

(Original Article)



استعداد المنظمة الإرشادية لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي في الإرشاد الزراعي بمحافظة الوادي الجديد

محمد محمد عبد الغني\* ID، عمرو بهاء الدين أحمد الشرباصي، أسماء بكر محمد بكر

قسم المجتمع الريفي والإرشاد الزراعي، كلية الزراعة، جامعة أسيوط، مصر

\*Corresponding author email: [abdelghany18@aun.edu.eg](mailto:abdelghany18@aun.edu.eg)

DOI: 10.21608/ajas.2022.140128.1142

© Faculty of Agriculture, Assiut University

## المخلص

يهدف البحث الحالي إلى تحقيق الأهداف التالية: (1) قياس استعداد المنظمة الإرشادية لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي في الإرشاد الزراعي بمحافظة الوادي الجديد، واستخلاص بعض التوصيات لتحسين استعداد المنظمة الإرشادية لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي في الإرشاد الزراعي؛ (2) التعرف على آراء المبحوثين من العاملين بالجهاز الإرشادي بمحافظة الوادي الجديد حول مزايا ومعيقات ومقترحات استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في الإرشاد الزراعي. وتم إجراء البحث على جميع العاملين بالجهاز الإرشادي بمحافظة الوادي الجديد المستخدمين لواحدة على الأقل من وسائل التواصل الاجتماعي وعددهم 47 مبحوثاً، وتم جمع البيانات باستخدام استمارة الاستبيان خلال شهري فبراير ومارس 2022 م، واستخدمت التكرارات والنسب المئوية والمتوسط الحسابي لتحليل البيانات وعرض النتائج. وبينت النتائج أن درجة استعداد المنظمة الإرشادية بمحافظة الوادي الجديد لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي لم تصل بعد للدرجة التي يمكن عندها البدء في استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في الإرشاد الزراعي بالمحافظة، مما يتطلب معه ضرورة تحسين هذا الاستعداد داخل جميع الأبعاد المدروسة، وذلك من خلال التوصيات التي توصل إليها البحث لتحسين استعداد المنظمة الإرشادية بمحافظة الوادي الجديد للبدء في استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في تقديم الخدمات الإرشادية للمسترشدين، مع الأخذ في الاعتبار لمقترحات المبحوثين الخاصة بإنجاح استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في تقديم الخدمات الإرشادية.

**الكلمات المفتاحية:** الجاهزية، المنظمة الإرشادية، وسائل التواصل الاجتماعي، محافظة الوادي الجديد

## المقدمة

يؤكد البنك الدولي في تقريره عن التنمية في العالم لعام 2016 م على الانتشار السريع للتقنيات الرقمية (الإنترنت والهواتف المحمولة والأدوات الأخرى لجمع المعلومات وتخزينها وتحليلها وتبادلها رقمياً)، والذي أدى إلى أن العالم يقف في منتصف أعظم ثورة معلومات واتصالات في تاريخ البشرية، فأكثر من 40% من سكان العالم لديهم إمكانية الاتصال بالإنترنت مع دخول مستخدمين جدد إلى الشبكة العالمية كل يوم، ومن بين العشرين في المائة الأفقر من الأسر، حوالي 7 أسر من بين كل 10 أسر لديها هاتف محمول، وأصبح احتمال أن تمتلك أشد الأسر فقراً هاتفاً محمولاً أكبر من احتمال وجود مرآحيز أو مياه شرب لديها (The World Bank. 2016). وفي نفس السياق، تشير منظمة الأغذية والزراعة للأمم المتحدة في أحدث تقرير لها إلى أن توقعات العقد القادم تنبأ أن "ثورة زراعية رقمية" سوف تشكل التحول الأحدث الذي قد يساعد في ضمان أن تلبى الزراعة احتياجات سكان العالم في المستقبل (Trendov et al., 2019).

وتمكن التكنولوجيا الرقمية من الوصول إلى واستخدام المعلومات بصورة أكثر فاعلية بما يمكن من تحسين العمليات الزراعية من خلال إدارة أفضل للمدخلات والمخرجات الإنتاجية الزراعية، ومعاملات ما بعد الحصاد، والتسويق، وضمان سلامة المنتجات الزراعية، وتفايدي المخاطر الناجمة عن التقلبات الجوية والكوارث الطبيعية، وانتشار الآفات والأمراض. وتتزايد أهمية التكنولوجيا الرقمية في ظل تزايد الاحتياجات المعلوماتية للمزارعين في البلدان المتقدمة والنامية على السواء، لأن عليهم اتخاذ المزيد من القرارات المعقدة بشأن كيفية استخدام أراضيهم، وما هي المحاصيل التي يمكن زراعتها وكيفية ذلك، وأفضل الأسواق المتاحة لشراء المدخلات وبيع المنتجات الزراعية، إلى جانب القرارات المتعلقة بكيفية التمويل وتقليل المخاطر التي يوجهونها (Sylvester, 2013).

