

## مجلة الاقتصاد الزراعي والعلوم الاجتماعية

موقع المجلة: [www.jaess.mans.edu.eg](http://www.jaess.mans.edu.eg)مفتاح على: [www.jaess.journals.ekb.eg](http://www.jaess.journals.ekb.eg)

Cross Mark

## تحليل وصفي لبرنامج مستشارك الزراعي المذاع بوسائل الاتصال الجماهيري خلال جائحة كورونا

زينب محمود عبدالرحمن\*

قسم الإرشاد الزراعي - كلية الزراعة - جامعة عين شمس

## الملخص

يستهدف البحث التحليل الوصفي لبرنامج مستشارك الزراعي، وتحليل عناوين الحلقات ومحتوياتها وطريقة عرض الرسائل الإرشادية، وتحديد هل تضمن محتوى الحلقات رسائل توعية إرشادية ضد كورونا، و تحديد أعداد المزارعين المتصلين بكل حلقة وفقاً لمحافظةهم. إندعم البحث على المنهج الوصفي للبرنامج الذي تم إطلاقه على قناة مصر الزراعية في 21 إبريل 2020 للمزارعين بمصر من قبل وزارة الزراعة المصرية وقطاع الإرشاد الزراعي للعمل الإرشادي خلال فترة جائحة كورونا من (2020-4-21) إلى بداية فك الحظر الكلي (2020-6-23). تم متابعة (18) حلقة في هذه الفترة بمعدل حلقتين إسبوعياً مدة الحلقات 45-59 دقيقة. وتبين ما يلي: أن البرنامج أهد أشكال التوك شو، وجود تفاعل بين مقدم البرنامج والضيف والجمهور عن طريق الإتصال الهاتفي على الهواء مباشرة، إستخدم اللغة البسيطة، وتميزت الحلقات بتنوع رسائلها، وتضمنت الحلقات التوعية الصحية ضد كورونا.

الكلمات الدالة: برنامج مستشارك الزراعي - وسائل الإتصال الجماهيري - جائحة كورونا.



## المقدمة

الغموض ووقوع الأحداث والأزمات الطارئة المختلفة، أي أن كثافة علاقات الاعتماد للفرد ترتبط إيجابياً بإدراكات التهديد في البيئة الطبيعية والاجتماعية. يزداد الاعتماد على وسائل الإعلام في حالة ما تكون القدرة على تلقي المعلومات المحتاج إليها من خلال مصادر الإتصال الشخصي مقيدة وتغيب البدائل الأخرى للحصول على المعلومات، كما تزداد درجة الاعتماد أيضاً كلما كان الفرد أكثر اعتماداً على قناة إتصالية بعينها وكلما كانت درجة التنبؤ بنتائج الإتصال كبيرة كلما كان الاعتماد على وسائل الإعلام كبير كما أن الشخص ينمي إعتاده عندما يدرك إمكانية تحقيق أهدافه التعرض كبير (ملفين دولفين 1999، ص417).

يتأثر مدى إعتاد الأفراد على وسائل الإعلام بعدة متغيرات أهمها طبيعة وسائل الإعلام بالمجتمع ومدى تنوعها وتعددها والمضمون الذي تقدمه إلى جانب العوامل الخاصة بالمجتمع نفسه حيث توجد علاقات إعتاد متبادلة بين وسائل الإعلام القائمة في المجتمع وبين النظم والمؤسسات القائمة وكذلك بين هذه الوسائل والأفراد.

إن إستخدامات وسائل الإتصال الجماهيرية مكنت المختصين من توصيل الرسائل الإرشادية للمزارعين الذين يتعذر الوصول إليهم بطرق أقرب لنشر الوعي وبت الإهتمام حول مشاكل الإنتاج الزراعي وأساليب الزراعة، وتوصيل المعلومات الزراعية إلى قطاع عريض من المزارعين كإستخدام الحملات الإرشادية العامة بهدف تحرير المزارعين من الظروف الطارئة بالإضافة إلى حملات التوعية للمحافظة على البيئية خاصة فيما يتعلق بالممارسات غير الرشيدة التي تتصل بكيفية التعامل مع الموارد وتعمل على تأكيد المعلومات وتكرار النصائح التي يقدمها المرشدون أو تلقى في محاضرات من خبراء زراعيين أو تقدم في نشاطات جماعية مثل الاجتماعات وأيام الحقل لترسيخها في الأذهان (الرعاوى، 1996، ص25). حيث أنه بمساعدة تكنولوجيا المعلومات والاتصالات المتمثلة في الأقمار الصناعية والإنترنت والهواتف المحمولة أمكن دعم وتنمية بعض المجتمعات النامية ولا سيما الريفية من خلال أبواب المعرفة والمعلومات للحصول على المعلومات الزراعية وغير الزراعية لقيام الأفراد بإنشاء علاقات اعتمادية قوية مع وسائل الإتصال الجماهيرية من أجل الحصول على المعارف والمعلومات الكافية التي تساعدهم على الفهم وتنمية معارفهم وخبراتهم، ويزداد إعتادهم عليها كلما دعمت وعززت قناعاتهم وأفكارهم وتوافقت مضامينها مع إجتاهم المسبقة (بشير معمرية، 2007، ص62).

يقوم الإرشاد الزراعي بأدوار عديدة وهامة لتحقيق التنمية الزراعية ومواجهة الأزمات وكيفية تطويع الطرق الإرشادية المختلفة (فردى-جماعى- جماهيري) للتعامل مع ظهور الأزمات لتوجيه التوعية التي تتلاءم مع الأزمة، فكم من أزمات عديدة تعرض لها القطاع الزراعي مثل أنفلونزا الطيور وأنفلونزا الخنازير والحمل القلاعية وغيرهم وكان للإرشاد الزراعي دور في

إن وسائل الإتصال الجماهيري تستمد أهميتها ونفوذها من قدرتها على الوصول إلى المعلومة ونشرها بسرعة وعلى نطاق واسع، وأيضاً قدرتها على إحداث تأثيرات معرفية على الأفراد الذين يعتمدون عليها بشكل أساسي ومركزي والتي تساهم في تشكيل إجتاهاتهم نحو قضاياهم المختلفة. فالتأثير يتحقق من هذه الزاوية عندما تعتمد الجماهير بكثافة على مصادر معلومات ووسائل الإتصال الجماهيري ليكونوا على إمام بما يحدث في عالمهم المتغير ويقومون بإستخدام معلومات تلك الوسائل في تشكيل إجتاهاتهم حول الأحداث التي تشغلهم وفي حالة عدم وجود تطابق في هذه المعلومات وفي مصادرها فإن العمليات الإنتقائية تلعب دوراً كبيراً في عملية تشكيل الإجتاه وفي محتواه (Melvin 2004) ولديها القدرة على تحقيق الفهم المعرفي، ولكنها ليست الوسيلة الوحيدة لبلوغه، فالأفراد يتصلون أيضاً بشبكات داخلية من الأصدقاء والأسرة، وكذلك بنظم تربية وغيرها تساعدهم أيضاً على بلوغ أهدافهم (شيماء ذو الفقار، 2004).

إن الإجتاه البنائي الوظيفي يعتبر وسائل الإتصال نظماً إجتماعية ترتبط فيما بينها وفيما بين النظام الإجتماعي عبر روابط السلوك التي تعبر بدورها عن ثقافة القائمين بالأدوار في هذا النظام، ونظر إليها على أنها جزء مركزي في التوازن والإستقرار الإجتماعي أو في الخلل الإجتماعي بحيث يمكن لها أن تقوم بتأدية وظائف محددة لضمان إستقرار النظام الإجتماعي ككل أو من الممكن أن تكون أحد عوامل الخلل الوظيفي وتساهم في التناثر وعدم الإنسجام بدلاً من الإستقرار. (azza, 1993)

يقوم التلفزيون بإستخدام الصوت والصورة بطريقة فعالة وفريدة عبر الخطاب المباشر الذي يجد فيه المشاهدون أنفسهم وجهاً لوجه مع من يتحدث إليهم مباشرة من على الشاشة ويملكون أيضاً بصرياً وهمياً بالمتحدث وأصبح التلفزيون في مناطق كثيرة من العالم الوسيلة الإتصالية المهيمنة التي يستخدمها المشاهدون بشكل روتيني كمصدر موثوق للحصول على المعلومات (نجلاء جابر، ص38، 2015) فهو يقوم بنقل الصورة المتحركة والصوت إلى المتلقى ومن ثم فهو يخاطب حاستي السمع والبصر ويمكن للمتصل به (المشاهد) أن يسيطر على تعرضه للرسالة كأن يقلع جهاز التليفزيون (خليل أبو أصعب ص30). وأثبتت الدراسات إمكانية تعلم نماذج الفعل من الصور التي تنقلها وسائل الإعلام كما يمكن أن تتغير المواقف والمعارف والقيم والإحتمالات السلوكية عن طريق الحث والإقناع، و يؤدي إعتاد الأفراد على وسائل الإعلام إلى زيادة إحتمالية أو إمكانية أن تحقق الرسائل الإعلامية نطاق واسع من التأثيرات المعرفية والعاطفية والسلوكية وعندما توفر النظم الإعلامية خدمات معلوماتية متميزة وأساسية وتزداد إمكانية التأثير عندما تكون هناك درجة عالية من عدم الإستقرار الهيكلي في المجتمع وإنتشار

