثم عرض مشكلة بنسبة ٥٣,٣٪.

بينما تمثلت أهم أسباب الاتصال بالمنظمات الاجتماعية الريفية والزراعية المختلفة مرتبة تنازلياً كما في شكل (٦) علي النحو التالي: حضور اجتماعات بنسبة ٧٠,٧٪، ثم حضور ندوات بنسبة ٥٦,٥٪، بينما بلغت نسبة طلب دعم فني ٣٥,٩٪، ثم عرض مشكلة بنسبة ٣٠,٤٪.

في حين تمثلت أهم أسباب الاتصال بالجهات البحثية (مركز البحوث والجامعة) مرتبة تنازلياً كما في شكل (٦) علي النحو التالي: حضور اجتماعات بنسبة ٦٧,٤٪، ثم حضور ندوات بنسبة ٦٥,٢٪، بينما بلغت نسبة عرض مشكلة ٥٠٪، ثم طلب دعم فني بنسبة ٤٧,٨٪.

وبترتيب أهم أسباب اتصال المبحوثين بالجهات والمنظمات الرسمية بصفة عامتين أن سبب طلب دعم مادي جاء في المرتبة الأولى بمتوسط قدره ٦٨,٦٪، بينما جاء سبب حضور اجتماعات في المرتبة الثانية بمتوسط قدره ٦٧,١٪، في حين جاء سبب حضور ندوات في المرتبة الثالثة بمتوسط قدره ٦١,٢٪، ثم جاء سبب طلب دعم فني في المرتبة الرابعة بمتوسط قدره ٥٠,٤٪، أما سبب عرض مشكلة فقد جاء في المرتبة الخامسة بمتوسط قدره ٤٤,٦٪، بينما جاء سبب طلب دعم إداري في المرتبة السادسة بمتوسط قدره ٣٥,٩٪، في حين جاء سبب تقديم تقرير في المرتبة السابعة بمتوسط قدره ٣٣,٧٪، بينما جاء سبب النصح والإرشاد في المرتبة الثامنة بمتوسط قدره ٣١,٥٪، أما سبب تقديم حل لمشكلة فقد جاء في المرتبة التاسعة بمتوسط قدره ٢٨,٦٪، يليه سبب استقبال مشكلة في المرتبة العاشرة بمتوسط قدره ٢٨,٢٪، وجاء في المرتبة الحادية عشر سبب حضور دورات تدريبية بمتوسط قدره ١٧,٨٪.

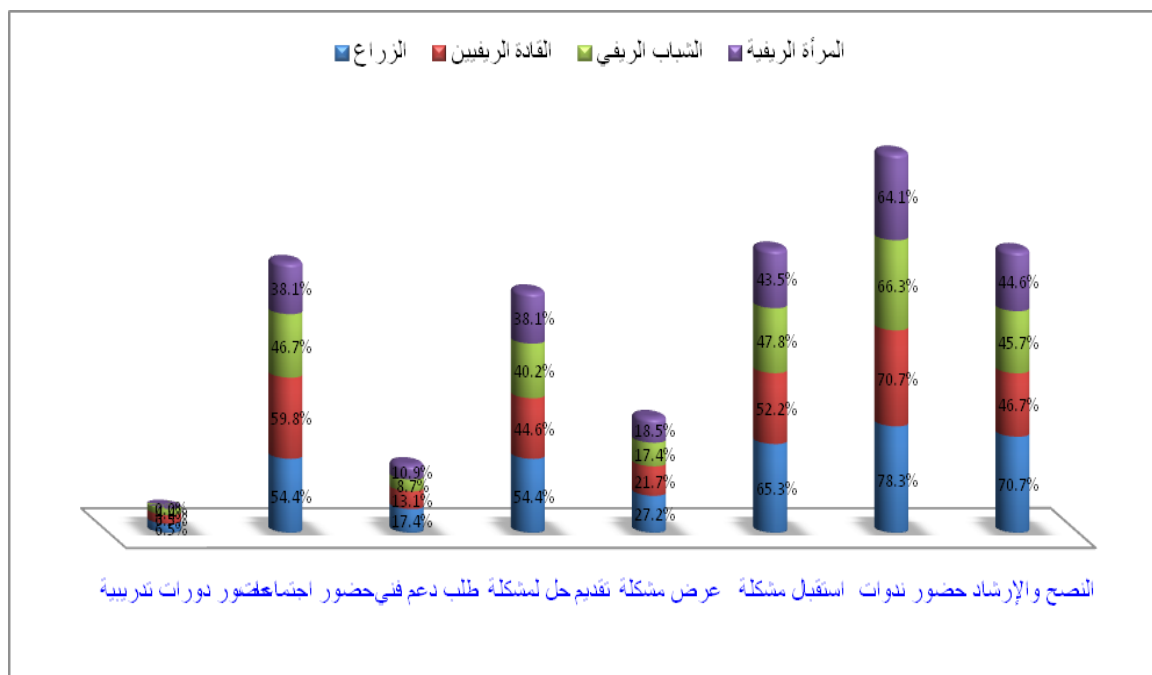
بينما تمثلت أهم أسباب الاتصال بالقادة الريفيين مرتبة تنازلياً كما في شكل (٥) علي النحو التالي: حضور ندوات بنسبة ٧٠,٧٪، ثم حضور اجتماعات بنسبة ٥٩,٨٪، يليها استقبال مشكلة بنسبة ٥٢,٢٪، ثم تقديم حل لمشكلة بنسبة ٤٤,٦٪.

في حين جاءت أهم أسباب الاتصال بالشباب الريفي مرتبة تنازلياً كما في شكل (٥) علي النحو التالي: حضور ندوات بنسبة ٦٦,٣٪، ثم استقبال مشكلة بنسبة ٤٧,٨٪، يليه حضور اجتماعات بنسبة ٤٦,٧٪، يليه النصح والإرشاد بنسبة ٤٥,٧٪، ثم تقديم حل لمشكلة بنسبة ٤٠,٢٪.

