

القيم الاجتماعية وعلاقتها باستخدام مواقع التواصل الاجتماعي لدى الشباب الريفي بمحافظة أسيوط

حازم محمد أبو يحيى الخشاب*

* قسم الإقتصاد والإرشاد الزراعي (تخصص إجتماع ريفي)، كلية التكنولوجيا والتنمية، جامعة الزقازيق، مصر
* Corresponding author e-mail: Hazemelkhashab2016@gmail.com

الملخص:

استهدفت الدراسة التعرف على درجة الاسهام النسبي لبعض المتغيرات المستقلة المدروسة ذات الارتباط المعنوي مجتمعة في تفسير جزء من التباين الكلي لدرجة تمسك الشباب بالقيم الاجتماعية ببعض المراكز الريفية محل الدراسة بمحافظة أسيوط، واتبعت الدراسة المنهج الوصفي، حيث أجريت الدراسة في محافظة أسيوط وذلك في منطقتين، الأولى منطقة أسيوط لكونها المنطقة الأعلى في تعداد الشباب، والثانية منطقة الغنايم لكونها المنطقة الأقل في تعداد الشباب، وقد تم اختيار العينة في عدد قوامه 383 شاب تم تحديده باستخدام معادلة ستيفن ثامبسون، وقد تم جمع الاستبيانات عن طريق المقابلة الشخصية بطريقة العينة العرضية متعددة المراحل وهي احد أنواع المعاينة العشوائية البسيطة بالمنطقتين خلال شهرى يناير وفبراير لعام 2023، وتم تحليل بيانات البحث بواسطة التكرار والنسب المئوية، كما استخدم معامل ارتباط بيرسون، وأسلوب التحليل الارتباطي والاتحداري المتعدد التدريجي الصاعد، ومن أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة: أن هناك 4 متغيرات مستقلة أسهموا مجتمعون إسهاما معنويا في تفسير التباين الكلي في الدرجة الكلية للقيم الاجتماعية، حيث بلغت قيمة معامل التحديد لهذه العلاقة 0.347 وبلغت قيمة "ف" المحسوبة 12.948 وهي معنوية عند مستوى 0.01، وهذا يعني أن هذه المتغيرات تفسر حوالي 34.7% من التباين الكلي في المتغير التابع، ويمكن تحديد الإسهام النسبي لكل منها على التوالي: عدد أفراد الأسرة وبلغت نسبة إسهامه (12.1%) وإجمالي الدوافع الاقتصادية وبلغت نسبة إسهام هذا المتغير (10.4%)، وإجمالي الدوافع السياسية وبلغت نسبة إسهام هذا المتغير (7.4%)، وإجمالي الدوافع الشخصية وكانت اسهامها سالبا حيث بلغت نسبة إسهام هذا المتغير (2.7%) وقد أوصت الدراسة: لا بد على المؤسسات الحكومية وبالأخص المؤسسات الخاصة بالتعامل مع الشباب التركيز على معالجة الشعور بالاعتراب لدى شباب الريف لما له من ارتباط إيجابي معنوي بقيمة الطموح وارتباط سلبي بقيمة احترام كبار السن. ويمكن تحقيق ذلك من خلال خلق المزيد من الفرص لتعزيز الشعور بالانتماء في المجتمعات الريفية. ولا بد على المؤسسات الاقتصادية معالجة الدوافع الاقتصادية والسياسية لما لها من ارتباط إيجابي معنوي بقيمة الطموح والقيم الاجتماعية. ويمكن تحقيق ذلك من خلال تعزيز الاستقرار الاقتصادي والسياسي في المناطق الريفية من خلال خلق فرص العمل والتدريب وتطوير البنية التحتية.

الكلمات الإسترشادية: دوافع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، الشباب الريفي، القيم الاجتماعية، محافظة أسيوط.