\*الباحث المسنون عن التواصل

البريد الإلكتروني: [zainab\\_abdelsamad.agri.asu.edu.eg](mailto:zainab_abdelsamad.agri.asu.edu.eg)

DOI: 10.21608/jaess.2021.156032

توجية الرسائل الإرشادية للريفيين للتعريف بماهية المرض وأضراره وأثاره لحماية الفرد والمحافظة على الإنتاج الزراعي وتقليل الخسائر البشرية والإنتاجية قدر المستطاع ،ومع ما تعرض له العالم في مارس 2020 من ظهور فيروس كورونا (كوفيد 19) الذي فرض على العالم كله الجلوس في المنازل والتباعد الإجتماع أدى إلى عرقلة عمل الإرشاد الزراعي بتوصيل الرسائل الإرشادية إلى المسترشد بالإتصال المباشر في الحقل أو في المنزل أو ذهاب المرشد إلى الجهاز الإرشادي والغاء التجمعات والإجتماعات والتي تعتبر أساس العمل الإرشادي . الأمر الذي أدى إلى قيام العالم إلى التواصل من خلال وسائل الإتصال الجماهيرية وشبكات الإنترنت لتقليل فرص التواجد داخل المكان الواحد حفاظاً على حياة البشر، وهذا أدى إلى قيام وزارة الزراعة المصرية بالتعاون مع قطاع الإرشاد الزراعي في إطلاق فكرة إذاعة برنامج مستشارك الزراعي في 21 إبريل 2020 من خلال قناة مصر الزراعية منبر الفلاح المصري لتوفير الرسائل الإرشادية عبر شاشات التلفزيون وإنتاجها مسجلة عبر مواقع التواصل الإجتماعي فيس بوك وتطبيق الواتس أب للإلتزام بالتباعد الإجتماعي .

**المشكلة البحثية**

يظهر فيروس كورونا كوفيد (19) في مارس 2020 في مصر والعالم والذي فرض على العالم أجمع تطبيق التباعد الإجتماعي بين الأفراد والإلتزام بالجلوس في المنازل والعمل على مستوي مختلف القطاعات والتي من بينها قطاع الإرشاد الزراعي والذي يعتبر من دعائم عمله وجود المرشد والمسترشد معاً لتوصيل الرسائل الإرشادية في نفس الوقت داخل المكان الواحد لتقديم الإستشارات الفنية والحلول للمشاكل الإنتاجية للمسترشدين للمحافظة على الإنتاج الزراعي ، و في ظل ظروف التباعد تم تجميد العمل من خلال طرق الإتصال الفردى والجماعى والإقتصار على وسائل الإتصال الجماهيري ( التلفزيون ووسائل التواصل الإجتماعي والتطبيقات الإلكترونية المختلفة) لتقديم الرسائل الإرشادية و التوعية الصحية المكثفة بتطبيق الإجراءات الاحترازية للريفيين وكيفية التعامل اليومي في ظل هذه الأزمة، وجاء برنامج مستشارك الزراعي عبر التلفزيون لإرشاد المزارعين في هذه الفترة فماهو التحليل الوصفي للبرنامج متضمنا العناصر التالية (عنوان البرنامج، عناصر الإتصال ، ماهو القالب الفني المقدم به البرنامج ، ماهي اللغة المستخدمة ، كم عدد الحلقات ، كم مدة الحلقة ، ماهي مواصفات المذيع مقدم البرنامج) ، ماهي عناوين الحلقات ومحتوياتها والطريقة المستخدمة لعرض الرسائل الإرشادية، هل تتضمن محتوى الحلقات رسائل توعية إرشادية ضد كورونا، و ماهو أعداد المزارعين المتصلين بكل حلقة وفقاً لملاحظتهم .

**الأهداف البحثية**

1-تحليل وصفي لبرنامج مستشارك الزراعي متضمنا العناصر التالية (عنوان البرنامج، عناصر الإتصال ، تحديد القالب الفني المقدم به البرنامج ، اللغة المستخدمة ، عدد الحلقات ، مدة الحلقة ،مواصفات المذيع مقدم البرنامج) .

2-وصف عناوين الحلقات ومحتوياتها والطريقة المستخدمة لعرض الرسائل الإرشادية.

3-تحديد هل تضمن محتوى الحلقات رسائل توعية إرشادية ضد كورونا.

4- تحديد أعداد المزارعين المتصلين بكل حلقة وفقاً لملاحظتهم .

**الأهمية التطبيقية**

يساهم البحث في إضافة نظرية وتطبيقية للبحوث العلمية الخاصة بالإستفادة من وسائل الإتصال الجماهيرية في العمل الإرشادي والمساعدة في التغلب على نقص المرشدين ونقص الموارد والإمكانيات وخصوصاً أوقات الأزمات ،ومساعدة القائمين على العمل في القنوات الاعلامية الزراعية في تطوير البرامج من ناحية الشكل والمضمون لزيادة فاعلية الإتصال بما يتلاءم مع الريفيين لتحقيق التنمية الريفية.

**الإطار النظري**

يختلف الأفراد في طرق ودرجة تعرضهم لوسائل الإعلام، فجد منهم من يتسمون بالنشاط ويسعون بأنفسهم لإختيار المحتويات الإعلامية التي يتوقعون أنها سوف تساعدهم على تحقيق بعض أهدافهم أو كلها وتقوم توقعاتهم على محاور ثلاث: تجاربهم السابقة، والمحادثات مع الرفقاء والأصدقاء وزملاء العمل، وإشارات يحصلون عليها من مصادر وسائل الإعلام في حين تتشكل عند أفراد آخرين علاقات اعتماد على وسائل الإعلام من مجرد لقاء عرضي يتسم بالمصادفة و دون أي توقعات مشكلة مسبقاً فيستمر بالتعرض للمحتويات الإعلامية حتى ولو أنه لم يخطط لذلك، كما يوجد منهم من لا يسمح لنفسه حتى معرفة ما يجري فيوقف التعرض للوسيلة الإعلامية بمجرد ما يسمح له الموقف بذلك.

**التأثيرات المعرفية** : تتضمن إزالة الغموض وكشفه والذي ينتج عادة عن التغييرات الفجائية التي تشهدها المجتمعات كنتيجة للأزمات الإجتماعية أو السياسية أو حتى الطبيعية، حالة من الغموض ونقص حاد في المعلومات، أو تناقض وتضارب في المعلومات المتوفرة مما يضع الأفراد أمام حالة غير عادية تصعب عليهم إعطاء تفسيرات صحيحة لما يحدث فيضطرون بذلك للبحث عن المزيد من المعلومات في محاولة لحل هذا الغموض الذي يدفعهم إلى إنشاء علاقات اعتماد متطورة مع وسائل الإعلام، ولما أن وسائل الإعلام تكون في كثير من الأحيان المصدر الوحيد للمعلومات أو المصدر الاساسي لهذا الغموض بسبب وقوعها في التناقض أحياناً، فإن الجمهور يلجأ إليها للحصول على المعلومات الكافية لتبديد الغموض أو إزالة التناقضات التي وقع فيها لأنه بدون الاعتماد على وسائل الإعلام فإن الأمر سيحتاج إلى أيام أو شهور أو سنوات لكشف أسباب الغموض في المعلومات.

**التأثيرات المعرفية** : يمكن تفسير الفئور العاطفي كأحد التأثيرات الوجدانية نتيجة التعرض لمشاهد الغف بوسائل الاعلام ، وأن ارتفاع معدلات التعرض لمثل هذه المشاهد يؤدي إلى الفئور العاطفي تدريجياً، حيث يشعر الفرد بالامبالاة تجاه الأحداث التي تجري في الحياة الواقعية.

**التأثيرات الوجدانية**

**الفئور العاطفي**: يمكن تفسير الفئور العاطفي كأحد التأثيرات الوجدانية نتيجة التعرض لمشاهد الغف بوسائل الاعلام ، وأن ارتفاع معدلات التعرض لمثل هذه المشاهد يؤدي إلى الفئور العاطفي تدريجياً، حيث يشعر الفرد بالامبالاة تجاه الأحداث التي تجري في الحياة الواقعية.

**الخوف والقلق**: ينعكس التعرض المبالغ والمتكرر لمشاهد العنف والربح والكوارث عبر وسائل الاعلام على المتلقي في الواقع، فقد يتتابه الخوف والقلق تجاه وقوع تلك الأحداث في البيئة المحيطة به.

**الدعم المعنوي والاعترا ب**: يُعد الدعم المعنوي المرتبط بالجانب الوطني أو المجتمعي من الآثار الوجدانية الشائعة نتيجة التعرض لوسائل الاعلام، وخاصةً والتي تسعى إلى تعزيز روح الانتماء إلى الوطن .( <https://sotor.com>).

**التأثيرات السلوكية**

**التنشيط : Activation** تعتبر التأثيرات السلوكية هي الناتج النهائي للتأثيرات المعرفية والوجدانية، فحينما يتأثر الأفراد معرفياً وعاطفياً فإنه غالباً ما ينعكس ذلك على تصرفاتهم وسلوكياتهم، فقد يقوم هؤلاء بأعمال ما كنتيجة لإتجاهات تكونت جراء متابعتهم لمضامين إعلامية شكلت معارفهم وأثرت في مشاعرهم، فوسائل الإعلام قد تدفع الأفراد إلى القيام بأعمال وسلوكيات وإلتخاذ مواقف معينة لم يكونوا يفكرون في القيام بها من قبل.

