

دور وسائل التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي المجتمعي للشباب الريفي ببعض قري مركز سيدي سالم - محافظة كفر الشيخ

سعد عطيه فرح شمس الدين

قسم الإرشاد الزراعي والمجتمع الريفي، كلية الزراعة، جامعة الأزهر، القاهرة، مصر.

البريد الإلكتروني للباحث الرئيسي: saadshams@azhar.edu.eg

الملخص

استهدف البحث تحديد درجة معرفة المبحوثين من الشباب الريفي بوسائل التواصل الاجتماعي، ومدى استخدامها، ودوافع استخدامها، ودرجة مساهمة هذه الوسائل في تنمية كل من: الوعي الاجتماعي، والاقتصادي، والسياسي، والثقافي، والديني، والرياضي، والتعليمي، والبيئي للمبحوثين من الشباب الريفي، وأخيراً الآثار السلبية المترتبة على استخدامها لهذه الوسائل ومقترحاتهم للتغلب عليها. وقد أجري البحث على عينة بلغ عددها 150 مبحوثاً من الشباب الريفي تم اختيارهم عشوائياً من ثلاث قري بمركز سيدي سالم التابع لمحافظة كفر الشيخ، واستخدم الاستبيان بالمقابلة الشخصية لجمع البيانات من المبحوثين وذلك خلال شهري نوفمبر، وديسمبر عام 2022م، وبعد جمع البيانات تم تحليلها إحصائياً مستخدماً لذلك التكرارات والنسب المئوية، والمتوسط المرجح، وجاءت أهم النتائج على النحو التالي: ما يقرب من ثلاثة أخماس المبحوثين (58,7%) كان مستوي معرفتهم مرتفعاً بوسائل التواصل الاجتماعي، وأهمها من وجهة نظرهم الفيس بوك، والواتس اب، وتليجرام. ما يقرب من نصف المبحوثين (45,3%) كان استخدامها مرتفعاً لوسائل التواصل الاجتماعي، والأعلى في الاستخدام الفيس بوك، والواتس اب. ما يزيد على ثلثي المبحوثين (67,3%) يرون أن مستوي مساهمة وسائل التواصل الاجتماعي م في تنمية الوعي السياسي متوسط، بينما 78,7% منهم يرون أن مستوي مساهمتها كان مرتفعاً في تنمية وعيهم الثقافي، والوعي الديني بنسبة 72% لكل منها، والوعي الرياضي بنسبة 66%، والوعي التعليمي بنسبة 69,3%، والوعي البيئي بنسبة 62%. أن أهم دوافع المبحوثين لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي هي: الرغبة في الدردشة الصوتية والمرئية مع الأصدقاء، والشعور بالقوة من خلال حرية الرأي والتعبير، والرغبة في الحصول على المعلومات. أن أهم الآثار المترتبة على استخدام المبحوثين لوسائل التواصل الاجتماعي هي: إدمان الدخول على هذه المواقع، والتأثير السلبي على الجهاز البصري والعصبي، والشعور بالآلام في الظهر والرقبة. أن أهم مقترحات التغلب على الآثار السلبية المترتبة على استخدام المبحوثين لوسائل التواصل الاجتماعي هي: توعية الطلاب في المدارس والجامعات بخطورتها، وتشجيع الأسرة الأبناء على ممارسة الرياضة، وتشديد الرقابة على هذه المواقع، وحظر بعض المواقع.

الكلمات الاسترشادية: الدور، وسائل التواصل الاجتماعي، التنمية، الوعي المجتمعي، الشباب الريفي.

مقدمة البحث:

التواصل الاجتماعي المتنوعة مثل الفيس بوك، وتويتر، والواتس اب وغيرها والتي استطاعت أن تُغير بشكل كبير طريقة تواصل الناس وتفاعلهم وطريقة تسويق المنتجات وبيعها، وكذلك طريقة تواصل الحكومات مع مواطنيها، وطريقة أداء الشركات لها، بالإضافة إلى أنها غيرت مفهوم التطوع والكيفية التي يُمارس بها النشطاء والحقوقيون أنشطتهم، ومن الملاحظ في الآونة الأخيرة أن تلك الشبكات بدأت تؤثر في العملية الديمقراطية نفسها وبدأت تظهر كأدوات ثورية التأثير بالإضافة إلى قدرات وطاقت كامنة لم يظهر منها إلا القليل حتى الآن، ويكفي أنها كانت سبباً في إشعال الفتيل للعديد من ثورات الربيع العربي. (عبد الله: 2021: 899)

كما كان لوسائل التواصل الاجتماعي أهمية بالغة وكبيرة فيما يتعلق بتواصل المستخدمين مع بعضهم البعض عبر هذه الوسائل، وذلك من خلال إمكانية التواصل الفوري والمباشر مع الأشخاص وفي أي مكان حول العالم، وذلك عبر العديد من التطبيقات التي تُتيح ذلك كالفيس بوك أو تويتر أو الواتس اب وغيرها من التطبيقات الأخرى، بالإضافة إلى ميزة قدرة الوصول إلى أي مُستخدم حول العالم عبر هذه الوسائل، وتُعد سهولة الاتصال ميزة مضافة لهذه الوسائل، فظهور هذه الوسائل أدى إلى إلغاء الاعتماد على خطوط الهاتف الأرضية، أو حتى استخدام البريد العادي، فكل ما يتطلبه الأمر للاتصال عبر هذه

الإنسان بطبيعته كائن اجتماعي لا يستطيع أن يعيش بمفرده، ولهذا فإن مواقع التواصل الاجتماعي قد نجحت في تحقيق رغبة الإنسان وهي التواصل مع غيره، وبالتالي كان لوسائل التواصل الاجتماعي أهمية كبيرة في الربط بين الإنسان والعالم الخارجي مما ساهم في أن يكون الإنسان على قدر كبير من المعرفة والتضافر والتعاون،

وتعرف عملية التواصل الاجتماعي بأنها العملية التي يتم من خلالها الربط بين الإنسان والآخرين في المحيط الاجتماعي، هذا بالإضافة إلى التواصل المستمر مع الجيران والأصدقاء والمعارف من أجل تحقيق مختلف الأهداف التي تقيّد الإنسان بصفة خاصة والمجتمع بصفة عامة، بالإضافة إلى ذلك فإن عملية التواصل الاجتماعي يتم تحديدها نتيجة لاختلاف أنواعها واختلاف عمقها، فهناك العديد من الأمور التي يتم تحقيقها من خلال التواصل الاجتماعي ومنها أن العلاقة بين الإنسان والآخرين تتحسن بشكل ملحوظ، ويكون هناك العديد من العلاقات التي تساهم في كشف الإنسان لما بداخله، وتزداد أيضاً ثقته بالآخرين مما يجعله على وعي بالعلاقات من حوله. (أسماء أبو بكر: 2017: 20)

ولهذا فإن أهمية شبكة الانترنت تكمن في قدرتها على تغيير مفاهيم الاتصال وتنوع المعرفة، وقد تعاضمت تلك الأهمية مع ظهور شبكات

الاتصال المتعددة والتي اتسمت بسهولة الوصول إليها ونشر الأفكار والرؤى والقضايا وتعميمها، حيث كانت وسائل التواصل الاجتماعي المختلفة ولا سيما المواقع التفاعلية سبباً في توفير مجالاً واسعاً أمام الأفراد للإطلاع والإلمام ببحوث كل القضايا والظواهر المثارة بل ومنحهم الفرصة لطرح أي قضية أو فكرة. (خوليفه عبد المالك: 2020: 5)

ولعل من أخطر القضايا التي عالجتها وسائل التواصل الاجتماعي مؤخراً وساعدت في توعية المجتمع بخطورتها أزمة كورونا والتي أثرت على العالم كله من خلال نشر التوصيات المتعلقة بكيفية التعامل مع المصابين، وكذلك بالاجراءات الاحترازية التي يجب اتخاذها لمواجهة فيروس كورونا، وقد لعبت دوراً كبيراً قبل كورونا في قيام ثورة الخامس والعشرين من يناير من خلال نشر دعوات فئة كبيرة من الشباب المطالبين بالتغيير لدعوات التظاهر للمطالبة بالحرية والعدالة الإجتماعية، وقد تفاعلت وسائل التواصل الاجتماعي مع مجريات تطور هذه القضايا وخاصة الفيس بوك فقد كان هو الأداة الرئيسية التي نشط من خلالها الرأي العام وذلك من خلال دفع عدد كبير من الناشطين في العالم الافتراضي لإنشاء صفحات علي الفيس بوك لمساعدة باقي أفراد المجتمع ونشر مفهوم التوعية المجتمعية لديهم. (غاده صقر: 2021: 554)

ويُعد استخدام الشباب لمواقع التواصل الاجتماعي سبباً في ظهور عالم جديد من التعاون والتواصل، وأن أكثر من 3 مليار شخص حول العالم مرتبطون ببعضهم البعض ويتواصلون معاً لتبادل معارفهم وخبراتهم والتعاون فيما بينهم، وعلي الرغم من أهمية الشبكات الاجتماعية إلا أن هناك عوامل تدفع الشباب إلى استخدام الشبكات الاجتماعية باستخدام فيس بوك، وأن تأثيرات استخدام هذه الشبكة يتوقف علي نية المستخدمين من الشباب. (M. C. cheung, 2100)

وقد أثبتت نتائج إحدى الدراسات أن هناك علاقة بين استخدام فيس بوك كأحد مواقع التواصل الاجتماعي واكتساب المعلومات وتكوين العلاقات مع الحفاظ عليها وتقييمها وأن الأفراد لديهم القدرة علي التواصل مع أفراد المجتمع وبشكل دائم حتي وإن كان هذا المجتمع كبيراً، كما كشفت النتائج أن هناك ارتباطاً قوياً بين استخدام فيس بوك والرفاهية الاجتماعية والنفسية، هذا بالإضافة إلى أنه يوفر فوائد كبيرة لمستخدميه الذين يعانون من ضعف ثقافتهم بأنفسهم وانخفاض رضاهم عن الحياة. (Ellison, N.: 2007).

وتشير نتائج دراسة كلا من (شياءه البالي، والليثي: 2016) إلى أن الشباب الريفي يستخدمون وسائل التواصل الاجتماعي كوسيلة للحصول علي المعلومات سواء كانت اجتماعية أو اقتصادية أو سياسية أو ثقافية أو رياضية أو فنية، وأن مستخدمي اليوتيوب يرسلن مقاطع الفيديو الشخصية للمستخدمين الآخرين بهدف بناء علاقات اجتماعية معهم، وأن التفاعل الاجتماعي بين الشباب الريفي عبر مواقع التواصل الاجتماعي يؤدي إلى تنمية المهارات الشخصية والخبرات الحياتية.

ولهذا جاءت فكرة هذا البحث كحالة علمية للتعرف علي الدور الذي تقوم به وسائل التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي المجتمعي لدي الشباب الريفي.

الوسائل هو وجود جهاز هاتف ذكي أو كبيوتر يتم استخدام أحد تطبيقات التواصل الاجتماعي عليه، بالإضافة إلى الترفيه والنسلية حيث يُمكن التوجه لمواقع التواصل الاجتماعي بوصفها وسيلة جيدة للترفيه والمتعة، فالعديد من الناس يقومون باستخدام هذه الوسائل عندما يريدون الاسترخاء والتحرر من ضغوط العمل، ويُعتبر أمر مشاهدة التعليقات والمشاركات من المستخدمين الآخرين أمراً جيداً للشخص المستخدم، ويرجع ذلك للفطرة الاجتماعية التي وُجد بها الانسان، إضافة إلى تكوين صداقات جديدة، حيث أدى ظهور شبكات التواصل الاجتماعي إلى تغيير مفهوم الصداقة بشكل جذري، فقديمًا كان أمر الحصول على صديق شيئاً صعباً، أما في الوقت الحالي فقد يكون لدى المستخدم الواحد مئات الأصدقاء عبر وسائل التواصل الاجتماعي المختلفة كالفيس بوك مثلاً، وبالرغم من أن الشخص قد لا يعرف هؤلاء الأصدقاء إلا عبر هذه الوسائل، إلا أن هذا الأمر لا يُقلل من هذه العلاقة، إضافة إلى تطوير عملية التعليم حيث أمكن الاستفادة من وسائل التواصل الاجتماعي المختلفة في تطوير عملية التعليم والتعلم، وذلك من خلال عدد من الأمور، ومن أهمها ما يلي: الاستفادة من البرامج التعليمية التي يتم مشاركتها عبر شبكات التواصل الاجتماعي، والتواصل مع الأشخاص المُتخصصين بموضوعات مُعينة ومُتابعتهم عبر وسائل التواصل الاجتماعي، والبحث عن موضوع مُعين ضمن هذه المواقع، واكتساب المُتعلمين القدرة على بناء المصداقية الاجتماعية، وتطوير الأعمال، كما توفر وسائل التواصل الاجتماعي العديد من المزايا للأشخاص أصحاب الأعمال التجارية، ومن هذه المزايا ما يلي: زيادة نسبة المبيعات، وخفض تكاليف التسويق والدعاية وزيادة نسبة عدد الزيارات إلى الموقع الإلكتروني الخاص بالمشروع أو الشركة، وتطوير قدرة وصول المنتج إلى الأسواق الدولية، وتطوير التواصل مع المستهلكين أو الشركات الأخرى. (عقون دنيا: 2017: 16)

وقد أحدثت مواقع التواصل الاجتماعي تطوراً ملحوظاً ليس فقط في تاريخ الإعلام بل وفي حياة الأفراد علي المستويات الشخصية والاجتماعية والثقافية والسياسية، وجاءت لتشكيل عالماً افتراضياً يفتح المجال علي مصراعيه للأفراد والجماعات لإبداء آرائهم ومواقفهم في الموضوعات والقضايا التي تهمهم وبحرية، واستطاعت هذه المواقع أن تُمد الأفراد بقنوات جديدة للمشاركة في جميع الأنشطة. (هدى محمد: 2014: 1299)

وتُعد شبكات التواصل الاجتماعي الإلكترونية أحد أهم مظاهر خدمات الجيل الثاني للاترنت التي حظت باهتمام كبير من طرف مستخدمي االترنت لأنها منحت لهم فرصة للتواصل والتعبير والمشاركة وزادت من تقليص المسافات بين الأفراد، ومنذ ظهور هذه الشبكات الاجتماعية وخاصة شبكة الفيس بوك فقد صاحبها الكثير من الرسائل التي تُعد ثورة جديدة علي كل المستويات حيث فتحت المجال للتواصل العالمي أكثر فأكثر وكانت بديلة لوسائل الاعلام التقليدية وساهمت في نشر الوعي المجتمعي.