المقدمة والمشكلة البحثية

أصبحت التقنيات ومنها مواقع التواصل الاجتماعي جزءاً لا يتجزأ من الحياة اليومية لملايين الشباب حول العالم. وفقاً للإحصاءات الحديثة، حيث يستخدم ما يقرب من 90% من الشباب الذين تتراوح أعمارهم بين 18 و29 عاماً وسائل التواصل الاجتماعي، وأصبحت هذه المنصات وسيلة أساسية للتواصل والتنشئة الاجتماعية والترفيه لهذه المجموعة الديموغرافية (Owusu-Acheaw & Larson, 2015). بينما تقدم خدمات الشبكات الاجتماعية العديد من الفوائد، بما في ذلك القدرة على التواصل مع الآخرين ومشاركة المعلومات، فإنها تمثل أيضاً العديد من التحديات، لا سيما من حيث تأثيرها على التزام الشباب بالقيم الاجتماعية. والدوافع الكامنة وراء استخدام الشباب لوسائل التواصل الاجتماعي متنوعة ومعقدة. يستخدم العديد من الشباب هذه المنصات للبقاء على اتصال مع الأصدقاء والعائلة، ومشاركة تجاربهم الشخصية، والسعي إلى التحقق من الصحة وردود الفعل من أقرانهم (Boyd & Ellison, 2007). وتقدم مواقع التواصل الاجتماعي أيضاً للشباب إحساساً بالهوية والتعبير عن الذات، مما يسمح لهم بتقديم أنفسهم بطرق تتوافق مع شخصياتهم واهتماماتهم (الغازمي، 2017). والدافع الرئيسي الآخر لاستخدام الشباب لخدمات التواصل الاجتماعي هو الترفيه. تقدم هذه المنصات مجموعة من الميزات، مثل الألعاب ومقاطع الفيديو والموسيقى، والتي يمكن أن تساعد الشباب على قضاء الوقت وتخفيف الملل (محمود، 2020). بالإضافة إلى ذلك، يمكن أن تكون وسائل التواصل الاجتماعي بمثابة مصدر للأخبار والمعلومات، خاصة للشباب الذين قد لا يستهلكون وسائل الإعلام الإخبارية التقليدية (غندر، 2016). ومع ذلك، هناك أيضاً دوافع سلبية محتملة لاستخدام الشباب لوسائل التواصل الاجتماعي، مثل السعي وراء الاهتمام أو الوضع الاجتماعي أو التحقق من الصحة. قد يستخدم الشباب أيضاً وسائل التواصل الاجتماعي كوسيلة للهروب من مشاكل العالم الحقيقي أو للانخراط في سلوكيات محفوفة بالمخاطر (الصالحى، 2019). ويعد فهم هذه الدوافع أمراً بالغ الأهمية لاستكشاف تأثير استخدام وسائل التواصل الاجتماعي على التزام الشباب بالقيم الاجتماعية، حيث يشير إلى استعداد الشخص لاتباع الأعراف والتوقعات المجتمعية في سلوكه ومواقفه بالنسبة للشباب، ويعتبر التمسك بالقيم الاجتماعية أمراً مهماً بشكل خاص، حيث لا يزالون في طور تطوير هوياتهم وتشكيل فهمهم للصواب والخطأ (Dempsey et al., 2018). ويمكن أن تختلف القيم الاجتماعية حسب الثقافة، لكنها تشمل عموماً مبادئ مثل الصدق والاحترام والمسؤولية. وأظهرت الدراسات أن تمسك الشباب بالقيم الاجتماعية يمكن أن يتأثر بمجموعة من العوامل، بما في ذلك العلاقات الأسرية والأقران، والخبرات المدرسية، والتعرض لوسائل الإعلام (Nesi et al., 2021). وتم تحديد مواقع التواصل الاجتماعي أيضاً كعامل محتمل في تشكيل التزام الشباب بالقيم الاجتماعية، نظراً لتأثيرها على التفاعلات الاجتماعية وتبادل المعلومات. حيث يمكن أن يكون للدوافع الكامنة وراء استخدام الشباب لوسائل التواصل الاجتماعي تأثير كبير على التزامهم بالقيم الاجتماعية. على سبيل المثال، إذا كان الدافع الأساسي للشباب هو الرغبة في جذب الانتباه أو التحقق من الصحة، فقد ينخرطون في سلوكيات لا تتوافق مع القيم الاجتماعية، مثل مشاركة محتوى غير لائق أو التنمر عبر الإنترنت (Boyd & Ellison, 2007). من ناحية أخرى، إذا كان الشباب مدفوعين بالرغبة في التواصل مع الآخرين ومشاركة المعلومات، فقد يكونون أكثر ميلاً للانخراط في سلوكيات إيجابية، مثل

