

آلية الإرشاد الزراعي الإلكتروني في استخدام وسائل التواصل الاجتماعي لبناء وتعزيز رأس المال الاجتماعي العابر في محافظة القليوبية

أ/ إيمان سعيد عباس أ.د/ السيد حسن جادو أ.د/ محمد أبو الفتوح السلسبيلي
قسم الاقتصاد الزراعي – كلية الزراعة – جامعة بنها

المستخلص

استهدف هذا البحث تحديد آلية لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي من جانب الإرشاد 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 الإرشاد الزراعي ومركز بحوث الصحراء التابعين لوزارة الزراعة .

وقد أجري البحث علي عينة عشوائية منتظمة بلغ قوامها ١٢٠ باحثا في مجال الإرشاد الزراعي والمجتمع الريفي وتم إعداد استمارة استبيان لتحقيق أهداف البحث واستوفيت البيانات اللازمة من خلال المقابلة الشخصية مع الباحثين أو الواتساب، وذلك خلال الفترة من يناير إلى إبريل ٢٠٢٠م. واستخدم 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 ٣٥ % من الباحثين قد وقعوا في فئة الموافقة المرتفعة، وأن ٢٠.٤٤ % قد مثلوا في فئة الموافقة المتوسطة، في حين أن ٨.٢٠ % منهم قد مثلوا في فئة الموافقة المنخفضة، ويتضح من تلك النتائج أن غالبية الباحثين ٧٩.٢ % 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 الباحثين يرون مناسبة جميع الصور المقترحة لتقديم الرسائل الإرشادية عبر وسائل التواصل الاجتماعي.
3. أن وسائل التواصل الاجتماعي ترتب تنازليا وفقا لدرجة مناسبتها لتوصيل الرسائل الإرشادية للزراع من وجهة نظر الباحثين 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 الباحثين 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 الباحثين 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.

مقدمة البحث ومشكلته

يعتبر القطاع الزراعي من القطاعات الهامة الذي بدأ يتعاظم فيه دور تكنولوجيا المعلومات ووسائل الاتصال الحديثة من خلال الإنترنت، والشبكات الافتراضية، والتليفون المحمول، وشبكات التواصل الاجتماعي كمصادر لمعلومات للزراع إلى الحد الذي قلص دور الإرشاد الزراعي كمصدر لمعلومات، 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 المتعددة (قاسم، حازم ٢٠١٥ ، ص: ٥٣٨)

ويعد جهاز الإرشاد الزراعي أحد الأجهزة الاتصالية التي تمكن أهميته في نشر الأفكار والممارسات الزراعية الجديدة، ونقل نتائج البحوث إلي المزارعين بطريقة قابلة للتطبيق و يتفق مع ظروفهم ، فناعهم بها ووضعها موضع التنفيذ بما لتحقيق إنتاجية مرتفعة والارتقاء بمستوى 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 الاتصالات مع العالم الخارجي وبطء التغيير الاجتماعي (الخالدي، ٢٠٠٤ ، ص: ٥٤)

ويبين (قاسم، محمد ٢٠٠٣، ص: ١٢٦-١٢٨) 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 تراكبات حجم المعلومات المتاحة للمنتج الزراعي. وعلى الإرشاد الزراعي تجميع وتوفير المعلومات وتفسيرها واختيار المعلومات المطلوبة بدقة وتوصيلها إلى الجمهور الزراعي في وقت الحاجة إليها. وبناءً عليه اتجه الإرشاد الزراعي إلى تطبيق وتوظيف طرق الاتصال الإرشادي الإلكتروني بهدف إرشاد الزراع للعمليات الزراعية التي تؤدي إلى زيادة الإنتاج الزراعي عن طريق توفير المعلومات الصحيحة في الوقت المناسب، مع التغلب على المشاكل التي تواجه الطرق الإرشادية الزراعية التقليدية.

وعلى ذلك فقد فرضت تلك التغيرات التكنولوجية المعاصرة في تكنولوجيا الاتصالات والمعلومات ضرورة الاستفادة منها في التغلب على المشكلات التي تواجه الإرشاد الزراعي التقليدي والتحول إلى الزراعة الرقمية من خلال التطبيقات المستحدثت الإرشاد الإلكتروني أو التعلم عن بعد واستخدام الوسائل والتقنيات المستحدثت كطرق أو معينات إرشادية كالنظم الخبيرة كأساليب للاتصال والنشر والإقناع بتبني المستحدثات في المجالات الزراعية المختلفة. كما نتيج تكنولوجيا المعلومات والاتصالات فرصاً جديدة للبحوث الزراعية والإرشاد الزراعي خاصة في الدول النامية ، ويجب النظر لتوظيف التكنولوجيا الجديدة في الإرشاد الزراعي على أنها أداة مكملة للخدمات الإرشادية التقليدية وليست بديلاً عنها كما أنها تعمل على إتاحة الفرص للمرشدين الزراعيين لتركيز جهودهم على المهام والخدمات التي تعتمد بصفة أساسية على التفاعل الإنساني لمساعدة المزارعين كأفراد وجماعات على التعرف على المشكلات وتفسير البيانات وتقديم الحلول لها (صالح، ٢٠٠٦، ص ٤٧)

