

تحليل مضمون برنامج المرشد الزراعى على قناة مصر الزراعية خلال الفترة من ٢٠٢١/٦/١ إلى

٢٠٢١/١٢/٣١ م

هند حسنى على^١

الملخص العربى

تعليق من قبل الجمهور الزراعى. وأن جميع الحلقات قد سجل المتابعين لها إعجاب على الموقع الإلكتروني اليوتيوب. أما من حيث الشكل فقد وجد أن جميع الحلقات من نوع حوار المعلومات، وأن جميع حلقات البرنامج صورت داخلياً. كما أن ٨٤,٣% من حلقات البرنامج استخدم بها وسائل إيضاح، وأن ٩٨,٣% من الحلقات لم يستخدم بها مصطلحات علمية . الكلمات المفتاحية: تحليل المضمون، تحليل الموقع الإلكتروني يوتيوب، قناة مصر الزراعية، الإرشاد الزراعى، الإعلام الزراعى التلفزيونى.

المقدمة

يشكل الإعلام فى عصر تكنولوجيا المعلومات والاتصالات موقعاً أساسياً فى تنمية، وتحديث المجتمعات فى مختلف مناحى الحياة. فوسائل الإعلام المختلفة من مقروءة ومرئية ومسموعة تسهم بشكل فعال فى تشكيل الملامح الحضارية للمجتمعات من خلال قدرتها وتأثيرها على توعية وتنقيف وتعليم مختلف فئات المجتمع المستقبلية لتلك المواد الإعلامية (رضا، ١٣١:٢٠٠٨؛ السيد، ٧١:٢٠٠٩؛ عواد، ١١:٢٠١٠).

ويتميز التلفزيون عن غيره من وسائل الإعلام بالعديد من الخصائص منها سرعة انتشار المعلومات التى يتم بثها

استهدف البحث تحليل مضمون برنامج المرشد الزراعى على قناة مصر الزراعية خلال الفترة من ٢٠٢١/٦/١ إلى ٢٠٢١/١٢/٣١ م، وذلك للتعرف على الموضوعات الفنية الواردة بحلقات البرنامج المدروسة، والفترة الزمنية التى إستغرقتها، وتفاعل جمهور الزراع مع الحلقات والذى شمل تفاعله مع الحلقات من خلال تليفون القناة، وأيضاً تفاعله مع الحلقات من خلال الموقع الإلكتروني اليوتيوب، وأخيراً التعرف على الشكل الذى قدمت به الحلقات. وقد بلغت مادة التحليل ١١٥ حلقة، وقد استخدم فى عرض وتحليل البيانات العرض الجدولى بالتكرارات والنسب المئوية. وتشير النتائج إلى أن أكثر حلقات برنامج المرشد الزراعى تكراراً كانت عن الموضوعات الفنية الخاصة بمجال الإنتاج النباتى، كما أنها أيضاً استغرقت أطول فترة زمنية بمقدار ٢٨٤٩ دقيقة. بالإضافة إلى أنها كانت الأكثر تكراراً من قبل الجمهور الزراعى المتفاعل مع حلقات البرنامج المدروسة من خلال تليفون القناة. كما وجد أن أكثر مصادر المعلومات تكراراً هو مركز البحوث الزراعية، وأن ٩٤,٨% من حلقات البرنامج قد استقبلت إتصالات من الجمهور الزراعى من ٢٥ محافظة من محافظات جمهورية مصر العربية. وأن ٧١,٣% من الحلقات شاهدها أقل من ٥٠٠ مشاهد، وأن ٤٠,٩% من الحلقات لم يسجل بها أى

برامج وما يبذل من جهد وتكاليف لإنتاج وإخراج تلك البرامج سواء عبر القناة الفضائية أو من خلال مواقع التواصل الإجتماعي المختلفة عبر شبكة الأنترنت والتي من أشهرها الموقع الإلكتروني اليوتيوب. الأمر الذي أكد على ضرورة إجراء هذه الدراسة كمحاولة لتحليل مضمون حلقات برنامج المرشد الزراعي الذي يتم بثه عبر قناة مصر الزراعية الفضائية والمبث أيضا عبر الموقع الإلكتروني للقناة عبر اليوتيوب خلال الفترة من ٢٠٢١/٦/١ إلى ٢٠٢١/١٢/٣١ م وذلك من أجل رصد نقاط القوة والضعف للبرنامج وذلك لتحسينه وتطويره ليتناسب بشكل أفضل مع حاجات الجمهور المستهدف.

الأهداف البحثية

يستهدف البحث بصفة رئيسية تحليل مضمون حلقات برنامج المرشد الزراعي على قناة مصر الزراعية خلال الفترة من ٢٠٢١/٦/١ إلى ٢٠٢١/١٢/٣١ م وذلك من خلال تحقيق الأهداف الفرعية التالية :

- ١ - التعرف على مضمون الموضوعات الفنية الواردة بحلقات برنامج المرشد الزراعي خلال فترة البحث .
- ٢- تحديد المدة الزمنية لحلقات برنامج المرشد الزراعي خلال فترة البحث .
- ٣- تحديد مصادر المعلومات الواردة بحلقات برنامج المرشد الزراعي خلال فترة البحث .
- ٤- التعرف على أشكال تقديم المعلومات بحلقات برنامج المرشد الزراعي خلال فترة البحث .
- ٥- التعرف على تفاعل جمهور الزراع مع حلقات برنامج المرشد الزراعي خلال فترة البحث.

الإستعراض المرجعي

لقد أصبحت تكنولوجيا المعلومات والاتصالات الحديثة المعتمدة علي الإنترنت والأقمار الصناعية والتليفونات المحمولة وغيرها من أهم الأدوات الفعالة في نشر

من خلاله، واعتماده على حاستي السمع والبصر وجمعه للصوت والصورة والحركة واللون مما يزيد من تأثيره (حجاب، ٢٠٠٨:٢٣١؛ الضبع، ٢٠١١: ١٩).

ويعد التليفزيون في مقدمة وسائل الإعلام التي يمكن أن تقدم إسهامات فعالة في تعريف الأفراد بالتكنولوجيا العلمية الحديثة في مختلف المجالات، بشرط أن يتم توظيف إمكانياته على النحو الأمثل، وإستخدام مفرداته الخاصة بشكل مدروس لتصل المعلومات بشكل شيق ومفيد في آن واحد (نصار، ٢٠١٢: ٨٩).

وفي مقابل هذا التأكيد على أهمية التليفزيون فإن التحديات الراهنة المتمثلة في اتساع الفجوة الغذائية وإنعدام الأمن الغذائي في ظل الزيادة السكانية وتدني معدلات نمو الإنتاج الزراعي في كثير من الدول الأمر الذي يستلزم الإستفادة من كل ما هو متاح لمواجهة أزمة الغذاء بصنع إعلام زراعي هادف وفعال (عبد الحميد، ٢٠١١: ٢٥).

ولكي يؤدي التليفزيون دوره المنشود بالمجتمع ينبغي إعداد برامج تليفزيونية جيدة تغطي كافة أنحاء البلاد مبنية على أساس التخطيط الإستراتيجي الجيد لتلك البرامج بما يحقق حاجات ورغبات المشاهدين (الدليمي، ٢٠١٠: ١٦٠).

المشكلة البحثية

إن التطور السريع في ثورة تكنولوجيا المعلومات والإتصالات التي يشهدها العالم اليوم، وتعاضم تأثير وسائل الإعلام أدى إلى اهتمام الدولة بإنشاء قناة مصر الزراعية ضمن قنواتها الفضائية المتخصصة والتي تبث عبر القمر الصناعي المصري النيل سات (أمين، ٢٠١٥: ١٠٨؛ محمد، ٢٠١٦: ٣٨١).

