جامعة كفر الشيخ
كليـــة الزراعـــة
قسم الاقتصاد الزراعي
فرع الإرشاد الزراعي

دراسة تحليلية لرؤى الباحثين والعاملين الإرشاديين لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي في العمل الإرشادي ببعض المحافظات المصرية

مقدمة من

سحر أحمد محمد ندا

بكالوريوس العلوم الزراعية تخصص " الإرشاد الزراعي"
كلية الزراعة – جامعة كفر الشيخ، ٢٠١٢م
ماجستير العلوم الزراعية – تخصص "الإرشاد الزراعي"
كلية الزراعة – جامعة كفر الشيخ، ٢٠١٧م

رسالة علميـة

مقدمة إلي إدارة الدراسات العليا بكلية الزراعة – جامعة كفر الشيخ
استيفاء للدراسات المقررة للحصول علي درجة دكتوراه الفلسفة في العلوم الزراعية
تخصص "الإرشاد الزراعي"
٢٠٢٢م

دراسة تحليلية لرؤى الباحثين والعاملين الإرشاديين لاستخدام
وسائل التواصل الاجتماعي في العمل الإرشادي ببعض المحافظات المصرية

مقدمة من/ سحر محمد أحمد ندا

المستخلص

تستهدف هذه الدراسة بصفة رئيسية التعرف على رؤية كل من الباحثين الزراعين والعاملين الإرشاديين في إمكانية استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في العمل الإرشادي الزراعي، وتم اختيار أربع محافظات هى كفرالشيخ والغربية والبحيرة والإسكندرية، وجمعت البيانات من عينة بلغ قوامها (١٢٢، ١٩٨) مبحوثاً منهما علي الترتيب بواسطة الاستبيان بالمقابلة الشخصية مع المبحوثين، واستغرقت عملية جمع البيانات ثلاثة شهور وهما يناير وفبراير ومارس ٢٠٢١. وتم تحليل وعرض البيانات باستخدام التكرارات والنسبة المئوية، ومتوسط الوزن المرجح، واختبار "ت"، ومعاملي الارتباط البسيط والمتعدد، ومعاملات الانحدار الجزئي والقياسي والمتعدد التدرجي Step wise.

وكانت أهم النتائج كالتالي: أن حوالي ٥٨٪ من الباحثين الزراعيين يستخدمون وسائل التواصل الاجتماعي في العمل الإرشادي بدرجة متدنية، ومن أهم أسباب عدم استخدامها: لأن دوري أكاديمي ولا أتعامل مع المزارعين، قلة الثقة من المزارعين إلا من خلال المواجهة ولم يطلب مني أي خدمة إرشادية من قبل. وأن٧٠٪ من العاملين الإرشاديين المبحوثين يستخدمون وسائل التواصل الاجتماعي في العمل الإرشادي بين منخفض ومتوسط، ومن أهم أسباب عدم استخدامها: عدم ثقة المزارعين بأي معلومة إلا بالحصول عليها وجهاً لوجه، وعدم وجود دورات تدريبية لتعليم المرشدين كيفية استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في العمل الإرشادي. وأن٤٠٪ من الباحثين الزراعيين الذين تمت مقابلتهم، تراوحت درجة رضاهم عن استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في العمل الإرشادي بين منخفض ومتوسط. وأن ٥٢٪ راضين بدرجة منخفضة عن استخدام وسائل التواصل الاجتماعي فى العمل الإرشادي. وأظهرت النتائج أن المتغيرات المستقلة المدروسة تفسر قرابة ٤١٪ من التباين في درجة استخدام الباحثين الزراعيين لوسائل التواصل الاجتماعي في العمل الإرشادي كمتغير تابع، بينما تفسر حوالي ٣٩٪ في درجة استخدام العاملين الإرشاديين لتلك الوسائل. وأشارت النتائج إلى أن أهم اقتراحات المبحوثين هي: اقتراح إنشاء مواقع إلكترونية للمنظمات الزراعية على وسائل التواصل الاجتماعي المتاحة مثل Facebook و Whatsapp، وعمل دورات تدريبية للعاملين الإرشاديين عن استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في العمل الإرشادي، وإنشاء قاعدة بيانات للمسترشدين الذين لديهم هواتف محمولة تستخدم وسائل التواصل الاجتماعي، يليه إعداد دورات تدريبية للمسترشدين عن كيفية استخدام وسائل التواصل للحصول على المعلومات.