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

وتشير كل من (منظمة الأغذية والزراعة، 2019، ص 7) وعبدالواحد (2015، ص 113) نقلا عن (S Goal Rishabh, Pandey, 2012) - (Katz, E. & Stephan, J 2014) 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 الي جانب المواقع الإلكترونية الزراعية أصبحت الآن هي شريان الحياة للمزارعين والباحثين الزراعيين. وكلها 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. (Anderson and etal, 2004) Digital Extension

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 الى 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 حتي وقت قريب بمعايير مادية بحتة مثل متوسط الدخل الفردي والزيادة السنوية في الناتج القومي الإجمالي، ومدى قدرة الدولة على 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 (إسعاف حمد، ٢٠١٥، ص: ١٣٩).

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 مناعة النسيج الاجتماعي وهذا ما يسمى رأس الاجتماعي والذي يعد المحرك الأساسي الذي يسهل عمليات التفاعل الاقتصادي والسياسي، ويشكل البنية الأساسية للعلاقات الاجتماعية، ويعزز الثقة المتبادلة، ويساعد في مواجهة المشكلات الاجتماعية (حروش، وصالح، ٢٠٠٣، ص: ٥٤).

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، ٢٠١٢، ص: ٦٦).

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 على مشاركة المجتمع المستهدف في عملية التنمية، ومن هنا جاء التركيز على رأس المال الاجتماعي نظراً لأهمية شبكات العلاقات الاجتماعية التي يمتلكها كل فرد في حياته، والتي تزداد أهميتها في المجتمعات التي تفقد فيها المؤسسات الرسمية للمصادقية، حيث تعلق قيمة الروابط الأسرية، ويضطر الفرد للجوء إلى 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. (عبد الحميد، إنجي محمد، ٢٠١٦، ص: ٥-٦).

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 نظم الأفراد في مجموعات تنظيمية معينة كلما طوروها 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، ٢٠١٨، ص: ١٧٨).

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 الأسرة 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 والمتميز كوسيلة اتصال ناجعة (المنصور، ٢٠١٢، ص: ٢٢).

وصاحب ذلك ظهور مفهوم رأس المال الاجتماعي الافتراضي على شبكة الإنترنت، والذي عرف بأنه "شبكة من العلاقات الاجتماعية الافتراضية و المتشكلة عبر الفضاء المعلوماتي والتي تسهم في تقديم منافع ومردودات شخصية وجماعية واجتماعية على المستويين الواقعي والافتراضي مرتبط وجوده بظهور وسائل التواصل الاجتماعي كالفيس بوك الافتراضي: والذي يعد فضاء خصص لاستثمار رأس المال الاجتماعي بما يوفره من علاقات واتصالات وإمكانية 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، ٢٠١٦، ص: ١٨٣-١٨٤).

وأتساقاً مع الوضع الحالي في مصر وتمشياً مع التغيرات التي حدثت في العالم، وحدث ثورة هائلة في تكنولوجيا المعلومات والاتصال بظهور العديد من وسائل التواصل الاجتماعي الإلكتروني من خلال شبكة المعلومات الدولية (الإنترنت) فإنها تفرض على الجهاز الإرشادي ضرورة إعادة النظر في الطرق والأساليب التي يستخدمها في توصيل المعلومات للزراع والسكان الريفيين وكيفية إعدادها أو تجهيزها واختيار الوسيلة المناسبة لكل محتوى، وطرق وأساليب توصيلها (عبد المقصود، ٢٠١٧، ص: ٤).

فقد دعت الحاجة إلى ضرورة إجراء هذا البحث للاستفادة من الوسائل الاتصالية المستحدثة في العمل الإرشادي الإلكتروني أو الرقمي وخاصة أنه قد تم إجراء العديد من الدراسات والبحوث في مجال الإرشاد الزراعي للتعرف على متطلبات استخدام التكنولوجيا المستحدثة من النواحي التعليمية والاقتصادية ولم يتناولها بشكل تفصيلي من النواحي الاجتماعية، ولكل هذا كان هذا البحث، وقد تركزت مشكلته في التساؤل الرئيس التالي: ماهي آلية الإرشاد الزراعي الإلكتروني في استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في بناء وتعزيز رأس المال الاجتماعي وخاصة العابر أو العلاقات القائم على الثقة، والتعاون، والمشاركة بإعتبارهم من المبادئ الأساسية في العمل الإرشادي الزراعي .

أهداف البحث

يستهدف البحث بصفة رئيسية التعرف على آلية الإرشاد الزراعي الإلكتروني في استخدام وسائل التواصل الاجتماعي لتكوين وتعزيز رأس المال الاجتماعي العابر أو العلاقات بين الريفيين من وجهة نظر المتخصصين في مجال الإرشاد الزراعي والمجتمع الريفي من خلال تحقيق الأهداف الفرعية الآتية:

1. التعرف على مدي موافقتهم على الأنواع الفرعية لرأس المال العابر أو العلاقاتي والأنشطة المرتبطة بهم لتكوينهم وتمييزهم عبر وسائل التواصل الاجتماعي من جانب الإرشاد الزراعي.
2. ترتيب أفضلية الأنواع الفرعية والأنشطة المرتبطة بهم لتكوينها وتمييزها عبر وسائل التواصل الاجتماعي من جانب الإرشاد الزراعي.
3. تحديد الصورة المناسبة للرسائل الإرشادية ومعاملتها لتكوين وتنمية رأس المال العابر عبر وسائل التواصل الاجتماعي من جانب الإرشاد الزراعي .

