



جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا

كلية الدراسات العليا

قسم الإرشاد الزراعي والتنمية الريفية



بحث تكميلي لنيل درجة الماجستير

فاعلية تطبيق الواتس اب في نشر المستحدثات الزراعية

بمشروع سوبا غرب الزراعي

Efficiency of Whatsapp Application in the Dissemination of
Agricultural Innovations in the Soba West Agricultural Scheme

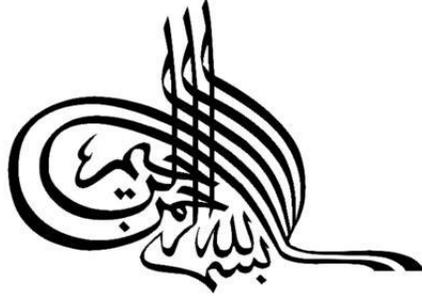
إعداد الطالبه :

وسيلة الرشيد أحمد معلا

بكالوريوس إرشاد زراعي وتنمية ريفية 2007م

إشراف الدكتور / أبو بكر عوض صديق

أكتوبر 2018



(إِنَّ اللَّهَ لَا يَخْفَىٰ عَلَيْهِ شَيْءٌ فِي الْأَرْضِ وَلَا فِي السَّمَاءِ ⑤)
هُوَ الَّذِي يُصَوِّرُكُمْ فِي الْأَرْحَامِ كَيْفَ يَشَاءُ لَا إِلَهَ إِلَّا هُوَ الْعَزِيزُ
الْحَكِيمُ).

" آل عمران : اية، 6 - 5 "

الإهداء

إلهي لا يطيب الليل إلا بشكرك ... ولا يطيب النهار إلا بطاعتك ... ولا تطيب اللحظات إلا بذكرك ... ولا تطيب الآخرة إلا بعفوك.

إلى من بلغ الرسالة وأدى الأمانة إلى المعلم الأول، صاحب العلم الحق، سيدنا محمد_ عليه الصلاة والسلام_

لأنّ حياتي لا تطيب إلا بك... كان لابدّ عندي إلا أن تكون أول من أهديك

إلى من بك أخطو، وتتسارع خطواتي إلى من علمني العطاء دون انتظار

إلى من أحمل اسمه بكل افتخار، والدي العزيز رحمك الله وجعلك في أعلي الجنان

إلى من بها أكبر، وعليها أعتد إلى بسمة الحياة، وسرّ الوجود

إلى من كان دعاؤها سرّ نجاحي وحنانها بلسم جراحي، إلى والدتي العزيزة

إلى من أرى التفاؤل بأعينهم، والسعادة في ضحكهم الى من تميّزوا بالوفاء، إلى من عرفت كيف أجدهم

وعلموني ألا أضيعهم، إلى إخوتي وأخواتي

إلي زوجي أدامك الله دوما بجانبني

إِذَا لَمْ يَكُنْ صَفْوُ الْوَدَادِ طَبِيعَةً

فَلَا خَيْرَ فِي حَلِّ يَجِيءُ تَكْلُفًا

سَلَامٌ عَلَى الدُّنْيَا إِذَا لَمْ يَكُنْ بِهَا

صَدِيقٌ صَدُوقٌ صَادِقُ الْوَعْدِ مُنْصَفًا إِلَى صَدِيقَاتِي الْعَزِيزَاتِ

إليكم جميعاً أهدي جهدي المتواضع، فما كان من خلل فمن نفسي، وما كان من توفيق فمن الله،

والحمد لله أولاً وأخيراً

الشكر والتقدير

إن الفضل لله من قبل ومن بعد، وله المنة في السالف وفي الغد، له الحمد حمداً كثيراً، وله الشكر أولاً وأخيراً، فخير الجزاء لمن حمد الله وشكر، ثم للناس اقتدر، قال تعالى: ﴿نِعْمَةٌ مِّنْ عِنْدِنَا كَذَلِكَ نَجْزِي مَنْ شَكَرَ﴾ [القمر] 35

حينما نعبر شط العمل الدؤوب، لا يخطر في داخلنا سوى أولئك الذين غرسوا زهوراً جميلاً في طريقنا فكيف الذي لم يتركنا ومنحنا العزم؟ لنتخطى الصعاب ونقف واتقي الخطى نشاطره الإبداع حرقاً ولغة.

وانطلاقاً من قول النبي (لا يشكر الله من لا يشكر الناس)، أتقدم بالشكر والعرفان، والمحبة والامتنان، للأستاذ الدكتور أبو بكر عوض صديق، إعترافاً بفضلته، وعلمه الذي أنار طريقي في شرح أساليب البحث العلمي، وروح التواصل في البحث، وعلمنا أن خير الكلام ما قلّ ودلّ، وما بخل علينا بتقديم نصائحه السديّة، وملاحظاته الغزيرة، وتصويباته الدّقيقة، ولما غمرني به من علم غزير، وخلق فاضل نبيل دراستي، وإشرافه على هذا البحث.

والشكر موصول للأحبة، ولكلّ من قام بمؤازرتي من أساتذة، واخوة وأصدقاء، وأخص بالذكر م. هيثم محمد محمود، وقد كان لي الناصح والموجه، والداعم فبارك الله فيه..

أتقدّم بوافر الشكر لوالديّ، اللذين تضرّعا إلى الله أن يوفّقني في مسعاي، ولأسرتي الكريمة التي وهبتني التشجيع وسهرت معي الليلي.

إلى كلّ هؤلاء، أقدم فائق شكري، وامنتاني وتقديري.

فهرست الموضوعات

الصفحة	الموضوع	الرقم
.I	الآية	
.II	الإهداء	
.III	الشكر والعرفان	
.IV	الفهرست	
.V	مستخلص باللغة العربية	
.VI	مستخلص باللغة الإنجليزية	
الباب الاول		
2	تمهيد	1-1
4	المشكلة البحثية	2-1
4	أهمية البحث	3-1
5	أهداف البحث	4-1
6	الأسئلة البحثية	5-1
7	فرضيات البحث	6-1
7	حدود البحث	7-1
8	هيكله البحث	8-1
8	مصطلحات البحث	9-1
الباب الثاني المبحث الأول (الإرشاد الزراعي)		
12	المقدمة	1-1-2
12	مفهوم الإرشاد الزراعي	2-1-2
13	تعريف الإرشاد الزراعي	3-1-2
14	أهداف الإرشاد الزراعي	4-1-2
15	فلسفة الإرشاد الزراعي	5-1-2
16	الأسس العامة للإرشاد الزراعي	6-1-2
المبحث الثاني (الإتصال)		
18	الإتصال في الإرشاد الزراعي	2-2
18	مفهوم عملية الإتصال	1-2-2
19	تعريف الإتصال	2-2-2
20	عناصر الإتصال	3-2-2
21	معوقات الإتصال الإرشادي	4-2-2
22	تصنيف طرق الإتصال الارشادي	5-2-2

المبحث الثالث (المعرفة)		
24	المعرفة	3-2
24	مكونات المعرفة	1-3-2
25	أنواع المعرفة	2-3-2
26	إستخدام تكنولوجيا المعلومات والإتصال في إدارة المعرفة	3-3-2
المبحث الرابع (النشر والتبني)		
27	النشر والتبني	4-2
27	عملية تبني الأفكار المستحدثة	1-4-2
28	مراحل عملية التبني	2-4-2
29	العوامل التي تؤثر في تبني الأفكار الجديدة	3-4-2
المبحث الخامس (شبكات التواصل الإجتماعي)		
34	نشأة مواقع التواصل الإجتماعي	1-5-2
35	مفهوم الشبكات الإجتماعية	2-5-2
36	أنواع الشبكات الإجتماعية	3-5-2
37	مميزات الشبكات الإجتماعية	4-5-2
38	نماذج من الشبكات الإجتماعية	5-5-2
المبحث السادس (مشروع سوبا غرب الزراعي)		
41	نشأة المشروع	1-6-2
41	الموقع الجغرافي	2-6-2
41	المساحة	3-6-2
42	التربة والموارد المائية	4-6-2
42	الإنتاج الزراعي بالمشروع	5-6-2
43	الإنتاج الحيواني بالمشروع	6-6-2
43	وحدة الرسائل الإرشادية بالمشروع	7-6-2
الباب الثالث (منهجية الدراسة)		

45	منطقة الدراسة	1-3
45	منهج البحث	2-3
45	مجتمع البحث	3-3
45	عينة البحث	4-3
46	أدوات جمع المعلومات	5-3
46	طريقة تحليل البيانات	6-3
الباب الرابع (التحليل والمناقشة)		
49	التحليل والمناقشة	1-4
الباب الخامس (النتائج والتوصيات)		
63	الخلاصة والتوصيات	1-5
67	المراجع	2-5
69	الملاحق	3-5

فهرست الجداول

الصفحة	الجدول	الرقم
22	العلاقة بين المسترشدين وإختيار قنوات الإتصال	1-2
23	تصنيف الطرق والمعينات الإرشادية وفقاً لدرجة تحقيقها للتغيرات السلوكية المراد إحداثها	2-2
51-49	التحليل الوصفي للخصائص الإجتماعية والإقتصادية	
53-51	تحليل الدوافع والطرق والمقاطع المفضلة لدي المبحوثين عند إستخدام تطبيق الواتس آب	
54	تحليل إتجاهات الزراع نحو الرسالة والمعلومات المقدمة لهم عبر تطبيق الواتس آب	
55	تحليل درجة الإستفادة من المعلومات المقدمة من الجهاز الإرشادي بواسطة تطبيق الواتس آب	
57-55	تحليل الأثار الإيجابية والسلبية المترتبة علي إستخدام تطبيق الواتس آب	
58	تحليل أهم الموضوعات التي لم يتطرق لها الجهاز الإرشادي	
60-59	تحليل إختبار فرضيات البحث	
61	تحليل البيانات الكمية	

مستخلص الدراسة

أجريت هذه الدراسة بهدف معرفة فاعلية وسائط التواصل الإجتماعي في نشر المستحدثات الزراعية (الواتس اب) بمشروع سوبا غرب الزراعي، هدفت الدراسة إلي التعرف على أهم خصائص الرسائل المقدمة للمبحوثين من خلال تطبيق (الواتس اب) من حيث (طريقه عرض المعلومه ، نوع الرسائل المرسله ، المعلومة المقدمة عبر الرسائل وتكون مجتمع الدراسة من جميع المزارعين بمشروع سوبا غرب الزراعي وقد تم إتباع المنهج الوصفي التحليلي، نظرا لملاءته أغراض الدراسة حيث تم أختيار عينه عشوائية حجمها (100) مزارع بالمشروع ، عن طريق إستمارة الإستبان التي إحتوت علي (65) سؤال ، وقد إستخدمت الباحثة برنامج الحزم الإحصائية للعلوم الإجتماعية (SPSS) لتحليل البيانات ، وذلك بإستخدام بعض المعالجات الإحصائية، هي: النسب المئوية والمتوسطات الحسابية مربع كاي و مقياس ليكرت)

أبرز نتائج الدراسة :

بينت الدراسة أن أغلب المبحوثين (89%) ذكور، سن اكثرهم (67%) اكثر من 65 عام، (73%) من المبحوثين متزوجين ومستوى تعليم الغالبية منهم (85%) جامعي وفوق الجامعي ونسبة (43%) من المبحوثين دخلهم الشهري أكثر من (3000) جنية ، كما وضحت الدراسة أن متوسط إستخدام المبحوثين للواتس اب كان حوالي 4 سنوات وكان متوسط المدة التي يقضيه المبحوث في الواتس اب حوالي 3 ساعات في اليوم ومتوسط درجة إستفادة المبحوثين من الخدمات الارشادية المقدمة عبر تطبيق الواتس اب حوالي 70%

بينت الدراسة أن إتجاهات المبحوثين نحو نوع المعلومات المقدمة لهم عبر تطبيق الواتس اب كانت جيدة من حيث أهمية المعلومة (4.47) ، جودة المعلومة (4.24) و كفاية المعلومة (3.95) ومتوسطة من حيث زمن

الحاجه إلي المعلومه (3.74) وكانت ضعيفة من حيث وضوح المعلومة (2.83) . اما درجة الإستفادة من المعلومات المقدمه من الجهاز الإرشادي بواسطة التطبيق كانت كافية للمعلومات الخاصة بالانتاج ولحد ما للمعلومات المتعلقة بالتسويق .

من أهم توصيات الدراسة :

إستخدام اسلوب الفيديوهات في عرض المعلومات الزراعية من خلال تطبيق الواتس اب مع ربط الموضوعات المعدة عبر الفيديو بالممارسة العملية لتحقيق أقصى كفاءة إرشادية ممكنة (التعليم بالممارسة) عبر الحقول الإيضاحية وغيرها من الأنشطة العملية، العمل على تقسيم المستهدفين إلي فئات وفق محاصيلهم الزراعية وإعداد رسالة إرشادية فعالة تناسب الموسم الزراعي والوقت من السنة تتدرج فيها المعرفة بتدرج العمليات الفلاحية علي مستوي الحقل، التركيز علي معالجة المعلومات بطريقة مبسطة تتيح لجميع المشاركين في المجموعات فهمها وممارستها و ضرورة تعميم التجربة علي جميع مراكز الإرشاد الزراعي والمشاريع الزراعية بالولاية لتوفير تغطية إرشادية مثلي توفر الوقت وتقتصد المصروفات مع الأخذ في الإعتبار المتغيرات المعرفية والإجتماعية والإقتصادية لكل منطقة .

ABSTRACT

This study was executed to identify the efficiency of social media (WhatsApp application) in the dissemination of agricultural innovations in the Soba West Agricultural scheme in terms of (information presentation method, type of sent messages, information provided via messages). The population of the study consists of entire farmers in the Suba West Agricultural scheme, the descriptive analytical approach was followed in this study, the study was conducted on a sample of (100) farmers in the scheme, randomly selected via a questionnaire which consist of (65) question, The researcher used the statistical packages for social sciences program (SPSS) to analyze the data, using some of statistical treatments of the following: percentages, means, chi square test, and Likert scale.

The results of the study showed that the majority of respondents (89%) were males, the majority of them (67%) their ages were over 65 years, (73%) of respondents were married, the educational level of the majority of them (85%) was graduates and post graduates, and the ratio of (43%) of respondents their monthly income more than (3000) SDG. The study showed that the average use of WhatsApp by respondents was about 4 years, and the average time spent in WhatsApp was about 3 hours per day, and the average of the respondents' benefit from the extension services provided through the WhatsApp application about 70%.

The study showed that respondents' attitudes towards the type of information provided to them through the WhatsApp application were good in term of the importance of information (4.47), the quality of information (4.24) and the adequacy of information (2.83). The degree of use of the information provided by the extension administration through the application was sufficient for relevant to the production and to some extent for information associated with the marketing.

The main recommendations of the study: using the videos style in displaying agricultural information through the WhatsApp application with the linking of prepared topics through videos using practical practices to achieve the maximum possible extensional efficiency (learning by doing) through demonstration fields and other practical activities, working on dividing the target groups into categories according to their agricultural crops and preparing an effective extension message suitable for the agricultural season and the specific time in the year, the knowledge graduates according to agricultural operations at the field level, focus must be paid on information processing in a simplified way that allows all participants in the groups to understand and practice it, and it is necessary to generalize the experience on all agricultural extension centers and agricultural schemes in the State to provide optimal extension coverage saves time and saves expenses taking into account the cognitive, social and economic variables of each area

الباب الأول

الباب الأول

المقدمة

1.1 تمهيد :

إن للاتصال أهمية كبرى في حياة الفرد حيث أنه يعتبر الأداة الرئيسية في أقلمته مع بيئته المحيطة به فعن طريق الإتصال يستطيع الفرد إشباع رغباته في التواصل وحاجاته المعرفيه والأساسية والحصول علي ما يحتاجه من الآخرين ليس هذا فحسب فانما يولد الإتصال تأثيرا حاسما في تكوين شخصية الفرد وشعوره بنفسه ويمده بمعالم وتعاليم يسترشد بها في سلوكه الإجتماعي والإقتصادي، اذ من خلال الإتصال يمكن نقل ومعرفة معايير وقيم وتقاليد الجماعه التي ينتمي إليها ويتعامل معها، أن معرفة الفرد لتلك القيم وهذه المعايير يساعده في التعبير عن حاجاته. ولا تقتصر أهمية الإتصال علي الفرد وحده بل تتعداه إلى الجماعة لأنه يعتبر بمثابة الركيزه الأساسية التي تمكنها من البقاء والتماسك والإستقرار (أوشيك، 2010)

ظلت عملية الإتصال واحدة من أهم أدوات العمل الإرشادي الزراعي سواء الفردية منها أو الجماعية أو الجماهيرية وقد كرس المهتمين بالعمل الإرشادي الكثير من الجهود في هذا الصدد وصولاً إلي عملية إتصال بناء وفعال لخدمة المستهدفين وإبصال البرامج والأنشطة الإرشادية للزراع ومواكبه المتغيرات المعرفية والمعلوماتية في المجال الزراعي بشقيه النباتي والحيواني وذلك عن طريق الإستعانة بوسائل الإتصال المختلفه لإيصال رسالة إرشادية واضحة ومؤثرة وأكثر فعالية في تحقيق الكفاءة الإنتاجية الزراعية، إن التطور المطرد في مجال علوم الإتصال والمعلوماتية حتم علي القائمين بالعمل الإرشاد الزراعي ضرورة الإستفادة من هذا التطور علي الوجه الأكمل بغرض الوصول إلي أكبر عدد من المستهدفين وبأقل تكلفة

وكذلك الإجابة عن تساؤلاتهم وإستفساراتهم بشأن الرسائل المرسلة ممايساهم في رفع قدرات وتنمية مهارات المستهدفين مستقبلا.