وفي الوقت الذي يمر فيه الإرشاد الزراعي في الدول النامية بمرحلة انتقالية بسبب تحديات زيادة السكان والعولمة وتغير المناخ، فلقد أصبحت الحاجة إلى تحسين الإرشاد الزراعي أكبر من أي وقت مضى حتى يمكنه مواجهة تلك التحديات، وهو ما لا يمكن أن يتم إلا من خلال التكثيف المعلوماتي في أنظمة الإرشاد، والذي يمكن حدوثه عندما تستوعب أنظمة الإرشاد الفرص الرقمية المتاحة أمامها، وذلك بدمج الرقمنة في مكوناتها الوظيفية في صورة تستند إلى احتياجات المزارعين، وتدفعها المعرفة بطبيعة الظروف المحلية (Mudda et al., 2017).

وفي هذا السياق، فقد ظهرت وسائل التواصل الاجتماعي "Social Media" لتحقيق مفهوم التواصل الاجتماعي الافتراضي على مستوى العالم، وقد عمل ذلك على سد حاجات الأفراد لبناء العلاقات أو للتواصل فيما بينهم، ولا يمكن إنكار شعبية وسائل التواصل الاجتماعي، حيث يقوم مستخدمي هذه الوسائل باستخدام خاصية التراسل الفوري وزيارة صفحات أصدقائهم ومشاهدة ومشاركة الصور ومقاطع الفيديو وغيرها. وتعددت أشكال واستخدامات وسائل التواصل الاجتماعي، وعملت على ظهور ما يسمى بالكلمة المنطوقة الإلكترونية، والتي انتشرت بجميع أنواعها مثل الإعجاب "Like"، والمشاركة "Share"، والتعليقات "Comments"، والإشارة "Mention"، وغيرها، وتزداد قدرتها بنطاق أوسع وأشمل من القنوات التقليدية، حيث إنها تنتقل بشكل أسرع من الكلمة المنطوقة التقليدية، ويمكن أن يقرأها الملايين من المستخدمين في وقت قصير (الياسين، 2017).

وبالنظر لأن وسائل التواصل الاجتماعي تحتوي على مجموعة كبيرة من التطبيقات التي تعتمد على الإنترنت والهاتف المحمول، فإن تلك الوسائل يمكن الاستفادة منها بشكل كبير في مجال الإرشاد الزراعي باعتبارها منصات رقمية لنقل الأفكار الجديدة، هذا إلى جانب أنها تستخدم من الجمهور الإرشادي يومياً في معرفة الأخبار والتواصل مع الآخرين (عبد الغني، 2019).

واستناداً إلى العجالة السابقة، وفي ضوء الأهمية البالغة للتعرف على مدى استعداد المنظمة الإرشادية لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي لتقديم الخدمات الإرشادية قبل البدء في التطبيق الفعلي لتلك التكنولوجيا، فإن البحث الحالي يهدف بشكل عام إلى دراسة استعداد المنظمة الإرشادية لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي في الإرشاد الزراعي بمحافظة الوادي الجديد، وذلك من خلال تحقيق الأهداف التالية:

1- قياس استعداد المنظمة الإرشادية لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي في الإرشاد الزراعي بمحافظة الوادي الجديد، واستخلاص بعض التوصيات لتحسين استعداد المنظمة الإرشادية لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي في الإرشاد الزراعي.

2- التعرف على آراء الباحثين من العاملين بالجهاز الإرشادي بمحافظة الوادي الجديد حول مزايا ومعيقات ومقترحات استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في الإرشاد الزراعي.