4. تحديد وسيلة التواصل الاجتماعي المناسبة لتوصيل الرسائل الإرشادية لتكوين وتنمية رأس المال الاجتماعي العابر عبر وسائل التواصل الاجتماعي من جانب الإرشاد الزراعي .
5. تحديد القائم بإعداد الرسائل الإرشادية المتصلة برأس المال الاجتماعي العابر لتكوينه وتعزيزه بين الريفين عبر وسائل التواصل الاجتماعي من جانب الإرشاد الزراعي .
6. تحديد المقابل المادي (تكلفة الخدمة) الواجب أن يتحملها الريفي في مقابل الحصول على 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 الإرشاد الزراعي والتابع لمركز 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 الإلكتروني 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، والتلفزيون الرقمي، والراديو الرقمي، والهاتف المحمول ووسائل التواصل الاجتماعي.
4. رأس المال الاجتماعي: ويقصد به في هذا البحث مدي 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 (الفيس بوك، والواتساب، والماسنجر، والبريد الإلكتروني، والانستجرام) في العمل الإرشادي الزراعي من حيث (رأس المال الاجتماعي الرابط أو العلاقتي 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 أجري البحث علي عينة عشوائية منتظمة بلغ قوامها ١٢٠ مبحوثاً من إجمالي ٢٩٢ مبحوثاً، وهم يمثلون شاملة أعضاء هيئة التدريس والباحثين بأقسام الإرشاد الزراعي والمجتمع الريفي المنتمين لكليات الزراعة ومعهد بحوث الإرشاد الزراعي والواقعين في نطاق القاهرة الكبرى وهي بنها، القاهرة، عين شمس، والأزهر، ومعهد بحوث الإرشاد الزراعي، ومركز بحوث الصحراء التابعين لمركز البحوث الزراعية وزارة الزراعة. وتم تحديد عينة البحث من خلال استخدام معادلة $S = \frac{X^2 p}{d^2(n-1) + X^2 p} (1-p)$ kregicie.R.v.and Morgan (1970 P:62) حيث أن :

$$S = \text{حجم العينة المطلوبة للدراسة.} \quad N = \text{حجم الشاملة بمنطقة الدراسة} = 199 \text{ مرشدا .}$$

$$2X = \text{رقم ثابت (قيمة مربع كاي)} = 3.841 \quad D = \text{رقم ثابت (نسبة الخطأ المسموح به)} = 0.05$$

$$P = \text{رقم ثابت (نسبة احتمال وجود الظاهرة) =}$$

وتطبيق المعادلة السابقة علي شاملة الدراسة على مستوى محافظة القاهرة والجيزة والقليوبية والبالغ عددهم ٢٩٢ باحثاً زراعياً، فقد تم التوصل إلي حجم العينة المطلوبة حيث بلغت ١٦٦ باحثاً زراعياً بنسبة مئوية ٥٦.٧% 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 لعدم اكتمال استيفائها أو تضارب بعض بياناتها، في حين تعزز جمع البيانات الإلكترونية من بعض المبحوثين بالجامعات والمراكز والمعاهد البحثية وفقا لظروف خاصة بهم، والذي بلغ عددهم ثلاثون مبحوثاً موزعين علي تصنيف الفئات المختلفة لأعضاء هيئة التدريس بالأماكن البحثية المدروسة، وبذلك بلغ العدد الكلي الإجمالي لعينة المبحوثين المتخصصين في مجال الإرشاد الزراعي والمجتمع الريفي ١٢٠ مبحوثاً من أعضاء هيئة التدريس والباحثين بالأماكن سالفة الذكر.

جدول رقم 1 . توزيع عينة الدراسة وفقا لأعداد الباحثين في بعض كليات الزراعة ومركز بحوث الصحراء ومعهد بحوث الإرشاد الزراعي في

تخصص الإرشاد الزراعي والمجتمع الريفي						
التخصصات	الأقسام بالكليات والمعاهد	كليات الزراعة	معهد بحوث الإرشاد	مركز بحوث الصحراء	المجموع الكلي	العينة
إرشاد زراعي		٣٧	١٢٨	١٢٨	١٩٢	١٠٩
مجتمع ريفي		٣٣	٥٤	١٣	١٠٠	٦٢
الإجمالي		٧٠	١٨٥	٤٠	٢٩٢	١٦٦

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) والمقابلة الشخصية في حالة عدم إمكانية التواصل معهم علي وسائل التواصل الاجتماعي. وقد تم إجراء اختبار مبدئي (Pre Test -) لاستمارة الاستبيان من خلال ارسالها علي الواتس والماسنجر لعشرة من اساتذة الإرشاد 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 .