تعد وسائل التواصل الإجتماعي أحدث تكنولوجيا الإتصال اليوم وهي عبارة عن مواقع الكترونية أو تطبيقات برمجية صممت خصيصا لتوفير منصات التواصل بين المستخدمين المسجلين عبر تلك المواقع أو التطبيقات من خلال أسم مستخدم خاص بهم أو رقم هاتف أو بريد الكتروني ،ولا يتم هذا التواصل إلي بوجود خطوط إتصال عبر شبكة الإنترنت ومن أشهر البرامج والمواقع التي تدعم التواصل الإجتماعي بين الأشخاص والجماعات هو موقع الفيسبوك حيث يقوم المشترك بتسجيل دخوله إلي الموقع من خلال بريده الالكتروني ومعلوماته الخاصة به ويقوم من خلال هذا البرنامج بأضافة الأشخاص المقربين منه أو الأصدقاء في حالة وجود حسابات مستخدمين لهم عبر هذا الموقع يستطيع المشترك تسجيل الدخول وإستخدام الموقع عبر شبكه الأنترنت سواء من خلال أجهزة الكمبيوتر أو من خلال الهواتف الذكية ،حيث توجد تطبيقات خاصة لهذا البرنامج تستخدم لكافة الأجهزة اللوحية والهواتف الذكية ،كما الحال بالنسبة لموقع التويتز وغيره ، تطبيق الواتس اب من وسائل التواصل الإجتماعي الأكثر شهرة في وقتنا الحاضر في السودان ويتم إستخدام هذا التطبيق بالشكل الأغلب والأكثر شيوعا من خلال الهواتف الذكية حيث يتم التواصل مع الآخرين عن طريق تنصيب هذا التطبيق علي الهاتف الذكي ، ويتم تعريف رقم الهاتف الخليوي للمستخدم علي التطبيق وبالتالي يقوم التطبيق بأضافة كافة الأشخاص المسجلين لدي المستخدم في سجل الهاتف الذين يملكون هذا التطبيق علي هواتفهم الذكية ، ومن ثم يستطيع التواصل معهم من خلال الدردشات الكتابية أو تبادل الملفات كالصور والصوت والفيديو ، ويدعم التطبيق كذلك خدمات الإتصال الصوتي بشكل مجاني

(mawdoo3, 2018)

2.1 المشكلة البحثية :

يلاحظ عدم الإستخدام الأمثل للتقانات الزراعية الموصي بها من قبل البحوث الزراعية ومراكز البحث العلمي، علي الرغم من إمكانية إستخدام البرامج الإذاعة والتلفزيون في نشر المعلومات والمستحدثات الزراعية التي تتوصل إليها مراكز البحوث لتوصيلها إلي المزارعين لذا كان لابد من البحث عن كيفية توصيل هذه التقانات الزراعية المستحدثة إلي حيث يتم تطبيقها بواسطة الزراع . يسعى هذا البحث إلي معرفة فاعلية وسائط التواصل الإجتماعي(الواتس اب) في نشر المستحدثات الزراعية بمشروع سوبا غرب الزراعي ؟

3.1 أهمية البحث :

تتبع أهمية هذا البحث من أهمية عملية الإتصال في العمل الإرشادي وأهمية توظيف تقانات الإتصال والمعلومات الحديثة لتقديم الرسائل الإرشادية بما يتناسب مع تطورات العصر وتعزيز مساهمتها في نشر ورفع الوعي بالمستحدثات الزراعية والتي بدورها تعتبر الطريق لنشاط زراعي ذو إنتاجية عالية مما يساهم في تحقيق التنمية الإقتصادية وكذلك تأتي أهمية البحث من أن المستهدفين بحاجة الي معلومات زراعية علمية موثوقة تلبي رغباتهم وتجيب على تساؤلاتهم وتوفر عليهم الوقت والجهد . ويمكن عرض أهمية الدراسة في النقاط التالية :

- تساعد القائمين على النشاط الإرشادي في معالجة العديد من المشكلات التي تواجههم وخاصة المتعلقة بالإتصال الإرشادي من خلال عرض كيفية الإستفادة من تقانات المعلومات والإتصال الحديثة.

- تقدم آلية لاستخدام تطبيق (الواتس اب) في العمل الإرشادي بصورة علمية الشئ الذي يجعل المرشدين أكثر قدرة على أداء أدوارهم.
- دعم توجهات الإدارة العامة للإرشاد ونقل التقنية في توظيف التقانات الحديثة عبر مشروع حوسبة العمل الإرشادي (الإرشاد الإلكتروني).
- فتح المجال للباحثين للقيام بدراسات أخرى ترتبط بكيفية استخدام تقانات المعلومات والاتصال الأخرى في تطوير العمل الإرشادي .

4.1 أهداف البحث :

الهدف العام للبحث :

التعرف علي مدي فاعلية وسائط التواصل الإجتماعي في نشر المستحدثات الزراعية بمشروع سوبا غرب الزراعي

الأهداف التفصيلية:

- أ) التعرف علي الخصائص الإجتماعية والإقتصادية للمبجوثين.
- ب) قياس إتجاهات المبجوثين نحو طريقة عرض الرسائل المقدمة لهم من خلال تطبيق (الواتس اب) من حيث (طريقه عرض المعلومه ، نوع الرسائل المرسله ، المعلومه المقدمة عبر الرسائل).
- ج) قياس مدي الإستفاده من الرسائل المرسله عبر تطبيق (الواتس اب) من وجهة نظر المبجوثين بمشروع سوبا غرب.

د) معرفة علاقه بين الخصائص الشخصية للمبحوثين ومدى الإستفاده من الرسائل المرسله عبر تطبيق (الواتس اب).

ح) التعرف على خصائص الرسائل المقدمة للمبحوثين من خلال تطبيق (الواتس اب) ومدى الإستفاده منها.

5.1 الأسئلة البحثية :

1.5.1 السؤال البحثي الرئيسي :

ماهو أثر فاعلية وسائط التواصل الإجتماعي في نشر المستحدثات الزراعية بمشروع سوبا غرب الزراعي ممثلة في تطبيق (الواتس اب) والعوامل المؤثرة على ذلك ؟

2.5.1 الأسئلة البحثية الفرعية :

ماهي أهم الخصائص الإجتماعية والإقتصادية للمبحوثين؟

ماهي إتجاهات المبحوثين نحو طريقة عرض الرسائل المقدمة لهم من خلال تطبيق (الواتس اب) من حيث (طريقه عرض المعلومه ، نوع الرسائل المرسله ، المعلومه المقدمة عبر الرسائل)؟

ما مدى الإستفاده من الرسائل المرسله عبر تطبيق (الواتس اب) من وجهة نظر المبحوثين بمشروع سوبا غرب؟

ماهي العلاقه بين الخصائص الشخصية للمبحوثين ومدى الإستفاده من الرسائل المرسله عبر تطبيق (الواتس اب). ؟

6.1 فرضيات البحث :

1. لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية (0.05) بين بعض الخصائص

الشخصية للمبحوثين ومدى إستفادتهم من الرسالة المقدمة عبر تطبيق (الواتس اب) .

2. لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية (0.05) بين خصائص الرسائل

المقدم للمبحوثين عبر الواتس اب ومدى إستفادتهم منها

7.1 حدود البحث

الحدود الموضوعية :

أقتصر موضوع البحث على معرفة أثر فاعلية وسائط التواصل الإجتماعي ممثلة في تطبيق (الواتس

اب) في نشر المستجدات الزراعية والعوامل المؤثرة على ذلك

الحدود المكانية :

الأدارة العامة لنقل التقانة والإرشاد بالخرطوم مشروع سوبا غرب .

الحدود البشرية :

إقتصر البحث على المزارعين المستخدمين تطبيق الواتس اب بمشروع سوبا غرب بولاية بالخرطوم.

الحدود الزمانية :

أجريت الدراسة في العام 2017-2018 م

الحدود المنهجية :

تحدد نتائج هذه الدراسة بصدقها وثباتها وعينتها وأدائها وإجراءات تطبيقها .

8.1 هيكلية البحث :

الباب الأول : (تمهيد ،المشكلة البحثية ،أهمية البحث ،أهداف البحث ،الأسئلة البحثية

،فرضيات البحث ،حدود البحث ،مصطلحات البحث)

الباب الثاني : (الإرشاد الزراعي ،الاتصال ،المعرفة ،النشر والتبني ،شبكات التواصل الإجتماعي

،مشروع سوبا غرب الزراعي)

الباب الثالث : (منطقة الدراسة ،منهج البحث ،مجتمع البحث ،عينة البحث ،أدوات جمع المعلومات

،تحليل البيانات)

الباب الرابع : (التحليل والمناقشه)

الباب الخامس : (النتائج والتوصيات)

9.1 التعريف الإجرائي لمصطلحات البحث:

1.9.1 الرسالة الإرشادية:

هي عبارة عن مجموعة من المواد التعليمية الإرشادية التي يراد نقلها وتعليمها للمسترشدين لفهمها والعمل بها . وتشمل تلك المواد التعليمية علي المعلومات او الأفكار أو المهارات أو الخبرات أو الإتجاهات أو القيم أو

مزيج منها ، كما أنها تختص بشئون المزارع أو المرأة الريفية والمنزل الريفي أو الشباب الريفي

2.9.1 الإتصال :

الإتصال هو أي شئ يساعد علي نقل معني أو رسالة، من شخص لأخر، وقد تكون هذه الرسالة المنقولة أو المتبادلة فكرة أو إتجاها عقليا أو مهارة عمل، أو فلسفة معينة للحياة، أو أي شئ آخر يعتقد أهمية نقله وتوصيله للآخرين.

3.9.1 المستحدثات الزراعية:

هي أي فكرة أو ممارسة أو شئ مادي يدركه الفرد علي أنه شي جديد ، وليس العبرة بإكتساب الفكرة أو الخبرة وإنما بإدراك الفرد لها عند سماعه عنها فكلما كانت الفكرة أو الخبرة تبدو جديدة في نظره عندما يسمع عنها أو يراها فانها تعد شيئا مستحدثا بالنسبة له .

4.9.1 وسائل التواصل الإجتماعي :

يمكن تعريف شبكات التواصل الإجتماعي على أنها المحتوى الذي يتم إنشاؤه بإستخدام أدوات مواقع التواصل الإجتماعي ,لا سيما" المحتوى الذي يقدمه المستخدم "والذي يتم إنشاؤه بواسطة الأفراد على المواقع الإلكترونية التي تشجع على إنشاء وتبادل المحتوى .ويتراوح المحتوى ما بين رسائل نصية ,إلى صور يتم تبادلها ,ومقاطع فيديو تحظى بمشاهدات عديدة. فشبكات التواصل الإجتماعي شبكات تفاعلية تتيح التواصل لمستخدميها في أي وقت و من أي مكان عبر وسائل تقنية .

5.9.1 الواتس اب :

تطبيق الواتس اب من وسائل التواصل الإجتماعي الأكثر شهرة في وقتنا الحاضر في السودان ويتم إستخدام هذا التطبيق بالشكل الأغلب والأكثر شيوعا من خلال الهواتف الذكية حيث يتم التواصل مع الآخرين عن

طريق تنصيب هذا التطبيق علي الهاتف الذكي ،ويتم تعريف رقم الهاتف الخلوي للمستخدم علي التطبيق وبالتالي يقوم التطبيق بأضافة كافة الأشخاص المسجلين لدي المستخدم في سجل الهاتف الذين يملكون هذا التطبيق علي هواتفهم الذكية ،ومن ثم يستطيع التواصل معهم من خلال الدردشات الكتابية أو تبادل الملفات كالصور والصوت والفيديو ،ويدعم التطبيق كذلك خدمات الإتصال الصوتي بشكل مجاني .

الباب الثاني

الباب الثاني

المبحث الأول

الإرشاد الزراعي

1.1.2 مقدمة:

يعمل الإرشاد الزراعي علي تقديم المعلومات الزراعية للزراع من مراكز الأبحاث الزراعية والجامعات، والجهات ذات الصلة بالعمل الزراعي، ويعمل علي رفع كفاءة الزراع وذلك بتقديم المعلومات والأساليب الزراعية الحديثة، وتغير سلوك الزراع نحو الإستخدام الأمثل لتلك الأساليب. ويقوم بإقناع الزراع بضرورة ترك الأساليب التقليدية القديمه وممارسه الجديد، والمبتكر من تلك الأساليب وتبنيها لتكون جزءاً من سلوكهم في العمل المزرعي. ويستخدم لذلك وسائل الإتصال الفردي والجماعي والجماهيري. (خليفة، 2000)

2.1.2 مفهوم الإرشاد الزراعي:

يمكن النظر للإرشاد الزراعي كما أوضح (الطنوبي، 1995) من ثلاث زوايا وهي:

أولاً: تخصص أكاديمي:

يعرف الإرشاد لكونه تخصص أكاديمياً، بأنه علم تطبيقي يستند إلي بحوث وخبرات ميدانية، ومواد مناسبة من العلوم السلوكية وله إطار فلسفي متكامل وله مبادئ وخطط تهتم بمشاكل التعليم غير الرسمي أو خارج المدرسة للشباب والكبار

ثانياً: تخصص عملي:

لأنه عملي يهتم الإرشاد بنشر الأفكار في صورة تكنولوجيا إلي الريفيين والتخطيط والعمل لإقناعهم وتبنيها من أجل تحسين الزراعة. والإرشاد عملية تعليمية، يعلم الريفيين كيف يعيشون حياة أفضل عن طريق التعرف والممارسة علي طرق تحسين مزارعهم ومنازلهم ومؤسساتهم المحلية، إضافةً إلي إكساب الناس معارف جديدة وتطوير مهاراتهم، لإستخدامها في حل مشكلاتهم. ويمكن إستخدام العملية الإرشادية في أي برنامج للتنمية الريفية .

ثالثاً: له برنامج عمل:

الإرشاد كبرنامج عمل للتعليم خارج المدرسة للشباب والكبار هدفه الرئيسي تطوير وتنمية الناس. وبهذا المعني يشير الإرشاد إلي كل البرامج التعليمية التي تنفذها المؤسسات الحكومية أو شبه الحكومية أو التطوعية في مواقف الحياة الواقعية، ويستهدف رضاء الريفيين، ولا يشترط أن تكون البرامج زراعية فيمكن أن تكون: صحية، طبية، بيطرية، تنموية وتعاونية الخ طالما أنها تهتم بتعليم الريفيين من الشباب والكبار نوعاً من التكنولوجيا موجهة من أجل إسعادهم.

3.1.2 تعريف الإرشاد :

توجد تعاريف كثيرة ومتنوعة لمفهوم الإرشاد الزراعي ويرجع تعددها لاسباب كثير يمكن تناول بعض

هذه التعاريف

- **تعريف صبري :** الإرشاد الزراعي عملية تعليمية بحتة موجهة إلي الفلاحه في حقله أو منزله، أو أي

مكان في القرية، وهو يوجهة بصفه خاصه إلي من لم يسعدهم الحظ بالتعليم المدرسي، ومن يريدون

المزيد من المعرفة خارج جدران المدرسه وهو يشمل الزراعة وما يتصل بها ومع التأكيد علي

المشكلات والرغبات الماسة. (صالح، 1997)

:(Bradfield 1966)

- **تعريف Bradfield** الإرشاد الزراعي عملية تعليمية غير رسمية، تهدف إلى تعليم الريفين كيفية الإرتقاء بمستوي معيشتهم إعتمادا علي جهودهم الذاتية ،وذلك بالاستغلال الحكيم للمصادر الطبيعية المتاحة لهم ،وإستخدام طرق أفضل في الزراعة والإدارة المنزلية وذلك لصالح الفرد والأسرة والمجتمع المحلي والدولة التي فيها.