## الإطار النظري

تعرف وسائل التواصل الاجتماعي بأنها أدوات رقمية تسمح للمستخدمين عبر الإنترنت بالتفاعل فردياً أو في مجموعات لتبادل المعلومات والآراء بأشكال متنوعة (نصوص أو صور أو فيديو) في العالم الافتراضي (Saravanan and Bhattacharjee, 2017). وتشتمل وسائل التواصل الاجتماعي على كل من: مواقع الشبكات الاجتماعية (Facebook, Twitter, Instagram, Google+, LinkedIn)، وتطبيقات الرسائل الفورية والمكالمات (WhatsApp, Viber)، ومواقع مشاركة الفيديو والصور (Youtube)، والمنديات وجماعات المناقشات، والموسوعات الإلكترونية (ويكيبيديا)، ومؤتمرات الفيديو والمؤتمرات على شبكة الإنترنت، والبريد الإلكتروني، والرسائل النصية والصوتية باستخدام المحمول (Stanley, 2013; Andres and Woodard, 2013).

ولوسائل التواصل الاجتماعي العديد من المزايا منها: تسهيل الاتصال بين الأفراد، وتقليص الحدود الثقافية والجغرافية بين الدول، كما تعتبر وسائل تفاعلية عصرية للحصول على آخر مستجدات العلم والمعرفة، وينظر إليها أيضاً على أنها مصدر من مصادر الترفيه، وتعد وسائل اتصال قليلة التكلفة، كما تستخدم للتعبير عن الأفكار والآراء وتوصيلها للآخرين، وتتيح للأشخاص العثور على جهات اتصال وفرص مهنية للعمل. وعلى الجانب الآخر، فإن الاستخدام المفرط لوسائل التواصل الاجتماعي يؤدي إلى إضعاف وتقليل الاتصال المباشر وجهاً لوجه بين الأفراد، حيث يكتفي الأفراد بالعالم الافتراضي لوسائل التواصل الاجتماعي، والإدمان أو الهوس بها مما يتسبب في العديد من المشكلات الاجتماعية والنفسية، والكسل والخمول الجسدي والذهني، وانتهاك الخصوصية لعدم وجود لوائح تنظيمية أو فحص للمحتوى (Arab Social Media Influencers Summit, 2015).

ويضيف استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في مجال الإرشاد الزراعي ما يسمى بقوة التكامل، حيث يمكن استخدامها بشكل تفاعلي وزيادة فائدتها مرات عديدة، فعندما تدمج قوة الهواتف المحمولة ووسائل التواصل الاجتماعي، فإن النتيجة في مجال الإرشاد يمكن أن تكون مبهره، حيث تساعد تلك الوسائل على إدارة ونقل المعلومات الزراعية بفعالية للمسترشدين، فيتم دمج عمليات إنتاج وتسويق المنتجات الزراعية عن طريق الربط بين المنتجين والمستهلكين لبدء واستدامة علاقات مهنية طويلة الأمد ومفيدة للطرفين. كما تشمل أيضاً نشر المعلومات المتعلقة بالمدخلات الزراعية والتكنولوجيا الجديدة وأنظمة الإنذار المبكر (الجفاف والأفات والأمراض) والائتمان وأسعار السوق (Saravanan and Bhattacharjee, 2013).

ويعتبر قياس استعداد المنظمة الإرشادية لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي على قدر كبير من الأهمية؛ نظراً لأن ارتفاع الاستعداد للتغيير التنظيمي يعني أن العاملين بالمنظمة سيبدلون الجهد المطلوب لإنجاح التغيير من ناحية، ويوجهون العقبات المحتملة أمام تنفيذ التغيير من ناحية أخرى (Weiner et al., 2008). وينظر إلى استعداد المنظمة للتغيير على أنه إدراك العاملين بالمنظمة لقدرتها تنفيذ التغيير بنجاح، ويتكون هذا الإدراك عن طريق تقييم العاملين للفجوة بين واقع المنظمة قبل حدوث التغيير، وما يتوقع أن يكون بعد تنفيذ التغيير، ويشكل هذا الاستعداد السلوك سواء الداعم أو المقاوم للتغيير (Armenakis et al., 1993; Bernerth, 2004).