أما المرأة الريفية فقد جاءت أهم أسباب الاتصال بها مرتبة تنازلياً كما في شكل (٥) علي النحو التالي: حضور ندوات بنسبة ٦٤,١٪، ثم النصح والإرشاد بنسبة ٤٤,٦٪، واستقبال مشكلة بنسبة ٤٣,٥٪، يليه كلاً من حضور اجتماعات وتقديم حل لمشكلة بنسبة ٣٨,١٪.

وبترتيب أسباب اتصال المبحوثين بالفئات المستهدفة تبين أن سبب حضور الندوات جاء في المرتبة الأولى بمتوسط قدره ٦٩,٩٪، يليه سبب استقبال مشكلة بمتوسط قدره ٥٢,٢٪، ثم سبب النصح والإرشاد في المرتبة الثالثة بمتوسط قدره ٥١,٩٪، وجاء في المرتبة الرابعة سبب حضور اجتماعات بمتوسط قدره ٤٩,٨٪، يليه سبب تقديم حل لمشكلة في المرتبة الخامسة بمتوسط قدره ٤٤,٣٪، ثم جاء سبب عرض مشكلة في المرتبة السادسة بمتوسط قدره ٢١,٢٪، ثم سبب طلب دعم فني في المرتبة السابعة بمتوسط قدره ١٢,٥٪، أما سبب حضور دورات تدريبية فقد جاء في المرتبة الثامنة بمتوسط قدره ٤,٤٪، في حين شغل كلاً من سببي طلب دعم إداري وطلب دعم مادي المرتبة التاسعة بمتوسط قدره ٢,٢٪، وجاء في المرتبة العاشرة سبب تقديم تقرير بمتوسط قدره ٠,٠٪.

ب- سبب الاتصال بالجهات والمنظمات الرسمية: تمثلت أهم أسباب الاتصال بزملاء ورؤساء العمل مرتبة



شكل ٥. أهم أسباب اتصال المبحوثين بالفئات المستهدفة من عملية الاتصال الإرشادي

العشاء بمتوسط قدره ٥,٤٪، يليه توقيت الاتصال ليلاً في المرتبة السادسة بمتوسط قدره ٣٪.

ب- توقيت الاتصال بالجهات والمنظمات الرسمية: تمثل أهم توقيت للاتصال بزعماء ورؤساء العمل مرتب تنازلياً كما في شكل (٨) علي النحو التالي: صباحاً بنسبة ٩٠,٢٪، ثم ظهرراً بنسبة ٦٢٪، ثم عصرراً بنسبة ٢٠,٧٪، يليه الاتصال في المغرب والعشاء بنسبة ٧,٦٪.

بينما تمثل أهم توقيت للاتصال بالمنظمات الاجتماعية الريفية والزراعية المختلفة مرتب تنازلياً كما في شكل (٨) علي النحو التالي: صباحاً بنسبة ٦٧,٤٪، ثم ظهرراً بنسبة ٥١,١٪، يليه الاتصال عصرراً بنسبة ٧,٦٪.

في حين جاء أهم توقيت للاتصال بالجهات البحثية (مركز البحوث والجامعة) مرتب تنازلياً كما في شكل (٨) علي النحو التالي: صباحاً بنسبة ٨٩,١٪، ثم ظهرراً بنسبة ٥١,١٪، يليه الاتصال عصرراً بنسبة ٦,٥٪.

وبترتيب توقيت الاتصال بالجهات والمنظمات الرسمية بصفة عامة اتضح أن توقيت الاتصال صباحاً جاء في المرتبة الأولى بمتوسط قدره ٨٢,٢٪، يليه توقيت الاتصال ظهرراً في المرتبة الثانية بمتوسط قدره ٥٤,٧٪، ثم توقيت الاتصال عصرراً في المرتبة الثالثة بمتوسط قدره ٢١٪، يليه توقيت الاتصال في المغرب في المرتبة الرابعة بمتوسط قدره ٤,٧٪، ثم جاء في المرتبة الخامسة توقيت الاتصال في العشاء بمتوسط قدره ٢,٥٪، بينما جاء توقيت الاتصال ليلاً في المرتبة السادسة بمتوسط قدره ٠,٤٪.

رابعاً: توقيت اتصال المبحوثين بأطراف العلاقة الاتصالية: أ- توقيت الاتصال بالفئات المستهدفة من عملية الاتصال الإرشادي:

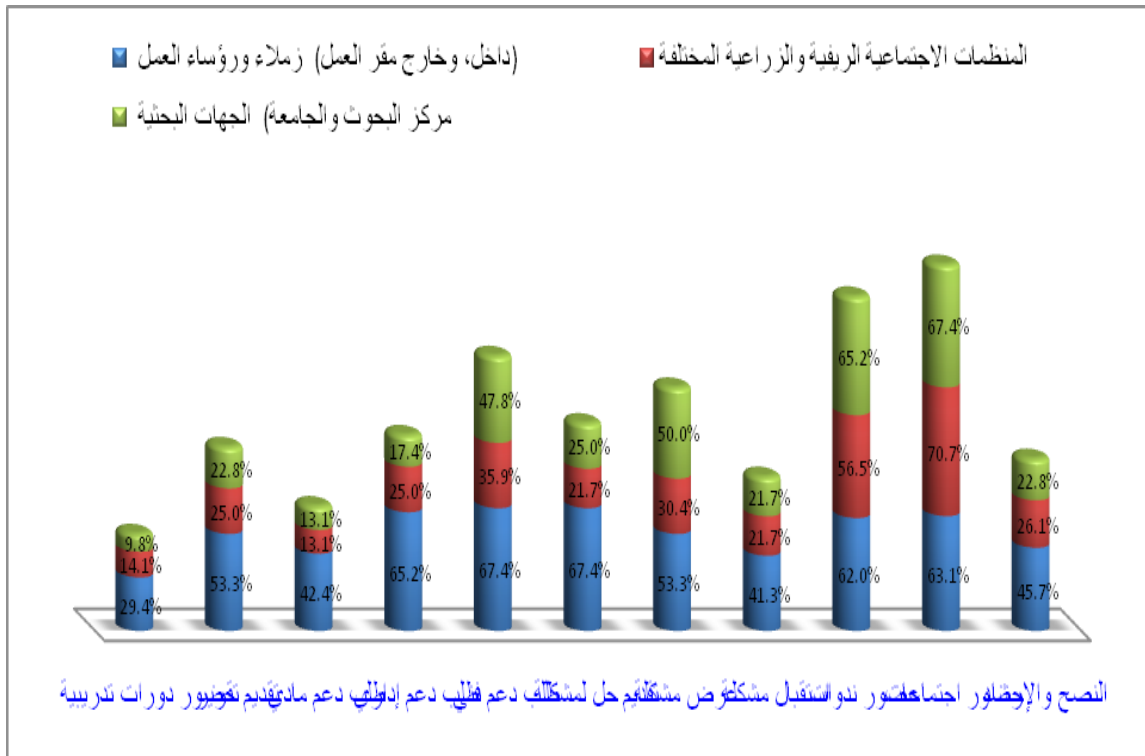
تمثل أهم توقيت للاتصال بالزراع مرتب تنازلياً كما في شكل (٧) علي النحو التالي: صباحاً بنسبة ٩٠,٢٪، ثم ظهرراً بنسبة ٤٨,٩٪، يليه الاتصال عصرراً بنسبة ١٧,٤٪.

