



Archives of Agriculture Sciences Journal
Print ISSN: 2535-1680
Online ISSN: 2535-1699

Technological change impact on some social values of rural youth in Assiut governorate, Egypt

Abdallha A. R. *, Khalefa E. A. A., Abdel Hafez M. M. I.

Department of Agricultural Extension & Rural Sociology, Faculty of Agriculture, Al-Azhar University, Assiut, Egypt

Abstract

Research mainly aimed to determine the degree of use of the rural youth respondents to social networking sites, and to determine the level of change in the studied social values in light of the respondents' use of social access sites, and to determine the relationship between the degree of the respondents' use of social networking sites and the level of change in the studied social values. Research was conducted in Assiut governorate, Egypt as a geographical area; and Five administrative centers were choose in a random way, Dayrut Center, Sadafa Center, Sahel Saleem Center, Al-Ghanayem Center, and Assiut Center, two villages were randomly selected from each center: Sanbo and Dachlot villages in Deirout center, Awlad Elias and Majris villages in Sedfa center, Al Matamr and Al-Awnah vellages in Sahel Saleem center, Deir Al Janadla and Al-Masha'a Bahri vellages in Ghanaim center, Manqbad and Mosha vellages in Assiut Center, and accordingly the number of young pepole in the selected villages was counted and their number reached 48024, it reached 382 respondents, and the table, frequencies and percentages were used to display the data. Spearman's rank correlation coefficient was also used to determine the relationship between the degree of the respondents' use of social networking sites and the level of change in the studied social values, through the Statistical Program for Social Sciences (SPSS). Research several results, the most important of which are the following:

1. That slightly more than half of the respondents (51%) had a medium degree of use of social networking sites, and nearly a third (28.5%) had a low degree of use, and just over a fifth (20.5%) The respondents had a high degree of use of these sites.
2. Results also showed that the level of change in social values was average for more than half (54.7%) of the respondents, high for nearly a third (31.9%) of the respondents, and low for more than one tenth (13.4%) of the respondents.

Keywords: technological change, social values, rural youth, Assiut.

* Corresponding author: Abdallha A. R.,
E-mail address: abdo669392@gmail.com

أثر التحول التكنولوجي على بعض القيم الاجتماعية للشباب الريفي بمحافظة أسيوط بجمهورية مصر العربية

عبد الرحمن رمضان عبدالله جمعة ، إبراهيم عبدالرحمن علي خليفة ، محمد محمد إسماعيل عبدالحافظ

قسم الإرشاد الزراعي والمجتمع الريفي ، كلية الزراعة ، جامعة الأزهر (فرع أسيوط) ، أسيوط ، جمهورية مصر العربية

المستخلص

استهدف البحث تحديد درجة استخدام الشباب الريفي المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي، وتحديد مستوى التغيير في القيم الاجتماعية المدروسة في ظل استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي، وتحديد العلاقة بين درجة استخدامهم لتلك المواقع التواصل الاجتماعي وبين مستوى التغيير في القيم الاجتماعية المدروسة. تم إجراء البحث بمحافظة أسيوط كمجال جغرافي؛ وتم اختيار خمسة مراكز إدارية بطريقة عشوائية هي مركز ديروط، ومركز صدفا، ومركز ساحل سليم، ومركز الغنايم، ومركز أسيوط، كما تم اختيار قريتين من كل مركز بطريقة عشوائية، وكانت القرى المختارة هي قرية صنبو، ودشروط بمركز ديروط، وقرية أولاد الياس، ومجريس بمركز صدفا، وقرية المطمر، والعونة بمركز ساحل سليم، وقرية دير الجنادلة، والمشايعة بحري بمركز الغنايم، وقرية منقباد، وموشا بمركز أسيوط، وعليه تم حصر عدد الشباب في القرى المختارة، وبلغ عددهم ٤٨٠٢٤ شاباً، ليمثلوا شاملة البحث، وتم اختيار عينة عشوائية منهم باستخدام معادلة كيرجسي ومورجان، وبلغ عدد المبحوثين ٣٨٢ مبحوثاً، واستخدام لعرض البيانات الجداول والتكرارات والنسب المئوية، كما أُستخدم معامل ارتباط الرتب لسبيرمان لتحديد العلاقة بين درجة استخدام الشباب الريفي المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي وبين مستوى التغيير في القيم الاجتماعية المدروسة، وذلك باستخدام حزمة البرامج الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS). وقد توصل البحث إلى العديد من النتائج أهمها ما يلي:

- أن ما يزيد عن نصف المبحوثين (٥١٪) كانت درجة استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي متوسطة، وما يزيد عن ربع (٢٨,٥٪) المبحوثين كانت درجة استخدامهم منخفضة، وأن ما يزيد بقليل عن خمس (٢٠,٥٪) المبحوثين كانت درجة استخدامهم لهذه المواقع مرتفعة.
- أن مستوى التغيير في القيم الاجتماعية كانت متوسطاً لدى ما يزيد عن نصف (٥٤,٧٪) المبحوثين، ومرتفعاً لدى ما يقرب من ثلث (٣١,٩٪) المبحوثين، ومنخفضاً لدى ما يقرب من سبع (١٣,٤٪) المبحوثين.

كلمات دالة: التحول التكنولوجي ، القيم الاجتماعية ، الشباب الريفي ، أسيوط.

مقدمة البحث ومشكلته

يتعلق منها بغرس القيم الاجتماعية لأفرادها (الحسيني، ٢٠١٣) وهذا التحول كان لها تأثيره المباشر وغير المباشر على سلوك الأفراد والجماعات إيجاباً أو سلباً، ولا شك أن هذا التحول قد أحدث الكثير من الاهتزاز في القيم وتغيرت النظرة إلى القيم وخاصة من الأجيال الجديدة التي تبدي تمرداً على الكثير من عادات المجتمع وتقاليد وقيمه (داود، ٢٠٠٦). وتقوم الأسرة بدور كبير في عملية التطبيع الاجتماعي، ومما يزيد من أهمية الأسرة في عملية التطبيع القيمي عموماً، ونقل القيم إلى أبنائها بصفة خاصة، ما يتعرض له المجتمع من تغيرات تلقى بظلالها على عملية تطبيع القيم؛ حيث حدثت تغيرات كثيرة في المجتمع المصري في العقود الأخيرة أدت إلى تغيرات كثيرة بفعل عوامل من بينها الثورات، والقوانين، والتصنيع، والتحضّر، والحروب، والهجرة الداخلية والخارجية، والانفتاح الاقتصادي والسياسي، وسياسة التحرر الاقتصادي (العزبي، ١٩٩٠). لذا يرى كثير من المفكرين وبالأخص من يعملون في مجال التربية والتعليم بضرورة غرس القيم المرغوبة، وذلك لما لها من أثر كبير على سلوك الأفراد والجماعات، فعلى نطاق الفرد تعمل القيم على تكامل شخصية واتزان سلوكه، وتنمي لديه القدرة على مواجهة القيم المنحرفة ومقاومتها والموازنة بين مصالحه وحاجاته الشخصية ومصالح المجتمع وتفضيل المصلحة العامة على المصلحة الخاصة، وعلى نطاق المجتمع تعمل القيم على حفظ ثقافته وهويته وأصاليته ومثانه بنيانه، كما تساعد المجتمع على مواجهة التغيرات التي تحدث فيه وبذلك تزداد قدرة المجتمع على مواجهة مشاكله وإشباع احتياجاته وتصبح القيم قوة معضدة لتنمية المجتمع وتقدمه (الحسيني، ٢٠١٣). وتعد القيم الاجتماعية من أهم الركائز التي تبنى على أساسها المجتمعات، ومن أهم الروابط التي تربط بين أفراد المجتمع؛ حيث أن القيم الاجتماعية لها أهمية كبيرة في حياة جميع المجتمعات وخاصة المجتمع الريفي، لكونه مجتمع تحكمه مجموعة من القيم التي تحدد طبيعة علاقة الأفراد في شتى مجالات الحياة (الصادقي، ٢٠٠١). وتعد القيم أحد أركان ثقافة المجتمع وهي التي توجه سلوك المجتمع وتحدد وحدة الفكر والتجانس داخله، كما تحدد هدفه ومعناه وتعمل على تجانس وتماسك المجتمع وتحقق التوافق الاجتماعي بين أفراد (عبد الحميد والقصاص، ٢٠١٥)، كما أنها تتفاعل مع التحول التكنولوجي المعاصرة لأنها هي الضابط والمعيار الأساسي للسلوك الفردي والجماعي وهي المؤشر الحقيقي لنوعية الحياة (وهذان وآخرون، بدون سنة نشر). وتحرص جميع المجتمعات على توارث القيم ونقلها من جيل إلى جيل بإعتبارها أهم المعالم التي تميز شخصيتها وعلى كل مجتمع أن يهتم بقيمه ليحافظ على تميزه إلا أن الاختراق الثقافي كالية متطورة تسعى لتكريس منظومة قيمه معينة من القيم الرافدة تتفاعل داخل المجتمعات وتسبب ببطء ولكن بثبات منظومة القيم فتعمل على تقنينها وتمزقها من الداخل؛ حيث أن عادات وسلوك وقيم الأفراد قد تتأثر إيجابياً أو سلبياً بكل ما تتعرض له من مؤثرات خارجية كوسائل الاعلام