ويمثل مقياس استعداد المنظمة لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي الأحدث والأكثر استخداماً لتقييم مدى جاهزية المنظمات الخدمية لتقديم خدماتها باستخدام وسائل التواصل الاجتماعي، وذلك من خلال تقييم العاملين بالمنظمة لمجموعة من الأبعاد وهي: التزام الإدارة نحو الاستفادة من وسائل التواصل الاجتماعي (تفهم الإدارة لمزايا استخدام وسائل التواصل ومدى الاستعداد لتوفير ما يلزم من إمكانيات لاستخدامها)، والمعرفة بوسائل التواصل الاجتماعي (معرفة وسائل التواصل الأنسب للاستخدام وكيفية استخدامها)، واندماج العملاء المستهدفين عبر

وسائل التواصل الاجتماعي (انتشار استخدام وسائل التواصل بين المستهدفين واندماج العاملين والمستهدفين معاً من خلال وسائل التواصل)، والنظرة التنافسية (تقييم الجهات التي تستخدم وسائل التواصل لنفس الأهداف)، وتوافر الإمكانيات المادية والبشرية (توافر الإمكانيات المادية والعاملين القادرين على استخدام وسائل التواصل)، والتخطيط واختيار القنوات المناسبة (وجود خريطة زمنية وخطة عمل واضحة لاستخدام وسائل التواصل)، توثيق التقدم الحادث (تحديد الأنشطة التي ستتم من خلال وسائل التواصل وجدول زمني لتطوير استعمالها)، والتحكم والقياس (وضع خطة واضحة للتحكم في استخدام وسائل التواصل) (Demand Metric, 2009).

### طريقة إجراء البحث

تم استخدام مقياس استعداد المنظمة لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي (Demand Metric, 2009)، وذلك لقياس استعداد المنظمة الإرشادية لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي بمحافظة الوادي الجديد. ويتكون المقياس من 42 عبارة موزعة على ثمانية أبعاد وهي: التزام الإدارة نحو الاستفادة من وسائل التواصل الاجتماعي (5 عبارات)، والمعرفة بوسائل التواصل الاجتماعي (6 عبارات)، واندماج العملاء المستهدفين عبر وسائل التواصل الاجتماعي (6 عبارات)، والنظرة التنافسية (5 عبارات)، وتوافر الإمكانيات المادية والبشرية (6 عبارات)، والتخطيط واختيار القنوات المناسبة (6 عبارات)، وتوثيق التقدم الحادث (4 عبارات)، والتحكم والقياس (4 عبارات). وتدرج موافقة المبحوثين على مقياس خماسي الأبعاد على غرار مقياس ليكرت يتدرج بين موافق جداً (5) إلى غير موافق جداً (1). والمقياس مصمم على خمس صفحات بملف Excel، حيث تحتوي الأولى على تعليمات المقياس، والثانية مخصصة لإدخال الوزن النسبي لكل بعد من الأبعاد، والثالثة لإدخال متوسط درجات العبارات داخل كل بعد، والرابعة لنتائج متوسط الدرجة الحالية لأبعاد المقياس والشكل الموضح لها ودرجة الاستعداد المستهدفة التي يمكن عندها البدء في استخدام وسائل التواصل الاجتماعي، والأخيرة للتوصيات الخاصة بتحسين الاستعداد لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي بناءً على نتائج تطبيق المقياس.

ولتطبيق مقياس استعداد المنظمة لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي، يطلب من العاملين توزيع 100 درجة – طبقاً لوجهة نظرهم- على أبعاد المقياس طبقاً لمدى اتفاقها مع واقع الإرشاد الزراعي بالمحافظة، وينتج عن هذه الخطوة حساب الوزن النسبي لكل بعد من الأبعاد، ثم يتم حساب متوسط درجات العبارات داخل كل بعد، وهو ما يكون الدرجة الحالية، ثم يتم حساب درجة الاستعداد باستخدام المعادلة التي أوضحها (Pein 2013) كالتالي:

$$\text{درجة الاستعداد} = (\text{الدرجة الحالية} / 5) \times (100 \times (\text{الوزن النسبي} / 100))$$

ولجمع بيانات البحث فقد تم توزيع الاستبيان على جميع العاملين بالجهاز الإرشادي بمحافظة الوادي الجديد وعددهم 61 فرداً، وبعد انتهاء جمع البيانات تم استبعاد استمارات 14 فرداً من العاملين بالإرشاد غير المستخدمين لواحدة على الأقل من وسائل التواصل الاجتماعي (مواقع التواصل مثل فيسبوك، وتطبيقات الرسائل والمكالمات مثل واتس آب، ومواقع مشاركة الفيديو مثل يوتيوب)، وبالتالي فقد بلغ عدد العاملين الذين أجري عليهم البحث 47 مبحوثاً يمثلون 77% من جملة العاملين بالجهاز الإرشادي بالمحافظة.

وتم جمع البيانات بواسطة استمارة الاستبيان خلال شهري فبراير ومارس 2022 م، وتم تحليل البيانات باستخدام مجموعة البرامج الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS v.24)، واستخدمت التكرارات، والنسب المئوية، والمتوسط الحسابي لتحليل البيانات وعرض النتائج.

