

موانع استفاده اثربخش از شبکه‌های اجتماعی مجازی در ترویج و آموزش کشاورزی

وحید محمدی*

دانشجوی دکتری رشته ترویج و آموزش کشاورزی، گروه ترویج، ارتباطات و توسعه روستایی، دانشگاه زنجان، ایران

جعفر یعقوبی

دانشیار گروه ترویج، ارتباطات و توسعه روستایی، دانشگاه زنجان، ایران

علی شمس

دانشیار گروه ترویج، ارتباطات و توسعه روستایی، دانشگاه زنجان، ایران

سهیل نصرتی

دکتری ترویج و آموزش کشاورزی، سازمان جهاد کشاورزی زنجان، ایران

چکیده

هدف تحقیق حاضر بررسی موانع استفاده اثربخش از شبکه‌های اجتماعی مجازی در ترویج و آموزش کشاورزی سازمان جهاد کشاورزی استان زنجان بود. ابزار گردآوری داده‌های تحقیق توصیفی-همبستگی حاضر، پرسشنامه محقق ساخته بود که روایی آن با نظر اعضای هیئت‌علمی مرتبط و پایایی آن از طریق پیش‌آزمون و محاسبه ضریب آلفای کرونباخ در بازه $(\alpha=0/87-0/94)$ تأیید شد. جامعه آماری تحقیق کارشناسان جهاد کشاورزی استان زنجان در سال ۱۳۹۷ بودند ($N=346$) که با استفاده از فرمول کوکران ۱۰۵ نفر به‌عنوان نمونه با روش نمونه‌گیری خوشه‌ای انتخاب شدند. نتایج تحلیل عاملی اکتشافی نشان داد، موانع استفاده اثربخش از شبکه‌های اجتماعی مجازی در فعالیت‌های ترویجی و آموزشی سازمان جهاد کشاورزی در نه عامل شامل اطلاعات مرتبط و صحیح ناچیز کشاورزی با امنیت پایین، احساس ناامنی اداری و اجتماعی و عدم رشد فرهنگ استفاده آموزشی از شبکه‌های اجتماعی، استفاده محدود کشاورزان از شبکه‌های اجتماعی مجازی، هنجارهای سازمانی و مدیریتی منفی در استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی، موانع زیرساختی، موانع مالی و قانونی در سازمان جهاد کشاورزی، اطلاعات متناقض و فقدان اطلاعات محلی، عدم تسلط و دانش تخصصی کافی کارشناسان و وجود کامپیوترهای قدیمی در سازمان خلاصه شدند که ۷۲/۵۴ درصد از کل واریانس موانع را تبیین کردند. با توجه به صرف قابل توجهی از وقت مفید کارشناسان و کشاورزان در شبکه‌های اجتماعی مجازی، توصیه می‌شود با رفع موانع فوق نسبت به آموزش بهینه این ظرفیت برنامه‌ریزی شود.

واژه‌های کلیدی: شبکه‌های اجتماعی مجازی، کشاورزی، ترویج، آموزش، جهاد کشاورزی.

*نویسنده مسئول مکاتبات، vahid7808@gmail.com

مقدمه

اینترنت وسیع‌ترین وسیله‌ای است که افراد می‌توانند در ارتباط شخصی تا مشارکت مدنی از آن استفاده کنند و به‌عنوان وسیله‌ای برای برقراری ارتباط در قالب‌های رسمی (مثلاً ارتباطات حرفه‌ای) و غیررسمی (مانند ارسال پیام به دوستان و اعضای خانواده) و همچنین منبع سرگرمی و فعالیت‌های اجتماعی باشد (Stern *et al.*, 2011). پدیده آمدن اینترنت زمینه ایجاد شبکه‌های اجتماعی مجازی را فراهم نمود (افشاری و همکاران، ۱۳۹۴). اکثر مردم ترجیح می‌دهند از این شبکه‌ها به‌عنوان ابزار اصلی برقراری ارتباط استفاده کنند (Baruah, 2012). هدف اصلی شبکه‌های اجتماعی ایجاد یک محیط مجازی است که افراد بتوانند با دوستان خود ارتباط برقرار کنند و اطلاعات خود را به اشتراک بگذارند (Ramanigopal *et al.*, 2012).

استفاده صحیح از رسانه‌ها برای توسعه سازمان‌ها و کسب‌وکار حیاتی می‌باشد. شبکه‌های اجتماعی مجازی که فرهنگ و زبان آن‌ها متناسب با نیازهای ارباب‌رجوعان و کاربران، تحول می‌یابد و سرعت نشر و تأثیرگذاری بالایی دارند یکی از این رسانه‌ها می‌باشند (خیری و همکاران، ۱۳۹۶). از ابزارهای نیرومندی که سازمان‌ها را به مخاطبان و گروه‌های هدف متصل می‌کند شبکه‌های اجتماعی مجازی می‌باشند (جوکار و نعامی، ۱۳۹۶). یکی از حوزه‌هایی که می‌توان از شبکه‌های اجتماعی مجازی به نحو مؤثر استفاده کرد، کشاورزی می‌باشد. هنگامی که نظام‌های کشاورزی پیچیده‌تر می‌شود دسترسی کشاورزان به منابع اطلاعات قابل اعتماد، به‌موقع و مناسب برای رقابت آن‌ها بسیار حیاتی است (Kipkurgat *et al.*, 2016). کشاورزی یکی از بخش‌های عمده‌ای است که برای توسعه جهانی متمرکز شده است، در حال حاضر استفاده از رسانه‌های اجتماعی مجازی برای نیازهای ارتباطی بهتر به یک ضرورت تبدیل شده است (Suchiradipta and Saravanana, 2016).

یکی از عوامل مهم توسعه بخش کشاورزی، ارائه خدمات آموزشی-ترویجی است (اللهیاری و افتخاری، ۱۳۹۴). در دنیایی که اطلاعات آن را جلو می‌برد، ترویج نیاز دارد به آخرین رسانه‌های دیجیتالی مجهز باشد تا بتواند کشاورزان را تحت تأثیر قرار داده و به آن‌ها کمک کند. با توانایی دستیابی به تعداد زیادی از افراد به‌صورت جداگانه و هم‌زمان فناوری اطلاعات و ارتباطات نقش بیشتری را در ترویج ایفا می‌کنند. این تحولات راه‌های جدیدی را برای بهبود دسترسی به خدمات ترویجی برای کشاورزان نیازمند و سایر ذی‌نفعان به ارمغان آورده است (Raj and Bhattacharjee, 2017). برای خدمات ترویج و مشاوره کشاورزی که عنصر اصلی آن ارتباطات است رسانه‌های اجتماعی مجازی می‌توانند یک معدن طلای بالقوه باشند و در جهت مشارکت با ارباب‌رجوعان به‌صورت آنلاین، کمک به جوامع روستایی برای رسیدن صدایشان (برای بیان خواسته‌هایشان)، ایجاد توسعه از پایین به بالا، مبادله نوآوری‌های مفیدتر، مشارکت با تمام بازیگران در نظام‌های نوآوری کشاورزی استفاده شود (Suchiradipta and Saravanana, 2016).

