



تصور الباحثين الزراعيين لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي في العمل الإرشادي ببعض المحافظات المصرية

عادل إبراهيم الحامولي^١، عبدالعليم سيد أحمد الشافعي^١ وسحر أحمد ندا^١

^١ قسم الإرشاد الزراعي - كلية الزراعة - جامعة كفرالشيخ، مصر

^١ معهد بحوث الإرشاد الزراعي والتنمية الريفية - مركز البحوث الزراعية، مصر

استهدف هذا البحث التعرف على آراء الباحثين الزراعيين في استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في العمل الإرشادي ببعض المحافظات المصرية، وتم اختيار أربع محافظات هي الإسكندرية وكفر الشيخ والبحيرة والغربية. وتم حصر الباحثين في مجال الإرشاد الزراعي والتنمية الريفية سواء بمحطة بحثية أو كلية زراعة بها فبلغ عددهم ١١٢ باحثاً، وباستخدام معادلة كريجسي ومورجان اختيرت عينة عشوائية بسيطة بلغ حجمها ٨٦ مبحوثاً موزعين تناسبياً على المحافظات المختارة. كما تم أخذ عينة مقدارها ٣٦ مبحوثاً من الباحثين في مجال العلوم الطبيعية الزراعية ليصل حجم العينة إلى ١٢٢ مبحوثاً، وتم استخدام التكرارات والنسبة المئوية والمتوسط الحسابي والمتوسط المرجح لتحليل وعرض بيانات البحث. وتمثلت أهم النتائج في: أن ٣٢,٧٪ من المبحوثين لا يستخدمون وسائل التواصل الاجتماعي في العمل الإرشادي، بينما ٣٣٪ منهم يستخدمونها بدرجة منخفضة ومتوسطة، وكانت أهم تلك الوسائل هي الفيسبوك والواتساب. وأن ٦٨٪ من المبحوثين المستخدمين لوسائل التواصل الاجتماعي كانوا راضين بدرجة متوسطة ومرنعة عن استخدام تلك الوسائل في العمل الإرشادي. وأهم ركائز الرؤية المقترحة لاستخدام تلك الوسائل في العمل الإرشادي: إنشاء مواقع خاصة بالمؤسسات الزراعية علي وسائل التواصل الاجتماعي كالفيس والواتس أب، وعمل دورات تدريبية للعاملين الإرشاديين عن استخدام تلك الوسائل في العمل الإرشادي، وتحديث التوصيات الإرشادية المقدمة دورياً، ووجود رقابة للتأكد من مصداقية المعلومات المنشورة عبرها، وتوفير خدمة الانترنت مجاناً، وتحسين جودة وسرعة الانترنت، واستخدام برامج الحماية لأمان الصفحات والمستخدمين، وتكوين مجموعات اتصالية من ذوي الخبرة بكل منطقة زراعية للرد على أسئلة المسترشدين.

الكلمات المفتاحية: وسائل التواصل الاجتماعي، الباحثين، الإرشاد الإلكتروني، الفيسبوك، الواتساب، اليوتيوب، التويتر

المقدمة

ذلك على كل فرع من فروع الاقتصاد من الزراعة إلى التصنيع إلى الخدمات، (المجلس الاقتصادي والاجتماعي للأمم المتحدة، ٢٠١٢).

وأدى توظيف تكنولوجيا المعلومات والاتصالات وخصوصاً الإنترنت في برامج الإرشاد الزراعي، وتوصيل المعلومات الزراعية للمسترشدين، وإتاحة قدرات الجهاز الإرشادي على شبكة الإنترنت، إلى ظهور مصطلح الإرشاد الزراعي الإلكتروني E-Extension، والتنبؤ بالانقسام الرقمي الموجود بين المدينة والريف، مع التأكيد على أن الإرشاد الزراعي الإلكتروني لن يحل بدلاً عن المرشد الزراعي، ولكنه يسهل عمله وينسق معلوماته، ويوفر وقته ويستثمر طاقاته، (عبد الواحد ب، ٢٠١٥). والتي من بينها وسائل التواصل الاجتماعي التي تعد أسلوب إرشادي جديد يعتمد على استخدام الآليات حديثة في الاتصال من الحاسب وشبكاته ووسائطه المتعددة من صوت وصور ورسومات والآليات بحث في المكتبات الإلكترونية، وكذلك الإنترنت سواء كان عن بعد أو وفي نفس المكان، كما يعرف أيضاً بأنه نظام إرشادي حديث يعتمد على حسن استخدام الحاسب الآلي وشبكات الإنترنت، (قشطه، ٢٠١٢).

نتيجة لما يشهده العالم حالياً من تطورات سريعة في مجال الاتصال وتقنية المعلومات، مما 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، مما دفع المجتمعات بقبول هذه المستجدات والتكيف معها لتحقيق الاستفادة مما تقدمه من مزايا في جميع المجالات، (الشهري، وبدري، ٢٠١٣). وتؤدي تكنولوجيا المعلومات والاتصالات دوراً أساسياً في تحفيز النشاط الاقتصادي والابتكاري في المجتمعات القائمة على المعرفة، وذلك لما تتسم به هذه التكنولوجيا من إمكانيات لتعزيز التعلم من خلال أشكال من التعاون الشبكي، يؤدي فيها التفاعل عبر الإنترنت دوراً مركزياً، وتوجد هذه الإمكانيات في صلب الفرص الجديدة المتاحة أمام البلدان النامية، لتحقيق قفزات نوعية عبر استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في تعزيز القدرات الابتكارية الأساسية التي تجعل من الممكن استغلال المكاسب المحققة من تطبيق تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في تحفيز النشاط الاقتصادي، وينطبق

*Corresponding author E-mail: a_elhamoly@yahoo.com

DOI: 10.21608/JSAS.2021.102053.1315

Received: 20 October 2021, Accepted: 28 October 2021

©2022 National Information and Documentation Center (NIDOC)

وبناءً على ذلك أجري هذا البحث لبلورة رؤية الباحثين الزراعيين لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي في العمل الإرشادي الزراعي، من خلال التعرف على الوضع الراهن لاستخدامهم لوسائل التواصل الاجتماعي في العمل الإرشادي الزراعي، واقتراح تصور لتفعيل استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في العمل الإرشادي الزراعي من وجهة نظرهم مما قد يساهم في تزويد المسؤولين عن العمل الإرشادي الزراعي المصري بصورة أكثر واقعية عن مدى استخدام الباحثين الزراعيين لوسائل التواصل الاجتماعي في العمل الإرشادي الزراعي، وتصورهم عن مدى إمكانية التوسع في استخدام تلك الوسائل في العمل الإرشادي من خلال تحديث البنية التحتية وأهمية توفير الدعم المادي اللازم لذلك بما يحقق أهداف التنمية الزراعية المستدامة طبقاً لتوجهات الدولة في هذا الصدد.

أهداف الدراسة:

يستهدف هذا البحث بصفة رئيسية التعرف على رؤية الباحثين الزراعيين لتفعيل استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في العمل الإرشادي الزراعي، وهو ما يمكن تحقيقه من خلال الهدفين التاليين:

- ١- التعرف على الوضع الراهن لاستخدام المبحوثين لوسائل التواصل الاجتماعي في العمل الإرشادي الزراعي.
- ٢- التعرف على آراء المبحوثين لتفعيل استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في العمل الإرشادي الزراعي.

٣- تقديم تصور مقترح لتفعيل استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في العمل الإرشادي الزراعي.

الاستعراض المرجعي:

نشأت شبكات التواصل الاجتماعي لسد فراغ اجتماعي صاحب استخدام الإنسان للحاسب الآلي وشبكة الإنترنت في جميع أنشطته وتأثير استخدام الحاسب الآلي على الحياة الاجتماعية، وتعد شبكات التواصل الاجتماعي من أكثر المواقع التي يستخدمها الإنسان في الأونة الأخيرة لما لها من مميزات وانتشار وتفاعل وتستخدم للتعبير الحر عن ما يراه الإنسان وتشجعه على رصد أفكاره بصفة مستمرة واشترائه مع الآخرين في نفس الأفكار، حيث أشارت تقارير عالمية إلى أن أعلى نسبة استخدام من جانب المهتمين في تطبيقات الويب كانت لهذه الشبكات (جمال، ٢٠١١).

