

أثر وسائل التواصل الاجتماعي الحديثة على التغيرات السلوكية للأسر الريفية بأحد مراكز
محافظة البحيرة

أ.د/ فؤاد عبد اللطيف سلامة* أ.د/ خالد توفيق محمد الفيل**

أ.د.م/ أحمد إسماعيل محمود أبوسالم** أمل سمير وفدي نوار**

*كلية الزراعة جامعة المنوفية **كلية الزراعة جامعة دمنهور

*Corresponding author: amalnwar1@gmail.com

<https://doi.org/10.21608/jaesj.2025.348056.1228>

الملخص:

استهدف البحث التعرف على الآثار المختلفة للدخول على مواقع التواصل الاجتماعي على الأسر الريفية بأحد مراكز محافظة البحيرة، وفي سبيل القيام بذلك قد تم إختيار عينة عشوائية قوامها 382 مبحوث من قريتي دسونس أم دينار وزاوية غزال بمركز دمنهور بمحافظة البحيرة. وقد أسفرت النتائج البحثية عن أن التأثيرات المختلفة للدخول على مواقع التواصل الاجتماعي الإقتصادية والإجتماعية والثقافية والترفيهية كانت بين متوسطة ومرتفعة. وقد أسفرت النتائج البحثية عن وجود علاقة ارتباطية طبقاً لتحليل معامل مربع كاي ما بين كل من وقت الفراغ للدخول على الأنترنت وملكية أجهزة إتصال حديثة وفئة الإشتراك على الأنترنت والقرية ومتغير أثر وسائل التواصل الاجتماعي على السلوكيات من الناحية الإجتماعية، كما أثبتت النتائج عن وجود علاقة ارتباطية بين كل من الحالة الزوجية والدخل الشهري ووقت الفراغ للدخول على الأنترنت، القرية ومتغير أثر وسائل التواصل الاجتماعي على السلوكيات من الناحية الإقتصادية. واتضح كذلك وجود علاقة ارتباطية بين كل من الحالة الزوجية والدخل الشهري ووقت الفراغ للدخول على الأنترنت وملكية أجهزة إتصال حديثة وفئة الإشتراك على الأنترنت، القرية ومتغير أثر وسائل التواصل الاجتماعي على السلوكيات من الناحية الثقافية والفكرية. وأخيراً وجدت علاقة ارتباطية بين كل من الحالة الزوجية والدخل الشهري ومدى كفاية الدخل الشهري ووقت الفراغ للدخول على الأنترنت وفئة الإشتراك على الأنترنت ومتغير أثر وسائل التواصل الاجتماعي على السلوكيات من الناحية الترويحية والترفيه.

وطبقاً لنتائج تحليل الإنحدار وجدت علاقة إنحدارية سببية بين كل من المكان الذي يفتح فيه مواقع التواصل الاجتماعي، عدد ساعات الدخول على مواقع التواصل الاجتماعي كمتغيرات مستقلة مع متغير أثر وسائل التواصل الاجتماعي على السلوكيات من الناحية الإجتماعية كمتغير تابع، كما وجدت علاقة إنحدارية سببية بين كل من دوافع الدخول على مواقع التواصل الاجتماعي، عدد ساعات الدخول على مواقع التواصل الاجتماعي، الإنفتاح الجغرافي كمتغيرات مستقلة مع متغير أثر وسائل التواصل الاجتماعي على السلوكيات من الناحية الإقتصادية كمتغير تابع، وقد قامت تلك المتغيرات بتفسير 4.3% من التباين الحادث في المتغير التابع.

ووجدت علاقة إحصائية سببية بين دوافع الدخول على مواقع التواصل الاجتماعي، مواقع التواصل الاجتماعي المفضلة والأكثر استخداماً، عدد ساعات الدخول على مواقع التواصل مع متغير أثر وسائل التواصل الاجتماعي على السلوكيات من الناحية الثقافية والفكرية كمتغير تابع، وقد قامت تلك المتغيرات بتفسير 23.1% من التباين الحادث في المتغير التابع.

. وأخيراً وجدت علاقة إحصائية سببية بين كل من دوافع الدخول على مواقع التواصل الاجتماعي، عدد ساعات الدخول على مواقع التواصل الاجتماعي مع متغير أثر وسائل التواصل الاجتماعي على السلوكيات من الناحية الترويحية والترفيه كمتغير تابع، وقد قامت تلك المتغيرات بتفسير 40.3% من التباين الحادث في المتغير التابع.

الكلمات الدالة: مواقع التواصل الاجتماعي-التغير الاجتماعي- السلوك الإنساني-الأسر الريفية.

المقدمة والمشكلة البحثية

تعتبر الأسرة من أهم مؤسسات المجتمع التي تقوم بالعديد من الوظائف الهامة في البناء الاجتماعي بصفة عامة، فالأسرة النواة الأساسية للمجتمع فهي ضرورة حتمية لبقاء الجنس البشري، وهي الحضان الأول الذي يتشرب فيه الإنسان مكارم الأخلاق والسلوكيات النبيلة، كما أنها تساهم في تشكيله اجتماعياً فهي أول جماعة يشعر بالانتماء إليها، ويتعلم كيف يتعامل مع الآخرين والمحافظة على الحقوق والقيام بالواجبات، هذا فضلاً عن أن ما بها من عادات وتقاليد تربط أفراد الأسرة معاً ثم تربطهم بالمجتمع الذي يعيشون فيه وعليه فإن الأسرة تعد بمثابة وسيط حيوي مؤثر في شخصية الفرد وبناء ذاته، ومنها يكتسب قيم المجتمع وثقافته وفي ظل التغيرات الاجتماعية المتوالية التي يعيشها مجتمعنا نتيجة الثورة التكنولوجية وانتشار النت والحاسب الآلي والهواتف الذكية واستخدام وسائل التواصل الاجتماعي لم يصبح إقتناء بعض وسائل التكنولوجيا من الكماليات أو مظهراً من مظاهر التحضر والحداثة عند البعض، بل بلغ هذا التملك درجة الهوس، إذ أصبح بمعدل جوال لكل فرد، لصيق به لا يفارقه وأصبح كل فرد يسعى لإقتناء آخر إبتكارات عالم التكنولوجيا (وازي، يوسف، 2013)، وألغيت الحواجز الجغرافية والزمنية بين الأفراد والمجتمعات وجعلت الفرد لا يتصل بمعاصريه فحسب بل حتى بالأجيال التالية من خلال ما يحفظه لهم من تراث ومعلومات مكنته من التواصل مع غيره بطريقة سريعة. فوسائل التواصل الاجتماعي عملت على تقريب المتباعدين وإبعاد المتقاربين عن بعضهم البعض وقد غيرت هذه التكنولوجيا سلوكيات الأفراد والعلاقات الاجتماعية والتواصل داخل الأسرة وعليه تتحدد إشكالية الدراسة في دراسة تأثير وسائل التواصل الاجتماعي علي الأسر الريفية من النواحي المختلفة الاجتماعية والاقتصادية والثقافية والنفسية، لما لهذه الآثار من تحول في علاقات الأسر بأفرادها من شكل إلي شكل آخر وكذلك من تبدل في العلاقات بين الأسر داخل المجتمع. فكثير من أنماط التفاعلات الجديدة بين أفراد الأسر وكذلك بين الأسرة والمجتمع الموجودة فيه إن هي إلا إنعكاس للتغيرات التي طرأت علي بناء ووظائف الأسرة والتي يرجع غالبية ذلك التأثير إلي الحداثة والعولمة والمتمثلة في وسائل التواصل الاجتماعي والتي تعتبر أحد أدواتها. وقد أثبتت العديد من الدراسات التأثير الواضح لوسائل التواصل

الإجتماعي على العلاقات الأسرية بين الأسرة وأفرادها وكذلك علي العلاقة بين الأسر في المجتمع وخاصة في المجتمع الريفي.

وعليه نطرح السؤال الآتي:

ما هو تأثير استخدام وسائل التواصل الإجتماعي على التغيرات السلوكية للأسرة الريفية ؟
أما الأسئلة الفرعية:

- 1- ما هو التأثير الإجتماعي لوسائل التواصل الإجتماعي على التغيرات السلوكية للأسرة الريفية؟
- 2- ما هو التأثير الإقتصادي لوسائل التواصل الإجتماعي على التغيرات السلوكية للأسرة الريفية؟
- 3- ما هو التأثير الثقافي لوسائل التواصل الإجتماعي على التغيرات السلوكية للأسرة الريفية؟
- 4- ما هو التأثير الترويحي والترفيهي لوسائل التواصل الإجتماعي على التغيرات السلوكية للأسرة الريفية؟

الاهداف البحثية

- 1- تحديد أثر وسائل التواصل الإجتماعي علي سلوكيات الأسر الريفية من الناحية الإجتماعية.
- 2- معرفة أثر وسائل التواصل الإجتماعي علي سلوكيات الأسر الريفية من الناحية الإقتصادية.
- 3- تحديد أثر وسائل التواصل الإجتماعي علي سلوكيات الأسر الريفية من الناحية الثقافية والفكرية.
- 4- معرفة أثر وسائل التواصل الإجتماعي علي سلوكيات الأسر الريفية من الناحية الترويحية والترفيه.
- 5- دراسة مدي إرتباط بعض المتغيرات الإقتصادية والإجتماعية والثقافية والشخصية علي أثر استخدام وسائل التواصل الإجتماعي المختلفة علي سلوكيات الأسر الريفية من الناحية الإجتماعية، والإقتصادية والثقافية والفكرية، والترويحية والترفيهية.
- 6- الخروج ببعض الرؤوي البحثية لمحاولة تفادي الآثار السلبية لوسائل التواصل الإجتماعي علي الأسر الريفية عينة الدراسة.

الأهمية البحثية

1-الأهمية النظرية

تظهر أهمية هذه الدراسة من خلال مساهمتها في إثراء الأدبيات السوسولوجية حول ظاهرة استخدام وسائل التواصل الإجتماعي كإحدى الوسائل الحديثة التي تزايد عدد مستخدميها في الآونة الأخيرة بشكل واضح وأتسع نطاق تأثيرها المباشر في ثقافة وسلوكيات الأفراد وإتجاهاتهم مما كان السبب للقيام بهذا البحث لإلقاء الضوء على هذه الظاهرة في بعض المجتمعات الريفية والتحقق من العلاقة بين ظاهرة استخدام مواقع التواصل الإجتماعي وأثرها على سلوكيات افراد الأسر الريفية في بعض قرى مركز دمنهور – محافظة البحيرة ، وتأمل الباحثة أن تكون هذه الدراسة تمهيداً لإجراء عدد من الدراسات التي تتناول موضوعات مماثلة بصورة علمية وشاملة بما يسهم في تحقيق التراكم المعرفي والبحثي .

2- الأهمية التطبيقية

نظراً لانتشار ظاهرة استخدام وسائل التواصل الإجتماعية في المجتمعات المختلفة وفي المجتمع المصري والريفي بصفة خاصة فقد قام هذا البحث للتعرف على تأثير استخدام وسائل التواصل الإجتماعية وما ينتج عن هذا الاستخدام من إيجابيات وسلبيات على سلوكيات أفراد الأسر الريفية، يتوقع أن تسهم النتائج التي ستصل إليها هذه الدراسة ومن خلال التوصيات في تحسين الاستخدام الإيجابي لوسائل التواصل الإجتماعي والحد من الآثار السلبية.

الإطار النظري والاستعراض المرجعي:

أولاً: الإطار المفهومي للدراسة

1- الأثر:

يعرف الأثر في هذه الدراسة بأنه ما تتركه الظاهرة (وسائل التواصل الإجتماعي) على أفراد الأسرة الريفية وقدرتها على حدوث تغيير في سلوكياتها سواء كان سلباً أو إيجاباً.

ب- الاستخدام:

يعرف الاستخدام في هذه الدراسة بأنه استعمال أفراد الأسرة لوسائل التواصل الإجتماعي (فيسبوك – واتس اب – تويتر – تيك توك).

ج- الاتصال والتواصل: ويعرف (الصوافي وآخرون، 2015) الاتصال بأنه تبادل الأفكار والمعلومات والآراء بين طرفين أو أكثر عن طريق أساليب ووسائل مختلفة مثل الإشارة والكلام والقراءة والكتابة.

ويرى (سعد، 2011) ان الاتصال هو نقل للمعلومات بين أطراف مؤثرة ومتأثرة على نحو يقصد به ويترتب عليه تغيير في المواقف والسلوك. ويطلق الصوافي، 2015، ص: 27) مصطلح الاتصال الإجتماعي على " الإجراء الذي يتم به تبادل التفاهم بين أفراد المجتمع، أو العملية التي عن طريقها تنتقل المعلومات والبيانات من إنسان لآخر أو جماعة لأخرى، بينما يعني التواصل القدرة على إيصال الأفكار والمشاعر للآخرين، وفي الوقت نفسه الإصغاء إليهم وفهم ما يقدمونه من أفكار وأطروحات مختلفة.

د- وسائل التواصل الإجتماعي: وتعرف وسائل التواصل الإجتماعي بأنها مواقع على شبكة الأنترنت تسمح لروادها بإنشاء حساب وصفحات خاصة بهم وربطها بنظام إجتماعي إلكتروني يتيح فرصة الحوار وتبادل الثقافات بين أعضائها من خلال التواصل الكتابي والمرئي والصوتي. (بن حمد، 2019، ص: 7)

وعرفها (نوير، 2018، ص: 17) أن شبكات التواصل الإجتماعي هي مجموعة من المواقع تقدم خدمات تم إنشاؤها وبرمجتها من قبل شركات كبرى لجمع أكبر عدد من المستخدمين والأصدقاء ومشاركة الأنشطة والأهتمامات في بنية مجتمع افتراضي، وتوفر هذه الخدمات ميزات مثل المحادثة الفورية والتراسل العام والخاص ومشاركة الوسائط المتعددة من صوت وصورة وفيديو والملفات، وقد استقطبت هذه الخدمات ملايين المستخدمين من شتى أنحاء العالم،

هـ - السلوك الإنساني: وعرف (رحومة، ٢٠٠٧، ص ٦٥) أن السلوك في اللغة مأخوذ من مادة: سَلَكَ، والسَّلَك مصدر، سَلَكَ طريقاً وسَلَكَ المكان يسَلُكه مَسَلْكَاً، وسَلَكَه عبْره ومنه، وأسَلَكه إياه، ومنه وعليه وسَلَكَ بالفتح مصدر سَلَكَت الشيء في الشيء فانسَلَكَ أي أدخلته فيه

فدخل، قال تعالى: {كَذَلِكَ سَلَكْنَاهُ فِي قُلُوبِ الْمُجْرِمِينَ} (سورة الشعراء: الآية ٢٠٠) ويعرف (التوحيدي، ٢٠٠٩، ص ٣٦) السلوك اصطلاحاً بأنه كل الأفعال والنشاطات التي تصدر عن الفرد سواء كانت ظاهرة أم غير ظاهرة. ويعرفه آخرون بأنه أي نشاط يصدر عن الإنسان سواء كان أفعالاً يمكن ملاحظتها وقياسها كالنشاطات الفسيولوجية والحركية أو نشاطات تتم على نحو غير ملحوظ كال تفكير والتذكر والوساوس وغيرها.

و- الأسرة: يرى (غيث وآخرون، ١٩٧٩، ص: ١٧٨) الأسرة في اللغة هي الدرع الحصين وأهل الرجل وعشيرته، ويطلق على الجماعة ويربطها أمر مشترك وجمعها أسر. وتعرف (زلوف، ٢٠١٤، ص ١٥) الأسرة اصطلاحاً بأنها رابطة إجتماعية تتكون من الزوج والزوجة والأطفال وقد تكون أكبر من ذلك فد تضم أفراداً آخرين كالاجداد والأطفال وبعض الأقارب على ان يكونوا مشتركين في معيشة واحدة مع الزوج والزوجة والأطفال.