دعم أقرانهم وتعزيز القضايا الاجتماعية (زكى وحلمي، 2020). لذلك فإن فهم هذه الدوافع أمر بالغ الأهمية لفهم تأثير استخدام وسائل التواصل الاجتماعي على تمسك الشباب بالقيم الاجتماعية. بينما كان هناك قدر كبير من البحث حول استخدام الشباب لوسائل التواصل الاجتماعي وتأثيرها على القيم الاجتماعية في السياقات الغربية، لا يُعرف سوى القليل نسبياً عن هذه الظاهرة في السياقات غير الغربية. في مصر أصبحت وسائل التواصل الاجتماعي تحظى بشعبية متزايدة بين الشباب في السنوات الأخيرة، مع ما يقدر بنحو 45 مليون مستخدم للفيديو في البلاد اعتباراً من عام 2021 (Statista, 2021). ومع ذلك، فإن الدوافع الكامنة وراء استخدام الشباب لوسائل التواصل الاجتماعي في مصر قد تختلف عن تلك الموجودة في السياقات الغربية، وقد يكون تأثيرها على الالتزام بالقيم الاجتماعية فريداً أيضاً. على سبيل المثال، في دراسة عن استخدام الشباب المصري للفيديو، وجد (بركات وآخرون، 2020) أن الشباب كانوا مدفوعين بالرغبة في التواصل مع أقرانهم والبحث عن الترفيه، ولكن أيضاً للتعبير عن آرائهم السياسية والانخراط في الأنشطة الاجتماعية فيما يتعلق بالالتزام بالقيم الاجتماعية، وتشير الأبحاث إلى أن الشباب المصري قد يركز بشدة على قيم الأسرة والدين والوئام الاجتماعي (العمرى، 2018). ومع ذلك، قد تمثل مواقع التواصل الاجتماعي أيضاً تحديات لهذه القيم، لا سيما فيما يتعلق بمشاركة المحتوى الذي يعتبر غير مناسب أو مسيء. وفي صعيد مصر وعلى وجه الخصوص أسيوط، قد تشكل الدوافع الكامنة وراء استخدام الشباب لوسائل التواصل الاجتماعي وتأثيرها على الالتزام بالقيم الاجتماعية من خلال العوامل الثقافية والاجتماعية والاقتصادية المحلية. على سبيل المثال، أظهرت الأبحاث أن الشباب في صعيد مصر قد يكونون أكثر عرضة لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي كوسيلة للهروب من التحديات الاجتماعية والاقتصادية، مثل الفقر والبطالة (مصطفى، 2016). بالإضافة إلى ذلك، قد تؤثر العوامل الثقافية مثل معايير وتوقعات النوع الاجتماعي على استخدام الشباب لوسائل التواصل الاجتماعي والتزامهم بالقيم الاجتماعية في أسيوط. على سبيل المثال، أظهرت الأبحاث أن الشباب في أسيوط قد يواجهون تحديات خاصة في استخدام وسائل التواصل الاجتماعي بسبب التوقعات المجتمعية حول التواضع والسلوك المناسب (نوفل وآخرون، 2018). وإن فهم الدوافع الكامنة وراء استخدام الشباب لوسائل التواصل الاجتماعي وتأثيرها على الالتزام بالقيم الاجتماعية في صعيد مصر، ولا سيما أسيوط، أمر بالغ الأهمية لتطوير تدخلات وسياسات فعالة لدعم التنمية الإيجابية للشباب ورفاهيتهم.

المشكلة البحثية:

تسعى الدراسة إلى معالجة التوتر المحتمل بين استخدام الشباب لوسائل التواصل الاجتماعي والقيم الاجتماعية التقليدية المتأصلة بعمق في المجتمع المصري. والدافع وراء الدراسة هو حقيقة أن وسائل التواصل الاجتماعي أصبحت وسيلة تواصل شعبية متزايدة بين الشباب في مصر، وخاصة في المناطق الريفية مثل ريف محافظة أسيوط (Mohamed Ahmed, 2020; Mohamed et al., 2018). ومع ذلك، تؤكد القيم الاجتماعية التقليدية في مصر على التواضع واحترام السلطة والأدوار المحافظة للجنسين (Williams, 2014)، والتي قد تتعارض مع الأعراف والسلوكيات السائدة على مواقع التواصل الاجتماعي (Dunne et al., 2010). أيضاً تسعى الدراسة إلى فحص كيفية تعامل الشباب في مصر مع هذا التوتر وما إذا كان استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي له تأثير إيجابي أو سلبي على