يعيش العالم اليوم حالة من التحولات الاقتصادية والاجتماعية والسياسية على مختلف المستويات، لا تكاد تنأى أي دولة بنفسها عن التأثر بهذه التغيرات بغض النظر عن طبيعة وطريقة حدوثها سواء اكانت تحت عنوان التغيير الإيجابي والتنموي عبر إزالة القديم أم أنها إزاحة للقديم دون الإتيان بالجديد، فالعالم في الأونة الأخيرة شهد تسارعاً وإدراكاً متزايداً وملحوظاً في وتيرة التغيير، وقد أدى هذا النشاط المكثف الى ضغوطات متزايدة على الموارد والنظم البيئية المختلفة (معهد أبحاث السياسات الاقتصادية الفلسطيني، ٢٠٠٥). كما شهد العالم في هذا العصر تغيرات واسعة وعميقة في الجوانب السياسية والاقتصادية والاجتماعية، وأصبحت ظاهرة التغيير الاجتماعي تؤثر على المجتمعات البشرية التي لا يمكن قياسها بثروتها المادية، بل بقدرة أبنائها على تحمل المسؤولية، والتعبير ومواجهة الضغوطات باستراتيجيات مناسبة تحقق لهم التوافق والتماسك، والرضا عن المجتمع (Roos, 1977). وقد اعتمدت عملية التغيير الاجتماعي في الماضي على استخدام القوة، إلا أنها في العصر الحديث تعتمد على الأساليب الإقناعية، وسن التشريعات، والقوانين المنظمة للمجتمع، مستخدمة مختلف وسائل الإعلام، والاتصال الهادفة لإحداث تغيير في سلوك الأفراد، وتبني قيم تخدم مصالح المجتمع (القدس، ٢٠٠٥). وقد أثرت تكنولوجيا المعلومات والاتصال في ثقافة المجتمعات الإنسانية شكلاً ومضموناً وسهلت الاتصال بين الأفراد والجماعات في مختلف دول العالم، وألغت الحدود المكانية بين القارات كما أوجدت طريقاً جديداً للإتصال ونقل المعرفة بأساليب متعددة، وكان من أهم مظاهر هذه التكنولوجيا شبكة الإنترنت، وفي ضوء التطور السريع لاستخدام شبكة الإنترنت ظهر ما يسمى بمواقع التواصل الاجتماعي التي غيرت عادات المستخدمين، وأصبح مستخدمي هذه المواقع هم المحكمين في المحتويات التي يتم نشرها وتبادلها (حمودة، ٢٠١٣). وقد بينت مواقع التواصل الاجتماعي في الأونة الأخيرة أنها تسيطر على أفكار الشباب؛ حيث أنها تعتبر سلاح ذو حدين فمن وجهة نظر البعض يرى أنها أثرت على العلاقات الاجتماعية، وصلة الرحم بشكل سلبي والبعض الآخر يرى أن استخداماتها مفيد كالتعرف علي عادات وقيم وحضارات وثقافات الشعوب الأخرى (لينا العلي، ٢٠١١). وعلى الرغم من أن مواقع التواصل الاجتماعي لا تمثل العامل الأساسي للتغيير في المجتمع لكنها أصبحت عاملاً هاماً في هئية متطلبات التغيير عن طريق تكوين الوعي في نظرة الإنسان إلى مجتمعه والعالم، فالمضمون الذي تتوجه به عبر رسائل أخبارية، أو ثقافية، أو ترفيهية أو غيرها لا يؤدي بالضرورة إلى إدراك الحقيقة فقط بل أنها تسهم في تكوين الحقيقة وحل إشكالياتها (الروي، ٢٠١٢). ويعتقد أن مواقع التواصل الاجتماعي كان لها بعض الآثار الإيجابية والسلبية على الأسرة الريفية، في عملية التنشئة الاجتماعية وخاصة فيما

الطريقة البحثية

أولاً: عينة البحث

تم إجراء البحث بمحافظة أسيوط كمجال جغرافي؛ وتم اختيار خمسة مراكز إدارية بطريق عشوائية وهي: مركز ديروط، ومركز صدفا، ومركز ساحل سليم، ومركز الغنايم، ومركز أسيوط، كما تم اختيار قريتين من كل مركز بطريقة عشوائية، وكانت القرى المختارة هي قرية صنوب، ودشروط بمركز ديروط، وقرية أولاد الياس، ومجريس بمركز صدفا، وقرية المطمر، والعونة بمركز ساحل سليم، وقرية دير الجنادلة، والمشايعة بحري بمركز الغنايم، وقرية منقباد، وموشا بمركز أسيوط، وعليه تم حصر عدد الشباب في القرى المختارة، وبلغ عددهم ٤٨٠٢٤ شاباً (محافظة أسيوط- مركز المعلومات ودعم اتخاذ القرار، بيانات غير منشورة، ٢٠٢٠)، والتي تمثل شاملة البحث، ولتحديد حجم عينة البحث تم استخدام جدول تحديد العينات بمعلومية حجم الشاملة لكريجسي ومرجان (Krejcie and Morgan, 1970) فبلغ ٣٨٢ مبحوثاً، وتم جمع البيانات من المبحوثين باستخدام استمارة استبيان أعدت خصيصاً لهذا الغرض بالمقابلة الشخصية للمبحوثين خلال الفترة من شهر أبريل - يونيو ٢٠٢١م.

ثانياً: المعالجة الكمية للمتغيرات البحثية

المتغيرات المستقلة

السن: تم التعبير عنه بالأرقام الخام، وبلغ المدى الفعلي ما بين ١٥ - ٤٠ سنة، وبناءً عليه تم تقسيم المبحوثين إلى ثلاث فئات وهي: (١٥- أقل من ٢٣) سنة، و(٢٤- أقل من ٣٢) سنة، (٣٣ - ٤٠) سنة.

المستوى التعليمي: تم تقسيم المبحوثين إلى ثمان فئات هي: أمي، يقرأ ويكتب، وابتدائي، اعدادي، متوسط، وفوق متوسط، وجامعي، ودراسات عليا، وأعطيت الدرجات (١، ٢، ٣، ٤، ٥، ٦، ٧، ٨) على الترتيب.

عدد أفراد الأسرة: تم التعبير عنه بالأرقام الخام، وبلغ المدى الفعلي ما بين ٣ - ١٢ فرد، وبناءً عليه تم تقسيم المبحوثين إلى ثلاث فئات وهي: (٢-٥ أفراد)، و(٦-٩ أفراد)، و(١٠ - ١٢ فرد).

متوسط دخل الأسرة الشهري: تم التعبير عنه بالأرقام الخام، وتم تقسيم المبحوثين إلى ثلاث فئات هي: دخل منخفض (من ٨٠٠-٢٥٣٣ جنيه)، ودخل متوسط (من ٢٥٣٤-٢٥٣٤ من ٤٢٧٦ جنيه)، ودخل مرتفع (من ٢٧٧٦-أقل من ٦٠٠٠ جنيه)، حيث انحصر المدى الفعلي بين ٨٠٠-٦٠٠٠ جنيه.

العضوية في المنظمات الاجتماعية الريفية: تم قياسها باستخدام مقياس مكون من ٦ عبارات ومحدد بثلاث استجابات (عضو مجلس إدارة، وعضو عادي، وغير عضو)، وأعطيت الدرجات (٣، ٢، ١) على الترتيب، وتم جمع الدرجات التي حصل عليها المبحوثين فبلغ المدى النظري ما بين ٦ - ١٨

وشبكة الإنترنت التي تعد من أكثر وسائل الإعلام تأثيراً على المستخدمين؛ لأنها تعطي للفرد قدراً كبيراً من حرية الإطلاع والبحث عن المعلومات من خلال مواقع التواصل الاجتماعي (أحمد، ٢٠١٧). وتعد مواقع التواصل الاجتماعي ظاهرة إعلامية بارزة في عالمنا المعاصر؛ حيث تستقطب شريحة كبيرة من فئات المجتمع وخاصة الشباب باعتبارهم المكون الأهم والأكثر تأثراً وقبولاً للتغيير والتطور، ومواقع التواصل الاجتماعي هي الأوسع إنتشاراً في الوقت الحالي، ويتعدد استخدامها بحسب المستخدمين لها فنجد من يستخدمها لمشاركة حياته اليومية أو صور وفيديوهات مع الأصدقاء والبعض يستخدمها لنشر الأفكار والمعلومات والآراء والدعوات مع الآخرين، والبعض الآخر يستخدمها كأداة للتسويق والترويج (المقادي، ٢٠١٤، الفيقي، ٢٠١٩). وربما تُحدث مواقع التواصل الاجتماعي تغيرات قيمة واسعة في شتى مجالات الحياة الاجتماعية والاقتصادية والسياسية والدينية، وقد يترتب عن هذه التغيرات ما يسمى بصراع القيم بين مختلف الثقافات والحضارات سواء داخل البلد الواحد أو بين مختلف بلدان العالم (خليفة، ٢٠١٦). ويشهد المجتمع الريفي تحولاً تكنولوجياً، وهذا التحول أدت إلى حدوث تغيير في القيم الاجتماعية، كما أن مواقع التواصل الاجتماعي قد تكون سبباً في تمسك أو عدم تمسك الشباب الريفي ببعض القيم الاجتماعية المدروسة وهي: قيمة احترام كبير السن والزواج، والقيادية، ولذلك كان هذا البحث للإجابة على التساؤلات التالية: ماهي درجة استخدام الشباب الريفي المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي؟ ما هو مستوى التغيير في القيم الاجتماعية المدروسة في ظل استخدام الشباب الريفي المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي؟ ما هي العلاقة بين درجة استخدام الشباب الريفي لمواقع التواصل الاجتماعي وبين مستوى التغيير في القيم الاجتماعية المدروسة؟

أهداف البحث

١. تحديد درجة استخدام الشباب الريفي المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي.
٢. تحديد مستوى التغيير في القيم الاجتماعية المدروسة في ظل استخدام الشباب الريفي المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي.
٣. تحديد العلاقة بين درجة استخدام الشباب الريفي المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي وبين مستوى التغيير في القيم الاجتماعية المدروسة.

الفرض البحثي

لتحقيق الهدف الثالث تم صياغة الفرض البحثي "توجد علاقة معنوية بين درجة استخدام الشباب الريفي المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي وبين مستوى التغيير في القيم الاجتماعية المدروسة".