بينما تمثل أهم توقيت للاتصال بالقادة الريفيين مرتب تنازلياً كما في شكل (٧) علي النحو التالي: صباحاً بنسبة ٦٨,٥٪، ثم ظهرراً بنسبة ٥٦,٥٪، يليه الاتصال عصرراً بنسبة ١٩,٦٪، ثم الاتصال في المغرب بنسبة ١٠,٩٪.

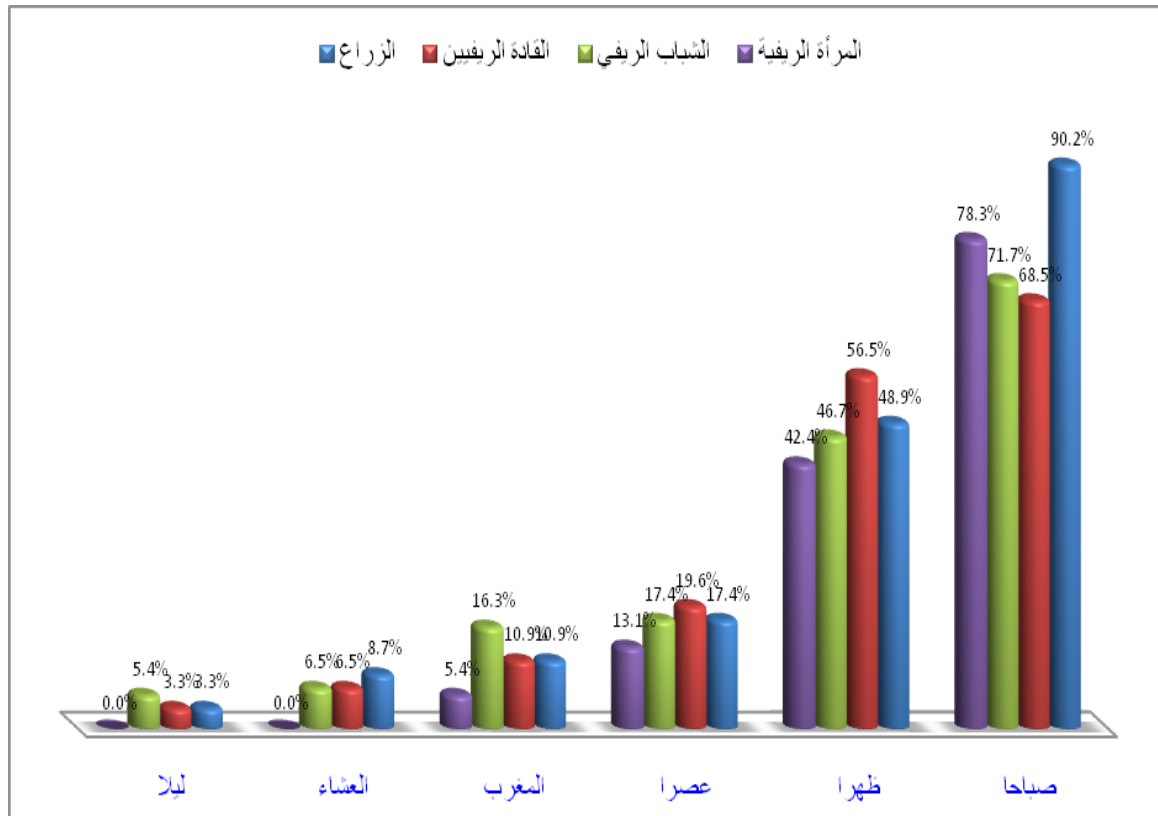
في حين جاء أهم توقيت للاتصال بالشباب الريفي مرتب تنازلياً كما في شكل (٧) علي النحو التالي: صباحاً بنسبة ٧١,٧٪، ثم ظهرراً بنسبة ٤٦,٧٪، يليه الاتصال عصرراً بنسبة ١٧,٤٪، يليه الاتصال في المغرب بنسبة ١٦,٣٪.

أما المرأة الريفية فقد تمثل أهم توقيت للاتصال بها مرتب تنازلياً كما في شكل (٧) علي النحو التالي: صباحاً بنسبة ٧٨,٣٪، ثم ظهرراً بنسبة ٤٢,٤٪، ثم عصرراً بنسبة بلغت ١٣,١٪.

