

اثر مواقع التواصل الاجتماعي على التغيير القيمي لدى الشباب الريفي بمحافظة سوهاج
مصطفى حمدي احمد، عبد الصمد محمد على، احمد محمد صالح، يسرى عبد المولى، فتيان ياسين على
قسم المجتمع الريفي والإرشاد الزراعي - كلية الزراعة - جامعة اسيوط
معهد بحوث الارشاد الزراعي والتنمية الريفية - مركز البحوث الزراعية

Received on: 27/3/2017

Accepted for publication on: 29/3/2017

المقدمة

ان العصر الذى نعيشه هو عصر الثورة التكنولوجية وعصر التغيير المتسارع ، وعصر الانفتاح الإعلامي الثقافي الحضاري العالمي ، والثورة التكنولوجية التي من اهم خواص القرن الذى نعيشه هي ثورة تعتمد على المعرفة العلمية المتقدمة ، والاستخدام الامثل للمعلومات المتدفقة بمعدلات سريعة (العسيري ، ٢٠٠٤ : ٣) واكبر انجاز قد حققته الثورة التكنولوجية فى مجال الاتصال والمعلومات ان المسافات لم تعد عبة امام تبادل الانباء والمعلومات سواء على المستوى المحلى او الإقليمي او الدولى ، وكذلك فقد حقق الاندماج بين تكنولوجيا الحاسب الآلي وتكنولوجيا اقمار الاتصال الصناعية خاصة الفورية فى نقل الانباء والمعلومات ، فلم يعد بمقدور أي سلطة حاكمة على مستوى العالم اجمع ان تحجب الحقائق عن مواطنيها (ابو زيد ، ٢٠٠٧ : ١٠٦).

وقد اثرت ثورة تكنولوجيا الاتصال والمعلومات فى ثقافة المجتمعات شكلا ومضمونا ، وسهلت الاتصال بين الافراد والجماعات فى مختلف دول العالم ، وبين وسائل الاعلام المختلفة ، وألغت الحدود المكانية بين الدول والقارات ، كما اوجدت طرقا جديدة للاتصال ونقل المعرفة بأساليب اعلامية واتصالية متعددة (العومرة ، ٢٠١٣ : ١٣) وأحدثت تكنولوجيا الاتصالات الحديثة ثورة هائلة وتغيرات كبيرة فى بنية ونوعية الاتصالات ، وقد كان من اهم مظاهر هذه التكنولوجيا الحديثة شبكة الانترنت ، وفى ضوء التطور السريع لاستخدامات شبكة الانترنت ظهر ما يسمى بمواقع التواصل الاجتماعي التي غيرت من عادات المستخدمين ، وأصبح مستخدمي هذه المواقع هم المتحكمين فى المحتويات التي يتم نشرها وتبادلها (كامل ، ٢٠١٥). وتعد مواقع التواصل الاجتماعي عبر الانترنت واشهرها على الاطلاق الفيس بوك ، وتوتير من احدث منتجات تكنولوجيا الاتصالات وأكثرها شعبية (الشهري ، ١٤٣٤ : ٢) ، وهى مواقع عالمية كبرى مبنية على قواعد بيانات عملاقة حيث تؤمن التواصل بين البشر على مختلف اجناسهم ووفقا لرغبة المستخدم وعلى طريقة بحثه (عيد ، العشى ، ٢٠١١ : ٤٧). وقد باتت مواقع التواصل الاجتماعي الإلكتروني في الأونة الاخيرة تسيطر على اوقات وأفكار الشباب ، حيث انها تعتبر سيف ذو حدين فمن وجهه نظر البعض انها اثرت على العلاقات الاجتماعية وصلة الرحم بشكل سلبي والبعض الآخر يرى ان استخداماتها مفيدة كالتعرف على عادات وحضارات وثقافات الشعوب الاخرى (العلمي ، ٢٠١١ : ١٠) ورغم ان مواقع التواصل الاجتماعي لا تمثل العامل الأساسي للتغيير فى المجتمع. لكنها اصبحت عاملا مهما فى تهيئة متطلبات التغيير عن طريق تكوين الوعى فى نظرة الانسان الى مجتمعه والعالم. حقيقة فقط، بل انه يسهم فى تكوين الحقيقة وحل اشكالياتها (الراوي، ٢٠١٢ : ٩٥).

مشكلة الدراسة

رغم حرص المجتمعات عبر التاريخ ، وعلى رأسها المجتمع الإسلامي على توارث القيم ونقلها من جيل الى جيل باعتبارها اهم المعالم التي تميز شخصيتها ، وعلى كل مجتمع ان يهتم بقيمه ليحافظ على تميزه (الفقيه ، ١٤٢٨ : ١٧) ، الا ان الاختراق الثقافي كالية متطورة تسعى الى تكريس منظومة قيمية معينة من القيم الوافدة تتفاعل داخل المجتمعات العربية وتسرى ببطء ولكن بثبات داخل منظومة القيم العربية والإسلامية فتعمل على تفتيتها وتمزيقها من الداخل وإحلال القيم الامريكية ذات الطابع الاستهلاكي محلها (الاغا ، نصار ، ٢٠٠٨ : ٦٥٥) حيث

ان سلوك الفرد ومفاهيمه وأفكاره الدينية و الاخلاقية قد تتأثر ايجابيا او سلبيا بكل ما يتعرض له من مؤثرات خارجية مثل وسائل الاعلام وشبكة الانترنت تعد من اكثر وسائل الاعلام تأثيرا على المستخدمين ، ذلك انها توفر للفرد قدرا كبيرا من حرية الاطلاع والبحث عن المعلومة والقيام بكل ما يرغب به من ممارسات (العويضي ، ٢٠٠٤ : ٨٠).

وتعد مواقع التواصل الاجتماعي ظاهرة اعلامية بارزة في عالمنا اليوم ، حيث تستقطب شريحة كبيرة من فئات المجتمع ، وخاصة الشباب باعتبارهم المكون الالهى والأكثر تأثرا وقابلية للتغيير والتطور (فهى ، ٢٠١٥) ، وتعتبر مواقع التواصل الاجتماعي من اشهر مواقع الانترنت و اوسعها انتشارا فى الوقت الحالى ، ويتعدد استخدام مواقع التواصل الاجتماعي بحسب المستخدمين لها فنجد من يستخدمها لمشاركة حياته اليومية او صور وفيديوهات مع الاصدقاء ونجد البعض يستخدمها لنشر الافكار والآراء والدعوات مع الاخرين ، ونجد من يستخدمها كاداه تسويقية فعالة لترويج السلع والخدمات (العبدلي ، ٢٠١٧ : ١).

وقد افرزت مواقع التواصل الاجتماعي الفيس بوك (Facebook) وتويتر (Twitter) وغيرها من المواقع الاجتماعية قيما جديدة ، وشكلت نوعا من الازدواجية الثقافية لدى شبابنا وشباتنا وأدت الى الاتساع الفجوة بين الاجيال نتيجة الصراع بين القيم التي يتمثلها ويدعو لها الالباء ، فى حين ينظر لها الابناء كموروثات تجاوزتها مخرجات الثورة المعلوماتية (اسماعيل ، ٢٠١٣ : ٢).

ويذكر (العسيلي ، ٢٠٠٦ : ٨) نقلا عن (سرحان ، ١٩٩٤) ان الواقع الاجتماعي الذى يعيشه الشباب لم يعد قادرا على اشباع حاجاته البيولوجية والنفسية ، والمادية ، والاجتماعية لمواجهة المتطلبات الحياتية المتجددة فى ظل الطموحات والأمال المراد تحقيقها ، مما ادى الى اختلال الموازنة فى قدرة الشباب على التكيف مع القيم الموروثة والقيم العصرية ، نظرا لعدم قدرة القيم الموروثة على ملاحقة المتغيرات والمستجدات الحضارية والاجتماعية.

ويرى (كارسون) ان التطورات التكنولوجية فى مجال الاعلام ادت الى تغيرات قيمية واسعة فى شتى مجالات الحياة الاجتماعية والاقتصادية والسياسية والدينية وهذه التغيرات الواسعة النطاق يترتب عليها ما يسمى بصراع القيم بين مختلف الحضارات والثقافات المختلفة سواء داخل البلد الواحد او بين مختلف بلدان العالم (العتيبي ، الراشدي ، ٢٠١٣ ، ٨٦٤).

ويمثل الريف المصري حصنا منيعا ومعلمنا اساسيا من معالم البناء الاجتماعي والثقافي في مصر ، وكان بارزا هنا انتصاره فى مواجهه قيم المدنية والعولمة والمحافظة على التقاليد والقيم الثقافية والموروثات الاجتماعية التى اهتمت وتلاشت مع تنامي ثقافة الانفتاح (سعيد ، ٢٠١٣).

وتكمن مشكلة البحث فى التعرف على اثر مواقع التواصل الاجتماعي على تغير قيم الشباب فى المجتمع الريفي.

اهداف الدراسة

يهدف هذا البحث الى دراسة اثر مواقع التواصل الاجتماعي على التغير القيمي لدى الشباب الريفي بمحافظة سوهاج ، وذلك من خلال الاهداف الفرعية التالية:

التعرف على الخصائص الشخصية للشباب الريفي المستخدم لمواقع التواصل الاجتماعي ، والشباب الريفي غير المستخدم لمواقع التواصل الاجتماعي.

تحديد اهم المواقع الاجتماعية التى يستخدمها الشباب الريفي.

تحديد عادات استخدام الشباب الريفي لمواقع التواصل الاجتماعي من حيث (معدل الاستخدام ، اماكن الاستخدام ، وقت الاستخدام ، مدة العضوية).

التعرف على دوافع الشباب الريفي لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي. تحديد درجة ثقة الشباب الريفي فى المعلومات التى تنشرها مواقع التواصل الاجتماعي.

التعرف على القيم التي تصدرت النسق القيمي للشباب الريفي المستخدم لمواقع التواصل الاجتماعي ، والشباب الريفي غير المستخدم لمواقع التواصل الاجتماعي .
التعرف على اختيار الشباب الريفي للقيم العصرية او القيم التقليدية موضع الدراسة
عينة الدراسة

استخدمت الباحثة عينه عمديه من الشباب الريفي من سن ١٨ - ٣٥ سنة ، وتم تقسيم العينه الى مجموعتين غير متكافئتين وكان الاساس في تحديد اعداد المجموعات هو الاستخدام لمواقع التواصل الاجتماعي ، مجموعة تستخدم مواقع التواصل الاجتماعي ، ومجموعة اخرى لا تستخدم مواقع التواصل الاجتماعي ، ووجدت الباحثة ان المستخدمين لمواقع التواصل الاجتماعي يفوقون في اعدادهم غير المستخدمين لمواقع التواصل الاجتماعي لذلك جاءت الاعداد غير متكافئة لصالح المستخدمين هذا بالنسبة للذكور اما الاناث فكانت اعدادهن قليلة وغير كافية في حالة العينه لذلك رأت الباحثة ان اختيار عينه من الاناث لن يعطى نتائج واضحة وصحيحة خاصة في حالة المقارنة التي سوف تتم بين المجموعات لذا فقد لجأت الباحثة الى استخدام جميع العضوية العاملة للاناث في القرى المختارة بواقع اجمالي عدد ٢١٣ ، اما المجموعات البؤرية فكانت ١٦٠ من الشباب الريفي ، المستخدمين لمواقع التواصل الاجتماعي ، وغير المستخدمين بواقع ٨٠ من الذكور ، و ٨٠ من الاناث لحضور الاجتماعات بواقع ٣٢ مشترك لكل قرية من الخمس قرى المختارة.