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 الرئيس العابر أو العلاقاتي والأنواع الفرعية له، والبالغ عددها (٥ أنواع) والأنشطة المتعلقة به (١٩ 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 ٥، ٤، ٣، ٢، ١، 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 عليا 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 بالمختص، 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 علي تكرارات مقابلة للاستجابات المتعلقة بكل مبحوث، وتم الحصول علي درجة مناسبة صورة تقديم الرسائل الإرشادية لكل نوع من الأنشطة من وجهة نظره، كما تم حساب متوسط النسبة المئوية لتكرارات كل صورة و تم 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 الإرشاد الزراعي، لتقديم الأنشطة المرتبطة بالأنواع الفرعية لرأس المال الاجتماعي موضع الدراسة من وجهة نظر المبحوثين، تم تحديد أهم وسائل التواصل الاجتماعي وحصرها 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 الفاير للريفي أو أحد أبنائه البريد الإلكتروني للريفي أو أحد أبنائه، وتم وضع مقياس مكون من خمس فئات استجابة هي: مناسبة تماماً، مناسبة، مناسبة لحد ما، غير مناسبة، غير مناسبة تماماً، وطلب من المبحوث أن يضع علامة تعبر عن فئة مناسبة كل وسيلة من وسائل التواصل الاجتماعي

سألغة الذكر، ووفقاً لما أشار إليه المبحوث، تم الحصول على تكرارات مقابلة للاستجابات المتعلقة بكل مبحوث على الوسائل الخمس المدروسة، كما تم حساب متوسط النسبة المئوية لتكرارات كل صورة وتم ترتيبها تنازلياً وفقاً لهذه النسبة.

4. القائم بإعداد 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 جداً، موافق، موافق لحد ما، غير موافق، غير موافق جداً وأعطيت الدرجات ٤، ٥، ٣، ٢، ١، 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 \times التكرار المقابل وجمع الدرجات وقسمتها على عدد المبحوثين، وتم ترتيب المصادر تنازلياً وفقاً 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 من أعضاء هيئة التدريس والباحثين عن مدي موافقتهم على عدد من الوسائل 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 وفقاً لمقياس متدرج لأنماط الاستجابة: موافق، موافق لحد ما، غير موافق، وأعطيت الدرجات ٣، ٢، ١، 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 \times التكرار المقابل وجمع الدرجات وقسمتها على عدد المبحوثين، وتم الترتيب تنازلياً وفقاً للدرجة المتوسطة لكل عبارة.

أدوات التحليل الإحصائي: قد استخدم العرض الجدولي بالتكرارات والنسبة المئوية، والمتوسط الحسابي، والانحراف المعياري، والدرجة المتوسطة، والمتوسط المرجح، وذلك باستخدام مجموعة البرامج الإحصائية للعلوم الاجتماعية (Spss version, 2016).

النتائج ومناقشتها

أولاً: موافقة المبحوثين على رأس المال الاجتماعي العابر أو العلاقتي القائم على الثقة والأمان والتسامح لتنميته من جانب الإرشاد الزراعي عبر وسائل التواصل الاجتماعي:

لتحديد درجة موافقة أفراد عينة الدراسة على النوع الأول من رأس المال الاجتماعي الفرعي المقترح وهو رأس المال العابر أو العلاقتي، قد تم سؤالهم عن خمس عبارات تعبر عن مدي موافقتهم على رأس المال موضوع الدراسة، فأظهرت النتائج الواردة بجدول رقم (٢) أن قيمة المتوسط الحسابي بلغت ٤.١١ درجة المعيرة عن درجة موافقة المبحوثين على رأس المال الاجتماعي الفرعي المقترح لتنميته من جانب الإرشاد الزراعي الإلكتروني عبر وسائل التواصل الاجتماعي، بإنحراف معياري قدره ٨.٦٠ درجة، وتصنيف المبحوثين حسب الدرجة الإجمالية الفعلية لموافقتهم والتي بلغت حد أقصى قدره ٢٣ درجة وحد أدنى قيمته ٨ درجات وتم تقسيم المبحوثين إلى ثلاث فئات (منخفضة أقل من ١٣ درجة)، (متوسطة من ١٣ إلى أقل من ١٨ درجة)، (مرتفعة ١٨ درجة فأكثر).

وقد أشارت النتائج أن ٣٥% من المبحوثين قد وقعوا في فئة الموافقة المرتفعة، وأن ٤٤% قد مثلوا في فئة الموافقة المتوسطة، في حين أن ٢٠،٨% منهم قد مثلوا في فئة الموافقة المنخفضة، ويوضح من تلك النتائج أن غالبية المبحوثين ٧٩،٢% 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 وفقاً لدرجة موافقتهم على رأس المال الاجتماعي العابر وتنميته عبر وسائل التواصل الاجتماعي.

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	%	عدد	درجة الموافقة
		٢٠.٨	٢٥	منخفضة أقل من ١٣ درجة
		٤٤.٢	٢٥	متوسطة من ١٣ إلى أقل من ١٨ درجة
٠.٨٠٦	٤.١١	٣٥	٤٢	مرتفعة ١٨ درجة فأكثر
		١٠٠	١٢٠	الإجمالي

المصدر: حسبت من استمارات الاستبيان.