## النتائج

## درجة الاستعداد الحالية والمستهدفة للمنظمة الإرشادية بمحافظة الوادي الجديد لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي في الإرشاد الزراعي

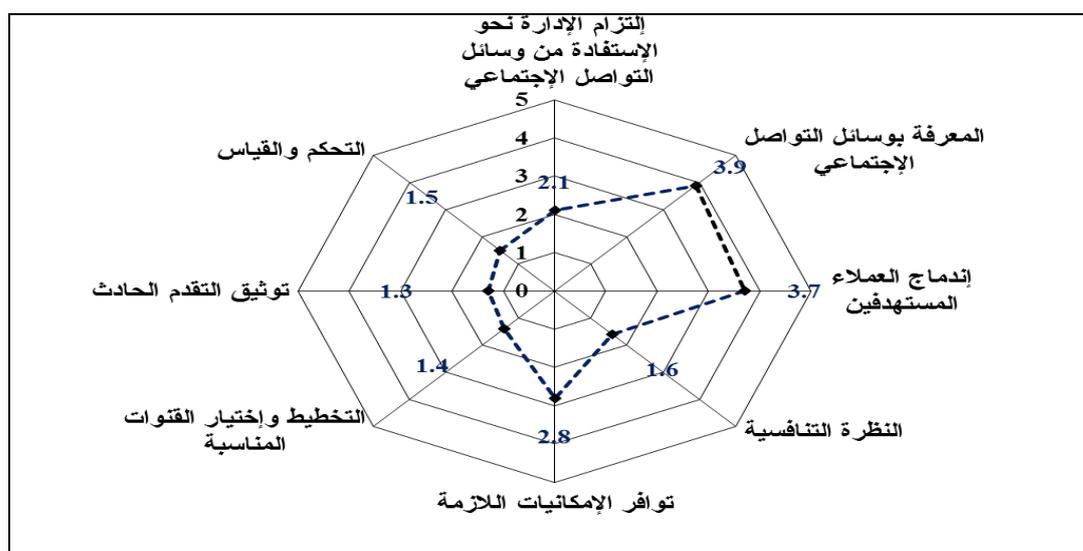
توضح النتائج الواردة بجدول (1) وشكل (1) أنه بالرغم أن درجة الاستعداد الحالية للمنظمة الإرشادية بمحافظة الوادي الجديد لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي كانت أعلى من المتوسط (57.7 درجة)، إلا أن درجة الاستعداد المستهدفة والتي يمكن عندها البدء في استخدام وسائل التواصل الاجتماعي وبالنسبة للقول بأن درجة استعداد المنظمة الإرشادية بمحافظة الوادي الجديد لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي لم تصل بعد للدرجة التي يمكن عندها البدء في استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في الإرشاد الزراعي بالمحافظة، مما يتطلب معه ضرورة تحسين هذا الاستعداد داخل جميع أبعاد المقياس حتى يمكن البدء في استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في تقديم الخدمات الإرشادية بالمحافظة.

## جدول 1. الدرجات الحالية والمستهدفة لاستعداد المنظمة الإرشادية لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي في الإرشاد الزراعي بمحافظة الوادي الجديد

م	أبعاد مقياس استعداد المنظمة لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي	الوزن النسبي	الدرجة الحالية (المتوسط)	درجة الاستعداد	درجة الاستعداد المستهدفة
1	التزام الإدارة نحو الاستفادة من وسائل التواصل الاجتماعي	13.6	2.1	5.7	7.1
2	المعرفة بوسائل التواصل الاجتماعي	28.2	3.9	22.0	24.8
3	اندماج العملاء المستهدفين	21.7	3.7	16.1	18.2
4	النظرة التنافسية	8.2	1.6	2.6	3.4
5	توافر الإمكانيات اللازمة	12.3	2.8	6.9	8.1
6	التخطيط واختيار القنوات المناسبة	7.5	1.4	2.1	2.9
7	توثيق التقدم الحادث	4.8	1.3	1.2	1.7
8	التحكم والمقياس	3.7	1.5	1.1	1.5
	إجمالي درجة الاستعداد (من 100 درجة)	-	-	57.7 درجة	67.7 درجة