جدول رقم (١) توزيع العينة التي تم جمع البيانات منها باستخدام استمارة الاستبيان

المراكز	القرى	عدد الذكور	عينه الذكور	عدد الاناث	الاجمالي
طهطا	الحريديية البحرية	١١٤	٣٣	٣٠	٦٣
جهينة	جهينه الشرقية	١٧٨	٥٠	٤٨	٩٨
سوهاج	جزيرة شنويل	١٧٠	٤٨	٨٠	١٢٨
اخميم	أبار الوقف	١٢٤	٣٥	٢٥	٦٠
البلينا	بنى حميل	٣٩٨	١١٢	٣٠	١٤٢
الاجمالي		٩٨٤	٢٧٨	٢١٣	٤٩١

جدول رقم (٢) توزيع العينة حسب استخدام مواقع التواصل الاجتماعي

القرى	ذكور تستخدم	ذكور لا تستخدم	اناث تستخدم	اناث لا تستخدم	الاجمالي
الحريديية البحرية	٢١	١٢	١٥	١٥	٦٣
جهينة الشرقية	٣٥	١٥	٢٨	٢٠	٩٨
جزيرة شنويل	٣٠	١٨	٥٠	٣٠	١٢٨
أبار الوقف	٢٣	١٢	١٥	١٠	٦٠
بنى حميل	٧١	٤١	٢٠	١٠	١٤٢
الاجمالي	١٨٠	٩٨	١٢٨	٨٥	٤٩١

العينة التي تم جمع البيانات منها باستخدام المجموعات البؤرية

جدول رقم (٣) المجموعة البؤرية الاولى بمركز سوهاج

القرية	شاملة الاناث	شاملة الذكور	عدد المجموعات
المحامدة البحرية	٣٠	١٤١	٣٢
ذكور يستخدم مواقع تواصل اجتماعي			٨
ذكور لا يستخدم مواقع تواصل اجتماعي			٨
اناث تستخدم مواقع تواصل اجتماعي			٨
اناث لا تستخدم مواقع تواصل اجتماعي			٨

جدول رقم (٤) المجموعة البورية الثانية بمركز اخميم

عدد المجموعات	شاملة الذكور	شاملة الاناث	القرية
٣٢	٢٧٠	٢١	الاحايوة شرق
٨			ذكور يستخدم مواقع تواصل اجتماعي
٨			ذكور لا يستخدم مواقع تواصل اجتماعي
٨			اناث تستخدم مواقع تواصل اجتماعي
٨			اناث لا تستخدم مواقع تواصل اجتماعي

جدول رقم (٥) المجموعة البورية الثالثة بمركز طهطا

عدد المجموعات	شاملة الذكور	شاملة الاناث	القرية
٣٢	١٤٩	٢٣	نزلة القاضى
٨			ذكور يستخدم مواقع تواصل اجتماعي
٨			ذكور لا يستخدم مواقع تواصل اجتماعي
٨			اناث تستخدم مواقع تواصل اجتماعي
٨			اناث لا تستخدم مواقع تواصل اجتماعي

جدول رقم (٦) المجموعة البورية الرابعة بمركز جهينة

عدد المجموعات	شاملة الذكور	شاملة الاناث	القرية
٣٢	١٦٤	٢٦	عنبيس
٨			ذكور يستخدم مواقع تواصل اجتماعي
٨			ذكور لا يستخدم مواقع تواصل اجتماعي
٨			اناث تستخدم مواقع تواصل اجتماعي
٨			اناث لا تستخدم مواقع تواصل اجتماعي

جدول رقم (٧) المجموعة البورية الخامسة بمركز البلينا

عدد المجموعات	شاملة الذكور	شاملة الاناث	القرية
٣٢	١٢٤	٢١	السلمانى
٨			ذكور يستخدم مواقع تواصل اجتماعي
٨			ذكور لا يستخدم مواقع تواصل اجتماعي
٨			اناث تستخدم مواقع تواصل اجتماعي
٨			اناث لا تستخدم مواقع تواصل اجتماعي

فروض الدراسة

توجد علاقة ذات دلالة احصائية بين استخدام مواقع التواصل الاجتماعي والمتغيرات المستقلة التالية: السن ، الجنس ، العمل ، عدد سنوات التعليم ، الحالة الاجتماعية ، عدد افراد الاسرة ، كفاية الدخل.

توجد علاقة ذات دلالة احصائية بين التغير القيمي لدى الشباب الريفي المستخدم لمواقع التواصل الاجتماعي والمتغيرات المستقلة التالية: السن ، الجنس ، العمل ، عدد سنوات التعليم ، الحالة الاجتماعية ، عدد افراد الاسرة ، كفاية الدخل ، معدل الاستخدام ، ووقت العضوية ، مدة العضوية.

تحديد معنوية الفروق بين متوسطى درجات التغيير القيمي لدى الشباب الريفي المستخدم لمواقع التواصل الاجتماعى ، والشباب الريفي غير المستخدم لمواقع التواصل الاجتماعى .
تحديد معنوية الفروق بين متوسطى درجات التغيير القيمي لدى الشباب الريفي المستخدم لمواقع التواصل الاجتماعى (الذكور ، والإناث).

الاستعراض المرجعى

لقد شهدت الشهور الاولى من عام ٢٠١١ التحول الاكبر فى استخدام العالم العربى لوسائل الاعلام الاجتماعى. وتوجهت نحو الحشد المجتمعى والشعبى عبر شبكة الانترنت. سواء من جانب المواطنين - لتنظيم التظاهرات (سواء المؤيدة للحكومات او المناهضة لها) - او من جانب الحكومات فى بعض الحالات للتواصل مع المواطنين وتشجيعهم على المشاركة فى الاجراءات الحكومية (العربى ، ٢٠١١ : ٢). وبحسب احصائيات موقع [social backer.com](http://social.backer.com) المتخصص فى متابعة شبكات التواصل الاجتماعى على الانترنت ؛ ان مصر تتصدر القائمة فى العالم العربى بعدد مستخدمين فاق تسعة ملايين مشترك فى موقع الفيس بوك (نومار ، ٢٠١٢ : ٥٦).

وتشير الدلائل الرقمية ان هناك تزايد فى مستخدمى الانترنت فى مصر وان هناك تزايد فى اعداد المتفاعلون عبر الفضاء الرمزى من افراد المجتمع المصرى ، وقد اسهمت التفاعلات التى تتم فى المحيط الافتراضى عبر شبكة الانترنت فى التأثير على العديد من مناحى الحياة ، كما ساهمت فى تشكيل اطار ثقافى جديد يجمع بين المتفاعلين عبر الفضاء الافتراضى يعرف هذا الاطار الثقافى باسم الثقافة الرمزية *cyber culture* ، وقد لعبت هذه الثقافة دورها فى التأثير على الثقافة المجتمعية بشكل عام (ذكى ، ٢٠٠٩ : ٢) .

حيث ان للثقافة الالكترونية انعكاسات سلبية على المجتمعات مما جعلها تمتلك وسائل التأثير والتغيير فى التكوين المجتمعى وإشاعة ثقافة جديدة لها قواعدها وأسسها ، اذ اثرت على الشباب وانعكست سلبا على اللغة ، اذ ان استخدامها للمختصرات واللغة الخاصة بها لتوفير الوقت والجهد سيؤدى مع مرور الزمن الى حالة من الفراق بين المجتمع ولغته وثقافته وحضارته (على،البيضانى ، ٢٠١٢ : ١٠). كما ان التواصل من خلال هذه المواقع سمح بتأثير المراهقين بالبالغين وبالبالغين بالمرافقين داخل المجتمع الافتراضى مما يهدد قواعد المجتمع القيمية والأخلاقية اذا استمر الوضع القائم (siommons).

فإقبال الشباب على تكنولوجيا الاتصال التى لقبته بالجديدة ،هى سنة من سنن الحياة ، فهم يتطلعون اكثر من غيرهم الى كل ما هو جديد. ومن خصائص تكنولوجيا الاتصال ما يروق للشباب ، أى السرعة فهم غير صبورين ويمقتون الانتظار لكى يقرر الكبار. ولهذا اصبح الشباب اليوم ينعت بعدة نعوت تعكس علاقتهم بكل وسيلة اتصالية جديدة ، بالأمس كانوا يسمون بجيل التلفزيون ، واليوم يقال عنهم "جيل الابهام" أو الجيل الرقمية "تلميحا الى الانترنت (ابو معيزة ، ٢٠٠٦ : ٩).

والشباب يتعرض لشبكات التواصل بدوافع نفعية اكثر من تعرضه لتلك الوسائل بدوافع طقوسية ،ويمكن ربط ذلك بالمرحلة العمرية للشباب والتطور التقنى فى وسائل الاعلام وتكنولوجيا الاتصال ، وسعيهم الى تكوين الذات معرفيا وثقافيا عبر منصات اعلامية جديدة ، ولكن لا يمكن تجاهل الدوافع الطقوسية بالنسبة لاستخدام كل جديد دون النظر الى قيمته ، والتعامل مع مواقع التواصل الاجتماعى باعتبارها وسيلة للتسلية والترفيه (الداغر ، ٢٠١٥ : ١١).

يذكر محمد الحضيف ان كثيرا ما يقبل الناس ،ويتعاملون بلا مبالاة ، مع سلوك كانوا يرفضونه بل كان يثير اشمئزازهم ،وكثيرا ما تخلى الناس عن قيم كانت راسخة ،واستبدلوا بها قيما دخيلة ، كانت موضع استهجان فيما سبق. لان المتغير الجديد احدث خلافا فى منظومة القيم

التي تحكم علاقتنا تجاه الآخرين وتحكم كذلك رؤيتنا للأمور نتيجة تعرض منظومتنا القيمية والأخلاقية والاجتماعية لسيل لا ينقطع من المفاهيم والتصورات والقيم المضادة عبر مصادر متعددة في مقدمتها وسائل الاعلام والاتصال. (الرفاعي ، ٢٠١١ : ٧٢١).

وتتغير القيم نتيجة التفاعل المستمر بين الفرد والبيئة التي يعيش فيها ،وهي مرتبطة بحاجات الفرد الأساسية ايضا ، وتختلف طريقة التعبير عن هذه الحاجات باختلاف ظروف البيئة ،فاذا اختلفت البيئة او تطورت اصبحت القيمة بذلك تؤدي وظيفة اجتماعية ،وتؤدي الى ظهور قيم جديدة في المجتمع (بلقاسم ، ٢٠١١ : ٥٧) ، و يحدث تغير القيم نتيجة تغير الظروف والمعطيات والشرط التي يعيش فيها الانسان وتنتقل به من حال الى حال ،فتتغير القيم يتم بطريقة آلية طبيعية تلقائية لا شعورية (احمد ، ٢٠١١ : ٦٠٣).