تمسكهم بالقيم الاجتماعية. ومن المشاكل الرئيسية التي تسعى الدراسة إلى معالجتها هي إمكانية استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لتؤدي إلى تراجع الالتزام بالقيم الاجتماعية التقليدية بين الشباب في مصر. أظهرت الأبحاث السابقة أن استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية يمكن أن يؤدي إلى مجموعة متنوعة من النتائج السلبية، بما في ذلك زيادة التمر عبر الإنترنت، وانخفاض التواصل وجهًا لوجه، وانخفاض الأداء الأكاديمي (Kirschner & Karpinski, 2010; Li, Barnett, & Men, 2013; Tsitsika et al., 2014). ومع ذلك، لا يُعرف الكثير عن التأثير المحدد لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي على الالتزام بالقيم الاجتماعية التقليدية في مصر، لا سيما في المناطق الريفية مثل ريف محافظة أسيوط. بالإضافة إلى ذلك، تسعى الدراسة إلى استكشاف الدوافع الكامنة وراء استخدام الشباب لمواقع التواصل الاجتماعي في مصر. حدد البحث السابق مجموعة متنوعة من الأسباب التي تجعل الشباب يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي، بما في ذلك التواصل الاجتماعي مع الأصدقاء والبحث عن الترفيه والتعبير عن الذات (Pempek et al., 2009; Ryan & Xenos, 2011). ومع ذلك، ليس من الواضح ما إذا كانت هذه الدوافع هي نفسها في مصر، حيث قد تختلف المعايير الاجتماعية والثقافية عن تلك الموجودة في البلدان الأخرى. ووفقًا للمشكلة البحثية فإن الدراسة قد تم بناؤها على عدة تساؤلات على النحو التالي: ماهي دوافع استخدام الشباب لمواقع التواصل الاجتماعي ببعض المراكز الريفية محل الدراسة بمحافظة أسيوط؟ وما درجة تمسك الشباب بالقيم الاجتماعية ببعض المراكز الريفية محل الدراسة بمحافظة أسيوط؟ وهل يوجد علاقة لبعض المتغيرات المستقلة المدروسة بالتمسك بالقيم الاجتماعية ببعض المراكز الريفية محل الدراسة بمحافظة أسيوط؟ وما هي درجة الإسهام النسبي لبعض المتغيرات المستقلة المدروسة ذات الارتباط المعنوي مجتمعة في تفسير جزء من التباين الكلي لدرجة تمسك الشباب بالقيم الاجتماعية ببعض المراكز الريفية محل الدراسة بمحافظة أسيوط؟

أهداف البحث:

وفقًا للمشكلة البحثية فإن البحث يهدف إلى ما يلي:

- 1- التعرف على دوافع استخدام الشباب لمواقع التواصل الاجتماعي ببعض المراكز الريفية محل الدراسة بمحافظة أسيوط.
- 2- تحديد درجة تمسك الشباب بالقيم الاجتماعية ببعض المراكز الريفية محل الدراسة بمحافظة أسيوط.
- 3- دراسة علاقة بعض المتغيرات المستقلة المدروسة بالتمسك بالقيم الاجتماعية ببعض المراكز الريفية محل الدراسة بمحافظة أسيوط.
- 4- التعرف على درجة الإسهام النسبي لبعض المتغيرات المستقلة المدروسة ذات الارتباط المعنوي مجتمعة في تفسير جزء من التباين الكلي لدرجة تمسك الشباب بالقيم الاجتماعية ببعض المراكز الريفية محل الدراسة بمحافظة أسيوط.