وتعتبر شبكات التواصل الاجتماعي بمثابة مواقع إلكترونية مبنية على أسس معينة، تمكن الناس من التعبير عن أنفسهم، والتعرف على أشخاص آخرين يشاركونهم الاهتمامات نفسها، ويمكن القول بأن شبكات التواصل الاجتماعي هي عبارة عن مجتمعات افتراضية تمكن مستخدميها من مشاركة الأفكار والاهتمامات، بالإضافة إلى تكوين صداقات جديدة، (www.mawdoo3.com, 1/2019).

كما تعرف بأنها تجمعات اجتماعية تظهر عبر شبكة الإنترنت عندما يدخل عدد كاف من الناس في مناقشات عبر فترة كافية من الزمن، يجمع بينهم شعور إنساني كاف، بحيث يشكلون مواقع للعلاقات الشخصية عبر الفضاء الإلكتروني. وعرفت أيضاً على أنها تلك المجتمعات الافتراضية وتجمعات اجتماعية تظهر عبر شبكة الإنترنت، تشكلت في ضوء ثورة الاتصالات الحديثة، تجمع بين ذوى الاهتمامات المشتركة، بحيث يتواصلون فيما بينهم ويشعرون كأنهم في مجتمع حقيقي (www.Kse.org.Kw1A1_Mohardsoon/issue/113/article/365).

وتعتبر وسائل التواصل الاجتماعي واستخدامها لخدمة الفرد والمجتمع، من أهم القضايا الاجتماعية المعاصرة، وخاصة 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، ففربت البعيد وقصرت المسافات.

ويمكن أن تساعد وسائل التواصل الاجتماعي 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 للزارع، وعلى الإرشاد الزراعي تجميع وتوفير هذه المعلومات وتفسيرها، واستخدام وسائل جديدة لاختبار هذه المعلومات بدقة وتوصيلها إلى الزارع في وقت الحاجة إليها، (نجم، ٢٠٠٧).

وأصبح 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 الزارع وحقولهم، وتحديد مشكلات الزراعة لديهم، وإطلاعهم على المستجدات في مجال مشكلات الزراعة، والرد بسرعة على مشكلاتهم واحتياجاتهم، وتقليل الوقت اللازم لإيصال المعلومات إليهم، (الجبوري، ٢٠١٦).

وتسهل وسائل التواصل الاجتماعي عملية الاتصال بين الأفراد وتقلص الحدود الثقافية والجغرافية بين الدول، كما أنها تعتبر وسيلة تفاعلية عصرية للحصول على آخر مستجدات العلم والمعرفة، وينظر إليها أيضاً على أنها مصدر من مصادر الترفيه، ووسيلة اتصال قليلة التكلفة (Arab Social Medial Influencers Summit, 2015).

وتوضح الإحصائيات أنه في عام ٢٠١٨، كانت نسبة مستخدمي الهاتف المحمول ٦٨٪ من سكان العالم، وتزايدت نسبة مستخدمي الإنترنت من ٦٪ من سكان العالم في عام ٢٠٠٠ إلى ٥٣٪ في عام ٢٠١٨، وبلغت نسبة استخدام وسائل التواصل الاجتماعي إلى ٤٢٪ من سكان العالم، وفي مصر فقد بلغت نسبة مستخدمي الهاتف المحمول ٦٦٪ من السكان، ونسبة مستخدمي الإنترنت ٥٠٪ من السكان، ونسبة مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي إلى ٤٠٪ من السكان عام ٢٠١٨ (Wearesocial LTD, 2018).

مشكلة الدراسة:

يعد وضع الإرشاد الزراعي في مصر حالياً فضلاً عن التغيرات العالمية والمحلية التي حدثت خلال السنوات الماضية، وما شهده العالم من ثورة هائلة في تكنولوجيا المعلومات والاتصال بظهور العديد من وسائل التواصل الاجتماعي الإلكتروني من خلال شبكة المعلومات الدولية (الإنترنت) تفرض على الجهاز الإرشادي إعادة النظر في الطرق والأساليب التي يستخدمها في توصيل المعلومات للزارع والسكان الريفيين وكيفية إعدادها واختيار الوسيلة المناسبة لكل محتوى، وطرق وأساليب توصيلها، (عبدالمقصود، ٢٠١٧).

ونظراً لما يعانيه الباحثين من مشكلات متعددة من أهمها ضعف المخصصات والدعم المادي لإنتاج البحوث، وتوصيل نتائجها للمسترشدين نظراً لقلّة عدد العاملين بالإرشاد الزراعي مما أدى إلى اتساع الفجوة بين البحث العلمي والإرشاد الزراعي، الأمر الذي يتطلب البحث عن حلول واقعية وسريعة لهذه المشكلات، والتي قد يكون منها استخدام تكنولوجيا الاتصالات الحديثة كاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي الإلكتروني وتوظيفها بشكل فعال في تقديم الخدمات الإرشادية الزراعية، من خلال آلية تتناسب وتتوافق مع مقامي الخدمة الإرشادية الزراعية من ناحية ومع مستقبلها من ناحية أخرى.

ويرى عمر (٢٠١٧) أن الشبكات الاجتماعية تتميز بالعديد من المميزات منها:

١- العالمية: حيث تلغي الحواجز الجغرافية والمكانية، وتتخطى فيها الحدود الدولية، ويصبح العالم قرية صغيرة. ٢- التفاعلية: فالفرد فيها مستقبل وقارئ فهو مرسل وكاتب ومشارك. ٣- التنوع وتعدد الاستعمالات: فيستخدمها الطالب للتعلم، والعالم لبث علمه وتعليم الناس، والكاتب للتواصل مع القراء..... الخ. ٤- سهولة الاستخدام: فالشبكات الاجتماعية تستخدم بالإضافة للحروف وبساطة اللغة، الرموز والصور التي تسهل للمستخدم التفاعل. ٥- التوفير والاقتصادية: اقتصادية في الجهد والوقت والمال، في ظل مجانية الاشتراك والتسجيل، فالفرد البسيط يستطيع امتلاك حيز على الشبكة للتواصل الاجتماعي، وليس ذلك حكراً على أصحاب الأموال أو حكراً على جماعة دون أخرى.

ويذكر موقع (5/11/2020) www.mawdoo3.com أن أهم فوائد مواقع التواصل الاجتماعي تمثلت في:

١- تُعد مواقع التواصل الاجتماعي من أسرع الوسائل للحصول على المعلومات، والأخبار، كما أنها تساعد الصحفيين في الحصول على الأخبار، وتسويق منتجاتهم.

٢- تساعد طلاب العلم، والباحثين، كما أنها تساعد في البحث عن فرص عمل.

٣- تساعد في ظهور صحافة المواطن، فصار الشخص الذي يعيش الأحداث يمكن أن يصورها،

أو يكتب عنها، ويرسل ما يصور، أو يكتب إلى وسائل الإعلام، في المناطق التي لم يستطع المراسلون دخولها.

٤- تساهم وسائل التواصل الاجتماعي في الثورات، حيث يستخدمها الناس لعقد الاجتماعات، وتنظيم المظاهرات، وأعمال الاحتجاج.

٥- تُعد مواقع التواصل الاجتماعي وسيلة للدعوة إلى الله، وكذلك المساعدة في الأعمال التطوعية والخيرية.

٦- تسمح مواقع التواصل الاجتماعي بالممارسة الديمقراطية، كما أتاحت فرصاً عديدة منها التشارك بالمعلومات بين جميع مستخدمي الشبكة مع إمكانية التفاعل على المواقع الاجتماعية عند نهاية كل خبر، أو مقال، كما أتاحت الفرصة للمتأثرين أن يصنعوا برامجهم الإذاعية أو التلفزيونية التي يجوبونها، ويتابعونها، وذلك بطرح مقترحات لمعد البرنامج.

٧- تُستخدم وسائل التواصل الاجتماعي لتشكيل الصداقات، وتوثيق الذكريات.

