

دراسة وصفية لجودة المواقع الإلكترونية الزراعية

منال فهمي ابراهيم

قسم الإقتصاد الزراعي - كلية الزراعة - جامعة كفر الشيخ - مصر

يستهدف هذا البحث بصورة رئيسية التعرف علي استخدام المواقع الإلكترونية الزراعية لمعايير جودة المواقع الإلكترونية وذلك من خلال تحقيق الأهداف الفرعية: ١- تعرف جودة المواقع الإلكترونية الزراعية والمتمثلة في بوابة أراضينا للزراعة والإنتاج الحيواني، وموقع الإدارة المركزية للإرشاد الزراعي والبيئة، وموقع الأهرام الزراعي، وموقع عالم الزراعة، وموقع زراعة نت، وموقع بيانات الزراعة المصرية، وموقع قناة مصر الزراعية، وموقع جريدة مصر الزراعية، وموقع الرادكون، ٢- تعرف جودة محتوى (المعلومات) المواقع الإلكترونية الزراعية محل الدراسة، ٣- تعرف جودة تصميم المواقع الإلكترونية الزراعية محل الدراسة، ٤- تعرف جودة تنظيم المواقع الإلكترونية الزراعية محل الدراسة، ٥- التعرف بسهولة التعامل مع المواقع الإلكترونية الزراعية محل الدراسة، ٦- التعرف علي ترتيب المواقع الإلكترونية الزراعية محل الدراسة وفقاً لعدد الزيارات داخل جمهورية مصر العربية.

وتم الإعتماد على الصفحة الرئيسية لكل موقع من المواقع الإلكترونية الزراعية محل الدراسة Home Page كوحدة للتحليل وتم تحليل مضمون ٩ مواقع إلكترونية زراعية، وتم إعداد قائمة بأهم المعايير المستخدمة في تقييم جودة المواقع الإلكترونية بتصميم استمارة مكونة من ٦٢ بند لإستيفاء معايير جودة المواقع الإلكترونية الزراعية موزعة على ٤ معايير تعبر عن جودة المواقع الإلكترونية وهي: ١- جودة المحتوى (المعلومات) في المواقع الإلكترونية الزراعية، ٢- جودة تصميم المواقع الإلكترونية الزراعية، ٣- جودة تنظيم المواقع الإلكترونية الزراعية، ٤-سهولة التعامل مع المواقع الإلكترونية الزراعية، بالإضافة إلى ذلك تم ترتيب المواقع الإلكترونية الزراعية محل الدراسة وفقاً لعدد الزيارات داخل جمهورية مصر العربية باستخدام الموقع العالمي الكسا، وتم تحليل المواقع الإلكترونية الزراعية محل الدراسة في الفترة الزمنية مايو ٢٠١٧.

وكانت أهم النتائج مايلي: ١- احتل موقع الإدارة المركزية للإرشاد الزراعي والبيئة المرتبة الأولى من حيث تطبيقه لمعايير تقييم جودة المواقع الإلكترونية الزراعية، وجاء موقع أراضينا للزراعة والإنتاج الحيواني في المرتبة الثانية، واحتل موقع الأهرام الزراعي المرتبة الثالثة، ثم تلي ذلك موقع جريدة مصر الزراعية حيث احتل المرتبة الرابعة، بينما احتلت مواقع عالم الزراعة، والزراعة نت، والرادكون، وقناة مصر الزراعية، وقاعدة بيانات الزراعة المصرية المرتبة الخامسة والسادسة والسابعة والثامنة والتاسعة علي الترتيب. ٢- جاء موقع الأهرام الزراعي في المرتبة الأولى من حيث عدد الزوار في جمهورية مصر العربية وفقاً لترتيب الموقع العالمي الكسا، بينما جاء موقع أراضينا للزراعة والإنتاج الحيواني في المرتبة الثانية، وموقع الزراعة نت احتل المرتبة الثالثة من حيث عدد الزوار، في حين جاءت المواقع الإلكترونية الزراعية موقع قاعدة بيانات الزراعة المصرية، وموقع عالم الزراعة، وموقع قناة مصر الزراعية، وموقع الإدارة المركزية للإرشاد الزراعي والبيئة في المراتب الرابعة والخامسة والسادسة والسابعة علي الترتيب، بينما احتل موقعي جريدة مصر الزراعية والرادكون المرتبة الثامنة والتاسعة علي الترتيب.

لمقدمة والمشكلة البحثية

تعد المعلومات حاجة ومطلباً أساسياً في حياة الإنسان كما أنها مورداً اقتصادياً واستثمارياً وسلعة إستراتيجية وخدمة وصناعة تؤثر في الدخل القومي، ومما لا شك فيه أن المعلومات لا غنى عنها للإنسان منذ بدء تاريخ البشرية في أي مجال من مجالات النشاط الإنساني سواء كان هذا المجال زراعياً أو اقتصادياً أو اجتماعياً أو صناعياً أو تجارياً وغير ذلك من المجالات، حيث لم يعيش الإنسان يوماً ما بلا معلومات وعلى الرغم من أننا نعيش الآن عصر المعلومات الذي يتميز بوجود فيض من المعلومات، إلا أن هناك مجتمعات متقدمة وأخرى متخلفة، وقد يرجع ذلك إلى اختلاف هذه المجتمعات في سرعة الاستخدام وتطبيق وتبني المعلومات الجديدة والأساليب التكنولوجية الحديثة في مختلف المجالات، (نجم، ٢٠٠٤).

ولقد أصبح نشر المعارف والأفكار والأساليب العصرية من خلال وسائل الإتصال هو الشغل الشاغل للمجتمعات المتقدمة والنامية، حيث تعتبر هذه المبتكرات وسيلة ضرورية لزيادة الإنتاجية ومن ثم تحسين المستويات الحياتية للأفراد. ويؤكد ذلك ما ذكره عبد الغفار (١٩٧٦) من أن كمية المعلومات المتاحة وسرعة انتشارها يمثلان المفتاح الرئيسي لسرعة وإنسياب التقدم والتطور في أي مجتمع فالعلاقة إيجابية بين كمية ونوع المعلومات المتاحة لدى الفرد ومصدرها وبين سلوك الفرد بناءً على تلك المعلومات.

ويشير الطنوبى (١٩٩٥) إلى أن التنمية الزراعية وتحديث أساليبها تعتمد على كفاءة المصادر التي يستقى الزراع والمرأة الريفية والشباب الريفي معلوماتهم ومعارفهم منها، كما تمكن

ودراسة قاسم (٢٠٠٥)، ودراسة الديب (٢٠٠٥)، ودراسة يوسف والشافعي (٢٠٠٦)، ودراسة عزوز وآخرون (٢٠٠٦)، ودراسة بدران وآخرون (٢٠٠٧)، ودراسة قاسم (٢٠٠٧)، ودراسة الجويلي (٢٠٠٨)، ودراسة ميخائيل (٢٠٠٨)، ودراسة شبانه (٢٠١٠)، ودراسة عبد المجيد وآخرون (٢٠١١)، ودراسة هجرس (٢٠١٢)، ودراسة ميخائيل وهجرس (٢٠١٢)، ويتضح من استعراض تلك الدراسات أن جميعها تناولت استخدام شبكة اتصال البحوث بالإرشاد الزراعي (الفيركون) كأحد التطبيقات الأولية في مصر لاستخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في العمل الإرشادي الزراعي، كما ركزت على فئة الزراع والباحثين والعاملين الإرشاديين الذين تعاملوا مع الشبكة، من حيث معارفهم بمزاياها، وبأنظمتها المختلفة واستفادتهم منها، ومقترحاتهم لتطوير وتفعيل استخدامها في العمل الإرشادي.

ويشير البعلي (٢٠١٦) أن تطبيقات الإرشاد الإلكتروني حققت نجاحاً ونتائج ايجابية لكنها لم تستمر طويلاً، ربما يرجع ذلك إلى أن معظم إن لم يكن جميع تطبيقات الإرشاد الزراعي الإلكتروني كانت مبادرات ومشروعات تنموية ممولة من جهات اجنبية، ومن الطبيعي أن هذا التمويل الأجنبي لم ولن يكون للأبد لكنه يكون في المراحل الأولى من المشروعات والتي غالباً ما تكون مراحل تجريبية محددة بوقت معين وأماكن معينة، ولكن المراحل التي يجب أن تستمر فيها المشروعات نجد أنه ينحصر فيها دور التمويل الأجنبي ويبقى لزاماً على الدولة أن تدبر مصادر للتمويل حتى تستمر معها مشروعات تطبيقات الإرشاد الزراعي الإلكتروني وتنتشر عبر ربوع الريف المصري

ومن خلال النظر إلى تطبيقات الإرشاد الزراعي الإلكتروني يلاحظ أنها في واقع الأمر ما هي إلا مواقع إلكترونية زراعية يدخل إليها المستفيد (الباحث في مجال العمل الإرشادي- المرشد الزراعي- المسترشد بجميع فئاته مزارع، مرأة ريفية، شباب ريفي) ليحصل على خدمته التي يرغب في الحصول عليها، وبالرغم من الانتشار الهائل للمواقع الإلكترونية فهناك تساؤل يطرح نفسه وهو هل هناك مواقع زراعية مصرية موجودة بالفعل ويمكن الاعتماد عليها في الحصول على المعلومات الزراعية؟ وما سبق يمكن أن تتبلور مشكلة البحث في التساؤلات الآتية: ١- ما مدي استخدام المواقع الإلكترونية الزراعية لمعايير تقييم جودة المواقع الإلكترونية؟، ٢- ما مدي استخدام المواقع الإلكترونية الزراعية لمعايير جودة محتوى المواقع الإلكترونية؟، ٣- ما مدي استخدام المواقع الإلكترونية الزراعية لمعايير جودة تصميم المواقع الإلكترونية؟، ٤- ما مدي استخدام المواقع الإلكترونية الزراعية لمعايير جودة تنظيم المواقع الإلكترونية؟، ٥- ما مدي استخدام المواقع الإلكترونية الزراعية لمعايير سهولة التعامل مع المواقع الإلكترونية؟

الأهداف البحثية

يستهدف هذا البحث بصورة رئيسية التعرف على استخدام المواقع الإلكترونية الزراعية لمعايير جودة المواقع الإلكترونية وذلك من خلال تحقيق الأهداف الفرعية

١- التعرف على جودة المواقع الإلكترونية الزراعية والمتمثلة في موقع أراضينا للزراعة والإنتاج الحيواني، وموقع الإدارة المركزية للإرشاد الزراعي والبيئة، وموقع الأهرام الزراعي، وموقع عالم الزراعة، وموقع زراعة نت، وموقع بيانات الزراعة المصرية، وموقع قناة مصر الزراعية، وموقع جريدة مصر الزراعية، وموقع الرادكون.

المرشدين الزراعيين من نقل وتوصيل تلك المعلومات والمعارف بالطريقة والأسلوب المناسب لقدرات وإمكانات الزراع المادية والمعنوية، فالإنسان يستخدم معلوماته ومعرفته من مصادر متنوعة في تفاعله الاجتماعي بالبيئة المحيطة به.

ويشير سويلم (٢٠١٥) إلى أن هناك العديد من المتغيرات المؤثرة على العمل الإرشادي والتي لا يستطيع الإرشاد الزراعي أن يتجاهلها بل ينبغي أن يتوكل معها ويطور من قدراته للتعامل معها والاستجابة لها وأهمها هي ثورة المعلومات والاتصالات فتواجد العديد من شبكات المحمول وشبكة الاتصالات الدولية (الانترنت) في الريف لا يمكن تجاهل ما لها من آثار على التنمية الزراعية ولقد دخلت ضمن دورة العمل والإنتاج وبصورة فعالة وما زال متوقع أن يتضاعف أثر بعضها على الزراعة مع مرور الوقت.