المصدر: استمارات الاستبيان

## شكل 1. متوسطات درجات تقييم العاملين بالجهاز الإرشادي بمحافظة الوادي الجديد لأبعاد مقياس استعداد المنظمة لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي



المصدر: استمارات الاستبيان

## كيفية تحسين استعداد المنظمة الإرشادية لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي في الإرشاد الزراعي

يقوم مقياس استعداد المنظمة الإرشادية لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي في خطوته الأخيرة بشكل مباشر بناءً على نتائج تطبيق المقياس بتحديد البنود الخاصة بكيفية تحسين استعداد المنظمة الإرشادية لاستخدام وسائل التواصل داخل جميع أبعاد المقياس، ويتم ذلك في شكل دليل للتوصيات التي يجب تنفيذها داخل أبعاد المقياس. ويوضح شكل (2) التوصيات التي يجب تنفيذها لتحسين استعداد المنظمة الإرشادية بمحافظة الوادي الجديد للبدء في استخدام وسائل التواصل الاجتماعي لتقديم الخدمات الإرشادية، والتي يمكن من خلالها مساعدة القائمين على تنفيذ المبادرة المحتملة لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي في الإرشاد الزراعي بمحافظة الوادي الجديد، علماً بأنه قد تم إعادة صياغة عبارات دليل التوصيات لتتناسب مع أنشطة ومهام المنظمة الإرشادية.

### شكل 2. توصيات تحسين استعداد المنظمة الإرشادية لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي في الإرشاد الزراعي بمحافظة الوادي الجديد

تحديد أسباب عدم دعم ممثلي إدارة الإرشاد بالمحافظة لإستخدام وسائل التواصل الاجتماعي عقد ورشة عمل لممثلي إدارة الإرشاد بالمحافظة لتوضيح أهمية استخدام وسائل التواصل وضع مصفوفة لتوزيع المهام مقابل المهارات الإدارية لممثلي إدارة الإرشاد بالمحافظة توفير الميزانية اللازمة لبدء العمل في المبادرة المقترحة	التزام الإدارة نحو الاستفادة من وسائل التواصل الاجتماعي
حصر إستخدامات العاملين بالإرشاد لوسائل التواصل الاجتماعي دفع العاملين بالإرشاد لتكوين مجموعات على وسائل التواصل الاجتماعي بناء قاعدة بيانات لمستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي من العاملين بالإرشاد	إلمام العاملين بالإرشاد بوسائل التواصل الاجتماعي
وضع المحتوى الإرشادي المناسب للمسترشدين إختيار عدد من العاملين بالإرشاد لمتابعة تفاعل المسترشدين عبر وسائل التواصل الاجتماعي وضع مقياس محدد لتفاعل المسترشدين عبر وسائل التواصل الاجتماعي	إندماج المسترشدين عبر وسائل التواصل الاجتماعي
متابعة وتقييم نشاط المنظمات الأخرى التي تقدم خدمات إرشادية عبر وسائل التواصل رصد وجهات النظر الإيجابية والسلبية لتلك المنظمات حول المبادرة المقترحة الإلتزام لمجموعات هذه المنظمات عبر وسائل التواصل الاجتماعي لمعرفة أوجه نشاطهم	النظرة التنافسية
إختيار أحد الخبراء لإدارة المبادرة المقترحة إستحداث قسم لتكنولوجيا المعلومات داخل الجهاز الإرشادي تدريب جميع العاملين بالإرشاد على إستخدام وسائل التواصل الاجتماعي	توافر الإمكانيات اللازمة
تحديد وسائل التواصل الاجتماعي الأكثر مناسبة للمسترشدين تحديد أهداف المبادرة المقترحة والمستهدفين والأنشطة اللازم تنفيذها إشراك جميع الأطراف ذوي الصلة بإستخدام وسائل التواصل في الإرشاد الزراعي تعدد أنواع وسائل التواصل الاجتماعي المستخدمة لتوسيع القاعدة المستهدفة	التخطيط وإختيار القوات المناسبة
وضع جدول زمني يبين الأنشطة اللازمة وتوقيت تنفيذها تحديد إلتزامات محددة لجميع الأطراف المشاركة وضع جدول محدد بمواعيد الإجتماعات الدورية لمناقشة سير العمل	توثيق التقدم الحادث
وضع مؤشرات محددة لتتبع مدى تحقيق النتائج إصدار تقارير دورية لعرض النتائج على جميع الأطراف المشاركة وضع ونشر سياسة الخصوصية وشروط الإستخدام بين جميع الأطراف المشاركة	التحكم والقياس

