

**آلية الارشاد الزراعي الإلكتروني في استخدام وسائل التواصل الاجتماعي لبناء
وتعزيز رأس المال الاجتماعي العابر في محافظة القليوبية**
**أ.د/ السيد حسن جادو أ.د/ محمد أبو الفتوح السلسبيلي أ/ إيمان سعيد
عباس**
قسم الاقتصاد الزراعي – كلية الزراعة - جامعة بنها
المستخلص

استهدف هذا البحث تحديد آلية لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي من جانب الارشاد الزراعي الإلكتروني في العمل الإرشادي الزراعي بمحافظة القليوبية ، وتم تجميع البيانات من أعضاء هيئة التدريس تخصص الإرشاد الزراعي والمجتمع الريفي بكليات الزراعة بالجامعات المصرية ومعهد بحوث الارشاد الزراعي ومركز بحوث الصحراء التابعين لوزارة الزراعة .

وقد اجري البحث علي عينه عشوائية منتظمة بلغ قوامها 120 باحثا في مجال الارشاد الزراعي والمجتمع الريفي وتم إعداد استمارة استبيان لتحقيق أهداف البحث واستوفيت البيانات اللازمة من خلال المقابلة الشخصية مع المبحوثين أو الواتساب، وذلك خلال الفترة من يناير إلى إبريل 2020م. وأستخدم في تحليل وعرض البيانات التكرارات، والنسبة المئوية والمتوسط الحسابي والانحراف المعياري والدرجة المتوسطة، والمرجحة وذلك باستخدام حزمة البرامج الإحصائية للعلوم الاجتماعية (Spss, version 16).

وقد جاءت أهم النتائج على النحو التالي:

1. أن 35 % من المبحوثين قد وقعوا في فئة الموافقة المرتفعة، وأن 44.2% قد مثلوا في فئة الموافقة المتوسطة، في حين أن 20.8% منهم قد مثلوا في فئة الموافقة المنخفضة، ويتضح من تلك النتائج أن غالبية المبحوثين 79.2% موافقون بدرجة مرتفعة أو متوسطة على أن يتضمن الإرشاد الزراعي عبر وسائل التواصل الاجتماعي هذا النوع من الأنواع الرئيسية لرأس المال الاجتماعي وهو رأس المال الاجتماعي العابر.
2. أن جميع المبحوثين يرون مناسبة جميع الصور المقترحة لتقديم الرسائل الإرشادية عبر وسائل التواصل الاجتماعي.
3. أن وسائل التواصل الاجتماعي ترتب تنازليا وفقا لدرجة مناسبتها لتوصيل الرسائل ا لإرشادية للزراع من وجهة نظر المبحوثين كما يلي: الواتساب للمزارع أو أحد

- أبنائه, الماسنجر للمزارع أو أحد أبنائه, الفيس بوك للمزارع أو أحد أبنائه, الانستجرام للمزارع أو أحد أبنائه, البريد الإلكتروني للمزارع أو أحد أبنائه.
4. أن المصادر المناسبة لإعداد المادة العلمية للرسائل الإرشادية المقدمة للزراع عبر وسائل التواصل الاجتماعي ترتب تنازليا من وجهة نظر المبحوثين كما يلي: الباحثون بمركز البحوث الزراعية, أعضاء هيئة التدريس بالجامعات, العاملين بجهاز الإرشاد الزراعي.
5. أن نوع المعاملة المادية المناسبة لتقديم الخدمة الإرشادية للزراع عبر وسائل التواصل الاجتماعي من وجهة نظر المبحوثين هي أن تكون بدون مقابل مادي أو أن يتحمل المزارع تكلفة الاتصال فقط.
6. تم وضع تصور لآلية استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في الإرشاد الزراعي بين الريفيين بمحافظة القليوبية.

مقدمه البحث ومشكلته

يعتبر القطاع الزراعي من القطاعات الهامة الذي بدأ يتعاظم فيه دور تكنولوجيا المعلومات ووسائل لاتصال الحديثة من خلال الإنترنت، والشبكات الافتراضية، والتليفون المحمول، وشبكات التواصل الاجتماعي كمصادر معلومات للزراع إلى الحد الذي قلص دور الإرشاد الزراعي كمصدر معلومات، إلا أن العديد من وكالات التنمية الدولية أكدت على أهمية تغيير دور الإرشاد الزراعي لكي يتأقلم مع الواقع الجديد بأن يقوم بدور الوسيط Brokering أو الميسر Facilitator لتعظيم استفادة الزراع من المعلومات المختلفة في المصادر المتعدده (قاسم، حازم 2015 ، ص: 538) ويعد جهاز الإرشاد الزراعي احد الأجهزة الاتصالية الذي تمكن أهميته في نشر الأفكار والممارسات الزراعية الجديدة، ونقل نتائج البحوث إلي المزارعين بطريقة قابلة للتطبيق وا يتفق مع ظروفهم قناعهم بها ووضعها موضع التنفيذ بما لتحقيق إنتاجية مرتفعة والارتقاء بمستوي تعليمهم واتخذ الإرشاد الزراعي العديد من الطرق الإرشادية والوسائل الاتصالية التي تتعامل مع مجتمعات ريفية متباينة في العديد من الخصائص والعادات والتقاليد التي تمثل السلوك والجمود الثقافي، وانتشار الأمية وضعف الاتصال ت مع العالم الخارجي وببطء التغيير الاجتماعي (الخالدي، 2004 ص: 54)

ويبين قاسم، محمد (2003 ص ص: 126- 128) أن من أهم العوامل التي قد تساعد على تطور الإرشاد الزراعي هي التطورات السريعة في مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصالات لكونها قادرة على استيعاب والتعامل مع الكم الهائل من تراكمات

حجم المعلومات المتاحة للمنتج الزراعي. وعلى الإرشاد الزراعي تجميع وتوفير المعلومات وتفسيرها واختيار المعلومات المطلوبة بدقة وتوصيلها إلى الجمهور الزراعي فى وقت الحاجة إليها. وبناءً عليه اتجه الإرشاد الزراعي إلى تطبيق وتوظيف طرق الاتصال الإرشادي الإلكتروني بهدف إرشاد الزراع للعمليات الزراعية التى تؤدي إلى زيادة الإنتاج الزراعى عن طريق توفير المعلومات الصحيحة فى الوقت المناسب، مع التغلب على المشاكل التى تواجه الطرق الإرشادية الزراعية التقليدية.

وعلى ذلك فقد فرضت تلك التغيرات التكنولوجية المعاصرة فى تكنولوجيا الاتصالات والمعلومات ضرورة الاستفادة منها فى التغلب على المشكلات التى تواجه الإرشاد الزراعي التقليدي والتحول إلى الزراعة الرقمية من خلال التطبيقات المستحدثات لإرشاد الإلكتروني أو التعلم عن بعد واستخدام الوسائل والتقنيات المستحدثة كطرق أو معينات إرشادية كالنظم الخبيرة كأساليب للاتصال والنشر والاقناع بتبني المستحدثات فى المجالات الزراعية المختلفة. كما تتيح تكنولوجيا المعلومات والاتصالات فرصاً جديدة للبحوث الزراعية والإرشاد الزراعى خاصة فى الدول النامية، ويجب النظر لتوظيف التكنولوجيا الجديدة فى الإرشاد الزراعي على أنها أداة مكملية للخدمات الإرشادية التقليدية وليست بديلاً عنها كما أنها تعمل على إتاحة الفرص للمرشدين الزراعيين لتركيز جهودهم على المهام والخدمات التى تعتمد بصفة أساسية على التفاعل الإنساني لمساعدة المزارعين كأفراد وجماعات على التعرف على المشكلات وتفسير البيانات وتقديم الحلول لها (صالح، 2006 ص 47)