قائمة المحتويات

الموضوع	الصفحة
الباب الأول: المقدمة ومشكلة الدراسة	١ـ ٩
تمهيد	٢
المقدمة	٢
الفصل الأول: مشكلة الدراسة	٦
الفصل الثاني: أهداف الدراسة	٨
الفصل الثالث: أهمية الدراسة	٩
الباب الثاني: الاستعراض المرجعي	١٠-١٠٤
تمهيد	١١
الفصل التعليم عن بعد والإرشاد الزراعي	١١
أولاً: مفهوم التعليم عن بعد	١١
ثانياً: خصائص التعليم عن بعد	١٣
ثالثاً: أهداف التعليم عن بعد	١٥
رابعاً: الاتجاهات الرئيسية في التعليم عن بعد	١٧
خامساً: فوائد التعليم عن بعد	١٧
سادساً: مراحل التعليم عن بعد	١٩
سابعاً: مبادئ التعليم عن بعد	٢٠
ثامناً: مزايا وعيوب التعليم عن بعد	٢١
تاسعاً: مبررات التعليم عن بعد	٢٢
عاشراً: التعليم عن بعد ووسائطه في الإرشاد الزراعي	٢٤
الفصل الثاني: الإرشاد الزراعي الإلكتروني	٢٦
أولاً: تعريف الإرشاد الزراعي الإلكتروني	٢٦
ثانياً: خصائص الإرشاد الزراعي الإلكتروني	٢٧
ثالثاً: أهمية الإرشاد الزراعي الإلكتروني	٢٨
رابعاً: مبررات تطبيق الإرشاد الزراعي الإلكتروني	٢٩
خامساً: مبادئ الإرشاد الزراعي الإلكتروني	٣٠
سادساً: تقنيات الإرشاد الزراعي الإلكتروني	٣٠
سابعاً: مكونات الإرشاد الزراعي الإلكتروني	٣١
ثامناً: العوامل المؤثرة على استخدام الإرشاد الزراعي الإلكتروني	٣٢
تاسعاً: مستويات الإرشاد الزراعي الإلكتروني	٣٢
عاشراً: مميزات الإرشاد الزراعي الإلكتروني	٣٢

حادي عشر: عيوب الإرشاد الزراعي الإلكتروني	٣٣
ثاني عشر: تطبيقات الإرشاد الزراعي الإلكتروني في مصر	٣٥
الفصل الثالث: وسائل التواصل الاجتماعي في العمل الإرشادي الزراعي	٤٨
أولاً: تعريف مواقع التواصل الاجتماعي	٤٩
ثانياً: خصائص مواقع التواصل الاجتماعي	٥١
ثالثاً: أنواع مواقع التواصل الاجتماعي	٥٦
رابعاً: أهمية مواقع التواصل الاجتماعي	٥٩
خامساً: التأثيرات الإيجابية لمواقع التواصل الاجتماعي	٦١
سادساً: التأثيرات السلبية لمواقع التواصل الاجتماعي	٦٤
سابعاً: استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في العمل الإرشادي	٦٥