ونظراً لأهمية الدور الذي تلعبه قناة مصر الزراعية الفضائية في إثراء المحتوى المعلوماتي الزراعي، وإتاحته بمختلف الطرق والوسائل للجمهور من خلال ما يبث من

وفي باكستان يتاح العديد من البرامج الزراعية من خلال قناة متخصصة زراعية فضائية بدأ بثها فى عام ٢٠٠٩م واسمها قناة " Sohni Dharti "، وأرشيف البرامج لتلك القناة متاحة على الإنترنت بالإضافة إلى استخدام التليفون المحمول والأرضى كوسيلة لنشر المعلومات الزراعية. فلقد أتاحت وزارة الزراعة الباكستانية خطوطاً ساخنة مجانية تسمى خطوط المساعدة الزراعية (Agri. Helpline) تسمح للزراع بطرح تساؤلاتهم ومقترحاتهم، وهناك خط ساخن زراعى للإنتاج النباتي وآخر للإنتاج الحيوانى وثالث يتعلق بأخبار الطقس وأسعار السوق الزراعى لمختلف المنتجات الزراعية. هذا بالإضافة إلى إتاحة تليفونات محمولة من قبل شركات المحمول الباكستانية المختلفة صممت خصيصاً للزراع لتسهيل عملية سماع أحدث المعلومات والأخبار الزراعية والخدمة بإسم " Kisan Service" والمقدمة من شركة "Mobilink" وخدمة "Tele Kissan" المقدمة من شبكة التليفون المحمول لشركة "Telenor" والتي تسهل للزراع الباكستانيين الحصول على مختلف المعلومات الزراعية التي يحتاجون إليها (Irfan et al., 2006:418; Khan et al., 2010:167-168; Rehman et al., 2011:120-121)

وفي تنزانيا تقوم الحكومة بدور هائل فى تسهيل استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات للفقراء الريفيين فهناك أحد عشرة محطة إذاعية إقليمية مخصصة لتلبية حاجات الزراع فى تنزانيا. بالإضافة إلى إنتشار التليفون المحمول فى العديد من القرى كوسيلة لنشر المعلومات الزراعية المختلفة والتي تكون متاحة كخدمات إرشادية زراعية من شبكات المحمول التنزانية، وفيها معلومات عن أماكن بيع المنتجات الزراعية بمختلف المجتمعات الريفية وأفضل الأسعار التسويقية وغيرها. كما أن هناك مراكز متصلة بالإنترنت داخل القرى كأشكاشك للمعلومات الزراعية للريفيين. وهناك قرى لا تصل إليها الكهرباء أويتركز إنقطاع التيار الكهربائي

المعلومات والمعارف بين مختلف المناطق الجغرافية. وأمكن توظيف تلك التكنولوجيا فى مجال الإعلام الزراعى بوسائله المختلفة لتسهيل عملية الإتصال بين مختلف القطاعات ولنشر المعلومات الزراعية من مصادرها إلى مستخدميها فى المناطق الريفية وذلك فى العديد من دول العالم (محمد، ٢٠١٦: ٣٨١).

فى الهند تسعى الحكومة الهندية إلى توفير البنية التحتية الإتصالية بالريف الهندى من خلال توفير أكشاك للمعلومات بالقرى متصلة بالإنترنت أوبالأقمار الصناعية لإتاحة حزم من المعلومات الزراعية المتعلقة بمختلف المحاصيل والتي تحدد ماذا يزرع وكيف يزرع ومتى يزرع ومتى يحصد وكيف يسوق المحصول، وما هي حالة الطقس اليومية، وما هي أسعار السوق اليومية لمختلف المنتجات الزراعية، وغيرها من نشرات الأخبار الزراعية المذاعة يومياً على المواقع الزراعية بالإنترنت أو على شاشات التليفزيون الهندى (Yadav et al., 2011:45-46; Halakatti et al., 2010:290; Badodiya et al., 2010:110; Pal et al., 2009:45)

وفى فرنسا هناك تعاون بين وزارة الزراعة الفرنسية والجامعات والمنظمات الزراعية ذات الصلة لإنتاج برامج زراعية تبث عبر مواقع الويب الزراعية فيما يعرف بتليفزيون الويب الزراعى "Agricultural web TV" وهو عبارة عن قناة تليفزيونية زراعية تبث على الإنترنت، ويتاح من خلالها كم هائل من المعلومات الزراعية المرئية لزرع فرنسا من خلال أرشيف هائل من البرامج الزراعية المتاحة مجاناً للزائرين من الزراع مع إتاحة فقرة أسبوعية للرد على تساؤلات الزراع، وفتح باب الحوار والمشاركة والتفاعل مع الزراع عبر الموقع، ومن تلك المواقع: موقع www.terre.net.fr، وكذلك قناة التسويق الزراعى المتاحة على موقع www.sati.fr وبها تحليل للسوق الزراعى يناقشه عدد من الخبراء الإقتصاديين (Waksman et al., 2009:869-870; Waksman et al., 2010:29)

بين المعرفة الزراعية والترفيه، ويحقق سياسات وزارة الزراعة ويعرض مشكلات الريفين ويتابع قضاياهم اليومية ويخاطب المشاهد الريفي والحضري على حد سواء (محمد، ٢٠١٦: ٣٨١؛ عمر، ٢٠٢٠: ٩٩٢).

طريقة إجراء البحث

شاملة مادة التحليل: تمثلت في جميع حلقات برنامج " المرشد الزراعي "على قناة مصر الزراعية على الموقع الإلكتروني يوتيوب وذلك خلال الفترة من ٢٠٢١/٦/١م حتى ٢٠٢١/١٢/٣١م، والبالغ عددها ١١٥ حلقة (جدول ١)، وتم تحليل مضمون الحلقات الكاملة أو الحلقات التي قسمت الى نصفين خلال شهري فبراير ومارس لعام ٢٠٢٢م، وتحددت وحدة القياس (المفردة) محل الدراسة بالحلقة كوحدة أساسية تقوم الباحثة بتحليلها وبداخلها أكثر من وحدة فرعية للتحليل.

جدول ١. التوزيع العددي والنسبي لحلقات برنامج المرشد الزراعي على قناة مصر الزراعية خلال فترة البحث

الشهر	عدد الحلقات	%
يونيو	١٨	١٥.٧
يوليو	١١	٩.٦
أغسطس	١٩	١٦.٥
سبتمبر	١٧	١٤.٨
أكتوبر	١٧	١٤.٨
نوفمبر	١٨	١٥.٧
ديسمبر	١٥	١٣
الإجمالي	١١٥	١٠٠

المصدر: استمارات تحليل المضمون

فئات تحليل المضمون:

تستخدم الفئات في تحليل المضمون لوصف مضمون الرسائل الإعلامية، وذلك لتحويل الكل الى أجزاء ذات خصائص مشتركة بناءً على معايير مستمدة من محتوى الحلقات، هذا وقد ركز البحث على فئة مادة الإتصال " ماذا قيل ؟ " وفئة الشكل أو القالب الإعلامي الذي صيغت فيه مادة الإتصال أي " كيف قيل ؟ "، وهي كما يلي:

بها فتستخدم أجهزة تليفون محمول تعمل بالبطارية الجافة ولا تحتاج إلي شحن والتي توفرها شبكات المحمول أيضاً لزراع تنزانيا (Mwakaje, 2010:119; Melahioly&Saebø,2010:12)

وفي ماليزيا بدأ مؤخراً الإتجاه نحو تعميم إستخدام التليفون المحمول بين الزراع من خلال التنسيق والتعاون مع شركات المحمول في ماليزيا لإتاحة خدمات زراعية إرشادية حسب طلب المزارع مع خدمات البحث عن المعلومات في الإنترنت عبرالمحمول ومشاهدة البث الحي للبرامج الزراعية في التليفزيون المالىزى ولكن مازالت في أطوارها الأولى كأحدث وسائل الإعلام الزراعي البسيطة للزراع والريفيين (Hassan et al., 2010:389-390; Ali et al., 2010:3500-3501; Shaffril et al., 2010:356).

ومع تعدد القنوات الفضائية وانتشارها برزت ظاهرة التخصص الإعلامي لتلبية حاجات الجماهير من خلال تقديم مضمون مفضل لفئة أو مجموعة من الجمهور بشكل مستمر وبكثافة على مدار ساعات اليوم دون انتظار لخريطة البرامج المكدسة بالمواد المتنوعة الأخرى (الحديدي، ٢٠٠٩: ١٨٤)

وإيماناً من الدولة المصرية بأهمية الدور التنموي الذي تلعبه الفضائيات في خدمة قضايا التنمية الريفية بصفة عامة والزراعية بصفة خاصة فقد قامت بإنشاء قناة مصر الزراعية الفضائية ضمن قنواتها الفضائية المتخصصة عبر القمر الصناعي النيل سات، والتي تم افتتاحها في ٦ سبتمبر ٢٠١١ بما يتوافق مع عيد الفلاح المصري. وتعد القناة منبراً لجميع فئات العاملين في القطاع الزراعي، وتهدف القناة إلى تحسين جودة الحياة الريفية بصفة عامة وجودة المنتج الزراعي بصفة خاصة من أجل تحقيق التنمية الزراعية المستدامة، والإرتقاء بالعنصر البشرى إقتصادياً وإجتماعياً وثقافياً وصحياً في إطار البيئة الريفية، وذلك من خلال تقديم محتوى إعلامي زراعي جذاب ومشوق يجمع

٤-١- تفاعل جمهور الزراع مع حلقات البرنامج المدروسة من خلال قناة مصر الزراعية الفضائية والذى قسم الى الفئات الفرعية التالية:

أ- محتوى الموضوعات الخاصة بالمتصلين، وقد صنف الموضوعات بنفس الطريقة السابقة.

