



## Role of Social Media in Obtaining Developmental Information and Knowledge in The Rural Community in The Abis Area of Alexandria Governorate.

دور وسائل التواصل الاجتماعي في الحصول على المعلومات والمعارف التنموية بالمجتمع الريفي المحلي بمنطقة أبيس في محافظة الإسكندرية

Abdel-Karim Alsayed Abdel-qawy<sup>1</sup>, Mostafa Kamel Elsayed<sup>2</sup>, Alaa El-dien Amien Betah<sup>3</sup>, Michael Fayed Soliman Bekhet<sup>3</sup>

<sup>1</sup> Department of Agricultural Economics, Saba basha, Alexandria University

<sup>2</sup> Department of Rural Development, Alexandria University.

<sup>3</sup> Department of Agricultural Economics (Rural Sociology), Saba basha, Alexandria University.

DOI: [10.21608/JALEXU.2025.357273.1253](https://doi.org/10.21608/JALEXU.2025.357273.1253)



### Article Information

Received: February 2<sup>nd</sup>, 2025

Revised: February 24<sup>th</sup>, 2025

Accepted: February 26<sup>th</sup>, 2025

Published: March 30<sup>th</sup>, 2025

**ABSTRACT:** The research aimed to identify some of the social, economic, and psychological characteristics of the respondents and determine the degree of use and benefit of the farmers surveyed from social networking sites in obtaining information and knowledge related to development fields in the rural community, and to identify the impact of the social, economic and psychological characteristics of the respondents on their access to development information and knowledge in the study area.

This study was conducted in the first and second Abis areas of Alexandria Governorate. The sample size of the respondents from the heads of households was determined based on the Herbert Arkin equation, and the total sample size was 380 respondents. The simple random sample method was used to collect data from the respondents through personal interview questionnaires. Some descriptive and analytical statistical methods were used.

The most important results were as follows: The first variable included in the regression equation is the educational level, which alone contributed about 9.9% in explaining the variance in the variable of analyzing the user of social media to obtain development information and knowledge, excluding other variables, followed by the variable of the degree of participation in social organizations with about 5.8%, and in third place is the variable of the degree of satisfaction with local community services with about 5.6%, and in fourth place came the variable of the number of hours of connection to the Internet with about 2.9%, and in fifth and last place came the variable of the number of years of Internet presence at home with about 1.5%.

**Keywords:** Social Media - Development Knowledge - Rural Community.

اسلوب إحصائي لتحقيق الأهداف البحثية وإختبار الفروض حيث استخدمت بعض الأساليب الإحصائية الوصفية والتحليلية. وكانت أهم النتائج كالتالي: أن المتغير الأول الذي تم تضمينه في معادلة الانحدار هو متغير المستوى التعليمي حيث ساهم منفرداً بحوالي 9.9% في تفسير التباين في متغير تحليل مستخدم وسائل التواصل الاجتماعي للحصول على المعلومات والمعارف التنموية في ظل إستبعاد المتغيرات الأخرى، ويليه متغير درجة المشاركة بالمنظمات الاجتماعية بحوالي 5.8%، وفي المرتبة الثالثة متغير درجة الرضا عن خدمات المجتمع المحلي بحوالي 5.6%، وجاء في المرتبة الرابعة متغير عدد ساعات الإتصال بالإنترنت بحوالي 2.9%، وفي المرتبة الخامسة الأخيرة جاء متغير عدد سنوات وجود إنترنت بالمنزل بحوالي 1.5%. وقد خلص البحث الى العديد من التوصيات والمقترحات من أهمها تخصيص دورات تدريبية يقوم بها جهاز حماية البيئة أو الوحدات المحلية بتوعية السكان الريفيين على

### المخلص

استهدف البحث تحديد درجة استخدام واستفادة الزراع المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي في الحصول على المعارف المتعلقة بالمجالات التنموية بالمجتمع الريفي المحلي، من خلال التعرف على بعض الخصائص الاجتماعية والاقتصادية والنفسية المميزة للمبحوثين، والتعرف على تأثير الخصائص الاجتماعية والاقتصادية والنفسية للمبحوثين على حصولهم على المعارف التنموية بمنطقة البحث، وتم اجراء البحث بمنطقة أبيس الأولى والثانية بمحافظة الاسكندرية، وتم تحديد حجم عينة المبحوثين من أرباب الأسر إستناداً إلي معادلة هيربرت اركن وبلغ إجمالي حجم العينة 380 مبحوث، وتم إستخدام طريقة العينة العشوائية البسيطة في جمع البيانات من أفراد العينة البحثية المختارة عن طريق صحيفة استبيان بالمقابلة الشخصية تم إعدادها لذلك وعمل الاختبار المبدئي لها (pre-test)، واستخدم في تحليل بيانات هذا البحث أكثر من

الاستخدام الأمثل لمواقع التواصل الاجتماعي بما ينمي الجوانب التعليمية والقيمية لديهم.

**الكلمات المفتاحية:** وسائل التواصل الاجتماعي - المعارف التتموية - المجتمع الريفي المحلي .

فرصاً للتعليم والتدريب عن بعد، مما يمكّن سكان الريف من اكتساب مهارات جديدة وتعزيز معرفتهم في مجالات متنوعة، وهذا الأمر يفتح أمامهم أبواباً جديدة للعمل وتحسين مستوى المعيشة، كما يساعد في الحد من البطالة في المناطق الريفية (Bansal, 2015).

وعلى المستوى الثقافي، تساهم وسائل التواصل الاجتماعي في الحفاظ على التراث الثقافي واللغوي للمجتمعات الريفية، من خلال توثيق العادات والتقاليد والمشاركة بها ومشاركة القصص والصور والفيديوهات التي تعبر عن هويتهم الثقافية، وهذا يمكن للأجيال الجديدة من التعرف على تراثهم الثقافي والمحافظة عليه، كما تساعد في الربط بين المجتمعات الريفية والتفاعل مع الثقافات الأخرى، مما يساهم في تبادل الأفكار والتجارب، ويمكن أن يؤدي هذا التفاعل إلى تعزيز الوعي بأهمية الحفاظ على التراث الثقافي وتبني الأفكار الجديدة التي قد تساهم في تحسين نوعية الحياة، ومع ذلك، يجب أن نكون واعين للتحديات التي قد تصاحب هذا التأثير، مثل خطر فقدان الهوية الثقافية أو انتشار المعلومات المضللة؛ لذلك، من المهم استخدام وسائل التواصل الاجتماعي بوعي وحكمة لتحقيق التنمية المستدامة (محمد ، 2021، ص 37).

في المناطق الريفية حيث يكون الوصول إلى الموارد التعليمية والمعلومات محدوداً غالباً، هنا تعمل وسائل التواصل الاجتماعي كأداة ق للتعليم ونشر المعلومات، حيث تسهل منصات مثل YouTube و Facebook الوصول إلى المحتوى التعليمي المجاني والبرامج التعليمية والدورات، مما يمكن الأفراد من اكتساب مهارات ومعرفة جديدة، إن نشر المعلومات على نطاق واسع يمكن أن يعزز بشكل كبير من النتائج التعليمية في المجتمعات الريفية، حيث توفر هذه الوسائل منصات للتعليم عن بعد، مما يتيح للطلاب في المناطق الريفية الوصول إلى نفس الفرص التعليمية المتاحة للطلاب في المدن الكبرى، ويمكن أن تساعد الدروس والمحاضرات عبر الإنترنت الشباب في الريف على اكتساب مهارات جديدة وتحقيق طموحاتهم الأكاديمية (دياب ومحمد، 2021: 784).

ومن الناحية البيئية، يمكن لوسائل التواصل الاجتماعي المختلفة أن تساهم بشكل كبير في نشر الوعي حول أهمية الحفاظ على البيئة في المناطق الريفية، من خلال المجموعات والصفحات المتخصصة، يمكن للمزارعين والمهنيين بالبيئة مشاركة الأفكار والممارسات الجيدة التي تدعم الزراعة المستدامة وتقليل الأثر البيئي السلبي، ويمكن أيضاً أن تُستخدم المنصة في تنظيم حملات توعية لجمع النفايات أو حماية موارد المياه المحلية.

كما يمكن لسكان الريف الحصول على معلومات حول تقنيات الزراعة الحديثة، والمبادرات البيئية الجديدة، والسياسات الحكومية المتعلقة بالتنمية المستدامة، بذلك يمكن لأدوات التواصل الاجتماعي أن تكون محركاً للتغيير الإيجابي في الريف، مما يعزز من قدرة الأفراد على اتخاذ قرارات مستنيرة تساهم في تحسين بيئتهم

**المقدمة:** تلعب وسائل التواصل الاجتماعي دوراً أساسياً في التأثير على المجتمعات وتوجيه مسار التنمية، وتُعد أداة قوية للتغيير والتطوير في مختلف جوانب الحياة، خاصة في المناطق الريفية، والتي كانت في السابق شبه معزولة عن التطورات التقنية الحديثة، وعندما نتحدث عن الريف بشكل عام، نجد أنه يواجه تحديات متعددة، منها نقص الموارد والمعارف التي يمكن أن تساهم في تحسين جودة ونوعية الحياة وتحقيق التنمية المستدامة، وهذا ما يؤكد دور وسائل التواصل الاجتماعي كأداة فعالة لتعزيز التواصل وتبادل الخبرات بين سكان الريف والمجتمعات الأخرى.

من الناحية الاجتماعية تلعب وسائل التواصل الاجتماعي دوراً حيوياً في التأثير على مختلف جوانب المجتمع، ويمكن أن يكون هذا التأثير عميقاً في الريف المصري، حيث تُمكن سكان الريف من التواصل مع العالم الخارجي بطريقة لم تكن ممكنة من قبل، وهذا يساعد على تبادل الأفكار والخبرات، مما يُساهم في تعزيز الوعي الثقافي والاجتماعي، ويعزز من القدرة على متابعة الأحداث العالمية والمحلية، والتفاعل مع قضاياهم، مما يقوي من مشاركتهم الفعالة.

كما تساهم في تعزيز الروابط الاجتماعية داخل المجتمعات الريفية نفسها، من خلال المنصات المختلفة، ويمكن للأفراد تنظيم فعاليات محلية، ومشاركة الأخبار، ودعم المبادرات المجتمعية، وهذا يعزز من التماسك الاجتماعي ويقوي العلاقات بين الأفراد والجماعات، مما يخلق شعوراً بالانتماء والوحدة، حيث تعمل وسائل التواصل الاجتماعي على سد الفجوة بين السكان الريفيين والحضرين، وتعزيز الشعور بالانتماء، فهي تسمح للأفراد في المناطق الريفية بالتواصل مع العائلة والأصدقاء الذين يعيشون بعيداً، وتبادل الخبرات، والمشاركة في الأحداث الاجتماعية افتراضياً، ويمكن أن يقلل هذا الاتصال من مشاعر العزلة بين سكان الريف (محمد، 2014: ص 1299).

ومن الناحية الاقتصادية، فقد فتحت وسائل التواصل الاجتماعي أفقاً جديدة لرواد الأعمال الريفيين من أصحاب المشاريع الصغيرة والمزارعين والحرفيين في الريف، حيث يمكنهم الترويج لمنتجاتهم وخدماتهم على نطاق أوسع وبتكلفة أقل، هذه المنصات تتيح لهم الوصول إلى أسواق جديدة وتوسيع قاعدة عملائهم والوصول إلى من يقوم بشراء منتجاتهم في المدن والمناطق الأخرى، مما يعزز من قدرتهم على تحقيق أرباح أعلى وزيادة الدخل، مما يساهم في تعزيز الاقتصاد المحلي، كما توفر وسائل التواصل الاجتماعي

أن يتم استخدامها بحذر ووعي لضمان تحقيق الفوائد المرجوة وتجنب أي آثار سلبية قد تنجم عن سوء استخدامها وتعزيز الرفاهية والازدهار في المناطق الريفية، ومع الاستخدام الفعال لهذه الأدوات، يمكن تحقيق تغييرات إيجابية ومستدامة في النسيج الاقتصادي والاجتماعي للريف.

#### المشكلة البحثية:

لقد أضحت مواقع التواصل الاجتماعي عبر الإنترنت، تعرف بالإعلام الاجتماعي الجديد، الذي يشهد حركة ديناميكية من التطور والانتشار، وقد تميزت طرق الاتصال بمميزات عديدة منها سهولة الاتصال، وقلة التكلفة إلا أنها على الجانب الآخر لها سلبياتها فالإنترنت يعد نظاماً عالمياً مفتوحاً يربط ما يقرب من (230) دولة حول العالم تختلف في قوانينها، وأنظمتها الثقافية والاجتماعية بل وحتى ما هو أخلاقي في مجتمع ما قد ينظر إليه في مجتمع آخر على أنه غير أخلاقي، حيث أصبح الفرد في أي مجتمع باستطاعته أن يرسل ويستقبل ويتفاعل ويعقب ويستفسر ويلق بكل حرية وبسرعة فائقة باستخدام أشكال تعبيريه مختلفة كالمدونات Blogs ، يوتيوب YouTube ، الفيسبوك Face book وغيرها من أشكال التواصل الاجتماعي على شبكة الإنترنت (عبدالله، 2022، ص: 556).

تمثل تكنولوجيا المعلومات والاتصالات أحد الحلول المهمة لتحسين جودة الإنتاج الزراعي خاصة في البلدان النامية على وجه التحديد ومصر على وجه الخصوص، فمع انتشار الهاتف المحمول والتكنولوجيا اللاسلكية والإنترنت، انتشرت تكنولوجيا المعلومات والاتصالات حتى في القرى الصغيرة والفقيرة، ويعتبر تبادل المعلومات والمعارف بين الأفراد والمجتمعات اعتماداً على تكنولوجيا المعلومات والاتصالات الجديدة يلعب دوراً مهماً في تحقيق التنمية الريفية المستدامة وأيضاً الأمن الغذائي، وتشير البيانات والإحصائيات إلى أنه في عام 2018 ، كانت نسبة مستخدمي الهاتف المحمول 68% من سكان العالم، وتزايدت نسبة مستخدمي الإنترنت من 6% من سكان العالم في عام 2000 إلى 53% عام 2018، كما بلغت نسبة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي إلى 42% من سكان العالم، وفي مصر فقد بلغت نسبة مستخدمي الهاتف المحمول 66% من السكان تقريباً 59.7 مليون مستخدم بما يوازي 98.6 مليون خط محمول، ونسبة مستخدمي الإنترنت 60% من السكان، ونسبة مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي 50% من السكان عام 2021، ونسبة مستخدمي الإنترنت من خلال الهاتف المحمول 59.66 مليون مستخدم، كما بلغ متوسط عدد الخطوط المنزلية بمحافظة الاسكندرية 550 خط منزلي لكل ألف أسرة (النشرة السنوية لإحصاءات الاتصالات السلكية واللاسلكية، 2021، ص ص: 6-26).

ومستقبلهم، فوسائل التواصل الاجتماعي ليست مجرد وسيلة ترفيهية، بل هي أدوات قوية يمكن أن تسهم في التنمية الريفية البيئية، من خلال تعزيز التواصل ونشر الوعي حول القضايا البيئية المهمة (Kipkurgat, et.al, 2016).

كما تلعب وسائل التواصل الاجتماعي دوراً مهماً في التنمية الريفية، خاصة في الجانب الصحي الذي يعتبر ركيزة أساسية في تحسين جودة الحياة في الريف عموماً في ظل عصر الرقمنة، حيث أصبحت وسائل التواصل الاجتماعي أدوات لا غنى عنها في نشر الوعي الصحي بين سكان المناطق الريفية، حيث توفر منصات مثل فيسبوك (ميتا)، تويتر (منصة X)، وإنستغرام، فرصة لنشر المعلومات الصحية والوقائية بشكل سريع وفعال، حيث تتيح وسائل التواصل الاجتماعي للقائمين على الرعاية الصحية إمكانية التواصل المباشر مع المجتمعات الريفية، مما يسهم في توعية السكان بأهمية الفحوصات الدورية، حملات التطعيم، والتغذية السليمة، كما أنها تساعد في الوصول إلى المعلومات الصحية الحديثة، مما يعزز من قدرة الأفراد على اتخاذ قرارات صحية مستنيرة، وكذلك نشر الوعي الصحي وتوفير المعلومات الطبية للمناطق الريفية التي قد تعاني من نقص في الخدمات الصحية، ويمكن للأفراد الوصول إلى نصائح صحية وأطباء متخصصين عبر الإنترنت، مما يحسن من الرعاية الصحية المقدمة لهم. كما توفر وسائل التواصل الاجتماعي منصة لدعم المبادرات الصحية المحلية، حيث يمكن للمنظمات الصحية والحكومية استخدام هذه الوسائل للترويج للبرامج الصحية، وتنظيم الحملات التوعوية التي تستهدف تحسين الصحة العامة في المناطق الريفية، كما يمكن للمجتمعات تبادل الخبرات الصحية والمشورة الطبية، مما يعزز من التعاون المجتمعي في مواجهة التحديات الصحية، لذلك تعتبر وسائل التواصل الاجتماعي أداة قوية لتعزيز التنمية الريفية، من خلال تحسين الجانب الصحي، مما يساهم في رفع مستوى المعيشة وزيادة الوعي الصحي في هذه المناطق (Gupta, 2016).

ومن الناحية السياسية تُساهم وسائل التواصل الاجتماعي في تعزيز المشاركة المجتمعية والسياسية، حيث يمكن لسكان الريف التعبير عن آرائهم والمشاركة في القضايا التي تخصهم، مما يعزز من دورهم في اتخاذ القرارات التي تؤثر على حياتهم، ويعاني الريف عموماً من تحديات عديدة مثل نقص الخدمات والبنية التحتية، إلا أن وسائل التواصل الاجتماعي تتيح لسكان هذه المناطق فرصة لأصواتهم أن تُسمع، من خلال منصات مثل فيسبوك وتويتر، يمكن للقائمين في المناطق الريفية التواصل مباشرة مع صناعات القرار والسياسيين، مما يمنحهم القدرة على المطالبة بحقوقهم وتحسين أوضاعهم المعيشية. (عابد، 2012، ص: 1395).