ثانياً: الإطار النظري للدراسة

التطور التاريخي لنشأة وسائل التواصل الاجتماعي:

ظهرت مواقع التواصل الاجتماعي في الولايات المتحدة الأمريكية على مستوى التفاعل بين بعض زملاء الدراسة، وأول موقع للتواصل الاجتماعي لطلاب المدارس الأمريكية ظهر عام ١٩٩٥ (وهو موقع Classmates.com)، وهذا الموقع قسم المجتمع الأمريكي إلى ولايات، وقسم كل ولاية إلى مناطق، وقسم كل منطقة لعدة مدارس، وجميعها تشترك في هذا الموقع، ويمكن للفرد البحث في هذا التقسيم حول المدرسة التي ينسب إليها ويجد زملائه. وتبع ذلك محاولة ناجحة لموقع تواصل اجتماعي آخر؛ وهو موقع Six Degrees.com وكان ذلك في خريف عام (١٩٩٧)، وركز ذلك الموقع على الروابط المباشرة بين الأشخاص بغض النظر عن انتماءاتهم العلمية أو العرقية أو الدينية، وكان ذلك بداية للإنفتاح على عالم التواصل الاجتماعي بدون حدود، وقد أتاح ذلك الموقع للمستخدمين مجموعة من الخدمات من أهمها إنشاء الملفات الشخصية وإرسال الرسائل الخاصة لمجموعة من الأصدقاء، وبالرغم من ذلك فقد تم إغلاق الموقع لعدم قدرته على تمويل الخدمات المقدمة من خلاله، وتبع ذلك ظهور مجموعة من مواقع التواصل الاجتماعي خلال الفترة "١٩٩٧"، (عمار، ٢٠١٠، ص: ١٥٤). وكان محور اهتمامها هو تدعيم المجتمع من خلال مواقع تواصل اجتماعية مرتبطة بمجموعات معينة مثل موقع الأمريكيين الآسيويين Asianavenue.com وموقع البشر ذوي البشرة السمراء Blackplanet.com. وبعد ذلك ظهرت مجموعة من مواقع التواصل الاجتماعي والتي لم تستطع أن تحقق النجاح الكبير بين الأعوام (١٩٩٩-٢٠٠٠م)، وقد اعتمدت هذه المواقع في نشأتها خلال الفترة الأولى على تقنيات الويب في مراحله الأولى.

المرحلة الأولى: يمكن وصف هذه المرحلة بالمرحلة التأسيسية للشبكات الاجتماعية و هي المرحلة التي ظهرت فيها الجيل الأول للويب Web 1 وتشهد هذه المرحلة على البداية التأسيسية للشبكات، وشهدت هذه المرحلة مواقع متعددة من أشهرها موقع Journal Live وموقع Cyworld الذي أنشئ في كوريا وموقع Ryze الذي تبلور الهدف منه في تكوين شبكات إجتماعية لرجال الأعمال لتسهيل التعاملات التجارية، وتجدر الإشارة في الطرح التالي أن أبرز ما ركزت عليه مواقع الشبكات الاجتماعية في بدايتها هي خدمة الرسائل

القصيرة الخاصة بالأصدقاء ، وعلى الرغم من أنها وفرت بعض الخدمات الشبكات الإجتماعية الحالية إلا أنها لم تستطيع أن تدر ربح على مؤسسيها و لم يكتب للكثير البقاء. ويأتى بعد ذلك المرحلة الثانية ويمكن وصفها بأنها مرحلة إكمال الشبكات الإجتماعية، ويمكن التأريخ للمرحلة الثانية بالموجة الثانية للويب ٢ web والمقصود هنا أنها ارتبطت بتطور خدمات الشبكة. ويمكن أن نؤرخ لهذه المرحلة بانطلاق موقع التواصل الاجتماعي Friendster.com، وقد تم تصميمه ليكون وسيلة للتعارف والصدقات المتعددة بين مختلف فئات المجتمع العالمي، وقد نال هذا الموقع شهرةً كبيرةً في تلك الفترة، وفي النصف الثاني من نفس العام ظهر في فرنسا موقع skyrock.com كمنصة للتدوين، ثم تحول بعد ذلك إلى شبكة تواصل اجتماعي مع ظهور تقنيات الجيل الثاني للويب. وفي بداية عام (٢٠٠٣) ظهر موقع التواصل الاجتماعي الشهير Myspace.com وهو من أوائل مواقع التواصل الاجتماعي المفتوحة وأكثرها شهرة على مستوى العالم، كما ظهرت بالتوازي العديد من مواقع التواصل الاجتماعي المفتوحة وأكثرها شهرة على مستوى العالم مثل linkedin.com، والتي انطلقت رسمياً في الخامس من مايو عام (٢٠٠٣)؛ والذي وصل عدد مستخدميه إلى ٢٥٠ مليون مشتركاً (٢٠١٢)، ثم كانت النقلة الكبيرة في عالم شبكات التواصل الاجتماعي بانطلاق موقع الفيسبوك Facebook في الرابع من فبراير عام (2004). (عقيلة، 2015، ص: 200)

ط- النظريات المفسرة لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي:

1-نظرية تدرج الحاجات لماسلو Maslow: نشر أبراهام ماسلو Maslow في عام 1962 أسس نظرية لفهم السلوك الإنساني، الذي يتطلب فهم الدوافع الأساسية للسلوك فالإنسان لا يتحرك ولا يسكن إلا بدافع، وتفترض النظرية أن حاجات الإنسان المختلفة تنتظم في سلم هرمي، وتشغل الحاجات الفسيولوجية (Physiological needs) من مأكل ومشرب وملبس ومأوى وغيرها قاعدة ذلك الهرم، يلي هذا المستوى الحاجة إلى الأمن (safety needs) (حاجات الشخص لتوفير الأمان سواء كان هذا الأمان من الناحية المادية أو المعنوية أو النفسية، ثم الحاجات الاجتماعية (social needs) وتشمل حاجة الفرد لشعوره بأنه محبوب ومتفاعل مع الآخرين في المجتمع، ومن ثم حاجات التقدير (Esteem needs) تشمل حاجة الفرد لشعوره بتقدير الآخرين له واحترامهم، وكذلك الحاجة لتقدير الشخص لذاته، ثم أخيراً يحتل قمة الهرم حاجات تحقيق الذات (self-actualization) وتشمل حاجة الفرد أن يحقق أحلامه وآماله بأن يصبح ما أراد دوماً، ويفترض أن الحاجات غير المشبعة تمثل المحرك الرئيسي للإنسان الذي يدفعه إلى العمل، وأن هذه الحاجات غير المشبعة ينبغي اشباعها قبل التحرك لمستوى أعلى من الحاجات على السلم الهرمي (حماد، 2016، ص: 362).

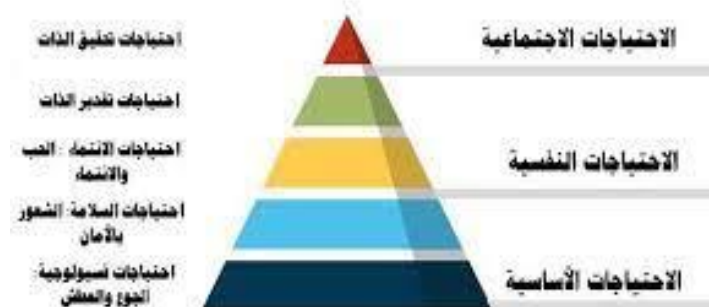
وقسم ماسلو الاحتياجات البشرية بشكل هرمي تنازلياً طبقاً لأهميتها شكل (1) معتمداً على أولويات تحقيقها، حيث أن أي نقص في المستويات الأولى يحول دون إمكانية تحقيق المستوى التالي له.

1- الاحتياجات الفسيولوجية: المستوى الأول والأدنى من الاحتياجات يتضمن الاحتياجات الأساسية الضرورية للمعيشة.

2-إحتياجات الأمن: المستوى الثاني من الإحتياجات يتضمن حاجة الفرد إلى الأمن والحماية والأمان.

- 3- **الإحتياجات الاجتماعية:** المستوى الثالث من الإحتياجات يرتبط بالسلوكيات الاجتماعية، ويقوم على أساس رغبة الفرد في إنضمامه كعضو مقبول بجماعة، ويتضمن الرغبة في الحب والعطف والانتماء والصداقة وتكوين العلاقات.
- 4- **إحتياجات تقدير الذات:** يرتبط المستوى الرابع من الإحتياجات بحاجة الفرد إلى الإحترام والمكانة الاجتماعية ويتضمن الإحساس الذاتي بالكفاءة، والشعور بالإنجاز والاحترام والتقدير من الآخرين.
- 5- **إحتياجات تحقيق الذات:** المستوى الخامس الذي يعد أعلى مستويات الإحتياجات ويرتبط برغبة الفرد في أن يحقق ذاته ويبلغ ذروة إمكانياته والشعور بالاعتماد على النفس والاستقلالية وإثبات الذات. (Santos et al, 2007)

هرم ماسلو "Maslow" للإحتياجات الإنسانية



شكل (1) هرم ماسلو للإحتياجات الإنسانية

<https://www.google.com/url?sa=i&url=https%3A%2F%2Far.wikipedia.>

ويمكن توظيف نظرية الحاجات الإنسانية في تفسير استخدام وسائل التواصل الإجتماعي وأثره على سلوكيات الأسر الريفية بتطبيق المستويات الخمسة للحاجات على المجتمع، حيث يشمل المستوى الأول على الحاجات الفسيولوجية وهي الحاجات اللازمة لبقاء الأفراد في المجتمع على قيد الحياة من مأكلاً ومشرب وملبس ومأوى وغيرها، حيث إن وسائل التواصل الإجتماعي قد توفر معلومات أساسية عن الطعام والماء والموارد الحيوية التي يحتاجها الإنسان، ووسيلة لعرض فرص العمل أو المساكن المتاحة مما يسهل الوصول إليها. وفي المستوى الثاني الحاجة إلى الأمن والسلامة فساعدت وسائل التواصل الإجتماعي في توفر الشعور بالأمان من خلال التواصل مع الأصدقاء والعائلة، والحصول على الدعم النفسي والإجتماعي ومن ثم الحاجة للانتماء والحب حيث تعتبر وسائل التواصل الإجتماعي منصات لتكوين العلاقات، مما يساعد الأفراد على تعزيز شعور الانتماء والتواصل مع الآخرين. ثم الحاجة للمكانة الاجتماعية والتقدير حيث أن وسائل التواصل الإجتماعي تمكن الأفراد من عرض إنجازاتهم وأرائهم، مما يساهم في تعزيز تقدير الذات والاعتراف من قبل الآخرين. وأخيراً الحاجة لتحقيق الذات حيث تتيح وسائل التواصل الإجتماعي للأفراد التعبير عن إبداعاتهم وأفكارهم، مما يساهم في تطوير الهوية الشخصية وتحقيق الأفراد لأهدافهم.

2-نظرية انتشار المستحدثات لروجرز (Rogers):- تعتبر نظرية روجرز لانتشار المستحدثات أحد النظريات الأساسية في العصر الحديث لظاهرة تبني المجتمعات للمخترعات الجديدة، و يمكن تعريف المقصود بالانتشار بأنه العملية التي يتم من خلالها المعرفة بابتكار أو اختراع ما من خلال عدة قنوات اتصالية بين أفراد النسق الاجتماعي، وقد قام (روجرز) بدراسات عديدة في هذا المجال ووجد أن هناك علاقة بين انتشار المستحدثات و حدوث التغير الاجتماعي. وتعتمد درجة انتشار المستحدثات على فعالية الاتصال داخل النسق الاجتماعي بحيث يتم انتشار الفكرة الجديدة وهنا يظهر دور عامل الوقت وبه تتم مراحل حتى يتم اتخاذ قرار ما بشأن تبني التكنولوجيا الجديدة، والمرحلة الأولى هي المعرفة حيث يدرك الأفراد وجود فكرة جديدة بشأن اختراع ما ويحاولوا التعرف على وظائف ذلك الشيء الجديد، أما المرحلة الثانية فتتعلق بالاقتران حيث تتكون لدى الفرد شعور مع أو ضد استخدام المستحدثات الجديدة، أما المرحلة الثالثة فهي مرحلة اتخاذ القرار بتبني استخدام الشيء الجديد أو رفضه و المرحلة الأخيرة يقوم فيها الفرد المستخدم بدعم استخدام الابتكارات الجديدة وتأكيد أهميتها، وتتأتى هذه المراحل من خلال الوعي بتطبيقات الابتكار الجديد ثم الاهتمام باختياره مما يؤدي إلى محاولة تقييم جدوى تبني مثل هذا الشيء وبذلك يدخل حيز التجريب للوقوف على الفوائد المكتسبة حتى إذا وصل الفرد إلى درجة الاقتران فإن ذلك يقود إلى مرحلة التبني. (عماد وحسين، 1998، ص: 256-258)، وقد أشار روجرز إلى أن المتبنين للمستحدث ينقسمون إلى خمس فئات هم :-

- 1- المبتكرون: وتمثل هذه الفئة أولئك الذين يتوقعون إلى تجربة الأفكار الجديدة، و تتميز تلك الفئة بالدخل المرتفع و التعليم العالي، و الإنفتاح على الثقافات العالمية، كما أن أفرادها قابلوا التمسك بعرف الجماعة و يحصلون على معلوماتهم من المصادر العلمية و الخبراء .
 - 2- المتبنون الأوائل: ويتميزون بأنهم أكثر تمسكا بأعراف الجماعة وبعضهم من يحتل مرتبة قادة الرأي نظراً لإندماجهم القوي مع الجماعات .
 - 3- الغالبية المبكرة : وهم أولئك الذين يفكرون ملياً قبل تبني أية فكرة حديثة، و يعتمدون على الجماعة في إمدادهم بالمعلومات، ويمثلون حلقة وصل لنشر الفكرة المستحدثة لتوسيط موقعهم بين المتبنين الأوائل والأواخر
 - 4- الأغلبية المتأخرة: ووصفهم (روجرز) بالمتشككين، إذ يتبنون الفكرة اعتماد على عرف الجماعة، أو ربما إنقياداً للضغط عليهم، وأعضاء تلك الفئة غالباً ما يكونوا أكبر سناً وأقل دخلاً وتعليماً، ويعتمدون في حصولهم على المعلومات على الاتصال المواجه أكثر من وسائل الإعلام .
 - 5- المتمسكون : وتشير تلك الفئة إلى أولئك الذين يرتبطون بالتقاليد، ويتمسكون بالأفكار القديمة، ولا يتبنون الفكرة المستحدثة إلا إذا صارت قديمة .
- ويرتبط بنظرية انتشار المستحدثات دراسة عدة عوامل تساعد في الإجابة على تساؤلات بحثية هامة مثل هل تتغير أنماط استخدام تكنولوجيا الاتصال عبر فترات زمنية مختلفة وما هي سمات وخصائص الأفراد المستخدمين لهذه التكنولوجيا؟ وهل هناك تفاوت في درجات الاستخدام. وهذه العوامل هي المكانة الاجتماعية، خصائص وسمات الأفراد، الخلفية الاجتماعية والثقافية للمستخدمين، وتؤثر هذه العوامل على تبني استخدام تكنولوجيا المعلومات والأبعاد الاجتماعية المقترنة بذلك الاستخدام. (خالد، ٢٠٠٩، ص: ٨)

وبناء على السابق، أشارت دراسات بحوث انتشار المستحدثات إلى أهمية مفهوم الشبكات الاجتماعية في فهم كيفية انتشار المبتكرات داخل النسق الاجتماعي وفي ضوء ذلك قام روجرز بدراسة قنوات الاتصال لأنها هي التي تعمل على خلق وعي وإقناع الفرد باستخدام أدوات تكنولوجيا الاتصال، إضافة إلى ذلك أشارت هذه الدراسات إلى أهمية تناول عملية الانتشار من خلال بُعد تنظيمي وذلك لتأثير البيئة الاجتماعية على عملية تبني استخدام التكنولوجيا.

ثالثاً: الدراسات السابقة

1-دراسات باللغة العربية

- دراسة شبمء سمير الحديدي، (2024) بعنوان تأثير متابعة الشباب الجامعي لصفحات مشاهير مواقع التواصل الاجتماعي على درجة رضاهم عن الحياة(كلية التربية النوعية جامعة دمياط. هدفت الدراسة إلى التعرف على تأثير متابعة الشباب الجامعي لصفحات مشاهير مواقع التواصل الاجتماعي، توصلت الدراسة إلى أن غالبية طلاب عينة الدراسة بنسبة (67.5%) يتعرضون لصفحات مشاهير مواقع التواصل الاجتماعي بشكل دائم، وجاءت التأثيرات المعرفية في المرتبة الأولى بوزن نسبي بلغ 83، وجاءت التأثيرات السلوكية في المرتبة الثانية بوزن نسبي 80.93، يليها التأثيرات الوجدانية بوزن نسبي بلغ 77.67، كما أن مستوى إستجابات طلاب عينة الدراسة نحو متابعتهم لصفحات مشاهير مواقع التواصل الاجتماعي ومدي رضاهم عن حياتهم وقعت ما بين (موافق، محايد)، وجاءت عبارة أشعر بالرضا عن مظهري الخارجي في المرتبة الأولى، يليها أشعر بالرضا عن المستوي المعيشي لأسرتي، و توجد علاقة ارتباطية موجبة ذات دلالة إحصائية بين تعرض الشباب الجامعي لصفحات مشاهير مواقع التواصل الاجتماعي والرضا عن الحياة.

