

## تعرض شباب الزراع لمصادر المعلومات الزراعية من الشبكات الاجتماعية في بعض قرى محافظة أسيوط

عبدالناصر محمد فتح الباب<sup>١</sup> و أدهم محمد ذكي<sup>٢</sup>



١المعهد العالى للتعاون والارشاد الزراعى بأسيوط  
٢مركز البحوث الزراعية بالجيزة

Received on: 10 /12 /2020

Accepted for publication on: 3/1/2021

### المستخلص

استهدف هذا البحث تحديد مستوى تعرض شباب الزراع لمصادر المعلومات الزراعية من الشبكات الاجتماعية، من خلال التعرف على طريقة تعرضهم لمصادر المعلومات الزراعية، وكذلك التعرف على كيفية تعاملهم مع هذه المعلومات، أثناء التعرض لها، وبعد التعرض لها. تم إجراء البحث على تحديد عينة بطريقة كرة الثلج، تم تحديدها فبلغ قوامها ٢٠٠ مبحوثا، تم توزيعهم وفقا لنسب تواجدهم فى قرى البحث بواقع ٦٦ مبحوثا بقرية بهيج، و ٨٢ مبحوثا بقرية دير الجنادلة غرب، و ٥٢ مبحوثا بقرية السراقنا، ويمثلون نسبة ١٠٪ من اجمالى الحائزين وعددهم ٢٠٠٣ حائزا، وذلك من واقع سجلات ٢ خدمات بالوحدات الزراعية لعام ٢٠١٩ بتلك القرى.

وقد تم جمع البيانات بالمقابلة الشخصية مع شباب الزراع المستخدمين للشبكات الاجتماعية، بواسطة استمارة استبيان سبق أعدت خصيصا لتحقيق أهداف البحث، بعد إجراء استبيان مبدئى على ١٥ من شباب الزراع بقرية نزلة باقور، وتم إجراء التعديلات الملائمة فأصبحت الاستمارة صالحة فى صورتها النهائية لجمع البيانات، وتحقق أهداف البحث، وقد تم جمع البيانات خلال الفترة من شهر نوفمبر عام ٢٠١٩ وحتى شهر يناير عام ٢٠٢٠، وتم معالجة البيانات كميًا، كما تم تحليل البيانات باستخدام برنامج SPSS للتحليل الاحصائى، واستخدامت التكرارات والنسب المئوية فى عرض النتائج.

### وكانت أهم النتائج:

وجود تباين فى مستوى تعرض شباب الزراع المبحوثين لمصادر المعلومات الزراعية من الشبكات الاجتماعية، فبين أن مستوى تعرضهم للمصادر غير المعتمده منخفضا لنسبة ٦٧,٥٪، ومتوسطا بنسبة ٢١,٥٪ منهم، بينما كانت نسبة من لم يتعرض لتلك المصادر ١١٪، فى المقابل وجد تباينا فى مستوى تعرض المبحوثين للمصادر المعتمده، فكان منخفضا بنسبة ٤٦٪، ومتوسطا بنسبة ١٩,٥٪، بينما لم يتعرض نسبة ٣٤,٥٪ من المبحوثين للمصادر المعتمده.

كما أتضح أن توزيع مصادر المعلومات الزراعية من الشبكات الاجتماعية حسب طريقة تعرض المبحوثين لها كما يلى: بالنسبة للمصادر غير المعتمده كانت طريقة تعرضهم بالمصادفة على الترتيب للمعلومات الزراعية بصفحات الاصدقاء بنسبة ٣٠,٥٪، ثم التجار المحليين والمزارع المصرية بنسبة ١٨,٥٪، ثم صفحات كبار الزراع ومحلات بيع المنتجات الزراعية بنسبة ١٨٪، بينما كانت طريقة تعرضهم عن قصد على الترتيب للمعلومات الزراعية بصفحات الاصدقاء بنسبة ٣٨,٥٪، ثم الزراع المتشابهون بنسبة ٣٦٪، فالزراع المهرة بنسبة ٣٥٪، أما فيما يتعلق بطريقة تعرض المبحوثين للمصادر المعتمده فكانت بالمصادفة على الترتيب للمعلومات الزراعية بصفحات شركات استصلاح الاراضى بنسبة ١٧٪، ثم مهندسى الادارات الزراعية بنسبة ١٦٪، فشركات المستلزمات الزراعية بنسبة ١٤٪، بينما كانت طريقة تعرضهم عن قصد للمعلومات الزراعية بصفحات مشرفى الوحدات الزراعية بنسبة ٢٦٪، ثم المرشدين الزراعيين بنسبة ٢٥,٥٪، يليها صفحات مهندسى الجمعيات التعاونية الزراعية بنسبة ٢٤,٥٪، وذلك على الترتيب.

وتبين أيضا أن توزيع المبحوثين حسب تعاملهم مع المعلومات الزراعية من مصادرها بالشبكات الاجتماعية أثناء التعرض لها كما يلي: بالنسبة لتعاملهم مع المعلومات الزراعية للمصادر غير المعتمدة: جاءت هذه التعاملات أعلى انتباه لمعلومات صفحات الاصدقاء بنسبة ٤٨٪، ثم صفحات كبار الزراع بنسبة ٣٧،٥٪، يليها صفحات الزراع المتشابهون بنسبة ٣٥،٥٪، بينما حصلت على أعلى إندماج من المبحوثين المعلومات الزراعية بصفحات الاصدقاء بنسبة ١٤٪، ثم صفحات المزارع المصرية بنسبة ١١٪، تلاها صفحات التجار المحليين بنسبة ٩٪، في حين حصلت على أكبر مشاركة المعلومات الزراعية لصفحات الاصدقاء بنسبة ٩،٥٪، ثم صفحات الزراع المهرة بنسبة ٩٪، يليها معلومات صفحات كبار الزراع بنسبة ٨،٥٪، أما بالنسبة لتعامل المبحوثين مع المعلومات الزراعية للمصادر المعتمدة: فقد حصلت على أعلى انتباه المعلومات الزراعية لصفحات شركات استصلاح الاراضى بنسبة ٢٩٪، يليها صفحات مهندسى الادارات الزراعية بنسبة ٢٨٪، ثم صفحات شركات المستلزمات الزراعية بنسبة ٢٧،٥٪، بينما حصلت على أعلى إندماج من المبحوثين المعلومات الزراعية لصفحات الباحثين الزراعيين ومهندسى الادارات الزراعية بنسبة ٥،٥٪ لكليهما، يليها صفحات شركات استصلاح الاراضى وشركات المستلزمات الزراعية بنسبة ٣٪ لكليهما، بينما حصلت على أكبر مشاركة من المبحوثين معلومات صفحات الاخصائى الارشادى بنسبة ٦٪، ثم معلومات شركات استصلاح الاراضى بنسبة ٥،٥٪، يليها صفحات الباحثين الزراعيين ومشرفى الوحدات الزراعية بنسبة ٤،٥٪ لكليهما، وذلك على الترتيب.

في حين أكدت النتائج على أن توزيع المبحوثين حسب تعاملهم مع المعلومات الزراعية من مصادرها بالشبكات الاجتماعية بعد التعرض لها كما يلي: بالنسبة للتعامل مع المعلومات الزراعية للمصادر غير المعتمدة: فقد حازت على أعلى تفكير من المبحوثين المعلومات الزراعية بصفحات الاصدقاء بنسبة ٣٢،٥٪، ثم التجار المحليين بنسبة ٢٨،٥٪، فالزراغ المتشابهون بنسبة ٢٥،٥٪، بينما حظيت على أكثر التعليقات من المبحوثين المعلومات الزراعية لصفحات الاصدقاء بنسبة ٢٨،٥٪، ثم الزراع المهرة بنسبة ١٨،٥٪، تلاها صفحات الشخصيات العامة بنسبة ١٧٪، بينما حصلت على أكثر المناقشات مع آخرين معلومات صفحات الزراع المتشابهون بنسبة ١٢٪، يليها صفحات كبار الزراع بنسبة ١٠٪، فصفحات الزراع المهرة بنسبة ٩٪، أما بالنسبة للتعامل مع معلومات المصادر المعتمدة فقد حصلت على أعلى تفكير معلومات صفحات كل من مهندسى الادارات الزراعية بنسبة ٢٤٪، ثم شركات استصلاح الاراضى بنسبة ٢٣،٥٪، يليها شركات مستلزمات زراعية بنسبة ٢٢٪، في حين حصلت على أكثر التعليقات معلومات صفحات شركات استصلاح الاراضى بنسبة ١٤٪، ثم صفحات مهندسى الادارات الزراعية بنسبة ١٢٪، يليها صفحات شركات المستلزمات الزراعية واخصائى الارشاد الزراعى بنسبة ١١،٥٪ لكليهما، بينما حصلت على أكثر المناقشات مع آخرين معلومات صفحات مشرفى الوحدات الزراعية بنسبة ٦،٥٪، ثم اخصائى الارشاد الزراعى بنسبة ٤،٥٪، يليها صفحات الباحثين الزراعيين ومهندسى الجمعيات التعاونية والمرشدين الزراعيين بنسبة ٤٪ لكل منهم.

#### المقدمة:

ثمة إتفاق عام فى الآراء لدى المجتمع الدولى بأن تبادل المعلومات والاتصالات تلعب دورا فى تحقيق التنمية الزراعية والأمن الغذائى اعتمادا على تكنولوجيا المعلومات والاتصالات الجديدة (عبدالواحد، ٢٠٠٧: ١٥)، والتي تغلغت بصورة متزايدة لتقديم الخدمات الريفية والفعالة الممثلة فى الحاسب الآلى وتطبيقات الإنترنت ونقل وتوصيل كميات كبيرة المعلومات والمعارف؛ لكافة المناطق والمستخدمين فى مجال الارشاد الزراعى الذى يعتمد على نشر المعلومات والمعارف العلمية للمناطق الريفية؛ لزيادة الانتاج الزراعى، كما توافرت قنوات اتصال واسعة بين الهيئات البحثية والمنظمات التنموية (عبدالواحد، ٢٠١٥: ١٢).

وينشوب ثورة المعلومات وحوادث الانفجار المعرفي، ومع تطور وسائل الاتصال، أصبحت المعلومات سلعة رأسمالية متعددة المصادر، فسارعت مصادرها نحو التكيف والتأقلم مع التكنولوجيا الجديدة؛ لتلبية احتياجات وتطلعات المستفيدين بالمجتمع الإلكتروني، وترد المعلومات عادة إلى المستقبل من مصادرها Informant، وقد يكون الفرق بين المصدر والقناة غير واضحاً لدى المستخدم، لذا فعلى المصدر إدراك أن هناك من يريدون معلوماته، حتى وأن كان غير راغباً في تقديمها، الأمر الذي قد يؤدي إلى تهيئة البشر للمعلومات من خلال عدة عمليات كالأدراك، أو تكوين مفاهيم من المدركات، أو الأختزان في الذاكرة، أو الأستدعاء منها، أو مضاهاة المدركات بمحتوى الذاكرة أو بالملاحم المختزنة بالبيئة، لذلك فإن تداول المعلومات يتم بنقل المصدر لرسائله عن طريق قناة، وعندها قد تتعرض رسالته للتعديل، ثم تصل للمستقبل الذي ينتقى منها ما يريد؛ ونتيجة لذلك تتغير حالة المستقبل (Vickery & Vickery, 1989:26-45).

وقد أصبحت المعلومات هي أداة التغيير بكل مجتمع، وكل ما حدث في عصرنا هو نمو الوعي بأهمية المعلومات، وتزايد الحرص على استثمارها؛ حيث يساعد نشرها Diffusion على توصيل الجديد من المستحدثات، من مصادرها إلى التطبيق، وهذا أحد خطوات التغيير الاجتماعي (عبدالواحد، ٢٠١٥: ٤٩)، ويعد التغيير الفعلي في سلوك المتعرضين لها نجاحاً لعملية الأتصال الإرشادي، وإذا كانت المعلومات شرطاً أساسياً للتنمية، فإن قيمتها تبقى محدودة ما لم توضع في مكانها الملائم في البنيان المعرفي لدى المستقبل (صالح، ٢٠٠٥: ٢٤٤ - ٢٤٥)، فالمعلومات هي رسالة تغير الحالة المعرفية للشخص في موضوع ما (النشار، ٢٠١٢: ٢٠).

وتصنف مصادر المعلومات إلى مصادر تقليدية ورقية ومصادر إلكترونية مخزنها على وسائط مغنطة أو ليزيرية بأنواعها، ويمكن تصنيف الثانية إلى: سمعية، وبصرية، وميكروفيلم، والإلكترونية محوسبه، وليزرية محوسبه، وقد جمع الإنترنت بين مختلف أنواع المصادر الإلكترونية (قنديجي، ربحي، إيمان، ٢٧: ٢٠٠٠-٣٦)، والتي تصنف حسب التغطية والمعالجة الموضوعية، والجهات المسؤولة عنها، ونوع المعلومات (Celbortack, 1988: 9-11)، وأيضاً تصنف إلى مواقع رسمية تصدر من جهات رسمية حكومية أو غير حكومية كمواقع شبكة الفيركون والرادكون، والمعاهد البحثية والجامعات، والمؤسسات الإنتاجية والخدمية، والباحثين الزراعيين وأعضاء هيئة التدريس بالجامعات وغيرهم، ومواقع غير رسمية شهيرة لأشخاص مهتمين محمله على شبكة الإنترنت الدولية أو ورقية (عبدالواحد، ٢٠١٩: ٢٣٣).

وقد وصف "Ernest Shumacher" التكنولوجيا الملائمة بأنها مزج إيداعي للتكنولوجيا بالممارسات التقليدية، ويقول "حسين كامل بهاء الدين" أن التكنولوجيا فكر وأداء وحلول (12 - IFAD & IDRC, 2007: 10)، وفي هذا الصدد توصلت دراسة 2010 "Faten Tabet" إلى أن تواتر استخدام التكنولوجيا في التعليم مرتبط بامتلاكها (نسيمه، ٢٠١٧: ١٧)، وسيحظى الحصول على المعلومات بالتعزيز ومن ثم الأتساع (Vickery & Vickery, 1989:368)، هذا وتسمح وسائل الاعلام الجديدة لجميع مستخدمي المعلومات أن يصبحوا منتجين لها، وتعتبر الشبكات الاجتماعية عن كيف أراد البشر التواصل دائماً وأبداً (Levinson, 2015: 9-82).