هذا وقد فتحت وسائل التواصل الاجتماعي أفقاً واسعة لتنمية الوعي بالعديد من القضايا والظواهر المختلفة وذلك من خلال وسائط

مشكلة البحث:

ما هي القضايا التي يتابعها المحوثنون من الشباب الريفي عبر وسائل التواصل الاجتماعي؟

ما هي طبيعة تفاعل المحوثنون من الشباب الريفي مع مواقع التواصل الاجتماعي؟

ما هي درجة مساهمة وسائل التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي المجتمعي للشباب الريفي؟

ما هي الآثار المترتبة علي استخدام المحوثنون من الشباب الريفي وسائل التواصل الاجتماعي؟

ما هي مقترحات المحوثنون من الشباب الريفي للتغلب علي الآثار السلبية المترتبة علي استخدامهم وسائل التواصل الاجتماعي

ولعل الإجابة علي هذه التساؤلات تُعطي صورة واضحة للمسئولين عن نقاط القوة التي تُسهم بها وسائل التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي المجتمعي للشباب الريفي ببعض القضايا المجتمعية حتي يمكن تدعيمها والحفاظ عليها، ونقاط الضعف أو الآثار السلبية المترتبة علي استخدام الشباب الريفي لوسائل التواصل الاجتماعي حتي يُمكن مواكبتها والتغلب عليها.

أهداف البحث:

التعرف علي بعض الخصائص الشخصية والاجتماعية المدروسة للمحوثنون سواء كانت خاصة بالشباب نفسه مثل: السن، والنوع، وعدد سنوات التعليم، وعدد أفراد الأسرة، ودخل الأسرة، وعدد سنوات تعليم الأب، وعدد سنوات تعليم الأم، والعضوية في المنظمات الاجتماعية، أو خاصة بوسائل التواصل الاجتماعي مثل: ملكية أجهزة الاتصال بالانترنت، ووسيلة الاتصال بالانترنت، وعدد الجلسات باليوم، ومدة الجلسة الواحدة،

تحديد درجة معرفة المحوثنون بأنواع وسائل التواصل الاجتماعي في منطقة البحث.

تحديد درجة انتشار وسائل التواصل الاجتماعي المدروسة.

التعرف علي دوافع استخدام المحوثنون من الشباب الريفي لوسائل التواصل الاجتماعي.

تحديد درجة استخدام المحوثنون لوسائل التواصل الاجتماعي الأكثر انتشارا في منطقة البحث.

التعرف علي القضايا التي يتابعها المحوثنون عبر وسائل التواصل الاجتماعي.

التعرف علي طبيعة تفاعل المحوثنون مع مواقع التواصل الاجتماعي.

تحديد درجة مساهمة وسائل التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي المجتمعي للشباب في الجوانب التالية: الإجتماعية، والإقتصادية، والسياسية، والثقافية، والدينية، والرياضية، والتعليمية، والبيئية.

تُمثل مواقع التواصل الاجتماعي إحدى وسائل التغيير في المجتمعات حالياً، وأصبحت متطلباً أساسياً من متطلبات التحول الديمقراطي عن طريق تكوين الوعي، فالمضمون الذي تتناوله هذه الوسائل عبر رسائل إخبارية أو ثقافية أو ترفيهية لا يؤدي بالضرورة إلي إدراك الحقيقة بل يُسهم أيضاً في تكوين الحقيقة.

و تُشكل شبكات التواصل الاجتماعي في العالم وسيلة أساسية في حياتنا اليومية ولك لقدرتها علي التأثير في تشكيل الوعي المجتمعي للأفراد وبالتالي توجيه الرأي العام نحو وجهة معينة، وأصبحت وسيلة اتصال مهمة لمستخدميها الذين يجدون صفحاتها ويشاركون من خلالها الآراء والتعليقات والاتجاهات من خلال تحميل الصور وأفلام الفيديو، وقد أصبحت هذه الشبكات قوة تصاعديّة بين فئات المجتمع الذين أدركوا أن وسائل الإعلام التقليدية لم تعد بمفردها قادرة علي إشباع رغباتهم وحاجاتهم ودوافعهم المعرفية، مما فتح المجال أمام العديد من الباحثين لدراسة هذه الشبكات ومدى تأثيرها في تنمية الوعي المجتمعي وتشكيل الآراء.

ويُعد ظهور الإنترنت ثورة غير مسبوقة في وسائل الإعلام أو الاتصال من خلال ما أتاحته هذه الثورة من حرية وسرعة عالية ودقة فائقة في مجالات عديدة، حيث جاءت هذه الشبكات لتؤكد هذه الثورة الكبيرة والسريعة باعتبارها ليست وسيلة للتعبير والتفاعل والتواصل فقط بل حتي لحشد الرأي العام وتكوين مجموعات ضغط حيث تقوم هذه المجموعات بالضغط علي الأنظمة الاجتماعية والسياسية.

وفي الآونة الأخيرة بدأ يظهر بشكل كبير معني المعرفة الالكترونية ويمتد ليأخذ مفهوماً علمياً أدى إلي تحويل المجتمعات إلي كيانات معلومية ومنه تحول إلي الأفراد، وخاصة الشباب إلي متلقين إيجابيين يختارون ويشاركون وينقدون ويؤثرون ليس فقط في وسائل التواصل الرسمية بل بابتكار وسائل خاصة أو عمل صفحات خاصة عبر وسائل التواصل الاجتماعي، وانطلقت القدرات الفردية للشباب حيث بدأت فردية ثم سرعان ما تحولت إلي جماعية مكتسبة بذلك دعماً جماهيرياً معتمدة علي الثقافة من جهة وسرعة التنظيم التي أتاحها التكنولوجيا الحديثة من جهة أخرى.

وتكمن مشكلة البحث في المدى الذي تُساهم به مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي المجتمعي للشباب الريفي وذلك بإعتبارهم أكبر فئة تستخدم هذه المواقع، ويُمكن إنجازها في التساؤلات التالية:

ما هي درجة معرفة المحوثنون من الشباب الريفي بأنواع وسائل التواصل الاجتماعي المدروسة؟

ما هي درجة انتشار وسائل التواصل الاجتماعي المدروسة؟

ما هي دوافع استخدام المحوثنون من الشباب الريفي لوسائل التواصل الاجتماعي؟

ما هي درجة استخدام المحوثنون من الشباب الريفي لوسائل التواصل الاجتماعي؟

وعليه يتضح أنه وفقاً له النظرية فإن المعايير الوصفية هي التي تقود الشباب للنز إلى سلوكيات وخصائص جنسهم لتحديد الطريقة المناسبة للتعامل مع وسائل التواصل الاجتماعي، في حين أن القواعد الزجرية تعمل كدليل إرشادي للصفات والسلوكيات والطرق التي يستخدم الشباب بها وسائل التواصل الاجتماعي كما تحدد مدي موافقتهم أو رفضهم أي موقف يتعلق باستخدام وسائل التواصل الاجتماعي، وفي ظل تطور تقنيات الانترنت وتزايد رواد مواقع التواصل الاجتماعي ظهرت سلوكيات جديدة متنوعة ومتعددة وانطلاقاً من مبدأ أن اختلاف الأدوار بين الجنسين ينعكس على سلوكياتهم في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي.

الدراسات السابقة:

دراسة (أمانى إبراهيم 2015) بعنوان درجة استخدام شبكات التواصل الاجتماعي بصفقتها أداة للتعليم والتعلم لدى طلبة الجامعات الأردنية والإشباع المتحققة: وقد استهدفت هذه الدراسة تقصي درجة استخدام طلبة الجامعات الأردنية لشبكات التواصل الاجتماعي بصفقتها أداة للتعليم والتعلم وقد كانت أبرز النتائج التي تمتازت بها ما يلي: احتل الموقع الإلكتروني في الجامعات المبحوثة المرتبة الأولى في استخدامات الطلبة للبحث عن المعلومة الدراسية، وقد احتل اليوتيوب المرتبة الثانية ثم جاء الفيس بوك ثم تويتر على التوالي.

دراسة (أسماء مصطفى 2011) بعنوان استخدام شبكات التواصل الاجتماعي وانعكاسها على تشكيل قيم الشباب الجامعي: استهدفت الدراسة التعرف على أكثر مواقع التواصل الاجتماعي التي يتعرض لها الشباب، والتعرف على طبيعة الموضوعات التي يناقشها الشباب عبر مواقع التواصل الاجتماعي، وأسباب استخدام الشباب لمواقع التواصل الاجتماعي، وقد أجري البحث على عينة من لاب جامعة جنوب الوادي بلغ قوامها 200 مبحوثاً من الكور والإناث، واستخدمت لجمع البيانات استمارة الاستبيان بالمقابلة الشخصية وتمثلت أهم النتائج التي تم التوصل إليها فيما يلي: أن التلفزيون والانترنت من أكثر وسائل الإعلام انتشاراً، وأن 993% من المبحوثين يستخدمون الإنترنت لتلبية العديد من الاحتياجات الشخصية لهم كالتتبع والتسلية وتكوين الصداقات، وأن أهم المواقع وأكثرها استخداماً هو فيس بوك ثم تويتر، وأن الوقت المفضل لدى الشباب لتصفح الانترنت هي الفترة المسائية وأن المنزل هو أنسب مكان لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي، وأن أهم دافع من دوافع استخدام وسائل التواصل الاجتماعي هو سهولة التواصل مع الآخرين، وقد احتلت الموضوعات الاجتماعية المرتبة الأولى من جمالي القضايا التي يتابعها الشباب على مواقع التواصل الاجتماعي.

دراسة حنان الشهري 2013 بعنوان " أثر استخدام شبكات التواصل الإلكتروني على العلاقات الاجتماعية (فيس بوك وتويتر نموذجاً" استهدفت الدراسة التعرف على الأسباب التي تدفع إلى الاشتراك في موقعي فيس بوك وتويتر، والتعرف على طبيعة العلاقات الاجتماعية عبر هذه المواقع، والتعرف على الآثار المترتبة على استخدام هذه

التعرف على الآثار المترتبة على استخدام المبحوثين لوسائل التواصل الاجتماعي.

التعرف على مقترحات المبحوثين للتغلب على الآثار المترتبة على استخدامهم لوسائل التواصل الاجتماعي.

تحديد معنوية العلاقة بين بعض الخصائص الشخصية والاجتماعية المدروسة للمبحوثين وبين رأيهم في دور وسائل التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي المجتمعي للشباب الريفي.

تحديد معنوية الاختلاف بين رأي المبحوثين في مساهمة وسائل التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي المجتمعي للمبحوثين من الشباب الريفي.

مفاهيم البحث:

الدور: عبارة عن السلوك المتوقع من الفرد نتيجة شغله مركز اجتماعي معين.

الوعي المجتمعي: عبارة عن حالة عقلية يكون فيها الفرد مدرك لمحيطةه الداخلي والخارجي مستخدماً لذلك حواسه المختلفة.

وسائل التواصل الاجتماعي: عبارة عن التطبيقات والمواقع الإلكترونية التي تستخدم للتواصل والتفاعل مع الآخرين ومشاركة المحتوى والصور والفيديوهات والروابط وتبادل الآراء بين المستخدمين.

مفهوم الشباب الريفي إجرائياً: الأفراد الذين تتراوح أعمارهم من 18-35 سنة سواء كانوا حاصلين على مؤهلات تعليمية أم لا ويستخدمون وسائل التواصل الاجتماعي ويعيشون بقري مركز سيدي سالم محافة كفر الشيخ.

نظرية الدور الاجتماعي: تفترض نظرية الدور الاجتماعي أن لكل مجتمع صور نمطية للأدوار التي يقوم بها الجنسين بناء على التصنيف الاجتماعي له الأدوار، وتمثل حجة النظرية الأساسية في أن الاختلافات بين الجنسين ترجع بشكل أساسي إلى تبني هذه الأدوار بين الجنسين والتي تحدد الصفات والسلوكيات المناسبة للكور والإناث في مجتمع معين ويتم تعريف هذه الأدوار على أنها التوقعات المشتركة للصفات والسلوكيات للرجال والنساء والتي يتم تبنيها والحفاظ والسيطرة عليها من خلال المعايير الاجتماعية، ويمكن تفسير هذه الأدوار الاجتماعية من خلال مجموعتين من المعايير الاجتماعية هما:

المعايير الوصفية وهي التي تحدد فهم الخصائص والسلوكيات التي يتم تبنيها بشكل نمطي وفقاً للأدوار الاجتماعية

المعايير الزجرية والتي تقدم فهم للصفات والسلوكيات النمية القبولية أو الغير مقبولة اجتماعياً

وتساعد المعايير الوصفية والزجرية في امتثال والتزام الرجال والنساء لأدوارهم الاجتماعية النمطية لأن الإنزاف عنها سيؤدي إلى نتائج اجتماعية غير محمودة

المرحلة الأولى: مرحلة إعداد إستارة الاستبيان: في ضوء أهداف البحث، تم إعداد الاستارة والتي تضمنت تسعة أقسام هي:

القسم الأول: اخص بالتعرف على الخصائص الشخصية والاجتماعية للمبحوثين من حيث: السن، والنوع، والحالة التعليمية، وعدد أفراد الاسرة، والدخل الشهري، والحالة التعليمية للأب، والحالة التعليمية للأم، والحالة العملية للمبحوث.

القسم الثاني: تضمن المتغيرات الخاصة بوسائل التواصل الاجتماعي وهي: ملكية أجهزة الاتصال بالانترنت، ووسيلة الاتصال بالانترنت، وعدد مرات الدخول على وسائل التواصل الاجتماعي في اليوم، والوقت الذي يقضيه المبحوث على الانترنت يومياً، والوقت المفضل لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي، والمكان المفضل لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي، والافراد الأكثر تواصلاً عبر وسائل التواصل الاجتماعي.