(Chang 1963)

- **تعريف chang** الإرشاد الزراعي خدمة تعليمية غير مدرسية ،تهدف إلى تدريب المزارعين وأسرههم ،والتأثير عليهم لتبني الممارسات المحسنة في الأنتاج النباتي والحيواني ،وفي الأدارة المزرعية وفي المحافظه علي التربة وفي التسويق.

4.1.2 أهداف الإرشاد الزراعي :

- حسب (صالح، 1997) إن الهدف الأساسي للإرشاد الزراعي هو تعليم الناس كيفية تحديد مشاكلهم بدقة ومساعدتهم في إكتساب معارف جديدة وتشجيعهم لإتخاذ الخطوات العملية لتطبيق تلك المعارف معتمدين علي أنفسهم وفقا لظروفهم الخاصة.ويمكن القول بأن الأهداف يمكن حصرها بثلاث نقاط هي:
زراعه حديثة ناجحه ،إقتصاد زراعي ناجح،مستوي معيشي أفضل للأسر الريفية.
وتتميز الأهداف الإرشادية بأنها:

- هي ترجمه منطقية لإحتياجات الزراع وأمالهم وما يرجوه المسؤولين للقطاع الزراعي وللإنسان الزراعي، ويمكن وضعها في صورة برامج إرشادية.
- مشتركة البناء،أي يشترك في صياغتها أكبر عدد ممكن من الزراع وقادتهم المحليين.

- محدودة وواضحة المعالم.
- تعليمية مغيرة للسلوك.
- قياسية،أي يمكن قياسها.
- يرتبط تحقيق الأهداف دائما بفترة زمنية.
- قابلة للتطور.
- متحركة وغير جامدة.
- متوافقة مع نظام المجتمع.
- يمكن تحقيقها. (صالح، 1997)

5.1.2 فلسفة الإرشاد الزراعي:

ويقصد بها الإطار الذي يحدد طبيعة علم الإرشاد الزراعي ويفصله ويميزه عن غيره من العلوم الإجتماعية والزراعية الاخرى. وتتعكس فلسفة الإرشاد الزراعي في جميع الجوانب العلمية المحددة لطبيعة هذا العلم من:

مفهوم وتعريف وأهداف ونظريات تعليمية ومجالات وطبيعة وخصائص القائمين بتعليمه في المدارس والجامعات وكذلك في الريف بالحقول والمزارع والمنازل والمكاتب الإرشادية ، وأدواته التعليمية من طرق ووسائل ومعينات وأجهزة إرشادية وخصوصاً المستحدثات منها وكذلك طبيعة الجمهور الذي تقدم له هذه الخدمة وكذلك اساليب ومداخل تقديم الخدمة الارشادية وطبيعة ومواصفات المادة الإرشادية المقدمة للريفيين وعلاقة القائمين بالارشاد بالبحث العلمي ، وسمات وخصائص القائمين بالعمل الإرشادي وقياداتهم وكيفية إعداد ورفع كفاءة العاملين بالإرشاد الزراعي وعلاقة القائمين بالإرشاد بالمؤسسات الاخرى الحكومية والاهلية

وموقعه من عملية التنمية الريفية وطبيعة الأعمال التي يجب عدم تناولها في أنشطته والإبتعاد عنها وكذلك جمهور الإرشاد في الريف وطبيعة البرامج الإرشادية وكيفية يتم عمل البرنامج الإرشادي وخطط العمل الإرشادي وأساليب تقويم هذا العمل وما هي العلاقة بين الباحث والمرشد والمزارع
فالإرشاد الزراعي يجمع بين التقنيات الزراعية الصالحة للتطبيق والمناسبة لظروف وإمكانيات المزارع ومشاكلهم وتقديم هذه الحلول العلمية الزراعية من خلال أدوات وطرق وأنشطة التعليم الإرشادي المناسبة والملائمة لإحداث الفهم والتطبيق الصحيح لهذه التقنيات من قبل المزارع. (عبيد، 2003-2005).

6.1.2 الأسس العامة للإرشاد الزراعي :

أولاً: ينبغي تخطيط وتنفيذ مختلف الأنشطة الإرشادية في ضوء الواقع الاجتماعي والإقتصادي والنفسي للمسترشدين.

ثانياً: ضرورة العمل علي تكوين أساس من الثقة المتبادلة بين المرشد الزراعي والمسترشدين ويقصد بالثقة: الإستجابة الودودة بين المرشد والمسترشد والقائمة علي أساس الحس والتفكير المشترك والتفاعل الإيجابي بينهما لتكيف الإستجابة السلوكية.

ثالثاً: وجود أهداف متفق عليها من قبل المسترشدين والمرشد الزراعي.

رابعاً: ضرورة الإهتمام بمشاركة المسترشدين والقادة المحليين في تخطيط وتنفيذ وتقييم مختلف البرامج والأنشطة الإرشادية، وأن هذه المشاركة تعد عملية تعليمية نافعة لهم، إذ تنمي فيهم القدرة علي التفكير السليم، والدقة في تحديد المشاكل الحقيقية، والأهداف المرجوة.

خامسا: العمل الإرشادي الناجح هو الذي يعتمد أساسا علي التعاون والتنسيق بين مختلف الأفراد والجماعات والمجتمعات المحلية والهيئات ذات الصلة بالعمل الإرشادي ووسائله ومستهدفاته.

سادسا: الإرشاد الزراعي قناة تصل من خلالها نتائج البحوث الزراعية التطبيقية المفيدة إلي الزراع وأسرههم، كما تنتقل من خلالها أيضا مشاكل المسترشدين إلي الجهات البحثية للعمل علي إيجاد الحلول العلميه المناسبه ويقتضي ذلك ضرورة الأتصال الوثيق والتعاون التام بين أجهزة البحث العلمي الزراعي وجهاز الإرشادي الزراعي. (صالح، 1997)

المبحث الثاني

الإتصال

2.2 الإتصال الإرشادي

يمثل التعليم الإرشادي عملية اتصال باستخدام وسائل شخصية أو عامة. فالوسائل الإرشادية العامة مثل الصحف والنشرات الزراعية والإذاعة والتلفزيون هي من الطرق الإرشادية الهامة التي يتعين تفهم دورها والعوامل المؤثرة على فعاليتها. و لذلك فإن استخدام هذه الوسائل تحكمه قواعد علمية يتعين على العاملين في الإرشاد الإلمام بها.

1.2.2 مفهوم عملية الإتصال

يمثل الاتصال الإنساني أحد أشكال الاتصال ويعرف بأنه "عملية تبادل رسائل لها معاني مشتركة بين المرسل والمستقبل عبر قنوات مختلفة". و بذلك فإن الاتصال يمثل موقفاً مشتركاً يعبر عن المشاركة في معلومات أو أفكار أو مواقف معينة بين فردين أو أكثر. ويهتم علم الإرشاد بعملية نشر وإيصال المعلومات الزراعية المستحدثة إلى جمهور المزارعين ولما كانت هذه العملية مهمة جداً وجزء من علم الإرشاد الزراعي لذا يعتبر الاتصال أحد دعائم العمل الإرشاد. (صالح، 1997)

2.2.2 تعريف الإتصال:

و يقصد بعملية الاتصال Communication عملية توصيل رأي أو معلومة، أو اتجاه ، أو فكرة أو معنى من شخص لشخص أو من شخص إلى جماعة أو من جماعة إلى شخص أو من جماعة إلى جماعة حتى تصبح هذه الفكرة أو الرأي مشاعاً بينهم ويحصل التفاهم.

- تعريف كاظم:

الإتصال هو أي شئ يساعد علي نقل معني أو رسالة، من شخص لآخر، وقد تكون هذه الرسالة المنقولة أو المتبادلة فكرة أو إتجاها عقليا أو مهارة عمل، أو فلسفة معينة للحياة، أو أي شئ آخر يعتقد أهمية نقله وتوصيله للآخرين.

- تعريف جابر :

الإتصال هو عملية إشتراك ومشاركة في المعني من خلال التفاعل الرمزي تتميز بلانتشار في الزمان والمكان، فضلا عن إستمراريتها وقابليتها للتنبؤ. (صالح، 1997)

و الاتصال من أقدم صور التفاعل الاجتماعي أي منذ أن بدأت تتكون المجتمعات الإنسانية من بداية الكهوف والغابات. و هو الطريق الذي استطاع به الإنسان أن ينقل تراثه للأجيال المتتالية وساعد على قيام الحضارات ولولادة لظل الإنسان يعيش في عزلة ولما حدث التغير وتفاعلت المجتمعات مع بعضها. و تمثل عملية الاتصال الإرشادي أحد أشكال الاتصال الإنساني التي يمكن أن تتم بوسائل متعددة ولأغراض مختلفة.

3.2.2 عناصر الإتصال:

أ- المرسل Source

و هو الشخص الذي تبدأ منه الرسالة أو عملية الاتصال وقد يكون معلماً في فصل دراسي أو مذيع في الراديو والتلفاز أو مرشد زراعي.

ب- الرسالة Message:

وهي المعلومات التي يرسلها المرسل إلى الجمهور لإحداث تغيير في سلوكهم ومهاراتهم وقد تكون الرسالة إرشاد ديني أو وعي صحي أو مادة إرشادية.

ج- قنوات الاتصال Channels:

وهي الوسائل التي يتم عن طريقها نقل الرسالة من المرسل إلى الجمهور مثل الراديو، التلفاز، الصحف، المجالات، أو الاجتماعات بكافة أنواعها أو المزرعة أو مقعد الدراسة.

د- معاملة الرسالة Message Treatment

ويقصد به تصميم الرسالة قبل إرسالها للجمهور بجعلها مفهومه وواقعية وهذه تتطلب تفهم واضح لسلوك الأفراد ومهارة في اختيار الكلمات.

هـ- الجمهور Receivers

و هم الذين يستقبلون الرسالة و قد يكون فرد أو جماعة.

و- استجابة الجمهور Feedback

وتتمثل في إقناع الجمهور بجدوى وأهمية الرسالة وما تحتويه من أفكار وهي تعكس مدى إكمال الخطة مرسل.. رسالة... قناة اتصال.. معاملة الرسالة.. مستقبل... استجابة (يبدأ المستقبل بأن يكون مرسل). (صالح، 1997)

4.2.2 معوقات الإتصال الإرشادي

و في بعض الأحيان تتعرض الرسالة إلى بعض المعوقات منها ما يتصل بالمرسل أو المستقبل أو وسيلة الاتصال وأمثلة:

أ- يفشل المرسل في اختيار اللغة التي يفهما المستقبل أو يكون الوقت غير مناسب للإرسال.

ب- وسيلة الاتصال غير واضحة مثل تشويش في الصوت أو الصورة.

ج- يعاني المستقبل من ضعف في حالة السمع أو البصر أو غير مستعد نفسياً لتقبل الرسالة.

د- بعد المسافة الاجتماعية بين المرسل والمستقبل ويؤدي إلى عدم الاستجابة.

ونشير دراسة (جوزيف شاي بل) أن الإنسان يستقبل المعلومات 1% بحاسة اللمس 3% بحاسة الشم

11% بحاسة السمع 83% بحاسة البصر. و إن الإنسان يحفظ بحوالي 10% من المعلومات إن كانت عن

طريق القراءة، 20% بواسطة السمع، 30% بواسطة البصر، 50% بواسطة السمع والبصر معاً.

وعموماً تعكس وسائل الاتصال في كل دولة على مدى تقدم الدولة، وكلما تطورت وسائل الاتصال

دل ذلك على التطور حتى وصلت مرحلة استعمال الأقمار الصناعية في هذا العصر والعلماء والباحثين

يتخذون وسائل الاتصال معياراً لمقارنة الحضارات والشعوب وأن رقيها يقدر بمقدار ما أحرزته من تقدم

وسائل الاتصال. (صالح، 1997)

5.2.2 تصنيف طرق الإتصال الإرشادي:

سوف نركز على التصنيف الكمي لطرق الاتصال الإرشادي والأساس الذي يبني عليه هذا التصنيف

هو عدد الأفراد أو عدد الوحدات المستفيدين بالإتصال الواحد. وعلى ذلك تقسم الطرق الإرشادية إلى:

أ- طرق الإتصال الفردية-

وفيها يكون الإتصال الشخصي واحداً أو وحدة واحدة من الجمهور الإرشادي مثل أفراد الأسرة الريفية.

ومن الطرق الإرشادية الفردية: الزيارة الحقلية، والزيارة المنزلية، والزيارة المكتبية، و الإتصال التليفوني،

والرسائل الشخصية، والنظم الخبيره.

ب- طرق الإتصال الجماعية-

وفيها يكون الإتصال بعدد محدود من الزراع يمكن للمرشد السيطرة عليه. ومن الطرق الإرشادية الجماعية

: الإجتماعات الإرشادية، والإيضاح العملي، والمؤتمرات ، والمدارس الحقلية.

ج- طرق الإتصال الجماهيرية-

وفيها يكون الإتصال بعدد كبير جداً من الزراع يصعب على المرشد السيطرة عليهم ومن الطرق الإرشادية

الجماهيرية: النشرات ، والصحف، والخطابات الدورية ، والراديو ، والتلفزيون، والسينما ، والمعارض.

جدول رقم (2 : 1): يوضح العلاقة بين المسترشدين وإختيار قنوات الإتصال:

عدد المسترشدين	قنوات الإتصال المناسبة
أفراد (عدد محدود)	الزيارات الحقلية أو المنزلية
جماعة	إجتماع إرشادي أو إيضاح حقل بالمشاهدة
أعداد كبيرة متناثرة	قنوات إتصال جماهيرية

(صالح، 1997)

جدول رقم (2 : 2) : يوضح تصنيف الطرق والمعينات الإرشادية وفقاً لدرجة تحقيقها للتغيرات السلوكية المراد إحداثها (المستهدفة).

الهدف	الدرجة	كبيرة	متوسط	محدودة
معارف		أفلام - برامج تلفزيونية - إجتماعات - إيضاحات عملية	صور ثابتة - مطبوعات إرشادية - محاضرات شفوية	مواد سمعية - نماذج
مهارات		أشياء حقيقية ونماذج - إيضاح عملي أفلام متحركة برامج تلفزيونية - نماذج شغالة - أفلام ثابتة مصحوبة بتسجيلات صوتية	نماذج غير شغالة - شرائح وأفلام ثابتة	صور ثابتة - مطبوعات إرشادية
إتجاهات		أفلام متحركة - برامج تلفزيونية	مواد سمعية محاضرات شفوية	صور ثابتة - نماذج - مطبوعات إرشادية

المصدر: (صالح، 1997)

علي ضوء التطورات الراهنة في مجال الإتصال والتي أثمرت عن التداخل بين ثورة وسائل الإتصال المتمثلة في تكنولوجيا الإتصال الحديثة وثورة المعلومات، تعدد وسائل الإتصال وتنوعها يؤكد قدرة هذه التكنولوجيا في تحقيق التنمية المتواصلة والشاملة، هذا التعدد والتنوع يأتي من تعدد الإتجاهات والمداخل ويختلف إستخدام هذه الوسائل باختلاف كثير من المتغيرات والمعطيات والعوامل.

المبحث الثالث

المعرفة

2-3 المعرفة

المعرفة من أهم مقومات حياة الناس، فبدونها لا نستطيع أن نتعلم، ولا أن نعرف ماذا نريد أو نفضل أو نتجنب، ولا أن نعرف ماذا نفعل، وكيف نفعله ومتي نفعله، والإنسان بدون معرفة هو مثل الطفل الرضيع الذي يشعر بما حوله، ولا يفهمه، ولا يستطيع التصرف في حiale.

ورغم أن المعرفة تمثل هذا المكون الهام لمعيشة الإنسان، إلا أنها مكون خفي لا يمكن أن ندركه بحواسنا، فكلما يقول العلماء (المعرفة هي خاصية للعقل البشري ولا توجد خارجه ، لعل أقدم مجال للمعرفة كان المجال الزراعي، عندما بدأ الإنسان زراعة غذائه بصورة منظمة وتوارثت الأجيال هذه المعرفة بعد ذلك . وبالطبع كان توليد هذه المعرفة وتداولها يعتمد علي الكلمة الشفاهية ومحاكاة الأفعال، والتجربة والخطأ. ومع تطور الحضارات ظهرت الطرق المصورة والمكتوبة لتسجيل هذه المعارف، وتطورت لطرق الشفاهية من المساعدة والمحاكاة لتسجيل المعرفة والحكمة وتداولها من خلال الحكايات والأمثال الشعبية (قاسم، 2013)

1.3.2 مكونات المعرفة:

أ- البيانات:

هي محصلة تعامل الإنسان مع البيئة عن طريق حواسه ومن الواضح أن البيانات هي المادة الخام التي تمثل حقائق ندركها، غير أنها لا تحمل معني، والبيانات هي مجموعة من الحقائق غير المرتبة.