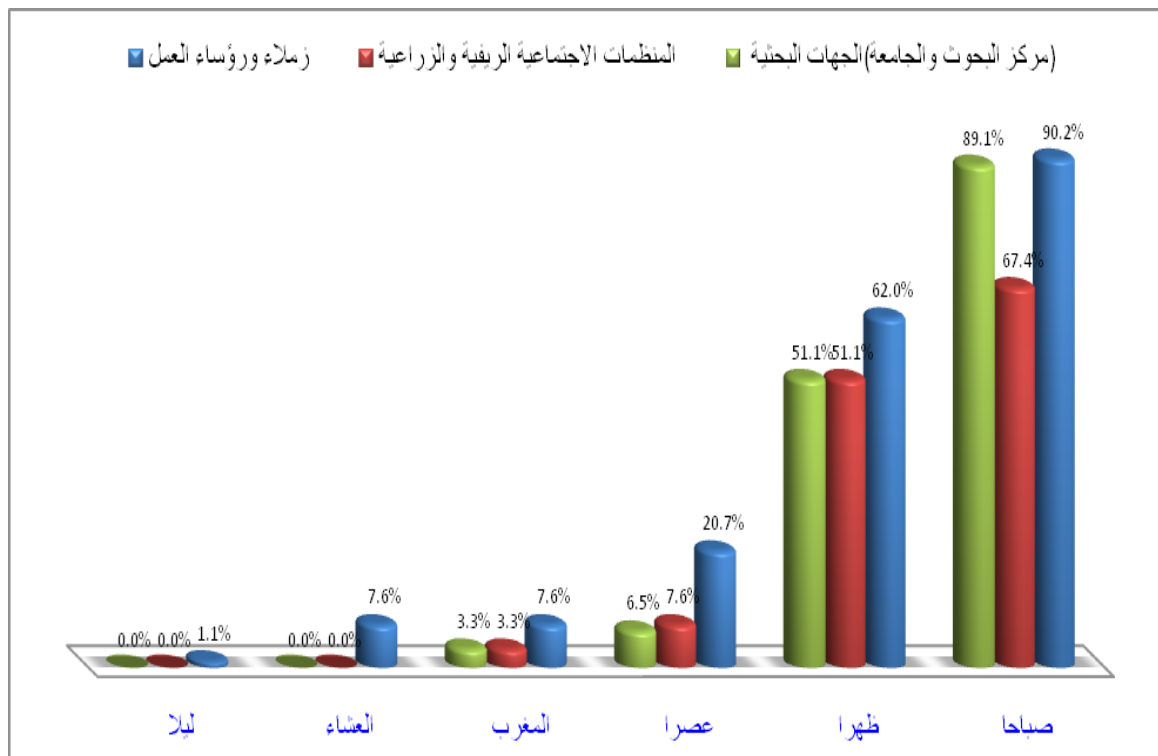
وبترتيب توقيت اتصال المبحوثين بالفئات المستهدفة من عملية الاتصال الإرشادي تبين أن توقيت الاتصال صباحاً احتل المرتبة الأولى بمتوسط قدره ٧٧,٢٪، ثم جاء توقيت الاتصال ظهرراً في المرتبة الثانية بمتوسط قدره ٤٨,٦٪، يليه توقيت الاتصال عصرراً في المرتبة الثالثة بمتوسط قدره ١٦,٩٪، وجاء في المرتبة الرابعة توقيت الاتصال في المغرب بمتوسط قدره ١٠,٩٪، ثم جاء في المرتبة الخامسة توقيت الاتصال في



شكل ٦. أهم أسباب اتصال المبحوثين بالجهات والمنظمات الرسمية



شكل ٧. توقيت اتصال المبحوثين بالفئات المستهدفة من عملية الاتصال الإرشادي



شكل ٨. توقيت اتصال المبحوثين بالجهات والمنظمات الرسمية

وبترتيب شكل اتصال المبحوثين بالفئات المستهدفة من عملية الاتصال الإرشادي بصفة عامة تبين أن شكل الاتصال المباشر احتل المرتبة الأولى بمتوسط قدره ٧٨,٥٪، يليه في المرتبة الثانية شكل الاتصال شبه المباشر (عبر الهاتف) بمتوسط قدره ٣٨,٦٪، في حين جاء شكل الاتصال غير المباشر المرتبة الثالثة بمتوسط قدره ٢٤,٥٪، شكل (٩).

ب- شكل الاتصال بالجهات والمنظمات الرسمية:

جاء شكل اتصال المبحوثين بزملاء ورؤساء العمل علي النحو التالي: شغل الاتصال بشكل مباشر المرتبة الأولى بنسبة بلغت ٩١,٣٪، بينما احتل الاتصال بشكل شبه مباشر «عبر الهاتف» المرتبة الثانية بنسبة بلغت ٦٣٪، في حين جاء في المرتبة الثالثة الاتصال بشكل غير مباشر بنسبة بلغت ٢١,٧٪، شكل (١٠).

بينما تمثل شكل اتصال المبحوثين بالمنظمات الاجتماعية الريفية والزراعية المختلفة علي النحو التالي: شغل الاتصال بشكل مباشر المرتبة الأولى بنسبة بلغت ٧٦,١٪، بينما جاء الاتصال بشكل شبه مباشر «عبر الهاتف» في المرتبة الثانية بنسبة بلغت ٤٢,٤٪، في حين جاء في المرتبة الثالثة الاتصال بشكل غير مباشر بنسبة بلغت ٢٥٪، شكل (١٠).

في حين تمثل شكل اتصال المبحوثين بالجهات البحثية «مركز البحوث والجامعة» علي النحو التالي: جاء في المرتبة الأولى الاتصال بشكل مباشر بنسبة بلغت ٦٧,٤٪، يليه في المرتبة الثانية الاتصال بشكل شبه مباشر «عبر الهاتف» بنسبة بلغت ٤٥,٧٪، يعقبه في المرتبة الثالثة الاتصال بشكل غير مباشر بنسبة بلغت ٢٧,٢٪، شكل (١٠).