القسم الثالث: اخص بتحديد درجة معرفة المبحوثين بأنواع وسائل التواصل الاجتماعي وتمثلت في ثماني مواقع وذلك علي مقياس مكون من فئتين هما يعرف ولا يعرف وأعطيت الدرجات 1، 0 علي الترتيب، بالإضافة إلي درجة انتشار وسائل التواصل الاجتماعي وذلك علي مقياس مكون من أربع فئات هي: منتشرة بدرجة كبيرة، ومنتشرة بدرجة متوسطة، ومنتشرة بدرجة صغيرة، وغير منتشرة وأعطيت الدرجات 3، 2، 1، 0 علي الترتيب.

القسم الرابع: اخص بالتعرف على القضايا التي يتابعها المبحوثون من الشباب الريفي عبر وسائل التواصل الاجتماعي من خلال سؤالهم علي عشرة قضايا وذلك علي مقياس مكون من أربع مستويات هي: أتابع بدرجة كبيرة، وأتابع بدرجة متوسطة، وأتابع بدرجة صغيرة، ولا أتابع، وأعطيت الدرجات 3، 2، 1، 0 علي الترتيب.

القسم الخامس: وأخص بالتعرف على طبيعة تفاعل المبحوثين من الشباب الريفي مع وسائل التواصل الاجتماعي وذلك بسؤالهم علي تسع عبارات وذلك علي مقياس مكون من أربع مستويات هي: دائماً، وأحياناً، ونادراً، ولا، وأعطيت الدرجات 3، 2، 1، 0 علي الترتيب.

القسم السادس: اخص بالتعرف علي رأي المبحوثين عن درجة مساهمة وسائل التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي المجتمعي للشباب الريفي وذلك من خلال سؤالهم عن الجوانب التالية: الجوانب الاجتماعية وذلك بسؤالهم عن 11 عبارة، والجوانب الاقتصادية وتشمل 11 عبارة، والجوانب السياسية تضمنت خمس عبارات، والجوانب الثقافية وتشمل ست عبارات، والجوانب الدينية وتشمل أيضاً ست عبارات، والجوانب الرياضية وتضمنت أربع عبارات، والجوانب التعليمية فقد تضمنت خمس عبارات، وأخيراً الجوانب البيئية وتشمل ست عبارات، وذلك علي مقياس مكون من أربع مستويات هي: تُسهم بدرجة كبيرة، وتُسهم بدرجة متوسطة، وتُسهم بدرجة صغيرة، ولا تُسهم وأعطيت الدرجات 3، 2، 1، 0 علي الترتيب، وجمعت الدرجة الكلية لكل منهم لتُعبّر عن كل جانب من الجوانب المدروسة.

المواقع، وقد استخدمت الاستبيان بالمقابلة الشخصية لجمع البيانات من عينة بلغت 150 طالبة من طالبات جامعة الملك عبد العزيز، وتمثلت أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة فيما يلي: أن أكثر الأسباب دفعا للطالبات لاستخدام فيس بوك وتويتر سهولة التعبير عن الرأي والاتجاهات الفكرية التي يصعب التعبير عنها في المجتمع، وكانت أكثر استفادة هي تعزيز الصداقات القديمة والبحث عن صداقات جديدة والتواصل مع الأقران البعيدين مكانياً

دراسة 2013:k.johnston بعنوان استخدام طلاب الجامعة لشبكة الانترنت واتجاهاتهم نحوها: واستهدفت الدراسة التعرف علي أكثر مواقع التواصل الاجتماعي استخداماً لدي طلاب الجامعة وخاصة موقعي فيس بوك وتويتر وقد توصلت الدراسة إلي ما يلي: إرتفاع عدد مستخدمي موقع فيس بوك من لاد الجامعة مقارنة بموقع تويتر وقد أوصت الدراسة بضرورة الاستفادة من مواقع التواصل الاجتماعي في قاعات المحاضرات.

دراسة B.Ezumah : 2013 بعنوان استخدام طلاب الجامعة لمواقع التواصل الاجتماعي في إطار مدخل الاستخدامات والاشباعات: استهدفت الدراسة إلي التعرف علي مدى استخدام المبحوثين من الطلاب لمواقع التواصل الاجتماعي بصفة عامة وموقع تويتر بصفة خاصة، والكشف عن دوافع استخدامهم لهذه المواقع وقد توصلت الدراسة إلي إرتفاع عدد رواد مواقع التواصل الاجتماعي واحتل موقع تويتر المرتبة الثانية في قائمة اختيارهم لتلك المواقع لأنه يمتاز بسهولة الاستخدام، وكان التواصل مع الأصدقاء والترفيه من أكثر دوافع استخدام الطلاب لتويتر.

الطريقة البحثية:

أجري البحث في مركز سيدي سالم بمحافظة كفر الشيخ وتمثلت شاملة البحث في إجمالي عدد الشباب الريفي والذين تتراوح أعمارهم من 18- 35 سنة بالمركز والبالغ عددهم 120588 شاباً، ولتحديد العينة فقد تم اختيار ثلاث قري عشوائياً فكانت: قرية أبو غنيمه وبلغ عدد الشباب الريفي بها 9027 شاب، وقرية منشأة عباس وبلغ عدد الشباب الريفي بها 4330 شاب، وقرية الهندسة وبلغ عدد الشباب الريفي بها 1768 شاب، ولتحديد حجم العينة تم اختيار 10% من إجمالي عدد الشباب الريفي بكل قرية من القري المختارة، فكان حجم العينة من قرية أبو غنيمه 90 مبحوثاً، وقرية منشأة عباس 43 مبحوثاً، وقرية الهندسة 17 مبحوثاً، وبالتالي بلغ إجمالي حجم العينة من القري الثلاث المختارة 150 مبحوثاً وهي تمثل إجمالي عينة البحث

أدوات جمع البيانات:

بعد تحديد أهداف البحث تم إعداد استارة استبيان لجمع البيانات الميدانية، وقد مرت عملية جمع البيانات بثلاث مراحل أساسية هي: مرحلة إعداد استارة الإستبيان، ثم مرحلة الإختبار المبدئي لها، وأخيراً مرحلة جمع البيانات وذلك على النحو التالي.

تبين من النتائج جدول رقم (3) أن منوال سن الباحثين يقع في الفئة العمرية 18 - 24 سنة بنسبة (76,7%)، وأن الغالبية العظمى منهم (85,3%) ذكور، وأن ما يقرب من ثلاثة أرباعهم (72%) حاصلون علي مؤهل جامعي، وأن ما يقرب من النصف منهم (47,3%) يعيشون في أسر متوسطة من حيث عدد أفرادها (5-6) فرد، وأن ما يزيد علي الثلث منهم (68%) يعيشون في أسر مستوي الدخل فيها منخفض (5267-8633) جنيه، وأن ما يقرب من الخمسين منهم (38,7%) حصل آباؤهم علي مؤهل جامعي، وأن ما يقرب من الثلث منهم (32,7%) حصلت أمهاتهم علي مؤهل جامعي، وأن ما يزيد علي ثلثي الباحثين بقليل (69,3%) يملكون هاتف زكي، وأن ما يزيد علي النصف منهم (56,7%) وسيلة الاتصال بالانترنت لهم باقية نت، وأن ما يزيد علي ثلاثة أرباعهم (81,3%) يقعون في فئة المستوي المرتفع من حيث عدد مرات الدخول علي وسائل التواصل الاجتماعي (1-7) جلسة يومياً، وأن الغالبية العظمى منهم (93,3%) يقضون علي وسائل التواصل الاجتماعي من 1-7 ساعة يومياً، وأن ما يزيد علي ثلاثة أرباعهم (82,9%) يدخلون إلي مواقع التواصل الاجتماعي في أي وقت، وأن الغالبية العظمى منهم (88%) يرون أن المنزل هو المكان المفضل لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي، وأن ما يزيد علي ثلاثة أرباعهم (81,3%) أجابوا بأن الأصدقاء هم الأفراد الأكثر تواصلًا عبر وسائل التواصل الاجتماعي.

درجة معرفة الباحثين بأنواع وسائل التواصل الاجتماعي ودرجة انتشارها: وتشمل ما يلي:

معرفة الباحثين بأنواع وسائل التواصل الاجتماعي:

أظهرت النتائج جدول (4) أن معرفة الباحثين بأنواع وسائل التواصل الاجتماعي جاءت مرتبة ترتيباً تنازلياً وذلك وفقاً للنسبة المئوية لمعرفة الباحثين بها كما يلي: فيس بوك 100%، واتس اب 98,7%، وتليجرام 98%، ويوتيوب 98%، وانستجرام 92,7%، وتويتر 7,3%، ولينكد إن 60%، ومدونات بنسبة 54%.

هذا وقد بلغ متوسط النسبة المئوية المعرفة الاجمالية بأنواع وسائل التواصل الاجتماعي 90% وهي نسبة مرتفعة جداً وتعكس معرفة الباحثين بوسائل التواصل الاجتماعي.

درجة انتشار وسائل التواصل الاجتماعي:

تشير النتائج الواردة بجدول (5) إلي أن استجابة الباحثين علي درجة انتشار وسائل التواصل الاجتماعي المدروسة قد جاءت مرتبة ترتيباً تنازلياً وذلك وفقاً للمتوسط المرجح كما يلي، حيث جاء في مقدمتها فيس بوك بمتوسط مرجح 2,36 درجة من ثلاث درجات، وواتس اب بمتوسط مرجح 2,35 درجة، ويوتيوب بمتوسط مرجح 2,10 درجة، وتليجرام بمتوسط مرجح 2,04 درجة، وانستجرام بمتوسط مرجح 2,01 درجة، وتويتر بمتوسط مرجح 1,84 درجة، ولينكد إن بمتوسط مرجح 1,662 درجة، ومدونات بمتوسط مرجح 1,54 درجة، كما بلغ المتوسط المرجح الاجمالي لرأي الباحثين في درجة انتشار أنواع وسائل التواصل

القسم السابع: واختص بالتعرف على دوافع استخدام الباحثين من الشباب الريفي لوسائل التواصل الاجتماعي وذلك بسؤالهم عن 28 عبارة وذلك علي مقياس مكون من ثلاث مستويات هي: موافق، إلي حد ما، غير موافق، وأعطيت الدرجات 3، 2، 1 علي الترتيب.

القسم الثامن: اختص بالتعرف على رأي الباحثين في الآثار المترتبة علي استخدامهم لوسائل التواصل الاجتماعي وذلك بسؤالهم عن 19 عبارة وذلك علي مقياس مكون من ثلاث مستويات هي: موافق، وسين، وغير موافق، وأعطيت الدرجات 3، 2، 1 علي الترتيب.

القسم التاسع: اختص بالتعرف على مقترحات الباحثين من الشباب الريفي للتغلب على الآثار المترتبة على استخدامهم لوسائل التواصل الاجتماعي وذلك من خلال سؤالهم عن 12 عبارة.

المرحلة الثانية: مرحلة الاختبار المبدئي للاستشارة: بعد الوصول باستشارة الاستبيان إلي شكلها النهائي تم عمل اختبار مبدئي pre test لها علي 30 مبحوثاً من الشباب الريفي من غير عينة البحث وفي ضوء نتيجة هذا الاختبار تم تعديل صياغة بعض العبارات لتتناسب مع فهم المبحوثين.

المرحلة الثالثة: مرحلة جمع البيانات وتم جمع البيانات الميدانية للبحث خلال شهري فبراير ومارس 2023م عن طريق المقابلة الشخصية للباحث مع المبحوثين، وبعد جمع البيانات تم ترميزها وتفرغها وتحليلها باستخدام برنامج الحزم الإحصائية spss مستخدماً التكرارات والنسب المئوية، والمتوسط المرجح، ومعامل الارتباط البسيط ليرسون، ومربع كاي، وتحليل التباين.

فرض البحث:

توجد علاقة بين بعض المتغيرات المستقلة المدروسة للمبحوثين وهي: السن، والنوع، والحالة التعليمية، وعدد أفراد الأسرة، والدخل الشهري، والحالة التعليمية للأب، والحالة التعليمية للأم، والحالة العملية للمبحوث وبين رأيهم في درجة مساهمة وسائل التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي المجتمعي، بالإضافة إلي وجود علاقة بين بعض المتغيرات المستقلة المدروسة والخاصة بوسائل التواصل الاجتماعي وهي: ملكية أجهزة الاتصال بالانترنت، ووسيلة الاتصال بالانترنت، وعدد مرات الدخول علي وسائل التواصل الاجتماعي في اليوم، والوقت الذي يقضيه المبحوث علي الانترنت يومياً، والوقت المفضل لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي، والمكان المفضل لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي، والأفراد الأكثر تواصلًا عبر وسائل التواصل الاجتماعي وبين رأي المبحوثين في درجة مساهمة وسائل التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي المجتمعي للشباب الريفي.

ولاختبار الفروض البحثية السابقة تم وضعها في صورتها الإحصائية.

النتائج والمناقشة

وصف عينة البحث:

التواصل الاجتماعي بمتوسط مرجح 3,54 درجة، وفي المرتبة الثالثة جاء أقوم بإجراء دردشات ومحادثات مع الأصدقاء بمتوسط مرجح قدره 3,49 درجة، وفي المرتبة الرابعة جاء كل من أتابع أخبار وتعليقات الأصدقاء، وأشاهد الفيديوهات والصور التعليمية بمتوسط مرجح قدره 3,38 درجة لكل منها، وجاء في المرتبة الخامسة أقوم بنشر أفكارتي وبعض الصور والفيديوهات بمتوسط مرجح بلغ 3,33، وفي المرتبة السادسة جاء أزور المواقع الإخبارية بمتوسط مرجح قدره 3,1 درجة، وفي المرتبة السابعة جاء الحصول علي عضوية بعض الجروبات بمتوسط مرجح قدره 3,07 درجة، وأخيراً وفي المرتبة الثامنة جاء أقوم بطرح أسئلة واستفسارات حول بعض القضايا التي تهمني بمتوسط مرجح قدره 2,93 درجة من أربع درجات، وبلغ المتوسط المرجح الإجمالي لرأي المحوئين في طبيعة التفاعل مع وسائل التواصل الاجتماعي 3.32 درجة من أربع درجات.