ترتيب الأنواع الفرعية لرأس المال الاجتماعي العابر أو العلاقي القائم على الثقة، والأمان، والتسامح والواجب تنميتها من جانب الإرشاد الزراعي عبر وسائل التواصل الاجتماعي:

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 والرضا عن الخدمات الحكومية، بمتوسط مرجح قدره ٤.٣٥ درجة، ويأتي في المرتبة الثانية التسامح والعتاب الاجتماعي، بمتوسط مرجح قيمته ٤.٢٧ درجة، وفي المرتبة الثالثة الأمان الاجتماعي، بمتوسط مرجح قدره ٤.٢٦ درجة، والرابعة تبادلية العلاقات والخدمات، بمتوسط مرجح قيمته ٤.٢٣ درجة، أما المرتبة الخامسة فقد احتلتها الثقة المبنية على المعرفة، بمتوسط مرجح قدره ٤.١٤ درجة.

وقد يفسر النتائج سالفة الذكر والمتحصل عليها من جانب المبحوثين والتي تشير إلى وضع رأس المال الاجتماعي العابر في المرتبة الأولى ما ذكره (محمد، ٢٠٢١، ص: ١٢٠) من أن درجة رأس مال الثقة والذي يقصد به إحساس الفرد الداخلي بأن الأفراد والجماعة وقيادات الرأي والمسؤولين الحكوميين بالقريبة يقومون بأدوارهم الموكولة إليهم على أكمل وجه وأن هناك ثقة في الأفراد والجماعات وقيادات الرأي بالقريبة 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 والأمان والتسامح وفقا للمتوسط الحسابي المرجح من وجهة نظر المبحوثين

الترتيب	المتوسط المرجح	غير موافق جدا		غير موافق		سيان		موافق		موافق جدا		درجة الموافقة الأنواع الفرعية
		عدد	%	عدد	%	عدد	%	عدد	%	عدد	%	
٥	٤.١٤	٠	٠	٤.١٧	٥	١٧.٥٠	٢١	٣٨.٣٣	٤٦	٤٠.٠٠	٤٨	الثقة المبنية على المعرفة
١	٤.٣٥	٠	٠	٤.١٧	٥	٩.١٧	١١	٣٤.١٧	٤١	٥٢.٥٠	٦٣	الثقة والرضا عن الخدمات
٣	٤.٢٦	٠	٠	٤.١٧	٥	٨.٣٣	١٠	٤٥.٠٠	٥٤	٤٢.٥٠	٥١	الأمان الاجتماعي
٢	٤.٢٧	٠	٠	١.٦٧	٢	١٠.٨٣	١٣	٤٦.٦٧	٥٦	٤٠.٨٣	٤٩	التسامح والعتاب الاجتماعي
٤	٤.٢٣	٠	٠	١.٦٧	٢	١٤.١٧	١٧	٤٤.١٧	٥٤	٤٠.٠٠	٤٨	تبادلية العلاقات والخدمات

المصدر: حسب من استمارات الاستبيان

ويمكن إيجاز النتائج ذات الصلة برأس المال العابر أو العلاقي وما يتصل به من أنواع فرعية بلغ عددها خمسة أنواع وما يرتبط به من أنشطة فيما يلي: جاءت الأنواع الفرعية والخاصة بكل من تبادلية العلاقات والخدمات، والثقة المبنية على المعرفة بمستوى عال بنسبة ٧٩.٢%، و٧٧.٣% 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 ٧٣.٩%، ٧٣.٥%، ٧٢.١%، ٧٠.٦%، ٧٠.٦% 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 أفراد القرية، الرضا عن أداء الوحدات المحلية، الرضا عن أداء 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 الإعلام، مساهمة البيئة الاجتماعية في بناء الثقة والترابط بين الأفراد.

النتائج السابقة تشير إلى ترتيب الموافقة على الأنشطة تبعاً لرأس المال الفرعي والرئيسي من وجهة نظرهم وأن استجاباتهم على 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 مشجعة 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 رقم 4. ترتيب توزيع موافقة الباحثين على الأنشطة المرتبطة بالأنواع الفرعية لرأس المال الاجتماعي العابر وفقا لمتوسطاتها وانحرافها المعياري وأوزانها النسبية