ويحدد موقع (2020/11/5) www.mawdoo3.com أضرار مواقع التواصل الاجتماعي في: ١- عرض المواقع الإباحية، والسلوكيات الجنسية، والمشاهد غير الأخلاقية، وقد تُعرض على الأطفال صور التبغ والكحول. ٢- نشر الشائعات، والأكاذيب، والأفكار الهدامة، والتزوير وانتحال الشخصيات. ٣- غياب المصادر الموثوقة، وانتهاك الحقوق الخاصة، والعامه، وبخاصة الحقوق الفكرية. ٤- ضعف العلاقات الإنسانية وقلة التفاعل وجهاً لوجه مما يؤدي إلى الانعزال عن الواقع، كما أن مواقع التواصل الاجتماعي ساعدت في التفكك الأسري وإثارة المشاكل الزوجية. ٥- الاستخدام السيء لمواقع التواصل الاجتماعي يؤدي إلى هدر الوقت، كما أن الاستخدام الزائد لها يؤدي إلى إدمان الإنترنت، وتقليل مهارات فن المحادثة.

ويذكر الخولي (٢٠١٨) مجموعة من الاعتبارات الواجب مراعاتها عند استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في العمل الإرشادي الزراعي وهي:

أولاً: يجب التعرف على وسائل التواصل الاجتماعي المتوفرة والمتاح استخدامها لجمهور الزراع المستهدفين بالرسائل الإرشادية، حيث تتعدد الوسائل من فيس بوك، تويتر، يوتيوب، واتس أب، فايبر، جوجل بلس، كذلك التعرف على الشبكات المتاحة ومساحة تغطيتها ووصولها إلى المناطق المستهدفة عمل الإرشاد الزراعي فيها، حتى يمكن وضع الخطة في ضوء مساحة التغطية للشبكات ونوع الوسيلة الأكثر توفراً.

ثانياً: اختيار وسيلة التواصل الاجتماعي المناسبة من بين هذه الوسائل من حيث مناسبتها للرسائل الإرشادية التي يتم نشرها، ومناسبتها للجمهور المستهدف بهذه الرسائل، ونقاط القوة والضعف في كل وسيلة من وسائل التواصل الاجتماعي، وقد يساعد على اختيار الوسيلة المناسبة معرفة عدد الأفراد المشتركين في الوسيلة، وعدد مرات دخولهم عليها واستعمالهم لها، ومشاركتهم لما ينشر عليها وتفاعلهم معها.

ثالثاً: معرفة المزايا والعيوب لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي في العمل الزراعي، فإذا كان هدف الإرشاد الزراعي توصيل رسائله الإرشادية إلى الزراع في أسرع وقت وأقل تكلفة، فقد تحقق له وسائل التواصل الاجتماعي هذه الميزة إضافة إلى مزايا أخرى منها توفير مساحة من النقاش والحوار بين مستخدمي الشبكة، بما يساهم في بناء ودعم شبكة العلاقات الاجتماعية، وتنمي لدى الأفراد روح المبادرة والتجاوب مع المتغيرات، وقد تؤدي إلى تنمية روح العداة أيضاً بين من يفتقرون إلى ثقافة الحوار وقبول الرأي الآخر، واستخدام هذه الوسائل في الدخول على مواقع تتنافى مع قيم وثقافة الربيعين والتي تتصف بالمحافظة.

رابعاً: وضع سياسة خاصة بنشاط جهاز الإرشاد الزراعي مع وسائل التواصل الاجتماعي، حيث أن ما يتم نشره على بعض وسائل التواصل الاجتماعي لا يكون خاص بالمستخدمين فقط، بل يسهل الدخول إليه ومعرفته، وبالتالي يجب مراعاة بعض النقاط منها: القيم التي يبنهاها جهاز الإرشاد الزراعي وكيف يمكن ترجمة هذه القيم عبر وسائل التواصل الاجتماعي مثل قيم المشاركة، الشفافية، التعاون، الأمانة والصدق، وكذلك تحديد المهام والأدوار الخاصة لأعضاء الجهاز الإرشادي الذين سوف يقومون بمهامهم على شبكة التواصل الاجتماعي، والإعداد الجيد لهؤلاء الأعضاء حيث أن التعامل مع شبكات التواصل الاجتماعي يحتاج إلى الإلمام بالجوانب الفنية الخاصة بتكنولوجيا المعلومات، كذلك الرسائل الإرشادية التي يتم نشرها عبر وسائل التواصل الاجتماعي، وكيفية معاملة هذه الرسائل بالشكل الذي يناسب محتوى الرسالة وموضوعها الجمهور المستهدف منها، ونوع وسيلة التواصل الاجتماعي المستخدمة، وكذلك القائم برصد ردود الأفعال من مستقبلي هذه الرسائل.

يذكر البعلي (٢٠١٨) أن من مميزات استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في العمل الإرشادي:

١- إمكانية الربط الشبكي بين الزراع والمنظمات ذات الصلة في مختلف أنحاء العالم بما يساعد على نشر وتبادل المعلومات. ٢- الحد من العزلة الاجتماعية للمزارعين وتمكينهم من التواصل مع بعضهم البعض، ومع العاملين بالإرشاد والباحثين والشركات الزراعية ومسؤولي الحكومة. ٣- توفر ثروة من المعارف والأفكار متعددة المصادر. ٤- تعتبر أداة تسويقية ناجحة للمنتجات الزراعية المختلفة. ٥- نقل المعلومات الزراعية بسرعة والتواصل مع جمهور أكبر من المسترشدين، حيث تتميز وسائل التواصل الاجتماعي بأسلوب كرة الثلج، لأن المعلومة الواحدة يمكن أن تنتشر في جميع أنحاء العالم ويتبادلها الملايين في غضون دقائق. ٦- توفير فرص أكبر للعاملين بالإرشاد لتطوير أداء عملهم وتفاعلهم مع المسترشدين. ٧- سهولة الوصول إليها وقلة تكاليفها وتعدد استخداماتها. ٨- أصبحت وسائل التواصل الاجتماعي شائعة الاستخدام على شبكات المحمول، مما يتيح التواصل ونشر المعلومات في أي

ب- القائم بتقديم المعلومات الزراعية للمستفيدين على مواقع التواصل الاجتماعي: وتم قياسه بسؤال المبحوث أى من الخبراء تفضل في تقديم المعلومات الزراعية للمستفيدين من خلال وسائل التواصل الاجتماعي وذلك من خلال الاختيار من متعدد (أساتذة بكلية الزراعة، الباحثون بمركز البحوث الزراعية، مهندسون زراعيون بشركات زراعية خاصة، الإخصائيون الزراعيون بمديريات الزراعة)، وتم حسابها بالتكرارات والنسبة المئوية.

ت- خصائص المعلومات المقدمة عبر وسائل التواصل الاجتماعي: تم قياسها من خلال عرض ثلاثون خاصية، وطلب من المبحوث تحديد الخصائص التي يجب توافرها في المعلومات الإرشادية عبر وسائل التواصل الاجتماعي، على مقياس متدرج (نعم، لا) وأعطى الدرجات (١، صفر) على الترتيب، وتم حسابها بالتكرارات والنسبة المئوية.

ث- إنشاء صفحة على مواقع التواصل الاجتماعي خاصة بكل إدارة زراعية: تم قياسها بعرض (١٩) صفة، وطلب من المبحوث تحديد رأيه في هذه الصفات في حالة إنشاء صفحة على مواقع التواصل الاجتماعي خاصة بكل إدارة زراعية، وذلك على مقياس متدرج (نعم، لا) وأعطى الدرجات (١، صفر) على الترتيب، وتم حسابها بالتكرارات والنسبة المئوية.