المصدر: مستخلص من (Demand Metric. 2009) بناءً على نتائج البحث الحالي

## آراء المبحوثين حول مزايا ومعوقات ومقترحات استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في الإرشاد الزراعي

توضح النتائج الواردة بجدول (2) آراء المبحوثين المتعلقة بمزايا ومعوقات ومقترحات استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في الإرشاد الزراعي، ومنه يتبين فيما يتعلق بمزايا استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في الإرشاد الزراعي أنها تمكن من سرعة توصيل المعلومات الإرشادية للمسترشدين، إلى جانب نشر المعلومات المتعلقة بالمستحدثات الزراعية، وتسهيل التواصل بين المزارعين وبعضهم البعض وبين المزارعين والمرشدين، وتوفير المعلومات العاجلة حول حالة الطقس والآفات والأمراض.

وفيما يتعلق بمعوقات استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في الإرشاد الزراعي، توضح النتائج الواردة بنفس الجدول أن أهم هذه المعوقات تمثلت في أن هذه الوسائل لا يمكن أن تغني عن الاتصال الإرشادي وجهاً لوجه، وصعوبة توفير عدد كافي من المتخصصين للرد على استفسارات المسترشدين، وصعوبة تقديم معلومات وحلول فردية لمشاكل كل مزارع على حده، إلى جانب تعدد مصادر المعلومات مما يصعب من التعليم الإرشادي من خلال هذه الوسائل.

وأخيراً، تبين النتائج الواردة بنفس الجدول أن أهم مقترحات المبحوثين للنجاح في استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في الإرشاد الزراعي تمثلت في تقديم المعلومات الإرشادية في الوقت المناسب لتقديمها، وتحديد المحتوى التعليمي بناءً على حاجات المسترشدين، وتوفير الإمكانات اللازمة للمرشدين لاستخدام هذه الوسائل، وتضمين جميع الأطراف ذات الصلة بالعمل الإرشادي (مرشدين- باحثين- زراع)، إلى جانب تقديم المعلومات بصورة مبسطة بالاعتماد على الصور والأفلام قدر الإمكان.

### جدول 2. آراء المبحوثين حول مزايا ومعوقات ومقترحات استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في الإرشاد الزراعي (ن=47)

م	آراء المبحوثين حول استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في الإرشاد الزراعي	عدد
<b>مزايا استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في الإرشاد الزراعي</b>		
1	سرعة توصيل المعلومات الإرشادية للمسترشدين	37
2	نشر المعلومات المتعلقة بالمستحدثات الزراعية	32
3	تسهيل التواصل بين المزارعين وبعضهم البعض وبين المزارعين والمرشدين	24
4	توفير المعلومات العاجلة حول حالة الطقس والآفات والأمراض	17
<b>معوقات استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في الإرشاد الزراعي</b>		
1	لا يمكن أن تغني عن الاتصال الإرشادي وجهاً لوجه	31
2	صعوبة توفير عدد كافي من المتخصصين للرد على استفسارات المسترشدين	29
3	صعوبة تقديم معلومات وحلول فردية لمشاكل كل مزارع على حده	21
4	تعدد مصادر المعلومات يصعب من التعليم الإرشادي من خلال تلك الوسائل	13
<b>مقترحات إنجاح استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في الإرشاد الزراعي</b>		
1	تقديم المعلومات الإرشادية في الوقت المناسب لتقديمها	26
2	تحديد المحتوى التعليمي بناءً على حاجات المسترشدين	19
3	توفير الإمكانات اللازمة للمرشدين لاستخدام هذه الوسائل	15
4	تضمين جميع الأطراف ذات الصلة بالعمل الإرشادي (مرشدين- باحثين- زراع)	11
5	تقديم المعلومات بصورة مبسطة بالاعتماد على الصور والأفلام قدر الإمكان	8

المصدر: استمارات الاستبيان

## التوصيات

في ضوء ما أشارت إليه نتائج البحث الحالي من أن درجة استعداد المنظمة الإرشادية بمحافظة الوادي الجديد لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي لم تصل للدرجة التي يمكن عندها البدء في استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في الإرشاد الزراعي بالمحافظة، مما يتطلب معه ضرورة تحسين هذا الاستعداد داخل جميع الأبعاد المدروسة، وذلك من خلال التوصيات التي توصل إليها البحث الحالي لتحسين استعداد المنظمة الإرشادية بمحافظة الوادي الجديد للبدء في استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في تقديم الخدمات الإرشادية للمسترشدين، مع الأخذ في الاعتبار لمقترحات المبحوثين الخاصة بإنجاح استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في تقديم الخدمات الإرشادية.