**الخمول Deactivation**: مثلما تقوم وسائل الإعلام بتنشيط وتحفيز الجمهور للقيام بأعمال ما، فإنها وبالمقابل قادرة أيضاً على أن تجعله يتقاعس عن القيام بها وان يعزف عنها ، فالمضمون الإعلامي المنتسم بالرتابة والممل والبعيد أيضاً عن المصادقية وغير القادر على كسب الثقة لا ينشط هؤلاء ولا يدفعهم للقيام بأي فعل إيجابي أما في حالة العكس فإن العلاقة القوية التي تنشأ بين الفرد والوسيلة الإعلامية كنتيجة للثقة تولد الدافعية .( حسن مكوي 1994 و ليلي عبد المجيد 1990)

**توسيع نظم المعتقدات لدى الناس**: تزداد المعتقدات التي يدركها الناس بالاعتماد على وسائل الإعلام، فهي تمكنهم من التعلم ومعرفة الكثير عن هذا العالم بما يضم داخله من تنوعات جغرافية وبشرية، بحيث يتم تنظيم هذه المعتقدات في فئات تعكس المناطق الرئيسية في نشاط الفرد الإجتماعي كالدين والأسرة (سامية جابر، 1989) .

**تغيير الموقف**: قدرة وسائل الإعلام من خلال ماتشره وتبثه من مواضيع على تغيير نظرة وموقف واتجاه الناس إلى العالم وذلك سواء على مستوى الأشخاص أو القضايا، أو على مستوى السلوك والقيم. إذ نجد الأشخاص بناء على ما يتلقونه من مضامين وسائل الإعلام سواء أكانت صحيحة أو مشوهة

وأوضحت أميمة خالد 2017 في بحث بعنوان أثر الرسائل الإرشادية التلفزيونية الزراعية على معارف المزارعين أن 90% من المزارعين المبحوثين يشاهدون برنامج بستان الخضراء، وأوضح المبحوثين ضرورة إشراك المزارعين في البرنامج، 94% أشاروا إلى أن البرنامج زاد معارفهم في عملية زراعة الأعلاف، وأهمية التأمين الزراعي وإنتاج الخضار والفاكهة وميكنة العمليات الفلاحية وأوصى البحث بتكثيف العمل عبر البرامج التلفزيونية الزراعية من أجل زيادة الوعي ورفع الإنتاجية، وضرورة إشراك المزارعين في البرنامج لفترة كافية لعكس مشاكلهم وإيجاد الحلول لها من قبل الإرشاد الزراعي، ووضع أرقام تلفونات البرنامج على الشاشة أثناء بث الحلقة.

وتكررت ميرفت عبد الوهاب وآخرون (2015) في دراسة بعنوان المردود الاجتماعي والإقتصادي لإستفادة الريفيات من وسائل الإتصال في الإنتاج الزراعي ببعض محافظات جمهورية مصر العربية أن معوقات إستفادة الريفيات من وسائل الإتصال في الإنتاج الزراعي هي معوقات إجتماعية تضمنت الأمية تمنع المبحوثات من الاستفادة مع وسائل الإتصال المقروءة بنسبة 11.8%، العادات والتقاليد تمنع من حضور ندوات أو إجتماعات تخص الزراعة بالمجمية بنسبة 36.8%، السخرية من قبل أفراد الأسرة لمحاولة المبحوثات قراءة مجلة أو نشرة أو كتاب للاستفادة منه بنسبة 27.6%، الاستهزاء بشكل الريفيات في المسلسلات والبرامج الزراعية تمنعنا من المشاهدة بنسبة 20.4%، إستخدام المرأة للإنترنت يجعلها بين جيرانها من السيدات سيئة السمعة بنسبة 3.2%، الهاتف المحمول لا تستطيع إستخدامه للإتصال بالمرشد أو الجمعية الزراعية، والهاتف للأقرب فقط وفقاً لتعليمات الزوج بنسبة 15%، والأهل أحقية المشاهدة للتلفزيون بالمنزل للأبناء بالتكرار بنسبة 28.1%، والأهل والجيران يبعرفوا أكثر من المعروض على وسائل الإتصال بنسبة 39.8%، القوات الزراعية تبت أفكار جعلت الشباب يفكر في التفرط في الأرض بنسبة 0.6%، الأعباء المنزلية كثيرة ولا يوجد وقت لمشاهدة القنوات الفضائية بنسبة 15%، وعن المعوقات الفنية التي تتعلق بالمادة العلمية: الأسلوب صعب الفهم في بعض البرامج الإذاعية 20.2%، وعدم عرض حلول معوقات المشروعات الصغيرة كمرحل، ولا يوجد رد على المشكلات على مواقع الشبكات الزراعية بنسبة 3.2%، ولا يوجد تحديث لأسعار الجملة للفاكهة والخضروات على موقع الشبكات بنسبة 2.6%، والمعلومات متكررة ولا يوجد جديد بالبرامج الإذاعية والتلفزيونية بنسبة 15.6%، وبالنسبة لمقترحات التغلب على معوقات إستفادة الريفيات من وسائل الإتصال بالإنتاج الزراعي من وجهة نظرهم النزول للحقول، والتلفونات الحديثة بنسبة 14.4%، وتبسيط المعلومات في البرامج الإذاعية بنسبة 26.9%، وتوزيع المجالات الزراعية على النساء الريفيات في القرية بنسبة 9.8%، وعمل ندوات توضح أن دخول المرأة على الإنترنت للمعرفة، والتوضيح العملي في البرامج التلفزيونية بنسبة 15.1%، توزيع تلفونات محمولة على المزارعات ويكون فية رقم للخدمات الزراعية مجاناً نقدر نتصل بيه بنسبة 5.9%، توزيع نشرات إرشادية.

ويمكن أن نستخلص مما سبق أن برامج الإعلام الزراعي والتلفزيوني قمت طرق للزراعة الحديثة وعرض حلول لمشاكل المزارعين وأن وسائل الإتصال الجماهيرية أحتلت المرتبة الأولى كمصدر للمعلومات في بعض الدراسات لهذا يجب تكثيف العمل ببرامج التلفزيون من أجل زيادة الوعي ورفع الإنتاجية ولكن مع مراعاة المعوقات المرتبطة بالمنبع ومعدل تكرار البرنامج وتوقيت إذاعته، ومدة البرنامج، وضرورة وضع أرقام تلفونات على الشاشة ومراعاة أن يكون أسلوب عرض المعلومات بسيط، وأن يقدم البرنامج حلول لمشاكل المزارعين، وكان هذا أوجه الإتفاق بين هذه الدراسة والدراسات السابقة واختلفت في إضافة مجموعة من العناصر للتوصيف مثلا (عناصر الإتصال- توصيف العنوان -عدد مرات إذاعة الحلقات-مضامين الرسائل - القالب الفني- مواصفات المنبع- عدد المتصلين موزع على المحافظات- تواجد الضيوف بالحلقات).

### الطريقة البحثية

إعتمد البحث على منهج تحليل المضمون الوصفي في وصف المحتوى الظاهر والمضمون الصريح لحلقات برنامج مستشارك الزراعي وتم إختياره بطريقة عمدية والذي تم إطلاقه على قناة مصر الزراعية في 21 إبريل 2019 للمزارعين في مختلف محافظات مصر والمقدم من قبل وزارة الزراعة المصرية وقطاع الإرشاد الزراعي للعمل الإرشادي في ظل جائحة كورونا. وتم متابعة الحلقات من الفترة (2021-4-20) بداية إذاعة الحلقة الأولى إلى بداية فك الحظر الكلي (2020-6-23) وبلغ عدد الحلقات في هذه الفترة (18) حلقة بمعدل حلقتين أسبوعين (الثلاثاء والخميس من كل أسبوع الساعه الثالثة عصرًا) يتخلل هذه الفترة أجازة عيد الفطر، وتراوح زمن الحلقات بين (45 دقيقة إلى 59 دقيقة). وتم الإقتصار على ذلك بسبب ظروف إستمرار الوباء التي منعت الوصول لعينة من متابعي البرنامج.

أو حتى مكتوبة وشائعة فإنها تؤثر فيهم، وتستطيع تغيير منحي موقفه وذلك لأنهم أصبحوا يتعرضون لها وحدها بطريقة الإلتمان.

**التثنية الإصالية:** أن تأثير التثنية الإصالية يفيد أن كل ما يسمع أو يرى أو يقرأ لا يخلو من هدف بقدر ما هو مشحون بالقيم وهذا هو الذي يعرف عنه بـ التثنية الإصالية فيعمل على تلقين المستقبل مجموعة من المعارف لتشكيل الهوية الثقافية والتعرض المستمر للرسائل الإعلامية المشحونة بالقيم عرض بقالب جذابة تسمح لها بالتسلل إلى اللاشعور لتشكيل اتجاهها معيناً دون وعي كامل من المتلقي.