لذا با توجه به اهمیت و نقش شبکه‌های اجتماعی می‌توان از این شبکه‌ها در ارائه خدمات آموزشی استفاده کرد. یکی از سازمان‌هایی که می‌تواند از قابلیت‌های شبکه‌های اجتماعی مجازی جهت رسیدن به اهداف خود استفاده کند، سازمان جهاد

کشاورزی و به‌ویژه بخش ترویج آن می‌باشد. به همین منظور بخش ترویج و آموزش کشاورزی سازمان جهاد کشاورزی استان زنجان که یکی از رسالت‌های آن اطلاع‌رسانی و آموزش به مردم روستا و کشاورزان می‌باشد و با عنایت به مشقت و هزینه‌های رفت‌وآمد روستاییان به شهر از یک سوء و احتمال مشکلات اداری از قبیل عدم حضور کارمند مربوطه و ... استفاده از قابلیت‌های شبکه‌های اجتماعی مجازی می‌تواند به‌عنوان جایگزینی برای مراجعات حضوری باشد. با توجه به جدید بودن گسترش استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی مطالعات محدودی به‌ویژه در زمینه موانع استفاده اثربخش از این شبکه‌ها انجام شده است. در تحقیقی تحت عنوان کاربردهای آموزشی شبکه‌های اجتماعی مجازی و آسیب‌های اجتماعی آن از دیدگاه دانشجویان کشاورزی (مورد مطالعه: دانشکده کشاورزی دانشگاه زنجان) نشان داده شد که کاربردهای آموزشی شبکه‌های اجتماعی مجازی شامل اطلاع‌رسانی درسی و تبادل محتوا و تکالیف آموزشی، اطلاع‌رسانی تعاملی کنفرانس‌ها و منابع پژوهشی، تعامل با همکلاسی‌ها و اشتراک‌گذاری اخبار و فیلم‌های آموزشی و اطلاع‌یابی از امور دانشجویی و ورزشی و تبادل مطالب درسی بین دانشجویان می‌باشند. آسیب‌های شبکه‌های اجتماعی مجازی نیز شامل توهین به قومیت‌ها و ادیان و گسترش بی‌عفتی کلامی، کاهش اعتماد عمومی و گسترش اعلام هویت جعلی، اتلاف وقت و افت تحصیلی، نشر اطلاعات کاذب و افزایش ارتباطات ناسالم، کاهش ارتباطات حضوری، انتشار مطالب غیراخلاقی می‌باشند (یعقوبی و محمدی، ۱۳۹۷).

میرزایی و همکاران (۱۳۹۵) در تحقیق خود با عنوان بررسی نقش شبکه‌های اجتماعی در تبادل‌های علمی (مطالعه موردی: دانشجویان تحصیلات تکمیلی دانشگاه رازی) نشان دادند که هفتاد درصد دانشجویان بیش از یک ساعت در روز از شبکه‌های اجتماعی مجازی استفاده می‌کنند. تلگرام بیشترین استفاده در بین شبکه‌های اجتماعی را داشت. بیشترین استفاده از این نوع شبکه‌ها در تبادل‌های علمی به ترتیب جهت پیدا کردن مواد و منابع مرتبط علمی، ارائه سؤال و درخواست پاسخ در موضوعات علمی و ارائه کسب اطلاعات به‌روز علمی بود. سرعت پایین اینترنت اصلی‌ترین مانع در استفاده از شبکه‌های اجتماعی می‌باشد.

در تحقیقی تحت عنوان کارورزی مشاوره در شبکه‌های مجازی: پرورش و تقویت هویت حرفه‌ای، امکانات و موانع " نشان داده شد که امکانات کارورزی در شبکه مجازی در سه مضمون اصلی امکانات فضای مجازی، امکانات فراهم‌شده به‌وسیله مشاور و امکانات ناشی از روند (کنش متقابل فضای مجازی، کارورزان و مشاور) طبقه‌بندی شدند. سرعت اینترنت، فقدان نشانه‌های صوتی و تصویری، کاهش اثربخشی مشاوره، سختی تایپ کردن، ابهام در گفت‌و شنود و کاهش درگیری ذهنی نیز به‌عنوان موانع شناسایی شدند (شریعتمدار، ۱۳۹۵).

رهبر قاضی و همکاران (۱۳۹۵) در تحقیقی با عنوان نقش شبکه‌های اجتماعی مجازی در تمایل به مشارکت انتخاباتی و جهت‌گیری‌های سیاسی (مطالعه موردی: دانشجویان دانشگاه‌های شهر اصفهان) نشان دادند درحالی‌که فعالیت در شبکه‌های اجتماعی موجب بالا رفتن میزان مشارکت انتخاباتی می‌شود، واقعی تلقی کردن محتوای شبکه‌های اجتماعی و همچنین افزایش مصرف روزانه چنین شبکه‌هایی تأثیر منفی

در کنیا: مورد مطالعه منطقه کسس^۱ مشخص شد شایع‌ترین چالش‌هایی که افراد با آن مواجه هستند؛ دسترسی به شبکه ضعیف اینترنت، قطع برق، هزینه‌های زیاد داده‌ها در هنگام دسترسی به اینترنت می‌باشد (Kipkurgat et al., 2016). در تحقیقی با عنوان ارتباطات علمی از طریق سایت‌های شبکه‌های اجتماعی نشان داده شده که توانایی برقراری ارتباط بین‌المللی مهم‌ترین مزیت شبکه‌های اجتماعی است. فقدان زمان، مشکل اقتدار (اعتبار) و اعتماد، عامل فناوری، عدم اطمینان در مورد حقوق اخلاقی یا کی‌رایت و سرعت کند اینترنت موانع دسترسی به رسانه‌های اجتماعی است (Devi and Yameena, 2015).

در تحقیقی با عنوان پذیرش و استفاده از فناوری اطلاعات و ارتباطات توسط کشاورزان در مقیاس کوچک در ایالت گزیرا^۲، سودان نشان دادند که تأثیرات اجتماعی و اقتصادی، فرهنگی، نقص فنی ارائه‌دهندگان اطلاعات و سن کشاورزان به پذیرش و استفاده از فناوری اطلاعات و ارتباطات (ICT) مرتبط بود. متداول‌ترین ابزارهای دسترسی به اطلاعات کشاورزی رسانه‌های چاپی، دوستان، همسایگان، شرکت‌های سموم گیاهی، ایستگاه‌های تحقیقاتی و مروجان بودند. شایع‌ترین چالش‌های استفاده از فناوری اطلاعات و ارتباطات توسط کشاورزان، سطوح پایین تحصیلات، درآمد کم، نابرابری فرهنگی، مهارت‌های ناکافی ICT در میان محققین بود. کمبود محتوای مرتبط با زبان‌های محلی نیز به‌عنوان مانعی برای پذیرش و استفاده از فناوری اطلاعات و ارتباطات گفته شد (Musa et al., 2012).

طی سال‌های اخیر، مدیریت هماهنگی ترویج کشاورزی استان زنجان فعالیت‌های متنوعی را با استفاده از رسانه‌های نوین آموزشی از جمله شبکه‌های اجتماعی مجازی شروع کرده است. بررسی گزارش‌های مربوط به اثربخشی برنامه‌های ترویجی این مدیریت با استفاده از قابلیت‌های شبکه‌های اجتماعی مجازی در برنامه‌های ترویجی نشان‌دهنده وجود موانعی در استفاده اثربخش از این ابزار بود. بررسی مطالعات صورت گرفته در زمینه استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی نیز نشان می‌دهد مطالعات محدودی در زمینه شناسایی موانع استفاده اثربخش از این شبکه‌ها به‌ویژه در بخش ترویج و آموزش کشاورزی برای روستاییان و کشاورزان انجام شده است. لذا مطالعه حاضر باهدف رفع این موانع در استان زنجان انجام گردید.