وشبكة الأنترنات ذات مردود جيد في تقديم مصادر المعلومات المختلفة على شكل إلكتروني، تربط بينهم علاقات متداخلة عن طريق وسائل الاتصال المختلفة، ولكل منها مستفيدين تقدم لهم الخدمة (Celbortack, 1988: 12)، كما يساعد تبنى الإنترنت في عملية الإرشاد الزراعي الأفراد المتأخرون في تبنى المستحدثات الزراعية، بأن يكونوا أكثر إيجابية، كما نقل فترة إنتشار المستحدثات، وتزيد نسبة المتبنين لها، ومصداقية المصدر، وهذا وتعد إمكانيات المستقبل من الدعائم الأساسية للأتصال الناجح (علم الدين، ١٩٩٠: ٧). وتتيح الشبكة كوسيلة للمستخدم أن يكون مرسلاً، ومستقبلاً، وناشراً، وموصلاً، كما تيسر وصول المعلومات الجديدة له، وتركز انتباهه حول الموضوعات المطلوب تعلمها، ويعد مستوى العمل المطلوب تعلمه عاملاً مساهماً في تنشيط دافعية الفرد للتعلم (عبدالواحد، ٢٠١٥: ٤٧ - ١٢٣).

وقد تشابهت آراء "Frank Shoemaker" & "Joroun Laviree" في أن من يبحث في الإنترنت فأنها تسيطر على بنيته المعرفية، ويصبح مصدرا للمعلومات (Fricke & Novak, 2017:14)، كما تتبع خطورة المد المعلوماتي بإستحواده على القنوات والأدوات التي تصنع ثقافة الفرد، وتتحكم في سلوكه، وتوجهاته، وأهدافه (صالح، ٢٠٠٥: ٢٤٦)، ورغم ذلك توجد مجموعتان تعوق إنتقال المعلومات من خلال المصادر المتعدده ومنها الشبكات الاجتماعية، وهما تحريف المعلومات وحجمها (Wallace & SiZlaki, 1991:366-369).

و عرف "J.A.Barnes" الشبكات الاجتماعية بأنها وحدات تربط البنية الاجتماعية من أفراد ومنظمات في نسيج واحد متكامل، تعكس خلالها العلاقات وتدفقاتها في الأوساط المختلفة من أفراد وجماعات ومنظمات وغيرها، وطرق نقل البيانات والمعلومات، وتجهيز الكيانات المختلفة ويعد تصنيف "Kazienko & Musial" للشبكات الاجتماعية هو الأهم؛ حيث يغطي العلاقات الناشئة نتيجة البناء الشبكي للكيانات من جهة، ويغطي تقنيات الاتصال المختلفة بين الأفراد من جهة أخرى. ويضم هذا التصنيف كل من الشبكات المكرسة لخدمة هدف معين، والشبكات غير المباشرة، والأنشطة المشتركة، والشبكات المحلية، والروابط التشعبية (هارون، ٢٠١٧: ١٨-٨٩).

و عرف كلا من "Oliver Yao 2010" and "LuxeBai" الشبكات الاجتماعية بأنها مواقع الكترونية يعرف الأفراد فيها أنفسهم، ويشاركون فيها، ويقيمون علاقات اجتماعية من خلالها. ومعظم تلك الشبكات مواقع ويب تقدم خدمات محادثات فورية، ورسائل خاصة، وبريد الكتروني، وفيديوهات، ومشاركة ملفات، وتدوين وغيرها، ويمكن للمستخدم مشاركة أفكاره وأحداث حياته، ومشاركة الأخبار، وتقسم خدمات هذه الشبكات إلى مواقع التواصل الاجتماعي، والمدونات، والويكي، والمرتبطة بالعمل، ومشاركة الفيديو، ومشاركة الصور، والبودكاست، هذا وتنعكس أهمية الشبكات الاجتماعية في أن المستخدم هو من يسيرها، ولا يفرض أحد رأيه على الآخر، والموفق من يحسن اختياره، وفيها تجد الكثير يريد أن يجرب كل ما هو جديد منها، وقد وضعت تلك الشبكات لخدمة المستخدمين لها، ولا يمكن أن تقودهم لعالم آخر دون رغبتهم (المدني، ٢٠١٥: ٣٩٩-٤٠١)، وتدفع الموضوعات الأكثر محلية والمرتبطة بحياة الناس نحو مزيد من الاهتمام والتماس المعلومات، وتتفاوت قدرتها على نقل المعلومات ونشرها، وبالتالي تقل الفجوة المعرفية بعد التعرض للمعلومات، ويؤثر مدى التعرض للمعلومات في الفجوة المعرفية. وبزيادة الاندماج أو الاستغراق في المعلومات يزداد إدراكها، ويتولد الانتباه بأهميتها أو بعلاقتها بموضوع معين، أو بالمشاركة العاطفية والعقلانية أثناء إستقبال الرسالة، وللاستغراق نوعان أثناء التعرض للمعلومات: الأول معرفي يتضح في العمليات العقلية، والثاني يتمثل في ردود الأفعال تجاه المحتوى، ومن المعروف إرتباط الخبرة بالمعرفة، فالخبرة الشخصية هي الأهم في ترتيب مصداقية مصادر المعلومات، بينما الخبرة الاعلامية هي أعلى مستوى للتعرض والانتباه لوسائل الاعلام (المفلاح، ٢٠١٤: ٢٠١-٢٠٦).

وتشمل الاستجابات لحمل المعلومات الزائد إخفاقا في الانتباه وحدوث الخطأ، وإغفال المعلومات وإسقاطها يتم انتقائيا، كما يتم إسقاط نوعية معينة من المعلومات، وفقا لأفكار تكونت سلفا عن مدى أهميتها للمستقبل، وقد يتم تأجيل الرسائل المتلقاه للتعامل معها في فترات لاحقة، ومن الممكن أن تكون المعلومات خاطئة، أو لا يطمئن لها، أو لا توجد ثقة في صلاحيتها، أو عدم معرفة كيفية الأفادة منها، فيتجاهلها المستقبل، مثل هذه الاستجابات تحدد موقف المستقبل تجاه المصدر والثقة فيه، وأيضا مدى إتفاقه مع التوجه الاجتماعي للمستقبل (Vickery & Vickery, 1989:22-23).

وتوجد عوامل محددة لنجاح التعرض لمصادر المعلومات الألكترونية كالألفة مع المصدر، وقرب المسافة بينه وبين المستقبل، والنقل، وشروط السماح بالدخول، وأدوات التحقق، وتوافر تيسيرات البحث وأسلوبه، وتحديد أماكن المصادر الأولية والحصول عليها، بينما هناك عوامل

تؤثر في نوعية هذا التعرض كحدود المعلومات المتاحة ومدى صلاحيتها، والوقت اللازم للبحث عنها، والتكلفة بالنسبة للمستفيد (Vickery & Vickery, 1989: 379-380)، بينما توجد عوامل أخرى تؤثر في فاعلية المصدر كالجاذبية، والمصداقية، والسلطة – النفوذ، والتي لخصها "إيكس تان" في مصداقية المصدر؛ حيث تؤدي معلوماته إلى تغيير فوري لدى المستقبل، وعادة ما يقيم المستقبل الرسالة ذات المصدر الأكثر مصداقية بشكل أفضل، ولا يتم الموافقة على رسائل المصدر الأقل مصداقية مهما مضى من الوقت، وتؤثر أيضا قدرة المصدر على الاقتناع، ومدى قوة تدعيم الرسالة، ومدى تحيز المصدر وخبرته (صلوى، ٢٠١١: ٤).

أن تعرض الفرد لوسيلة معينة للبحث عن معلومات ذات قيمة له، تجعله يختار بإرادته التعرض لتلك الوسيلة التي تحقق له القيمة التي يتوقعها؛ فدوافع الفرد للتعرض لوسيلة معينة هي دوافع سلوكية، وذات قيمة ايجابية لهدفه من استخدامها، فهناك ارتباط بين بحث الأفراد عن الاشباع، وبين تعرضهم لوسائل الاعلام، كما يعبر زيادة تعرض الأفراد لوسائل الاعلام عن مدى قدرتهم على إختيار المعلومات التي تلبى احتياجاته (أبوالنصر، ٢٠١٤: ٣١-٣٣).

ولا توجد بيئة على الإنترنت أكثر ملائمة للمصداقية الرقمية من Facebook، حيث أنه مورد فوري ودولي للمعرفة إندمج فيه المترامن وغير المترامن، كما يصنع Facebook عبر الزمنى من الشئ البسيط مهما، على الأقل من حيث القدرة على البقاء، لما هو أبعد من وقت نشره (Levinson, 2015: 34-59).

وتجد أيضا أن Youtube أكبر من Facebook و Twitter معا؛ حيث تجعل الفيديوهات الناس مندمجون بطريقة مختلفة جدا عن الكلمة المكتوبة، بينما أصبحت كتابة التغريدات أسهل وسيلة إتصال عبر المسافات الشاسعة، وأقلها جهدا، و Twitter أكثر الوسائل المكتوبة الفورية في التاريخ، وأفضل مجموعة اتصالات شخصية وجماعية متكاملة، وعدد قراء المدونات أكبر من عدد كتابها، والتدوين عادة عملية فردية، بينما ترويجة عملية اجتماعية بطبيعته، وللكتابة مزايا أكثر من التحدث؛ حيث تسمح بسيطرة أكبر للمصدر على رسالته، في حين تعمل التعليقات كصوت للناس، و مناقشات للحقيقة، ومصحة لمنشورات المدونات وفيديوهاتها، كما تجسد بديلا ديمقراطيا للمعلومات المدفوعة بالخبراء، وتعد التعليقات إحدى سمات أحدث وسائل الاعلام الجديدة، ورغم ذلك يمكنها أن تصبح وسائل لمتصيدي الإنترنت؛ بغرض جذب الانتباه، أو تقسد أو تعرقل المحادثة على الإنترنت (Levinson, 2015: 22-173).

وأظهرت الدراسات تزايد نشر الأفكار والابتكارات عبر الروابط الضعيفة، لدورها المهم في العلاقات الاجتماعية، لذلك أتفق كل من "Bassier", "Bernd", "Wegener" & etal على أن العلاقات الجديدة التي تظهر بين الأفراد في الواقع الافتراضى، تنشأ من خلال الروابط الضعيفة (هارون، ٢٠١٧: ٣٥ - ٣٦)، وأن معلومة بسيطة حول موضوع ما قد تتحول في الحال إلى منتج (Fricke & Novak, 2017: 14)، ويتسق هذا مع ما أشار به "Rogers" إلى أن إنتشار المستحدثات يرتبط بمدى تغير أنماط استخدام تكنولوجيا الإتصال بمرور الزمن، وبمدى التفاوت في درجات استخدامها، بالإضافة إلى سمات المستخدمين، ولكي تتم المرحلة الأولى لإنتشار المستحدثات وهي مرحلة المعرفة بالفكرة الجديدة بفاعلية، فإنه يلزم استخدام كافة طرق الأتصال الجماهيرى (الشهرى، ٢٠١٤: ٢٠)، وتعد الشبكات الاجتماعية إحدى تطبيقات الإنترنت وهي وسيلة اتصال جماهيرى (عبدالواحد، ٢٠١٥: ١١).

وبصفة عامة تؤثر الشبكات الاجتماعية على التعليم والتعلم، من خلال توعية الأفراد المستخدمين بإكسابهم معلومات، وإتجاهات، ومهارات، وذلك بتوفير مادة تعليمية مناسبة، وعرضها بطريقة جذابة، ويتضح ذلك بصورة أكبر من خلال استخدام المجموعات المغلقة التي يوفرها Facebook؛ حيث تعزز عملية التعليم؛ وتتيح الحوار والنقاش حول موضوع معين، كما أن إضافة التعليقات وإبداء الآراء، تعزز أيضا الحوار والتبادل المعرفى، ويخدم تصميم الفاعليات والمناسبات، واستخدام التطبيقات المتاحة العملية التعليمية ككل (هارون، ٢٠١٧: ١٨٠ - ١٨٤).

وفي فترة قادمة ربما سيتم الاتصال والتواصل بين جميع الأفراد بالتخاطر عن بعد، بينما عالم الغد في الأتصال سيكون عالم آخر هو عالم العقل (Kaku,2017: 390)، وقد ينطبق ذلك على الزراعة والسكان الريفيين، وسينتج عن ذلك التطور المتسارع في تقنيات الاتصال والمعلومات صوراً جديدة من التنافس، قد تصل إلى صراع بين الأنسان والآلة، وقد تتحول طرق ووسائل الاتصال الإرشادي الزراعي التي نعرفها اليوم، إلى أخرى أكثر تطوراً، وذلك في المستقبل القريب.

**مشكلة البحث:**

تشكل المعلومات الأداة الأهم لتغيير وتطوير المجتمعات، فمن يملكها يملك السيطرة؛ لذلك فإن الشبكات الاجتماعية والحاجة إليها هامة في قطاع الزراعة، كمصدر، ووسيلة داخل وسيلة، وقناة، وكإستجابة لردود أفعال المستخدمين لها؛ وذلك بنقل وتداول المعلومات الزراعية من مصادرها المختلفة إلى المستخدمين لها؛ ليستفيدوا منها معرفياً وتطبيقياً بشكل دائم، وفي بيئة إفتراضية تتسم بالتفاعل والتشارك، وقد أحدثت تلك الشبكات قفزات نوعية، في تيسير الاتصال والتواصل بين الافراد والجماعات، ومدى تأثيرها، وقدرتها على إحداث التغيير الاجتماعي محلياً وعالمياً.

يعانى الجهاز الإرشادي في مصر بصفة عامة وفي محافظة أسيوط بصفة خاصة، ضعفاً في أداءه، وتناقصاً متتالياً في قدراته البشرية، وأدواته ووسائله، فأصبح عاجزاً عن مواكبة والتعامل مع فيض المعلومات، وتلبية حاجات الزراعة المعرفية والتطبيقية، كل ذلك وغيره دفع الزراعة وشباب الريفيين، للبحث عن المعلومات الزراعية ومصادرها والتعرض لها، فوجدوا ضآلتهم في معلومات الشبكات الاجتماعية، ومثلت ملاذاً مناسباً لهم، ولما لا وهى وسيلة سهلة الاستخدام، تملك تفاعلية، وتعددية، وتجديدية، وحداثة، وجاذبية أنها وسيلة منقطعة النظير، يمكن توظيفها في العمل الإرشادي الزراعي، وربما تكون أداة جيدة في ذبوع ونشر الأفكار والمعلومات الزراعية للمناطق المحرومة التي لا يصل إليها الإرشاد التقليدي.