**الإثارة الجماعية** وهي من أهم خصائص وسائل الإعلام نظراً لإستطاعتها ومقدرتها على إثارة الجماهير وتحريكها لتحقيق غرض معين عن طريق تكييف الجماهير معه في الحروب مثلاً، وفي حالة الكوارث الطبيعية ومن سلبات هذا النوع من التأثيرات سوء إستخدامه في المناسبات، مثل صنع وسائل الإعلام قلقاً معيناً بلا مبرر له في أوساط الناس «مثلاً إفلوانزا الخنازير إذا كان غير موجود.» ومن أحسن الأحوال لاستخدام الإثارة الجماعية هي في حالات الكوارث الطبيعية والأوبئة وتسمى بـ (إثارة الأزمات)، أي مخاطبة وتكييف فئة عريضة من الناس مع ظروف الأزمات.

**الإستشارة العاطفية:** يكمن دور وسائل الإعلام في عملية الإستشارة العاطفية، في كون النفوذ القوي للعواطف الذي يسيطر على سلوك الإنسان هو الذي يمنح وسائل الإعلام هذه المكانة والفرصة الكبيرة في التأثير على المتلقي فوسائل الإعلام تتمتع بقدرة متفوقة على التعامل مع عواطف الجمهور من خلال إستخدام أساليب عرض مختلفة.

**الضبط الاتصالي:** يتجلى دور وسائل الإعلام في عملية الضبط الجماعي من خلال قيامها بتوحيد الناس على ثقافة واحدة يصبح الخروج عنها أمراً صعباً دون معنى حيث تصبح مع مرور الزمن عرفاً كما تصبح جزءاً من ثقافة **صياغة الواقع:** تؤثر وسائل الإعلام في عبر قيامها بعرض جزء من الواقع الحقيقي ليبنى في أذهان الجمهور على أساس أنه الواقع الحقيقي وبذلك تعمل على صياغة الواقع حسب الرؤية التي تريدها.

**تكريس الأمر الواقع** وهي عكس صياغة الواقع، ومعنى ذلك أن وسائل الإعلام قد تعمل على تزكية ما هو قائم وتكريس ما هو موجود فتجعل الجمهور يقبله دون نقاش، فإقرار الأمر الواقع وتبريره وتقديم المسوغ له من قبل وسائل الإعلام يعمل على صنع رأي عام شبه موحد، فلا يمكن لأي شخص أن يثير تساؤلاً حول صحة ما يجري (خيرالله، 2018).

### الدراسات السابقة

بين محمد يحي 2006 في دراسة فاعلية وسائل الاتصال الجماهيرية في التنمية الزراعية، بالنظر إلى تحليل مضمون برامج الإعلام الزراعي والتلفزيون أن البرامج الزراعية قدمت طرق تعليم أساليب الزراعة الحديثة وذلك بمعدل 72% في الإذاعة 75% في التلفزيون، وتناولت البرامج الزراعية عرض حلول لمشاكل المزارعين وذلك بنسبة 6% في كل من الإذاعة والتلفزيون وقمت بعض الحلقات من الغبط (ميدانيا) وبينت بيانات الزراع أن وسائل الإعلام الجماهيري تحتل المرتبة الأولى كمصدر لمعلومات زراعية للزراع، وبأى بعدها المرشد الزراعي كمصدر ثاني، ثم الجيران والأصدقاء كمصدر ثالث، أما عن متابعة البرامج الزراعية بين أن 92% من الزراع يستمعون للبرامج الإذاعية، و60% يشاهدون البرنامج الزراعي في التلفزيون. وتبين أن لغة البث مفهومة وواضحة وبالتالي معدل الإستفادة للزراع من البرنامج كبيرة.

وبين عبد 2016: في دراسة إسهام البرامج التلفزيونية الزراعية في نشر التوصيات الفنية المتعلقة بزراعة محصول قصب السكر لزراع القصب بمحافظة أسوان أن أهم المعوقات التي تواجه زراع قصب السكر للبرامج التلفزيونية الزراعية هي معوقات مرتبطة بمقدم البرامج (المنبع) وهي عدم تقديم الحلول والإستفسارات، وإختصار الحديث مع الضيوف، وكانت أهم المعوقات المرتبطة بالتوصيات الفنية هي عدم توافر توصيات فنية بأصناف حديثة ذات جدوى، مرتفعة التكاليف، وفيما يتعلق بالمعوقات المرتبطة ببرنامج سر الأرض كان أهمها عدم تكرار البرنامج، وتوقيت إذاعة غير مناسب، وأما المعوقات المرتبطة ببرنامج صوت الفلاح كان أهمها عدم معرفة ميعاد البرنامج، وعدم معرفة تردد قناة مصر الزراعية، وفيما يتعلق بالمعوقات المرتبطة ببرنامج أجنده مرشد أشار الزراع إلى أن أهم هذه المعوقات هي عدم كفاية التوصيات، عدم معرفة ميعاد البرنامج، وكان التركيز على المنبع طول فترة البرنامج، ومدة البرنامج قصيرة، وأهم المعوقات المرتبطة ببرنامج الفقرة الزراعية وبرنامج صباح الخير يا مصر، عدم معرفة تردد القنوات الفضائية الزراعية، وإقطاع التيار الكهربائي. يتضح من النتائج السابقة للمعوقات أنها ربما قد تشكل أسباباً محتملة تضعف من فاعلية البرامج التلفزيونية الزراعية في مجال نشر التوصيات الفنية لزراعة محصول قصب السكر.

## النتائج و المناقشات

أولاً: تحليل وصفي لبرنامج مستشارك الزراعي متضمنا العناصر التالية (عنوان البرنامج، عناصر الاتصال، تحديد القلب الفني المقدم به البرنامج، اللغة المستخدمة، عدد الحلقات، مدة الحلقة، مواصفات المنيع مقدم البرنامج).

تم وصف البرنامج من خلال العناصر التالية :

**العنوان:** مستشارك الزراعي العنوان بصيغة الملكية وكأنه يخاطب كل مزارع على حده، يحاكي الخبير ويبيح الشعور بالإطمئنان وقت الجائحة بوجود مسشار خاص لكل مزارع (مسترشد) متاح عند ظهور أى مشكلة أو إستشارة داخل منزله، قام المذيع بتكرار كلمة مستشارك الزراعي في بيتك في بداية الحلقات وخلال إذاعتها وهذا يحفز المسترشد لطلب النصح والإرشاد مثلما يحدث مع المرشد، وتعتبر دافعاً للتخفيف لسماع ومشاهدة البرنامج، وتبعث الثقة والطمانينة لدى المسترشد عند إستقبال الرسائل الإرشادية لأنها تولد لديها حالة من الإستعداد النفسي الداخلي بحضور خبير متخصص في المجال الزراعي بدون مجهود ولا مشقة داخل المنزل.

**عناصر الإتصال:** (مرسل - مستقبل نوع الإتصال - المنيع - رد الفعل - قناة الإتصال) مرسل: خبير زراعي متخصص ومنيع

**مستقبل:** خاطب المزارعين منتجي المحاصيل المختلفة ومربي الماشية والدواجن ومزارعي الاسماك وخطاب بالتوعية الصحية الخاصة بفيرس كورونا جميع جمهور الريف، ولكن لم يتم توجيه رسائل خاصة بالمرأة الريفية خلال فترة التوصيف المحددة.

**نوع الإتصال:** إتصال شبه مباشر

**قناة الإتصال:** المستخدمة لعرض البرنامج هي التلفزيون ثم عرض الحلقة على صفحة وزارة الزراعة على الفيس بوك ونشرها على تطبيق الواتس أب على جروب الإرشاد الزراعي المصري

**رد الفعل:** يتيح البرنامج الحصول على رد الفعل من خلال الاتصالات الهاتفية المباشرة أثناء إذاعة الحلقة ويتيح أيضاً للجمهور الحصول على رد فعل للمشاكل تم طرحها بحلقات سابقة، ولكن لم يتح رد الفعل أو الإستفسار من خلال جروب الإرشاد الزراعي المصري على تطبيق واتس لقيام المسول عن الجروب بإغلاق خاصية النشر عليه من الأعضاء الجروب فالمسول فقط هو من يقوم بالنشر عدم السماح للجمهور بالتعليق أو الإستفسار على الجروب .

**تنوع الرسالة:** الرسائل تنوعت خلال فترة التوصيف في جميع مجالات الإنتاج الزراعي ( إنتاج نباتي-إنتاج حيواني - إنتاج داجني -ثروة سمكية -محاصيل زراعية متنوعة قمح نرة أرز زيتون -الكارت النكي للفلاح- مشروع الصوب الزراعية-التوعية الصحية ضد جائحة كورونا والتباعد الإجتماعي)

**التفاعل:** إقتصر التفاعل بين الجمهور والمنيع و الضيف المتخصص عبر الإتصال الهاتفي على الهواء .

**اللغة المستخدمة:** اللغة العامية البسيطة -اللغة العلمية المتخصصة

**رقم هاتف للتواصل:** تم وضع رقمي للتواصل على الشاشة (رقم أرضي - رقم محمول).

**القلب الفني:** أحد أشكال برامج التوك شو وذلك لأنها برامج تعتمد على الكلام من الدرجة الأولى من حوارات ومناقشات ومداخلات حول موضوعات تدخل ضمن إهتمامات الجمهور المستهدف(المزارعين)، فهي برامج يقدمها منيع محاور على درجة عالية من الخبرة والدراية والثقافة والحضور وخفه الظل ويشترط فيها وجود مشاركة تفاعلية من جانب الجمهور عن طرق وجوده بالإستديو أو عن طرق الإتصال الهاتفي وهذا توفر، ويستضيف البرنامج بعض الشخصيات البارزة والمتخصصة في الموضوعات المطروحة ويكون البرنامج على الهواء مباشرة لأن ذلك هو الذي يعطى هذا الشكل جانبيته (منيع- مستشار متخصص في مجال الإنتاج الزراعي).