اهداف تحقیق

هدف کلی تحقیق بررسی موانع استفاده اثربخش از شبکه‌های اجتماعی مجازی در ترویج و آموزش کشاورزی از نظر کارشناسان کشاورزی سازمان جهاد کشاورزی استان زنجان بود. اهداف جزئی تحقیق عبارت بودند از:

- بررسی ویژگی‌های فردی کارشناسان سازمان جهاد کشاورزی استان زنجان؛
- بررسی میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی توسط کارشناسان سازمان جهاد کشاورزی استان زنجان؛
- شناسایی موانع استفاده اثربخش از شبکه‌های اجتماعی مجازی در فعالیت‌های ترویجی و آموزشی بخش کشاورزی.

بر تمایل افراد به شرکت در انتخابات داشته است. شبکه‌های اجتماعی حتی بر گرایش‌های سیاسی افراد تأثیر می‌گذارند، به‌طوری‌که در اغلب موارد افرادی که از شبکه‌های اجتماعی مجازی استفاده می‌کنند، بیشتر از دیگران به سمت گروه‌های سیاسی اصلاح‌طلب گرایش دارند. افراد به‌طور متوسط ۲/۴۴ ساعت از این شبکه‌ها استفاده می‌کنند.

Thakur and Chander (2018) در تحقیقی تحت عنوان رسانه‌های اجتماعی در ترویج کشاورزی: مزایا و چالش‌ها در بافت هند^۳ نشان دادند که محدودیت‌های رسانه‌های اجتماعی عبارت‌اند از: تعداد بالای پست‌های نامرتب توسط اعضاء و اتصال به اینترنت ضعیف.

در تحقیقی تحت عنوان بازنگری استفاده از رسانه‌های اجتماعی در ترویج و خدمات مشاوره کشاورزی نشان داده شد که چالش‌ها برای ارائه خدمات ترویج کشاورزی از طریق رسانه‌های اجتماعی عبارت‌اند از: بی‌سوادی، کمبود زیرساخت‌ها، مشارکت محدود، عدم نهادینه شدن، عدم کنترل کیفیت (اطلاعات) و عدم وجود معیار مناسب برای اندازه‌گیری تأثیر (Barau and Afrad, 2017).

نتایج تحقیقی با عنوان رسانه‌های اجتماعی برای ترویج کشاورزی نشان داد چالش‌ها شامل اطمینان از مشارکت، کنترل کیفیت و نظارت بر پست‌ها، مسائل مربوط به زیرساخت‌های اینترنت و رضایت ناهمگن کاربران، نهادینه کردن رسانه‌های اجتماعی، تعامل مداوم، منابع انسانی ماهر برای حفظ تعاملات رسانه‌های اجتماعی، عدم اندازه‌گیری تأثیر و ظرفیت برای ابزارها و تجزیه و تحلیل‌هایی که به نظارت و ارزیابی ارزش اطلاعات کمک می‌کند، اختصاص زمان برای به‌روزرسانی محتوا، ایجاد آگاهی درباره پتانسیل رسانه‌های اجتماعی در سطح سازمانی، تشویق ذینفعان برای دسترسی به منابع از طریق لینک‌های رسانه‌های اجتماعی بود (Raj and Bhattacharjee, 2017).

در تحقیقی با عنوان موانع و مزایای استفاده از سایت‌های شبکه‌های اجتماعی برای به اشتراک گذاشتن دانش در جوامع حرفه‌ای: یک مطالعه اکتشافی نشان داده شد محدودیت‌های شبکه‌های اجتماعی شامل اتصال و سرعت کند اینترنت، بررسی بی‌موقع و تأخیر در پاسخ، عدم آشنایی جهت استفاده از شبکه‌های مجازی، زمان بیشتر برای جواب دادن به درخواست‌های افزایش‌یافته (زیاد)، عدم حمایت و تأیید جامعه از شبکه‌های اجتماعی به‌عنوان یک روش قابل قبول برای به اشتراک گذاری دانش، مهم بودن فرهنگ رودررو، قابل اعتماد نبودن، عدم حمایت مالی، بارگذاری شدن اطلاعات زیاد (اطلاعات بیش از اندازه) و سوءاستفاده از شبکه اجتماعی برای اهداف سیاسی می‌باشند (Al-Busaidi et al., 2017).

در تحقیقی با عنوان رسانه‌های اجتماعی: شکل دادن به آینده ترویج کشاورزی و خدمات مشاوره‌ای نشان داده شد باوجود مزایای استفاده واقعی از رسانه‌های اجتماعی در مناطق روستایی کشورهای در حال توسعه هنوز به دلیل مشکلات زیربنایی و موانع روانشناسی و نیز مهارت و شایستگی استفاده از رسانه‌های اجتماعی کم است. ارتباطات ضعیف یا غیرقابل دسترس در مناطق روستایی، هزینه بالای داده‌ها، بی‌سوادی ارباب‌رجوعان، مشارکت کم و عدم علاقه ارباب‌رجوعان مشکلات عمده بودند (Suchiradiptra and Saravanana, 2016).

در تحقیقی با عنوان تأثیر رسانه‌های اجتماعی در ترویج کشاورزی

1- Kesses District

2- Gezira

روش پژوهش

تحقیق حاضر از نوع توصیفی و همچنین از لحاظ هدف، جزء تحقیقات کاربردی و از نظر داده‌ها کمی و مبنای گردآوری داده‌ها میدانی بود. کارکنان دارای پست کارشناسی جهاد کشاورزی استان زنجان در سال ۱۳۹۷ جامعه آماری تحقیق را تشکیل دادند ($N=346$). با استفاده از فرمول کوکران حجم نمونه برآورد شد ($n=105$). با توجه به پراکنده بودن کارشناسان در ستاد سازمان و شهرستان‌های مختلف استان، برای انتخاب نمونه‌ها از روش نمونه‌گیری خوشه‌ای با انتصاب متناسب استفاده شد که هر شهرستان به‌عنوان یک خوشه در نظر گرفته شد. هشت شهرستان زنجان، ابهر، خدابنده، خرمدره، آبهر، ماهنشان، ایجرود و سلطانیه به‌عنوان خوشه در نظر گرفته شدند و سپس از هر خوشه به مقدار متناسب نمونه انتخاب گردید. ابزار گردآوری داده‌ها، پرسشنامه محقق ساخته بود. برای تأیید روایی محتوایی ابزار از نظرات اعضای هیئت‌علمی ترویج و آموزش کشاورزی و کارشناسان مرتبط در سازمان جهاد کشاورزی استفاده شد. برای تعیین پایایی پرسشنامه، از پیش‌آزمون با ۳۰ نفر از کارشناسان جهاد کشاورزی استان زنجان خارج از نمونه اصلی تحقیق و محاسبه ضریب کرونباخ آلفا استفاده شد ($\alpha=0/87-0/94$). تجزیه و تحلیل داده‌ها با استفاده از نرم‌افزار SPSS نسخه ۲۴ انجام شد. در تحلیل داده‌ها در بخش توصیفی از جداول فراوانی، میانگین، انحراف معیار و ضریب تغییرات و در بخش استنباطی از روش تحلیل عاملی اکتشافی استفاده شد.