ب- عدد المتصلين بحلقات البرنامج المدروسة خلال فترة البحث.

ج- المحادثات الخاصة بالمتصلين بالبرنامج خلال فترة البحث.

٤-٢- تفاعل جمهور الزراع مع حلقات البرنامج المدروسة من خلال الموقع

الإلكترونى يوتيوب: والتي قسمت الى الفئات الفرعية التالية:

أ- عدد التعليقات على حلقات البرنامج المدروسة خلال فترة البحث.

ب- عدد المشاهدات لحلقات البرنامج المدروسة خلال فترة البحث.

ج- عدد الإعجاب بحلقات البرنامج المدروسة خلال فترة البحث.

د- عدد عدم الإعجاب بحلقات البرنامج المدروسة خلال فترة البحث.

ثانياً: فئة شكل مادة الإتصال (كيف قيل؟): ويقصد بها

تصنيف المحتوى وفقاً لطريقة عرض الموضوع أى القوالب أو الأشكال المختلفة للبرنامج التليفزيوني التي قدمت بها الموضوعات المختلفة بحلقات البرنامج المدروسة والتي شملت الفئات التالية: شكل أوقالب حلقات البرنامج المدروسة، أماكن تصويرالحلقات، استخدام وسائل الإيضاح التعليمية، واستخدام المصطلحات العلمية. وذلك على النحو التالي:

١- شكل أوقالب حلقات البرنامج المدروسة : ويقصد بها فى هذا البحث طريقة تقديم الموضوعات بحلقات

أولاً: فئة مادة الإتصال(ماذا قيل؟): وقد اشتملت هذه الفئة على الفئات التالية: مضمون الموضوعات الفنية الواردة بحلقات برنامج المرشد الزراعى المدروسة، والمدة الزمنية لمضمون الموضوعات الفنية الواردة بحلقات البرنامج المدروسة، ومصادر المعلومات لحلقات البرنامج المدروسة، وتفاعل جمهور الزراع مع حلقات البرنامج المدروسة والذى اشتمل على تفاعل جمهور الزراع من خلال كل من قناة مصر الزراعية، والموقع الإلكتروني يوتيوب you tube. وتم تعريف وتحديد كل فئة على النحو التالي:

١-مضمون الموضوعات الفنية الواردة بحلقات البرنامج

المدروسة: يقصد به تصنيف طبيعة موضوعات حلقات البرنامج المدروسة وفقاً لمضمونها الفنى من المجالات الزراعية المختلفة خلال فترة البحث، وقد اشتملت على: مجال الإنتاج الحيوانى، ومجال الإنتاج النباتى، ومجال الأراضى والمياه، ومجال وقاية النبات، ومجال الموضوعات العامة، هذا وقد قسم كل مجال من المجالات السابقة الى فئات فرعية.

٢-المدة الزمنية لمضمون حلقات البرنامج المدروسة:

ويقصد بها تصنيف حلقات البرنامج المدروسة وفقاً للفترة الزمنية التي يستغرقها كل مجال من المجالات السابقة المدروسة .

٣-مصادر المعلومات لحلقات البرنامج المدروسة: يقصد

بها تصنيف حلقات البرنامج المدروسة وفقاً لمصدر المادة العلمية المقدمة من خلال حلقات البرنامج المدروسة خلال فترة البحث والتي يستعان بالمعلومات التي لديها لإنتاج البرنامج الزراعي المدروس.

٤-تفاعل جمهور الزراع مع حلقات البرنامج المدروسة:

ويقصد بها عملية إبداء الآراء والإتجاهات المختلفة تجاه الموضوعات المطروحة داخل حلقات برنامج المرشد الزراعى المدروسة والتي شملت ما يلى:

صدق التحليل: للتحقق من صدق وثبات التحليل أجريت اختبارات التحقق من الصدق والثبات Reliability & Validity وتم التحقق من صدق النتائج بالإعتماد على الصدق الظاهري والذي اعتمد على توحى الدقة في تحديد الفئات وتعريفها إجرائياً.

أدوات التحليل الإحصائي للبيانات: تم تحليل البيانات وجدولتها وعرضها باستخدام التكرارات، والنسب المئوية.

عرض ومناقشة النتائج

١ - مضمون الموضوعات الفنية الواردة بحلقات برنامج المرشد الزراعي المدروسة خلال فترة البحث والمدة الزمنية الخاصة بها:

لدراسة ما تضمنته الموضوعات الفنية الخاصة بمضمون حلقات البرنامج المدروسة خلال فترة البحث فقد تم تقسيم المحتوى الى خمسة موضوعات فنية هي: ١- موضوعات خاصة بالإنتاج الحيواني، ٢- موضوعات خاصة بالإنتاج النباتي، ٣- موضوعات خاصة بالأراضي والمياه، ٤- موضوعات خاصة بوقاية النبات، ٥- وأخيراً موضوعات عامة. وأظهرت النتائج الواردة بجدول (٢) أن موضوعات الإنتاج النباتي كانت أكثر الموضوعات الفنية تكراراً من بين الموضوعات الفنية الأخرى التي تناولها برنامج المرشد الزراعي خلال فترة البحث، حيث احتلت الترتيب الأول بتكرار مقداره ٦٢ مرة، ونسبة مئوية مقدارها ٥٤%، كما جاء في الترتيب الثاني الموضوعات الفنية الخاصة بالإنتاج الحيواني بتكرار مقداره ٢٥ مرة، ونسبة مئوية مقدارها ٢١,٧%، بينما جاءت الموضوعات الخاصة بمجال وقاية النبات في الترتيب الثالث بتكرار مقداره ١٥ مرة، ونسبة مئوية مقدارها ٩,٦%، وجاء في الترتيب الرابع مجال الأراضي والمياه بتكرار مقداره ٩ مرات، ونسبة مئوية مقدارها ٧,٨%، وجاء في الترتيب الخامس والأخير مجال الموضوعات العامة بتكرار مقداره ٨ مرات، ونسبة مئوية مقدارها ٦,٩% . كما أوضحت نتائج نفس الجدول

البرنامج المدروسة سواء على شكل حديث مباشر، أو مقابلة تليفزيونية أو غيرها من أشكال تقديم البرامج التليفزيونية.

٢- **أماكن التصوير:** يقصد بها الأماكن التي يتم فيها التصوير سواء داخل أو خارج الإستوديو.

٣- **استخدام وسائل الإيضاح التعليمية:** ويقصد بها في هذا البحث الإستعانة بمواد أو أدوات لتحسين عملية التعلم مثل الفيديو التعليمي والصور التعليمية والعينات بغرض توصيل مضمون الموضوعات المطروحة الى الجمهور الزراعي.

٤- **استخدام المصطلحات العلمية:** ويقصد به في هذا البحث إحتواء حلقات البرنامج على ألفاظ ومعاني ومفردات علمية يصعب على الجمهور الزراعي فهمها واستيعابها.

تحديد وحدات القياس: لقياس فئات مضمون حلقات برنامج المرشد الزراعي على قناة مصر الزراعية الفضائية على الموقع الإلكتروني يوتيوب استخدمت وحدات القياس التالية:

١- **الوحدة الطبيعية للمادة الإعلامية:** وهي الوحدة الإعلامية التي تقوم الباحثة بتحليلها ونعنى بها هنا حلقات برنامج المرشد الزراعي المدروسة خلال فترة البحث.

٢- **وحدة الموضوع:** وتتضمن مضمون المجالات الزراعية المختلفة التي شملتها حلقات البرنامج المدروسة.