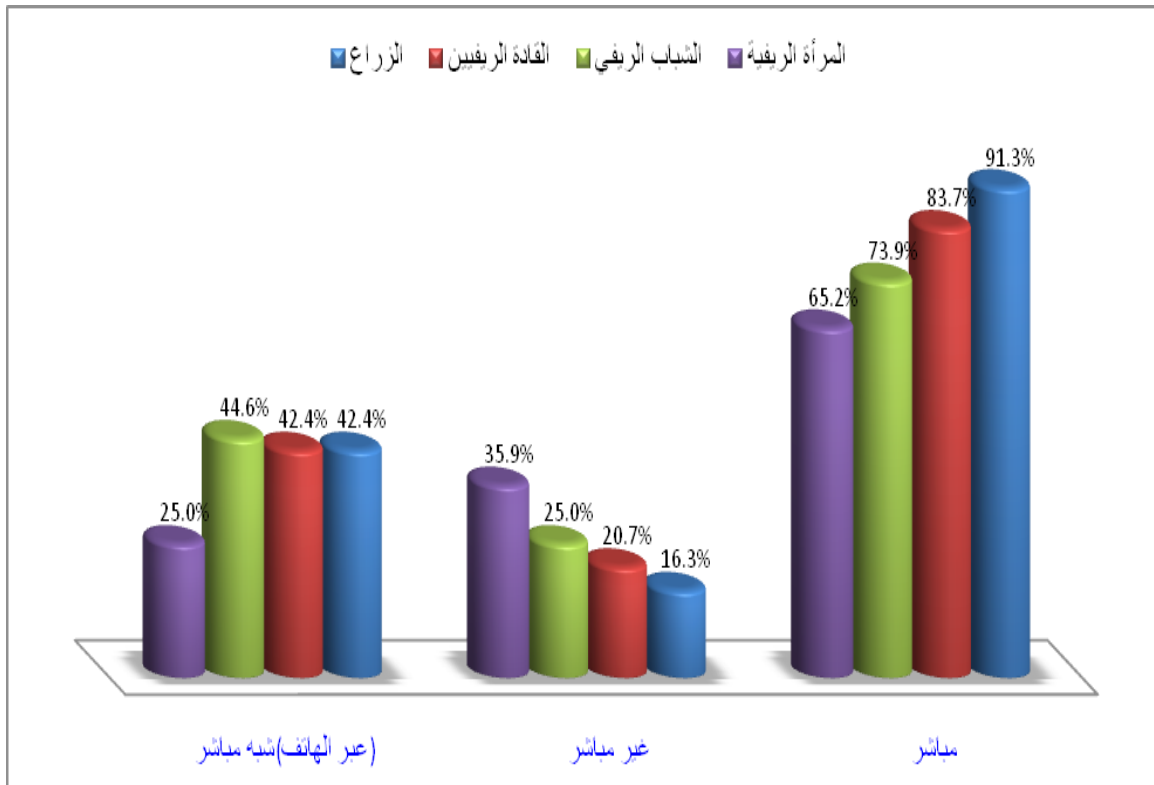
خامساً: شكل اتصال المبحوثين بأطراف العلاقة الاتصالية:  
أ- شكل الاتصال بالفئات المستهدفة من عملية الاتصال الإرشادي:

تمثل شكل اتصال المبحوثين بالزراع فيما يلي: احتل الاتصال بشكل مباشر المرتبة الأولى بنسبة بلغت ٩١,٣٪، يليه في المرتبة الثانية الاتصال بشكل شبه مباشر «عبر الهاتف» بنسبة بلغت ٤٢,٤٪، بينما جاء الاتصال بشكل غير مباشر في المرتبة الثالثة بنسبة بلغت ١٦,٣٪، شكل (٩).

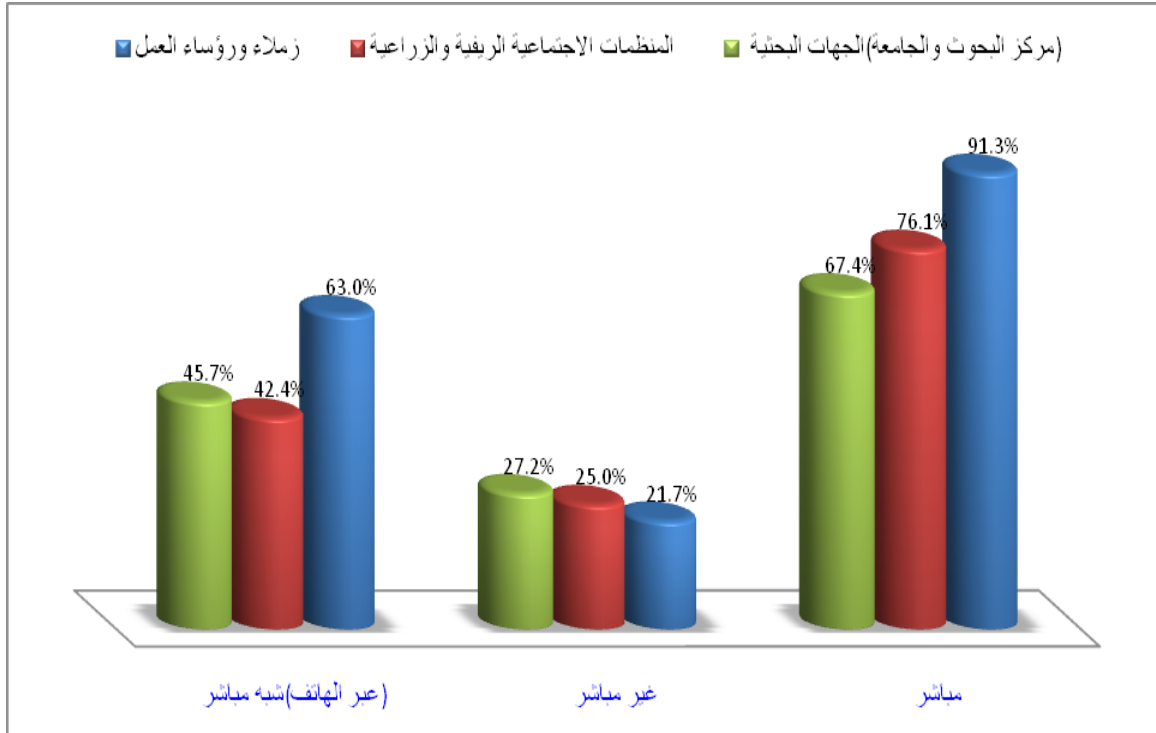
بينما تمثل شكل اتصال المبحوثين بالقادة الريفيين فيما يلي: شغل الاتصال بشكل مباشر المرتبة الأولى بنسبة بلغت ٨٣,٧٪، بينما جاء الاتصال بشكل شبه مباشر «عبر الهاتف» في المرتبة الثانية بنسبة بلغت ٤٢,٤٪، ثم في المرتبة الثالثة جاء الاتصال بشكل غير مباشر بنسبة بلغت ٢٠,٧٪، شكل (٩).