یافته‌ها

نتایج نشان داد میانگین سنی کارشناسان موردبررسی ۳۷/۸۹ سال و حداقل سن کارشناسان ۲۱ سال و حداکثر آن ۵۴ سال بود. از مجموع پاسخگویان تحقیق ۶۵ نفر (۶۳/۱ درصد) مرد و ۳۸ نفر (۳۶/۹ درصد) زن بودند. همچنین ۸۸ نفر (۸۷/۱ درصد) کارشناسان متأهل و ۱۳ نفر (۱۲/۹ درصد) مجرد بودند. میانگین استفاده کلی از شبکه‌های اجتماعی مجازی ۱/۸۱ ساعت با انحراف معیار ۱/۷۸ ساعت بود (جدول ۱).

جدول ۱. توزیع فراوانی ویژگی‌های فردی افراد مورد مطالعه

متغیر	سطوح متغیر	درصد فراوانی	میانگین	انحراف معیار		
سن	۲۱-۲۸	۷/۹	۳۷/۸۹	۷/۱۵		
	۲۸-۳۵	۳۱/۷				
	۳۵-۴۲	۳۶/۶				
	۴۲-۴۹	۱۶/۸				
	۴۹-۵۶	۶/۹				
مدرک تحصیلی	فوق دیپلم	۲/۰	-			
	کارشناسی	۴۹/۰				
	کارشناسی ارشد	۴۶/۱				
	دکتری	۲/۹				
رشته تحصیلی	ترویج، ارتباطات و توسعه روستایی	۱۶/۴	-			
	علوم باغبانی	۱۹/۴				
	خاک‌شناسی	۱/۵				
	گیاه‌پزشکی	۱۰/۴				
	صنایع غذایی	۱/۵				
	زراعت و صلاح نباتات	۲۵/۴				
	علوم و مهندسی آب	۹/۰				
	علوم دامی	۱۶/۴				
	۱۵-۲۱/۵	۷۷/۳			۱/۷۸	۱/۸۱
	۲۱/۵-۴۱/۵	۱۳/۳				
۴۱/۵-۶۱/۵	۶/۷					
۶۱/۵-۸۱/۵	۱/۳					
۸۱/۵-۱۰۰	۱/۴					

جهت سنجش موانع استفاده اثربخش از شبکه‌های اجتماعی مجازی در ترویج و آموزش کشاورزی از ۴۰ مانع استفاده شد که به منظور سنجش سهم هر کدام از موانع فوق از طیف لیکرت پنج سطحی (۱=خیلی کم و ۵=خیلی زیاد) استفاده گردید. داده‌های جدول ۲ نشان می‌دهد از ۴۰ مانع مورد بررسی، ۲۴ مانع میانگین بالای سه یعنی متوسط به بالا و ۱۶ مانع میانگین زیر سه کسب کردند. مهم‌ترین موانع استفاده اثربخش از شبکه‌های اجتماعی مجازی در ترویج و آموزش کشاورزی از نظر کارشناسان به ترتیب بی‌سوادی و سواد کم کشاورزان، اولویت دادن کشاورزان به استفاده از رسانه‌های سنتی جهت اطلاع از خدمات ترویج و آموزش کشاورزی، سرعت پایین اینترنت در برخی از مناطق روستایی بودند. کم‌اهمیت‌ترین موانع از دیدگاه کارشناسان نیز به ترتیب عدم تسلط و دانش کافی کارشناسان بر موضوعات و سؤالات احتمالی پرسیدنی توسط کشاورزان، تصور کارشناسان بر اینکه شبکه‌های اجتماعی مجازی باعث ائتلاف وقت می‌شود، تعهد پایین کارشناسان برای استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی فقط برای ترویج و آموزش کشاورزی بودند.

جدول ۲. موانع استفاده اثربخش از شبکه‌های اجتماعی مجازی در ترویج و آموزش کشاورزی
از دیدگاه کارشناسان سازمان جهاد کشاورزی استان زنجان

موانع	میانگین رتبه‌ای	انحراف معیار	ضریب تغییرات	اولویت
بی‌سوادی و سواد کم کشاورزان	۳/۷۵	۱/۲۳	۰/۳۳	۱
اولویت دادن کشاورزان به استفاده از رسانه‌های سنتی جهت اطلاع از خدمات ترویج و آموزش کشاورزی	۳/۴۹	۱/۳۳	۰/۳۸	۲
سرعت پایین اینترنت در برخی از مناطق روستایی	۳/۴۹	۱/۳۶	۰/۳۹	۳
فرهنگ پایین استفاده آموزشی از شبکه‌های مجازی در کشور	۳/۴۷	۱/۲۵	۰/۳۶	۴
قابل اعتماد نبودن هویت بعضی از اشخاص	۳/۴۴	۱/۲۲	۰/۳۵	۵
آشنایی نداشتن کشاورزان با قابلیت‌های مختلف شبکه‌های مجازی برای ترویج و آموزش کشاورزی	۳/۴۳	۱/۳۳	۰/۳۹	۶
پذیرش سخت فناوری‌های جدید مانند شبکه‌های اجتماعی مجازی توسط کشاورزان برای آموزش	۳/۳۸	۱/۲۱	۰/۳۶	۷
مشارکت کم کشاورزان در استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی	۳/۳۸	۱/۲۹	۰/۳۸	۸
عدم دسترسی به اینترنت در برخی از مناطق روستایی	۳/۳۱	۱/۴۱	۰/۴۳	۹
آگاهی پایین نسبت به آداب حضور در شبکه‌های اجتماعی	۳/۲۸	۱/۲۳	۰/۳۷	۱۰
عدم احساس امنیت سیاسی از حضور در این شبکه‌ها	۳/۲۸	۱/۲۷	۰/۳۹	۱۱
عدم تأمین مالی یا نبود حمایت مالی کافی برای تدوین و نشر محتوای سازگار با کشاورزان منطقه	۳/۲۱	۱/۲۱	۰/۳۸	۱۲
فیلتر بودن برخی از شبکه‌های اجتماعی مجازی (مانند لاین، وای بر و تلگرام)	۳/۱۷	۱/۳۹	۰/۴۴	۱۳
کمبود محتویات مرتبط با زبان محلی	۳/۱۴	۱/۲۹	۰/۴۱	۱۴
ممنوعیت‌های اداری استفاده از پیام‌رسان‌های خارجی	۳/۱۴	۱/۴۵	۰/۴۶	۱۵
احتمال سوء برداشت از مطالب ارسالی در شبکه‌ها	۳/۱۳	۱/۲۵	۰/۴۰	۱۶
نبود حمایت کافی مالی از مدیران نسبت به کاربرد شبکه‌های اجتماعی مجازی در ترویج و آموزش کشاورزی	۳/۱۲	۱/۲۲	۰/۳۹	۱۷
وجود اطلاعات متناقض در شبکه‌های اجتماعی مجازی	۳/۰۸	۱/۲۲	۰/۴۰	۱۸