كما أن لوسائل التواصل الاجتماعي تأثيراً كبيراً على التنمية الريفية في كل الجوانب الاقتصادية والاجتماعية والثقافية والبيئية والصحية والسياسية، ومع ذلك فهي تعتبر سلاحاً ذو حدين في الريف، يجب

الاجتماعي في الحصول على المعارف المتعلقة بالمجالات التنموية بالمجتمع الريفي المحلي، وتحقيق المسؤولية المجتمعية من وسائل التواصل الاجتماعي واستغلالها بشكل جيد في تطوير المجتمعات الريفية المحلية، وتقديم بعض التوصيات والمقترحات البحثية لرفع كفاءة الاستفادة من مواقع التواصل الاجتماعي في برامج التنمية الريفية.

#### الإطار النظري والإستعراض المرجعي:

##### أولاً: مفهوم وسائل التواصل الاجتماعي:

إن مفهوم الشبكات الاجتماعية ظهر كمصطلح فلسفي اجتماعي منذ القرن الثامن عشر ولكن الجديد هو تحويله من فرضية اجتماعية إلى واقع تقني عبر الانترنت ووسائل الاتصال المتقدمة، والذي نقل الفرضية إلى الفضاء الالكتروني وشكلت ظاهرة جديدة على العالم (المقادي، 2013: 24)، ويرى Todd Kelsey أن الشبكة الاجتماعية هي ببساطة وسيلة الكترونية حديثة للتواصل الاجتماعي، حيث انها تكون بنية اجتماعية افتراضية تجمع بين أشخاص أو منظمات تتمثل في نقاط التقاء متصلة بنوع محدد من الروابط الاجتماعية، اذ يجمع المشاركين فيها صداقة أو قرابة أو مصالح مشتركة، أو توافق في الهواية أو الفكر، أو رغبة في التبادل المادي أو المعرفي، أو محبة أو كراهية لشيء معين، أو علاقات أيولوجية أو دينية أو تناسق في المعرفة أو المركز الاجتماعي (Kelsey, 2010, p:397).

وتعرف وسائل التواصل الاجتماعي بأنها أدوات مخصصة للاتصال الرقمي تساعد في التفاعل بين مجموعة من الأشخاص وتعمل كوسائط لتبادل المعلومات في جميع انحاء العالم، مثل Facebook و YouTube وتطبيق Whats App .

(Chepkirui, 2021, p:51) وتؤدي التكنولوجيا إلى تحويل جهاز الاستقبال إلى آلة فعالة لنقل المعلومات من خلال الربط عن طريق خطوط التليفون ويستطيع المستفيد من هذه الخدمة أن يتصل بالموقع المركزي من أجل الحصول علي المعلومات المتخصصة (الديب وآخرون، 2018 ، ص:209).

وتُعرف وسائل التواصل الاجتماعي (Social Media) بأنها التطبيقات والمواقع الإلكترونية التي تُستخدم للتواصل مع الآخرين، ونشر المعلومات عبر شبكة الإنترنت العالمية من خلال أجهزة الكمبيوتر أو الهواتف المحمولة، فهي أداة اتصال عبر الإنترنت تسمح للمستخدمين بمشاركة المحتوى ونشره عبر نطاق واسع (Hudson, 2020, p p: 6-23)، حيث أن محتوى وسائل التواصل الاجتماعي يتم إنشاؤه من قِبل عدد كبير من المستخدمين يصل إلى بضعة ملايين، وذلك على عكس المحتوى الذي يتوافر عبر وسائل التواصل التقليدية والذي يتم إنشاؤه من قِبل بضعة أشخاص فقط (Computer Hope, 2020, p p: 2-8).

وعرفها البكار (2017، ص: 9) بأنها عبارة عن شبكات الكترونية تسمح للمستخدم بإنشاء موقع خاص مع إمكانية ربط المواقع الأخرى

فقد أصبحت وسائل التواصل الاجتماعي "Social Media" ظاهرة ثقافية سائدة ذات شعبية كبيرة عند قطاعات عديدة من السكان، لأنها تتيح لسكان الإتصال في عالم الإنترنت، وتمكن من تبادل الأفكار والمعلومات دون أي حاجز جغرافي، وبالتالي تستبدل حالياً الطرق التقليدية لنقل المعلومات من خلال المطبوعات أو الإتصال وجهاً لوجه بمنافذ الإتصال على شبكة الإنترنت ومنها وسائل التواصل الاجتماعي، حيث تمثل تحولاً في كيفية الحصول على المعلومات، وتدعم الحاجة الإنسانية للتفاعل الاجتماعي من خلال التكنولوجيا عن طريق تشكيل المجموعات وتبادل المعلومات وتوفير التواصل ونشر المعلومات حول أسعار المدخلات والمنتجات الزراعية، وإدارة الموارد الطبيعية، والوصول إلى الأسواق (عبد الغني، 2019، ص 1786).

إن استخدام وسائل التواصل الاجتماعي للعاملين في مجال التنمية الريفية يمثل تغيير مستقبلي محتمل في طريقة تقديم الخدمات التنموية للسكان الريفيين، بما يشير لأهمية التعرف على مدى جاهزية المنظمات الاجتماعية الريفية للبدء في استخدام وسائل التواصل الاجتماعي لتقديم الخدمات التنموية، ورغبة السكان الريفيين في استخدام وسائل التواصل الاجتماعي للحصول على الخدمات التنموية، وبالتالي يهدف البحث الي الإجابة على بعض التساؤلات مثل ما هي درجة استخدام واستفادة المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي في الحصول على المعلومات والمعارف المتعلقة بالمجالات التنموية بالمجتمع الريفي المحلي؟ وما هو تأثير خصائص الاجتماعية والاقتصادية في حصولهم على المعلومات والمعارف التنموية؟

#### الأهداف البحثية:

1. تحديد درجة استخدام واستفادة المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي في الحصول على المعلومات والمعارف المتعلقة بالمجالات التنموية بالمجتمع الريفي المحلي.
2. التعرف علي بعض الخصائص الاجتماعية والاقتصادية والنفسية للمبحوثين بمنطقة البحث.
3. التعرف على تأثير الخصائص الاجتماعية والاقتصادية والنفسية للمبحوثين على حصولهم على المعلومات والمعارف التنموية بمنطقة البحث.
4. تقديم بعض التوصيات والمقترحات البحثية لرفع كفاءة الاستفادة من مواقع التواصل الإجتاعي في برامج التنمية الريفية.

#### أهمية البحث:

تكمن فيما يسفر عنه من نتائج وتوصيات في التعرف علي بعض الخصائص الاجتماعية والاقتصادية والنفسية والاجتماعية للمبحوثين نتيجة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي بمنطقة البحث، وتحديد درجة استخدام واستفادة المبحوثين لمواقع التواصل

الجغرافية، الأمر الذي من شأنه كسر الحواجز الثقافية بين المجتمعات المختلفة: (Salgur, 2016, P: 22).

4- تسمح للأفراد بمناقشة قضايا مهمة بالنسبة لتلك المجتمعات سواء كانت قضايا بيئية، أو أخلاقية، أو غيرها، مما يزيد من وعي الناس بتلك القضايا، فضلاً عن أن التطرق لتلك القضايا والتوعية بها جعل كفة ميزان القوة الإعلامية تميل لصالح الجمهور، وهو ما يصعب على منصات الإعلام التقليدية تحقيقه (Simplilearn.com, 2020, P: 11-13).

5- تعزيز القوة الاقتصادية حيث تستخدمها العديد من شركات الأعمال والتجارة بهدف التواصل مع عملائهم والتسويق لمنتجاتهم، كما تتميز بقلّة التكلفة المالية اللازمة لعمل إجراءات اقتصادية بحثية في سوق مُعيّن.

6- تساهم في تقليل نسبة البطالة حيث تتيح نشر العديد من فرص العمل عبر منصاتّها، وتُشير الدراسات إلى أن نسبة 60% من أصحاب العمل يلجأون إلى مواقع التواصل الاجتماعي للبحث عن الموظفين، كما أن ما نسبته 19% منهم يختارون شخصاً ما لشغل وظيفة مُعينة تبعاً للمعلومات التي تتوافر عن هذا الشخص عبر حسابات منصات التواصل الاجتماعي الخاصة به، ذلك وفقاً لاستبيان أجراه موقع Career Builder عن التوظيف في وسائل التواصل الاجتماعي عام 2016.

ثالثاً: الإتجاهات النظرية في تفسير دور التواصل الاجتماعي في التنمية المحلية:

1- **نظرية التبادل الاجتماعي Social Exchange Theory**: هي نظرية اجتماعية تهتم بفهم تبادل الموارد بين الأفراد والجماعات عند تفاعلهم مع بعضهم، وتعود الجذور التاريخية لهذه النظرية إلى آراء بعض الفلاسفة والعلماء الذين اهتموا بعملية التبادل Reciprocity مثل أرسطو Aristotle وأدم سميث Adam Smith في القرن 18 (Chernyak-Hai, & Rabenu, 2018, P: 257). وقد أسهم في تطور هذه النظرية بعض علماء الاجتماع المعاصرين أمثال كيلي Kelly وثيبوت Thibaut وذلك عندما نشر كتابهما (Social Psychology of Groups) وذلك عام 1959، كما إهتم زيمل Simmel وكولي Cooley بدراسة التبادل في العلاقات الاجتماعية عندما يتفاعل الأفراد مع بعضهم البعض (Ward & Berno, 2011, P: 1557)، وعلى الرغم من أن الجذور الفكرية لنظرية التبادل الاجتماعي تعود إلى إهتمام الفلاسفة والعلماء منذ القدم إلا أن هؤلاء العلماء لم يتمكنوا من تطوير نظرية منظمة عن التبادل في الحياة الاجتماعية، ويرجع الفضل إلى كل من جورج هومانز G.Homans عندما نشر كتابه

بهدف التواصل والتعارف وتبادل المعلومات المقاطع الصوتية والمرئيات والمدونات المصغرة، وعرفها كامل (2015، ص 243-244) بأنها مواقع اجتماعية تفاعلية تتيح التواصل الاجتماعي لمستخدميها من خلال واقع افتراضي للإلتقاء بالأصدقاء والمعارف والأهل يماثل الواقع الطبيعي من خلال تكوين علاقات مع الأصدقاء من مختلف الأعمار والأجناس ومن كافة أنحاء العالم تجمعهم اهتمامات ونشاطات مشتركة بالرغم من اختلاف وعيهم وتفكيرهم وثقافتهم. وهي خدمات تؤسسها وتيرمجها شركات كبرى لجمع المستخدمين والأصدقاء ومشاركة الأنشطة والاهتمامات أو للبحث عن تكوين صداقات والبحث عن اهتمامات وأنشطة لدى أشخاص آخرين (الرعود، 2011، ص: 22).

ثانياً: دور وسائل التواصل الاجتماعي في تنمية المجتمعات الريفية المحلية:

لقد أثرت وسائل التواصل الاجتماعي بشكل كبير على مختلف جوانب حياتنا اليومية، بما في ذلك التنمية المجتمعية، تلعب هذه الوسائل دوراً في تعزيز التفاعل والتواصل بين أفراد المجتمع، وتسهيل تبادل المعلومات والأفكار، وبالتالي تساهم في تحقيق التنمية المستدامة.

ولما كانت شبكات التواصل الاجتماعي تمثل إعلماً بديلاً، يمارس فيه النقد، ويناقش أفكاراً وأساليب وطرقاً جديدة للتعاون والتنظيم والتدريب والتنمية (أبوليزيد، 2009، ص: 65)، تمكنت تلك الشبكات من تغيير المفهوم التقليدي للتنمية، وأتاحت الفرصة لمستخدميها لإبداء الرأي والتعبير بحرية مطلقة، دون قيود أو رقابة تقيد آرائهم إلا بشكل محدود جداً، وغيرت من المفهوم ليصبح أكثر شمولية وبشكل أكثر تفاعلية (دخيل، 2016، ص: 10).

وتميزت المواقع الاجتماعية بتركيزها على بنية العلاقات وأهميتها، بداية من التعارف ونهاية بالعلاقات الوثيقة، وساعد في نجاح ذلك عدة عناصر تقوم بتوفيرها وسائل وشبكات التواصل الاجتماعي، والتي أسهم الإيجابي منها في إعلاء القيم التي يمكن أن ينطلق منها المشاريع التنموية الكبيرة (التقرير العربي الثاني عشر للتنمية الثقافية، 2017، ص: 113).

توضيح النقاط الآتية دور وسائل التواصل الاجتماعي في المجتمع:

- 1- تعزيز الإنتاجية العلمية حيث تسمح لمجموعات من المستخدمين الذين يشتركون في نفس الاهتمامات العلمية في مجالات عديدة كالصحة، والسياسة، والاقتصاد، وغيرها، من التواصل معاً لتبادل معارفهم وخبراتهم (Amedie, 2015, P: 4).
- 2- تعتبر بمثابة منصة إعلامية تمكن الأشخاص من التعبير عن آرائهم عبرها بحرية دون التقيد بأيّ قوانين قمعية تمنع حرية التعبير.
- 3- تعتبر طريقة سهلة للتواصل مع المستخدمين الآخرين، أو التعرف عليهم أينما كانوا دون التقيد بالحدود

8- لا تفسر نظرية التبادل الاجتماعي التفاعل بين الأفراد فحسب بل بين الجماعات وبعضها وبين الأفراد والجماعات (Ward & Berno, 2011, p: 1557).

9- يؤكد بلاو أن نظرية التبادل الاجتماعي لا تقوم على تفسير تبادل الموارد بين الفرد والتنظيم فحسب بل هي نظرية إنسانية تفسر الظواهر المعقدة في العلاقات (Coulson & et.al., 2014, p: 135).

2- نظرية شبكات التواصل الاجتماعي: تدرس هذه النظرية كيف تتشكل العلاقات الاجتماعية وتؤثر على سلوك الأفراد. يمكن أن تساعد شبكات التواصل الاجتماعي في نشر المعلومات، وتسهيل التعاون، وبناء الثقة بين أفراد المجتمع، مما يساهم في تحقيق التنمية.

3- نظرية التواصل الاجتماعي وأثرها على علاقاتنا الشخصية والمهنية: (العبادي، 2023): تعد نظرية التواصل الاجتماعي أحد النظريات الأساسية في مجال علم الاجتماع وعلم النفس، وتركز هذه النظرية على دراسة كيفية تأثير الاتصال والتواصل بين الأفراد على علاقاتهم الشخصية والمهنية، إن فهم هذه النظرية يمكن أن يساهم في تحسين جودة التواصل وبناء علاقات أفضل في الحياة الشخصية والمهنية، ويشير التواصل الاجتماعي إلى تبادل المعلومات والأفكار والمشاعر بين الأفراد عن طريق اللغة والصوت والحركات الجسدية والتعبير الوجيه، وتحدث هذه العملية في مختلف السياقات، سواء كانت شخصية أو مهنية، مثل العلاقات العائلية، والصداقات، والعلاقات العاطفية، والعلاقات في مكان العمل.

تؤثر نظرية التواصل الاجتماعي على علاقاتنا الشخصية عن طريق تسليط الضوء على أهمية الاتصال الفعال والتواصل الجيد بين الأفراد، عندما نتواصل بشكل فعال وفهم آراء ومشاعر الآخرين، يمكننا بناء علاقات أكثر قوة وتفاهم، إن القدرة على التعبير عن الإحتياجات والمشاعر بصراحة والاستماع إلى الآخرين بصبر وتفهم هي عناصر أساسية في التواصل الفعال (زكي، 2012، ص: 9).

واحدة من النتائج الإيجابية للتواصل الاجتماعي الجيد هي بناء علاقات صحية ومستدامة، عندما نتعامل مع الآخرين بصدق واحترام ونتواصل بشكل جيد، فإنه يمكننا بناء علاقات تستند إلى الثقة والتعاون والتفاهم المتبادل، وهذه العلاقات القوية تساهم في زيادة السعادة والرضا الشخصي وتعزز الدعم الاجتماعي، بالإضافة إلى ذلك، نظرية التواصل الاجتماعي تؤثر أيضاً على علاقاتنا المهنية، ففهم كيفية التواصل بشكل فعال في بيئة العمل يمكن أن يساهم في تعزيز التعاون والفهم بين الزملاء والمدبرين، عندما يكون هناك تواصل جيد في مكان العمل، يمكن للفرق العمل أن تعمل بشكل أكثر كفاءة وتحقق نتائج أفضل، إن التواصل الجيد يساهم في

السلوك الاجتماعي وأشكاله الأولية Social Behavior Its elementary Forms Blau P. وبيتريلو 1959 والتبادل الاجتماعي والقوة في الحياة الاجتماعية عام 1964 Exchange and Power in Social Life وتطور نظرية التبادل الاجتماعي بشكلها الحالي (Nunkoo, 2016, P: 590).

وتقوم هذه النظرية على افتراض أساسي هو أن الأفراد دائماً ما يتفاعلون مع بعضهم البعض بطريقة عقلانية رشيدة، فيستمر الأفراد في علاقاتهم الاجتماعية طالما أن هذه العلاقات تحقق لهم الفوائد أو المكافآت التي تفوق التكلفة المترتبة عليها، وتشير هذه التكلفة إلى الإسهامات التي يقدمها الفرد كالجهد أو الخبرة أو الوقت؛ كما تشير المكافأة إلى الفوائد والمزايا التي يتمتع بها الفرد بعد أدائه للعمل كالأجور والحوافز والمكانة الاجتماعية والسلطة (Chia- An Tsai & Kang, 2019, P: 165) حيث تطرح هذه النظرية فكرة أن العلاقات الإنسانية تنشأ من حسابات غير موضوعية للتكلفة والمنفعة Cost-Benefit Analysis ومن مقارنة البدائل حيث أننا لا نتبادل الفوائد والمنافع المادية فقط بل نتبادل أيضاً المنافع غير الملموسة كالمشاعر والأمن (Gao & et. al., 2022, P: 2).