تابع قائمة المحتويات

الموضوع	الصفحة
ثامناً: الاعتبارات الواجب مراعاتها عند استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في العمل الإرشادي	٦٦
تاسعاً: مميزات استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في العمل الإرشادي	٦٧
عاشراً: مبررات استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في العمل الإرشادي	٦٨
حادي عشر: أهم وسائل التواصل الاجتماعي	٦٨
الفصل الرابع: بعض الدراسات السابقة المرتبطة بموضوع الدراسة	٧٢
الباب الثالث: الأسلوب البحثي	١٠٥-١١٧
تمهيد	١٠٦
الفصل الأول: التعاريف الاجرائية	١٠٦
أولاً: بالنسبة للباحثين الزراعيين المبحوثين	١٠٦
ثانياً: بالنسبة للعاملين الإرشاديين المبحوثين	١٠٨
ثالثاً: المتغير التابع	١١٠
رابعاً: دوافع استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في العمل الإرشادي	١١٠
خامساً: معوقات استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في العمل الإرشادي	١١١
سادساً: رؤية تفعيل استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في العمل الإرشادي	١١١
الفصل الثاني: متغيرات وفروض الدراسة	١١٢
أولاً: المتغيرات المستقلة للمبحوثين	١١٢
– بالنسبة للباحثين الزراعيين المبحوثين	١١٢
– بالنسبة للعاملين الإرشاديين المبحوثين	١١٢
ثانياً: المتغير التابع	١١٣
ثالثاً: فروض الدراسة	١١٣
الفصل الثالث: منطقة وشاملة وعينتي الدراسة	١١٤

أولاً: منطقة الدراسة	١١٤
ثانياً: شاملة وعينة الدراسة	١١٥
ثالثاً: مصادر البيانات	١١٦
رابعاً: أسلوب جمع البيانات	١١٦
خامساً: تحليل البيانات	١١٧
الباب الرابع: النتائج ومناقشتها	١١٩-١٧٦
تمهيد	١١٩
الفصل الأول: بعض الخصائص المميزة للمبحوثين	١١٩
أولاً: بعض الخصائص المميزة للباحثين الزراعيين المبحوثين	١١٩
ثانياً: بعض الخصائص المميزة للعاملين الإرشاديين المبحوثين	١٢٥
الفصل الثاني: استخدام المبحوثين لوسائل التواصل الاجتماعي في العمل الإرشادي	١٣٢
أولاً: درجة الاستخدام الكلي للباحثين الزراعيين المبحوثين لوسائل التواصل الاجتماعي في العمل الإرشادي	١٣٢
١- درجة استخدام الباحثين الزراعيين المبحوثين لوسائل التواصل الاجتماعي في العمل الإرشادي	١٣٣
٢- أسباب عدم استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في العمل الإرشادي من وجهة نظر الباحثين الزراعيين المبحوثين غير المستخدمين لها	١٣٥

تابع قائمة المحتويات

الموضوع	الصفحة
٣-رضا الباحثين الزراعيين المبحوثين عن درجة استخدامهم لوسائل التواصل الاجتماعي في العمل الإرشادي	١٣٦
٤-أسباب عدم رضا الباحثين الزراعيين المبحوثين عن استخدامهم لوسائل التواصل الاجتماعي في العمل الإرشادي	١٣٨
ثانياً: درجة الاستخدام الكلي للعاملين الإرشاديين المبحوثين لوسائل التواصل الاجتماعي في العمل الإرشادي	١٣٩
١- درجة استخدام العاملين الإرشاديين المبحوثين لوسائل التواصل الاجتماعي في العمل الإرشادي	١٤٠
٢- أسباب عدم استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في العمل الإرشادي من وجهة نظر العاملين الإرشاديين المبحوثين غير المستخدمين لها	١٤١
٣- رضا العاملين الإرشاديين المبحوثين عن استخدامهم لوسائل التواصل الاجتماعي في العمل الإرشادي	١٤٢
٤- أسباب عدم رضا العاملين الإرشاديين عن استخدامهم لوسائل التواصل الاجتماعي في العمل الإرشادي	١٤٤
الفصل الثالث: دوافع استخدام المبحوثين لوسائل التواصل الاجتماعي في العمل الإرشادي ومعوقات استخدامها	١٤٥
أولاً: دوافع الباحثين الزراعيين المبحوثين لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي في العمل الإرشادي	١٤٥