وازدادت فاعلية الحاسب الآلي بظهور شبكة الإنترنت التى استطاعت تغيير طرق الاتصال وفتحت قنوات اتصال واسعة لكافة المجتمعات الريفية والهيئات التنموية، وزاد انتشارها فى مجال الإرشاد الزراعي، ولقيت تطبيقاً واسعاً فى كثير من بلدان العالم لزيادة فاعلية الخدمة الإرشادية، فهى الوسيلة التى تتيح للمستخدم أن يكون مرسل، ومستقبل، وناشر وموصل فى وقت واحد، وتيسير الوصول للمعلومات الحديثة ونتائج الأبحاث الزراعية العالمية والمحلية، فهى من أهم وسائل تكنولوجيا المعلومات والاتصالات التى ظهرت فى السنوات الأخيرة، لتقدم الخدمات الإرشادية بشكل أكثر كفاءة وفاعلية ووصولها لكافة المسترشدين بسهولة ويسر، وبأقل تكاليف، وتطوير وتحديث المادة العلمية الإرشادية باستمرار وتوفيرها فى أى وقت ومكان، والاستفادة بتطبيق الممارسات الزراعية التكنولوجية من أى مكان فى العالم، لتحسين مستوى المعيشة فى كافة المناطق الريفية (Richard and et al., 2003)

وتشير كل من (منظمة الأغذية والزراعة، 2019: 7) وعبدالواحد (2015 ص : 113) نقلا عن (Katz, E. & Stephan, J (2014 ، Goal Rishabh, Pandey P S) (2012 p: أنه في ظل انتشار الاتصالات العالية السرعة عبر الإنترنت والهواتف الذكية المستندة إلى شبكة الإنترنت، تتمتع التطبيقات المحمولة، ووسائل التواصل الاجتماعي وبروتوكول الاتصال الصوتي عبر الإنترنت ومنصات المشاركة الرقمية، هذا إلى جانب المواقع الإلكترونية الزراعية أصبحت الآن هي شريان الحياة للمزارعين والباحثين الزراعيين. وطلها تعبر عن الإرشاد الإلكتروني من خلال عدة مصطلحات مثل الإرشاد الإلكتروني E-Extension، الإرشاد على الخط On Line Extension، إرشاد الإنترنت Internet Extension والإرشاد عن بُعد Distance Extension، والإرشاد الافتراضي Virtual Extension والإرشاد عبر فضاء الإنترنت Cyber والإرشاد الرقمي. Digital Extension (Anderson and etal, 2004).

ولذا فإن نجاح الإرشاد الزراعي الإلكتروني أو الرقمي في أداء دوره وتحقيق أهدافه يتوقف على انتشار استخدامه بين أكبر عدد من العاملين في الإرشاد الزراعي، وتحقيق الاستفادة من الخدمات الإرشادية التي يقدمها إلى أكبر عدد من المزارعين، وتوفير المعلومات الحديثة المتطورة باستمرار لمواكبة التغيرات التكنولوجية في القطاع الزراعي بغرض تحقيق التنمية الزراعية والريفية المستدامة والتي كانت تقاس التنمية حتى وقت قريب بمعايير ماديته بحتة مثل متوسط الدخل الفردي والزيادة السنوية في الناتج القومي الإجمالي، مدي قدرة الدولة علي توسيع إنتاجه بمعدلات أسرع من معدلات النمو السكاني، وكانت النظريات الاقتصادية الغربية التي تضع معايير تقدم المجتمعات البشرية وتخلفها، تتجاهل القيم والأخلاق الحاكمة للسياق الاجتماعي الذي تجري فيه عملية التنمية (اسعاف حمد-2015 ص:139).

ونتيجة لهذا ظهرت آراء حديثة تنادي بأخذ البعد الاجتماعي في الاعتبار نظرا لوجود عناصر أخرى عند قياس التنمية مثل طبيعة الروابط والعلاقات الاجتماعية ومدى التمسك بالقيم الاجتماعية ودرجة متانة النسيج الاجتماعي وهذا ما يسمى رأس الاجتماعي والذي يعد المحرك الأساسي الذي يسهل عمليات التفاعل الاقتصادي و السياسي، ويشكل البنية الأساسية للعلاقات الاجتماعية، ويعزز الثقة المتبادلة، ويساعد في مواجهة المشكلات الاجتماعية (حرحوش، وصالح، 2003 ص: 54).

وتمشيا مع ما سبق قد تغيرت اهتمامات نظم الإرشاد الزراعي والخدمات الاستشارية لكي تتعامل بفعالية مع العديد من القضايا منها تنمية الموارد البشرية

الزراعية والريفية لتحسين مستوى ونوعية الحياة الريفية، وبناء وتطوير رأس المال الاجتماعي بمساعدة الزراع والمنتجين ليكونوا أكثر تنظيماً من خلال إنشاء جمعيات وروابط أو منظمات أهلية (غير حكومية) تهتم بالتعامل مع مختلف المشاكل والقضايا ذات الصلة بالمجتمع الريفي. (الشافعي، 2012: ص66).

وبالرغم من ظهور مفهوم رأس المال الاجتماعي منذ نهايات السبعينات من القرن العشرين، إلا أنه لم يحظ باهتمام الباحثين في الدول النامية بشكل عام إلا في نهاية التسعينات، وبالنسبة لمصر فقد تزايد هذا الاهتمام مع بداية اهتمام البرامج الإنمائية الدولية بدراسته في مصر، ومعرفة مدي إمكانية استغلاله في تنفيذ برامج إنمائية بديلة تقوم علي مشاركة المجتمع المستهدف في عملية التنمية، ومن هنا جاء التركيز علي رأس المال الاجتماعي نظراً لأهمية شبكات العلاقات الاجتماعية التي يمتلكها كل فرد في حياته، والتي تزداد أهميتها في المجتمعات التي تفتقد فيها المؤسسات الرسمية للمصداقية، حيث تعلو قيمة الروابط الأسرية، ويضطر الفرد للجوء إلي علاقاته وروابطه الأولية لتحقيق أهدافه وتلبية احتياجاته الأساسية، وهو ما أطلق عليه فوكوياما المجتمعات التي تنعدم فيها الثقة المجتمعية، وهي بدورها أساس تحقيق التقدم والازدهار في أي مجتمع. (عبدالحميد، إنجي محمد: 2016 ص 5-6)

ويعد الاستثمار في رأس المال الاجتماعي أحد أهم متطلبات التنمية المستدامة ، ليس فقط لأنه بمثابة الموارد الكامنة للعلاقات الاجتماعية بين الأفراد، بل استثماراً كذلك في الثقة المهدورة بين الناس، فكلما نُظِم الأفراد في مجموعات تنظيمية معينة كلما طوروا قيم مشتركة تنمي لديهم روح المسؤولية الاجتماعية إزاء تطوير أنفسهم ومجتمعهم إلى الأحسن، وكلما تحولت حالات الشك إلى ثقة، مما يساعد على تعزيز قيم المواطنة ومن ثم تمكين الأفراد لتحقيق أهدافهم في الحياة الاجتماعية بكل عناصرها (حران، فائزة، 2018، ص 178)

ونظراً للدور المحوري الذي تؤديه مواقع التواصل الاجتماعي، باعتبارها الأكثر انتشاراً على شبكة الإنترنت لما تمتلكه من خصائص تميزها عن المواقع الإلكترونية الأخرى، مما شجع متصفح الإنترنت من كافة أنحاء العالم على الإقبال المتزايد عليها بالرغم من الانتقادات الشديدة التي تتعرض لها الشبكات الاجتماعية على الدوام، من تفكك الأسره وعدم تماسكها وغياب التفاعل المباشر فيما بين الأفراد، لكن في المقابل هناك من يرى فيها، وتقريب المفاهيم والرؤى مع الآخر، والاطلاع على ثقافات الشعوب المختلفة، إضافة لدورها الفاعل والتميز كوسيلة اتصال ناجعة (المنصور، ٢٠١٢ ص: ٢٢)

وصاحب ذلك ظهور مفهوم رأس المال الاجتماعي الافتراضي علي شبكة الإنترنت، والذي عرف بأنه "شبكة من العلاقات الاجتماعية الافتراضية والمتشكلة عبر الفضاء المعلوماتي والتي تسهم في تقديم منافع ومردودات شخصية وجماعية واجتماعية على المستويين الواقعي والافتراضي ومرتبطة وجوده بظهور وسائل التواصل الاجتماعي كالفيس بوك الافتراضي: والذي يعد فضاء خصب لاستثمار رأس المال الاجتماعي بما يوفره من علاقات واتصالات وامكانية الالتحاق والانتماء للعديد من الصفحات والمجموعات ذات الاهتمامات المشتركة. سمحت بتشكيل شبكات اجتماعية على مستوى الأفراد والجماعات عبر مواقع التواصل الاجتماعي، ولعبت هذه الشبكات دورها الفاعل في تشكيل رأس المال الاجتماعي الافتراضي (شيرين كدواني، 2016 ص ص: 183-184)