في حين جاء شكل اتصال المبحوثين بالشباب الريفي علي النحو التالي: في المرتبة الأولى جاء الاتصال بشكل مباشر بنسبة بلغت ٧٣,٩٪، يليه في المرتبة الثانية الاتصال بشكل شبه مباشر «عبر الهاتف» بنسبة بلغت ٤٤,٦٪، وفي المرتبة الثالثة جاء الاتصال بشكل غير مباشر بنسبة بلغت ٢٥٪، شكل (٩).

وفيما يتعلق بالمرأة الريفية فقد جاء شكل اتصال المبحوثين بها علي النحو التالي: في المرتبة الأولى الاتصال بشكل مباشر بنسبة بلغت ٦٥,٢٪، ثم في المرتبة الثانية الاتصال بشكل غير مباشر بنسبة بلغت ٣٥,٩٪، ثم جاء في المرتبة الثالثة الاتصال بشكل شبه مباشر «عبر الهاتف» بنسبة بلغت ٢٥٪، شكل (٩).



شكل ٩. شكل اتصال المبحوثين بالفئات المستهدفة من عملية الاتصال الإرشادي



شكل ١٠. شكل اتصال الباحثين بالجهات والمنظمات الرسمية

شاركوا في اعداد و نشر البحث

تضارب المصالح Conflict of interest: لا يوجد تضارب مصالح بين المؤلفين

#### المراجع

##### مراجع باللغة العربية:

إسماعيل، محمود حسن (٢٠٠٣): مبادئ علم الاتصال ونظريات التأثير، الدار العالمية للنشر والتوزيع، القاهرة، مصر، ص: ٨١ - ١٢٩.

الحامولي، عادل إبراهيم محمد علي، ومنال فهمي إبراهيم علي، ومروة صبحي أحمد (٢٠١٨): العوامل المؤثرة علي دور المراكز الإرشادية الزراعية في تقديم الخدمة الإرشادية بمحافظة كفر الشيخ، مجلة العلوم الزراعية المستدامة، كلية الزراعة، جامعه كفر الشيخ، مجلد ٤٤، العدد ٤، ص: ١٣٥ - ١٥١.

الحامولي، عادل إبراهيم محمد علي، ومنال فهمي إبراهيم علي، ومنى محمد عمر القاضي (٢٠١٩): استخدام العاملين بالمراكز الإرشادية الزراعية للمواقع الإلكترونية الزراعية بمحافظة كفر الشيخ، مجلة العلوم الزراعية المستدامة، كلية الزراعة، جامعه كفر الشيخ، مجلد ٤٥، العدد ٣، ص: ٢٠١ - ٢١٠.

الخولي، حسين زكي، وإبراهيم رزق (١٩٧٧): المصادر الهامة للمعلومات الزراعية بنواحي مركز دمنهور محافظة البحيرة، مجلة الإسكندرية للبحوث الزراعية، الإسكندرية، مصر، ص: ١٨١ - ١٩٥.

مجلة العلوم الزراعية المستدامة ٤٧، ع ٢٤ (٢٠٢١)

وبترتيب شكل اتصال الباحثين بالجهات والمنظمات الرسمية بصفة عامة تبين أن شكل الاتصال المباشر جاء في المرتبة الأولى بمتوسط قدره ٧٨,٣٪، يليه في المرتبة الثانية شكل الاتصال شبه المباشر (عبر الهاتف) بمتوسط قدره ٥٠,٤٪، أما شكل الاتصال غير المباشر فقد جاء بالمرتبة الثالثة بمتوسط قدره ٢٤,٦٪.

#### التوصيات

في ضوء النتائج السابقة يوصي البحث بضرورة تسهيل استخدام العاملين بالجهاز الإرشادي للتليفون المحمول كطريقة للتواصل مع المستهدفين فضلاً عن استخدام كل من طريقتي الاجتماعات والندوات وتهيئة مكاتبيهم للاستفادة من طريقة الزيارات المكتبية، كما يوصي البحث بالتركيز على الفترة الصباحية عند التواصل مع المستهدفين، أيضاً يوصي البحث بضرورة تنشيط العاملين بالجهاز الإرشادي للتواصل مع الفئات المستهدفة من الزراع والقادة والشباب الريفي والمرأة الريفية والجهات الرسمية ولا سيما سبل التواصل شبه المباشر من وسائل حديثة للتواصل في ظل ما يواجهه المجتمع من أزمة فيروس كورونا لنقل كافة المعلومات والمعارف الإرشادية للمستهدفين من المسترشدين. كما يوصي بأهمية تكرار مرات التواصل معهم لضمان وصول المعلومات الإرشادية إلى المعنيين بها، وأيضاً العمل علي توفير مخصصات مالية كافية لتفعيل دور الإرشاد الزراعي في الاتصال بالفئات المستهدفة والجهات والمنظمات الرسمية.

التمويل Funding: لا يوجد اي تمويل خارجي للدراسة

مشاركة المؤلفين Author contribution: جميع المؤلفين

الزراعي الإلكتروني بمحافظة سوهاج، مجلة أسبوط للعلوم الزراعية، مجلد ٣٩، العدد ١، ١٦٧ - ١٨٧.

حفني، منصور أحمد محمد، ودرار، سامي محمد عبد الحميد (٢٠١٥): اتجاهات المرشدين الزراعيين نحو استخدام الطرق الإرشادية الإلكترونية بمحافظة سوهاج، مجلة العلوم الاقتصادية والاجتماعية، كلية الزراعة، جامعة المنصورة، عدد ٢، مجلد ٦، ص: ١٤١ - ١٥١.