٣- **وحدة الزمن:** تم استخدام الدقيقة لقياس الفترة الزمنية التي تستغرقها حلقات البرنامج .

تصميم استمارة ترميز المضمون: تم تصميم استمارة لتحليل مضمون حلقات برنامج المرشد الزراعي وتصنيفه الي فئات وترميزه وتحويله الي بيانات كمية.

(٣)، وفيما يلي عرض موضوعات الفئات الفرعية لكل مجال من المجالات السابقة:

١- مجال الإنتاج الحيوانى: توضح النتائج الواردة بجدول (٣) أن الموضوعات المتعلقة بمجال الإنتاج الحيوانى الواردة بحلقات برنامج المرشد الزراعى المدروسة خلال فترة البحث، والمدة الزمنية الخاصة به قد قسمت إلى ثلاث موضوعات فرعية هي: الموضوعات الفنية الخاصة بمجال رعاية وتربية الحيوان، والتي جاءت في الترتيب الأول بتكرار مقداره ١٢ مرة، ونسبة مئوية مقدارها ٤٨% ، كما احتلت الموضوعات الخاصة برعاية وتربية الدواجن الترتيب الثانى بتكرار مقداره ٩ مرات، ونسبة مئوية مقدارها ٣٦% ، أما الترتيب الثالث والأخير فقد جاءت فيه الموضوعات الخاصة برعاية وتربية الأسماك بتكرار مقداره ٤ مرات، ونسبة مئوية مقدارها ١٦% . كما أوضحت نتائج نفس الجدول السابق أن المدة الزمنية الكلية التى استغرقها مجال الإنتاج الحيوانى بلغت ١١٩١ دقيقة، كما ان الموضوعات الفنية الخاصة بمجال الإنتاج الحيوانى أخذت نفس الترتيب السابق، حيث احتلت الموضوعات الفنية الخاصة بمجال رعاية وتربية الحيوان الترتيب الأول في المدة الزمنية التى استغرقتها وذلك بمدة زمنية مقدارها ٥٦١ دقيقة، ونسبة مئوية مقدارها ٤٧,١% ، بينما احتلت الموضوعات الخاصة برعاية وتربية الدواجن الترتيب الثانى، وذلك بمدة زمنية مقدارها ٤٣٨ دقيقة، ونسبة مئوية مقدارها ٣٦,٨% ، أما الترتيب الأخير فقد جاءت فيه الموضوعات الخاصة برعاية وتربية الأسماك بمدة زمنية مقدارها ١٩٢ دقيقة، ونسبة مئوية مقدارها ١٦,١% . مما سبق يتضح أن برنامج المرشد الزراعى موضع البحث قد ركز على الموضوعات الخاصة برعاية وتربية الحيوان بينما لم يعطى الأهتمام الكافى للموضوعات المتعلقة برعاية وتربية الأسماك .

السابق أن المدة الزمنية الكلية لحلقات برنامج المرشد الزراعى المدروسة بلغت ٥٣٠٣ دقيقة، كما جاء ترتيب الموضوعات الفنية السابقة بنفس ترتيبها السابق، حيث احتلت موضوعات الإنتاج النباتى الترتيب الأول بمدة زمنية مقدارها ٢٨٤٩ دقيقة، ونسبة مئوية مقدارها ٥٣,٧%، أما الترتيب الثانى فقد جاءت الموضوعات الخاصة بمجال الإنتاج الحيوانى بمدة زمنية مقدارها ١١٩١ دقيقة، وبنسبة مئوية مقدارها ٢٢,٥% ، بينما جاءت الموضوعات الخاصة بمجال وقاية النبات فى الترتيب الثالث بمدة زمنية مقدارها ٤٧٢ دقيقة، ونسبة مئوية مقدارها ٨,٩% ، وجاء فى الترتيب الرابع مجال الأراضى والمياه بمدة زمنية مقدارها ٤٠٢ دقيقة، ونسبة مئوية مقدارها ٧,٦%، وأخيرا جاء فى الترتيب الخامس مجال الموضوعات العامة بمدة زمنية مقدارها ٣٨٩ دقيقة، ونسبة مئوية ٧,٣%.

جدول ٢. التوزيع العددي والنسبى لمضمون الموضوعات الفنية الواردة بحلقات برنامج المرشد الزراعى والمدة الزمنية لها خلال فترة البحث

م	مجالات الموضوعات الفنية	عدد	% المدة الزمنية	% الترتيب
بالدقيقة				
١	الإنتاج النباتى	٦٢	٥٤	٥٣,٧
٢	الإنتاج الحيوانى	٢٥	٢١,٧	٢٢,٥
٣	وقاية النبات	١١	٩,٦	٨,٩
٤	الأراضى والمياه	٩	٧,٨	٧,٦
٥	الموضوعات العامة	٨	٦,٩	٧,٣
-	الإجمالى	١١٥	١٠٠	٥٣٠,٣

المصدر: استمارات تحليل المضمون لحلقات البرنامج خلال فترة البحث

ولدراسة مضمون الموضوعات الفنية التى تناولها كل مجال من المجالات الخمسة السابقة تم تقسيم محتوى كل مجال من المجالات السابقة إلى فئات فرعية تضم مجموعة من الموضوعات الفنية الأخرى، كما هي موضحة بجدول

يتضح أن برنامج المرشد الزراعي موضع البحث أعطى اهتماماً كبيراً للموضوعات الخاصة بالإنتاج النباتي سواء إنتاج المحاصيل الحقلية أو البستانية مقارنة بباقي المجالات.

٣- مجال الأراضي والمياه : تم تقسيم المضمون إلى ثلاثة موضوعات فرعية كما هي موضحة بجدول (٣) وهي: الأسمدة العضوية (المخصبات الحيوية)، والأساليب الحديثة للصرف الزراعي، والإحتياجات السمادية للمحاصيل الزراعية، وكانت جميعها بنفس التكرار ٣

٢- مجال الإنتاج النباتي: أظهرت نتائج البحث بجدول (٣) أن الموضوعات المتعلقة بمجال الإنتاج النباتي قد قسمت الى موضوعين فرعيين هما: إنتاج محاصيل حقلية (محاصيل سكرية، زيتية، بقولية، أعلاف خضراء، وغيرها)، وإنتاج محاصيل بستانية (محاصيل الخضر، والفاكهة، والزينة) ، وجاءت بتكرار مقداره ٣١ مرة لكل منهما، ونسبة مئوية مقدارها ٥٠% ، كما بلغت المدة الزمنية الخاصة بإنتاج المحاصيل الحقلية ١٤٦٤ دقيقة، ونسبة مئوية مقدارها ٥١,٤% ، بينما كانت المدة الزمنية لإنتاج المحاصيل البستانية ١٣٨٥ دقيقة، ونسبة مئوية مقدارها ٤٨,٦% . مما سبق

جدول ٣. التوزيع العددي والنسبي لمضمون حلقات البرنامج وفقاً لموضوعات الفئات الفرعية لكل مجال من المجالات الرئيسية خلال فترة البحث