المستوي	الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الأنشطة المرتبطة به	الأنواع الفرعية
عالي	٣.٧٧	٦٥.٠	٣٣.٢	الثقة في المعلومات التي يتم الحصول عليها من أفراد الأسرة	الثقة المبنية على المعرفة
		٦٣.٠	٢٨.٢	الثقة في المعلومات التي يتم الحصول عليها من الاصدقاء والجيران	
		٦٥.٠	٣٤.٢	الثقة في المعلومات التي يتم الحصول عليها من افراد القرية	
		٩٣.١	٩٥.٦	المجموع	
متوسط	١.٧٢	٠.٦٩	١٤.٢	الرضا عن أداء الوحدات المحلية	الثقة والرضا عن المؤسسات الحكومية
		٧٦.٠	٣٥.٢	الرضا عن اداء الحكومة	
		٧٠.٠	٢٢.٢	بناء ثقة في السياسيين بشكل عام	
		١٥.٢	٧١.٦	المجموع	
متوسط	٦.٧٠	٧٧.٠	١٢.٢	بناء الثقة في الشرطة	الثقة والرضا عن الخدمات الحكومية
		٧٣.٠	١٧.٢	الرضا عن نظام الرعاية الصحية	
		٧٤.٠	٣٠.٢	الرضا عن وسائل النقل العام	
		٦٨.٠	٢٠.٢	الرضا عن النظام التعليمي	
		٦٧.٠	٠٦.٢	الثقة في اداء النظام القضائي	
		٦٣.٠	١٢.٢	الرضا عن خدمات الاتصال	
		٦١.٠	٠١.٢	الثقة في المعلومات التي تقدمها وسائل الاعلام	
٨٣.٤	٩٨.١٤	المجموع			
متوسط	٦.٧٠	٦٣.٠	١٢.٢	مساهمة البيئة الاجتماعية في بناء الثقة والترابط بين الافراد.	الامان الاجتماعي

المصدر : جمعت وحسبت من بيانات استمارة الاستبيان.

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

توضح النتائج بجدول رقم (٥) 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 ٤٩.١%، أما الترتيب الثاني فقد جاء فيه جميع الصور المذكورة، بمتوسط نسبي قدره ٤٦.٦%، وجاء الفيديو في الترتيب الثالث بمتوسط نسبي قيمته ٣٥.٥%، وجاء في الترتيب الرابع الصور التوضيحية بمتوسط نسبي قدره ٣١.٥%، ووقع في المركز الخامس الاتصال المباشر بالمتخصصين بمتوسط نسبي قدره ٣٠.٧%، ووقع في المركز السادس الرسائل الصوتية بمتوسط نسبي قيمته ١١.٨%.

ويتضح من هذه النتائج أن الباحثين يرون أن جميع صور الرسالة الإرشادية المدروسة تناسب تقديم الرسائل الإرشادية في المجالات الرئيسية لرأس المال الاجتماعي المقترحة لتميتها 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 المبحوثين .

صور تقديم الرسائل الإرشادية												
الأنواع الرئيسية	رسالة مكتوبة		رسالة صوتية		رسالة فيديو		صور توضيحية		اتصال مباشر بالمتخصص		جميع الصور	
	العدد	%	العدد	%	العدد	%	العدد	%	العدد	%		
رأس المال العابر	٢٣	١٨.٤	٣٠	٢٥	٢١	١٧.٧	٢١	١٧.٧	١٥	١٢.٨	١٠	٨.٤
رأس المال المترابط	٣٦	٣٠.٣	١٣	١٠.٥	٨	٦.٩	١٣	١٠.٥	١٨	١٥.١	٣٢	٢٦.٧
رأس المال الرابط	٤	٣.٧	٢٦	٢٠.٩	٣٢	٢٦.٨	١٤	١١.٨	١٠	٨.٤	٣٤	٤.٢٨

المصدر: حسب من استمارة الاستبيان.

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

أظهرت النتائج بجدول رقم (٦) 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 ٢.٧ درجة، أما المركز الثاني فقد جاء فيه الماسنجر للمزارع أو أحد أبنائه بدرجة متوسطة قدرها ٢.٣ درجة، وجاء الفيس بوك للمزارع أو أحد أبنائه في المركز الثالث بدرجة متوسطة قدرها ١.٨ درجة، بينما جاء الانستجرام للمزارع أو أحد أبنائه بالمركز الرابع بدرجة متوسطة قدرها ١.٧ درجة، أما المركز الخامس والأخير فقد كان من نصيب البريد الإلكتروني للمزارع أو أحد أبنائه بدرجة متوسطة قدرها ١.٢ درجة.

جدول رقم 6. توزيع المبحوثين وفقاً لوجهة نظرهم في وسيلة التواصل المناسبة للإرشاد الزراعي عبر وسائل التواصل الاجتماعي

م	وسيلة التواصل الاجتماعي	مناسبة		مناسبة لحد ما		غير مناسبة		الدرجة المتوسطة	الترتيب
		عدد	%	عدد	%	عدد	%		
١	الواتساب للمزارع أو أحد أبنائه.	٩٥	٧٩.١	٢١	١٧.٤	٤	٣.٥	٢.٧	١
٢	الماسنجر للمزارع أو أحد أبنائه.	٤٦	٣٨.٤	٦٤	٥٣.٥	١٠	٨.١	٢.٣	٢
٣	الفيس بوك للمزارع أو أحد أبنائه.	٣٥	٢٩.١	٣١	٢٥.٦	٥٤	٤٥.٣	١.٨	٣
٤	الانستجرام للمزارع أو أحد أبنائه.	١٧	١٤.٠	٥٦	٤٦.٥	٤٧	٣٩.٥	١.٧	٤
٥	البريد الإلكتروني للمزارع أو أحد أبنائه	٧	٥.٨	٢١	١٧.٤	٩٢	٧٦.٧	١.٢	٥

المصدر: حسب من استمارات الاستبيان.