- دراسة نيرة احمد شبايك (2024) بعنوان تأثير متابعة الشباب لصفحات المؤثرين عبر مواقع التواصل الاجتماعي على سمات نموذج القدوة لديهم بمحافظة القاهرة.هدفت الدراسة إلى التعرف علي العلاقة بين متابعة صفحات المؤثرين وتبني نموذج القدوة لدي الشباب المصري، وتوصلت الدراسة إلى أن أكثر مواقع التواصل الاجتماعي التي يفضل الشباب المصري متابعة المؤثرين من خلاها في المرتبة الأولى الفيس بوك بنسبة 25.7%، يليه الانستجرام بنسبة 24.5%، و 70.5% من المبحوثين يتابعون المؤثرين بشكل متقطع طوال اليوم، و جاء دافع التسلية والترفيه في مقدمة دوافع تعرض المبحوثين للمؤثرين بنسبة 84.6%، يليه طبيعة المحتوى الذي يقدمونه بنسبة 82.2%.

- دراسة مروة عبد العليم السيد، وآخرون (2023) دور المؤثرين الإسلاميين على مواقع التواصل الاجتماعي في تدعيم المعرفة الدينية لدى الشباب الجامعي بمحافظة القاهرة .هدفت الدراسة إلى تحقيق عدة أهداف ومنها: الوقوف على أهم التأثيرات التي يحدثها المحتوى الديني للمؤثرين الإسلاميين على المعرفة والوعي الديني للشباب الجامعي والتعرف على مدى ثقة الشباب الجامعي في المحتوى الديني الذي يقدمه المؤثرين الإسلاميين على مواقع التواصل الاجتماعي، وتوصلت الدراسة إلى أن مستوى اهتمام المبحوثين بمتابعة المؤثرين الإسلاميين على مواقع التواصل الاجتماعي جاءت بدرجة متوسطة بنسبة ٦٤,٧% يليها بشكل منخفض بنسبة ٢١,٣% يليها بشكل مرتفع بنسبة ١٤,٠% كما توصلت إلى وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين مدى اهتمام المبحوثين بمتابعة المؤثرين الإسلاميين على مواقع التواصل الاجتماعي وبين معرفته في المحتوى الديني لهؤلاء المؤثرين.

- دراسة محمد فرج أبو تبيبة (2023) بعنوان أثر وسائل الإتصال الإجتماعى على العلاقات الأسرية كما يدركها الابناء بليبيا. هدفت الدراسة إلى التعرف على مستوى إستخدام أفراد الأسرة لوسائل الإتصال الإجتماعى، والتعرف على أثر وسائل الإتصال الإجتماعى على العلاقات الأسرية كما يدركها الابناء، وعلى أثر وسائل الإتصال الإجتماعى على تلاشى بعض القيم داخل الأسرة كما يدركها الابناء، وأظهرت نتائج الدراسة أن أغلب أفراد العينة يقضون 3 ساعات أو أكثر على وسائل التواصل الإجتماعى، كما أن هناك أثر لوسائل الإتصال الإجتماعى على العلاقات الأسرية، فكلما زادت ساعات إستخدام وسائل الغتصال الإجتماعى كلما أثر على العلاقات الأسرية، وهناك درجة ضعيفة من التأثير لوسائل الإتصال الإجتماعى على تلاشى بعض القيم داخل الأسرة ، وأن أغلب أفراد العينة يستخدمون شبكة الفيس بوك .

بدراسات باللغة الإنجليزية

- دراسة sedigheh Moghavvemi, 2017 وآخرون بعنوان إدمان الفيس بوك واليوتيوب ونمط الإستخدام لدى الطلاب الماليزيين. وهدفت هذه الدراسة إلى تحديد تأثير استخدام وسائل التواصل الاجتماعي على حياة الطلاب الاجتماعية والأكاديمية، وتوصلت هذه الدراسة إلى أن 18٪ من مستخدمي الفيس بوك و 22٪ من مستخدمي اليوتيوب مدمنون وفقاً لمقياس يونغ لإدمان الإنترنت، ويقضون أكثر من ساعتين على الفيس بوك واليوتيوب يوميًا، وأن الطلاب يستخدمون الفيس بوك للحصول على المعلومات والحفاظ على العلاقات والتعلم الأكاديمي والاستفسار عن المنتج ومقابلة الناس، وأن الإناث هم أكثر استخداماً لموقع اليوتيوب مقارنة بالذكور، كما جاءت نسبة استخدام موقع اليوتيوب للترفيه بنسبة 89٪ إلى جانب 46٪ لمتابعة الاحداث، فى حين جاءت نسبة استخدام المقاطع التعليمية فى التعليم الذاتى 45٪.

- دراسة (Stefanone, Lackaff & Rosen, 2016) بعنوان السلوك التأثيري لمواقع التواصل الاجتماعي على وسائل الإعلام التقليدية دراسة حالة في ضوء استخدام طلاب الجامعات لمواقع التواصل الاجتماعي، وهدفت الدراسة إلى فحص السلوك التأثيري لطلاب الجامعات لمواقع التواصل الاجتماعي على وسائل الإعلام التقليدية، وتوصلت النتائج إلى وجود علاقة عكسية بين فترة تعرض الطلاب الجامعيين لمواقع التواصل الاجتماعي وإستهلاك الإعلام التقليدي، كما أظهرت النتائج جوانب تأثير سلبي لمواقع التواصل الاجتماعي على الإعلام التقليدي تمثلت في انخفاض مستويات التعرض والتأثر بالمحتوى والتفاعل معه.

- دراسة (Arzu, Ekoc, 2014) بعنوان أثر مجموعات الفيس بوك كأداة داعمة لتعلم اللغة الأجنبية في الفصول الدراسية. وهدفت الدراسة إلى الكشف عن أثر الفيس بوك كأداة داعمة لتعلم اللغة الأجنبية في الفصول الدراسية لدى طلاب الصف العاشر، حاولت هذه الدراسة تقديم إستعراض لصفحات مجموعة الفيس بوك كأداة تعليمية لتعلم اللغة ، و كأحد الحاجات الأساسية لمتعلمي اللغة الأجنبية هو الحصول على الفرصة لإستخدام اللغة خارج الممارسات الصفية وتوفر وسائل التواصل الاجتماعي إمكانات الإتصال المناسبة للمتعلمين لإستقبال مدخلات اللغة الأساسية وإنتاج نواتج محددة ذات معنى بالنسبة إليهم ، وقد كونت الباحثة فى الدراسة صفحة مجموعة على موقع التواصل الإجتماعى كمحاولة لفهم ديناميكية التفاعل بين الطلاب في بيئة التعلم الافتراضية على الفيس بوك. وقد توصلت الدراسة إلى أن وسائل

الإعلام الإجتماعية توفر بيئة أكثر حرية وبيئة تفاعلية، كما أن التفاعلات الحادثة في وسائل التواصل الإجتماعي هي أكثر مرونة في إثارة النقاش في تعلم اللغة الأجنبية ، ونقاش القضايا الإجتماعية وتعطي المزيد من الفرص لإستخدام اللغة بشكل تفاعلي بسبب الوسائط المتعددة والمستخدمة في طبيعة العرض و الإتصال على الموقع ، وإختيار الطلاب ما يتم مشاركته على الصفحة الرئيسية للمجموعة أيضاً، وبينت الدراسة أن لوسائل التواصل الإجتماعي دوراً في تشجيع الأغراض التعليمية كما تدفع إلى إحداث التغيرات في مجال التعليم خارج حدود المدرسة.

دراسة (Oh, H& Ozkaya, E &La Rosa,R, 2014) بعنوان تأثير العلاقات الإجتماعية الداعمة في مواقع التواصل الإجتماعي على الرضا عن الحياة. وتقوم هذه الدراسة بالتركيز على تأثير العلاقات الإجتماعية الداعمة في مواقع التواصل الإجتماعي وعدد الأصدقاء والمتابعين على الرضا عن الحياة والشعور بالدعم الإجتماعي والاندماج المجتمعي، وجدت الدراسة ان هناك علاقة إيجابية بين التواصل الداعم مع المتابعين والأصدقاء في مواقع التواصل الإجتماعي والشعور الإيجابي والرضا حيث تبين أن العلاقات الإجتماعية في مواقع التواصل الإجتماعي تؤثر بشكل مباشر على مشاعر الفرد بعد التواصل وخلال خمسة أيام، كما وجدت الدراسة ان هناك علاقة إيجابية بين عدد الأصدقاء في مواقع التواصل الإجتماعي والتواصل الداعم وبين الشعور بالرضا عن الحياة والشعور بالاندماج في المجتمع، ومن جانب آخر بينت الدراسة إنه كلما تواصل الفرد بشكل إيجابي ومع جماعات داعمة كلما زاد شعوره بالرضا عن الحياة. كما توصلت الدراسة إلى أكثر من نصف الشباب الذين يستخدمون مواقع التواصل الاجتماع قد اعترفوا بأنهم يقضون وقت أطول من ذلك الوقت الذي يقضونه مع أفراد أسرته، وأن ٥٣% من العينة أشاروا أن مواقع التواصل تسببت في تغيير أنماط حياتهم..

ج- روية نقدية لتلك الدراسات

في ضوء ما تم استعراضه يمكن استخلاص ما يلي:

تعرضت الكثير من الدراسات السابقة سالفه الذكر إلى تأثير إستخدام مواقع التواصل الإجتماعي والفيس بوك على الفرد نفسه من اضطراب نفسي وعدم إستقرار، بالإضافة إلى وصف الدخول على تلك المواقع من حيث نوعيتها وعدد الساعات التي يدخل فيها الفرد على تلك المواقع، هذا بالإضافة إلى تأثير الدخول على تلك المواقع على العملية التعليمية. أما الدراسة الحالية، فهي دراسة على المناطق الريفية، وتأثير الأنترنت ومواقع التواصل الإجتماعي على الأسرة الريفية من جوانبها الإقتصادية والإجتماعية والثقافية والترويحية. ولذلك تعتبر تلك الدراسة من باقورة الأعمال بالنسبة لهذا الإتجاه. وما زال الطريق طويلاً أي أن تلك الظاهرة مازالت في حاجة إلى المزيد من الدراسة لكشف جميع جوانبها.

رابعاً: فروض الدراسة

الفرض البحثي الأول:

لا توجد علاقة معنوية بين كلاً من المتغيرات المستقلة الشخصية كالنوع، والسن، والحالة الزوجية، وعدد أفراد الأسرة، والمستوى التعليمي، والمهنة الأساسية، وإجمالي الدخل شهرياً للأسرة، ومدى كفاية الدخل الشهري، والمتغيرات الإتجاهية للمبحوثين التي تعكس إتجاهات المبحوثين نحو إستخدام وسائل التواصل الإجتماعي مثل الإنفتاح الجغرافي والثقافي لأهالي

القرية، والمشاركة المجتمعة لأهالي القرية، ومدى توفر وقت فراغ للدخول على الانترنت، وملكية أهل القرية لأجهزة اتصال حديثة، والإشتراك على شبكة الانترنت، والوسيلة المستخدمة للدخول على شبكة الانترنت، وفئة الأشتراك على شبكة الانترنت، وأسم مواقع التواصل الإجتماعى المستخدمة، ومواقع التواصل الإجتماعى المفضلة والأكثر إستخداماً، ومكان فتح وسائل التواصل الإجتماعى، وعدد ساعات الدخول على مواقع التواصل الإجتماعى، ودوافع الدخول على مواقع التواصل الإجتماعى و متغير أثر إستخدام مواقع التواصل الإجتماعى على السلوكيات من الناحية الإجتماعية.

الفرض البحثى الثانى:

لا توجد علاقة معنوية بين كلاً من المتغيرات المستقلة الشخصية كالنوع، والسن، والحالة الزوجية، وعدد أفراد الأسرة، والمستوى التعليمي، والمهنة الأساسية، وإجمالي الدخل شهرياً للأسرة، ومدى كفاية الدخل الشهري، والمتغيرات الإتجاهية للمبحوثين التي تعكس إتجاهات المبحوثين نحو إستخدام وسائل التواصل الإجتماعى مثل الإنفتاح الجغرافى والثقافى لأهالي القرية، والمشاركة المجتمعة لأهالي القرية، ومدى توفر وقت فراغ للدخول على الانترنت، وملكية أهل القرية لأجهزة اتصال حديثة، والإشتراك على شبكة الانترنت، والوسيلة المستخدمة للدخول على شبكة الانترنت، وفئة الأشتراك على شبكة الانترنت، وأسم مواقع التواصل الإجتماعى المستخدمة، ومواقع التواصل الإجتماعى المفضلة والأكثر إستخداماً، ومكان فتح وسائل التواصل الإجتماعى، وعدد ساعات الدخول على مواقع التواصل الإجتماعى، ودوافع الدخول على مواقع التواصل الإجتماعى ومتغير أثر إستخدام مواقع التواصل الإجتماعى على السلوكيات من الناحية الإقتصادية.

الفرض البحثى الثالث:

لا توجد علاقة معنوية بين كلاً من المتغيرات المستقلة الشخصية كالنوع، والسن، والحالة الزوجية، وعدد أفراد الأسرة، والمستوى التعليمي، والمهنة الأساسية، وإجمالي الدخل شهرياً للأسرة، ومدى كفاية الدخل الشهري، والمتغيرات الإتجاهية للمبحوثين التي تعكس إتجاهات المبحوثين نحو إستخدام وسائل التواصل الإجتماعى مثل الإنفتاح الجغرافى والثقافى لأهالي القرية، والمشاركة المجتمعة لأهالي القرية، ومدى توفر وقت فراغ للدخول على الانترنت، وملكية أهل القرية لأجهزة اتصال حديثة، والإشتراك على شبكة الانترنت، والوسيلة المستخدمة للدخول على شبكة الانترنت، وفئة الأشتراك على شبكة الانترنت، وأسم مواقع التواصل الإجتماعى المستخدمة، ومواقع التواصل الإجتماعى المفضلة والأكثر إستخداماً، ومكان فتح وسائل التواصل الإجتماعى، وعدد ساعات الدخول على مواقع التواصل الإجتماعى، ودوافع الدخول على مواقع التواصل الإجتماعى ومتغير أثر إستخدام مواقع التواصل الإجتماعى على السلوكيات من الناحية الثقافية والفكرية.

الفرض البحثى الرابع:

لا توجد علاقة معنوية بين كلاً من المتغيرات المستقلة الشخصية كالنوع، والسن، والحالة الزوجية، وعدد أفراد الأسرة، والمستوى التعليمي، والمهنة الأساسية، وإجمالي الدخل شهرياً للأسرة، ومدى كفاية الدخل الشهري، والمتغيرات الإتجاهية للمبحوثين التي تعكس إتجاهات المبحوثين نحو إستخدام وسائل التواصل الإجتماعى مثل الإنفتاح الجغرافى والثقافى لأهالي القرية، والمشاركة المجتمعة لأهالي القرية، ومدى توفر وقت فراغ للدخول على الانترنت، وملكية أهل القرية لأجهزة اتصال حديثة، والإشتراك على شبكة الانترنت، والوسيلة

المستخدمة للدخول على شبكة الأنترنت، وفئة الأشتراك على شبكة الأنترنت، وأسم مواقع التواصل الإجتماعى المستخدمة، ومواقع التواصل الإجتماعى المفضلة والأكثر إستخداماً، ومكان فتح وسائل التواصل الإجتماعى، وعدد ساعات الدخول على مواقع التواصل الإجتماعى، ودوافع الدخول على مواقع التواصل الإجتماعى ومتغير أثر إستخدام مواقع التواصل الإجتماعى على السلوكيات من الناحية الترفيهية والترويحية.

الإجراءات البحثية

المجال البشرى: الشاملة وتضم كل أرباب الأسر بقريتي دسونس أم دينار، وزاوية غزال بمركز دمنهور بمحافظة البحيرة.

العينة: لتحقيق أهداف الدراسة رؤى اختيار عينة عشوائية بسيطة من الأسر بالقريتي الدراسة اللاتي تم ذكرهم وقد تم تحديد حجم العينة بواسطة معادلة Yamane (سلامة، 2017، نقلًا عن Yamane, 1967) في كل قرية من القرى المدروسة كالتالي:

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

حيث n = حجم العينة = N = حجم الشاملة e = نسبة الخطأ المسموح (0.07) في هذه الدراسة

ووفقاً لهذه المعادلة تم حساب حجم العينة في كل قرية من قرى الدراسة، وقد كان إجمالي العينة في القريتين (382) مبحوثاً من إجمالي عدد المبحوثين بالقريتين اللاتي تم إختيارهم من إجمالي الشاملة (5950) أسرة، ليصبح 193 مبحوثاً من قرية زاوية غزال، و189 مبحوثاً من قرية دسونس أم دينار.