أهم المبادئ التي تركز عليها نظرية التبادل الاجتماعي:

- 1- الحياة الاجتماعية عبارة عن عملية أخذ وعطاء أي تبادل بين فردين أو جماعتين أو فرد وجماعة معينه.
- 2- العطاء الذي يقدمه فرد لآخر أو جماعة لأخرى هي الإلتزامات الملقاه على عاتقه، بينما الأخذ الذي يحصل عليه فرد من آخر أو جماعة من أخرى أو فرد من تنظيم معين هو الحقوق التي يتمتع بها الفرد بعد أدائه للإلتزامات المحددة (Coulson & et.al., 2014, p: 135).
- 3- تستمر العلاقات بين الفرد والتنظيم إذا توفر الإنصاف والمساواة بين الحقوق والواجبات (الأخذ والعطاء).
- 4- تتوتر العلاقات وقد تنقطع إذا إختل مبدأ المساواة بين الأخذ والعطاء بين الفرد والتنظيم.
- 5- يمكن تحويل الحقوق والواجبات (المدخلات والمخرجات) إلى بيانات كمية عند المقارنة بينهما.
- 6- إذا تكررت نفس الحقوق والواجبات التي يحصل عليها الفرد فإنها قد تصبح أقل قيمة بالنسبة له.
- 7- المقارنة بين الحقوق والواجبات لا تتم في المجالات المادية فقط بل تقام أيضاً في المجالات الروحية والعاطفية والقيمية والتقديرية، لذلك لا يمكن إعتبار نظرية التبادل الاجتماعي نظرية مادية بحتة بل هي نظرية أخلاقية قيمية ومعنوية (Paraskevidis & Andriotis, 2017, p: 29).

واستناداً لأفكار "مانويل كاستلز" إرتبطت بظهور الثورة المعلوماتية المعرفية ثورة رقمية، حيث أصبحت المعلومات والاتصالات سمات رئيسة حاسمة في حياة المجتمعات القادمة، وبناء عليها دخلت ميزان الأبحاث الفكرية سلسلة من المفاهيم والمصطلحات الجديدة، التي تعبر عن رؤى مغايرة وفهم آخر لروح المستقبل، وبالارتباط مع ذلك أصبح موضوع "مجتمع المعلومات" أو "المجتمع الشبكي"، مبحثاً فكرياً شائع ومهم ومتفاعل بذاته، بعد أن كان متضمن في جوانب دراسات سابقة لمجتمعات مستقبلية أخرى، وسرعان ماشهدنا ظهور مفاهيم أخرى مرافقة لمجتمع المعلومات، ومترابطة معه في التعبير عن التقدم العلمي والتكنولوجي.

يقول كاستلز "غالباً ما يوصف هذا المجتمع الناشئ بأنه مجتمع المعلومات أو مجتمع المعرفة، استنتج من هذا المصطلح ليس لأن المعرفة والمعلومات ليست مركزية في مجتمعنا ولكن لأنها كانت دائماً كذلك في جميع المجتمعات المعروفة تاريخياً، ولكن الجديد هو تقنيات أو تكنولوجيا الشبكات القائمة على الإلكترونيات الدقيقة، التي توفر قدرات جديدة لشكل قديم من التنظيم الاجتماعي، وهي الشبكات؛ لذا فإن مجتمع الشبكة العالمية هو مجتمعنا، وفهم منطقته على أساس التفاعل بين الثقافة والتنظيم والتكنولوجيا في تشكيل وتطوير الشبكات الاجتماعية والتكنولوجية هو مجال رئيس للبحث في القرن الحادي والعشرين (Castells, 2014, p: 70).

وينطلق هذا البحث في ضوء نظرية شبكات التواصل الاجتماعي والتي تشير الي أنه من خلال شبكات التواصل الاجتماعي يتاح للممارسين للعمل الاجتماعي التعبير عن آرائهم والمادة العلمية والمعلوماتية التي يقدمونها خارج اطار مؤسساتي كما تتوفر خدمات نشر المادة العلمية المكتوبة والمسموعة بشكل مبسط وبعيد عن صور التعقيد الأمر الذي يمكن السكان الريفين من الاستفادة بذلك المحتوى وإمكانية التواصل مع مسؤولي التنمية بشكل مباشر مما ينعكس بالأثر الايجابي على هؤلاء السكان وعلى تنمية مجتمعاتهم الريفية المحلية، مما يمكن من بناء الثقة بين أفراد المجتمع، ونشر الوعي بالقضايا التنموية وتبادل المعارف والخبرات وتسهيل التنظيم والتنسيق بين مختلف الجهات الفاعلة في المجتمع.

#### الدراسات السابقة:

دراسة عطية وآخرون (2022) بعنوان "الأثار الإيجابية والسلبية لشبكات التواصل الاجتماعي بريف محافظتي الإسماعيلية وبورسعيد" حيث هدفت إلى تحديد الأثار الإيجابية والسلبية لشبكات التواصل الاجتماعي على الشباب الريفي بمحافظتي الإسماعيلية وبورسعيد، وتم إجراء الدراسة على عينة بلغت 450 مفردة بطريقة العينة العشوائية الطبقية، وللحصول على البيانات المطلوبة تم استخدام الاستبيان الشخصي، واستخدمت الدراسة الأساليب الإحصائية كالأهمية النسبية، والمتوسطات الحسابية والهندسية، وأساليب العرض الجدولي والبياني لتحليل البيانات، وأوضحت أهم النتائج أن حوالي 59,1% من المبحوثين أكدوا على فائدة وسائل

تبادل المعلومات بشكل صحيح، وتوضيح التوقعات، وحل المشكلات، وتعزيز الروح الفريقية (زكي، 2012، ص: 10).

بالإضافة إلى ذلك، يمكن أن يؤثر التواصل الاجتماعي الجيد على نجاحنا في الحصول على فرص مهنية، عندما نستطيع التواصل بثقة وفعالية، فإننا نتمتع بالقدرة على التعبير عن أفكارنا ومهاراتنا وقدراتنا بشكل جيد، هذا يمكن أن يساعدنا في إقناع الآخرين بقيمتنا ويفتح أبواباً جديدة للتعاون والتطور المهني، لا يمكن إنكار أن التواصل السليم يلعب دوراً حاسماً في تحسين العلاقات الشخصية والمهنية، إذا أردنا بناء علاقات قوية ومثمرة، فإنه يجب علينا التركيز على تعلم مهارات التواصل الفعال، ويمكن أن يشمل ذلك تحسين قدرتنا على الاستماع الفعال، والتعبير عن أنفسنا بوضوح، وفهم التواصل غير اللفظي، مثل لغة الجسد والتعبير الوجهية؛ ولذا فإن نظرية التواصل الاجتماعي تشير إلى أهمية التواصل الجيد في علاقاتنا الشخصية والمهنية، من خلال تعلم مهارات التواصل الفعال والتطبيق العملي لهذه المهارات، يمكننا بناء علاقات صحية ومثمرة وتحقيق نجاحات شخصية ومهنية أكبر (زكي، 2012، ص: 10).

4- تحليل سوسيولوجي في ضوء نظرية "مانويل كاستلز": ارتبطت الاهتمامات السوسيولوجية بفضاء الشبكات الافتراضية تحديداً بظهور ثلاثية "كاستلز" حول عصر المعلومات، التي قدمت إطاراً مفاهيمياً جديداً لفهم التحولات الجذرية، التي بدأ يعيشها المجتمع العالمي؛ ولذلك رأى البعض أن هذه الثلاثية قد تضمنت تحليلاً شاملاً للآثار الاجتماعية التي أحدثتها الثورة الرقمية، وقد حاول كاستلز من خلال إنتاجه المعرفي هذا تحليل النمط المعلوماتي للتنمية، والتطور في المجتمعات الصناعية، متحاشياً استعمال مصطلح "مجتمع المعلومات" بقوله إن ما يشكل خاصية محورية في المجتمع الشبكي ليس الدور المركزي للمعرفة والمعلومات؛ ذلك أن المعرفة والمعلومات كانتا حاضرتين وأساسيتين في أي مجتمع، وعليه يجب أن نتخلى عن فكرة "مجتمع المعلومات" التي استخدمتها أنا نفسي لبعض الوقت، بوصفها غير دقيقة ومضللة، إن ما يمثل الجدة في عصرنا يكمن في مجموع التكنولوجيات المعلوماتية (Castells, 1996, p: 10-21).

ويؤكد كاستلز أن العولمة هي الشكل الذي يأخذ على عاتقه مهمة نشر المجتمع الشبكي على نطاق واسع، وتساعد تكنولوجيا الاتصالات الجديدة على التنفيذ الفعلي، وتشغيل حالة الشبكة المعقدة، كما أن الانتقال من الدولة القومية إلى حالة الشبكة هي عملية تنظيمية وسياسية مدفوعة بالتحول في الإدارة السياسية، والتمثيل والسيطرة في ظروف مجتمع الشبكة؛ لذا فإن ما نسميه العولمة هو طريقة أخرى للإشارة إلى مجتمع الشبكة، وإن كان أكثر وصفاً، وأقل تحليلاً مما ينطوي عليه مفهوم مجتمع الشبكة، الذي يمثل مجتمعاً من الأفراد المتصلين بالشبكة، والسمة المركزية لمجتمع الشبكة بشكل عام هي التحول في مجال الاتصال ووسائل الإعلام (Castells & Cardoso, 2005, p p: 4-18).

ويمكن الاستناد الى تلك الدراسات السابقة في تحديد بعض المتغيرات وتصور للعلاقات فيما بينها، وأساليب قياسها وصياغتها على شكل فروض بحثية، حيث أظهرت الدراسات السابقة وجود تأثير كبير لوسائل التواصل الاجتماعي في المجتمع بفئاته المختلفة، كما تم استعراض النظرية السوسولوجية الثقافية والسلوكية في تفسير دور وسائل التواصل الاجتماعي في التنمية المحلية.

#### الفرض البحثي:

يسهم كل متغير من المتغيرات المستقلة المتمثلة في كل من السن، المستوى التعليمي، المهنة، حجم الأسرة، الحيازة الأرضية الزراعية، الدخل، الخبرة المهنية، المشاركة بالمنظمات الاجتماعية، درجة التفاعل المعرفي، درجة إنتماء المبحوث للمجتمع المحلي، عدد سنوات وجود إنترنت بالمنزل، عدد الأجهزة الإلكترونية المتصلة بالإنترنت، عدد ساعات الاتصال بالإنترنت، عدد مستخدمي الإنترنت بأسرة المبحوث، حجم الإنفاق على الإنترنت، درجة الرضا عن الخدمات في المجتمع المحلي؛ إسهاماً متفرداً في شرح جزء من التباين في درجات متغير تحليل مستخدم وسائل التواصل الاجتماعي للحصول على المعلومات والمعارف التتموية (المتغير التابع). وتم إختبار الفرض البحثي في صورته الصفرية.

#### الطريقة البحثية:

**1- منهجية البحث:** إتمد هذا البحث على منهج المسح الاجتماعي.

**2- منطقة البحث:** أجري هذا البحث بمنطقة أبيس الأولى والثانية بمحافظة الاسكندرية والتي تعتبر الظهير الريفي للمحافظة، وتتوافر بها بعض الخدمات أكثر من باقي المناطق، وتتميز بقربها من مدينة الاسكندرية وهو ما يسهل من الانتقال والتردد عليها وجمع البيانات.

**3- الشاملة والتصميم العيني:** تم استخدام طريقة العينة العشوائية البسيطة من منطقة أبيس كظهير ريفي لمحافظة الاسكندرية لإجراء البحث، وحيث أن إجمالي عدد الأسر بمنطقة أبيس الأولى 5000 أسرة، وعدد الأسر 15100 أسرة بمنطقة أبيس الثانية، وبالتالي يكون إجمالي الشاملة هو 20100 أسرة (أنظر جدول 1). وحيث أن المستهدف من العينة هم أرباب الأسر من المنطقتين، فقد تم حساب الأهمية النسبية لإجمالي عدد الأسر في كلا المنطقتين لتحديد مفردات العينة، وبذلك أصبحت الأهمية النسبية لمنطقة أبيس الأولى 24.9% من شاملة الأسر، و 75.1% لمنطقة أبيس الثانية (أنظر جدول 2)، وقد تم تحديد حجم عينة المبحوثين من أرباب الأسر إستناداً إلي معادلة معادلة هيربرت اركن وبلغ إجمالي حجم العينة 380 مفردة.

التواصل الاجتماعي وخاصة في تكوين صداقات جديدة، ثم التقارب الأسرى بنسبة 52%، ثم معرفه المستجديات الزراعية بنسبة 49,6%، أن قرابة 74,5% من المبحوثين أجمعوا على أن سلبيات شبكات التواصل الاجتماعي تتمثل في أنها وسيلة للتفكك الأسرى، كما أنها تساعد على هدم القيم والمبادئ، ويليها أنها مضيعه للوقت كما أنها تؤدي لانتشار جرائم العنف وتؤدي لنشر التكاثر والعزلة والهروب من الواقع.

**دراسة أحمد (2022):** بعنوان وسائل التواصل الاجتماعي والحركات الاجتماعية: تحليل سوسولوجي في ضوء نظرية "مانويل كاستلز". هدف البحث بشكل رئيسي إلى الكشف عن تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على تشكيل الحركة الاجتماعية، وكيف غيرت من مفهومها وخصائصها وشروط تواجدها، وركزت على الأفكار والمقولات السوسولوجية لعالم الاجتماع الأسباني مانويل كاستلز حول المجتمع الشبكي الرقمي، بالإعتماد على المنهج الوصفي، مستخدماً أداة الاستبيان كأداة لجمع البيانات، وبها مقياس اتجاهات، طبقت الدراسة على عينة من النخبة الأكاديمية والاجتماعية والإعلامية بلغت (120) مفردة، وتوصلت نتائج البحث إلى أن وسائل التواصل الاجتماعي ساهمت بشكل أساسي في حدوث تحولات وتغيرات جوهرية من تعبئة وحشد وتنظيم عمل الحركة الاجتماعية، حيث اعتمدت الحركات الرقمية على الآليات التكنولوجية الحديثة في نشر أهدافها ومتطلباتها وصولاً إلي تحقيق نجاحها، كما اتاحت هذه الوسائل الفرصة للجماعات الصامتة بالمشاركة وإبداء الرأي تجاه القضايا المجتمعية والمشاركة في صنع القرار.

**دراسة منصور (2022):** بعنوان "شبكات التواصل الاجتماعي: مدخل نظري لفهم الإيجابيات والسلبيات" استهدف البحث تسليط الضوء على أبرز وسائل الإعلام الرقمي المتمثلة في شبكات التواصل الاجتماعي المتنوعة، من خلال الوقوف على الخلفية التاريخية لهذه الشبكات الاجتماعية، وأهم منصات ومواقعها، وكذا التركيز في رصد إيجابياتها وسلبياتها المترتبة عند استخدامها من قبل المشتركين. وتوصل البحث إلى أن موقع الفيس بوك من الشبكات الاجتماعية الأكثر استخداماً في العالم حسب التقرير العالمي لسنة 2021 ب 2.8 مليار مستخدم نشط، يليه موقع اليوتيوب ب 2.3 مليار مستخدم نشط. كما أنها أصبحت حتمية في الحياة اليومية، فهي تساهم في إرسال الأخبار والمعلومات والصور والفيديوهات دون قيود قانونية، كما تمكن مستخدميها من تبادل الأفكار والمعلومات بسهولة وبسرعة فائقة، وهذا لإتاحتها فرصة التسجيل والاشتراك في مختلف فضائياتها وتطبيقاتها الإلكترونية بشكل مجاني.

$$n = \frac{p(1-p)}{(SE \div t) + [p(1-p) \div N]}$$

N	حجم المجتمع
T	الدرجة المعيارية المقابلة لمستوى الدلالة 0.95 وتساوي 1.96
SE	نسبة الخطأ وتساوي 0.05
p	نسبة توفر الخاصية والمحايدة = 0.50

جدول 1- شاملة إجمالي عدد الأسر بمنطقتي أبيس الأولى والثانية

البيان	منطقة أبيس الأولى	منطقة أبيس الثانية
مساحة القرية	840 فدان	1613 فدان
عدد السكان	21240 نسمة	55214 نسمة
عدد الأسر	5000 أسرة	15100 أسرة
إجمالي عدد الأسر	20100 أسرة	

المصدر: مركز دعم واتخاذ القرار بمحافظة الاسكندرية، 2024.

جدول 2- العينة البحثية من عدد الأسر بمنطقتي أبيس الأولى والثانية

البيان	منطقة أبيس الأولى	منطقة أبيس الثانية
مساحة القرية	840 فدان	1613 فدان
عدد السكان	21240 نسمة	55214 نسمة
عدد الأسر	5000 أسرة	15100 أسرة
الأهمية النسبية من شاملة الأسر	24.9%	75.1%
عدد مفردات العينة	97 مفردة	283 مفردة
إجمالي مفردات العينة	380 مفردة	

المصدر: جمعت وحسبت من مركز دعم واتخاذ القرار بمحافظة الاسكندرية، 2024.

إدخالها في الحاسب الآلي تمهيداً لتحليلها وذلك بالاستعانة بالبرنامج الإحصائي SPSS وأيضاً برنامج Microsoft Excel. 5- أساليب تحليل البيانات: استخدم أكثر من أسلوب إحصائي لتحقيق أهداف البحث وإختبار فروضه حيث استخدمت بعض الأساليب الإحصائية الوصفية مثل النسب المئوية، والمتوسط الحسابي، والانحراف المعياري، وجداول التوزيع التكراري وذلك لعرض ووصف البيانات كما تم استخدام معامل ارتباط "بيرسون" البسيط Correlation Coefficient Pearson's لتتعرف علي العلاقات الارتباطية البسيطة المحتملة بين المتغيرات البحثية المقاسة علي المستوي الفترى Interval وتم استخدام الدرجات المعيارية (Z Score)، بمتوسط حسابي (صفر) وإنحراف معياري مقداره (1) وذلك لتكوين المتغيرات البحثية المركبة Composite Variable، وذلك لإختلاف وحدات القياس المستخدمة في قياس محاور هذه المتغيرات المركبة، ثم استخدمت الدرجات التائية (T Score)، لمعايرة بعض المتغيرات المركبة وذلك بتحويل قيم الدرجات المعيارية إلي درجات تائية بمتوسط حسابي (50) وإنحراف معياري مقداره (10)، وقد استخدم معامل الثبات (ألفا) لقياس درجة

4- أساليب جمع البيانات: تم استخدام مصادر البيانات الثانوية المتاحة: عن طريق المصادر الرسمية مثل بيانات وتقارير وزارة الزراعة واستصلاح الأراضي وتقارير الجهاز المركزي للتعبئة العامة والإحصاء ومديرية الزراعة بمنطقة البحث وكذلك بيانات وتقارير إدارات شؤون التعاون الزراعي المختلفة بالإضافة إلي البيانات التي تم الحصول عليها من مراكز الدعم الفني بمنطقة البحث.