والشباب قد يجد نفسه امام نوعين من القيم: قيم تقليدية ورثها عن الثقافة السائدة ،وقيم جديدة نقد اليه من التطور الاقتصادي والعلمي والتكنولوجي ومن ثم فانه لا يبقى امام الشباب سوى احد الخيارين : اما ان يثور على القديم ،وأما ان يتقبل القديم تحت ضغوط العرف والتقاليد وعوامل التربية ويؤدي ذلك في النهاية الى توليد الصراع بداخله بين ما هو تقليدي وما هو جديد (راتب ، ٢٠٠٥ : ٥). فعدم تأصيل القيم السليمة لدى الافراد والتناقض بين قيم الفرد وما يجده في المجتمع المحيط به يعتبران عاملين رئيسيين في ظهور الشخصية غير السوية التي من ابرز ملامحها عدم التوافق الشخصي وكذلك عدم التوافق مع الآخرين (الجماعي ، ٢٠١٠ : ٢٦).

والمتمثل في حال العالم اليوم يجد ان مفهوم القيم قد تبدل وتغير ؛ فالصدق قد حل محله الكذب ، والنفاق اصبح مجاملة ، والامانة اصبحت خيانة ، ومع الانفتاح الاعلامي اصبحت عقول الناشئة في تخبط عجيب ، فهم بين فواجع وكوارث ومآسي صباحا ومساء (احمد ، ٢٠١٠ : ١٥).

وتشير دراسة كافي وآخرون (٢٠١٠) ان تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على القيم الاجتماعية تمثل في التأثير الايجابي على قيم الاتصال الثقافية ، يليها قيم العلاقات الاجتماعية ، ثم قيم التعاون والمشاركة الاجتماعية ، ثم قيم تقدير الذات ، بينما انخفض التأثير نسبيا على قيم التدين ، الى جانب ذلك وجود تأثير على العلاقات الاسرية حيث ان كلما زاد استخدام مواقع التواصل الاجتماعي كلما زاد التفكك الاسري.

مناقشة النتائج

وصف عينة الدراسة

المبحوثين المستخدمين لمواقع التواصل الاجتماعي

السن

جدول رقم (٨) توزيع المبحوثين وفقا لفئات السن

الفئات	عدد	%
شباب في مرحلة سنية صغيرة (اقل من ٢٤ سنة)	١٥٠	٤٨٠٧
شباب في مرحلة سنية متوسطة (٢٤ - اقل من ٣٠ سنة)	٩٢	٢٩٠٩
شباب في مرحلة سنية كبيرة (٣٠ سنة فاكثر)	٦٦	٢١٠٤
الاجمالي	٣٠٨	١٠٠

يتضح من الجدول رقم (٨) ان ٤٨٠٧% من المبحوثين هم شباب في مرحلة سنية صغيرة اي ان اعمارهم اقل من ٢٤ سنة ، والشباب من سن ٢٤ الى اقل من ٣٠ بلغت نسبتهم ٢٩٠٩ % ، والشباب في سن ٣٠ سنة فاكثر بلغت نسبتهم ٢١٠٤ % ويمكن تفسير ذلك الى ان مجتمع الدراسة من العضوية العاملة بمراكز الشباب يعتبر الافراد صغار السن هم الاكثر تفرغا للاشتراك في مراكز الشباب والاكثر فعالية.

الجنس

جدول رقم (٩) توزيع المبحوثين وفقا لفئات الجنس

الفئات	عدد	%
ذكور	١٨٠	٥٨.٠٤٤
اناث	١٢٨	٤١.٠٥٥
الاجمالي	٣٠٨	١٠٠

يتضح من الجدول رقم (٩) ان عدد الذكور المستخدمين لمواقع التواصل الاجتماعي بلغت نسبتهم ٥٨.٠٤٤% بما يفوق نسبة الاناث التي تبلغ ٤١.٠٥٥% وذلك يرجع الى ان عدد الذكور اكبر من عدد الاناث في العينة المستخدمة.

العمل

جدول رقم (١٠) توزيع المبحوثين وفقا لفئات العمل

الفئات	عدد	%
طالب	١٤٩	٤٨.٠٤
لا يعمل	٦٤	٢٠.٠٨
موظف قطاع خاص	٣٥	١١.٠٤
عمل حر	٣١	١٠.٠٤
موظف حكومي	٢٩	٩.٠٣
الاجمالي	٣٠٨	١٠٠

يتضح من الجدول رقم (١٠) ان فئة الطالب هي النسبة الاعلى في فئات العمل فقد بلغت ٤٨.٠٤% ، ويرجع ذلك الى ان الفئة الغالبة في العينة هي فئة صغار السن (اقل من ٢٤ سنة) وهذه هي فئة الشباب الملتحقين بالمرحلة التعليمية اي فئة الطلاب.

عدد سنوات التعليم

جدول رقم (١١) توزيع المبحوثين وفقا لفئات عدد سنوات العليم

الفئات	عدد	%
عدد قليل (اقل من ١٣ سنة)	١٣٣	٤٣.٠٢
عدد كبير (١٣ سنة فاكثر)	١٧٥	٥٦.٠٨
الاجمالي	٣٠٨	١٠٠

يوضح الجدول رقم (١١) ان ٤٣.٠٢% من المبحوثين عدد سنوات تعليمهم اقل من ١٣ سنة ، و ٥٦.٠٨% من المبحوثين عدد سنوات تعليمهم ١٣ سنة فاكثر ، ويرجع ذلك الى ان المبحوثين الاقل من ١٣ سنة هم الملتحقين بالمدارس الثانوية وعددهم قليل في عينه الدراسة اما من هم في مرحلة الجامعة او المؤهل المتوسط فهم اكثر عددا وعدد سنوات تعليمهم اكثر من ١٣ سنة.

الحالة الاجتماعية

جدول رقم (١٢) توزيع المبحوثين وفقا لفئات الحالة الاجتماعية

الفئات	عدد	%
اعزب	٢٣٢	٧٥.٠٣
متزوج	٧٦	٢٤.٠٦
الاجمالي	٣٠٨	١٠٠

يتضح من الجدول رقم (١٢) ان نسبة العزاب هي الاعلى فى عينه الدراسة حيث بلغ نسبتها ٣٠ ٧٥ % ، وهذا يعتبر منطقيا نظرا للمرحلة العمرية قيد الدراسة والتي تغلب فيها نسبة الطلاب والمرحلة العمرية اقل من ٢٤ .

عدد افراد الاسرة

جدول رقم (١٣) توزيع المبحوثين وفقا لفئات عدد افراد الاسرة

الفئات	عدد	%
عدد قليل (اقل من ٦ افراد)	١٢٦	٤٠ ٠٩
عدد كبير (٦ افراد فاكثر)	١٨٢	٥٩ ٠١
الاجمالى	٣٠٨	١٠٠

يوضح الجدول رقم (١٣) ان المبحوثين الذين تقل عدد افراد اسرتهم عن ٦ افراد بلغت نسبتهم ٤٠ ٠٩ % ، والمبحوثين الذين يزيد عدد افراد اسرتهم عن ٦ افراد بلغت نسبتهم ٥٩ ٠١ % ، ويرجع ذلك الى ان المبحوثين الذين عدد افراد اسرتهم اقل من ٦ هم المبحوثين المتزوجين وهم اقل عددا فى عينة الدراسة من المبحوثين العزاب والذين يبلغ عدد افراد اسرتهم اكثر من ٦ افراد .

كفاية الدخل

جدول رقم (١٤) توزيع المبحوثين وفقا لفئات كفاية الدخل

الفئات	عدد	%
يكفى الحاجة	١٨٨	٦١ ٠٠
يقل عن الحاجة	١٢٠	٣٩ ٠٠
الاجمالى	٣٠٨	١٠٠

يوضح الجدول رقم (١٤) ان المبحوثين الذين يكفى دخلهم الحاجة بلغت نسبتهم ٦١ ٠٠ % ، والمبحوثين الذين تقل دخلهم عن الحاجة بلغت نسبتهم ٣٩ ٠٠ % ويعتبر ذلك منطقيا فلكى يستخدم الشباب مواقع التواصل الاجتماعى وما يترتب على ذلك من انفاق لابد من ان دخلهم يكفى حاجتهم .

الشباب الريفي غير المستخدم لمواقع التواصل الاجتماعى السن

جدول رقم (١٥) توزيع المبحوثين وفقا لفئات السن

الفئات	عدد	%
شباب فى مرحلة سنية صغيرة (اقل من ٢٤ سنة)	٧٣	٣٩ ٠٩
شباب فى مرحلة سنية متوسطة (٢٤ - اقل من ٣٠ سنة)	٤١	٢٢ ٠٤
شباب فى مرحلة سنية كبيرة (٣٠ سنة فاكثر)	٦٩	٣٧ ٠٧
الاجمالى	١٨٣	١٠٠

يوضح الجدول رقم (١٥) ان المبحوثين الاقل من ٢٤ سنة بلغت نسبتهم ٣٩ ٠٩ % ، والمبحوثين من سن ٢٤ سنة الى اقل من ٣٠ سنة بلغت نسبتهم ٢٢ ٠٤ % ، والمبحوثين ٣٠ سنة فاكثر بلغت نسبتهم ٣٧ ٠٧ % ويرجع ذلك الى ان الافراد الاقل من ٢٤ اكثر تفاعلا فى أنشطة مراكز الشباب واكثر تواجدا فى اجتماعاته اما الافراد من سن من ٢٤ الى اقل من ٣٠ وجوده اقل نظرا لانشغالهم فى الدراسة والجامعات اما من هم اكثر من ٣٠ سنة فهم متفرغين جزئيا للتفاعل فى أنشطة مركز الشباب .

الجنس

جدول رقم (١٦) توزيع المبحوثين وفقا لفئات الجنس

الفئات	عدد	%
ذكور	٩٨	٥٣.٥٥
اناث	٨٥	٤٦.٤٤
الاجمالي	١٨٣	١٠٠

يوضح الجدول رقم (١٦) ان نسبة المبحوثين الذكور والبالغ نسبتهم ٥٣.٥٥% الكبر من المبحوثين الاناث والبالغة نسبتهم ٤٦.٤٤% ويرجع ذلك الى ان نسبة الذكور فى عينة الدراسة كانت اكبر من نسبة الاناث.

جدول رقم (١٧) توزيع المبحوثين وفقا لفئات العمل

الفئات	عدد	%
طالب	٧٤	٤٠.٤
موظف حكومى	٣٣	١٨.٠٠
لا يعمل	٢٨	١٥.٠٣
موظف قطاع خاص	٢٧	١٤.٠٨
عمل حر	٢١	١١.٠٥
الإجمالي	١٨٣	١٠٠

يوضح الجدول رقم (١٧) ان النسبة الكبيرة فى عينة الدراسة من حيث المهنة هى نسبة الطالب والتي تبلغ نسبتهم ٤٠.٤% ويرجع ذلك الى زيادة نسبة الطلاب فى عينة الدراسة.

