

اتجاهات الزراعة نحو استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في العمل الإرشادي الزراعي بمحافظة الفيوم

سلوى محمد عبد الجواد أحمد^١

الملخص العربي

استهدف البحث تحديد طبيعة اتجاهات المبحوثين نحو استخدام وسائل التواصل الاجتماعي (الواتس اب، الفيس بوك، اليوتيوب، الماسنجر، الانستجرام) في العمل الإرشادي الزراعي، والتعرف على الموضوعات الإرشادية الزراعية التي يرغب المبحوثون في الحصول عليها من خلال تلك الوسائل، كذلك التعرف على الطرق التي يفضلها المبحوثون لعرض معلوماتهم عليها، وتحديد العوامل المؤثرة على درجة اتجاهات المبحوثين نحو استخدام بعض وسائل التواصل الاجتماعي في العمل الإرشادي، بالإضافة للتعرف على أهم المعوقات التي تواجه المبحوثين في استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في العمل الإرشادي الزراعي ومقترحاتهم للتغلب عليها.

وقد تم اختيار قريتي كفور النيل وبنى صالح بمركز الفيوم بطريقة عشوائية، وقد بلغ حجم العينة وفقاً لمعادلة كرجيسي ومورجان ٣٤٠ مبحوثاً وهي تمثل ١١,٨% من اجمالي شاملة الدراسة، حيث تم توزيع مفردات العينة على قريتي الدراسة بنفس نسبة تواجدها بالشاملة، أي بواقع ١٤٦ مبحوثاً بقرية كفور النيل، و ١٩٤ مبحوثاً بقرية ببنى صالح.

وقد أوضحت النتائج أن أقل من نصف المبحوثين بنسبة ٤١,٢% كانت اتجاهاتهم ايجابية نحو استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في الحصول على المعلومات الزراعية، بينما تبين أن نسبة ٢٥,٩% من المبحوثين كانت اتجاهاتهم حيادية نحو ذلك.

وقد اسهمت متغيرات درجة المعرفة بمزايا استخدام وسائل التواصل الاجتماعي، وعدد سنوات التعليم، والسن، والاتجاه نحو التغيير، في تفسير ٧٧,٥% من التباين الحادث في درجة اتجاهات المبحوثين نحو استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في العمل الإرشادي الزراعي.

الكلمات المفتاحية: الاتجاهات - العمل الإرشادي الزراعي - وسائل التواصل الاجتماعي.

المقدمة والمشكلة البحثية

تقوم تكنولوجيا المعلومات والاتصالات الحديثة بدور مهم في كل مناحي الحياة، وقد شهدت الأعوام الأخيرة زيادة ملحوظة في استخدامها في مجالات متعددة بالمناطق الريفية خاصة في الدول النامية رغم وجود الكثير من المشاكل المرتبطة بهذا الاستخدام (عبد الواحد، وعبد المنعم، ٢٠١٨، ص ٢٣)، وظهر ما يسمى بالمجتمعات المعلوماتية Information Societies، التي يعتمد اقتصادها بصفة رئيسية على مصادر جمع المعلومات وتحليلها وتنسيقها وتوظيفها بطريقة آلية سريعة من خلال أجهزة الاتصال المختلفة والمتعددة. وهذا ما دعى العديد من الدول إلى ضرورة إجراء تعديلات وإحداث تغييرات جوهرية أساسية في أنظمتها المتعددة منها التكنولوجية لكونها أصبحت تمثل عنصراً أساسياً لأي نشاط ممارس، ومحك رئيسي لاتخاذ القرارات الصحيحة (صالح ٢٠١٨، ص ٢٩).

وتعتبر تكنولوجيا المعلومات والاتصالات ICTs بمثابة القوى الدافعة الرئيسية لتمكين التنمية الزراعية والقطاع الزراعي، ذلك القطاع الذي يوفر سبل العيش لغالبية السكان (Kamruzzaman et al., 2018, p132)، وقد اعتمدت الزراعة المصرية على تكنولوجيا المعلومات والاتصالات حيث استخدمت نظم الحاسب الآلي وتطبيقاته التكنولوجية في القطاع الزراعي بتوفير برامج باللغة العربية ليسهل على الزراع والمرشدين الزراعيين استخدامها ونقل المعارف

معرف الوثيقة الرقمية: 10.21608/asejaiqsae.2022.271555

^١قسم الاقتصاد الزراعي، كلية الزراعة، جامعة الفيوم

استلام البحث في ٢٠ أكتوبر ٢٠٢٢، الموافقة على النشر في ٢٥ نوفمبر ٢٠٢٢

التواصل الاجتماعي مثل الفيس بوك، والواتساب، واليوتيوب، والمانسجر والانستجرام لتكون بديلاً عن الوسائل التقليدية (عبد الواحد، ٢٠١٥، ص ٥٤١)، وهذا ما سيحاول أن يلقي البحث الضوء عليه نظراً لتزايد أهمية التواصل مع المستهدفين ومشاركة المعلومات والخبرات معهم، والذي يعود بالنفع على العمل الإرشادي الزراعي، وذلك من خلال الاستفادة من وسائل التواصل الاجتماعي الحديثة والتي انتشرت بدرجة كبيرة في الريف المصري، والتي تمثل أحد الوسائل التي يمكن الاستعانة بها في سد الفجوة بين نقص أعداد المرشدين الزراعيين واحتياجات المستهدفين من الخدمات الإرشادية الزراعية، خاصة وقد أصبح لدى غالبيتهم مهارة في استخدام تلك الوسائل في التواصل فيما بينهم، والتي يمكن الاستفادة منها في نقل التوصيات والمعلومات الإرشادية من مصادرها إلى المستهدفين من الزراع.

الاهداف البحثية

- ١- تحديد طبيعة اتجاهات المبحوثين نحو استخدام وسائل التواصل الاجتماعي (الواتس اب، الفيس بوك، اليوتيوب، المانسجر، الانستجرام) في العمل الإرشادي الزراعي.
- ٢- التعرف على الموضوعات الإرشادية الزراعية التي يرغب المبحوثون في الحصول عليها من خلال وسائل التواصل الاجتماعي المدروسة.
- ٣- التعرف على الطرق التي يفضلها المبحوثون لعرض المعلومات على وسائل التواصل الاجتماعي محل الدراسة.
- ٤- تحديد العوامل المؤثرة على درجة اتجاهات المبحوثين نحو استخدام بعض وسائل التواصل الاجتماعي في العمل.
- ٥- التعرف على أهم المعوقات التي تواجه المبحوثين لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي في العمل الإرشادي الزراعي ومقترحاتهم للتغلب عليها.

والمعلومات المتطورة الحديثة التي يحتاجون إليها في الوقت والمكان المناسبين لزيادة إنتاجيتهم من المحاصيل المنزرعة لدفع عملية التنمية المستدامة (صالح، ٢٠١٨، ص ٣٢).

ومما لا شك فيه أن الخدمات الالكترونية تعمل على تيسير الأعمال والسرعة في تنفيذها الأمر الذي يؤدي إلى تقدم الأعمال وما ينطبق على الأعمال فهو ينطبق على الخدمات بثنتى أنواعها ومنها الخدمات الإرشادية والتي تتطور تطوراً كبيراً بتطور الخدمات الالكترونية سواء خدمات الويب أو المحمول أو التطبيقات الالكترونية المختلفة ومنها وسائل التواصل الاجتماعي (فرج ، ٢٠١٨ ، ص ٥٥).

وقد أصبحت وسائل التواصل الاجتماعي Social Media ظاهرة ثقافية سائدة ذات شعبية كبيرة للغاية لأنها تتيح للأفراد سهولة التواصل، وتبادل الأفكار والمعلومات دون أي حاجز جغرافي، وبالتالي تستبدل حالياً الطرق التقليدية لنقل المعلومات من خلال المطبوعات أو الاتصال وجهاً لوجه بمنافذ الاتصال على شبكة الانترنت ومنها وسائل التواصل الاجتماعي، حيث تمثل تحولاً في كيفية الحصول على المعلومات وتدعيم الحاجة الانسانية للتفاعل الاجتماعي من خلال التكنولوجيا.

ويمكن لوسائل التواصل الاجتماعي بأشكالها المختلفة أن تقوم بدور هام في تقديم الخدمات الاستشارية الزراعية والاندماج مع المستهدفين من الزراع، وشمولية تقديمها بجميع المناطق، والمشاركة مع جميع الجهات الفاعلة في أنظمة الابتكار الزراعي، وعلى الرغم من تلك المزايا إلا أن استخدامها الفعلي لا يزال منخفضاً بسبب صعوبات متعددة حيث البنية التحتية والافتقار إلى مهارات استخدام تلك الوسائل، (Bhattacharjee&Saravanan, 2016, p3).