منخفض (٣٣-١٧) درجة، ومستوى استخدام متوسط (٣٤-٥٠) درجة، ومستوى استخدام مرتفع (٥١-٦٨) درجة، حيث انحصر المدى النظري بين ١٧-٦٨ درجة.

ثانياً: تحديد مستوى التغير في القيم الاجتماعية

تم قياسه باستقصاء رأى المبحوثين فى التغير فى ثلاث قيم رئيسية، وقيس التغير فى كل قيمة رئيسية من خلال قياس التغير فى مجموعة من القيم الفرعية، وكل قيمة فرعية تم قياسها من خلال مجموعة من العبارات الايجابية والسلبية، وذلك على مقياس مكون من ثلاث استجابات هي: انخفض، ولم تتغير، وزاد، وأعطيت الدرجات ١، ٢، ٣ على الترتيب إذا كانت العبارات ايجابية والعكس إذا كانت العبارات سلبية، وانخفض يُقصد بها عدم التمسك بالقيمة، ولم تتغير يُقصد بها ثبات القيمة، وزاد يُقصد بها التمسك بالقيمة، وذلك على النحو التالي:

١. قيمة احترام كبير السن: تم قياس التغير فى قيمة احترام كبير السن لدى الشباب الريفي المبحوثين من خلال قياس التغير فى قيمتين فرعيتين وهما: احترام آراءه، وتفضيل تقديمه، وقيس التغير فى القيمتين من خلال ١٠ عبارة، موزعة على النحو التالي:
 - أ. احترام آراء كبير السن: تم قياسه من خلال ٦ عبارات منها ٥ عبارات ايجابية، وعبارة سلبية، على مقياس مكون من ثلاث استجابات هي: انخفض، ولم تتغير، وزاد، وأعطيت الدرجات ١، ٢، ٣ على الترتيب فى حالة العبارات الايجابية والعكس فى حالة العبارات السلبية، وجمعت الدرجة الكلية لتعبر عن التغير فى احترام آراء كبير السن، وعليه قُسم المبحوثين إلى ثلاث فئات هي: عدم التمسك بالقيمة (من ٦ - ٩ درجة)، وثبات القيمة (من ١٠ - ١٣ درجة)، والتمسك بالقيمة (١٤ - ١٨ درجة)؛ حيث انحصر المدى النظري ما بين ٦ - ١٨ درجة.
 - ب. تفضيل تقديم كبير السن: تم قياسه من خلال ٤ عبارات على مقياس مكون من ثلاث استجابات هي: انخفض، ولم تتغير، وزاد، وأعطيت الدرجات ١، ٢، ٣ على الترتيب، وجمعت الدرجة الكلية لتعبر عن التغير فى تفضيل تقديم كبير السن، وعليه قُسم المبحوثين إلى ثلاث فئات هي: عدم التمسك بالقيمة (من ٤ - ٦ درجات)، وثبات القيمة (من ٧ - ٩ درجات)، والتمسك بالقيمة (١٠ - ١٢ درجة)؛ حيث انحصر المدى النظري ما بين ٤ - ١٢ درجة.

أما عن مستوى التغير فى قيمة احترام كبير السن إجمالاً تم قياسه من خلال جمع استجابات المبحوثين عن التغير فى القيمتين السابقتين إجمالاً، وعليه قُسم المبحوثين إلى ثلاث فئات هي: تغير منخفض (من ١٠ - ١٦ درجة)، وتغير متوسط (من ١٧ - ٢٣ درجة)، وتغير مرتفع (٢٤ - ٣٠ درجة)؛ حيث انحصر المدى النظري ما بين ١٠ - ٣٠ درجة.

درجة، وبناءً عليه تم تقسيم المبحوثين وفقاً لعضويتهم فى المنظمات الاجتماعية إلى ثلاث فئات وهي: عضوية منخفضة (٦-٩) درجات، وعضوية متوسطة (١٠-١٣) درجة، وعضوية مرتفعة (١٤-١٨) درجة.

الانفتاح الثقافي: تم قياسها باستخدام مقياس مكون من ٤ عبارات ومحدد بأربع استجابات (دائماً، وأحياناً، ونادراً، ولا)، وأعطيت الدرجات (٤، ٣، ٢، ١) على الترتيب، وتم جمع الدرجات التى حصل عليها المبحوثين فبلغ المدى النظري ما بين ٤ - ١٨ درجة، وبناءً عليه تم تقسيم المبحوثين إلى ثلاث فئات وهي: انفتاح ثقافى منخفض (٤-٧) درجات، وانفتاح ثقافى متوسط (٨-١١) درجة، وانفتاح ثقافى مرتفع (١٢-١٦) درجة.

المتغيرات التابعة

أولاً: تحديد درجة استخدام الشباب الريفي لمواقع التواصل الاجتماعي

تم قياسه من خلال توجيه بعض الاسئلة للمبحوثين وهي:

١. نوع الجهاز المستخدم فى تصفح مواقع التواصل الاجتماعي: تم قياسه من خلال توجيه سؤال للمبحوثين يتعلق بنوع الجهاز المستخدم بثلاث استجابات (التليفون المحمول، والكمبيوتر، والاثنين معاً)، وأعطيت الدرجات (١، ٢، ٣) على الترتيب.
٢. فترة التصفح لمواقع التواصل الاجتماعي: تم قياسه من خلال توجيه سؤال للمبحوثين يتعلق بفترة التصفح وهي: صباحاً، ظهراً، مساءً، جميع الاوقات، وأعطيت الدرجات ١، ٢، ٣، ٤، على الترتيب للترميز.
٣. مدة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي: تم قياسه من خلال توجيه سؤال للمبحوثين يتعلق بمدة استخدام مواقع التواصل وهي: أقل من عام، من عامين إلى ثلاثة، من ثلاثة أعوام فأكثر، وأعطيت الدرجات ١، ٢، ٣، على الترتيب للترميز.
٤. أماكن دخول تصفح مواقع التواصل الاجتماعي: تم قياسه من خلال توجيه سؤال للمبحوثين يتعلق بمكان دخوله لتصفح مواقع التواصل وهي: المنزل، العمل، منزل الأصدقاء، مركز الشباب، جميع ماسبق، وأعطيت الدرجات ١، ٢، ٣، ٤، ٥ على الترتيب.
٥. مستوى استخدام مواقع التواصل الاجتماعي: تم قياسه من خلال مقياس مكون من ١٧ عبارة تتعلق بمعدل استخدام المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي وهي: الفيس بوك، وتويتتر، واليوتيوب، والتليجرام، والواتس أب، والإنستجرام، والياهو ميل، وجميل، واسكاي بي، ولينكد إن، وتمبلر، وجوجل بلاس، وفبير، والتيك توك، والإنساب شات، والامبو، والبيكولايڤ، وتم وضع الاستجابات: دائماً، وأحياناً، ونادراً، ولا، وأعطيت الدرجات ٤، ٣، ٢، ١ على الترتيب للترميز وتم تقسيم المبحوثين إلى ثلاثة فئات وهي: مستوى استخدام

أ. القيادة كمكانة اجتماعية: تم قياسه من خلال ٦ عبارات على مقياس مكون من ثلاث استجابات هي: انخفض، ولم تتغير، وزاد، وأعطيت الدرجات ١، ٢، ٣ على الترتيب، وجمعت الدرجة الكلية لتعبر عن التغير في القيادة كمكانة اجتماعية، وعليه قُسم المبحوثين إلى ثلاث فئات هي: عدم التمسك بالقيمة (من ٦ - ٩ درجة)، وثبات القيمة (من ١٠ - ١٣ درجة)، والتمسك بالقيمة (١٤ - ١٨ درجة)؛ حيث انحصر المدى النظري ما بين ٦ - ١٨ درجة.

ب. القيادة لتحقيق الهدف: تم قياسه من خلال ١٠ عبارات على مقياس مكون من ثلاث استجابات هي: انخفض، ولم تتغير، وزاد، وأعطيت الدرجات ١، ٢، ٣ على الترتيب، وجمعت الدرجة الكلية لتعبر عن التغير في القيادة لتحقيق الهدف، وعليه قُسم المبحوثين إلى ثلاث فئات هي: عدم التمسك بالقيمة (من ١٠ - ١٦ درجة)، وثبات القيمة (من ١٧ - ٢٣ درجة)، والتمسك بالقيمة (٢٤ - ٣٠ درجة)؛ حيث انحصر المدى النظري ما بين ١٠ - ٣٠ درجة.

أما عن مستوى التغير في قيمة القيادة إجمالاً تم قياسه من خلال جمع استجابات المبحوثين عن التغير في القيمتين السابقتين إجمالاً، وعليه قُسم المبحوثين إلى ثلاث فئات هي: تغير منخفض (من ١٦ - ٢٦ درجة)، وتغير متوسط (من ٢٧ - ٣٧ درجة)، وتغير مرتفع (من ٣٨ - ٤٨ درجة)؛ حيث انحصر المدى النظري ما بين ١٦ - ٤٨ درجة.

أما فيما يتعلق بمستوى التغير في القيم الاجتماعية إجمالاً تم قياسه من خلال جمع استجابات المبحوثين عن التغير في القيم السابقة (احترام كبير السن، والزواج، والقيادة) إجمالاً، وعليه قُسم المبحوثين إلى ثلاث فئات هي: تغير منخفض (من ٤٤ - ٧٣ درجة)، وتغير متوسط (من ٧٤ - ١٠٢ درجة)، وتغير مرتفع (من ١٠٣ - ١٣٢ درجة)؛ حيث انحصر المدى النظري ما بين ٤٤ - ١٣٢ درجة.