جدول رقم (١٨) توزيع المبحوثين وفقا لفئات عدد سنوات التعليم

الفئات	عدد	%
عدد قليل (اقل من ١٣ سنة)	٨٦	٤٧.٠٠
عدد متوسط (١٣-اقل من ١٧ سنة)	٨٢	٤٤.٠٨
عدد كثير (١٧ سنة فاكثر)	١٥	٨.٠٢
الاجمالي	١٨٣	١٠٠

يوضح الجدول رقم (١٨) ان نسبة المبحوثين الذين كان عدد سنوات تعليمهم اقل من ١٣ سنة بلغت ٤٧.٠٠% ، والمبحوثين الذين عدد سنوات تعليمهم ١٣ سنة الى اقل من ١٧ بلغت نسبتهم ٤٤.٠٨% ، والمبحوثين الذين عدد سنوات تعليمهم اكبر من ١٧ سنة بلغت نسبتهم ٨.٠٢% ويؤكد ذلك ان غالبية المبحوثين عينة الدراسة من الطلاب الذين لازالوا فى المراحل التعليمية المختلفة ، وقليل منهم من تجاوز المرحلة الدراسية والتحق بالعمل.

جدول رقم (١٩) توزيع المبحوثين وفقا لفئات الحالة الاجتماعية

الفئات	عدد	%
اعزب	١٠٤	٥٦.٠٨
متزوج	٧٩	٤٣.٠٢
الاجمالي	١٨٣	١٠٠

يوضح الجدول رقم (١٩) ان نسبة العزاب فى عينة الدراسة قد بلغت ٥٦.٠٨% ونسبة المتزوجون بلغت ٤٣.٠٢% ويرجع ذلك الى ان العدد السائد فى عينة الدراسة هم الطلاب والذين لم يتموا تعليمهم حتى الان وبالتالي لم يلتحقوا بالعمل ومنطقيا انهم لازالوا عزاب.

جدول رقم (٢٠) توزيع المبحوثين وفقا لفئات عدد افراد الاسرة

الفئات	عدد	%
عدد قليل (اقل من ٦ افراد)	٩٧	٥٣.٠٠
عدد كثير (٦ افراد فاكثر)	٨٦	٤٧.٠٠
الاجمالي	١٨٣	١٠٠

يوضح الجدول رقم (٢٠) ان المبحوثين الذين عدد افراد اسرتهم اقل من ٦ بلغت نسبتهم ٥٣ % ، والمبحوثين الذين عدد افراد اسرتهم ٦ افراد فاكثر بلغت نسبتهم ٤٧ % ويرجع ذلك الى ان الافراد المتزوجون اقل عددا في عينة الدراسة.

جدول رقم (٢١) توزيع المبحوثين وفقا لفئات كفاية الدخل

الفئات	عدد	%
يكفي الحاجة	١٠٦	٥٧ . ٩
يقل عن الحاجة	٦٨	٣٧ . ٩
يزيد عن الحاجة	١٩	٤ . ٩
الاجمالي	١٨٣	١٠٠

يوضح الجدول رقم (٢١) ان نسبة المبحوثين الذى يكفى دخلهم الحاجة بلغت ٥٧ . ٩ % ، ونسبة المبحوثين الذى يقل دخلهم عن الحاجة بلغت ٣٧ . ٩ % ، ونسبة المبحوثين الذى يزيد دخلهم عن الحاجة ٤ . ٩ % .

جدول (٢٢) التوزيع العدى والنسبى لعينة المجموعات البؤرية

الخصائص الشخصية	ذكور	%	اناث	%	الاجمالي	%
السن						
١٨ — اقل من ٢٤	٣٥	٣٥ . ٧٥	٤١	٥١ . ٢٥	١٦٠	١٠٠
٢٤ — اقل من ٣٠	٢٥	٣١ . ٢٥	٢٧	٣٣ . ٧٥		
٣٠ — ٣٥	٢٠	٢٥	١٢	١٥		
الجنس						
ذكر	٨٠		—			
انثى	—	٥٠	٨٠	٥٠		
العمل						
طالب	٥٥	٦٨ . ٧٥	٤٣	٥٣ ، ٧٥		
موظف حكومى	١٥	١٨ . ٧٥	٨	١٠		
موظف قطاع خاص	—	—	٦	٧ ، ٥		
عمل حر	٣	٣ . ٧٥	—	—		
لا يعمل	٧	٨ . ٧٥	٢٣	٢٨ . ٧٥		
عدد سنوات التعليم						
اقل من ١٣ سنة	٥٣	٦٦ . ٢٥	٤٧	٥٨ . ٧٥		
١٣ — اقل من ١٧	٢٧	٣٣ . ٥٧	٣٣	٤١ . ٢٥		
الحالة الاجتماعية						
اعزب	٦٥	٨١ . ٢٥	٥٠	٦٢ . ٥		
متزوج	١٥	١٨ . ٧٥	٣٠	٣٧ . ٥		
عدد افراد الاسرة						
اقل من ٦ افراد	٢٠	٢٥	٣٠	٣٧ . ٥		
٦ الى ١٠ افراد	٦٠	٧٥	٥٠	٦٢ . ٥		
كفاية الدخل						
يقل عن الحاجة	٢٥	٣١ . ٢٥	٢٦	٣٢ . ٢٥		
يكفى الحاجة	٥٠	٦٢ . ٥	٤٧	٥٨ . ٧٥		
يزيد عن الحاجة	٥	٦ . ٢٥	٧	٨ . ٧٥		

يوضح الجدول رقم (٢٢) ان نسبة الذكور فى المجموعات البؤرية من سن ١٨ — الى اقل من ٢٤ بلغت ٣٥ . ٧٥ % ، نسبة الاناث ٥١ . ٢٥ % ، فى حين كان نسبة من هم فى سن ٢٤ — الى اقل من ٣٠ من الذكور ٣١ . ٢٥ % ، ومن الاناث كانت النسبة ٣٣ . ٧٥ % ، وتراوحت نسبة من هم فى سن ٣٠ سنة الى ٣٥ سنة من الذكور ٢٥ % ، ومن الاناث ١٥ % . يشير الجدول رقم (٢٢) الى ان نسبة الذكور بلغت ٥٠ % ، ونسبة الاناث ٥٠ % . اما بالنسبة

للعمل فقد بلغت نسبة الطلاب من الذكور ٦٨.٧٥% ومن الإناث ٥٣.٧٥% ، ومن هم فى فئة الموظف الحكومى بلغت نسبتهم من الذكور ١٨.٧٥% ، ومن الإناث ١٠% ، فى حين كان من هم فى فئة العمل الحر من الذكور ٣.٧٥% ، وكانت نسبة الإناث ممن فى فئة الموظف الحكومى الخاص ٧.٥% وبلغ نسبة الذكور فى فئة لا يعمل ٨.٧٥% والإناث ٧.٥% . اما عن عدد سنوات التعليم فكانت نسبة الذكور الاقل من ١٣ سنة ٦٦.٢٥% ومن هم فى فئة ١٣ سنة - الى اقل من ١٧ ٣٣.٥٧% ، وبلغت نسبة الإناث فى فئة ١٣ سنة ٥٨.٧٥% ، وبلغت نسبتهم فى فئة ١٣ سنة - الى اقل من ١٧ ٤١.٢٥% . وبالنسبة الى الحالة الاجتماعية فكان عدد الذكور فى فئة اعزب ٨١.٢٥% وفى فئة متزوج ١٨.٧٥% ، اما عن الإناث بلغت من هن فى فئة الاعزب ٦٢.٥% ، فى فئة متزوج ٣٧.٥% . اما عن عدد افراد الاسرة اوضح الجدول السابق رقم (٢٢) نسبة الذكور ممن هم فى فئة اقل من ٦ افراد بلغت ٢٥% ، ومن فى فئة ٦ افراد الى ١٠ افراد ٧٥% ، وكانت نسبة الإناث فى فئة الاقل من ٦ افراد ٣٧.٥% ، وبلغت نسبة من هن فى فئة ٦ افراد الى ١٠ افراد ٦٢.٥% واما عن كفاية الدخل فقد اوضح الجدول السابق (٢٢) ان نسبة الذكور فى فئة يقل عن الحاجة بلغت ٣١.٢٥% ، من فى فئة يكفى الحاجة ٦٢.٥% وبلغت نسبة من هم فى فئة يزيد عن الحاجة ٢٥% ، فى حين بلغت نسبة الإناث فى فئة يقل عن الحاجة ٣٢.٢٥% ، ومنفى فئة يكفى الحاجة ٥٨.٧٥% ، وكانت نسبة من هن فى فئة يزيد عن الحاجة ٨.٧٥% .

جدول رقم (٢٣) توزيع المبحوثين وفقا لفئات استخدام مواقع التواصل الاجتماعى

فئات الاستخدام	عدد	%
يستخدم	٣٠٨	٦٢.٥٧
لا يستخدم	١٨٣	٣٧.٥٣
الاجمالي	٤٩١	١٠٠

يوضح الجدول رقم (٢٣) ان المبحوثين المستخدمين لمواقع التواصل الاجتماعى بلغت نسبتهم ٦٢.٥٧% ، ونسبة المبحوثين غير المستخدمين لمواقع التواصل الاجتماعى بلغت ٣٧.٥٣% ، ويرجع ذلك لتفوق اعداد الشباب الريفي المستخدمين لمواقع التواصل الاجتماعى فى عينة الدراسة.

جدول رقم (٢٤) توزيع المبحوثين وفقا لنوع الجهاز المستخدم للدخول الى مواقع التواصل الاجتماعى

الفئات	عدد	%
تليفون محمول متصل بالانترنت	٢٥٧	٨٣.٥٥
تليفون ، وحاسوب	٢٢	٧.٥٢
حاسوب	١٤	٤.٥٥
تليفون ، وتابلت	٩	٢.٥٩
تابلت	٥	١.٥٦
تليفون ، وتابلت ، وحاسوب	١	٠.٥٣
الاجمالي	٣٠٨	١٠٠

يوضح الجدول رقم (٢٤) ان غالبية المبحوثين بواقع عدد ٢٥٧ ونسبة ٨٣.٥٥% يستخدموا التليفون المحمول المتصل بالانترنت للدخول الى حساباتهم الشخصية على مواقع التواصل الاجتماعى.

جدول رقم (٢٥) توزيع المبحوثين وفقا لأهم المواقع الاجتماعية التي يستخدمها الشباب الريفي

الفئات	عدد	%
فيس بوك	٢٨١	٩١ . ٢
جوجل	١٧	٥ . ٥
تويتر	٧	٢ . ٣
ماي سبيس	٣	١٠٠
الاجمالي	٣٠٨	١٠٠

يوضح الجدول رقم (٢٥) ان نسبة المستخدمين لموقع التواصل اجتماعي الفيس بوك قد بلغت ٩١ . ٢ % اي ان الغالبية العظمى من افراد العينة يستخدمون موقع الفيس بوك ، اي ان موقع الفيس بوك يحتل الصدارة بين المواقع الاجتماعية التي يستخدمها الشباب الريفي.

جدول رقم (٢٦) توزيع المبحوثين وفقا لمعدل استخدام مواقع التواصل الاجتماعي

الفئات	عدد	%
اقل من ساعة يوميا	٩٠	٢٩ . ٢
ساعة يوميا	٨٢	٢٦ . ٦
ساعتين يوميا	٦١	١٩ . ٨
لا استخدمه يوميا	٧٥	٢٤ . ٤
الاجمالي	٣٠٨	١٠٠

يوضح الجدول رقم (٢٦) ان نسبة المبحوثين المستخدمين لمواقع التواصل الاجتماعي اقل من ساعة كانت ٢٩ . ٢ % ، والمبحوثين الذين كان معدل استخدامهم ساعة يوميا بلغت ٢٦ . ٦ % ، ونسبة المبحوثين المستخدمين لمواقع التواصل الاجتماعي بمعدل ساعتين يوميا كانت ١٩ . ٨ % ، ونسبة المبحوثين الذين لا يستخدموا مواقع التواصل الاجتماعي يوميا كانت ٢٤ . ٤ %.