وفي ظل مشكلات الجهاز الإرشادي الزراعي الذي يتأكل جهازه الوظيفي، ببلوغ العاملين فيه سن التقاعد وعدم تعيين مرشدين جدد، كان ضرورياً الاتجاه نحو استخدام الوسائل التكنولوجية المتطورة مثل الحاسب الآلي والانترنت ووسائل

الإطار النظري:

القاعدة المعلوماتية الموجودة لدى الفرد عن موضوع الاتجاه، والمكون الأدائي (النزوعي) أو الأداء السلوكي، فالاتجاهات هي موجبات لسلوك الفرد (عماشة، ٢٠١٠، ص ٣٠، ص ٣١).

وتعرف وسائل التواصل الاجتماعي: بأنها أدوات مخصصة للاتصال الرقمي تساعد في التفاعل بين مجموعة من الأشخاص وتعمل كوسائط لتبادل المعلومات في جميع انحاء العالم، مثل Facebook و Youtube وتطبيق Whats App (Chepkirui, 2021, p51)، وتؤدي هذه التكنولوجيا إلى تحويل جهاز الاستقبال إلى آلة فعالة لنقل المعلومات من خلال الربط عن طريق خطوط التليفون ويستطيع المستفيد من هذه الخدمة أن يتصل بالموقع المركزي من أجل الحصول على المعلومات المتخصصة (الديب وآخرون، ٢٠١٨، ص ٢٠٩).

أسباب استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في العمل الإرشادي الزراعي:

تعمل وسائل التواصل الاجتماعي على توفر أدوات لموظفي الإرشاد الزراعي لمشاركة المعلومات، وأن يكونوا على دراية بالتطورات الجارية في قطاع الزراعة، وبناء مجتمعات مطلعة ومستنيرة حول ظروف الإنتاج والمشكلات التي تواجه المزارعين... الخ. وكذلك استخدامها في الوصول إلى المناطق الريفية النائية وذلك من خلال تطبيقات الـ Facebook, Whats App, Youtube تسليط الضوء على المشاريع التنموية في المناطق الحساسة والتي تعاني من نقص التمويل (Saravanan & Suchiradipta, 2017, p23-24).

الشباب الريفي ممن يهتمون بالعمل الزراعي، والتأثير على عدد كبير منهم للعودة للقطاع الزراعي بممارسات زراعية أفضل، كما أنها توفر الرؤى والأدلة المطلوبة للتأثير على صانعي السياسات، بخلق وتشكيل الرأي العام عند استخدامها بكفاءة، أيضاً استخدامها كمنصة مشتركة لجميع أصحاب

يعد مفهوم الاتجاه من المفاهيم ذات القيمة الكبيرة في ميدان البحوث الاجتماعية والنفسية، كونه وسيلة للتنبؤ بسلوك الأفراد، كما يؤثر بدرجة كبيرة في التفكير الاجتماعي للأفراد (Erwin, 2001, p12).

وذكر (Green, 1990, p 305) أن الاتجاه هو "مفهوم يعبر عن محصلة استجابات الفرد نحو موضوع ذو صبغة اجتماعية، وذلك من حيث مدى تأييد الفرد لهذا الموضوع، أو معارضته له".

والاتجاه النفسي هو "تكوين فرضي يشير إلى توجه ثابت أو تنظيم مستقر إلى حد ما لمشاعر الفرد ومعارفه واستعداده للقيام بأعمال معينة نحو موضوع من موضوعات التفكير سواء كانت عينية أو مجردة، ويتمثل في درجات من القبول أو الرفض لهذا الموضوع، ويمكن التعبير عنها لفظياً أو أدائياً" (درويش، ٢٠٠٥، ص ٩١).

ومن أهم العوامل التي تؤثر في تكوين الاتجاهات ونشأتها هي الدوافع والحاجات التي تعتبر القوى المحركة للفرد على العمل والنشاط والمؤثرات الثقافية، بالإضافة إلى المؤثرات الأسرية والجماعية التي تؤثر على تكوين اتجاهات الفرد عن طريق التطبيع الاجتماعي (حبيب، ٢٠٠٦، ص ١٠٢-١٠٥).

وتمتاز الاتجاهات بخصائص معينة منها: أنها عبارة عن تكوينات نفسية متعلمة وليست فطرية تكتسب من خلال الخبرات والتفاعل مع الأشياء أو الأشخاص، وتميل الاتجاهات إلى أن تكون ثابتة نسبياً، وعادة ما تكون تقييمية بمعنى أنها أدوات نحكم من خلالها على الأشياء بطريقة ايجابية أو سلبية وبدرجات متفاوتة (Sternberg, 2001, pp 204-205).

وتتكون الاتجاهات من ثلاث مكونات هي: المكون الانفعالي (العاطفي) ويتصل بمشاعر الحب والكراهية نحو موضوع الاتجاه، والمكون العقلي (المعرفي)، وهو الذي يمثل

Youtube وغيرها بالكامل من قبل ادارات الإرشاد الزراعي والتنمية للوصول إلى المزارعين في الهند.

٢- دراسة (Iwuchukwu, Juliana Chinasa et al. (2019) أشارت النتائج إلى أن (٨٢,٤٪) يستخدمون الفيسبوك، و(٧٤,٢٪) يستخدمون الواتساب من مصادر التواصل الاجتماعي المستخدمة في الحصول على المعلومات. وأشار غالبية الباحثين (٧٠,١٪) إلى أن الفيسبوك هو وسيلة اجتماعية مناسبة لإيصال أفضل الممارسات الزراعية المختلفة، بينما أشار ٦٩,١٪ إلى أنه مناسب لخلق الوعي والمشاركة في البرنامج / المشروع الزراعي. وفيما يتعلق بـ Whatsapp فهو مناسب للإبلاغ عن حالة السوق / أسعار السلع الزراعية حيث ذكر ذلك بنسبة (٥٦,٧٪)، ويرى (٥٣,٦٪) أنه الأفضل في نقل الممارسات الزراعية المختلفة.

٣- دراسة عبد الغني (٢٠١٩)، أوضحت نتائج الدراسة انخفاض استعداد المنظمة الإرشادية بمحافظة أسيوط لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي في الوقت الراهن من وجهة نظر العاملين بالجهاز الإرشادي بالمحافظة، في حين كان الزراع الباحثين لديهم رغبة مرتفعة في استخدام وسائل التواصل الاجتماعي للحصول على الخدمات الإرشادية.

٤- دراسة حرحش (٢٠١٩) وكانت أهم نتائجها أنه: توجد علاقة ارتباطية تأثيرية ومعنوية بين سن الباحثين، والمستوى التعليمي للباحثين واهتمامهم الاتصالي بالإرشاد الزراعي وتعرضهم لمصادر المعلومات الزراعية وحيازتهم واستخدامهم لوسائل الاتصال الاللكترونية واستخدامهم للهاتف المحمول ومعرفتهم بفوائد استخدام تكنولوجيا الاتصالات في العمل الإرشادي وبين طبيعة اتجاهاتهم العامة نحو استخدام بعض وسائل الاتصال الحديثة في العمل الإرشادي، كما تبين وجود علاقة ارتباطية تأثيرية عكسية بين معوقات استخدام الباحثين

المصلحة لإجراء حوار وزيادة إدراج الفئات المحرومة بشكل عام مثل النساء والمهمشين اجتماعياً. كما أنها تقوم بدور هام في عملية التسويق ومعرفة المستهلكين بالمنتجات المتاحة، ومدى جودتها، وتحسين العلاقات مع العملاء الحاليين، وما إلى ذلك (Lauren Manning et al., 2014, p7,8).

وفيما يتعلق بنقاط القوة في استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في العمل الإرشادي فقد ذكرها الخولي (٢٠١٨، ص ص ١٠، ١١) في: وجود أربع شبكات للمحمول في مصر، واتساع مساحة التغطية لتلك الشبكات، وتوفر أجهزة المحمول مع كل شخص تقريباً، وانخفاض تكلفة استخدام الانترنت، وسهولة استخدام الهواتف المحمولة من جانب الريفيين، وسهولة حمل الهواتف واستخدامها أثناء العمل، وتوفر وتنوع وسائل التواصل الاجتماعي عبر الهواتف المحمولة، ووجود عدد من الشركات الزراعية الخاصة لديها إمكانيات فنية ومادية لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي مع مزارعيها، وسرعة وصول المعلومات الزراعية إلى مستخدميها من الزراع، وسرعة وصول التغذية المرتدة من المستقبلين للرسائل، والوصول إلى أكبر عدد من المستخدمين في وقت قصير، وإمكانية قيام المزارع بحفظ الرسائل الإرشادية في الهاتف المحمول، وتكرار نشر الرسالة الإرشادية أكثر من مرة.