ويذكر كل من Amin and et al. , 2013 و Odera, 2014 وRodrig, 2015 أن الإرشاد الزراعي بطرقه وأساليبه الحالية يقف عاجزاً أمام التطور المطرد في العلوم والمعارف الزراعية، حيث أصبحت الفجوة واسعة بين ما يتوفر من تقنيات في المراكز البحثية وبين ما يصل الزراع منها، ويعزى ذلك إلى تلك الإرشاد الزراعي في أداء وظيفته في نشر التقنيات الزراعية الحديثة وإعتماده على الأساليب التقليدية في عملية النشر، ومن أجل تحسين أداء العمل لجأت العديد من الدول إلى البحث عن طرق وأساليب إرشادية أكثر حداثة تتماشى والتطور الحادث في كافة مجالات الحياة، وبدأت تلك الدول في استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات المتمثلة بالحاسب الآلي وما يرتبط به من برامج وتطبيقات في العمل الإرشادي، وباتت تكنولوجيا المعلومات والاتصالات ضرورية لضمان سرعة وفاعلية توزيع المعلومات على التقنيات الزراعية الحديثة وتسهيل عملية التواصل بين المرشدين والمسترشدين باستخدام الحاسب الآلي والوسائط المتعددة الرقمية والتفاعلية، فهي تزيد من سرعة جمع البيانات والمعلومات عن الزراع وحقولهم وتحديد ظروف الزراعة لديهم وإطلاعهم على المستجدات في مجال عملهم والرد بسرعة على احتياجاتهم وتقليل الوقت اللازم لإيصال المعلومة لديهم.

ويذكر البعلي (٢٠١٦) أن انتشار تكنولوجيا المعلومات والاتصالات خلق اهتماماً ذا أبعاد جديدة في استخدام طرق الإرشاد الزراعي لتشمل الحاسب الآلي والنظم الخبيرة والانترنت والفيركون Vercon والرادكون Radcon والتليفون المحمول وصفحات التواصل الاجتماعي، ولم يعد النظر إلى المرشد علي أنه الخبير الذي يمتلك المعلومات الفنية الزراعية المفيدة والجديدة لكنه الميسر الذي لديه مهارات التفاعل مع المسترشدين من خلال واختيار أنسب ما أسفرت عنه ثورة تكنولوجيا المعلومات والاتصالات من طرق حديثة في الإرشاد الزراعي.

وفي ضوء أهمية استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في العمل الإرشادي فقد تناولت العديد من الدراسات الإرشادية استخدام بعض تطبيقات تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في العمل الإرشادي، وخاصة بعد ازدياد اهتمام وزارة الزراعة في استراتيجياتها المتتابعة للتنمية الزراعية وأخرها إستراتيجية التنمية الزراعية المستدامة حتى عام ٢٠٣٠م بضرورة تكثيف الدراسات البحثية المرتبطة بتقنيات الحاسب الآلي والمعلومات، (وزارة الزراعة واستصلاح الأراضي، ٢٠٠٩)، ومن تلك الدراسات دراسة شاكر وقاسم (٢٠٠١)، ودراسة شاكر وآخرون (٢٠٠٤)،

والأهداف ويعرّف الموقع الإلكتروني (WEB SITE) بأنه مجموعة من الصفحات والنصوص والصور ومقاطع الفيديو الرقمية المترابطة وفق هيكل متماسك ومتفاعل تكون محملة في حاسوب من نوع خادم (SERVER)، ويحتوي كل موقع على صفحة رئيسية (MAIN PAGE) تؤدي إلى صفحات أخرى، ويكون للموقع عنوان محدد وخاص به يميزه عن بقية المواقع على الشبكة العنكبوتية والوصول إلى الموقع لا يحدد بزمان ولا مكان، وقد ترتبط بالموقع مواقع فرعية كما هو حال مواقع الجامعات الرئيسية التي ترتبط بها مواقع الكليات والمراكز العلمية والبحثية التابعة لها.

ويعرف الموقع الإلكتروني على أنه مجموعة من الصفحات الإلكترونية المرتبطة فيما بينها، والقابلة للوصول من قبل الزوار حول العالم بمجرد وضعه على أحد أجهزة الكمبيوتر ذات القدرة العالية والمتصلة بشكل دائم بشبكة الإنترنت، حيث يتم تبادل المعلومات ونقلها بين الجهاز لدى زائر الموقع وجهاز الخدم الذي يحوي الموقع الإلكتروني (سرحان، ٢٠١٢).

ويختلف تعريف المواقع الإلكترونية على شبكة الإنترنت باختلاف الهدف من هذه المواقع «فإذا كان لديك شركة أو مؤسسة فإن تعريف الموقع الإلكتروني هو مجموعة من الصفحات الثابتة والتي تدرج تحت أسم موقعك (الهومين) وهي صفحات تحتوي على معلومات عن الشركة وتكون هذه الصفحات ثابتة على مدى الـ (٢٤) ساعة طوال أيام السنة على شبكة الإنترنت.. وهي متاحة لجميع المتصفحين على شبكة الإنترنت من جميع دول العالم».

(http://kenanaonline.com)

أنواع المواقع الإلكترونية:

يذكر (عبد الغفار، ٢٠١٥) أن للمواقع الإلكترونية أنواع كثيرة ولا يمكن حصرها في أعداد محدودة فهناك مثلاً: (المواقع السياسية والإقتصادية والتجارية والسياحية والعلمية والثقافية والاجتماعية والرياضية، والمواقع الصحفية وغيرها)، ويمكن تقسيمها من حيث الزاوية الفنية والتطبيقية ثلاثة أنواع أساسية: ١- المواقع الساكنة (Static Web Site) تحتوي هذه المواقع على بعض النصوص والصور. بالإضافة إلى مواد نصية وجغرافية ثابتة ومتحركة تتفق وسياسة القائمين على إدارة الموقع والفكرة الأساسية من إنشائه ولكن لا يستطيع القائمون على الموقع تغيير البيانات وتحديثها بشكل ديناميكي ولا حتى متصفح الموقع بإمكانهم إضافة ردود أو تعليقات أو أية مشاركة أخرى لأن هذا النوع من المواقع لا يمتلك قاعدة تحديث البيانات (Data Base). حيث "يتطلب تغيير أي معلومة أو صورة باستخدام أدوات ولغات تطوير المواقع ثم إعادة نشره على الإنترنت مرة أخرى وبالطبع فإن عدد صفحات الموقع غير محدود ويمكن إضافة المزيد في أي وقت طبقاً للمحتوى المطلوب للموقع.

٢- المواقع الديناميكية: (Dynamic Web Site) يتميز هذا النوع من المواقع الديناميكية بخاصية قاعدة البيانات (Data Base). وبهذا يختلف عن المواقع الساكنة، حيث يتاح لأصحاب هذه المواقع أو المسؤولين عن إدارتها دون الرجوع إلى الشركة المصممة أو المسؤول عن تصميم الموقع إجراء التغييرات والتحديثات كالحذف والإضافة وإدخال المعلومات الجديدة وتحديث البيانات وترتيب الصور بالإضافة إلى التحديث المستمر يومياً أو حتى لساعات محددة وقد وصل الحال في بعض المواقع أن تحدث معلوماتها كل عشرة دقائق ومثال ذلك مواقع محطة (CNN) وتلفزيون (BBC) وغيرها.

- ٢- التعرف على جودة محتوى (المعلومات) المواقع الإلكترونية الزراعية محل الدراسة.
- ٣- التعرف على جودة تصميم المواقع الإلكترونية الزراعية محل الدراسة.
- ٤- التعرف على جودة تنظيم المواقع الإلكترونية الزراعية محل الدراسة.
- ٥- التعرف على سهولة التعامل مع المواقع الإلكترونية الزراعية محل الدراسة.
- ٦- التعرف على ترتيب المواقع الإلكترونية الزراعية محل الدراسة وفقاً لعدد الزيارات داخل جمهورية مصر العربية.

الإطار النظري

تعد المعلومات من أهم مقومات الحياة ومن أبرز ركائز التقدم الحضاري، ولها ارتباط وثيق بجميع ميادين النشاط البشري، وهي تشكل جزءاً لا يتجزأ من هذا النشاط. فالإنسان يعتمد على المعلومات في جميع نواحي حياته الخاصة والعامة وفي كل خطوة يخطوها، وهكذا كانت المعلومات وما زالت من الظواهر التي صاحبت الإنسان منذ نشوء المجتمعات البشرية عندما وجد الإنسان على وجه الأرض وأحس حاجته الطبيعية للتعايش والتواصل مع أخيه الإنسان. ومن هنا حرص الإنسان على تبادل المعلومات وتناقلها من جيل لآخر. http://yomgedid.com kenanaonline.com للإنترنت في الحياة اليومية فوائد عديدة فهو يسهل البحث عن المعلومات حيث يمكن أن ينقل المستخدم إلى مكتبات العالم والإطلاع على ما يرغب من بيانات، كما يمكن استخدامه في التعليم عن بعد من خلال المراسلة وإجراء التجارب في معامل افتراضية، وكذلك يمكن التحاور عن بعد إذ يمكن للأعضاء إقامة أو إدارة حوار بينهم وإقامة الندوات العلمية وتبادل المعارف، ويمكن للفرد أن يحضر المحاضرات التي تلقى في الجامعات والمشاركة في النشاطات العلمية والثقافية وهو في منزله، ويمكن لأي مؤلف أن يطرح أفكاره ونشرها على الملأ أو ان يوجهها إلى فئة معينة من الناس، ويمكن استخدامه في الترفيه من خلال إستدعاء برامج الألعاب والتسلية، إضافة إلى استخدام البريد الإلكتروني وإرسال رسائل صوتية وخطية، وكذلك التسوق عن بعد عن طريق التجارة الإلكترونية حيث يمكنه القيام بعمليات البيع والشراء، (إبراهيم، ٢٠١٤).

وشبكة الإنترنت عبارة عن مجموعة من المواقع الإلكترونية تحتوي على عدد هائل من المعلومات الرئيسية في المجالات وعلى كافة الأصعدة، ويتألف الموقع الإلكتروني الواحد عادة من صفحة واحدة أو عدة صفحات ويحتوي على مجموعة من المواضيع وملفات الفيديو والصور وغيرها وبإمكان أي مستخدم لشبكة الإنترنت الدخول إلى مثل هذه المواقع المتاحة في أي وقت يشاء والوصول بثوان معدودة إلى أية معلومات يريدها ومن مصادرها الرئيسية وفي أي مكان من العالم، (عبد الغفار، ٢٠١٥).

وشهد العقد الأخير من القرن العشرين تطوراً كبيراً وسريعاً للمواقع الإلكترونية التي تعرض مليارات الصفحات حول موضوعات مختلفة ومتباينة، ويصاحب هذا الكم الهائل من المعلومات غياب ضوابط الجودة ومصداقية المصادر مما يضع المستفيدين من هذه الشبكة أمام إشكالية حقيقية تتعلق بمسألة التمييز بين المعلومات المعروضة في هذا الموقع، في عصر تمثل فيه المعارف السلطة الحقيقية التي تسيطر على مصير شعوب العالم، فإن المخططات والبرامج التنموية مرهونة بمدى التحكم في المعلومات من حيث الإنتاج والانتقاء والمعالجة والتخزين والاستعمال وفق سياسات رشيدة تراعى فيها الوسائل

إعلامية سواء كانت صحفية أو إذاعية أو فضائية مثل مواقع الصحف الورقية والمحطات الفضائية وتتسم هذه المواقع بعدد من الموصفات: أولاً: الترويج للمؤسسة الإعلامية التي تتكامل معها وتدعم دورها الإعلامي سواء كان دوراً إذاعياً أو فضائياً أو صحفياً. ثانياً: إعادة إنتاج المحتوى الذي تقدمه في المؤسسات الأساسية التي تقوم بدورها والتكامل معها. ثالثاً: لا تنتج مادة إعلامية أو صحفية غير منتجة في مؤسساتها الأصلية إلا في نطاق ضيق وربما يتم إعادة إنتاج المواد المتوفرة في المؤسسة بما يتلاءم مع طبيعة الإنترنت.

٥- مواقع صحفية: وتعد هذه المواقع صحفية إلكترونية بحتة فهي لم تنشأ من خلال مؤسسة تجارية، ولم تنشأ كمكاملة لمؤسسة إعلامية ولكنها تأسست لتقوم بدور صحفي منذ البداية وتتميز هذه المواقع بأنها: أ- تعتمد على هياكل إدارية منتظمة، ب- تعتمد على محترفين في المجال الصحفي، ج- تركز على تقديم مواد صحفية في قوالب صحفية.