**عدد الحلقات:** مرتين في الأسبوع الثلاثاء والخميس من كل أسبوع الساعة الثالثة عصراً.

**مدة الحلقة:** تراوحت مدة الحلقات بين 45 دقيقة إلى 59 دقيقة حيث كانت في بعض الحلقات 45 والبعض الآخر 49 والبعض الآخر 59 دقيقة.

**مرات إذاعتها:** مرة على قناة مصر الزراعية مباشر ثم إتاحتها على صفحة القناة وصفحة وزارة الزراعة على الفيس بوك وإتاحتها على تطبيق الواتس أب من خلال جروب الإرشاد الزراعي المصري .

**الإحتفاظ بالرسائل:** يمكن الإحتفاظ بالرسائل لمشاهدتها لأنها مصورة وفي صورة فيديو أكثر من مرة وفي الأوقات المناسبة بالنسبة له، بالإضافة إلى مشاهدتها من خلال الصفحة عند عدم مناسبة وقت إذاعة الحلقة، يمكن التركيز على النقاط الهامة وتكرار عرضها من خلال وسائل التواصل الإجتماعي.

**الجمهور يخاطب مختلف الشرائح بالريف ( الأميين - غير الأميين-الشباب - كبار السن )، تم ملاحظة عدم وجود رسائل تستهدف المرأة الريفية بصفة خاصة ضمن الرسائل المعروضة خلال الحلقات التي تم متابعتها وتوصيفها.**

يعتبر البرنامج أحد الحلول السريعة التي قامت وزارة الزراعة بتقديمها لجمهور الريف لتقديم النصح والإرشاد الخاص بالإنتاج الزراعي والتوعية الخاصة بالإجراءات الاحترازية للجائحة وكيفية الحفاظ على الإنتاج النباتي والحيواني والداجني والثروة السمكية في ظل هذه الظروف. عرض المعلومات الزراعية المتخصصة ومشاكل الريفيين المختلفة يتح فرصة لمشاهدتها من جانب الخبراء المتخصصين والمسؤولين وبالتالي سرعة وسهولة الوصول إلى حلول والحصول على رد فعل يقدم من خلال البرنامج للجمهور على الهواء مباشرة. عرض مشاكل الفلاحين من خلال البرنامج ممكن يشابه مشاكل آخرين في مناطق مختلفة بجميع أنحاء الجمهورية مما يعمم الإستفادة بسهولة ويسر لعدد كبير في أماكن متفرقة في نفس اللحظة .

**مبادرة برنامج مستشارك الزراعي** سوف تؤدي إلى زيادة الثقة في الإرشاد الزراعي الحكومي لأن القائم بها وزارة الزراعة المصرية. يعتبر البرنامج محاكاة لوجود المرشد بالمنزل لوصول الرسائل الإرشادية عبر شاشة التلفزيون للمسترشد وجميع أفراد أسرته مع وضع البعد المكاني والزمني في الإعتبار. يستطيع غير المتخصصين من المزارعين ومن يريد البدء بزراعة محصول جديد أن يستفيد بما تم نشره في حلقات البرنامج لأنها راعت نشر المستويات الأولية لكل موضوع تم الحديث عنه.

**المنيع:** يعتبر المنيع أحد الدعائم الأساسية لنجاح البرنامج ولا بد أن يتميز بعدد من الصفات الشخصية والمهنية التي تساعد على أداء وظيفته بكفاءة عالية ومنها فن إدارة الحوار ومناقشة الموضوعات العلمية والزراعية والإقتصادية والرياضية والإخبارية لمساهمة ذلك في صنع وتكوين المنيع لمحاور البرامج بصفة عامة والبرامج الكلامية خاصة ويقاس قدرة تأثير المنيع باستخدام كل هذه العوامل وإستثمارها في الإذاعة على الهواء.

وإتسم منيع البرنامج بالعديد من الصفات التالية :

- 1-دقة وسلامة اللغة .
  - 2-تمتع بحضور مؤثر ومثير للإهتمام على الهواء .
  - 3- توافر فيه السلامة الصوتية واللغوية والنحوية
  - 4-إبتعد عن الخطابية وعدم التعالي وكان متمكناً من الالفاء الإحترافي
  - 5- ذو شخصية محببة وحسن المظهر ولديه قدرة على التعامل مع الكاميرا .
  - 6- قام بإدارة حوارات حافلة بالمعلومات مع ضيوف متخصصين بالإستديو .
  - 7- لديها دراية عالية بشئون الريفيين .
  - 8- واسع الإطلاع لقيامه بإدارة الحوار داخل دائرة واسعة من المجال المعرفي
  - 9-قدر عالي من المعارف المتخصصة والمتنوعة في المجال الزراعي.
  - 10-التركيز مع مشاكل الريفيين ومتابعة المشاكل إلى الوصول إلى حل وإذاعته .
  - 11-قدرة على التنسيق مع مختلف الجهات العلمية المسؤولة عن حل المشاكل المطروحة من قبل المتصلين إلى الوصول إلى الحل .
  - 12-عرض ما تم عمله من إجراءات خاصة بالمشاكل التي سبق عرضها في الحلقات السابقة توفير عنصر المصداقية .
  - 13-إعطاء فرصة للضيف التحدث بإسناقضة على مدار وقت الحلقة .
  - 14-حسن إدارة وقت الحلقة بين الضيف وبين المتصلين .
  - 15-يتسم بسعة الصدر والود عند إستقبال إستفسارات الريفيين المتصلين عن طريق المكالمات الهاتفية ويعتبر من العناصر الجيدة وخاصة بين جمهور الريف حيث إستخدم سلسلة من الحديث السلس مع الغرباء على الهواء .
  - 16-يبعث شعور أحياناً انه متخصص في مجال إنتاجي معين وإحياناً أنه من نفس منطقة المتصل أو جاره بذكره معلومات حقيقة خاصة بمنطقة المتصل.
- ثانياً: وصف عناوين الحلقات ومحتوياتها والطريقة المستخدمة لعرض الرسائل الإرشادية.**
- 1- تميزت الحلقات بالتنوع الشديد لمخاطبة مختلف مزارعي المحاصيل المختلفة والتنوع في مضامين الرسائل خلال فترة توصيف البرنامج .
  - 2- تبين الإهتمام بالثروة الحيوانية في مصر وإنتاج البروتين خلال فترة التوصيف وذلك لعرض رسائل إرشادية عن إنتاج البروتين في الحلقات (الأولى والخامسة والثامنة والثالثة عشر ) تخاطب إهتمامات مربي الماشية والثروة الداجنة وإنتاج الأسماك و تخصيص الحلقة رقم (17) للثروة السمكية و الحلقة رقم (15) كانت لمربي الدواجن والحلقة رقم (11) عن دور الأعلاف الخضراء في تنمية الثروة الحيوانية، أي أنه تم عرض سبع حلقات خاصة بمنتجات البروتين الحيواني في مصر مما يدل على الإهتمام بإنتاج البروتين فترة الجائحة والتأكيد على تجنب حدوث أزمات في إنتاج البروتين.
  - 3- وتم عرض أربع حلقات عن المحاصيل الرئيسية (حلقتين عن القمح- وحلقة عن قطن- وحلقة عن الأرز)
  - 4- وتم عرض أربع حلقات عن موضوع الساعة وهو المياه النظيفة وأنظمة الري الحديث لكيفية التوفير وترشيد إستخدام المياه .
  - 5- وكات الحلقة (16) منظومة الكارت النكي التي تشغل إهتمام الفلاح وخصوصاً في هذه الفترة وكيفية إستخدام الكارت ومميزاته في ظل الجائحة.

ومن هذا العرض السابق إتضح قيام الإرشاد الزراعي بوزارة الزراعة عن طريق برنامج مستشارك الزراعي بعرض رسائل متنوعة بالثمانية عشر حلقة فترة جائحة كورونا وتمثل محور إهتمام من الدولة ومن الفلاح بالإضافة مراعاة التركيز على الرسائل الإرشادية المعروضة مع المواسم الإنتاجية للمزروعات المختلفة في هذه الفترة . وهذا موضح بجداول رقم (1).

6-وقدمت الحلقة رقم (6) رسائل إرشادية تستهدف إرشاد مزارعي البطاطس- والحلقة رقم (10) إستهدفت رسائلها مزارعي الزيتون - والحلقة رقم (12) مزارعي فول الصويا - والحلقة رقم (14) إستهدفت إرشاد مزارعي الذرة الشامية .  
7-وقدمت الحلقة رقم (13) دور معهد الأمصال والفاح في مواجهة كورونا .  
8- وكانت الحلقة رقم (18) بعنوان الصوب الزراعية ومردودها الإقتصادي.