النتائج ومناقشتها

أولاً: وصف عينة البحث

أظهرت النتائج الواردة (جدول ١) أن ٣٨,٢٪ يقعون في الفئة العمرية من ٢٤ - ٣٢ سنة، وأن ٢٣,٦٪ منهم حاصلون على مؤهل تعليمي جامعي، وأن أكثر من ثلثي المبحوثين (٦٧,٨٪) يعيشون في أسر صغيرة الحجم (٢-٥ أفراد)، وأن ما يزيد قليلاً عن نصف المبحوثين (٥١,٢٪) يقعون في فئة الدخل المتوسط، وأن الغالبية العظمى من المبحوثين (٩٣,٥٪) ليس لديهم عضوية في أي منظمة من المنظمات الاجتماعية الريفية المدروسة، وأن ما يقرب من ثلاثة أخماس المبحوثين (٥٧,١٪) انفتاحهم الثقافي مرتفعاً.

٢. قيمة الزواج: تم قياس التغير في قيمة الزواج لدى الشباب الريفي المبحوثين من خلال قياس التغير في ثلاثة قيم فرعية وهي: الزواج المبكر، والانجاب الأبناء، والأولاد كمصدر للدخل، وقيس التغير في هذه القيم من خلال ١٨ عبارة، موزعة على النحو التالي:

أ. الزواج المبكر: تم قياسه من خلال ٥ عبارات منها ٤ عبارات ايجابية، وعبارة سلبية، على مقياس مكون من ثلاث استجابات هي: انخفض، ولم تتغير، وزاد، وأعطيت الدرجات ١، ٢، ٣ على الترتيب في حالة العبارات الإيجابية والعكس في حالة العبارات السلبية، وجمعت الدرجة الكلية لتعبر عن التغير في الزواج المبكر، وعليه قُسم المبحوثين إلى ثلاث فئات هي: عدم التمسك بالقيمة (من ٥ - ٨ درجات)، وثبات القيمة (من ٩ - ١٢ درجة)، والتمسك بالقيمة (١٣ - ١٥ درجة)؛ حيث انحصر المدى النظري ما بين ٥ - ١٥ درجة.

ب. الزواج لانجاب الأبناء: تم قياسه من خلال ٨ عبارات منها ٧ عبارات ايجابية، وعبارة سلبية، على مقياس مكون من ثلاث استجابات هي: انخفض، ولم تتغير، وزاد، وأعطيت الدرجات ١، ٢، ٣ على الترتيب في حالة العبارات الإيجابية والعكس في حالة العبارات السلبية، وجمعت الدرجة الكلية لتعبر عن التغير في الزواج لانجاب الأبناء، وعليه قُسم المبحوثين إلى ثلاث فئات هي: عدم التمسك بالقيمة (من ٨ - ١٣ درجة)، وثبات القيمة (من ١٤ - ١٩ درجة)، والتمسك بالقيمة (٢٠ - ٢٤ درجة)؛ حيث انحصر المدى النظري ما بين ٨ - ٢٤ درجة.

ج. الأولاد كمصدر للدخل: تم قياسه من خلال ٥ عبارات منها ٤ عبارات ايجابية وعبارة سلبية، على مقياس مكون من ثلاث استجابات هي: انخفض، ولم تتغير، وزاد، وأعطيت الدرجات ١، ٢، ٣ على الترتيب، وجمعت الدرجة الكلية لتعبر عن التغير في الأولاد كمصدر للدخل، وعليه قُسم المبحوثين إلى ثلاث فئات هي: عدم التمسك بالقيمة (من ٥ - ٨ درجات)، وثبات القيمة (من ٩ - ١٢ درجة)، والتمسك بالقيمة (١٣ - ١٥ درجة)؛ حيث انحصر المدى النظري ما بين ٥ - ١٥ درجة.

أما عن مستوى التغير في قيمة الزواج إجمالاً تم قياسه من خلال جمع استجابات المبحوثين عن التغير في القيم الثلاثة السابقة إجمالاً، وعليه قُسم المبحوثين إلى ثلاث فئات هي: منخفض (من ١٨ - ٢٩ درجة)، ومتوسط (من ٣٠ - ٤١ درجة)، ومرتفع (من ٤٢ - ٥٤ درجة)؛ حيث انحصر المدى النظري ما بين ١٨ - ٥٤ درجة.

٣. قيمة القيادة: تم قياس التغير في قيمة القيادة لدى الشباب الريفي المبحوثين من خلال قياس التغير في قيمتين فرعيتين لقيمة القيادة وهي: القيادة كمكانة اجتماعية، والقيادة لتحقيق الهدف، وقيس التغير في القيمتين من خلال ١٦ عبارة، موزعة على النحو التالي:

جدول (١): التوزيع العددي والنسبي للمبحوثين وفقاً لخصائصهم الشخصية المدروسة (ن=٣٨٢).

الخصائص الشخصية	عدد	%	الخصائص الشخصية	عدد	%
١. السن			٤. متوسط دخل الأسرة الشهري		
من ١٥ - أقل من ٢٣ سنة	١٢٢	٣١,٩	متوسط من ٨٠٠-٢٥٣٣ جنيه	١٤٦	٣٨,٢
من ٢٤ - أقل من ٣٢ سنة	١٤٦	٣٨,٢	متوسط من ٢٥٣٤-٤٢٧٦ جنيه	١٩٦	٥١,٣
من ٣٣ - ٤٠ سنة	١١٤	٢٩,٨	مرتفع من ٤٢٧٧-٦٠٠٠ جنيه	٤٠	١٠,٥
٢. المستوى التعليمي			٥. العضوية في المنظمات الريفية		
أمي	٢	٠,٥	منخفضة من ٦-٩ درجات	٣٥٧	٩٣,٥
يقراء ويكتب	٢٤	٦,٣	متوسطة من ١٠-١٣ درجة	٢٠	٥,٢
ابتدائي	٢١	٥,٥	مرتفعة من ١٤-١٨ درجة	٥	١,٣
اعدادي	٤٤	١١,٥	٦. الانفتاح الثقافي		
مؤهل متوسط	٧٨	٢٠,٤	منخفض من ٤-٧ درجات	٣٦	٩,٤
مؤهل فوق متوسط	٨٥	٢٢,٣	متوسط من ٨-١١ درجة	١٢٨	٣٣,٥
مؤهل جامعي	٩٠	٢٣,٦	مرتفع من ١٢-١٦ درجة	٢١٨	٥٧,١
دراسات عليا	٣٨	٩,٩	٣. عدد أفراد الأسرة		
٣. عدد أفراد الأسرة			من ٥ - ٩ أفراد	٢٥٩	٦٧,٨
من ٢ - ٥ أفراد	٢٥٩	٦٧,٨	من ٦ - ٩ أفراد	٩٥	٢٤,٩
من ٦ - ٩ أفراد	٩٥	٢٤,٩	من ١٠ - ١٢ أفراد	٢٨	٧,٣
من ١٠ - ١٢ أفراد	٢٨	٧,٣			

المصدر: استمارة الاستبيان.

المتاحة والمفضلة لاستخدام تصفح حساباتهم على مواقع التواصل الاجتماعي وذلك لتوافره بأسعار معقولة ولسهولة حملته وخفة وزنه.

ثانياً: تحديد درجة استخدام الشباب الريفي المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي

١. نوع الجهاز المستخدم في تصفح مواقع التواصل الاجتماعي

بينت النتائج الواردة (جدول ٢) أن ما يقرب من ثلثي المبحوثين (٦٥,٤%) يستخدمون التليفون المحمول في تصفح مواقع التواصل الاجتماعي، وأن ٣,٧% منهم يستخدمون جهاز الحاسب الآلي (الكمبيوتر، واللاب توب)، وأن ما يقرب من ثلث المبحوثين (٣٠,٩%) يستخدمون الاثنين معاً، ويتضح من ذلك أن التليفون المحمول هو أكثر وسائل التواصل استخداماً في تصفح مواقع التواصل الاجتماعي، وربما يرجع ذلك إلى أن المبحوثين من الشباب ويتميزون بالحركة الدؤوبة والنشاط طول ساعات اليوم لذلك يعتبر التليفون المحمول هو الوسيلة

٢. فترة تصفح الشباب الريفي لمواقع التواصل الاجتماعي

أسفرت النتائج الواردة (جدول ٣) أن ما يقرب من نصف المبحوثين (٤٥,٣%) يتصفحون مواقع التواصل في جميع الأوقات، بينما ما يقرب من ثلث المبحوثين (٣٠,١%) مساءً، في حين كان أكثر من سبعة المبحوثين (١٤,٤%) ظهراً، وأن ١٠,٢% منهم فقط يتصفحون صباحاً، وتشير هذه النتائج إلى أن أعلى فترة للتصفح هي جميع الأوقات بنسبة ٥٤,٣%، ومما سبق نستنتج أن الشباب الريفي يتصفحون مواقع التواصل الاجتماعي في جميع الأوقات بنسبة كبيرة مما يدل.

جدول (٢): التوزيع العددي والنسبي للمبحوثين وفقاً لنوع الجهاز المستخدم في تصفح مواقع التواصل الاجتماعي (ن=٣٨٢).

نوع الجهاز المستخدم في تصفح مواقع التواصل الاجتماعي	عدد	%
التليفون المحمول	٢٥٠	٦٥,٤
جهاز الحاسب الآلي (الكمبيوتر، واللاب توب)	١٤	٣,٧
الاثنين معاً	١١٨	٣٠,٩
الإجمالي	٣٨٢	١٠٠

المصدر: استمارة الاستبيان.

جدول (٣): التوزيع العددي والنسبي للمبحوثين وفقاً لفترة تصفح مواقع التواصل الاجتماعي (ن=٣٨٢).

فترة تصفح مواقع التواصل الاجتماعي	عدد	%
صباحاً	٣٩	١٠,٢
ظهراً	٥٥	١٤,٤
مساءً	١١٥	٣٠,١
جميع الأوقات	١٧٣	٤٥,٣
الإجمالي	٣٨٢	١٠٠

المصدر: استمارة الاستبيان.