الدراسات السابقة

١- دراسة (Devesh Thakur, Mahesh Chander (٢٠١٨)، أشارت نتائج الدراسة أنه يتم استخدام Facebook, WhatsApp, Youtube لمشاركة المعلومات الخاصة بالزراعة في مناطق مختلفة من الهند، وأوضحت النتائج أن في السنوات الأخيرة (٢٠١٤ فصاعداً) أصبح Youtube مصدراً جيداً للمعلومات القائمة على تربية الحيوانات بناءً على مقاطع الفيديو التي تم تحميلها، وعلى الرغم من ذلك لم يتم استغلال إمكانات قنوات الاتصال الاجتماعي مثل Facebook, WhatsApp,

المزارعين لديهم اتجاهات ايجابية نحو استخدام تطبيقات الهاتف المحمول، وإنهم على دراية بأساليب تشغيل الهاتف، وتمثلت القيود المفروضة على استخدام تطبيقات الهاتف المحمول في ارتفاع تكلفة الهواتف، وضعف الشبكة، وضعف امدادات الطاقة، وارتفاع تكلفة البث، وأوصت الدراسة بضرورة تدريب المزارعين ووكلاء الإرشاد على استخدام تطبيقات الهاتف المحمول لتبادل المعلومات بشكل فعال بين المزارعين في المنطقة.

تعقيب على الدراسات السابقة

هناك العديد من الدراسات السابقة التي تناولت استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في العمل الإرشادي من وجهة نظر العاملين بالإرشاد الزراعي، وذلك مقارنة بالمستفيدين بالخدمة الإرشادية، وهو ما سعت له الدراسة الحالية في التعرف على اتجاهات المستفيدين بالخدمة الإرشادية نحو استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في الحصول على المعلومات الزراعية، خاصة أنه كان هناك تباين في نتائج الدراسات التي أمكن الاطلاع عليها، حيث هناك من أفاد بانخفاض استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات من قبل المزارعين، والبعض الآخر أفاد باتجاهاتهم الايجابية نحو استخدامها، كذلك سعت تلك الدراسة إلى التعرف على مستوى ومعرفتهم بمزايا استخدام وسائل التواصل الاجتماعي، كذلك التعرف على الطرق التي يفضلها المبحوثون لعرض المعلومات خلال مواقع التواصل الاجتماعي.

الفروض النظرية:

تحقيقاً لأهداف البحث، وبناءً على نتائج الدراسات السابقة، تم صياغة الفرضيين التاليين:
- توجد علاقة ارتباطية معنوية بين اتجاهات المبحوثين نحو استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في العمل الإرشادي الزراعي وبين كل من المتغيرات الآتية (السن، عدد سنوات التعليم، حجم الحيازة الزراعية، ومستوى الطموح، والانفتاح

لتكنولوجيا الاتصالات في العمل الإرشادي كمتغير مستقل وطبيعة اتجاهاتهم العامة نحو استخدام بعض وسائل اتصال الحديثة في العمل الإرشادي الزراعي.

٥- دراسة الحبال وآخرون (٢٠٢٠) وقد تمثلت أهم نتائجها في: أن ٥٤% من المبحوثين مستوى استخدامهم منخفض للهاتف المحمول في المجالات التنموية المدروسة، بينما بلغت نسبة ذوي مستوى الاستخدام المتوسط ٢٧%، و١٩% لذوي الاستخدام المرتفع. وكانت مستوى الاستفادة من الهاتف المحمول منخفضة حيث بلغت ٦٣%، بينما مستوى الاستفادة المتوسطة ٢٤%، و١٣% لمستوى الاستفادة المرتفعة.

٦- دراسة اسماعيل (٢٠٢١) وقد تبلورت أهم النتائج فيما يلي: تبين أن ما يقرب من ثلاثة أرباع المبحوثين (٧١,٦%) مستوى استفادتهم مرتفعة من استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في تلقي التوصيات الإرشادية الزراعية، وما يقرب من ثلثي المبحوثين (٦٣,٣%) لديهم مستوى مرتفع أيضاً من الاتجاهات الايجابية نحو استخدام وسائل التواصل الاجتماعي، وما يزيد عن نصف المبحوثين (٥٦%) مستوى استخدامهم الفعلي لوسائل التواصل الاجتماعي في تلقي التوصيات الإرشادية متوسطاً.

٧- دراسة Alabi and Nnaji (٢٠٢١) اوضحت النتائج أن منصة Whats App هي الأكثر استخداماً بين الشباب في الزراعة في منطقة الدراسة هي حيث ذكر ذلك بنسبة ٢٣,٧%، كما كشفت النتائج أن الشباب في الزراعة استفادوا من استخدام وسائل التواصل الاجتماعي للحصول على المعلومات الزراعية. ومن بين المعوقات الأكثر شيوعاً التي واجهها الشباب في منطقة الدراسة هي: ضعف الكهرباء، وارتفاع تكلفة الكمبيوتر، وعدم وجود الإنترنت وانقطاع التيار الكهربائي.

٨- دراسة Abdullahi et al. (2021) توصلت الدراسة إلى أن

أساليب التحليل الإحصائي: استخدم لتحليل البيانات النسب المئوية، والمتوسط الحسابي، والتكرارات، والمدى، ومعامل الثبات الفا (α)، ومعامل الارتباط البسيط لبيرسون، وتحليل الانحدار المتدرج المساعد لتحليل البيانات واختبار فروض الدراسة.

التعريف الإجرائية والمتغيرات البحثية وأسلوب قياسها:

وسائل التواصل الاجتماعي: ويقصد بها في هذا البحث بعض وسائل التواصل الاجتماعي المتمثلة في (الواتس اب، واليوتيوب، والفيس بوك، والماسنجر، والانسجرام) التي يتعرض لها المزارع أو أحد أبنائه.

الاتجاه نحو استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في العمل الإرشادي الزراعي: ويقصد به ميل المبحوثين نحو استخدام وسائل التواصل الاجتماعي للحصول على المعلومات الإرشادية.

المتغيرات البحثية وأسلوب قياسها

السن: تم التعبير عنه بسؤال المبحوثين عن أعمارهم لأقرب سنة في وقت تجميع بيانات الدراسة.

المستوى التعليمي: يقصد به حالة المبحوث من حيث كونه أمي أو يقرأ ويكتب أو حاصل على احد الشهادات المتعارف عليها وقت إجراء الدراسة، وتم منح المبحوث الأمي درجة واحدة، ولمن يقرأ ويكتب درجتان، والحاصل على شهادة ابتدائية (٦ درجات)، وشهادة اعدادية (٩ درجات)، وشهادة ثانوية أو ما يعادلها (١٢ درجة)، والبكالوريوس أو ما يعادلها (١٦ درجة).

حجم الحيازة الزراعية: يقصد به مساحة الأرض الزراعية التي يحوزها المبحوث وينتفع بها سواء كانت ملك أو مشاركة أو ايجار نقدي مقدرة بالفدان وقت جمع البيانات، وقد تم قياسه باستخدام الأرقام الخام.

مستوى الطموح: يقصد به تطلعات المبحوث ورغبته في تحقيق مستوى معيشي أفضل، وقد تم قياسه من خلال مستوى الطموح التعليمي لأولاده ومستوى طموحه الاستثماري، وتم

على العالم الخارجي، الاتجاه نحو التغيير، والمكانة القيادية، والتعرض لمصادر المعلومات، والاستفادة من مصادر المعلومات، ودرجة المعرفة بمزايا استخدام مواقع التواصل الاجتماعي).

-يوجد تأثير معنوي للمتغيرات الدراسة وهي (السن، عدد سنوات التعليم، حجم الحيازة الزراعية، ومستوى الطموح، والانفتاح على العالم الخارجي، الاتجاه نحو التغيير، والمكانة القيادية، والتعرض لمصادر المعلومات، والاستفادة من مصادر المعلومات، ودرجة المعرفة بمزايا استخدام مواقع التواصل الاجتماعي) كمتغيرات مستقلة على اتجاهات المبحوثين نحو استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في العمل الإرشادي الزراعي كمتغير تابع.