وعليه يتضح إرتفاع مستوي تفاعل المحوئين مع وسائل التواصل الاجتماعي وخاصة بالتعليق علي منشورات الأصدقاء، وإنشاء صفحات خاصة علي مواقع التواصل الاجتماعي، وإجراء الدردشات والمحادثات مع الأصدقاء وربما يرجع ذلك لتعدد وتنوع وسائل التواصل الاجتماعي والتي زادت من الانفتاح الثقافي وجعلت العالم كله أشبه بقرية صغيرة.

درجة مساهمة وسائل التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي المجتمعي للمحوئين من الشباب الريفي:

تنمية الوعي الاجتماعي:

تبين من النتائج جدول رقم (9) أن استجابة المحوئين علي درجة مساهمة وسائل التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي الاجتماعي جاءت مرتبة ترتيباً تنازلياً وفقاً للمتوسط المرجح علي النحو التالي حيث جاء في المرتبة الأولى تسهل التواصل مع الأصدقاء والأقارب بمتوسط مرجح قدره 3,77 درجة من أربع درجات، وجاء في المرتبة الثانية توسيع نطاق العلاقات الاجتماعية مع الآخرين بمتوسط مرجح 3,57 درجة، وجاء في المرتبة الثالثة التعريف بالمشكلات والأحداث الاجتماعية بمتوسط مرجح 3,50 درجة، وجاء في المرتبة الرابعة التعرف علي ثقافة المجتمعات الأخرى بمتوسط مرجح 3,42 درجة، وجاء في المرتبة الخامسة تنمية القدرة علي العمل الجماعي بمتوسط مرجح 3,40 درجة، وفي المرتبة السادسة جاء تساعد في التكيف الاجتماعي مع التغيرات بمتوسط مرجح 3,33 درجة، وفي المرتبة السابعة جاء توسيع نطاق حرية الرأي والتعبير بمتوسط مرجح 3,27 درجة، وفي المرتبة الثامنة جاء تنمية القدرة علي مواجهة الأزمات بمتوسط مرجح 3,24 درجة، وجاء في المرتبة التاسعة والتاسعة مكرر كل من المساعدة في إيجاد حلول للمشكلات المجتمعية، وتمكن الشباب من طرح أفكار ابتكارية لتنمية قراهم بمتوسط مرجح 3,19 درجة لكل منها، وجاء في المرتبة العاشرة تعزيز المسؤولية الاجتماعية للشباب تجاه ذاتهم ومجتمعهم بمتوسط مرجح 3,15 درجة، كما بلغ المتوسط المرجح الإجمالي لرأي المحوئين في درجة مساهمة وسائل التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي الاجتماعي 3,37 درجة من أربع درجات وهي مرتفعه مما يعكس الدور المتوقع لوسائل التواصل

الاجتماعي المدروسة 1,98 درجة من ثلاث درجات وهي أعلى من المتوسط.

درجة استخدام المحوئين لوسائل التواصل الاجتماعي

تبين من النتائج جدول (6) أن استجابات المحوئين علي درجة استخدامهم لوسائل التواصل الاجتماعي المدروسة جاءت مرتبة ترتيباً تنازلياً وذلك وفقاً للمتوسط المرجح علي النحو التالي حيث جاء في مقدمتها استخدامهم واتس اب بمتوسط مرجح قدره 3,83 درجة من أربع درجات، ثم فيس بوك بمتوسط مرجح قدره 3,79 درجة، ثم تليجرام بمتوسط مرجح قدره 3,34 درجة، ثم يوتيوب بمتوسط مرجح بلغ 3,18 درجة، ثم انستجرام بمتوسط مرجح 2,98 درجة، ثم تويتر بمتوسط مرجح قدره 2,75 درجة، ثم لينكد إن بمتوسط مرجح 2,37 درجة، ثم مدونات بمتوسط مرجح بلغ 2,27 درجة، هذا وقد بلغ المتوسط المرجح الإجمالي لرأي المحوئين في مدي استخدامهم لوسائل التواصل الاجتماعي المدروسة 3,06 درجة من أربع درجات، وهو ما يشير بصفة عامة إلي استخدام المحوئين لوسائل التواصل الاجتماعي بدرجة عالية.

القضايا التي يتابعها المحوئين من الشباب الريفي عبر وسائل التواصل الاجتماعي:

أظهرت النتائج جدول رقم (7) أن القضايا التي يتابعها المحوئين عبر وسائل التواصل الاجتماعي قد جاءت مرتبة ترتيباً تنازلياً وذلك وفقاً للمتوسط المرجح كما يلي حيث جاء في مقدمتها القضايا الاجتماعية بمتوسط مرجح قدره 3,49 درجة من أربع درجات، ثم القضايا البيئية بمتوسط مرجح 3,47 درجة، والقضايا الرياضية بمتوسط مرجح 3,42 درجة، والموسيقى والأفلام وبلغ المتوسط المرجح لها 3,33، والقضايا الثقافية وبلغ المتوسط المرجح لها 3,30 درجة، والقضايا التربوية بمتوسط مرجح 3,17 درجة، والقضايا الاقتصادية بمتوسط مرجح 3,16 درجة، والقضايا الدينية بمتوسط مرجح 3,15 درجة، والقضايا التعليمية بمتوسط مرجح 3,13 درجة، والقضايا السياسية بمتوسط مرجح قدره 2,95 درجة، وقد بلغ المتوسط المرجح الإجمالي لرأي المحوئين في القضايا التي يتابعونها عبر وسائل التواصل الاجتماعي 3,26 درجة من أربع درجات، وعليه يتضح أن القضايا الاجتماعية قد جاءت في المرتبة الأولى من حيث المتابعة وذلك نظراً لأن الإنسان بطبيعته كائن اجتماعي وهو يميل دوماً إلي التفاعل مع الآخرين ويمكن تفسير مجيء القضايا البيئية في المرتبة الثانية من حيث المتابعة إلي اهتمام العالم كله في الآونة الأخيرة بالقضايا البيئية وفي مقدمتها التغيرات المناخية.

طبيعة تفاعل المحوئين من الشباب الريفي مع وسائل التواصل الاجتماعي:

أظهرت النتائج جدول (8) أن طبيعة تفاعل المحوئين من الشباب الريفي مع وسائل التواصل الاجتماعي جاءت مرتبة ترتيباً تنازلياً وفقاً للمتوسط المرجح علي النحو التالي حيث جاء في المرتبة الأولى التعليق علي منشورات الأصدقاء بمتوسط مرجح قدره 3,56 درجة من 4 درجات، وجاء في المرتبة الثانية إنشاء صفحات خاصة علي مواقع

وسائل التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي السياسي 3,25 درجة من أربع درجات وهي درجة مرتفعة وتعكس مدى مساهمة وسائل التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي السياسي للشباب الريفي من خلال تسهيل المعرفة بالقضايا السياسية وإبداء الرأي فيها، والمساهمة في تشكيل اتجاهاتهم السياسية.

تنمية الوعي الثقافي:

تبين من النتائج جدول رقم (12) أن استجابة المبحوثين علي مدي مساهمة وسائل التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي الثقافي جاءت مرتبة ترتيباً تنازلياً وفقاً للمتوسط المرجح كما يلي حيث جاء في المرتبة الأولى تنمية القدرة علي التفكير الإبداعي والتخطيط الاستراتيجي بمتوسط مرجح قدره 3,64 درجة من أربع درجات، وفي المرتبة الثانية إكتساب الثقافة والمعرفة بمتوسط مرجح 3,53 درجة، وفي المرتبة الثالثة الاستعانة بالكتب الإلكترونية بدلاص من الكتب الورقية بمتوسط مرجح 3,48 درجة، وفي المرتبة الرابعة معرفة الأنماط الثقافية وعادات الشعوب بمتوسط مرجح 3,45 درجة، وفي المرتبة الخامسة تبادل المعارف والخبرات بسهولة بمتوسط مرجح 3,39 درجة، وفي المرتبة السادسة الإطلاع علي الكتب والمخطوطات النادرة بمتوسط مرجح 3,33 درجة، كما بلغ المتوسط المرجح الإجمالي لرأي المبحوثين في درجة مساهمة وسائل التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي الثقافي 3,47 درجة من أربع درجات وهي درجة مرتفعة وتعكس إرتفاع مساهمة وسائل التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي الثقافي.

تنمية الوعي الديني:

تبين من النتائج جدول رقم (13) أن استجابة المبحوثين علي مدي مساهمة وسائل التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي الديني جاءت مرتبة ترتيباً تنازلياً وفقاً للمتوسط المرجح كما يلي حيث جاء في المرتبة الأولى سهولة الحصول علي المعلومات الدينية بمتوسط مرجح قدره 3,53 درجة من أربع درجات، وفي المرتبة الثانية التعرف علي علماء الدين ومتابعتهم بمتوسط مرجح 3,51، وفي المرتبة الثالثة توعية وتنقيف الشباب بأهم القضايا الدينية والتشاور حولها بمتوسط مرجح 3,48، وفي المرتبة الرابعة غرس المبادئ الإسلامية في نفوس الشباب بمتوسط مرجح 3,41 درجة، وفي المرتبة الخامسة تنمية الوازع الديني لدي الشباب بمتوسط مرجح 3,40 درجة، وفي المرتبة السادسة والأخيرة معرفة الأفكار المتطرفة ومصادرها بمتوسط مرجح 3,25 درجة، كما بلغ المتوسط المرجح الإجمالي لرأي المبحوثين في درجة مساهمة وسائل التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي الديني 3,43 درجة من أربع درجات وهي درجة مرتفعة وتعكس إرتفاع مساهمة وسائل التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي الديني.

تنمية الوعي الرياضي:

تبين من النتائج جدول رقم (14) أن استجابة المبحوثين علي مدي مساهمة وسائل التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي الرياضي جاءت مرتبة ترتيباً تنازلياً وفقاً للمتوسط المرجح كما يلي حيث جاء في المرتبة الأولى متابعة الأحداث الرياضية حول العالم بمتوسط مرجح قدره 3,51

الاجتماعي في تنمية الوعي الاجتماعي للشباب الريفي من خلال تسهيل عملية التواصل بين الأصدقاء، وتنمية القدرة علي العمل الجماعي، وتعريف الشباب بالمشكلات الاجتماعية ومساعدتهم في إيجاد الحلول المناسبة لها.

تنمية الوعي الاقتصادي:

تبين من النتائج جدول رقم (10) أن استجابة المبحوثين علي مدي مساهمة وسائل التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي الاقتصادي جاءت مرتبة ترتيباً تنازلياً وفقاً للمتوسط المرجح علي النحو التالي حيث جاء في المرتبة الأولى تمكن الشباب من الحصول علي فرص عمل داخل الوطن وخارجه بمتوسط مرجح قدره 3,54 درجة من أربع درجات، وجاء في المرتبة الثانية معرفة أسعار العملات الأجنبية بمتوسط مرجح 3,49 درجة، وجاء في المرتبة الثالثة معرفة مصادر الحصول علي مستلزمات الإنتاج بمتوسط مرجح 3,43 درجة، وجاء في المرتبة الرابعة تحديث أسعار السلع والخدمات بمتوسط 3,37 درجة، وجاء في المرتبة الخامسة والخامسة مكرر تعلم الشباب طرق التسويق الإلكتروني لمنتجات المشروعات الصغيرة والحرفية، وتعرف الشباب بطرق الحصول علي القروض للمشروعات الصغيرة بمتوسط مرجح 3,35 درجة، وجاء في المرتبة السادسة المعرفة بالأسواق الخارجية واحتياجاتها بمتوسط مرجح 3,33 درجة، وجاء في المرتبة السابعة والسابعة مكرر توضح للشباب كيفية الحصول علي مستلزمات الإنتاج بأسعار مخفضة، وتعلم الشباب بالمعارض المتخصصة كيفية تسويق المنتجات المختلفة بمتوسط مرجح 3,31 درجة، وجاء في المرتبة الثامنة تعلم صيانة الأجهزة والأدوات المنزلية بمتوسط مرجح 3,18 درجة، وجاء في المرتبة التاسعة تعرف الشباب طرق الإيدار والاستثمار الجيد بمتوسط مرجح 3,15 درجة من أربع درجات، وبلغ المتوسط المرجح الإجمالي لرأي المبحوثين في درجة مساهمة وسائل التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي الاقتصادي 3,34 درجة من أربع درجات، وهي مرتفعة وتعكس ارتفاع درجة مساهمة وسائل التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي الاقتصادي من خلال المساعدة في توفير فرص عمل للشباب، ومعرفة أسعار العملات الأجنبية، ومعرفة مصادر وأسعار مستلزمات الإنتاج.