واتساقا مع الوضع الحالي في مصر وتمشيا مع التغيرات التي حدثت في العالم، وحدثت ثورة هائلة في تكنولوجيا المعلومات والاتصال بظهور العديد من وسائل التواصل الاجتماعي الإلكتروني من خلال شبكة المعلومات الدولية (الانترنت) فإنها تفرض علي الجهاز الإرشادي ضرورة إعادة النظر في الطرق والأساليب التي يستخدمها في توصيل المعلومات للزراع والسكان الريفيين وكيفية اعدادها او تجهيزها و اختيار الوسيلة المناسبة لكل محتوى, واطر وأساليب توصيلها (عبد المقصود, 2017: ص4) فقد دعت الحاجة إلي ضرورة اجراء هذا البحث للاستفادة من الوسائل الاتصالية المستحدثة في العمل الإرشادي الإلكتروني او الرقمي وخاصة انه قد تم اجراء العديد من الدراسات والبحوث في مجال الارشاد الزراعي للتعرف علي متطلبات استخدام التكنولوجيا المستحدثة من النواحي التعليمية والاقتصادية ولم يناولها بشكل تفصيلي من النواحي الاجتماعي، ولكل هذا كان هذا البحث، وقد تركزت مشكلته في التساؤل الرئيس التالي: ماهي آلية الارشاد الزراعي الإلكتروني في استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في بناء وتعزيز رأس المال الاجتماعي وخاصة العابر أو الع لاقاتي القائم علي الثقة، والتعاون، والمشاركة باعتبارهم من المبادئ الأساسية في العمل الإرشادي الزراعي .

أهداف البحث

يستهدف البحث بصفة رئيسية التعرف علي الية الارشاد الزراعي الإلكتروني في استخدام وسائل التواصل الاجتماعي لتكوين وتعزيز رأس المال الاجتماعي العابر أو الع

لاقتاتي بين الريفيين من وجهة نظر المتخصصين في مجال الارشاد الزراعي والمجتمع الريفي من خلال تحقيق الاهداف الفرعية الأتية:

1. التعرف علي مدي موافقتهم علي الأنواع الفرعية لرأس المال العابر أو العلاقاتي و الأنشطة المرتبطة بهم لتكوينهم وتنميتهم عبر وسائل التواصل الاجتماعي من جانب الارشاد الزراعي.

2. ترتيب أفضلية الأنواع الفرعية والأنشطة المرتبطة بهم لتكوينها وتنميتها عبر وسائل التواصل الاجتماعي من جانب الارشاد الزراعي.

3. تحديد الصورة المناسبة للرسائل الإرشادية ومعاملتها لتكوين وتنمية رأس المال العابر عبر وسائل التواصل الاجتماعي من جانب الارشاد الزراعي .

4. تحديد وسيلة التواصل الاجتماعي المناسبة لتوصيل الرسائل الإرشادية لتكوين وتنمية رأس المال الاجتماعي العابر عبر وسائل التواصل الاجتماعي من جانب الارشاد الزراعي.

5. تحديد القائم بإعداد الرسائل الإرشادية المتصلة برأس المال الاجتماعي العابر لتكوينه وتعزيزه بين الريفيين عبر وسائل التواصل الاجتماعي من جانب الارشاد الزراعي .

6. تحديد المقابل المادي (تكلفة الخدمة) الواجب أن يتحملها الريفي في مقابل الحصول علي الخدمة الإرشادية عبر وسائل الاتصال الاجتماعي.

الطريقة البحثية

أولاً: التعاريف الإجرائية:

1- **أعضاء هيئة التدريس بكليات الزراعة بالجامعات المصرية:** يقصد بهم جميع أعضاء هيئة التدريس والحاصلين علي درجة الدكتوراه في تخصص الإرشاد الزراعي بكليات الزراعة بالجامعات المصرية. وكذا جميع الباحثين بمعهد بحوث الارشاد الزراعي والتابع لمركز

2- **الزراعة الرقمية:** ويقصد بها الزراعة التي تعتمد على التكنولوجيا الرقمية، وتهدف إلى بناء نظام زراعي متكامل يجمع بين جمع ونقل ومعالجة البيانات، وآلات التحكم الرقمية معاً لإدارة النشاط الزراعي.

3- **الإرشاد الزراعي الالكتروني أو الرقمي:** ويقصد بها عملية التعليم الإرشادي التي تحدث في بيئة إلكترونية أو رقمية، وتعتمد على استخدام التكنولوجيا الرقمية بمختلف أنواعها في إنتاج وتوصيل المحتوى التعليمي الإرشادي، والمتمثلة في

الحاسب الآلي والإنترنت بخدماته المختلفة، والتليفزيون الرقمي، والراديو الرقمي ، والهاتف المحمول ووسائل التواصل الاجتماعي.

4- رأس المال الاجتماعي: ويقصد به في هذا البحث مدى ثقته الريفي ورضاه عن المؤسسات المختلفة العاملة بالريف ، ومدى تبادل العلاقات والخدمات بينه وبين الآخرين .

5- آلية استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في العمل الإرشادي الزراعي الإلكتروني: ويقصد بها الطريقة العلمية الفنية الاقتصادية الصحيحة لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي (الفييس بوك، والواتساب، والماسنجر، والبريد الإلكتروني، والانستيجرام) في العمل الإرشادي الزراعي من حيث (رأس المال الاجتماعي الرابط أو العلاقاتي والأنشطة الفرعية المرتبطة به عبر وسائل التواصل الاجتماعي، وصور تقديم الرسائل الإرشادية المناسبة له، ونوع وسيلة التواصل الاجتماعي المناسبة، والقائم بإعداد المادة العلمية للرسائل الإرشادية).

وقد اجري البحث علي عينه عشوائيه منتظمة بلغ قوامها 120 مبحوثا من اجمالي 292 مبحوثا، وهم يمثلون شاملة اعضاء هيئة التدريس والباحثين بأقسام الارشاد الزراعي والمجتمع الريفي المنتمين لكليات الزراعة ومعهد بحوث الارشاد الزراعي و الواقعين في نطاق القاهرة الكبرى وهي بنها، القاهرة، عين شمس، والازهر، ومعهد بحوث الارشاد الزراعي، ومكز بحوث الصحراء التابعين لمركز البحوث الزراعية وزارة الزراعة. وتم تحديد عينة البحث من خلال استخدام معادلة kregicie.R.v.and Morgan (1970 P:62) $S = \frac{X^2 np(1-p)}{d^2(n-1) + X^2 p(1-p)}$ حيث أن :

$S =$ حجم العينة المطلوبة للدراسة . $N =$ حجم الشاملة بمنطقة الدراسة = 199 مرشدا .
 $x^2 =$ رقم ثابت (قيمة مربع كاي) = 3.841 $D =$ رقم ثابت (نسبة الخطأ المسموح به) = 0.05
 $P =$ رقم ثابت (نسبة احتمال وجود الظاهرة) = 0.5

وبتطبيق المعادلة السابقة علي شاملة الدراسة علي مستوي محافظة القاهرة و الجيزة والقليوبية والبالغ عددهم 292 باحثا زراعيا ، فقد تم التوصل إلي حجم العينة المطلوبة حيث بلغت 166 باحثا زراعيا بنسبة مئوية 56.7% تقريبا، تم اختيارهم بطريقة عشوائية منتظمة من واقع الكشوف الخاصة بهم في الكليات والمراكز والمعاهد البحثية الموجودين بها، وقد تم استبعاد ستة عشرة استمارة، نتيجة لعد اكتمال

استيفائها أو تضارب بعض بياناتها، في حين تعزز جمع البيانات الإلكترونية من بعض المبحوثين بالجامعات والمراكز والمعاهد البحثية وفقا لظروف خاصه بهم، والذي بلغ عددهم ثلاثون مبحوثا موزعين علي تصنيف الفئات المختلفة لأعضاء هيئة التدريس بـ الماكن البحثيه المدروسة، وبذلك بلغ العدد الكلي الاجمالي لعينة المبحوثين المتخصصين في مجال الارشاد الزراعي والمجتمع الريفي 120 مبحوثا من أعضاء هيئة التدريس والباحثين بالاماكن سالفة الذكر.