وتعتبر الشبكات الاجتماعية أحد المخارج والوسائل المناسبة لتفعيل العمل الإرشادي الزراعي؛ نظراً للتعرض لذبوع ونشر المعلومات بها، ومناسبتها لظروف الريفيين، إلا أنه وجد ذبوعاً ونشراً لمعلومات زراعية غير دقيقة، لذلك لا يجب ترك المزارع وحده يكابد هذا التدفق المعلوماتي الهائل، خاصة شباب الزراعة المنجذب لتلك الشبكات، والأكثر استخداماً لها، والأكثر إستعداداً وتقبلاً للتغيير، ورغم ذلك فالفوائد ربما تكون أعم وأعظم، لهذا أنطلق هذا البحث متساوياً عن: ما هو مدى تعرض شباب الزراعة في محافظة أسيوط لمصادر المعلومات الزراعية على الشبكات الاجتماعية؟ وماهى طريقة تعرضهم لها؟ وكيف يتعاملون مع المعلومات الزراعية أثناء التعرض لمصادرها؟ وبعد التعرض لها؟، وذلك من منطلق ملاحظة مدى أهمية استخدام الشبكات الاجتماعية لشباب الزراعة في محافظة أسيوط كمصادر للمعلومات الزراعية.

#### **مشكلة البحث:**

تشكل المعلومات الأداة الأهم لتغيير وتطوير المجتمعات، فمن يملكها يملك السيطرة؛ لذلك فإن الشبكات الاجتماعية والحاجة إليها هامة في قطاع الزراعة، كمصدر، ووسيلة داخل وسيلة، وقناة، وكإستجابة لردود أفعال المستخدمين لها؛ وذلك بنقل وتداول المعلومات الزراعية من مصادرها المختلفة إلى المستخدمين لها؛ ليستفيدوا منها معرفياً وتطبيقياً بشكل دائم، وفي بيئة إفتراضية تتسم بالتفاعل والتشارك، وقد أحدثت تلك الشبكات قفزات نوعية، في تيسير الاتصال والتواصل بين الافراد والجماعات، ومدى تأثيرها، وقدرتها على إحداث التغيير الاجتماعي محلياً وعالمياً.

يعانى الجهاز الإرشادي في مصر بصفة عامة وفي محافظة أسيوط بصفة خاصة، ضعفاً في أداءه، وتناقصاً متتالياً في قدراته البشرية، وأدواته ووسائله، فأصبح عاجزاً عن مواكبة والتعامل مع فيض المعلومات، وتلبية حاجات الزراعة المعرفية والتطبيقية، كل ذلك وغيره دفع

الزراع وشباب الريفيين، للبحث عن المعلومات الزراعية ومصادرها والتعرض لها، فوجدوا ضآلتهم في معلومات الشبكات الاجتماعية، ومثلت ملاذاً مناسباً لهم، ولما لا وهي وسيلة سهلة الاستخدام، تملك تفاعلية، وتعددية، وتجددية، وحادثة، وجاذبية أنها وسيلة منقطعة النظير، يمكن توظيفها في العمل الإرشادي الزراعي، وربما تكون أداة جيدة في ذبوع ونشر الأفكار والمعلومات الزراعية للمناطق المحرومة التي لا يصل إليها الإرشاد التقليدي.

وتعتبر الشبكات الاجتماعية أحد المخارج والوسائل المناسبة لتفعيل العمل الإرشادي الزراعي؛ نظراً للتعرض لذبوع ونشر المعلومات بها، ومناسبتها لظروف الريفيين، إلا أنه وجد ذبوعاً ونشراً لمعلومات زراعية غير دقيقة، لذلك لا يجب ترك المزارع وحده يكابد هذا التدفق المعلوماتي الهائل، خاصة شباب الزراع المنجذب لتلك الشبكات، والأكثر استخداماً لها، والأكثر استعداداً وتقبلاً للتغيير، ورغم ذلك فالفوائد ربما تكون أعم وأعظم، لهذا أنطلق هذا البحث متسائلاً عن: ما هو مدى تعرض شباب الزراع في محافظة أسيوط لمصادر المعلومات الزراعية على الشبكات الاجتماعية؟ وما هي طريقة تعرضهم لها؟ وكيف يتعاملون مع المعلومات الزراعية أثناء التعرض لمصادرها؟ وبعد التعرض لها؟، وذلك من منطلق ملاحظة مدى أهمية استخدام الشبكات الاجتماعية لشباب الزراع في محافظة أسيوط كمصادر للمعلومات الزراعية.

#### أهداف البحث:

أستهدف هذا البحث بصفة أساسية تعرض شباب الزراع لمصادر المعلومات الزراعية من الشبكات الاجتماعية في بعض قرى محافظة أسيوط ويتم تحقيق ذلك من خلال:

- ١- تحديد مستوى تعرض المبحوثين لمصادر المعلومات الزراعية المعتمدة وغير المعتمدة من الشبكات الاجتماعية.
- ٢- التعرف على طريقة تعرض المبحوثين للمعلومات الزراعية المعتمدة وغير المعتمدة من مصادرها بالشبكات الاجتماعية.
- ٣- التعرف على كيفية تعامل المبحوثين مع المعلومات الزراعية للمصادر المعتمدة وغير المعتمدة من الشبكات الاجتماعية أثناء التعرض لها.
- ٤- التعرف على كيفية تعامل المبحوثين مع المعلومات الزراعية للمصادر المعتمدة وغير المعتمدة من الشبكات الاجتماعية بعد التعرض لها.

#### أهمية البحث:

ترجع أهمية هذا البحث تطبيقياً في إمكانية الإسترشاد بنتائجه، عند تخطيط وتنفيذ برامج للإرشاد الزراعي الإلكتروني مستهدفة الزراع والشباب منهم المستخدمين للشبكات الاجتماعية، ويمكن الاستفادة من النتائج في عملية ذبوع ونشر الأفكار والمعلومات الزراعية، وفي المراحل الأولى لتبنيها، كما تزيد الأهمية التطبيقية الآن نتيجة للتناقص المستمر في عدد المرشدين الزراعيين، كما تزايدت أيضاً بفعل مؤثرات إنتشار فيروس كوفيد -١٩، وتبعاته على تجمع وإنتقال الناس تفاعلهم المباشر، وزيادة التأثير السالب على استخدام طرق الإرشاد الزراعي التقليدية الفردية والجماعية، وترجع أهمية هذا البحث نظرياً في أنه دراسة مبكرة للتعرض لمصادر المعلومات الزراعية بالشبكات الاجتماعية في محافظة أسيوط على الأقل، وإضافة موضوعية للإرشاد الزراعي الإلكتروني، والإستعداد بنتائجه في الدراسات المستقبلية.

#### الطريقة البحثية:

#### منطقة البحث:

أجرى هذا البحث في ثلاث قرى بمحافظة أسيوط تم اختيارهم من بين القرى متوسطة الموقع تقريباً في المراكز المختاره؛ وذلك لتعرضها للاتصال السلبي واللاسلكي بصورة ملائمة، بينما تم اختيار المراكز بصورة تظهر بصورة مناسبة التباين الحضري والاجتماعي والجغرافي بالمحافظة، والقرى المختاره هي: قرية بهيج بمركز أسيوط، وقرية دير الجنادلة (الوحدة الزراعية الغربية) بمركز الغنايم، وقرية السراقنا بمركز القوصية.

### شاملة وعينة البحث:

تم اختيار عينة البحث بطريقة كرة الثلج، نظرا لعدم توافر أى بيانات لشاملة البحث، وبدأ اختيار مفردات البحث من واقع سجلات الحصر الحيازي ٢ خدمات لعام ٢٠١٩ بالوحدات الزراعية في القرى المختارة، فبلغ حجم عينة هذا البحث ٢٠٠ شابا، والذين أمكن مقابلتهم، وجميعهم حائزون لأرض زراعية أو تحوز أسرهم، ويعملون بالزراعة فيها، كما يستخدمون مواقع الشبكات الاجتماعية، كما بلغ اجمالي عدد الحائزين بالقرى المختارة ٢٠٠٣ حائزا لأرض زراعية، وكان توزيعهم بقرية بهيج ٦٦١ حائزا، وبقرية دير الجنادلة غرب ٨٢٠ حائزا، وبقرية السراقنا ٥٢٢ حائزا، وقد تم جمع البيانات بالمقابلة الشخصية للمبحوثين، وتم توزيعهم على القرى المختارة حسب نسبتهم في اجمالي الحائزين، وذلك بواقع ٦٦، و٨٢، و٥٢ مبحوثا على التوالي.

### أداة البحث:

بعد الاطلاع على الكثير من الصفحات الزراعية، والتي تقدم بعض المعلومات الزراعية على مواقع الشبكات الاجتماعية المختلفة، وعقد عدة مقابلات ومناقشات مع مشرفي الوحدة الزراعية بقرية نزلة ساو بمركز ديروط، وبعد مناقشات تمت مع عدد (٥) من الباحثين في الارشاد الزراعي والاجتماع الريفي، ومع مراعاة الظروف الاجتماعية والاقتصادية وبنية شبكة الاتصالات لقرى مجتمع البحث، تم تصميم استمارة استبيان، تلا ذلك إجراء Pre-test لعدد ١٥ شابا من شباب الزارع بقرية نزلة باقور بمركز أبوتيج؛ لإزالة أى غموض أو صعوبة لبنود استمارة الاستبيان، وعليه تم إجراء التعديلات والإختصارات المناسبة لبنود الاستمارة، لتصبح صالحة في صورتها النهائية؛ لجمع البيانات وتحقيق أهداف البحث.

### طريقة جمع وتحليل البيانات:

جمعت بيانات هذا البحث عن طريق المقابلة الشخصية مع المبحوثين من شباب الزراع بواسطة استمارة استبيان، والتي سبق إعدادها، والتأكد من صلاحيتها لجمع البيانات، وتحقيق أهداف البحث، وقد تم استبعاد ٦ استمارات لتعذر إستيفاء بياناتها. وأستغرقت عملية جمع البيانات ثلاثة شهور من شهر نوفمبر من عام ٢٠١٩ وحتى شهر يناير من عام ٢٠٢٠، وقد تم معالجة البيانات المتحصل عليها من استجابات شباب الزراع المبحوثين لأسئلة استمارة الاستبيان كميًا؛ لتصلح لأغراض التحليل الإحصائي. وتم الاعتماد على الحاسب الآلي في الإدخال والتوصيف الإحصائي للبيانات عن طريق حزمة البرامج الإحصائية للعلوم الاجتماعية Statistical Package for Social Sciences (SPSS)، وللعرض الجدولي تم استخدام التكرارات، والنسب المئوية في عرض البيانات.

### التعريفات الإجرائية:

- ١- التعرض لمصادر المعلومات الزراعية على الشبكات الاجتماعية: ويقصد به تقدير متوسط التردد على استخدام مصادر المعلومات الزراعية على الشبكات الاجتماعية المدروسة في خلال مدى زمني معين (شهر-أسبوع-يوم).
- ٢- صفحات الأصدقاء: ويقصد بها صفحات الأصدقاء الموجودين في كلا من الواقع الحقيقي والواقع الافتراضي على الشبكات الاجتماعية المدروسة.
- ٣- الاندماج مع معلومات المصدر: ويقصد بها تقدير مدى التركيز والتدقيق في المعلومات الزراعية أو الاستغراق تفكيراً فيها، والمتعرض لها من مصادرها سواء معتمده أو غير معتمده بالشبكات الاجتماعية المدروسة.
- ٤- مناقشة المعلومات مع آخرين: ويقصد بها الحوارات والمناقشات التي تمت بين المستخدم وبين أفراد آخرين في الواقع الحقيقي، وذلك حول المعلومات الزراعية بعد التعرض لها خلال شهر من التعرض لها.