الإطار النظري والدراسات السابقة:

أولاً: الإطار النظري:

تكون الإطار النظري للبحث من عدة محاور على النحو التالي:

مصطلحات الدراسة:

من اهم مصطلحات الدراسة على النحو التالي:

مفهوم الدافع:

عرف (Kanfer, 1990) الدافع بأنه "مجموعة من القوى النشطة التي تنشأ داخل وخارج كيان الفرد، لبدء السلوك المرتبط بالعمل، ولتحديد شكله واتجاهه وكثافته ومدته" كما أشار كل من (Ryan & Deci, 2000) الى ان الدافع هو "العمليات التي تنشط السلوك وتوجهه وتحافظ عليه" وعرفه (Vansteenkiste et al., 2021) بأنه "بناء متعدد الأوجه يشمل مجموعة من العوامل النفسية التي تحدد درجة الجهد الذي يرغب الناس في إنفاقه في السعي لتحقيق هدف أو مهمة معينة". ويمكن تعريف الدافع في المجتمع المصري بأنه قوة دافعة تدفع الأفراد إلى العمل وتحقيق أهدافهم وتلبية احتياجاتهم ورغباتهم. قد يتأثر الدافع في أسبوط بعوامل مثل توقعات الأسرة والأعراف الاجتماعية والفرص الاقتصادية. يمكن تسخيرها ودعمها من خلال مجموعة متنوعة من التدخلات، مثل برامج التعليم والتدريب والتوجيه وشبكات الدعم الاجتماعي.

مفهوم الشباب:

"يشير مفهوم الشباب إلى فترة من الحياة تتميز بالنمو الجسدي والمعرفي والعاطفي والاجتماعي السريع واكتساب أدوار ومسؤوليات جديدة في المجتمع" (Arnett, 2000). كما عرفه (Lerner & Steinberg, 2009) بأنه "مرحلة من الحياة تتميز بتطور الهوية، واستكشاف الأدوار والعلاقات الجديدة، واكتساب المهارات والكفاءات اللازمة لحياة الكبار" كما عرفه (Furstenberg, 2010) بأنه "بناء اجتماعي ثقافي يقع تاريخياً وثقافياً، ويختلف وفقاً للتعريفات الثقافية للطفولة والمراهقة والشباب". ووفقاً لما سبق يتميز مفهوم الشباب في المجتمع المصري بفترة انتقال من الطفولة إلى مرحلة البلوغ، بما ينطوي عليه من تحديات وفرص فريدة. قد يواجه الشباب في أسبوط تحديات تتعلق بالحصول على التعليم والتوظيف، وفرص محدودة للمشاركة المدنية، والأدوار التقليدية للجنسين. ومع ذلك، يمكنهم أيضاً الوصول إلى الشبكات الاجتماعية وأنظمة الدعم التي يمكن أن تساعدهم في التغلب على هذه التحديات والاستفادة من الفرص الجديدة.

مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي:

ذكر (Boyd & Ellison, 2007) بأن موقع التواصل الاجتماعي "عبارة عن نظام أساسي على الإنترنت يتيح للمستخدمين إنشاء ملف تعريف عام والتفاعل مع مستخدمين آخرين على موقع الويب. تتيح مواقع الشبكات الاجتماعية عادةً للمستخدمين التواصل مع الأصدقاء والعائلة والمعارف التي يعرفونها بالفعل في الحياة الواقعية، كذلك لمقابلة أشخاص جدد لهم نفس الاهتمامات" كما عرف (Ellison et al., 2011) موقع التواصل الاجتماعي بأنه "عبارة عن منصات على الإنترنت تسهل إنشاء وصيانة الروابط الاجتماعية بين الأفراد، والتي غالباً ما تستند إلى الاهتمامات أو الخلفيات أو الأنشطة المشتركة. يمكن أن تتخذ هذه الاتصالات أشكالاً عديدة، بما في ذلك الصداقة والعلاقات الرومانسية والتعاون المهني وتبادل المعلومات". كما عرفها (Dwyer, et al., 2007) بأنها "عبارة عن منصات تتيح للمستخدمين إنشاء محتوى ومشاركته والمشاركة في محادثات عبر الإنترنت وتطوير اتصالات عبر الإنترنت مع مستخدمين آخرين. ويمكن استخدام هذه المواقع لمجموعة متنوعة من الأغراض، بما في ذلك التواصل الاجتماعي والترفيه واستهلاك