ثانياً: منطقة وشاملة وعينة البحث:

تم تحديد المجال الجغرافي لهذا البحث باختيار أربع محافظات هي الإسكندرية، وكفر الشيخ والبحيرة، والغربية روعى في اختيارها وجود محطة بحثية بها فروع لمعاهد بحثية وكلية زراعية وكذلك وجود أكبر عدد من الباحثين الإرشاديين في مجال الإرشاد الزراعي. وتم حصر الباحثين أعضاء الهيئة البحثية والهيئة البحثية المعاونة بفروع معهد بحوث الإرشاد الزراعي والتنمية الريفية، وكلية الزراعة قسم الاقتصاد الزراعي فكان عددهم ١١٢ باحثاً، ولتحديد حجم العينة تم استخدام معادلة كريجسي ومرجان Krejcie and Morgan (١٩٧٠) وبذلك بلغ حجم العينة ٨٦ مبحوثاً من الباحثين في مجال العلوم الاجتماعية الزراعية موزعين تناسبياً على المحافظات موضع البحث كما يلي: ٣٤ مبحوثاً بمحافظة الإسكندرية (فرع معهد بحوث الإرشاد الزراعي والتنمية الريفية بالصباحية، وقسم الإرشاد الزراعي بالشاطبي جامعة الإسكندرية)، و٣٣ مبحوثاً بمحافظة كفر الشيخ (فرع معهد بحوث الإرشاد الزراعي والتنمية الريفية بسخا، وقسم الإقتصاد الزراعي بكلية الزراعة جامعة كفر الشيخ)، و١٣ مبحوثاً بمحافظة البحيرة (فرع معهد بحوث الإرشاد الزراعي والتنمية الريفية بإيتاي البارود، وقسم الإقتصاد الزراعي والتنمية الريفية بكلية الزراعة جامعة دمنهور)، و٩ مبحوثاً بمحافظة الغربية (فرع معهد بحوث الإرشاد الزراعي والتنمية الريفية بالجيزة)، وقسم الإقتصاد الزراعي بكلية الزراعة جامعة طنطا)، كما تم اختيار عينة عشوائية بسيطة أخرى من الباحثين في مجال العلوم الطبيعية الزراعية بمحطة البحوث الزراعية بسخا بلغت ٣٦ مبحوثاً، وذلك لمزيد من الكشف عن آليات تفعيل استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في العمل الإرشادي الزراعي، وبذلك بلغ إجمالي حجم العينة ١٢٢ مبحوثاً.

ثالثاً: أسلوب جمع وتحليل البيانات:

تم الحصول على البيانات اللازمة لتحقيق أهداف البحث من خلال استخدام الاستبيان بالمقابلة الشخصية كأداة لجمع البيانات من عينة البحث، وذلك بعد إعداد وتصميم إستمارة إستبيان مناسبة لهذا الغرض تم عرضها على عشرة من المحكمين الحاصلين على درجة الدكتوراه في الإرشاد الزراعي، وذلك للتحقق من مدى ملائمة البنود الواردة بها في تحقيق أهداف البحث، وقد أجريت التعديلات اللازمة بعد أخذ آراء المحكمين، كما أجرى لها اختبار مبدئي على عشرة أفراد من الباحثين للتأكد من مناسبة جمع البيانات المطلوبة، وجمعت البيانات خلال شهري يناير وفبراير ٢٠٢١ سواء بالمقابلة الشخصية أو عبر الإيميل أو الواتساب، واشتملت إستمارة الإستبيان على ثلاثة أجزاء تضمن أولها بعض الخصائص المميزة للمبحوثين، ويتضمن ثانيها على

مكان تقريبا بجانب إتاحة المواد التعليمية الإرشادية على الهاتف المحمول مما يسهل من عمل المرشد الزراعي.

وأجريت عدة دراسات في هذا الصدد كدراسة الحامولي (٢٠١٨)، ودراسة عبداللا وآخرون (٢٠١٨)، ودراسة دراسة قنفي (٢٠١٨)، ودراسة معلا (٢٠١٨)، ودراسة Thakur and Chander (٢٠١٨a)، ودراسة Thakur and Chander (b٢٠١٨)، ودراسة الحامولي وآخرون (٢٠١٩)، ودراسة المدني (٢٠١٩)، ودراسة عبد الغنى (٢٠١٩)، ودراسة Ifejika et al (٢٠١٩)، ودراسة النويصر (٢٠٢٠)، ودراسة دراز (٢٠٢٠)، والحامولي وآخرون (٢٠٢١) والتي توصلت لعدة نتائج منها: أن بعض تقنيات الإرشاد الإلكتروني ومنها وسائل التواصل الاجتماعي ذات أهمية في نقل المعلومات والمعارف بين الأفراد، وأن لها إيجابيات وسلبيات، ويوجد مبررات عديدة لاستخدامها في مختلف مناحي الحياة ولا سيما في المجال الزراعي. كما تبين أن هذه الدراسات لم تتناول هذا الموضوع من ناحية العمل الإرشادي وفي عدة محافظات ومع الباحثين الزراعيين لاستجلاء آرائهم حول إمكانية وضع رؤية متكاملة للاستفادة من تلك الوسائل في العمل الإرشادي بمحافظات الدراسة.

الطريقة البحثية للدراسة:

أولاً: التعاريف الإجرائية:

- الباحثون الزراعيون المبحوثين: يقصد بهم في هذا البحث كل من رئيس بحوث الإرشاد الزراعي والمجتمع الريفي، وكذلك الباحث الأول والباحث والباحث المساعد في المعاهد البحثية أو فروعها في المحافظات البحثية بمركز البحوث الزراعية، أو ما يعادلهم في كليات الزراعة بالجامعات المصرية.

- استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في العمل الإرشادي: وتم قياسه من خلال سؤال المبحوث لأحدى عشرة وسيلة من وسائل التواصل الاجتماعي في تقديم أى خدمات إرشادية للمستفيدين، وذلك على مقياس متدرج (نعم، لا) وأعطى الدرجات (١، صفر) على الترتيب. تم قياس هذا المتغير من خلال محورين هما: درجة الاستخدام، والرضا عن استخدام تلك الوسائل من خلال: ١- استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في العمل الإرشادي: يقصد به مدى استخدام المبحوث لمجموعة من وسائل التواصل الاجتماعي في العمل الإرشادي، وتم قياسه بسؤال المبحوث عن استخدامه لتلك الوسائل في العمل الإرشادي من عدمه، وذلك على مقياس متدرج (عالي، متوسط، منخفض) وأعطى الدرجات (٣، ٢، ١) على الترتيب، ثم جمعت هذا الدرجات لتعطى قيمة رقمية تعبر عن هذا المتغير، أو المحور أو المكون. ٢- الرضا عن استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في العمل الإرشادي: يقصد به مدى رضا المبحوث من عدمه عن استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في العمل الإرشادي، وتم قياسه بسؤال المبحوث عن مدى رضاه أو عدمه في استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في العمل الإرشادي على مقياس متدرج (راضى، لحد ما، غير راضى) وأعطى الدرجات (٢، ١، صفر) على الترتيب، ثم جمعت هذا الدرجات لتعطى قيمة رقمية تعبر عن هذا المتغير.

- آراء المبحوثين لتفعيل استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في العمل الإرشادي الزراعي: يقصد به مقترحات المبحوثين لتفعيل استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في العمل الإرشادي وذلك من خلال أربعة محاور:

أ- الشكل المفضل لتقديم المعلومات الزراعية: وتم قياسه بعرض ثلاثة عشر ممارسة أو عملية زراعية وطلب من المبحوث الشكل المفضل من وجهة نظره لعرض هذه الممارسات أو العمليات من خلال وسائل التواصل الاجتماعي وذلك من الاختيار من المتعدد (متابعة بصور، متابعة بفيديوهات، دردشة مع متخصص، رسائل على وسائل التواصل الاجتماعي)، وتم حسابها بالتكرارات والنسبة المئوية.

درجة رضاهم عن استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في العمل الإرشادي بين المتوسط والمرتفع.

وتبين النتائج بجدول (٤) أن رضى الباحثين المستخدمين لوسائل التواصل الاجتماعي عن استخدامهم في العمل الإرشادي جاءت مرتبة طبقاً للمتوسط الحسابي المرجح فقد جاءت وسيلة الواتس أب في المقدمة بمتوسط مرجح بلغ ١ درجة، يليه وسيلة فيس بوك بمتوسط حسابي مرجح قدره ٠,٩٨ درجة، ثم وسيلة اليوتيوب بمتوسط مرجح بلغ ٠,٦١ درجة.

ثانياً: تصور الباحثين لتفعيل استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في العمل الإرشادي:

يمكن بلورة تصور الباحثين لتفعيل استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في العمل الإرشادي من خلال المحاور التالية:

أ- الشكل المفضل لتقديم المعلومات الزراعية: أشارت النتائج بجدول (٥) إلى أن ٤٧,٥٪، و٤٣,٤٪ من الباحثين يرون أن المتابعة بفيديوهات أفضل شكل لتقديم المعلومة خلال عملية إعداد الأرض للزراعة، وعملية الزراعة، بينما يرى ٣٦,٩٪ من الباحثين يرون أن المتابعة بفيديوهات وجميع ما سبق أفضل شكل لتقديم المعلومة خلال عملية الري، في حين أن ٤٠,٢٪، و٤٨,٤٪، و٥٠,٨٪، و٤٤,٣٪، و٤٣,٤٪، و٤٥,١٪، و٣٩,٣٪، و٤٢,٦٪، و٤٦,٧٪، و٤٥,١٪ من الباحثين يرون أن جميع ما سبق أفضل شكل لتقديم المعلومة خلال عملية مكافحة الأمراض والحشرات والحشرات، وعملية تدوير المخلفات الزراعية، وعملية الحصاد، وعملية المعاملات ما بعد الحصاد، وعملية استخدام الآلات والمعدات الزراعية، وعملية التسويق، وعملية النقل والتخزين، وعملية تربية المواشى، وعملية تربية الدواجن على الترتيب.