جدول رقم (٢٧) توزيع المبحوثين وفقا لاماكن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي

الفئات	عدد	%
في المنزل	٢٤٥	٧٩ . ٦
المنزل ومراكز الشباب	٢٣	٧ . ٥
في مراكز الشباب	١٧	٥ . ٥
المنزل والعمل	١٥	٤ . ٩
في العمل	٦	١ . ٩
منازل الاصدقاء	٢	٠ . ٦
الاجمالي	٣٠٨	١٠٠

يوضح الجدول رقم (٢٧) ان الغالبية العظمى من المبحوثين يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي في المنزل وكانت نسبتهم ٧٩ . ٦ % ، وقد يرجع ذلك الى ان المنزل اكثر هدوءا وخصوصية بالنسبة للدخول الى حسابات مواقع التواصل الاجتماعي وهذا ما يؤكد لنا ان تلك المواقع قد يكون لها اثرا كبيرا في عزلة الشباب عن الاهل وعن باقي افراد الاسرة حيث تعزز مواقع التواصل الاجتماعي العزلة الاجتماعية للشباب .

جدول رقم (٢٨) توزيع المبحوثين وفقا لوقت الاستخدام

الفئات	عدد	%
الصباح	٣٠	٩٠٧
منتصف النهار	٧٣	٢٣٠٧
المساء	٢٠٥	٦٦٠٦
الاجمالي	٣٠٨	١٠٠

يوضح الجدول رقم (٢٨) ان اكثر من ثلثي المبحوثين الذين يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي يستخدمونه مساءا بنسبة ٦٦٠٦ % ، وقد يرجع ذلك الى ان الدخول الى مواقع التواصل الاجتماعي تتطلب وقتا خاصا بعد انتهاء يوم الدراسة او العمل.

جدول رقم (٢٩) توزيع المبحوثين وفقا لمدة العضوية

الفئات	عدد	%
اقل من عام	٥٨	١٨٠٨
عام	١٢٢	٣٩٠٦
عامان فاكثر	١٢٨	٤١٠٦
الاجمالي	٣٠٨	١٠٠

يوضح الجدول رقم (٢٩) ان ١٨٠٨ % من المبحوثين كانت مدة عضويتهم بمواقع التواصل الاجتماعي اقل من عام ، و ٣٩٠٦ % كانت مدة عضويتهم عام واحد فقط ، و ٤١ % كانت مدة عضويتهم عامان فاكثر.

جدول رقم (٣٠) توزيع المبحوثين وفقا لدوافع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي

الفئات	عدد	%
التسلية والترفيه	١١٨	٣٨٠٣
متابعة الاحداث الجارية	١١٨	٣٨٠٣
الحصول على المعلومات	٥٨	١٨٠٨
التعبير عن الراى بحرية	١١	٣٠٦
تقليد الاصدقاء	٣	١٠٠
الاجمالي	٣٠٨	١٠٠

يوضح الجدول رقم (٣٠) ان ٣٨٠٣ % من المبحوثين يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي بدافع التسلية والترفيه ، وايضا ٣٨٠٣ % من المبحوثين يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي بدافع متابعة الاحداث الجارية ، وفي حين ان ١٨٠٨ % من المبحوثين يستخدمون تلك المواقع بدافع الحصول على المعلومات ، و ٣٠٦ % بدافع التعبير عن الراى بحرية ، و ١٠٠ % فقط بدافع تقليد الاصدقاء ، ويرجع ذلك الى ان عدد كبير من عينة الدراسة يقع تحت سن ٢٤ سنة وهذه الفئة تسعى الى الترفيه و متابعة كل جديد سواء على المستوى الخاص او العام.

جدول رقم (٣١) توزيع المبحوثين وفقا لدرجة الثقة فى المعلومات التى تنشرها مواقع التواصل الاجتماعي

الفئات	عدد	%
يثق بدرجة كبيرة	٦	١٠٩
يثق بدرجة متوسطة	١٧٢	٥٥٠٩
يثق بدرجة منخفضة	١١٥	٣٧٠٣
لا يثق ابدا	١٥	٤٠٩
الاجمالي	٣٠٨	١٠٠

يوضح الجدول رقم (٣١) ان ١٠٩% فقط من المبحوثين يتقوا بدرجة كبيرة فى مواقع التواصل الاجتماعى ، و ٥٥٠٩% يتقوا بدرجة متوسطة ، و ٣٧٠٣% يتقوا بدرجة منخفضة ، و ٤٠٩% لا يتقوا ابدا فى المعلومات التى تنشرها مواقع التواصل الاجتماعى .

جدول رقم (٣٢) توزيع المبحوثين وفقا للقيم التى تصدرت النسق القيمي للشباب الريفي المستخدم لمواقع التواصل الاجتماعى .

القيم	عدد	%
الاقتصادية	١١٤	٣٧٠١
الاجتماعية	٩٩	٣٢٠٢
الدينية	٨٧	٢٨٠٢
الجمالية	٥	١٠٦
النظرية	٢	٠٠٦
السياسية	١	٠٠٣
الاجمالى	٣٠٨	١٠٠

يوضح الجدول رقم (٣٢) ان ٣٧٠١% من المبحوثين المستخدمين لمواقع التواصل الاجتماعى تصدرت القيم الاقتصادية النسق القيمي لديهم ، و ٣٢٠٢% من المبحوثين تصدرت لديهم القيم الاجتماعية ، و ٢٨٠٢% تصدرت لديهم القيم الدينية ، و ١٠٦% تصدرت لديهم القيم الجمالية ، و ٠٦% تصدرت لديهم القيم النظرية ، و ٠٣% تصدرت لديهم القيم السياسية .

جدول رقم (٣٣) توزيع المبحوثين وفقا للقيم التى تصدرت النسق القيمي للشباب الريفي غير المستخدم لمواقع التواصل الاجتماعى .

القيم	عدد	%
الدينية	٧١	٣٨٠٧
الاقتصادية	٦٢	٣٣٠٩
الاجتماعية	٣٨	٢٠٠٨
السياسية	٦	٣٠٣
الجمالية	٤	٢٠٢
النظرية	٢	١٠١
الاجمالى	١٨٣	١٠٠

يوضح الجدول رقم (٣٣) ان ٣٨٠٧% من المبحوثين غير المستخدمين لمواقع التواصل الاجتماعى قد تصدرت لديهم القيم الدينية ، و ٣٣٠٩% من المبحوثين تصدرت لديهم القيم الاقتصادية ، و ٢٠٠٨% من المبحوثين تصدرت لديهم القيم الاجتماعية ، و ٣٠٣% من المبحوثين تصدرت لديهم القيم السياسية ، و ٢٠٢% تصدرت لديهم القيم الجمالية ، و ١٠% تصدرت لديهم القيم النظرية .

جدول رقم (٣٤) توزيع المبحوثين وفقا للتغير القيمي لدى الشباب الريفي المستخدم لمواقع التواصل الاجتماعى

درجات التغير القيمي	عدد	%
١١	١٣	٤٠٢
١٢	٦٧	٢١٠٨
١٣	٩٠	٢٩٠٢
١٤	٧٣	٢٣٠٧
١٥	٦٤	٢٠٠٨
١٧	١	٠٠٣

الاجمالي	٣٠٨	١٠٠
يوضح الجدول رقم (٣٤) ان ٤٠٢ % من المبحوثين المستخدمين لمواقع التواصل الاجتماعي قد اختاروا ٩ من القيم العصرية ، و ٢١٠٨ % من المبحوثين قد اختاروا ٨ من القيم العصرية ، و ٢٩٠٢ % من المبحوثين قد اختاروا ٧ من القيم العصرية ، و ٢٣٠٧ % من المبحوثين قد اختاروا ٦ من القيم العصرية ، و ٢٠٠٨ % من المبحوثين قد اختاروا ٥ من القيم العصرية ، و ٠٣ % من المبحوثين اختاروا ٣ من القيم العصرية.		
جدول رقم (٣٥) توزيع المبحوثين وفقا للتغير القيمي لدى الشباب غير المستخدم لمواقع التواصل الاجتماعي		
درجات التغير القيمي	عدد	%
١٣	١	٠.٠٥
١٥	٣	١.٠٦
١٦	٥	٢.٠٧
١٧	٧٨	٤٢.٠٧
١٨	٨١	٤٤.٠٣
١٩	١٤	٧.٠٧
٢٠	١	٠.٠٥
الاجمالي	١٨٣	١٠٠

يوضح الجدول رقم (٣٥) ان ٠٥ % من المبحوثين غير المستخدمين لمواقع التواصل الاجتماعي قد اختاروا ٧ من القيم العصرية ، و ١٠٦ % من المبحوثين قد اختاروا ٥ من القيم العصرية ، و ٢٠٧ % من المبحوثين قد اختاروا ٤ من القيم العصرية ، و ٤٢٠٧ % من المبحوثين قد اختاروا ٣ من القيم العصرية ، و ٤٤٠٣ % من المبحوثين قد اختاروا ٢ من القيم العصرية ، و ٧٠٧ % من المبحوثين اختاروا ١ من القيم العصرية ، و ٠٥ % من المبحوثين لم يختاروا اي من القيم العصرية.

جدول رقم (٣٦) توزيع المبحوثين المستخدمين لمواقع التواصل الاجتماعي وفقا لفئات التغير القيمي

الفئات	عدد	%
تغير قليل (٠ - اقل من ٥ قيم عصرية)	٦٥	٢١.٠١
تغير كبير (٥ - ٩ قيم عصرية)	٢٤٣	٧٨.٠٩
الاجمالي	٣٠٨	١٠٠

من اجل اجراء الاختبار تم تقسيم المبحوثين الى فئتين الفئة الاولى هي فئة ذوى التغير القليل فى مضمون القيم (٠ - اقل من ٥ قيم عصرية) ، والفئة الثانية هي فئة ذوى التغير الكبير فى مضمون القيم (٥ - ٩ قيم عصرية). ويوضح الجدول التالى ان اكثر من ثلاثة ارباع المبحوثين المستخدمين لمواقع التواصل الاجتماعي ٧٨.٠٩ % يقعوا فى فئة التغير الكبير فى مضمون القيم (٥ - ٩ قيم عصرية) ، بينما وقع ربع المبحوثين فى فئة التغير القليل بنسبة ٢١.٠١ % .

ثانيا: نتائج اختبار الفروض

اتضح ان هناك علاقة بين استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وكلا من: السن ، والجنس ، والعمل ، وعدد سنوات التعليم ، والحالة الاجتماعية ، وعدد افراد الاسرة ، وكفاية الدخل .