جدول رقم (1) توزيع عينة الدراسة وفقا لأعداد الباحثين في بعض كليات الزراعة ومركز بحوث الصحراء ومعهد بحوث الارشاد الزراعي في تخصص الارشاد الزراعي و المجتمع الريفي

العينة	المجموع الكلي	مركز بحوث الصحراء	معهد بحوث الإرشاد	كليات الزراعة	الاقسام بالكليات والمعاهد التخصصات
109	192	128	128	37	ارشاد زراعي
62	100	13	54	33	مجتمع ريفي
166	292	40	185	70	الإجمـالي

المصدر: شئون أعضاء هيئة التدريس بالكليات والمراكز والمعاهد البحثية موضع الدراسة.

أدوات جمع البيانات وقياس المتغيرات والمعالجة الكمية لها:

أدوات جمع البيانات واختبارها: اعتمدت هذه الدراسة في جمع بياناتها على استخدام استمارة الاستبيان من خلال وسائل التواصل الاجتماعي (الواتس - الماسنجر) و المقابلة الشخصية في حالة عدم امكانية التواصل معهم علي وسائل التواصل الاجتماعي.

وقد تم إجراء اختبار مبدئي (Pre - Test) لاستمارة الاستبيان من خلال ارسالها علي الواتس والماسنجر لعشرة من اساتذة الارشاد الزراعي والمجتمع الريفي بالجامعات المصرية غير الجامعات موضع الدراسة. , ومن ثم تم إجراء التعديلات اللازمة والتي تم فيها إعادة صياغة بعض العبارات ، وحذف بعض العبارات الأخرى ، وبذلك أصبحت استمارة الاستبيان صالحة كأداة لجمع البيانات لتحقيق الأهداف البحثية المرجوة من تلك الدراسة .

ب- قياس متغيرات الدراسة والمعالجة الكمية لها

1- آراء المبحوثين في الأنواع المقترحة لرأس المال الاجتماعي لتنميتها عبر وسائل التواصل الاجتماعي

فيما يتعلق بقياس آراء المبحوثين حول درجة موافقتهم على رأس المال الاجتماعي الرئيسي العابر والعلاقاتي والأنواع الفرعية له، والبالغ عددها (5 أنواع) والنشطة المتعلقة به والبالغ قدرها (19 نشاط)، وتم وضع مقياس مكون من خمس فئات استجابة علي غرار مقياس ليكرت هي: موافق جداً، موافق، سيان، غير موافق، غير موافق جداً وأعطيت الدرجات 5، 4، 3، 2، 1 على الترتيب، وتم جمع إجمالي الدرجات التي حصل عليها كل مبحوث لتعبر عن درجة موافقته على أن يتضمن الإرشاد الزراعي عبر وسائل التواصل الاجتماعي رأس المال الاجتماعي موضع الدراسة والأنواع الفرعية والأنشطة المرتبطة به، وتم تقسيمهم إلى ثلاث فئات وفقاً للدرجات النظرية لكل نوع كما يلي: ولترتيب الأنواع الفرعية لرأس المال الاجتماعي العابر، فقد تم حساب الوسط المرجح لكل نوع، وبذلك تم ترتيب الأنواع الفرعية داخل كل نوع من الأنواع المقترحة تنازلياً وفقاً لهذه الدرجة لكل منهما. أما فيما يتعلق بالأنشطة المرتبطة بالأنواع الفرعية موضع الدراسة، فقد تم حساب النسبة المئوية للمتوسطات وتم تقسيمهم إلى ثلاث فئات منخفضة - متوسط - عالي وفقاً للمدى الفعلي للنسب المئوية الحاصل عليها في مجموع الأنشطة المعبرة عن النشاط الفرعي موضع الدراسة.

2- الصورة المناسبة لتقديم الرسالة الإرشادية عبر وسائل التواصل الاجتماعي

لتحديد الصورة المناسبة لتقديم الرسالة الإرشادية لكل مكون أو محور من محاور رأس المال الاجتماعي من وجهة نظر المبحوثين تم حصر أهم صور تقديم الرسائل الإرشادية في ست صور هي: رسالة مكتوبة، رسالة صوتية، رسالة فيديو، صور توضيحية، اتصال مباشر بالمتخصص، كل ما سبق، وطلب من المبحوث أن يضع علامة أمام كل صورة من الصور السابقة لتعبر عن الصور المناسبة لتقديم الرسائل الإرشادية لكل نوع من الأنواع الفرعية لرأس المال الاجتماعي وما يرتبط بها من أنشطة تعبر عن هذا النوع من وجهة نظره، ووفقاً لعدد الصور التي أشار إليها المبحوث والمناسبة لكل نشاط من الأنشطة المدروسة تم الحصول على تكرارات مقابلة للاستجابات المتعلقة بكل مبحوث، وتم الحصول على درجة مناسبة صورة تقديم الرسائل الإرشادية لكل نوع من الأنشطة من وجهة نظره، كما تم حساب متوسط النسبة المئوية لتكرارات كل صورة وتم ترتيبها تنازلياً وفقاً لهذه النسبة.

3- نوع وسائل التواصل الاجتماعي الواجب استخدامها عبر وسائل التواصل الاجتماعي

قد اشتمل على نوع وسائل التواصل الاجتماعي الواجب استخدامها من جانب الأ

ارشاد الزراعي، لتقديم الأنشطة المرتبطة بالأنواع الفرعية لراس المال الاجتماعي موضع الدراسة من وجهة نظر المبحوثين، تم تحديد أهم وسائل التواصل الاجتماعي وحصرتها في خمس وسائل هي: الواتس للريفي أو أحد أبنائه، الماسنجر للريفي أو أحد أبنائه، الفيس بوك للريفي أو أحد أبنائه الانستجرام للريفي أو أحد أبنائه، الإيمو أو الفايبير للريفي أو أحد أبنائه البريد الالكتروني للريفي أو أحد أبنائه، وتم وضع مقياس مكون من خمس فئات استجابة هي: مناسبة تماما، مناسبة، مناسبة لحد ما، غير مناسبة، غير مناسبة تماما، وطلب من المبحوث أن يضع علامة تعبر عن فئة مناسبة كل وسيلة من وسائل التواصل الاجتماعي سألها الذكر، ووفقا لما اشار إليه المبحوث، تم الحصول علي تكرارات مقابله للاستجابات المتعلقة بكل مبحوث علي الوسائل الخمس المدروسة، كما تم حساب متوسط النسبة المئوية لتكرارات كل صورة وتم ترتيبها تنازليا وفقا لهذه النسبة.

4- القائم بأعداد المادة العلمية للرسائل الإرشادية المتضمنة عبر وسائل التواصل الاجتماعي

فيما يتعلق بالقائم بإعداد المادة العلمية للرسائل الإرشادية، فقد تم تحديد أربعة مصادر لإعداد المادة العلمية للرسائل الإرشادية عبر وسائل التواصل الاجتماعي وهي: أعضاء هيئة التدريس بالجامعات، الباحثون بمركز البحوث الزراعية، جهاز الإرشاد الزراعي، كل ما سبق، حيث تم وضع مقياس مكون من خمس فئات استجابة هي: موافق جدا، موافق، موافق لحد ما، غير موافق، غير موافق جدا وأعطيت الدرجات 4، 5، 3، 2، 1، على الترتيب وتم جمع إجمالي الدرجات التي حصل عليها كل مبحوث لتعبر عن درجة موافقته على من يقوم بإعداد المادة العلمية للرسائل الإرشادية المقدمة عبر وسائل التواصل الاجتماعي، ولترتيب مصادر إعداد المادة العلمية للرسائل الإرشادية المقدمة عبر وسائل التواصل الاجتماعي من وجهة نظر المبحوثين تم حساب الدرجة المتوسطة لتفضيل كل مصدر عن طريق ضرب الوزن الرقمي لكل فئة x التكرار المقابل وجمع الدرجات وقسمتها على عدد المبحوثين، وتم ترتيب المصادر تنازليا وفقا للدرجة المتوسطة لكل مصدر

5- تحديد نوع المعاملة المادية المناسبة مقابل تقديم الخدمة الإرشادية للريفيين عبر وسائل التواصل الاجتماعي من وجهة نظر المبحوثين:

قد تم سؤال المتخصصين أو الخبراء من أعضاء هيئة التدريس والباحثين عن مدي موافقتهم علي عدد من الخيارات لتقديم الخدمة الإرشادية، بلغ عددها أربع وهي:

بدون مقابل مادي، يتحمل المزارع تكلفة الاتصال فقط، أجر رمزي يتحمله المزارع، تقسم التكلفة مناصفة بين المزارع وجهاز الإرشاد الزراعي، وطلب منهم الاستجابة عن كل عبارة وفقا لمقياس متدرج لانماط الاستجابة: موافق، موافق لحد ما، غير موافق، وأعطيت الدرجات 3, 2, 1, على الترتيب، ولترتيب صور التعاملات المالية نظير الخدمات الإرشادية المقدمة عبر وسائل التواصل الاجتماعي من وجهة نظر المبحوثين، تم حساب الدرجة المتوسطة لتفضيل كل عبارة عن طريق ضرب الوزن الرقمي لكل فئة x التكرار المقابل وجمع الدرجات وقسمتها على عدد المبحوثين، وتم الترتيب تنازليا وفقا للدرجة المتوسطة لكل عبارة.