٣. مدة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي

المبحوثين (٥٨,٤٪) أماكن تصفحهم مواقع التواصل هي المنزل، وأن ما يزيد عن ثلث المبحوثين (٣٤,٠٪) يتصفحون مواقع التواصل الاجتماعي في جميع الأماكن سواء كان المنزل أو العمل، أو منزل الأصدقاء أو مراكز الشباب، بينما أشارت نسبة ٣,٩٪ يتصفحون هذه المواقع في مراكز الشباب، بينما نسبة ٢,٤٪ يتصفحون في منزل الأصدقاء، و ١,٣٪ يتصفحون في العمل، وتشير النتائج إلى أن أكثر مكان لتصفح الشباب الريفي كان في المنزل، وربما يرجع ذلك إلى أن المنزل أكثر هدوء وخصوصية بالنسبة لتصفح مواقع التواصل الاجتماعي، وهذا ما يؤكد لنا أن تلك المواقع قد يكون لها أثراً كبيراً في عزلة الشباب عن باقي أفراد الأسرة ويؤكد أيضاً علي ظاهرة الخرس الاجتماعي الناتجة عن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي.

أظهرت النتائج الواردة (جدول ٤) أن أكثر من ثلاثة أرباع المبحوثين (٧٧,٢٪) عضويتهم أكثر من ثلاثة أعوام فأكثر، وأن خمس المبحوثين (٢٠,٢٪) عضويتهم من عامين إلي ثلاثة أعوام، وأن ٢,٦٪ عضويتهم أقل من عام، ومن خلال هذه النتائج يمكن القول أن المبحوثين قد يتعرضوا مدة كبيرة إلي المضامين التي تنتشرها مواقع التواصل الاجتماعي، وربما تكون قد تركت أثراً في أفكار ومعارف وسلوك الشباب الريفي المستخدم لمواقع التواصل وبالتالي قد تؤدي إلي تغيير قيمهم.

٤. أماكن تصفح مواقع التواصل الاجتماعي

أوضحت النتائج الواردة (جدول ٥) أن ما يقرب من ثلثي

جدول (٤): التوزيع العددي والنسبي للمبحوثين وفقاً لمدة العضوية بمواقع التواصل الاجتماعي (ن=٣٨٢).

مدة العضوية بمواقع التواصل الاجتماعي	عدد	%
أقل من عام	١٠	٢,٦
من عامين إلي ثلاثة	٧٧	٢٠,٢
من ثلاثة أعوام فأكثر	٢٩٥	٧٧,٢
الإجمالي	٣٨٢	١٠٠

المصدر: استمارة الاستبيان.

جدول (٥): التوزيع العددي والنسبي للمبحوثين وفقاً لأماكن تصفحهم مواقع التواصل الاجتماعي (ن=٣٨٢).

أماكن تصفح المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي	عدد	%
المنزل	٢٢٣	٥٨,٤
العمل	٥	١,٣
منزل الأصدقاء	٩	٢,٤
مراكز الشباب	١٥	٣,٩
جميع ما سبق	١٣٠	٣٤,٠
الإجمالي	٣٨٢	١٠٠

المصدر: استمارة الاستبيان.

٥. مستوى استخدام مواقع التواصل الاجتماعي

بمتوسط مرجح قدره ٢,٤، تلاه موقع التيك توك بمتوسط مرجح ٢,٣، وجاء في المرتبة الثامنة الإستجرام بمتوسط قدره ٢,١، تلاه موقع جيميل بمتوسط مرجح قدره ٢، وجاء في المرتبة العاشرة "الياهو ميل" بمتوسط مرجح قدره ١,٩، تلاه موقع "جوجل بلاس" بمتوسط مرجح قدره ١,٨، تلاه موقعي "تمبلر" و"لينكدان" بمتوسط مرجح قدره ١,٧، وجاء في المرتبة الأخيرة موقع "بيكوليف" بمتوسط مرجح قدره ١,٧. ويستخلص مما سبق أن أكثر المواقع التي يستخدمها الشباب الريفي لتصفح حساباتهم في مواقع التواصل الاجتماعي هي الفيس بوك، والايمو، والواتس آب، والاسناب شات، واليوتيوب، والتيلجرام، والتيك توك، والإستجرام.

أسفرت النتائج الواردة (جدول ٦) أن معدل استخدام الشباب الريفي لمواقع التواصل جاءت مرتبة ترتيبياً تنازلياً وفقاً لدرجة المتوسط المرجح على النحو التالي: جاء في المرتبة الأولى موقع "الفيس بوك" بمتوسط مرجح قدره ٣,٨ درجة من أربعة درجات، والمرتبة الثانية "الايمو" بمتوسط مرجح قدره ٣,٣، والمرتبة الثالثة "الواتس آب" و"الاسناب شات" بمتوسط مرجح قدره ٣,١، والمرتبة الرابعة "اليوتيوب" بمتوسط مرجح قدره ٣، وجاء في المرتبة الخامسة "التليجرام" بمتوسط مرجح قدره ٢,٦ درجة، وجاء في المرتبة السادسة "تويتر

جدول (٦): التوزيع العددي والنسبي للمبحوثين وفقاً لمستوى تصفح مواقع التواصل الاجتماعي (ن=٣٨٢).

الترتيب	المتوسط المرجح	مستوى الاستخدام								مواقع التواصل الاجتماعي
		لا		نادراً		أحياناً		دائماً		
		%	عدد	%	عدد	%	عدد	%	عدد	
١	٣,٨	٧,٦	٢٩	٥	١٩	٩,٤	٣٦	٧٨	٢٩٨	الفييس بوك
٦	٢,٤	٣١,٧	١٢١	٢١,٥	٨٢	٢٣,٣	٨٩	٢٣,٦	٩٠	تويتر
٤	٣	٩,٢	٣٥	١٩,١	٧٣	٢٣,٢	١٢٧	٣٨,٥	١٤٧	يوتيوب
٥	٢,٦	٢٥,٤	٩٧	١٦,٨	٦٤	٢٧	١٠,٣	٣٠,٩	١١٨	التليجرام
٣	٣,١	٨,٦	٣٣	١٨,٨	٧٢	٢٦,٤	١٠١	٤٦,١	١٧٦	الواتس أب
٨	٢,١	٣٤,٠	١٣٠	٢٩,٦	١١٣	٢٤,٩	٩٥	١١,٥	٤٤	الانستجرام
١٠	١,٩	٤٦,١	١٧٦	٢٤,٦	٩٤	٢٤,٣	٩٣	٥	١٩	الياهو ميل
٩	٢	٤٢,١	١٦١	٢١,٧	٨٣	٢٧,٢	١٠٤	٨,٩	٣٤	جيميل
١٢	١,٧	٥٦	٢١٤	٢١,٥	٨٢	١٥,٧	٦٠	٦,٨	٢٦	اسكاي بي
١٢م	١,٧	٦٠,٧	٢٣٢	١٨,٦	٧١	١٣,٦	٥٢	٧,١	٢٧	لينكد إن
١٢م	١,٧	٦٠,٧	٢٣٢	١٧,٥	٦٧	١٥,٢	٥٨	٦,٥	٢٥	تمبلر
١١	١,٨	٥٤,٢	٢٠٧	١٨,٨	٧٢	١٧	٦٥	٩,٩	٣٨	جوجل بلاس
٩م	٢	٤٥,٣	١٧٣	٢٣,٦	٩٠	١٨,٣	٧٠	١٢,٨	٤٩	فيبر
٧	٢,٣	٤٢,٩	١٦٤	١٣,١	٥٠	١٦,٨	٦٤	٢٧,٢	١٠٤	التيك توك
٣م	٣,١	١٥,٤	٥٩	٨,٦	٣٣	٢٢,٥	٨٦	٥٣,٤	٢٠٤	الاسناب شات
٢	٣,٣	١٠,٢	٣٩	١٠,٧	٤١	٢٢,٥	٨٦	٥٦,٥	٢١٦	الايمو
١٣	١,٥	٧٩,١	٣٠٢	٢,٤	٩	٧,٦	٢٩	١١	٤٢	بيكولاييف
	٢,٣	المتوسط المرجح الإجمالي								

المصدر: استمارة الاستبيان.

مايزيد بقليل عن خمس (٢٠,٥٪) المبحوثين كانت درجة استخدامهم لهذه المواقع مرتفعة، ويتضح من هذه النتائج انخفاض استخدام المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي، وربما يرجع ذلك إلى عدم استخدام نسب لا يُستهان بها من المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي التالية: البيكولاييف، ولينكد إن، وتمبلر، واسكاي بي، وجوجل بلاس، والياهو ميل، وفيبر بنسب بلغت ٧٩,١٪، و ٦٠,٧٪، و ٥٦,٥٪، و ٥٤,٣٪، و ٤٦,١٪، و ٤٥,٣٪ على الترتيب.

٦. مستوى استخدام الشباب الريفي لمواقع التواصل الاجتماعي إجمالاً

أما فيما يتعلق بمستوى استخدام الشباب الريفي المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي إجمالاً فقد أظهرت النتائج (جدول ٧) أن أكثر قليلاً من نصف المبحوثين (٥١,٠٪) كانت درجة استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي متوسطة، وما يقرب من ثلثهم (٢٨,٥٪) كانت درجة استخدامهم منخفضة، وأن

جدول (٧): التوزيع العددي والنسبي للمبحوثين وفقاً لمستوى استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي إجمالاً (ن=٣٨٢).

%	عدد	مستوى استخدام الشباب الريفي المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي إجمالاً
٢٨,٥	١٠٩	مستوى استخدام منخفض
٥١,٠	١٩٥	مستوى استخدام متوسط
٢٠,٥	٧٨	مستوى استخدام مرتفع
١٠٠	٣٨٢	الإجمالي

المصدر: استمارة الاستبيان.

نصف المبحوثين (٥١,٠٪) درجة استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي متوسطة.