ويرى (سرحان، ٢٠١٢) أنه يمكن تقسيم المواقع الإلكترونية إلى نوعين رئيسيين هما أ- المواقع المعلوماتية: وهي المواقع التي تركز على عرض المحتوى بأشكاله المختلفة أمام زائر الموقع وبهيمها إيصال الرسالة أو المعلومة بأسرع وأفضل شكل، وذلك بالحد الأدنى من التفاعل مع الزوار حيث ينحصر التفاعل بالتعليق على المعلومات أو الإتصال بالمحرر ومن الأمثلة الشائعة لتلك المواقع مواقع الأخبار والجرائد والقنوات الإخبارية.

ب- المواقع المجتمعية: وهي المواقع التي تعتمد بشكل كبير على الزائر وعلى التفاعل معه، فهي لا تقدم في الأساس معلومات إنما تقدم أدوات ووسائل وخدمات تساعد زوار الموقع الإلكتروني على التفاعل معه من جهة وفيما بينهم من جهة أخرى فيتكون المحتوى والمعلومات من قبلهم نتيجة لهذا التفاعل ومن الأمثلة الشائعة لتلك المواقع المنتديات.

تقييم المواقع الإلكترونية:

شهد النصف الثاني من عقد التسعينيات من القرن العشرين تزايد الاهتمام بدراسة وتقييم المواقع المتاحة على شبكة الإنترنت وظهرت العديد من المحاولات التي يمكن الإعتماد عليها في تقييم هذه المواقع، وعلى الرغم من هذا الاهتمام إلا أنه لا يوجد إتفاق على عدد ونوعية هذه المعايير وأغلب الدراسات المتوفرة تركز على تقييم مصادر المعلومات الإلكترونية أكثر من تركيزها على تقييم هذه المواقع (الضerman، ٢٠٠٦).

ومن الدراسات التي تناولت معايير تقييم المصادر الإلكترونية دراسة زهانج Zhang وشملت المعايير: ١- الفورية، ٢- سهولة الإفادة، ٣- الإتاحة، ٤- الجدوى، ٥- المرونة، ٦- التقدر، ٧- الدقة، ٨- ضمانات الثقة، ٩- الأطراد، ١٠- الاستقرار.

وفي دراسة حافظ والضحوي (٢٠٠٦) بعنوان "مصادر المعلومات المتاحة على شبكة الإنترنت - معايير مقترحة للتقييم"، والتي تهدف إلى وضع نموذج مقترح لمعايير تقييم مصادر المعلومات المتاحة على شبكة الإنترنت وقد اعتمدت الدراسة على منهج تحليل المحتوى حيث استهدفت تحليل نماذج مختارة من الإنتاج الفكري المنشور، وأيضاً طبقت الدراسة المنهج المسحي لاستطلاع آراء عينة عشوائية من الخبراء والمختصين بموضوع الدراسة حول أهم معايير تقييم مصادر المعلومات المتاحة على

٣- مواقع التجارة الإلكترونية: (E- Commerce) تعتبر هذه المواقع سوقاً مفتوحة للزوار، حيث تعرض خدماتها ومنتجاتها الإلكترونية للناس، وتعتبر أيضاً أكثر مواقع الإنترنت تطوراً وأهمها تجارياً وقد "أصبح الإنترنت سوقاً واسعاً للشركات، بعض الشركات الكبيرة وسعت من أعمالها واعتمدت ميزة (قلة تكلفة) الإعلان والاتجار عبر الإنترنت والذي يعرف بالتجارة الإلكترونية (E-Commerce). وهي تعتبر أسرع طريقة لنشر المعلومات إلى عدد كبير من الأفراد. ونتيجة لذلك قامت شبكة الإنترنت بعمل ثورة في عالم التسوق.

ويرى (فلحي، ٢٠١٤) أنه يمكن تقسيم أنواع المواقع على شبكة الإنترنت من حيث المحتوى الذي نبئه إلى:

١- مواقع تجارية: وتتميز هذه المواقع بالتالي أ- دعم المنتج الذي تصنعه أو تبيعه الشركة التي ترعى الموقع ب- الإعلان عن المنتج الذي تقوم الشركة أو المؤسسة بإنتاجه ج- المساعدة على بيع المنتج الذي تقوم الشركة صاحبة الموقع بإنتاجه من خلال عمليات التسويق الشبكي د- لا تحتوي هذه المواقع على مواد صحفية سواء إخبارية أو معلوماتية ولا تستخدم غالباً قوالب إعلامية أو صحفية وتقتصر على التعريف بالشركة أو المؤسسة والتعريف بالسلع والخدمات التي تقدمها وربما تقوم بعرض منتجات لشركات أخرى وعمل إعلانات تجارية لسلع وخدمات غالباً ما تدخل في مجال تخصص الشركة التجارية ه- لا تعتمد هذه المواقع على هياكل إدارية كبيرة وغالباً ما يتم متابعتها من خلال شركات متخصصة تقوم بتحديث بيانات الشركة أو إضافة الإعلانات المطلوبة وربما يتم تدريب بعض الموظفين في الشركة أو المؤسسة للقيام بمهمة التحديث. و- لا تعتمد هذه المواقع على خبرات إعلامية أو صحفية متخصصة وربما يلجأ بعضها إلى خبراء في مجال الإعلان والدعاية خاصة في المواقع المملوكة لكبرى الشركات التجارية.

٢- مواقع تفاعلية: تركز هذه المواقع على عملية التفاعل مع الزوار من خلال أ- المنتديات وساحات الحوار المكتوبة، ب- غرف الدردشة، ج- الحوارات الصوتية التفاعلية، د- المجموعات البريدية، ولا تعتمد هذه المواقع على هياكل إدارية كبيرة وتقتصر في الغالب على عملية المتابعة والمراقبة من خلال مشرفي المجموعات البريدية أو مشرفي ساحات الحوار ولا تشترط كفاءة أو خبرة فنية إعلامية أو صحفية للمشاركين فيها أو المشرفين عليها ولكنها توفر مهارات النقاش والتفاعل الشخصي مع الزوار لدى مشرفي الموقع.

٣- مواقع تعريفية: وتشمل مواقع الشركات والمؤسسات والمواقع الشخصية، وتتيح لزوارها الإطلاع على خدماتها ومنتجاتها ونشاطاتها، ويجري تحديثها بفترات متباعدة، وهي بمثابة دليل أو كراس تعريفية تقدمه إلى زائريها، وتقدم لهم معلومات أولية وبسيطة عما تريد الإعلان عنه، وعادة ما تذيّل المواضيع المنشورة فيها بعبارة: (للمزيد من التفاصيل زوروا الموقع التالي)، وتقوم هذه المواقع بالتعريف بأنشطة وفعاليات المؤسسات التي أسستها وهي غالباً ما تكون مؤسسات غير ربحية مثل المؤسسات الخيرية والعلمية والفكرية والثقافية وغالباً ما تكتفي مثل هذه المواقع بنشر الفعاليات الخاصة بالمؤسسة دون الاهتمام بالتغطيات الصحفية والإعلامية أو حتى الاستعانة بمختصين لتغطية أنشطتها وفعاليتها وقد تقدم بعضاً من الخدمات المعرفية أو المعلوماتية للمهتمين إلا أنها تتسم في الغالب بتباعد مدة التحديث للموقع.

٤- مواقع إعلامية تكميلية: "تتكامل هذه المواقع مع مؤسسات

ووضوح مصادر المعلومة، ثانياً: التصميم: وهو أحد عناصر التقييم الرئيسية ثالثاً: التنظيم أو الترتيب، رابعاً: جودة سهولة التعامل، وهي تعني سهولة استعمال الموقع من قبل المستفيد وسهولة الحصول على المعلومة المطلوبة، وسرعة الإنجاز بأقل قدر من الوقت والجهد.

وفي دراسة حسن، وعماد أبو الرب (٢٠١٢) بعنوان «إطار نظري لتقويم جودة المواقع الأكاديمية»، والتي استهدفت اقتراح إطار نظري لتقويم جودة المواقع الأكاديمية والارتقاء بمستواها وأدائها بحيث تلبي حاجات المستخدمين. ويتكون الإطار الذي اقترحه الدراسة من أربعة عناصر رئيسية هي: ١- جودة المحتوى: وتشمل معايير جودة المحتوى وهي: التحديث، مدى صلة الموقع بالشركة، تعدد اللغات والثقافة، تنوع أسلوب العرض، الدقة الموضوعية والمسئولية. ٢- جودة التصميم: وتشمل الجاذبية، الملاءمة، اللون، الفيديو، والصوت، والصورة والنص. ٣- جودة التنظيم: الفهرس، خريطة الموقع، الاتساق، الروابط والشعار. ٤- جودة سهولة التعامل: السهولة، الاعتمادية الميزات التفاعلية، الأمان، الخصوصية، التكيف وفق الحاجة.

ويستخلص حسين (٢٠١٠) آراء الباحثين لمعايير تقييم جودة المواقع الإلكترونية كما هو مبين في الجدول التالي (جدول ١).

الأسلوب البحثي

أولاً: تم إعداد قائمة بالمواقع الإلكترونية الزراعية باستخدام محرك البحث Google والكلمات الدالة المواقع الإلكترونية الزراعية فتم الوصول إلى عشر مواقع إلكترونية زراعية وتم استبعاد موقع الفيكون وذلك لتوقفه عن الخدمة وقت إجراء الدراسة، بالإضافة إلى أن هذا الموقع يحتاج إلى التسجيل لتصفحها

شبكة الإنترنت، وتوصلت الدراسة في نتائجها التطبيقية إلى أهمية توفر عدد من المعايير لتقويم وقياس درجة الثقة والمصداقية في مصادر المعلومات المتاحة على الإنترنت وتتركز في معايير متعلقة بالمسئولية الفكرية، معايير متعلقة بالمحتوى، معايير متعلقة بالدقة، معايير متعلقة بالحدثة.

وفي دراسة النجار (٢٠٠٧) بعنوان «معايير تقييم مصادر المعلومات المرجعية المتاحة على الإنترنت»، والتي تهدف إلى تحقيق عدة أهداف منها تكوين قائمة بالمعايير المقترحة لتقييم مصادر المعلومات المرجعية المتاحة على الإنترنت، كما تهدف للمقارنة بين تقييم المصادر المرجعية المطبوعة والرقمية، وقد خلصت الدراسة إلى قائمة مقترحة من أربع فئات رئيسية للمعايير هي: الفئة الأولى: هي الملامح الفنية وتشمل المعايير: نوع المتصفح، التكلفة، تاريخ الإصدار، ولغة المصدر المرجعي. الفئة الثانية: هي نوع المصدر المرجعي، والعنوان الرئيسي وتتمثل في تحليل المحتوى أو المجال وتشتمل معايير الغرض، المتلقي، التغطية، التحديث، المسئولية، الدقة، الموضوعية، التنظيم والعلاقة بالأعمال الأخرى. الفئة الثالثة: وهي الوسائط المتعددة وتشمل معايير الرسومات، السمعيات والفيديو، الفئة الرابعة: هي واجه المستفيد وتشمل: البحث، والوضوح البصري، والخلفية المعلوماتية، والدعم.