ب-المعلومات:

المعلومات ببساطة هي ناتج معاجة البيانات تحليلاً وتركيباً لتصبح ذات معني، أي بعبارة أبسط (المعلومات هي بيانات لها معني) فإذا تم جمع قدر كافي من البيانات، وتم الربط بينها صبحت معلومات.

ج- المعرفة:

تتكون المعرفة من البيانات، والمعلومات، والأفكار.

د- الخبرة:

الخبرة أرقى من المعرفة، كما إنها أكثر تخصصاً. فنحن نعرف الكثير عن أشياء كثيرة ولكن لكل منها خبرة في عدد محدود من المجالات. وهناك نوعين علي الأقل من الخبرة: خبرة قائمة علي المهارة والحركة (مثل التحكم في الآلات) وخبرة أساسها المعرفة (مثل تشخيص الأمراض) وفي كلتا الحالتين فإن الخبرة هي القدرة علي الأداء العملي أو التطبيقي للمعرفة. وتشمل الخبرة علي البيانات والمعلومات والمعرفة (قاسم، 2013)

2.3.2 أنواع المعرفة:

نجد هنالك مجموعه من انواع المعارف من ضمنها

أ- المعرفة الصريحة: يتميز هذا النوع من المعرفة بأنه مقنن وله مظاهر خارجية ومحدد المحتوي. ويمكن التعبير عن المعرفة الصريحة بوسائل متعددة سواء بالإشارات والرموز أو الكتابة أو الرسم أو التحدث وما إلي ذلك كما تتيح تكنولوجيا المعلومات إمكانية تحويلها ونقلها. ومن أمثلتها المطبوعات، الخرائط، تسجيلات الصوت والفيديو.

ب-المعرفة الضمنية: هي المخزونة في العقل البشري وتقوم علي السلوك والحدس والبديةة والمشاعر والخبرات والملاحظات والمعلومات التي تم إستيعابها (قاسم، 2013)

3.3.2 إستخدام تكنولوجيا المعلومات والإتصال في إدارة المعرفة:

مقدمة:

كان الافراد في السابق يعتمدون علي المعرفة التقليديه وكان توليد هذه المعرفة وتدوالها يعتمد علي الكلمه الشفاهية ومحاكاة الافعال ومع تطور الحاضرات ظهرت طرق حديثه.

تشمل أدوات وظائف تكنولوجيا المعلومات والإتصال المرتبطة بالعمليات الرئيسة لإدارة المعرفة: (قاسم، 2013،

أ- أدوات توليد المعرفة.

ب-أدوات تخزين المعرفة.

ج-أدوات إستخدام المعرفة.

د- أدوات نقل المعرفة.

المبحث الرابع

النشر والتبني

2. 4. 1. عملية تبني الأفكار المستحدثة

قبل الخوض في عملية التبني لابد من شرح مفهوم المستحدث :

المستحدث الزراعي هو أى فكرة أو طريقة أو نظام أو تقنية جديدة أو ممارسة أو شيء يدرك على أنه جديد من قبل شخص ما، يعمل على زيادة مستمرة فى الإنتاج الزراعى أو دخل الأسرة. وحداثة الفكرة أو المستحدث موضوع ذاتى لكل فرد وعلى ضوء ذلك تحدد طريقة تعامله معها، فإذا كانت جديدة عليه فهى فكرة مستحدثة بالنسبة له. المستحدثات يمكن أن تكون أشياء، أفعال إجتماعية أو حتى أفكار مجردة. يمكن تقسيم المستحدثات الى قسمين فنية وإجتماعية، وعادة ما تقع المستحدثات الزراعية ضمن القسم الفنى أو التقنى وتترج من المستحدثات البسيطة جداً الى التغييرات الأساسية فى الممارسات الزراعية الى مستحدثات جديدة للغاية وتستلزم تغييرات نفسية وإجتماعية قبل تبنيها بواسطة مجتمعات المزارعين. بعض المستحدثات يمكن تبنيها بسرعة، المستحدثات البسيطة والمتوافقة مع الخبرات والتجارب السابقة عادة ما تجد قبولاً إجتماعياً ويتم تبنيها بسرعة مقارنة مع المستحدثات المعقدة أو الغير ملائمة للخبرات السابقة. (صالح، 2005).

تشير نتائج البحوث والدراسات التى أجريت فى مجال تبني الأفكار المستحدثة على أن هناك عمليتين مرتبطتين تتداخلان فى نقل وتوصيل الأفكار الجديدة من مصادرها البحثية حتى قبولها وتبنيها النهائى من قبل جمهور المسترشدين، وهاتان العمليتان هما الذبوع أوالإنتشار، وعملية التبني، وتعرف عملية الذبوع أو الإنتشار طبقاً لروجرز بأنها إنتقال الفكرة الجديدة من مصادرها الأصلية إلى الذين يستعملونها فى النهاية أى الذين يتبنونها، وبعبارة أخرى فإنها العملية التى تمر بها الإرشادات والتوصيات الزراعية العصرية من وقت خروجها من مصادرها البحثية الى حين وصولها الى الزراع .

أما عملية التبني فيعرفها روجرز بأنها العملية العقلية التي يمر بها الفرد منذ سماعه عن الفكرة الجديدة لأول مرة حتى تبنيها النهائي. (العادلي، 1973).

2 - 4 - 2 - مراحل عملية التبني

إن عملية تبني المستحدثات لا تحدث بصورة مفاجئة وإنما تحتاج الى وقت قد يطول وقد يقصر. فالمزارعون عادة لا يقبلون على عمليات التبني بسرعة وإنما يحتاجون الى وقت للتفكير وإعادة التفكير قبل البدء في عملية إتخاذ القرار حول المستحدث. (صالح، 2006).

ظهرت عدة نماذج لتفسير عملية التبني، أكثرها شيوعاً يتضمن خمس مراحل هي الإنتباه، الإهتمام، التقويم، التجريب والتبني. ويوجد نموذج اخر يتضمن أربعة مراحل هي المعرفة، الحث، القرار وتأكيد القرار. تم شرح هذه المراحل الأربعة بواسطة عالم الإجتماع الأمريكي روجرز وشوميكر كالتالى :

1- المعرفة

وفيها يتم معرفة الفرد بوجود الفكرة ويكتسب بعض المعلومات عنها، وقد يبدأ الفرد الإهتمام بالفكرة أو الخبرة الجديدة ويبدأ فى جمع معلومات نتيجة شعوره بوجود مشكلة معينة وحاجته الى تلك الفكرة أو الخبرة لعلاجها وقد تتحقق حاجته الى الفكرة الجديدة بعد سماعه عنها .

2 - الحث

فى هذه المرحلة يكون المزارع إتجاهاً ويحدد موقفاً تجاه الفكرة قد يكون موجباً أو سالباً.

3 - القرار

فى هذه المرحلة يختار المزارع واحدة من إثنين فهو إما أن يقبل الفكرة ويطبقها أو يرفضها وتعد محاولة الفكرة إقراراً بتطبيقها، وقد يكون القرار بالقبول أو الرفض ومع ذلك فقد يستمر الفرد فى قبول الفكرة وقد لا يستمر كما أنه يعدل عن رفضه لها ويقرر قبولها وتطبيقها مؤخراً لذا كان من الطبيعى أن يدخل فى مرحلة جديدة هى مرحلة تأكيد القرار .

4 - تأكيد القرار

بعد إتخاذ قرار التبني أو الرفض يحتاج الفرد الى معلومات لتأكيد قراره وقد يقرر عدم الإستمرار فى التبني كما أنه قد يعدل عن رفضه الفكرة ويقرر قبولها فى وقت متأخر ويرجع ذلك الى تناقض المعلومات التى يتلقاها حول الفكرة بعد إتخاذه لقرار معين بشأنها. (صالح،2006).

2.4 - 3 - العوامل التى تؤثر فى تبني الأفكار الجديدة

تختلف الفترة التى تمر على المزارع منذ تعرفه على الفكرة الجديدة حتى تبنيها بإختلاف الأفراد، نوع المجتمع والجماعات التى ينتمى اليها، كما يتوقف على طبيعة الفكرة فى حد ذاتها والجهة التى صدرت عنها هذه الفكرة، ويمكن تقسيم العوامل التى تؤثر على تبني الأفكار الجديدة الى الأقسام التالية :

أولاً : العوامل الإجتماعية

وتتنحصر هذه العوامل فى الآتى :

1. نوع المجتمع الذى ينتمى اليه الفرد

تختلف المجتمعات الريفية كثيراً فيما بينها فهناك المجتمعات التقدمية التى تسعى الى التغيير بإستمرار والداعية الى الأخذ بالجديد، وهناك المجتمعات التقليدية المحافظة التى يسود فيها الكثير من العادات والتقاليد الإجتماعية التى تنبذ التغيير وتتنظر الى كل ما هو جديد بشك وريبة وهو ما يحدث بطبيعة الحال فى تبني الأفكار الجديدة. ولقد تبين من الأبحاث والدراسات بأن الأفراد المقيمين فى مجتمعات غير متجانسة من ناحية الدين والثقافة والمهن يكونوا أكثر تقبلاً للأفكار الجديدة عن المجتمعات المتجانسة.

2. المكانة الإجتماعية

فالأفراد الذين يتمتعون بمكانة إجتماعية عالية يرغبون فى تبني الأفكار الجديدة بسرعة أكثر من الآخرين

3. الأسرة والأقارب

تعتبر الأسرة والأقارب من المصادر المرجعية الهامة التي يرجع إليها المزارع عند إتخاذ قرار تبني الأفكار والأساليب الزراعية الجديدة ويتوقف على الصفات المميزة لأعضاء الأسرة بكونها أسرة تقدمية تحبذ التغيير، ومن بين القيم الأسرية التي وجد لها إرتباط بعملية تبني الأفكار الزراعية الجديدة هي رغبة المزارع في تعليم أبنائهم.

4. الجماعات المرجعية

وهي الجماعة التي يلجأ إليها الفرد للإسترشاد برأيها عندما يكون رأياً بالنسبة لموضوع معين أو عند إتخاذ قرار بعمل شئى محدد. وهذه الجماعات تؤدي دوراً هاماً في التأثير على سلوك الأفراد وتصرفاتهم.

ثانياً : العوامل الشخصية

وهي العوامل التي ترتبط بالفرد نفسه ومن العوامل الشخصية التي ثبت تأثيرها على تبني الأفكار والأساليب الزراعية الجديدة ما يلي :

1. السن

تشير نتائج الأبحاث الى أن المزارع المتقدمين في السن مقارنة بالشباب ومتوسطى السن أقل ميلاً لتقبل الأفكار والأساليب الزراعية الجديدة، وفي دراسات أخرى ظهر أن أكبر معدل لتقبل الأفكار بين المزارع كان في من هم من متوسطى الأعمار.

2. التعليم

وجد أن معدل التبني يزداد بازدياد المستويات التعليمية، فالمزارع المتعلم أكثر إستجابة من المزارع الأمي وأكثر إستعداداً لتقبل وتبني الأفكار والأساليب الزراعية الجديدة .

3. العضوية والمشاركة في المنظمات الإجتماعية والسياسية والزراعية والإقتصادية

لقد وجد أن هناك علاقة موجبة بين عضوية الفرد ومشاركته الفعالة في أنشطة المنظمات الإجتماعية والسياسية والزراعية والإقتصادية وبين تبنيه للأفكار والأساليب الزراعية الجديدة، وربما يرجع سبب ذلك الى

الدور الفعال الذى تقوم به هذه المنظمات فى تطوير المجتمعات الريفية والذى يعتبر عاملاً مشجعاً لتبنى الأفكار الجديدة. (ذكى، 1987).

4. المهنة

وهى نوع العمل الرئيسى الذى يزاوله الفرد، فقد ثبت نتيجة الدراسات بأن الفرد المتخصص بالمهنة التى يزاولها يكون أكثر تقبلاً للأفكار الجديدة من غير المتخصص فى المهنة.

كما أن هناك عوامل شخصية أخرى تؤثر فى سرعة تقبل الأفكار والأساليب الجديدة ومن هذه العوامل الذكاء، مستوى الطموح الشخصى، الرغبة فى التجديد، والقناعة والرضا بالنصيب والمكتوب.

ثالثاً : عوامل إقتصادية

من العوامل الإقتصادية التى لها ارتباط بعملية تبني الأفكار والأساليب الزراعية الجديدة نذكر ما يأتى:

1. الدخل المزرعى

يهيئ الدخل المزرعى المرتفع فرصة كبيرة للزراع لتبنى الأفكار الجديدة وذلك لإمكانية الحصول على تلك الأفكار ووسائل تنفيذها من ناحية، ولتلافى الأخطار التى قد تنجم عن فشل تلك الخبرات من ناحية أخرى، لأن كثيراً ما يعتقد المزارع بأن الإقدام على أسلوب جديد فيه مخاطرة وغير مأمونة العواقب، وقد وجد نتيجة الدراسات، بأن هناك علاقة إيجابية بين زيادة دخل المزارع وبين تبنيه للأفكار والأساليب الجديدة.

2 . حجم المزرعة

توجد علاقة موجبة بين حجم المزرعة التى يقوم المزارع بزراعتها وتبنيه للأفكار والأساليب الزراعية الجديدة، بمعنى أنه كلما زاد حجم المزرعة كانت فرصة المزارع كبيرة ليتبنى الأفكار الجديدة .

3 . نوع ملكية الأرض

لقد تبين من الدراسات وجود علاقة موجبة بين ملكية الأرض وتبنى الأفكار والأساليب الزراعية الجديدة، وسبب ذلك يرجع الى أن المالك الزراعى عادة يكون لديه سيطرة كاملة على العمليات الزراعية وكذلك لديه حرية التصرف فى إتخاذ القرارات التى تناسب وظروفه الخاصة، بالإضافة الى إمكانياته المادية وعلى العكس من ذلك نجد المستأجر أقل ميلاً لتبنى الأفكار والأساليب الجديدة نظراً لعدم إستقراره. (ذكى، 1987).

4. مستوى المعيشة

لقد تبين من الدراسات العديدة وجود علاقة إرتباطية موجبة بين مستويات المعيشة العالية للزراع ومدى تبنيتهم للأفكار والأساليب المزرعية الجديدة .

رابعاً : عوامل ترتبط بطبيعة وصفات الفكرة الجديدة

إن سرعة تبنى الأفكار والأساليب المزرعية الجديدة تعتمد على طبيعة ونوع الخبرة التى يراد تبنيتها، ويوجد عدد من الصفات المميزة للأساليب الجديدة التى تؤدى الى الإسراع فى عملية تبنيتها وفيما يأتى بيان ذلك:

1- الميزة النسبية للفكرة

ويقصد بها درجة تفوق الفكرة الجديدة على الفكرة القديمة، وهذا التفوق النسبى يعبر عنه بالعائد الإقتصادى نتيجة لتطبيق الفكرة الجديدة، وبمعنى اخر انه كلما إرتفع العائد الإقتصادى من تطبيق الفكرة زاد معدل تبنيتها، وهذا ينطبق أيضاً على الأفكار سريعة العائد بالنسبة للأموال المستثمرة فيها عن الأفكار التى يتحصل فيها على عائد بعد فترات طويلة نسبياً .

2 - مدى تعقد الفكرة الجديدة

إن الأفكار والأساليب الجديدة الواضحة والسهلة الفهم والإستيعاب تكون أسرع فى تبنيها من الأفكار والأساليب الجديدة المعقدة التى يصعب فهمها أو إستعمالها، أى أن درجة تعقد الفكرة الجديدة يؤثر على درجة تبنيها من قبل المزارعين.

3 - إنسجام الفكرة الجديدة مع القيم السائدة

يقصد بذلك توافق الفكرة والأسلوب الجديد مع القيم والخبرات السابقة لدى المزارع، فكلما توافقت الفكرة الجديدة مع المعايير الثقافية السائدة فى المجتمع، كان هناك إحتمال أكبر لتبنيها بسرعة، وكذلك فإن الخبرات الجديدة المتوافقة مع العمليات الزراعية المتبعة يكون إحتمال تبنيها أكبر وأسرع، أى أن فرصة التبنى تكون أكبر فى حالة ربط الجديد بالقديم. (ذكى، 1987).

4 - إمكانية تجزئة أو تقسيم الفكرة

والمقصود بها إمكانية إجراء التجربة على نطاق ضيق وعلى فترات زمنية متتالية وذلك للتأكد من نجاحها فإن ذلك يساعد على تبنيها بمعدل أكبر من الأساليب التى لا يمكن تجزئتها أو تقسيمها.