ب- القائم بتقديم المعلومات الزراعية للمستخدمين على مواقع التواصل الاجتماعي: أوضحت النتائج بجدول (٦) أن ٩١٪ من الباحثين يفضلون الباحثون بمركز البحوث الزراعية في تقديم المعلومات الزراعية عبر وسائل التواصل الاجتماعي. كما أن ٦٤,٨٪ منهم يفضلون الأساتذة بكلية الزراعة، بينما ٦٢,٣٪ منهم يفضلون الأخصائيين الزراعيين بمديرية الزراعة، وأن ٥٦,٦٪ منهم يفضلون مهندسين زراعيين بشركات زراعية خاصة، بينما ١٦,٤٪ منهم يفضلون القادة الريفيين في تقديم المعلومات الزراعية للمستخدمين عبر وسائل التواصل الاجتماعي.

ث- خصائص التوصيات الإرشادية عبر وسائل التواصل الاجتماعي:

تشير النتائج بجدول (٧) إلى أن الخصائص التي يجب توافرها في المعلومات الزراعية عبر وسائل التواصل الاجتماعي تمثلت في: الرقابة المستمرة للتأكد من صحة المعلومات بنسبة ٩٩,٢٪، ومقدمة في صور حقيقية حديثة وسهلة التنفيذ أن تكون صحيحة، سليمة ومثبتة علمياً، تشمل مجالات التنمية الريفية المستدامة بنسبة ٩٨,٤٪ لكل منهم، يليهم أن تقدم في الوقت المناسب، مراعاة المعلومات للفروق الفردية بين الزراع أو الريفيين أن تكون المعلومات المقدمة ذات تكلفة قليلة في التطبيق، بنسبة ٩٧,٥٪، يليه أن تكون جذابة للجمهور، استخدام أكثر الطرق سهولة لتوصيل المعلومة، وتتضمن معلومات عن أسعار بيع المحاصيل الزراعية، ألا يكون هناك إسهاب أو تقصير بنسبة ٩٦,٧٪ لكل منهم.

ث- إنشاء صفحة على مواقع التواصل الاجتماعي خاصة بكل إدارة زراعية:

توضح النتائج بجدول (٨) أن مواصفات إنشاء صفحة على مواقع التواصل الاجتماعي خاصة بكل إدارة زراعية تراوحت من ٩٤,٣٪ إلى ٨٦,٩٪، حيث جاء التركيز على التوصيات الفنية المتعلقة بمختلف مجالات الإنتاج الزراعي بمنطقة الإدارة الزراعية بنسبة ٩٤,٣٪ يليه كل من تصميم

مجموعة الأسئلة المتعلقة باستخدام الباحثين لوسائل التواصل الاجتماعي في العمل الإرشادي. بينما يتناول الجزء الثالث أسئلة حول رؤية مقترحة لتفعيل استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في العمل الإرشادي.

رابعاً: تحليل البيانات:

بعد عملية جمع البيانات تم مراجعتها وتفريغها وتبويبها وجدولتها وتصنيفها وفقاً لمتطلبات البحث، وتم تحليل البيانات باستخدام البرنامج الإحصائي Spss version، حيث استخدم عدة أساليب إحصائية في تحليل وعرض البيانات مثل التكرارات والنسب المئوية والمتوسط الحسابي المرجح.

نتائج الدراسة الميدانية ومناقشتها:

أولاً: الوضع الراهن لاستخدام الباحثين لوسائل التواصل الاجتماعي في العمل الإرشادي:

١- استخدام الباحثين لوسائل التواصل الاجتماعي في العمل الإرشادي:

أشارت النتائج بجدول (١) إلى أن الدرجات المعبرة عن استخدام الباحثين لوسائل التواصل الاجتماعي في العمل الإرشادي من (٠ - ١٤) درجة بمتوسط حسابي بلغ ٤,٦٤ درجة، وانحراف معياري ٤,٠٢ درجة. وتبين أن ٣٢,٧٪ من الباحثين لا يستخدمون وسائل التواصل الاجتماعي في العمل الإرشادي، بينما ١٩,٧٪ منهم يستخدمونها بدرجة منخفضة، في حين أن ٢٧,١٪ منهم يستخدمونها بدرجة متوسطة، بينما تبين أن ٢٠,٥٪ منهم يستخدمونها بدرجة مرتفعة.

وتشير هذه النتائج إلى أن ما يقرب من نصف الباحثين (قرابة ٤٧٪) يتراوح استخدامهم لوسائل التواصل الاجتماعي في العمل الإرشادي كان بين المنخفض والمتوسط، بالإضافة إلى أن ثلثهم (قرابة ٣٣٪) كانوا لا يستخدمون تلك الوسائل في العمل الإرشادي، وبالتالي فإن غالبية الباحثين (٨٠٪) كان استخدامهم لتلك الوسائل غير مرضي، وهذا ربما يرجع إلى انشغالهم بمهامهم البحثية في المقام الأول، وهذا قد يؤدي إلى انخفاض درجة استخدامهم لوسائل التواصل الاجتماعي في العمل الإرشادي.

وقد أوضحت النتائج بجدول (٢) أن استخدام الباحثين لوسائل التواصل الاجتماعي في العمل الإرشادي جاءت مرتبة طبقاً للمتوسط الحسابي المرجح حيث جاء فيس بوك والواتس أب في المقدمة بمتوسط مرجح بلغ ١,٥٠ درجة، يليه في الترتيب الثاني وسيلة اليوتيوب بمتوسط مرجح قدره ٠,٨٦ درجة، ثم وسيلة جوجل بلس بمتوسط مرجح بلغ ٠,٥٦ درجة.

٢- رضا الباحثين عن استخدامهم لوسائل التواصل الاجتماعي في العمل الإرشادي:

كشفت النتائج بجدول (٣) عن أن الدرجات المعبرة عن رضا الباحثين المستخدمين لوسائل التواصل الاجتماعي في العمل الإرشادي من (١ - ١٤) درجة بمتوسط حسابي بلغ ٣,١٣ درجة، وانحراف معياري ٢,٧٦ درجة.

واتضح من النتائج بجدول (٤) أن ١٣,٧٪ من الباحثين المستخدمين لوسائل التواصل الاجتماعي في العمل الإرشادي كانوا راضين بدرجة منخفضة عن استخدام تلك الوسائل في العمل الإرشادي، وأن ٥٦,١٪ منهم راضين بدرجة متوسطة، في حين تبين أن ١٢,٢٪ راضين بدرجة مرتفعة.

وتشير هذه النتائج إلى أن أكثر من ثلثي الباحثين (حوالي ٦٨٪) من الباحثين المستخدمين لوسائل التواصل الاجتماعي في العمل الإرشادي كانت

والتوصيات الإرشادية المعروضة دورياً بنسبة ٩٢,٦٪ لكل منهم، بينما جاء إمكانية تطبيق المعلومات المقدمة من خلال هذه الصفحة وبسهولة بنسبة ٩١,٨٪.

الصفحة معبرة عن وزارة الزراعة والإدارة الزراعية وبشكل جذاب، الصفحة تكون متاحة لجميع المسترشدين، نشر كافة المعلومات التسويقية المتعلقة بمستلزمات الإنتاج الزراعي والمنتجات الزراعية، تحديث المعلومات

جدول (١): توزيع المبحوثين وفقاً لدرجة استخدامهم وسائل التواصل الاجتماعي في العمل الإرشادي.

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	%	العدد	درجة الاستخدام
		٣٢,٧	٤٠	لا يستخدم (صفر) درجة
		١٩,٧	٢٤	يستخدم: منخفض (٥-٢) درجة
٤,٠٢ درجة	٤,٦٤ درجة	٢٧,١	٣٣	متوسط (٨-٦) درجة
		٢٠,٥	٢٥	مرتفع (٩-١٤) درجة
		١٠٠,٠	١٢٢	الإجمالي

ن=١٢٢

المصدر: حسب من استمارات الاستبيان

جدول (٢): توزيع المبحوثين وفقاً لاستخدامهم لوسائل التواصل الاجتماعي في العمل الإرشادي.