ثانياً:- تجميع بيانات الدراسة: اعتمدت هذه الدراسة على منهج المسح الاجتماعى بطريقة العينة، ولتجميع البيانات الميدانية اللازمة لهذه الدراسة تم الاعتماد على صحيفة إستبيان أعدت خصيصاً لهذه الدراسة، وتم إستيفاء بياناتها بالمقابلة الشخصية مع المبحوثين.

ثالثاً:- قياس متغيرات الدراسة:

أ- المتغيرات المستقلة

- 1-النوع: تم قياس هذا المتغير الاسمي بإعطاء الرجل (2) والمرأة (1).
- 2-السن: وتم قياسه كرقم مطلق يعبر عن عدد سنوات المبحوث منذ ميلاده حتى تاريخ جمع البيانات، معبراً عنه بالرقم الخام.
- 3-الحالة الزوجية: وتم قياس هذا المتغير الاسمي بإعطاء الأعزب (4) درجة، والمتزوج (3) درجة، والمطلق (2) درجة، والأرمل (1) درجة.
- 3-عدد أفراد الأسرة : وتم قياس هذا المتغير كرقم مطلق يعبر عن عدد الأفراد الذين يعيشون مع البحوث فى وحدة معيشية واحدة.
- 4-المستوى التعليمى: وتم قياس هذا المتغير بمستوى التعليم الذي أتمه المبحوث، ووضع أربعة مستويات هى: أمي (1) درجة، يقرأ ويكتب (2) درجة، ثانوي أو دبلوم (3) درجة، مؤهل عالي (4) درجة.
- 5-نوع المهنة: وتم قياس هذا المتغير الاسمي طبقاً لإستمارة ترميز البيانات، حيث تم إعطاء لايعمل (6) درجات، موظف حكومى (5) درجات، أعمال حرة وقطاع خاص (4) درجات، مزارع (3) درجات، عامل بالأجر (2) درجة، معاش (1) درجة.

- 6- **الدخل الشهري:** وتم قياس هذا المتغير طبقاً لإستمارة ترميز البيانات وتم إعطاء الدخل أقل من 2000 جنيه (1) درجة، وللدخل من 2000-4000 جنيه (2) درجة، وللدخل من 4000-6000 جنيه (3) درجة، وللدخل أكثر من 6000 جنيه (4) درجة .
- 7- **مدى كفاية دخل الأسرة الشهري:** وتم قياس هذا المتغير طبقاً لإستمارة ترميز البيانات بإعطاء غالباً (3) درجات، إلي حد ما (2) درجة، نادراً (1) درجة.
- 8- **وقت الفراغ للدخول على شبكة الإنترنت:** وتم قياس هذا المتغير طبقاً لإستمارة ترميز البيانات، بإعطاء دائماً (3) درجات، أحياناً (2) درجة، لا (1) درجة.
- 9- **ملكية أجهزة الإتصال الحديثة:** وتم قياس هذا المتغير طبقاً لإستمارة ترميز البيانات وتم إعطاء إمتلاك موبايل (4) درجات، وإمتلاك كمبيوتر (3) درجات، وإمتلاك لاب توب (2) درجة، وإمتلاك تاب (1) درجة، وإمتلاك أكثر من جهاز (5) درجات.
- 10- **الإشتراك على شبكة الإنترنت:** وتم قياس هذا المتغير طبقاً لإستمارة ترميز البيانات، بإعطاء نعم (2) درجة، ولا (1) درجة.
- 11- **الوسيلة المستخدمة للدخول على الأنترنت:** وتم قياس هذا المتغير طبقاً لإستمارة ترميز البيانات، وتم إعطاء الدخول من الموبايل (4) درجات، والدخول من الكمبيوتر (3) درجات، والدخول من لاب توب (2) درجة، والدخول من التاب (1) درجة، والدخول من أكثر من جهاز (5) درجات.
- 12- **فئة الإشتراك على الأنترنت:** وتم قياس هذا المتغير طبقاً لإستمارة ترميز البيانات وتم إعطاء الإشتراك بباقة بسيطة على الموبايل (1) درجة، والإشتراك بباقة متوسطة على الموبايل (2) درجة، والإشتراك بباقة عالية على الموبايل (3) درجات، والإشتراك من خلال راوتر بالبيت (4) درجات، والإشتراك من خلال راوتر بالبيت وباقة على الموبايل (5) درجات.
- 13- **نوع مواقع التواصل الإجتماعي المستخدمة:** وتم قياس هذا المتغير طبقاً لإستمارة ترميز البيانات، وتم إعطاء فيس بوك (6) درجات، وواتس آب (5) درجات، وإنستجرام (4) درجات، وتيك توك (3) درجات، وتليجرام (2) درجة، وتويتر "اكس" (1) درجة، وأكثر من موقع تواصل إجتماعي (7) درجات.
- 14- **مواقع التواصل الإجتماعي المفضل و الأكثر إستخداماً:** وتم قياس هذا المتغير طبقاً لإستمارة ترميز البيانات، وتم إعطاء فيس بوك (6) درجات، وواتس آب (5) درجات، وإنستجرام (4) درجات، وتيك توك (3) درجات، وتليجرام (2) درجة، وتويتر "اكس" (1) درجة، وأكثر من موقع مفضل (7) درجات.
- 15- **المكان الذى يفتح فيه مواقع التواصل الإجتماعي:** وتم قياس هذا المتغير طبقاً لإستمارة ترميز البيانات وتم إعطاء فى المنزل (4) درجات، وفى العمل (3) درجات، وفى المقهى (2) درجة، ومع الأصدقاء (1) درجة، وإعطاء مختلف الأماكن (5) درجات.
- 16- **عدد ساعات الدخول على مواقع التواصل الإجتماعي:** هذا المتغير طبقاً لإستمارة ترميز البيانات تم قياسه كرقم مطلق يعبر عن عدد الساعات التى يقضيها المبحوث على مواقع التواصل الإجتماعي، معبراً عنه بالرقم الخام.
- 17- **الإنفتاح الجغرافى:** وتم قياس هذا المتغير طبقاً لإستمارة ترميز البيانات، ويتكون من خمسة بنود فرعية وهي : 1- سافرت إلى عاصمة البلاد. 2- قمت بزيارة آثار مصر. 3-

سافرت خارج البلاد. 4- التنقل والسفر لمدن أخرى للتعرف على ثقافات مصر. 5- سافرت إلى عاصمة المحافظة.

وتم ترميز الاستجابات للبنود كالاتي: دائماً (3) درجات، أحياناً (2) درجة، لا (1) درجة ويتراوح المدى النظري لهذا المتغير ما بين (5-15).

18-الإنفتاح الثقافي: وتم قياس هذا المتغير طبقاً لإستمارة ترميز البيانات ويتكون من خمسة بنود فرعية وهي: 1- قراءة الكتب. 2- مشاهدة برامج متخصصة في التلفزيون. 3- قراءة الصحف والمجلات. 4- المشاركة في ندوات. 5- مناقشة الآخرين في قضايا الساعة، وتم ترميز الاستجابات لكافة البنود كالاتي: غالباً (3) درجات، أحياناً (2) درجة، نادراً (1) درجة، ويتراوح المدى النظري لهذا المتغير ما بين (5 – 15).

وقد تم حساب ثبات هذا المتغير Reliability بعرضه على مجموعة من المتخصصين وأقروا بصلاحية العبارات لقياس هذه الظاهرة، وقد تم حساب ثبات هذا المتغير من خلال حساب معامل ألفا كرونباخ Cronbach's Alpha وكانت قيمته 0,635، وبطريقة التجزئة النصفية كانت قيمتها 0,695 وهي قيمة مقبولة لحد ما، مما يعطي مصداقية عالية لهذا المتغير في ثبات النتائج الخاصة بالإنفتاح الثقافي.

19- المشاركة المجتمعية: وتم قياس هذا المتغير طبقاً لإستمارة ترميز البيانات، والذي يشتمل على سبعة بنود فرعية وهي: 1- المساهمة في السداد عن الغارمين و الغارمات. 2- المساهمة في علاج المرضى غير القادرين. 3- المساهمة في عمل سقف أو توصيل مياه لبيوت المحتاجين. 4- نظافة الشوارع بالقرية. 5- المساهمة في جمعية تنمية المجتمع المحلي بالقرية. 6- المساهمة في تزويج فتيات غير قادرات. 7- المساهمة في حل الخلافات التي تنشأ في القرية. وتم ترميز الاستجابات للبنود السبعة كالاتي: دائماً (3) درجات، أحياناً (2) درجة، نادراً (1) درجة ويتراوح المدى النظري لهذا المتغير ما بين (7-21).

وقد تم حساب ثبات هذا المتغير Reliability بعرضه على مجموعة من المتخصصين وأقروا بصلاحية العبارات لقياس هذه الظاهرة، وقد تم حساب ثبات هذا المتغير من خلال حساب معامل ألفا كرونباخ Cronbach's Alpha وكانت قيمته 0,763، وبطريقة التجزئة النصفية كانت قيمتها 0,702 وهي قيمة مقبولة لحد كبير، مما يعطي مصداقية عالية لهذا المتغير في ثبات النتائج الخاصة بالمشاركة المجتمعية.

20- دوافع الدخول على مواقع التواصل الإجتماعي : وتم قياس هذا المتغير طبقاً لإستمارة ترميز البيانات، والذي يشتمل على ثمانية بنود فرعية وهي:

1- التعرف على الآراء والاتجاهات الفكرية المختلفة. 2- البحث عن زوجة أو زوج. 3- لمعرفة ما يحدث في المجتمع من أنشطة مختلفة. 4- للتواصل مع القطاعات الخدمية. 5- للخروج من العزلة والبحث عن صداقات. 6- متابعة أخبار المشاهير. 7- إقتناء وشراء كل ما هو جديد لمواكبة العصر. 8- التواصل مع الأصدقاء والأقارب. وتم ترميز الاستجابات للبنود الثمانية كالاتي: غالباً (3) درجات، أحياناً (2) درجة، نادراً (1) درجة ويتراوح المدى النظري لهذا المتغير ما بين (8-24).

وقد تم حساب ثبات هذا المتغير Reliability بعرضه على مجموعة من المتخصصين وأقروا بصلاحية العبارات لقياس هذه الظاهرة، وقد تم حساب ثبات هذا المتغير من خلال حساب معامل ألفا كرونباخ Cronbach's Alpha وكانت قيمته 0,704، وبطريقة التجزئة

النصفية كانت قيمتها 0,688 وهي قيمة مقبولة لحد ما، مما يعطي مصداقية عالية لهذا المتغير في ثبات النتائج الخاصة بدوافع استخدام وسائل التواصل الاجتماعي.

ب- المتغير التابع

1- أثر استخدام وسائل التواصل الاجتماعي على السلوكيات من الناحية الاجتماعية:

وتم قياس هذا المتغير طبقاً لاستمارة ترميز البيانات والذي يشتمل على سبعة بنود فرعية وهي: 1- مواقع التواصل الاجتماعي أساسية في حياتك ومتقدرش تستغنى عنها. 2- استخدام مواقع التواصل الاجتماعي خلاك أقرب من أسرتك. 3- دخولك على مواقع التواصل الاجتماعي بيخليك تعرف أخبار أقاربك وأصدقائك القدامى. 4- أنت بتشوف أن استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في العائلات (جروب العيلة) بديل عن الزيارات المنزلية. 5- التواصل مع الاقارب والاصدقاء المسافرين خارج مصر من خلال وسائل التواصل الاجتماعي بقي أسهل وأسرع وأرخص. 6- التعرف على اصدقاء جدد من خلال وسائل التواصل الاجتماعي بقي أسهل. 7- بتستخدم وسائل التواصل الاجتماعي لتسهيل المناسبات الهامة في حياتك ومشاركتها مع أسرتك وأصدقائك للإحتفاظ بها. وتم ترميز الإستجابات للبنود السبعة كالآتي: موافق (3) درجات، موافق لحد ما (2) درجة، غير موافق (1) درجة ويتراوح المدى النظري لهذا المتغير ما بين (7-21).

وقد تم حساب ثبات هذا المتغير Reliability بعرضه على مجموعة من المتخصصين وأقروا بصلاحية العبارات لقياس هذه الظاهرة، وقد تم حساب ثبات هذا المتغير من خلال حساب معامل ألفا كرونباخ Cronbach's Alpha وكانت قيمته 0,694، وبطريقة التجزئة النصفية كانت قيمتها 0,519 وهي قيمة مقبولة لحد ما، مما يعطي مصداقية عالية لهذا المتغير.

2- أثر استخدام وسائل التواصل الاجتماعي على السلوكيات من الناحية الاقتصادية:

وتم قياس هذا المتغير طبقاً لاستمارة ترميز البيانات والذي يشتمل على ستة بنود فرعية وهي: 1- ممكن تشتري أى سلعة من خلال وسائل التواصل الاجتماعي. 2- وسائل التواصل الاجتماعي سهلت على أفراد الأسرة في إنجاز أعمالهم. 3- بتتعرف على عروض البيع والشراء من خلال وسائل التواصل الاجتماعي. 4- جروبات بيع السلع ساعدت المرأة في قريتك على العمل من البيت. 5- ممكن تعمل فيديوهات على وسائل التواصل الاجتماعي كمحاولة لكسب المال. 6- وسائل التواصل الاجتماعي بتساعدك في إعادة بيع أشياءك القديمة الغير مستخدمة. وتم ترميز الإستجابات للبنود الستة كالآتي: موافق (3) درجات، موافق لحد ما (2) درجة، غير موافق (1) درجة ويتراوح المدى النظري لهذا المتغير ما بين (6-18). وقد تم حساب ثبات هذا المتغير Reliability بعرضه على مجموعة من المتخصصين وأقروا بصلاحية العبارات لقياس هذه الظاهرة، وقد تم حساب ثبات هذا المتغير من خلال حساب معامل ألفا كرونباخ Cronbach's Alpha وكانت قيمته 0,676، وبطريقة التجزئة النصفية كانت قيمتها 0,687 وهي قيمة مقبولة لحد كبير، مما يعطي مصداقية عالية لهذا المتغير.

3- أثر استخدام وسائل التواصل الاجتماعي على السلوكيات من الناحية الثقافية والفكرية:

المفهوم النظري: هو عبارة عن عبارة عن المردود الترفيهي والترويحي على سلوكيات أفراد الأسرة الناتج عن استخدام وسائل التواصل الاجتماعي.

المفهوم الإجرائي: وتم قياس هذا المتغير طبقاً لإستمارة ترميز البيانات والذي يشتمل على سبعة بنود فرعية وهي: 1- تدخل لوسائل التواصل الإجتماعي لمتابعة الأعمال الفنية. 2- تدخل لوسائل التواصل الإجتماعي لمتابعة أخبار الرياضة واللاعبين. 3- تدخل لوسائل التواصل الإجتماعي لمتابعة أخبار الفنانين والمشاهير. 4- تدخل لوسائل التواصل الإجتماعي لزيادة المعرفة بالأمور الدينية. 5- تدخل لوسائل التواصل الإجتماعي لمتابعة برامج الطهي. 6- تدخل لوسائل التواصل الإجتماعي للتسلية بالألعاب وتمضية وقت الفراغ. 7- ساعدتك وسائل التواصل الإجتماعي في تطوير الذوق العام في الأكل والشرب واللبس. وتم ترميز الإستجابات للبنود السبعة كالآتي: موافق (3) درجات، موافق لحد ما (2) درجة، غير موافق (1) درجة ويتراوح المدى النظري لهذا المتغير ما بين (7-21).

وقد تم حساب ثبات هذا المتغير Reliability بعرضه على مجموعة من المتخصصين وأقروا بصلاحية العبارات لقياس هذه الظاهرة، وقد تم حساب ثبات هذا المتغير من خلال حساب معامل ألفا كرونباخ Cronbach's Alpha وكانت قيمته 0,797، وبطريقة التجزئة النصفية كانت قيمتها 0,751 وهي قيمة مقبولة بدرجة مرتفعة، مما يعطي مصداقية عالية لهذا المتغير.

4- أثر استخدام وسائل التواصل الإجتماعي على السلوكيات من الناحية الترويحية والترفيه:

المفهوم النظري: هو عبارة هي عبارة عن المردود الترفيهي والترويحي على سلوكيات أفراد الأسرة الناتج عن استخدام وسائل التواصل الاجتماعي.