تنمية الوعي السياسي:

تبين من النتائج جدول رقم (11) أن استجابة المبحوثين عن مدي مساهمة وسائل التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي السياسي جاءت مرتبة ترتيباً تنازلياً وفقاً للمتوسط المرجح علي النحو التالي: حيث جاء في المرتبة الأولى المعرفة بالقضايا السياسية وإبداء الرأي فيها بمتوسط مرجح قدره 3,39 درجة من أربع درجات، وجاء في المرحلة الثانية المساهمة في تشكيل الاتجاهات السياسية للشباب بمتوسط مرجح 3,33 درجة، وجاء في المرتبة الثالثة التعرف علي الأحداث السياسية بمتوسط مرجح 3,26 درجة، وجاء في المرتبة الرابعة توسيع نطاق الحرية وإبداء الرأي بمتوسط مرجح 3,16 درجة، وأخيراً وفي المرتبة الخامسة جاء توجيه الشباب للمشاركة السياسية بمتوسط مرجح 3,12 درجة من أربع درجات، وبلغ المتوسط المرجح الإجمالي لرأي المبحوثين في درجة مساهمة

أن ما يزيد بقليل علي ثلثي المبحوثين (67,3%) يقعون في فئة المستوي المرتفع لمساهمة وسائل التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي الاجتماعي للشباب الريفي، ثلثي المبحوثين تقريباً (66,75) يقعون في فئة المستوي المرتفع لمساهمة وسائل التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي الاقتصادي للشباب الريفي، وأن ما يقل عن نصف المبحوثين بقليل (46%) يقعون في فئة المستوي المرتفع لمساهمة وسائل التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي السياسي للشباب الريفي، وأن ما يزيد بقليل علي ثلاثة أرباع المبحوثين (78,7%) يقعون في فئة المستوي المرتفع لمساهمة وسائل التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي الثقافي للشباب الريفي، وأن ما يقل بقليل عن ثلاثة أرباع المبحوثين (72%) يقعون في فئة المستوي المرتفع لمساهمة وسائل التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي الديني للشباب الريفي، وأن ما يقرب من ثلثي المبحوثين (66%) يقعون في فئة المستوي المرتفع لمساهمة وسائل التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي الرياضي للشباب الريفي، وأن ما يزيد بقليل علي ثلثي المبحوثين (69,3%) يقعون في فئة المستوي المرتفع لمساهمة وسائل التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي التعليمي للشباب الريفي، وأن ما يزيد علي ثلاثة أخماس المبحوثين (62%) يقعون في فئة المستوي المرتفع لمساهمة وسائل التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي البيئي للشباب الريفي.

دوافع استخدام المبحوثين من الشباب الريفي لوسائل التواصل الاجتماعي:

تبين من النتائج جدول (18) أن المتوسط المرحح لدوافع استخدام المبحوثين لوسائل التواصل الاجتماعي قد تراوح بين 2,72 درجة من ثلاث درجات كحد أعلى وذلك علي الدوافع التالية: الرغبة في تنمية المعارف والخبرات، والرغبة في إجراء الدردشة الصوتية والمرئية مع الأصدقاء، والشعور بالقوة من خلال حرية الرأي والتعبير، وبين 2,51 درجة من ثلاث درجات كحد أدنى علي دافع الرغبة في عرض وجهات النظر وحرية الرأي والتعليق، كما بلغ المتوسط المرحح الإجمالي لدوافع استخدام المبحوثين لوسائل التواصل الاجتماعي 2,63 درجة من ثلاث درجات.

وتوزيع المبحوثين وفقاً لمستوي دوافع استخدامهم وسائل التواصل الاجتماعي إجمالاً علي ثلاث فئات تبين من النتائج جدول رقم (19) أن غالبية المبحوثين (83,3%) كانت دوافعهم لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي مرتفعة، وكان 15,3% منهم كانت دوافعهم لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي متوسطة، بينما كانت أقل نسبة منهم 1,3% تقع في فئة المستوي المنخفض لدوافع استخدام وسائل التواصل الاجتماعي.

الآثار المترتبة علي استخدام المبحوثين من الشباب الريفي لوسائل التواصل الاجتماعي:

تبين من النتائج جدول رقم (20) أن المتوسط المرحح لرأي المبحوثين في الآثار المترتبة علي استخدام وسائل التواصل الاجتماعي قد تراوح بين 2,81 درجة من ثلاث درجات كحد أعلى علي أثر إدمان الدخول لمواقع التواصل الاجتماعي فترات طويلة، وتلي ذلك التأثير

درجة من أربع درجات، وفي المرتبة الثانية مشاركة الأخبار الرياضية بمتوسط مريح 3,38 درجة، وفي المرتبة الثالثة تعلم ممارسة ألعاب الترفيه والألعاب الإلكترونية بمتوسط مريح 3,37 درجة، وفي المرتبة الرابعة اكتساب المهارات المختلفة لبعض الألعاب الرياضية بمتوسط مريح 3,22 درجة من أربع درجات، كما بلغ المتوسط المرحح الإجمالي لرأي المبحوثين في درجة مساهمة وسائل التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي الرياضي 3,37 درجة من أربع درجات وهي درجة مرتفعة وتعكس إرتفاع مساهمة وسائل التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي الرياضي للشباب الريفي.

تنمية الوعي التعليمي:

تبين من النتائج جدول رقم (15) أن استجابة المبحوثين علي مدي مساهمة وسائل التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي التعليمي جاءت مرتبة ترتيباً تنازلياً وفقاً للمتوسط المرحح كما يلي حيث جاء في المرتبة الأولى معرفة قضايا المجتمع الخاصة بالتعليم بمتوسط مريح قدره 3,59 درجة من أربع درجات، وفي المرتبة الثانية الحصول علي المعلومات بشكل سريع وجذاب بمتوسط مريح 3,46 درجة، وفي المرتبة الثالثة تنمية المعارف والخبرات التعليمية بمتوسط مريح 3,42 درجة، وفي المرتبة الرابعة الحصول علي الدورات التدريبية في مجالات مختلفة بمتوسط مريح 3,35 درجة، وفي المرتبة الخامسة الوصول إلي المناهج الدراسية بمتوسط مريح 3,23 درجة من أربع درجات، كما بلغ المتوسط المرحح الإجمالي لرأي المبحوثين في درجة مساهمة وسائل التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي التعليمي 3,41 درجة من أربع درجات وهي درجة مرتفعة وتعكس إرتفاع مساهمة وسائل التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي التعليمي للشباب الريفي.

تنمية الوعي البيئي:

تبين من النتائج جدول رقم (16) أن استجابة المبحوثين علي مدي مساهمة وسائل التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي البيئي جاءت مرتبة ترتيباً تنازلياً وفقاً للمتوسط المرحح كما يلي حيث جاء في المرتبة الأولى معرفة التوقعات بحالة الطقس اليومية بمتوسط مريح قدره 3,64 درجة من أربع درجات، وفي المرتبة الثانية معرفة أسباب التغيرات المناخية بمتوسط مريح 3,40 درجة، وفي المرتبة الثالثة معرفة مصادر التلوث البيئي بمتوسط مريح 3,25 درجة، وفي المرتبة الرابعة والرابعة مكرر معرفة الآثار المترتبة علي التغيرات المناخية، ومعرفة آليات التخفيف من تحديات التغيرات المناخية بمتوسط مريح 3,23 درجة لكل منهما، وفي المرتبة الخامسة معرفة سُبل الحفاظ علي البيئة والموارد بمتوسط مريح 3,22 درجة، وفي المرتبة السادسة معرفة آليات التكيف مع التغيرات المناخية بمتوسط مريح 3,13 درجة من أربع درجات، كما بلغ المتوسط المرحح الإجمالي لرأي المبحوثين في درجة مساهمة وسائل التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي البيئي 3,30 درجة من أربع درجات وهي درجة مرتفعة وتعكس إرتفاع مساهمة وسائل التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي التعليمي للشباب الريفي.

وتوزيع المبحوثين وفقاً لرأيهم في درجة مساهمة وسائل التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي الاجتماعي تبين من النتائج جدول رقم (17)

الأخري وهي: النوع والحالة العملية، وقد أظهرت النتائج الواردة بالجدول رقم (22) ما يلي:

نتائج معامل الارتباط البسيط لبرسون:

وجود علاقة ارتباطية طردية عند مستوى معنوية 0.05 بين متغيري وسيلة التواصل، وعدد مرات الدخول على الانترنت وبين رأي المحوئين في درجة مساهمة وسائل التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي المجتمعي إجمالاً حيث بلغت قيمة معامل الارتباط البسيط المحسوبة 0.182، 0.164 على الترتيب.

عدم وجود علاقة بين كل من متغيرات السن، وعدد سنوات التعليم، وعدد افراد الاسرة، والدخل، وعدد سنوات تعليم الاب، وعدد سنوات تعليم الام، وملكية الاجهزة، والوقت المنقضى، والوقت المفضل، والمكان المفضل، وافراد الاكثر تواصل وبين رأي المحوئين في درجة مساهمة وسائل التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي المجتمعي إجمالاً حيث بلغت قيمة معامل الارتباط البسيط المحسوبة 0.002، 0.069، 0.048، 0.026، 0.103، 0.037، 0.012، 0.097، 0.009، 0.033 على الترتيب.

وبناء على هذه النتائج فإنه لم يتمكن من رفض الفرض الإحصائي كلية بل يمكن رفضه بالنسبة للمتغيرات التي ثبتت معنويتها وهي: وسيلة التواصل وعدد مرات الدخول على الانترنت وإمكانية قبول الفرض البحثي البديل بالنسبة لهذه المتغيرات.

وعليه يتضح أنه كلما كانت هناك أكثر من وسيلة من وسائل التواصل الاجتماعي كلما ساهم ذلك بدرجة كبيرة في تنمية الوعي المجتمعي للشباب الريفي، وأنه كلما زادت عدد مرات الدخول على الإنترنت في اليوم كلما ساهم ذلك في تنمية الوعي لدي الشباب الريفي وهو ما يفسر أن تعدد وسائل التواصل الاجتماعي وزيادة عدد مرات الدخول على الانترنت يتيح فرصة أكبر للشباب الريفي لمتابعة كافة القضايا والتعلم مما يعكس على تنمية الوعي المجتمعي لديهم.

نتائج اختبار مربع كاي:

وجود علاقة معنوية عند مستوى معنوية 0,05 بين النوع وبين رأي المحوئين في مستوى مساهمة وسائل التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي المجتمعي إجمالاً وبلغت قيمة مربع كاي المحسوبة 17,392.

عدم وجود علاقة معنوية بين الحالة العملية وبين رأي المحوئين في مستوى مساهمة وسائل التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي المجتمعي إجمالاً وبلغت قيمة مربع كاي المحسوبة 17,392.

ولاختبار معنوية الاختلاف بين رأي المحوئين في درجة مساهمة وسائل التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي المجتمعي للشباب الريفي في الجوانب المدروسة التالية: الاجتماعي، والاقتصادي، والسياسي، والثقافي، والديني، والرياضي، والتعليمي، والبيئي جدول رقم (23) تم

السلي على العينين والجهاز العصبي، والشعور بالآلام في الظهر والرقبة، وتقليل الوقت المخصص للدراسة مما يؤدي إلى صعوبة التعلم وبلغ المتوسط المرجح لكل منهم 2,77 درجة، وبين 2,53 درجة كحد أدنى وذلك على أثر مشاهدة المواقع الإباحية، كما بلغ المتوسط المرجح الإجمالي لرأي المحوئين في الآثار المترتبة على استخدام وسائل التواصل الاجتماعي 2,67 درجة من ثلاث درجات.

مقترحات المحوئين من الشباب الريفي للتغلب على الآثار المترتبة على استخدامهم لوسائل التواصل الاجتماعي:

تبين من النتائج جدول رقم (21) أن مقترحات المحوئين للتغلب على الآثار المترتبة على استخدام وسائل التواصل الاجتماعي جاءت مرتبة ترتيباً تنازلياً وفقاً للمتوسط المرجح على النحو التالي: حيث جاء في المرتبة الأولى عقد ندوات تثقيفية للطلبة والطالبات في المدارس والمعاهد والجامعات بمتوسط مرجح بلغ 2,93 درجة من ثلاث درجات، وجاء في المرحلة الثانية ومكثراتها تشجيع الأسرة لأبنائها على ممارسة بعض الهوايات كالرياضة، وتشديد الرقابة على المواقع الإلكترونية التي تبث مواد ضارة، وتوعية الشباب بكيفية الاستفادة من الدورات التدريبية من خلال الانترنت بمتوسط مرجح 2,91 درجة لكل منهم، وجاء في المرتبة الثالثة والثالثة مكرر سن تشريعات للحد من مشاهد العنف عبر مواقع التواصل الاجتماعي، وقيام رجال الدين بتوعية الشباب بخطورة الاستخدام السلبي لمواقع التواصل الاجتماعي بمتوسط مرجح 2,89 درجة، وجاء في المرتبة الرابعة مراقبة الأسرة لأبنائها لمعرفة ما يشاهدونه من مواقع على الانترنت بمتوسط مرجح 2,87 درجة، وجاء في المرتبة الخامسة ومكثراتها حظر المواقع الإباحية، و توعية الشباب بطرق تحقيق دخل مادي عن طريق استخدام الانترنت، وضرورة المتابعة المستمرة للهئات الرقابية لكافيات الانترنت بمتوسط مرجح 2,85 درجة، وجاء في المرتبة السادسة والسادسة مكرر تحديد الأسرة لأبنائها وقت استخدام الإنترنت، عدم منح الحرية الكاملة للشباب باستخدام مواقع التواصل الاجتماعي بمتوسط مرجح 2,81 درجة، وبلغ المتوسط المرجح الإجمالي لرأي المحوئين في مقترحات التغلب على الآثار المترتبة على استخدام وسائل التواصل الاجتماعي 2,87 درجة من ثلاث درجات.

علاقة المتغيرات المستقلة المدروسة بدرجة مساهمة وسائل التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي المجتمعي

ينص الفرض الإحصائي الأول على أنه "لا توجد علاقة بين المتغيرات المستقلة المدروسة للمحوئين وهي: السن، النوع، الحالة التعليمية، عدد أفراد الاسرة، الدخل الشهري، الحالة التعليمية للأب، الحالة التعليمية للأم، والحالة العملية للمحوث وبين رأي المحوئين في درجة مساهمة وسائل التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي المجتمعي إجمالاً"، واختبار صحة هذا الفرض تم حساب معامل الارتباط البسيط لبرسون بالنسبة للمتغيرات ذات النوع الكمي المتصل وهي: السن، والحالة التعليمية، عدد أفراد الاسرة، الدخل الشهري، الحالة التعليمية للأب، الحالة التعليمية للأم، وحساب مربع كاي للمتغيرات

الاهتمام بنشر الوعي لدى الشباب الريفي من خلال كافة المنظمات الريفية عن أهمية ودور مواقع وإرشادهم للاستخدام الأمثل لمواقع التواصل الاجتماعي.

تنمية مهارات الشباب الريفي والمتعلقة باستخدام مواقع التواصل الاجتماعي من خلال التدريب.