أما دراسة حسين (٢٠١٠) بعنوان «تقييم جودة المواقع الإلكترونية»، فقد حددت أهم معايير تقييم جودة المواقع الإلكترونية في أولاً: المحتوى ويشمل المعاصرة، ومقدار مواكبة المحتوى للتطور في المجال الموضوعي، والتحديث المستمر، معرفة تاريخ ظهور الملف الإلكتروني ومواعيد التحديث والتغطية المعرفية، والإشارة إذا كان المحتوى لم تكتمل معلوماته بعد، والموضوعية، والدقة في المعلومات والتأكد من خلوها من القصور والأخطاء العلمية وكذلك الطباعية واللغوية والنحوية

جدول ١. آراء الباحثين لمعايير تقييم جودة المواقع الإلكترونية

م	الباحثين	المعايير
١	(Singh & Fisher, 1999)	(المعلومات - طريقة العرض - سهولة التعامل)
٢	(Heimlich & Wang, 1999)	هدف الموقع- الوصول للمعلومات داخل الموقع- بنية الموقع- التصميم المرني للموقع- المعلومات (حدثة المعلومات- الدقة- القدرة علي تحديد موقع المعلومة- سهولة الاستخدام والتصفح- الأمان- سرعة تحميل الصفحات- المساعدة المقدمة علي الموقع- اسلوب العرض -الإعتمادية للموقع) سهولة التصفح- توافر أداة البحث- دقة المعلومات- شمولية المعلومات- طريقة عرض المعلومات ووضوحها
٣	(Srivionk, 2000)	السلطة الفكرية- الدقة - الموضوعية الحدثة- المعاصرة - التغطية- الملائمة
٤	(Zhang and Dran, 2001)	المسئولية - القدرة الاسترجاعية - دعم المستفيد- المعلومات - المتطلبات المالية- الجوانب الشكلية -التكاليف
٥	(الهادي و صالح) ٢٠٠١	(السهولة - المميزات التفاعلية المباشرة بين الموقع والمستخدم- علاقة المعلومات المتوفرة مع ما يتوقعه المستخدم- سرعة تحميل الصفحات)
٦	(حسن، ٢٠٠٢)	المسئولية - التغطية - القدرة الاسترجاعية - دعم المستفيد
٧	(Singh and Sook. 2002)	سهولة الوصول للمعلومة- الجودة - الأمان - الخصوصية
٨	(بشير، ٢٠٠٦)	القدرة على إيجاد المعلومات - شمولية من وجهة نظر المستخدم
٩	(Choudrie & etal. 2004)	التواصل المباشر - الفورية في الحصول على المعلومات - سرعة الاتصال- غنى المعلومات وتنوعها- توفر المعلومات- تنوع طريقة العرض- سهولة الاستخدام - الاعتمادية في توفر المعلومات - التكيف حسب رغبة المستخدم
١٠	(Lautenbach & etal. 2006)	جودة المحتوى - التحديث - الدقة - الموضوعية- جودة التصميم - جودة التنظيم
١١	(Madeja & schoder. 2003)	جودة سهولة التعامل
١٢	(أبو الرجاء , حسن ٢٠٠٧)	الفورية - سهولة الافادة - الاتاحة - الجدى - المرونة- التفرد- الدقة- ضمانات الثقة- الإطار -الإستقرار
١٣	(Zhang)	

من حيث المحتوى والشمولية والتفصيل في المعلومات فكلما زادت هذه الصلة زادت قيمة المعلومات، ج- الدقة: ويقصد بها الثقة في المعلومات وخلوها من الأخطاء العلمية واللغوية والإملائية، د: الموضوعية: ويقصد بها عرض المعلومات دون تحيز لجهة ما وخلوها من التحريف الشخصي، هـ- السلطة الفكرية: ويقصد بها المسئول مسئولية مباشرة عن المحتوى الفكري سواء كان شخص أو جهة معينة. و- ملائمة المعلومات: ويقصد بها مناسبة المعلومات للغة التي تستخدمها، ز- تنوع اسلوب عرض المعلومات: ويقصد به الشكل الذي تبدو عليه المعلومات المعروضة علي الموقع.

٣- جودة التصميم: ويقصد بها المؤشرات التي إذا ما توافرت جعلت صورة الموقع تجذب المستفيد لزيارته بعد استخدامه أول مرة وهي: أ- الجاذبية: ويقصد بها في هذا البحث الابتكار في تصميم الموقع واستخدام الصور والحركات بحيث تجعل المستخدم سعيد ومتحمس لزيارة الموقع، ب- اللون: ويقصد به مدي استخدام الألوان وخصائصها واستخداماتها كخلفيات للنصوص والعناوين، ج- الفيديو والصورة والصوت: ويقصد بها خصائص ملفات الفيديو والصورة والصوت المستخدمة في صفحات الموقع، د- النص: ويقصد به خواص النصوص المستخدمة في صفحات الموقع.

٤- جودة التنظيم: ويقصد به المؤشرات التي إذا ما توافرت جعلت هيكل الموقع وطريقة تقسيم الخدمات عليه طريقة سهلة لتصفح الموقع بهدف مساعدة المستخدم للوصول إلي المعلومة المطلوبة بسرعة ويشعر بالراحة خلال زيارته للموقع وهي: أ- الفهرس: ويقصد به احتواء الموقع على قائمة

(جدول ٢)، وتم الاعتماد على الصفحة الرئيسية لكل موقع من المواقع الإلكترونية الزراعية محل الدراسة Home Page كوحدة للتحليل باعتبار أن الصفحة الرئيسية لكل موقع هي بوابة الوصول إليه ويفترض أن تعبر عن العناصر الرئيسية داخل الموقع، كما أن المستخدم من خلال الصفحة الرئيسية يقرر ما إذا كان سوف يستمر في تصفح الموقع أو الخروج على موقع آخر، وتم تحليل المواقع الإلكترونية الزراعية محل الدراسة في الفترة الزمنية مايو ٢٠١٧. ثانياً: تم إعداد قائمة بأهم المعايير المستخدمة في تقييم جودة المواقع الإلكترونية من خلال الكتابات النظرية العربية والأجنبية، فتم إعداد استمارة تتكون من ٦٢ بند تشمل مؤشرات المعايير المعبرة عن جودة الموقع الإلكتروني وهذه المعايير هي: ١- جودة المحتوى، ٢- جودة التصميم، ٣- جودة التنظيم، ٤- سهولة التعامل جدول (٣).

ثالثاً: التعريفات الإجرائية

١- جودة الموقع الإلكتروني الزراعي: ويقصد بها في هذا البحث المعايير التي تحدد مدي توافق الخدمة المقدمة من الموقع الإلكتروني مع حاجة المستفيد منه.

٢- جودة المحتوى: ويقصد بها في هذا البحث المؤشرات التي إذا ما توافرت في محتوى صفحة الموقع الإلكتروني أعطته قيمة عالية، وهذه المؤشرات هي: أ- الحدائة: ويقصد بها في هذا البحث مقدار مواكبة المحتوى للتطور في المجال الزراعي فكلما تقدمت المعلومات وبخاصة العلمية والتقنية كلما قلت قيمتها وبالتالي ظهرت الحاجة إلي تحديثها أو استبدالها بمعلومات حديثة وجديدة، ب- الصلة: ويقصد بها مدي علاقة الموقع بالجهة المصصمة له

جدول ٢. المواقع الإلكترونية الزراعية محل الدراسة

م	اسم الموقع	رابط الموقع
١	بوابة أراضينا للزراعة والإنتاج الحيواني	aradina.kenanaonline.com
٢	الادارة المركزية للارشاد الزراعي والبيئة	http://www.caaes.org
٣	الأهرام الزراعي	http://agri.ahram.org.eg
٤	عالم الزراعة	http://www.agricultureegypt.com
٥	جريدة مصر الزراعة	http://www.hayel1.com
٦	زراعة نت	http://www.zira3a.net
٧	قاعدة بيانات الزراعة المصرية	http://www.agri-db.org
٨	قناة مصر الزراعية	http://misr.alzeraya.tv
٩	شبكة اتصال التنمية الزراعية والريفية (الرادكون)	http://www.radcon.sci.eg

جدول ٣. قائمة بالمعايير المستخدمة في تقييم جودة المواقع الإلكترونية الزراعية محل الدراسة

م	المعيار	المؤشرات
١	جودة المحتوى	الحدائة، الصلة، الدقة، الموضوعية، السلطة الفكرية، ملائمة المعلومات، تنوع اسلوب عرض المعلومات.
٢	جودة التصميم	الجاذبية، اللون، الفيديو والصورة والصوت، النص.
٣	جودة التنظيم	الفهرس، الاتساق، الروابط والوصلات، الشعار.
٤	سهولة التعامل	سهولة الاستخدام، الميزات التفاعلية.

الفكرية: وتم قياس هذا المؤشر بأربع عبارات وهي: ١٨- الموقع يحدد اسم المؤلف عند نشره أي معلومات عن أي موضوع ، ١٩- يوضح الموقع الخلفية العلمية للمؤلف وتخصصه، ٢٠- يتيح الموقع معلومات يمكن من خلالها الاتصال بالمؤلف، ٢١- يوجد بريد اليكتروني للقائمين علي الموقع للاتصال بهم، و- ملائمة المعلومات: تم قياس هذا المؤشر بعبارتان وهما: ٢٢- اللغة العلمية المستخدمة في الموقع ملائمة للمستخدمين منها، ٢٣- المعلومات المعروضة في الموقع ملائمة لحاجات المستخدمين ، ز- تنوع اسلوب عرض المعلومات: تم قياس هذا المؤشر بأربع عبارات وهي: ٢٤- يحتوي الموقع علي ملفات نصية، ٢٥- يحتوي الموقع علي ملفات صوت، ٢٦- يحتوي الموقع علي ملفات فيديو، ٢٧- يحتوي الموقع علي ملفات صور.

٣- جودة تصميم الموقع الإلكتروني الزراعي: تم قياس هذا المعيار من خلال إعطاء درجة واحدة لكل بند من البنود المعبرة عن مؤشرات جودة تصميم الموقع الإلكتروني الزراعي والبالغ عددها ١٥ بند موزعة علي مؤشرات المعيار كالتالي: أ- الجاذبية: تم قياس هذا المؤشر بثلاث عبارات وهي: ٢٨- يتصف الموقع بالجاذبية من حيث الابتكار في التصميم، ٢٩- يتصف الموقع بالجمال في الصور والرسوم والحركات، ٣٠- للموقع تأثير عاطفي يجعل المستخدم متحمس لزيارته ب - اللون: تم قياس هذا المؤشر بعبارتان وهما ٣١- يتم استخدام ألوان ملائمة في الموقع، ٣٢- يتم استخدام الألوان الفاتحة كخلفيات، ج- الفيديو والصورة والصوت: تم قياس هذا المؤشر بثلاثة عبارات وهي: ٣٣- الصور المستخدمة داخل الموقع ملائمة لطبيعة الموقع، ٣٤- الصور الموجودة في الموقع واضحة، ٣٥- يمكن تحميل ملفات الفيديو والصورة والصوت، د- النص: تم قياس هذا المؤشر بسبعة عبارات وهي: ٣٦- يستخدم خط واحد وبحجم واحد وبفص السمة في الصفحة الواحدة باستثناء العناوين، ٣٧- الخطوط المستخدمة يسهل قراءتها وحجمها مناسب، ٣٨- تستخدم الحروف الكبيرة لكتابة العناوين فقط، ٣٩- تستخدم فراغات بيضاء بين الفقرات لتسهيل القراءة، ٤٠- تستخدم عناوين رئيسية وفرة تختلف عن النص لتمييزها، ٤١- أعدها للصفح داخل الصفحة جزء كبير من الصفحة، ٤٢- تظهر النصوص قبل الصور بحيث يقوم المستخدم بالقراءة خلال تحميل الصور.

٤- جودة تنظيم الموقع الإلكتروني الزراعي: تم قياس هذا المعيار من خلال إعطاء درجة واحدة لكل بند من البنود المعبرة عن مؤشرات جودة تصميم الموقع الإلكتروني الزراعي والبالغ عددها ٩ بنود موزعة علي مؤشرات المعيار كالتالي: أ- الفهرس: تم قياس هذا المؤشر بعبارتين وهما: ٤٣- يحتوي الموقع علي فهرس أو وصلات تساعد المستخدم علي الانتقال من جميع صفحات الموقع من الصفحة الرئيسية، ب- الاتساق: تم قياس هذا المؤشر بعبارتان وهما: ٤٤- تتصف صفحات الموقع بالاتساق عند عرضها، ٤٥- المعلومات المتوفرة في الموقع (داخل الصفحة الواحدة) متناسقة، ج - الروابط والوصلات: تم قياس هذا المؤشر بأربعة عبارات وهي: ٤٦- يحتوي الموقع علي روابط تساعد المستفيد من الموقع للانتقال بين صفحات الموقع، ٤٧- تعمل الروابط بشكل صحيح بحيث يتم الانتقال إلي المكان المطلوب بشكل صحيح، ٤٨- عند تصفح صفحات طويلة توجد روابط مساعدة تسهل للمستخدم الانتقال إلي أعلى الصفحة، ٤٩- يتغير لون الروابط التي تم استخدامها، د- الشعار: تم قياس هذا المؤشر بعبارتان وهما: ٥٠- يتم وضع شعار الموقع في مكان بارز في الموقع، ٥١- يتم وضع شعار الموقع في كل صفحات الموقع.