م	الوسيلة	استخدام وسائل التواصل في العمل الإرشادي			المتوسط المرجح
		عالي	متوسط	منخفض	
١	فيس بوك	٤٢	٢٤	١٠	١,٥٠
٢	واتس أب	٣٨	٣١	٨	١,٥٠
٣	يوتيوب	١٧	٢٥	٥	٠,٨٦
٤	تويتر	٠	٤	١	٠,٠٧
٥	إنستجرام	١	٠	١	٠,٠٣
٦	جوجل بلس	١٣	١٢	٦	٠,٥٦
٧	لينكدان	٠	١	٠	٠,٠١
٨	فايبر	٠	٠	٠	٠,٠٠
٩	لاين	٠	٠	٠	٠,٠٠
١٠	تيك توك	٠	٠	٠	٠,٠٠
١١	سكايب	١	١	٠	٠,٠٤

ن=١٢٢

المصدر: حسب من استمارات الاستبيان

جدول (٣): توزيع المبحوثين وفقاً لدرجة رضاهم عن استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في العمل الإرشادي.

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	%	العدد	درجة الرضا
		١٣,٧	٢٦	منخفض (٣-١) درجة
		٥٦,١	٤٦	متوسط (٧-٤) درجة
٢,٧٦ درجة	٣,١٣ درجة	١٢,٢	١٠	مرتفع (١٠-٨) درجة
		١٠٠,٠	٨٢	الإجمالي

المصدر: حسب من استمارات الاستبيان

جدول (٤): توزيع المبحوثين وفقاً لدرجة رضاهم عن استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في العمل الإرشادي

م	الوسيلة	درجة الرضى		المتوسط المرجح
		راضى	غير راضى	
١	فيس بوك	٤٦	٨	٠,٩٨
٢	واتس أب	٤٩	٨	١,٠٠
٣	يوتيوب	٢٦	٣٣	٠,٦١
٤	تويتر	٣	٧٦	٠,٠٧
٥	إنستجرام	١	٨٠	٠,٠٢
٦	جوجل بلس	١٩	٥١	٠,٤٠
٧	لينكدان	٠	٨١	٠,٠٠٨
٨	فايبر	٠	٨٢	٠,٠٠
٩	لاين	٢	٨٠	٠,٠٣
١٠	تيك توك	٠	٨٢	٠,٠٠
١١	سكايب	٠	٨١	٠,٠٠٨

المصدر: حسب من استمارات الاستبيان

جدول (٥): توزيع المبحوثين وفقاً لشكل تقديم المعلومات الزراعية المفضل.

نوعية المعلومات	متابعة بصور		متابعة بفيديوهات		الردشة مع متخصص		رسائل على وسائل التواصل الاجتماعي		جميع ما سبق	
	عدد	%	عدد	%	عدد	%	عدد	%	عدد	%
عملية إعداد الأرض للزراعة	١٩	١٥,٦	٥٨	٤٧,٥	١١	٩,٠	٧	٥,٧	٤٤	٣٦,١
عملية الزراعة	١٨	١٤,٨	٥٣	٤٣,٤	٨	٦,٦	٩	٧,٤	٤٧	٣٨,٥
عملية الري	١٧	١٣,٩	٤٥	٣٦,٩	١٦	١٣,١	١٣	١٠,٧	٤٥	٣٦,٩
عملية التسميد	٢٠	١٦,٤	٤٦	٣٧,٧	١٥	١٢,٣	١٠	٨,٢	٤٩	٤٠,٢
عملية مكافحة الآفات	١٩	١٥,٦	٤٢	٣٤,٤	١٦	١٣,١	٦	٤,٩	٥٩	٤٨,٤
عملية تدوير المخلفات الزراعية	١٣	١٠,٧	٤٩	٤٠,٢	١٤	١١,٥	٦	٤,٩	٦٢	٥٠,٨
عملية الحصاد	١٩	١٥,٦	٤٥	٣٦,٩	١١	٩,٠	٧	٥,٧	٥٤	٤٤,٣
عملية المعاملات ما بعد الحصاد	٢٠	١٦,٤	٤٥	٣٦,٩	١٣	١٠,٧	٥	٤,١	٥٣	٤٣,٤
عملية استخدام الميكنة الزراعية	١٥	١٢,٣	٥٠	٤١,٠	٩	٧,٤	٢	١,٦	٥٥	٤٥,١
عملية التسويق	٦	٤,٩	٣١	٢٥,٤	٣٩	٣١,٩	٢٢	١٨,٠	٤٨	٣٩,٣
عملية النقل والتخزين	١٢	٩,٨	٤١	٣٣,٦	٢١	١٧,٢	٢٠	١٦,٤	٥٢	٤٢,٦
عملية تربية المواشى	١٢	٩,٨	٤٧	٣٨,٥	٢٣	١٨,٩	٨	٦,٦	٥٧	٤٦,٧
عملية تربية الدواجن	١٣	١٠,٧	٤٩	٤٠,٢	٢٥	٢٠,٥	٦	٤,٩	٥٥	٤٥,١

المصدر: حسب من استمارات الاستبيان

ن=١٢٢

جدول (٦): توزيع المبحوثين وفقاً لتفضيلهم لخبراء تقديم المعلومات الزراعية على مواقع التواصل الاجتماعي.

م	الخبراء	التكرار	%
١	الأساتذة بكلية الزراعة	٧٩	٦٤,٨
٢	الباحثون بمركز البحوث الزراعية	١١١	٩١,٠
٣	مهندسون زراعيون بشركات زراعية خاصة	٦٩	٥٦,٦
٤	الأخصائيون الزراعيون بمديرية الزراعة	٧٦	٦٢,٣
٥	القادة الريفيين	٢٠	١٦,٤

ن=١٢٢

المصدر: حسب من استمارات الاستبيان

جدول (٧): آراء المبحوثين في خصائص التوصيات الإرشادية عبر وسائل التواصل الاجتماعي.

م	الخصائص	التكرار	%
١	تكون المعلومات في مختلف مجالات الإنتاج الزراعي	١١٧	٩٥,٩
٢	متنوعة	١١٦	٩٥,١
٣	تشمل معلومات قانونية زراعية	١٠٦	٨٦,٩
٤	مقدمة في صور حقيقية	١٢٠	٩٨,٤
٥	حديثة وسهلة التنفيذ	١٢٠	٩٨,٤
٦	تتضمن معلومات إدارية زراعية	١٠٧	٨٧,٧
٧	سهلة وواضحة وكافية	١١٦	٩٥,١
٨	تسد احتياجات الزراع أو الريفيين (حل المشكلات الزراعية)	١١٧	٩٥,٩
٩	دقيقة وفي حيز التطبيق العملي في الريف	١١٥	٩٤,٣
١٠	من مصدر موثوق منه	١١٧	٩٥,٩
١١	معروضة في شكل فيديوهات	١١٣	٩٢,٦
١٢	مقدمة بدون مقابل مادي	١١٥	٩٤,٣
١٣	مختصرة	١١١	٩١,٠
١٤	تتضمن خبرات وممارسات سابقة مع بعض الزراع	١١٦	٩٥,١
١٥	ألا يكون هناك اسهاب أو تقصير	١١٨	٩٦,٧
١٦	تتضمن الجوانب البيئية والاجتماعية في حياة الريفيين	١١١	٩١,٠
١٧	تعالج وتقدم في شكل صور	١١٠	٩٠,٢
١٨	مقدمة من خلال الشات مع متخصصين	١١٠	٩٠,٢
١٩	الرقابة المستمرة للتأكد من صحة المعلومات	١٢١	٩٩,٢
٢٠	أن تقدم في الوقت المناسب	١١٩	٩٧,٥
٢١	أن تكون صحيحة وسليمة ومثبتة علمياً	١٢٠	٩٨,٤
٢٢	أن تكون جذابة للجمهور	١١٨	٩٦,٧
٢٣	معروضة بأكثر من معالجة (صور- فيديوهات، وغيرها)	١١٧	٩٥,٩
٢٤	توفير معلومات دعائية للجهات الحكومية	١٠١	٨٢,٨