المفهوم الإجرائي: وتم قياس هذا المتغير طبقاً لإستمارة ترميز البيانات (س23- د)، والذي يشتمل على سبعة بنود فرعية وهي 1- تدخل لوسائل التواصل الإجتماعي لمتابعة الأعمال الفنية. 2- تدخل لوسائل التواصل الإجتماعي لمتابعة أخبار الرياضة واللاعبين. 3- تدخل لوسائل التواصل الإجتماعي لمتابعة أخبار الفنانين والمشاهير. 4- تدخل لوسائل التواصل الإجتماعي لزيادة المعرفة بالأمور الدينية. 5- تدخل لوسائل التواصل الإجتماعي لمتابعة برامج الطهي. 6- تدخل لوسائل التواصل الإجتماعي للتسلية بالألعاب وتمضية وقت الفراغ. 7- ساعدتك وسائل التواصل الإجتماعي في تطوير الذوق العام في الأكل والشرب واللبس. وتم ترميز الإستجابات للبنود السبعة كالآتي: موافق (3) درجات، موافق لحد ما (2) درجة، غير موافق (1) درجة ويتراوح المدى النظري لهذا المتغير ما بين (7-21).

وقد تم حساب ثبات هذا المتغير Reliability بعرضه على مجموعة من المتخصصين وأقروا بصلاحية العبارات لقياس هذه الظاهرة، وقد تم حساب ثبات هذا المتغير من خلال حساب معامل ألفا كرونباخ Cronbach's Alpha وكانت قيمته 0,797، وبطريقة التجزئة النصفية كانت قيمتها 0,751 وهي قيمة مقبولة بدرجة مرتفعة، مما يعطي مصداقية عالية لهذا المتغير.

النتائج البحثية:

1-أثر وسائل التواصل الإجتماعي على السلوكيات من الناحية الإجتماعية

أوضحت نتائج الدراسة أن القيم الرقمية المعبرة عن أثر وسائل التواصل الإجتماعي على السلوكيات من الناحية الإجتماعية للمبحوثين في قرى الدراسة يتراوح المدى الفعلي لها ما بين (7، 21) درجة، وبمتوسط حسابي قدره 15,49 درجة، وانحراف معياري

قدره 3,28 درجة، وقد تم تصنيف المبحوثين وفقاً لمستوى أثر وسائل التواصل الاجتماعي على السلوكيات من الناحية الاجتماعية إلى ثلاث فئات اعتماداً على المدى النظري (7، 21) درجة، كما بالجدول التالي.

جدول (1): التوزيع العددي والنسبي للمبحوثين وفقاً لمستوى أثر وسائل التواصل الاجتماعي على السلوكيات من الناحية الاجتماعية

أثر وسائل التواصل الاجتماعي على السلوكيات من الناحية الاجتماعية	عدد	%
أثر بدرجة منخفضة (7 - 11)	53	13,9
أثر بدرجة متوسطة (12-16)	184	48,2
أثر بدرجة مرتفعة (17-21)	145	37,9
المجموع	382	100

المصدر: إستمارة الإستبيان

يتبين من البيانات الواردة بالجدول السابق أن 53 مبحوثاً ذوى درجة منخفضة لأثر وسائل التواصل الاجتماعي على السلوكيات من الناحية الاجتماعية ويمثلوا 13,9% من إجمالي المبحوثين في قريتي الدراسة، بينما يتبين أن 184 مبحوثاً من ذوى درجة متوسطة لأثر وسائل التواصل الاجتماعي على السلوكيات من الناحية الاجتماعية بنسبة 48,2% من إجمالي المبحوثين في قريتي الدراسة، كما أن عدد 145 من المبحوثين ذوى درجة مرتفعة لأثر وسائل التواصل الاجتماعي على السلوكيات من الناحية الاجتماعية بنسبة 37,9% من إجمالي المبحوثين في قريتي الدراسة.

نستنتج من الجدول السابق أن غالبية المبحوثين الأثر الاجتماعي بصورة متوسطة ومرتفعة على المبحوثين، مما يدل على أن وسائل التواصل الاجتماعي ذات أثر واضح على الأسر في العينة، ولا بد أن يؤخذ ذلك بعين الاعتبار لتأثير ذلك على الأسر بعلاقتهم الاجتماعية التي ستتغيرت طبقاً لذلك التأثير.

-استجابات المبحوثين بالنسبة لبنود متغير أثر وسائل التواصل الاجتماعي على السلوكيات من الناحية الاجتماعية

توزيع استجابات المبحوثات على بنود متغير متغير أثر وسائل التواصل الاجتماعي على السلوكيات من الناحية الاجتماعية يوضحها جدول (2):

وينضح من نفس الجدول أن غالبية المبحوثين يوافقون على أن التواصل مع الأقارب أو الأصدقاء المسافرين خارج مصر من خلال وسائل التواصل الاجتماعي بقى أسهل وأسرع وأرخص، ووصل عددهم إلى 228 مبحوث أي بنسبة 59,7% مبحوث من إجمالي العينة الكلية للمبحوثين بقرى الدراسة، يليها عدد المبحوثين الذين يوافقون على أن مواقع التواصل الاجتماعي أساسية في حياتهم ولا يمكن الإستغناء عنها حيث وصل عددهم إلى 219 مبحوث أي بنسبة 57,3% مبحوث من إجمالي العينة الكلية للمبحوثين بقرى الدراسة، يليها عدد المبحوثين اللذين يوافقون على أن دخولهم على مواقع التواصل الاجتماعي يساعد على معرفة أخبار أقاربهم حيث وصل عددهم إلى 189 مبحوث أي بنسبة 49,5% من إجمالي العينة الكلية للمبحوثين بقرى الدراسة، بينما وصل عدد المبحوثين الذين يوافقون على أن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي خلاك أقرب من أسرتك إلى 107 مبحوث أي بنسبة 28,1% من إجمالي العينة الكلية للمبحوثين بقرى الدراسة. وبالتالي

وجد أن أعلى استجابة لأثر وسائل التواصل الإجتماعى على السلوكيات من الناحية الإجتماعية عند المبحوثين تمثلت في أن التواصل مع الأقارب أو الأصدقاء المسافرين خارج مصر من خلال وسائل التواصل الإجتماعى بقي أسهل وأسرع وأرخص، أما عن أقل استجابة من المبحوثين تجاه أثر وسائل التواصل الإجتماعى على السلوكيات من الناحية الإجتماعية تمثلت في أن استخدام مواقع التواصل الإجتماعى خلاك أقرب من أسرتك.

جدول (2) التوزيع العددي والنسبي لاستجابات المبحوثين بالنسبة لبنود متغير أثر وسائل التواصل الإجتماعى على السلوكيات من الناحية الإجتماعية (العينة: 382 مبحوث)

العبارة	موافق	%	موافق لحد ما	%	غير موافق	%
مواقع التواصل الإجتماعى أساسية فى حياتك ومتقدرش تستغنى عنها.	219	57,3	99	25,9	64	16,8
إستخدام مواقع التواصل الإجتماعى خلاك أقرب من أسرتك.	107	28,1	101	26,4	174	45,5
دخولك على مواقع التواصل الإجتماعى ببساعدك تعرف أخبار أقاربك.	189	49,5	111	29,1	82	21,4
أنت بتشوف أن إستخدام وسائل التواصل الإجتماعى فى العائلات (جروب العيلة) بديل عن الزيارات المنزلية	137	35,9	106	27,7	139	36,4
التواصل مع الأقارب أو الأصدقاء المسافرين خارج مصر من خلال وسائل التواصل الإجتماعى بقي أسهل وأسرع وأرخص	228	59,7	116	30,4	38	9,9
التعرف على أصدقاء جدد من خلال وسائل التواصل الإجتماعى بقي أسهل	170	44,5	140	36,6	72	18,9
بتستخدم وسائل التواصل الإجتماعى لتسجيل المناسبات الهامة فى حياتك ومشاركته مع أسرتك وأصدقائك للإحتفاظ بها	188	49,2	95	24,9	99	25,9

المصدر: إستمارة الإستبيان

يتضح من النتائج السابقة أن مواقع التواصل تستخدم فى الناحية الإجتماعية من خلال التواصل مع الأصدقاء فى الخارج لسهولة ورخصها، كما أنها لا يمكن الإستغناء عنها لدرجة الإدمان، وتدل النتائج السابقة أن مواقع التواصل الإجتماعى أصبحت شيء أساسى فى حياة الناس فى المجتمع لكونها تربطهم ببعضهم ببعض وبالعالم الخارجى، وتسهل عليهم الكثير من شئون حياتهم.

2-أثر وسائل التواصل الإجتماعى على السلوكيات من الناحية الإقتصادية

أوضحت نتائج الدراسة أن القيم الرقمية المعبرة عن أثر وسائل التواصل الإجتماعى على السلوكيات من الناحية الإقتصادية للمبحوثين فى قرى الدراسة يتراوح المدى الفعلى لها ما بين (6، 18) درجة، وبمتوسط حسابى قدره 12,727 درجة، وانحراف معياري قدره 2,81 درجة، وقد تم تصنيف المبحوثين وفقاً لمستوى أثر وسائل التواصل الإجتماعى على السلوكيات من الناحية الإقتصادية إلى ثلاث فئات اعتماداً على المدى النظري (6، 18) درجة، كما بالجدول التالي.

جدول (3): التوزيع العددي والنسبي للمبحوثين وفقاً لأثر وسائل التواصل الاجتماعي على السلوكيات من الناحية الاقتصادية

أثر وسائل التواصل الاجتماعي على السلوكيات من الناحية الاقتصادية	عدد	%
أثر بدرجة منخفضة (6 – 9)	60	15,7
أثر بدرجة متوسطة (10-13)	173	45,3
أثر بدرجة مرتفعة (14-18)	149	39
المجموع	382	100

المصدر: إستمارة الإستبيان

يتبين من البيانات الواردة بالجدول السابق أن 60 مبحوثاً ذوى درجة منخفضة لأثر وسائل التواصل الاجتماعي على السلوكيات من الناحية الاقتصادية ويمثلوا 15,7% من إجمالي المبحوثين في قريتي الدراسة ، بينما يتبين أن 173 مبحوثاً من ذوى درجة متوسطة لأثر وسائل التواصل الاجتماعي على السلوكيات من الناحية الاقتصادية بنسبة 45,3% من إجمالي المبحوثين في قريتي الدراسة، كما أن عدد 149 من المبحوثين ذوى درجة مرتفعة لأثر وسائل التواصل الاجتماعي على السلوكيات من الناحية الاقتصادية بنسبة 39% من إجمالي المبحوثين في قريتي الدراسة.

نستنتج من الجدول السابق أن غالبية المبحوثين يرون الأثر الاقتصادي بصورة متوسطة ومرتفعة عليهم، مما يدل على أن وسائل التواصل الاجتماعي ذات أثر واضح على الأسر في العينة، ولابد أن يؤخذ ذلك بعين الاعتبار لتأثير ذلك على الأسر من الناحية الاقتصادية بتسهيل شراء السلع والخدمات بصورة أيسر من الوسائل التقليدية.

-استجابات المبحوثين بالنسبة لبنود متغير أثر وسائل التواصل الاجتماعي على السلوكيات من الناحية الاقتصادية

توزيع استجابات المبحوثات على بنود متغير متغيرأثر وسائل التواصل الاجتماعي على السلوكيات من الناحية الاقتصادية يوضحها جدول (4) :

جدول (4) التوزيع العددي والنسبي لاستجابات المبحوثين بالنسبة لبنود متغير أثر وسائل التواصل الاجتماعي على السلوكيات من الناحية الاقتصادية (العينة 382 مبحوث)

العبارة	موافق	%	موافق لحد ما	%	غير موافق	%
يمكن تشتري أى سلعة من خلال وسائل التواصل الاجتماعي	123	32,2	190	49,7	69	18,1
وسائل التواصل الاجتماعي سهلت على أفراد الأسرة فى إنجاز أعمالهم.	145	38	124	32,4	113	29,6
بتتعرف على عروض البيع والشراء من خلال وسائل التواصل الاجتماعي.	171	44,8	158	41,4	53	13,8
جروبات بيع السلع ساعدت المرأة فى قريتك على العمل من البيت	162	42,4	155	40,6	65	17
يمكن تعمل فيديو هات على وسائل التواصل الاجتماعي كمحاولة لكسب المال.	102	26,7	95	24,9	185	48,4
وسائل التواصل الاجتماعي بتساعدك فى إعادة بيع أشياءك القديمة الغير مستخدمة	142	37,2	158	41,4	82	21,4

المصدر: إستمارة الإستبيان

اتضح من الجدول السابق أن غالبية المبحوثين يوافقون لحد ما على أنه ممكن تشتري أى سلعة من خلال وسائل التواصل الإجتماعى، ووصل عددهم إلى 190 مبحوث أى بنسبة 49,7% مبحوث من إجمالي العينة الكلية للمبحوثين بقرى الدراسة، يليها عدد المبحوثين الذين لا يوافقون على أنه من الممكن عمل فيديوهات على وسائل التواصل الإجتماعى كمحاولة لكسب المال حيث وصل عددهم إلى 185 مبحوث أى بنسبة 48,4% مبحوث من إجمالي العينة الكلية للمبحوثين بقرى الدراسة، يليها عدد المبحوثين الذين يوافقون على أنه يتم التعرف على عروض البيع والشراء من خلال وسائل التواصل الإجتماعى حيث وصل عددهم إلى 171 مبحوث أى بنسبة 44,8% من إجمالي العينة الكلية للمبحوثين بقرى الدراسة. وبالتالي وجد أن أعلى استجابة لأثر وسائل التواصل الإجتماعى على السلوكيات من الناحية الاقتصادية عند المبحوثين تمثلت في التعرف على عروض البيع والشراء من خلال وسائل التواصل الإجتماعى، أما عن أقل استجابة من المبحوثين تجاه أثر وسائل التواصل الإجتماعى على السلوكيات من الناحية الاقتصادية تمثلت في عمل فيديوهات على وسائل التواصل الإجتماعى كمحاولة لكسب المال.

يتضح من النتائج السابقة أن مواقع التواصل تستخدم في الناحية الاقتصادية من خلال التعرف على عروض البيع والشراء والقيام بعملية التسوق عبر الإنترنت، وإستخدامها كبديل عن وسائل التسوق العادية.

3-أثر وسائل التواصل الإجتماعى على السلوكيات من الناحية الثقافية والفكرية

أوضحت نتائج الدراسة أن القيم الرقمية المعبرة عن مستوى أثر وسائل التواصل الإجتماعى على السلوكيات من الناحية الثقافية والفكرية للمبحوثين في قرى الدراسة يتراوح المدى الفعلي لها ما بين (18، 36) درجة، وبمتوسط حسابي قدره 26,97 درجة، وانحراف معياري قدره 4,7 درجة، وقد تم تصنيف المبحوثين وفقاً لمستوى أثر وسائل التواصل الإجتماعى على السلوكيات من الناحية الثقافية والفكرية إلى ثلاث فئات اعتماداً على المدى النظري (12، 36) درجة، كما بالجدول التالي.

جدول (5): التوزيع العددي والنسبي للمبحوثين وفقاً لمستوى أثر وسائل التواصل الإجتماعى على السلوكيات من الناحية الثقافية والفكرية

أثر وسائل التواصل الإجتماعى على السلوكيات من الناحية الثقافية والفكرية	عدد	%
أثر بدرجة منخفضة (18 – 23)	88	23
أثر بدرجة متوسطة (24 – 29)	175	45.9
أثر بدرجة مرتفعة (30 – 36)	119	31.1
المجموع	382	100

المصدر: إستمارة الإستبيان

يتبين من البيانات الواردة بالجدول السابق أن عدد المبحوثين الذين يقعوا في الفئة ذات الدرجة المنخفضة لأثر وسائل التواصل الإجتماعى على السلوكيات من الناحية الثقافية والفكرية 88 مبحوثاً بنسبة 23% من إجمالي المبحوثين بقرى الدراسة، كما أن عدد المبحوثين الذين يقعوا في الفئة ذات الدرجة المتوسطة لأثر وسائل التواصل الإجتماعى على السلوكيات من الناحية الثقافية والفكرية 175 مبحوثاً ويمثلوا 45.9% من إجمالي المبحوثين

بقرتي الدراسة، وعدد المبحوثين الذين يقعون في الفئة ذات الدرجة المرتفعة 119 مبحثاً بنسبة 31.1% من إجمالي المبحوثين بقرتي الدراسة.

نستنتج من الجدول السابق أن غالبية المبحوثين يرون الأثر الثقافي والفكري بصورة متوسطة ومرتفعة عليهم، مما يدل على أن وسائل التواصل الاجتماعي ذات أثر واضح على الأسر في العينة، ولا بد أن يؤخذ ذلك بعين الاعتبار لتأثير ذلك على الأسر من الناحية الثقافية والفكرية في تغيير سلوكيات الأسرة وأفرادها نتيجة لكم المعلومات الموجود على مواقع التواصل الاجتماعي وخاصة بين الشباب.