۱۹	۰/۳۹	۱/۲۰	۳/۰۷	نبود حمایت کافی قانونی از مدیران نسبت به کاربرد شبکه‌های اجتماعی مجازی در ترویج و آموزش کشاورزی
۲۰	۰/۴۵	۱/۳۶	۳/۰۶	عدم دسترسی به اینترنت پرسرعت در سازمان جهت استفاده در فضای مجازی
۲۱	۰/۴۴	۱/۳۴	۳/۰۶	علاقه‌مندی کم کشاورزان برای به کار بردن شبکه‌های اجتماعی مجازی در ترویج و آموزش کشاورزی
۲۲	۰/۳۹	۱/۱۸	۳/۰۶	مشکل مدیریت محتوا در شبکه‌های اجتماعی مجازی
۲۳	۰/۴۳	۱/۳۱	۳/۰۵	عدم احساس امنیت اجتماعی از حضور در این شبکه‌ها
۲۴	۰/۴۲	۱/۲۷	۳/۰۱	انطباق کم محتوای شبکه‌های مجازی با واقعیات و شرایط کشاورزان
۲۵	۰/۴۳	۱/۲۹	۲/۹۹	عدم رعایت حریم خصوصی افراد در شبکه‌های اجتماعی مجازی
۲۶	۰/۴۴	۱/۲۹	۲/۹۵	تصور منفی کشاورزان نسبت به کاربرد شبکه‌های اجتماعی مجازی در ترویج و آموزش کشاورزی
۲۷	۰/۴۷	۱/۳۸	۲/۹۴	کمبود زمان کارشناسان
۲۸	۰/۴۶	۱/۳۶	۲/۹۴	پایین بودن امنیت اطلاعات در شبکه‌های اجتماعی مجازی
۲۹	۰/۴۱	۱/۲۰	۲/۹۳	علاقه مدیران به حفظ ثبات فعلی در سازمان و علاقه کم برای تغییر در نحوه آموزش و اطلاع‌رسانی
۳۰	۰/۴۲	۱/۲۲	۲/۹۱	اولویت دادن کارشناسان به استفاده از رسانه‌های سنتی برای ترویج و آموزش کشاورزی در سازمان
۳۱	۰/۴۸	۱/۳۹	۲/۸۸	وجود کامپیوترهای قدیمی در سازمان
۳۲	۰/۴۲	۱/۲۰	۲/۸۶	علاقه‌مندی کم کارشناسان برای به کار بردن شبکه‌های اجتماعی مجازی در ترویج و آموزش کشاورزی
۳۳	۰/۴۴	۱/۲۶	۲/۸۳	جابه‌جایی سریع مدیران و عدم امکان تدوین و اجرای سیاست استفاده از شبکه‌های اجتماعی توسط مدیران
۳۴	۰/۴۳	۱/۲۱	۲/۷۹	پایین بودن اطلاعات و مطالب کاربردی مرتبط با کشاورزی در شبکه‌های اجتماعی مجازی
۳۵	۰/۴۵	۱/۲۴	۲/۷۶	پایین بودن اطلاعات و مطالب صحیح و درست مرتبط با کشاورزی در شبکه‌های اجتماعی مجازی
۳۶	۰/۴۶	۱/۲۳	۲/۷۰	عدم علاقه کارشناسان به ایجاد تغییر در نحوه آموزش و اطلاع‌یابی کارشناسان
۳۷	۰/۴۹	۱/۲۸	۲/۶۱	آشنایی نداشتن کارشناسان با قابلیت‌های مختلف شبکه‌های مجازی برای ترویج و آموزش کشاورزی
۳۸	۰/۴۸	۱/۲۴	۲/۵۷	تعهد پایین کارشناسان برای استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی فقط برای ترویج و آموزش کشاورزی
۳۹	۰/۴۸	۱/۱۸	۲/۴۸	تصور کارشناسان از اتلاف وقت جهت استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی
۴۰	۰/۵۷	۱/۳۳	۲/۳۳	عدم تسلط و دانش کافی کارشناسان بر موضوعات و سؤالات احتمالی پرسیدنی توسط کشاورزان

به‌منظور تلخیص متغیرهای مربوط به موانع استفاده اثربخش از شبکه‌های اجتماعی مجازی در ترویج و آموزش کشاورزی از تحلیل عاملی اکتشافی استفاده شد. جهت تعیین مناسب بودن داده‌های گردآوری‌شده برای تحلیل عاملی از ضریب کی ام او^۳ و آماره بارتلت^۴ استفاده شد. در این بخش مقدار KMO برابر ۰/۸۰ به دست آمد که نشان‌دهنده مناسب بودن همبستگی‌های موجود در بین داده‌ها برای تحلیل عاملی است. برای اطمینان بیشتر از مناسب بودن داده‌ها، از آماره بارتلت استفاده شد. مقدار این آماره برابر ۶۵/۲۵۵۵ به دست آمد که در سطح خطای یک درصد معنادار بود. لذا داده‌ها برای تحلیل عاملی مناسب بودند. در این بخش از بررسی، نه عامل با مقادیر ویژه بالاتر از یک استخراج شدند و بر اساس بار عاملی و پس از چرخش عاملی متعامد به روش واریماکس مرتب شدند. در جدول ۳ تعداد عوامل استخراج‌شده همراه با مقادیر ویژه هر یک از آنها، درصد واریانس هر یک از عوامل و درصد تجمعی واریانس عوامل آمده است. همان‌طور که مشاهده می‌شود این عوامل ۵۴/۷۲ درصد از کل واریانس را تبیین کردند. پس از بررسی متغیرهای مربوط به هر عامل و بار عاملی آنها عوامل استخراج‌شده نام‌گذاری شدند.

جدول ۳. موانع استفاده اثربخش از شبکه‌های اجتماعی مجازی در ترویج و آموزش کشاورزی

عامل	مقدار ویژه	درصد واریانس	درصد تجمعی واریانس
اطلاعات مرتبط و صحیح ناچیز کشاورزی با امنیت پایین	۴/۸۲	۱۲/۰۶	۱۲/۰۶
فقدان آشنایی و احساس ناامنی اداری و اجتماعی و فرهنگ نامناسب فضای مجازی	۴/۵۶	۱۱/۳۹	۲۳/۴۵
استفاده محدود کشاورزان از شبکه‌های اجتماعی مجازی به دلیل ناآگاهی و نگرش منفی به آن	۴/۳۷	۱۰/۹۳	۳۴/۳۷
هنجارهای سازمانی و مدیریتی منفی در استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی	۴/۱۲	۱۰/۲۹	۴۴/۶۶
موانع زیرساختی	۳/۳۱	۸/۲۷	۵۲/۹۳
موانع مالی و قانونی در سازمان جهاد کشاورزی	۳/۰۲	۷/۵۴	۶۰/۴۷
اطلاعات متناقض و فقدان اطلاعات محلی	۱/۸۸	۴/۷۰	۶۵/۱۷
عدم تسلط و دانش تخصصی کافی کارشناسان	۱/۷۰	۴/۲۶	۶۹/۴۳
قدیمی بودن کامپیوترها در سازمان	۱/۲۴	۳/۱۱	۷۲/۵۴

در جدول ۴ متغیرهای مربوط به هر عامل همراه با بار عاملی متغیرهای مربوطه آورده شده و با توجه به آنها، عامل‌ها نام‌گذاری گردیده است. مهم‌ترین عامل در موانع استفاده اثربخش از شبکه‌های اجتماعی مجازی در ترویج و آموزش کشاورزی عامل اطلاعات مرتبط و صحیح ناچیز کشاورزی با امنیت پایین بود.