**القياس الرقمي للبيانات:****أولاً: المتغيرات المستقلة:**

- ١- عمر المبحوث: ويقصد به عدد السنوات التي إنقضت منذ ميلاد المبحوث حتى وقت جمع البيانات، وقيس هذا المتغير بسؤال المبحوث عن سنه لأقرب سنة ميلادية، وتم تقسيم السن إلى ثلاث فئات عمرية هي: ١٥ - ٢١ سنة، وأعطيت درجة واحدة، و ٢٢ - ٢٨ سنة وأعطيت درجتان، و ٢٩ - ٣٥ سنة وأعطيت ثلاث درجات.
- ٢- الحالة التعليمية: تم قياس هذا المتغير بتقسيمه لأربع حالات: أمي وأعطيت درجة واحدة، ويقراً ويكتب وأعطيت درجتان، وحاصل على مؤهل متوسط وأعطيت ثلاث درجات، وحاصل على مؤهل جامعي فأكثر وأعطيت أربعة درجات.
- ٣- مساحة الحيازة المزرعية: وتعبّر عن جملة مساحة الأرض المزروعة والتي يحوزها المبحوث أو أسرته ويعمل فيها، وتم قياس هذا المتغير بتقسيمه لأربع فئات هي: يحوز أقل من ٣ فدان أعطيت درجة واحدة، ومن ٣ - ١ أقل من ٣ فدان أعطيت درجتان، ومن ٣ - ٥ أفدنة أعطيت ثلاث درجات، ومن ٥ أفدنة فأكثر أعطيت أربعة درجات.
- ٤- العضوية في المنظمات الاجتماعية: وتعبّر عن عضوية المبحوث في المنظمات الاجتماعية أو عدم عضويته، وتشير إلى مدى قدرة المبحوث على القيادة والمشاركة، وتم قياس هذا المتغير بتقسيمه إلى فئتين هما: عضو في المنظمات الاجتماعية حتى وقت جمع البيانات وأعطيت درجتان، وليس عضو وأعطيت درجة واحدة.
- ٥- نوع المحصول: وقيس هذا المتغير بنوع المحصول الذي يزرعه المبحوث أو أسرته في أرضهم، ولاستجابة المبحوث بزراعة محاصيل حقلية أعطيت درجة واحدة، ولزراعة محاصيل خضر أعطيت درجتان، ولزراعة محاصيل فاكهة أعطيت ثلاث درجات، ولاستجابة المبحوث بزراعة نباتات طبية وعطرية أعطيت أربعة درجات.
- ٦- نوع الانتاج الحيواني والداجنى: تم قياس هذا المتغير عن تربيته هو أو أسرته للماشية فأعطيت ثلاث درجات، عن تربيته للأغنام والماعز فأعطيت درجتان، وعن تربيته هو أو أسرته للدواجن فأعطيت درجة واحدة.
- ٧- متوسط الدخل الشهري: ويقصد به متوسط دخل المبحوث تقريبا والذي يتحصل عليه المبحوث خلال شهر مقدر بالجنيهات من عمله بالزراعة فقط دون إضافة دخولهم من مصادر أخرى لهذا التقسيم، وتم تقسيمه لفئات هي: أقل من ١٢٠٠ جنيها أعطيت درجة واحدة، و ١٢٠٠ - أقل من ٣٠٠٠ أعطيت درجتان، و ٣٠٠٠ - أقل من ٦٠٠٠ أعطيت ثلاث درجات، و ٦٠٠٠ فأكثر أعطيت أربعة درجات.
- ٨- نوع الشبكة الاجتماعية المستخدمة: ويقصد به نوع الشبكة الاجتماعية التي يستخدمها المبحوث في حصوله على المعلومات الزراعية من مصادر تلك الشبكة، وقيس هذا المتغير بأن أعطيت شبكة ال Facebook درجة واحدة، وأعطيت شبكة Twitter درجتان، وأعطيت شبكة Youtube ثلاث درجات، وأعطيت أربعة درجات شبكة إنستجرام، والبريد الإلكتروني (إيميل) وأعطيت خمس درجات، واستخدامه لشبكتين فأكثر أعطيت ستة درجات.
- ٩- مدة استخدام المبحوث للشبكات الاجتماعية: ويقصد به متوسط عدد السنوات التي إنقضت منذ بداية استخدام المبحوث للشبكات الاجتماعية حتى وقت جمع البيانات، وقيس هذا المتغير بسؤال المبحوث عن متوسط عدد سنوات استخدامه لتلك الشبكات، وقسمت مدة الاستخدام إلى ثلاث فئات هي: أقل من ثلاث سنوات وأعطيت درجة واحدة، و ٣ - ٥ سنوات وأعطيت درجتان، و ٥ سنوات فأكثر وأعطيت ثلاث درجات.
- ١٠- وسيلة استخدام الشبكات الاجتماعية: ويقصد به نوع الوسيلة التي يستخدمها المبحوث لتصفح الشبكات الاجتماعية، ويحصل من خلالها على المعلومات الزراعية من مصادرها، وقيس هذا المتغير بسؤال المبحوث عن نوع وسيلته لتصفح واستخدام تلك الشبكات، فأعطيت درجة

واحدة لإستخدامه الحاسب الآلى، وأعطيت درجتان لإستخدامه التليفون المحمول، وأعطيت ثلاث درجات لإستخدامه التابلت.

١١ - كفاءة شبكة الإنترنت: ويقصد به مدى صلاحية وقوة واستمرارية استخدام شبكة الإنترنت، وقياس هذا المتغير بسؤال المبحوث عن مدى تقديره لكفاءة شبكة الإنترنت فى قريته، وتم تقسيمها إلى ثلاث فئات وهى: جيدة وأعطيت ثلاث درجات، ومعقوله وأعطيت درجتان، وسيئة وأعطيت درجة واحدة.

١٢ - القدرة على استخدام الشبكة الاجتماعية بسهولة واسترجاع المعلومات عليها: وقصد بها مدى تمكن المبحوث من استخدام الشبكات الاجتماعية والبحث فيها، بيسر وتمكنه من إسترجاع معلوماتها، وتم تقسيمها إلى ثلاث فئات وهى: عالية وأعطيت ثلاث درجات، ومتوسطه وأعطيت درجتان، ومحدودة وأعطيت درجة واحدة.

١٣ - التكلفة الشهرية لإستخدام الإنترنت: ويقصد بها مدى التكلفة الشهرية بالجنيه لإستخدام المبحوث لشبكة الإنترنت، وتم تقسيمها إلى ثلاث فئات وهى: عالية وأعطيت ثلاث درجات، ومناسبه وأعطيت درجتان، ومنخفضه وأعطيت درجة واحدة.

١٤ - الوسيلة المفضلة لتقديم المعلومات الزراعية على الشبكات الاجتماعية: ويقصد بها تفضيل المبحوث للكيفية التى تقدم بها معلوماته الزراعية على خلال الشبكات الاجتماعية، وتم قياس هذا المتغير بأن أعطيت درجة واحدة للصور، ودرجتان للنصوص المكتوبة، وثلاث درجات للفيديو، وأربعة درجات للرسم المتحركه، وخمس درجات للصوت المسجل، وستة درجات للملفات المختلطة، وسبعة درجات لأكثر من وسيلة.

١٥ - تبادل ملفات المعلومات الزراعية مع الأصدقاء من خلال الشبكات الاجتماعية: وقصد بها حدوث تبادل لكافة أنواع ملفات المعلومات الزراعية بين المبحوث وأصدقائه من خلال استخدامه لتلك الشبكات، وتم تقسيم هذا المتغير إلى ثلاث فئات وهى: دائما وأعطيت ثلاث درجات، وأحيانا وأعطيت درجتان، ولا وأعطيت درجة واحدة.

#### ثانياً: المتغير التابع:

١- التعرض لمصادر المعلومات الزراعية المعتمده وغير المعتمده من الشبكات الاجتماعية: ويقصد به تقدير المبحوث لمتوسط تردده لاستخدام مصادر المعلومات الزراعية خلال مدى زمنى معين (يومي - اسبوعي - شهري) سواء كانت تلك المصادر معتمده أو غير معتمده وذلك من الشبكات الاجتماعية، وتم التعبير عن كل تعرض لمصادر المعلومات الزراعية (متغير) بقيمة رقميه كما يلي: تعرض يومي ( ثلاث درجات)، وتعرض أسبوعى (درجتان)، وتعرض شهري (درجة واحدة)، ثم جمعت هذه الدرجات لتحديد إجمالى درجات تعرض المبحوث لهذه المتغيرات، فتراوحت درجات المبحوثين ما بين ١٠ درجات كحد أدنى في حالة الاستجابة بشهري، والدرجة القصوى ٣٠ درجة للاستجابة يومي، وتم تقسيم إجمالى درجات إستجابات المبحوثين إلى مستوى تعرض منخفض اذا حصل المبحوث على درجات أقل من ١٧ درجة، ومستوى تعرض متوسط إذا حصل المبحوث على درجات من ١٧ - ٢٣ درجة، ومستوى تعرض مرتفع إذا حصل المبحوث على ٢٤ درجة فأكثر، وذلك للتعرض لمصادر المعلومات الزراعية غير المعتمده من الشبكات الاجتماعية والتي تضم صفحات: الأصدقاء والأقارب، والموظفون، والتجار المحليين، والشخصيات العامة، وكبار الزراع، والزراع المهرة، والزراع المشابهون لظروف المبحوث فى زراعة نفس المحصول، والمزارع المصرية، والمزارع الاجنبية، ومحلات بيع وشراء المنتجات الزراعية، وأيضا لمصادر المعلومات المعتمده والتي تضم مصادر المعلومات المعتمده بصفحات كل من: الباحثين الزراعيين بجهات البحث الزراعى، وشركات المستلزمات الزراعية، وشركات استصلاح الأراضى، واخصائى الارشاد الزراعي، ومهندسى الادارات الزراعية، ومشرفى الوحدات الزراعية، والمرشد الزراعى، والمنظمات الزراعية المتخصصة، والصحف الزراعية.

٢- طريقة التعرض لمصادر المعلومات الزراعية المعتمدة وغير المعتمدة من الشبكات الاجتماعية: ويقصد بها مدى تعمد المبحوث من عدمه في التعرض لمصادر المعلومات الزراعية غير المعتمدة والمعتمدة من الشبكات الاجتماعية، وتم التعبير عن مدى تعتمده (متغير) بقيمة رقمية كما يلي: التعرض بالمصادفة (درجة واحدة)، والتعرض المقصود (درجتان).

٣- التعامل مع المعلومات الزراعية للمصادر المعتمدة وغير المعتمدة من الشبكات الاجتماعية أثناء التعرض لها: ويقصد بها كيفية تعامل أو تصرف المبحوث مع المعلومات الزراعية للمصادر غير المعتمدة والمعتمدة من الشبكات الاجتماعية أثناء تعرضه لها، وتم التعبير عن كيفية تعامله (متغير) بقيمة رقمية كما يلي: الانتباه لمعلومات المصدر أثناء التعرض له (درجة واحدة)، والاندماج/ الاستغراق تفكيراً في معلومات المصدر (درجتان)، ومشاركة معلومات المصدر أثناء التعرض له (ثلاث درجات).

٤- التعامل مع المعلومات الزراعية للمصادر المعتمدة وغير المعتمدة من الشبكات الاجتماعية بعد التعرض لها: ويقصد به كيفية تعامل أو تصرف المبحوث مع المعلومات الزراعية للمصادر غير المعتمدة والمعتمدة من الشبكات الاجتماعية بعد التعرض لها، وذلك إما تفكيراً في المعلومات الزراعية من مصادرها، أو تعليقا عليها، أو مناقشتها مع آخرين، وذلك بعد التعرض لها وتم التعبير عن كيفية تعامله (متغير) بقيمة رقمية كما يلي: التفكير في المعلومات الزراعية للمصدر بعد التعرض له (درجة واحدة)، والتعليق على المعلومات الزراعية للمصدر بعد التعرض له (درجتان)، ومناقشة المعلومات الزراعية للمصدر مع آخرين بعد التعرض له (ثلاث درجات).

#### النتائج ومناقشتها

أولاً: خصائص المبحوثين الشخصية والاجتماعية والاقتصادية واستخدامهم للشبكات الاجتماعية:

##### ١- خصائص المبحوثين الشخصية والاجتماعية والاقتصادية:

تبين من بيانات جدول (١) أن نسبة ٤٨,٥% من المبحوثين يقع سنهم في الفئة العمرية ٢٢- ٢٨ سنة، كما أن نسبة ٥١,٥% منهم حالتهم التعليمية حاصلين على مؤهل متوسط، كما يحوز نسبة ٤٩,٥% منهم مساحة أقل من فدان، ونسبة ٦٠,٥% من المبحوثين ليسوا أعضاء في أي منظمات اجتماعية، بالإضافة إلى أن نسبة ٤٤% يزرعون محاصيل حقلية، ويقوم نسبة ٥٢% بتربية الماشية، كما تبين أن نسبة ٧٠,٥% من المبحوثين يتراوح متوسط دخلهم ما بين ١٢٠٠ - ٣٠٠٠ جنية شهرياً من عملهم بالزراعة، وتشير تلك النتائج بصفة عامة إلى انخفاض القدرات الاقتصادية والاجتماعية للمبحوثين، وربما تؤثر لتبني أكثرية منهم لطرق تقليدية في العمليات والممارسات الزراعية.

##### ٢- خصائص المبحوثين المتعلقة باستخدام الشبكات الاجتماعية:

أظهرت النتائج من جدول (٢) أن نسبة ٥١,٥% من المبحوثين يستخدمون أكثر من شبكتين من الشبكات الاجتماعية، كما يستخدم ٣٣% منهم موقع Facebook فقط، ويستخدم نسبة ٤٠% منهم الشبكات الاجتماعية لمدة أكثر من خمس سنوات، كما يستخدم نسبة ٨٢,٥% منهم التليفون المحمول كوسيلة اتصال لإستخدام الشبكات الاجتماعية، ويرى نسبة ٦١,٥% من هؤلاء المبحوثين أن كفاءة شبكة الإنترنت معقولة، وكان التقدير الذاتي للمبحوثين لقدرتهم على استخدام الشبكات الاجتماعية بسهولة واسترجاع المعلومات منها متوسطاً، وذلك لنسبة ٥١% منهم، كما يرى نسبة ٥٣% منهم أن التكلفة الشهرية لإستخدام الإنترنت مناسبة، وكانت رؤية نسبة ٣٤,٥% من المبحوثين تقول بأن أفضل الوسائل لتقديم المعلومات الزراعية لهم هي استخدام أكثر من وسيلة لعرضها على الشبكات الاجتماعية، كما تبين أن نسبة ٦٨% من المبحوثين لا يتبادلون أي ملفات المعلومات الزراعية مع الاصدقاء من خلال الشبكات الاجتماعية.

وتشير بيانات الجدول السابق على وجود تفاوتات بين المبحوثين في قدراتهم على استخدام الشبكات الاجتماعية، والتي قد تعود إلى حالتهم التعليمية، أو لمهاراتهم الشخصية، كما تشير إلى أن إنتشار استخدام التليفون المحمول كان حاسما في تزايد استخدام هذه الشبكات، أنه أمر جيد يمكن توظيفه في إعطاء دفعة للتوجه نحو الارشاد عبر الشبكات الاجتماعية، كما أن تفضيل المبحوثين لإستخدام أكثر من وسيلة لعرض المعلومات الزراعية على تلك الشبكات، وأيضا العرض بالصور فقط كان الأهم، أنه تفضيل من أجل الفهم وتحسينه، وزيادة القدرة على الإقتاع، وإطالة مدة التذكر.

**ثانيا: مستوى التعرض لمصادر المعلومات الزراعية من الشبكات الاجتماعية:**

**١- تعرض المبحوثين لمصادر المعلومات الزراعية غير المعتمده من الشبكات الاجتماعية:**

توضح نتائج جدول (٣) أن تعرض المبحوثين لمصادر المعلومات الزراعية غير المعتمده من الشبكات الاجتماعية، كانت أعلى تعرض يومي من نصيب صفحات كل من الاصدقاء بنسبة ١٧,٥٪، ثم الزراع المتشابهون في زراعة نفس المحصول بنسبة ١٠,٥٪، ثم محلات بيع المنتجات الزراعية بنسبة ١٠٪، بينما كان أقل تعرض لصفحات المزارع الأجنبية بنسبة ١٪، في حين كان أعلى تعرض أسبوعي لصفحات كل من الاصدقاء بنسبة ٣٧,٥٪، ثم كبار الزراع بنسبة ٣٣٪، ثم الزراع المهرة بنسبة ٣٠٪، في حين كان أدنى تعرض أسبوعي لمعلومات صفحات المزارع الأجنبية بنسبة ٧٪، في المقابل أتضح أن أعلى تعرض شهري من المبحوثين كان لمعلومات صفحات المزارع الأجنبية بنسبة ٢١٪، ثم صفحات محلات بيع المنتجات الزراعية بنسبة ٢٠,٥٪، ثم صفحات المزارع المصرية بنسبة ١٥٪، بينما كان أقل تعرض لصفحات الموظفين بنسبة ٧٪ وذلك لمصادر المعلومات الزراعية بصفة شهرية.