المراجع

أمازي إبراهيم، درجة استخدام شبكات التواصل الاجتماعي بصفها أداة للتعليم والتعلم لدى طلبة الجامعات الأردنية والاشباعات المتحققة، كلية الإعلام، جامعة الأردن، 2015.

عبد المالك، خوليفة، وسائل التواصل الاجتماعي ودورها في تشكيل الرأي العام، دراسة ميدانية حول الفيس بوك وظاهرة اختطاف الأطفال انموذجاً، جامعة زيان عاشور، كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية، الجزائر، 2020م

عقون، دنيا، أثر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي علي سلوك الشباب الجزائري، دراسة وصفية مسحية علي عينة من شباب أم البواقي، رسالة ماجستير، كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية، جامعة العربي بن مهيدي، أم البواقي،

عبد القادر، أساء أبو بكر، تنمية الوعي الاجتماعي للشباب بنظام العمل عن بعد ودوره في تحقيق التنمية المستدامة، مجلة كلية الدراسات الإنسانية، ديسمبر 2017.

محمد، هدي مصطفى عبد العال، دور مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي الاجتماعي والسياسي للشباب الريفي، دراسة ميدانية علي عينة من الطلاب الريفيين بجامعة سوهاج، 2014.

صقر، غاده، دور وسائل التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي الصحي بمخاطر انتشار فيروس كورونا دراسة ميدانية، المجلة العلمية لبحوث الصحافة، عدد 22، الجزء الأول ديسمبر 2021م.

بريك، أمين، دور مواقع التواصل الاجتماعي في توعية الشباب المصري بقضايا التنمية، دراسة ميدانية، مجلة بحوث العلاقات العامة، الشرق الأوسط، عدد 13، أكتوبر 2006م.

الصيرفي، سامي حسين حسن، دور الإعلام التفاعلي في تشكيل الثقافة لدى الشباب الفلسطيني، رسالة ماجستير، كلية الآداب والعلوم الإنسانية، جامعة الأزهر، غزة، 2012م.

عصام، شاهيناز عبد الرحمن، دور شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية الزكاء الثقافي وتقليل التطرف الفكري كما يدركه أعضاء هيئة التدريس لطالبات كلية التربية (دراسة استطلاعية)، مجلة جامعة شقراء بالملكة العربية السعودية، عدد 108، ابريل 2019م.

العايدي، أحمد سامي عبد الوهاب، مواقع التواصل الاجتماعي ودورها في تحقيق الوعي لدى الشباب السعودي بقضايا التنمية المستدامة، المجلة العلمية لبحوث العلاقات العامة والإعلان، العدد 16، 2021م.

السرطان، صايل، دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي السياسي - دراسة تطبيقية علي طلبة جامعة آل البيت، المنارة، مجلد 22، عدد 4ب، 2016م.

استخدام تحليل التباين (F) وقد اتضح من النتائج أن قيمة (F) المحسوبة بلغت 852.459 وهي معنوية عند مستوى 0,01 مما يعنى وجود اختلاف بين رأي المحوثن في درجة مساهمة وسائل التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي المجتمعي للشباب الريفي في الجوانب المدروسة وهذا الفرق لصالح الوعي الاجتماعي حيث بلغ المتوسط الحسابي لرأي المحوثن في درجة مساهمة وسائل التواصل في تنمية الوعي الاجتماعي 37,05 درجة مقابل 36,88 درجة للوعي الاقتصادي، و16,26 درجة للوعي السياسي، و20,83 للوعي الثقافي، و24 للوعي الديني، و13,49 للوعي الرياضي، و17,25 للوعي التعليمي، و23,10 للوعي البيئي، وعليه يتضح أن المتوسط الحسابي لرأي المحوثن في درجة مساهمة وسائل التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي الاجتماعي أكبر من المتوسط الحسابي لبقية جوانب الوعي وهو ما يشير إلى أن وسائل التواصل الاجتماعي تقدم خدمات وتتناول قضايا في الجانب الاجتماعي أكثر من غيره من الجوانب الأخرى من تواصل وعلاقات وغيرها وربما يفضل المحوثن أيضاً ذلك الجانب عن غيره وهو ما يتفق مع الغاية الرئيسية من وسائل التواصل الاجتماعي.

توصيات البحث

بناء علي النتائج التي تم التوصل إليها يمكن التوصية بما يلي:

إجراء المزيد من الدراسات عن مواقع التواصل الاجتماعي وأبعادها المختلفة

نظراً لما أظهرته النتائج من ارتفاع معرفة المحوثن بوسائل التواصل الاجتماعي ودرجة استخدامهم لها يوصي البحث بضرورة زيادة مساحة المواد التوعوية والرسائل الهادفة من خلال وسائل التواصل الاجتماعي لتنمية الوعي المجتمعي للشباب الريفي.

نظراً لما أظهرته النتائج من انخفاض دور وسائل التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي الديني لنا يوصي البحث بضرورة توجيه مؤسسات التنشئة الاجتماعية للشباب الريفي بمتابعة المواقع الدينية لتنمية الوعي الديني لديهم.

أظهرت النتائج ضعف دور وسائل التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي التعليمي لنا يوصي البحث بضرورة توجيه الشباب الريفي لمتابعة المواقع التعليمية من خلال وسائل التواصل الاجتماعي أو الندوات والمحاضرات وهو ما قد يسر الكثير علي الأسرة في متابعة أبنائهم في دروسهم.

تكتيف الدورات التدريبية والندوات والفعاليات بالمدارس والمعاهد والجامعات لتنمية الوعي لدى الشباب بكافة جوانب الوعي المجتمعي.

إهتمام وسائل الاعلام المسموعة والمرئية بث المواد التي من شأنها رفع وعي الشباب بالقضايا السياسية وغيرها.

ضرورة توعية الأسرة لأبنائها بأهمية الوقت وتنظيم أوقات استخدام الانترنت للأبناء.

مصطفى، أسماء محمد، استخدام شبكات التواصل الاجتماعي وانعكاسها على تشكيل قيم الشباب الجامعي، المجلة العلمية لبحوث الصحافة، العدد الثامن، كلية الإعلام، جامعة جنوب الوادي، 2011.

http://www.univ-djelfa.dz/revues/dirassat/index.htm_files/Makal11_12.pdf

<http://ejabat.google.com/ejabat/thread?tid=0428d7df88b513eb#>

K.jonsto ,useperception and attuide of university students towards facebook and twitter ,electronic Journal of information systes Evaluation2013, vol.16(3),pp200-210.

B.Ezumah. Colleg students use of social Media :site uses and Gratifications theory Revisited, International Journal of Business and social science, 2013,Vol- 4(5) pp 27-34

Ellison, N.B., Steins piled, C .AND Lampe , C.(2007) "The Fits of Face Book Friends Soial Cappital and colleges student , use of online Social Cetworks Site" Jornal of Computer mediated Communiatio

الشهري، حنان بنت شعشوع، أثر استخدام شبكات التواصل الاجتماعي علي العلاقات الإجتماعية " فيس بوك، وتويتر نموجاً، كلية الآداب والعلوم الإنسانية، جامعة الملك عبد العزيز، جدة، المملكة العربية السعودية.

محمد، عبد الله أحمد مصطفى، دور وسائل التواصل الاجتماعي في تنمية وعي الشباب المصري بوثيقة الأخوة الإنسانية(دراسة تطبيقية)، مجلة البحوث الإعلامية، جامعة الأزهر، كلية الإعلام، عدد 57 ج، 12 إبريل 2021م.

حلس، موسى عبدالرحيم، ناصر على المهدي، دور وسائل الإعلام في تشكيل الوعي الاجتماعي لدي الشباب الفلسطيني، مجلة جامعة الأزهر بغزة، سلسلة العلوم الاجتماعية، المجلد 12، العدد 2، 2010م.

الدالي، شياء عبد العزيز، الليثي، هدي محمد إبراهيم، أثر استخدام وسائل التواصل الاجتماعي علي سلوكيات وقيم الشباب الجامعي الريفي، مجلة قطاع الدراسات الانسانية، العدد الثاني عشر، ديسمبر، 2016م.

جدول 1: أعداد الشباب الريفي بكل قرية من قري مركز سيدي سالم

م	القرية	عدد الشباب الريفي	م	القرية	عدد الشباب الريفي
-1	دمرو	15312	16	كوم الذهب	6274
-2	ابو غنيمية	9027	17	منشأة المصري	774
-3	سد خميس	9654	18	التفتيش	8556
-4	البلاصي	385	19	كفر تيدا	2072
-5	الحوالد	1024	20	القن	6444
-6	الورق	4303	21	منشأة عقل	2453
-7	بوريد	1732	22	كفرالمشاركة	2784
-8	الحدادي	7280	23	تيدا	1182
-9	منشأة عباس	4330	24	القصابي	6370
-10	الهندسة	1768	25	شالما	3587
-11	منشأة علي	2082	26	أبو أحمد	1866
12	أبو عليوة الغربية	1164	27	الصالحات	1559
13	الروضة	3106	28	الفقهاء البحرية	3375
14	العيسوية	1309	29	الفقهاء القبلية	5127
15	برية لاصيفر	5689			
					120588

إجمالي عدد الشباب الريفي بقري المركز

الكتاب الإحصائي السنوي، الجهاز المركزي للتعبئة العامة والإحصاء، 2017م

جدول 2: أعداد الشباب الريفي وحجم العينة من القرى المختارة

م	القرى المختارة	عدد الشباب الريفي	حجم العينة
1	أبو غنيمية	9027	90
2	منشأة عباس	4330	43
3	الهندسة	1768	17
	الإجمالي	15125	150

جدول 3: توزيع المبحوثين وفقاً للمتغيرات المستقلة المدروسة

م	المتغيرات الشخصية الخاصة بالمبحوثين	عدد	%	م	المتغيرات الخاصة بوسائل التواصل الاجتماعي	عدد	%
1	السن			1	ملكية أجهزة الاتصال بالإنترنت		
	من 18-24 سنة	115	76,7		كمبيوتر	20	13,4
	من 25-31 سنة	27	18		لاب توب	11	7,3
	من 32-38 سنة	8	5,3		تايلت	15	10
2	النوع				هاتف ذكي	104	69,3
	ذكر	128	85,3	2	وسيلة الاتصال بالإنترنت		
	أنثى	22	14,7		شركة نت	6	4
3	الحالة التعليمية				وصلة نت	25	16,7
	أبى	0	0		ساير	1	0,7
	يقرأ ويكتب	15	10		فلاشة	13	8,7
	ابتدائي	1	0,7		باقة نت	85	56,7
	اعدادي	4	2,7		واى فاى	20	13,3
	مؤهل متوسط	22	14,7	3	عدد مرات الدخول على وسائل التواصل الاجتماعي		
	مؤهل جامعي	108	72		من (1 - 7) جلسته	122	81,3
4	عدد أفراد الأسرة				من (8 - 13) جلسته	24	16
	من (2 - 4) فرد	49	32,7		من (14 - 20) جلسته	4	2,7
	من (5 - 6) فرد	71	47,3	4	الوقت المنقضي في استخدام الإنترنت يومياً		
	من (7 - 9) فرد	30	20		من (1 - 7) ساعه	140	93,3
5	الدخل الشهري				من (8 - 13) ساعه	9	6
	من (1900 - 5266) جنيهه	102	68		من (14 - 20) ساعه	1	0,7
	من (5267 - 8633) جنيهه	41	27,3	5	الوقت المفضل لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي		
	من (8634 - 12000) جنيهه	7	4,7		في الصباح	16	10,7
6	الحالة التعليمية للأب:				بعد العصر	7	4,7
	أبى	18	12		في المساء	21	14
	يقرأ ويكتب	27	18		في أى وقت	106	82,9
	ابتدائي	6	4	6	المكان المفضل لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي		
	إعدادي	2	1,3		المنزل	132	88
	مؤهل متوسط	39	26		الجامعة	6	0,4
	مؤهل جامعي	58	38,7		الساير	1	0,7
7	الحالة التعليمية للأم				عند الأصدقاء	11	7,3
	أبى	37	24,7	7	الأفراد الأكثر تواصلاً عبر وسائل التواصل الاجتماعي		
	يقرأ ويكتب	26	17,3		الأصدقاء	122	81,3
	ابتدائي	6	4		الأقارب	14	9,3
	إعدادي	1	0,7		زملاء الدراسة	4	2,7
	مؤهل متوسط	31	20,7		أفراد الأسرة	10	6,7
	مؤهل جامعي	49	32,7				

جدول 4: توزيع المبحوثين وفقاً لدرجة معرفتهم بأنواع وسائل التواصل الاجتماعي

الترتيب	لا يعرف		يعرف		المعرفة
	%	عدد	%	عدد	
1	0.0	0	100.0	150	فيس بوك
2	1.3	2	98.7	148	واتس اب
3	2.0	3	98.0	147	تليجرام
5	12.7	19	87.3	131	تويتر
3	2.0	3	98.0	147	يوتيوب
4	7.3	11	92.7	139	انستجرام
6	40.0	60	60.0	90	لينكد إن
7	46.0	69	54.0	81	مدونات

جدول 5: توزيع المحوئين وفقاً لرأيهم في درجة انتشار وسائل التواصل الاجتماعي المدروسة

الترتيب	المتوسط المرجح	صغيرة		متوسطة		كبيرة		درجة الانتشار مواقع التواصل الاجتماعي	
		%	عدد	%	عدد	%	عدد		
1	2.36	6.7	10	50.7	76	42.7	64	فيس بوك	
2	2.35	6.7	10	51.3	77	42.0	63	واتس اب	
4	2.04	24.0	36	48.0	72	28.0	42	تليجرام	
6	1.84	42.0	63	32.0	48	26.0	39	تويتر	
3	2.10	23.3	35	43.3	65	33.3	50	يوتيوب	
5	2.01	30.0	45	39.3	59	30.7	46	انسجرام	
7	1.62	49.3	74	39.3	59	11.3	17	لينكد إن	
8	1.54	55.3	83	35.3	53	9.3	14	مدونات	
1,98		المتوسط المرجح الاجمالي							