وبذلك تترتب وسائل التواصل الاجتماعي تنازلياً وفقاً 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 في الواتساب للمزارع أو أحد أبنائه، والماسنجر للمزارع أو أحد أبنائه، إضافة إلى أن المبحوثين قد يرون عدم انتشار البريد الإلكتروني لدى المزارع مقارنةً 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 (٧) 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 ٢.٧ درجة، كما جاء في الترتيب الثاني أعضاء هيئة

التدريس بالجامعات بدرجة متوسطة قدرها ٢.٦ درجة، بينما جاء جهاز الإرشاد الزراعي في الترتيب الثالث بدرجة متوسطة قدرها ١.٦ درجة، أما الترتيب الرابع والأخير فقد جاء فيه أن يقوم بإعداد الرسالة الإرشادية كل ما سبق.

جدول رقم 7. توزيع المبحوثين وفقا لدرجة موافقتهم على من يقوم بإعداد المادة العلمية للرسائل الإرشادية لرأس المال الاجتماعي لتتميته بين الريفين عبر وسائل التواصل الاجتماعي

م	القائم بإعداد المادة العلمية للرسائل الإرشادية	موافق		موافق لحد ما		غير موافق		الدرجة المتوسطة	الترتيب
		عدد	%	عدد	%	عدد	%		
١	الباحثون بمركز البحوث الزراعية	٩٥	٧٩.١	١٠	٨.١	١٥	١٢.٨	٢.٧	١
٢	أعضاء هيئة التدريس بالجامعات	٨٣	٦٩.٨	٢٧	٢٢.١	١٠	٨.١	٢.٦	٢
٣	جهاز الإرشاد الزراعي.	١١	٩.٣	٤٦	٣٨.٤	٦٣	٥٢.٣	١.٦	٣
٤	كل ما سبق	٣	٢.٢	٨	٧.٠	١٠٩	٩٠.٧	١.١	٤

المصدر: حسب من استمارات الاستبيان.

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

نوع المعاملة المادية المناسبة مقابل تقديم الخدمة الإرشادية للريفين عبر وسائل التواصل الاجتماعي من وجهة نظر المبحوثين:

أظهرت النتائج بجدول رقم (٨) أن المبحوثين يرون أن تقدم الخدمة الإرشادية للريفين عبر وسائل التواصل الاجتماعي بدون مقابل مادي حيث احتلت الترتيب الأول بدرجة متوسطة قدرها ٢.٧ درجة، بينما جاء في الترتيب الثاني أن يتحمل المزارع تكلفة الاتصال فقط بدرجة متوسطة قدرها ١.٨ درجة، وجاء في المركز الثالث أجر رمزي يتحمله المزارع بدرجة متوسطة قدرها ١.٤ 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 الزراعي عملية تعليمية غير رسمية تقدم للزراع بدون مقابل مادي.

وبذلك تترتب نوع المعاملة المادية المناسبة مقابل تقديم الخدمة الإرشادية للريفين 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 9. 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	%		
١	بدون مقابل مادي.	٦٥	٧٥.٦	١٣	١٥.١	٨	٩.٣	٢.٧	١
٢	يتحمل المزارع تكلفة الاتصال فقط.	١٢	١٤.٠	٤٥	٥٢.٣	٢٩	٣٣.٧	١.٨	٢
٣	أجر رمزي يتحمله المزارع.	٩	١٠.٥	٢٤	٢٧.٩	٥٣	٦١.٦	١.٤	٣
٤	تقسم التكلفة مناصفة بين المزارع وجهاز الإرشاد الزراعي.	٢	٢.٣	١٢	١٤.٠	٧٢	٨٣.٧	١.٢	٤

المصدر: حسب من استمارات الاستبيان.

تصور مقترح لآلية أو متطلبات استخدام الإرشاد 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 أساسية يجب توفرها وهي البيئة الاجتماعية وما بها من متغيرات شخصية واتصالية وتنظيمية وموقفية يعمل في ظلها الإرشاد الزراعي لأنها تركز على وفلسفته ومبادئه وهي العمل من المستوى 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 على بناء وتكوين رأس المال الاجتماعي باعتباره صورة يمكن ترجمتها إلى صور راس المادي والذي يمكن أن يلعب دورا رئيسيا في تحقيق بعض الأهداف التي يفشل رأس المال الاقتصادي في تحقيقها وهي العلاقات الاجتماعية.