سابعا : ادوات التحليل الاحصائي

وقد استخدم في عرض بيانات الدراسة العرض الجدولي بالتكرارات والنسبة المئوية، والمتوسط الحسابي، والانحراف المعياري، والدرجة المتوسطة، والمتوسط المرجح، وذلك باستخدام مجموعة البرامج الإحصائية للعلوم الاجتماعية (Spss version 16).

النتائج ومناقشتها

اولا: موافقة المبحوثين علي رأس المال الاجتماعي العابر أو العلاقتي القائم علي الثقة والأمان والتسامح لتنميته من جانب الارشاد الزراعي عبر وسائل التواصل الاجتماعي :

لتحديد درجة موافقة أفراد عينة الدراسة علي النوع الأول من رأس المال الاجتماعي الفرعي المقترح وهو رأس المال العابر أو العلاقتي، قد تم سؤالهم عن خمس عبارات تعبر عن مدي موافقتهم علي رأس المال موضع الدراسة، فأظهرت النتائج الواردة بجدول رقم (2) أن قيمة المتوسط الحسابي بلغت 4,11 درجة المعبرة عن درجة موافقة المبحوثين على رأس المال الاجتماعي الفرعي المقترح لتنميته من جانب لإرشاد الزراعي الالكتروني عبر وسائل التواصل الاجتماعي، بإنحراف معياري قدره 60,8 درجة، وبتصنيف المبحوثين حسب الدرجة الإجمالية الفعلية لموافقتهم والتي بلغت حد أقصى قدره 23 درجة وحد أدني قيمته 8 درجات وتم تقسيم المبحوثين إلي ثلاث فئات (منخفضة أقل من 13 درجة)، (متوسطة من 13 إلي أقل من 18 درجة)، (مرتفعة 18 درجة فأكثر). وقد اشارت النتائج أن 35 % من المبحوثين قد وقعوا في فئة الموافقة المرتفعة، وأن 44,2% قد مثلوا في فئة الموافقة المتوسطة، في حين أن 20,8% منهم قد مثلوا في فئة الموافقة المنخفضة ، ويتضح من تلك النتائج أن غالبية المبحوثين 79,2% موافقون بدرجة مرتفعة أو متوسطة على أن يتضمن الإرشاد الزراعي عبر وسائل التواصل الاجتماعي هذا النوع من الأنواع الرئيسية لرأس المال الاجتماعي وهو رأس المال الاجتماعي العابر.

جدول رقم (2) توزيع المبحوثين وفقا لدرجة موافقتهم على رأس المال الاجتماعي

العابر لتنميته من جانب الإرشاد الزراعي عبر وسائل التواصل الاجتماعي.

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	%	عدد	درجة الموافقة
0,806	4.11	20,8	25	منخفضة أقل من 13 درجة
		44,2	25	متوسطة من 13 إلى أقل من 18 درجة
		35	42	مرتفعة 18 درجة فأكثر
		100	120	الإجمالي

المصدر: حسب من استمارات الاستبيان.

1- ترتيب الأنواع الفرعية لرأس المال الاجتماعي العابر أو العلاقي القائم علي الثقة، و الأمان، والتسامح والوجب تنميته من جانب الارشاد الزراعي عبر وسائل التواصل ا لاجتماعي:

أوضحت النتائج المثبتة بجدول (3) أن الأنواع الفرعية التي يتضمنها النوع الرئيسي لرأس المال الاجتماعي العابر أو العلاقي تختلف في ترتيبها من وجهة نظر المبحوثين، وعموما يأتي في مقدمة هذه الأنواع الفرعية من حيث الترتيب: الثقة و الرضا عن الخدمات الحكومية، بمتوسط مرجح قدره 3,4 درجة، ويأتي في المرتبة الثانية التسامح والعتاب الاجتماعي، بمتوسط مرجح قيمته 27,4 درجة، وفي المرتبة الثالثة الأمان الاجتماعي، بمتوسط مرجح قدره 27,4 درجة، والرابعة تبادلية العلاقات والخدمات، بمتوسط مرجح قيمته 4,23 درجة، أما المرتبة الخامسة فقد احتلها الثقة المبنية علي المعرفة، بمتوسط مرجح قدره 14,4 درجة.

وقد يفسر النتائج سالفة الذكر والمتحصل عليها من جانب المبحوثين والتي تشير إلي وضع رأس المال الاجتماعي العابر في المرتبة الأولى ما ذكره (محمد، 2021 ص 120) من أن درجة رأس مال الثقة والذي يقصد به إحساس الفرد الداخلي بأن الأفراد والجماعة وقيادات الرأي والمسؤولين الحكوميين بالقرية يقومون بأدوارهم الموكولة إليهم علي أكمل وجه وأن هناك ثقة في الأفراد والجماعات وقيادات الرأي بالقرية وكذا المسؤولين الحكوميين، مما يساهم في تكوين وبناء رأس المال الاجتماعي في المجتمعات الريفية المختلفة.

جدول رقم (3) ترتيب المجالات الفرعية التي يتضمنها مجال رأس المال الاجتماعي العابر والقائم الثقة والامان والتسامح وفقا للمتوسط الحسابي المرجح من وجهة نظر المبحوثين

درجة	موافق جدا	موافق	سيان	غير موافق	غير	المتوسط	الترتيب
------	-----------	-------	------	-----------	-----	---------	---------

	المرجح	موافق جدا										الموافقة ا لأنواع الفرعية
		%	عدد	%	عدد	%	عدد	%	عدد	%	عدد	
5	4,14	0	0	4,17	5	17,50	21	38,33	46	40,00	48	الثقة المبنية حلي المعرفة
1	4,35	0	0	4,17	5	9,17	11	34,17	41	52,50	63	الثقة و الرضا عن الخدمات
3	4,26	0	0	4,17	5	8,33	10	45,00	54	42,50	51	الامان الا اجتماعي
2	4,27	0	0	1,67	2	10,83	13	46,67	56	40,83	49	التسامح والعتاب ا لاجتماعي
1	4,23	0	0	1,67	2	14,17	17	44,17	53	40,00	48	تبادلية الع لاقات و الخدمات

المصدر: حسبت من استمارات الاستبيان

ويمكن إيجاز النتائج ذات الصلة براس المال العابر أو العلاقاتي وما يتصل به من أنواع فرعية بلغ عددها خمسة انواع وما يرتبط به من أنشطة فيمايلي:

جاءت الأنواع الفرعية والخاصة بكل من تبادلية العلاقات والخدمات، والثقة المبنية على المعرفة بمستوى عال بنسبة 2%,79، 3%,77 على الترتيب، بينما جاءت الأبعاد الفرعية الخاصة بكل من الثقة والرضا عن المؤسسات الحكومية، والتسامح والعتاب الاجتماعي، والثقة والرضا عن الخدمات الحكومية، والأمان الاجتماعي بمستوى متوسط بنسبة 9%,73، 5%,73، 1%,72، 6%,70، 70,6% على الترتيب.