ثانياً: آراء العاملين الإرشاديين المبحوثين في دوافعهم لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي في العمل الإرشادي	١٤٧
ثالثاً: معوقات استخدام الباحثين الزراعيين المبحوثين لوسائل التواصل الاجتماعي في العمل الإرشادي	١٤٨
رابعاً: معوقات استخدام العاملين الإرشاديين المبحوثين لوسائل التواصل الاجتماعي في العمل الإرشادي	١٥٠
الفصل الرابع: العوامل المرتبطة والمحددة لدرجة استخدام المبحوثين لوسائل التواصل الاجتماعي في العمل الإرشادي	١٥٣
أولاً: العلاقات الارتباطية والانحدارية بين المتغيرات المستقلة المدروسة وبين درجة الاستخدام الكلي للباحثين الزراعيين المبحوثين لوسائل التواصل الاجتماعي في العمل الإرشادي	١٥٣
١- العلاقات الارتباطية بين المتغيرات المستقلة المدروسة وبين درجة الاستخدام الكلي للباحثين الزراعيين المبحوثين لوسائل التواصل الاجتماعي في العمل الإرشادي	١٥٣
٢- العلاقات الانحدارية بين المتغيرات المستقلة المدروسة وبين درجة الاستخدام الكلي للباحثين الزراعيين المبحوثين لوسائل التواصل الاجتماعي في العمل الإرشادي	١٥٤
ثانياً: العلاقات الارتباطية والانحدارية بين المتغيرات المستقلة المدروسة وبين درجة الاستخدام الكلي للعاملين الإرشاديين المبحوثين لوسائل التواصل الاجتماعي في العمل الإرشادي	١٥٥
١- العلاقات الارتباطية بين المتغيرات المستقلة المدروسة وبين درجة الاستخدام الكلي للعاملين الإرشاديين المبحوثين لوسائل التواصل الاجتماعي في العمل الإرشادي	١٥٥

تابع قائمة المحتويات

الموضوع	الصفحة
٢- العلاقات الانحدارية بين المتغيرات المستقلة المدروسة وبين درجة الاستخدام الكلي للعاملين الإرشاديين المبحوثين لوسائل التواصل الاجتماعي في العمل الإرشادي	١٥٧
الفصل الخامس: معنوية الفروق بين متوسطات درجات المبحوثين فيما يتعلق بمحاور استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في العمل الإرشادي	١٥٩
أولاً: معنوية الفروق بين متوسطات درجات كل من الباحثين الزراعيين والعاملين الإرشاديين المبحوثين في درجة استخدامهم لوسائل التواصل الاجتماعي في العمل الإرشادي	١٥٩
ثانياً: معنوية الفروق بين متوسطات درجات كل من الباحثين الزراعيين والعاملين الإرشاديين في درجة رضاهم عن استخدامهم لوسائل التواصل الاجتماعي في العمل الإرشادي	١٥٩
ثالثاً: معنوية الفروق بين متوسطات درجات كل من الباحثين الزراعيين والعاملين الإرشاديين في درجة استخدامهم الكلي لوسائل التواصل	١٦٠