### جدول 1. توزيع الحلقات وفقاً للعناوين

رقم الحلقة	عناوين الحلقات	رقم الحلقة	عناوين الحلقات
الحلقة الأولى	الإنتاج الحيواني والداجنى والسكى في مصر	الحلقة العاشرة	محصول الزيتون في مصر
الحلقة الثانية	محصول القمح وحصاده	الحلقة الحادية عشر	دور الأعلاف الخضراء في تنمية الثروة الحيوانية
الحلقة الثالثة	عمليات توريد القمح	الحلقة الثانية عشر	محصول فول الصويا فترة زراعته
الحلقة الرابعة	جهود وزارة الزراعة للنهوض بمحصول القطن	الحلقة الثالثة عشر	دور معهد الأمصال والفاح في مواجهة كورونا
الحلقة الخامسة	الثروة الحيوانية في مصر (الماشية-الإنتاج السكى)	الحلقة الرابعة عشر	معاملات مابعد الحصاد لمحصول الذرة الشامية
الحلقة السادسة	حلقة خاصة لمزارعي البطاطس	الحلقة الخامسة عشر	أزمة كورونا وتأثيرها على الثروة الحيوانية
الحلقة السابعة	التوصيات الفنية والمناسبة لمحصول الأرز وكافة المعاملات الزراعية	الحلقة السادسة عشر	كارت الفلاح الذكي
الحلقة الثامنة	خدمات الهيئة البيطرية لمربي الماشية والدواجن في كافة محافظات الجمهورية	الحلقة السابعة عشر	الثروة السمكية في مصر
الحلقة التاسعة	حول مشروع تحديث وتطوير أساليب الري لترشيد استخدام المياه	الحلقة الثامنة عشر	الصوب الزراعية ومردودها على الإنتاج الزراعي المصري

المصدر: بتوصيف حلقات برنامج مستشارك الزراعي

### وصف محتويات حلقات البرنامج .

توصف الرسائل الإرشادية المعروضة بالحلقات أنها تخاطب المتخصص في المجال الزراعي والمبتدء .  
- توضح الرسائل خطوات مرتبة ومنتالية للموضوع المحدد عرضه في كل حلقة لتتغلب على الفجوات المعرفية لدى المزارعين بداية من تجهيز الأرض للزراعة-البذور وأنواعها- خطوات الزراعة مواعيد الزراعة - عدد الريات- نوع الأرض- مواعيد الحصاد - الممارسات الزراعية والإنتاجية الصحية-أنواع أمراض المحاصيل المزروعة -رعاية الماشية -رعاية الدواجن وأنواع المزارع-إنشاء المزارع السمكية وأمراض الأسماك - كيفية التعامل في ظل وجود فيروس كورونا .  
- تم إستخدام أرقام وإحصاءات خاصة بالإنتاج أثناء عرض الحلقات .  
- تم مراعاة التركيز على المحاصيل المزروعة في هذه الفترة وتكثيف الرسائل الإرشادية لها .  
و يوضح جدول رقم (2) محتويات الحلقات الثمانية عشر .

### جدول 2. محتويات الحلقات الثمانية عشر

رقم الحلقة	محتويات الحلقات	رقم الحلقة	محتويات الحلقات
الحلقة الأولى 2020-4-21	الحديث عن جائحة كورونا-الإنتاج الحيواني-الإنتاج الداجنى- الإنتاج السكى	الحلقة العاشرة	توعية عن جائحة كورونا-اصناف المائدة ،اصناف الزيت -نسب الحموضه-أنواع الأراضي التي تصلح لمحصول الزيتون -عدد الريات - مواعيد الري -التوعية الصحية ضد الكورونا -التباعد الاجتماعى
الحلقة الثانية	الحديث عن جائحة كورونا - الحملة التوعوية للنهوض بمحصول القمح -الحديث عن التجميعات الارشادية والحقول الارشادية	الحلقة الحادية عشر	7 دقائق عن الكورونا والتباعد -حشيشة السودان-طريقة الزراعة في جور حشيشة الفرس-البقوليات أهم شئ لوبيا العلف ومردودها على الحيوان في إنتاج اللحم نسبة البروتين في اللوبيا فوق 30%
الحلقة الثالثة	الحديث عن جائحة كورونا -الاصناف المناسبة لزراعة القمح -جهود الدولة للتيسير على مزارعي القمح خلال موسم التوريد - السياسيسية الصنفيّة-خطة إستلام القمح وفقاً لبيانات وزارة الزراعة -مراكز تجميع القمح	الحلقة الثانية عشر	الحديث عن جائحة كورونا والإجراءات الاحترازية-التقوى - المساحة المزروعة -نوع الأرض-أنواع الزراعة- مصدر الري-نسبة الملوحة - بعض المشاكل المتوقعة خلال بداية الزراعة-التلقيح البكتري وطريقته- التكاليف- فترات الري
الحلقة الرابعة	الحديث عن جائحة كورونا-موسم التوريد- إكثار القطن- التسويق الحديث عن الاستهلاك في رمضان	الحلقة الثالثة عشر	حل مشكلة لأحد الزراع المتصلين في الحلقة بتكوين لجنة الحديث عن الجائحة والتأكيد على أهمية التباعد ،كيفية إنتاج الفاحات الخاصة بالماشية وكيفية التحصين البيطري -تعريف بفيرس كورونا التي تصيب الأبقارو، وأنواعه وأوجه الشبه بينه وبين كورونا الحالي - الأمراض المشتركة بين الإنسان والحيوان -إرشادات للمزارع للحفاظ على الماشية في ظل هذه الظروف-التحصين- الثروة الداجنة ولقاحاتها -ضوابط سلامة اللقاح- أهم الأمراض الوبائية المركز عليها داخل المعهد
الحلقة الخامسة	الحديث عن جائحة كورونا-التساؤلات الخاصة بالثروة الحيوانية على مدار الساعة-الماشية-الثروة السمكية	الحلقة الرابعة عشر	توعية عن كورونا-المخزون الإستراتيجي والتباعد الجسدى -وإرتداء الكمامة - والتأكيد على السلوك الصحيح خلال هذه الفترة - ثم متخصص يتحدث عن الممارسات الجيدة لمحصول الذرة-التسميد- الذرة وأنواعها- الري-المكافحة لضمان إنتاجية جيدة للمحصول
الحلقة السادسة	الحديث عن جائحة كورونا- المعاملات الزراعية -التصدير-الزراعة المبكرة-زراعة البطاطس في الأراضي الرملية والطينية وتكلفة التقاوى للقدان-الاصناف 123 صنف برنامج الري في الأراضي القديمة والحديثة	الحلقة الخامسة عشر	توعية عن جائحة كورونا -تقديم الإستشارات والإستفسارات لمربي الدواجن - أساليب التربية الجيدة- طرق التغذية السليمة- الإشتراطات الواجب توافرها لإنشاء المزارع -كل ما يخص الثروة الداجنة في مصر- أزمة كورونا وتأثيرها على الثروة الحيوانية والداجنة-التراخيص وكيفية الحصول عليها
الحلقة السابعة	الحديث عن جائحة كورونا -التوصيات الفنية المناسبة لمحصول الأرز-الممارسات الزراعية السليمة وكافة معاملات المحصول	الحلقة السادسة عشر	توعية عن كورونا- حول منظومة كارت الفلاح الذكي ، وأهميته للمزارعين - هو إستبدال التعامل الورقي بالكارت مع إعطاء شريحة مميزة على الكارت -كيفية إستخدام مميزات إستخدامه - مشاكل فنية في الكارت -الكارت الذكي هل هو ضمان حق الفلاح في الأسمدة- شرح كيفية إستخدام بوابة الشكوى والمشاكل وهي خاصة بكل الوزارات يتم توجيهها إلى وزارة الزراعة ثم الإدارة المختصة ، وإتاحة رقم للتواصل مع المزارع -
الحلقة الثامنة	الحديث عن جائحة كورونا-مربي الماشية والدواجن - خدمات الهيئة البيطرية لمربي الماشية - وعمليات التحصين دور الخدمات البيطرية في مواجهة فيروس كورونا	الحلقة السابعة عشر	توعية صحية عن كورونا - إنتاج الأسماك -إنتاج البحر والبحيرات - أحجام الأسماك للتسويق -سمكة البلطي -في مصر -الإستزراع وكيفية إنشاء المزارع- التسميد - التراخيص- أحواض المزرعة
الحلقة التاسعة	الحديث عن جائحة كورونا -شرح إستخدام شبكة الري الحديث - عرض لتجارب بعض مستخدمى شبكة ري حديثة	الحلقة الثامنة عشر	توعية صحية عن كورونا -مواصفات إنشاء الصوب الزراعية -التكاليف الثابتة والمتغيرة للصوب- أنواع الصوب.

المصدر: بتوصيف حلقات البرنامج

### توزيع الحلقات حسب تواجد الضيوف وطريقة عرض الرسائل.

تبين من طرق عرض الرسائل الإرشادية أنه تم عرضها بالطريقة الحوارية بين المذيع والخبير المتخصص في موضوع الحلقة المظروح داخل الإستديو ويبدأ في الحديث عن الموضوع وعن كيفية التعامل مع المزروع أو رعاية إنتاج البروتين أو موضوعات مرتبطة بالإنتاج الزراعي خلال فترة الجائحة ، وفي بعض الحلقات تم استخدام طريقة الإيضاح العملي بعرض النتائج بالإستعانة بمطبقي الري الحديث لشرح التجربة ونتائجها في الإستديو، وتم عرض فيديوهات مصورة ببعض الحلقات وذلك يعتبر استخدام الإتصال على التوازي باستخدام أكثر من طريقة داخل الحلقة الواحدة مما يزيد من درجة تأثير الإتصال الإرشادي وترسيخ الرسائل للمسترشدين .