وبالنظر لوسائل التواصل الاجتماعي التي يمكن استخدامها لتقديم المعلومات الإرشادية، فإنه يمكن إنشاء صفحة رسمية للجهاز الإرشادي بمحافظة الوادي الجديد على موقع فيسبوك، بالإضافة إلى إنشاء قناة زراعية على موقع "يوتيوب" للبحث الحي للأنشطة الإرشادية الزراعية بالمحافظة إلى جانب البرامج الزراعية الهامة لزراع المحافظة، كما يمكن الاستفادة من تطبيق (Whats App) في تسهيل التواصل بين المزارعين والعاملين بالجهاز الإرشادي بمحافظة الوادي الجديد.

## المراجع

الياسين، مضاء فيصل (2017). أثر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على السلوك الشرائي من خلال الكلمة المنطوقة الإلكترونية، رسالة ماجستير، كلية الأعمال، جامعة الشرق الأوسط، الأردن.

عبد الغني، محمد محمد (2019). الإرشاد الزراعي الرقمي، دار العلوم للنشر والتوزيع، القاهرة.

## References

- Andres, D. and Woodard, J. (2013). Social media handbook for agricultural development, U.S. Agency for International Development, USA.
- Arab Social Media Influencers Summit (2015). Arab social media report, Dubai.
- Armenakis, A., Harris, S. and Mossholder, K. (1993). Creating readiness for organizational change, Human Relations, 46 (3): 681-703.
- Bernerth, J. (2004). Expanding our understanding of the change message, Human Resource Development Review, 3(1): 36-52.
- Demand Metric. (2009). Social Media Readiness Assessment, Ontario, Canada.
- Mudda, S., Giddi, C. and Murthy, P. (2017). A study on the digitization of supply chains in agriculture - an Indian experience, Journal of Agricultural Informatics, 8 (1): 45-55.
- Pein, V. (2013). Social media manager, Rheinwerk Computing, Germany.
- Saravanan, R. and Bhattacharjee, S. (2013). Mobile phone and social media for agricultural extension: Getting closer to Hype & Hope, International Conference on Extension Educational Strategies for Sustainable Agricultural Development, University of Agricultural Sciences, Bangalore, India.

- Saravanan, R. and Bhattacharjee, S. (2017). Social Media for Agricultural Extension, Extension Net Bulletin No. 1, National Institute of Agricultural Extension Management, India.
- Stanley, S. (2013). Harnessing social media in agriculture, A Report for the New Zealand Nuffield Farming Scholarship Trust, New Zealand.
- Sylvester, G. (2013). Information and communication technologies for sustainable agriculture, FAO Regional Office for Asia and the Pacific, Bangkok.
- The World Bank (2016). World Development Report 2016: Digital Dividends, Washington, D.C.
- Trendov, N., Varas, S. and Zeng, M. (2019). Digital technologies in agriculture and rural areas, FAO, Rome.
- Weiner, B., Amick, H. and Lee, S. (2008). Conceptualization and measurement of organizational readiness for change, *Medical Care Research and Review*, 65 (4): 379-436.

## **Extension Organization's Readiness for Using Social Media in Agricultural Extension in New Valley Governorate**

**Mohamed M.M. Abdel-Ghany; Amro B.A. El-Shrabassee and Asmaa B.M. Bakr**

Department of Rural Sociology and Agricultural Extension, Faculty of Agriculture, Assiut University, Assiut, Egypt.

---

### **Abstract**

The current research aims to achieve the following objectives: (1) Measuring extension organization's readiness to use social media in New Valley Governorate and extracting some recommendations to improve extension organization's readiness to use social media in agricultural extension; (2) Knowing about the respondents' opinions about advantages, barriers and suggestions for using social media in agricultural extension. The study was conducted on all extension employees in New Valley Governorate who use at least one of social media tools (47 respondents). Data were collected using questionnaire forms during February and March 2022. Frequencies, percentages and arithmetic mean were used for data presentation and analysis. Results showed that the extension organization's readiness degree to use social media in New Valley Governorate has not yet reached the point at which it is possible to start using social media in agricultural extension in this governorate, which requires improving this readiness through the recommendations that the current study had reached, taking into account the respondents' suggestions to use social media in agricultural extension.