5 - القابلية للإنتقال من فرد الى اخر ومن بيئة الى أخرى

يقصد بذلك سهولة إنتشار نتائج تطبيق الفكرة الجديدة وإنتقالها للاخرين، فقد وجد بأن قابلية الأفكار الجديدة للإنتقال من منطقة لأخرى يساعد فى تبنيها السريع، كما يجب ملاحظة أن هناك تفاوتاً بين الأفكار الجديدة من حيث سهولة ملاحظة نتائجها أو إنتقالها من فرد لآخر أو من بيئة لأخرى. (ذكى، 1987).

المبحث الخامس

شبكات التواصل الإجتماعي

5.2: شبكات التواصل الإجتماعي.

1.5.2 نشأة مواقع التواصل الإجتماعي:

بدأت مواقع التواصل الاجتماعي في الظهور في منتصف التسعينيات حيث أنشء موقع classmates.com، عام 1995 للربط بين زملاء الدراسة، وموقع SixDegrees.com عام 1997 الذي ركز على الروابط المباشرة بين الأشخاص، وظهرت تلك المواقع الملفات الشخصية للمستخدمين وخدمة ارسال الرسائل الخاصة لمجموعة من الاصدقاء

وعلى الرغم من توفير تلك المواقع لخدمات مشابهة لما توجد في الشبكات الاجتماعية الحالية إلا أن تلك المواقع لم تستطع أن تدر ربحاً لمالكيها وتم إغلاقها، وبعد ذلك ظهرت مجموعة من الشبكات الاجتماعية التي لم تستطع أن تحقق النجاح الكبير بين الأعوام 1999 و 2001 وفي السنوات اللاحقة ظهرت بعض المحاولات الأخرى ، لكن الميلاد الفعلي للشبكات الاجتماعية كما نعرفها اليوم كان سنة 2002 . فمع بداية العام ظهرت Friendster التي حققت نجاحاً دفع (جوجل) إلى محاولة شرائها سنة 2003 ، لكن لم يتم التوافق على شروط الاستحواذ، في النصف الثاني من العام نفسه، ظهرت في فرنسا شبكة skyrock كمنصة للتدوين، ثم تحولت بشكل كامل إلى شبكة اجتماعية سنة 2007 ، وقد استطاعت بسرعة تحقيق انتشار واسع لتصل حسب إحصائيات يناير 2008 ، إلى المركز السابع في ترتيب الشبكات الاجتماعية حسب عدد المشتركين

ومع بداية عام 2005 ظهر موقع MySpace الأمريكي الشهير ويعتبر من أوائل وأكبر الشبكات الاجتماعية على مستوى العالم و معه منافسه الشهير فيس بوك والذي بدأ أيضاً في الانتشار المتوازي مع

ماي سبيس حيث وصل عدد المشتركين في فيس بوك بعد ست سنوات من عمره اكثر من 800 مليون مشترك من كافة أنحاء العالم(عوض، 2013)

2.5.2 مفهوم الشبكات الإجتماعية:

مصطلح يطلق على مجموعة من المواقع على شبكة الإنترنت العالمية (World Wide Web)

تتيح التواصل بين الأفراد في بيئة مجتمع إفتراضي ، يجمعهم الاهتمام أو الانتماء لبلد، أو مدرسة أو فئة معينة، في نظام عالمي لنقل المعلومات.

فالشبكات الاجتماعية : (social networking service) هي خدمة إلكترونية تسمح للمستخدمين بإنشاء وتنظيم ملفات شخصية لهم، كما تسمح لهم بالتواصل مع الآخرين.

يتبين من التعريف السابق أنّ الشبكات الاجتماعية تتميز عن غيرها من المواقع في الشبكة العنكبوتية بعدة مميزات من أبرزها:

إنّ هدف المواقع الاجتماعية خلق جو من التواصل في مجتمع افتراضي ، تقني ، يجمع مجموعة من الأشخاص من مناطق، ودول مختلفة، على موقع واحد تختلف وجهاتهم ومستوياتهم وألوانهم، وتتفق لغتهم التقنية.

• إنّ الاجتماع يكون على وحدة الهدف سواء التعارف، أو التعاون ، أو التشاور، أو لمجرد الترفيه فقط، وتكوين علاقات جديدة، أو حبّ للاستطلاع والاكتشاف.

• إنّ الشخص في هذا المجتمع عضو فاعل، أي أنّه يرسل، ويستقبل، ويقرأ، ويكتب، ويشارك، ويسمع، ويتحدث، فدوره هنا تجاوز الدور السلبيّ من الاستماع والاطلاع فقط، ودور صاحب الموقع (administration) في هذه الشبكات دور الرقيب فقط، أي الاطلاع، ومحاولة توجيه الموقع للتواصل الإيجابي.

• المساهمة في نقل التعليم من مرحلة التنافس، إلى مرحلة التكامل، من خلال مُطالبة جميع المتعلّمين بالمشاركة في الحوار وجمع المعلومات.

- جعل التعليم والتعلم أكثر مُتعة، وحيوية، ومُعاشية على مدار الساعة.
- مشاركة التحدي، حيث يُمكن للمُعَلِّم إشراك طُلابه في تنفيذ مشاريع تتعلّق بالترويج لمؤسساتهم التعليمية، بهدف قياس مواهبهم وإثراء فُد راتهم، ومدى ثقتهم بأنفسهم.
- إدخال أساليب جديدة، تُشجّع على طرح الأفكار، وتُعزز روح المُشاركة والتواصل بين المُتعلّمين.
- تمكين المُعلِّم من أن يضع لنفسه ساعات مكتبية (Hours face) ، يُتيح للطُلاب خلالها التواصل معه وطرح الأسئلة وتلقّي الإجابات. (عوض، 2013)

3.5.2 أنواع الشبكات الاجتماعية:

تتعدد تقسيمات الشبكات حسب الاستخدام، والاهتمام إلى ثلاثة أنواع رئيسية هي:

- شبكات شخصية : وهي لشخصيات محددة، وأفراد، ومجموعة أصدقاء، تمكنهم من التعارف وإنشاء صداقات بينهم، مثل (Face book).
- شبكات ثقافية : وهي تختص بفنّ معين، وتجمع المهتمين بموضوع أو علم معين، مثل (Library thing) .
- شبكات مهنية : وهي تهتم بأصحاب المهن المتشابهة، لخلق بيئة تعليمية، وتدريبية فاعلة، مثل (linked in) .

كما يمكن تقسيمها حسب الخدمات وطريقة التواصل إلى ثلاثة أنواع أيضًا، هي:

- شبكات تتيح التواصل الكتابي.
- شبكات تتيح التواصل الصوتي.
- شبكات تتيح التواصل المرئي.

وتتنافس الشبكات الاجتماعية اليوم في توفير أكثر من طريقة للتواصل، حتى تلبى حاجات جميع شرائح المجتمع الافتراضي.

هناك تقسيم ثالث، يقسم الشبكات الاجتماعية إلى قسمين:

- شبكات داخلية خاصة:(Internal Social Networking)

وتتكون هذه الشبكات من مجموعة من الناس، تمثل مجتمعاً مغلقاً، أو خاصاً، يمثل الأفراد داخل شركة، أو تجمع ما، أو داخل مؤسسة تعليمية، أو منظمة .ويتحكم في دعوة هؤلاء الأشخاص فقط، وليس غيرهم من الناس للدخول للموقع، والمشاركة في أنشطته، من تدوين وتبادل آراء وملفات، وحضور اجتماعات، والدخول في مناقشات مباشرة، وغيرها من الأنشطة.

- شبكات خارجية عامة:(External Social Networking)

وهي شبكات متاحة لجميع مستخدمي الإنترنت، بل صممت خصيصاً لجذب المستخدمين للشبكة، ويسمح فيها للعديد من المستخدمين بالمشاركة في أنشطته بمجرد أن يقوم المستخدم بالتسجيل في الموقع، وتقديم نفسه للموقع مثل شبكة (Facebook). (جريدة العرب، صفحة أسواق العرب، عدد الأربعاء / 3 / 18 / 2009)

4.5.2 مميزات الشبكات الاجتماعية:

تتميز الشبكات الاجتماعية بعدة مميزات منها، ما يلي:

- العالمية : حيث تلغى الحواجز الجغرافية والمكانية، وتتخطى فيها الحدود الدولية، فيستطيع الفرد في الشرق التواصل مع الفرد في الغرب، في بساطة وسهولة.
- التفاعلية: فالفرد فيها مستقبل وقارئ ، هو مرسل وكاتب ومشارك، لذا فهي تلغي السلبية، وتعطي حيز للمشاركة الفاعلة من المشاهدين والقراء.

- التنوع وتعدد الاستعمالات: فيستخدمها الطالب للتعلم والعالم لبحث علمه وتعليم الناس، والكاتب للتواصل مع القراء وهكذا.
- سهولة الاستخدام: فالشبكات الاجتماعية، تستخدم الحروف، أو الرموز والصور التي تسهل للمستخدم التفاعل.
- التوفير والاقتصادية: في الجهد، والوقت، والمال في ظل مجانية الإشتراك، أو التسجيل، فالفرد البسيط، يستطيع امتلاك حيز على الشبكة للتواصل الاجتماعي، فهي ليست حكراً على أصحاب الأموال، أو حكراً على جماعة دون أخرى (صحيفة بوابة الشرق، 2011)

5.5.2 نماذج من الشبكات الاجتماعية:

هذه بعض النماذج من الشبكات الاجتماعية الموجودة على الشبكة، ولا يدل هذا الاختيار على الأفضلية بقدر ما يشير إلى سعة الانتشار، والتداول، وخاصة على المستوى العربي، ومن بين تلك الشبكات ما يلي: (جريدة العرب، 2009)

1. الفيس بوك: (Face book)

هو موقع يساعد على تكوين علاقات بين المستخدمين، يمكنهم من تبادل المعلومات، والملفات والصور الشخصية، ومقاطع الفيديو والتعليقات، كل هذا يتم في عالم افتراضي يقطع حاجز الزمن والمكان، ويعد موقع الفيس بوك واحداً من أشهر المواقع على الشبكة العالمية، ورائداً للتواصل الاجتماعي، وأصبح موقع الفيس بوك اليوم منبراً افتراضياً للتعبير، واتخذته الشباب اليوم بديلاً للأحزاب السياسية العاجزة الفاشلة

2. الواتس آب WhatsApp

تطبيق الواتس اب من وسائل التواصل الاجتماعي الأكثر شهرة في وقتنا الحاضر في السودان ويتم استخدام هذا التطبيق بالشكل الأغلب والأكثر شيوعاً من خلال الهواتف الذكية حيث يتم التواصل مع

الأخرين عن طريق تنصيب هذا التطبيق علي الهاتف الذكي ،ويتم تعريف رقم الهاتف الخلوي للمستخدم علي التطبيق وبالتالي يقوم التطبيق بأضافة كافة الأشخاص المسجلين لدي المستخدم في سجل الهاتف الذين يملكون هذا التطبيق علي هواتفهم الذكية ،ومن ثم يستطيع التواصل معهم من خلال الدردشات الكتابية أو تبادل الملفات كالصور والصوت والفيديو ،ويدعم التطبيق كذلك خدمات الأتصال الصوتي بشكل مجاني.

3. تويتر: (Twitter)

هو موقع شبكات اجتماعية يقدم خدمة تدوين مصغّر، والتي تسمح لمستخدميه بإرسال تحديثات Tweets عن حالتهم بحد أقصى 140 حرف للرسالة الواحدة، وذلك مباشرة عن طريق موقع (تويتر)، أو عن طريق إرسال رسالة نصية قصيرة (SMS) ، أو برامج المحادثة الفورية أو التطبيقات التي يقدمها المطورون مثل (الفييس بوك وتويتر) وتظهر تلك التحديثات في صفحة المستخدم ويمكن للأصدقاء القراء مباشرة من صفحتهم الرئيسية، أو زيارة ملف المستخدم الشخصي ،وكذلك يمكن استقبال الردود والتحديثات

4. جوجل أو جوجل بلس:

هي شبكة اجتماعية، تم إنشاؤها بواسطة شركة (جوجل)، وتم إطلاقها رسمياً يوم 28 يونيو، 2011 ، ولكن لم يكن التسجيل مسموحاً إلا بواسطة الدعوات فقط؛ بسبب وجود الخدمة في الطور التجريبي. ولكن في يوم 20 سبتمبر، 2011 فُتح (جوجل بلس) لأيّ شخص من سن 18 فما فوق للتسجيل دون الحاجة، لأيّ دعوة من أيّ شخص آخر.

(جوجل بلس) نشأ من خلال طرح خدمات جديدة مثل: الدوائر (Circles) ، مكالمات الفيديو (Hangouts) ، الاهتمامات (Sparks) والمحادثات الجماعية (Huddles) مع دمج بعض خدمات (جوجل) القديمة مثل: صدي جوجل (Google Buzz) ، او الملف الشخصي (Google profile) و(جوجل بلس)، التي تم إطلاقها في مايو 2011 ، وتعتزم (جوجل)، تطوير شبكتها الاجتماعية الجديدة؛ لكي تكون منافساً شرساً ضدّ (الفييس بوك)، أكبر شبكة اجتماعية في العالم، حيث سبق لها تقديم بعض الخدمات، ولكنها لم تستمرّ مثل (جوجل ويف) و(صدي جوجل واي جوجل).

5. المدونات:(Weblogs)

ظهرت المدونات في عام 1997 على يد (John Barger) إلا أنّ انتشارها على نطاق واسع لم يبدأ إلا بعد عام (1999) ، وهو موقع شخصي على شبكة الإنترنت، يدون فيه آراءه ومواقفه حول مسائل متنوعة، وتكون هذه المدونات مؤرخة، ومرتببة، زمنياً تصاعدياً، وهذه المدونات منظمة تنظيمًا ذاتياً، تساعد الأفراد على التفاعل من خلال المشاركة، والتعلم عبر تبادل الأفكار والمعلومات، فضلاً عن حلّ المشكلات الاجتماعية والسياسية

ومما لا شك فيه، أنّ التقدم التكنولوجي الهائل في تكنولوجيا المعلومات، والاتصالات، الذي ميّز العصر الحالي؛ جعلنا نطلق على هذا العصر، العصر الرقمي؛ مما يشير إلى اتساع نطاق استخدام الإنترنت، واعتباره السمة المميزة لهذا العصر.

فالإنترنت يستخدمه الأطفال والراشدون والمتقدمون في السن، أي فئات المجتمع العمرية كافة، وأيضاً طبقات المجتمع الراقية كافة ومحدودة الدخل، فأصبح الإنترنت يغزو مجالات الحياة الاجتماعية كافة، كوسيلة للاتصال، او المجالات الاقتصادية، والسياسية، وغيرها، الأمر الذي يترتب عليه أنّ أيّ مجتمع يعجز عن المشاركة في هذا التقدم التكنولوجي الرقمي الهائل.

مشروع سوبا غرب الزراعي :

1.6.2 نشأة المشروع :

أنشئ المشروع في العام 1961م للمرة الأولى لتوفير الأعلاف المختلفة للمجترات بالمنطقة تحت مسمى

مشروع تسمين الماشية تنقل بعدها بين عدد من الإدارات وتحت مسميات مختلفة أهمها:

1969 – 1973م مشروع تسمين الماشية (وزارة الثروة الحيوانية).

1974 – 1979م المؤسسة العامة للإنتاج الزراعي والحيواني (وزارة الزراعة الإتحادية).

1980 - 1984م إدارة مشاريع الخرطوم الزراعية (وزارة الزراعة الاتحادية)

1984 - 1991م المؤسسة العامة للإنتاج الزراعي والحيواني (وزارة الزراعة والثروة الحيوانية).

ثم آلت ادارته أخيراً في العام 1991م وحتى الآن لوزارة الزراعة والثروة الحيوانية والري ولاية الخرطوم تحت مسمى مشروع سوبا غرب الزراعي.

2. 6 . 2 الموقع الجغرافي:

شيدالمشروع على موقع جغرافي متميز نسبياً بمنطقة سوبا جنوب الخرطوم من حيث قرب الأسواق لتسويق المنتجات وشراء المدخلات الزراعية , حيث يقع المشروع على بعد 7 كلم من جامعة أفريقيا العالمية و 8 كلم من مستشفى سوبا الجامعي.

2. 6 . 3 المساحة:

يأتي المشروع في المرتبة الثانية على نطاق الولاية من حيث المساحة الزراعية فخلال فترة زمنية وجيزة وبعد الإستقرار الطيب في الإمداد المائي تضاعفت مساحة المشروع من 11420 فدان بما يعرف بالمشروع القديم لتصبح 30000 فدان بعد ضم الإمتداد الجديد, وبإضافة مساحات زراعية جديدة خارج المشروع تقدر بنحو 10000 فدان إضحت المساحة الإجمالية للمشروع 40000 فدان.