### جدول 3. توزيع الحلقات حسب تواجد الضيوف وعرض الرسائل

رقم الحلقة	الضيف- طريقة عرض الرسالة	رقم الحلقة	الضيف- طريقة عرض الرسالة
الحلقة الأولى	مذيع-نائب وزير الزراعة للثروة الحيوانية	الحلقة العاشرة	مذيع- رئيس قسم الزيتون بمركز البحوث (أستاذ)
الحلقة الثانية	محدث رئيس قسم الفصح بمعهد بحوث المحاصيل الحقلية-مذيع-فيديو لنشرة إرشادية عن الفصح- إتصال تلفوني من مسول	الحلقة الحادية عشر	مذيع- متخصص
الحلقة الثالثة	مذيع 2- متحدثين متخصصين رئيس قطاع الاستلام والتخزين وصيانة الحبوب بالشركة القابضة للصوامع والتخزين	الحلقة الثانية عشر	المذيع – متخصص قام بحل وتكوين لجنة لأحد المتصلين وتبلغه على الهواء لانه سبق الإتصال في حلقة قبلها بأسبوع
الحلقة الرابعة	مذيع- مدير معهد بحوث القطن-وكيل صندوق تحسين الاقطان	الحلقة الثالثة عشر	المذيع- مدير معهد الأمصال واللقاح
الحلقة الخامسة	مذيع- رئيس قطاع الثروة الحيوانية والداجنة	الحلقة الرابعة عشر	مذيع-رئيس قسم بحوث الذرة الشامية
الحلقة السادسة	مذيع- أستاذ خضر من معهد بحوث البساتين -قسم الخضر	الحلقة الخامسة عشر	مذيع- رئيس الإدارة المركزية بقطاع تنمية الثروة الحيوانية والداجنة
الحلقة السابعة	مذيع- متخصص	الحلقة السادسة عشر	المذيع- رئيس الإدارة المركزية لشئون المديرات عرض شكوى للفلاحين من محافظات مختلفة وحلها على الهواء
الحلقة الثامنة	مذيع –مدير معهد الأمصال واللقاح البيطرية	الحلقة السابعة عشر	مذيع –مدير عام المزارع السمكية بالهيئة العامة لتنمية الثروة السمكية
الحلقة التاسعة	حضور من 2 الفلاحين لعرض تجربتهم في استخدام شبكة (ري حديث) ترشيد واستخدام المياه وتحسين كمية استخدامها	الحلقة الثامنة عشر 2020-6-23 فتح الحظر الكلي	مذيع-أستاذ بقسم الأراضي الصحراوية –معهد بحوث البساتين

المصدر: بتوصيف حلقات البرنامج

**ثالثاً: تحديد هل تضمن محتوى الحلقات رسائل توعية إرشادية ضد كورونا.**  
تبين من عرض لمضمون الحلقات أن الإرشاد الزراعي قام بالتركيز على التوعية ضد فيروس كورونا خلال وقت الجائحة من خلال برنامج مشترك الزراعي عن طريق توجيه التوعية بالإجراءات الاحترازية – والتأكيد على التباعد الجسدي ولكن التقارب الإجتماعي بقيام كل فرد بدور لمواجهة الأزمة – وأهمية ارتداء الكمامة ، عدم تناول أدوات الزراعة بدون تعقيمها ، وأهمية تعقيم الأدوات ، وضرورة غسل الأيدي بصفة مستمرة للقضاء على الفيروس ، عدم الذهاب لأى تجمعات مثل الأفراح والماتم ، والوقوف على الوضع وتطورات أول بأول-عرض لخدمات الإرشاد المتاحة للمزارعين للتأكيد على عدم خروجهم من المنازل- أهمية ارتداء الكمامة- كيفية غسل اليدين وذلك في بداية منتصف ونهاية كل حلقة كل من الحلقات الثمانية عشر ، وعرض لمشاكل الفلاحين الخاصة بالخدمات والمواعيد أيام الجائحة وإيصالها للمسنولين لحلها والحصول على الرد الفوري في الحلقات اللاحقة، تقديم رسائل خاصة بأهمية تجنب القلق وتأثيره على جهاز المناعة ودعوة المواطنين للإلتزام بالهواء ، وتجنب الزحام وخصوصاً لآثر من وجود شهر رمضان وعيد الفطر مع الجائحة ، و ترشيد الاستهلاك ودعوة المزارعين لعدم تخزين السلع للخوف من عدم توافرها ، والحديث المستمر عن قرارات رئيس الوزراء ودعوة للإلتزام بها للخروج من الأزمة .  
**رابعاً: تحديد أعداد المتصلين بكل حلقة وفقاً لمحافظةهم .**

كان هناك أكثر من متصل من نفس المحافظة داخل نفس الحلقة  
**الحلقة الأولى:** كان المتصلين فيها من المحافظات التالية (شرقية- كفر الشيخ – البحيرة – الفيوم – الإسكندرية) وكان عددهم (10 متصلين)  
**الحلقة الثانية:** كان المتصلين من المحافظات (الغربية –المنوفية-كفر الشيخ- سوهاج- الإسكندرية- بنى سويف – المنيا) وكان عددهم (10متصلين)  
**الحلقة الثالثة:** كان عدد المتصلين من المحافظات (الغربية –سوهاج –الوادي الجديد –البحيرة-المنيا –أسبوط –قا- الفيوم- الشرقية- قليوبية- بنى سويف) وكان عددهم 14 متصل.  
**الحلقة الرابعة:** كان المتصلين من محافظات (الشرقية – الغربية) و عددهم 4 متصلين .  
**الحلقة الخامسة:** كان المتصلين من محافظات (غربية –أسبوط- الإسكندرية- بحيرة – منوفية ) و عددهم 12 متصل .

وبالنسبة لتواجد الضيوف تبين من جدول رقم (3) أنه تم الإستعانة في الحلقة الأولى بمسول كبير من وزارة الزراعة للتعريف بالبرنامج والمناقشة وإستقبال الإستفسارات والإجابة عليها فيما يتعلق بمجال الثروة الحيوانية وهذا يترك إنطباع جيد لدى المزارعين بأهمية الإهتمام بحلقات البرنامج والإهتمام بالرسائل الموجه إليهم خلال الجائحة ، وتم إستضافة خيرا ء من أساتذة الجامعات وخبراء من المراكز البحثية وبعض مسولى الإدارات المختلفة مما يبعث الشعور في الثقة من جانب المزارع بتوفير خبرير للاستشارات الإنتاجية .

**الحلقة السادسة:** كان المتصلين من محافظات (غربية – أسبوط –الإسكندرية – البحيرة-المنوفية) وكان عددهم 7 متصلين .  
**الحلقة السابعة:** محصول الأرز لم يتاح عدد المتصلين بالحلقة لعدم تكرار إذاعتها على الصفحة لتوصفها.  
**الحلقة الثامنة:** كان عدد المتصلين من محافظات (كفر الشيخ –النوبارية-قا- الوادي الجديد-الفيوم-الإسكندرية –الإسماعيلية) وكان عددهم 7متصل .  
**الحلقة التاسعة:** عرض لتجارب أحد الفلاحين بحضوره إلى البرنامج لعرض تجربته تطبيقه للري الحديث بدل الري بالغمر عبر الشاشة ( مزارع من محافظة الجيزة )، إيضاح عملي بعرض النتائج من جانب إثنان من الفلاحين بالجيزة لعرض تجربة تطبيقه للري الحديث بدل الري بالغمر  
**الحلقة العاشرة:** كان عدد المتصلين من محافظات (المنوفية-قا-البحيرة-شمال سيناء) وكان عددهم 7متصلين  
**الحلقة الحادية عشر:** كان عدد المتصلين من محافظات (شرقية-منوفية-البحيرة- الفيوم-المنيا) وكان عددهم 5متصلين  
**الحلقة الثانية عشر:** كان عدد المتصلين من محافظات ( قا –الإسماعيلية- أسبوط-سوهاج-البحيرة-قام بحل مشكلة لأحد المتصلين بنكوتين لجنة في حلقة سابقة) وكان عددهم 6متصلين.  
**الحلقة الثالثة عشر:** كان عدد المتصلين من محافظات (الإسكندرية-الفيوم- شرقية-الدقهلية) وكان عددهم 4 متصلين .  
**الحلقة الرابعة عشر:** كان عدد المتصلين من محافظات ( الفيوم-البحيرة-منوفية-نوبارية-شرقية-الوادي الجديد-قا-الغربية-الدقهلية-الإسكندرية). وكان عددهم 10 متصلين .  
**الحلقة الخامسة عشر:** كان عدد المتصلين من محافظات (المنيا-الشرقية- الأقصر-أسبوط) وكان عددهم 10 متصلين.  
**الحلقة السادسة عشر:** كان عدد المتصلين من محافظات ((الدقهلية –بنى سويف-أسبوط-أسوان-البحيرة-(2)-غربية-قليوبية-الفيوم) كان عددهم 9متصلين .  
**الحلقة السابعة عشر:** كان عدد المتصلين من محافظات(القاهرة-الجيزة-دمياط- شرقية-الإسماعيلية-الأقصر-المنوفية) كان عددهم 8متصلين.