ثالثاً: التغيير في القيم الاجتماعية في ظل استخدام مواقع التواصل الاجتماعي

تم قياس التغيير في القيم الاجتماعية من خلال مجموعة من القيم وهي: قيمة احترام كبير السن، والزواج، والقيادة على النحو التالي:

يستخلص مما سبق أن ما يقرب من ثلثي المبحوثين (٦٥,٤٪) يستخدمون التليفون المحمول، وأن ما يقل عن النصف بكثير من المبحوثين (٤٥,٣٪) يتصفحون مواقع التواصل في جميع الأوقات، وأن أكثر من ثلاثة أرباع المبحوثين (٧٧,٢٪) عضويتهم ثلاثة أعوام فأكثر، وأن ما يقرب من ثلثي المبحوثين (٥٨,٤٪) أماكن تصفحهم لمواقع التواصل هي المنزل، وأن أكثر المواقع التي يستخدمها الشباب الريفي لتصفح حساباتهم في مواقع التواصل الاجتماعي هي الفيس بوك، والايمو، والواتس أب والاسناب شات واليوتيوب، وأن ما يزيد عن

١. قيمة احترام كبير السن

إمكانياتها، وقد تربوا على احترام كبير السن، وطاعته، وتنفيذ آراؤه.

ب. تفضيل تقديمه: بينت النتائج الواردة (جدول ٨) أن تفضيل تقديم كبير السن زاد لدى ما يقرب من خمسي (٣٨,٥٪) المبحوثين، ولم تتغير لدى ما يقرب من خمسي (٣٨,٥٪) المبحوثين، وانخفضت لدى ما يقرب من ربع (٢٣,٠٪) المبحوثين؛ حيث كشفت هذه النتائج تمسك ما يقرب من خمسي المبحوثين بتفضيل تقديم كبير السن، وأن ما يقرب من خمسي المبحوثين في طريقهم إلى التمسك بتفضيل تقديم كبير السن، وربما يرجع ذلك إلى اساليب التنشئة الاجتماعية التي تقوم بها الأسرة في تربية أبنائه وحسن رعايته. ويمكن ترتيب القيم الفرعية لقيمة احترام كبير السن ترتيباً تنازلياً وفقاً للمتوسط المرجح؛ حيث جاء في مقدمتها قيمة احترام آراؤه بمتوسط مرجح قدره ٢,٣٩ درجة من ثلاثة درجات، وفي المرتبة الثانية قيمة تفضيل تقديمه بمتوسط مرجح قدره ٢,١٥ درجة؛ حيث بلغ المتوسط المرجح الإجمالي العام ٢,٢٧ درجة.

تم قياس التغير في قيمة احترام كبير السن عن طريق قيمتين فرعيتين وهي احترام آراؤه، وتفضيل تقديمه، وجاءت النتائج الخاصة بالتغير في كل قيمة فرعية على النحو التالي:

أ. احترام آراؤه: أسفرت النتائج الواردة (جدول ٨) أن قيمة احترام آراء كبير السن زادت لدى ما يزيد عن نصف (٥١,٣٪) المبحوثين، ولم تتغير لدى ما يزيد قليلاً عن ثلث (٣٤,٠٪) المبحوثين، وانخفضت لدى ما يزيد عن عشر (١٤,٧٪) المبحوثين؛ حيث أوضحت هذه النتائج تمسك ما يزيد عن نصف المبحوثين باحترام آراء كبير السن، وأن ما يزيد قليلاً عن ثلثهم في طريقهم إلى التمسك باحترام آراء كبير السن، وربما يرجع ذلك إلى نشأتهم الاجتماعية، وقيام أسرهم بحسن تربيتهم ورعايتهم، إذ عن طريقها تتكون الشخصية الإنسانية وينصاع الشخص لمعايير الجماعة التي ينتمي إليها، وهي من أهم الوظائف التي تقوم بها الأسرة ولا تستطيع أي مؤسسة أخرى أن تقوم بها بذات الكفاءة مهما كانت

جدول (٨): التوزيع العددي والنسبي للمبحوثين وفقاً للتغير في قيمة الطموح (ن=٣٨٢).

الترتيب	المتوسط المرجح	التغير في قيمة احترام كبير السن				القيم الفرعية	
		انخفض		لم تتغير		زاد	
		عدد	%	عدد	%	عدد	%
١	٢,٣٩	١٤,٧	٦٥	٣٤,٠	١٣٠	٥١,٣	١٩٦
٢	٢,١٥	٢٣,٠	٨٨	٣٨,٥	١٤٧	٣٨,٥	١٤٧
٢,٢٧		المتوسط المرجح العام					

المصدر: استمارة الاستبيان.

عن ثلثهم بقيمة احترام كبير السن، وعدم تمسك ما يزيد عن عشرهم بقيمة احترام كبير السن؛ حيث كشفت هذه النتائج إلى تمسك ما يزيد عن ثلث المبحوثين بقيمة احترام كبير السن، وأن ما يقرب من نصف المبحوثين في طريقهم إلى التمسك بقيمة احترام كبير السن، وربما يرجع ذلك إلى تمسك المبحوثين بالقيم الفرعية لقيمة احترام كبير السن (احترام آراؤه، وتفضيل تقديمه).

أما فيما يتعلق بمستوى التغير في قيمة احترام كبير السن إجمالاً: فقد بينت النتائج الواردة (جدول ٩) أن مستوى التغير في قيمة احترام كبير السن متوسطاً لدى ما يقرب من نصف (٤٩,٠٪) المبحوثين، ومرتفعاً لدى ما يزيد عن ثلث (٣٦,١٪) المبحوثين، ومنخفضاً لدى ما يزيد عن عشرهم (١٤,٩٪). ويتضح من هذه النتائج أن قيمة احترام كبير السن كانت ثابتة لدى ما يقرب من نصف المبحوثين، وتمسك ما يزيد

جدول (٩): التوزيع العددي والنسبي للمبحوثين وفقاً لمستوى التغير في قيمة احترام كبير السن إجمالاً (ن=٣٨٢).

مستوى التغير في قيمة احترام كبير السن إجمالاً	عدد	%
منخفض (عدم التمسك بالقيمة)	٥٧	١٤,٩
متوسط (ثبات القيمة)	١٨٧	٤٩,٠
مرتفع (التمسك بالقيمة)	١٣٨	٣٦,١
الإجمالي	٣٨٢	١٠٠

المصدر: استمارة الاستبيان.

٢. قيمة الزواج

التالي:

أ. الزواج المبكر: أوضحت النتائج الواردة (جدول ١٠) أن الزواج المبكر لم يتغير لدى ما يزيد قليلاً عن خمسي (٤٠,٦٪) المبحوثين، وانخفضت لدى ما يقرب من ثلث

تم قياس التغير في قيمة الزواج عن طريق ثلاث قيم فرعية وهي الزواج المبكر، وإنجاب الأبناء، والأولاد كمصدر للدخل وجاءت النتائج الخاصة بالتغير في كل قيمة فرعية على النحو

خمسى (٣٩,٥٪) المبحوثين، وانخفضت لدى ما يقرب من ثلث (٣١,١٪) المبحوثين، وزادت لدى ما يزيد عن ربع (٢٥,٤٪) المبحوثين بالأولاد كمصدر للدخل؛ حيث تشير هذه النتائج عدم تمسك ما يقرب من ثلث المبحوثين، وأن ما يقرب من خمسى المبحوثين في طريقهم إلى عدم التمسك بالأولاد كمصدر للدخل. ويمكن ترتيب القيم الفرعية لقيمة الزواج ترتيباً تنازلياً وفقاً للمتوسط المرجح؛ حيث جاء في مقدمتها قيمة إنجاب الأبناء بمتوسط مرجح قدره ٢,٠١ درجة من ثلاثة درجات، وفي المرتبة الثانية قيمة الزواج المبكر بمتوسط مرجح قدره ١,٩٥ درجة، وفي المرتبة الثالثة قيمة الأولاد كمصدر للدخل بمتوسط مرجح وقدره ١,٩٠ درجة؛ حيث بلغ المتوسط المرجح الإجمالى العام ١,٩٥ درجة.

أما فيما يتعلق بمستوى التغير في قيمة الزواج إجمالاً: فقد بينت النتائج الواردة (جدول ١١) أن مستوى التغير في قيمة الزواج إجمالاً كان متوسطاً لدى ما يزيد عن خمسين (٤٠,٦٪) المبحوثين، ومنخفضاً لدى حوالى ثلثهم (٣٣,٠٪)، ومرتفعاً لدى ما يزيد عن ربعهم (٢٦,٤٪). ويتضح من هذه النتائج أن قيمة الزواج كانت ثابتة لدى ما يزيد قليلاً عن خمسين المبحوثين، كما يتضح منها أيضاً عدم تمسك حوالى ثلثهم، وتمسك ما يزيد عن ربعهم بقيمة الزواج إجمالاً؛ حيث تشير هذه النتائج عدم تمسك ثلث المبحوثين بقيمة الزواج، وأن ما يزيد قليلاً عن خمسى المبحوثين في طريقهم إلى عدم التمسك بقيمة الزواج، وربما يرجع ذلك إلى عدم تمسك المبحوثين بالقيم الفرعية لقيمة الزواج (الزواج المبكر، وإنجاب الأبناء، ولأولاد كمصدر للدخل).

(٣١,٩٪) المبحوثين، وزادت لدى ما يزيد عن ربع (٢٧,٥٪) المبحوثين؛ حيث أسفرت هذه النتائج عن عدم تمسك ما يقرب من ثلث المبحوثين بالزواج المبكر، وأن ما يزيد قليلاً عن خمسى المبحوثين في طريقهم إلى عدم التمسك بالزواج المبكر، وربما يرجع ذلك إلى تدخل الدولة بشكل رسمي وسنها لبعض القوانين التي تجرم الزواج المبكر، كما يرجع أيضاً إلى تطلع الشباب وخاصة البنات منهم للحصول على أعلى الشهادات العلمية مما عمل بشكل أساسي على تأخر سن الزواج عما كان من قبل.