الاجتماعي في العمل الإرشادي	
رابعاً: معنوية الفروق بين متوسطات درجات كل من الباحثين الزراعيين والعاملين الإرشاديين في درجة دوافعهم لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي في العمل الإرشادي	١٦١
خامساً: معنوية الفروق بين متوسطات درجات كل من الباحثين الزراعيين والعاملين الإرشاديين فيما يتعلق بآرائهم حول معوقات استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في العمل الإرشادي	١٦٣
سادساً: معنوية الفروق بين متوسطات درجات كل من الباحثين الزراعيين والعاملين الإرشاديين فيما يتعلق بمقترحاتهم لزيادة استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في العمل الإرشادي	١٦٣
الفصل السادس: رؤية مستقبلية حول كيفية تفعيل استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في العمل الإرشادي	١٦٤
أولاً: مقترحات لزيادة استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في العمل الإرشادي	١٦٤
١- مقترحات الباحثين الزراعيين المبحوثين لزيادة استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في العمل الإرشادي	١٦٤
٢- مقترحات العاملين الإرشاديين المبحوثين لزيادة استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في العمل الإرشادي	١٦٥
ثانياً: شكل تقديم المعلومات الزراعية عبر وسائل التواصل الاجتماعي	١٦٧
١- رؤية الباحثين الزراعيين المبحوثين في شكل تقديم المعلومة الزراعية	١٦٧
٢- رؤية العاملين الإرشاديين المبحوثين في شكل تقديم المعلومة الزراعية	١٦٨
ثالثاً: القائم بتقديم المعلومات الزراعية للمستفيدين عبر مواقع التواصل الاجتماعي	١٦٩
١- رؤية الباحثين الزراعيين للقائم بتقديم المعلومات الزراعية للمستفيدين عبر مواقع التواصل الاجتماعي	١٦٩

تابع قائمة المحتويات

الموضوع	الصفحة
٢-رؤية العاملين الإرشاديين المبحوثين للقائم بتقديم المعلومات الزراعية للمستفيدين عبر مواقع التواصل الاجتماعي	١٦٩
رابعا: مواصفات المعلومات المقدمة عبر وسائل التواصل الاجتماعي	١٧٠
١-رؤية الباحثين الزراعيين المبحوثين لمواصفات المعلومات عبر وسائل التواصل الاجتماعي	١٧٠
٢-رؤية العاملين الإرشاديين المبحوثين لمواصفات المعلومات عبر وسائل التواصل الاجتماعي	١٧١
خامسا: مواصفات إنشاء لكل إدارة زراعية على مواقع التواصل الاجتماعي خاصة	١٧٢
١-رؤية الباحثين الزراعيين المبحوثين في مواصفات إنشاء صفحة لكل	١٧٢

إدارة زراعية على مواقع التواصل الاجتماعي	
٢-رؤية العاملين الإرشاديين المبحوثين في مواصفات إنشاء صفحة لكل إدارة زراعية على مواقع التواصل الاجتماعي	١٧٤
الباب الخامس: الملخص والتوصيات	١٧٧-١٩٣
تمهيد	١٧٩
أولاً: الملخص	١٧٩
ثانياً: التوصيات	١٩٠
المراجع	١٩٤-٢٠٦
أولاً: مراجع باللغة العربية	١٩٥
ثانياً: مراجع باللغة الإنجليزية	٢٠٣
ثالثاً: مواقع إلكترونية	٢٠٥
الملاحق	٢٠٧-٢٢٨
ملحق ١: استمارة الاستبيان الخاصة بالباحثين الزراعيين	٢٠٨
ملحق ٢: استمارة الاستبيان الخاصة بالعاملين الإرشاديين	٢١٦
ملخص باللغة الإنجليزية	1-5
مستخلص باللغة الإنجليزية	