الأخبار والشبكات المهنية". ويمكن تعريف موقع الشبكات الاجتماعية على أنه منصة عبر الإنترنت حيث يمكن للمستخدمين إنشاء ملف تعريف عام، والتفاعل مع مستخدمين آخرين، والتواصل مع الأصدقاء والعائلة والمعارف التي يعرفونها بالفعل في الحياة الواقعية أو التعرف على أشخاص جدد من نفس النوع. في سياق المجتمع المصري، قد تكون مواقع التواصل الاجتماعي بمثابة وسيلة للأفراد للتواصل مع الآخرين، وتبادل المعلومات، وتشكيل مجتمعات على الإنترنت قد لا يمكن الوصول إليها بسهولة في بيئتهم المادية المباشرة. ومع ذلك، قد تؤثر الأعراف الاجتماعية والثقافية على كيفية استخدام الأشخاص لهذه المواقع، بما في ذلك الأشخاص الذين يتصلون بهم وأنواع المعلومات التي يشاركونها.

مفهوم القيم الاجتماعية:

عرف (Schwartz & Bilsky, 1990) القيم الاجتماعية بأنها "المعتقدات والمعايير والمواقف التي يتبناها الناس حول ما هو مرغوب فيه ومهم وصحيح أو خطأ أخلاقياً في المجتمع" كما ذكر (Ronald & Welzel, 2005) ان القيم الاجتماعية "تعكس التراث الثقافي والتاريخي المشترك لمجموعة أو مجتمع، وتعمل كأساس للتكامل الاجتماعي وتشكيل الهوية". بينما عرفها (Minkov, 2012) بأنها "مفاهيم أساسية تحدد الطريقة التي يتخذ بها الأفراد والجماعات القرارات وحل المشكلات وحل النزاعات في المجتمع". ووفقاً لما سبق يمكن تعريف القيم الاجتماعية وفقاً للمجتمع المصري على أنها مجموعة من المعتقدات والأعراف والعادات والتقاليد التي تشكل طريقة تصرف الناس وتفاعلهم وفهمهم لعالمهم. تعكس هذه القيم التراث التاريخي والثقافي والديني للمجتمع وتشمل قيماً مثل الضيافة واحترام كبار السن وولاء الأسرة وأهمية التعليم.

دوافع استخدام الشباب لمواقع التواصل الاجتماعي:

فيما يلي بعض الدوافع الشائعة لاستخدام الشباب لمواقع التواصل الاجتماعي وبعض المراجع لدعمهم:

الدوافع الاجتماعية: قد يستخدم الشباب مواقع الشبكات الاجتماعية للتواصل والتواصل مع الآخرين، والحفاظ على العلاقات وتقويتها، وتوسيع شبكاتهم الاجتماعية. تشمل الدوافع الاجتماعية أيضاً السعي للحصول على الدعم الاجتماعي والترفيه والشعور بالانتماء والهوية الاجتماعية في الدراسة بناء على ما يلي:

1- إنشاء علاقات اجتماعية جديدة: يمكن لمواقع الشبكات الاجتماعية أن توفر منصة للشباب للتواصل والتواصل مع الآخرين، والتعرف على أشخاص جدد، وتوسيع شبكاتهم الاجتماعية.
2- التواصل مع العائلة والأقارب: قد يستخدم الشباب مواقع التواصل الاجتماعي للبقاء على اتصال مع العائلة والأقارب الذين يعيشون بعيداً أو الذين لا يروهم كثيراً. يمكن أن تساعدهم مواقع التواصل الاجتماعي في الحفاظ على العلاقات مع أحبائهم وتعزيزها.
3- المعرفة بالأخبار السياسية والاقتصادية والتقنية: يمكن لمواقع الشبكات الاجتماعية أن توفر للشباب إمكانية الوصول إلى مجموعة واسعة من المعلومات، بما في ذلك الأخبار المتعلقة بالسياسة والاقتصاد والتكنولوجيا. يمكن أن يساعدهم هذا في البقاء على اطلاع دائم بالأحداث والاتجاهات الحالية.