بأجزائه وخدماته تساعد المستخدم علي الانتقال إلى جميع صفحات الموقع من صفحته الرئيسية، ب- الاتساق: ويقصد به مدي تناسق وتوافق جميع صفحات الموقع في طريقة عرضها، ج- الروابط والوصلات: ويقصد بها عمل الروابط والوصلات بشكل صحيح بالإضافة إلي وجود روابط مساعدة في كل صفحة حيث يتم الانتقال إلي المكان المطلوب بشكل صحيح، د- الشعار: ويقصد به وجود رسم أو رمز أو شكل أو كلمة مميزة للجهة أو المنظمة المنشأة للموقع ويجب أن يوجد في مكان واضح علي كل صفحة من صفحات الموقع.

٥- سهولة التعامل: ويقصد بها المؤشرات التي تؤدي إلى سهولة في استخدام الموقع من قبل أي مستخدم بغض النظر عن خلفيته العلمية للحصول على المعلومة المطلوبة وقدرة تكيف الموقع حسب رغبة المستخدم وهي: أ- سهولة الاستخدام: ويقصد بها سهولة التعامل مع الموقع من حيث التصفح والانتقال بين اجزاء المختلفة وامكانية استخدام ادواته مما يؤدي إلى سرعة الوصول إلى كافة أقسام الموقع، ب- الميزات التفاعلية: ويقصد بها وجود تعليمات واضحة لاستخدام أي جزء من اجزاء الموقع وادوات اتصال وتغذية راجعة بين مستخدم الموقع من خلال وسائل اتصال مختلفة.

قياس المتغيرات:

١- جودة الموقع الإلكتروني الزراعي: وتم قياس هذا المتغير من خلال إعطاء درجة واحدة لكل بند من البنود المعبرة عن مؤشرات معايير الجودة موضع الدراسة والبالغ عددها ٦٢ بند بواقع ٢٧ بند لجودة المحتوى، و ١٥ بند لجودة التصميم، و ٩ بنود لجودة التنظيم، و ١١ بند لسهولة التعامل مع الموقع الإلكتروني وتم تجميع الدرجات لتعبر عن إجمالي جودة الموقع الإلكتروني الزراعي.

٢- جودة محتوى الموقع الإلكتروني الزراعي: تم قياس هذا المعيار من خلال إعطاء درجة واحدة لكل بند من البنود المعبرة عن مؤشرات جودة المحتوى للموقع الإلكتروني والبالغ عددها ٢٧ بند موزعة علي مؤشرات المعيار كالتالي: أ- الحدائث: وتم قياس هذا المؤشر بثلاثة عبارات وهي ١- المعلومات المتوفرة علي الموقع حديثة، ٢- يتم تحديث المعلومات الموجودة علي الموقع بصفة دورية ٣- هناك وضوح في تاريخ آخر تحديث ، ب- الصلة: وتم قياس هذا المؤشر بسنة عبارات وهي: ٤- يحتوي الموقع علي معلومات عن أهداف المؤسسة المنشأة للموقع، ٥- يحتوي الموقع علي معلومات عن نشأة المؤسسة، ٦- يحتوي الموقع علي معلومات عن الهيكل التنظيمي للمؤسسة، ٧- يحتوي الموقع علي معلومات عن الخدمات التي تقدمها المؤسسة، ٨- يحتوي الموقع علي صور توضيحية عن المؤسسة، ٩- يحتوي الموقع علي معلومات عن المستفيد من خدمات المؤسسة، ج- الدقة: وتم قياس هذا المؤشر بخمسة عبارات وهي: ١٠- المصادر المستخدمة في الموقع مدونة، ١١- المصادر المستخدمة في الموقع واضحة، ١٢- المعلومات الموجودة في الموقع خالية من الأخطاء العلمية، ١٣- المعلومات الموجودة في الموقع خالية من الأخطاء اللغوية، ١٤- المعلومات الموجودة في الموقع خالية من الأخطاء الطباعية، د- الموضوعية: وتم قياس هذا المؤشر بثلاث عبارات وهي: ١٥- الموقع يعرض معلومات دون تحيز لجهة معينة، ١٦- يتيح الموقع المجال لوجهات نظر حول مواضيعها. ١٧- الموقع موضوعي في استخدام مصادر المعلومات لإثراء الموضوع، ه- السلطة

معنية بالدراسة، وذلك لعدم استخدامها المصطلحات التي تم الاعتماد عليها في عملية البحث.
٣. ظهور بعض الصفحات لمواقع قديمة، قد تكون غيرت من عناوينها الإلكترونية أو توقفت عن العمل.

النتائج البحثية ومناقشتها

أولاً: جودة المواقع الإلكترونية الزراعية:

للتعرف على جودة المواقع الإلكترونية الزراعية تم معرفة مدي استيفاء كل موقع الكتروني زراعي موضع الدراسة ل٦٢ بند من بنود الاستمارة والتي تشمل المعايير المدروسة لتقييم المواقع الإلكترونية الزراعية جدول ٣.

يتبين من جدول ٤ أن موقع الإدارة المركزية للإرشاد الزراعي والبيئة جاء في المرتبة الأولى من حيث تطبيقه لمعايير تقييم جودة المواقع الإلكترونية الزراعية حيث استوفي ٥١ بند من ٦٢ بند من بنود استمارة التقييم وذلك بنسبة ٨٢,٣٪، وجاء موقع أراضينا للزراعة والإنتاج الحيواني في المرتبة الثانية حيث استوفي ٤٨ بند من بنود الاستمارة بنسبة ٧٧,٤٪، واحتل موقع الأهرام الزراعي المرتبة الثالثة حيث استوفي ٤٣ بند من بنود الاستمارة بنسبة ٦٩,٤٪، ثم تلي ذلك موقع جريدة مصر الزراعية حيث احتل المرتبة الرابعة بنسبة ٦١,٣٪، بينما احتلت مواقع عالم الزراعة، والزراعة نت، والرادكون، وقناة مصر الزراعية، وقاعدة بيانات الزراعة المصرية المرتبة الخامسة والسادسة والسابعة والثامنة والتاسعة على الترتيب بنسب ٥٨٪، ٥٤,٨٪، ٥١,٦٪، ٤٥,٢٪، ٣٠,٦٪ على الترتيب.

ومما سبق يتبين أن المواقع التي احتلت المراتب الثلاث الأولى وهي موقع الإدارة المركزية للإرشاد الزراعي والبيئة و موقع أراضينا للزراعة والإنتاج الحيواني للإنتاج الحيواني وموقع الأهرام الزراعي كانت مستوفية لمعيار جودة المحتوى أكثر من المواقع الأخرى والمعايير الأخرى أيضاً مما يعطي ثقة للمستفيد في المعلومات التي تؤخذ من هذه المواقع.

ثانياً: جودة محتوى المواقع الإلكترونية الزراعية

للتعرف على جودة محتوى المواقع الإلكترونية الزراعية تم معرفة مدي استيفاء كل موقع الكتروني زراعي موضع الدراسة ل٢٧ بند تشمل المؤشرات المدروسة لتقييم جودة محتوى المواقع الإلكترونية الزراعية (جدول ٥).

يتبين من جدول ٥ أن موقع الإدارة المركزية للإرشاد الزراعي والبيئة جاء في المرتبة الأولى من حيث تطبيقه لمؤشرات تقييم جودة محتوى المواقع الإلكترونية الزراعية حيث استوفي ٢١ بند من ٢٧ بند هي اجمالي بنود مؤشرات تقييم جودة محتوى المواقع الإلكترونية الزراعية وذلك بنسبة ٧٧,٨٪ من اجمالي مؤشرات تقييم جودة محتوى المواقع الإلكترونية الزراعية، واحتل موقع أراضينا للزراعة والإنتاج الحيواني المرتبة الثانية حيث استوفي ١٨ بند من بنود تقييم جودة محتوى المواقع الإلكترونية الزراعية بنسبة ٦٦,٧٪، واحتل موقع الأهرام الزراعي المرتبة الثالثة حيث استوفي ١٧ بند من بنود تقييم جودة محتوى المواقع الإلكترونية الزراعية بنسبة ٦٢,٩٪، ثم تلي ذلك موقع جريدة مصر الزراعية حيث احتل المرتبة الرابعة بنسبة ٥٥,٦٪، بينما احتلت مواقع الزراعة نت، وعالم الزراعة، وقاعدة بيانات الزراعة المصرية، والرادكون، وقناة مصر الزراعية، المرتبة الخامسة والسادسة والسابعة والثامنة والتاسعة على الترتيب بنسب ٥١,٨٪، ٤٤,٥٪، ٢٩,٦٪، ٢٥,٩٪، ١٨,٥٪ على الترتيب.

٥- سهولة التعامل مع الموقع الإلكتروني الزراعي: تم قياس هذا المعيار من خلال إعطاء درجة واحدة لكل بند من البنود المعبرة عن مؤشرات سهولة التعامل مع الموقع الإلكتروني الزراعي والبالغ عددها ١١ بند موزعة على مؤشرات المعيار كالتالي:
أ- سهولة الاستخدام: تم قياس هذا المؤشر بستة عبارات وهي: ٥٢- هناك سهولة في الوصول إلي الموقع، ٥٣- عنوان الموقع سهل تذكره، ٥٤- يتم تحميل الموقع في وقت قصير، ٥٥- يوجد عداد لمعرفة عدد المستخدمين للموقع في فترة معينة، ٥٦- يحتوي الموقع علي عدد قليل من الإعلانات لتفادي طول مدة التحميل، ٥٧- يوفر الموقع جميع الخدمات دون انقطاع في أي وقت من نهار أو ليل، ب- الميزات التفاعلية: تم قياس هذا المؤشر بخمسة عبارات وهي: ٥٨- هناك تعليمات واضحة لاستخدام أي جزء من الموقع، ٥٩- توجد رسائل خطأ لمساعدة المستفيد عند حدوث أي مشكلة، ٦٠- توجد أسئلة متكررة مع إجابتها علي الموقع، ٦١- توجد أداة بحث داخل محتوى الموقع، ٦٢- يوجد أدوات اتصال بين المستخدمين والموقع من خلال البريد الإلكتروني أو الدردشة، ولسهولة عرض الجداول تم التعبير عن العبارات بالرموز وهي علي الترتيب: (X١)، (X٢)، (X٣)، (X٤)، (X٥)، (X٦)، (X٧)، (X٨)، (X٩)، (X١٠)، (X١١)، (X١٢)، (X١٣)، (X١٤)، (X١٥)، (X١٦)، (X١٧)، (X١٨)، (X١٩)، (X٢٠)، (X٢١)، (X٢٢)، (X٢٣)، (X٢٤)، (X٢٥)، (X٢٦)، (X٢٧)، (X٢٨)، (X٢٩)، (X٣٠)، (X٣١)، (X٣٢)، (X٣٣)، (X٣٤)، (X٣٥)، (X٣٦)، (X٣٧)، (X٣٨)، (X٣٩)، (X٤٠)، (X٤١)، (X٤٢)، (X٤٣)، (X٤٤)، (X٤٥)، (X٤٦)، (X٤٧)، (X٤٨)، (X٤٩)، (X٥٠)، (X٥١)، (X٥٢)، (X٥٣)، (X٥٤)، (X٥٥)، (X٥٦)، (X٥٧)، (X٥٨)، (X٥٩)، (X٦٠)، (X٦١)، (X٦٢).