وللتحقق من صحة هذا الفرض تم الاستعانة بالفرض البديل الاتي: لا توجد علاقة بين استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وكلا من: السن ، والجنس ، والعمل ، وعدد سنوات التعليم ، والحالة الاجتماعية ، وعدد افراد الاسرة ، وكفاية الدخل. وقد تم اختبار هذا الفرض باستخدام مربع كاي لاختبار معنوية العلاقة ، وكانت النتائج كالتالي : يوضح الجدول رقم (٣٧) قيم مربع كاي للعلاقة بين استخدام مواقع التواصل الاجتماعي والمتغيرات المستقلة المذكورة سابقا. جدول رقم (٣٧) قيم مربع كاي للعلاقة بين استخدام مواقع التواصل الاجتماعي والمتغيرات المستقلة المذكورة سابقا .

المتغيرات	قيم مربع كاي	درجة الحرية	معامل التوافق المصحح
السن	١٥٠.٣٨**	٢	٠.٢٤٦
الجنس	١.١١	١	—
العمل	١١٠.٤٤*	٤	٠.٢١٣
عدد سنوات التعليم	٨٠.٧٨*	٢	٠.١٨٨
الحالة الاجتماعية	١٨٠.١٧**	١	٠.٢٦٧
عدد افراد الاسرة	٧٠.١٣*	٢	٠.١٦٩
كفاية الدخل	٧٠.٤٩*	٢	٠.١٧٣

*معنوية عند ٠.٠٥ ** معنوية عند ٠.٠١

يوضح الجدول رقم (٣٧) انه عند اختبار معنوية العلاقة بين استخدام مواقع التواصل الاجتماعي والمتغيرات المستقلة موضع الدراسة باستخدام مربع كاي وجد ان قيمة مربع كاي غير معنوي عند مستوى ٠.٠٥ لمتغير واحد فقط هو الجنس ، حيث بلغت قيمة مربع كاي المحسوبة (١٠.١١) عند درجة حرية ١ وهي اقل من مثيلتها الجدولية والتي تساوي (٠.٨٤) ، وبناء على هذه النتيجة يمكن رفض الفرض البحثي المتعلق بهذا الجزء الذي ينص على انه توجد علاقة بين الجنس واستخدام مواقع التواصل الاجتماعي ، وقد يرجع ذلك الى تقارب نسبة المبحوثين من الاناث المستخدمين لمواقع التواصل الاجتماعي والتي بلغت ٦٠.٠١% وبلغت نسبة الذكور المستخدمين لمواقع التواصل الاجتماعي ٦٤.٠٧%.

كما يوضح الجدول رقم (٣٧) انه عند اختبار معنوية العلاقة بين استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وبين عدد اربعة متغيرات هي (العمل ، وعدد سنوات التعليم ، وعدد افراد الاسرة ، وكفاية الدخل) باستخدام مربع كاي اتضح انها معنوية عند مستوى ٠.٠٥ ، حيث بلغت قيمة كاي المحسوبة (١١٠.٤٤) ، (٨٠.٧٨) ، (٧٠.١٣) ، (٧٠.٤٩) عند درجة حرية ٤ لمتغير العمل ، درجة حرية ٢ للمتغيرات الثلاثة الاخرى ، وهي اكبر من مثيلتها الجدولية والتي تساوي (٩٠.٤٨) عند مستوى معنوية ٠.٠٥ ودرجة حرية ٤ ، بينما تساوي (٥٠.٩٩) عند درجة حرية ٢ ، وبناء على هذه النتيجة يمكن قبول الفرض البحثي المتعلق بهذا الجزء ، ويعرض الجدول ايضا نتائج اختبار العلاقة بين السن ، والحالة الاجتماعية باستخدام مربع كاي فاتضح انها معنوية عند مستوى ٠.٠١ ، حيث بلغت قيمة كاي المحسوبة (١٥٠.٣٨) (١٨٠.١٧) ، عند درجة حرية ٢ لمتغير السن ودرجة حرية واحد لمتغير الحالة الاجتماعية وهي اكبر من مثيلتها الجدولية والتي تساوي (٩٠.٢١) عند درجة حرية ٢ ، (٦٠.٦٣) عند درجة حرية ١ ، وبناء على هذه النتيجة يمكن قبول الفرض البحثي المتعلق بهذا الجزء.

وأوضحت النتائج ايضا ان هناك علاقة بين التغير القيمي لدى الشباب الريفي المستخدم لمواقع التواصل الاجتماعي ، وبعض المتغيرات المستقلة المدروسة التالية: السن ، والجنس ، والعمل ، وعدد سنوات التعليم ، والحالة الاجتماعية ، وعدد افراد الاسرة ، وكفاية الدخل ، ومعدل الاستخدام ، ووقت الاستخدام ، ومدة العضوية. وللتأكد من صحة هذا الفرض تم الاستعانة بالفرض البديل الذي ينص على انه لا توجد علاقة معنوية بين التغير القيمي لدى

الشباب الريفي المستخدم لمواقع التواصل الاجتماعي ، وبعض المتغيرات المستقلة المدروسة التالية : السن ، والجنس ، والعمل ، وعدد سنوات التعليم ، والحالة الاجتماعية ، وعدد افراد الاسرة ، وكفاية الدخل ، ومعدل الاستخدام ، ووقت الاستخدام ، ومدة العضوية وتم اختبار هذا الفرض باستخدام اختبار مربع كاي وكانت النتائج كالتالى:
 جدول رقم (٣٨) قيم مربع كاي للعلاقة بين التغير القيمي للشباب الريفي المستخدم لمواقع التواصل الاجتماعي والمتغيرات المدروسة

المتغيرات المستقلة	قيم مربع كاي المحسوبة	درجة الحرية	معامل التوافق المصحح
السن	١٣٠٢٦ *	٢	٠٠٢٨٧
الجنس	٣٠٩٢ *	١	٠٠١٥٨
العمل	٨٠٥٨	٤	—
عدد سنوات التعليم	٢٠٩٨	١	—
الحالة الاجتماعية	٢٠٧١	١	—
عدد افراد الاسرة	٠٠٥٩	١	—
كفاية الدخل	١٠٤٧	١	—
معدل الاستخدام	٨٠٢٢ *	٣	٠٠٢٢٧
وقت الاستخدام	٨٠٩٣ *	٢	٠٠٢٣٧
مدة العضوية	٢٠٠٨	٢	—

* معنوية عند ٠٠٥ * معنوية عند ٠٠١

يوضح الجدول رقم (٣٨) انه عند اختبار معنوية العلاقة بين التغير القيمي للشباب الريفي والمتغيرات المستقلة المدروسة: السن ، والجنس ، والعمل ، وعدد سنوات التعليم ، والحالة الاجتماعية ، وعدد افراد الاسرة ، وكفاية الدخل ، ومعدل الاستخدام ، ووقت الاستخدام ، ومدة العضوية كانت النتائج كما يلى: قيمة مربع كاي غير معنوية عند مستوى ٠٠٥ لعدد ستة متغيرات هي : العمل ، وعدد سنوات التعليم ، الحالة الاجتماعية ، عدد افراد الاسرة ، كفاية الدخل ، ومدة العضوية ، حيث بلغت قيمة مربع كاي المحسوبة (٨٠٥٨) عند درجة حرية ٤ لمتغير العمل ، هي اقل من مثيلتها الجدولية والتي تساوى (٩٠٤٨) عند مستوى معنوية ٠٠٥ ، بينما بلغت قيمة مربع كاي المحسوبة لاربعة متغيرات هي: عدد سنوات التعليم ، الحالة الاجتماعية ، عدد افراد الاسرة ، كفاية الدخل على الترتيب (٢٠٩٨) ، (٢٠٧١) ، (٠٥٩) ، (١٠٤٧) عند درجة حرية ١ وهى اقل من مثيلتها الجدولية والتي تساوى (٣٠٨٤) عند مستوى معنوية ٠٠٥ ، وكذلك بلغت قيمة مربع كاي المحسوبة (٢٠٠٨) عند درجة حرية ٢ لمتغير مدة العضوية وهى اقل من قيمة مربع كاي الجدولية والتي تساوى (٥٠٩٩) عند مستوى معنوية ٠٠٥ ، وبناء على هذه النتيجة يمكن رفض الفرض البحثى المتعلق بهذا الجزء ، ويوضح الجدول السابق ايضا ان قيمة مربع كاي معنوية عند مستوى معنوية ٠٠٥ لعدد ثلاث متغيرات هي الجنس ، ومعدل الاستخدام ، ووقت الاستخدام ، حيث بلغت قيمة مربع كاي المحسوبة (٣٠٩٢) عند درجة حرية ١ لمتغير الجنس وهى اكبر من قيمة مربع كاي الجدولية والتي تساوى (٣٠٨٤) ، وكذلك بلغت قيمة مربع كاي المحسوبة (٨٠٢٢) عند درجة حرية ٣ وهى اكبر من مثيلتها الجدولية والتي تساوى (٧٠٨٢) ، وبلغت قيمة مربع كاي المحسوبة (٨٠٩٣) عند درجة حرية ٢ لمتغير وقت الاستخدام وهى اكبر من مثيلتها الجدولية والتي تساوى (٥٠٩٩) ، ويظهر نفس الجدول وجود علاقة بين متغير السن والتغير القيمي حيث بلغت قيمة مربع كاي المحسوبة (١٣٠٢٦) وهى اكبر من قيمة مربع كاي الجدولية والتي تساوى (٩٠٢١) عند مستوى ٠٠١ ، وبذلك نقبل الفرض البحثى المتعلق بهذا الجزء بانه توجد علاقة بين كلا من : السن ، والجنس ، ومعدل الاستخدام ، ووقت الاستخدام والتغير القيمي.

وأكدت النتائج ان هناك فروق ذات دلالة احصائية بين متوسطى درجات التغيير القيمي لدى الشباب الريفي المستخدم لمواقع التواصل الاجتماعى ، وبين الشباب الريفي غير المستخدم لمواقع التواصل الاجتماعى. وللتأكد من صحة هذا الفرض تم صياغة الفرض البديل: الذى ينص على انه لا توجد فروق ذات دلالة احصائية بين متوسطى درجات التغيير القيمي لدى الشباب الريفي المستخدم لمواقع التواصل الاجتماعى ، وبين الشباب الريفي غير المستخدم لمواقع التواصل الاجتماعى ، ولاختبار هذا الفرض تم استخدام اختبار "ت" وكانت النتائج كالتالى:

جدول رقم (٣٩) نتائج اختبار "ت" للفرق بين متوسطى درجات التغيير القيمي لدى الشباب الريفي المستخدم ، والشباب الريفي غير المستخدم لمواقع التواصل الاجتماعى

الفئات	ن	وسط الحسابى	الانحراف المعيارى	قيمة "ت" المحسوبة ٤٠ ٢٠٥ *
يستخدم	٣٠٨	١٣ ٠ ٣٦	١٠ ١٧٤	
لا يستخدم	١٨٣	١٧ ٠ ٥٣	٠ ٠ ٨٣٧	

قيمة ت الجدولية = ٢٠٥٩٢

تشير النتائج الواردة بالجدول رقم (٣٩) الى وجود فرق معنوى بين المستخدمين لمواقع التواصل الاجتماعى وغير المستخدمين من الشباب الريفي ، حيث بلغت قيمة "ت" المحسوبة ٤٠ ٢٠٥ وهى اكبر من قيمتها الجدولية وهى ٢٠ ٥٩٢ عند مستوى ٠ ٠٠١ ، وبناء على هذا يمكن رفض الفرض البديل ، وهذا يعنى وجود فرق معنوى بين متوسطى درجات التغيير القيمي لدى الشباب الريفي المستخدم لمواقع التواصل الاجتماعى ، والشباب الريفي غير المستخدم ، وقد تم استخدام معامل ايتا لتحديد حجم الاثر فبلغ ٠ ٨٨ وهذا يعنى ان التغيير القيمي لدى الشباب الريفي يرجع بدرجة كبيرة لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعى وبذلك يمكن قبول الفرض البحثى الذى ينص على وجود فروق معنوية بين الشباب الريفي المستخدم لمواقع التواصل الاجتماعى ، وغير المستخدم لمواقع التواصل الاجتماعى.