-استجابات المبحوثين بالنسبة لبؤود متغير أثر وسائل التواصل الاجتماعي على السلوكيات من الناحية الثقافية والفكرية

توزيع استجابات المبحوثات على بؤود متغير متغيرأثر وسائل التواصل الاجتماعي على السلوكيات من الناحية الثقافية والفكرية يوضحها جدول (6):

جدول (6) التوزيع العددي والنسبي لاستجابات المبحوثين بالنسبة لبؤود متغير أثر وسائل التواصل الاجتماعي على السلوكيات من الناحية الثقافية والفكرية (العينة 382مبحث)

العبارة	موافق	%	موافق لحد ما	%	غير موافق	%
وسائل التواصل الاجتماعي ساعدت في الإنفتاح على الثقافات المختلفة	286	74,9	90	23,5	6	1,6
وسائل التواصل الاجتماعي ساعدتك في متابعة المشاهير من أصحاب الرأي.	160	41,9	170	44,5	52	13,6
وسائل التواصل الاجتماعي اصبحت بديل للصحف والمجلات.	188	49,2	116	30,4	78	20,4
وسائل التواصل الاجتماعي بقت هي مصدر الأخبار التي تلقى أهتمام في البرامج التلفزيونية	209	54,7	126	33	47	12,3
بتشارك في استفتاء الرأي عبر وسائل التواصل الاجتماعي في مختلف المجالات.	117	30,6	153	40,1	112	29,3
وسائل التواصل الاجتماعي سهلت عليك التواصل مع الهيئات الخدمية	172	45	121	31,7	89	23,3
ساعدت وسائل التواصل الاجتماعي في لقاء الضوء والإهتمام بالفساد والجرائم.	183	47,9	155	40,6	44	11,5
وسائل التواصل الاجتماعي سبب في التحريض على العنف	112	29,3	185	48,4	85	22,3
سهلت وسائل التواصل الاجتماعي الانضمام لجماعات أو منظمات معينة	111	29,1	163	42,7	108	28,2
وسائل التواصل الاجتماعي ساعدتك في إكتساب مهارات جديدة بتساعدك في عملك	165	43,2	139	36,4	78	20,4
وسائل التواصل الاجتماعي مصدر لأفكار وعادات ضد قيم واخلاقيات المجتمع المصري	137	35,9	198	51,8	47	12,3
قراءة الكتب من خلال وسائل التواصل الاجتماعي أصبح بديلا عن شراء الكتب	145	38	133	34,8	104	27,2

المصدر: إستمارة الإستبيان

اتضح من الجدول السابق أن غالبية المبحوثين يوافقون على أن وسائل التواصل الاجتماعي ساعدت في الانفتاح على الثقافات المختلفة، ووصل عددهم إلى 286 مبحوث أي بنسبة 74,9% مبحوث من إجمالي العينة الكلية للمبحوثين بقرى الدراسة، يليها عدد المبحوثين الذين يوافقون على أن وسائل التواصل الاجتماعي ساعدت في تلقي اهتمام في البرامج التلفزيونية حيث وصل عددهم إلى 209 مبحوث أي بنسبة 54,7% مبحوث من إجمالي العينة الكلية للمبحوثين بقرى الدراسة، بينما وجد أن المبحوثين الذين يوافقون على أن وسائل التواصل الاجتماعي سبب في التحريض على العنف، وصل عددهم إلى 112 مبحوث أي بنسبة 29,3% من إجمالي العينة الكلية للمبحوثين بقرى الدراسة يليها المبحوثين الذين يوافقون على أن وسائل التواصل الاجتماعي سهلت الانضمام لجماعات أو منظمات معينة، وصل عددهم إلى 111 مبحوث أي بنسبة 29,1% من إجمالي العينة الكلية للمبحوثين بقرى الدراسة. وبالتالي وجد أن أعلى استجابة لأثر وسائل التواصل الاجتماعي على السلوكيات من الناحية الثقافية والفكرية عند المبحوثين تمثلت في أن وسائل التواصل الاجتماعي ساعدت في الانفتاح على الثقافات المختلفة، أما عن أقل استجابة من المبحوثين تجاه أثر وسائل التواصل الاجتماعي على السلوكيات من الناحية الثقافية والفكرية تمثلت في أن وسائل التواصل الاجتماعي سهلت الانضمام لجماعات أو منظمات معينة.

يتضح من النتائج السابقة أن مواقع التواصل تستخدم التواصل مع الثقافات الأخرى، كما أنها تساعد في قراءة المجلات العالمية المختلفة على مواقع التواصل الاجتماعي، إلى ما غير ذلك من معرفة جرائم الفساد وغيرها. مما يربط الأسر بكل ما يحدث في العالم.

4-أثر وسائل التواصل الاجتماعي على السلوكيات من الناحية الترويحية والترفيهية

أوضحت نتائج الدراسة أن القيم الرقمية المعبرة عن مستوى أثر وسائل التواصل الاجتماعي على السلوكيات من الناحية الترويحية والترفيه للمبحوثين في قرى الدراسة يتراوح المدى الفعلي لها ما بين (7، 21) درجة، وبمتوسط حسابي قدره 15,31 درجة، وانحراف معياري قدره 3,67 درجة، وقد تم تصنيف المبحوثين وفقاً لمستوى أثر وسائل التواصل الاجتماعي على السلوكيات من الناحية الترويحية والترفيهية إلى ثلاث فئات اعتماداً على المدى النظري (7، 21) درجة، كما بالجدول التالي.

جدول (7): التوزيع العددي والنسبي للمبحوثين وفقاً لمستوى أثر وسائل التواصل الاجتماعي على السلوكيات من الناحية الترويحية والترفيه

أثر وسائل التواصل الاجتماعي على السلوكيات من الناحية الترويحية والترفيه	عدد	%
أثر بدرجة منخفضة (7 – 11)	55	14.4
أثر بدرجة متوسطة (12 – 16)	173	45.3
أثر بدرجة مرتفعة (17 – 21)	154	40.3
المجموع	382	100

المصدر: إستمارة الإستبيان

يتبين من البيانات الواردة بالجدول السابق أن عدد المبحوثين الذين يقعوا في الفئة ذات الدرجة المنخفضة لأثر وسائل التواصل الاجتماعي على السلوكيات من الناحية الترويحية والترفيه 55 مبحوثاً بنسبة 14.4% من إجمالي المبحوثين بقرى الدراسة، كما أن

عدد المبحوثين الذين يقعون في الفئة ذات الدرجة المتوسطة لأثر وسائل التواصل الإجتماعى على السلوكيات من الناحية الترويحية والترفيه 173 مبحوثاً ويمثلوا 45,3 % من إجمالى المبحوثين بقريتي الدراسة، وعدد المبحوثين اللذين يقعون في الفئة ذات الدرجة المرتفعة 154 مبحوثاً بنسبة 40.3% من إجمالى المبحوثين بقريتي الدراسة.

يتضح من الجدول السابق أن التأثيرات الترفيهية تتراوح بين متوسطة ومرتفعة، مما يدل على مدى تأثيرها علي الأفراد وتوجيههم إلي الجانب الترفيهي بعيداً عن الوسائل التقليدية للترفيه والمتعارف عليها.

استجابات المبحوثين بالنسبة لبؤود متغيرأثر وسائل التواصل الإجتماعى على السلوكيات من الناحية الترويحية والترفيه

توزيع استجابات المبحوثات على بنود متغير متغيرأثر وسائل التواصل الإجتماعى على السلوكيات من الناحية الترويحية والترفيه يوضحها جدول (8) :

جدول (8) التوزيع العددي والنسبي لاستجابات المبحوثين بالنسبة لبؤود متغير أثر وسائل التواصل الإجتماعى على السلوكيات من الناحية الترويحية والترفيه (حجم العينة 382مبحوث)

العبارة	موافق	%	موافق لحد ما	%	غير موافق	%
تدخل لوسائل التواصل الإجتماعى لمتابعة الأعمال الفنية.	191	50	135	35,5	56	14,5
تدخل لوسائل التواصل الإجتماعى لمتابعة أخبار الرياضة واللاعبين	131	34,3	140	36,6	111	29,1
تدخل لوسائل التواصل الإجتماعى لمتابعة أخبار الفنانين والمشاهير	125	32,7	110	28,8	147	38,5
تدخل لوسائل التواصل الإجتماعى لزيادة المعرفة بالأمور الدينية	249	65,2	84	22	49	12,8
تدخل لوسائل التواصل الإجتماعى لمتابعة برامج الطهي	138	36,1	146	38,2	98	25,7
تدخل لوسائل التواصل الإجتماعى للتسلية بالألعاب وتمضية وقت الفراغ	152	39,8	133	34,6	97	25,6
ساعدتك وسائل التواصل الإجتماعى فى تطوير الذوق العام فى الأكل والشرب واللبس	166	43,5	124	32,4	92	24,1

المصدر: إستمارة الإستبيان

اتضح من الجدول السابق أن غالبية المبحوثين يوافقون على أنهم يدخلون لوسائل التواصل الإجتماعى لزيادة المعرفة بالأمور الدينية، وصل عددهم إلى 249 مبحوث أي بنسبة 65,2% مبحوث من إجمالى العينة الكلية للمبحوثين بقري الدراسة، يليها عدد المبحوثين الذين يوافقون على أنهم يدخلون لوسائل التواصل الإجتماعى لمتابعة الأعمال الفنية حيث وصل عددهم إلى 191 مبحوث أي بنسبة 50% مبحوث من إجمالى العينة الكلية للمبحوثين بقري الدراسة، يليها عدد المبحوثين اللذين يوافقون على أن وسائل التواصل الإجتماعى ساعدتهم فى تطوير الذوق العام فى الأكل والشرب واللبس حيث وصل عددهم إلى 166 مبحوث أي بنسبة 43,5% من إجمالى العينة الكلية للمبحوثين بقري الدراسة، بينما وصل عدد المبحوثين الذين يوافقون على أنهم يدخلون لوسائل التواصل الإجتماعى لمتابعة

أخبار الفنانين والمشاهير إلى 125مبحوث أي بنسبة 32,7% من إجمالي العينة الكلية للمبحوثين بقرى الدراسة. وبالتالي وجد أن أعلى استجابة لأثر وسائل التواصل الإجتماعى على السلوكيات من الناحية الترويحية والترفيه عند المبحوثين تمثلت في أنهم يدخلون لوسائل التواصل الإجتماعى لزيادة المعرفة بالأمور الدينية، أما عن أقل استجابة من المبحوثين تجاه أثر وسائل التواصل الإجتماعى على السلوكيات من الناحية الإجتماعية تمثلت في الدخول لوسائل التواصل الإجتماعى لمتابعة أخبار الفنانين والمشاهير.

ينحصر رؤية المبحوثين للتأثيرات الترفيهية والثقافية إلى التعرف علي الشؤون الدينية ورفع مستوى ثقافتهم الدينية، وكذلك التعرف علي الأكلات والوجبات للشعوب الأخرى.

ثانياً: تحليل لأثر استخدام وسائل التواصل الإجتماعى على التغيرات السلوكية في قريتي الدراسة

تم استخدام اختبار تحليل مربع كاي **Chi-Square** لإختبار وجود علاقة ما بين المتغيرات المستقلة المقاسة على المستوى الاسمى والرتبى وأثر استخدام وسائل التواصل الإجتماعى على التغيرات السلوكية للأسر الريفية بقريتي الدراسة، وذلك من خلال المحاور الأربعة المدروسة والتي تعبر عن أثر استخدام وسائل التواصل الإجتماعى على التغيرات السلوكية بقرى الدراسة من وجهة نظر المبحوثين فيما يلي:-

1- أثر استخدام وسائل التواصل الإجتماعى على السلوكيات من الناحية الإجتماعية

يوضح الجدول التالى نتائج تحليل مربع كاي **Chi-Square** مابين بعض المتغيرات المستقلة وأثر استخدام وسائل التواصل الإجتماعى على السلوكيات من الناحية الإجتماعية.

جدول (9): يوضح معامل الارتباط مربع كاي بين بعض المتغيرات المستقلة وأثر استخدام وسائل التواصل الإجتماعى على السلوكيات من الناحية الإجتماعية

المتغير	قيمة مربع كاي Chi-Square	درجات الحرية df	مستوى المعنوية	قيمة Kendall's B
النوع	صفر	1	0.541	صفر
الحالة الزوجية	5.150	3	0.161	0.090-
المستوى التعليمى	1.617	2	0.446	0.037
نوع العمل	3.985	2	0.136	0.085
الدخل الشهرى	5.348	3	0.148	0.017
مدى كفاية الدخل الشهرى	0.141	2	0.932	0.012
وقت الفراغ للدخول على الأنترنت	9.077	2	0.011	0.092-
ملكية أجهزة إتصال حديثة	16.365	8	0.037	0.143
فئة الإشتراك على الأنترنت	12.692	5	0.026	0.046
نوع القرية	319.605	1	0.00	0.915-

المصدر: إستمارة الإستبيان

من بيانات الجدول (9) السابق يتضح وجود إتجاه لعلاقة معنوية طبقاً لنتائج تحليل مربع كاي بين كلا من وقت الفراغ للدخول على الأنترنت وملكية أجهزة إتصال حديثة وفئة الإشتراك على الأنترنت والقرية ومتغير أثر وسائل التواصل الإجتماعى على السلوكيات من الناحية الإجتماعية. ولم تثبت أى علاقة معنوية مع بقية المتغيرات.

يمكن تفسير النتائج السابقة في أن لوقت الفراغ تأثير سلبي على السلوكيات من الناحية الاجتماعية لوسائل التواصل الاجتماعي، حيث أن وقت الفراغ الطويل قد يدفع المبحوثين عن التصرف على الإنترنت بشكل سلبي، وبطريقة غير أخلاقية وخاصة بين الشباب، أما ملكية أجهزة اتصال حديثة فتساهم في التأثير الإيجابي على سلوكيات الأسر الريفية حيث من الممكن أن تستفيد من ملكية الأجهزة بشكل سليم في التعامل مع الإنترنت، أما فئة الإشتراك من حيث وجود راوتر أو باقة تساهم بشكل كبير في الاستفادة من مواقع التواصل الاجتماعي لتوفر باقة كبيرة تساعدهم في تلك الاستفادة. ولنوع القرية دور كبير في الأثر الاجتماعي حيث أن القرية عالية المستوى التنموي أقل في الأثر الاجتماعي، حيث أن الناس فيها قد يكون لهم إهتمامات أخرى غير وسائل التواصل الاجتماعي وبالتالي لا يكون لها أثر كبير بالمقارنة بالقرية ذات المستوى التنموي الأقل لديهم أوقات فراغ كبيرة للدخول على الإنترنت ومواقع التواصل الاجتماعي عن القرية الأكثر تطوراً.

2- أثر استخدام وسائل التواصل الاجتماعي على السلوكيات من الناحية الاقتصادية

يوضح الجدول التالي نتائج تحليل مربع كاي Chi-Square مابين بعض المتغيرات المستقلة وأثر استخدام وسائل التواصل الاجتماعي على السلوكيات من الناحية الاقتصادية.

جدول (10): يوضح معامل الارتباط مربع كاي بين بعض المتغيرات المستقلة و أثر استخدام وسائل التواصل الاجتماعي على السلوكيات من الناحية الاقتصادية

المتغير	قيمة مربع كاي Chi-Square	درجات الحرية df	مستوى المعنوية	قيمة Kendall's B
النوع	2.693	1	0.062	0.084
الحالة الزوجية	10.900	3	0.012	0.155
المستوى التعليمي	1.225	2	0.542	0.049-
نوع العمل	1.246	2	0.536	0.026-
الدخل الشهري	11.110	3	0.011	0.039-
مدى كفاية الدخل الشهري	3.292	2	0.193	0.024
وقت الفراغ للدخول على الإنترنت	27.687	2	0.00	0.251
ملكية أجهزة اتصال حديثة	10.889	8	0.208	0.032
فئة الإشتراك على الإنترنت	8.785	5	0.118	0.086
نوع القرية	10.865	1	0.001	0.169

المصدر: إستمارة الإستبيان

من بيانات الجدول (10) السابق يتضح وجود اتجاه لعلاقة معنوية طبقاً لنتائج تحليل مربع كاي بين كلا من الحالة الزوجية والدخل الشهري ووقت الفراغ للدخول على الإنترنت والقرية ومتغير أثر وسائل التواصل الاجتماعي على السلوكيات من الناحية الاقتصادية. ولم تثبت أى علاقة معنوية مع بقية المتغيرات.