الأساليب البحثية

يتضمن الأسلوب البحثي ما يلي:

أولاً: منطقة وعينة البحث:

تم إجراء الدراسة الحالية بمحافظة الفيوم، وقد تم اختيار مركز الفيوم نظراً لقربه من المدينة وتوفر بعض الخدمات الالكترونية التي تسهل على المبحوثين الاتصال بوسائل التواصل الاجتماعي، وقد تم اختيار قريتي: كفور النيل وبنى صالح. وتم اختيار عينة عشوائية منتظمة منهم، تم تقديرها باستخدام معادلة كريجسي ومورجان (Krejcie and Morgan, 1970, p, 608)، بلغ قوامها وفقاً للمعادلة ٣٤٠ مبحوثاً وهي تمثل ١١,٨% من اجمالي شاملة الدراسة والتي بلغت ٢٨٧٨ مزارع (١٢٣٨ مزارع بقرية كفور النيل، و ١٦٤٠ مزارع بقرية بنى صالح) (مركز المعلومات ودعم اتخاذ القرار، ٢٠١٩)، حيث تم توزيع مفردات العينة على قريتي الدراسة بنفس نسبة تواجدها بالشاملة، أي بواقع ١٤٦ مبحوث بقرية كفور النيل، و ١٩٤ مبحوث بقرية بنى صالح، وقد جمعت البيانات الميدانية من خلال استمارة استبيان بالمقابلة الشخصية.

واحدة للتعرض النادر وصفر في حالة عدم التعرض، وتراوح المدى النظري له ما بين (صفر - ٤٨) درجة.

- درجة الاستفادة من مصادر المعلومات: تمثل درجة تقدير المبحوث للمنفعة التي تعود عليه نتيجة تعرضه لتلك المصادر، وتم تخصيص ثلاث درجات للاستفادة المرتفعة، ودرجتان للاستفادة المتوسطة، ودرجة للاستفادة المنخفضة، وصفر لانعدام الاستفادة، وتراوح المدى النظري له ما بين (صفر - ٤٨) درجة.

مستوى معرفة المبحوثين بمزايا وفوائد استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في العمل الإرشادي الزراعي: وقد تم قياسها بإعطاء درجة واحدة لمن يعرف، وصفر لمن لا يعرف، وذلك لـ ١٥ عبارة تعكس مزايا وفوائد استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في العمل الإرشادي الزراعي. وقد جمعت الدرجات التي حصل عليها المبحوث لتعبر عن درجة معرفته بمزايا استخدامها في العمل الإرشادي، وتراوح المدى النظري لها ما بين (صفر - ١٥) درجة.

المتغير التابع: الاتجاه نحو استخدام وسائل التواصل الاجتماعي: ويقصد به مدى استجابة المبحوثين لبعض العبارات التي تعكس اتجاهاتهم نحو استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في العمل الإرشادي الزراعي (والمتمثلة في ثلاث مكونات وهي المكون المعرفي والنزوعي والسلوكي)، وقد تم استخدام مقياس ليكرت المعدل والذي يتضمن الاستجابة نحو عبارات المقياس (٣٠ عبارة) ما بين موافق، ومحايد، وغير موافق. وقد أعطيت الدرجات على النحو التالي: العبارات الإيجابية أعطيت ٣ درجات للموافقة، ودرجتان للاستجابة المحايدة، ودرجة واحدة لغير الموافقة، أما العبارات السلبية فقد خصص درجة واحدة للموافقة، ودرجتان للمحايدة، وثلاث درجات لغير الموافقة. ثم حسبت درجة اتجاه المبحوث نحو استخدام وسائل التواصل الاجتماعي من خلال حساب مجموع درجاته في عبارات المقياس، وقد تم تقدير معامل ثبات هذا المقياس من خلال استخدام طريقة كرونباخ الفا (α)،

التعبير عنه من خلال مدى موافقة المبحوث على تعليم أولاده ورغبته في حصولهم على شهادات، وقد خصصت درجة واحدة للموافقة وصفر في حالة عدم الموافقة، كذلك خصصت درجة واحدة لمن تفضل أن تعلمه أكثر من الذكور والإناث، ودرجتان في حالة الرد باستجابة الاثنین معاً، كذلك خصصت درجة واحدة لرغبته في حصول أولاده على الشهادة الابتدائية، ودرجتان للشهادة الاعدادية، وهكذا، اما مستوى الطموح الاستثماري فقد تم قياسه من خلال المجالات التي يرغب استثمار أمواله فيها، وتم اعطاء درجة واحدة لكل رغبة. ثم حسبت درجة مستوى الطموح من خلال مجموع الدرجات التي حصل عليها المبحوث في المؤشرين. وتم جمع الدرجات التي حصل عليها المبحوث في المؤشرين، وقد تراوح المدى النظري لهذا المتغير من (صفر - ١٨) درجة.

الانفتاح على العالم الخارجي: تم قياسه من خلال سؤال المبحوث عن مستوى انفتاحه الثقافي ومدى اتصاله بالعالم الخارجي، وذلك من خلال معرفة استجاباته على ١٠ عبارات تعكس انفتاحه على العالم الخارجي، وقد تراوح المدى النظري لهذا المتغير من (صفر - ٣٠) درجة.

الاتجاه نحو التغيير: ويقصد به درجة ميول المبحوثين نحو بعض العبارات التي تعكس اتجاههم نحو التغيير، وقد تم استخدام مقياس ليكرت المعدل، وتراوح المدى النظري لهذا المتغير من (١٤ - ٤٢) درجة.

المكانة القيادية: وقد تم قياسه من خلال بعض الأسئلة التي تعكس مدى اعتبار المبحوث لنفسه كأحد قيادات القرية من عدمه، وقد تم جمع الدرجات المعبرة عن إجابة كل مبحوث لتعبر عن درجة المكانة القيادية، وتراوح المدى النظري لهذا المتغير من (صفر - ١٥) درجة.

التعرض لمصادر المعلومات الزراعية: وقد تم قياسه بعد من خلال:

- مدى التعرض لمصادر المعلومات: تم تخصيص ثلاث درجات للتعرض الدائم ودرجتان للتعرض أحياناً ودرجة

يوضح جدول (١) أن ٤٧,٩% من المبحوثين يقعوا في فئة متوسطي السن، و ٤٢,١% يقعوا في فئة كبار السن، وذلك مقابل ١٠% فقط كانوا صغار السن، وهو ما يشير إلى عزوف فئة الشباب عن مهنة الزراعة، وبلغت نسبة الأمية ٢٣,٢% فقط من إجمالي المبحوثين، مقابل (٧٦,٨%) كانوا إما يقرأون ويكتبون أو حاصلون على مؤهل، حيث يعمل التعليم على تهيئة الجو المناسب لخلق اتجاهات ايجابية نحو التغيير والتطور مما يساعد على دخول الأفكار والطرق الجديدة في العمل الإرشادي، كذلك بينت النتائج أن ما يزيد عن ثلثي المبحوثين (٦٦,٢%) حيازتهم أقل من ٤ أفدنة، وأن ٧٠,٦% منهم مستوى طموحهم كان متوسطاً، و ٤٥% منهم انفتاحهم على العالم الخارجي كان متوسطاً،

$$\alpha = NP/ 1 + p (N-1) \text{ (Carmines and Zeller, 1983, p44)}$$

وقد بلغت قيمة هذا المعامل ٠,٧٥ وهي قيمة مرتفعة تدل على ثبات هذا المقياس.

الفروض الاحصائية: لاختبار صحة الفروض النظرية السابق عرضها، صيغت مجموعة الفروض الاحصائية المقابلة لها، وذلك في صورتها الصفرية التالية:

- لا توجد علاقة ارتباطية معنوية بين اتجاهات المبحوثين نحو استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في العمل الإرشادي الزراعي وبين المتغيرات المستقلة محل الدراسة.
- لا يوجد تأثير معنوي لبعض المتغيرات المدروسة على اتجاهات المبحوثين نحو استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في العمل الإرشادي الزراعي.