جدول 6: توزيع المحوئين وفقاً لدرجة استخدامهم لوسائل التواصل الاجتماعي المدروسة

الترتيب	المتوسط المرجح	لا		نادراً		أحياناً		دائماً		درجة الاستخدام مواقع التواصل
		%	عدد	%	عدد	%	عدد	%	عدد	
2	3.79	0.7	1	2.0	3	14.7	22	82.7	124	فيس بوك
1	3.83	0.0	0	0.7	1	15.3	23	84.0	126	واتس اب
3	3.34	1.3	2	14.0	21	34.0	51	50.7	76	تليجرام
6	2.75	20.0	30	17.3	26	30.7	46	32.0	48	تويتر
4	3.18	7.3	11	14.0	21	32.0	48	46.7	70	يوتيوب
5	2.98	14.7	22	18.0	27	22.0	33	45.3	68	انسجرام
7	2.37	35.3	53	21.3	32	14.0	21	29.3	44	لينكد إن
8	2.27	40.7	61	18.7	28	14.0	21	26.7	40	مدونات
3,06		المتوسط المرجح الإجمالي								

جدول 7: توزيع المحوئين وفقاً للقضايا التي يتابعونها علي وسائل التواصل الاجتماعي ودرجة متابعتها:

الترتيب	المتوسط المرجح	لا أتابعها		صغيرة		متوسطة		كبيرة		درجة المتابعة القضايا
		%	عدد	%	عدد	%	عدد	%	عدد	
1	3.49	1.3	2	5.3	8	36.0	54	57.3	86	القضايا الاجتماعية
5	3.30	2.0	3	13.3	20	37.3	56	47.3	71	القضايا الثقافية
10	2.95	12.7	19	16.0	24	34.7	52	36.7	55	القضايا السياسية
3	3.42	1.3	2	10.0	15	34.0	51	54.7	82	القضايا الرياضية
9	3.13	7.3	11	16.7	25	32.0	48	44.0	66	القضايا التعليمية
7	3.16	4.7	7	22.7	34	24.7	37	48.0	72	القضايا الاقتصادية
6	3.17	5.3	8	15.3	23	36.0	54	43.3	65	القضايا التربوية
2	3.47	4.7	7	8.0	12	23.3	35	64.0	96	القضايا البيئية
8	3.15	7.3	11	18.0	27	26.7	40	48.0	72	القضايا الدينية
4	3.33	7,	10	5.3	8	34,7	52	53,5	80	الموسيقى والأفلام
3,26		المتوسط المرجح الإجمالي								

جدول 8: توزيع المبحوثين وفقاً لطبيعة التفاعل مع وسائل التواصل الاجتماعي

الترتيب	المتوسط المرجح	لا		نادراً		أحياناً		دائماً		درجة التفاعل العبارة	م
		%	عدد	%	عدد	%	عدد	%	عدد		
2	3.54	2.7	4	8.0	12	22.0	33	67.3	101	إنشاء صفحات خاصة علي مواقع التواصل الاجتماعي	1
1	3.56	1.3	2	3.3	5	33.3	50	62.0	93	أقوم بالتعليق علي منشورات الأصدقاء	2
5	3.33	2.7	4	10.0	15	38.7	58	48.7	73	أقوم بنشر أفكارى وبعض الصور والفيديوهات	3
8	2.93	10.7	16	20.7	31	34.0	51	34.7	52	أقوم بطرح أسئلة واستفسارات حول بعض القضايا التي تهمني	4
7	3.07	9.3	14	13.3	20	38.7	58	38.7	58	الحصول علي عضوية بعض الجروبات	5
4	3.38	0.7	1	16.7	25	26.7	40	56.0	84	أتابع أخبار وتعليقات الأصدقاء	6
3	3.49	1.3	2	9.3	14	28.7	43	60.7	91	أجري دردشات ومحادثات مع الأصدقاء	7
6	3.17	7.3	11	12.0	18	37.3	56	43.3	65	أزور المواقع الاخبارية	8
4	3.38	4.0	6	10.0	15	30.0	45	56.0	84	أشاهد الفيديوهات والصور التعليمية	9
المتوسط المرجح الإجمالي											
3,32											

جدول 9: توزيع المبحوثين وفقاً لرأيهم في درجة مساهمة وسائل التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي الاجتماعي

الترتيب	المتوسط المرجح	لا تساهم		صغيرة		متوسطة		كبيرة		درجة المساهمة الجواب	م
		%	عدد	%	عدد	%	عدد	%	عدد		
5	3.40	3.3	5	8.0	12	34.0	51	54.7	82	تنمية القدرة علي العمل الجماعي	1
8	3.24	2.7	4	10.7	16	46.7	70	40.0	60	تنمية القدرة علي مواجهة الأزمات	2
9	3.19	3.3	5	11.3	17	48.0	72	37.3	56	المساعدة في إيجاد حلول للمشكلات المجتمعية	3
9	3.19	3.3	5	16.0	24	38.7	58	42.0	63	تُمكن الشباب من طرح أفكار ابتكارية لتنمية قريتهم	4
7	3.27	4.0	6	12.0	18	36.7	55	47.3	71	توسيع نطاق حرية الرأي والتعبير	5
10	3.15	5.3	8	12.0	18	44.7	67	38.0	57	تعزيز المسؤولية الاجتماعية للشباب تجاه ذاتهم ومجتمعهم	6
1	3.77	0.7	1	2.0	3	16.7	25	80.7	121	تسهيل التواصل مع الأصدقاء والأقارب	7
2	3.57	0.7	1	3.3	5	34.0	51	62.0	93	توسيع نطاق العلاقات الاجتماعية مع الآخرين	8
3	3.50	0.7	1	10.7	16	26.7	40	62.0	93	التعريف بالمشكلات والأحداث الاجتماعية	9
4	3.42	0.7	1	11.3	17	33.3	50	54.7	82	التعرف علي ثقافات المجتمعات الأخرى	10
6	3.33	2.0	3	11.3	17	38.7	58	48.0	72	تساعد في التكيف الاجتماعي مع التغيرات	11
المتوسط المرجح الإجمالي											
3,36											

جدول 10: توزيع المبحوثين وفقاً لرأيهم في درجة مساهمة وسائل التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي الاقتصادي

الترتيب	المتوسط المرجح	لا تساهم		صغيرة		متوسطة		كبيرة		درجة المساهمة الجواب	م
		%	عدد	%	عدد	%	عدد	%	عدد		
1	3.54	1.3	2	4.7	7	32.7	49	61.3	92	تُمكن الشباب من الحصول علي فرص عمل داخل الوطن وخارجه	1
5	3.35	2.7	4	5.3	8	46.7	70	45.3	68	تُعلم الشباب طرق التسويق الإلكتروني لمنتجات المشروعات الصغيرة والحرفية	2
7	3.31	0.7	1	12.0	18	43.3	65	44.0	66	تُوضح للشباب كيفية الحصول علي مستلزمات الإنتاج بأسعار مخفضة	3
7	3.31	1.3	2	10.7	16	43.3	65	44.7	67	تُعلم الشباب بالمعارض المتخصصة كيفية تسويق المنتجات المختلفة	4
8	3.18	2.7	4	18.0	27	38.0	57	41.3	62	تعليم صيانة الأجهزة والأدوات المنزلية	5
5	3.35	2.0	3	8.7	13	42.0	63	47.3	71	تعرف الشباب بطرق الحصول علي القروض للمشروعات الصغيرة	6
9	3.15	1.3	2	19.3	29	42.0	63	37.3	56	تعرف الشباب طرق الإدخار والاستثمار الجيد	7
2	3.49	2.0	3	4.7	7	36.0	54	57.3	86	معرفة أسعار العملات الأجنبية	8
4	3.37	2.7	4	9.3	14	36.7	55	51.3	77	تحديث أسعار السلع والخدمات	9
3	3.43	0.7	1	5.3	8	44.7	67	49.3	74	معرفة مصادر الحصول علي مستلزمات الإنتاج	10
6	3.33	0.7	1	12.7	19	40.0	60	46.7	70	المعرفة بالأسواق الخارجية وإحتياجاتها	11
المتوسط المرجح الإجمالي											
3,34											

جدول 11: توزيع الباحثين وفقاً لرأيهم في درجة مساهمة وسائل التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي السياسي

الترتيب	المتوسط المرجح	لا تساهم		صغيرة		متوسطة		كبيرة		درجة المساهمة الجوانب	م
		عدد	%	عدد	%	عدد	%	عدد	%		
2	3.33	3	2.0	14	9.3	63	42.0	70	46.7	المساهمة في تشكيل الاتجاهات السياسية للشباب	1
5	3.12	3	2.0	26	17.3	71	47.3	50	33.3	توجيه الشباب للمشاركة السياسية	2
1	3.39	0	0.0	12	8.0	68	45.3	70	46.7	معرفة القضايا السياسية وإبداء الرأي فيها	3
3	3.26	3	2.0	14	9.3	74	49.3	59	39.3	التعرف على الأحداث السياسية العالمية	4
4	3.16	5	3.3	25	16.7	61	40.7	59	39.3	توسيع نطاق الحرية وإبداء الرأي	5
المتوسط المرجح الإجمالي											
3,25											

جدول 12: توزيع الباحثين وفقاً لرأيهم في درجة مساهمة وسائل التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي الثقافي للشباب الريفي.

الترتيب	المتوسط المرجح	لا تساهم		صغيرة		متوسطة		كبيرة		درجة المساهمة الجوانب	م
		عدد	%	عدد	%	عدد	%	عدد	%		
1	3.64	1	0.7	3	2.0	45	30.0	101	67.3	تنمية القدرة على التفكير الإبداعي والتخطيط الاستراتيجي	1
2	3.53	1	0.7	5	3.3	57	38.0	87	58.0	اكتساب الثقافة والمعرفة	2
3	3.48	8	5.3	3	2.0	48	32.0	91	60.7	الاستعانة بالكتب الإلكترونية بدلاً من الكتب الورقية	3
6	3.33	7	4.7	15	10.0	49	32.7	79	52.7	الاطلاع على الكتب والمخطوطات النادرة	4
5	3.39	3	2.0	18	12.0	46	30.7	83	55.3	تبادل المعارف والخبرات بسهولة	5
4	3.45	2	1.3	11	7.3	55	36.7	82	54.7	معرفة الأنماط الثقافية وعادات الشعوب	6
المتوسط المرجح الإجمالي											
3,47											

جدول 13: توزيع الباحثين وفقاً لرأيهم في درجة مساهمة وسائل التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي الديني للشباب الريفي.

الترتيب	المتوسط المرجح	لا تساهم		صغيرة		متوسطة		كبيرة		درجة المساهمة الجوانب	م
		عدد	%	عدد	%	عدد	%	عدد	%		
1	3.53	1	0.7	8	5.3	51	34.0	90	60.0	سهولة الحصول على المعلومات الدينية	1
4	3.41	1	0.7	12	8.0	61	40.7	76	50.7	متابعة ومشاركة القضايا الدينية	2
6	3.25	2	1.3	19	12.7	69	46.0	60	40.0	معرفة الأفكار المتطرفة ومصادرها	3
4	3.41	0	0.0	15	10.0	59	39.3	76	50.7	غرس المبادئ الإسلامية في نفوس الشباب	4
3	3.48	0	0.0	19	12.7	40	26.7	91	60.7	توعية وتنقيف الشباب بأهم القضايا الدينية والتشاور حولها	5
2	3.51	1	0.7	10	6.7	50	33.3	89	59.3	التعرف على علماء الدين ومتابعتهم	6
5	3.40	1	0.7	21	14.0	45	30.0	83	55.3	تنمية الوازع الديني لدى الشباب	7
المتوسط المرجح الإجمالي											
3,43											

جدول 14: توزيع الباحثين وفقاً لرأيهم في درجة مساهمة وسائل التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي الرياضي.

الترتيب	المتوسط المرجح	لا تساهم		صغيرة		متوسطة		كبيرة		درجة المساهمة الجوانب	م
		عدد	%	عدد	%	عدد	%	عدد	%		
1	3.51	2	1.3	13	8.7	41	27.3	94	62.7	متابعة الأحداث الرياضية حول العالم	1
3	3.37	7	4.7	10	6.7	53	35.3	80	53.3	تعليم ممارسة ألعاب الترفيه والألعاب الإلكترونية	2
2	3.38	7	4.7	12	8.0	48	32.0	83	55.3	مشاركة الأخبار الرياضية	3
4	3.22	9	6.0	16	10.7	58	38.7	67	44.7	اكتساب المهارات المختلفة لبعض الألعاب الرياضية	4
المتوسط المرجح الإجمالي											
3,37											

جدول 15: توزيع الباحثين وفقاً لرأيهم في درجة مساهمة وسائل التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي التعليمي.

الترتيب	المتوسط المرجح	لا تساهم		صغيرة		متوسطة		كبيرة		درجة المساهمة الجوانب	م
		عدد	%	عدد	%	عدد	%	عدد	%		
1	3.59	0	0.0	5	3.3	52	34.7	93	62.0	معرفة قضايا المجتمع الخاصة بالتعليم	1
3	3.42	0	0.0	15	10.0	57	38.0	78	52.0	تنمية المعارف والخبرات التعليمية	2
2	3.46	0	0.0	9	6.0	63	42.0	78	52.0	الحصول على المعلومات بشكل سريع وجذاب	3
5	3.23	11	7.3	21	14.0	40	26.7	78	52.0	الوصول إلى المناهج الدراسية	4
4	3.35	1	0.7	16	10.7	62	41.3	71	47.3	الحصول على الدورات التدريبية في مجالات مختلفة	5
المتوسط المرحح الإجمالي											
3,41											

جدول 16: توزيع الباحثين وفقاً لرأيهم في درجة مساهمة وسائل التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي البيئي.