4- تحقيق الإشباع العاطفي بالنسبة لي: قد يستخدم الشباب مواقع التواصل الاجتماعي للتعبير عن مشاعرهم ومشاعرهم وطلب الدعم الاجتماعي ومشاركة تجاربهم مع الآخرين. يمكن

- لمواقع التواصل الاجتماعي أن تمددهم بالشعور بالانتماء والتواصل، وتساعدهم على تحقيق الإشباع العاطفي.
- 5- تعلم أفكار ومعلومات جديدة: يمكن أن تكون مواقع التواصل الاجتماعي مصدرًا للمعلومات والمعرفة، مما يسمح للشباب بالتعرف على الأفكار والمفاهيم الجديدة، وتوسيع آفاقهم.
- 6- تعرف على عادات وتقاليد بعض الشعوب: يمكن لمواقع التواصل الاجتماعي أن تربط الشباب بأفراد من ثقافات وخلفيات مختلفة، وتوفر لهم فرصة للتعرف على عاداتهم وتقاليدهم، وتوسيع آفاقهم.
- 7- متابعة البرامج الدينية والبرامج الحوارية: يمكن لمواقع التواصل الاجتماعي أن توفر للشباب إمكانية الوصول إلى البرامج الدينية والبرامج الحوارية، مما يسمح لهم بمتابعة المتحدثين المفضلين لديهم ومعرفة المزيد عن دينهم.
- الدوافع الاقتصادية:** قد يستخدم الشباب مواقع الشبكات الاجتماعية للوصول إلى المعلومات والموارد المتعلقة بالتعليم والتوظيف والتطوير الوظيفي. يمكن أن تعمل مواقع الشبكات الاجتماعية أيضًا كمنصات للتسويق وريادة الأعمال (Ragnedda & Muschert, 2013). وقد تم قياس الدوافع الاقتصادية في الدراسة بناء على ما يلي:
- 1- الترويج للتجارة الخاصة والإعلان عنها: يمكن لمواقع التواصل الاجتماعي أن تزود الشباب بمنصة للترويج والإعلان عن تجارتهم الخاصة، سواء كانت تباع منتجات أو خدمات. يمكن أن يساعد ذلك في الوصول إلى جمهور أوسع وربما زيادة مبيعاتهم أو قاعدة عملائهم.
- 2- في شؤون الدراسة والأغراض الأكاديمية: يمكن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي للأغراض الأكاديمية مثل التواصل مع الطلاب الآخرين، ومشاركة المواد الدراسية، ومناقشة الموضوعات الأكاديمية.
- 3- تحقيق الرضا المعرفي بالنسبة لي خارج تخصصي الأكاديمي: قد يستخدم الشباب مواقع التواصل الاجتماعي لتعلم مهارات جديدة أو استكشاف الموضوعات التي تهمهم خارج تخصصهم الأكاديمي. يمكن تحقيق ذلك من خلال الانضمام إلى مجموعات أو مجتمعات مخصصة لاهتمامات أو هوايات محددة.
- 4- البحث عن فرص عمل في بعض البلدان: يمكن لمواقع التواصل الاجتماعي أن توفر للشباب إمكانية الوصول إلى الوظائف الشاغرة وفرص التواصل، مما يسمح لهم بالبحث عن فرص عمل في بلدان أخرى وإمكانية العثور على فرص عمل دولية.
- 5- شراء المنتجات من الإنترنت: يمكن أيضًا استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية لأغراض التجارة الإلكترونية، مما يسمح للشباب بشراء المنتجات من المتاجر عبر الإنترنت والشركات التي تعمل على منصة الشبكات الاجتماعية.
- الدوافع الشخصية:** قد يستخدم الشباب مواقع التواصل الاجتماعي للتعبير عن الذات وتطوير الهوية والنمو الشخصي. يمكن أن تشمل الدوافع الشخصية أيضًا البحث عن الترفيه والاسترخاء والهروب من الضغوط اليومية (Valkenburg et al., 2006; Manago et al., 2012) وقد تم قياس الدوافع الشخصية في الدراسة بناء على ما يلي:
- 1- لتقليل الشعور بالنقص: يمكن لمواقع التواصل الاجتماعي أن تزود الشباب بمنصة لعرض إنجازاتهم، مثل نشر صور لأنفسهم وهم يشاركون في الأنشطة، أو مشاركة إنجازاتهم، أو

تلقي الإجابات والتعليقات من أقرانهم. يمكن أن يساعدهم ذلك في تقليل مشاعر النقص لديهم وزيادة تقديرهم لذاتهم.

2- لإرضاء الفضول: قد يستخدم الشباب مواقع التواصل الاجتماعي لإرضاء فضولهم حول موضوع معين أو للتعرف على شيء جديد. يمكن أن توفر مواقع الشبكات الاجتماعية الوصول إلى مجموعة واسعة من المعلومات، مما يسمح لهم باستكشاف الموضوعات والتعرف على وجهات نظر مختلفة.