12 - عمل برتوكولات تعاون بين كليات الزراعة وقناة مصر الزراعية لتدريب الطلاب على فنيات إعداد البرامج -الإخراج- وتقديم البرامج للمساهمة في إعداد خريج يجمع بين المعلومات العلمية في مجال الزراعة والجانب التقني لعرض الرسائل الإرشادية من خلال وسائل الإتصال الجماهيرى.

### المراجع

- الرعاوي، أحمد شكرى وحسين جمعة جمعة (1996)، مقدمة فى الإرشاد الزراعى هشام رشدى، (2017) بشير ، محمد جمعة الزين ، أثر الرسائل الإرشادية التلفزيونية الزراعية على معارف المزارعين بمشروع سوبيا غرب الزراعى بولاية الخرطوم URI: <http://repository. Sustech.edu/handle/123456789/20813>
- بشير معمرية ، القياس النفسى وتصميم أدواته للطلاب والباحثين فى علم النفس والتربية ، منشورات الخبر، الجزائر، 2007، ص62
- حسن عماد مكوي و ليلي حسين السيد، مقرب الإعتدال على وسائل الإعلام 102 ص198 .
- خير الله ، هشام رشدى ، 2018 ، قسم العلوم الإجتماعية والإعلام ، كلية التربية النوعية ، جامعة المنوفية ، كتاب ، محاضرات فى نظريات الإعلام .
- سامية محمد جابر ، الفكر الإجتماعى: نشأته وإتجاهاته وقضاياها، دار العلوم العربية للطباعة والنشر، بيروت، 1989، ص168- 3 . نفس المرجع، ص72
- شيماء نو الفقار زغيب، نظريات فى تشكيل إتجاهات الراى العلم، الدار المصرية اللبنانية، الطبعة الأولى، القاهرة، 2004، ص2
- ليلى السيد عبد المجيد، 1990 الصحافة فى الوطن العربى ، ط2، القاهرة، العربى للنشر والتوزيع، ص55.
- محمد يحيى، زكريا ، 2006 ، فاعلية وسائل الاتصال الجماهيرية فى التنمية الزراعية (حالة ولاية كسلا- السودان ) - كلية الزراعة - جامعة الخرطوم
- مكوي، حسن عماد ، 1994، أخلاقيات العمل الإعلامى، دراسة مقارنة، القاهرة الدار المصرية اللبنانية، ص158.
- ميرفت عبد الوهاب وأخرون (2015) ، صدقى ، وأحمد دياب عبد الديب ، المرود الإجتماعى والإقتصادى لإستفادة الريفات من وسائل الإتصال فى الإنتاج الزراعى ببعض محافظات جمهورية مصر العربية قسم بحوث المرأة الريفية ، معهد بحوث الإرشاد الزراعى والتنمية الريفية، مركز البحوث الزراعية ، قسم بحوث الطرق والمعينات الإرشادية .
- نجلاء محمد جابر ، دراسة تحليلية فى الإعلام الجماهيرى ، دار المعز للنشر والتوزيع الإسكندرية للكتاب ، مصر، 1997 ، ص215 .
- <https://sotor.com>.
- Azza Abd Al Azim Mouhamed , Télévision Dépendency and Knowledge of Drug abuse among Egyptian adults, unpublished, The American University , Journalism and Mass Communication Department , Cairo, 1993, P.41.
- Melvin L. Defleur and Sandra Ball Rokeach, Theory Of Mass -Communication, Longman, 3rd Ed , New York , 2004, P.244
- Sandra J.Ball Rokeach and Melvin Defleur, Op.Cit , PP.262-264. 2 -Ibid, P.5. 3.Pablo Hallpern, Media Dependency and Political Perception in Authoritarian Political System, Journal of Communication, Vol.44, No.4, autumn, 1999.PP.39-52.

الحلقة الثامنة عشر : كان عدد المتصلين من محافظات (الجيزة-أسوان-البحيرة- الغربية-كفر الشيخ) وكان عددهم 5 متصلين .

- بين العرض السابق أنه هناك تنوع فى عدد المتصلين بين المحافظات المختلفة على مستوى الجمهورية ويدل على إنتشار نسب المشاهدة للبرنامج فى المحافظات المختلفة ، و من قىل مزارعى المحاصيل المختلفة.

تم الحصول على رد فعل وتفاعل بالبرنامج من قىل مزارعى غالبية محافظات مصر كما تبين من العرض السابق .

إتصالات ، كما تبين أن المتصلين من محافظة الإسكندرية تكرر فى سبع حلقات ومحافظة الشرقية تكرر فى (6حلقات) وهذا يدل على أن البرنامج لاقى قبول لدى هؤلا المزارعين بالإضافة إلى أن ذلك مؤشر على وجود حلول لمشاكل المتصلين مما شجع غيرهم للتفاعل والإستفسار .

### التوصيات

#### توصيات مقدمة لتوجيه الدراسات المستقبلية

- 1- زيادة البحوث العلمية الخاصة بوصف وتحليل رسائل البرامج الزراعية المذاعة عبر وسائل الإتصال الجماهيرية لتعظيم إستفادة عدد كبير من المزارعين فى أماكن متفرقة عن طريقها.
- 2- عمل الأبحاث العلمية للتعرف على نسب مشاهدة المزارعين للبرنامج ومميزاته ومعوقات الإستفادة بعد إنتهاء جانحه كورونا لصعوبة التواصل مع المزارعين فى هذه الفترة .
- توصيات مقدمة للقائمين على البرنامج
- 3- مراعاة إتاحة رد الفعل على المشاهدة من خلال تطبيق الواثس أب وصفحات التواصل الإجتماعى لإتاحة المشاركة من قىل عدد أكبر من المزارعين فى أوقات غير أوقات البث عبر التلفزيون ، بالإضافة لإستفادة المزارع بتكرار مشاهدة الحلقات وسماعها .
- 4- عمل مبادرة إعلامية خاصة بكل موضوع زراعى كنوع من أنواع المحاكاة للمرشد ويستضاف خبير متخصص لمدة عدد متصل من الحلقات لإتاحة إستكمال الفجوات المعرفية بنفس الموضوع.
- 5- يدعم هذا القلب الفنى الذى يتكامل مع عمل المرشد الزراعى بالتصوير ميدانيا فى الحقل لنقل الصورة الحقيقية للمشاكل وإستفسارات المزارعين من أرض الواقع وذلك بعد إنتهاء فترة الوباء .
- 6- زيادة المدة المخصصة لكل حلقة بما يتناسب مع المعارف المقدمة بالحلقة للمزارع لإعطاءه الفرصة لإستيعابها وتطبيقها و أيضاً إتاحة الفرصة لإستقبال عدد أكبر من الإستفسارات .
- 7- الإهتمام بسؤال متابعى البرامج على مدى مناسبة وقت الحلقة لهم ، ومدى مناسبة الرسائل مع المدة المخصصة للحلقة وأخذ ذلك فى الإعتبار .
- 8- إدراج هذا النوع من البرامج ضمن الخريطة الإذاعية بالتلفزيون بزيادة معدل إذاعتها عبر مختلف القنوات التلفزيونية وعدم الإقتصار على القنوات المتخصصة فقط مثل مصر الزراعية وخصوصاً أوقات الأزمات لسهولة توصيل الرسائل الإرشادية .
- 9- عمل صفحة للبرنامج على وسائل التواصل الإجتماعى لقيام المتابعين بإرسال إستفساراتهم عليها وعرضها خلال الحلقة لإتاحة الفرصة لمن يعتذر تواصلهم من خلال الرقم الهاتفى الخاص بالبرنامج.

#### توصيات مقدمة لوزارة الزراعة والإرشاد الزراعى وكليات الزراعة

- 10- تعميم فكرة التطبيقات الإلكترونية الخاصة بمعلومات لكل محصول للمساعدة فى التغلب على مشكلة نقص المرشدين وخصوصاً أوقات إنتشار الأزمات لى تتكامل مع هذا النوع من البرامج والعمل الإرشادى الميدانى.
- 11- زيادة إذاعة هذا النوع من البرامج الإرشادية لمراعاة كبار السن وفتة الأميين بالتكامل مع نشر التطبيقات عبر الهواتف المحمولة لجيل الشباب ومستخدمى التكنولوجيا الحديثة من كبار السن .

## Descriptive Analysis of Agricultural Advisor's Program Broadcasted by Mass Communication Means during the Corona Virus

Zeinab M. Abd-Elrahman\*

Faculty of agriculture ain shams university

### ABSTRACT

The research targeted the descriptive analysis of the agricultural advisor program, analyzing the episodes titles, their contents ,and the method for presenting extensional messages, determine if the content of the episodes includes extensional awareness messages against corona, and determine the number of farmers connected to each ring according to their provinces the research was based on the descriptive approach .of the launched on the Misr agriculture channel, on April 21-2020 for farmers by the Egyptian Ministry of Agricultural Extension work during the Corona period from 21-4-2020 until the beginning of the total ban on 23-6-2020.(18) episodes were followed during this period .at the rate of two episodes per week ,lasting 45-59 minutes ,and there is interaction between the presenter of the program and the guest and the audience through atelephone call on live .used simple language and the episodes were characterized by the diversity of it's messages and the episodes included awareness against Corona