ولتحقيق أهداف هذا البحث تم تصميم صحيفة استبيان خاصة بعينة أرباب الأسر في منطقة البحث، وقد تم إجراء إختبار قبلي "Pre-Test" لبنود الإستبيان على 15 مفردة ببعض قري منطقة أبيس غير المختارة في العينة وذلك للتأكد من صدق الأسئلة ومدى فهم المستبين للغةها، وفي ضوء نتائج هذا الإختبار تم حذف وتعديل بعض البنود ووضعها في صورتها النهائية، وقد تم جمع البيانات من أفراد العينة البحثية المختارة في الفترة من بداية شهر إبريل 2024 وحتى منتصف شهر ديسمبر 2024 عن طريق المقابلة الشخصية، وبعد الإنتهاء من جمع البيانات ومراجعتها تم تصميم دليل لترميزها، وعلي أساسه تم تفرغ البيانات يدوياً، ثم تم

الدرجات القيمية 3، 2، 1 علي الترتيب. وكذلك سؤالا عن نوعية عضويته وقد أعطيت الأستجابات رئيس مجلس إدارة، عضو مجلس إدارة، وتم جمعها جمعاً جبرياً وتراوحت درجات المدى النظري ما بين (24 - 64)، وبلغت قيمة معامل الثبات (0.789).

**10- درجة التفاعل المعرفي:** وهي مدى التواصل والنشاط المعرفي الثقافي والجغرافي في نطاق المجتمع المحلي وكذلك خارجه، وتم قياسه من خلال توجيه 11 عبارة للمبحوث، وقد أعطيت الإستجابات دائماً، أحياناً، نادراً، لا. وقد أعطيت الدرجات القيمية 4، 3، 2، 1. وتم جمعها جمعاً جبرياً وتراوحت درجات المدى النظري ما بين (11 - 44)، وبلغت قيمة معامل الثبات (0.887).

**11- درجة إلتناء المبحوث للمجتمع المحلي:** وتم قياس هذا المتغير من خلال عشرة بنود، وقد تضمنت الإجابات (نعم، إلی حد ما، لا)، ولما كان المقياس يتكون من بنود موجبة الإتجاه وأخري سالبة الإتجاه فقد تم ترميز الإستجابات كالتالي: بالنسبة للبنود الموجبة (نعم = 3، إلی حد ما = 2، لا = 1) وهي البنود 3، 4، 8، 9 وبالنسبة للبنود السالبة (نعم = 1، إلی حد ما = 2، لا = 3) وهي البنود 1، 2، 5، 6، 7، 10. وتم جمعها جمعاً جبرياً وتراوحت درجات المدى النظري ما بين (10 - 30)، وبلغت قيمة معامل الثبات (0.856).

**12- عدد سنوات وجود إنترنت بالمنزل:** وهو المدة الزمنية من وقت دخول خدمة الإنترنت بمنزل المبحوث، وهو رقم مطلق بالسنوات.

**13- عدد الأجهزة الإلكترونية المتصلة بالإنترنت:** وهو عدد الأجهزة الإلكترونية التي يحوزها المبحوث وتتصل بالإنترنت، وهو رقم مطلق بالأعداد.

**14- عدد ساعات الإتصال بالإنترنت:** وهي الفترة الزمنية التي يتصل بها المبحوث بالإنترنت لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي يومياً، وهو رقم مطلق بعدد الساعات.

**15- عدد مستخدمي الإنترنت بأسرة المبحوث:** وهو رقم مطلق بعدد الأفراد.

**16- حجم الإنفاق على الإنترنت:** وهو عدد الوحدات النقدية المنفقة على خدمات الإنترنت شهرياً، وهو رقم مطلق بالجنية المصري.

**17- درجة الرضا عن الخدمات في المجتمع المحلي:** تم قياسه من مقياس يتكون من 20 خدمة، وقد أعطيت الإستجابات التالية: توجد، لا توجد. الدرجات القيمية 2، 1 علي الترتيب، وفي حالة توجد أعطيت الإستجابات التالية: كافية، لحد ما، غير كافية وأعطيت الدرجات القيمية 3، 2، 1 علي الترتيب، وكذلك الإستجابات راضي، راضي لحد ما، غير راضي، وأعطيت الدرجات القيمية

ثبات بعض المقاييس المركبة بطريقة كرونباخ Cronbach's Alpha، كما تم إستخدام طريقة التجزئة النصفية Split - Half، لقياس درجة ثبات بعض المقاييس وذلك بإستخدام معامل الارتباط البسيط "بيرسون" Pearson's Correlation Coefficient، ثم تطبق معادلة سبيرمان وبراون Spearman-Brown. كما تم إستخدام اسلوب تحليل الإنحدار الخطي المتعدد Multiple Regression، وكذلك استخدم اسلوب تحليل الإنحدار المتعدد التدريجي المساعد لإستكشاف نسبة الإسهام الفريد لكل متغير مستقل معنوي كل علي حده في شرح جزء من التباين في المتغير التابع Step-Wise Multiple Regression (Forward Solution).

#### 6- التعريفات الإجرائية وقياس المتغيرات البحثية:

**1- السن:** يقصد به المرحلة السنوية التي وصل إليها المبحوث منذ الميلاد حتى وقت إجراء البحث، وتم قياسه من خلال سؤال المبحوث عن سنه، وهو رقم مطلق.

**2- المستوى التعليمي:** هو عبارة عن عدد السنوات الرسمية التي أتمها المبحوث بنجاح خلال مراحل التعليم الأكاديمي المختلفة وقد تم قياس هذا المتغير من خلال سؤال المبحوث عن المرحلة التعليمية التي وصل إليها، وهو رقم مطلق بعدد سنوات التعليم.

**3- المهنة:** وتم قياسها من خلال سؤال المبحوث عن مهنته، سواء كانت الزراعة، موظف، تاجر، حرفي (حداد، نجار...إلخ) وقد أعطيت الرموز 4، 3، 2، 1 على الترتيب.

**4- الحالة الزوجية:** وتم قياسه من خلال سؤال المبحوث عن حالته الاجتماعية من حيث كونه متزوج، أرمل، مطلق، أعزب، وقد أعطيت الرموز 4، 3، 2، 1 على الترتيب.

**5- حجم الأسرة:** ويقصد بها عدد أفراد أسرة المبحوث. وتم قياسه من خلال سؤال المبحوث عن عدد أفراد أسرته، وهو رقم مطلق بالأعداد.

**6- الحياة الأراضية الزراعية للمبحوث:** ويقصد بها إجمالي عدد الأقدنة الزراعية، التي تحوزها أسرة المبحوث سواء كانت مملوكة أو مشاركة أو مستأجرة من الغير، وقد تم قياسه من خلال سؤال المبحوث عن إجمالي الحياة المزرعية الخاصة بأسرته، وهي أرقام مطلقة بالفدان.

**7- الدخل:** وتم قياسه من خلال سؤال المبحوث عن الدخل الشهري وهو رقم مطلق بالجنية المصري.

**8- الخبرة المهنية:** وتم قياسه من خلال سؤال المبحوث عن عدد سنوات ممارسة مهنته وهو رقم مطلق بالسنوات.

**9- المشاركة بالمنظمات الاجتماعية:** وتم قياسه من خلال سؤاله عن مدى عضويته بخمسة منظمات، وقد أعطيت الأستجابات عضو، وغير عضو وأعطيت الدرجات القيمية 2، 1 علي الترتيب. وكذلك سؤال المبحوث عن درجة مشاركته في كل من المنظمات السابقة، وقد أعطيت الاستجابات كبيرة، متوسطة، قليلة وأعطيت

2- **المستوى التعليمي:** يتبين من بيانات نفس الجدول أن 32.6% من أفراد العينة البحثية المستوي التعليمي لهم منخفض، في حين أن 14% تقريباً منهم المستوي التعليمي لهم متوسط، أما باقي أفراد العينة البحثية والبالغ نسبتهم 53% تقريباً فإن المستوي التعليمي لهم مرتفع.

3- **المهنة:** يتبين من بيانات نفس الجدول أن 23.4% من أفراد العينة البحثية حرفيين، في حين أن 16.3% منهم تجار، في حين أن 24.2% منهم موظفين، أما باقي أفراد العينة البحثية والبالغ نسبتهم 36% تقريباً مزارعين.

4- **الحالة الزوجية:** يتبين من بيانات نفس الجدول أن 13.4% من أفراد العينة البحثية الحالة الاجتماعية لهم أعزب، في حين أن 6.3% منهم الحالة الاجتماعية لهم مطلق، في حين أن 6.6% منهم الحالة الاجتماعية لهم أرمل، أما باقي أفراد العينة البحثية والبالغ نسبتهم 73% تقريباً متزوجين.

5- **حجم الأسرة:** يتبين من بيانات نفس الجدول أن 11.3% من أفراد العينة البحثية حجم أسرتهم صغير، في حين أن 49.7% منهم حجم أسرتهم متوسط، في حين أن 38.9% منهم حجم أسرتهم كبير.

6- **الحيازة الأرضية الزراعية:** يتبين من بيانات نفس الجدول أن 56.3% من أفراد العينة البحثية ليس لديهم حيازة أرضية، في حين أن 38% تقريباً منهم لديهم حيازات متوسطة، في حين أن 5.5% منهم حجم حيازتهم الأرضية كبيرة.

7- **الدخل الشهري للمبحوث:** يتبين من بيانات نفس الجدول أن 14% تقريباً من أفراد العينة البحثية الدخل الشهري لديهم أقل من 3000 جنيه، في حين أن 62.4% منهم الدخل الشهري يتراوح بين 3000 لأقل من 6000 جنيه، في حين أن 23.4% منهم الدخل الشهري 6000 جنيه فأكثر.

8- **الخبرة المهنية للمبحوث:** يتبين من بيانات نفس الجدول أن 14.5% من أفراد العينة البحثية الخبرة المهنية لديهم أقل من 6 سنوات، في حين أن 44% تقريباً منهم الخبرة المهنية لديهم تتراوح من 6 لأقل من 20 سنة، أما باقي أفراد العينة البحثية فإن الخبرة المهنية لديهم 20 سنة فأكثر.

1، 2، 3، 4 علي الترتيب. وتم جمعها جمعاً جبرياً وتراوحت درجات المدى النظري ما بين (11 - 44)، وبلغت قيمة معامل الثبات (0.795).

18- **تحليل مستخدم وسائل التواصل الاجتماعي للحصول على المعلومات والمعارف التلموية:** وهو وصف تشريحي لاستخدام المبحوث للإنترنت واستفادته منه في المجالات التلموية بالمجتمع الريفي المحلي، من خلال سؤاله عن أكثر وقت يقوم فيه باستخدام الإنترنت (صباحاً نهياً، مساءً، بعد منتصف الليل)، وأعطيت الدرجات القيمة 4، 3، 2، 1، على الترتيب، وسؤاله عن الجهاز المفضل لديه لاستخدام الإنترنت (الهاتف الذكي، الحاسب الآلي اللوحي، Tablet، حاسب آلي مكتبي Desktop Computer، حاسب آلي محمول Laptop، تليفزيون ذكي Smart TV)، وإعطيت الاستجابات (مفضل، أحياناً، نادراً، لا) وأعطيت الدرجات القيمة 4، 3، 2، 1 على الترتيب، وسؤاله عن وأكثر وسائل التوصل الاجتماعي أو المواقع الإلكترونية تردداً عليها (مواقع إلكترونية دراسية، مواقع إلكترونية للألعاب، مواقع خدمات حكومية، مواقع بث تليفزيوني، مواقع إخبارية، خدمات GPS، Whats App، Facebook، Twitter، Instagram، YouTube، Tictok)، وأعطيت الاستجابات (كثيراً، أحياناً، نادراً، لا) وأعطيت الدرجات القيمة 4، 3، 2، 1 على الترتيب، وسؤاله عن درجة استفادته من المواقع السابقة في الحصول على المعارف والمعلومات المتعلقة بالمجالات التلموية المختلفة (الزراعية، الصحية، الاقتصادية، التعليمية، الصناعية)، وأعطيت الاستجابات (كبيرة، متوسطة، قليلة، لا)، وأعطيت الدرجات القيمة 4، 3، 2، 1، على الترتيب. وتم جمعها جمعاً جبرياً وتراوحت درجات المدى النظري ما بين (10 - 30)، وبلغت قيمة معامل الثبات (0.882).

القسم الأول: النتائج الوصفية للمبحث:

وصف عينة البحث: الخصائص الاجتماعية والاقتصادية للمبحوثين:

1- **السن:** يتبين من بيانات (جدول 3) أن 34% من أفراد العينة البحثية في مرحلة الشباب حيث تتراوح أعمارهم من (22 لأقل من 36 سنة)، في حين أن 47% تقريباً منهم في منتصف العمر حيث تتراوح أعمارهم من (36 لأقل من 49 سنة)، أما باقي أفراد العينة البحثية والبالغ نسبتهم 19% تقريباً فإن أعمارهم 50 سنة فأكثر.

جدول 3- التوزيع العددي والنسبي للخصائص الاجتماعية والاقتصادية المميزة للمبحوثين

الأهمية النسبية		فئات المتغير	الأهمية النسبية		فئات المتغير
العدد	%		العدد	%	
		المستوى التعليمي			السن
124	32.6	منخفض (2 لأقل من 7) سنة	129	34.0	منخفض (22 لأقل من 36) سنة
54	14.2	متوسط (7 لأقل من 12) سنة	178	46.8	متوسط (36 لأقل من 49) سنة
202	53.2	مرتفع (12 لأقل من 16) سنة	73	19.2	50 سنة فأكثر
380	100.0	الإجمالي	380	100.0	الإجمالي

الحالة الزوجية		المهنة	
13.4	51	أعزب	23.4 89
6.8	26	مطلق	16.3 62
6.6	25	أرمل	24.2 92
73.2	278	متزوج	36.1 137
<b>100.0</b>	<b>380</b>	<b>الإجمالي</b>	<b>100.0 380</b>
الحيازة الأرضية الزراعية		حجم الأسرة	
56.3	214	لا يحوز	11.3 43
38.2	145	متوسطة (1 لأقل من 3 فدان)	49.7 189
5.5	21	كبيرة (3 فدان فأكثر)	38.9 148
<b>100.0</b>	<b>380</b>	<b>الإجمالي</b>	<b>100.0 380</b>
الخبرة المهنية		الدخل الشهري	
14.5	55	أقل من 6 سنوات	14.2 54
44.2	158	متوسط (6 لأقل من 20 سنة)	62.4 237
41.3	157	مرتفع (20 سنة فأكثر)	23.4 89
<b>100.0</b>	<b>380</b>	<b>الإجمالي</b>	<b>100.0 380</b>

المصدر: جمعت وحسبت من بيانات الدراسة الميدانية 2024

9- المشاركة بالمنظمات الاجتماعية: يتبين من بيانات (جدول 4) أن 43.7% من أفراد العينة البحثية أعضاء في الجمعية التعاونية الزراعية، في حين أن 56.3% منهم غير أعضاء، حيث أن 5.4% منهم درجة مشاركتهم كبيرة، في حين أن 16% تقريباً درجة مشاركتهم متوسطة، أما 78.3% منهم درجة مشاركتهم قليلة. كما تبين أن 36% تقريباً من أفراد العينة البحثية أعضاء في الوحدة المحلية، في حين أن 64% تقريباً منهم غير أعضاء، حيث أن 12% منهم درجة مشاركتهم كبيرة، في حين أن 62% تقريباً درجة مشاركتهم متوسطة، أما 26.5% تقريباً منهم درجة مشاركتهم قليلة.

مشاركتهم قليلة. كما تبين أن 32% تقريباً من أفراد العينة البحثية أعضاء في نقابات مهنية، في حين أن 68% تقريباً منهم غير أعضاء، حيث أن 24% تقريباً درجة مشاركتهم كبيرة، في حين أن 19.5% درجة مشاركتهم متوسطة، أما باقي الأعضاء درجة مشاركتهم قليلة. كما تبين أن 39% تقريباً من أفراد العينة البحثية أعضاء في مجالس الآباء والأمناء بالمدارس، في حين أن 61% تقريباً منهم غير أعضاء، حيث أن 21% منهم درجة مشاركتهم كبيرة، في حين أن 47% تقريباً درجة مشاركتهم متوسطة، أما 32% درجة مشاركتهم قليلة.

#### جدول 4- التوزيع العددي والنسبي للمبحوثين وفقاً للمشاركة بالمنظمات الاجتماعية

المنظمات الاجتماعية	حالة العضوية			نوع العضوية			درجة المشاركة			الإجمالي
	عضو	غير عضو	رئيس	عضو مجلس	عادي	كبيرة	متوسطة	قليلة		
	العدد	%	العدد	%	العدد	%	العدد	%	العدد	%
الجمعية التعاونية الزراعية	166	43.7	214	56.3	2	1.2	11	6.6	153	92.1
الوحدة المحلية	136	35.8	244	64.2	1	0.7	23	16.9	112	82.4
نقابات مهنية	123	32.4	257	67.6	8	6.5	22	17.9	93	75.6
مجالس الآباء والأمناء بالمدارس	147	38.7	233	61.3	7	4.8	24	16.3	116	78.9
جمعية تنمية المجتمع المحلي	113	29.7	267	70.3	4	3.5	24	21.2	85	75.3
مراكز الشباب	119	31.3	261	68.7	6	5.0	26	21.8	87	73.2

المصدر: جمعت وحسبت من بيانات الدراسة الميدانية 2024

كما تبين أن 30% تقريباً من أفراد العينة البحثية أعضاء في جمعية تنمية المجتمع المحلي، في حين أن 70% تقريباً غير أعضاء، حيث أن 25% منهم درجة مشاركتهم كبيرة، في حين أن 44% تقريباً درجة مشاركتهم متوسطة، أما 31% درجة مشاركتهم قليلة. كما تبين أن 31% تقريباً من أفراد العينة البحثية أعضاء في مراكز الشباب، في حين أن 69% تقريباً منهم غير أعضاء، حيث أن 27% منهم درجة مشاركتهم كبيرة، في حين أن 36% تقريباً

درجة مشاركتهم متوسطة، أما 37% تقريباً منهم درجة مشاركتهم قليلة.