وتعنى النتائج السابقة زيادة كثافة التعرض لصالح مصادر المعلومات الزراعية من صفحات الاصدقاء، وكبار الزراع، والزراع المهرة والمتشابهون، وذلك من خلال الاستخدام اليومية أو الاسبوعية للشبكات الاجتماعية، وقد يعود ذلك لطبيعة العلاقات القرابية والمكانية والشعور بالألفة، وسهولة التفاهم والترامز بينهم في الواقع الافتراضى، والتشارك في محلية الاهتمامات، وإمكانية التفاعل، أو لوجود عوامل مادية وجوانب ثقافية مشتركة، بينما التعرض لمعلومات صفحات المزارع الأجنبية على فترات زمنية متباعدة، ربما لإلقاء نظرة سريعة أو فاحصة على ما لدى الآخرين من المستجدات في عالم الزراعة، من قبيل حب الأطلاع، وربما ينتمى هؤلاء الزراع لفئة المجددون أو المتبنون الأوائل من فئات التبنى.

**٢- مستوى تعرض المبحوثين لمصادر المعلومات الزراعية غير المعتمده من الشبكات الاجتماعية:**

تشير النتائج الواردة في جدول (٤) إلى أن توزيع الدرجات الكلية لمستوى استجابات المبحوثين للتعرض لمصادر المعلومات الزراعية غير المعتمده من الشبكات الاجتماعية، تشير إلى أن نسبة ٦٧,٥٪ من المبحوثين يندرجون تحت فئة التعرض المنخفض، وأن نسبة ٢١,٥٪ في فئة التعرض المتوسط، بينما لا يتعرض لتلك المصادر غير المعتمده نسبة ١١٪ منهم، وتعنى تلك النتائج وجود تنافسية لصالح مصادر وأغراض أخرى غالبا ما تطغى على استخدامات المبحوثين للشبكات الاجتماعية، كالترفية والتسلية وغيرهما، أو إنصرافهم عن تلك المصادر غير المعتمده إلى المصادر المعتمده، وذلك لتدنى الثقة بمعلوماتها المصادر غير المعتمده، ولعدم جاذبيتها وعشوائية محتواها، أو لعدم ملائمتها بصورة كافية لإحتياجاتهم الارشادية، أنهم ينتقون جيدا.

**٣- تعرض المبحوثين لمصادر المعلومات الزراعية المعتمده من الشبكات الاجتماعية**

أتضح من نتائج جدول (٥) أن ترتيب تعرض للمبحوثين لمصادر المعلومات الزراعية المعتمده من الشبكات الاجتماعية كان: أعلى تعرض يومي لصفحات كل من مهندسى الإدارات الزراعية بنسبة ٢٤,٥٪، ثم مهندسى الجمعيات الزراعية بنسبة ٢٢,٥٪، ثم مشرفى الوحدات

الزراعية بنسبة ٢١٪، ثم المرشدين الزراعيين بنسبة ٢٠٪، ثم الاخصائي الارشادي بنسبة ١٦،٥٪، فى حين كان أعلى تعرض أسبوعى من صفحات كل من مشرفى الوحدات الزراعية والاصصائي الارشادي بنسبة ١٠،٥٪ لكليهما، ثم مهندسى الإدارات الزراعية بنسبة ٩،٥٪، ثم الصحف الزراعية والمنظمات الزراعية المتخصصة بنسبة ٨،٥٪، بينما كان أعلى تعرض شهري من صفحات كل من الباحثين الزراعيين بنسبة ٢٤٪، ثم شركات المستلزمات الزراعية ٢٣٪، ثم الصحف الزراعية وشركات استصلاح الاراضى بنسبة ٢٠٪ من المبحوثين.

وتؤكد النتائج السابقة على أن عدد المتعرضين لمصادر المعلومات الزراعية المعتمده شهريا كان الأكثر، ويشير هذا إلى قلة كثافة التعرض لتلك المصادر بصفة عامة، كما أن المبحوثين يولون أهمية أكبر لمعلومات تلك المصادر، خاصة المستفاه من صفحات العاملين بالمنظمات الزراعية المحلية على مستوى القرية والمركز، ربما يعود ذلك لأنهم الأكثر دراية بمشاكلهم الفعلية وبزراعاتهم، ويسهل اللجوء إليهم للتفهم وتأكيد معلوماتهم، الأمر الذى قد يشير إلى أن الطرق والوسائل الالكترونية لإرشاد الزراع إلى الطرق التقليدية مرة أخرى، وهذا يتفق مع آراء وتأكيدات كثير من الباحثين أنه لا مناص من الارشاد التقليدى، وضرورة تعزيره بالطرق والوسائل الالكترونية لزيادة نجاحه.

#### ٤- مستوى تعرض المبحوثين لمصادر المعلومات الزراعية المعتمده من الشبكات الاجتماعية:

توضح النتائج الواردة فى جدول (٦) إلى أن توزيع الدرجات الكلية لمستوى استجابات المبحوثين للتعرض لمصادر المعلومات الزراعية المعتمده من الشبكات الاجتماعية، كان وقوع نسبة ٤٦٪ من المبحوثين بفئة التعرض المنخفض، و نسبة ١٩،٥٪ بفئة التعرض المتوسط، بينما لا يتعرض لتلك المصادر نسبة ٣٤،٥٪ من المبحوثين.

يمكن القول من نتائج الجدول السابق أن ارتفاع نسبة المبحوثين الذين لا يتعرضون للمصادر المعتمده، قد ترجع لعدم جاذبية المحتوى المعروض وصعوبة فهمه، أو بعده عن الجوانب التطبيقية الملائمة لإحتياجات الزراع، أو لعدم إبحاح أو حرص تلك المصادر على ضرورة معرفة الزراع لمعلوماتها أو تنفيذها، أنه مجرد عرض فقط، وللمستخدم الإختيار وحده.

يمكن أن نخلص من نتائج جدولى رقم ٤ و ٦ أن تعرض المبحوثين لمصادر المعلومات الزراعية المعتمده وغير المعتمده يميل نحو انخفاض واضح بصفة عامة، كما يشوبه تشتتاً بائنا بين المصادر كافة، أنها حرية استخدام وانتقائية المعلومات، ومن اللافت للانتباه أن اجمالى نسبة المتعرضين لمصادر المعلومات الزراعية من الشبكات الاجتماعية كان أكبر لصالح المصادر غير المعتمده عن المعتمده، ربما لتعدد الحواجز والتفاوتات الاجتماعية، والثقافية، والمكانية، والمصالح، والأغراض، بين المبحوثين وبين المصادر المعتمده بصورة أكبر، بغض النظر عن فوائد معلوماتهم للزراع، وبالنظر إلى توزيع المبحوثين المتعرضين يوميا وهم الأكثر كثافة وتكرارا فى التعرض، وبالتالي الأكثر تذكرا ومتابعة للمعلومات، أن تعرض المبحوثين اليومي كان أكبر للمصادر المعتمده عن غير المعتمده، لقد نالت المصادر المعتمده كثافة التعرض الأهم، كما شغلت تفكير المستخدمين أكثر، وحظيت بصفة عامة معلوماتها على حرص متقدم لدى شباب الزراع المستخدمين، ربما مرجعه توزيع الحالة التعليمية لهم الموضحة فى جدول (١)، أو الثقة فى ناشريها.

وقد يرجع إنخفاض تعرض المبحوثين لمصادر المعلومات الزراعية على الشبكات الاجتماعية بصفة عامة؛ إلى التنوع الكبير للمعلومات ومصادر ها، مما قد يخلق حيرة وإرتباكاً لدى المتعرضين لها، كما يوجد تنافسا محسوما لصالح معلومات ومصادر أخرى كالترفيه والتسلية وخلافه، وهذا يتوافق مع ميل الشباب، بينما عزوف بعض المبحوثين نسبيا عن بعض مصادر المعلومات الزراعية، أو إكتفاءهم ببعضها، قد يكون محددًا هاما لمدى تعرض شباب الزراع لتلك المصادر.

### ثالثا: طريقة تعرض المبحوثين لمصادر المعلومات الزراعية من الشبكات الاجتماعية:

#### ١- طريقة تعرض المبحوثين لمصادر المعلومات الزراعية غير المعتمده من الشبكات الاجتماعية:

تشير نتائج جدول (٧) إلى أن طريقة تعرض المبحوثين بالمصادفة لمصادر المعلومات الزراعية غير المعتمده من الشبكات الاجتماعية كان أعلى لصفحات الأصدقاء بنسبة ٣٠,٥٪، ثم لصفحات التجار المحليين والمزارع المصرية بنسبة ١٨,٥٪، ثم صفحات كبار الزراع ومحلات بيع المنتجات الزراعية بنسبة ١٨٪، بينما كان أقلها لصفحات الزراع المهرة بنسبة ١٣٪ منهم، ومن ناحية أخرى كانت طريقة التعرض المقصودة لتلك المصادر أعلى لصفحات الاصدقاء بنسبة ٣٨,٥٪، ثم صفحات الزراع المتشابهون بنسبة ٣٦٪، ثم صفحات الزراع المهرة بنسبة ٣٥٪، تلاها صفحات كبار الزراع بنسبة ٣٢,٥٪، بينما كانت طريقة التعرض المقصودة أقل لمصادر صفحات المزارع الأجنبية بنسبة ١٥٪ من المبحوثين.

وقد تعنى نتائج الجدول السابق أن شعور المبحوثين بالألفة والتقارب الاجتماعي، وتشابه ظروفهم الاقتصادية وتقارب اهتماماتهم، كل ذلك ربما يوجه رؤوسهم غالبا، ويحرك أيديهم للتعرض لمعلومات المصادر الأكثر محلية، وبصورة عمدية، أو التوقف عند تلك المصادر إذا ما صادفتهم أثناء البحث، ويتفق هذا مع القول بأن النفس دائما إلى من تألفه تميل.

#### ٢- طريقة تعرض المبحوثين لمصادر المعلومات الزراعية المعتمده من الشبكات الاجتماعية:

تشير نتائج جدول (٨) إلى أن طريقة تعرض المبحوثين لمصادر المعلومات الزراعية المعتمده من الشبكات الاجتماعية، بالمصادفة كانت أعلى لصفحات شركات استصلاح الاراضى بنسبة ١٧٪، ثم لصفحات مهندسى الادارات الزراعية بنسبة ١٦٪، ثم لصفحات شركات المستلزمات الزراعية بنسبة ١٤٪، ثم لصفحات الصحف الزراعية والباحثين الزراعيين بنسبة ١٣٪، بينما كانت الأقل تعرضا بالمصادفة لصفحات المرشدين الزراعيين بنسبة ٥,٥٪، من زاوية أخرى كانت طريقة التعرض لتلك المصادر المقصودة والأعلى لصفحات مشرفى الوحدات الزراعية بنسبة ٢٦٪، ثم المرشدين الزراعيين بنسبة ٢٥,٥٪، ثم لصفحات مهندسى الجمعيات التعاونية الزراعية بنسبة ٢٤,٥٪، بينما كانت طريقة التعرض الأقل عن قصد لصفحات شركات استصلاح الأراضي ومهندسى الادارات الزراعية بنسبة ٢٣٪ من المبحوثين.

وتوجه نتائج الجدول السابق التفسير إلى تطلع نسبة قليلة من المتعرضين بالمصادفة إلى معرفة الجديد، أو متابعة أسعار المستلزمات أو تسويق المنتجات الزراعية، ربما كانوا ذوى قدرات اقتصادية محدودة، أو زراع مهرة، هؤلاء يمكن أن ينتموا للفئات الأولى لتبنى الجديد، ومن المثير للانتباه أن المتعرضين عمدا يتجهون نحو مصادر العاملين بالمنظمات الزراعية المحلية، ربما لمعرفة الخدمات المتاحة مبكرا، أو للحصول على معلومات مأمونة، ويمكن تأكيدها مع مصادرها.

#### رابعا: تعامل المبحوثين مع المعلومات الزراعية للمصادر من الشبكات الاجتماعية أثناء التعرض لها:

#### ١- التعامل مع المعلومات الزراعية للمصادر غير المعتمده من الشبكات الاجتماعية أثناء التعرض لها:

توضح نتائج جدول (٩) أن كيفية تعامل المبحوثين مع المعلومات الزراعية غير معتمده المصادر من الشبكات الاجتماعية أثناء التعرض لها، كان الانتباه أعلى للمعلومات الزراعية من صفحات الاصدقاء بنسبة ٤٨٪، ثم صفحات كبار الزراع بنسبة ٣٧,٥٪، ثم لمعلومات صفحات الزراع المتشابهون بنسبة ٣٥,٥٪، تلاها الانتباه مع معلومات صفحات التجار المحليين بنسبة ٣٤,٥٪، وأخيرا كان أقل انتباه مع معلومات صفحات المزارع الاجنبية بنسبة ٢٢,٥٪ من المبحوثين، من جانب ثان كان الاندماج أو الاستغراق تكفيرا أعلى مع معلومات صفحات

الاصدقاء بنسبة ١٤٪، ثم صفحات المزارع المصرية بنسبة ١١٪، تلاها صفحات التجار المحليين بنسبة ٩٪، وكان أقل اندماج لمعلومات صفحات المزارع الاجنبية بنسبة ٤٪، من جانب آخر كانت أعلى مشاركة لمعلومات المصدر لصالح صفحات الاصدقاء بنسبة ٩،٥٪، ثم من صفحات المزارع المهرة بنسبة ٩٪، ثم لمعلومات كبار المزارع بنسبة ٨،٥٪، ، في حين كانت أقل مشاركة لمعلومات صفحات محلات بيع المنتجات الزراعية بنسبة ١٪ من المبحوثين.