والأنشطة المعبرة عنهم تمثلت في كل من: زيادة الثقة في المعلومات التي يتم الحصول عليها من أفراد الأسرة، تشجيع زيادة الثقة في المعلومات التي يتم الحصول عليها من الاصدقاء والجيران، الثقة في المعلومات التي يتم الحصول عليها من أفراد القرية، الرضا عن أداء الوحدات المحلية، الرضا عن اداء الحكومة، تشجيع زيادة بناء الثقة في السياسيين بشكل عام، تشجيع بناء الثقة في الشرطة، الرضا عن نظام الرعاية الصحية الرضا عن وسائل النقل العام، الرضا عن النظام التعليمي، الثقة في أداء النظام القضائي، تشجيع زيادة الرضا عن خدمات الاتصال، تشجيع بناء الثقة في المعلومات التي تقدمها وسائل الاعلام، مساهمة البيئة الاجتماعية في بناء الثقة والترابط بين الأفراد.

والنتائج السابقة تشير إلي ترتيب الموافقة علي الأنشطة تبعا لراس المال الفرعي و الرئيسي من وجهة نظرهم وأن استجابتهم علي الأنواع موضع الدراسة، تتميز بوجود قدر عالي من التجانس في الاستجابات، وقد يرجع ذلك إلى أن المتخصصين من

أعضاء هيئة التدريس والباحثين يرون في البيئة الريفية أنها مشجعه على التعاون الاجتماعي وسيادة منظومة قيمية تأتي في مقدمتها قيم الثقة والرغبة في التعاون وإقامة علاقات متبادلة وشبكات اجتماعية بين الأفراد والأسر والجماعات لمواجهة التحديات المشتركة بطريقة سليمة وفي سياق من التفاعل البناء.

جدول (4) ترتيب توزيع موافقة المبحوثين علي الأنشطة المرتبطة بالأنواع الفرعية لرأس المال الاجتماعي العابر وفقا لمتوسطاتها وانحرافها المعياري وأوزانها النسبية

الأنواع الفرعية	الأنشطة المرتبطة به	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوزن النسبي	المستوي
الثقة المبنية علي المعرفة	الثقة في المعلومات التي يتم الحصول عليها من أفراد الاسرة	2.33	0.65	77.3	عالي
	الثقة في المعلومات التي يتم الحصول عليها من الاصدقاء و الجيران	2.28	0.63		
	الثقة في المعلومات التي يتم الحصول عليها من افراد القرية	2.34	0.65		
	المجموع	6.95	1.93		
الثقة و الرضا عن المؤسسات الحكومية	الرضا عن اداء الوحدات المحلية	2.14	0.69	72.1	متوسط
	الرضا عن اداء الحكومة	2.35	0.76		
	بناء لثقة في السياسيين بشكل عام	2.22	0.70		
	المجموع	6.71	2.15		
الثقة و الرضا عن الخدمات الحكومية	بناء الثقة في الشرطة	2.12	0.77	70.6	متوسط
	الرضا عن نظام الرعاية الصحية	2.17	0.73		
	الرضا عن و سائل النقل العام	2.30	0.74		
	الرضا عن النظام التعليمي	2.20	0.68		
	الثقة في اداء النظام القضائي	2.06	0.67		
	الرضا عن خدمات الاتصال	2.12	0.63		
	الثقة في المعلومات التي تقدمها وسائل الاعلام	2.01	0.61		
المجموع	14.98	4.83			
الامان الاجتماعي	مساهمة البيئة الاجتماعية في بناء الثقة والترابط بين الافراد.	2.12	0.63	70.6	متوسط

المصدر : جمعت وحسبت من بيانات استمارة الاستبيان.

ثانياً: صورة الرسالة الإرشادية المناسبة للمجالات المدروسة من وجهة نظر المبحوثين:

توضح النتائج بجدول رقم (5) أن أعضاء هيئة التدريس والباحثين موضع الدراسة يرون أن الترتيب الأول قد احتلته الرسائل المكتوبة عند تقديم الرسائل الإرشادية لرأس المال الاجتماعي موضع الدراسة عبر وسائل التواصل الاجتماعي بمتوسط نسبي

قدره 49.1%، أما الترتيب الثاني فقد جاء فيه جميع الصور المذكورة، بمتوسط نسبي قدره 46,6%، وجاء الفيديو في الترتيب الثالث بمتوسط نسبي قيمته 35,5%، وجاء في الترتيب الرابع الصور التوضيحية بمتوسط نسبي قدره 31.5%، ووقع في المركز الخامس الاتصال المباشر بالمتخصصين بمتوسط نسبي قدره 30.7%، ووقع في المركز السادس الرسائل الصوتية بمتوسط نسبي قيمته 11.8% .

ويتضح من هذه النتائج أن الباحثين يرون أن جميع صور الرسالة الإرشادية المدروسة تناسب تقديم الرسائل الإرشادية في المجالات الرئيسية لرأس المال الاجتماعي المقترحة لتنميتها من جانب الإرشاد الزراعي عبر وسائل التواصل الاجتماعي. وأن اختلفت في أهمية استخدامها، حيث أن الرسائل المكتوبة أفضل في عرض أنواع رأس المال الاجتماعي موضع الدراسة تليها الصور التوضيحية ثم يأتي أقلها حين تستخدم رسائل صوتية.

جدول رقم (5) ترتيب الصورة المناسبة لتقديم الرسائل الإرشادية للأنواع الرئيسية المقترحة لرأس المال الاجتماعي من وجهة نظر الباحثين

صور تقديم الرسائل الإرشادية												الأنواع الرئيسية
جميع الصور		اتصال مباشر بـ المتخصص		صور توضيحية		رسالة فيديو		رسالة صوتية		رسالة مكتوبة		
%	العدد	%	العدد	%	العدد	%	العدد	%	العدد	%	العدد	
8.4	10	12.8	15	17.7	21	17.7	21	25.	30	18.4	23	رأس المال العابر
26.7	32	15.1	18	10.5	13	6.9	8	10.5	13	30.3	36	رأس المال المترابط
28.4	34	8.4	10	11.8	14	26.8	32	20.9	26	3.7	4	رأس المال الرابط

المصدر: حسب من استمارة الاستبيان.

ثالثاً: وسيلة التواصل الاجتماعي المناسبة لتوصيل الخدمة الإرشادية الزراعية من وجهة نظر الباحثين:

أظهرت النتائج بجدول رقم (6) أن المتخصصين من أعضاء هيئة التدريس بعينة الدراسة يرون أن: الواتساب للمزارع أو أحد أبنائه يأتي في مقدمة وسائل التواصل الاجتماعي المناسبة لتوصيل الخدمة الإرشادية للريفيين لرأس المال الاجتماعي عبر

وسائل التواصل الاجتماعي وذلك بدرجة متوسطة قدرها 2.7 درجة، أما المركز الثانى فقد جاء فيه الماسنجر للمزارع أو أحد أبنائه بدرجة متوسطة قدرها 2.3 درجة، وجاء الفيس بوك للمزارع أو أحد أبنائه فى المركز الثالث بدرجة متوسطة قدرها 1.8 درجة، بينما جاء الانستجرام للمزارع أو أحد أبنائه بالمركز الرابع بدرجة متوسطة قدرها 1.7 درجة، أما المركز الخامس والأخير فقد كان من نصيب البريد الإلكتروني للمزارع أو أحد أبنائه بدرجة متوسطة قدرها 1.2 درجة.

جدول (6): توزيع المبحوثين وفقا لوجهة نظرهم فى وسيلة التواصل الاجتماعي المناسبة للإرشاد الزراعى عبر وسائل التواصل الاجتماعي

م	وسيلة التواصل الاجتماعي	مناسبة		مناسبة لحد ما		غير مناسبة		الدرجة المتوسطة	الترتيب
		عدد	%	عدد	%	عدد	%		
1	الواتساب للمزارع أو أحد أبنائه.	95	79.1	21	17.4	4	3.5	2.7	1
2	الماسنجر للمزارع أو أحد أبنائه.	46	38.4	64	53.5	10	8.1	2.3	2
3	الفيس بوك للمزارع أو أحد أبنائه.	35	29.1	31	25.6	54	45.3	1.8	3
4	الانستجرام للمزارع أو أحد أبنائه.	17	14.0	56	46.5	47	39.5	1.7	4
5	البريد الإلكتروني للمزارع أو أحد أبنائه	7	5.8	21	17.4	92	76.7	1.2	5

المصدر: حسب من استمارات الاستبيان.