٦- ترتيب المواقع الإلكترونية الزراعية وفقاً لعدد الزوار: لتحقيق هذا الهدف تم الاستعانة بموقع اليكسا العالمي وهو موقع تابع لشركة «امازون» يعمل على ترتيب مواقع الويب ترتيب شهري من حيث عدد الزوار لكافة المواقع «عبر العالم» المفهرسة على اليكسا، مع معلومات تفصيلية عن توزيع زوار الموقع وشرائحهم العمرية وحقل اهتمامهم ترتيباً عكسياً أي ان الموقع الذي يحمل الترتيب ١٠ افضل من الموقع الذي يحمل الترتيب ٢٠، ويعمل موقع اليكسا على ترتيب المواقع حسب عدد الزوار أي أن كمية الزوار هي كل شيء لاليكسا ولايهمه أي شيء آخر سواء كان تخصص الموقع أو متى انشئ أو ماذا يتناول فقط عدد الزوار هو العامل الاساسي بالنسبة لاليكسا، وتصنف المواقع الى ستة أصناف، الصنف الأول: من ترتيب ستة مليون فما فوق وهي مواقع تحتاج الى مزيد من الاجتهاد، والصنف الثاني من الستة مليون الى اربعة مليون وهي مواقع يسير اصحابها في طريق التحسن و الدخول في جو المنافسة والصنف الثالث من الاربعة مليون الى ٢ مليون وهي مواقع دخلت جو المنافسة وتحاول أن ترتقي الى فئة الالاف والصنف الرابع من ٢ مليون الى المليون وهي مواقع اشد التنافس بينها ويجب عليها مواصلة التميز و الاجتهاد و إلا سرعان ماسيرتفع ترتيبها والصنف الخامس من المليون الى ١٠ آلاف وهي مواقع ممتازة تتواصل بتقديم الجديد لتحافظ على ترتيبها والصنف الأخير هي مواقع من ١٠ آلاف ويمكننا القول انها مواقع ضمنت الصدارة لايتراجع ترتيبها كثيراً.

صعوبات الدراسة :

١. عدم معرفة حجم مجتمع الدراسة المتمثل في المواقع الإلكترونية الزراعية، وبذلك عدم القدرة على التحقق من تمثيل العينة لهذا المجتمع.
٢. إمكانية عدم ظهور بعض المواقع التي من الممكن أن تكون

جدول ٤. ترتيب المواقع الإلكترونية الزراعية وفقاً لمعايير جودة المواقع الإلكترونية

ترتيب	النسبة المئوية	المجموع (62)	المعايير			عنوان الموقع	
			سهولة التعامل	جودة التنظيم	جودة التصميم		
٢	٧٧,٤	٤٨	٧	٩	١٤	١٨	موقع أراضينا للزراعة والإنتاج الحيواني
١	٨٢,٣	٥١	٧	٩	١٤	٢١	الإدارة المركزية للإرشاد الزراعي والبيئة
٧	٥١,٦	٣٢	٥	٩	١١	٧	الرادكون
٣	٦٩,٤	٤٣	٦	٧	١٣	١٧	الأهرام الزراعي
٤	٦١,٣	٣٨	٥	٧	١١	١٥	جريدة مصر الزراعية
٥	٥٨	٣٦	٤	٦	١٤	١٢	عالم الزراعة
٦	٥٤,٨	٣٤	٣	٧	١٠	١٤	زراعة نت
٨	٤٥,٢	٢٨	٤	٧	١٢	٥	قناة مصر الزراعية
٩	٣٠,٦	١٩	٤	٤	٣	٨	قاعدة بيانات مصر الزراعية

يتبين من جدول ٦ أن مواقع أراضينا للزراعة والإنتاج الحيواني، والإدارة المركزية للإرشاد الزراعي والبيئة، وعالم الزراعة جاءت في المرتبة الأولى من حيث استيفائها لمؤشرات تقييم جودة تصميم المواقع الإلكترونية الزراعية حيث استوفوا ١٤ بند من ١٥ بند هي إجمالي بنود مؤشرات تقييم جودة تصميم المواقع الإلكترونية الزراعية وذلك بنسبة ٣٩,٣٪ من إجمالي مؤشرات تقييم جودة تصميم المواقع الإلكترونية الزراعية، واحتل موقع الأهرام الزراعي المرتبة الثانية حيث استوفى ١٣ بند من بنود تقييم جودة تصميم المواقع الإلكترونية الزراعية بنسبة ٨٦,٧٪، واحتل موقع قناة مصر الزراعية المرتبة الثالثة حيث استوفى ١٢ بند من بنود تقييم جودة تصميم المواقع الإلكترونية الزراعية بنسبة ٨٠٪، ثم تلى ذلك موقع جريدة مصر الزراعية والرادكون حيث احتل المرتبة الرابعة بنسبة ٧٣,٣٪، بينما احتل موقع الزراعة نت، وقاعدة بيانات الزراعة المصرية المرتبة الخامسة والسادسة على الترتيب بنسب ٦٦,٧٪، ٢٠٪ على الترتيب.

ويتضح مما سبق أن المواقع الإلكترونية الزراعية التي استوفت مؤشر الجاذبية خمسة مواقع من المواقع الإلكترونية الزراعية محل الدراسة وهي: موقع أراضينا للزراعة والإنتاج الحيواني، وموقع الإدارة المركزية للإرشاد الزراعي والبيئة، وموقع الأهرام الزراعي، وموقع قناة مصر الزراعية، وموقع عالم الزراعة، بينما تمثلت المواقع الإلكترونية الزراعية محل الدراسة والتي استوفت كلياً مؤشر اللون في: موقع أراضينا للزراعة والإنتاج الحيواني، وموقع الإدارة المركزية للإرشاد الزراعي والبيئة، وموقع الأهرام الزراعي، وموقع عالم الزراعة، وموقع قناة مصر الزراعية وهذا يعكس مدى إهتمام المواقع الإلكترونية الزراعية باستخدام الألوان وذلك لزيادة عدد زوار هذه المواقع، أما المواقع الإلكترونية الزراعية محل الدراسة والتي استوفت كلياً مؤشر الفيديو والصورة والصوت كانت موقع أراضينا للزراعة والإنتاج الحيواني، وموقع الإدارة المركزية للإرشاد الزراعي والبيئة، بينما تمثلت المواقع الإلكترونية الزراعية محل الدراسة والتي استوفت كلياً مؤشر النص في موقع جريدة مصر الزراعية، وموقع عالم الزراعة.

رابعاً: جودة تنظيم المواقع الإلكترونية الزراعية

للتعرف على جودة تنظيم المواقع الإلكترونية الزراعية تم معرفة مدى استيفاء كل موقع الكتروني زراعي موضع الدراسة ل ٩ بنود تشمل المؤشرات المدروسة لتقييم جودة تنظيم المواقع

يتضح مما سبق أن المواقع الإلكترونية الزراعية التي استوفت مؤشر الحدائة ثلاثة مواقع فقط من المواقع الإلكترونية الزراعية محل الدراسة وهي: موقع الأهرام الزراعي، وموقع جريدة مصر الزراعية، وموقع عالم الزراعة ، ربما يرجع ذلك إلي أن هذه المواقع الإلكترونية الزراعية تهتم بعرض الأخبار الزراعية مما يجعلها تحدث نفسها يومياً، وموقع إلكتروني زراعي واحد فقط هو الذي استوفى مؤشر الصلة وهو موقع الإدارة المركزية للإرشاد الزراعي والبيئة وقد يرجع ذلك إلي أن القائمين على الموقع مهتمين بشئون الإرشاد الزراعي بمصر، أما المواقع الإلكترونية الزراعية محل الدراسة والتي استوفت كلياً بنود مؤشر الدقة كانت موقع الإدارة المركزية للإرشاد الزراعي والبيئة، وموقع أراضينا للزراعة والإنتاج الحيواني، وموقع الزراعة نت وهذا قد يرجع إلى أن هذه المواقع تهتم بعرض المقالات العلمية الزراعية لذلك فهي توثق مصادرها مما يعطي ثقة في هذه المواقع الإلكترونية الزراعية كمصدر للمعلومات الزراعية، بينما تمثلت المواقع الإلكترونية الزراعية محل الدراسة والتي استوفت كلياً مؤشر الموضوعية في: موقع أراضينا للزراعة والإنتاج الحيواني، وموقع الأهرام الزراعي، وموقع جريدة مصر الزراعية، وموقع الزراعة نت وهذا قد يرجع إلى أن هذه المواقع تهتم بعرض المقالات العلمية الزراعية في عرضها لهذه المقالات مما يعطي ثقة في هذه المواقع الإلكترونية الزراعية كمصدر للمعلومات الزراعية، أما المواقع الإلكترونية الزراعية التي استوفت كلياً بنود مؤشر السلطة الفكرية كانت موقع أراضينا للزراعة والإنتاج الحيواني، وموقع الإدارة المركزية للإرشاد الزراعي والبيئة، بينما تمثلت المواقع الإلكترونية الزراعية التي استوفت كلياً مؤشر ملائمة المعلومات في: موقع الأهرام الزراعي، وموقع جريدة مصر الزراعية، وموقع عالم الزراعة، وموقع الزراعة نت، وموقع قناة مصر الزراعية ، وموقع قاعدة بيانات الزراعة المصرية. أما المواقع الإلكترونية الزراعية محل الدراسة التي استوفت كلياً بنود مؤشر تنوع أسلوب عرض المعلومات كانت موقع أراضينا للزراعة والإنتاج الحيواني، وموقع الإدارة المركزية للإرشاد الزراعي والبيئة ، وموقع الأهرام الزراعي.

ثالثاً: جودة تصميم المواقع الإلكترونية الزراعية

للتعرف على جودة تصميم المواقع الإلكترونية الزراعية تم معرفة مدى استيفاء كل موقع الكتروني زراعي موضع الدراسة ل ١٥ بند تشمل المؤشرات المدروسة لتقييم جودة تصميم المواقع الإلكترونية الزراعية (جدول ٦).

سهولة التعامل مع المواقع الإلكترونية الزراعية وذلك بنسبة ٦٣,٦٪ من إجمالي مؤشري سهولة التعامل مع المواقع الإلكترونية الزراعية محل الدراسة، واحتل موقعي الأهرام الزراعي، وجريدة مصر الزراعية المرتبة الثانية من حيث سهولة التعامل مع الموقع حيث استوفيا ٦ بنود من إجمالي بنود مؤشري سهولة التعامل مع المواقع الإلكترونية الزراعية وذلك بنسبة ٤٥,٥٪، وجاء موقع الرادكون في المرتبة الثالثة بنسبة ٤٥,٥٪، واحتل كل من موقع عالم الزراعة، وموقع قناة مصر الزراعية، وموقع قاعدة بيانات الزراعة المصرية المرتبة الرابعة حيث استوفوا أربعة بنود فقط من إجمالي بنود مؤشري سهولة التعامل مع المواقع الإلكترونية الزراعية وذلك بنسبة ٣٦,٤٪، بينما احتل موقع زراعة نت المرتبة الخامسة والأخيرة بنسبة ٢٧,٣٪.

ويتضح مما سبق أن كل المواقع الإلكترونية الزراعية محل الدراسة لم تستوفي كليا مؤشر سهولة الاستخدام والميزات التفاعلية فنوجد بنود لم تستوفى من جميع المواقع الإلكترونية الزراعية محل الدراسة والمتعلقة بمؤشر الميزات التفاعلية وهي: هناك تعليمات واضحة لاستخدام أي جزء من الموقع (X٥٨)، وتوجد رسائل خطأ لمساعدة المستفيد عند حدوث أي مشكلة (X٥٩)، توجد أسئلة متكررة مع إجابتها علي الموقع (X٦٠)، فعلي الرغم من أهمية هذين المؤشرين حيث أنهما يؤثران على سهولة استخدام الموقع للمستفيد إلا أنهما لم يستوفيا الإستيفاء المطلوب لمعيار سهولة التعامل مع الموقع.

سادساً: ترتيب المواقع الإلكترونية الزراعية محل الدراسة وفقاً لمعدلات التصفح

يعتمد هذا الجزء من البحث على النتائج المتوافرة من خلال موقع اليكسا Alexa.Com المتخصص في توفير بيانات ومعلومات حول المواقع الإلكترونية لتحديد مدي معرفة هذه المواقع وإنتشارها، فتم جمع البيانات الخاصة بمعدل الزيارات التي تتم للمواقع الإلكترونية الزراعية محل الدراسة وترتيبها وفقاً لعدد الزوار (جدول ٩).