الخصائص والصفات المميزة للمبحوثين:

جدول ١. توزيع المبحوثين وفقاً لبعض الخصائص والصفات المميزة لهم

ن = ٣٤٠		الخصائص	ن = ٣٤٠		الخصائص
عدد	%		عدد	%	
٧	٢,١	٦- الاتجاه نحو التغيير	٣٤	١٠	١- السن
١٩٧	٥٧,٩	منخفض (أقل من ٢٧ درجة)	١٦٣	٤٧,٩	صغار السن (أقل من ٣٧ سنة)
١٣٦	٤٠	محايد (من ٢٧ لأقل من ٣٤ درجة)	١٤٣	٤٢,١	متوسطي السن (٣٧ لأقل من ٥٢ سنه)
٤١	١٢,١	مرتفع (٣٤ درجة فأكثر)	٧٩	٢٣,٢	كبار السن (٥٢ سنة فأكثر)
٢٦٥	٧٧,٩	٧- المكانة القيادية	٨٥	٢٥	٢- المستوى التعليمي
٣٤	١٠	منخفضة (أقل من ٨ درجات)	٣٧	١٠,٩	أمي
٦٣	١٨,٥	متوسطة (من ٨ لأقل من ١١ درجة)	٣٠	٨,٨	يقرأ ويكتب
١٦٢	٤٧,٧	مرتفعة (١١ درجة فأكثر)	٨٨	٢٥,٩	حاصل على ابتدائية
١١٥	٣٣,٨	٨- التعرض لمصادر المعلومات	٢١	٦,٢	حاصل على اعدادية
٤٧	١٣,٨	منخفضة (أقل من ٨ درجات)	٢٢٥	٦٦,٢	مؤهل متوسط
١٧٤	٥١,٢	متوسطة (من ٨ لأقل من ١٢ درجة)	٩٢	٢٧,١	مؤهل جامعي
١١٩	٣٥	مرتفعة (١٢ درجة فأكثر)	٢٣	٦,٧	٣- حجم الحيازة الزراعية
٧٥	٢٢,١	٩- الاستفادة من مصادر المعلومات	١١	٣,٢	صغيرة (أقل من ٤ فدان)
١١٥	٣٣,٨	منخفضة (أقل من ٨ درجات)	٢٤٠	٧٠,٦	متوسطة (٤ لأقل من ٧ فدان)
١٥٠	٤٤,١	متوسطة (من ٨ لأقل من ١١ درجة)	٨٩	٢٦,٢	كبيرة (٧ فدان فأكثر)
		مرتفعة (١١ درجة فأكثر)	١١	٣,٢	٤- مستوى الطموح
		١٠- مستوى المعرفة بمزايا استخدام وسائل التواصل الاجتماعي	١٢٩	٣٧,٩	منخفضة (أقل من ٨ درجات)
		منخفضة (أقل من ٦ درجات)	١٥٣	٤٥	متوسطة (من ٨ لأقل من ١٠)
		متوسطة (من ٦ لأقل من ١١ درجة)	٥٨	١٧,١	مرتفعة (١٠ درجات فأكثر)
		مرتفعة (١١ درجة فأكثر)			٥- الأنفتاح على العالم الخارجي
					منخفضة (أقل من ١٢ درجة)
					متوسطة (من ١٢ لأقل من ١٧)
					مرتفعة (١٧ درجة فأكثر)

المصدر: بيانات الدراسة

النتائج ومناقشتها

أولاً: الاتجاه نحو استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في العمل الإرشادي الزراعي:

فيما يلي عرض للنتائج الوصفية الخاصة بالاتجاه نحو استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في العمل الإرشادي الزراعي، حيث تم تقسيمها إلى: وصف النتائج المتعلقة بالمكون المعرفي للاتجاه، والنتائج المتعلقة بالمكون النزوعي للاتجاه، والنتائج المتعلقة بالمكون الأدائي (السلوكي) للاتجاه، وأخيراً وصف مستويات اتجاهات المبحوثين نحو استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في العمل الإرشادي الزراعي إجمالاً، وذلك على النحو التالي:

أ- النتائج المتعلقة بالمكون المعرفي للاتجاه نحو استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في العمل الإرشادي الزراعي:

ويوضح جدول (٢) المتوسط الحسابي لدرجات اجابات المبحوثين على عبارات مقياس الاتجاه فيما يتعلق بالمكون المعرفي للاتجاه، ويتبين من الجدول أن متوسط درجات اجابات المبحوثين على عبارات المكون المعرفي للاتجاه نحو استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في العمل الإرشادي ذو مدى واسع حيث تراوح المدى من ١,٦ درجة من اجابات المبحوثين وذلك لعبارة (تعتبر وسائل التواصل الاجتماعية وسيلة لتخطي المعوقات الجغرافية والمكانية للحصول على المعلومات) إلى ٢,٥ درجة على عبارة (تتيح وسائل التواصل الاجتماعي الحصول على المعلومات المقروءة أو المسموعة أوالمصورة)، علاوة على ذلك تشير النتائج الواردة بالجدول إلى تقارب جميع العبارات من حيث مقاييس التشتت، حيث تقاربت قيم الإنحراف المعياري لها، وقد تراوحت ما بين ٠,٥ إلى ٠,٧.

جدول ٢. المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لعبارات المكون المعرفي للاتجاه

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العبارات
٠,٧	٢,٢	١-تعتبر وسائل التواصل الاجتماعي من الطرق السريعة للحصول على المعلومات الزراعية في أي وقت.
٠,٦	٢,٦	٢-تتيح وسائل التواصل الاجتماعي الحصول على المعلومات المقروءة أو المسموعة أو المصورة.
٠,٦	٢,٥	٣-تكلفة وسائل التواصل الاجتماعي مرتفعة مقارنة بالطرق الأخرى.
٠,٧	١,٦	٤-تعتبر وسائل التواصل الاجتماعي وسيلة لتخطي المعوقات الجغرافية والمكانية للحصول على المعلومات.
٠,٥	٢,١	٥-تعمل وسائل التواصل الاجتماعي على سرعة وصول التغذية المرتدة من الزراع إلى مصادر نشر المعلومة.
٠,٦	٢,٥	٦-لا تساعد وسائل التواصل الاجتماعي في تعليم المهارات اللازمة لأداء عملي الزراعي.
٠,٧	١,٧	٧-لا تساعد وسائل التواصل الاجتماعي في معرفة التقنيات الزراعية الجديدة.
٠,٧	٢,٣	٨-يمكن من خلال وسائل التواصل الاجتماعي تكرار نشر الرسالة الإرشادية أكثر من مرة على الزراع.
٠,٦	٢,٤	٩-لا يمكن استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في حل بعض المشكلات الزراعية.

الزراع في مجتمعنا، وأميل لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي في العمل الزراعي فهي ضرورية ولا غنى عنها).

ج- النتائج المتعلقة بالمكون الأدائي (السلوكي) للاتجاه نحو استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في العمل الإرشادي الزراعي:

يتبين من نتائج جدول (٤) أن المتوسط الحسابي لدرجات اجابات المبحوثين على عبارات مقياس الاتجاه فيما يتعلق بالمكون الادائي للاتجاه، ويتضح من الجدول أن متوسط درجات اجابات المبحوثين على عبارات المكون الإدائي للاتجاه نحو استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في العمل الإرشادي ذو مدى واسع حيث تراوح المدى من ١,٥ درجة من اجابات المبحوثين وذلك لعبارة (لا احرص من خلال وسائل التوصل الاجتماعي على مشاركة الخبرات والمعارف الزراعية مع اصدقائي من الزراع) إلى ٢,٧ درجة لعبارة (استخدم وسائل التوصل الاجتماعي في الترفيه أكثر من البحث عن المعلومات).

ب- النتائج المتعلقة بالمكون النزوعي للاتجاه نحو استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في العمل الإرشادي الزراعي:

حيث أظهرت نتائج جدول (٣) المتوسط الحسابي لدرجات اجابات المبحوثين على عبارات مقياس الاتجاه فيما يتعلق بالمكون النزوعي، ويتضح من الجدول أن متوسط درجات اجابات المبحوثين على عبارات المكون النزوعي للاتجاه نحو استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في العمل الإرشادي ذو مدى واسع حيث تراوح المدى من ١,٦ درجة من اجابات المبحوثين وذلك لعبارة (لا أفضل استخدام وسائل التواصل الاجتماعي لتنمية روح المشاركة والتعاون بين الزراع والتواصل فيما بينهم وبين المرشد الزراعي) إلى ٢,٥ درجة لعبارات (يسعدني مشاهدة بعض الاعلانات الزراعية عن مستلزمات الانتاج الزراعية خلال وسائل التواصل الاجتماعي، واعتقد أن استخدامها لا يتناسب مع طبيعة

جدول ٣. المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لعبارات المكون النزوعي للاتجاه