يتبين من نتائج التحليل الإحصائي أن للحالة الزوجية تأثير إيجابي على التأثير الاقتصادي بمعنى أن المتزوجين يشعرون بالأثر الاقتصادي أكثر من غير المتزوجين، وللدخل الشهري تأثير سلبي بمعنى أن من دخله مرتفع لا يبحث عن زيادته عن طريق مواقع التواصل الاجتماعي بعكس من دخله منخفض، كما أن لوقت الفراغ تأثير إيجابي على

المبحوثين بالنسبة للنواحي الإقتصادية حيث أنهم يستغلونه بشكل جيد للإستفادة من مواقع التواصل الإجتماعي، وأخيراً لنوع القرية تأثير على الناحية الإقتصادية، بمعنى أن المبحوثين في القرية ذات المستوي التنموي الأعلى يشعرون بالأثر الإقتصادي المرتفع لكونهم يستغلون مواقع التواصل الإجتماعي لعمل صفقات للتسوق والأعمال التجارية.

3- أثر إستخدام وسائل التواصل الإجتماعي على السلوكيات من الناحية الثقافية والفكرية
 يوضح الجدول التالي نتائج تحليل مربع كاي Chi-Square ما بين بعض المتغيرات المستقلة وأثر إستخدام وسائل التواصل الإجتماعي على السلوكيات من الناحية الثقافية والفكرية.

جدول (11): يوضح معامل الارتباط مربع كاي بين بعض المتغيرات المستقلة وأثر إستخدام وسائل التواصل الإجتماعي على السلوكيات من الناحية الثقافية والفكرية.

المتغير	قيمة مربع كاي Chi-Square	درجات الحرية df	مستوى المعنوية	قيمة Kendall's B
النوع	0.513	1	0.270	0.037
الحالة الزوجية	9.511	3	0.023	0.137
المستوى التعليمي	0.185	2	0.912	0.010
نوع العمل	4.627	2	0.099	0.092
الدخل الشهري	8.708	3	0.033	0.108-
مدى كفاية الدخل الشهري	0.832	2	0.660	0.022-
وقت الفراغ للدخول على الإنترنت	9.913	2	0.007	0.150
ملكية أجهزة إتصال حديثة	11.797	8	0.010	0.040-
فئة الإشتراك على الإنترنت	32.430	6	0.000	0.002
نوع القرية	5.036	1	0.016	0.115

المصدر: إستمارة الإستبيان

من بيانات الجدول (11) السابق يتضح وجود علاقة معنوية طبقاً لنتائج تحليل مربع كاي بين كلا من الحالة الزوجية والدخل الشهري ووقت الفراغ للدخول على الإنترنت وملكية أجهزة إتصال حديثة وفئة الإشتراك على الإنترنت والقرية ومتغير أثر وسائل التواصل الإجتماعي على السلوكيات من الناحية الثقافية والفكرية. ولم تثبت أى علاقة معنوية مع بقية المتغيرات.

ويمكن تفسير النتائج السابقة في أن المتزوجين أكثر تأثراً فكرياً من غير المتزوجين، ويدل ذلك على أن المتزوجين يبحثون عن الترفيه على الإنترنت بعكس غير المتزوجين الذين يجدونه مع اصدقائهم أو في الشارع أو في النادي.....وغيره، وللدخل الشهري علاقة سلبية حيث أن الدخل الشهري المرتفع يدفع الفرد للبحث على مواقع التواصل الإجتماعي وبالتالي يزيد من التأثير الثقافي، وملكية الأجهزة تأثير سلبي على الأثر الثقافي على الإنترنت بمعنى أن من يتأثر ثقافياً من لديه تليفون وينقصه بقية الأجهزة، ولنوع القرية دور مهم في الأثر الثقافي خاصة في القرية ذات المستوي التنموي المرتفع والتي تغير من الثقافة فيها لملكية الناس لأجهزة حديثة تدخلهم على الإنترنت بعكس القرية ذات المستوي التنموي المنخفض.

4- أثر استخدام وسائل التواصل الإجتماعى على السلوكيات من الناحية الترويحية والترفيه
 يوضح الجدول التالى نتائج تحليل مربع كاي Chi-Square ما بين بعض المتغيرات المستقلة وأثر استخدام وسائل التواصل الإجتماعى على السلوكيات من الناحية الترويحية والترفيه.

جدول (12): يوضح معامل الارتباط مربع كاي بين بعض المتغيرات المستقلة وأثر استخدام وسائل التواصل الإجتماعى على السلوكيات من الناحية الترويحية والترفيه

المتغير	قيمة مربع كاي Chi-Square	درجات الحرية df	مستوى المعنوية	قيمة Kendall's B
النوع	3.400	1	0.041	0.094
الحالة الزوجية	13.355	3	0.004	0.171
المستوى التعليمى	0.306	2	0.858	0.017
نوع العمل	0.913	2	0.633	0.004-
الدخل الشهرى	13.693	3	0.033	0.152-
مدى كفاية الدخل الشهرى	6.291	2	0.043	0.074-
وقت الفراغ للدخول على الانترنت	27.652	2	0.00	0.247
ملكية أجهزة إتصال حديثة	9.996	8	0.160	0.040-
فئة الإشتراك على الانترنت	16.022	5	0.007	0.081
نوع القرية	0.507	1	0.271	0.036

المصدر: إستمارة الإستبيان

من بيانات الجدول (12) السابق يتضح وجود علاقة معنوية طبقاً لنتائج تحليل مربع كاي بين كلا من الحالة الزوجية والدخل الشهرى ومدى كفاية الدخل الشهرى ووقت الفراغ للدخول على الانترنت وفئة الإشتراك على الانترنت ومتغير أثر وسائل التواصل الإجتماعى على السلوكيات من الناحية الترويحية والترفيه. ولم تثبت أى علاقة معنوية مع بقية المتغيرات.

يمكن تفسير ذلك ف أن الرجال أكثر تأثراً بمواقع التواصل من الناحية الترفيهية، لكونهم دائمي البحث على مواقع التواصل الإجتماعى عن الترفيه مقارنة بالسيدات المنشغلات في العمل والمنزل. والمتزوجون أكثر تأثراً بالناحية الترفيهية من غير المتزوجين لكونهم يتصلون بأقاربهم ويحاولون الإستفادة منها في الترفيه مقارنة بغير المتزوجين. وصاحب الدخل الشهري المرتفع قد يجد الترفيه في مكان آخر غير مواقع التواصل الإجتماعى مقارنة بغيره من ذوي الدخل المنخفض، وكذلك لو كان الدخل كافياً يبحث الفرد عن الترفيه في مناطق أخرى غير مواقع التواصل الإجتماعى، أما وقت الفراغ لو كان كبيراً يساهم ذلك في الدخول على الانترنت والترفيه، وأخيراً كلما تملك الإنسان الوسائل المساعدة على الدخول على مواقع التواصل الإجتماعى بأريحية وفترات طويلة ومن خلال أجهزة تساعد على ذلك يساهم ذلك تأثر الفرد بمواقع التواصل الإجتماعى.

ثالثاً: تحليل العلاقة بين بعض المتغيرات المستقلة وأثر استخدام وسائل التواصل الإجتماعى على التغيرات السلوكية للأسر الريفية بقرى الدراسة

للقوف على العلاقة بين بعض المتغيرات المستقلة المقاسة على المستوي الفترى ومحاور المتغير التابع وهم أثر استخدام وسائل التواصل الإجتماعى على السلوكيات من الناحية الإجتماعية، و أثر استخدام وسائل التواصل الإجتماعى على السلوكيات من الناحية

الإقتصادية، أثر استخدام وسائل التواصل الإجتماعى على السلوكيات من الناحية الثقافية والفكرية، وأثر استخدام وسائل التواصل الإجتماعى على السلوكيات من الناحية الترويحية والترفيه بقرى الدراسة، تم استخدام تحليل الانحدار التدريجي المتعدد Multiple Stepwise Regression.

أ- العلاقة الانحدارية بين بعض المتغيرات المستقلة ومتغير أثر وسائل التواصل الإجتماعى على السلوكيات من الناحية الإجتماعية

والذي أعتبرت فيه متغيرات (المكان الذي يفتح فيه مواقع التواصل الإجتماعى - عدد ساعات الدخول على مواقع التواصل الإجتماعى) متغيرات مستقلة تفسيرية ذات علاقة سببية مع متغير أثر وسائل التواصل الإجتماعى على السلوكيات من الناحية الإجتماعية كمتغير تابع.

جدول (13) المتغيرات المستقلة ذات العلاقة السببية مع متغير أثر وسائل التواصل الإجتماعى على السلوكيات من الناحية الإجتماعية

م	المتغير	قيمة β	قيمة T	مستوى المعنوية	قيمة F	مستوى المعنوية	التباين المفسر R ²
1	المكان الذي يفتح فيه مواقع التواصل الإجتماعى	0,244	4,363	0,000	9,535	0,000	0,043
2	عدد ساعات الدخول على مواقع التواصل الإجتماعى	-0,117	-2,088	0,037			

المصدر: إستمارة الإستبيان

وأوضحت نتائج تحليل الانحدار التدريجي المتعدد كما هو وارد في الجدول السابق، أن نموذج الانحدار معنوى وذلك من خلال قيمة (F) البالغة 9,535 وهي معنوية عن المستوي الاحتمالي 0.000، وأظهرت النتائج أن المتغيرات تساهم في تفسير نحو حوالي 0,04% من التباين الحادث في المتغير التابع وذلك بالنظر إلى قيمة التباين المفسر (R^2) قدره 0,043.

كما جاءت قيمة β التى توضح العلاقة بين أثر وسائل التواصل الإجتماعى على السلوكيات من الناحية الإجتماعية ومتغير المكان الذي يفتح فيه مواقع التواصل الإجتماعى بقيمة 0,244 وهي معنوية عند المستوى الاحتمالي 0,000، وذات دلالة إحصائية عند قيمة (T) بقيمة 4,363.

وبالنسبة لقيمة β التى توضح العلاقة بين أثر وسائل التواصل الإجتماعى على السلوكيات من الناحية الإجتماعية ومتغير عدد ساعات الدخول على مواقع التواصل الإجتماعى جاءت بقيمة -0,117 وهي معنوية عند المستوى الاحتمالي 0,037، وذات دلالة إحصائية عند قيمة (T) بقيمة -2,088.

وهنا يتم رفض الفرض الصفري، وقبول الفرض البديل للمتغيرات (المكان الذي يفتح فيه مواقع التواصل الإجتماعى، وعدد ساعات الدخول على مواقع التواصل الإجتماعى، وبقية المتغيرات يتم قبول الفرض الصفري).

يمكن تفسير النتائج السابقة في كون المكان الذي يفتح فيه الإنترنت من المنزل ومن أماكن مختلفة له تأثير إيجابي على الأثر الإجتماعى، كما أن عدد الأماكن التي يدخل منها تأثير إيجابي على الأثر الإجتماعى لتكرار الدخول ومدة الدخول علي مواقع التواصل

الإجتماعي. أما عدد ساعات الدخول كانت النتيجة سلبية، حيث أن الدخول علي مواقع التواصل الإجتماعي يلغي التواصل المباشر بين الناس وبالتالي تظهر التأثيرات السلبية.
 ب- العلاقة الانحدارية بين المتغيرات المستقلة ومتغير أثر وسائل التواصل الإجتماعي على السلوكيات من الناحية الاقتصادية

والذي أعتبرت فيه متغيرات (دوافع الدخول على مواقع التواصل الإجتماعي – عدد ساعات الدخول على مواقع التواصل الإجتماعي – الإنفتاح الجغرافي) متغيرات مستقلة تفسيرية ذات علاقة سببية مع متغير أثر وسائل التواصل الإجتماعي على السلوكيات من الناحية الاقتصادية كمتغير تابع.

جدول (14) المتغيرات المستقلة ذات العلاقة السببية مع متغير أثر وسائل التواصل الإجتماعي على السلوكيات من الناحية الاقتصادية

م	المتغير	قيمة β	قيمة T	مستوى المعنوية	قيمة F	مستوى المعنوية	التباين المفسر R^2
1	دوافع الدخول على مواقع التواصل الإجتماعي	0,537	11,957	0,000	62,523	0,000	0,326
2	عدد ساعات الدخول على مواقع التواصل الإجتماعي	0,127	2,897	0,004			
3	الإنفتاح الجغرافي	-0,086	-1,992	0,047			

المصدر: إستمارة الإستبيان

وأوضحت نتائج تحليل الإنحدار التدريجي المتعدد كما هو وارد في الجدول السابق، أن نموذج الإنحدار معنوي وذلك من خلال قيمة (F) البالغة 62,523 وهي معنوية عن المستوي الاحتمالي 0.000، وأظهرت النتائج أن المتغيرات تساهم في تفسير نحو حوالي 33% من التباين الحادث في المتغير التابع وذلك بالنظر إلى قيمة التباين المفسر (R^2) قدره 0,326.

كما جاءت قيمة β التي توضح العلاقة بين أثر وسائل التواصل الإجتماعي على السلوكيات من الناحية الاقتصادية ومتغير دوافع الدخول على مواقع التواصل الإجتماعي بقيمة 0,537 وهي معنوية عند المستوى الاحتمالي 0,000، وذات دلالة إحصائية عند قيمة (T) بقيمة 11,957.

وبالنسبة لقيمة β التي توضح العلاقة بين أثر وسائل التواصل الإجتماعي على السلوكيات من الناحية الاقتصادية ومتغير عدد ساعات الدخول على مواقع التواصل الإجتماعي جاءت بقيمة 0,127 وهي معنوية عند المستوى الاحتمالي 0,004، وذات دلالة إحصائية عند قيمة (T) بقيمة 2,897.

وأخيراً قيمة β التي توضح العلاقة بين أثر وسائل التواصل الإجتماعي على السلوكيات من الناحية الاقتصادية ومتغير الإنفتاح الجغرافي بقيمة -0,086 وهي معنوية عند المستوى الاحتمالي 0,047، وذات دلالة إحصائية عند قيمة (T) بقيمة -1,992.

وهنا يتم رفض الفرض الصفري، وقبول الفرض البديل للمتغيرات (دوافع الدخول على مواقع التواصل الاجتماعي، وعدد ساعات الدخول على مواقع التواصل الاجتماعي، والانفتاح الجغرافي) وبقيّة المتغيرات يتم قبول الفرض الصفري.

ويمكن تفسير النتائج السابقة، في أن دوافع الدخول على مواقع التواصل تساهم بشكل إيجابي في الأثر الإقتصادي على الأفراد، كما أن عدد ساعات الدخول على مواقع التواصل الاجتماعي تعكس إهتمام الفرد وإنشغاله بالتسوق على الإنترنت ومواقع التواصل وبالتالي الاستفادة منها، وللإنفتاح الجغرافي علاقة سلبية حيث أن إنفتاح الفرد جغرافياً يسهل عليه عمليات إقتصادية مع الآخرين بعيداً عن مواقع التواصل الاجتماعي.

ج- العلاقة الانحدارية بين المتغيرات المستقلة ومتغير أثر وسائل التواصل الاجتماعي على السلوكيات من الناحية الثقافية والفكرية

والذي أعتبرت فيه متغيرات (دوافع الدخول على مواقع التواصل الاجتماعي – مواقع التواصل الاجتماعي المفضلة والأكثر استخداماً – عدد ساعات الدخول على مواقع التواصل الاجتماعي) متغيرات مستقلة تفسيرية ذات علاقة سببية مع متغير أثر وسائل التواصل الاجتماعي على السلوكيات من الناحية الثقافية والفكرية كمتغير تابع.

جدول (15) المتغيرات المستقلة ذات العلاقة السببية مع متغير أثر وسائل التواصل الاجتماعي على السلوكيات من الناحية الثقافية والفكرية

م	المتغير	قيمة β	قيمة T	مستوى المعنوية	قيمة F	مستوى المعنوية	Adjusted R ²
1	دوافع الدخول على مواقع التواصل الاجتماعي	0,442	9,332	0,000	39,255	0,00	0,231
2	مواقع التواصل الاجتماعي المفضلة والأكثر استخداماً	-0,149	-3,166	0,002			
3	عدد ساعات الدخول على مواقع التواصل الاجتماعي	0,144	2,981	0,003			

المصدر: إستمارة الإستبيان

وأوضحت نتائج تحليل الإنحدار التدريجي المتعدد كما هو وارد في الجدول السابق، أن نموذج الإنحدار معنوي وذلك من خلال قيمة (F) البالغة 39,255 وهي معنوية عن المستوي الاحتمالي 0.000، وأظهرت النتائج أن المتغيرات تساهم في تفسير نحو حوالي 23% من التباين الحادث في المتغير التابع وذلك بالنظر إلى قيمة التباين المفسر (R^2) قدره 0,231.