ب. إنجاب الأبناء: أظهرت النتائج الواردة (جدول ١٠) أن قيمة إنجاب الأبناء لم تتغير لدى ما يزيد عن خمسين (٤٢,٩٪) المبحوثين، وانخفضت لدى ما يقرب من ثلث (٢٩,٧٪) المبحوثين، وزادت لدى ما يزيد عن ربع (٢٧,٦٪) المبحوثين؛ حيث تشير هذه النتائج عدم تمسك ما يقرب من ثلث المبحوثين بإنجاب الأبناء، وأن ما يزيد عن خمسى المبحوثين في طريقهم إلى عدم التمسك بإنجاب الأبناء، وربما يرجع ذلك إلى التعليم والدخل وغير ذلك، كما أن الأوضاع الاقتصادية التي يعيشها المجتمع المصري والريفي منها بصفة خاصة أثرت بشكل مباشر على تغير وجهة نظر المبحوثين نحو الإنجاب بصفة عامة، وكذلك انتشار وسائل الاعلام والاتصال الحديثة وما قد تحويه هذه الوسائل من برامج وإعلانات تشجع وتنادي بضرورة وأهمية تنظيم الأسرة وتحديد النسل، وهو ما أدى بشكل أو آخر إلى خفض عدد الأبناء بالأسرة.

ج. الأولاد كمصدر للدخل: أسفرت النتائج الواردة (جدول ١٠) أن قيمة الأولاد كمصدر للدخل لم تتغير لدى ما يزيد عن

جدول (١٠): التوزيع العددي والنسبي للمبحوثين وفقاً للتغير في قيمة الزواج (ن=٣٨٢).

الترتيب	المتوسط المرجح	التغير في قيمة الزواج					
		انخفض		لم تتغير		زاد	
		عدد	%	عدد	%	عدد	%
٢	١,٩٥	٣١,٩	١٢٢	٤٠,٦	١٥٥	٢٧,٥	١٠٥
١	٢,٠١	٢٩,٧	١٢٢	٤٢,٩	١٦٤	٢٧,٧	١٠٦
٣	١,٩٠	٣١,١	١٣٤	٣٩,٥	١٥١	٢٥,٤	٩٧
المتوسط المرجح العام							

المصدر: استمارة الاستبيان.

جدول (١١): التوزيع العددي والنسبي للمبحوثين وفقاً لمستوى التغير في قيمة الزواج إجمالاً (ن=٣٨٢).

مستوى التغير في قيمة الزواج إجمالاً	عدد	%
منخفض (عدم التمسك بالقيمة)	١٢٦	٣٣,٠
متوسط (ثبات القيمة)	١٥٥	٤٠,٦
مرتفع (التمسك بالقيمة)	١٠١	٢٦,٤
الإجمالى	٣٨٢	١٠٠

المصدر: استمارة الاستبيان.

وجاءت النتائج الخاصة بالتغير في كل قيمة فرعية على النحو التالي:

أ. القيادة كمكانة اجتماعية: أسفرت النتائج الواردة (جدول

٣. قيمة القيادة

تم قياس التغير في قيمة القيادة عن طريق قيمتين فرعيتين وهي القيادة كمكانة اجتماعية، والقيادة لتحقيق الهدف

(٤٨,٢٪) المبحوثين، وزادت لدى ما يزيد عن ثلث (٣٦,٩٪) المبحوثين، وانخفضت لدى ما يزيد عن عشر (١٤,٩٪) المبحوثين؛ حيث أظهرت هذه النتائج إلى أن ما يزيد ثلث المبحوثين لديهم تمسك بالقيادة لتحقيق الهدف، وأن ما يقرب من نصف المبحوثين في طريقهم إلى التمسك بالقيادة لتحقيق الهدف.

ويمكن ترتيب القيم الفرعية لقيمة القيادة ترتيباً تنازلياً وفقاً للمتوسط المرجح؛ حيث جاء في مقدمتها قيمة القيادة لتحقيق الهدف بمتوسط مرجح قدره ٢,٢١ درجة من ثلاثة درجات، وفي المرتبة الثانية قيمة القيادة كمكانة اجتماعية بمتوسط مرجح قدره ٢,٢٠ درجة؛ حيث بلغ المتوسط المرجح الإجمالي العام ٢,٢٠ درجة..

(١٢) أن القيادة كمكانة اجتماعية لم تتغير لدى ما يزيد عن خمسين (٤١,٩٪) المبحوثين، وزادت لدى ما يقرب من خمسين (٣٩,٣٪) المبحوثين، وانخفضت لدى ما يقرب من خمس (١٨,٨٪) المبحوثين؛ حيث أظهرت النتائج إلى أن ما يقرب من خمسين المبحوثين كان لديهم تمسك بالقيادة كمكانة اجتماعية، وأن ما يزيد عن خمسين المبحوثين في طريقهم إلى التمسك بالقيادة كمكانة اجتماعية، وربما يرجع إلى قدرتهم في التحكم في سلوك الآخرين وتوجيههم نحو أفكار معينة، نظراً لامتلاكهم مستويات تعليمية مناسبة تمكنهم قدرتهم في إقناع الآخرين.

ب. القيادة لتحقيق الهدف: بينت النتائج الواردة (جدول ١٢) أن القيادة لتحقيق الهدف لم تتغير لدى ما يقرب من نصف

جدول (١٢): التوزيع العددي والنسبي للمبحوثين وفقاً للتغير في قيمة القيادة (ن=٣٨٢).

الترتيب	المتوسط المرجح	التغير في قيمة القيادة						القيم الفرعية
		انخفض		لم تتغير		زاد		
		عدد	%	عدد	%	عدد	%	
٢	٢,٢٠	١٨,٨	٧٢	٤١,٩	١٦٠	٣٩,٣	١٥٠	القيادة كمكانة اجتماعية
١	٢,٢١	١٤,٩	٥٧	٤٨,٢	١٨٤	٣٦,٩	١٤١	القيادة لتحقيق الهدف
٢,٢٠		المتوسط المرجح العام						

المصدر: استمارة الاستبيان.

تتميز بالثبات لدى ما يزيد عن نصف المبحوثين، كما يتضح منها أيضاً تمسك ثلثهم، وعدم تمسك ما يزيد عن عشرهم بقيمة القيادة إجمالاً؛ حيث أوضحت هذه النتائج إلى أن ما يقرب من ثلث المبحوثين لديهم تمسك بقيمة القيادة، وأن ما يزيد عن نصف في طريقهم إلى التمسك بالقيادة، وربما يرجع ذلك الارتفاع إلى تمسكهم بالقيادة كمكانة اجتماعية، ولتحقيق الهدف.

أما فيما يتعلق بمستوى التغير في قيمة القيادة إجمالاً: كشفت النتائج الواردة (جدول ١٣) أن مستوى التغير في قيمة القيادة كان متوسطاً لدى ما ما يقرب من نصف (٥٢,٦٪) المبحوثين، ومرتفعاً لدى ما يقرب من ثلث (٣٢,٢٪) المبحوثين، ومنخفضاً لدى ما يزيد عن عشر (١٥,٢٪) المبحوثين بقيمة القيادة إجمالاً. ويتضح من هذه النتائج أن قيمة القيادة كانت

جدول (١٣): التوزيع العددي والنسبي للمبحوثين وفقاً لمستوى التغير في قيمة القيادة إجمالاً (ن=٣٨٢).

مستوى التغير في قيمة القيادة إجمالاً	عدد	%
منخفض (عدم التمسك بالقيمة)	٥٨	١٥,٢
متوسط (ثبات القيمة)	٢٠١	٥٢,٦
مرتفع (التمسك بالقيمة)	١٢٣	٣٢,٢
الإجمالي	٣٨٢	١٠٠

المصدر: استمارة الاستبيان.

بمستوى التغير في القيم الاجتماعية إجمالاً: فقد بينت النتائج الواردة (جدول ١٥) أن مستوى التغير في القيم الاجتماعية كان متوسطاً لدى ما يزيد عن نصف (٥٤,٧٪) المبحوثين، ومرتفعاً لدى ما يقرب من ثلث (٣١,٩٪) المبحوثين، ومنخفضاً لدى ما يزيد عن عشر (١٣,٤٪). ويتضح من هذه النتائج أن مستوى التغير في القيم الاجتماعية، كانت ثابتاً لدى ما يزيد عن نصف المبحوثين، وتمسك ما يقرب من ثلثهم، وعدم تمسك ما يزيد عن عشرهم؛ حيث أسفرت هذه النتائج إلى أن ما يقرب من ثلث المبحوثين لديهم تمسك بالقيم الاجتماعية،

٤. التغير في القيم الاجتماعية المدروسة

فقد أظهرت النتائج الواردة (جدول ١٤) أن ترتيب القيم الاجتماعية مرتبة ترتيباً تنازلياً وفقاً للمتوسط المرجح؛ حيث جاء في مقدمتها قيمة احترام كبير السن بمتوسط مرجح قدره ٢,٢١ درجة من ثلاث درجات، وفي المرتبة الثانية قيمة القيادة بمتوسط مرجح قدره ٢,١٧ درجة، وفي المرتبة الأخيرة قيمة الزواج بمتوسط مرجح قدره ١,٩٣ درجة؛ حيث بلغ المتوسط المرجح العام ٢,١٠ درجة. أما فيما يتعلق

وأن ما يقرب من نصف المبحوثين في طريقهم إلى التمسك بالقيم الاجتماعية، وربما يرجع ذلك إلى ارتفاع تمسكهم بالقيم الاجتماعية إجمالاً وهي: احترام كبير السن (احترام أروءه، وتفضيل تقديمه)، والزواج (الزواج المبكر، والإنجاب، والأولاد كمصدر للدخل)، والقيادية (القيادية كمكانة اجتماعية، ولتحقيق الهدف).