قائمة الجداول

رقم الجدول	العنوان	الصفحة
جدول (١)	الاختلافات بين الإرشاد الزراعي الإلكتروني والإرشاد الزراعي التقليدي	٣٥
جدول (٢)	توزيع الدراسات السابقة وفقا للأهداف التي تناولتها	٩٥
جدول (٣)	ملخص بأهم النقاط الواردة فى الدراسات السابقة ذات الصلة بموضوع الدراسة	٩٨
جدول (٤)	توزيع شاملة وعينة المبحوثين (الباحثين الزراعيين الإرشاديين، والعاملين الإرشاديين) على المحافظات موضع الدراسة	١١٦
جدول (٥)	توزيع الباحثين الزراعيين المبحوثين وفقاً لبعض الخصائص المميزة لهم	١٢٤
جدول (٦)	توزيع العاملين الإرشاديين المبحوثين وفقاً لبعض الخصائص الشخصية المميزة لهم	١٣٠
جدول (٧)	توزيع الباحثين الزراعيين المبحوثين وفقاً لدرجة استخدامهم الكلي لوسائل التواصل الاجتماعي فى العمل الإرشادى	١٣٢
جدول (٨)	توزيع الباحثين الزراعيين المبحوثين وفقاً لدرجة استخدامهم لوسائل التواصل الاجتماعي فى العمل الإرشادى	١٣٤
جدول (٩)	توزيع الباحثين الزراعيين المبحوثين وفقاً لاستخدامهم كل وسيلة من وسائل التواصل الاجتماعي فى العمل الإرشادى	١٣٥
جدول (١٠)	أسباب عدم استخدام وسائل التواصل الاجتماعي فى العمل الإرشادى من وجهة نظر الباحثين الزراعيين المبحوثين	١٣٦
جدول (١١)	توزيع الباحثين الزراعيين المبحوثين المستخدمين لوسائل التواصل الاجتماعي فى العمل الإرشادي وفقاً لدرجة رضاهم عنها	١٣٧

جدول (١٢)	توزيع الباحثين الزراعيين المبحوثين وفقاً لرضاهم عن استخدام وسائل التواصل الاجتماعي فى العمل الإرشادى	١٣٨
جدول (١٣)	توزيع الباحثين الزراعيين المبحوثين وفقاً لأسباب عدم رضاهم عن استخدام وسائل التواصل الاجتماعي فى العمل الإرشادى	١٣٨
جدول (١٤)	توزيع العاملين الإرشاديين المبحوثين وفقاً لدرجة استخدامهم الكلي لوسائل التواصل الاجتماعي فى العمل الإرشادى	١٣٩
جدول (١٥)	توزيع العاملين الإرشاديين المبحوثين وفقاً لدرجة استخدامهم لوسائل التواصل الاجتماعى في العمل الإرشادي	١٤٠
جدول (١٦)	توزيع العاملين الإرشاديين المبحوثين وفقاً لدرجة استخدامهم وسائل التواصل الاجتماعي فى العمل الإرشادى	١٤١
جدول (١٧)	أسباب عدم استخدام وسائل التواصل الاجتماعي فى العمل الإرشادى من وجهة نظر العاملين الإرشاديين غير المستخدمين لوسائل التواصل الاجتماعي	١٤٢
جدول (١٨)	توزيع العاملين الإرشاديين المبحوثين وفقاً لدرجة رضاهم عن استخدام وسائل التواصل الاجتماعي فى العمل الإرشادى	١٤٣
جدول (١٩)	توزيع العاملين الإرشاديين المبحوثين وفقاً لرضاهم عن استخدام وسائل التواصل الاجتماعي فى العمل الإرشادى	١٤٤
جدول (٢٠)	توزيع العاملين الإرشاديين المبحوثين وفقاً لأسباب عدم رضاهم عن استخدام وسائل التواصل الاجتماعي فى العمل الإرشادى	١٤٤
جدول (٢١)	توزيع الباحثين الزراعيين المبحوثين وفقاً لدوافع استخدامهم لوسائل التواصل الاجتماعي فى العمل الإرشادى	١٤٦
جدول (٢٢)	توزيع العاملين الإرشاديين المبحوثين وفقاً لدوافع استخدامهم وسائل التواصل الاجتماعي فى العمل الإرشادى	١٤٨
جدول (٢٣)	توزيع الباحثين الزراعيين المبحوثين وفقاً لآرائهم حول معوقات استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في العمل الإرشادي	١٤٩