كما يتبين من بيانات (جدول 5) أن 66% تقريباً من أفراد العينة البحثية درجة مشاركتهم في المنظمات الاجتماعية منعدمة، في حين أن 14.5% درجة مشاركتهم منخفضة، في حين أن 13% تقريباً درجة مشاركتهم متوسطة، أما باقي أفراد العينة البحثية فإن درجة مشاركتهم كبيرة.

جدول 5- التوزيع العددي والنسبي للمبحوثين وفقاً لفئات درجة المشاركة بالمنظمات الاجتماعية

الأهمية النسبية		فئات درجة المشاركة بالمنظمات الاجتماعية	
العدد	%		
251	66.1	منعدمة	
55	14.5	منخفضة (18 لأقل من 25)	
49	12.9	متوسطة (25 لأقل من 33)	
25	6.5	كبيرة (33 لأقل من 39)	
<b>380</b>	<b>100.0</b>	<b>الإجمالي</b>	

المصدر: جمعت وحسبت من بيانات الدراسة الميدانية 2024

**10- درجة التفاعل المعرفي:** يتبين من بيانات (جدول 6) أن 31% و 40% و 54% تقريباً من أفراد العينة البحثية يحضرون في الأسواق خارج القرية ويشتررون أي قطع غيار لمواتير الري أو مستلزمات من خارج القرية، ويشاركون بصفة دائمة في معظم المناسبات (زواج، عزاء) خارج القرية على الترتيب، وأن 51% منهم يترددون بصفة دائمة علي المحافظة لأن معظم المصالح الحكومية هناك، وأن 36% و 38% و 48% منهم يتابعون الأخبار في الأنترنت والريديو والتلفزيون بصفة دائمة على الترتيب، في حين أن 25% و 40% تقريباً لا يشتررون الجرائد أو المجلات أو الكتب على الترتيب، وأن 20% منهم لا يحضرون أي اجتماع خاص بشئون البلد.

جدول 6- التوزيع العددي والنسبي للمبحوثين وفقاً لدرجة التفاعل المعرفي

العبارة		دائماً		أحياناً		نادراً		لا		الإجمالي	
العدد	%	العدد	%	العدد	%	العدد	%	العدد	%	العدد	%
119	31.3	32	8.4	205	53.9	24	6.3	380	100.0	380	100.0
66	17.4	103	27.1	164	43.2	47	12.4	380	100.0	380	100.0
153	40.3	62	16.3	130	34.2	35	9.2	380	100.0	380	100.0
192	50.5	51	13.4	114	30.0	23	6.1	380	100.0	380	100.0
146	38.4	75	19.7	112	29.5	47	12.4	380	100.0	380	100.0
95	25.0	90	23.7	119	31.3	76	20.0	380	100.0	380	100.0
81	21.3	85	22.4	120	31.6	94	24.7	380	100.0	380	100.0
184	48.4	61	16.1	98	25.8	37	9.7	380	100.0	380	100.0
74	19.5	84	22.1	73	19.2	149	39.2	380	100.0	380	100.0
140	36.8	87	22.9	108	28.4	45	11.8	380	100.0	380	100.0
205	53.9	53	13.9	102	26.8	20	5.3	380	100.0	380	100.0

المصدر: جمعت وحسبت من بيانات الدراسة الميدانية 2024

كما يتبين من بيانات (جدول 7) أن 7.4% من أفراد العينة البحثية درجة التفاعل المعرفي لديهم منخفضة، في حين أن 24.4% تقريباً درجة التفاعل المعرفي لديهم كبيرة. 68% تقريباً درجة التفاعل المعرفي لديهم مشاركتهم متوسطة، في حين أن 24.4% تقريباً درجة التفاعل المعرفي لديهم كبيرة.

**جدول 7- التوزيع العددي والنسبي للمبحوثين وفقاً لصفات درجة التفاعل المعرفي**

الأهمية النسبية		فئات درجة التفاعل المعرفي
العدد	%	
28	7.4	منخفضة (11 لأقل من 22)
259	68.2	متوسطة (22 لأقل من 33)
93	24.4	كبيرة (33 لأقل من 44)
<b>380</b>	<b>100.0</b>	<b>الإجمالي</b>

المصدر: جمعت وحسبت من بيانات الدراسة الميدانية 2024

**11- درجة إنتماء المبحوث للمجتمع المحلي:** كما يتبين من بيانات (جدول 8) أن 74% تقريباً من أفراد العينة البحثية يتمنون سفر أولادهم لدولة عربية ويتركوا القرية، وأن 44% تقريباً منهم لو عنده بيت وأرض في بلده الأصلية لتمنى الرجوع إليها، وأن 38% يؤكّدون على إنتشار الوساطة والمحسوبية، وأن 28% و29% يرى أن قريته لا تشجع على المعيشة بها وأن ظروف القرى المجاورة أفضل من قريته على الترتيب، في حين أن 21% و23% و30%

من أفراد العينة ينفي وجود وساطة أو محسوبية، وأن قريته أفضل قرية في مصر، وأن ظروف قريته أفضل من القرى المجاورة. كما يتبين من جدول 9- أن 16.8% من أفراد العينة البحثية درجة انتمائهم للمجتمع المحلي منخفضة، في حين أن 67% تقريباً درجة الانتماء لديهم متوسطة، في حين أن 16.3% درجة انتمائهم للمجتمع المحلي كبيرة.

**جدول 8- التوزيع العددي والنسبي للمبحوثين وفقاً لدرجة إنتماء المبحوث للمجتمع المحلي**

العبارات	درجة الإنتماء					
	نعم		إلى حد ما		لا	
	العدد	%	العدد	%	العدد	%
1-أنت شايف إن القرية دي مشاكلها كتير وماتشجعش علي المعيشة فيها.	109	28.7	217	57.1	54	14.2
2-تتووع دائما بالأرق والتوتر وعدم الرضا عن المعيشة داخل القرية.	167	43.9	146	38.4	67	17.6
3-تتووع أن القرية دي بعد خمس سنين حالها هيتغير وحتصبح أحسن بكثير.	140	36.8	177	46.6	63	16.6
4-أنت مش ندمان انك جيت عشت هنا في القرية.	123	32.4	156	41.1	101	26.6
5-شايف أن القرية دي من 10 سنين هي زي ما هي وما بتتقدمش خالص.	137	36.1	164	43.2	79	20.8
6-أنت شايف أن ظروف القرى المجاورة أحسن من القرية دي بكثير.	107	28.2	159	41.8	114	30.0
7-التعاون والتكافل بينا وبين بعض داخل القرية أصبح بلا جدوى.	278	73.2	80	21.1	22	5.8
8-انت حاسس إن البلد هنا هي المكان اللي بتتنمي له فعلاً.	149	39.2	187	49.2	44	11.6
9-أنت في نظرك قريتك أحسن قرية في مصر.	105	27.6	187	49.2	88	23.2
10-الأمر في قريتك ماشية بالوساطة والمحسوبية مش بالأصول.	144	37.9	156	41.1	80	21.1

المصدر: جمعت وحسبت من بيانات الدراسة الميدانية 2024

**جدول 9- التوزيع العددي والنسبي للمبحوثين وفقاً لصفات درجة إنتماء المبحوث للمجتمع المحلي**

الأهمية النسبية		فئات درجة إنتماء المبحوث للمجتمع المحلي
العدد	%	
64	16.8	منخفضة (15 لأقل من 20)
254	66.9	متوسطة (20 لأقل من 25)
62	16.3	كبيرة (25 لأقل من 29)
<b>380</b>	<b>100.0</b>	<b>الإجمالي</b>

المصدر: جمعت وحسبت من بيانات الدراسة الميدانية 2024

**12- عدد سنوات وجود إنترنت بالمنزل:** كما يتبين من بيانات (جدول 10) أن 43.2% من أفراد العينة البحثية عدد سنوات وجود إنترنت بالمنزل أقل من 5 سنوات، في حين أن 50.2% تقريباً عدد سنوات وجود إنترنت بالمنزل من 5 سنوات، في حين أن 6.6% عدد سنوات وجود إنترنت بالمنزل عشر سنوات فأكثر.

**جدول 10- التوزيع العددي والنسبي للمبحوثين وفقاً لفئات عدد سنوات وجود إنترنت بالمنزل**

الأهمية النسبية		فئات عدد سنوات وجود إنترنت بالمنزل
العدد	%	
164	43.2	منخفضة أقل من 5 سنوات
191	50.2	متوسطة (5 لأقل من 10) سنوات
25	6.6	كبيرة (10 سنوات فأكثر)
<b>380</b>	<b>100.0</b>	<b>الإجمالي</b>

المصدر: جمعت وحسبت من بيانات الدراسة الميدانية 2024

**13- عدد الأجهزة الإلكترونية المتصلة بالإنترنت:** كما يتبين من بيانات (جدول 11) أن 35.5% من أفراد العينة البحثية عدد الأجهزة الإلكترونية المتصلة بالإنترنت تتراوح بين جهاز واحد إلى ثلاثة أجهزة، في حين أن 48.2% عدد الأجهزة الإلكترونية المتصلة بالإنترنت تتراوح من خمسة إلى ستة أجهزة.

**جدول 11- التوزيع العددي والنسبي للمبحوثين وفقاً لفئات عدد الأجهزة الإلكترونية المتصلة بالإنترنت**

الأهمية النسبية		فئات عدد الأجهزة الإلكترونية المتصلة بالإنترنت
العدد	%	
135	35.5	منخفضة (1 : 2) جهاز
183	48.2	متوسطة (3 : 4) أجهزة
62	16.3	كبيرة (5 : 6) أجهزة
<b>380</b>	<b>100.0</b>	<b>الإجمالي</b>

المصدر: جمعت وحسبت من بيانات الدراسة الميدانية 2024

**14- عدد ساعات الاتصال بالإنترنت:** كما يتبين من بيانات (جدول 12) أن 18.1% من أفراد العينة البحثية عدد ساعات الاتصال بالإنترنت أقل من 4 ساعات، في حين أن 66.1% عدد ساعات الاتصال بالإنترنت من أربع إلى تسع ساعات، في حين أن 15.8% من أفراد العينة البحثية عدد ساعات الاتصال بالإنترنت تتراوح من تسع إلى 13 ساعة.

**جدول 12- التوزيع العددي والنسبي للمبحوثين وفقاً لفئات عدد ساعات الاتصال بالإنترنت**

الأهمية النسبية		فئات عدد ساعات الاتصال بالإنترنت
العدد	%	
69	18.1	منخفضة (أقل من 4 ساعات)
251	66.1	متوسطة (4 لاقل من 9) ساعة
60	15.8	كبيرة (9 إلى 13) ساعة
<b>380</b>	<b>100.0</b>	<b>الإجمالي</b>

المصدر: جمعت وحسبت من بيانات الدراسة الميدانية 2024

**15- عدد مستخدمي الإنترنت بأسرة المبحوث:** كما يتبين من بيانات (جدول 13) أن 68.2% من العينة البحثية عدد الأفراد داخل الأسرة الذي يستخدم الإنترنت يقل عن 3 أفراد، في حين أن 26.3% عدد الأفراد داخل الأسرة الذي يستخدم الإنترنت ست أفراد فأكثر.

جدول 13- التوزيع العددي والنسبي للمبحوثين وفقاً لفئات عدد مستخدمي الإنترنت بأسرة المبحوث

الأهمية النسبية		فئات عدد مستخدمي الإنترنت بأسرة المبحوث
العدد	%	
259	68.2	منخفضة 3 أفراد فأقل
100	26.3	متوسطة (4 : 5) أفراد
21	5.5	كبيرة 6 أفراد فأكثر
<b>380</b>	<b>100.0</b>	<b>الإجمالي</b>

المصدر: جمعت وحسبت من بيانات الدراسة الميدانية 2024

**16- حجم الإنفاق على الإنترنت:** كما يتبين من بيانات (جدول 14) أن 15% من أفراد العينة البحثية مقدار ما ينفق على الإنترنت شهرياً 150 جنيه، في حين أن 77.4% من أفراد العينة البحثية مقدار ما ينفق على الإنترنت شهرياً 300 جنيه، في حين أن 7.6% من أفراد العينة البحثية مقدار ما ينفق على الإنترنت شهرياً 450 جنيه.

جدول 14- التوزيع العددي والنسبي للمبحوثين وفقاً لفئات حجم الإنفاق على الإنترنت

الأهمية النسبية		فئات حجم الإنفاق على الإنترنت شهرياً
العدد	%	
57	15.0	منخفضة 150 جنيه
294	77.4	متوسطة 300 جنيه
29	7.6	كبيرة 450 جنيه
<b>380</b>	<b>100.0</b>	<b>الإجمالي</b>

المصدر: جمعت وحسبت من بيانات الدراسة الميدانية 2024

**17- أكثر وقت يستخدمون فيه الإنترنت:** كما يتبين من بيانات (جدول 15) أن 10.3% من أفراد العينة البحثية أكثر وقت يستخدمون فيه الإنترنت صباحاً، في حين أن 15.5% من أفراد العينة البحثية أكثر وقت يستخدمون فيه الإنترنت مساءً، أما باقي أفراد العينة البحثية فإن أكثر وقت يستخدمون فيه الإنترنت بعد منتصف الليل.

جدول 15- التوزيع العددي والنسبي للمبحوثين وفقاً لأكثر وقت يستخدمون فيه الإنترنت

الأهمية النسبية		وقت استخدام الإنترنت
العدد	%	
39	10.3	صباحاً
59	15.5	نهاراً
244	64.2	مساءً
38	10.0	بعد منتصف الليل
<b>380</b>	<b>100.0</b>	<b>الإجمالي</b>

المصدر: جمعت وحسبت من بيانات الدراسة الميدانية 2024

**18- الجهاز المفضل لدى المبحوث لاستخدام الإنترنت:** كما يتبين من بيانات (جدول 16) أن 83.2% من أفراد العينة البحثية الهاتف الذكي هو المفضل لديهم لاستخدام الإنترنت، في حين أن 11.6% من أفراد العينة البحثية الحاسب الآلي اللوحي (Tablet) هو المفضل لديهم لاستخدام الإنترنت، في حين أن 11.6% من أفراد العينة البحثية الحاسب الآلي المكتبي Desktop Computer هو المفضل لديهم لاستخدام الإنترنت، في حين أن 17.6% من أفراد العينة البحثية الحاسب الآلي المحمول Laptop هو المفضل لديهم لاستخدام الإنترنت، في حين أن 32.6% من أفراد العينة البحثية التلفزيون الذكي Smart TV هو المفضل لديهم لاستخدام الإنترنت.

جدول 16- التوزيع العددي والنسبي للمبحوثين وفقاً للجهاز المفضل لديهم لاستخدام الإنترنت

الإجمالي	درجة التفضيل								الجهاز
	لا		نادراً		أحياناً		مفضل		
	العدد	%	العدد	%	العدد	%	العدد	%	
380	3.7	14	1.3	5	11.8	45	83.2	316	الهاتف الذكي
380	48.9	186	18.9	72	20.5	78	11.6	44	الحاسب الآلي اللوحي Tablet
380	49.2	187	19.5	74	19.7	75	11.6	44	حاسب آلي مكتبي Desktop Computer
380	54.2	206	15.5	59	12.6	48	17.6	67	حاسب آلي محمول Laptop
380	45.0	171	11.8	45	10.5	40	32.6	124	تلفزيون ذكي Smart TV

المصدر: جمعت وحسبت من بيانات الدراسة الميدانية 2024

19- أكثر وسائل التواصل الاجتماعي أو المواقع الإلكترونية تردداً عليها: كما يتبين من بيانات (جدول 17) أن 21.6% من أفراد العينة البحثية كثيراً ما يترددون على مواقع إلكترونية دراسية، في حين أن 17.1% من أفراد العينة البحثية كثيراً ما يترددون على مواقع إلكترونية للألعاب، في حين أن 25.5% من أفراد العينة البحثية كثيراً ما يترددون على مواقع خدمات حكومية، في حين أن 49.2% من أفراد العينة البحثية كثيراً ما يترددون على مواقع بث تلفزيوني، في حين أن 51.6% من أفراد العينة البحثية كثيراً ما يترددون على مواقع إخبارية، في حين أن 16.8% من أفراد العينة البحثية كثيراً ما يترددون على خدمات GPS، في حين أن 46.6% من أفراد العينة البحثية كثيراً ما يترددون على Whats App، في حين أن 71.1% من أفراد العينة البحثية كثيراً ما يترددون على Facebook، في حين أن 10.5% من أفراد العينة البحثية كثيراً ما يترددون على Twitter (منصة X)، في حين أن 17.4% من أفراد العينة البحثية كثيراً ما يترددون على Instagram، في حين أن 35.8% من أفراد العينة البحثية كثيراً ما يترددون على YouTube، في حين أن 32.9% من أفراد العينة البحثية كثيراً ما يترددون على Tictok.