جدول ۴. مجموعه متغیرهای مرتبط با موانع استفاده اثربخش از شبکه‌های اجتماعی مجازی در ترویج و آموزش کشاورزی همراه با بار عاملی آنها

عامل	متغیر	بار عاملی
اطلاعات مرتبط و صحیح ناچیز کشاورزی با امنیت پایین	پایین بودن اطلاعات و مطالب صحیح و درست مرتبط با کشاورزی در شبکه‌های اجتماعی مجازی	۰/۸۴
	پایین بودن اطلاعات و مطالب کاربردی مرتبط با کشاورزی در شبکه‌های اجتماعی مجازی	۰/۷۹
	مشکل مدیریت محتوا در شبکه‌های اجتماعی مجازی	۰/۷۸
	عدم رعایت حریم خصوصی افراد در شبکه‌های اجتماعی مجازی	۰/۷۶
	پایین بودن امنیت اطلاعات در شبکه‌های اجتماعی مجازی	۰/۷۰

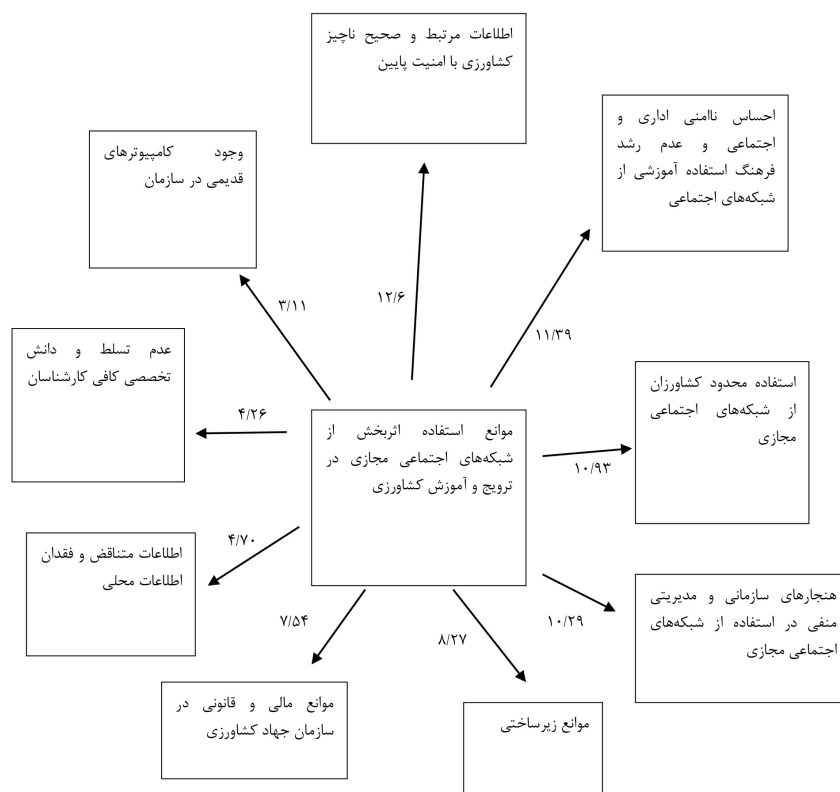
3-KMO

4- Bartlett

بار عاملی	متغیر	عامل
۰/۸۳	آگاهی پایین نسبت به آداب حضور در شبکه‌های اجتماعی	فقدان آشنایی و احساس ناامنی اداری و اجتماعی و فرهنگ نامناسب فضای مجازی
۰/۸۰	انطباق کم محتواهای شبکه‌های مجازی با واقعیات و شرایط کشاورزان	
۰/۷۳	فرهنگ پایین استفاده آموزشی از شبکه‌های مجازی در کشور	
۰/۶۹	عدم احساس امنیت اجتماعی از حضور در این شبکه‌ها	
۰/۶۸	احتمال سوءبرداشت از مطالب ارسالی در شبکه‌ها	
۰/۵۹	عدم تأمین مالی یا نبود حمایت مالی کافی برای تدوین و نشر محتوای سازگار با کشاورزان منطقه	
۰/۵۲	عدم احساس امنیت سیاسی از حضور در این شبکه‌ها	
۰/۸۱	مشارکت کم کشاورزان در استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی	استفاده محدود کشاورزان از شبکه‌های اجتماعی مجازی به دلیل ناآگاهی و نگرش منفی به آن
۰/۸۱	آشنایی نداشتن کشاورزان با قابلیت‌های مختلف شبکه‌های مجازی برای ترویج و آموزش کشاورزی	
۰/۷۶	بی‌سوادی و سواد کم کشاورزان	
۰/۷۲	اولویت دادن کشاورزان به استفاده از رسانه‌های سنتی جهت اطلاع از خدمات ترویج و آموزش کشاورزی	
۰/۶۳	علاقه‌مندی کم کشاورزان برای به کار بردن شبکه‌های اجتماعی مجازی در ترویج و آموزش کشاورزی	
۰/۶۳	تصور منفی کشاورزان نسبت به کاربرد شبکه‌های اجتماعی مجازی در ترویج و آموزش کشاورزی	
۰/۸۲	عدم علاقه کارشناسان به ایجاد تغییر در نحوه آموزش و اطلاع‌یابی کارشناسان	
۰/۷۷	علاقه مدیران به حفظ ثبات فعلی در سازمان و علاقه کم برای تغییر در نحوه آموزش و اطلاع‌رسانی	هنجارهای سازمانی و مدیریتی منفی در استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی
۰/۷۴	علاقه‌مندی کم کارشناسان برای به کار بردن شبکه‌های اجتماعی مجازی در ترویج و آموزش کشاورزی	
۰/۷۱	جابه‌جایی سریع مدیران و عدم امکان تدوین و اجرای سیاست استفاده از شبکه‌های اجتماعی توسط مدیران	
۰/۵۶	تعهد پایین کارشناسان برای استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی فقط برای ترویج و آموزش کشاورزی	
۰/۸۹	سرعت پایین اینترنت در برخی از مناطق روستایی	
۰/۸۶	عدم دسترسی به اینترنت در برخی از مناطق روستایی	موانع زیرساختی
۰/۷۱	عدم دسترسی به اینترنت پرسرعت در سازمان جهت استفاده برای فضای مجازی	
۰/۵۸	فیلتر بودن برخی از شبکه‌های اجتماعی مجازی (مانند لاین، وای بر و تلگرام)	
۰/۸۶	نبود حمایت کافی مالی از مدیران نسبت به کاربرد شبکه‌های اجتماعی مجازی در ترویج و آموزش کشاورزی	موانع مالی و قانونی در سازمان جهاد کشاورزی
۰/۸۴	نبود حمایت کافی قانونی از مدیران نسبت به کاربرد شبکه‌های اجتماعی مجازی در ترویج و آموزش کشاورزی	
۰/۵۸	اولویت دادن کارشناسان به استفاده از رسانه‌های سنتی برای ترویج و آموزش کشاورزی در سازمان	
۰/۷۱	کمبود محتویات مرتبط با زبان محلی	اطلاعات متناقض و فقدان اطلاعات محلی
۰/۶۱	وجود اطلاعات متناقض در شبکه‌های اجتماعی مجازی	
۰/۵۶	عدم تسلط و دانش کافی کارشناسان بر موضوعات و سؤالات احتمالی پرسیدنی توسط کشاورزان	عدم تسلط و دانش تخصصی کافی کارشناسان
۰/۶۶	وجود کامپیوترهای قدیمی در سازمان	قدیمی بودن کامپیوترها در سازمان

نتایج تحلیل عاملی موانع استفاده اثربخش از شبکه‌های اجتماعی مجازی در ترویج و آموزش کشاورزی از نظر کارشناسان سازمان جهاد کشاورزی استان زنجان نشان داد که اطلاعات مرتبط و صحیح ناچیز کشاورزی با امنیت پایین ۱۲/۰۶ درصد واریانس را به خود اختصاص دادند و با مقدار ویژه ۴/۸۲ عامل اول موانع استفاده اثربخش از شبکه‌های اجتماعی مجازی در ترویج و آموزش کشاورزی بود.