وبذلك تترتب وسائل التواصل الاجتماعي تنازليا وفقا لدرجة مناسبتها لتوصيل الرسائل الإرشادية للزراع من وجهة نظر المبحوثين كما يلي: الواتساب للمزارع أو أحد أبنائه، الماسنجر للمزارع أو أحد أبنائه، الفيس بوك للمزارع أو أحد أبنائه، الانستجرام للمزارع أو أحد أبنائه، البريد الإلكتروني للمزارع أو أحد أبنائه.

وربما ترجع هذه النتائج لسهولة استخدام وسائل التواصل الاجتماعي الممثلة فى الواتساب للمزارع أو أحد أبنائه، والماسنجر للمزارع أو أحد أبنائه، إضافة إلى أن المبحوثين قد يرون عدم انتشار البريد الإلكتروني لدى المزارع مقارنة بباقي أنواع وسائل التواصل الاجتماعي الأخرى المدروسة.

رابعاً: المصدر المناسب لإعداد المادة العلمية للرسائل الإرشادية لتنمية رأس المال الاجتماعي بين الريفيين عبر وسائل التواصل الاجتماعي من وجهة نظر المبحوثين: أظهرت النتائج بجدول رقم (7) أن المبحوثين يرون أن يقوم الباحثون بمركز البحوث الزراعية بإعداد المادة العلمية للرسائل الإرشادية المقدمة للزراع عبر وسائل التواصل الاجتماعي حيث احتلت الترتيب الأول بدرجة متوسطة قدرها 2.7 درجة، كما جاء في الترتيب الثاني أعضاء هيئة التدريس بالجامعات بدرجة متوسطة قدرها 2,6 درجة، بينما جاء جهاز الإرشاد الزراعي في الترتيب الثالث بدرجة متوسطة قدرها 1.6 درجة، أما الترتيب الرابع والأخير فقد جاء فيه أن يقوم بإعداد الرسالة الإرشادية كل ما سبق. جدول (7): توزيع المبحوثين وفقاً لدرجة موافقتهم على من يقوم بإعداد المادة العلمية للرسائل الإرشادية لرأس المال الاجتماعي لتنميته بين الريفيين عبر وسائل التواصل الاجتماعي

م	القائم بإعداد المادة العلمية للرسائل الإرشادية	موافق		موافق لحد ما		غير موافق		الدرجة المتوسطة	الترتيب
		عدد	%	عدد	%	عدد	%		
1	الباحثون بمركز البحوث الزراعية	95	79.1	10	8.1	15	12.8	2.7	1
2	أعضاء هيئة التدريس بالجامعات	83	69.8	27	22.1	10	8.1	2,6	2
3	جهاز الإرشاد الزراعي.	11	9.3	46	38.4	63	52.3	1.6	3
4	كل ما سبق	3	2.2	8	7.0	109	90.7	1.1	4

المصدر: حسب من استمارات الاستبيان.

وطبقاً للعرض سالف الذكر يمكن ترتيب المصدر المناسب لإعداد المادة العلمية للرسائل الإرشادية المتعلقة برأس المال الاجتماعي المقدمة للريفيين عبر وسائل التواصل الاجتماعي تنازلياً من وجهة نظر المبحوثين كما يلي: الباحثون بمركز البحوث الزراعية، أعضاء هيئة التدريس بالجامعات، جهاز الإرشاد الزراعي، كل ما سبق.

5- نوع المعاملة المادية المناسبة مقابل تقديم الخدمة الإرشادية للريفيين عبر وسائل التواصل الاجتماعي من وجهة نظر المبحوثين

أظهرت النتائج بجدول رقم (8) أن المبحوثين يرون أن تقدم الخدمة الإرشادية للريفيين عبر وسائل التواصل الاجتماعي بدون مقابل مادي حيث احتلت الترتيب الأ

أول بدرجة متوسطة قدرها 2.7 درجة, بينما جاء فى الترتيب الثانى أن يتحمل المزارع تكلفة الاتصال فقط بدرجة متوسطة قدرها 1.8 درجة, وجاء فى المركز الثالث أجر رمزي يتحمله المزارع بدرجة متوسطة قدرها 1.4 درجة, أما المركز الرابع والأخير فقد جاء فيه أن تقسم التكلفة مناصفة بين المزارع وجهاز الإرشاد الزراعي, وهذه النتيجة منطقية جدا من حيث أن الإرشاد الزراعى عملية تعليمية غير رسمية تقدم للزراع بدون مقابل مادي.

وبذلك تترتب نوع المعاملة المادية المناسبة مقابل تقديم الخدمة الإرشادية للريفيين عبر وسائل التواصل الاجتماعي تنازليا كما يلي: بدون مقابل مادي, يتحمل المزارع تكلفة الاتصال فقط, أجر رمزي يتحمله المزارع, تقسم التكلفة مناصفة بين المزارع وجهاز الإرشاد الزراعي.

جدول رقم (8): توزيع المبحوثين وفقا لدرجة موافقتهم على نوع المعاملة المادية المناسبة مقابل تقديم الخدمة الإرشادية للزراع عبر وسائل التواصل الاجتماعي

م	نوع المعاملة المادية	موافق		موافق لحد ما		غير موافق		الدرجة المتوسطة	الترتيب
		عدد	%	عدد	%	عدد	%		
1	بدون مقابل مادي	65	75.6	13	15.1	8	9.3	2.7	1
2	يتحمل المزارع تكلفة الاتصال فقط	12	14.0	45	52.3	29	33.7	1.8	2
3	أجر رمزي يتحمله المزارع	9	10.5	24	27.9	53	61.6	1.4	3
4	تقسم التكلفة مناصفة بين المزارع وجهاز الإرشاد الزراعي	2	2.3	12	14.0	72	83.7	1.2	4

تصور مقترح لآلية أو متطلبات استخدام الارشاد الزراعي الإلكتروني وسائل التواصل الاجتماعي في بناء وتكوين وتعزيز رأس المال الاجتماعي العابر أو العلاقاتي.

في ضوء نتائج هذا البحث، أمكن وضع تصور لآلية أو متطلبات استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في بناء وتكوين وتعزيز رأس المال الاجتماعي كأحد أنواع رأس المال الاجتماعي، حيث ان هناك متطلبات اساسيه يجب توفرها وهي البيئة الاجتماعية ومآبها من متغيرات شخصيه واتصالية وتنظيميه وموقفه يعمل في ظلها الارشاد الزراعي لأنها تركز علي فلسفته ومبادئه وهي العمل من المستوي الذي يوجد عليه الناس وبناء الثقة في كافة المعاملات والمشاركة والتشارك والتعاون بين

التنظيمات والقيادات الموجود داخل المجتمع .

أما المتطلبات الفرعية التي تساهم في بناء المبادئ سابقة الذكر والتي تعمل علي بناء وتكوين راس المال الاجتماعي باعتباره صورة يمكن ترجمتها الي صور راس المادي والذي يمكن ان يلعب دورا رئيسيا في تحقيق بعض الاهداف التي يفشل راس المال الاقتصادي في تحقيقها وهي العلاقات الاجتماعية.

وهذه المتطلبات الفرعية تتضمن تحديد انواع راس المال الاجتماعي الرئيسية والفرعية والانشطة المرتبطة بهم والتي يمكن أن يتضمنها الإرشاد الزراعي عبر وسائل التواصل الاجتماعي, والصور المناسبة لتقديم الرسائل الإرشادية لكل نوع من الانواع موضع الدراسة , ونوع وسائل التواصل الاجتماعي المناسبة, والقائم بإعداد المادة العلمية للرسائل الإرشادية, والجانب الاقتصادي للإرشاد الزراعي عبر وسائل التواصل الاجتماعي, وتتكون هذه الآلية من خمسة محاور أساسية كما يلي:

المحور الأول: راس المال الاجتماعي الرئيسي وهو العابر والأنواع الفرعية والانشطة المرتبطة بهما لتكوينها وعزيزها عبر وسائل التواصل الاجتماعي من جانب الارشاد الزراعي:

المحور الثاني: الصورة المناسبة لتقديم الرسائل الإرشادية للإرشاد الزراعي عبر وسائل التواصل الاجتماعي: وتشكلت في: رسائل الفيديو والرسائل الصوتية, والاتصال المباشر بالمختص.