جدول 17- التوزيع العددي والنسبي للمبحوثين وفقاً لأكثر وسائل التواصل الاجتماعي أو المواقع الإلكترونية تردداً عليها

المتوسط المرجح	الإجمالي	درجة التردد عليها								وسائل التواصل الاجتماعي أو المواقع الإلكترونية	
		لا		نادراً		أحياناً		كثيراً			
		العدد	%	العدد	%	العدد	%	العدد	%		
96	100.0	380	22.4	85	24.2	92	31.8	121	21.6	82	مواقع إلكترونية دراسية
89.6	100.0	380	24.7	94	31.8	121	26.3	100	17.1	65	مواقع إلكترونية للألعاب
104.4	100.0	380	14.2	54	22.4	85	37.9	144	25.5	97	مواقع خدمات حكومية
119.1	100.0	380	12.1	46	11.6	44	27.1	103	49.2	187	مواقع بث تلفزيوني
119.8	100.0	380	11.8	45	12.6	48	23.9	91	51.6	196	مواقع إخبارية
82.6	100.0	380	37.9	144	23.7	90	21.6	82	16.8	64	خدمات GPS
110.1	100.0	380	20.0	76	16.8	64	16.6	63	46.6	177	Whats App
137.3	100.0	380	2.1	8	5.5	21	21.3	81	71.1	270	Facebook
73	100.0	380	51.6	196	15.3	58	22.6	86	10.5	40	Twitter
80.5	100.0	380	44.7	170	16.1	61	21.8	83	17.4	66	Instagram
101.7	100.0	380	27.1	103	13.9	53	23.2	88	35.8	136	YouTube
97.1	100.0	380	31.8	121	13.7	52	21.6	82	32.9	125	Tictok

المصدر: جمعت وحسبت من بيانات الدراسة الميدانية 2024

20- درجة الاستفادة من وسائل التواصل الاجتماعي في الحصول على المعارف والمعلومات المتعلقة بالمجالات التنموية الزراعية: كما يتبين من بيانات (جدول 18) أن 18.7% من أفراد العينة البحثية درجة استفادتهم كبيرة فيما يتعلق بالمجالات التنموية الزراعية من المواقع الإلكترونية الدراسية، في حين أن 9.7% من

أفراد العينة البحثية درجة استفادتهم كبيرة فيما يتعلق بالمجالات التنموية الزراعية من المواقع الإلكترونية للألعاب، في حين أن 38.9% من أفراد العينة البحثية درجة استفادتهم كبيرة فيما يتعلق بالمجالات التنموية الزراعية من **Facebook**، في حين أن 10.8% من أفراد العينة البحثية درجة استفادتهم كبيرة فيما يتعلق بالمجالات التنموية الزراعية من **Twitter** (منصة X)، في حين أن 14.7% من أفراد العينة البحثية درجة استفادتهم كبيرة فيما يتعلق بالمجالات التنموية الزراعية من **Instagram**، في حين أن 24.7% من أفراد العينة البحثية درجة استفادتهم كبيرة فيما يتعلق بالمجالات التنموية الزراعية من **YouTube**، في حين أن 20% من أفراد العينة البحثية درجة استفادتهم كبيرة فيما يتعلق بالمجالات التنموية الزراعية من **Tictok**.

أفراد العينة البحثية درجة استفادتهم كبيرة فيما يتعلق بالمجالات التنموية الزراعية من المواقع الإلكترونية للألعاب، في حين أن 19.5% من أفراد العينة البحثية درجة استفادتهم كبيرة فيما يتعلق بالمجالات التنموية الزراعية من مواقع الخدمات الحكومية، في حين أن 29.2% من أفراد العينة البحثية درجة استفادتهم كبيرة فيما يتعلق بالمجالات التنموية الزراعية من مواقع البث التلفزيوني، في حين أن 32.4% من أفراد العينة البحثية درجة استفادتهم كبيرة فيما يتعلق بالمجالات التنموية الزراعية من المواقع الإخبارية، في حين أن 13.7% من أفراد العينة البحثية درجة استفادتهم كبيرة فيما يتعلق بالمجالات التنموية الزراعية من خدمات **GPS**، في حين أن 34.5% من أفراد العينة البحثية درجة استفادتهم كبيرة فيما يتعلق

جدول 18- التوزيع العددي والنسبي للمبحوثين وفقاً لدرجة الاستفادة من وسائل التواصل الاجتماعي في الحصول على المعارف والمعلومات المتعلقة بالمجالات التنموية الزراعية

وسائط التواصل الاجتماعي أو المواقع الإلكترونية	درجة الاستفادة										
	الإجمالي		لا		قليلة		متوسطة		كبيرة		
	المتوسط المرجح	%	العدد	%	العدد	%	العدد	%	العدد	%	
مواقع إلكترونية دراسية	86.7	100.0	380	36.6	139	17.4	66	27.4	104	18.7	71
مواقع إلكترونية للألعاب	75.9	100.0	380	43.9	167	22.1	84	24.2	92	9.7	37
مواقع خدمات حكومية	96.9	100.0	380	23.7	90	17.1	65	39.7	151	19.5	74
مواقع بث تلفزيوني	105	100.0	380	17.9	68	17.1	65	35.8	136	29.2	111
مواقع إخبارية	109.1	100.0	380	15.3	58	14.7	56	37.6	143	32.4	123
خدمات GPS	80.9	100.0	380	39.2	149	22.4	85	24.7	94	13.7	52
Whats App	106.8	100.0	380	18.9	72	15.5	59	31.1	118	34.5	131
Facebook	111.6	100.0	380	15.8	60	13.7	52	31.6	120	38.9	148
Twitter	72.6	100.0	380	51.3	195	17.1	65	20.8	79	10.8	41
Instagram	75.6	100.0	380	49.5	188	16.8	64	18.9	72	14.7	56
YouTube	94	100.0	380	28.2	107	21.1	80	26.1	99	24.7	94
Tictok	84.6	100.0	380	39.5	150	18.4	70	22.1	84	20.0	76

المصدر: جمعت وحسبت من بيانات الدراسة الميدانية 2024.

كما تبين أن أكثر وسائل التواصل الاجتماعي أو المواقع الإلكترونية أهمية من حيث درجة الاستفادة في الحصول على المعارف والمعلومات المتعلقة بالمجالات التنموية الزراعية هي (Facebook، مواقع إخبارية، Whats App، مواقع بث تلفزيوني، مواقع خدمات حكومية، YouTube، مواقع إلكترونية دراسية، Tictok، خدمات GPS، مواقع إلكترونية للألعاب، Instagram، Twitter) على الترتيب.

21- درجة الاستفادة من وسائل التواصل الاجتماعي في الحصول على المعارف والمعلومات المتعلقة بالمجالات التنموية الصحية: كما يتبين من بيانات (جدول 19) أن 7.4% من أفراد العينة البحثية درجة استفادتهم كبيرة فيما يتعلق بالمجالات التنموية الصحية من المواقع الإلكترونية الدراسية، في حين أن 5.8% من أفراد العينة البحثية درجة استفادتهم كبيرة فيما يتعلق بالمجالات

التنموية الصحية من المواقع الإلكترونية للألعاب، في حين أن 7.1% من أفراد العينة البحثية درجة استفادتهم كبيرة فيما يتعلق بالمجالات التنموية الصحية من مواقع الخدمات الحكومية، في حين أن 16.1% من أفراد العينة البحثية درجة استفادتهم كبيرة فيما يتعلق بالمجالات التنموية الصحية من مواقع البث التلفزيوني، في حين أن 16.3% من أفراد العينة البحثية درجة استفادتهم كبيرة فيما يتعلق بالمجالات التنموية الصحية من المواقع الإخبارية، في حين أن 9.2% من أفراد العينة البحثية درجة استفادتهم كبيرة فيما يتعلق بالمجالات التنموية الصحية من خدمات **GPS**، في حين أن 21.1% من أفراد العينة البحثية درجة استفادتهم كبيرة فيما يتعلق بالمجالات التنموية الزراعية من تطبيق **Whats App**، في حين أن 20.8% من أفراد العينة البحثية درجة استفادتهم كبيرة فيما يتعلق بالمجالات التنموية الصحية من **Facebook**، في حين أن

4.2% من أفراد العينة البحثية درجة استفادتهم كبيرة فيما يتعلق بالمجالات التنموية الصحية من **Twitter** (منصة X)، في حين أن 5.3% من أفراد العينة البحثية درجة استفادتهم كبيرة فيما يتعلق بالمجالات التنموية الصحية من **Instagram** ، في حين أن 15.5% من أفراد العينة البحثية درجة استفادتهم كبيرة فيما يتعلق بالمجالات التنموية الصحية من **YouTube** ، في حين أن 12.6% من أفراد العينة البحثية درجة استفادتهم كبيرة فيما يتعلق بالمجالات التنموية الصحية من **Tictok**.

جدول 19- التوزيع العددي والنسبي للمجوتين وفقاً لدرجة الاستفادة من وسائل التواصل الاجتماعي في الحصول على المعارف والمعلومات المتعلقة بالمجالات التنموية الصحية

المتوسط المرجح	الإجمالي %	درجة الاستفادة								وسائل التواصل الاجتماعي أو المواقع الإلكترونية	
		لا		قليلة		متوسطة		كبيرة			
		العدد	%	العدد	%	العدد	%	العدد	%		
81.7	100.0	380	34.7	132	22.9	87	35.0	133	7.4	28	مواقع إلكترونية دراسية
72.5	100.0	380	45.0	171	25.0	95	24.2	92	5.8	22	مواقع إلكترونية للألعاب
89	100.0	380	25.0	95	22.9	87	45.0	171	7.1	27	مواقع خدمات حكومية
97	100.0	380	19.7	75	21.3	81	42.9	163	16.1	61	مواقع بث تليفزيوني
99.5	100.0	380	17.6	67	19.2	73	46.8	178	16.3	62	مواقع إخبارية
80.5	100.0	380	36.8	140	23.7	90	30.3	115	9.2	35	خدمات GPS
96.9	100.0	380	24.2	92	17.6	67	37.1	141	21.1	80	Whats App
99.4	100.0	380	20.8	79	17.6	67	40.8	155	20.8	79	Facebook
67.7	100.0	380	55.3	210	15.5	59	25.0	95	4.2	16	Twitter
67.4	100.0	380	56.1	213	15.8	60	22.9	87	5.3	20	Instagram
83.8	100.0	380	37.4	142	20.3	77	26.8	102	15.5	59	YouTube
77.6	100.0	380	45.5	173	17.4	66	24.5	93	12.6	48	Tictok

المصدر: جمعت وحسبت من بيانات الدراسة الميدانية 2024

في حين أن 18.2% من أفراد العينة البحثية درجة استفادتهم كبيرة فيما يتعلق بالمجالات التنموية الاقتصادية من المواقع الإخبارية، في حين أن 9.2% من أفراد العينة البحثية درجة استفادتهم كبيرة فيما يتعلق بالمجالات التنموية الاقتصادية من خدمات **GPS**، في حين أن 18.7% من أفراد العينة البحثية درجة استفادتهم كبيرة فيما يتعلق بالمجالات التنموية الاقتصادية من تطبيق **Whats App** ، في حين أن 20.5% من أفراد العينة البحثية درجة استفادتهم كبيرة فيما يتعلق بالمجالات التنموية الاقتصادية من **Facebook**، في حين أن 5.5% من أفراد العينة البحثية درجة استفادتهم كبيرة فيما يتعلق بالمجالات التنموية الاقتصادية من **Twitter** (منصة X)، في حين أن 5.3% من أفراد العينة البحثية درجة استفادتهم كبيرة فيما يتعلق بالمجالات التنموية الاقتصادية من **Instagram** ، في حين أن 15.5% من أفراد العينة البحثية درجة استفادتهم كبيرة فيما يتعلق بالمجالات التنموية الاقتصادية من **YouTube** ، في حين أن 11.6% من أفراد العينة البحثية درجة استفادتهم كبيرة فيما يتعلق بالمجالات التنموية الاقتصادية من **Tictok**.

كما تبين أن أكثر وسائل التواصل الاجتماعي أو المواقع الإلكترونية أهمية من حيث درجة الاستفادة في الحصول على المعارف والمعلومات المتعلقة بالمجالات التنموية الصحية هي (مواقع إخبارية، **Facebook** ، مواقع بث تليفزيوني، **Whats App**، مواقع خدمات حكومية، **YouTube** ، مواقع إلكترونية دراسية، خدمات **GPS**، **Tictok** مواقع إلكترونية للألعاب، **Twitter**، **Instagram**) على الترتيب.

22- درجة الاستفادة من وسائل التواصل الاجتماعي في الحصول على المعارف والمعلومات المتعلقة بالمجالات التنموية الاقتصادية: كما يتبين من بيانات (جدول 20) أن 8.7% من أفراد العينة البحثية درجة استفادتهم كبيرة فيما يتعلق بالمجالات التنموية الاقتصادية من المواقع الإلكترونية الدراسية، في حين أن 6.6% من أفراد العينة البحثية درجة استفادتهم كبيرة فيما يتعلق بالمجالات التنموية الاقتصادية من المواقع الإلكترونية للألعاب، في حين أن 9.2% من أفراد العينة البحثية درجة استفادتهم كبيرة فيما يتعلق بالمجالات التنموية الاقتصادية من مواقع الخدمات الحكومية، في حين أن 17.1% من أفراد العينة البحثية درجة استفادتهم كبيرة فيما يتعلق بالمجالات التنموية الاقتصادية من مواقع البث التليفزيوني ،

جدول 20- التوزيع العددي والنسبي للمبحوثين وفقاً لدرجة الاستفادة من وسائل التواصل الاجتماعي في الحصول على المعارف والمعلومات المتعلقة بالمجالات التنموية الاقتصادية

المتوسط المرجح	الإجمالي	درجة الاستفادة								وسائل التواصل الاجتماعي أو المواقع الإلكترونية	
		لا		قليلة		متوسطة		كبيرة			
		العدد	%	العدد	%	العدد	%	العدد	%		
80	100.0	380	36.8	140	24.5	93	30.0	114	8.7	33	مواقع إلكترونية دراسية
74.1	100.0	380	45.5	173	20.5	78	27.4	104	6.6	25	مواقع إلكترونية للألعاب
87.5	100.0	380	28.2	107	22.6	86	40.0	152	9.2	35	مواقع خدمات حكومية
95.8	100.0	380	21.8	83	21.3	81	39.7	151	17.1	65	مواقع بث تليفزيوني
98.2	100.0	380	19.5	74	20.8	79	41.6	158	18.2	69	مواقع إخبارية
80.2	100.0	380	39.7	151	18.7	71	32.4	123	9.2	35	خدمات GPS
96.7	100.0	380	22.6	86	18.9	72	39.7	151	18.7	71	Whats App
97.6	100.0	380	22.6	86	18.4	70	38.4	146	20.5	78	Facebook
69.1	100.0	380	55.3	210	13.2	50	26.1	99	5.5	21	Twitter
67.4	100.0	380	55.0	209	17.9	68	21.8	83	5.3	20	Instagram
85.5	100.0	380	35.0	133	20.5	78	28.9	110	15.5	59	YouTube
77.9	100.0	380	43.9	167	18.7	71	25.8	98	11.6	44	Tictok

المصدر: جمعت وحسبت من بيانات الدراسة الميدانية 2024

يتعلق بالمجالات التنموية التعليمية من مواقع البث التليفزيوني ، في حين أن 17.4% من أفراد العينة البحثية درجة استفادتهم كبيرة فيما يتعلق بالمجالات التنموية التعليمية من المواقع الإخبارية، في حين أن 11.6% من أفراد العينة البحثية درجة استفادتهم كبيرة فيما يتعلق بالمجالات التنموية التعليمية من خدمات GPS، في حين أن 19.5% من أفراد العينة البحثية درجة استفادتهم كبيرة فيما يتعلق بالمجالات التنموية التعليمية من تطبيق Whats App، في حين أن 20.5% من أفراد العينة البحثية درجة استفادتهم كبيرة فيما يتعلق بالمجالات التنموية التعليمية من Facebook، في حين أن 7.1% من أفراد العينة البحثية درجة استفادتهم كبيرة فيما يتعلق بالمجالات التنموية التعليمية من Twitter (منصة X)، في حين أن 9.7% من أفراد العينة البحثية درجة استفادتهم كبيرة فيما يتعلق بالمجالات التنموية التعليمية من Instagram ، في حين أن 14.7% من أفراد العينة البحثية درجة استفادتهم كبيرة فيما يتعلق بالمجالات التنموية التعليمية من YouTube ، في حين أن 14.2% من أفراد العينة البحثية درجة استفادتهم كبيرة فيما يتعلق بالمجالات التنموية التعليمية من Tictok.

كما تبين أن أكثر وسائل التواصل الاجتماعي أو المواقع الإلكترونية أهمية من حيث درجة الاستفادة في الحصول على المعارف والمعلومات المتعلقة بالمجالات التنموية الاقتصادية هي (مواقع إخبارية، Facebook، Whats App ، مواقع بث تليفزيوني، مواقع خدمات حكومية YouTube ، خدمات GPS، مواقع إلكترونية دراسية، Tictok مواقع إلكترونية للألعاب، Instagram، Twitter) على الترتيب.

23- درجة الاستفادة من وسائل التواصل الاجتماعي في الحصول على المعارف والمعلومات المتعلقة بالمجالات التنموية التعليمية: كما يتبين من بيانات جدول 21- أن 11.8% من أفراد العينة البحثية درجة استفادتهم كبيرة فيما يتعلق بالمجالات التنموية التعليمية من المواقع الإلكترونية الدراسية، في حين أن 9.7% من أفراد العينة البحثية درجة استفادتهم كبيرة فيما يتعلق بالمجالات التنموية التعليمية من المواقع الإلكترونية للألعاب، في حين أن 11.8% من أفراد العينة البحثية درجة استفادتهم كبيرة فيما يتعلق بالمجالات التنموية التعليمية من مواقع الخدمات الحكومية، في حين أن 16.8% من أفراد العينة البحثية درجة استفادتهم كبيرة فيما

جدول 21- التوزيع العددي والنسبي للمبحوثين وفقاً لدرجة الاستفادة من وسائل التواصل الاجتماعي في الحصول على المعارف والمعلومات المتعلقة بالمجالات التنموية التعليمية

المتوسط المرجح	الإجمالي		درجة الاستفادة								وسائل التواصل الاجتماعي أو المواقع الإلكترونية
			لا		قليلة		متوسطة		كبيرة		
	%	العدد	%	العدد	%	العدد	%	العدد	%	العدد	
87.2	100.0	380	32.4	123	17.6	67	38.2	145	11.8	45	مواقع إلكترونية دراسية
80	100.0	380	40.5	154	18.2	69	31.6	120	9.7	37	مواقع إلكترونية للألعاب
92	100.0	380	23.7	90	22.4	85	42.1	160	11.8	45	مواقع خدمات حكومية
97.9	100.0	380	19.5	74	20.3	77	43.4	165	16.8	64	مواقع بث تليفزيوني
99.1	100.0	380	17.1	65	22.4	85	43.2	164	17.4	66	مواقع إخبارية
83.1	100.0	380	37.6	143	17.6	67	33.2	126	11.6	44	خدمات GPS
97.3	100.0	380	21.8	83	19.7	75	38.9	148	19.5	74	Whats App.
97.1	100.0	380	22.1	84	20.8	79	36.6	139	20.5	78	Facebook
72.1	100.0	380	50.5	192	16.3	62	26.1	99	7.1	27	Twitter
71.3	100.0	380	51.8	197	16.6	63	23.7	90	7.9	30	Instagram
86.2	100.0	380	33.9	129	20.0	76	31.3	119	14.7	56	YouTube
80.4	100.0	380	42.4	161	17.9	68	25.5	97	14.2	54	Tictok

المصدر: جمعت وحسبت من بيانات الدراسة الميدانية 2024

التممية الصناعية من مواقع البث التليفزيوني ، في حين أن 17.4% من أفراد العينة البحثية درجة استفادتهم كبيرة فيما يتعلق بالمجالات التتممية الصناعية من المواقع الإخبارية، في حين أن 9.7% من أفراد العينة البحثية درجة استفادتهم كبيرة فيما يتعلق بالمجالات التتممية الصناعية من خدمات GPS، في حين أن 18.7% من أفراد العينة البحثية درجة استفادتهم كبيرة فيما يتعلق بالمجالات التتممية الصناعية من تطبيق Whats App، في حين أن 18.4% من أفراد العينة البحثية درجة استفادتهم كبيرة فيما يتعلق بالمجالات التتممية الصناعية من Facebook، في حين أن 3.9% من أفراد العينة البحثية درجة استفادتهم كبيرة فيما يتعلق بالمجالات التتممية الصناعية من Twitter(منصة X)، في حين أن 4.5% من أفراد العينة البحثية درجة استفادتهم كبيرة فيما يتعلق بالمجالات التتممية الصناعية من Instagram ، في حين أن 14.7% من أفراد العينة البحثية درجة استفادتهم كبيرة فيما يتعلق بالمجالات التتممية الصناعية من YouTube ، في حين أن 12.4% من أفراد العينة البحثية درجة استفادتهم كبيرة فيما يتعلق بالمجالات التتممية الصناعية من Tictok.