2. 6.4 التربة و الموارد المائية :

تصنف التربة داخل المشروع الى فئتين هما:

- التربة الطينية المتشققة (Vertisoils)
- وفئة الأراضي (Aridisoils) وهي أراضي هامشية تتميز بالملوحة والصودية والخصوبة في ذات الوقت ،والماء الميسر للنبات والنسبة المئوية العالية للمعادن.

يكون الإمداد المائي بالمشروع طول العام حيث يوجد عدد (4) طلمبات ري جديدة بطاقة تشغيلية تبلغ 18,000 متر مكعب في الساعة للطلبة الواحدة يكفي لري (40000) فدان داخل وخارج المشروع بما يعرف بالري الخارجي، عبر ترعة رئيسية بطول (24.2) كلم وعدد(13) ترعة فرعية بطول 94 كلم، هذا بالإضافة الى التأهيل المستمر للترع والممرات وقنوات الري والإهتمام بتحسين كفاءة إستغلال المياه المتاحة.

2 . 6 . 5 الإنتاج الزراعي بالمشروع:

هنالك تنوعاً مضطرباً في التركيبة المحصولية خلال السنوات السابقة ويعود ذلك بالدرجة الأولى إلى تطور البنى التحتية للمشروع وتطور الأداء الحقلية إضافة إلى توفر التقانات الزراعية الحديثة والدعم الفني حيث بلغت المساحة الإجمالية للخضر الإستهلاكية حوالي 17,200 فدان أعدت لإنتاج البصل والعجور والطماطم والباذنجان إضافة إلى الخضر الورقية والإعلاف وغيرها كما أفرد المشروع مساحة بلغت 50 فدان قابلة للزيادة للنباتات الطبية والعطرية، مثلت محاصيل الصادر جزءاً مهماً من خارطة الإنتاج الزراعي بالمشروع رغم حداثتها بالمشروع خاصة الشامام واليامية الملساء لتصل المساحة الإجمالية إلى 450 فدان يتوقع أن تزيد هذا الموسم نتيجة النجاح الكبير خلال الموسم السابق. الجدير بالذكر أن عدد المزارعين بالمشروع حوالي 2231 مزارعاً.

2 . 6 . 6 الإنتاج الحيواني بالمشروع:

يعتبر المشروع مورداً مهماً للحوم الحمراء والبيضاء والألبان والإنتاج السمكي وصناعة الدواجن.

2 . 6 . 7 وحدة الرسائل الإرشادية بالمشروع call center

أن التطور المضطرب في مجال الإتصال حتم على إدارة المشروع ضرورة إستغلاله والإستفادة منه على الوجه الأمثل للوصول إلى أكبر عدد من المزارعين وبأقل تكلفة ممكنة وكذلك الإجابة على تساؤلاتهم

وإستفساراتهم بشأن الرسائل المرسله مما قد يساهم في رفع قدراتهم وتنمية مهاراتهم مستقبلاً. حيث يتم إرسال وإستقبال أكثر من 1600 رسالة إرشادية خلال الشهر الواحد تتضمن مواد زراعية مختلفة ومتنوعة تتناسب وطبيعة الإنتاج السائد والعروة الزراعية.

كما تم خلال بداية هذا العام إدخال خدمة الرسائل المصورة بإستخدام تطبيق واتس اب للهواتف الذكية بإنشاء ثلاثة قروبات قروب خاص بالإنتاج الزراعي وقروب خاص بالإنتاج الحيواني وقروب خاص بمنتجي الأسماك لإرسال وتلقي الرسائل النصية الإرشادية المدعومة بالصور الملونة.

الباب الثالث

الباب الثالث

منهجية البحث

3 . 1 منطقة البحث

تميزت ولاية الخرطوم عن غيرها من الولايات في مجال الإنتاج الزراعي والحيواني لما توافر بها من أراض خصبة وموارد مائية متعددة بجانب عوامل أخرى عدة أهمها الخبرات المتراكمة لمزارعها في إدارة العمل الزراعي مما جعل إقامة المشاريع الزراعية المختلفة أمراً واقعاً وضرورة إستراتيجية حتمتها الزيادة السكانية ومتطلبات الأمن الغذائي، ويأتي في مقدمتها مشروع سوبا غرب الزراعي.

2.3 منهج البحث :

اتبع الباحث المنهج الوصفي لتحليل البيانات.

3 . 3 مجتمع البحث:

يتكون مجتمع البحث من مستخدمي برنامج الواتس آب في مشروع سوبا غرب الزراعي والبالغ عددهم حوالي 700 مزارع .

3 . 4 عينة البحث:

إستخدم الباحث أسلوب العينة العشوائية البسيطة في إختيار 100 مزارعاً لتجانس مجتمع البحث بنسبة 14.3%.

3 . 5 أدوات جمع المعلومات :

1/المصادر الأولية :

الأستبيان بالإضافة إلى الملاحظه والمقابلات الشخصية .

2/المصادر الثانوية :

المراجع العربية - الكتب - والبحوث والدراسات السابقة - الشبكة العنكبوتية .

3. 6 طريقة تحليل البيانات :

بعد جمع البيانات وترميزها وتفرغها ثم إدخالها إلى الحاسب الالى

تم تحليلها بواسطة برنامج الحزم الإحصائية للعلوم الإجتماعية (spss) statistical package for social sciences

كما إعتمدت طريقة الجداول والتوزيعات التكرارية والنسب المئوية كأنسب طريقة إلى تحويل

المعلومات والبيانات التي جمعت إلى لغة كمية في شكل أرقام ونسب مئوية وإستخدام تحليل مربع كاي لقياس

الفروض والعلاقات مما مكن من استخلاص النتائج والأستدلال عليها بسهولة .

كما قام الباحث بإستخدام معامل ليكرت لقياس الإتجاه لمعرفة آراء المبحوثين في " حول المعلومات المقدمة

لهم عبر برنامج (Whatsapp) من حيث المحتوى : " ، و "قياس الإتجاهات حول المعلومات المقدمة لهم

عبر برنامج (Whatsapp) من حيث النوعية "، وقياس الإتجاهات "تحو كفاية المعلومات المقدمة لهم عبر

(whatsapp) حول الحزم التقنية لإنتاج المحاصيل "،المقياس يقوم علي تجميع أو أختيار عدد كبير من

العبارات التي تمثل الآراء نحو الموضوع المراد قياسه، بعد ذلك توزع تلك العبارات على الأفراد المبحوثين أي

المطلوب قياس آرائهم، ويطلب من كل منهم أن يبين درجة موافقته على كل عبارة كما يلي جيدة جداً -

جيدة-إلى حدما - ضعيفة - ضعيفة جداً . ثم تعطي بعد ذلك درجات لكل فرد حسب درجة موافقته على كل

عبارة كما يلي :

درجة الموافقة	جيدة جداً	جيدة	إلي حد ما	ضعيفة	ضعيفة جداً
الوزن	5	4	3	2	1

بعد ذلك يضرب تكرر كل فئة في الوزن الخاص بها ثم يجمع عمود الوزن المضروب في التكرار ثم تتم قسمة هذا المجموع علي العدد الكلي للمبحوثين . وتقسم الأراء بعد ذلك إلي رأي إيجابي وفيه تكون الدرجات أعلي من 3 درجات حسب مقياس ليكرت ، رأي سلبي تقل فيه الدرجات عن 3 درجات ورأي معتدل "محايد" وهو الذي تساوي فيه الدرجات الرقم 3 درجات حسب مقياس ليكرت.

الباب الرابع

الباب الرابع

تحليل النتائج والتفسير

أولاً: الخصائص الإجتماعية والإقتصادية

1-4 التوزيع التكراري والنسب المئوية للمبحوثين حسب متغير النوع:
جدول (1.4) التوزيع التكراري والنسب المئوية للمبحوثين حسب متغير النوع:

النوع	التكرار	النسبة المئوية
ذكر	89	% 89
أنثي	11	% 11
المجموع	100	% 100

* المصدر المسح الإجتماعي 2017م

يوضح الجدول (1-4) بأن الذكور يمثلون أغلبية المزارعين بنسبة 89% الشئ الذي يشير أن أغلبية المزارعين بالمشروع ذكور وهم الذين يحظون بالقروض والتمويل بغرض الإستثمار عكس المرأة، لذا لا بد من دخول المرأة في الضمانات والتمويل وذلك لدورها الكبير في الزراعة والتنمية.

2-4 التوزيع التكراري والنسب المئوية للمبحوثين حسب متغير السن:

جدول (2.4) التوزيع التكراري والنسب المئوية للمبحوثين حسب متغير السن:

الفئة العمرية	التكرار	النسبة المئوية
أقل من 35	4	% 4
35 - 65	29	% 29
أكثر من 65	67	% 67
المجموع	100	% 100

* المصدر المسح الإجتماعي 2017م

يوضح الجدول (2-4) بأن أغلب المزارعين بالمشروع أعمارهم أكبر من 65 بنسبة 67% وفئة آخري من 35 – 65 وعددهم 29 شخص وهذا يدل علي أن معظم المزارعين بالمشروع تتراوح أعمارهم في الفئة العمرية 35 لأكثر من 65 وهذه فئة نشطة جداً وعطاءة تمتاز بالخبرة-4:

التوزيع التكراري والنسب المئوية للمبحوثين حسب متغير المستوى التعليمي:
جدول (3.4) التوزيع التكراري والنسب المئوية للمبحوثين حسب متغير المستوى التعليمي:

النسبة المئوية	التكرار	المستوي التعليمي
% 1	1	خلوة
% 2	2	إبتدائي
% 12	12	متوسط
% 56	56	جامعي
% 29	29	فوق الجامعي
% 100	100	المجموع

* المصدر المسح الإجتماعي 2017م

يتضح من الجدول (3-4) أن نسبة 100% من المبحوثين متعلمين وأن 56% منهم جامعيون و 29% فوق جامعيين وقد يشير ذلك أن هذا المجتمع يدرك قيمة التعليم وبالتالي هذه الفئة المتعلمة النيره تقوم بممارسة العمل الزراعي بصورة علمية وتعمل علي تطبيق التقانات الحديثة والإلتزام بها في عملهم، ويتوقع أن يكون العمل الإرشادي مع مثل هذا المجتمع أكثر سهولة ويسر.

العملية والعلمية.

4-4 التوزيع التكراري والنسب المئوية للمبحوثين حسب متغير الحالة الإجتماعية:

جدول (4.4) التوزيع التكراري والنسب المئوية للمبحوثين حسب متغير الحالة الإجتماعية:

النسبة المئوية	التكرار	الحالة الإجتماعية
% 27	27	عازب
% 73	73	متزوج
% 100	100	المجوع

* المصدر المسح الإجتماعي 2017م

يتضح من الجدول(4.4) أن معظم المبحوثين بنسبة 73% متزوجون الأمر الذي يدل علي إستقرار المجتمع وقد يرجع ذلك أن هذا المجتمع يتمتع بمنظومة قيم ومعتقدات تؤدي إلي تسهيل أمر الزواج والإستقرار الأسري، وهذا الإستقرار الأسري نتوقع منه تبني الحزم التقنية الحديثة وزيادة في الإنتاجية.

4-5: التوزيع التكراري والنسب المئوية للمبحوثين حسب متغير الدخل الشهري بالجنية:

جدول (4-5) التوزيع التكراري والنسب المئوية للمبحوثين حسب متغير الدخل الشهري

النسبة المئوية	التكرار	الدخل الشهري
8 %	8	أقل من - 1000
23 %	23	1000 - 2000
26 %	26	2000 - 3000
43 %	43	أكثر من 3000
100 %	100	المجموع

* المصدر المسح الإجتماعي 2017م

يتضح من الجدول أن نسبة 49% من المبحوثين يتراوح دخلهم الشهري ما بين 1000- 3000 جنيه ونسبة 43% من المبحوثين دخلهم الشهري أكثر من 3000 جنيه وهذا يفسر أن مزارعي المشروع دخلهم مرتفع ووضعهم المعيشي مستقر، وذلك نتيجة لتوفر الضمانات المالية لديهم وتوفر الخبرة العلمية وتطبيق الحزم الحديثة الشئ الذي يؤدي لزيادة الإنتاج والإنتاجية وبالتالي زيادة الدخل الشهري لديهم.

ثانيا: دوافع المبحوثين في إستخدام الواتس اب

جدول (4-6): توزيع المبحوثين حسب الدوافع التي قادتهم لاستخدام تطبيق whats app

المعلومة	اوافق بشدة	اوافق	لحدا ما	لا اوافق	لا اوافق بشدة	المجموع		
المعرفية	340	68	15	-	-	423	4.23	اوافق بشدة
الاجتماعية	195	180	39	4	1	419	4.19	اوافق بشدة
الشخصية	290	100	42	2	2	436	4.36	اوافق بشدة
الوجدانية	255	60	51	22	6	394	3.94	اوافق
الهروب	20	12	18	32	71	153	1.53	لا اوافق

(المصدر المسح الإجتماعي 2017م)

يتضح من الجدول (4-6) أن أهم الدوافع التي قادت مزارعي المشروع لإستخدام الواتس أب كانت دوافع شخصية نابغة من الشخص نفسه، ومن ثم الدوافع المعرفية من أجل نيل المعرفة والإستفادة من تبادل

الخبرات، ومن ثم الدوافع الإجتماعية من أجل تطوير علاقاتهم الإجتماعية، ويلى ذلك الدوافع الوجدانية التي تغير في إتجاهاتهم وأخيرا وبنسبة ضعيفة يستخدمون الواتس أب من أجل الهروب.

جدول (4-7): توزيع المبحوثين حسب الطرق المفضلة لديهم عند إستخدام الواتس اب

الترتيب	المعلومة	اوافق بشدة	اوافق	لحد ما	لا اوافق	لا اوافق بشدة	المجموع		
4	الرسائل العادية	190	188	39	2	1	420	4.20	اوافق بشدة
5	الصور	190	164	51	4	2	411	4.11	اوافق بشدة
1	الفيديوهات	305	72	57	2	1	437	4.37	اوافق بشدة
2	التعليق على المشاركات	280	100	51	4	-	435	4.35	اوافق بشدة
3	المناقشة الجماعية	285	84	54	2	3	428	4.28	اوافق بشدة
6	المحادثات بالصوت والصورة	225	96	48	22	4	395	3.95	اوافق

(المصدر المسح الإجتماعي 2017م)

يتضح من الجدول (4-7) ان أكثر مزارعي المشروع يعتمدون علي طريقة عرض الفيديوهات في توصيل المعلومه وذلك لأنها طريقة فعالة في فهم المعلومة لأنها تعرض في شكل صورة وصوت ،كما توجد نسبة منهم يعتمدون علي تعليق المشاركات والإستفاده منها، وفئة أخرى يعتمدون علي المناقشة الجماعية وتبادل الخبرات والاراء العلمية ، وهنالك فئة تعتمد علي الرسائل العادية وذلك لأنهم يحبون القراءة والأطلاع ،ومن ثم فئة تعتمد علي الصور في توصيل المعلومة وفئة أخيرة تعتمد علي المحادثات بالصوت والصورة .

الجدول (4-8) : توزيع المبحوثين حسب المقاطع المفضلة لديهم عند استخدام تطبيق whats app:

الترتيب			المجموع	لا اوافق بشدة	لا اوافق	لحد ما	اوافق	اوافق بشدة	المعلومة
2	اوافق بشدة	4.49	449	1	2	32	144	270	الاخبار الهامة والنادرة
4	اوافق	3.84	384	6	26	42	100	210	الفيديوهات الشخصية
8	لحد ما	2.46	246	12	90	90	44	10	المقاطع الفنية (اغاني ، مسرحيات ، افلام.)
5	اوافق	3.27	327	5	60	114	68	50	المقاطع الرياضية
1	اوافق بشدة	4.66	466	-	4	18	64	380	المقاطع العلمية
3	اوافق بشدة	4.08	408	-	8	33	232	135	المقاطع الدينية
6	لحد ما	3.04	304	10	32	132	80	50	المقاطع السياسية
7	لحد ما	2.84	284	22	34	78	100	50	المقاطع الفكاهة والترفيه

(المصدر المسح الإجتماعي 2017م)

يتضح من الجدول (4-8) ان أكثر من مزارعي المشروع المقاطع المفضلة لديهم عند استخدام الواتس اب هي المقاطع العلمية وذلك لنيل المعرفة والإستفادة منها وفئة أخرى تفضل الإطلاع علي الأخبار الهامة والنادرة كما توجد فئة تفضل المقاطع الدينية والإهتمام بها وكما توجد فئة تفضل الفيديوهات الشخصية والمقاطع الرياضية , وتليها فئة تفضل المقاطع السياسية ومتابعة أخبار السياسة ومن بعدها فئة تفضل مقاطع الفكاهة والترفيه والنكات , وفئة أخيرة تفضل المقاطع الفنية من أغاني ومسرحيات وأفلام ومن هنا يتضح لنا ان المقاطع العلمية والإهتمام بها يقع في الدرجة الأولى عند مزارعي المشروع وهذا يدل علي أنهم يمتلكون درجة عالية من الوعي المعرفي .