جدول (١٤): التوزيع العددي والنسبي للمبحوثين وفقاً للتغير في إجمالي القيم الاجتماعية (ن=٣٨٢).

الترتيب	المتوسط المرجح	التغير في القيم الاجتماعية إجمالاً					
		انخفض		لم تتغير		زاد	
		عدد	%	عدد	%	عدد	%
١	٢,٢١	٥٧	١٤,٩	٤٩,٠	١٨٧	٣٦,١	١٣٨
٣	١,٩٣	١٢٦	٣٣,٠	٤٠,٦	١٥٥	٢٦,٤	١٠١
٢	٢,١٧	٥٨	١٥,٢	٥٢,٦	٢٠١	٣٢,٢	١٢٣
٢,١٠		المتوسط المرجح العام					

المصدر: استمارة الاستبيان.

جدول (١٥): التوزيع العددي والنسبي للمبحوثين وفقاً لمستوى التغير في القيم الاجتماعية إجمالاً (ن=٣٨٢).

عدد	%	مستوى التغير في القيم الاجتماعية إجمالاً
٥١	١٣,٤	منخفض (عدم التمسك بالقيمة)
٢٠٩	٥٤,٧	متوسط (ثبات القيمة)
١٢٢	٣١,٩	مرتفع (التمسك بالقيمة)
٣٨٢	١٠٠	الإجمالي

المصدر: استمارة الاستبيان.

رابعاً: العلاقة بين مستوى استخدام الشباب الريفي لمواقع التواصل وبين مستوى التغير في القيم

- وجود علاقة ارتباطية طردية عند مستوى معنوية ٠,٠١ بين درجة استخدام الشباب الريفي المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي إجمالاً وبين مستوى التغير في إجمالي قيمة القيادية.
- وجود علاقة ارتباطية طردية عند مستوى معنوية ٠,٠٥ بين درجة استخدام الشباب الريفي المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي إجمالاً وبين مستوى التغير في إجمالي القيم التالية: احترام كبير السن، والزواج.

جدول (١٦): العلاقة بين درجة استخدام الشباب الريفي المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي إجمالاً وبين مستوى التغير في القيم الاجتماعية إجمالاً.

القيم الاجتماعية	معامل ارتباط الرتب لسبيرمان
احترام كبير السن	*٠,١٠٩
الزواج	*٠,١٢٩
القيادية	**٠,١٥٢

* معنوي عند ٠,٠٥، ** معنوي عند ٠,٠١.

وبناءً على هذه النتائج يمكن رفض الفرض الاحصائي بالنسبة للقيم الاجتماعية المدروسة وهي: قيمة الطموح، واحترام كبير السن، والزواج، والقيادية؛ حيث ثبت وجود علاقة ارتباطية معنوية لها بالمتغير، ولم يتمكن من رفضه بالنسبة لإجمالي قيمة التعاون؛ حيث لم تثبت معنويتها بمتغير درجة استخدام الشباب الريفي لمواقع التواصل الاجتماعي إجمالاً. وتشير هذه

النتائج عن وجود علاقة ارتباطية معنوية بين درجة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وبين قيمة احترام كبير السن، وربما يرجع ذلك إلى الدور التي تقوم به مواقع التواصل الاجتماعي تتضمن مجموعات تنشر فيها المعلومات المتعلقة بالأساليب الإيجابية للتنشئة الاجتماعية، والطرق الصحيحة لتربية الأبناء، ومنها احترام كبير السن. وأوضحت هذه النتائج

والتطبيق، دار مجدلاوي للنشر والطباعة، عمان، الأردن.

الروي، بشري جميل (٢٠١٢)، دور مواقع التواصل الاجتماعي في التغيير "مدخل نظري"، مجلة كلية الاعلام، جامعة بغداد، العراق.

الصديقي، سلوى عثمان (٢٠٠١)، قضايا الأسرة والسكان من منظور الخدمة الاجتماعية، المعهد العالي للخدمة الاجتماعية، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية، جمهورية مصر العربية.

العربي، محمد إبراهيم (١٩٩٠)، مقدمة في علم الاجتماع الريفي، كلية الزراعة، جامعة الإسكندرية، دار المعارف الجامعية، جمهورية مصر العربية.

العلي، لينا (٢٠٠١)، العضوية في مواقع التواصل الاجتماعي وأثرها في تحسين الوعي السياسي لدى طلبة جامعة النجاح الوطنية، رسالة ماجستير، كلية الاقتصاد والعلوم الإدارية، نابلس، فلسطين.

الفيهي، عيسى بن سليمان (٢٠١٩)، برامج التواصل الاجتماعي، دار الخليج للنشر والتوزيع، الأردن.

المقادي، خالد غسان (٢٠١٤)، ثورة الشبكات الاجتماعية- ماهية مواقع التواصل الاجتماعي وأبعادها، دار النفائس للنشر والتوزيع، الطبعة رقم ١، الأردن.

أحمد، فتيان ياسين علي (٢٠١٧)، أثر مواقع التواصل الاجتماعي على التغيير القيمي لدى الشباب الريفي بمحافظة سوهاج، رسالة دكتوراة، كلية الزراعة، جامعة أسيوط، جمهورية مصر العربية.

حمودة، أحمد يونس محمد (٢٠١٣)، درو شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية مشاركة الشباب الفلسطيني في القضايا المجتمعية، رسالة ماجستير، جامعة الدول العربية، المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم، معهد البحوث والدراسات العربية، قسم الدراسات الاعلامية، القاهرة، جمهورية مصر العربية.

خليفة، إيهاب (٢٠١٦)، مواقع التواصل الاجتماعي "أدوات التغيير العصرية عبر الإنترنت، المجموعة العربية للتدريب والنشر، الطبعة الأولى، القاهرة، جمهورية مصر العربية.

داود، رضا محمود محمد (٢٠٠٦)، التوجهات القيمي للشباب

عن وجود علاقة ارتباطية معنوية بين درجة استخدام الشباب الريفي المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي وبين قيمة الزواج، وربما يرجع ذلك إلى أن مواقع التواصل الاجتماعي تتضمن مجموعات تدعو إلى التيسير في الزواج، وعدم المغالاة في المهور. وبيّنت هذه النتائج عن وجود علاقة ارتباطية معنوية بين درجة استخدام الشباب الريفي المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي إجمالاً وبين قيمة القيادة، وربما يرجع ذلك إلى أن مواقع التواصل الاجتماعي تنشر بعض الدورات التدريبية للإعداد القادة، وكذلك امتلاكهم مستويات تعليمية مختلفة مكنتهم من ارتفاع مستوى القيادة لدى الأفراد وتزيد من قدرتهم على التأثير في سلوكيات الآخرين وتوجيههم نحو أفكار معينة. ويستخلص مما سبق وجود علاقة ارتباطية معنوية بين درجة استخدام الشباب الريفي لمواقع التواصل الاجتماعي إجمالاً وبين مستوى تغير قيمهم الاجتماعية المدروسة وهي: احترام كبير السن، الزواج، والقيادية.

توصيات البحث

١. نظراً لما أظهرته النتائج من انخفاض استخدام الشباب الريفي لمواقع التواصل الاجتماعي يجب عمل ندوات إرشادية لتوعيتهم بأهمية استخدام مواقع التواصل في جميع مجالات الحياة المختلفة بشكل إيجابي.
٢. نظراً لما أظهرته النتائج من وجود علاقة ارتباطية طردية بين درجة استخدام الشباب الريفي المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي وبين قيمة واحترام كبير السن، والزواج، والقيادية، فإن البحث يوصي بضرورة أن مواقع تتضمن هذه المواقع معلومات تحت على زيادة التمسك بهذه القيم.
٣. ضرورة إجراء دراسات مستقبلية تقيس أثر التحولات المجتمعية الأخرى غير مواقع التواصل الاجتماعي على القيم الاجتماعية المدروسة.

قائمة المراجع

أولاً: المراجع العربية

الحسيني، عزي (٢٠١٣)، الأسرة ودورها في تنمية القيم الاجتماعية لدى الطفل في مرحلة الطفولة المتأخرة: دراسة ميدانية لعينة من تلاميذ السنة الخامسة ابتدائي بمدينة بوسعادة، رسالة ماجستير علم النفس الاجتماعي، كلية العلوم الانسانية والاجتماعية، جامعة مولود معمري، الجزائر.

الدقس، محمد (٢٠٠٥)، التغيير الاجتماعي بين النظرية

- الريفي بمحافظة المنوفية، رسالة دكتوراة، كلية الزراعة،
جامعة المنوفية، جمهورية مصر العربية.
معهد أبحاث السياسات الاقتصادية الفلسطيني (٢٠٠٥)،
المراقب الاجتماعي، رام الله، فلسطين، العدد ٣.
- عبدالحمد، زينب، ووسام القصاص، (٢٠١٥) دراسة مقارنة
لبعض القيم الاجتماعية لفئات عمرية مختلفة بمحافظة
المنيا (دراسة حالة)، مجلة الاقتصاد الزراعي والعلوم
الاجتماعية، كلية الزراعة، جامعة المنصورة، جمهورية
مصر العربية، العدد ٦، ص ص ٩٣٩-٩٥٤.
- وهدان، نادرة، زينبات طلبة، عزيزة عبدالرازق، مني دسوقي،
ماجدة إمام، الخصائص السكانية وانعكاسها على القيم
الاجتماعية، معهد التخطيط القومي، بدون سنة نشر،
القاهرة، جمهورية مصر العربية.

ثانياً: المراجع الإنجليزية

- Roos, F. (1977), *Human Needs and Politics*,
Pergamon Press, United Kingdom.
- Krejcie, V. and Morgan D. W. (1970),
"Determining sample size for research
activities", *Educational and Psychological
Measurement*, Vol. 30, pp. 607–610.