خضر، خضر خالد، والعجيلي، سحاب عايد (٢٠١٨): دراسة علاقة الاتصال بين العاملين في الإرشاد الزراعي والتنظيمات الزراعية في محافظة صلاح الدين، المؤتمر الدولي العلمي الثالث للعلوم الزراعية، كلية الزراعة، جامعة تكريت، العراق، ص: ٥٥ - ٦٤.

خير الله، أديب عبد الجبار (٢٠١٧): مستوي اتصال المزارعين بالإرشاد الزراعي في قضاء حديثة وعلاقته ببعض المتغيرات، مجلة الأنبار للعلوم الزراعية، مجلد ١٥، العدد ٢، العراق، ٦٩٨ - ٧٠٤.

دوكاخ، دي فلوربال (١٩٩٤): نظريات الإعلام والاتصال، ترجمة محمد ناجي الجوهر، دار الأمل للنشر والتوزيع، إربد، الأردن، ص: ٢ - ٤٨.

رحيم، فراس ابراهيم (٢٠١٨): آراء الموظفين الزراعيين في مديرية زراعة كركوك بالعراق تجاه معوقات الاتصال الإرشادي الزراعي وعلاقتها ببعض المتغيرات، مجلة جامعة تكريت للعلوم الزراعية، مجلد ١٨، العدد ٣، العراق، ص: ١٦٨ - ١٧٩.

سلام، محمد شفيق، وشكري محمد بدران (١٩٩٥): دليل منهجية العمل الإرشادي للمرشدين الزراعيين، معهد بحوث الإرشاد الزراعي والتنمية الريفية، مركز البحوث الزراعية، وزارة الزراعة واستصلاح الأراضي، ص: ٥ - ٣٧.

صالح، صبري مصطفى (١٩٩٤): المفترح في الإرشاد الزراعي، مكتبة الكرنك بدمنهو، محافظة البحيرة، مصر، ص: ٤٦ - ٧٣.

صالح، صبري مصطفى (١٩٩٧): الإرشاد الزراعي - طرقه ومعيناته التعليمية، جامعة عمر المختار، الجماهيرية العربية الليبية الشعبية الاشتراكية العظمى، ص: ٨٧ - ١١٣.

طلبة، ليلى أنور (٢٠١٥): طرق الاتصال الإرشادي الزراعي التي يتعرض لها الزراع وعلاقتها بمستوي معارفهم في مجال التعامل مع المخلفات الزراعية في بعض قري محافظتي الإسكندرية والبحيرة، مجلة الإسكندرية للتبادل العلمي، مجلد ٦، العدد ٢، ص: ٢٥٩ - ٢٦٤.

عبد المقصود، بهجت محمد (١٩٨٨): الإرشاد الزراعي، دار الوفاء للطباعة والنشر والتوزيع، المنصورة، مصر، ص: ٣٤ - ٨٣.

علي، مثال فهمي ابراهيم (٢٠١٧): دراسة وصفية لجودة المواقع الإلكترونية الزراعية، مجلة العلوم الزراعية المستدامة، كلية الزراعة، جامعة كفر الشيخ، مجلد ٤٣، العدد ٤، ص: ١٧٥ - ١٩٠.

عليوه، أحمد جلال (٢٠٠٤): الإرشاد الزراعي «ماضيه

الساعدي، حيدر عباس عبد الله، وأشواق عبد الرازق البدري (٢٠١٠): المهارات الاتصالية للمرشدين الزراعيين في مجال زراعة محاصيل الخضر في بعض المحافظات الوسطي وعلاقتها ببعض العوامل، مجلة الباحث العلمي، عدد ٩، ١٠، يونيو ويوليو، العراق، ص: ١٧٩ - ١٩١.

الشافعي، عبد العليم أحمد، وأحمد محمد الذهبي، ورضا حسن عبد الغفار أبو زيد (٢٠١٤): استخدام الإشرافيين الإرشاديين لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات في العمل الإرشادي الزراعي ببعض محافظات الدلتا، مجلة العلوم الاقتصادية والاجتماعية، كلية الزراعة، جامعة المنصورة، عدد ٥، مجلد ١٠، ص: ١٤٧٩ - ١٤٩١.

الطنوبي، محمد عمر (٢٠٠١): نظريات الاتصال، مكتبة ومطبعة الاشعاع الفنية، الإسكندرية، مصر، ص: ١٦٣ - ١٨٩.

الطنوبي، محمد عمر، والصادق سعيد عمران (١٩٩٧): أساسيات تخطيط وتنفيذ وتقويم البرامج الإرشادية الزراعية، جامعة عمر المختار، الجماهيرية العربية الليبية الاشتراكية العظمى، ص: ٨١ - ١٠٦.

العادلي، أحمد السيد (١٩٧٣): أساسيات علم الإرشاد الزراعي، دار المطبوعات الجديدة، الطبعة الأولى، الإسكندرية، مصر، ص: ٥٩ - ٢٣٤.

العادلي، أحمد السيد (١٩٨٣): أساسيات علم الإرشاد الزراعي، دار المطبوعات الجديدة، الطبعة الثانية، الإسكندرية، ص: ٤٣ - ١٠٩.

العبد، عاطف عدلي (١٩٩٣): الاتصال والرأي العام الأسس النظرية والاسهامات العربية، دار الفكر العربي، القاهرة، مصر، ص: ٣ - ٣٧.

العجيلي، سحاب عايد، وبشار نافع نوفان (٢٠١٩): مدي استخدام الهاتف المحمول في العمل الإرشادي من قبل العاملين في الإرشاد الزراعي في محافظة صلاح الدين، المؤتمر الدولي العلمي الثالث للعلوم الزراعية، كلية الزراعة، جامعة تكريت، العراق، ص: ٨٥ - ٩٣.

العمرى، أبو النجا محمد (١٩٨٦): الاتصال في الخدمة الاجتماعية، دار المعرفة الجامعية، القاهرة، مصر، ص: ٤ - ١٧٦.