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العبارات
٠,٧	٢,١	استمتع عندما ابادل مع اصدقائي الأفكار والخبرات الجديدة عبر وسائل التوصل الاجتماعي.
٠,٨	١,٨	لا افضل استخدام وسائل التوصل الاجتماعي. لمناقشة الموضوعات الزراعية مع المشتغلين بالزراعة.
٠,٧	٢,١	أشعر بالسعادة عند البحث عن المعلومات الزراعية خلال وسائل التواصل الاجتماعي.
٠,٧	٢,٤	لا أفضل متابعة أسعار المحاصيل والمنتجات الزراعية من خلال وسائل التوصل الاجتماعي.
٠,٧	٢,٢	يزعجني نشر بعض الأفكار السلبية عن الزراعة من خلال وسائل التوصل الاجتماعي.
٠,٧	٢,٥	يسعدني مشاهدة بعض الاعلانات الزراعية عن مستلزمات الانتاج الزراعية خلال وسائل التوصل الاجتماعي.
٠,٧	٢,٣	يزعجني سوء استخدام البعض لوسائل التواصل الاجتماعي.
٠,٨	١,٦	لا أفضل وسائل التوصل الاجتماعي. لتنمية روح المشاركة والتعاون بين الزراع والتواصل فيما بينهم وبين المرشد الزراعي.
٠,٦	٢,٥	اعتقد أن استخدام وسائل التوصل الاجتماعي لا يتناسب مع طبيعة الزراع في مجتمعنا.
٠,٧	٢,٥	أميل لاستخدام وسائل التوصل الاجتماعي في العمل الزراعي فهي ضرورية ولا غنى عنها.
٠,٨	١,٧	أعتقد أن وسائل التوصل الاجتماعي تؤدي إلى تدهور العمل الزراعي.

المصدر: بيانات الدراسة

جدول ٤ . المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لعبارات المكون الادائي للاتجاه

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العبارات
٠,٨	١,٨	- لا تنمي وسائل التواصل الاجتماعي الاتجاهات الايجابية للزراع للبحث عن المعلومات والتعلم الذاتي.
٠,٦	٢,٢	- احرص على استقاء معلوماتي الزراعية من خلال وسائل التواصل الاجتماعي.
٠,٧	١,٦	- لا انصح اصدقائي باستخدام وسائل التواصل الاجتماعي للحصول على المعلومات التي يحتاجونها.
٠,٥	٢,٦	- اشجع اصدقائي على عمل جروبات على وسائل التواصل الاجتماعي لمناقشة المشكلات الزراعية التي تواجهنا.
٠,٥	٢,٧	- استخدم وسائل التواصل الاجتماعي في الترفيه أكثر من البحث عن المعلومات
٠,٦	١,٥	- لا احرص من خلال وسائل التواصل الاجتماعي على مشاركة الخبرات والمعارف الزراعية مع اصدقائي من الزراع.
٠,٨	١,٨	- أضيع وقتي عند استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في البحث عن المعلومات الزراعية.
٠,٧	٢,١	- انصح اصدقائي باستخدام الطرق التقليدية في معرفة الأفكار الجديدة.
٠,٦	٢,٥	- استطيع من خلال وسائل التواصل الاجتماعي حفظ المعلومات الجديدة على هاتفي.
٠,٧	١,٧	- استخدم وسائل التواصل الاجتماعي دائماً في تسويق محصولي للبيع.

المصدر: بيانات الدراسة

جدول ٥ . توزيع المبحوثين وفقاً لاتجاهاتهم نحو استخدام

الاتجاه	العدد	%
سلبى (أقل من ٥٦ درجة)	١١٢	٣٢,٩
محايد (٥٦ لأقل من ٧٢ درجة)	٨٨	٢٥,٩
ايجابى (٧٢ درجة فأكثر)	١٤٠	٤١,٢
الإجمالي	٣٤٠	١٠٠

المصدر: بيانات الدراسة

ثانياً: الموضوعات الإرشادية الزراعية التي يرغب المبحوثين في الحصول عليها من خلال وسائل التواصل الاجتماعي:

اوضحت نتائج جدول (٦) أن أكثر تلك الموضوعات كانت التعرف على أنواع التقاوي المحسنة وأماكن الحصول عليها (٩٢,٦%)، وأسعار الحاصلات الزراعية (٩٢,٦%)، وأسعار مستلزمات الإنتاج (٨٨,٢%)، والتوصيات الإرشادية الجديدة (٨٦,٥%)، والمبيدات الزراعية ومعدلات استخدامها (٨٥,٣%)، وكيفية تدوير المخلفات الحيوانية والزراعية والاستفادة منها (٨٤,٧%).

د- طبيعة اتجاهات المبحوثين نحو استخدام وسائل التواصل

الاجتماعي في العمل الإرشادي الزراعي اجمالاً:

أظهرت نتائج جدول (٥) أن غالبية المبحوثين (٦٧,١%) اتجاهاتهم أما ايجابية أو محايدة نحو استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في الحصول على المعلومات الزراعية، حيث ذكر ذلك بنسبة ٤١,٢%، و ٢٥,٩% لكل منها على الترتيب، وذلك مقابل ٣٢,٩% فقط لذوي الاتجاهات السلبية، وهو ما يتماشى مع مستوى معرفتهم بمزايا وفوائد استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في العمل الإرشادي الزراعي، وما يترتب عليه من العمل على تنمية تلك الاتجاهات خاصة في ظل تراجع أدوار المرشدين الزراعيين في توصيل المعلومة للفئات المستهدفة نظراً لقلّة أعدادهم، أو لأسباب أخرى يعاني منها الجهاز الإرشادي حالت بينه وبين نقل المعارف والخبرات الجديدة للمستهدفين من الخدمة الإرشادية.

جدول ٦. توزيع المبحوثين وفقاً للموضوعات الزراعية التي يرغبون الحصول عليها من خلال وسائل التواصل الاجتماعي

لا يرغب		يرغب		الموضوعات
%	العدد	%	العدد	
٧,٤	٢٥	٩٢,٦	٣١٥	اسعار الحاصلات الزراعية
٧,٤	٢٥	٩٢,٦	٣١٥	أنواع التقاوي المحسنة واماكن الحصول عليها
١١,٨	٤٠	٨٨,٢	٣٠٠	أسعار مستلزمات الإنتاج الزراعي
١٣,٥	٤٦	٨٦,٥	٢٩٤	التوصيات الإرشادية الجديدة
١٤,٧	٥٠	٨٥,٣	٢٩٠	المبيدات الزراعية ومعدلات استخدامها
١٥,٣	٥٢	٨٤,٧	٢٨٨	كيفية تدوير المخلفات الزراعية والحيوانية والاستفادة منها
١٧,٦	٦٠	٨٢,٤	٢٨٠	مواعيد الزراعة المناسبة
١٨,٥	٦٣	٨١,٥	٢٧٧	تحصينات الماشية والأغنام
٢٤,٤	٨٣	٧٥,٦	٢٥٧	درجات الحرارة وتأثيرها على الانتاج الزراعي
٢٥	٨٥	٧٥	٢٥٥	تشخيص وعلاج الآفات والأمراض
٣٠,٦	١٠٤	٦٩,٤	٢٣٦	مقاومة الآفات الزراعية
٣٢,٤	١١٠	٦٧,٦	٢٣٠	التخلص الآمن من المخلفات الزراعية

المصدر: بيانات الدراسة

رابعاً: العلاقة الارتباطية بين المتغيرات المدروسة واتجاه المبحوثين نحو استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في العمل الإرشادي الزراعي

أظهرت بيانات جدول (٨) وجود علاقة ارتباطية معنوية موجبة بين درجة اتجاه المبحوثين نحو استخدام وسائل التواصل الاجتماعي وبين كل من: عدد سنوات التعليم، ومستوى الطموح، والانفتاح على العالم الخارجي، والاتجاه نحو التغيير، ودرجة المعرفة بمزايا استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، حيث بلغت قيم معاملات الارتباط البسيط لتلك المتغيرات ٠,٧٩٢، ٠,٦٩٧، ٠,٦٥٨، ٠,٥٨٨، ٠,٨٥٨، ٠,٠١٠، مع متغير السن. كما لم يتضح وجود علاقة ارتباطية معنوية بين درجة الاتجاه وكل من حجم الحيازة الزراعية، والمكانة القيادية، والتعرض لمصادر المعلومات، والاستفادة من مصادر المعلومات الزراعية.