وعليه المطلوب من المسؤولين من هذه القروبات إرسال المعلومات الإرشادية في شكل مقاطع علمية.

ثالثاً: إتجاهات الزراع نحو الرسالة المقدمة لهم عن طريق ال(What's App)

جدول (4-9): توزيع المبحوثين حسب إتجاههم نحو الرسالة المقدمة لك عبر التطبيق من حيث الشكل

الترتيب			المجموع	ضعيفة جداً	ضعيفة	لحد ما	جيدة	جيدة جداً	المعلومة
3	جيدة جداً	4.18	418	1	-	24	248	145	النص
2	جيدة جداً	4.25	425	-	4	33	168	220	الصورة
5	جيدة	3.26	326	3	52	87	64	120	الرسم
4	جيدة	3.63	363	1	6	114	152	90	الصوت
1	جيدة جداً	4.49	449	1	6	24	88	330	الفيديو

(المصدر المسح الإجتماعي 2017م)

يتضح من الجدول (4-9) ان إتجاه المزارعين نحو المعلومات المقدمة لهم عبر برنامج الواتساب يفضلون المعلومة التي تكون في شكل فيديو وذلك لسهولة استيعابها وفهمها لانه يطرح الموضوع في شكل صورة وصوت حتي يمكن المزارع أن يطبق هذه المعلومة والأحتفاظ بالفيديو لإطول فترة ممكنه والرجوع الية حسب حاجته ومن ثم طريقة الصورة لأنها تجسد وتوصل المعلومة بسهولة وفئة أخري تفضل النص والشئ المكتوب لأنهم يحبون القراءة والإطلاع , كما توجد فئة تفضل نبرات الصوت في توصيل المعلومات , وفئة أخيرة يفضلون توصيل المعلومة في شكل رسومات .

وعليه المطلوب من المسؤولين من هذه القرويات إرسال المعلومات الإرشادية في شكل فيدوهات.

جدول (4-10): توزيع المبحوثين حسب إتجاههم نحو المعلومات المقدمة لديهم عبر برنامج الواتس اب من حيث المعلومة

الترتيب		المجموع	النسبة %	ضعيفة جداً	ضعيفة	لحد ما	جيدة	جيدة جداً	المعلومة
3	جيدة	3.95	395	4	4	42	220	125	كفاية المعلومة
2	جيدة	4.24	424	3	6	39	116	260	جودة المعلومة
1	جيدة	4.47	447	2	2	18	120	305	اهمية المعلومة
5	ضعيفة	2.83	283	4	4	24	116	135	وضوح المعلومة
4	لحد ما	3.74	374	3	16	42	208	105	زمن الحاجة الى المعلومة

(المصدر المسح الإجتماعي 2017م)

يتضح من الجدول (4-10) ان مزارعي المشروع يفضلون أولاً أهمية المعلومة بالنسبة لهم لأنها احياناً توجد معلومات علي الواتس اب قيمة ومفيدة ومن ثم يركزون علي جودة المعلومة وبالتالي لا بد أن تكون

كافية ومكتملة وفي زمن الحاجة اليها لكي يستفيد منها المزارع ويطبقها فوري في الحقل.

وعليه لابد من وضع المعلومات المهمة في صورة مبسطة وجاذبة وسريعة الفهم والإستيعاب.

رابعاً: درجة الإستفادة من المعلومات المقدمة من الجهاز الإرشادي بواسطة برنامج

ال(What's App)

جدول (4-11): توزيع المبحوثين حسب درجة الإستفادة من المعلومات المقدمة لك عبر برنامج الواتس

اب حول الحزم التقنية لإنتاج المحاصيل المزروعة لديك كافية:

الترتيب			المجموع	ضعيف جداً	ضعيف	لحد ما	كافية	كافية جداً	المعلومة
1	كافية	4.02	402	3	6	18	220	155	كيفية إختيار الأصناف
2	كافية	3.99	399	3	4	30	232	130	اعداد الارض
3	كافية	3.98	398	5	6	18	224	145	مواعيد الزراعة
6	كافية	3.92	392	4	12	21	220	135	طريقة الزراعة
4	كافية	3.95	395	3	6	39	232	115	مواعيد الري
5	كافية	3.93	393	3	10	27	228	125	التسميد
9	كافية	3.71	371	6	6	36	248	75	تشخيص الأمراض
8	كافية	3.78	378	4	10	48	216	100	مكافحة الآفات
7	كافية	3.84	384	3	14	27	260	80	الحصاد
10	لحد ما	2.58	258	4	8	144	72	30	التسويق

(المصدر المسح الإجتماعي 2017م)

يتضح من الجدول (4-11) أن درجة الإستفادة من المعلومات المقدمة من الجهاز الإرشادي بواسطة برنامج الواتس اب عن الحزم التقنية لإنتاج المحاصيل المزروعة كانت كافية من حيث إختيار الأصناف ومن ثم إعداد الأرض ومواعيد الزراعة ومواعيد الري والتسميد ويلية طريقة الزراعة والحصاد ومكافحة الآفات وتشخيص الأمراض واخيرا التسويق نجد المعلومة حوله غير كافية تحتاج إلي المزيد من المعلومات

خامسا: أهم الآثار المترتبة على استخدام برنامج ال(What's App)

جدول (4-12): توزيع المبحوثين حسب الآثار الإيجابية لإستخدام الواتس اب من وجهة نظر المستهدفين:

الترتيب			المجموع	لا اوافق بشدة	لا اوافق	لحد ما	اوافق ق	اوافق بشدة	الآثار الايجابية استخدام برنامج ال (What's App)
3	اوافق بشدة	4.67	467	-	2	6	104	355	يزيد المعارف الزراعية لدى المستهدفين
7	اوافق	3.89	389	1	4	93	156	135	ينمي اسلوب التفكير الابداعي للزراع
2	اوافق بشدة	4.73	473	-	2	9	72	390	يوفر فرص الاطلاع على الخبرات العالمية
5	اوافق بشدة	4.60	460	2	2	12	84	360	يشجع المزارعين على المشاركة بالرأي
1	اوافق بشدة	4.75	475	-	2	9	64	400	يزيد من الربط بين المزارعين والمرشدين
6	اوافق بشدة	4.47	447	3	-	36	68	340	يزيد من الربط بين المزارعين والباحثين
4	اوافق بشدة	4.62	462	-	-	24	88	350	يزيد من الربط بين المرشدين والباحثين

(المصدر المسح الإجتماعي 2017م)

يتضح من الجدول (4-12) ان الآثار الأيجابية لإستخدام برنامج الواتس اب من وجهة نظر المستهدفين تتمثل أولاً في أنه يزيد الربط بين المزارعين والمرشدين ومن ثم يوفر فرص الاطلاع علي الخبرات العالمية ويزيد المعارف الزراعية لديهم وبالتالي يزيد الربط بين المرشدين والباحثين ويشجع المزارعين علي المشاركة بالرأي وايضا يزيد الربط بين المزارعين والباحثين وبالتالي ينمي أسلوب التفكير الإبداعي للزراع .

جدول (4-13): توزيع المبحوثين حسب الآثار السلبية لإستخدام برنامج الواتس اب من وجهة المستهدفين:

الترتيب			المجموع	لا اوافق بشدة	لا اوافق	لحد ما	اوافق ق	اوافق بشدة	الآثار السلبية استخدام برنامج ال (What's App)
3	اوافق بشدة	4.67	467	-	2	6	104	355	بافراط يؤدي الى تدني العمل المزرعي
5	اوافق	3.89	389	1	4	93	156	135	يغد بيئة خصبة لبث الافكار الزراعية الهدامة
2	اوافق بشدة	4.73	473	-	2	9	72	390	يفسد الاخلاق الريفية من خلال عرض المواضيع الفاضحة
4	اوافق بشدة	4.60	460	2	2	12	84	360	يقود الى نشر مفاهيم ومصطلحات خاطئة
1	اوافق بشدة	4.75	475	-	2	9	64	400	يقود الى الاضرار الصحية نتيجة للسهر والتركيز المفرط

(المصدر المسح الإجتماعي 2017م)

يتضح من الجدول (4-13) بأن الآثار السلبية لإستخدام برنامج الواتس أب من وجهة نظر المستهدفين تتمثل أولاً في أن برنامج الواتس أب يقود لأضرار صحية نتيجة للسهر ومن ثم يفسد الأخلاق الريفية من خلال عرض المواضيع الفاضحة وبالتالي يؤدي لتدني العمل المزرعي وأيضاً يقود إلي نشر مفاهيم ومصطلحات خاطئة ويعد بيئة خصبة لبث الأفكار الزراعية الهدامة. وعليه المطلوب من المسؤولين من هذه القروبات التركيز علي بث أفكار زراعية تفتح أفق المستهدفين وتنمي مهاراتهم والبعد عن عرض الافكار الهدامة التي قد تأتي من المستهدفين أنفسهم وتوضيح ذلك في المجموعات لتجنبه من التعليقات.

سادسا :4-14: توزيع المبحوثين حسب أهم الموضوعات التي لم يتطرق لها الجهاز الإرشادي

مواضيع لم تطرق	التكرار	النسبة المئوية
التسويق	24	% 24
التربة	3	% 3
الصادر	1	% 1
تنظيمات المنتجين	12	% 12
البستنة	1	% 1
التسويق + التربة	4	% 4
التسويق + الصادر	10	% 10
التسويق + تنظيمات المنتجين	3	% 3
التسويق + البستنة	3	% 3
التسويق+التربة+الصادر	8	% 8
التسويق+التربة+البستنة	8	% 8
التسويق+تربة+تنظيمات	3	% 3
التسويق+البستنة+تنظيمات	7	% 7
التسويق+الصادر+تنظيمات	2	% 2
أخري	11	%11
المجموع	100	% 100

(المصدر المسح الإجمالي 2017م)

يتضح من الجدول 4-14 أن نسبة 24% من المبحوثين يرغبون في طرح الموضوعات التي لها علاقة بالتسويق وهذا يشير على أن المبحوثين قادرين على الإنتاج ولكن تواجههم مشكلة التسويق.

سابعاً : إختبار فرضيات البحث :

الفرضية الأولى

لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية (0.05) بين الخصائص الشخصية للمبحوثين ومدى إستفادتهم من الرسالة المرسله عبر الواتس اب

جدول 4-15 توضيح العلاقة بين الخصائص الشخصية للمبحوثين ومدى إستفادتهم من الرسالة المرسله.

م	الخصائص	مستوي المعنوية
أ	النوع	0.235
ب	الحالة الاجتماعية	0.647
ت	المستوي التعليمي	0.05
ث	الدخل الشهري	0.634

(المصدر المسح الإجتماعي 2017م)

- أظهرت نتائج إختبار مربع كاي من الجدول (4-15):

أ/ عدم وجود علاقة معنوية بين نسبة الإستفادة من البرنامج مع النوع إذا مستوي معنوية الإختبار (0.235) وهي أكبر من (0.05) وهذا يعني أن نسبة الأستفادة من البرنامج لا تعتمد علي النوع .

ب/ عدم وجود علاقة معنوية بين نسبة الإستفادة من البرنامج مع الحالة الإجتماعية إذا مستوي معنوية الإختبار (0.647) وهي أكبر من (0.05) وهذا يعني أن نسبة الأستفادة من البرنامج لا تعتمد علي الحالة الإجتماعية .

ت/ عدم وجود علاقة معنوية بين نسبة الإستفادة من البرنامج مع المستوي التعليمي إذا مستوي معنوية الإختبار (0.05) وهي مساويه لي (0.05) وهذا يعني أن نسبة الأستفادة من البرنامج لا تعتمد علي المستوي التعليمي .

ث/ عدم وجود علاقة معنوية بين نسبة الإستفادة من البرنامج مع الدخل الشهري إذا مستوي معنوية الإختبار (0.634) وهي أكبر من (0.05) وهذا يعني أن نسبة الأستفادة من البرنامج لا تعتمد علي الدخل الشهري .

الفرضية الثانية

لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية (0.05) بين خصائص الرسائل المقدم للمبوحثين عبر الواتس اب ومدى إستفادتهم منها

جدول 4-16 يوضح نتائج إختبار مربع كاي يبين العلاقة بين خصائص الرسائل المقدمه للمبوحثين ومدى إستفادتهم منها

م	علاقة خصائص الرسائل المقدمة للمبوحثين عبر الواتس اب ومدى استفادتهم منها:	مستوي المعنوية
أ	كفاية المعلومة	0.011
ب	جودة المعلومة	0.000
ت	أهمية المعلومة	0.000
ث	وضوح المعلومة	0.000
ج	زمن الحاجة إلي المعلومة	0.000

(المصدر المسح الإجتماعي 2017م)

- أظهرت نتائج إختبار مربع كاي من الجدول (4-16):

أ/ وجود علاقة معنوية عالية بين نسبة الإستفادة من البرنامج مع كفاية المعلومة إذا مستوي معنوية الإختبار (0.011) وهي أصغر من (0.05) وهذا يعني أن نسبة الأستفادة من البرنامج تعتمد علي كفاية المعلومة.

ب/ وجود علاقة معنوية عالية بين نسبة الإستفادة من البرنامج مع جودة المعلومة إذا مستوي معنوية الإختبار (0.000) وهي أصغر من (0.05) وهذا يعني أن نسبة الأستفادة من البرنامج تعتمد علي جودة المعلومة .

ت/ وجود علاقة معنوية عالية بين نسبة الإستفادة من البرنامج مع أهمية المعلومة إذا مستوي معنوية الإختبار (0.000) وهي أصغر من (0.05) وهذا يعني أن نسبة الأستفادة من البرنامج تعتمد علي أهمية المعلومة

ث/ وجود علاقة معنوية عالية بين نسبة الإستفادة من البرنامج مع وضوح المعلومة إذا مستوي معنوية الإختبار (0.000) وهي أصغر من (0.05) وهذا يعني أن نسبة الأستفادة من البرنامج تعتمد علي وضوح المعلومة

ج/ وجود علاقة معنوية عالية بين نسبة الإستفادة من البرنامج مع زمن الحاجة للمعلومة إذا مستوي معنوية

الإختبار (0.000) وهي أصغر من (0.05) وهذا يعني أن نسبة الاستفادة من البرنامج تعتمد علي زمن الحاجة للمعلومة .

ثامنا :4-17: تحليل البيانات الكمية:

البيان	حجم العينة	الأدني	الأعلي	المتوسط	مستوي المعنوية
أستخدم ال(whatsapp) منذ	100	1	7	4.34	1.539
المدة التي اقضيها في ال(whatsapp)	100	1	12	2.92	2.390
درجة الإستفادة من ال(whatsapp)	100	20	100	69.89	14.919

(المصدر المسح الإجتماعي 2017م)

يتضح من الجدول (4-17) أن متوسط أعمار المبحوثين حوالي 46 عام وأعلي عمر حوالي 76 وأدني عمر حوالي 23 وهذا يفسر أن أغلب المبحوثين من فئة عمر الشباب والقوة والعمل والأداء . ويتضح أن متوسط إستخدام المبحوثين للواتس اب كان حوالي 4سنوات وأعلي استخدام كان حوالي 7سنوات وأقل استخدام حوالي عام وهذا يفسر أن المبحوثين اتبنو تقانة الواتس منذ ظهوره . وكان متوسط المدة التي يقضيها المبحوثين في الواتس اب حوالي 3ساعات وأعلي مدة حوالي 12ساعة وأقل مدة حوالي ساعة وهذا يشير أن المبحوثين يمكنهم قليلا في برنامج الواتس ويأخذون منه المفيد . وكان متوسط الاستفادة من برنامج الواتس اب حوالي 70 وأعلي استفادة حوالي 100وأقل استفادة حوالي 20وهذا يشير أن المبحوثين مستفيدون إستفادة قصوي من برنامج الواتس اب في عملهم .

الباب الخامس

الباب الخامس

الخلاصة والتوصيات

ملخص النتائج :

* أوضحت الدراسة أن أغلب المبحوثين (89%) ذكور، سن أكثرهم (67%) أكبر من 65 عام، (73%) من المبحوثين متزوجين ومستوى تعليم الغالبية منهم (85%) جامعي وفوق الجامعي ونسبة (43%) من المبحوثين دخلهم الشهري أكثر من (3000) جنية ، كما وضحت الدراسة أن متوسط إستخدام المبحوثين للواتس اب كان حوالي 4 سنوات وكان متوسط المدة التي يقضيها المبحوث في الواتس اب حوالي 3 ساعات في اليوم ومتوسط درجة إستفادة المبحوثين من الخدمات الإرشادية المقدمة عبر تطبيق الواتس اب حوالي 70% .