وجود کامپیوترهای قدیمی در سازمان با مقدار ویژه ۱/۲۴ و عامل نهم موانع استفاده اثربخش از شبکه‌های اجتماعی مجازی در ترویج و آموزش کشاورزی بود. در نگاره ۲ تحلیل عاملی موانع استفاده اثربخش از شبکه‌های اجتماعی مجازی در ترویج و آموزش کشاورزی نشان داده شده است.



نگاره ۱. تحلیل عاملی موانع استفاده اثربخش از شبکه‌های اجتماعی مجازی در ترویج و آموزش کشاورزی

بحث و نتیجه‌گیری

نتایج نشان داد میانگین استفاده کلی کارشناسان از شبکه‌های اجتماعی مجازی ۱/۸۱ ساعت در شبانه‌روز می‌باشد. این یافته با نتایج میرزایی و همکاران (۱۳۹۵)، رهبر قاضی و همکاران (۱۳۹۵) هم‌راستا می‌باشد. این یافته بیانگر آن است که نزدیک به یک‌چهارم وقت اداری مفید کارشناسان به شبکه‌های اجتماعی اختصاص دارد که قابل توجه می‌باشد. اگر این مدت‌زمان به‌درستی و در راستای بهبود وظایف شغلی کارشناسان انجام گردد می‌تواند با عنایت به قابلیت‌های این شبکه‌ها تحول مثبتی در بخش کشاورزی ایجاد نماید و در صورت عدم استفاده بهینه باعث اتلاف وقت قابل توجه آن‌ها می‌گردد.

نتایج حاکی از آن بود که مهم‌ترین مانع استفاده اثربخش از شبکه‌های اجتماعی مجازی در ترویج و آموزش کشاورزی، اطلاعات مرتبط و صحیح ناچیز کشاورزی و پایین بودن امنیت اطلاعات در این شبکه‌ها می‌باشد. این یافته با مطالعات یعقوبی و محمدی (۱۳۹۷); Raj and Bhattacharjee (2017); Al-Busaidi *et al.* (2017); Barau and Afrad (2017); Devi and Yameena (2015); Musa *et al.* (2012); هم‌راستا می‌باشد. این یافته بیانگر این است که وجود اطلاعات ناچیز و نادرست در شبکه‌های اجتماعی مجازی در حوزه کشاورزی و امنیت پایین این شبکه‌ها باعث شده که افراد علاقه کمتری به استفاده از این نوع شبکه‌ها داشته باشند؛

نتایج به‌دست‌آمده نشان داد که احساس ناامنی اداری و اجتماعی و عدم رشد فرهنگ استفاده آموزشی از شبکه‌های اجتماعی یکی دیگر از موانع استفاده اثربخش از شبکه‌های اجتماعی مجازی می‌باشد. این یافته با یافته‌های یعقوبی و محمدی (۱۳۹۷); Barau and Afrad (2017); Suchiradipta and Saravanana and Afrad (2017); Al-Busaidi *et al.* (2017); Raj and Bhattacharjee (2017)

(2016); Manca and Ranieri (2016); Musa *et al.* (2012) و (2016) هم‌راستا می‌باشد. با توجه به اینکه شبکه اجتماعی تلگرام که درصد عمده‌ای از افراد جامعه از جمله کارشناسان و کشاورزان در آن عضو هستند، فیلتر شده است و بر اساس اعلام اداری استفاده از آن وجهت ندارد، کارشناسان در استفاده از قابلیت‌های این شبکه اجتماعی با نوعی ناامنی و ترس روبه‌رو هستند. شبکه‌های اجتماعی داخلی هم علی‌رغم مجاز بودن، بین کشاورزان و کارشناسان از گستردگی استفاده کافی برخوردار نیستند.

استفاده محدود کشاورزان از شبکه‌های اجتماعی مجازی یکی دیگر از موانع اثربخش استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی می‌باشد. این یافته با یافته‌های یعقوبی و محمدی (۱۳۹۷); Al-Busaidi *et al.* (2017); Raj and Bhattacharjee (2017); Suchiradipta and Saravanana (2016); Manca and Ranieri (2016) و Musa *et al.* (2012) در یک راستا بود.

ادارات و سازمان‌ها نیز به رسمیت شناخته شود تا افراد احساس ناامنی کمتری داشته باشند.

- دوره‌های آموزشی جهت استفاده صحیح و اصولی از شبکه‌های اجتماعی به مدیران بخش‌های مختلف سازمان برگزار گردد و همچنین مزایا و تسهیلاتی برای مدیرانی که از این شبکه‌ها اصولی و آموزشی استفاده می‌کنند در نظر گرفته شود.

- ممنوعیت استفاده از شبکه‌های اجتماعی مبتنی بر موبایل که فراگیری بیشتری در میان کشاورزان دارند (به‌طور ویژه شبکه اجتماعی تلگرام) لغو گردد. در این زمینه استفاده از کارشناسان و مروجان این شبکه‌ها به‌صورت غیررسمی می‌تواند تا حدودی ممنوعیت رسمی اعلام‌شده را رفع کند.

منابع و مآخذ

- ۱- افشاری، م. میرزایی، م. کنگاوری، م.، و افشاری، م. (۱۳۹۴). تجربیات دانشجویان از پیامدهای شبکه‌های اجتماعی: مطالعه کیفی. *تحقیقات کیفی در علوم سلامت*، سال ۴، شماره ۳، صفحات ۲۵۶-۲۶۵.
- ۲- جوکار، م.، و نعامی، ع. (۱۳۹۶). اهمیت شبکه‌های اجتماعی در تبلیغات و بازاریابی و چگونگی تحلیل این شبکه‌ها. هفتمین کنفرانس بین‌المللی حسابداری و مدیریت، تهران: شرکت ارتباط ارغوان ایرانیان.
- ۳- خیری، ز. اکبری، ح. نقوی الحسینی، س.، و پور عباسی، ع. (۱۳۹۶). بهره‌مندی از ظرفیت رسانه در استقرار برنامه‌ی تحول و نوآوری در آموزش علوم پزشکی؛ یک تجربه عملی. *طب و تزکیه*، شماره ۱، صفحات ۵۱-۵۸.
- ۴- رسولی، م.، و بندگی منفرد، س. (۱۳۹۳). تحلیل محتوای مضامین فرهنگی و اجتماعی در شبکه‌های اجتماعی (موردپژوهش: فیس‌بوک و جوانان شهر تهران). *فصلنامه علمی پژوهشی مطالعات فرهنگ-ارتباطات*، سال ۱۵، شماره ۲۷، صفحات ۶۷-۸۶.
- ۵- رهبر قاضی، م.، مسعود نیا، ح.، صادقی نقد علی، ز.، و پوره، ا. (۱۳۹۵). نقش شبکه‌های اجتماعی مجازی در تمایل به مشارکت انتخاباتی و جهت‌گیری‌های سیاسی (مطالعه موردی: دانشجویان دانشگاه‌های شهر اصفهان). *فصلنامه پژوهش‌های ارتباطی*، سال ۲۳، شماره ۲، صفحات ۱۲۵-۱۴۵.
- ۶- ساداتی، س.ن.، و کوهی، ا. (۱۳۹۲). بررسی تأثیر شبکه‌های اجتماعی بر استفاده از رسانه‌های سنتی. *فصلنامه پژوهش‌های ارتباطی*، سال ۲۰، شماره ۴، صفحات ۶۵-۸۶.
- ۷- شریعتمداری، آ. (۱۳۹۵). کارورزی مشاوره در شبکه‌های مجازی: پرورش و تقویت هویت حرفه‌ای، امکانات و موانع. *مطالعات رسانه‌های نوین*، سال ۲، شماره ۷، صفحات ۳۵-۶۰.
- ۸- اللهیاری، م.، و افتخاری، ه. (۱۳۹۴). بررسی عملکرد ترویج جهاد کشاورزی استان گیلان بر اساس دیدگاه‌های کشاورزان و کارشناسان کشاورزی. *فصلنامه پژوهش‌های ترویج و آموزش کشاورزی*، سال ۸، شماره ۲، صفحات ۳۳-۶۵.
- ۹- میرزایی، م.، رحیمی، ص.، و مرادی، م. (۱۳۹۵). بررسی نقش شبکه‌های اجتماعی در تبادل‌های علمی (مطالعه موردی:

استفاده محدود از شبکه‌های اجتماعی مجازی توسط کاربران (کشاورزان) موجب می‌گردد که کارشناسان نیز نتوانند از همه قابلیت‌های این شبکه‌ها در آموزش و اطلاع‌رسانی استفاده کنند. این امر نیز با رسمیت بخشی به قابلیت آموزشی و ترویجی شبکه‌های اجتماعی و ایجاد کانال‌ها و گروه‌های ویژه مورد تأیید کشاورزی قابلیت رفع دارد.

طبق یافته‌ها، یکی دیگر از موانع استفاده اثربخش از شبکه‌های اجتماعی مجازی هنجارهای سازمانی و مدیریتی منفی در استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی می‌باشد که با یافته‌های Raj and Bhattacharjee Al-Busaidi *et al.* (2017) Suchiradipta and Saravanana (2016); (2017); و Manca and Ranieri (2016) هم‌راستا بود. این یافته نشانگر این می‌باشد که استفاده ناصحیح کارشناسان و همچنین هنجارهای اشتباهی که در سازمان‌ها وجود دارد، باعث می‌گردد که از مزایای این شبکه‌ها در بخش آموزش استفاده نگردد. جابه‌جایی سریع مدیران و همچنین تصور منفی مدیران نسبت به استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی باعث می‌گردد که کارشناسان نتوانند به‌صورت رسمی از این شبکه‌ها برای انجام وظایف شغلی استفاده کنند که این امر بازم باعث افزایش هزینه‌های سازمانی می‌گردد.

نتایج نشان داد که موانع مالی و قانونی در سازمان جهاد کشاورزی یکی دیگر از موانعی می‌باشد که باعث می‌گردد که از شبکه‌های اجتماعی مجازی نتوان به‌صورت اثربخش استفاده کرد. این یافته با مطالعات Al-Busaidi *et al.* (2017) Saravanana (2016); Devi and Suchiradipta and Yameena (2015); و Musa *et al.* (2012) همسو بود. این یافته بیانگر این می‌باشد که وجود موانع قانونی باعث شده که افراد در استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی احتیاط کرده و نتوانند به‌صورت رسمی از این شبکه‌ها برای انجام وظایف شغلی استفاده کنند.

پیشنهادها

با توجه به نتایج پژوهش پیشنهاد می‌شود؛ استفاده از قابلیت‌های شبکه‌های اجتماعی مجازی به‌عنوان یکی از کانال‌ها و ابزارهای ارتباطی در فعالیتهای ترویجی به رسمیت شناخته شود و با برگزاری دوره‌های آموزشی در نحوه استفاده اثربخش از قابلیت‌های شبکه‌های اجتماعی مجازی برای کارشناسان کشاورزی، توانمندی کارشناسان و مروجان تقویت گردد.

- مدیریت ترویج مسئولیت تدوین محتوای مجازی موردنیاز و تأیید شده متناسب با نیازهای محلی کشاورزان استان را به عهده گرفته و با راه‌اندازی گروه‌ها و کانال‌هایی ویژه در شبکه‌های اجتماعی نسبت به رفع این مانع اقدام عملی انجام دهد.

- واقعیت‌های موجود در استفاده از پیام‌رسان‌ها، موردتوجه مسئولان سازمان قرار بگیرد و ممنوعیت اداری، مانع استفاده اثربخش و آشکار از قابلیت‌های شبکه اجتماعی تلگرام در آموزش و ترویج کشاورزان نگردد و استفاده از این شبکه‌ها در

survey data. *Agricultural and Resource Economics Review*, 40(2): 158-171.

22- Suchiradipita, B., and Saravanan, R. (2016). Social media: Shaping the future of agricultural extension and advisory services. GFRAS interest group on ICT4RAS discussion paper, GFRAS: Lindau, Switzerland, 9.

دانشجویان تحصیلات تکمیلی دانشگاه رازی). کتابداری و اطلاع‌رسانی، سال ۱۹، شماره ۱، صفحات ۱۰۸-۱۳۰.

۱۰- یعقوبی، ج، و محمدی و. (۱۳۹۷). کاربردهای آموزشی شبکه‌های اجتماعی مجازی و آسیب‌های اجتماعی آن از دیدگاه دانشجویان کشاورزی (مورد مطالعه: دانشکده کشاورزی دانشگاه زنجان). فصلنامه پژوهش‌های ترویج و آموزش کشاورزی، سال ۱۱، شماره ۱، صفحات ۳۳-۴۴.

11- Al-Busaidi, K. A. Ragsdell, G., and Dawson, R. (2017). Barriers and benefits of using social networking sites versus face to face meetings for sharing knowledge in professional societies.

12- Barau, A. A., and Afrad, S. I. (2017). An overview of social media use in agricultural extension service delivery. *Journal of Agricultural Informatics (ISSN 2061-862X)*, 8(3): 50-61.

13- Baruah, T. D. (2012). Effectiveness of Social Media as a tool of communication and its potential for technology enabled connections: A micro-level study. *International Journal of Scientific and Research Publications*, 2(5): 1-10.

14- Bhattacharjee, S., and Raj, S. (2016). Social media: Shaping the future of agricultural extension and advisory services. *GFRAS interest group on ICT4RAS discussion paper; GFRAS: Lindau, Switzerland*.

Thakur, D., and Chander, M. (2018). Social Media in Agricultural Extension: Benefits and Challenges under Indian Context. *Asian Journal of Agricultural Extension, Economics and Sociology*, 1-8.

15- Devi, B. M., and Yameena, A. (2015). Science communication through social networking sites. *SRELS Journal of Information Management*, 52(5): 337-344.

16- Kipkurgat, T. Onyiego, M., and Chemwanria, S. (2016). Impact of social media on agricultural extension in Kenya: a case of Kesses District. *International Journal of Agricultural Extension and Rural Development Studies*, 3(1): 30-36.

17- Manca, S., and Ranieri, M. (2016). Facebook and the others. Potentials and obstacles of social media for teaching in higher education. *Computers and Education*, 95: 216-230.

18- Musa, N. S. Githeko, J. M., and El-Siddig, K. (2012). The adoption and use of ICTS by small scale farmers in Gezira State, Sudan. *Research Application Summary*, 625-633.

19- Raj, S., and Bhattacharjee, S. (2017). Social Media for Agricultural Extension. *National Institute of Agricultural Extension Management*, 1: 1-36.

20- Ramanigopal, C. S. Palaniappan, G., and Hemalatha, N. (2012). Social networking: Problems and prospects of the knowledge society. *International Journal of Research in Management, Economics and Commerce*, 2(2): 116-129.

21- Stern, M. J. Adams, A. E., and Boase, J. (2011). Rural community participation, social networks, and broadband use: Examples from localized and national