وهذه المتطلبات الفرعية تتضمن تحديد أنواع رأس المال الاجتماعي الرئيسية والفرعية والأنشطة المرتبطة بها والتي يمكن أن يتضمنها الإرشاد الزراعي عبر وسائل التواصل الاجتماعي، والصور المناسبة لتقديم الرسائل الإرشادية لكل نوع من الأنواع 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: رأس المال الاجتماعي الرئيسي وهو العابر والأنواع الفرعية والأنشطة المرتبطة بهما لتكوينها وتعزيزها عبر وسائل التواصل الاجتماعي من جانب الإرشاد الزراعي:

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

المحور الثالث: نوع وسائل التواصل الاجتماعي المناسبة للإرشاد الزراعي عبر وسائل التواصل الاجتماعي: وتمثلت في: الواتساب للريفي أو أحد أبنائه أو الماسنجر للريفي أو 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 إعداد المادة العلمية وهو ما تؤكد نتائج العلاقات الارتباطية السابقة من أن التدريب والمشاركة في البرامج المتعلقة بإصلاح الإرشاد الزراعي وتنمية الموارد البشرية وبناء القدرات البشرية كانت لها دور هام في إدراكهم لأهم أنواع رأس المال الاجتماعي وطرق عرضها وتوصيلها ووسائل التواصل الاجتماعي المناسبة لتوصيل الرسائل الإرشادية من أجل قيام الإرشاد الزراعي عبر وسائله الإلكترونية المستحدثة في العمل على تكوين وتعزيز رأس 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 الباحثين أو أن يتحمل المزارع تكلفة الاتصال فقط وجاء في الترتيب الثاني من وجهة نظرهم .

المراجع باللغة العربية:

1. المنصور، محمد تأثير الشبكات الاجتماعية على الجمهور المتلقي، دراسة مقارنة بين المواقع الاجتماعية والمواقع الإلكترونية، رسالة ماجستير، غير منشورة، الأكاديمية العربية المفتوحة -الدنمارك، ٢٠١٢.
2. الخالدي، عبدالرحمن، ومحسن حجاج، مقرر الإرشاد الزراعي والمجتمع الريفي، كلية الزراعة، جامعة تشرين، الجمهورية العربية السورية، ٢٠٠٨.
3. الشافعي، عماد مختار أحمد(دكتور) "بدائل إصلاح الخدمات الإرشادية والاستشارية الزراعية في مصر(أفكار وقضايا للعصف الذهني والمناقشة)" المؤتمر العاشر للجمعية العلمية للإرشاد الزراعي - آليات تحديث الإرشاد الزراعي بمصر، فبراير، ٢٠١٢.
4. فائز حران، رأس المال الاجتماعي ودوره في تحقيق التنمية الاجتماعية المستدامة. مجلة العلوم الاجتماعية، العدد ٧ ، مركز الديمقراطي العربي للدراسات الإستراتيجية والسياسية والاقتصادية، برلين - ألمانيا، ٢٠١٨.
5. حرحوش، عادل، وصالح، أحمد، رأس المال الفكري- طرق قياسه وأساليب المحافظة عليه، بحوث المنظمة العربية للتنمية الإدارية، عدد ٣٧٥، ٢٠٠٣، المنظمة العربية للعلوم الإدارية، القاهرة.
6. حمد، إسعاف " رأس المال الاجتماعي- مقارنة تنمية" مجلة جامعة دمشق- المجلد ٣١ - العدد الثالث، ٢٠١٥.
7. صالح، أحمد محمد (دكتور)، سيكولوجية البريد الإلكتروني، مستقبل الثورة الرقمية، الكتاب العربي، العرب والتحدّي القادم، الكويت، مجلة العربي، يناير، ٢٠٠٤.

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، ٢٠١٥.
9. قاسم، محمد حسن (دكتور)، المستفيدون من شبكة اتصال البحوث والإرشاد الزراعي (الفيركون) وثائق المؤتمر السابع العمل الإرشادي في ضوء التغيرات في جمهور الخدمة الإرشادية الزراعية، الجمعية العلمية للإرشاد الزراعي، كلية الزراعة، جامعة القاهرة، ٢٠٠٣.
10. كدواني، شيرين محمد (دكتور) دور الفيسبوك في تشكيل رأس المال الاجتماعي، المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال، العدد ٢٣، قسم الإعلام كلية الآداب، جامعة أسيوط.
11. عبد الحميد، إنجي محمد (دكتور)، "دور المجتمع المدني في تكوين رأس المال الاجتماعي - دراسة حالة للجمعيات الأهلية في مصر" المركز المصري للحقوق الاقتصادية والاجتماعية، سلسلة أبحاث ودراسات، العدد الأول، سنة النشر غير مذكورة.
12. عبد الواحد، منصور أحمد (دكتور)، استخدام العاملين بالإرشاد الزراعي لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات في العمل الإرشادي بمحافظة سوهاج، المجلة الأردنية في العلوم الزراعية المجلد ١١، العدد (٢) كلية الزراعة، الأردن ٢٠١٥.
13. عبدالمقصود، بهجت محمد (دكتور)، "الإرشاد الزراعي" الطبعة الأولى، دار الوفاء للطباعة والنشر والتوزيع، المنصورة، ١٩٨٨.
14. منظمة الأغذية والزراعة، الفاو: التكنولوجيا الرقمية في الزراعة والمناطق الريفية، وثيقة موجزة، الأمم المتحدة، روما، ٢٠١٩.

المراجع باللغة الانجليزية

1. 15-kregicie.R.v.and morgan,W.Educational and psychological 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

Eman S. Abbas Prof.Dr. E. H. M Gado Prof.Dr. M. A. Elseilsily
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.