كما تبين أن أكثر وسائل التواصل الاجتماعي أو المواقع الإلكترونية أهمية من حيث درجة الاستفادة في الحصول على المعارف والمعلومات المتعلقة بالمجالات التتممية التعليمية هي (مواقع إخبارية، مواقع بث تليفزيوني ، Whats App ، Facebook ، مواقع خدمات حكومية، مواقع إلكترونية دراسية ، YouTube، خدمات GPS ، ، Tictok مواقع إلكترونية للألعاب، Twitter، Instagram ) على الترتيب.

24- درجة الاستفادة من وسائل التواصل الاجتماعي في الحصول على المعارف والمعلومات المتعلقة بالمجالات التتممية الصناعية: كما يتبين من بيانات جدول 22- أن 9.7% من أفراد العينة البحثية درجة استفادتهم كبيرة فيما يتعلق بالمجالات الصناعية من المواقع الإلكترونية الدراسية، في حين أن 9.5% من أفراد العينة البحثية درجة استفادتهم كبيرة فيما يتعلق بالمجالات التتممية الصناعية من المواقع الإلكترونية للألعاب، في حين أن 10.8% من أفراد العينة البحثية درجة استفادتهم كبيرة فيما يتعلق بالمجالات التتممية الصناعية من مواقع الخدمات الحكومية، في حين أن 20.8% من أفراد العينة البحثية درجة استفادتهم كبيرة فيما يتعلق بالمجالات

جدول 22- التوزيع العددي والنسبي للمبحوثين وفقاً لدرجة الاستفادة من وسائل التواصل الاجتماعي في الحصول على المعارف والمعلومات المتعلقة بالمجالات التنموية الصناعية

وسائط التواصل الاجتماعي أو المواقع الإلكترونية	درجة الاستفادة									
	كبيرة		متوسطة		قليلة		لا		الإجمالي	
	العدد	%	العدد	%	العدد	%	العدد	%	العدد	%
مواقع إلكترونية دراسية	37	9.7	147	38.7	67	17.6	129	33.9	380	100.0
مواقع إلكترونية للألعاب	36	9.5	117	30.8	73	19.2	154	40.5	380	100.0
مواقع خدمات حكومية	41	10.8	175	46.1	76	20.0	88	23.2	380	100.0
مواقع بث تليفزيوني	79	20.8	160	42.1	69	18.2	72	18.9	380	100.0
مواقع إخبارية	66	17.4	180	47.4	66	17.4	68	17.9	380	100.0
خدمات GPS	37	9.7	154	40.5	57	15.0	132	34.7	380	100.0
Whats App	71	18.7	166	43.7	63	16.6	80	21.1	380	100.0
Facebook	70	18.4	158	41.6	71	18.7	81	21.3	380	100.0
Twitter	15	3.9	121	31.8	53	13.9	191	50.3	380	100.0
Instagram	17	4.5	103	27.1	63	16.6	197	51.8	380	100.0
YouTube	56	14.7	129	33.9	65	17.1	130	34.2	380	100.0
Tictok	47	12.4	111	29.2	57	15.0	165	43.4	380	100.0

المصدر: جمعت وحسبت من بيانات الدراسة الميدانية 2024

25- درجة الاستفادة من وسائل التواصل الاجتماعي في الحصول على المعارف والمعلومات المتعلقة بالمجالات التنموية: كما يتبين من بيانات جدول 23- أن 21.6% من أفراد العينة البحثية درجة استفادتهم من وسائل التواصل الاجتماعي في الحصول على المعارف والمعلومات المتعلقة بالمجالات التنموية منخفضة، في حين أن 32.6% درجة استفادتهم من وسائل التواصل الاجتماعي في الحصول على المعارف والمعلومات المتعلقة بالمجالات التنموية متوسطة، أما باقي أفراد العينة البحثية درجة استفادتهم كبيرة.

كما تبين أن أكثر وسائل التواصل الاجتماعي أو المواقع الإلكترونية أهمية من حيث درجة الاستفادة في الحصول على المعارف والمعلومات المتعلقة بالمجالات التنموية الصناعية هي (مواقع بث تليفزيوني، مواقع إخبارية، Whats App، Facebook، مواقع خدمات حكومية، YouTube، خدمات GPS، مواقع إلكترونية دراسية، Tictok مواقع إلكترونية للألعاب، Twitter، Instagram) على الترتيب.

جدول 23- التوزيع العددي والنسبي للمبحوثين وفقاً لصفات درجة الاستفادة من وسائل التواصل الاجتماعي في الحصول على المعارف والمعلومات المتعلقة بالمجالات التنموية

الأهمية النسبية		صفات درجة التفاعل المعرفي
العدد	%	
82	21.6	منخفضة (86 لأقل من 150)
124	32.6	متوسطة (150 لأقل من 215)
90	23.8	كبيرة (215 لأقل من 279)
<b>380</b>	<b>100.0</b>	<b>الإجمالي</b>

المصدر: جمعت وحسبت من بيانات الدراسة الميدانية 2024.

26- درجة الرضا عن الخدمات في المجتمع المحلي: كما يتبين من بيانات جدول 25- أن 23.7% من أفراد العينة البحثية درجة رضاهم عن الخدمات في المجتمع المحلي منخفضة، في حين أن 65.8% درجة رضاهم عن الخدمات في المجتمع المحلي متوسطة، أما باقي أفراد العينة البحثية فإن درجة رضاهم عن الخدمات في المجتمع المحلي كبيرة.

كما يتبين من بيانات جدول 25- أن 23.7% من أفراد العينة البحثية درجة رضاهم عن الخدمات في المجتمع المحلي منخفضة، في حين أن 65.8% درجة رضاهم عن الخدمات في المجتمع المحلي متوسطة، أما باقي أفراد العينة البحثية فإن درجة رضاهم عن الخدمات في المجتمع المحلي كبيرة.

جدول 25- التوزيع العددي والنسبي للمبجوثين وفقاً لدرجة الرضا عن الخدمات بالمجتمع المحلي

الإجمالي	درجة الرضا						الرضا عن الخدمات في المجتمع المحلي	
	غير راضي		إلى حد ما		راضي			
	العدد	%	العدد	%	العدد	%		
380	100.0	110	28.9	210	55.3	60	15.8	1-خدمات بنك القرية
380	100.0	80	21.1	242	63.7	58	15.3	2-خدمات الجمعية الاستهلاكية
380	100.0	74	19.5	243	63.9	63	16.6	3-خدمات الجمعية التعاونية الزراعية
380	100.0	81	21.3	249	65.5	50	13.2	4-خدمات جمعية تنمية المجتمع المحلي
380	100.0	88	23.2	223	58.6	69	18.2	5-خدمات مياه الشرب
380	100.0	94	24.7	223	58.7	63	16.6	6-خدمات الطرق المرصوفة
380	100.0	90	23.6	223	58.7	67	17.7	7-خدمات المدارس بالقرية
380	100.0	71	18.7	220	57.8	89	23.5	8-خدمات المساجد والمعهد الأزهري ودور العبادة
380	100.0	89	23.4	230	60.5	61	16.1	9-خدمات التليفونات بالقرية
380	100.0	94	24.7	231	60.8	55	14.5	10-خدمات المواصلات بين القرية وغيرها من القرى
380	100.0	91	23.9	226	59.5	63	16.6	11-خدمات الوحدة المحلية
380	100.0	101	26.6	216	56.8	63	16.6	12-خدمات الصرف المغطي (المصارف الزراعية)
380	100.0	89	23.4	232	61.1	59	15.5	13-خدمات الوحدة الصحية
380	100.0	89	23.4	211	55.5	80	21.1	14-خدمات الجبانات بالقرية
380	100.0	102	26.8	209	55.0	69	18.2	15-خدمات الوحدة البيطرية
380	100.0	84	22.1	225	59.2	71	18.7	16-خدمات مراكز الشباب
380	100.0	96	25.3	219	57.6	65	17.1	17-خدمات مركز إطفاء الحريق ونقطة الشرطة
380	100.0	84	22.1	225	59.2	71	18.7	18-خدمات الصيدليات
380	100.0	111	29.2	218	57.4	51	13.4	19-خدمات مراكز الأمومة والطفولة
380	100.0	98	25.8	209	55.0	73	19.2	20-خدمات الإرشاد الزراعي

جدول 26- التوزيع العددي والنسبي للمبجوثين وفقاً لفئات درجة الرضا عن الخدمات في المجتمع المحلي

الأهمية النسبية		فئات درجة الرضا عن الخدمات في المجتمع المحلي
العدد	%	
90	23.7	منخفضة (89 لأقل من 129)
250	65.8	متوسطة (129 لأقل من: 170)
40	10.5	كبيرة (170 لأقل من 209)
<b>380</b>	<b>100.0</b>	<b>الإجمالي</b>

المصدر: جمعت وحسبت من بيانات الدراسة الميدانية 2024

**القسم الثاني: نتائج إختبار الفرض البحثي:** تم إختبار الفرض (Forward Solution) وقبل البدء في تطبيق تحليل الإنحدار الخطي المتعدد لإختبار الفرض البحثي، فقد تم إجراء بعض الإختبارات وذلك من أجل ضمان ملائمة البيانات لإفتراضات تحليل الإنحدار وذلك علي النحو التالي: تم فحص مصفوفة الارتباط البسيط بين المتغيرات التفسيرية، بحيث يمكن الحكم بعدم وجود إزدواج خطي **Multicollinearity** بين المتغيرات المؤثرة في حالة **Step-Wise Multiple Regression** في المتغير التابع

حيث استخدم أسلوب تحليل الإنحدار الخطي المتعدد وكذلك استخدم أسلوب تحليل الإنحدار المتعدد التدريجي المساعد لإستكشاف نسبة الإسهام الفريد لكل متغير مستقل معنوي كل علي حده في شرح جزء من التباين في المتغير التابع

واستخدمت طريقة الإنحدار المتعدد الخطي التدريجي الصاعد **Step-Wise Multiple Regression (Forward Solution)** ، للتعرف على مدى الإسهام الفريد لكل متغير تم تضمينه في معادلة الإنحدار في تفسير جزء من التباين في المتغير التابع، حيث أوضحت النتائج المبينة في (جدول 26) أن المتغير الأول الذي تم تضمينه في معادلة الإنحدار هو متغير المستوى التعليمي حيث بلغت قيمة  $R^2$  (0.099) ويعني ذلك أن متغير المستوى التعليمي قد ساهم منفرداً بحوالي 9.9% في تفسير التباين في متغير تحليل مستخدم وسائل التواصل الاجتماعي للحصول على المعلومات والمعارف التتموية في ظل إستبعاد المتغيرات الأخرى، ويليه متغير درجة المشاركة بالمنظمات الإجتماعية حيث بلغت قيمة  $R^2$  (0.058) مع إستبعاد المتغيرات الأخرى، ويعني ذلك أن متغير درجة المشاركة بالمنظمات الإجتماعية يساهم منفرداً ب 5.8% في تفسير التباين في المتغير التابع.

ويأتي في المرتبة الثالثة متغير درجة الرضا عن خدمات المجتمع المحلي حيث بلغت قيمة  $R^2$  0.056 مع إستبعاد المتغيرات الأخرى، ويعني ذلك أن متغير درجة الرضا عن خدمات المجتمع المحلي يساهم منفرداً بحوالي 5.6% في تفسير التباين في متغير تحليل مستخدم وسائل التواصل الاجتماعي للحصول على المعلومات والمعارف التتموية، وجاء في المرتبة الرابعة متغير عدد ساعات الإتصال بالإنترنت، حيث بلغت قيمة  $R^2$  0.029 مع إستبعاد المتغيرات الأخرى، ويعني ذلك أن متغير عدد ساعات الإتصال بالإنترنت يساهم منفرداً بحوالي 2.9% في تفسير التباين في المتغير التابع. وفي المرتبة الخامسة الأخيرة جاء متغير عدد سنوات وجود إنترنت بالمنزل، حيث بلغت قيمة  $R^2$  0.015 مع إستبعاد المتغيرات الأخرى، ويعني ذلك أن متغير عدد سنوات وجود إنترنت بالمنزل يساهم منفرداً بحوالي 1.5% في تفسير التباين في المتغير التابع.

كما أشارت النتائج (جدول 28) إلي أن قيمة **F** المحسوبة 7.301 وهي أكبر من الجدولية ومعنوية عند 0.05، وهذا يعني أن العلاقة خطية حقيقية، كما أن معاملات الإنحدار الجزئي المعيارية لها نفس ترتيب قيم أوزان معاملات الإرتباط الجزئي وهي معنوية عند مستوي إحتمالي 0.05 ، وتشير أيضاً معاملات الإنحدار الجزئي المعيارية (بيتا  $\beta$ ) **Beta** إلي أن تغييراً بمقدار إنحراف معياري واحد في متغير المستوى التعليمي سوف ينتج عنها تغييراً في المتغير التابع بمقدار 0.233 من الإنحراف المعياري لمتغير تحليل مستخدم وسائل التواصل الاجتماعي للحصول على المعلومات والمعارف التتموية، بينما تغييراً بمقدار إنحراف معياري واحد في متغير درجة المشاركة بالمنظمات الإجتماعية سوف ينتج عنها تغييراً في المتغير التابع بمقدار 0.194 من الإنحراف المعياري للمتغير التابع، في حين أن تغييراً بمقدار

أن تتراوح معاملات الإرتباط بين (0.7+ : 0.7-)، ولكن تم تحديد قيم معاملات الإرتباط التي تتراوح بين (0.6+ : 0.6-).

كما تم التأكد من عدم وجود أي إرتباط عالٍ بين المتغيرات بإستخدام إختبار معامل تضخم التباين (**VIF**) وإختبار التباين المسموح (**Tolerance**) لكل متغير من متغيرات البحث، مع مراعاة عدم تجاوز معامل تضخم التباين للقيمة (5)، وقيمة إختبار التباين المسموح تكون أكبر من (0.05). ونلاحظ أن قيمة إختبار معامل تضخم البيانات لجميع المتغيرات تقل عن 5 وتتراوح ما بين (1.4 : 3.3) ، وأن قيم إختبار التباين المسموح تراوحت ما بين (0.442 : 0.715) وهي أكبر من 0.05، ويُعد هذا مؤشراً علي عدم وجود إرتباط عالٍ بين المتغيرات التفسيرية.

ولدراسة أثر المتغيرات المؤثرة علي متغير تحليل مستخدم وسائل التواصل الاجتماعي للحصول على المعلومات والمعارف التتموية، فقد أظهرت النتائج الموضحة (بجدول 27) أن المتغيرات التفسيرية مجتمعة ترتبط بمتغير تحليل مستخدم وسائل التواصل الاجتماعي للحصول على المعلومات والمعارف التتموية بمعامل الإرتباط المتعدد ( $R = 0.534$ )، وهو إرتباط معنوي حيث بلغت قيمة **F** المحسوبة 8.019 وهي أكبر من الجدولية ومعنوية عند 0.05 ودرجات حرية 16، ومعامل تحديد ( $R^2 = 0.286$ ) وهذا يعني أن العلاقة خطية حقيقية وأن المتغيرات التفسيرية مجتمعة تفسر حوالي 28.6% من التباين والتأثير في المتغير التابع، وأن النسبة المتبقية ترجع إلى عوامل أخرى لم يتطرق اليها لدراستها منها الخطأ العشوائي. ويمكن تفسير هذه العلاقات، إلى أنه كلما زاد استخدام المبحوث لوسائل التواصل الاجتماعي كلما زاد حصوله على المعارف والمعلومات التتموية وزادت مشاركته الإجتماعية وممارساته الإيجابية في تنمية مجتمعه.

وبمراجعة معاملات الإنحدار الجزئي المعياري الخاص بكل متغير من المتغيرات التفسيرية، والتي تبين الأهمية النسبية لكل منها في تفسير التباين في متغير تحليل مستخدم وسائل التواصل الاجتماعي للحصول على المعلومات والمعارف التتموية، فلقد أوضحت النتائج في (جدول 28) أن معامل الإنحدار الجزئي المعياري لكل من المستوى التعليمي، ودرجة المشاركة بالمنظمات الإجتماعية، وعدد سنوات وجود إنترنت بالمنزل، وعدد ساعات الإتصال بالإنترنت، ودرجة الرضا عن خدمات المجتمع المحلي، معنوية عند مستوي إحتمالي 0.05، وتدل النتائج أن هذه المتغيرات الخمسة معنوية أيضاً في حالة معامل الإرتباط الجزئي وفي نفس الإتجاه مما يدل علي أن علاقة هذه المتغيرات المؤثرة بالمتغير التابع تحليل مستخدم وسائل التواصل الاجتماعي للحصول على المعلومات والمعارف التتموية ثابتة ولا تتأثر بإستبعاد أثر المتغيرات الأخرى. كذلك أشارت النتائج إلي أن معاملات الإنحدار الجزئي لباقي المتغيرات التفسيرية غير معنوية عند أي مستوي إحتمالي.