* كما أوضحت الدراسة أن اتجاهات المبحوثين نحو استخدام الواتس اب كانت بدوافع شخصية (4.36) وتليها الدوافع المعرفيه (4.23) والإجتماعية (4.19) وأضعفها الدوافع الوجدانية (3.94) ثم الهروب (1.53) ، وأن المبحوثين يفضلون إستخدام طريقة الفيديوهات في تطبيق الواتس اب (4.37) التعليق علي المشاركات (4.35) الرسائل العادية (4.20) والصور (4.11) وطريقة المناقشة الجماعية (4.28) بدرجة عالية جداً اما المحادثات بالصوت والصورة فيفضلونها بدرجة اقل (3.95) . المقاطع العلمية والأخبار الهامه والنادرة والمقاطع الدينية هي المقاطع المفضلة لدي المبحوثين بدرجة عالية جداً عند إستخدام تطبيق الواتس اب (4.66) (4.49) (4.08) على التوالي اما الفيديوهات الشخصية والمقاطع الرياضية فكانت بدرجة اقل (3.84) (3.27) (3.04) على التوالي تليها المقاطع السياسية (3.04) ومقاطع الفكاهة والترفيه (2.84) والمقاطع الفنية (2.46). ويفضل المبحوثين المعلومات المعروضة عن طريق الفيديو (4.49) الصورة (4.25) والنص (4.18) بدرجة عالية يليها طريقة الصوت (3.63) والرسم (3.26).

* أوضحت الدراسة أن إتجاهات المبحوثين نحو نوع المعلومات المقدمة لهم عبر تطبيق الواتس اب كانت جيدة من حيث أهمية المعلومة (4.47) ، جودة المعلومة (4.24) و كفاية المعلومة (3.95) ومتوسطة من حيث زمن الحاجه إلي المعلومه (3.74) وكانت ضعيفة من حيث وضوح المعلومة (2.83) . اما درجة

الإستفادة من المعلومات المقدمه من الجهاز الإرشادي بواسطة التطبيق كانت كافية للمعلومات الخاصة بالانتاج ولحد ما للمعلومات المتعلقة بالتسويق .

* أوضحت الدراسة أن إستخدام تطبيق الواتس اب من وجهة نظر المبحوثين يزيد الربط بين المزارعين والمرشدين ويوفر فرص الإطلاع علي الخبرات العلمية ويزيد المعارف الزراعية لديهم ويزيد الربط بين المزارعين والباحثين ويشجع المزارعين علي المشاركة بالرأي ويزيد الربط بين المرشدين والباحثين بدرجة عالية جداً وينمي الأسلوب الإبداعي لديهم بدرجة عالية من الناحية الايجابية . اما من الناحية السلبية فأن إستخدام تطبيق الواتس اب من وجهة نظر المبحوثين يقود إلي الأضرار الصحيه نتيجة السهر والتركيز المفرط ويفسد الأخلاق الريفية من خلال عرض المواضيع الفاضحة وإستخدامه بإفراط يؤدي إلي تدني العمل المزارعي كما يقود إلي نشر مفاهيم ومصطلحات خاطئة و يعد بئيه خصبة لبث الأفكار الزراعية الهدامة .

* أوضحت الدراسة أن الخصائص الشخصية للمبحوثين لا تؤثر على نسبة الإستفادة من البرنامج الارشادي المقدمة لهم عبر تطبيق الواتس اب وان خصائص المعلومات المقدمة تؤثر على نسبة الإستفادة من البرنامج الارشادي المقدمة.

الخلاصة :

توصل البحث إلي أن الواتس اب له فاعلية في نشر المستحدثات الزراعية وسط المزارعين ،كما إستفادو من المعلومات التي تقدم لهم من الجهاز الإرشادي بواسطة تطبيق الواتس اب إستفادة قصوه ،وأیضا زاد الربط بين المزارعين والمرشدين والباحثين ووفر لهم الإطلاع علي الخبرات العلمية ،وشجعهم علي المشاركة بالرأي

التوصيات :

بناء على ما توصل إليه الباحث من نتائج نوصي بالآتي :-

*إدارة المشروع :-

1. ادماج المرأة في شؤون الزراعة وذلك لتبادل المعلومات العلمية والخبرات من خلال مواقع التواصل الإجتماعي (الواتس اب) للإستفادة منه في عمله وكذلك فئة الشباب
2. إستخدام اسلوب الفيديوهات في عرض المعلومات الزراعية من خلال تطبيق الواتس اب مع ربط الموضوعات المعدة عبر الفيديو بالممارسة العملية لتحقيق أقصى كفاءة إرشادية ممكنة (التعليم بالممارسة) عبر الحقول الإيضاحية وغيرها من الأنشطة العملية .
3. العمل على تقسيم المستهدفين إلي فئات وفق محاصيلهم الزراعية وإعداد رسالة إرشادية فعالة تناسب الموسم الزراعي والوقت من السنة تتدرج فيها المعرفة بتدرج العمليات الفلاحية علي مستوي الحقل
4. التركيز علي معالجة المعلومات بطريقة مبسطة تتيح لجميع المشاركين في المجموعات فهمها وممارستها
5. التركيز علي الموضوعات المتعلقة بالتسويق الزراعي وذلك لأنه عنصر مهم في العملية الزراعية
6. تشجيع شركاء الارشاد من باحثين ومنتجين ومقدمي خدمات زراعية للمشاركة في مجموعات تطبيق الواتس اب لتدعيم الربط وبيئهم
7. ايجاد جهة رقابية لضبط عمليات نشر المفاهيم والمعتقدات من خلال تطبيق الواتس لوضع مجموعة لوائح ونظم يتفق عليها من قبل وحدة الإرشاد الزراعي بالمشروع والمستهدفين للتركيز علي القضايا المعرفية بعيدا عن القضايا الإنصرافية الأخرى
8. الإستخدام الفعال للواتس في الترويج والإعلام عن الأنشطة والبرامج واللقاءات الإرشادية الزراعية وتشجيع روح المبادرة والتبني بين المستهدفين .
9. تشجيع وتنمية المشاركة بين المستهدفين لطرح الأفكار والموضوعات الزراعية التي تخدم مصالحهم الإقتصادية والمعرفية .

*** وزارة الزراعة والثروة الحيوانية والري ولاية الخرطوم :**

تعميم التجربة علي جميع مراكز الإرشاد الزراعي والمشاريع الزراعية بالولاية لتوفير تغطية إرشادية مثلي توفر الوقت وتقتصد المصروفات مع الأخذ في الإعتبار المتغيرات المعرفية والاجتماعية والإقتصادية لكل منطقة .

*** قطاع نقل التقنية والإرشاد :**

توفير تدريب مستمر وفعال لإستخدام وحدة كول سنتر (call cente) وتدريب المزيد من المرشدين بالولاية لتحقيق أقصى إستفادة ممكنة من هذه الوسيلة .

المراجع

1. خليفة ، البدوي خالد (2000) ، دور وسائل الاعلام الجماهيري في تفعيل عمليات التبني والتحديث بين مزارعي محافظه شرق النيل ولاية الخرطوم (رسالة ماجستير) جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا -كلية الدراسات الزراعية -قسم الإرشاد الزراعي .
 2. مصطفى ، السيد أحمد مصطفى(2003) ، (دكتور)،الإعلام المتخصص:(دراسة وتطبيق)مكتبة الشارقة الطبعة الثانية 2002
 3. صالح ، صبري مصطفى صالح (1997) ، (دكتور)،الأرشاد الزراعي :طرقه ومعيناته التعليمية (منشورات جامعة عمر مختار (البيضاء)الطبعة الأولى .
 4. أوشيك ، عمر محجوب أحمد (2010) ، أثر البرامج الاذاعية الزراعية براديو كسلا في نشر الرسائل الأرشادية (رسالة ماجستير) جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا -كلية الدراسات الزراعية -قسم الارشاد الزراعي والتنمية الريفية .
 5. عبيد ، محمد زكريا يحي(2003-2005) .فاعلية وسائل الإتصال الجماهيرية في التنمية الزراعية بولاية كسلا (رسالة ماجستير) جامعة الخرطوم -كلية الزراعة -قسم الإرشاد الزراعي والتنمية الريفية في الفترة :2003-2005
 6. الطنوبي ، محمد الطنوبي (دكتور)،المرجع في الإعلام والإعلام الزراعي (الأسكندرية :منشأة المعارف ،1995)
 7. قاسم ، محمد حسن قاسم ،(بروفسير)،بعض منهجيات إدارة المعرفة الزراعية للمستخدمين العربي ،مدير وحدة المعلومات والإتصال من أجل التنمية بي معهد بحوث الإرشاد الزراعي والتنمية الريفية (مركز البحوث الزراعية)النسخة الثالثة 2013
 8. عوض ، رشا أديب محمد (2013-2014) ، أثار إستخدام مواقع التواصل الإجتماعي علي التحصيل الدراسي للابناء في محافظة طولكرم من وجهة نظريبات البيوت (بحث بكالوريوس في كلية التنمية الاجتماعية والاسريه - تخصص خدمة اجتماعية 2013-2014)
 9. (جريدة العرب ،صفحة أسواق العرب ،عدد الأربعاء 18/3/2009،<http://www.alarab-qa.com>)
 10. (صحيفة بوابة الشرق ،عدد السبت 22/اكتوبر/2011)
- المواقع الإلكترونية :-forbes.comسوريون بيننا ar-ammanet.net

www.mawdoo.com

المراجع الانجليزية :

1. Bradfield.D.J.Guide to Extension Training .F.A.O.Rome .1966
2. Chang .D.W.ExtensionEducation for Agricultural and Rural
3. development .F.A.O 1963

جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا
كلية الدراسات العليا
قسم الارشاد الزراعي والتنمية الريفية

اخي المزارع الكريم

السلام عليكم ورحمة الله تعالى وبركاته

بين يديك استبيان لجمع بيانات حول

اثر استخدام وسائل التواصل الاجتماعي على تحسين معارف الزراع

استخدام ال (*Whats App*) بمشروع سوبا غرب الزراعي

حيث تقوم الباحثة بدراسة علمية حول هذا الموضوع ، ونحسب ان مشاركتكم بملء هذه الاستمارة يعزز من فرص نجاح الدراسة ويخدم عملية إيجاد الحلول لبعض مشاكل الارشاد الزراعي بولاية الخرطوم .
كلنا امل في كريم تعاونكم معنا ، ونعدكم بان البيانات الواردة في هذا الاستبيان تظل سرية ولن تستخدم لغير أغراض الدراسة .

كما نعدكم بتوفير النتائج التي توصلنا اليها في حالة طلبكم لها للاستفادة منها

شاكرين لكم حسن استجابتكم وتعاونكم

الباحثة

وسيلة الرشيد أحمد معلا

بسم الله الرحمن الرحيم

جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا

كلية الدراسات العليا

قسم الارشاد الزراعي والتنمية الريفية

إستبيان حول

اثر إستخدام وسائل التواصل الاجتماعي على تحسين معارف الزراعة

دراسة حالة: استخدام ال(Whats App) بمشروع سوبا غرب الزراعي

القسم الاول الخصائص الشخصية للمبحوثين :-

أنثى	ذكر	1. النوع :

عام	2. السن :
-----	-----------

ارمل	مطلق	متزوج	عازب	3. الحالة الاجتماعية

فوق جامعي	جامعي	ثانوي	متوسط	اساس	ابتدائي	خلوة	امي	4. مستوى التعليم :

اكثر 3000	3000 - 2001	2000 - 1001	1000 - 500	اقل من 500	5. مستوى الدخل الشهري :

6. إستخدم ال(What's App) منذ (_____) عام

7. المدة التي أفضيها في ال (What's App) تقدر ب (_____) ساعة في اليوم

اهم الدوافع التي قادتك لاستخدام ال(What's App) كانت :

لا اوافق بشدة	لا اوافق	لحد ما	اوافق	اوافق بشدة	الدوافع
					8. المعرفية
					9. الاجتماعية
					10. الشخصية
					11. الوجدانية
					12. الهروب

دائماً ما تفضل الطرق التالية لاستخدام ال(What's App) :

لا اوافق بشدة	لا اوافق	لحد ما	اوافق	اوافق بشدة	أهم الطرق
					13. الرسائل العادية
					14. الصور
					15. الفيديوهات
					16. التعليق على المشاركات
					17. المناقشة الجماعية
					18. المحادثات بالصوت والصورة
					19. أخرى (حدد)

دائماً ما تكون المقاطع المفضلة لديك عند إستخدامك لل(What's App) هي :

لا اوافق بشدة	لا اوافق	لحد ما	اوافق	اوافق بشدة	أهم الطرق
					20. الاخبار الهامة والنادرة
					21. الفيديوهات الشخصية
					22. المقاطع الفنية (اغاني ، مسرحيات ، افلام. (
					23. المقاطع الرياضية
					24. المقاطع العلمية
					25. المقاطع الدينية
					26. المقاطع السياسية
					27. المقاطع الفكاهة والترفيه
					28. اخرى (حدد)

القسم الثاني: اتجاهات الزراع نحو الرسالة المقدمة لهم عن طريق ال(What's App)

ماهو اتجاهك نحو المعلومات المقدمة لك عبر برنامج ال(What's App) من حيث

الشكل	جيدة جداً	جيدة	لحد ما	ضعيفة	ضعيفة جداً	لا توجد
29. النص						
30. الصورة						
31. الرسم						
32. الصوت						
33. الفيديو						
34. اخرى (حدد)						

ماهو اتجاهك نحو نوع المعلومات المقدمة لك عبر برنامج ال(What's App) من حيث

المعلومة	جيدة جداً	جيدة	لحد ما	ضعيفة	ضعيفة جداً	لا توجد
35. كفاية المعلومة						
36. جودة المعلومة						
37. اهمية المعلومة						
38. وضوح المعلومة						
39. زمن الحاجة الى المعلومة						
40. اخرى (حدد)						

القسم الثالث: درجة الاستفادة من المعلومات المقدمة من الجهاز الإرشادي بواسطة برنامج ال(What's App)

هل المعلومات المقدمة لك عبر برنامج ال(What's App) حول الحزم التقنية لانتاج المحاصيل المزروعة لديك كافية في المجالات الآتية :

المعلومة	كافية جداً	كافية	لحد ما	ضعيفة	ضعيفة جداً	لا تقدم معلومات
41. كيفية إختيار الاصناف						
42. اعداد الأرض						
الزراعة						43. مواعيد الزراعة
						44. طريقة الزراعة
45. مواعيد الري						
46. التسميد						
47. تشخيص الامراض						
48. مكافحة الآفات						
49. الحصاد						
50. التسويق						
51. اخرى (حدد)						

52. ما هي درجة استفادتك من الخدمات الإرشادية المقدمة لك عبر برنامج ال (What's App) (_____) %

53. في رايك ما هي اهم الموضوعات التي لم يتطرق لها الجهاز الارشادي عبر برنامج ال(What's App) ؟

1. _____
2. _____
3. _____

القسم الرابع : اهم الآثار المترتبة على استخدام برنامج ال(What's App)

الآثار الايجابية لاستخدام البرنامج من وجهة نظر المستهدفين :

لا اوافق بشدة	لا اوافق	لحد ما	اوافق	اوافق بشدة	الآثار الايجابية
					54. استخدام برنامج ال (What's App) يزيد المعارف الزراعية لدى المستهدفين
					55. استخدام برنامج ال (What's App) ينمي اسلوب التفكير الابداعي للزراع
					56. استخدام برنامج ال (What's App) يوفر فرص الاطلاع على الخبرات العالمية
					57. استخدام برنامج ال (What's App) يشجع المزارعين على المشاركة بالرأي
					58. استخدام برنامج ال (What's App) يزيد من الربط بين المزارعين والمرشدين
					59. استخدام برنامج ال (What's App) يزيد من الربط بين المزارعين والباحثين
					60. استخدام برنامج ال (What's App) يزيد من الربط بين المرشدين والباحثين

الآثار السلبية لاستخدام البرنامج من وجهة نظر المستهدفين :

لا اوافق بشدة	لا اوافق	لحد ما	اوافق	اوافق بشدة	الآثار السلبية
					61. الادمان على استخدام برنامج ال (What's App) يؤدي الى تدني العمل المزرعي
					62. استخدام برنامج ال (What's App) يغد بيئة خصبة لبث الافكار الزراعية الهدامة
					63. استخدام برنامج ال (What's App) يفسد الاخلاق الريفية من خلال عرض المواضيع الفاضحة
					64. استخدام برنامج ال (What's App) يقود الى نشر مفاهيم ومصطلحات خاطئة
					65. استخدام برنامج ال (What's App) يقود الى الاضرار الصحية نتيجة للسهر والتركيز المفرط

وبالله التوفيق

الباحثة

وسيلة الرشيد احمد معلا