تابع قائمة الجداول

رقم الجدول	العنوان	الصفحة
جدول (٢٤)	توزيع العاملين الإرشاديين المبحوثين وفقاً لآرائهم حول معوقات استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في العمل الإرشادي	١٥٢
جدول (٢٥)	قيم معاملات الارتباط البسيط والانحدار الجزئي بين المتغيرات المستقلة المدروسة وبين درجة الاستخدام الكلي للباحثين الزراعيين المبحوثين لوسائل التواصل الاجتماعي في العمل الإرشادي كمتغير تابع	١٥٤
جدول (٢٦)	نتائج النموذج المختزل للعلاقات الارتباطية والانحدارية بين بعض المتغيرات المستقلة المدروسة وبين درجة الاستخدام الكلي للباحثين الزراعيين المبحوثين لوسائل التواصل الاجتماعي في العمل الإرشادي كمتغير تابع	١٥٥
جدول (٢٧)	قيم معاملات الارتباط البسيط والانحدار الجزئي بين المتغيرات المستقلة المدروسة وبين درجة الاستخدام الكلي للعاملين الإرشاديين المبحوثين لوسائل التواصل الاجتماعي في العمل الإرشادي	١٥٧
جدول (٢٨)	نتائج النموذج المختزل للعلاقات الارتباطية والانحدارية بين بعض المتغيرات	١٥٨

	المستقلة المرتبطة وبين درجة الاستخدام الكلي للعاملين الإرشاديين المبحوثين لوسائل التواصل الاجتماعي في العمل الإرشادي	
جدول (٢٩)	نتائج اختبار ت للفروق بين متوسطات درجات الباحثين الزراعيين والعاملين الإرشاديين المبحوثين في محاور درجة استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في العمل الإرشادي	١٦٢
جدول (٣٠)	توزيع الباحثين الزراعيين المبحوثين وفقاً لمقترحاتهم لزيادة استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في العمل الإرشادي	١٦٥
جدول (٣١)	توزيع العاملين الإرشاديين المبحوثين وفقاً لمقترحاتهم لزيادة استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في العمل الإرشادي	١٦٦
جدول (٣٢)	توزيع الباحثين الزراعيين المبحوثين وفقاً لشكل تقديم المعلومات الزراعية المفضل من وجهة نظرهم	١٦٧
جدول (٣٣)	توزيع العاملين الإرشاديين المبحوثين وفقاً لشكل تقديم المعلومات الزراعية المفضل من وجهة نظرهم	١٦٨
جدول (٣٤)	توزيع الباحثين الزراعيين المبحوثين وفقاً لتفضيلهم للقائم بتقديم المعلومات الزراعية على مواقع التواصل الاجتماعي	١٦٩
جدول (٣٥)	آراء العاملين الإرشاديين المبحوثين وفقاً لتفضيلهم للقائم بتقديم المعلومات الزراعية على مواقع التواصل الاجتماعي	١٦٩
جدول (٣٦)	توزيع الباحثين الزراعيين المبحوثين وفقاً لآرائهم في المواصفات التي يجب توافرها في المعلومات الزراعية عبر وسائل التواصل الاجتماعي	١٧١
جدول (٣٧)	توزيع العاملين الإرشاديين المبحوثين وفقاً لآرائهم في المواصفات التي يجب توافرها في المعلومات الزراعية عبر وسائل التواصل الاجتماعي	١٧٢
جدول (٣٨)	توزيع الباحثين الزراعيين المبحوثين وفقاً لآرائهم لمواصفات إنشاء صفحة لكل إدارة زراعية على مواقع التواصل الاجتماعي	١٧٣
جدول (٣٩)	توزيع العاملين الإرشاديين المبحوثين وفقاً لآرائهم لمواصفات إنشاء صفحة لكل إدارة زراعية على مواقع التواصل الاجتماعي	١٧٥

قائمة الأشكال

رقم الشكل	الشكل	الصفحة
شكل ١	**تطبيقات الإرشاد الزراعي الإلكتروني في مصر**	٣٦