يمكن من معطيات الجدول السابق الإشارة هنا إلى أن الانتباه وهو عملية عقلية تمثل المرحلة الأولى للتبني، فقد يكون انتباه المبحوثين هنا لأهمية المعلومات الزراعية المتعرضين لها، أو حداتها، أو مقابلتها لإحتياجاتهم، أو لمعرفة الجديد المستخدم محليا، أو معرفة الأحداث خاصة لدى كبار المزارع، كما تم مشاركة معلومات المصادر ذات الألفة والأكثر قدرة على تبني المستجد والأفضل، والمشاركة هنا ما هي إلا نشرا إلكترونيا للآخرين، وتعبيرا في المحيط الافتراضي عن أهمية المعلومات المنشورة من وجهة نظر ناشرها، وقد تكون المشاركة بمثابة إعلاننا عن مشكلاتهم، أو عدم قدرتهم على تبني تلك المعلومات، ويلحظ أيضا من نتائج الجدول السابق تطابقا نسبيا بين ترتيب المصادر التي ينتبه المبحوثين لمعلوماتها، ثم يندمجون تفكيرها فيها، ثم يشاركونها، وتتأتى المشاركة غالبا عقب تفكير جيد في المعلومات الزراعية المعروضة، وهناك ملحوظة أخرى أن بعض المبحوثين يمرون من الانتباه إلى المشاركة دون الاندماج أو تفكير جيد فيها، لقد كان ذلك جليا لمعلومات كبار المزارع والمهرة، أنه أمر لافت للانتباه ربما ثقة زائدة في معلوماتهم وفي خبراتهم وقدراتهم، أصحاب هذه الصفحات قد يصلحون قادة محليين الكترونيين، وربما هم كذلك في الواقع الحقيقي.

## ٢- التعامل مع المعلومات الزراعية للمصادر المعتمدة من الشبكات الاجتماعية أثناء

### التعرض لها:

تشير نتائج جدول (١٠) إلى أن تعامل المبحوثين أثناء التعرض للمعلومات الزراعية ذات المصادر المعتمدة من الشبكات الاجتماعية، كان أعلى انتباها لمعلومات صفحات شركات استصلاح الاراضى بنسبة ٢٩٪، ومهندسى الادارات الزراعية بنسبة ٢٨٪، ثم شركات المستلزمات الزراعية بنسبة ٢٧،٥٪، بينما كان الانتباه الأقل لمعلومات صفحات الصحف الزراعية بنسبة ٢٢٪، في المقابل حصلت على أعلى اندماج المعلومات الزراعية من صفحات الباحثين الزراعيين ومهندسى الادارات الزراعية بنسبة ٦٪ لكليهما، ثم شركات استصلاح الاراضى وشركات المستلزمات الزراعية بنسبة ٥،٥٪ لكليهما، وحصلت على أقل اندماج معلومات صفحات المرشدين الزراعيين واطصاصى الارشاد الزراعى بنسبة ٣٪ لكليهما، من جانب آخر نالت أعلى مشاركة معلومات صفحات الاخصائى الارشادى بنسبة ٦٪، ثم معلومات شركات استصلاح الاراضى بنسبة ٥،٥٪، ثم الباحثين الزراعيين ومشرفى الوحدات الزراعية بنسبة ٤،٥٪ لكليهما، بينما كانت أقل مشاركة لمعلومات مهندسى الجمعية التعاونية الزراعية وصفحات الصحف الزراعية بنسبة ٣٪ من المبحوثين لكليهما.

تؤكد نتائج الجدول السابق على أن المعلومات المعتمدة من مصادر أكثر حداثة وهى لشركات استصلاح الاراضى، ثم الأكثر واقعية ومصداقية تاريخية وهى للمهندسين الزراعيين، أنها المعلومات الأعلى كلفة والأفضل تبنيًا، حازت معلوماتهم على أعلى انتباه، وإنحصر هذا الانتباه هنا بين واقع ومأمول، وعلى نفس المنوال تقريبا حظيت معلومات نفس المصادر تقريبا على إندماج المبحوثين تفكيرًا في محتواها، ثم مشاركة تلك المعلومات نشرا للآخرين، وهذا إتساقا جيدا بين الانتباه والاندماج والمشاركة نشرا، وقد يعنى هذا إقتناعا فكريا بالمعلومات، ترجم نشرا لشحذ تفكير الآخرين في مجتمعاتهم الافتراضى، أو إعلاننا عن رضاهم عن تلك المعلومات، وحيازتها لتقتهم، كما قد تعنى أن المشارك أصبح محمل برغبة فى التبني، قد تجرّفه نحو الأهتمام فالتجريب، ويلزم لهم طرقا تقليدية فردية وجماعية لارشاد هؤلاء المزارع، لتحريكهم نحو تبني تلك المعلومات. وقد لوحظ تصدر معلومات اخصائى الارشاد الزراعى والباحثين وشركات استصلاح

الاراضى لترتيب الانتباه والاندماج والمشاركة، مما يعنى أن الذبوع والنشر يتم للمعلومات القابلة للتطبيق والعلمية والأحدث، يمكن القول أن شباب الزراعة فى حالة تمييز واضح للمعلومات الزراعية الجيدة على الشبكات الاجتماعية التى تزخر بفوضى النشر لكافة صنوف المعلومات. ومن نتائج جدولى ٩، و ١٠ بصفة عامة يمكن القول أن التعامل أثناء التعرض للمعلومات الزراعية من مصادرها بالشبكات الاجتماعية كان أكبر انتباها واندماجا ومشاركة لصالح المصادر غير المعتمدة مقارنة بالمصادر المعتمدة، أنه إنذار بوجود تدخل الإرشاد الزراعى لتوفير وتصحيح المعلومات، وتوجيه الشباب الزراع المستخدمين لتلك الشبكات. **خامسا: تعامل المبحوثين مع المعلومات الزراعية بمصادرها بالشبكات الاجتماعية بعد التعرض لها:**

**١- تعامل المبحوثين مع المعلومات الزراعية من المصادر غير المعتمدة بالشبكات الاجتماعية بعد التعرض لها:**

توضح نتائج جدول (١١) أن تعامل المبحوثين مع المعلومات الزراعية من مصادر غير معتمده من الشبكات الاجتماعية بعد التعرض لها، فقد حازت على أعلى تفكير من المبحوثين معلومات صفحات الاصدقاء بنسبة ٣٢،٥٪، ثم من صفحات التجار المحليين بنسبة ٢٨،٥٪، تلاها صفحات الزراع المتشابهون بنسبة ٢٥،٥٪، ثم صفحات مزارع مصرية بنسبة ٤٪، بينما حازت على أقل تفكير ولاء المبحوثين لمعلومات صفحات الشخصيات العامة بنسبة ١١٪، فى المقابل حظيت بأكثر التعليقات معلومات صفحات الاصدقاء بنسبة ٢٨،٥٪، ثم صفحات الزراع المهرة بنسبة ١٨،٥٪، تلاهما التعليق على معلومات صفحات الشخصيات العامة بنسبة ١٧٪، وكانت معلومات صفحة الشخصيات العامة هى الأقل حصولا على تعليقات المبحوثين بنسبة ١١٪، وأما بالنسبة لمناقشة المعلومات مع آخرين حصلت صفحات الزراع المتشابهون بنسبة ١٢٪ على أكثر المناقشات، ثم صفحات كبار الزراع بنسبة ١٠٪، ثم صفحات الزراع المهرة بنسبة ٩٪، بينما كانت أقل المناقشات مع آخرين حول معلومات صفحات المزارع المصرية بنسبة ٢٪ من المبحوثين.

وتعنى النتائج السابقة أن أثر تعرض المبحوثين نتج بصورة أكثر عن معلومات المصادر الأكثر محلية، وظهر فى إشغال تفكير المبحوثين، ربما لمشابهة تلك المعلومات لظروفهم ومشكلاتهم، أو لأنها لمست احتياجاتهم بطريقة ما، وقد يغير التفكير فى معلومات المصدر ميل المتعرضين أو ينبئ عن إهتمام ما لديهم، على حين أن التعليقات على المعلومات الزراعية لصفحات الزراع المهرة، والشخصيات العامة، والاصدقاء، ما هى إلا استفسارا أو تصحيحا، أو إضافة أو تأكيد لتلك المعلومات، لقد أحدثت توترا تبلور تفكيرا وأداء، وترجم عقب التعرض فى مناقشات مع آخرين فى الواقع الحقيقى؛ ربما لتأكيد تلك المعلومات، أو لعرضها أو حتى لنقدتها، ويمثل ذلك ذبوعا ونشرا محدودا للمعلومات، أنه أمر جيد، أنه تأثيرا للتعرض لتلك المعلومات، قد يهين المتعرض لتغيير سلوكى محتمل، ويعنى ذلك ولوج هؤلاء الزراع فى المرحلة الثانية للتبنى وهى الاهتمام، والوقوف على أعتاب مرحلة التجريب، وربما تدفع هؤلاء المبحوثين إلى تعديل ما لأفكارهم أو لممارساتهم المزرعية، أو إعادة إذاعة ونشر تلك المعلومات، حقا يمكن القول يلزم هنا قادة محليين إلكترونيين.

**٢- تعامل المبحوثين مع المعلومات الزراعية من المصادر المعتمدة بالشبكات الاجتماعية بعد التعرض لها:**

تظهر نتائج جدول (١٢) أن تعامل المبحوثين مع المعلومات الزراعية ذات المصادر المعتمدة من الشبكات الاجتماعية بعد التعرض لها إتخذ مناحى مغايرة، فقد حظيت بأعلى قدر من التفكير معلومات صفحات مهندسى الإدارات الزراعية بنسبة ٢٤٪، ثم صفحات شركات استصلاح الاراضى بنسبة ٢٣،٥٪، تلاها صفحات شركات مستلزمات زراعية بنسبة ٢٢٪، بينما حظيت بأدنى تفكير من المبحوثين معلومات الصحف الزراعية بنسبة ١٧٪، فى المقابل أتضح أن معلومات المصادر التى نالت أكثر التعليقات من المبحوثين معلومات صفحات شركات



استصلاح الاراضى بنسبة ١٤٪، ثم صفحات مهندسى الادارات الزراعية بنسبة ١٢٪، تلاهما معلومات صفحات شركات مستلزمات زراعية و اخصائى الارشاد الزراعى بنسبة ١١,٥٪ لكليهما، بينما حصلت على أقل تعليق معلومات صفحات المنظمات الزراعية المتخصصة بنسبة ٧٪، ومن ناحية أخرى حصلت معلومات المصادر المعتمده على أكثر المناقشات مع آخرين من صفحات مشرفى الوحدات الزراعية بنسبة ٦,٥٪، ثم لصفحات اخصائى الارشاد الزراعى بنسبة ٤,٥٪، ثم صفحات الباحثين الزراعيين ومهندسى الجمعيات التعاونية والمرشدين الزراعيين بنسبة ٤٪ لكل منهم، وحصلت على أقل المناقشات مع آخرين معلومات صفحات شركات مستلزمات زراعية ومهندسى الادارات الزراعية بنسبة ٣٪ لكل منهم.

وتؤكد نتائج الجدول السابق على وجود إتساق نسبي فى ترتيب مصادر المعلومات المعتمده من حيث التفكير فيها من المبحوثين والتعليق عليها، ووضح هذا الإتساق للمصادر التى تحوز على معلومات زراعية أحدث، وهى الشركات ومهندسى الادارات الزراعية، وذلك يقود التفسير نحو وجود توجه ما لدى المبحوثين لمعرفة المزيد، وكيفية تطبيقه، المصادر التى تحوز الأحدث الواقعى، وذلك لنسبة منهم ليست بالقليلة، ربما يمكن من هؤلاء إنتقاء قادة للزراع على الشبكات الاجتماعية، ورغم ذلك فالمناقشات مع آخرين، دارت حول معلومات المنظمات الزراعية الأكثر محلية، وإلتحاما بالزراع، ربما لأنها الأكثر واقعية وتمشيا مع ظروفهم، ومعلوماتها غالبا ما تتال ثقة الزراع.

فى مجمل القول يتضح مدى أهمية الشبكات الاجتماعية وضرورة استخدامها كمصادر للمعلومات الزراعية، بالرغم من فوضى ذبوع وتكرار وتقدم نشر تلك المعلومات، وتباين التعرض لها، وكيفية التعامل معها من قبل شباب الزراع المستخدمين لتلك الشبكات، أن ذبوع المعلومات الزراعية للمصادر غير المعتمده كان الأكثر بين شباب الزراع المبحوثين عن معلومات المصادر المعتمده، كما أن وجود الارشاد الزراعى على ساحات تلك الشبكات كان بجهود فردية غير مخططة، أنه أمر مؤسف وتخاذل من الجهاز الارشادى الزراعى عن التحديث والتجديد، ومواكبة تطور تكنولوجيا الاتصالات والمعلومات، فإستخدام الشبكات الاجتماعية ذات القبول والانتشار الواسعين فى الارشاد الزراعى أمر جيد ومفيد، خاصة فى عمليتي ذبوع ونشر المعلومات، وأيضا فى المراحل الأولى لتبنى شباب الزراع للمستحدثات، كما تقيد فى تغيير معارف واتجاهات الزراع، ويمكن بكثير من البحث والتخطيط، ومثله تنفيذا، زيادة عوائد استثمار وتوظيف تلك الشبكات كوسائل إرشادية؛ لتعظيم النفع للزراع وقطاع الارشاد الزراعى، وربما أكبر مما يتوقع البعض، أنه عالم المعلومات والتراكم المعرفى، ولا بد للإرشاد الزراعى من مواكبته وبسرعة إذا ما أراد البقاء والنمو.

#### التوصيات:

- ١- ضوء النتائج السابقة والتي أسفر عنها هذا البحث أمكن استخلاص التوصيات التالية:
  - ١- دعوة جهاز الارشاد الزراعى للتواجد بصورة مخططة وأكثر إنتشار بين الزراع على الشبكات الاجتماعية.
  - ٢- تبنى جهاز الارشاد الزراعى إختيار قادة محليين إلكترونيين من بين شباب الزراع للعمل على الشبكات الاجتماعية.
  - ٣- التعاون بين جهاز الارشاد الزراعى وبين المنظمات الزراعية على المستوى المحلى لإنشاء صفحات ارشادية زراعية على الشبكات الاجتماعية، تنشر المعلومات الزراعية المعتمده على الزراع فى مناطقهم.
  - ٤- تعاون الارشاد الزراعى مع الشركات الزراعية لنشر إرشاداته للزراع من خلال صفحاتهم بالشبكات الاجتماعية.

٥- دعوة الجهات ذات المعلومات الزراعية المعتمده بالشبكات الاجتماعية للتركيز على تغيير معارف واتجاهات الزراع، وتوظيف معلوماتهم؛ لإنجاح المراحل الأولى لتبنى المستحدثات الزراعية.