المدة الزمنية		الحلقات		مجال الموضوعات الفرعية
%	دقيقة	%	عدد	
١ الإنتاج الحيواني :				
٤٧,١	٥٦١	٤٨	١٢	١-١ رعاية وتربية الحيوان
٣٦,٨	٤٣٨	٣٦	٩	٢-١ رعاية وتربية الدواجن
١٦,١	١٩٢	١٦	٤	٣-١ رعاية وتربية الأسماك
١٠٠	١١٩١	١٠٠	٢٥	الإجمالي
٢ الإنتاج النباتي:				
٥١,٤	١٤٦٤	٥٠	٣١	١-٢ إنتاج المحاصيل الحقلية
٤٨,٦	١٣٨٥	٥٠	٣١	٢-٢ إنتاج المحاصيل البستانية
١٠٠	٢٨٤٩	١٠٠	٦٢	الإجمالي
٣ الأراضي والمياه:				
٣٢,٨	١٣٢	٣٣,٣	٣	١-٣ الأسمدة العضوية (المخصبات الحيوية)
٣٠,٦	١٢٣	٣٣,٣	٣	٢-٣ الأساليب الحديثة للصرف الزراعي
٣٦,٦	١٤٧	٣٣,٣	٣	٣-٣ الإحتياجات السمادية للمحاصيل الزراعية
١٠٠	٤٠٢	١٠٠	٩	الإجمالي
٤ وقاية النبات :				
٥٦,٤	٢٦٦	٥٤,٥	٦	١-٤ الإستخدام الآمن للمبيدات
٢٥	١١٨	٢٧,٣	٣	٢-٤ أمراض النبات
١٨,٦	٨٨	١٨,٢	٢	٣-٤ تربية النحل
١٠٠	٤٧٢	١٠٠	١١	الإجمالي
٥ الموضوعات العامة:				
١٢,٣	٤٨	١٢,٥	١	١-٥ مبادرة المشروع القومي لقرض البتلو
٢٥,٧	١٠٠	٢٥	٢	٢-٥ حملات تحصين الماشية ضد الحمى القلاعية
١١,٣	٤٤	١٢,٥	١	٣-٥ خدمات صندوق التأمين على الماشية
١٢,٩	٥٠	١٢,٥	١	٤-٥ منظومة التسويق الجديدة للمحاصيل
١٣,١	٥١	١٢,٥	١	٥-٥ مهام التعاونيات الزراعية
١٢,٣	٤٨	١٢,٥	١	٦-٥ مصادر شراء التقاوى المعتمدة
١٢,٣	٤٨	١٢,٥	١	٧-٥ دور معمل شرق الدلتا لتدعيم الخدمات البستانية
١٠٠	٣٨٩	١٠٠	٨	الإجمالي

المصدر: استمارات تحليل المضمون لحلقات البرنامج خلال فترة البحث

مرات، ونسبة مئوية مقدارها ٣,٥% . ويستنتج مما سبق اعتماد برنامج المرشد الزراعى على المصادر العلمية كمصدر للمعلومات مما يعطى له قيمة علمية، وثقة فى مادة الاتصال المقدمة من خلاله.

جدول ٤. التوزيع العددي والنسبي لمصادر المعلومات

داخل حلقات برنامج المرشد الزراعى

م	مصادر المعلومات	عدد	%
١	مركز البحوث الزراعية	٨١	٧٠,٤
٢	وزارة الزراعة واستصلاح الأراضى	٣٠	٢٦,١
٣	أطباء بيطريين	٤	٣,٥
	الإجمالى	١١	١٠٠
		٥	

المصدر: استمارات تحليل المضمون لحلقات البرنامج

٤- تفاعل جمهور الزراع مع حلقات برنامج المرشد الزراعى والذى شمل ما يلى:

٤-١- تفاعل جمهور الزراع مع حلقات البرنامج من خلال تليفون قناة مصر الزراعية الفضائية:

٤-١-١- مضمون الموضوعات الفنية الخاصة بالمتصلين بحلقات البرنامج خلال فترة البحث: ولدراسة ما تضمنته الموضوعات الفنية الخاصة بالمتصلين بحلقات البرنامج فقد تم تقسيم المحتوى الى خمسة موضوعات فنية هي: موضوعات خاصة بالإنتاج الحيوانى، وموضوعات خاصة بالإنتاج النباتى، وموضوعات خاصة بالأراضى والمياه، وموضوعات خاصة بوقاية النبات، وأخيراً موضوعات عامة. وأظهرت النتائج الواردة بجدول (٥) أن مجال الموضوعات الخاصة بمجال الإنتاج النباتى جاءت في الترتيب الأول بالنسبة لباقي الموضوعات الفنية الأخرى التى تناولتها حلقات البرنامج بتكرار مقداره ٣٥٨ مرة، ونسبة مئوية مقدارها ٤٢,٦% . ويتضح مما سبق أن الموضوعات الخاصة بالإنتاج النباتى كانت لها اهتمام كبير من جانب الجمهور الزراعى وقد يرجع ذلك إلى كثافة المادة العلمية المقدمة من خلال البرنامج والخاصة بالإنتاج النباتى.

مرات، وبنفس النسبة المئوية ٣٣,٣%، بينما اختلفت المدة الزمنية، وكانت أكبر مدة زمنية فى موضوع الإحتياجات السمادية للمحاصيل بمقدار ١٤٧ دقيقة، ونسبة مئوية مقدارها ٣٦,٦%، يليها الأسمدة العضوية بمقدار ١٣٢ دقيقة، ونسبة مئوية ٣٢,٨%، وأخيراً الأساليب الحديثة للصرف الزراعى بمدة زمنية مقدارها ١٢٣ دقيقة، ونسبة مئوية ٣٠,٦% .

٥- مجال الموضوعات العامة : تم تقسيم المضمون الى سبعة موضوعات فرعية (جدول ٣) وهى: الموضوعات المتعلقة بمبادرة المشروع القومى لقرض البتلو، وحملات تحصين الماشية ضد الحمى القلاعية، وخدمات صندوق التأمين على الماشية، ومنظومة التسويق الجديدة للمحاصيل، ومهام التعاونيات الزراعية، ومصادر شراء التقاوى المعتمدة، وأخيراً دور معمل شرق الدلتا لتدعيم الخدمات البستانية. وجميع الموضوعات جاءت بتكرار مقداره مرة واحدة، ونسبة مئوية مقدارها ١٢,٥% ماعدا موضوع حملات تحصين الماشية كان تكراره مرتين، ونسبة مئوية مقدارها ٢٥% . كما أوضحت النتائج الواردة بنفس الجدول أن المدة الزمنية التى استغرقها مجال الموضوعات العامة بلغت ٣٨٩ دقيقة، واحتلت الموضوعات الخاصة بحملات تحصين الماشية ضد الحمى القلاعية الترتيب الأول بمدة زمنية مقدارها ١٠٠ دقيقة، ونسبة مئوية ٢٥,٧% .

٣ - مصادر المعلومات الواردة بحلقات برنامج المرشد الزراعى خلال فترة البحث: أوضحت النتائج الواردة بجدول (٤) أن مركز البحوث الزراعية احتل الترتيب الأول بتكرار مقداره ٨١ مرة، ونسبة مئوية مقدارها ٧٠,٤%، وجاءت وزارة الزراعة واستصلاح بالأراضى فى الترتيب الثانى بتكرار مقداره ٣٠ مرة، ونسبة مئوية مقدارها ٢٦,١%، أما الترتيب الثالث والأخير فقد احتله الأطباء البيطريين بتكرار مقداره ٤

جدول ٦. توزيع حلقات البرنامج وفقاً لعدد الإتصالات الواردة

عدد الإتصالات الواردة	عدد	%
حلقات ليس بها أى إتصال	٦	٥,٢
حلقات بها من ١-٥ إتصال	٢٥	٢١,٧
حلقات بها من ٦-١٠ إتصال	٦٧	٥٨,٣
حلقات بها من ١١-١٥ إتصال	١٥	١٣
حلقات بها أكثر من ١٥ إتصال	٢	١,٧
الإجمالي	١١٥	١٠٠

المصدر: استمارات تحليل المضمون

٤-١-٣ المحافظات التابعة للمتصلين بحلقات البرنامج

خلال فترة البحث: أشارت النتائج الواردة بجدول (٧) أن محافظة البحيرة جاءت في مقدمة المحافظات التابعة للمتصلين بحلقات برنامج المرشد الزراعي المدروسة خلال فترة البحث بتكرار مقداره ١٣٧ مرة، ونسبة مئوية مقدارها ١٦%، تلتها في الترتيب محافظة الشرقية بتكرار مقداره ١٠١ مرة، وبنسبة مئوية مقدارها ١١,٨%، وجاءت محافظة بورسعيد في الترتيب الأخير بتكرار مقداره ٣ مرات، ونسبة مئوية مقدارها ٤,٤%. ويتضح مما سبق أن هناك ٢٥ محافظة من أصل ٢٧ محافظة من محافظات جمهورية مصر العربية قد تفاعلت مع برنامج المرشد الزراعي خلال فترة إجراء البحث ومدتها نصف عام، وهذا يشير إلى أن البرنامج يغطي مساحة جغرافية كبيرة من جمهورية مصر العربية، وفي نفس الوقت هو مؤشر لزيادة حجم التفاعل بين الجمهور الزراعي وبين البرنامج المدروس، كما توضح النتائج أيضاً أن أكثر المحافظات التي تفاعلت مع البرنامج هي محافظات الوجه البحري والتي هي في الأساس محافظات زراعية، وتتنوع بها المحاصيل الزراعية، بينما قل تفاعل محافظات الحدود مثل بورسعيد وشمال سيناء والسويس، وهذا راجع إلى قلة الأنشطة الزراعية بتلك المحافظات.