الترتيب	المتوسط المرجح	لا تساهم		صغيرة		متوسطة		كبيرة		درجة المساهمة الجوانب	م
		عدد	%	عدد	%	عدد	%	عدد	%		
1	3.64	0	0.0	8	5.3	38	25.3	104	69.3	معرفة التوقعات بجالة الطقس اليومية	1
2	3.40	0	0.0	14	9.3	62	41.3	74	49.3	معرفة أسباب التغيرات المناخية	2
4	3.23	2	1.3	21	14.0	68	45.3	59	39.3	معرفة الآثار المترتبة على التغيرات المناخية	3
4	3.23	5	3.3	17	11.3	67	44.7	61	40.7	معرفة آليات التخفيف من تحديات التغيرات المناخية	4
6	3.13	6	4.0	23	15.3	66	44.0	55	36.7	معرفة آليات التكيف مع التغيرات المناخية	5
3	3.25	4	2.7	21	14.0	58	38.7	67	44.7	معرفة مصادر التلوث البيئي	6
5	3.22	9	6.0	19	12.7	52	34.7	70	46.7	معرفة سبل الحفاظ على البيئة والموارد	7
المتوسط المرحح الإجمالي											
3,30											

جدول 17: توزيع الباحثين وفقاً لرأيهم في درجة مساهمة وسائل التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي المجتمعي.

مرتفع	متوسط		منخفض		المستوي مجالات الوعي المجتمعي
	عدد	%	عدد	%	
101	67,3	31,3	47	1,3	الوعي الاجتماعي
100	66,7	31,3	47	2	الوعي الاقتصادي
69	46	49,3	74	4,7	الوعي السياسي
11	78,7	20,7	31	0,7	الوعي الثقافي
10	72	22,7	34	5,3	الوعي الديني
99	66	30,7	46	3,3	الوعي الرياضي
104	69,3	25,3	38	5,3	الوعي التعليمي
93	62	30	45	8	الوعي البيئي

جدول 18: توزيع الباحثين وفقاً لدوافع استخدامهم لوسائل التواصل الاجتماعي

الترتيب	المتوسط المربح	غير موافق		إلى حد ما		موافق		درجة المساهمة الجوانب	م
		عدد	%	عدد	%	عدد	%		
3	2.71	4	2.7	36	24.0	110	73.3	الرغبة في التعرف على القضايا الجديدة المجتمع	1
8	2.63	5	3.3	46	30.7	99	66.0	الرغبة في تنمية المعارف والخبرات	2
1	2.72	2	1.3	38	25.3	110	73.3	الرغبة في الحصول على المعلومات في أي وقت	3
6	2.66	4	2.7	43	28.7	103	68.7	الرغبة في معرفة الأخبار والأحداث باستمرار	4
13	2.55	6	4.0	55	36.7	89	59.3	حُب مشاهدة الأفلام والصور	5
14	2.51	10	6.7	53	35.3	87	58.0	الرغبة في عرض وجهات النظر وحرية الرأي والتعليق	6
3	2.55	5	3.3	58	38.7	87	58.0	التعرف على القضايا الاجتماعية وكيفية معالجتها	7
7	2.65	5	3.3	42	28.0	103	68.7	الحاجة إلى سرعة وسهولة البحث عن المعلومات في أي وقت	8
7	2.65	2	1.3	49	32.7	99	66.0	الحاجة إلى تنمية القدرة على العمل الجماعي	9
9	2.62	4	2.7	49	32.7	97	64.7	الرغبة في التعرف على آليات تمكين الشباب من طرح حلول للمشكلات المجتمعية	10
10	2.61	2	1.3	54	36.0	94	62.7	الرغبة في حث الشباب على طرح أفكار ابتكارية لتنمية قريتهم	11
11	2.59	5	3.3	51	34.0	94	62.7	الرغبة في معرفة طرق تصنيع بعض المنتجات والسلع عن طريق الفيديوها	12
8	2.63	13	8.7	30	20.0	107	71.3	الرغبة في توفير المال الذي كان يُنفق على الجرائد والصحف الورقية	13
12	2.57	4	2.7	57	38.0	89	59.3	الرغبة في توفير الوقت اللازم للحصول على البيانات والمعلومات	14
14	2.51	6	4.0	61	40.7	83	55.3	الرغبة في تعليم صيانة الأجهزة والأدوات المنزلية	15
4	2.70	4	2.7	37	24.7	109	72.7	الحاجة إلى التعرف على أحدث التوصيات الزراعية	16
6	2.66	4	2.7	43	28.7	103	68.7	الرغبة في التعرف على الأنواع الجديدة من المحاصيل الزراعية	17
7	2.65	4	2.7	45	30.0	101	67.3	التعرف على الأفكار الجديدة للحفاظ على التربة وزيادة خصوبتها	18
9	2.62	2	1.3	53	35.3	95	63.3	التعرف على الأفكار الجديدة للإستفادة من المخلفات الزراعية (كمبوست- سيلاج)	19
13	2.55	6	4.0	56	37.3	88	58.7	التعرف على أحدث التوصيات الخاصة بالثروة الحيوانية	20
11	2.59	6	4.0	49	32.7	95	63.3	التعرف على أحدث الطرق لوقاية الحيوانات من الأمراض خاصة الوبائية والمتوطنة	21
5	2.69	4	2.7	38	25.3	108	72.0	الرغبة في شغل أوقات الفراغ	22
5	2.69	4	2.7	39	26.0	107	71.3	الرغبة في التخلص من الملل	23
4	2.70	4	2.7	37	24.7	109	72.7	الرغبة في التواصل مع الآخرين	24
11	2.59	8	5.3	45	30.0	97	64.7	الشعور بالمتعة	25
4	2.70	8	5.3	29	19.3	113	75.3	الرغبة في تدعيم الصداقات الحالية وتكوين صداقات جديدة	26
م1	2.72	4	2.7	34	22.7	112	74.7	الرغبة في إجراء الدردشة الصوتية والمرئية مع الأصدقاء	27
م1	2.72	0	0.0	42	28.0	108	72.0	الشعور بالقوة من خلال حرية الرأي والتعبير	28

2,63

المتوسط المربح الإجمالي

جدول 19: توزيع الباحثين وفقاً لمستوى دوافع استخدامهم لوسائل التواصل الاجتماعي

مستوى دوافع الاستخدام	عدد	%
منخفض	2	31.3
متوسط	23	315.3
مرتفع	125	383.3
الإجمالي	150	100

جدول 20: توزيع الباحثين وفقاً لرأيهم في الآثار المترتبة علي استخدام وسائل التواصل الاجتماعي

الترتيب	المتوسط المرجح	غير موافق		إلى حد ما		موافق		درجة المساهمة الجوانب	م
		عدد	%	عدد	%	عدد	%		
1	2.81	4	2.7	21	14.0	125	83.3	إدمان الدخول لمواقع التواصل الاجتماعي فترات طويلة	1
4	2.74	2	1.3	35	23.3	113	75.3	إهدار الوقت دون فائدة	2
8	2.67	8	5.3	33	22.0	109	72.7	تدهور العلاقات الأسرية	3
7	2.68	12	8.0	24	16.0	114	76.0	الإنطواء والعزلة الاجتماعية	4
5	2.71	2	1.3	39	26.0	109	72.7	التأثير السلبي علي الصحة نتيجة السهر	5
2	2.77	0	0.0	34	22.7	116	77.3	التأثير السلبي علي العينين والجهاز العصبي	6
3	2.75	4	2.7	29	19.3	117	78.0	الكسل وعدم ممارسة الرياضة	7
11	2.59	12	8.0	37	24.7	101	67.3	نشر الشائعات والأخبار الكاذبة	8
10	2.60	9	6.0	42	28.0	99	66.0	التأثير السلبي علي القيم الاجتماعية	9
12	2.57	14	9.3	37	24.7	99	66.0	التكاسل عن أداء الصلاة	10
9	2.61	7	4.7	44	29.3	99	66.0	التعرض لثقافات تخالف الشريعة الإسلامية	11
7	2.68	5	3.3	38	25.3	107	71.3	إهمال قراءة الكتب والإكتفاء بالإطلاع الإلكتروني	12
11	2.59	10	6.7	41	27.3	99	66.0	التعرض للتنمر الإلكتروني	13
11	2.59	12	8.0	38	25.3	100	66.7	فقدان الخصوصية والتعرض للابتزاز	14
13	2.53	17	11.3	36	24.0	97	64.7	مشاهدة المواقع الإباحية	15
8	2.67	10	6.7	30	20.0	110	73.3	التدني في مستوى التحصيل الدراسي	16
2	2.77	4	2.7	27	18.0	119	79.3	الشعور بالآلام في الظهر والرقبة	17
6	2.69	6	4.0	35	23.3	109	72.7	تأجيل أداء الواجبات الدراسية	18
2	2.77	4	2.7	26	17.3	120	80.0	تقليل الوقت المخصص للدراسة مما يؤدي إلي صعوبة التعلم	19
المتوسط المرجح الإجمالي									

2,67

جدول 21: توزيع الباحثين وفقاً لرأيهم في مقترحات التغلب علي الآثار المترتبة علي استخدام وسائل التواصل الاجتماعي

الترتيب	المتوسط المرجح	غير موافق		إلى حد ما		موافق		درجة المساهمة الجوانب	م
		عدد	%	عدد	%	عدد	%		
1	2.93	2	1.3	6	4.0	142	94.7	عقد ندوات تثقيفية للطلبة والطالبات في المدارس والمعاهد والجامعات لتوعيتهم بخطورة وسائل التواصل الاجتماعي	1
5	2.85	2	1.3	18	12.0	130	86.7	حظر المواقع الإباحية	2
6	2.81	2	1.3	25	16.7	123	82.0	تحديد الأسرة لأبنائها وقت استخدام الانترنت	3
2	2.91	-10	6.7	33	22.0	127	84.7	تشجيع الأسرة لأبنائها علي ممارسة بعض الهوايات كالرياضة	4
5	2.85	0	0.0	22	14.7	128	85.3	توعية الشباب بطرق تحقيق دخل مادي عن طريق استخدام الانترنت	5
2	2.91	0	0.0	14	9.3	136	90.7	تشديد الرقابة علي المواقع الالكترونية التي تبث مواد ضارة	6
4	2.87	2	1.3	16	10.7	132	88.0	مراقبة الأسرة لأبنائها لمعرفة ما يشاهدونه من مواقع علي الانترنت	7
2	2.91	2	1.3	10	6.7	138	92.0	توعية الشباب بكيفية الاستفادة من الدورات التدريبية من خلال الانترنت	8
6	2.83	3	2.0	19	12.7	128	85.3	عدم منح الحرية الكاملة للشباب باستخدام مواقع التواصل الاجتماعي	9
5	2.85	0	0.0	22	14.7	128	85.3	ضرورة المتابعة المستمرة للهيئات الرقابية لكافيات الانترنت	10
3	2.89	0	0.0	16	10.7	134	89.3	سن تشريعات للحد من مشاهد العنف عبر مواقع التواصل الاجتماعي	11
3	2.89	0	0.0	16	10.7	134	89.3	قيام رجال الدين بتوعية الشباب بخطورة الاستخدام السلبي لمواقع التواصل الاجتماعي	12
المتوسط المرجح الإجمالي									

2,87

جدول 22: نتائج معامل الارتباط البسيط لبيرسون ومربع كاي للمتغيرات

المتغيرات	نوع الاختبار	اجمالي الجوانب
السن	معامل الارتباط البسيط	0.053
عدد سنوات التعليم		0.002
عدد افراد الاسرة		0.069
الدخل		0.48
عدد سنوات تعليم الاب		0.026
عدد سنوات تعليم الام		0.103
ملكية الاجمحة		0.037
وسيلة التواصل		*0.182
عدد مرات الدخول		*0.164
الوقت المنقضى		0.012
الوقت المفضل		0.097
المكان المفضل		0.009
افراد الاكثر تواصل		0.033
النوع	مربع كاي	*17.392
الحالة العملية		12.488

جدول 23: جدول تحليل التباين بين رأي المبحوثين من الشباب الريفي في مساهمة وسائل التواصل الاجتماعي في تنمية جوانب الوعي المدروسة

مصادر الاختلاف	درجات الحرية	مجموع المربعات	متوسط مجموع مربعات الانحرافات	قيمة (F)
بين المجموعات	7	83911.210	11987.316	**852.459
داخل المجموعات	1192	16761.960	14.062	
المجموع	1199	100673.170		

The role of social media in developing community Awareness among rural youth in some villages of Sidi Salem District - Kafr El-Sheikh Governorate

S. A. Shams El-Din

Department of Agricultural Extension and Rural Sociology, Faculty of Agriculture, Al-Azhar University, Cairo, Egypt.

* Corresponding author E-mail: saadshams@azhar.edu.eg (S. A. Shams El-Din)

ABSTRACT

The research aimed to determine the knowledge degree of the rural youth respondents about social media, the extent to which they use them, the motivations for their use, and the degree to which these means contribute to the development of: social, economic, political, cultural, religious, sports, educational, and environmental awareness among the respondents. Finally, the negative effects resulting from their use of these means and their suggestions to overcome these effects. The research was conducted on a sample of 150 rural youth respondents who were randomly selected from three villages in the Sidi Salem District, Kafr El-Sheikh Governorate. The questionnaire was used by personal interview to collect data from the respondents during November and December 2022 AD, after collecting the data, it was transcribed and analyzed statistically. Using frequencies, percentages, and weighted average. The most important results were as follows: Nearly three-fifths of the respondents (58.7%) have a high level of knowledge about social media, the most important of which are Facebook, WhatsApp, and Telegram. Nearly half of the respondents (45.3%) have a high level of use of social media, with the highest use being Facebook and WhatsApp. More than two-thirds of the respondents (67.3%) see that the level of contribution of social media in developing political awareness is average, while 78.7% of them see that the level of its contribution to developing their cultural awareness is high, religious awareness by 72%, and sports awareness by 72%. 66%, educational awareness 69.3%, and environmental awareness 62%. The most important motives of respondents for using social media: the desire to chat audio and video with friends, the feeling of power through freedom of opinion and expression, and the desire to obtain information. The most important motives of respondents for using social media: the desire to chat audio and video with friends, the feeling of power through freedom of opinion and expression, and the desire to obtain information. The most important effects of the respondents' use of social media: addiction to accessing these sites, negative impact on the visual and nervous system, and feeling pain in the back and neck. The most important suggestions for overcoming the negative effects resulting from respondents' use of social media: educating students in schools and universities about dangers social media, encouraging family children to practice sports, tightening control over these sites, and blocking some sites.

keywords: Role; Social media; Development; Community Awareness; Rural Youth.