٩٦,٧	١١٨	٢٥	استخدام أكثر الطرق سهولة لتوصيل المعلومة
٩٨,٤	١٢٠	٢٦	تشمل مجالات التنمية الريفية المستدامة
٩٦,٧	١١٨	٢٧	تتضمن معلومات عن أسعار بيع المحاصيل الزراعية
٩٥,٩	١١٧	٢٨	تتضمن معلومات عن أسعار مستلزمات الإنتاج الزراعي
٩٧,٥	١١٩	٢٩	مراعاة المعلومات للفروق الفردية بين الزراع أو الريفيين
٩٧,٥	١١٩	٣٠	أن تكون المعلومات المقدمة ذات تكلفة قليلة في التطبيق

ن=١٢٢

المصدر: حسب من استمارات الاستبيان

جدول (٨): توزيع المبحوثين وفقاً لمواصفات إنشاء صفحة على مواقع التواصل الاجتماعي خاصة بكل إدارة زراعية

م	المواصفات	التكرار	%
١	تصمم الصفحة معبرة عن وزارة الزراعة والإدارة الزراعية وبشكل جذاب.	١١٣	٩٢,٦
٢	الصفحة تكون متاحة لجميع المسترشدين.	١١٣	٩٢,٦
٣	توفير صفحة لكل جمعية وربطها بصفحة الإدارة الزراعية لربط المعلومات المناسبة لكل زمام	١١٠	٩٠,٢
٤	يتوفر مشرف للصفحة خبير للتحكم الجيد في النشر والعمل على إرسال المعلومات الصحيحة.	١١٢	٩١,٨
٥	تكون الصفحة تحت رقابة إدارة من وزارة الزراعة ومركز البحوث الزراعية لترسيخ المصداقية.	١١١	٩١,٠
٦	التركيز على التوصيات المتعلقة بمختلف مجالات الإنتاج الزراعي بمنطقة الإدارة الزراعية.	١١٥	٩٤,٣
٧	نشر كافة المعلومات التسويقية المتعلقة بمستلزمات الإنتاج الزراعي والمنتجات الزراعية.	١١٣	٩٢,٦
٨	تهتم الصفحة بتفعيل دور المراكز الإرشادية والجمعيات التعاونية بمحيط المركز الإداري.	١١٢	٩١,٨
٩	تركز على تفعيل دور المنظمات الريفية كمراكز الشباب الريفي وجمعية تنمية المجتمع	١٠٦	٨٦,٩
١٠	تلعب الصفحة دور في حصر مشكلات المسترشدين بالمنطقة التي تخدمها.	١١٠	٩٠,٢
١١	تتسم المعلومات المقدمة من خلال هذه الصفحة بالبساطة والسهولة والوضوح.	١١١	٩١,٠
١٢	إمكانية تطبيق المعلومات المقدمة من خلال هذه الصفحة وبسهولة.	١١٢	٩١,٨
١٣	تحديد مواعيد معلنة للرد على استفسارات المسترشدين.	١١٠	٩٠,٢
١٤	تحديث المعلومات والتوصيات الإرشادية المعروضة دورياً.	١١٣	٩٢,٦
١٥	تقدم الخدمة من خلالها بصورة مجانية في البداية.	١١١	٩١,٠
١٦	التنسيق بين المواقع الزراعية لإرساء مبدأ تبادل المعرفة العلمية النافعة للمسترشدين.	١١١	٩١,٠
١٧	تدريب القادة المحليين على كيفية الاستفادة منها ليكونوا حلقة وصل مع المسترشدين.	١٠٩	٨٩,٣
١٨	تحفيز المسترشدين الأكثر استخداماً واستفادة من تلك الصفحة.	١٠٨	٨٨,٥
١٩	التقييم المستمر للصفحة من وجهة نظر المسترشدين والخبراء المتخصصين لتطويرها.	١١٣	٩٢,٦

ن=١٢٢

المصدر: حسب من استمارات الاستبيان

توصيات الدراسة:

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

المجلس الاقتصادي والاجتماعي للأمم المتحدة (٢٠١٢): الابتكار والبحث ونقل التكنولوجيا تحقيقاً للمنفعة المتبادلة وتنظيم المشاريع والتنمية القائمة على التعاون في مجتمع المعلومات، اللجنة المعنية بتسخير العلم والتكنولوجيا لأغراض التنمية، الدورة الخامسة عشر، جنيف، ٢١-٢٥ مايو.

المدني، أسامة غازي (٢٠١٩): دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام لدى طلبة الجامعات السعودية "جامعة أم القرى نموذجاً"، جامعة السلطان قابوس، مجلة الآداب والعلوم الاجتماعية، ص ص: ٤٢٥-٣٩٥.

النويصر، أمل عبد الرحمن حمود (٢٠٢٠): أسلوب استخدام الشباب لشبكات التواصل الاجتماعي وعلاقته بإدارة الذات لديهم، قسم تصميم الأزياء، كلية التصاميم، جامعة القصيم، المملكة العربية السعودية، مجلد ٢٠٢٠، عدد ٥٨، ص ص: ٤٠٥-٤٢٠.

جمال، أماني (٢٠١١): استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في تقديم خدمات مكتبية متطورة، بحث منشور علي الانترنت، موقع وحدة المعرفة.

دراز، سامي محمد (٢٠٢٠): آلية استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في العمل الإرشادي الزراعي من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس بكليات الزراعة بالجامعات المصرية، مجلة الإسكندرية للتبادل العلمي، مجلد ٤١، عدد ٢، ص ص: ٦٢-٨٤.

عبد الغنى، محمد محمد محمد (٢٠١٩): دراسة لجاهزية استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في الإرشاد الزراعي بمحافظة أسيوط، مجلة اتحاد الجامعات العربية للعلوم الزراعية، جامعة عين شمس، القاهرة، مصر، مجلد ٢٧، عدد ٣، ص ص: ١٧٨٣-١٨٠١.

عبد اللا، مختار محمد، ومحمد حسن قاسم، وعبدالباقي موسى الشايب، عصام محمد البعلبي، ومحمد أحمد رشوان (٢٠١٨): استخدام العاملين الإرشاديين الزراعيين للمواقع الإلكترونية الزراعية بمحافظة الغربية، مجلة الزقازيق للبحوث الزراعية، مجلد (٤٥) عدد (١)، ص ص: ٣٩٥-٤٠٧.

عبد المقصود، بهجت محمد (٢٠١٧): رؤية لتحديث نظام الإرشاد الزراعي في مصر، مجلة جامعة أسيوط للعلوم الاجتماعية، مجلد (٢)، عدد (٤٨)، ص ص: ٥٣٥-٥٤٨.

عبد الواحد، منصور أحمد ب (٢٠١٥): استخدام العاملين بالإرشاد الزراعي لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات في العمل الإرشادي بمحافظة سوهاج، المجلة الأردنية في العلوم الزراعية، مجلد (١١)، عدد (٢)، ص ص: ٥٣٩-٥٥٠.

عمر، عمر صفوت يوسف (٢٠١٧): دراسة بعض المتغيرات المؤثرة على استخدام الباحثين للمواقع الإلكترونية الزراعية في مصر، رسالة دكتوراه، قسم الاقتصاد الزراعي، كلية الزراعة، جامعة المنيا.

قشطه، عبد الحليم عباس (٢٠١٢): الإرشاد الزراعي رؤية جديدة، جرين لاين للطباعة، القاهرة.