بهنام، نبيل عبد المسيح، وأروي، مؤيد فتحي (٢٠١٢): مهارات الاتصال لدي العاملين بالإرشاد الزراعي في محافظة نينوي وعلاقتها ببعض الخصائص الشخصية والوظيفية، مجلة زراعة الرافدين، عدد ٢، مجلد ٤٠، العراق، غير مبين الصفحة.

بيتر، جون (١٩٨٧): الاتصال الجماهيري، ترجمة عمر الخطيب، المؤسسة العربية للدراسات والنشر، بيروت، لبنان، ص: ٢ - ٣٩.

حسين، حسين علي (٢٠١١): دراسة عن واقع العاملين في الإرشاد الزراعي في محافظة ذي قار، مجلة جامعة ذي قار، عدد ٢، مجلد ٦، العراق، ص: ٩٤ - ١٠٢.

حفني، عبد الواحد منصور أحمد (٢٠٠٨): متطلبات الإرشاد



## مراجع باللغة الإنجليزية:

John. F. (2010): Agriculture Extension, Overseas Development Institute, London, p; 1 – 17.

وحاضره ومستقبله»، مكتبة الأنجلو، القاهرة، مصر، ص: ١٩٧ - ٢٣١.

عمر، أحمد محمد (١٩٨٠): الإرشاد الزراعي، أوفستا للطباعة والنشر، القاهرة، مصر، ص: ٧١ - ١٠٢.

عوذه، محمود (١٩٩٨): أساليب الاتصال والتغيير الاجتماعي، دار المعرفة الجامعية، القاهرة، مصر، ص: ٢ - ٤٥.

فريد، محمد أحمد (١٩٨٥): الإشراف الإرشادي، أساسيات في التعليم الإرشادي الزراعي، معهد بحوث الإرشاد الزراعي والتنمية الريفية، مركز البحوث الزراعية، القاهرة، ص: ٤٦ - ٦٩.

فواز، منصور الحكيم (٢٠١١): سوسولوجيا الإعلام الجماهيري، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، ص: ١٨ - ٣٩.

قشطة، عبد الحليم عباس (٢٠١٢): الإرشاد الزراعي رؤية جديدة، جرين لاين للطباعة، القاهرة، مصر، ص: ٤٦ - ٦١.

كعكه، وليد عبد الغني (٢٠١٦): تقييم استخدام المرشدين الزراعيين لمصادر المعلومات الزراعية في الإمارات العربية المتحدة، المجلة السورية للبحوث الزراعية، مجلد ٣، العدد ٢، غير مبين الصفحة.

كيلسي، لنكولن دايفيد، وكانون هيرن (١٩٩٥): الإرشاد الزراعي، ترجمة محمد المعلم، مراجعة مصطفى الفار، مكتبة النهضة المصرية، القاهرة، مصر، ص: ٢٣٩ - ٢٩١.

مختار، وفيق صفوت (٢٠١٠): وسائل الاتصال والإعلام وتشكيل وعي الأطفال والشباب، دار غريب للطباعة والنشر والتوزيع، القاهرة، مصر، ص: ٢٧ - ٥٣.

مرزيان، عبد الحليم أحمد خلف (١٩٩٥): دليل مرجعي في منهجية العمل الإرشادي للجهاز الإشرافي الإرشادي، المشروع القومي للأبحاث الزراعية، مكون نقل التكنولوجيا، مركز البحوث الزراعية، القاهرة، ص: ٣ - ٢١.

مكاوي، حسن عماد، وليلي السيد (٢٠٠١): الاتصال ونظرياته المعاصرة، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، مصر، ص: ٢٤ - ٥٦.

ناصر، عبد الغني محمد عبد الدايم (٢٠١٢): أداء المرشدين الزراعيين بمحافظة كفر الشيخ، رسالة دكتوراه، كلية الزراعة، جامعة كفر الشيخ، مصر، ص: ٧٢ - ١١٨.

نصر، حسني محمد (٢٠٠٨): مقدمة في الاتصال الجماهيري «المدخل والطرق»، مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع، القاهرة، مصر، ص: ٣ - ٤١.

يحيي، محمد زكريا (٢٠٠٦): فاعلية وسائل الاتصال الجماهيري في التنمية الزراعية (حالة ولاية كسلا بالسودان) تقييم الفترة من ٢٠٠٣ - ٢٠٠٥، بحث مقدم لنيل درجة ماجستير العلوم في الإرشاد والتنمية الريفية، كلية الزراعة، جامعة الخرطوم، جمهورية السودان، ص: ٢ - ١٨.

## Activities of the Extension Communications for the Extension Workers at Kafr El-Sheikh Governorate

Adel I. Elhamoly<sup>1</sup>, Ahmad M. Abdallah<sup>1</sup>, Abdaleem S. Elshafay and Ezzat<sup>2</sup> M. Megahed<sup>1</sup>

<sup>1</sup>Dept. of Agric. Economics, Faculty of Agric., Kafrelsheikh University

<sup>2</sup> Agric. Research Center.

**T**HE paper mainly aimed to identify the activities of the extension communications for extension workers at Kafr El-Sheikh governorate. The research data were collected from all the respondents by the personal & telephone questionnaire and E-mail. It was analyzed by using several statistical tools as: percentage, frequencies, means, and, weight means. The most important results included the most extension communication methods uses for target groups such as farmers, rural leaders, rural youth and rural women were: Informational symposium about 89.1%, extension posters by 74.8%, then mobile phone by 56.5%, office visits by 54.4%, and for the official authorities such as colleagues & heads of work, rural & agricultural social organizations, and research centers (Research Center and the University) were: mobile phone by 75%, then office visits at 65.2%, extension meetings by 56.5%. It was found that the weekly communication was first place with an average of 40.8%, followed by the monthly communication by 31.9%, then the daily communication by 31.8% and it was found that the timing of the morning communication came first then at noon by 77.2%, and 48.6% respectively.

**Keywords:** Farmers, communication activities, leaders, rural women, organizations, youth, Methods, extension workers.