جدول ٥. التوزيع العددي والنسبي لمضمون الموضوعات الفنية الخاصة بالمتصلين بحلقات البرنامج من خلال تليفون قناة مصر الزراعية

م	مجال الرئيسية	الموضوعات	عدد	%	الترتيب
١	الإنتاج الحيواني	١٤٨	١٧,٦	٢	
٢	الإنتاج النباتي	٣٥٨	٤٢,٦	١	
٣	الأراضي والمياه	١١٠	١٣,١	٤	
٤	وقاية النبات	١٣٤	١٥,٩	٣	
٥	موضوعات عامة	٩١	١٠,٨	٥	
	الإجمالي	٨٤١	١٠٠	-	

المصدر: استمارات تحليل المضمون لحلقات البرنامج

٤-١-٢-٢ عدد الإتصالات الواردة لحلقات برنامج المرشد الزراعي خلال فترة البحث: أظهرت النتائج الواردة بجدول (٦) ارتفاع عدد الحلقات التي كان بها اتصال وتفاعل بين الجمهور الزراعي وحلقات البرنامج والتي بلغت ١٠٩ حلقة، وبنسبة مئوية مقدارها ٩٤,٨%، كما بينت النتائج أن حلقات البرنامج المدروسة التي يتراوح بها عدد الإتصالات ما بين ١ إلى ٥ إتصالات بلغت ٢٥ حلقة، وبنسبة مئوية مقدارها ٢١,٧% في حين أن عدد الحلقات التي تراوح بها عدد الإتصالات ما بين ٦ إلى ١٠ إتصالات كانت ٦٧ حلقة، وبنسبة مئوية ٥٨,٣%، وبلغت عدد الحلقات التي بها من ١١ إلى ١٥ إتصالاً ١٥ حلقة بنسبة مئوية مقدارها ١٣%، وأخيراً بلغ عدد حلقات البرنامج التي تراوح بها عدد الإتصالات لأكثر من ١٥ إتصال إلى حلقتين، وبنسبة مئوية مقدارها ١,٧%. ويتبين مما سبق ارتفاع معدل تفاعل الزراع مع حلقات برنامج المرشد الزراعي، حيث زادت عدد الحلقات التي بها إتصال من الزراع عن الحلقات التي ليس بها أى إتصال من الزراع بحد أدنى إتصال واحد في الحلقة، وبعده أعلى من ١٥ إتصال في الحلقة، وهذا مؤشر ودلالة على ثقة الزراع مع ما يقدمه البرنامج من محتوى زراعي واحتياجهم إليه.

البرنامج بلغ بها عدد التعليقات ما بين ١٠ - ١٨ تعليق،
بنسبة مئوية مقدارها ١,٧% .

جدول ٨. توزيع حلقات برنامج المرشد الزراعى وفقاً
للتعليقات من خلال الموقع الإلكتروني يوتيوب YouTube
خلال فترة البحث

التعليقات	عدد	%
حلقات لم يسجل بها أى تعليقات	٤٧	٤٠,٩
حلقات سجل بها من ١-٩ تعليق	٦٦	٥٧,٤
حلقات سجل بها من ١٠-٨٨ تعليق	٢	١,٧
الإجمالى	١١٥	١٠٠

المصدر: استمارات تحليل المضمون

٤-٢-٢ المشاهدات لحلقات البرنامج المدروسة من خلال
الموقع الإلكتروني يوتيوب YouTube وقت إجراء البحث:
بينت النتائج الواردة بجدول (٩) أن ٥٦ حلقة من حلقات
برنامج المرشد الزراعى المدروسة شاهدها أقل من ٣٠٠
مشاهد (من خلال الموقع الإلكتروني YouTube يوتيوب)
وذلك بنسبة مئوية مقدارها ٤٨,٧% ، بينما وجد أن
٢٦ حلقة من حلقات البرنامج المدروسة شاهدها من ٣٠٠
إلى أقل من ٥٠٠ مشاهد، وذلك بنسبة مئوية مقدارها
٢٢,٦% ، كما وجد أن ١٦ حلقة من حلقات البرنامج
المدروسة بلغ عدد المشاهدات لها من ٥٠٠ إلى أقل من
٧٠٠ مشاهدة، وذلك بنسبة مئوية مقدارها ١٣,٩% ،
وأخيراً كانت هناك ١٧ حلقة من حلقات البرنامج بلغ عدد
من شاهدها ٧٠٠ مشاهدة فأكثر، وذلك بنسبة مئوية مقدارها
١٤,٨% . ويتضح من النتائج الواردة بجدول (٩) قدرة
الوسائل التكنولوجية خاصة وسائل التواصل الإجتماعى
ومنهما قناة اليوتيوب على نشر المستحدثات الزراعية بين
الجمهور الزراعى، وهذا يتضح من ارتفاع عدد المشاهدات
لحلقات البرنامج.

جدول ٧. التوزيع العدى والنسبى للمحافظات التابعة
للمتصلين بحلقات البرنامج

م	المحافظات	عدد	%	الترتيب
١	البحيرة	١٣٧	١٦	١
٢	الشرقية	١٠١	١١,٨	٢
٣	كفر الشيخ	٦٥	٧,٦	٣
٤	الدقهلية	٥٦	٦,٥	٤
٥	المنيا	٥٦	٦,٥	٤ م
٦	الغربية	٥٣	٦,٢	٥
٧	الفيوم	٣٧	٤,٣	٦
٨	الجيزة	٣٧	٤,٣	٦ م
٩	المنوفية	٣٤	٤	٧
١٠	قنا	٣٢	٣,٧	٨
١١	بنى سويف	٣١	٣,٦	٩
١٢	الإسماعيلية	٣١	٣,٦	٩ م
١٣	أسوان	٢٩	٣,٤	١٠
١٤	سوهاج	٢٨	٣,٣	١١
١٥	الإسكندرية	٢٧	٣,٢	١٢
١٦	القليوبية	٢٥	٢,٩	١٣
١٧	أسيوط	٢٠	٢,٣	١٤
١٨	الأقصر	١٢	١,٤	١٥
١٩	الوادى الجديد	٩	١,١	١٦
٢٠	مرسى مطروح	٩	١,١	١٦ م
٢١	السويس	٧	٠,٨	١٧
٢٢	دمياط	٧	٠,٨	١٧ م
٢٣	القاهرة	٧	٠,٨	١٧ م
٢٤	شمال سيناء	٤	٠,٥	١٨
٢٥	بورسعيد	٣	٠,٤	١٩
	الإجمالى	٨٥٧	١٠٠	-

المصدر: استمارات تحليل المضمون

٤-٢-٢ تفاعل جمهور الزراع مع حلقات البرنامج من خلال
الموقع الإلكتروني يوتيوب YouTube وقت إجراء البحث
والذى شمل ما يلى:

٤-٢-١ التعليقات على حلقات البرنامج المدروسة من خلال
الموقع الإلكتروني يوتيوب YouTube وقت إجراء البحث:
أشارت النتائج الواردة بجدول (٨) أن ٤٧ حلقة من حلقات
برنامج المرشد الزراعى المدروسة لم يسجل بها أى تعليق
من الجمهور الزراعى، وذلك بنسبة مئوية مقدارها ٤٠,٩%
، فى حين وجد أن ٦٦ حلقة من حلقات البرنامج تراوح
عدد التعليقات بها ما بين ١-٩ تعليق، وذلك بنسبة مئوية
مقدارها ٥٧,٤% ، بينما وجد أن حلقتين فقط من حلقات

ثانياً: فئة شكل مادة الإتصال (كيف قيل؟) حيث لخصت النتائج الواردة بجدول (١١) مايلي:

١- قوالب أو أشكال تقديم الموضوعات لحلقات البرنامج المدروسة: وجد أن جميع حلقات البرنامج كانت على شكل المقابلة التلفزيونية من نوع حوار المعلومات.

٢- أماكن تصوير حلقات البرنامج خلال فترة البحث: توضح النتائج أن جميع حلقات البرنامج المدروسة قد تم تصويرها داخل الأستوديو .