المحور الثالث: نوع وسائل التواصل الاجتماعي المناسبة للإرشاد الزراعي عبر وسائل التواصل الاجتماعي: وتمثلت في: الواتساب للريفي أو أحد أبنائه أو الماسنجر للريفي او أحد أبنائه.

المحور الرابع: القائم بإعداد المادة العلمية للرسائل الإرشادية: يقوم بإعداد المادة العلمية للرسائل الإرشادية المقدمة عبر وسائل التواصل الاجتماعي الباحثون بمركز البحوث الزراعية أو أعضاء هيئة التدريس بالجامعات , من اعداد المادة العلمية وهو ما تؤكده نتائج العلاقات الارتباطية السابقة من ان التدريب والمشاركة في البرامج المتعلقة بإصلاح الارشاد الزراعي وتنمية الموارد البشرية وبناء القدرات البشرية كانت لها دور هام في ادراكهم لاهم أنواع راس المال الاجتماعي وطرق عرضها وتوصيلها ووسائل التواصل الاجتماعي المناسبة لتوصيل الرسائل الإرشادية من اجل قيام الارشاد الزراعي عبر وسائله الإلكترونية المستحدثة في العمل علي تكوين وتعزيز راس المال الاجتماعي موضع الدراسة .

المحور الخامس: الجانب الاقتصادي للإرشاد الزراعي (تكلفة الخدمة) عبر وسائل التواصل الاجتماعي: تقدم هذه الخدمة بدون مقابل مادي وهو ما يؤيده غالبية المبحوثين أو أن يتحمل المزارع تكلفة الاتصال فقط وجاء في الترتيب الثاني من وجهة نظرهم .

المراجع باللغة العربية:

1. المنصور، محمد تأثير الشبكات الاجتماعية علي جمهور المتلقي، دراسة مقارنة بين المواقع الاجتماعية والمواقع الالكترونية، رسالة ماجستير، غير منشورة، الاكاديمية العربية المفتوحة -الدانمارك، 2012 .
2. الخالدي، عبدالرحمن، ومحسن حجاج، مقرر الإرشاد الزراعي والمجتمع الريفي، كلية الزراعة، جامعة تشرين، الجمهورية العربية السورية، 2008 .
3. الشافعي، عماد مختار أحمد 0(دكتور) "بدائل إصلاح الخدمات الإرشادية والا ستشارية الزراعية في مصر(أفكار وقضايا للعصف الذهني والمناقشة)" المؤتمر العاشر للجمعية العلمية للإرشاد الزراعي - آليات تحديث الإرشاد الزراعي بمصر، فبراير، 2012.
4. فائزه حران، رأس المال الاجتماعي ودوره في تحقيق التنمية الاجتماعية المستدامة. مجلة العلوم الاجتماعية، العدد 7 ، مركز الديمقراطي العربي للدراسات الإستراتيجية والسياسية والاقتصادية، برلين - ألمانيا، 2018.
5. حرحوش، عادل، وصالح، أحمد، رأس المال الفكري- طرق قياسه وأساليب المحافظة عليه، بحوث المنظمة العربية للتنمية الادارية، عدد 375، 2003 المنظمة العربية للعلوم الإدارية، القاهرة.
6. حمد، إسعاف " رأس المال الاجتماعي- مقارنة تنموية" مجلة جامعة دمشق- المجلد 31 - العدد الثالث، 2015.
7. صالح، أحمد محمد (دكتور)، سيكولوجية البريد الإلكتروني، مستقبل الثورة الرقمية، الكتاب العربي، العرب والتحدى القادم، الكويت، مجلة العربي، يناير، 2004 .
8. قاسم، حازم صلاح منصور (دكتور)، سلوك الزراع في البحث عن المعلومات ببعض مراكز محافظتي كفر الشيخ والبحيرة، مجلة كلية الزراعة، جامعة المنصورة، العدد الرابع، 2015.
9. قاسم، محمد حسن (دكتور)، المستفيدون من شبكة اتصال البحوث والإرشاد

الزراعى (الفيركون) وثائق المؤتمر السابع العمل الإرشادي فى ضوء التغييرات فى جمهور الخدمة الإرشادية الزراعية، الجمعية العلمية للإرشاد الزراعى، كلية الزراعة، جامعة القاهرة، 2003.

10. كدواني، شيرين محمد (دكتور) دور الفيس بوك فى تشكيل رأس المال الاجتماعى، المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال، العدد 23، قسم الإعلام كلية الآداب، جامعة أسيوط.

11. عبد الحميد، إنجي محمد (دكتور)، "دور المجتمع المدني فى تكوين رأس المال الاجتماعى- دراسة حالة للجمعيات الأهلية فى مصر" المركز المصرى للحقوق الاقتصادية والاجتماعية، سلسلة أبحاث ودراسات، العدد الأول، سنة النشر غير مذكورة.

12. عبد الواحد، منصور أحمد (دكتور)، استخدام العاملين بالإرشاد الزراعى لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات فى العمل الإرشادى بمحافظة سوهاج، المجلة الأردنية فى العلوم الزراعية المجلد 11، العدد 2) كلية الزراعة، الأردن، 2015.

13. عبدالمقصود، بهجت محمد (دكتور)، "الإرشاد الزراعى" الطبعة الأولى، دار الوفاء للطباعة والنشر والتوزيع، المنصورة، 1988.

14. منظمة الأغذية والزراعة، الفاو: التكنولوجيا الرقمية فى الزراعة والمناطق الريفية، وثيقة موجزة، الأمم المتحدة، روما، 2019.

المراجع باللغة الانجليزية

1. 15-kregicie.R.v.and morgan,W.Educational and psgchological measurement,college station ,Durham ,north Carolina,1970
2. 16- Katz, E. & Stephan, J). *Guide for extension of Good Agricultural Practices (GAP)*. Project d'Appui au Development Local dans le Nord du Laban (ADELNORD), EU2012.
3. 17-Richard, W. et al. 2003. E. Extension, Pre-select Business Case. Cooperative extension system, U. S. A. (On Line). <http://ext.wsu.edu/links/business/plan.PDF>

Electronic Agricultural Extension Mechanism In The Use Of Social Media To Build And Strengthen Transit Social Capital In Qalyubia Governorate.

Prof.Dr. E. M Gado Prof.Dr. M. A. Elseilsily Eman S. Abbas
Department of Agricultural Economics

Abstract

This research aims to identify a mechanism for the use of

social media by electronic agricultural extension in agricultural extension work in Qalyubia Governorate, and data were collected from faculty members specializing in agricultural extension and rural society in the faculties of agriculture in Egyptian universities, the Agricultural Extension Research Institute and the Desert Research Center of the Ministry of Agriculture

The research was conducted on a regular random sample of 120 researchers in the field of agricultural extension and rural community, and a questionnaire form was prepared to achieve the objectives of the research and the necessary data were met through a personal interview with the two researchers or WhatsApp, during the period from January to April 2020. Frequency, percentage, mean, standard deviation, mean score, and weighted data were used in analyzing and displaying the data, using the statistical software package for the social sciences (Spss, version 16)

The most important results were as follows:

1. That 35% of the respondents fell in the high approval category, and 44.2% were represented in the medium / approval category, while 20.8% of them were represented in the low approval category, and it is clear from these results that the majority of the respondents 79.2% agreed with a degree High or medium, provided that agricultural extension through social media includes this type of the main types of social capital, which is transit social capital.
2. All respondents see the appropriateness of all the proposed images to provide indicative messages through social media.
3. Social media is arranged in descending order according to the degree of its suitability to deliver indicative messages to farmers from the respondents' point of view as follows: WhatsApp for the farmer or one of his sons, Messenger for the farmer or one of his sons, Facebook for the farmer or one of his sons, Instagram for the farmer or one of his sons, e-mail for the farmer or one of his sons.
4. The appropriate sources for preparing the scientific material for the extension messages presented to farmers through social media are arranged in descending order from the respondents' point of view as follows: Researchers at the Agricultural Research Center, faculty members in universities, workers in the Agricultural Extension Service.
5. The type of material treatment appropriate to provide extension service to farmers through social media from the respondents' point of view is that it is free of charge or that the

- farmer bears the cost of communication only.
6. concept was developed for the mechanism of using social media in agricultural extension.