وبناءً على سبق تم رفض الفرض الاحصائي الأول للبحث والذي ينص على عدم وجود علاقة ارتباطية معنوية بين درجة اتجاه المبحوثين نحو استخدام وسائل التواصل الاجتماعي وبين متغيرات السن، وعدد سنوات التعليم، ومستوى الطموح، والانفتاح على العالم الخارجي، والاتجاه

ثالثاً: الطرق التي يفضلها المبحوثين لعرض المعلومات على وسائل التواصل الاجتماعي

اوضحت النتائج الواردة بجدول (٧) أن المبحوثين يفضلون عرض المعلومات ونشرها وتبادلها عبر وسائل التواصل الاجتماعي من خلال محادثات بالصوت والصورة، يليها عرضها عن طريق الفيديوها، حيث ذكر بنسبة ٩٥,٦%، و ٨٨,٨%، وجاءت طريقة العرض من خلال نص عادي في المرتبة الأخيرة حيث ذكر بنسبة ٤٩,٧%، وقد يرجع هذا على سهولة فهم واستيعاب المعلومات من خلال عرضها بالصوت والصورة، بدلاً من عرضها على هيئة نص مكتوب قد يصعب على البعض فهمه.

جدول ٧. توزيع المبحوثين وفقاً لتفضيلاتهم في كيفية عرض المعلومات على وسائل التواصل الاجتماعي

طرق عرض المعلومة	التكرار (ن=٣٤٠)	%
محادثات بالصوت والصورة	٣٢٥	٩٥,٦
فيديوها	٣٠٢	٨٨,٨
مناقشات جماعية	٢٧٦	٨١,٢
صور فقط	٢٧٢	٨٠
نص عادي	١٦٩	٤٩,٧

المصدر: بيانات الدراسة

التواصل الاجتماعي، وعدد سنوات التعليم، والسن، والاتجاه نحو التغيير، تسهم مجتمعه في تفسير نسبة ٧٧,٥% من التباين الحادث في درجة اتجاهات المبحوثين نحو استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في العمل الإرشادي الزراعي كمتغير تابع، وبناءً على ذلك تم رفض الفرض الاحصائي الثاني للبحث والذي ينص على عدم تأثير بعض المتغيرات المستقلة المدروسة على درجة اتجاه المبحوثين نحو استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في العمل الإرشادي، وترجع النسبة الباقية من التباين إلى متغيرات أخرى لم تتضمنها تلك الدراسة، والتي يمكن ان تتناولها دراسات مستقبلية في نفس المجال.

سادساً: المعوقات التي تواجه المبحوثين لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي في العمل الإرشادي الزراعي ومقترحاتهم لحلها

أظهرت نتائج جدول (١٠) أن أهم المشكلات استخدام المبحوثين لوسائل التواصل الاجتماعي في العمل الإرشادي الزراعي تتمثل في: عدم القدرة على التعامل مع مواقع التواصل الاجتماعي بكفاءة، وإنها مكلفة مادياً، ولا يمكن الاعتماد عليها في كل الحالات (كتشخيص آفة أو مرض)، واعتبارها وسيلة ترفية أكثر منها تعليمية، حيث ذكر ذلك بنسبة ٨٧,٤%، ٨٢,٩%، ٨١,٥%، ٧٣,٥% لكل منها على الترتيب.

نحو التغيير، ودرجة المعرفة بمزايا استخدام وسائل التواصل الاجتماعي، كذلك عدم إمكانية رفض الفرض الاحصائي الأول فيما يتعلق بمتغيرات: حجم الحيازة الزراعية، والمكانة القيادية، والتعرض لمصادر المعلومات، والاستفادة من مصادر المعلومات الزراعية.

جدول ٨. العلاقة الارتباطية بين المتغيرات المستقلة المدروسة واتجاه المبحوثين نحو استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في العمل الإرشادي الزراعي

م	المتغيرات المستقلة	معامل الارتباط
١	السن	-٠,٧٥٦ **
٢	عدد سنوات التعليم	٠,٨٥٨ **
٣	حجم الحيازة الزراعية	٠,٠٩٩
٤	مستوى الطموح	**٠,٥٨٨
٥	الانفتاح على العالم الخارجي	**٠,٦٥٨
٦	الاتجاه نحو التغيير	**٠,٦٩٧
٧	المكانة القيادية	٠,٠٦١
٨	التعرض لمصادر المعلومات	٠,٠٤٧
٩	الاستفادة من مصادر المعلومات	٠,٠٦٤
١٠	درجة المعرفة بمزايا استخدام مواقع التواصل الاجتماعي	**٠,٧٩٢

المصدر: بيانات الدراسة ** معنوية عند مستوى ٠,٠١

* معنوية عند مستوى ٠,٠٥

خامساً: العوامل المؤثرة على اتجاه المبحوثين نحو استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في العمل الإرشادي:

أشارت نتائج الانحدار المتدرج Multiple Regression Analysis Step Wise الموضحة بالجدول (٩) أن أربعة متغيرات مستقلة هي درجة المعرفة بمزايا استخدام وسائل

جدول ٩. نتائج تحليل الانحدار المتدرج الصاعد للعلاقة بين بعض المتغيرات المدروسة ودرجة اتجاه المبحوثين نحو استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في العمل الإرشادي

المرحلة	المتغير	معامل الارتباط المتعدد	% للتباين المفسر للمتغير التابع	% التراكمية للتباين المفسر للمتغير التابع	معامل الانحدار	قيمة ف
الأولى	درجة المعرفة بمزايا استخدام مواقع التواصل الاجتماعي	٠,٧٩	٦٢,٣	-	٠,٧٩	**١٦٤,٥
الثانية	عدد سنوات التعليم	٠,٨٥	١٠,٣	٧٢,٦	٠,٤٦	**١٣١,٨
الثالثة	السن	٠,٨٧	٤	٧٦,٦	-٠,٣١	**١٠٩,٢
الرابعة	الاتجاه نحو التغيير	٠,٨٨	٠,٩	٧٧,٥	٠,١٥	**٨٦,٢

** معنوية عند المستوى الاحتمالي ٠,٠١

جدول ١٠. توزيع المبحوثين وفقاً للمشكلات التي تواجههم لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي

المشكلات	العدد	%
عدم القدرة على التعامل مع وسائل التواصل الاجتماعي بكفاءة مكلفة مادياً	٢٩٧	٨٧,٤
لا يمكن الاعتماد عليها في كل الحالات (كتشخيص آفة أو مرض) النظر إليها باعتبارها وسيلة ترفية أكثر منها تعليمية	٢٨٢	٨٢,٩
قلة الثقة في بعض المصادر التي تنشر المعلومات الزراعية	٢٧٧	٨١,٥
قلة الثقة في بعض المعلومات التي يتم عرضها خلال تلك الوسائل	٢٥٠	٧٣,٥
عدم امتلاك هواتف حديثة	٢٤٢	٧١,٢
ضعف شبكات المحمول	٢٤٢	٧١,٢
عدم توفر الانترنت بصورة دائمة وضعف سرعته	١٧٧	٥٢,١
	١٤٠	٤١,٢
	١٢٢	٣٥,٩

المصدر: بيانات الدراسة

٤- تحديث المعلومات المنشورة على وسائل التواصل الاجتماعي باستمرار حتى تواكب المشكلات التي يواجهها الزراع.

المراجع

اسماعيل، اسماعيل عبد المالك محمد، استفادة المزارعين من استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في تلقي التوصيات الإرشادية الزراعية بإحدى قرى منطقة البستان بمحافظة البحيرة، مجلة الاسكندرية للتبادل العلمي، مجلد ٤٢، العدد ٢، ابريل- يونيو ٢٠٢١.

الحوالي، ابوزيد محمد، علاء الدين أمين بيطح، كمال عيسى صقر، سامى ربيع عبده، "محددات استفادة الزراع من استخدام الهاتف المحمول في المجالات التنموية بإحدى قرى محافظة الاسكندرية"، مجلة الاسكندرية للتبادل العلمي، مجلد ٤١، العدد ٤، أكتوبر - ديسمبر ٢٠٢٠.

الحوالي، سالم الخولي، "رؤية إستراتيجية لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي في العمل الإرشادي الزراعي بجمهورية مصر العربية"، المؤتمر الخامس عشر للجمعية العلمية للإرشاد الزراعي مستقبل الإرشاد الزراعي الإلكتروني في مصر "تحو خدمة إرشادية زراعية ذكية"، الجمعية العلمية للإرشاد الزراعي، ٢٨-٢٩ أكتوبر ٢٠١٨.