٣- استخدام وسائل الإيضاح التعليمية بحلقات البرنامج خلال فترة البحث: أوضحت النتائج أن عدد الحلقات التي لم تستخدم فيها وسائل الإيضاح التعليمية بلغت ١٨ حلقة، بنسبة مئوية مقدارها ١٥,٧% ، بينما بلغت عدد الحلقات التي استخدمت فيها وسائل الإيضاح التعليمية ٩٧ حلقة، بنسبة مقدارها ٨٤,٣% . كما بينت النتائج أن الفيديو التعليمي كان أكثر وسائل الإيضاح استخداماً وذلك في ٧٨ حلقة، بنسبة مئوية مقدارها ٦٧,٨% ، تليها جاء استخدام أكثر من وسيلة إيضاح وهي الفيديو التعليمي مع الصور التعليمية مع العينات، حيث بلغ عدد الحلقات التي استخدمت بها ١٠ حلقات، وذلك بنسبة مئوية مقدارها ٨,٧% ، ثم جاء في الترتيب الأخير استخدام الصور التعليمية، حيث بلغ عدد الحلقات بها ٩ حلقات، وذلك بنسبة مئوية مقدارها ٧,٨% .

٤- استخدام المصطلحات العلمية بحلقات البرنامج خلال فترة البحث: حيث أظهرت النتائج الواردة بجدول (١١) ارتفاع عدد حلقات البرنامج المدروسة والتي لم تستخدم بها مصطلحات علمية، حيث بلغ عددها ١١٣ حلقة، بنسبة مئوية مقدارها ٩٨,٣% ، بينما بلغ عدد الحلقات التي استخدمت بها مصطلحات علمية حلقتان، بنسبة مئوية مقدارها ١,٧% .

جدول ٩. توزيع حلقات برنامج المرشد الزراعي خلال الموقع الإلكتروني يوتيوب وفقاً للمشاهدات وقت إجراء البحث

المشاهدات	عدد	%
أقل من ٣٠٠ مشاهدة	٥٦	٤٨,٧
من ٣٠٠- أقل من ٥٠٠ مشاهدة	٢٦	٢٢,٦
من ٥٠٠- أقل من ٧٠٠ مشاهدة	١٦	١٣,٩
٧٠٠ مشاهدة فأكثر	١٧	١٤,٨
الإجمالي	١١٥	١٠٠

المصدر: استمارات تحليل المضمون

٤-٢-٣- الإعجاب وعدم الإعجاب بحلقات البرنامج المدروسة من خلال الموقع الإلكتروني يوتيوب خلال فترة البحث: حيث أظهرت النتائج الواردة بجدول (١٠) أن جميع حلقات برنامج المرشد الزراعي المدروسة قد سجل المتابعين لها إعجاب، وأن ٩٦ حلقة من حلقات البرنامج المدروسة تراوح عدد الإعجاب بها ما بين ١-١٩ إعجاب، وذلك بنسبة مئوية مقدارها ٨٣,٥% ، بينما وجد أن ١٢ حلقة من حلقات البرنامج تراوح عدد الإعجاب بها ما بين ٢٠-٣٨ إعجاب، وذلك بنسبة مئوية مقدارها ١٠,٤% ، وأخيراً بينت النتائج أن حلقات البرنامج التي تراوح بها عدد الإعجاب ٣٩ إعجاب فأكثر بلغت ٧ حلقات، بنسبة مئوية مقدارها ٦,١% .

جدول ١٠. توزيع حلقات برنامج المرشد الزراعي المدروسة من خلال الموقع الإلكتروني يوتيوب وفقاً للإعجاب بها خلال فترة البحث

عدد الإعجاب	عدد	%
١٩-١ إعجاب	٩٦	٨٣,٥
٢٠-٣٨ إعجاب	١٢	١٠,٤
٣٩ فأكثر إعجاب	٧	٦,١
الإجمالي	١١٥	١٠٠

المصدر: استمارات تحليل المضمون

٤-٢-٤- عدم الإعجاب بحلقات البرنامج المدروسة من خلال الموقع الإلكتروني يوتيوب خلال فترة البحث: أشارت النتائج أن جميع حلقات البرنامج المدروسة (١١٥ حلقة) من خلال الموقع الإلكتروني يوتيوب YouTube لم يسجل بها عدم إعجاب، وذلك بنسبة مئوية مقدارها ١٠٠% .

ويمكن ان يتحقق ذلك بزيارة المزارع البحثية بكليات الزراعة على مستوى الجمهورية أو زيارة المزارع النموذجية الخاصة بالمزارع سواء إنتاج داخلى أو حيوانى أو سمكى أو نباتى وذلك لإستقطاب المتلقى من جهة، وكسر حاجز الملل، وتحقيق الإثارة والتشويق من جهة أخرى.

٤ - كذلك يوصى البحث بضرورة الإهتمام بتوصيل المادة العلمية الى الجمهور الزراعى باستخدام وسائل الإيضاح التعليمية المختلفة، وعدم تكرار الفيديوهات التعليمية للموضوعات المتشابهة فى البرنامج حيث أنها من العوامل التى تساعد على زيادة الفهم للمادة العلمية، كما تجعل العملية التعليمية أكثر تشويقاً وإثارة.

٥ - كذلك يوصى البحث المسؤولين عن قناة مصر الزراعية على الموقع الإلكتروني يوتيوب YouTube بمزيد من الأسس والقواعد الاحترافية لزيادة نشر فيديوهات القناة الى أكبر عدد ممكن من المشاهدين، كما يتطلب بذل المزيد من الجهد من القائمين على القناة لجذب الإنتباه بتلك القناة الزراعية الفضائية.

المراجع

الحديدى، منى سعيد؛ وشريف درويش اللبان (٢٠٠٩) فنون الإتصال والإعلام المتخصص، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة .

الدليمي، عبد الرزاق محمد (٢٠١٠) الإعلام إشكاليات التخطيط والممارسة، دار جريبر للنشر والتوزيع، عمان، الأردن.

السيد، محمد عبد البديع (٢٠٠٩) أثر القنوات الفضائية علي القيم الأسرية، العربي للنشر والتوزيع، القاهرة.

الضبع ، رفعت عارف (٢٠١١)التليفزيون النوعي ، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة.

جدول ١١. التوزيع العدى والنسبى لحلقات برنامج المرشد الزراعى وفقاً لشكل مادة الإتصال

شكل مادة الإتصال	عدد	%
١-القوالب أو أشكال التقديم :		
المقابلة التليفزيونية من نوع حوار المعلومات الإجمالى	١١٥	١٠٠
٢- أماكن التصوير :		
تصوير داخلى الإجمالى	١١٥	١٠٠
٣- إستخدام وسائل الإيضاح التعليمية:		
حلقات لم يستخدم بها وسائل إيضاح	١٨	١٥,٧
حلقات إستخدم بها وسائل إيضاح :		
فيديو تعليمى	٧٨	٦٧,٨
صور تعليمية	٩	٧,٨
فيديو وصور تعليمية وعينات الإجمالى	١٠	٨,٧
٤- إستخدام المصطلحات العلمية:		
حلقات إستخدم بها مصطلحات علمية	٢	١,٧
حلقات لم يستخدم بها مصطلحات علمية الإجمالى	١١٣	٩٨,٣
المصدر: استمارات تحليل المضمون	١١٥	١٠٠

التوصيات

١ -أظهرت النتائج أن الموضوعات الفنية الخاصة بمجال الإنتاج النباتى قد احتلت المركز الأول بين الموضوعات الفنية التى يناقشها البرنامج إلا أن تناول البرنامج للقضايا الخاصة بباقي المجالات لم تحظى بالإهتمام الكبير من البرنامج، لذا يوصى البحث بضرورة التوازن فى تقديم الموضوعات الفنية التى يقدمها البرنامج .

٢ -أوضحت النتائج اعتماد البرنامج المدروس على مصدرين من مصادر المعلومات هما مركز البحوث الزراعية، ووزارة الزراعة واستصلاح الأراضى، لذا يوصى البحث بضرورة تعدد وتنوع تلك المصادر، ويمكن أن يكون ذلك من خلال استضافة القادة الريفيين أو الزراع المتميزون فى ذات المجال لما لذلك من تأثير فى الآخرين.