توجد فروق ذات دلالة احصائية بين متوسطى درجات التغيير القيمي لدى الشباب الريفي المستخدم لمواقع التواصل الاجتماعى (الذكور ، والإناث). وللتأكد من صحة هذا الفرض تم صياغة الفرض البديل: الذى ينص على انه لا توجد فروق ذات دلالة احصائية بين متوسطى درجات التغيير القيمي لدى الشباب الريفي المستخدم لمواقع التواصل الاجتماعى (الذكور ، والإناث). ولاختبار هذا الفرض تم استخدام اختبار "ت" ، وكانت النتائج كالتالى :

جدول رقم (٤٠) نتائج اختبار "ت" للفرق بين متوسطى درجات التغيير القيمي لدى الشباب الريفي المستخدم من الذكور والإناث

الفئات	ن	المتوسط الحسابى	الانحراف المعيارى	قيمة "ت" المحسوبة ٤٠ ٥٩٠
ذكور	٩٨	١٧ ٠ ٤٤	٠ ٠ ٩٩٦	
اناث	٨٥	١٧ ٠ ٦٤	٠ ٠ ٥٩٥	

قيمة ت الجدولية = ١٠٩٦

تشير النتائج الواردة بالجدول رقم (٤٠) الى عدم وجود فرق معنوى بين الذكور والإناث المستخدمين لمواقع التواصل الاجتماعى ، حيث بلغت قيمة "ت" المحسوبة ١٠ ٥٩٠ وهى اقل من مثيلتها الجدولية ١٠ ٩٦ عند مستوى معنوية ٠ ٠٠٥ ، وبناء على هذا يمكن قبول الفرض البديل الذى ينص على انه لا توجد فروق معنوية بين الذكور والإناث المستخدمين لمواقع التواصل الاجتماعى من الشباب الريفي.

نتائج المجموعات البؤرية

بمناقشة الشباب الريفي المستخدم لمواقع التواصل الاجتماعى فى المجموعات البؤرية التى تم تنظيمها وعدها فى مراكز الشباب بالقرى المختارة ، تبين ان نوع الجهاز المستخدم للدخول

الى مواقع التواصل الاجتماعي كان هو التليفون المحمول المتصل بالانترنت ، وان موقع الفيس بوك هو اهم موقع تواصل اجتماعي يستخدمه الشباب الريفي ، حدد الشباب الريفي المستخدم لمواقع التواصل الاجتماعي ان معدل استخدامهم قد تراوح بين نصف ساعة الى ساعة يوميا ، ذكر الشباب الريفي المستخدم لمواقع التواصل الاجتماعي ان المنزل هو المكان المفضل لديهم للدخول الى حساباتهم على المواقع الاجتماعية ، واتفق المشاركون من الشباب الريفي فى المجموعات البؤرية ان فترة المساء هي اكثر الاوقات استخداما للدخول الى مواقع التواصل الاجتماعي واختلف الشباب الريفي المستخدم لمواقع التواصل الاجتماعي فى تحديد مدة العضوية بتلك المواقع ، وأجمعت الغالبية العظمى من المشاركين فى المجموعات البؤرية من الشباب الريفي ان دوافع استخدامهم قد تحددت فى الترفيه والتسلية ، ومتابعة الاحداث الجارية وأكد الشباب الريفي انه يثق فى المعلومات التى تقدمها مواقع التواصل الاجتماعي بدرجة متوسطة ، واتضح ايضا من المناقشات ان القيم الاقتصادية قد تصدرت النسق القيمي لغالبية الشباب الريفي المستخدم لمواقع التواصل الاجتماعي فى حين قد تصدرت القيم الدينية النسق القيمي للشباب الريفي غير المستخدم لمواقع التواصل الاجتماعي واتضح من مناقشة الشباب الريفي المستخدم لمواقع التواصل الاجتماعي ان اختيارهم للقيم العصرية يفوق اختيارهم للقيم التقليدية.

ملخص الدراسة والتوصيات

احتلت مواقع التواصل الاجتماعي اهمية بالغة وانتشار لم تحظى به اية وسيلة اعلامية عرفها العالم من قبل ؛ لما لها من ميزات وخصائص اتصالية هائلة ، فقد ساعدت على نشر الاخبار ، وعلى اتاحة الفرصة للتعبير عن الراى بحرية ، وعلى متابعة الاحداث الجارية وكشف الحقائق والتحرر من سيطرة الحكومات والسلطات فلم تقع فى هوة التعنيم المعروف سابقا ولم يتحكم صفوة المجتمعات فيما يقدم من خلالها الى الجمهور ولم تخدم فئة او جهة بعينها وبذلك فقد حازت على اعجاب ورضا جميع الفئات والأعمار ، وبصفة خاصة فئة الشباب حيث انها تتسم بخصائص اتصالية وعوامل جذب حققت لهم مطالبهم الاجتماعية والنفسية ، وقد اخترقت مواقع التواصل الاجتماعي جميع مجالات الحياة وساعدت على نشر ثقافات المجتمعات الاخرى ، وقد أثرت بشكل واضح على قيم الشباب وأحدثت تغيرات واسعة فى هذا المجال. لذا جاءت هذه الدراسة للوقوف على اثر مواقع التواصل الاجتماعي على التغير القيمي للشباب فى المجتمع الريفي.

ولتحقيق هدف الدراسة تم اختيار عينة عمديه من الشباب الريفي بالعضوية العاملة بمراكز الشباب بمحافظة سوهاج بلغ حجمها ٤٩١ من الشباب الريفي ذكور وإناث تم جمع البيانات منها باستخدام استمارة الاستبيان ، و ١٦٠ شاب وفتاة لحضور الحلقات النقاشية فى المجموعات البؤرية بمراكز الشباب وتم جمع البيانات وتحليلها باستخدام البرنامج الاحصائى spss وقد اعتمد تحليل البيانات على الجداول التكرارية ، والنسب المئوية ، وكذلك استخدم اختبار مربع كاي ، ومعامل التوافق المصحح ، واختبار ت وتم التوصل الى النتائج التالية:

اوضحت نتائج الدراسة فيما يتعلق باستخدام الشباب الريفي لمواقع التواصل الاجتماعي ان الشباب الريفي المستخدم لمواقع التواصل الاجتماعي اكثر عددا من الشباب الريفي غير المستخدم لمواقع التواصل الاجتماعي ، وان التليفون المحمول المتصل بالانترنت هو الوسيلة الاكثر استخداما من قبل هؤلاء الشباب ، وان موقع الفيس بوك هو الموقع الاكثر استخداما وأهمية بالنسبة اليهم ، وان معدل استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي قد اختلف ما بينهم بناء على ظروفهم المعيشية ، اما من حيث مكان الاستخدام كان المنزل هو المكان المفضل لأفراد العينة ، كما ان فترة المساء هي الوقت المحدد للدخول الى حساباتهم الشخصية على مواقع التواصل الاجتماعي ، واختلف الشباب الريفي فيما بينهم فى مدة العضوية فى مواقع التواصل الاجتماعي ، ولكن كان دافع التسلية والترفيه ومتابعة الاحداث الجارية هما اهم دوافع استخدام

الشباب الريفي لتلك المواقع ، وأوضحت النتائج ايضا ان درجة ثقة الشباب الريفي في مثل هذه المواقع متوسطة ، وأظهرت النتائج ايضا ان القيم الاقتصادية هي التي تصدرت النسق القيمي للشباب الريفي المستخدم لمواقع التواصل الاجتماعي ، في حين تصدرت القيم الدينية نسق الشباب الريفي غير المستخدم ، وقد اختار الشباب الريفي المستخدم لمواقع التواصل الاجتماعي القيم العصرية ، بينما وقع اختيار الشباب الريفي غير المستخدم القيم التقليدية.

وجود علاقة معنوية بين استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وبين المتغيرات المستقلة المدروسة وتم استخدام مربع كاي لاختبار صحة الفرض واتضح انه لا توجد علاقة معنوية بين الجنس واستخدام مواقع التواصل الاجتماعي ، في حين انه توجد علاقة معنوية بين السن ، العمل ، وعدد سنوات التعليم ، والحالة الاجتماعية ، وعدد افراد الاسرة ، كفاية الدخل وبين استخدام مواقع التواصل الاجتماعي. وجود علاقة معنوية بين التغير القيمي والمتغيرات المستقلة المدروسة اضافة الى معدل الاستخدام ، ووقت الاستخدام ، ومدة العضوية ، واطهرت النتائج وجود علاقة معنوية بين السن والجنس ومعدل الاستخدام ووقت الاستخدام ، اما عن المتغيرات الاخرى وهي: العمل ، عدد سنوات التعليم ، الحالة الاجتماعية ، عدد افراد الاسرة ، كفاية الدخل ومدة العضوية فلا توجد علاقة معنوية بينهم وبين التغير القيمي .وجود فروق ذات دلالة احصائية بين متوسطى درجات التغير القيمي للشباب الريفي المستخدم لمواقع التواصل الاجتماعي ، والشباب الريفي غير المستخدم تم اختبار هذا الفرض باستخدام اختبار "ت" و اوضحت النتائج وجود فروق ذات دلالة احصائية بين الشباب الريفي المستخدم لمواقع التواصل الاجتماعي والشباب الريفي غير المستخدم لمواقع التواصل الاجتماعي. وتوصلت النتائج انه لا توجد فروق ذات دلالة احصائية بين متوسطى درجات التغير القيمي للشباب الريفي المستخدم لمواقع التواصل الاجتماعي (ذكور ، واناث).

اظهرت المناقشات مع الشباب الريفي في المجموعات البؤرية ان اهم مواقع التواصل الاجتماعي هي الفيس بوك ، وان التليفون المحمول المتصل بالانترنت هو الوسيلة التي يستخدمها الشباب الريفي في الدخول الى حساباتهم الشخصية ، وان معدل استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي اختلف فيما بينهم بين نصف الساعة والساعة يوميا ، واكد الشباب الريفي المستخدمون ان المنزل هو المكان المناسب للاستخدام ، وان وقت المساء هو الوقت المفضل لديهم ، وان مدة العضوية بمواقع التواصل الاجتماعي مختلفة فيما بينهم ، وكان دافع الترفيه والتسلية هو اهم دوافع استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي ، وكانت درجة ثقتهم متوسطة في تلك المواقع ، وبمناقشتهم عن اهم القيم لديهم فكانت القيم الاقتصادية هي اهم القيم لديهم والمتصدرة نسقهم القيمي ، واتجهت اختياراتهم نحو القيم العصرية الدالة على التغير.