الإلكترونية الزراعية وقد تبين أن مواقع أراضينا للزراعة والإنتاج الحيواني، والإدارة المركزية للإرشاد الزراعي والبيئة، والرادكون جاءت في المرتبة الأولى من حيث استيفائها لمؤشرات تقييم جودة تنظيم المواقع الإلكترونية الزراعية حيث استوفوا التسعة بنود وهي إجمالي بنود مؤشرات تقييم جودة تصميم المواقع الإلكترونية الزراعية وذلك بنسبة ١٠٠٪ من إجمالي مؤشرات تقييم جودة تنظيم المواقع الإلكترونية الزراعية، واحتلت مواقع الأهرام الزراعي، وجريدة مصر الزراعية، والزراعة نت، وقناة مصر الزراعية المرتبة الثانية حيث استوفوا سبعة بنود من بنود تقييم جودة تنظيم المواقع الإلكترونية الزراعية بنسبة ٧٧,٨٪، بينما احتلت موقع عالم الزراعة وموقع قاعدة بيانات الزراعة المصرية المرتبة الثالثة والرابعة علي الترتيب بنسب ٦٦,٧٪، ٤٤,٤٪ علي الترتيب، جدول (٧).

ويتضح مما سبق أن كل المواقع الإلكترونية الزراعية محل الدراسة استوفت مؤشري الفهرس والشعار، وموقع إلكتروني زراعي واحد فقط من المواقع الإلكترونية محل الدراسة لم يستوفى مؤشر الإتساق وهو موقع قاعدة بيانات الزراعة المصرية، وثلاثة مواقع إلكترونية زراعية من من المواقع الإلكترونية محل الدراسة استوفت كليا مؤشر الروابط والوصلات وهي موقع أراضينا للزراعة والإنتاج الحيواني، وموقع الإدارة المركزية للإرشاد الزراعي والبيئة، وموقع الرادكون.

خامساً: سهولة التعامل مع المواقع الإلكترونية الزراعية

للتعرف على سهولة التعامل مع المواقع الإلكترونية الزراعية تم معرفة مدى استيفاء كل موقع إلكتروني زراعي موضع الدراسة ل ١١ بند تشمل المؤشرات المدروسة لتقييم جودة سهولة التعامل مع المواقع الإلكترونية الزراعية (جدول ٨).

يتبين من جدول ٨ أن مواقع أراضينا للزراعة والإنتاج الحيواني، والإدارة المركزية للإرشاد الزراعي والبيئة احتلا المرتبة الأولى من حيث استيفائهما لمؤشري سهولة التعامل مع المواقع الإلكترونية حيث استوفيا ٧ بنود من إجمالي بنود مؤشري

جدول ٦. ترتيب المواقع الإلكترونية الزراعية وفقاً لمعيار جودة تصميم المواقع الإلكترونية

الترتيب	النسبة المئوية المئوية	المجموع (١٥)	المؤشرات											عنوان الموقع				
			النص					الفيديو والصورة والصوت			اللون		الجاذبية					
			X٤٢	X٤١	X٤٠	X٣٩	X٣٨	X٣٧	X٣٦	X٣٥	X٣٤	X٣٣	X٣٢		X٣١	X٣٠	X٢٩	X٢٨
١	٩٣,٣	١٤	√		√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	موقع أراضينا للزراعة والإنتاج الحيواني
١	٩٣,٣	١٤	√		√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	الإدارة المركزية للإرشاد الزراعي والبيئة
٤	٧٣,٣	١١	√		√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	الرادكون
٢	٨٦,٧	١٣	√		√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	الأهرام الزراعي
٤	٧٣,٣	١١	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	جريدة مصر الزراعية
١	٩٣,٣	١٤	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	عالم الزراعة
٥	٦٦,٧	١٠		√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	زراعة نت
٣	٨٠	١٢	√	√		√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	قناة مصر الزراعية
٦	٢٠	٣						√										قاعدة بيانات مصر الزراعية

الترتيب	النسبة المئوية	المجموع (27)	المؤشرات																		عنوان الموقع									
			تنوع السلوب عرض المعلومات			ملائمة المعلومات			السطحة الفكرية			الموضوعة			الدقة			الصحة				الحداثة								
			X27	X26	X25	X24	X23	X22	X21	X20	X19	X18	X17	X16	X15	X14	X13	X12	X11	X10	X9	X8	X7	X6	X5	X4	X3	X2	X1	
2	66.7	18	✓	✓	✓	✓		✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓									✓	موقع أراضينا للزراعة والإنتاج الحيواني الإدارة المركزية للإرشاد الزراعي والبيئة	
1	77.8	21	✓	✓	✓	✓		✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	الأهرام الزراعي	
3	62.9	17	✓	✓	✓	✓		✓		✓			✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓								✓	جريدة مصر الزراعية	
4	55.6	15	✓	✓		✓		✓	✓				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓								✓	عالم الزراعة	
6	44.5	12				✓		✓	✓				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓								✓	زراعة نت	
5	51.8	14	✓			✓		✓	✓				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓								✓	قناة مصر الزراعية	
9	18.5	5				✓		✓	✓																			✓	قاعدة بيانات مصر الزراعية	
7	29.6	8				✓		✓	✓																			✓	مصر الزراعية	

جدول ٥. ترتيب المواقع الإلكترونية الزراعية وفقاً لمعيار جودة المحتوى

جدول ٧. ترتيب المواقع الإلكترونية الزراعية وفقاً لجودة تنظيم المواقع الإلكترونية

الترتيب	النسبة المئوية	المجموع (٩)	المؤشرات									عنوان الموقع
			الشعار		الروابط والوصلات				الاتساق		الفهرس	
			X٥١	X٥٠	X٤٩	X٤٨	X٤٧	X٤٦	X٤٥	X٤٤	X٤٣	
١	١٠٠	٩	√	√	√	√	√	√	√	√	√	موقع أراضينا للزراعة والإنتاج الحيواني
١	١٠٠	٩	√	√	√	√	√	√	√	√	√	الإدارة المركزية للإرشاد الزراعي والبيئة
١	١٠٠	٩	√	√	√	√	√	√	√	√	√	الرادكون
٢	٧٧,٨	٧	√	√			√	√	√	√	√	الأهرام الزراعي
٢	٧٧,٨	٧	√	√			√	√	√	√	√	جريدة مصر الزراعية
٣	٦٦,٧	٦	√	√			√		√	√	√	عالم الزراعة
٢	٧٧,٨	٧	√	√			√	√	√	√	√	زراعة نت
٢	٧٧,٨	٧	√	√			√	√	√	√	√	قناة مصر الزراعية
٤	٤٤,٤	٤	√	√		√					√	قاعدة بيانات مصر الزراعية

كما يتبين ان المواقع الإلكترونية الزراعية محل الدراسة تقع في الصنف الخامس والسادس وفقاً لتصنيف موقع اليكسا فهذه المواقع تتميز بارتفاع عدد زوارها في جمهورية مصر العربية من الأفراد المهتمين بالزراعة مما قد يمكن استخدام هذه المواقع في نشر المستحدثات الزراعية بطريقة علمية وجذابة مع مراعاة معايير جودة المواقع الإلكترونية بين المستفيدين من المواقع الإلكترونية الزراعية بشكل سريع.

يتبين من جدول ٩ أن موقع الأهرام الزراعي احتل المرتبة الأولى وفقاً لعدد الزوار بجمهورية مصر العربية من بين المواقع الإلكترونية الزراعية محل الدراسة، وجاء في المرتبة الثانية موقع أراضينا للزراعة والإنتاج الحيواني، أما موقع زراعة نت جاء في المرتبة الثالثة وفقاً لعدد الزوار بجمهورية مصر العربية من بين المواقع الإلكترونية الزراعية محل الدراسة، وجاء كل من موقع قاعدة بيانات الزراعة المصرية، وموقع عالم الزراعة، وموقع قناة مصر الزراعية، وموقع الإدارة المركزية للإرشاد الزراعي والبيئة، وموقع جريدة مصر الزراعية في المرتبة الرابعة والخامسة والسادسة والسابعة والثامنة على الترتيب، بينما احتل موقع الرادكون المرتبة التاسعة والأخيرة.

جدول ٨. ترتيب المواقع الإلكترونية الزراعية وفقاً لسهولة التعامل مع المواقع الإلكترونية

الترتيب	النسبة المئوية	المجموع (11)	المؤشرات										عنوان الموقع	
			الميزات التفاعلية					سهولة التعامل						
			X62	X61	X60	X59	X58	X57	X56	X55	X54	X53		X52
1	63.6	7	√	√				√		√	√	√	√	موقع أراضينا للزراعة والإنتاج الحيواني
1	63.6	7	√	√				√		√	√	√	√	الإدارة المركزية للإرشاد الزراعي والبيئة
3	45.5	5	√					√			√	√	√	الرادكون
2	54.5	6		√				√	√		√	√	√	الأهرام الزراعي
2	54.5	6		√				√	√		√	√	√	جريدة مصر الزراعية
4	36.4	4		√				√			√		√	عالم الزراعة
5	27.3	3						√	√					زراعة نت
4	36.4	4						√	√	√			√	قناة مصر الزراعية
4	36.4	4		√				√			√		√	قاعدة بيانات مصر الزراعية

التوصيات

استناداً إلى ما سبق من نتائج يمكن استخلاص التوصيات التالية:

١- على ضوء ما تبين من نتائج الدراسة أن المواقع الإلكترونية الزراعية لم تتل القدر الكافي من الدراسة مقارنة بالتطبيقات المختلفة للإرشاد الإلكتروني، وبالتالي توصى الدراسة بإجراء المزيد من الدراسات عنها أملاً في استخدامها لتقديم الخدمة الإرشادية للمستفيدين.

٢- أوضحت النتائج أن موقع الإدارة المركزية للإرشاد الزراعي والبيئة جاء في المرتبة الأولى من حيث تطبيقه لمعايير تقييم جودة المواقع الإلكترونية الزراعية، وجاء موقع أراضينا للزراعة والإنتاج الحيواني في المرتبة الثانية، واحتل موقع الأهرام الزراعي المرتبة الثالثة، لذا توصى الدراسة بتوجيه المسؤولين بالإدارة المركزية للإرشاد الزراعي بضرورة التعاون مع القائمين على هذه المواقع واستغلال هذه المواقع القائمة بالفعل في تقديم الخدمة الإرشادية الزراعية للمستفيدين.

٣- في ضوء نتائج الدراسة يتضح أن موقع الإدارة المركزية للإرشاد الزراعي والبيئة جاء في المرتبة الأولى، واحتل موقع أراضينا للزراعة والإنتاج الحيواني المرتبة الثانية، وجاء موقع الأهرام الزراعي المرتبة الثالثة من حيث تطبيقهم لمؤشرات تقييم

جودة محتوى المواقع الإلكترونية الزراعية، لذا يمكن التوصية باستثمار هذه المواقع في تقديم الخدمة الإرشادية الزراعية، والتعاون مع جهات البحث العلمي الزراعي لإمداد هذه المواقع بالجديد في البحث العلمي الزراعي لإثراء محتوى هذه المواقع الإلكترونية الزراعية.

٤- على ضوء ما تبين من نتائج هذه الدراسة فيما يتعلق بمؤشري سهولة الاستخدام والميزات التفاعلية اتضح كل المواقع الإلكترونية الزراعية محل الدراسة لم تستوفي كلياً بنود هذه المؤشرات لذا توصى الدراسة القائمين على المواقع الإلكترونية الزراعية محل الدراسة الإهتمام بهذان المؤشران لما لهما من أهمية حيث أنهما يؤثران على سهولة استخدام الموقع للمستفيد.

٥- أوضحت النتائج المتعلقة بترتيب المواقع الإلكترونية الزراعية محل الدراسة وفقاً لعدد الزوار بجمهورية مصر العربية كما يراها الموقع العالمي إلكسا أن موقع الأهرام الزراعي احتل المرتبة الأولى، وجاء في المرتبة الثانية موقع أراضينا للزراعة والإنتاج الحيواني وفقاً لعدد الزوار بجمهورية مصر العربية من بين المواقع الإلكترونية الزراعية محل الدراسة، لذا يمكن التوصية باستخدام هذه المواقع في تقديم الخدمة الإرشادية الزراعية وبصفة خاصة المواقع التي احتلت المراتب الأولى وذلك لزيارة المهتمين بالزراعة لها والتي قد يكون بينهم مستفيدين من الخدمة الإرشادية الزراعية.