٣ -أشارت النتائج أيضاً إلى اعتماد تصوير حلقات البرنامج المدروسة على التصوير الداخلى، لذا يوصى البحث بزيادة التصوير الخارجى للبرنامج المدروس،

- Ali, Muhamad, S.S.; Md. Salleh Hassan; A.M.S. Hayrol and S.R. Nor (2010) Agriculture agency, mass media and farmers: A combination for creating knowledgeable agriculture community, African Journal of Agricultural Research, Vol. 5, No. 24, pp. 3500-3513, Available at: <http://www.academicjournals.org/AJAR>
- Badodiya, S.K.; O.P. Daipuria; S.K. Shakya; S.K. Garg and U.N. Nagayach (2010) Perceived effectiveness of farm telecast in transfer of agricultural technology, Indian Research Journal of Extension education, Vol. 10, No.1, pp. 109 - 111, Gwalior, India, Available at: <http://www.seaa.org.in/vol/10-1-index.html>.
- Halakatti, S.V.; D.S.M. Gowda and K.V. Natikar (2010) Role of mass media in transfer of agricultural technologies, Research Journal of Agricultural Sciences, Vol. 1, No. 3, pp: 290,291, Available at: <http://www.rjas.info/wpcontent/uploads/2010/08/Role.pdf>
- Hassan, Md. Salleh; H.A.M. Shaffril; B.A. Samah; M.S.S. Ali and N.S. Ramli (2010) Agriculture Communication in Malaysia: The current situation, American Journal of Agricultural and Biological Sciences, Vol. 5, No. 3, pp: 389-396, Available at: <http://www.thescipub.com/pdf/10.3844/ajabssp.2010.389-396>.
- Irfan, Muhammad; S. Muhammad; G.A. Khan and M. Asif (2006) Role of Mass Media in the dissemination of Agricultural Technologies among farmers, International Journal of Agriculture and Biology, Vol. 8, No.3, pp. 417-419, Pakistan. Available at: [http://www.fspublishers.org/pastissues/jab8\(3\)pdf/27.pdf](http://www.fspublishers.org/pastissues/jab8(3)pdf/27.pdf).
- Khan, G.A.; S. Muhammad; K.M. Chaudhry and M.A. Khan (2010) Present status and future preference of electronic media as agricultural information sources by the farmers, Pakistan Journal of Agricultural Sciences, Vol. 47, No. 2, pp. 166-172, Available at: <http://www.pakjas.com>.
- Melchioly, Simon Rwekiza and Øystein Saebø (2010) ICTs and Development: Nature of Mobile Phones Usage for SMEs Economic Development-An exploratory study in Morogoro, Tanzania, International Federation for information Processing (IFIP), Workshop 22-23 March, Makerere University, Uganda.
- Mwakaje, Agnes Godfrey (2010) Information and communication technology for rural farmers market access, Journal of Information Technology Impact, Vol. 10, No. 2, pp. 111-128, University of Dar es Salaam, Tanzania, Available at: www.jiti.com/v10/jiti.v10n2.111-28.pdf.
- Pal, S.B.; A.K. Singh and Lakhani Singh (2009) Communication pattern in Drylands of Uttar Pradesh, Indian Research Journal of Extension Education, Vol. 9, No. 1, pp. 54-57.
- Rehman, F.; S. Muhammad; I. Ashraf and S. Hassan (2011) Factors affecting the effectiveness of print media in the dissemination of Agricultural information, Sarhad Journal of Agriculture, Vol. 27, No. 1, pp. 119-124, Pakistan.
- Shaffril, Hayrol M.; Md. Salleh Hassan; A.S. Bahaman; M. Ali and N.S. Ramli (2010) Producing television agriculture program: Issues and problems among Malaysian television producers, Journal of Social Sciences, Vol.6, No. 3, pp: 356-360, Available at:
- أمين، رضا (٢٠١٥) الإعلام الجديد، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة.
- حجاب ، محمد منير (٢٠٠٨) وسائل الإتصال - نشأتها وتطورها ، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة.
- رضا، عدلي سيد محمد (٢٠٠٨) تأثير القنوات الفضائية علي الثقافة العربية - رؤية تحليلية، مجلة الفن الإذاعي، إتحاد الإذاعة والتلفزيون ، العدد ١٨٩ ، القاهرة،
- Online avelabel at: www.egyptradio.tv
- عبد الحميد ، صلاح (٢٠١١) الإعلام الفضائي والمجتمع -التأثير والتأثر، دارأقلام للنشر والتوزيع ، القاهرة.
- عمر ، فاطمة أحمد (٢٠٢٠) تحليل محتوى حلقات برنامج الثروة الحيوانية لقناة مصر الزراعية على الموقع الإلكتروني you tube خلال الفترة من ٢٠١٩/١/١ إلى ٢٠١٩/٣/٣١ ، مجلة الإقتصاد الزراعي والعلوم الإجتماعية ،المجلد ١١ ، العدد ١٢ ، ص ص:٩٩١-
- ٩٩٩، متاح على :- www.jaess.journals.ekb.eg
- عواد، فاطمة حسين (٢٠١٠) الإعلام الفضائي، دارأسامة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن.
- محمد، محمد عبد المجيد، عبد الحميد إبراهيم أحمد، رباب وديع عبد السميع غزى ودعاء السيد عطية كبشة (٢٠١٦) دراسة تحليلية للدور الإرشادي للقنوات الفضائية الزراعية، مجلة الإقتصاد الزراعي والعلوم الإجتماعية ، المجلد ٧ ، العدد ٤ ، ص ص:٣٨١-٣٩٥
- متاح على : www.jaess.journals.ekb.eg
- نصار، أيمن عبد الحليم (٢٠١٢) الأفلام الوثائقية العلمية العربية (مؤشر علي الإعلام العلمي المتخصص عربياً)، رسالة ماجستير ، قسم الإعلام والإتصال، كلية الآداب والتربية ، الأكاديمية العربية المفتوحة في الدنمارك ، متاح على :-
- <http://www.ao.academy.org>

virtual meetings addressing large audiences, Scientific and Technical Information and Rural Development IALLD XIIIth 26-29, Wageningen, the Netherlands.

Yadav, B.S.; I.M. Khan and M. Kumar (2011) Utilization pattern of different sources and channels of agriculture information used by the fenugreek growers, Indian Research Journal of Extension Education, Vol. 11, No. 1, pp. 44-49.

<http://www.thescipub.com/pdf/10.3844/jssp.2010.356-360>.

Waksman, Guy; C. Holl; C. Burriel; and S.M. Silvin (2009) Agricultural web TV in France, EFITA Conference on May7, pp: 869-873, Available at: <http://www.acta-informatique.fr.pdf>.

Waksman, Guy; Charles Burriel and S.M. Silvin (2010) Agricultural advisory services: interactive web TV for

ABSTRACT

Content Analysis of Agricultural Extension Agent Program on Misr Agricultural Channel During the Period From 1/6/2021 To 31/12/2021

Hend Hosny Aly

The research aimed to analyze the content of the Agricultural extension agent program on the Misr Agricultural Channel during the period from 1/6/2021 to 31/12/2021, in order to determine the following; the technical topics included in the program's studied episodes, the time period that it took, the interaction of the audience of farmers with the episodes of the studied program, which included its interaction with the episodes through the channel's phone, and its interaction with the episodes through the website YouTube, and finally getting to know the form in which these episodes were presented. The analysis material amounted to 115 episodes of the studied program. The tabular presentation with frequencies, percentages were used in the presentation and analysis of the research data. The results of the research showed that the most frequent technical topics in the studied episodes of the program were the topics related to the field of plant production, and that most of them took the longest time period, as the time period took 2849 minutes, and the most frequent of information sources were Agricultural Research Center. As for the farmers' interaction with the

studied sessions through the channel's phone, they found that the topics of the plant production field were the most frequent topics, and 94.8 % of the studied program episodes received calls from the agricultural public from 25 governorates of the Arab Republic of Egypt. As for the interaction with the studied program episodes through YouTube, it was found that 71.3% of the studied program episodes were watched by less than 500 viewers, and it was found that 40.9% of the studied program episodes did not record any comment from the agricultural public, and that all of the program's studied episodes liked them through the website. As for the form, it was found that all the episodes of the program were of the type of information dialogue, and that also all of the program episodes were filmed internally, and 84.3% of the episodes of the program in which the illustrations were used means of explanation, and 98.3% of the program episodes don't use scientific terms.

Keywords: Content analysis, YouTube analysis, Misr agricultural channel, Agricultural extension, Television agricultural mass media.