٦- تطبيق استخدام الشبكات الاجتماعية لنشر المعلومات الزراعية الهامة للمناطق الريفية من قبل المراكز البحثية والجهات الارشادية الزراعية.

جداول البحث:

جدول ١. توزيع المبحوثين حسب خصائصهم الشخصية والاجتماعية والاقتصادية

م	خصائص المبحوثين	المكونات	عدد	%
١	السن	١٥ - ٢١ سنة	٢٦	١٣
		٢٢ - ٢٨ سنة	٩٧	٤٨,٥
		٢٩ - ٣٥ سنة	٧٧	٣٨,٥
٢	الحالة التعليمية	أمية	٤	٢
		يقرأ ويكتب	٣٠	١٥
		حاصل على مؤهل متوسط حاصل على مؤهل عالي	١٠٣	٥١,٥
٣	عضوية المنظمات الاجتماعية	نعم	٧٩	٣٩,٥
		لا	١٢١	٦٠,٥
٤	مساحة الحيازة الزراعية	أقل من فدان	٩٩	٤٩,٥
		١- أقل من ٣ فدان	٥١	٢٥,٥
		٣- أقل من ٥ فدان	٣١	١٥,٥
		٥ فدان فأكثر	١٩	٩,٥
٥	نوع المحاصيل التي يزرعها المبحوث	حقلية	٨٨	٤٤
		خضر	٣١	١٥,٥
		فاكهة	١٠	٥
		طبية وعطرية	٧١	٣٥,٥
٦	نوع الانتاج الحيواني والداجنى للمبحوث	ماشية	١٠٤	٥٢
		أغنام وماعز	٣٤	١٧
		دواجن	٦٢	٣١
٧	متوسط الدخل الشهري للمبحوث	أقل من ١٢٠٠ جنية	٢٧	١٣,٥
		١٢٠٠ - أقل من ٣٠٠٠ جنية	١٤١	٧٠,٥
		٣٠٠٠ - أقل من ٦٠٠٠ جنية	٢٩	١٤,٥
		٦٠٠٠ جنية فأكثر	٣	١,٥

ن = ٢٠٠

مصدر البيانات: استمارة الاستبيان

## جدول ٢. توزيع المبحوثين حسب خصائصهم المتعلقة باستخدام الشبكات الاجتماعية

م	خصائص المبحوثين	المكونات	عدد	%
١	نوع الشبكة الاجتماعية المستخدمة	فقط Facebook فقط Twitter فقط Youtube فقط Instagram فقط E - mail شبكة أكثر	٦٦ ١٩ ٨ ١ ٣ ١٠٣	٣٣ ٩,٥ ٤ ٠,٥ ١,٥ ٥١,٥
٢	مدة استخدام المبحوث للشبكات الاجتماعية	أقل من ٣ سنوات ٣ - ٥ سنوات أكثر من ٥ سنوات	٥٦ ٦٤ ٨٠	٢٨ ٣٢ ٤٠
٣	وسيلة استخدام الشبكات الاجتماعية	الحاسب الألى التليفون المحمول التابلت	٢٥ ١٦٥ ١٠	١٢,٥ ٨٢,٥ ٥
٤	كفاءة شبكة الإنترنت	جيدة معقولة سيئة	٥٨ ١٢٣ ١٩	٢٩ ٦١,٥ ٩,٥
٥	القدرة على استخدام الشبكة الاجتماعية بسهولة واسترجاع المعلومات عليها	عالية متوسطة محدودة	٨٧ ١٠٢ ١١	٤٣,٥ ٥١ ٥,٥
٦	التكلفة الشهرية لاستخدام الإنترنت	عالية مناسبة منخفضة	٨٨ ١٠٦ ٦	٤٤ ٥٣ ٣
٧	الوسيلة المفضلة للمبحوث لتقديم المعلومات الزراعية على الشبكات الاجتماعية	الصور النصوص المكتوبة الفيديوهات الرسوم المتحركة الصوت المسجل الملفات المختلطة أكثر من وسيلة	٤٥ ٣٠ ١٩ ١١ ١٣ ١٣ ٦٩	٢٢,٥ ١٥ ٩,٥ ٥,٥ ٦,٥ ٦,٥ ٣٤,٥
٨	تبادل ملفات المعلومات الزراعية مع الاصدقاء من خلال الشبكات الاجتماعية	دائما أحيانا لا	١٧ ٤٧ ١٣٦	٨,٥ ٢٣,٥ ٦٨

ن = ٢٠٠

مصدر البيانات: استمارة الاستبيان

جدول ٣. توزيع المبحوثين حسب تعرضهم لمصادر المعلومات الزراعية غير المعتمده بالشبكات الاجتماعية

م	مصادر المعلومات الزراعية غير المعتمده من الشبكات الاجتماعية	يومي		اسبوعى		شهرى		المجموع	
		عدد	%	عدد	%	عدد	%	عدد	%
١	الأصدقاء	٣٥	١٧,٥	٧٥	٣٧,٥	٢٨	١٤	١٣٨	٦٩
٢	الموظفين العموميين	١٠	٥	٥٢	٢٦	١٤	٧	٧٦	٣٨
٣	التجار المحليين	٢٠	١٠	٥٨	٢٩	١٩	٩,٥	٩٧	٤٨,٥
٤	الشخصيات العامة	٥	٢,٥	٥٢	٢٦	١٤	٧	٧١	٣٥,٥
٥	كبار الزراع	١٧	٨,٥	٦٦	٣٣	١٩	٩,٥	١٠٢	٥١,٥
٦	الزراع المهرة	١٣	٦,٥	٦٠	٣٠	٢٢	١١	٩٥	٤٧,٥
٧	الزراع المتشابهون	٢١	١٠,٥	٦٣	٣١,٥	١٨	٩	١٠٢	٥١,٥
٨	المزارع المصرية	١٩	٩,٥	٣٨	١٧	٣٠	١٥	٨٧	٤٣,٥
٩	المزارع الأجنبية	٢	١	١٤	٧	٤٢	٢١	٥٨	٢٩
١٠	محلات بيع المنتجات الزراعية	٢٠	١٠	٢٠	١٠	٤١	٢٠,٥	٨١	٤٠,٥

ن = ٢٠٠

مصدر البيانات: استمارة الاستبيان

جدول ٤. توزيع المبحوثين حسب مستوى تعرضهم لمصادر المعلومات الزراعية غير المعتمده بالشبكات الاجتماعية

م	مستوى تعرض المبحوثين لمصادر المعلومات الزراعية غير المعتمده من الشبكات الاجتماعية	عدد	%
١	لا يتعرضون	٢٢	١١
٢	منخفض (١٠ - ١٦) درجة	١٣٥	٦٧,٥
٣	متوسط (١٧ - ٢٣) درجة	٤٣	٢١,٥
	المجموع	٢٠٠	١٠٠

ن = ٢٠٠

مصدر البيانات: استمارة الاستبيان

جدول ٥. توزيع المبحوثين حسب تعرضهم لمصادر المعلومات الزراعية المعتمده بالشبكات الاجتماعية

م	مصادر المعلومات الزراعية المعتمده من الشبكات الاجتماعية	شهرى		اسبوعى		يومي		المجموع	
		عدد	%	عدد	%	عدد	%	عدد	%
١	باحثين زراعيين	٤٨	٢٤	١١	٥,٥	١٠	٥	٦٩	٣٤,٥
٢	شركات مستلزمات زراعية	٤٦	٢٣	١٢	٦	١٤	٧	٧٢	٣٦
٣	شركات استصلاح الاراضى	٤٠	٢٠	١٦	٨	٢٥	١٢,٥	٨١	٤٠,٥
٤	اخصائى الارشاد الزراعى	١٧	٨,٥	٢١	١٠,٥	٣٣	١٦,٥	٧١	٣٥,٥
٥	مهندسى الادارات الزراعية	١٠	٥	١٩	٩,٥	٤٩	٢٤,٥	٧٨	٣٩
٦	مشرفى الوحدات الزراعية	٨	٤	٢١	١٠,٥	٤٢	٢١	٧١	٣٥,٥
٧	مهندسى الجمعيات التعاونية	٨	٤	١٢	٦	٤٥	٢٢,٥	٦٥	٣٢,٥
٨	المرشدين الزراعيين	٦	٣	١٦	٨	٤٠	٢٠	٦٢	٣١
٩	منظمات زراعية متخصصة	٣٦	١٨	١٧	٨,٥	٧	٣,٥	٦١	٣٠,٥
١٠	صحف زراعية	٤٠	٢٠	١٧	٨,٥	٤	٢	٦١	٣٠,٥

ن = ٢٠٠

مصدر البيانات: استمارة الاستبيان

جدول ٦. توزيع المبحوثين حسب مستوى تعرضهم لمصادر المعلومات الزراعية المعتمدة بالشبكات الاجتماعية

م	مستوى تعرض المبحوثين لمصادر المعلومات الزراعية المعتمدة من الشبكات الاجتماعية	عدد	%
١	لا يتعرضون	٦٩	٣٤,٥
٢	منخفض (١٠ - ١٦) درجة	٩٢	٤٦
٣	متوسط (١٧ - ٢٣) درجة	٣٩	١٩,٥
	المجموع	٢٠٠	١٠٠

ن = ٢٠٠

مصدر البيانات: استمارة الاستبيان

جدول ٧. توزيع المبحوثين حسب طريقة تعرضهم لمصادر المعلومات الزراعية غير المعتمدة بالشبكات الاجتماعية

م	مصادر المعلومات الزراعية غير المعتمدة من الشبكات الاجتماعية	التعرض بالصدفة		التعرض مقصود		المجموع	
		عدد	%	عدد	%	عدد	%
١	الأصدقاء	٦١	٣٠,٥	٧٧	٣٨,٥	١٣٨	٦٩
٢	الموظفين العموميين	٣٠	١٥	٤٨	٢٤	٧٨	٣٩
٣	التجار المحليين	٣٧	١٨,٥	٦٠	٣٠	٩٧	٤٨,٥
٤	الشخصيات العامة	٢٩	١٤,٥	٤٢	٢١	٧١	٣٥,٥
٥	كبار الزراع	٣٦	١٨	٦٥	٣٢,٥	١٠١	٥٠,٥
٦	الزراع المهرة	٢٦	١٣	٧٠	٣٥	٩٦	٤٨
٧	الزراع المتشابهون	٣٠	١٥	٧٢	٣٦	١٠٢	٥١
٨	المزارع المصرية	٣٧	١٨,٥	٤٩	٢٤,٥	٨٦	٤٣
٩	المزارع الأجنبية	٢٨	١٤	٣٠	١٥	٥٨	٢٩
١٠	محلات بيع المنتجات الزراعية	٣٦	١٨	٤٥	٢٢,٥	٨١	٤٠,٥

ن = ٢٠٠

مصدر البيانات: استمارة الاستبيان

جدول ٨. توزيع المبحوثين حسب طريقة تعرضهم لمصادر المعلومات الزراعية المعتمدة بالشبكات الاجتماعية

م	مصادر المعلومات الزراعية المعتمدة من الشبكات الاجتماعية	التعرض بالصدفة		التعرض مقصود		المجموع	
		عدد	%	عدد	%	عدد	%
١	الباحثين الزراعيين	٢٦	١٣	٤٣	٢١,٥	٦٩	٣٤,٥
٢	شركات مستلزمات زراعية	٢٨	١٤	٤٥	٢٢,٥	٨٣	٤١,٥
٣	شركات استصلاح الاراضى	٣٤	١٧	٤٦	٢٣	٨٠	٤٠
٤	اخصائى الارشاد الزراعى	٢١	١٠,٥	٥٠	٢٥	٧١	٣٥,٥
٥	مهندسى الادارات الزراعية	٣٢	١٦	٤٦	٢٣	٧٨	٣٩
٦	مشرفى الوحدات الزراعية	١٩	٩,٥	٥٢	٢٦	٤٥	٢٢,٥
٧	مهندسى الجمعيات التعاونية	١٦	٨	٤٩	٢٤,٥	٦٥	٣٢,٥
٨	المرشدين الزراعيين	١١	٥,٥	٥١	٢٥,٥	٦٢	٣١
٩	المنظمات الزراعية المتخصصة	٢٥	١٢,٥	٣٧	١٨,٥	٦٢	٣١
١٠	الصحف الزراعية	٢٦	١٣	٣٥	١٧,٥	٦١	٣٠,٥

ن = ٢٠٠

مصدر البيانات: استمارة الاستبيان

جدول ٩. توزيع المبحوثين حسب تعاملهم مع المعلومات الزراعية من المصادر غير المعتمدة بالشبكات الاجتماعية أثناء التعرض لها

م	مصادر المعلومات الزراعية غير المعتمدة من الشبكات الاجتماعية	الانتباه لمعلومات المصدر		الاندماج مع معلومات المصدر		مشاركة معلومات المصدر	
		عدد	%	عدد	%	عدد	%
١	الأصدقاء	٩٦	٤٨	٢٨	١٤	١٩	٩,٥
٢	الموظفين العموميين	٦٠	٣٠	٩	٤,٥	٨	٤
٣	التجار المحليين	٦٩	٣٤,٥	١٨	٩	١٠	٥
٤	الشخصيات العامة	٥٣	٢٦,٥	١٠	٥	٩	٤,٥
٥	كبار الزراع	٧٥	٣٧,٥	٩	٤,٥	١٦	٨
٦	الزراع المهرة	٥٨	٢٨	١١	٥,٥	١٨	٩
٧	الزراع المتشابهون	٧١	٣٥,٥	١٦	٨	١٥	٧,٥
٨	المزارع المصرية	٥٩	٢٩,٥	٢٢	١١	٥	٢,٥
٩	المزارع الأجنبية	٤٥	٢٢,٥	٨	٤	٤	٢
١٠	محلات بيع المنتجات الزراعية	٦٤	٣٢	١٥	٧,٥	٢	١

ن = ٢٠٠

مصدر البيانات: استمارة الاستبيان

جدول ١٠. توزيع المبحوثين حسب تعاملهم مع المعلومات الزراعية من المصادر المعتمدة بالشبكات الاجتماعية أثناء التعرض لها