إنحراف معياري واحد في متغير درجة الرضا عن خدمات المجتمع المحلي سوف ينتج عنها تغييراً في متغير تحليل مستخدم وسائل التواصل الاجتماعي للحصول على المعلومات والمعارف التنموية بمقدار 0.167 من الإنحراف المعياري للمتغير التابع، وأن تغييراً بمقدار 0.127 من الإنحراف المعياري للمتغير التابع. في التتابع بمقدار 0.149 من الإنحراف المعياري، وأخيراً أن تغييراً بمقدار 0.149 من الإنحراف المعياري واحد في متغير عدد سنوات وجود إنترنت بالمنزل سوف ينتج عنها تغييراً في التتابع بمقدار 0.127 من الإنحراف المعياري للمتغير التابع.

جدول 27- العلاقة الإحصائية الخطية لتحليل مستخدم وسائل التواصل الاجتماعي للحصول على المعلومات والمعارف التنموية ومحدداته

المتغيرات	معامل الإنحدار الجزئي B	معامل الإنحدار الجزئي المعياري $\beta$	معنوية الإنحدار الجزئي t
سن المبحوث	.014	.014	.204
المستوى التعليمي	.223	.222	*4.230
المهنة	.036	.037	.797
حجم الأسرة	.058	.058	1.024
الحيازة الأرضية الزراعية	-.030	-.030	-.614
الدخل الشهري	-.091	-.091	-1.834
عدد سنوات الخبرة المهنية	-.089	-.089	-1.241
درجة المشاركة بالمنظمات الاجتماعية	.167	.173	*3.539
درجة التواصل المعرفي	.045	.046	.869
درجة الانتماء للمجتمع المحلي	.040	.040	.798
عدد سنوات وجود إنترنت بالمنزل	.139	.140	*2.723
عدد الأجهزة الإلكترونية المتصلة بالإنترنت	.098	.099	1.814
عدد ساعات الإتصال بالإنترنت	.149	.152	*3.008
عدد مستخدمي الإنترنت بالأسرة	-.034	-.035	-.651
حجم الإنفاق على الإنترنت	-.019	-.019	-.392
درجة الرضا عن خدمات المجتمع المحلي	.246	.246	*4.557

$R^2 = 0.286$

$R = 0.534$

$F = 8.019^*$

المصدر: جمعت وحسبت من بيانات الدراسة الميدانية 2024 \* معنوية عند مستوى إحصائي 0.05

جدول 28- الأهمية النسبية للمتغيرات المؤثرة على تحليل مستخدم وسائل التواصل الاجتماعي للحصول على المعلومات والمعارف التنموية

المتغيرات	الإرتباط الجزئي Pr	معامل الإنحدار الجزئي B	معنوية الإنحدار الجزئي t	معامل التحديد $R^2$
المستوى التعليمي	.253	.234	5.063	0.099
درجة المشاركة بالمنظمات الاجتماعية	.213	.187	4.219	0.157
درجة الرضا عن خدمات المجتمع المحلي	.287	.266	5.796	0.213
عدد ساعات الإتصال بالإنترنت	.163	.146	3.195	0.242
عدد سنوات وجود إنترنت بالمنزل	.138	.126	2.702	0.256

$R = 0.506$

$F = 7.301^*$

$R^2 = 0.256$

المصدر: جمعت وحسبت من بيانات الدراسة الميدانية 2024 \* معنوية عند مستوى إحصائي 0.05

التوصيات ومقترحات البحث: في ضوء النتائج التي اسفر عنها 1. تخصيص دورات تدريبية يقوم بها جهاز حماية البيئة أو الوحدات المحلية بتوعية السكان الريفيين على الاستخدام الأمثل للبحث وفي ضوء المناقشة السابقة فهي كالتالي

والمستجدات التنموية المختلفة بما يحقق الرضا النفسي لمستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي.

11. العمل على تبادل الخبرات والتجارب وتفعيل الندوات والملتقيات في مجالات التواصل الاجتماعي المختلفة بما يحقق تكامل كافة النواحي التنموية التي تمس حياة السكان الريفيين وواقعهم الاجتماعي والاقتصادي.

12. التوعية المستمرة لكافة مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي بالقوانين المنظمة لوسائل الاتصال وتقنية المعلومات بطرق وأدوات ووسائل مختلفة.

13. تفعيل دور وسائل التواصل الاجتماعي بما يحقق التفاعل المجتمعي الإيجابي في توصيل صوت وآراء السكان الريفيين وتقديم اقتراحاتهم وشكواهم الي كافة المسؤولين التنفيذيين بما يحق الرضا لدي السكان الريفيين عن الخدمات المجتمعية.

#### المراجع:

1. أبوالبزيد، هناء كمال (2009): الأثار النفسية والاجتماعية لتعرض الجمهور المصري لشبكة الانترنت، رسالة دكتوراه، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، مصر.

2. أحمد، مرفت عادل محمد (2022): وسائل التواصل الاجتماعي والحركات الاجتماعية، تحليل سوسيولوجي في ضوء نظرية "مانويل كاستلز" المجلة المصرية للعلوم الاجتماعية والسلوكية، مؤسسة تواصل للدراسات والتوعية الثقافية، المجلد (5)، العدد (5)، ص ص 154-188.

3. البكار، عاصم محمد عبدالقادر (2017): استخدام وسائل التواصل الاجتماعي وأثرها على القيم في الأسرة الأردنية: دراسة اجتماعية ميدانية، مجلة كلية الآداب، جامعة القاهرة، المجلد (7)، العدد (77)، ص ص 161-217.

4. التقرير العربي الثاني عشر للتنمية الثقافية (2017): مؤسسة الفكر العربي، لبنان.

5. الديب، أحمد دياب وسليمان، محمد أبو المعاطي وعبدالصادق، وحيد محمد (2018): البرامج الإرشادية ونقلها عن طريق موقع أو إيميل على الواتس آب، المؤتمر الخامس عشر بعنوان: مؤتمر الإرشاد الزراعي الإلكتروني في مصر، الجمعية العلمية للإرشاد الزراعي، 28-29 أكتوبر.

6. الرعود، عبدالله ممدوح (2011): دور شبكات التواصل الاجتماعي في التغيير السياسي في تونس ومصر من وجهة نظر الصحفيين الأردنيين، رسالة ماجستير، كلية الإعلام، جامعة الشرق الأوسط، الأردن.

7. العبادي، محمد (2023): نظرية التواصل الاجتماعي وأثرها على علاقاتنا الشخصية والمهنية، 16 نوفمبر، <https://eshbelia-news.com/?p=2810>.

لمواقع التواصل الاجتماعي بما ينمي الجوانب التعليمية والقيمية لديهم.

2. العمل على تذليل كافة العقبات التي تحول دون تحقيق أقصى استفادة ممكنة من مواقع التواصل الاجتماعي في نقل المعارف والمهارات وتوصيلها الى مستخدميها في صورة بسيطة وميسرة.

3. العمل على تطوير البنية التحتية للاتصالات وتقنيات المعلومات والدعم الفني على مستوى القرى وأماكن تركيز السكان الريفيين لتكون منيراً لنشر كل ما هو جديد ومستحدث في كافة المجالات التنموية والقطاعات التنفيذية من وزارة الزراعة والتنمية المحلية.

4. التوسع في نشر المنصات التوعوية على مواقع التواصل الاجتماعي في كافة مجالات التنمية الريفية والتي تساهم في نشر مفاهيم الاستدامة وتحقيق التواصل بين الأجيال المختلفة.

5. إعداد تطبيقات خاصة بالهواتف الذكية والتي تخص القضايا التنموية المختلفة، والعمل علي نشر الكتب الإلكترونية المبسطة والمدعمة بالصور التوضيحية لكل ما هو جديد ومستحدث من تقنيات سواء زراعية أو حرفية بما يساهم في تحسين نوعية وجودة الحياة للسكان الريفيين وبإمكانهم قرائتها وتحميلها والانتفاع بها من خلال صفحاتهم على شبكات التواصل الاجتماعي.

6. ضرورة قيام الخبراء من أساتذة الجامعات المصرية وأعضاء المراكز البحثية وخبراء التنمية في شتى المجالات التنموية بتخصيص صفحات خاصة بنشر المبادئ العامة والخطوط العريضة لتعزيز الثقافة التنموية المستدامة لدى السكان الريفيين بحيث يمكن من خلالها الحصول على معلومات دقيقة وموثقة للقضايا التنموية المختلفة، وتفاذي المعلومات المغلوطة بوسائل التواصل الاجتماعي.

7. تعزيز القيم الإيجابية التي تحملها وسائل التواصل الاجتماعي الحديثة والانتفاع بكل ما تقدمه من محتوى تنموي ونقل المعلومات المفيدة، والبرامج الجيدة وتنمية العقل والفكر والمدارك وتجنب كل ما يدعو للسلبية والعنف.

8. ضرورة العمل على تعزيز أهمية مواقع التواصل الاجتماعي ضمن الاستراتيجيات التنموية لضمان تحقيق انتشار ونجاح أكبر لها في المستقبل، وبخاصة بعد الاستخدام لها من قبل العديد من فئات السكان الريفيين.

9. العمل علي زيادة فرص تدريب السكان الريفيين في مراكز تكنولوجيا متطورة ليكونوا على إطلاع بصورة مستمرة علي كل ما هو جديد في عالم التكنولوجيا، وهذا سوف يؤدي إلى استخدامهم لوسائل التواصل الاجتماعي بشكل صحيح.

10. العمل على رفع مستوى كفاءة الأخصائيين الاجتماعيين والنفسيين في التعامل مع مختلف الحالات والقضايا التي تواجههم في حالات الاستخدام غير الرشيد والسوي لوسائل التواصل الاجتماعي من خلال الإعداد العلمي الجيد والذي يواكب التطورات

8. المقدادي، خالد غسان يوسف (2013): ثورة الشبكات الاجتماعية ماهية مواقع التواصل الاجتماعي وأبعادها التقنية الاجتماعية الاقتصادية - الدينية - السياسية على الوطن العربي والعالم، دار النفائس للنشر والتوزيع، الأردن، ط1.
9. النشرة السنوية لإحصاءات الاتصالات السلكية واللاسلكية (2022): الجهاز المركزي للتعبئة العامة والإحصاء، يوليو 2022 ص ص 1-32.
10. دخيل، علاء حسين (2016): شبكات التواصل الاجتماعي ودورها في رسم صورة المرأة من وجهة نظر طلبة الجامعات الأردنية، رسالة ماجستير، كلية الإعلام، جامعة الشرق الأوسط، الأردن.
11. دياب، هند مختار ومحمد، هبة نور الدين (2021): أثر وسائل التواصل الاجتماعي على النسق القيمي للشباب الريفي الجامعي، مجلة الاسكندرية للتبادل العلمي، جامعة الاسكندرية، المجلد (42)، العدد (2)، ص ص 783-795.
12. زكي، وليد رشاد (2012): نظرية الشبكات الاجتماعية من الأيدولوجيا إلى الميثودولوجيا: سلسلة قضايا استراتيجية، المركز العربي لأبحاث الفضاء الإلكتروني، القاهرة، مصر، مارس.
13. عابد، زهير (2012): دور شبكات التواصل الاجتماعي في تعبئة الرأي العام الفلسطيني نحو التغيير الاجتماعي والسياسي: دراسة وصفية تحليلية، مجلة جامعة النجاح لأبحاث العلوم الإنسانية، فلسطين، المجلد (26)، العدد (6)، ص ص 1387-1428.
14. عبدالله، المعز أبكر أحمد (2022): دور شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي الثقافي لدى طلاب جامعة شندي، مجلة العلوم الإنسانية والطبيعية، مركز الأبحاث والدراسات الإنسانية بجمهورية السودان، المجلد (3)، العدد (12)، ص ص 555-581.
15. عبد الغني، محمد محمد محمد (2019)، دراسة لجاهزية استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في الإرشاد الزراعي بمحافظة أسيوط، مجلة اتحاد الجامعات العربية للعلوم الزراعية، المجلد (27)، عدد (3)، جامعة عين شمس، القاهرة، مصر
16. عطية، حسني محمد وأشرف محمد أبو العلا وأمانى علي فيصل أحمد (2022)، الآثار الإيجابية والسلبية لشبكات التواصل الاجتماعي بريف محافظتي الاسماعيلية وبورسعيد، مجلة الاقتصاد الزراعي والعلوم الاجتماعية، كلية الزراعة جامعة المنصورة، المجلد (13)، العدد (11)، ص ص 427-433.
17. كامل، علياء الحسين محمد (2015): دور مواقع التواصل الاجتماعي على وعي الشباب في المشاركة السياسية: دراسة ميدانية في الأنتروبيولوجيا الاجتماعيه، مجله مركز الخدمة للإستشارات البحثية، كلية الآداب، جامعة المنوفية، الإصدار (50)، ص ص 235-311.
18. محمد، رحاب عصام حسني (2021)، استخدام وسائل التواصل الاجتماعي للحفاظ على التراث الثقافي المغربي، المجلة الدولية لدراسات التكامل المعرفي وبحوث التراث، مجلد (4)، العدد (1).
19. محمد، هدى مصطفى عبد العال (2014): دور مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي الاجتماعي والسياسي للشباب الريفي: دراسة ميدانية على عينة من الطلاب الريفيين بجامعة سوهاج، مجلة العلوم الزراعية جامعة سوهاج، مجلد (48)، العدد (3)، ص ص 1297-1311.
20. منصور، حسام (2022)، شبكات التواصل الاجتماعي ، مدخل نظري لفهم الايجابيات والسلبيات، المؤتمر العلمي الدولي الافتراضي، الاعلام الرقمي ، المتطلبات وآفاق التغيير، 25-26 اكتوبر، 2022، جامعة مصراته، ليبيا.
21. Amedie, Jacob (2015): The Impact of Social Media on Society, Advanced Writing: Pop Culture Intersections, USA: Santa Clara University, 2, P1-20.
22. Bansal, Ekta (2015): Impact of Social Media on Rural India, IJMRBS, Vol. (4), No (3), July.
23. Cao E, Jiang J, Duan Y, Peng H. (2022): A Data-Driven Expectation Prediction Framework Based on Social Exchange Theory, Front Psychol, 10; 12:783116. doi: 10.3389/fpsyg.2021.783116. PMID: 35082724; PMCID: PMC8784405.
24. Castells, Manuel & Cardoso, Gustavo (2005): The network society: from knowledge to policy, Washington, DC: The Paul H. Nitze School of Advanced International Studies, The Johns Hopkins University.
25. Castells, Manuel (1996): The rise of the network society. Oxford: Blackwell Publishers Ltd.
26. Castells, Manuel (2014): The Impact of the Internet on Society: A Global Perspective. <https://www.technologyreview.com/s/530566/the-impact-of-the-internet-on-society-a-global-perspective/>.
27. Chepkirui, Akinyi (2021): Impact of Social Media on agricultural extension, IDOSR Journal of ARTS and HUMANITIES, Vol. (6), Issue (1), Pp. 51-58.

- Kenya: A case of Kesses District, *International Journal of Agricultural Extension and Rural Development Studies*, Vol. (3), No. (1), February.
35. **Matthew hudson (23-6-2020)**, "what is social media?" [www.thebalancesmb.com](http://www.thebalancesmb.com), Retrieved 9-12-2020.
36. **Nunkoo, Robin (2016)**: Toward a More Comprehensive Use of Social Exchange Theory to Study Residents' Attitudes to Tourism, *Procedia Economics and Finance*, Vol. (39), Pp. 588-596, ISSN 2212-5671, [https://doi.org/10.1016/S2212-5671\(16\)30303-3](https://doi.org/10.1016/S2212-5671(16)30303-3).
37. **Paraskevaidis, P., & Andriotis, K. (2017)**: Altruism in tourism: Social Exchange Theory vs Altruistic Surplus Phenomenon in host volunteering, *Annals of Tourism Research*, Vol. (62), Pp. 26–37. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2016.11.002>
38. **Salgur, Selami (2016)**: How does the use of Social Networking affect family communication of teenagers? *Euromentor Journal Studies about education*, Vol. (7), issue (1), P 21-32.
39. **Simplilearn.com (2020)**: Pros and Cons "Understanding the Impacts of Social Media: [www.simplilearn.com](http://www.simplilearn.com), 13-11-2020 Retrieved 8-12-2020.
40. **Ward, C., & Berno, T. (2011)**: Beyond social exchange theory: Attitudes toward tourists. *Annals of Tourism Research*, Vol. (38), Issue (4), Pp. 1556–1569. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2011.02.005>.
28. **Chernyak-Hai, L., & Rabenu, E. (2018)**: The New Era Workplace Relationships: Is Social Exchange Theory Still Relevant? *Industrial and Organizational Psychology*, Vol. (11), Issue (3), Pp. 456–481. doi:10.1017/iop.2018.5.
29. **Chia-An Tsai, Jacob & Kang, Tsan-Ching, (2019)**: "Reciprocal intention in knowledge seeking: Examining social exchange theory in an online professional community," *International Journal of Information Management*, Elsevier, vol. (48) (C), Pp. 161-174.
30. **Computer Hope (8-2-2020)**, "Social network" [www.computerhope.com](http://www.computerhope.com), Retrieved 9-12-2020.
31. **Coulson, Andrea B. & MacLaren, Andrew C. & McKenzie, Stewart & O'Gorman, Kevin D., (2014)**: "Hospitality codes and Social Exchange Theory: The Pashtunwali and tourism in Afghanistan," *Tourism Management*, Elsevier, vol. (45) (C), Pp. 134-141.
32. **Gupta, Swati (2016)**: A study on Impact of Social Media in Rural Development, *National Seminar on Accelerating Rural Growth: By Empowering Women Through Innovation And Technology I J R T E R - Special Issue; November*.
33. **Kelsey, Todd (2010)**: *Social Networking Spaces: From Facebook to Twitter and Everything In Between*, APRESS, New York, P.397.
34. **Kipkurgat, Thomas & Onyiego, Michael and Chemwaina, Silahs (2016)**: Impact of Social Media on Agricultural Extension in