الديب، أحمد دياب، محمد أبو المعاطي سليمان، وحيد محمد عبد الصادق، البرامج الإرشادية ونقلها عن طريق موقع أو إيميل

وتمثلت أهم مقترحات المبحوثين من الزراع للتغلب على تلك المعوقات فيما يلي: عقد دورات من الجهات الزراعية لتدريب المزارعين وتعريفهم بمواقع التواصل الاجتماعي وكيفية استخدامها، أن تتولى بعض الجهات الحكومية توفير المعلومات وتبادلها عبر مواقع التواصل الاجتماعي لتوفير عنصر الثقة، أن تتولى الجهات الزراعية عمل مجموعات للزراع يمكن من خلالها تبادل ونقل المعلومات خلال مواقع التواصل الاجتماعي، وتكون تحت اشرافها، حيث ذكر ذلك بنسبة ٩٤,٦%، ٨٩,٨، ٨٤,٢% لكل منها على الترتيب.

التوصيات

١- زيادة وعي وتشجيع الزراع على استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في العمل الإرشادي الزراعي وزيادة التواصل مع العاملين بالإرشاد الزراعي.

٢- تفعيل دور وسائل التواصل الاجتماعي في خلق الوعي بإمكانيات استخدامها في نشر ونقل المعلومات الزراعية التي يحتاج لها الزراع.

٣- تكوين مجموعات خاصة بالزراع على وسائل التواصل الاجتماعي تحت إشراف الإرشاد الزراعي لمناقشة وتبادل المعلومات والأحداث التي تهم الزراع.

عماشة، سناء حسن، "الاتجاهات النفسية والاجتماعية: أنواعها ومدخل لقياسها"، مجموعة النيل العربية، مدينة نصر، القاهرة، ج.م.ع، الطبعة الأولى، ٢٠١٠.

فرج، محمد عبد الجليل، وعادل عبد السميع علي، وفكري كمال كامل، حتمية الخدمة الإرشادية الالكترونية لتطبيق الأساليب الزراعية الحديثة، المؤتمر الخامس عشر للجمعية العلمية للإرشاد الزراعي مستقبل الإرشاد الزراعي الإلكتروني في مصر "نحو خدمة إرشادية زراعية ذكية"، الجمعية العلمية للإرشاد الزراعي، ٢٨-٢٩ أكتوبر ٢٠١٨.

مركز المعلومات ودعم اتخاذ القرار، مديرية الزراعة، محافظة الفيوم، بيانات غير منشورة، ٢٠١٩.

Alabi, T, Nnaji, N, J., "The Usage of Social Media in Engaging Youths in Agricultural Development in the Federal Capital Territory, Abuja, Nigeria", International Journal of Humanities Social Sciences and Education (IJHSE), V. 8, Issue 9, September 2021, PP 99-108.

Bhattacharjee, Suchiradiptra & Saravanan Raj, Social media: Shaping the future of agricultural extension and advisory services, GFRAS Interest Group on ICT4RAS, global forum rural advisory services, (2016, p3).

Carmines, E. G. and Richard Zeller, "Reliability and Validity Assessment", London, Sage Publication, 1983.

Chepkirui, Akinyi, Impact of Social Media on agricultural extension, IDOSR Journal of ARTS and HUMANITIES 6(1): 51-58, www.idosr.org, 2021.

Devesh Thakur, Mahesh Chander, use of social media in agricultural extension: some evidences from india, International Journal of Science, Environment and Technology, Vol. 7, No 4, 2018, 1334 – 1346.

Erwin, D, "Attitudes and Persuasion", Taylor & Francis Gr, press New York, 2001.

Green, G. B. F, "Attitude Measurement", Handbook of Social Psychological, vol. 1, weslity publicizing, 1990.

Iwuchukwu, Juliana Chinasa, Eke, Okechukwu George, Nwobodo, Cynthia Ebere, Perception of Extension Personnel on Suitability and Benefits of Using Social Media in Communicating Agricultural Information in Enugu State, Nigeria, Journal of Agricultural Extension, Vol. 23 (3) July, 2019.

K.A. Abdullahi, O.I. Oladele, M. Akinyemi, Attitude, knowledge and constraints associated with the use of mobile phone applications by farmers in North West Nigeria, Journal of Agriculture and Food Research, 6 (2021) 100212.

Kamruzzaman, Md., Ataharul Huq Chowdhury, Wayne Ganpat, "Extension Agents' Use and Acceptance of Social Media: The Case of the Department of Agricultural Extension in Bangladesh", Journal of International Agricultural and Extension Education- August 2018.

على الوائس أب، المؤتمر الخامس عشر للجمعية العلمية للإرشاد الزراعي مستقبل الإرشاد الزراعي الإلكتروني في مصر "نحو خدمة إرشادية زراعية ذكية"، الجمعية العلمية للإرشاد الزراعي، ٢٨-٢٩ أكتوبر ٢٠١٨.

حبيب، أحمد علي، "علم النفس الاجتماعي"، مؤسسة طيبة للنشر والتوزيع، القاهرة، ٢٠٠٦.

حريش، مها السيد عبد الحفيظ، "اتجاهات قادة الزراعة نحو استخدام بعض وسائل الاتصال الحديثة في العمل الإرشادي بمحافظة البحيرة،

Alex.J. Agric. Sci. (Arabic) vol. 64, No. 4, pp.215-227, 2019.

درويش، زين العابدين، "علم النفس الاجتماعي أسسه وتطبيقاته"، كلية الآداب، جامعة القاهرة، دار الفكر العربي، ٢٠٠٥.

صالح، هشام محمد محمد، " أخلاقيات استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال في العمل الإرشادي الزراعي " المؤتمر الخامس عشر للجمعية العلمية للإرشاد الزراعي مستقبل الإرشاد الزراعي الإلكتروني في مصر "نحو خدمة إرشادية زراعية ذكية"، الجمعية العلمية للإرشاد الزراعي، ٢٨-٢٩ أكتوبر ٢٠١٨.

عبد الغني، محمد محمد محمد، 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)، ١٧٨٣-١٨٠١، ٢٠١٩.

عبد الواحد، منصور أحمد محمد حفني، "استخدام العاملين بالإرشاد الزراعي لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات في العمل الإرشادي بمحافظة سوهاج"، المجلة الأردنية في العلوم الزراعية، المجلد ١١، العدد ٢، ٢٠١٥.

عبد الواحد، منصور أحمد محمد حفني، وعبد المنعم محمد عبد الرحمن، "إجراءات تنفيذ الإرشاد الزراعي الإلكتروني بالريف المصري"، المؤتمر الخامس عشر للجمعية العلمية للإرشاد الزراعي مستقبل الإرشاد الزراعي الإلكتروني في مصر "نحو خدمة إرشادية زراعية ذكية"، الجمعية العلمية للإرشاد الزراعي، ٢٨-٢٩ أكتوبر ٢٠١٨.

Saravanan Raj, Suchiradiptha Bhattacharjee, Social Media for Agricultural Extension, National Institute of Agricultural Extension Management (MANAGE), Bulletin No. 1, March, 2017.

Sternberg, R, "In Search of the Human Mind" 3rd, ed. New York Harcourt Brace College Publishers, 2001.

Krejcie, Robet V. and Daryle W. Morgan, "Determining Sample Size For Research Activities", Education and Psychological measurements, 30 Autumn 1970.

Lauren Manning, Esq., LL.M., Sarah Bramall, Dan Donoghue, and Annie Donoghue, "How to Use Social Media for Your Farm Business", Project Funded by USDA Small & Medium-Sized Farms Grant USDA-NIFA-AFRI-2014-05471.

ABSTRACT

Farmers' Attitudes towards Use of Social Media in Agricultural Extension Work in Fayoum Governorate

Salwa Mohamed Abdelgawad Ahmed

The research aimed to determine respondents' attitudes towards use of social media (WhatsApp, Facebook, YouTube, Messenger, Instagram) in agricultural extension work, and to identify the agricultural extension topics that respondents wish to obtain through the studied social media, as well as identifying the ways which the respondents prefer to display information on the studied social media, and to study the correlational relationships between the degree of respondents' attitudes towards use of some social media in extension work and some of the studied variables, and to identify the most important obstacles facing respondents to use social media in agricultural extension work, and their suggestions to overcome them.

Study was conducted in Kafur al-nil and Banisaleh villages in Fayoum district that were randomly selected.

The sample according to the equation of Kersjian Morgan, reached 340 respondents, which represents 11.8% of the total comprehensive study.

Findings showed that the majority of respondents (67.1%) had either positive or neutral attitudes towards using social media to obtain agricultural information at 41.2% and 25.9% for each respectively.

Also Findings showed that the most influential variables on respondents' attitudes towards using social media in agricultural extension work were: the degree of knowledge of the advantages of using social media, number of education years, age, and the attitudes towards change, and that the contribution of the variables together in interpreting variance in the dependent variable was 77.5%.

Key Words: Attitudes, Agricultural Extension Work, Social media.