م	مصادر المعلومات الزراعية المعتمدة من الشبكات الاجتماعية	الانتباه لمعلومات المصدر		الاندماج مع معلومات المصدر		مشاركة معلومات المصدر	
		عدد	%	عدد	%	عدد	%
١	الباحثين الزراعيين	٤٨	٢٤	١٢	٦	٩	٤,٥
٢	شركات مستلزمات زراعية	٥٥	٢٧,٥	١١	٥,٥	٧	٣,٥
٣	شركات استصلاح الأراضي	٥٨	٢٩	١١	٥,٥	١١	٥,٥
٤	اخصائي الارشاد الزراعي	٥٣	٢٦,٥	٦	٣	١٢	٦
٥	مهندسي الادارات الزراعية	٥٦	٢٨	١٢	٦	١٠	٥
٦	مشرفي الوحدات الزراعية	٥٢	٢٦	١٠	٥	٩	٤,٥
٧	مهندسي الجمعيات التعاونية	٥١	٢٥,٥	٨	٤	٦	٣
٨	المرشدين الزراعيين	٥٠	٢٥	٦	٣	٦	٣
٩	المنظمات الزراعية المتخصصة	٤٥	٢٢,٥	١٠	٥	٧	٣,٥
١٠	الصحف الزراعية	٤٤	٢٢	١١	٥,٥	٦	٣

ن = ٢٠٠

مصدر البيانات: استمارة الاستبيان

جدول ١١. توزيع المبحوثين حسب تعاملهم مع المعلومات الزراعية للمصادر غير المعتمدة بالشبكات الاجتماعية بعد التعرض لها

م	مصادر المعلومات الزراعية غير المعتمدة من الشبكات الاجتماعية	التفكير في معلومات المصدر		التعليق على معلومات المصدر		مناقشة معلومات المصدر مع آخرين	
		عدد	%	عدد	%	عدد	%
١	الأصدقاء	٦٥	٣٢,٥	٥٧	٢٨,٥	١٦	٨
٢	الموظفين العموميين	٤٦	٢٣	٢٥	١٢,٥	٦	٤
٣	التجار المحليين	٥٧	٢٨,٥	٣٣	١٦,٥	٧	٣,٥
٤	الشخصيات العامة	٢٢	١١	٣٤	١٧	٥	٢,٥
٥	كبار الزراع	٥٤	٢٧	٢٧	١٣,٥	٢٠	١٠
٦	الزراع المهرة	٤٣	٢٢,٥	٣٧	١٨,٥	١٨	٩
٧	الزراع المتشابهون	٥١	٢٥,٥	٢٧	١٣,٥	٢٤	١٢
٨	المزارع المصرية	٥٠	٢٥	٣٢	١٦	٤	٢
٩	المزارع الأجنبية	٣٤	١٧	١٧	٨,٥	٧	٣,٥
١٠	محلات بيع المنتجات الزراعية	٤٧	٢٣,٥	٢٥	١٢,٥	٩	٤,٥

ن = ٢٠٠

مصدر البيانات: استمارة الاستبيان

جدول ١٢. توزيع المبحوثين حسب تعاملهم مع المعلومات الزراعية للمصادر المعتمده بالشبكات الاجتماعية بعد التعرض لها

م	مصادر المعلومات الزراعية المعتمده من الشبكات الاجتماعية		التعليق على المعلومات المصدر		التفكير في معلومات المصدر		مناقشة معلومات المصدر مع آخرين	
	عدد	%	عدد	%	عدد	%	عدد	%
١	٣٩	١٩,٥	٢٢	١١	٨	٤	٣٩	١٩,٥
٢	٤٤	٢٢	٢٣	١١,٥	٦	٣	٤٤	٢٢
٣	٤٧	٢٣,٥	٢٨	١٤	٥	٢,٥	٤٧	٢٣,٥
٤	٣٩	١٩,٥	٢٣	١١,٥	٩	٤,٥	٣٩	١٩,٥
٥	٤٨	٢٤	٢٤	١٢	٦	٣	٤٨	٢٤
٦	٣٩	١٩,٥	١٩	٩,٥	١٣	٦,٥	٣٩	١٩,٥
٧	٤١	٢٠,٥	١٦	٨	٨	٤	٤١	٢٠,٥
٨	٤٠	٢٠	١٥	٧,٥	٨	٤	٤٠	٢٠
٩	٤١	٢٠,٥	١٤	٧	٧	٣,٥	٤١	٢٠,٥
١٠	٣٤	١٧	٢٠	١٠	٧	٣,٥	٣٤	١٧

ن = ٢٠٠

مصدر البيانات: استمارة الاستبيان

### المراجع

#### أولاً: المراجع العربية:

- المفلح، خضرة عمر (٢٠١٥). الاتصال بالمهارات والتطبيقات وأسس عامة، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان المملكة الأردنية الهاشمية.
- ابوالنصر، سامية (٢٠١٤). الصحافة الالكترونية وثورة Facebook، الطبعة الاولى، المكتبة العصرية للنشر والتوزيع، القاهرة، مصر.
- النشار، السيد السيد (٢٠١٢). أساسيات ادارة المعرفة، الطبعة الاولى، دار الثقافة العلمية، الاسكندرية، مصر.
- الطوبجي، حمدي حسين (٢٠١٥). وسائل الاتصال والتكنولوجيا في التعليم، دار القلم ، الطبعة التاسعة، الكويت، الكويت.
- صالح، احمد محمد (٢٠٠٥). صدمة الإنترنت وأزمة المثقفين، مطابع دار الهلال، القاهرة، مصر.
- علم الدين، محمود (١٩٩٠). تكنولوجيا المعلومات وصناعة الاتصال الجماهيري، العربى للنشر والتوزيع، القاهرة.
- عبدالهادى، محمد فتحى (١٩٨٤). مقدمة فى علم المعلومات، مكتبة غريب، القاهرة، مصر.
- عبدالواحد، أحمد محمد (٢٠٠٧). دراسة مستقبلية للارشاد الزراعى الالكترونى فى مصر، رسالة دكتوراه، كلية الزراعة، جامعة أسيوط، جمهورية مصر العربية.
- عبدالواحد، أحمد محمد (٢٠١٥). الارشاد الزراعى الالكترونى بين الواقع والتطبيق، الطبعة الأولى، المكتب العربى للمعارف، القاهرة، مصر.
- عبدالواحد، أحمد محمد (٢٠١٩). تطبيقات تكنولوجيا المعلومات فى الزراعة الذكية، مؤتمر الجمعية العلمية للارشاد الزراعى، الجيزة، مصر.
- قنديلجى، عامر ابراهيم، وعليان، ربحى مصطفى، والسامرائى، ايمان فاضل (٢٠٠٠). مصادر المعلومات من عصر المخطوطات الى عصر الإنترنت، دار الفكر للطباعة والنشر، عمان، المملكة الاردنية الهاشمية.
- هارون، طارق محمود (٢٠١٧). الشبكات الاجتماعية على الإنترنت وتأثيرها فى المعرفة البشرية النظرية والتطبيق، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، مصر.
- ثانياً: المراجع الأجنبية المترجمة:
- Vickery.A & Vickery.B.C (1989). علم المعلومات بين النظرية والتطبيق، ترجمة الدكتور حشمت قاسم، مكتبة غريب، القاهرة، مصر.

IFAD & IDR (2007). نقل التكنولوجيا عوائق التسويق والسبل المنتهجة من أجل تنمية ريفية مستدامة، تقرير وقائع الورشة السنوية الثالثة للمناقشة، القاهرة، مصر.  
Mark Celbortack, (1988). علم نفسك MCSE أساسيات شبكات الاتصال في ١٤ يوما، الدار العربية للعلوم، بيروت، لبنان.  
Kaku, Michio (2017). مستقبل العقل، ترجمة سعد الدين خرفان، مجلة عالم المعرفة، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، الكويت، الكويت.  
Fricke, Torston & Novak, Ulrich (2017). ملف جوجل، ترجمة عدنان عباس على، مجلة عالم المعرفة، العدد ٤٥٠، شهر يوليو، المجلس الوطني للثقافة والفنون، الكويت، الكويت.  
Wallace, Mark. J & SiZlaki, Andrew.D (1991). السلوك التنظيمي والأداء – ترجمة جعفر ابو القاسم احمد، راجع الترجمة على محمد عبدالوهاب، معهد الإدارة العامة، الرياض، المملكة العربية السعودية.

#### ثالثا: شبكة المعلومات الدولية:

الشهري، حنان بنت شعشوع (٢٠١٤). أثر استخدام شبكات التواصل الالكترونية على العلاقات الاجتماعية Facebook و Twitter نموذجا، رسالة ماجستير، جامعة الملك عبدالعزيز، كلية الآداب والعلوم الانسانية، الرياض، المملكة العربية السعودية  
www.https:// home.moe.gov.om/file/mwatna/pdf/1.pdf 22-9-2020  
المدني، اسامه غازي (٢٠١٥). دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام لدى طالبات الجامعات السعودية جامعة أم القرى نموذجا، مجلة الآداب والعلوم الاجتماعية، جامعة السلطان قابوس، مسقط، سلطنة عمان.

www.https:// PDF download journals.squ.edu.om › jass › article › 22- 9 -2020  
صلوى، عبدالحافظ عواجي (٢٠١١). نظريات التأثير الاعلامية، جمع وتنسيق اسامه بن مساعد المحيا

www.https://www.ao-academy.org/ar/assets/nadhariyt 29-10-2020

نسيمه، ضيف الله (٢٠١٧). استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال وأثره في تحسين جودة العملية التعليمية، دكتوراه، وزارة التعليم العالي والبحث العلمي، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية، جامعة الحاج لخضر، بتانة، الجزائر.

www.https:// PDF doc- download theses.univ-batna.dz › theses-en-ligne › 20-10-2020



## Young Farmers Exposure to Agricultural Information Sources from Social Networks in Some Villages of Assiut Governorate

A.M.Fath el-bab<sup>1</sup> and Adham M. Zaky<sup>2</sup>

<sup>1</sup> Higher institute for cooperation and agricultural extension in Assiut

<sup>2</sup> Agriculture Research Center

### Abstract

This research aimed to determine the level of exposure of young farmers to sources of agricultural information approved and not approved by social networks. Also to identify the method of their exposure to sources of agricultural information. As well as to identify how they dealing with information from these sources, during exposure to them, and after exposure to them.

Size of the sample was determined by the snowball method, and it reached 200 respondents, they were distributed according to their percentage of presence in the research villages, by 66 respondents in the village of Bahij, 82 respondents in the village of Deer Al-Janadala West, and 52 respondents in the village of Al-Sarkana, representing 10% of the total of 2003 holders. And that is based on the records of 2 services in agricultural units for the year 2019 in the selected villages.

Data of this research was collected in a personal interview with young farmers who use social networks, using a questionnaire form that was previously prepared and revised after conducting an pre-test on 15 young farmers in the village of Nazlet Baqour. Appropriate modifications were made and the form became valid in its final form for data collection. Research objectives, data were collected during the period from November 2019 to January 2020, and data was quantitatively processed to be suitable for data analysis using SPSS statistical analysis program, and frequencies and percentages were used in presenting the results.

### Most important results of the search were:-

There was a variation in the distribution of the level of exposure of the young farmers interviewed to the sources of agricultural information from social networks, so it was found that their level of exposure to the unapproved sources was low for 67.5%, and an average for 21.5% of them, while the percentage of those who were not exposed to these sources was 11% on the other hand. There was a difference in the level of exposure of the respondents to the approved sources, as it was low by 46%, and an average of 19.5%. While 34.5% of the respondents were not exposed to the approved sources.

It also became clear that the distribution of agricultural information sources from social networks according to a way respondents were exposed to them as follows: As for unapproved sources, the method of presenting them by haphazard was, respectively, in order for agricultural information on friends' pages by 30,5%, then local traders and Egyptian farms by 18,5%, then pages farmers in possession of large areas and Shops selling agricultural agricultural products by 18%. While method for deliberately displaying agricultural information on the pages of friends by 38.5%, then similar farmers by 36%, so

skilled farmers by 35%. As for the method of exposing respondents to approved sources, it was by haphazard on arrangement of agricultural information on pages of land reclamation companies by 17%, then the engineers of agricultural departments by 16%, then the agricultural input companies by 14%. While method of their deliberately displaying agricultural information on pages of the supervisors of agricultural units by 26%, then agricultural extension workers 25,5% , Followed by pages of the engineers of agricultural cooperative societies at 24.5%, respectively.

Also found that distribution of respondents according to their dealing with agricultural information from its sources in social networks during exposure to it is as follows: Regarding their dealings with agricultural information for unapproved sources: These dealing come, which is the highest attention to information on friends 'pages by 48%, then farmers in possession of large areas pages by 37.5%, followed by pages of similar farmers by 35,5%. While highest take in of respondents got agricultural information on friends' pages by 14%, then Egyptian farms pages by 11%, followed by pages of local traders pages by 9%. While largest information sharing was get, agricultural friends 'pages by 9.5%, then skilled farmers' pages by 9%, followed by farmers in possession of large areas 'pages with 8.5%. As for respondents' dealing of agricultural information for approved sources: they got highest attention of agricultural information for pages of land reclamation companies by 29%, followed by pages of engineers of agricultural departments by 28%, then pages of agricultural input companies by 27,5%, while highest take in of respondents received agricultural information for pages of agricultural researchers and engineers of agricultural departments by 5.5% for both, followed by pages of land reclamation companies and agricultural input companies by 3% for both. While largest sharing of respondents was information of extension specialist pages by 6%, then information of land reclamation companies by 5.5%, followed by researchers of agricultural ' pages and supervisors of agricultural units by 4.5% for both, respectively.

While the results confirmed that distribution of respondents according to how they dealing with agricultural information from its sources in social networks after exposure to it is as follows: With regard to dealing with agricultural information for unapproved sources: it obtained highest thinking of respondents, friends' pages by 32,5%, then local traders pages by 28.5%, similar farmers by 25.5%. While get more comments from respondents agricultural information pages friends' pages by 28.5%, then skilled farmers by 18.5%, followed by public figures pages by 17%. While get more discussions with others, similar farmers 'pages information by 12%, followed by farmers in possession of large areas pages by 10%, skilled farmers pages 9%. As for dealing with approved source information, get highest thinking of information pages of engineers of agricultural departments by 24%, then land reclamation companies by 23.5%, followed by agricultural in put companies by 22%. While get more comments about information on pages of land reclamation companies by 14%, then pages of engineers of agricultural departments by 12%, followed by pages of agricultural in put companies and agricultural extension specialists by 11,5%

for both. While get more discussions with others, information of agricultural supervisors units ' pages by 6.5%, then agricultural extension specialist by 4.5%, followed by pages of agricultural researchers, cooperative societies engineers and agricultural extension workers by 4% for each.