التوصيات

من خلال نتائج الدراسة توصلت الباحثة لعدد من التوصيات للحد من اثر مواقع التواصل الاجتماعي على تغير قيم الشباب الريفي .
الحد من اشتراك الشباب بمواقع التواصل الاجتماعي بصفة عامة وموقع الفيس بوك بصفة خاصة.

مراقبة المضامين التي تنشر على موقع الفيس بوك ومراجعتها من الجهات المختصة
توعية الشباب من قبل المسؤولين بأثر مواقع التواصل الاجتماعي على تغير القيم وانهارها لديهم.

تنمية القيم الدينية والاجتماعية لدى الشباب الريفي .
الحد من استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في فترة المساء .
قصور استخدام تطبيق موقع الفيس بوك على بعض المؤسسات الشبابية والتعليمية والعلمية .
منع استخدام تطبيق الفيس بوك في الهواتف المحمولة .

الكلمات الافتتاحية: مواقع التواصل الاجتماعي ، التغيير القيمي ، الشباب الريفي

المراجع:

اولا: مراجع باللغة العربية

ابو معيزة ، السعيد (٢٠٠٦). اثر وسائل الاعلام على القيم والسلوكيات لدى الشباب ، دراسة استطلاعية بمنطقة البلدة ، رسالة دكتوراه ،كلية العلوم السياسية والاعلام ، جامعة الجزائر

Website,http://www.noorsa.net/files/file/3e8a_keam.pdf

ابو زيد ، فاروق (٢٠٠٧) . الاعلام والسلطة " اعلام السلطة وسلطة الاعلام " : القاهرة ، عالم الكتب .
ابواسماعيل ، اكرم عبد القادر (٢٠١٣). توظيف التكنولوجيا فى تعلم وتعليم القيم ،ورقه بحثية مقدمة لمؤتمر الحصاد التربوى السابع والمنعقد يوم السبت ٢٧/٤/٢٠١٣،الاردن - عمان .

احمد ،عزت السيد (٢٠١١). القيم بين التغيير والتغيير -المفاهيم والخصائص والآليات ، مجلة جامعة دمشق - المجلد ٢٧ ن العدد الاول والثانى ،٢٠١١ ، ص٦٠٣ .

Website,<http://www.Damascus.univeristy.edu.sy/.../601-....>

احمد ،على عبد الحميد (٢٠١٠). التحصيل الدراسي وعلاقته بالقيم الاسلامية التربويه ، رسالة دكتوراة ، علم نفس تربوى ، مكتبة حسن العصرية ، بيروت - لبنان ، الطبعة الاولى .
الرفاعي،محمد خليل (٢٠١١). دور الاعلام فى العصر الرقى فى تشكيل قيم الاسرة العربية "دراسة تحليلية"،مجلة جامعة دمشق - المجلد٢٧-العدد الاول + الثانى .

Website,<http://www.Damascus.university.ed.sy/.../image...>

العبدلى ، محمد بن فنخور (٢٠١٧). نمط المتابعة لمواقع التواصل الاجتماعي ، المكتبة العربية

Website,<http://www.arablib.com>

العربى ، تقرير الاعلام الاجتماعى (٢٠١١). كلية دبي للإدارة الحكومية.

<http://www.arabsocailmediaroport.ac.ae/>

<http://www.ArabSocailMediaRoport.ac.aeWebsite>.

الاغا ، صهيب كمال و عبد السلام محمد نصار (٢٠٠٨). دور الوسائط الاعلامية الفلسطينية فى تدعيم القيم لدى المراهقين بمحافظة غزة ، مجلة الجامعة الاسلامية (سلسلة الدراسات الانسانية) ، المجلد لسادس عشر ، العدد الاول ص ص ٦٣٣ - ٦٨٢ .

العتيبي ، بندرين صالح ،سعيد الراشدي(٢٠١٣). التحديات التى تفرضها شبكة الانترنت وشبكات التواصل الاجتماعى على القيم فى العالم العربى ، المجلة الدولية التربوية المتخصصة ، المجلد ٢ . العدد ٩ .

Website,<http://www.platform.almanhal.com/file/?id=T2....>

العلمى ، لينا.(٢٠١١). العضوية فى مواقع التواصل الاجتماعى واثرها فى تحسين الوعى السياسى لدى طلبة جامعة النجاح الوطنية (كلية الاقتصاد) ، مشروع تخرج ، كلية الاقتصاد والعلوم الادارية ، جامعة النجاح الوطنية ، نابلس فلسطين

Website,<http://www.eco-najah.ed/ar/gradproj/1734>.

الداغر، مجدى (٢٠١٥). شبكات التواصل الاجتماعى بمصر :بديل اعلامى يواجه الاستقطاب ، دراسات اعلامية ،مركز الجزيرة للدراسات

Website,<http://www.studieszeera.net/.../mediastudies/...>

العوامرة ،ابراهيم يوسف (٢٠١٣). الصورة الذهنية للبطل فى المسلسلات التركىة المذبلة الى العربية، دراسة حالة : الجزء الرابع من مسلسل وادى الذئاب ، رسالة ماجستير ، كلية الاعلام ، جامعة الشرق الاوسط.

Website,<http://www.Mohamed.rabeea.com/.../book1-....>

الراوي ، بشرى جميل (٢٠١٢). دور مواقع التواصل الاجتماعي في التغيير: مدخل نظري ، الباحث الاعلامي ، العدد ١٨ ، كلية الاعلام ، جامعة بغداد .

Website, <http://www.iasj-net.iasj?func=pulltext&ald...>

الجماعي ، صلاح الدين احمد (٢٠١٠). الاغتراب النفسي والاجتماعي وعلاقته بالتوافق النفسي والاجتماعي : عمان - الاردن ، دار زهران للنشر والتوزيع ، الطبعة الاولى .

Website, [http://www.books.google.com/..](http://www.books.google.com/)

العيسري ، عامر بن محمد بن عامر (٢٠٠٤). اثر التغيرات الاجتماعية والثقافية على المناهج الدراسية : ورقة عمل مقدمة للقاء التربوي الرابع ٣-٤/٥٤١٥-٢٠٠٤ ، وزارة التربية والتعليم ، مسقط .
الفقيه ، مظهر بن علي بن احمد آل حسن (١٤٢٨). دور النشاط الرياضي المدرسي في تنمية القيم الخلقية من وجهة نظر معلم التربية البدنية بمحافظة القنفذة ، رسالة ماجستير ، كلية التربية بمكة المكرمة ، جامعة ام القرى

Website, [http://www.scholar.najah.edu/...](http://www.scholar.najah.edu/)

بلقاسم ، نوصير (٢٠١١). التنمية والتغير في نسق القيم الاجتماعية ، دراسة سوسيولوجية ميدانية باحد المجتمعات المحلية بمدينة سطيف ، رسالة دكتوراه ، وزارة التعليم العالي والبحث العلمي ، جامعة منتوري قسنطينة ، كلية العلوم الانسانية والاجتماعية ، قسم علم الاجتماع ، ص ٥٧ .
رجاء زهير العسيلي (٢٠٠٦). التغير القيمي والمعرفي وتأثيره على تكوين شخصية الشباب الجامعي الفلسطيني ، مجلة اتحاد الجامعات العربية عمان الاردن ، العدد ٤٦ ، ص ٢٨٦ .

Website, <http://www.qou.edu/.../r5-dr raja osail...>

ذكي ، وليد رشاد (٢٠٠٩). المجتمع الافتراضي ، دراسة في منظومة قيم الاسرة المصرية ، بحث مقدم الى مؤتمر الاسرة والاعلام وتحديات العصر ، ١٥ - ١٧ فبراير ، كلية الاعلام ، جامعة القاهرة

Website, www.Almurabeen.com

راتب ، نجلاء (٢٠٠٥). الجيل الشاب وصراع القيم "صراع الشباب بين الموروث والوافد" ، ورقة بحثية مقدمة الى منتدى حوار الثقافات بالهيئة الانجيلية للخدمات الاجتماعية ، الملتقى الفكري .
البنيان القيمي والشخصية المصرية اشكاليات الحاضر وتحديات المستقبل ، المنعقد في ٥-٧ ابريل .

سعيد ، كرم (٢٠١٣). الريف المصري وابعاد التغيرات السياسية بعد ثورتين ، احوال مصرية ، الاهرام الرقمي

http:// Website. خطأ! مرجع الارتباط التشعبي غير صالح.

عيد ، هند ، سماح العشي (٢٠١١). استخدامات طلبة الجامعات في محافظات غزة لموقع face book ، دراسة ميدانية لاستكمال الحصول على البكالوريوس في الصحافة ، كلية الاداب ، الجامعة الاسلامية .

على ، ناهده حسين ، ابراهيم سعيد البيضانى (٢٠١٢). القيم المجتمعية في ظل عصر العولمة وادارة المعرفة : المؤتمر العلمي الدولي "عولمة الادارة في عصر المعرفة" . طرابلس - لبنان ، ١٥ - ١٧ ديسمبر .

Website, <http://www.Archive.jinan.edu.lb/mgke/>

نومار ، مريم نريمان (٢٠١٢). استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية وتأثيره في العلاقات الاجتماعية ، دراسة عينة من مستخدمي موقع الفايسبوك في الجزائر: رسالة ماجستير ، كلية علوم الاعلام والاتصال ، جامعة الحاج خضر - باتنة

Website, <http://www.thesesUniv-batna.dz./index.php?...>

كافى ، محمد عبد الوهاب الفقيه (٢٠١٠). تأثير استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على القيم الاجتماعية والاسرية للشباب العربى

Website,<http://..خطأ! مرجع الارتباط التشعبي غير صالح>..

كامل ، هبة محمد حاسم محمد (٢٠١٥). تقييم اثر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على المناخ التنظيمى فى المنظمات العامة المصرية : دراسة حالة قطاع التلفزيون المصرى ، رسالة دكتوراة ، جامعة القاهرة ، كلية الاقتصاد والعلوم السياسية ، قسم الادارة العامة.

ثانيا: مراجع باللغة الانجليزية

Lesly siommons (2009).Commonsense, social networks and the workplace:
the Generational divide explored

Website,<http://www.scholarworks.rit.edu/theses/13051/>

The Impact of Social Networking Sites on the Change Value System Among Rural Youth in Sohag Governorate

**Mustafa Hamdy Ahmed; Abdul Samad Ali; Ahmed Mohamed Saleh;
Yousry Abdel Mawla and Fitian Yaseen Ali**

Rural Sociology Dept., Fac. Agric., Assuit University and Agricultural Extension Rural
Development Research Institute Agricultural Research center

Abstract

The main objective of this study is to identify the impact of social networking sites on the change value system among rural youth in so hag governorate.

The study based on data collected from a sample of intentional of 491 rural youth in so hag governorate, and 160 rural youth of focus groups Data were analyzed using SPSS statically programs. Frequency tables, percentages, chi square and contingency coefficient, and T test were used for data processing and analyses.

The result showed that:

Facebook is the most important social networking sites used by rural youth, and evening time is the preferred time to use social networking sites, As for the place user rural youth to enter their personal social networking sites at there home, it is considered entertainment, and follow-up events the important motives for them, and the current degree of confidence medium, for the value that topped the value system the economic value is yanked as the highest in the value system of among rural youth user social networking sites, but the value that topped the value system the Religious value among rural youth un user social networking sites.

Keywords: *social networking sites, The change value system, rural youth.*