جدول ٩. ترتيب المواقع الإلكترونية الزراعية وفقاً لعدد الزوار

م	اسم الموقع	رابط الموقع	ترتيب الموقع وفقاً لعدد الزوار بمصر	أهمية الموقع
1	أراضينا للزراعة والإنتاج الحيواني	aradina.kenanaonline.com	٤١١	٢
2	الإدارة المركزية للإرشاد الزراعي والبيئة	http://www.caaes.org	٢١,٦٨٢	٧
3	شبكة اتصال التنمية الزراعية والريفية	http://www.radcon.sci.eg	١٠٠,٢٣٦	٩
4	الأهرام الزراعي	http://agri.ahram.org.eg	٧٤	١
5	جريدة مصر الزراعة	http://www.hayel1.com	٢٨,٤٥٣	٨
6	عالم الزراعة	http://www.agricultureegypt.com	١١,٨٤٥	٥
7	زراعة نت	http://www.zira3a.net	٢,١٠١	٣
8	قناة مصر الزراعية	http://misr.alzeraya.tv	١٧,٤٧٤	٦
9	قاعدة بيانات الزراعة المصرية	http://www.agri-db.org	١٠,٧٥٤	٤

المراجع

1. إبراهيم، يسري خالد (2014): وسائل الإعلام الإلكترونية ودورها في الإنماء المعرفي، دار النفائس للنشر والتوزيع، الأردن.
2. الجويلي، سمير إبراهيم (2008): استفادة المرشدين الزراعيين والزراع من شبكة اتصال البحوث بالإرشاد الزراعي (فيركون) بمحافظة كفر الشيخ والبحيرة، رسالة ماجستير، كلية الزراعة بدمهور، جامعة الإسكندرية.
3. الديب، صفاء احمد فهم (2005): دراسة واقع ومستقبل شبكة اتصال البحوث بالإرشاد (فيركون) كسبيل لتحديث طرق الاتصال الإرشادية "دراسة حالة في بعض القرى بمحافظة كفر الشيخ، رسالة دكتوراه، كلية الزراعة، جامعة الإسكندرية.
4. الضرمان، فاتح عبدالله (2006): قياس الجودة الشاملة لمواقع الجامعات العربية علي الإنترنت، مجلة الاتجاهات الحديثة في المكتبات والمعلومات، المجلد 12، العدد 23.
5. الطنوبي، محمد عمر (1995): نظريات الإتصال ، دار المطبوعات الجديدة، الإسكندرية.
6. النجار، رضا محمد محمود (2008): علم المكتبات والمعلومات المعاصر، الدار المصرية اللبنانية.
7. بدران، شكري محمد، وعصام فتحي الزهار، وزغلول محمد صفر (2007): الاستفادة من شبكة اتصال البحوث بالإرشاد في حل مشكلات الزراع بقرى محافظة كفر الشيخ، مجلة العلوم الزراعية، كلية الزراعة، جامعة المنصورة، المجلد (32)، العدد (3)، مارس.
8. حافظ، عبد الرشيد بن عبد العزيز ، وهناء على الضحوي (2006): مصادر المعلومات المتاحة علي شبكة الإنترنت، cybrarians journal، متاح في <http://www.cybrarians.info/journal/no10/resources>.
9. حسن، ليلي، وعماد أبو الرب (2012) : إطار نظري لتقويم جودة المواقع الأكاديمية، المجلة العربية الدولية للمعلوماتية، المجلد الأول، العدد الأول
10. حسين، محمد مصطفى (2010) : تقييم جودة المواقع الإلكترونية -دراسة تحليلية مقارنة بين بعض المواقع العربية والأجنبية- مجلة تكريت للعلوم الإدارية والإقتصادية، المجلد 6، عدد 18.
11. زهانج، ين. (2001) : الإفادة من مصادر المعلومات الإلكترونية المعتمدة على الإنترنت لأغراض البحث ترجمة حشمت قاسم.- دراسات عربية في المكتبات وعلم المعلومات . مج 6 ، ع 3 .
12. سرحان، عماد عمر (2012): سر النجاح في بناء وتأسيس المواقع الإلكترونية، دار العبيكان للنشر والتوزيع، الرياض.
13. سويلم، محمد نسيم علي (2015): معلومات مختارة في الإرشاد الزراعي والمجتمع الريفي، الطبعة الأولى، دار الندي للطباعة، القاهرة.
14. شاكر، محمد حامد، زكريا محمد الزرقا، وحسن علي شرشر (2004): الأثر الإرشادي لتعرض الزراع لنظام المشكلات وتتبع حلولها بشبكة الفيركون بمحافظة كفر الشيخ، مجلة العلوم الزراعية، كلية الزراعة، جامعة المنصورة، المجلد (29)، العدد (11)، نوفمبر.
15. شاكر، محمد حامد زكي، قاسم، محمد حسن (2001): المعلومات والبيانات التي يحتاجها المتعاملون على شبكة الاتصال الإرشادي الإلكترونية بين البحث والإرشاد الزراعي، المؤتمر العلمي الثاني حول مستقبل التنمية الزراعية والمجتمعية على ترعة السلام بسيناء، كلية العلوم الزراعية البيئية بالعرش، جامعة قناة السويس، يوليو.
16. شبانه، رشا محمد السيد (2010): دراسة تقييمه لنظام مشكلات المزارعين على شبكة اتصال البحوث بالإرشاد الزراعي، رسالة ماجستير، كلية الزراعة، جامعة المنصورة.
17. عبدالغفار، عبدالغفار طه (1976): الإرشاد الزراعي بين الفلسفة والتطبيق، دار المطبوعات الجديدة، الإسكندرية.
18. عبد الغفار ، فيصل محمد (2015): شبكات التواصل الاجتماعي، الطبعة الأولى، الجنادرية للنشر والتوزيع.
19. عزوز، عبد الرازي عبد الدايم، والسيد حسين طلعت، ومراد محمد عبد السلام (2006): بعض العوامل المؤثرة على إدراك العاملين الإرشاديين والباحثين الزراعيين لمزايا استخدام شبكة الاتصال الإرشادي بين البحث والإرشاد الزراعي (فيركون) بمحافظة أسيوط، مجلة العلوم الزراعية، كلية الزراعة، جامعة المنصورة، المجلد (31)، العدد (2) فبراير.
20. فليحي، محمد (2014): النشر الإلكتروني الطباعة والصحافة الإلكترونية والوسائط المتعددة، الطبعة الأولى، دار المناهج للنشر والتوزيع، عمان.
21. قاسم، محمد حسن (2005): استخدام الزراع للنظام الخبير للأرز كمعينة إرشادية بمحافظة كفر الشيخ، المجلة البحثية لخدمة البيئة والمجتمع، الجمعية العلمية لحماية البيئة الريفية بالشرقية، المجلد (2)، العدد (2).
22. قاسم، محمد حسن (2007): تحليل قاعدة بيانات نظام مشكلات الزراع على شبكة اتصال البحوث والإرشاد الزراعي للتعرف على قدرة الباحثين والأخصائيين والمرشدين على حل مشكلات الزراع بجمهورية مصر العربية، مجلة العلوم الزراعية، كلية الزراعة، جامعة المنصورة، المجلد (32)، العدد (9)، سبتمبر.
23. ميخائيل، ماري بشرى (2008): الكفايات المعرفية للمرشدين الزراعيين المسؤولين عن استخدام الشبكات الاتصالية الإلكترونية في المراكز الإرشادية الزراعية بمحافظة كفر الشيخ والغربية، مجلة الجمعية العلمية للإرشاد الزراعي، المجلد الثاني عشر، العدد الثاني.
24. ميخائيل، ماري بشرى؛ هجرس، حسين علي (2012): متطلبات تفعيل وتطوير شبكة اتصال البحوث بالإرشاد

- ثانياً: مراجع باللغة الإنجليزية**
- Amin, M. Sugiyant, Keppi, S.and Usmadi,(2013) The effectiveness of cyber-extension-based information technology to support agricultural activities in Kabupaten donggala, central Sulawesi province, Indonesia, international journal of Asian social science, volume (4),NO. (online) www.aessweb.com.
- Rodrig, I., (2015) An ICT initiative in agricultural extension, India. (online) www.e. agricultural.org.
- Odera, O.J., (2014) Kenya rolls out e-extension to improve agricultural, Uganda.(online) www.biztechafrika.com.
- ثالثاً: المواقع الإلكترونية**
- <http://yomgedid.kenanaonline.com>
<http://kenanaonline.com>
<http://aradina.kenanaonline.com>
<http://www.caaes.org>
<http://agri.ahram.org.eg>
<http://www.agricultureegypt.com>
<http://www.hayel.com>
<http://www.zira'a.net>
<http://www.agri-db.org>
<http://misr.alzeraya.tv>
<http://www.radcon.sci.eg>
- (Received:29/11/2017;
 accepted:28/1/2018)
25. نجم، عادل الحسيني (2004): مصادر معلومات المرشدين الزراعيين في مصر، رسالة دكتوراه، كلية الزراعة، جامعة القاهرة.
26. هجرس، حسين على (2012): معرفة واستخدام الأخصائيين الإرشاديين الزراعيين لأنظمة شبكة اتصال البحوث بالإرشاد الزراعي (فيركون) بمحافظة كفر الشيخ والغربية، مجلة العلوم الاقتصادية والاجتماعية الزراعية، كلية الزراعة، جامعة المنصورة، مجلد(3)، العدد(3)، مارس.
27. وزارة الزراعة واستصلاح الأراضي (2009) : إستراتيجية التنمية الزراعية المستدامة حتى عام 2030م، مركز البحوث الزراعية، القاهرة.
28. يوسف، عصام عبد الحميد؛ الشافعي، عبد العليم احمد (٢٠٠٦): معارف الزراعة بأنظمة شبكة اتصال البحوث بالإرشاد الزراعي (فيركون) واستفادتهم من هذه الأنظمة ببعض مراكز محافظة كفر الشيخ، مجلة العلوم الزراعية، كلية الزراعة، جامعة المنصورة، مجلد(٣١)، العدد(١٢)، ديسمبر.

A Descriptive Study of The Quality of Agricultural Websites

Manal F.I. Ali

Dept. of Agric. Economics, Fac. of Agriculture, Kafrelsheikh University

THIS RESEARCH is mainly aimed at identifying the use of agricultural websites for the quality standards of websites through achieving the sub-objectives (1) identifying the quality of the agricultural websites represented by the site of Our Lands for Agriculture and Animal Production, the site of the Central Administration of Agricultural Extension and Environment, the site of Al-Ahram Agricultural, The World of Agriculture, the site of Agriculture, the site of the Egyptian Agricultural Data, the site of Misr Agricultural Channel, the site of The Agricultural Newspaper Misr, and Radcon website. (2) Identifying the content of the agricultural websites. (3)- Identifying the quality of the design of agricultural websites under study. (4) - Identifying the quality of the organization of agricultural websites under study. (5)- Identifying the ease of dealing with the agricultural websites under study. (6) - Identifying the order of agricultural sites in the study according to the number of visits within the Arab Republic of Egypt. The main page of each agricultural website was studied as a unit of analysis and the content of 9 agricultural websites was analyzed. A list of the most important criteria used in evaluating the quality of the websites was prepared by designing a form of 62 items to meet the quality criteria of the agricultural websites; 4 standards reflect the quality of websites: (1) the quality of the content (information) agricultural websites, (2) the quality of agricultural web design, (3) the quality of the organization of agricultural websites, and (4) the ease of dealing with agricultural websites. In addition, agricultural websites were arranged according to the number of visits within Egypt using the global site Alexa, and analyzed agricultural sites under study in the period of time in May 2017. The most important results were as follows: 1. The Central Administration of Agricultural Extension and Environment ranked first in terms of its application of the criteria for evaluating the quality of the agricultural websites, and the site of Our Lands for Agriculture and Animal Production came in second place. It occupied the fourth place, while the positions of the World of Agriculture, Agriculture Net, the Radcon, Egypt Agricultural Channel, and the database of Agriculture ranked fifth, sixth, seventh, eighth and ninth respectively.

Keywords: Content analyses, Descriptive study, Agricultural websites