قنفي، سهام (٢٠١٨): "مواقع التواصل الاجتماعي في العملية التعليمية ومدى فاعليتها لدى للطلبة: دراسة ميدانية على عينة من طلبة علوم الإعلام والاتصال بجامعة محمد خضرم بسكرة" الفيسبوك نموذجاً"، مجلة الدراسات

بناءً على النتائج السابقة يمكن القول أن أهم ملامح النظام المقترح الذي يمكن الاستناد إليه لتفعيل استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في العمل الإرشادي من وجهة نظر الباحثين هو: إنشاء مواقع خاصة بالمؤسسات الزراعية علي وسائل التواصل الاجتماعي المتاحة كالفييس، واتس أب، وعمل دورات تدريبية للعاملين الإرشاديين عن استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في العمل الإرشادي، وتحديث المعلومات والتوصيات الإرشادية المقدمة بشكل دوري، ووجود رقابة جيدة للتأكد من مصداقية المعلومات المنشورة على وسائل التواصل الاجتماعي، وتوفير خدمة الانترنت مجاناً، وتحسين جودة وسرعة الانترنت، واستخدام برامج الحماية المختلفة لأمان الصفحات والمستخدمين، وتكوين مجموعات اتصالية من ذوي الخبرة داخل كل منطقة زراعية للرد على استفسارات المسترشدين، ثم بث المعلومات والتوصيات الإرشادية بصورة دورية منتظمة (يوميًا/ أسبوعيًا/ شهريًا...)، ونشر استخدام وسيلة الواتس أب لسهولة استخدامه وسرعته، وإعداد دورات تدريبية للمسترشدين عن كيفية استخدام وسائل التواصل للحصول على المعلومات، وإنشاء قاعدة بيانات للمسترشدين الذين لديهم هواتف محمولة تستخدم وسائل التواصل الاجتماعي، وتوعية الريفيين (رجال/ شباب/ نساء) بكيفية استخدام وسائل التواصل الاجتماعي والاستفادة منها، وإمكانية الربط المباشر ما بين المسترشدين وبعض الهيئات والجهات الزراعية الرسمية الأخرى، على أن يكون الشكل المفضل لتقديم المعلومات الزراعية: متابعة بصور، ومتابعة بفيديو هات، ودرشة مع متخصص. ورسائل على وسائل التواصل الاجتماعي، ويقوم بتقديم المعلومات الزراعية للمستفيدين على مواقع التواصل الاجتماعي كل من الباحثين بمركز البحوث الزراعية، والأساتذة بكليات الزراعة.

المراجع:

البعلبي، عصام محمد ابراهيم (٢٠١٨): تطبيقات الإرشاد الزراعي الإلكتروني أين وإلى أين؟، الجمعية العلمية للإرشاد الزراعي، المؤتمر الخامس عشر للجمعية العلمية للإرشاد الزراعي مستقبل الإرشاد الزراعي الإلكتروني في مصر" نحو خدمة إرشادية زراعية ذكية"، مركز البحوث الزراعية الجيزة، ٢٨-٢٩ أكتوبر، ص ص: ٦٥-٩١.

الجبوري، خطاب عبد الله محمد (٢٠١٦): نبوغ الأفكار الزراعية بين الزراع المتواصلين مع المرشدين من خلال الفيس بوك بمحافظة كركوك - العراق، رسالة دكتوراه، كلية الزراعة، جامعة الاسكندرية.

الحامولي، عادل ابراهيم محمد (٢٠١٨): أثر استخدام الطلاب لشبكة الفيسبوك علي معارفهم في مجال تدوير المخلفات المنزلية (دراسة تطبيقية علي طلاب كلية الزراعة بجامعة كفر الشيخ)، المؤتمر الدولي العلمي الثالث للعلوم الزراعية، كلية الزراعة، جامعة كركوك، ٧-٨ نوفمبر، العراق.

الحامولي، عادل ابراهيم محمد، ومنال فهمي ابراهيم، ومنى محمد القاضي (٢٠١٩): استخدام العاملين بالمراكز الإرشادية الزراعية للمواقع الإلكترونية الزراعية بمحافظة كفر الشيخ، مجلة العلوم الزراعية المستدامة، مجلد ٤٥، عدد ٣، ص ص: ٢٠١-٢١٠.

الحامولي، عادل ابراهيم محمد، وميادة عوض الشوافي، وإسراء على حسن (٢٠٢١): تقييم استخدام الهاتف المحمول لتنمية وعي المرأة الريفية في مجال رعاية الأمومة بقرية شنو مركز كفر الشيخ محافظة كفر الشيخ، مجلة العلوم الزراعية المستدامة، مجلد ٤٧، عدد ٢، تحت النشر.

الخولي، الخولي سالم (٢٠١٨): رؤية استراتيجية لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي في العمل الإرشادي الزراعي بجمهورية مصر العربية، مؤتمر الجمعية العلمية للإرشاد الزراعي الخامس عشر "مستقبل الإرشاد الزراعي الإلكتروني نحو خدمة إرشادية زراعية ذكية"، ٢٨-٢٩ أكتوبر، الدقي، القاهرة.

Indian Context, Asian Journal of Agricultural Extension, Economics & Sociology, 27(2), pp: 8-1.

Scholarly articles for Ifejika et al (2019), Available online at: [https://www.google.com/search?q=Ifejika+et+al+\(2019\), \(15/4/2020\)](https://www.google.com/search?q=Ifejika+et+al+(2019), (15/4/2020)

[https://wearesocial.com/blog/2018/01/global-digital-report-2018 \(5/4/2020\)](https://wearesocial.com/blog/2018/01/global-digital-report-2018 (5/4/2020)

[https://www.mawdoo3.com, \) 1/2019\).](https://www.mawdoo3.com,) 1/2019).)

[https://www.Kse.org.Kw1A1_Mohardsoon/issue/113/article/365 \(20/4/2020\)](https://www.Kse.org.Kw1A1_Mohardsoon/issue/113/article/365 (20/4/2020)

Contribution of author:

The author has made whole steps of the work: (Design, Data collection, Data analysis and interpretation, drafting the article, Critical revision of the article, and final approval of the version to be published).

The author has no conflict of interest to declare. There is no financial interest to report. I certify that the submission is original work and is not under review at any other publication.

والبحوث الإنسانية، مخبر الدراسات الإنسانية والأدبية، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة العربي التبسي، تبسة، المجلد الثاني، العدد السادس، ص: ٨٨-١٠٤.

معلا، وسيلة الرشيد أحمد (٢٠١٨): فاعلية تطبيق الواتس اب في نشر المستحدثات الزراعية بمشروع سوبا غرب الزراعي، رسالة ماجستير غير منشورة، قسم الإرشاد الزراعي والتنمية الريفية، كلية الدراسات العليا والبحث العلمي، جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا.

نجم، عماد الحسيني على (٢٠٠٧): استخدام باحثوا الإرشاد الزراعي لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات في عملهم، مجلة الجمعية العلمية للإرشاد الزراعي، مجلد ١١، عدد ٢، ص: ٢٨-١.

Arab Social Medial Influencers Summit, Arab Social Medial Report 2015, Available online at: [http://wam.ae/en/details \(20/4/2021\).](http://wam.ae/en/details (20/4/2021).)

Krejcie, R.V and Morgan, D.W. (A1970): Determining Sample Size for Research Activies, Education and Psychological Measurement, 30, PP: 607-610.

Thakur, D. and Chander, M. (2018a): Use of Social Media in Agricultural Extension: Some Evidences from India, International Journal of Science, Environment, and Technology, Vol. 7, No 4, 2018, pp. 1334 – 1346.

Thakur, D. and Chander, M. (2018b): Social Media in Agricultural Extension: Benefits and Challenges under

Agricultural Researchers' Perception for Using Social Media in Extension Work at some Egyptian Governorates

Adel I. M. A. Elhamoly¹, Abdelalem S. Elshafay² and Sahar A. Nada²

¹Department of Agriculture Extension, Faculty of Agriculture, Kafrelsheikh University, ²Institute of Agriculture Extension and Rural Development, Agriculture Researches Center, Egypt.

THE RESEARCH aimed to identify Agricultural Researchers' Perception for Using Social Media in Extension Work at some Egyptian Governorates. Four governorates were selected: Alexandria, Kafr El-Sheikh, Beheira and Gharbia, The number of researchers in the field of agricultural extension and rural development, whether in a research station or a college of agriculture, was limited to 112 researchers. And using the Krijcei and Morgan equation, a simple random sample of 86 respondents was chosen, proportionally distributed over the selected governorates. Also a sample of 36 respondents was taken from researchers in field of the agricultural natural sciences. The frequencies, percentage, mean, and weighted average was used to analyze and present the research data. The most important results were: That 32.7% of the respondents do not use social media in extension work, while 33% of them use it to a low and medium degree, and the most important of these means are Facebook and Whatsapp. That 68% of them using social media were moderately and highly satisfied with the use of these means in the extension work. From their vision points was: creating websites for agricultural institutions on social media, conducting training courses for workers on use the means in extension work, updating the extension recommendations submitted periodically.

Key words: Social media, Researchers, Electronic Extension, Facebook, Whatsapp, YouTube, Twitter.