كما جاءت قيمة β التي توضح العلاقة بين أثر وسائل التواصل الاجتماعي على السلوكيات من الناحية الثقافية والفكرية ومتغير دوافع الدخول على مواقع التواصل الاجتماعي بقيمة 0,442 وهي معنوية عند المستوى الاحتمالي 0,000، وذات دلالة إحصائية عند قيمة (T) بقيمة 9,332.

وبالنسبة لقيمة β التي توضح العلاقة بين أثر وسائل التواصل الاجتماعي على السلوكيات من الناحية الثقافية والفكرية ومتغير مواقع التواصل الاجتماعي المفضلة والأكثر استخداماً جاءت بقيمة -0,149 وهي معنوية عند المستوى الاحتمالي 0,002، وذات دلالة إحصائية عند قيمة (T) بقيمة -3,166.

وأخيراً قيمة β التي توضح العلاقة بين أثر وسائل التواصل الاجتماعي على السلوكيات من الناحية الثقافية والفكرية ومتغير عدد ساعات الدخول على مواقع التواصل الاجتماعي بقيمة 0,144 وهي معنوية عند المستوى الاحتمالي 0,003، وذات دلالة إحصائية عند قيمة (T) بقيمة 2,981.

وهنا يتم رفض الفرض الصفري، وقبول الفرض البديل للمتغيرات (دوافع الدخول على مواقع التواصل الاجتماعي، ومواقع التواصل الاجتماعي المفضلة والأكثر استخداماً وعدد ساعات الدخول على مواقع التواصل الاجتماعي) وبقيّة المتغيرات يتم قبول الفرض الصفري.

وتفسر النتائج السابقة في أن لدوافع الدخول لدى الفرد هي من تدفعه للاستفادة من الأثر الثقافي بمعنى يسعى الفرد إلى تحقيق مايريد من خلال دافع داخلي، أما المواقع المفضلة فهي لصالح توينر وتليجرام ذات الأثر الثقافي على الأفراد لكونهم غير شائعي الاستخدام وبالتالي ليس كل الأفراد يدخل عليه وبالتالي يكون تأثيرها ثقافياً أكبر، وأخيراً، عدد ساعات التواصل يكون لها تأثير إيجابي على الأثر الثقافي حيث أنها تعرض الفرد لمدة زمنية طويلة لمواقع التواصل الاجتماعي، وبالتالي تأثره ثقافياً.

د- العلاقة الانحدارية بين المتغيرات المستقلة ومتغير أثر وسائل التواصل الاجتماعي على السلوكيات من الناحية الترويحية والترفيه

والذي أعتبرت فيه متغيرات (دوافع الدخول على مواقع التواصل الاجتماعي – عدد ساعات الدخول على مواقع التواصل الاجتماعي) متغيرات مستقلة تفسيرية ذات علاقة سببية مع متغير أثر وسائل التواصل الاجتماعي على السلوكيات من الناحية الترويحية والترفيه كمتغير تابع.

جدول (16) المتغيرات المستقلة ذات العلاقة السببية مع متغير أثر وسائل التواصل الاجتماعي على السلوكيات من الناحية الترويحية والترفيه

م	المتغير	قيمة β	قيمة T	مستوى المعنوية	قيمة F	مستوى المعنوية	Adjusted R ²
1	دوافع الدخول على مواقع التواصل الاجتماعي	0,528	12,748	0,000	129,861	0,000	0,403
2	عدد ساعات الدخول على مواقع التواصل الاجتماعي	0,236	5,696	0,000			

المصدر: إستمارة الإستبيان

وأوضحت نتائج تحليل الانحدار التدريجي المتعدد كما هو وارد في الجدول السابق، أن نموذج الانحدار معنوي وذلك من خلال قيمة (F) البالغة 129,861 وهي معنوية عن المستوي الاحتمالي 0.000، وأظهرت النتائج أن المتغيرات تساهم في تفسير نحو 40% من التباين الحادث في المتغير التابع وذلك بالنظر إلى قيمة التباين المفسر (R²) قدره 0,403.

كما جاءت قيمة B التي توضح العلاقة بين أثر وسائل التواصل الاجتماعي على السلوكيات من الناحية الترويحية والترفيه ومتغير دوافع الدخول على مواقع التواصل الاجتماعي بقيمة 0,528 وهي معنوية عند المستوى الاحتمالي 0,000، وذات دلالة إحصائية عند قيمة (T) بقيمة 12,748.

وبالنسبة لقيمة B التي توضح العلاقة بين أثر وسائل التواصل الاجتماعي على السلوكيات من الناحية الترويحية والترفيه ومتغير عدد ساعات الدخول على مواقع التواصل الاجتماعي بقيمة 0,236 وهي معنوية عند المستوى الاحتمالي 0,000، وذات دلالة إحصائية عند قيمة (T) بقيمة 5,696.

وهنا يتم رفض الفرض الصفري، وقبول الفرض البديل للمتغيرات (دوافع الدخول على مواقع التواصل الاجتماعي، وعدد ساعات الدخول على مواقع التواصل الاجتماعي) وبقية المتغيرات يتم قبول الفرض الصفري.

كما أن دوافع الدخول وعدد الساعات إيجابية في تأثيرها الترويحي، حيث أن الدافع يساهم في تحقيق الأثر الترفيهي، كما أن ساعات الدخول على مواقع التواصل تساهم في الترويج على مواقع التواصل الاجتماعي.

مناقشة النتائج البحثية:

- 1- أثبتت النتائج البحثية أن للدخول على مواقع التواصل الاجتماعي تأثيرات مختلفة على سلوكيات الأسر الريفية، وذلك بشكل ملحوظ طبقاً لإستجابات المبحوثين.
- 2- أثبتت النتائج البحثية أن الدخول على مواقع التواصل الاجتماعي للصدقات والتواصل مع الآخرين مما قرب من المسافات بين الأفراد.
- 3- من اللافت للنظر إندثار وتأثر العلاقات الاجتماعية العادية بين الأفراد نتيجة لإعتمادهم بشكل كبير على مواقع التواصل الاجتماعي.
- 4- من أكثر المتغيرات تأثيراً على الأثر الناشئ للدخول على مواقع التواصل الاجتماعي من الناحية الاجتماعية وجود وقت فراغ يسمح للمبحوثين بالدخول على مواقع التواصل الاجتماعي، كذلك ملكية الأجهزة الحديثة التي تساعد على الدخول على مواقع التواصل الاجتماعي ذات تأثير على سلوكيات الأسرة بأنواعها المختلفة الاقتصادية والاجتماعية والثقافية والترفيهية.
- 5- كما أن للحالة الاقتصادية للمبحوث من دخل مرتفع وملك أدوات تساعد على الدخول على مواقع التواصل الاجتماعي ووقوعه فريسة للتأثيرات المختلفة لمواقع التواصل الاجتماعي.
- 6- للدوافع المختلفة للشخص دور مهم في تأثرة بمواقع التواصل الاجتماعي على سلوكه الاقتصادي والاجتماعي والثقافي والترفيحي.
- 7- بعض الأشخاص يعتبر مواقع التواصل الاجتماعي وسيلة لحرق الوقت والتخلص من وقت الفراغ، وبالتالي الدخول على وسائل التواصل للترفيه فقط دون الإستفادة الاقتصادية أو الاجتماعية أو الثقافية.
- 8- تلك الظاهرة في حاجة إلي المزيد من الدراسة لمعرفة آثارها المختلفة على الشباب والمجتمع بشكل عام، ونظراً لكون هناك جديد باستمرار بالنسبة لتلك الظاهرة.

المقترحات:

- في ضوء ما توصل إليه البحث من نتائج يوصي بالآتي:
- 1- ضرورة قيام الدولة بمراقبة مواقع التواصل الاجتماعي خشية تأثيرها السيء علي الشباب وبالتالي تأثيرها علي المجتمع.
 - 2- الاستفادة من الدخول علي مواقع التواصل الاجتماعي في تحقيق إنجازات إقتصادية للمبحوثين وحثهم علي الاستفادة من تلك المواقع وتقليل أثارها السلبية.
 - 3- وازح التأثير المباشر والقوي لمواقع التواصل الاجتماعي علي سلوكيات الأفراد في الأسر بأشكاله المختلفة وبالتالي باتت تلك التقنية متوغلة في داخل المجتمع، فيجب أن نقلل من أثارها السلبية والاستفادة منها بشكل يخدم المجتمع في العملية التعليمية، وفي تحسين الوضع الإقتصادي، وتقليل الآثار السلبية من الناحية الاجتماعية.
 - 4- أخيراً، العلاقة ما بين الأسرة والمجتمع يحكمها العقد الاجتماعي، فلا بد من حماية الأسر من تلك التقنيات والتي قد تكون لها أثار سلبية نتيجة للانجراف وراء تلك التقنيات وخاصة بين الشباب داخل الأسر.

المراجع:

1-المراجع العربية:

- أبو تبينة، محمد فرج، 2023، أثر وسائل الإتصال الاجتماعي على العلاقات الأسرية كما يدركها الأبناء، مجلة أبحاث- كلية الآداب، جامعة سرت، المجلد 15، العدد2، ليبيا.
- التويجري، توفيق 2009، الفيس بوك والاتجاهات السلوكية، مجلة الصحة النفسية، جامعة القاهرة، عدد8، مصر.
- الحديدى، شيماء سمير ونصر، محمد معوض والدقناوى، شادية محمد والولى، أسماء بكر 2024، تأثير متابعة الشباب الجامعى لصفحات مشاهير مواقع التواصل الاجتماعي على درجة رضاهم عن الحياة، المجلة العلمية لكلية التربية النوعية، العدد 10، جامعة دمياط.
- السيد، مروة عبد العليم والفخرانى، آية غريب، 2023، دور المؤثرين الإسلاميين على مواقع التواصل الاجتماعي فى تدعيم المعرفة الدينية لدى الشباب الجامعى، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، العدد 82، كلية الإعلام، جامعة القاهرة.
- الصوافى، عبد الحكيم بن عبد الله وحمود، محمد الشيخ ونقادى، محمد أحمد وبنجلالى، عبد المجيد، 2015، استخدام وسائل التواصل الاجتماعي لدى طلبة الحلقة الثانية من التعليم الأساسى في محافظة شمال الشرقية بسلطنة عمان وعلاقته ببعض المتغيرات، رسالة ماجستير، كلية العلوم والآداب، قسم التربية والدراسات الإنسانية.
- بن حمد، منال محمد، 2019، تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على العلاقات الاجتماعية والأسرية لدى طلبة الجامعة السعودية الإلكترونية بالرياض، مجلة البحث العلمى فى التربية العدد 20.
- حماد، جمال محمد، 2016، دور التمكين الإقتصادى المرأة فى القطاع غير الرسمى.. دراسة حالة للمرأة المعيلة فى الريف، كلية الآداب، جامعة عين شمس، حوليات آداب عين شمس، مجلد 44.

- خالد، محمد بن سعود، ٢٠٠٩، تقنية الاتصال الحديثة بين القبول والمقاومة المملكة العربية السعودية نموذجاً، المؤتمر الدولي الأول لتقنيات الاتصال والتغير الاجتماعي في الفترة من ١٧-١٥ مارس، قسم الإعلام، كلية الآداب، جامعة الملك سعود.
- رحومة، علي محمد، ٢٠٠٧، الإنترنت والمنظومة التكنو- إجتماعية، بيروت، مركز دراسات الوحدة العربية.
- زلوف، 2014، ص15
- Mounira Zalouf, The Impact of Domestic Violence on Academic Achievement, first edition, Dar Houma for Printing, Publishing and Distribution, Algeria, 2014.
- سعد، إسماعيل، 2011، الإتصال أساس التجمع البشري. الأسكندرية دار المعرفة الجامعية.
- سلامة، فؤاد عبد اللطيف، 2017، محاضرات في البحث الإجتماعي، قسم الإرشاد الزراعي والمجتمع الريفي، كلية الزراعة، جامعة المنوفية.
- شبايك، نيرة أحمد، 2024، تأثير متابعة الشباب لصفحات المؤثرين عبر مواقع التواصل الإجتماعي على سمات نموذج القدوة لديهم، المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتلفزيون، كلية الإعلام، عدد 28، جامعة القاهرة.
- عقيلة، حامد أحمد، 2015، الإعلام الجديد وعصر التدفق الإخباري، طبعة 1، المكتبة المصرية للنشر والتوزيع، المنصورة، مصر.
- عماد، حسن وحسين، ليلي ١٩٩٨، الاتصال ونظرياته المعاصرة، القاهرة: الدار المصرية اللبنانية.
- عمار، صلاح، 2010، أنماط ودوافع استخدام الشباب المصري للفيس بوك، مجلة الأهرام، عدد 22، مصر.
- غيث، محمد عاطف، 1979، قاموس علم الاجتماع، الهيئة المصرية العامة للكتاب، ص: 178.
- نوير، ريهام على، 2018، إستخدام الشباب الجامعي لمواقع التواصل الإجتماعي وعلاقته باتجاهاتهم نحو المخاطر الأمنية الناتجة عنه في إطار نظرية تأثير الشخص الثالث، المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتلفزيون – العدد السادس عشر.

1-المراجع الأجنبية

- Ekoc, Arzu. (2014). **FACEBOOK GROUPS AS A SUPPORTING TOOL FOR LANGUAGE CLASSROOMS.** Turkish Online Journal of Distance Education-TOJDE July 2014 ISSN 1302- 6488 Volume: 15 Number: 3 Article 2.
- Moghavvemi, Sedigheh, Binti Sulaiman, Ainin, Binti Jaafar, Noor Ismawati, and Kasem, Nafisa, “Facebook and YouTube Addiction: The Usage Pattern of Malaysian Students”, 5th International Conference on Research and Innovation in Information Systems (ICRIIS), (Malaysia: University of Malaya, Kuala Lumpur, 16-17 July 2107, PP. 1-6. Available at:

- <https://www.researchgate.net/publication/319052313> **Facebook and YouTube ad diction the usage pattern of Malaysian students**. On (16-9-2024) at 7p.m.

- Oh, H& Ozkaya, E & La Rosa, R, 2014, **How does online social networking enhance life satisfaction? The relationships among online supportive interaction, affect, perceived social support, sense of community, and life satisfaction**, Computer in human behavior: 30, 2014, p 70.

- Stefanone, M. A, Lackaff, D., & Rosen, D. (2016). **The Effective Behavior Of “Social Media” On Traditional Mass Media: A Model for Social Network Site Usage Among Students**, Journal of Broadcasting & Electronic Media 54(3).

THE IMPACT OF MODERN SOCIAL MEDIA ON BEHAVIORAL CHANGES OF RURAL FAMILIES IN ADISTRICT OF BEHERA GOVERNORATE

Prof. Dr. Fouad A. Salama*
Dr. Ahmed I. Abu Salem**

Prof. Dr. Khaled T. Elfeel**
Amal S. Nawar**

*Faculty of Agriculture, Menoufia University

**Faculty of Agriculture, Damanhour University

Abstract

The research aimed to identify the different effects of accessing social networking sites on rural families in one of the centers of Beheira Governorate, and in order to do so, a random sample of 382 respondents was selected from the villages of Dsonis Um Dinar and Zawia Ghazal in Damanhour Center in Beheira Governorate. The research results revealed that the different effects of accessing social networking sites economic, social, cultural and entertainment were between moderate and high. According to the chi-square coefficient analysis, there is a correlation between free time to access the Internet, ownership of modern communication devices, Internet subscription category, village, and the variable of social media impact on behaviors from the social aspect, and there is a correlation between marital status, monthly income, free time to access the Internet, village, and the variable of social media impact on behaviors from the economic aspect. Marital status, monthly income, leisure time online, ownership

of modern communication devices, internet subscription category, village, and the variable of the impact of social media on behavior from the cultural and intellectual point of view were also found to be correlated.

According to the results of the regression analysis, a causal regression relationship was found between the place where social media sites are opened and the number of hours of access to social media sites as independent variables with the variable of the impact of social media on behaviors from the social aspect as a dependent variable, and a causal regression relationship was found between the motivations for accessing social media sites, the number of hours of access to social media sites, and geographical openness as independent variables. There was also a causal regression relationship between the motives for accessing social media sites, the number of hours of accessing social media sites, and geographical openness as independent variables with the economic impact of social media on behavior as the dependent variable, and these variables explained 4.3% of the variance in the dependent variable.

There was a causal regression relationship between motivations for accessing social media sites, favorite and most used social media sites, number of hours of accessing social media sites with the variable of the impact of social media on behaviors in terms of culture and intellect as the dependent variable, and these variables explained 23.1% of the variance in the dependent variable.

Finally, a causal regression relationship was found between the motives for accessing social media sites, the number of hours of accessing social media sites with the variable of the impact of social media on recreational and leisure behaviors as the dependent variable, and these variables explained 40.3% of the variance in the dependent variable.

Keywords: Social media-social change-human behavior-rural families.