3- لمعرفة مكان إقامة الأنشطة والاجتماعات: يمكن لمواقع التواصل الاجتماعي تزويد الشباب بمعلومات حول الأحداث والأنشطة في مجتمعهم، مما يسمح لهم بالبقاء على اطلاع والمشاركة في الأنشطة الاجتماعية.

4- الترفيه: يمكن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لأغراض ترفيهية، مثل تصفح التعليقات المضحكة أو مشاهدة مقاطع الفيديو أو المشاركة في الألعاب الاجتماعية مع الأصدقاء.

5- مشاهدة الأفلام والمسلسلات: قد يستخدم الشباب مواقع التواصل الاجتماعي للوصول إلى الأفلام أو المسلسلات ومشاهدتها، إما من خلال خدمات البث المباشر أو من خلال مشاركة المحتوى مع أقرانهم.

6- تعلم طرقًا جديدة لطهي الطعام: يمكن أن تكون مواقع التواصل الاجتماعي مصدرًا للمعلومات والإلهام للشباب الذين يستمتعون بالطهي، وتزويدهم بإمكانية الوصول إلى الوصفات الجديدة، وتقنيات الطبخ، والنصائح.

7- العثور على أصدقاء الطفولة: يمكن استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية لإعادة الاتصال بأصدقاء الطفولة أو معارفهم، مما يوفر منصة لتذكر الذكريات القديمة ومواكبة حياة بعضهم البعض.

الدوافع السياسية: يمكن للشباب استخدام مواقع التواصل الاجتماعي للوصول إلى المعلومات والمشاركة في المناقشات والنشاط السياسي. يمكن لمواقع الشبكات الاجتماعية أيضًا أن تسهل التعبئة السياسية والعمل الجماعي (Bode & Dalrymple, 2018; Gil de Zúñiga et al., 2012). وقد تم قياس الدوافع السياسية في الدراسة بناء على ما يلي:

1- التعبير عن الآراء السياسية بحرية: يمكن لمواقع التواصل الاجتماعي أن تزود الشباب بمنصة للتعبير عن آرائهم السياسية بحرية، إما عن طريق نشر محتوى على ملفاتهم الشخصية أو الانخراط في مناقشات مع الآخرين حول القضايا السياسية.

2- نقل الصورة الحقيقية لظروف الدولة: قد يستخدم الشباب مواقع التواصل الاجتماعي لمشاركة المعلومات والرؤى حول الظروف السياسية والاجتماعية في بلادهم، مما يوفر تمثيلًا أكثر دقة للأحداث والقضايا مما يتم تصويره في وسائل الإعلام التقليدية.

3- المعرفة بالأحداث والأخبار العالمية: يمكن لمواقع التواصل الاجتماعي أن توفر للشباب إمكانية الوصول إلى الأخبار والأحداث العالمية، مما يسمح لهم بالبقاء على اطلاع على التطورات والاتجاهات السياسية في جميع أنحاء العالم.

القيم الاجتماعية لدى الشباب:

تعكس القيم الاجتماعية للشباب معتقداتهم ومواقفهم وسلوكياتهم، وتتشكل هذه القيم من خلال عوامل ثقافية واجتماعية واقتصادية مختلفة. وقد تم قياس القيم الاجتماعية لدى الشباب في الدراسة بناء على ما يلي:

الطموح: ومن أهم قيم الشباب الطموح المتمثل في تطلعاتهم للعمل والتعليم والاستثمار والاستقلال عن الأسرة. وتتكون من الآتي:

1- الطموح في العمل: يعبر الشباب عن طموحاتهم من خلال البحث عن فرص عمل تقدم رواتب ومزايا وفرص أفضل للتقدم الوظيفي. كما يعبرون عن رغبتهم في العمل في القطاع الزراعي والسياسة وتعلم مهارات جديدة غير متوفرة في بلدانهم. وفقاً لـ **Judge and Bono, 2001** ، يرتبط الطموح بشكل إيجابي بالأداء الوظيفي والنجاح الوظيفي، ويتأثر بكل من العوامل الفردية والظرفية.

2- الطموح في التعليم: يعبر الشباب عن طموحاتهم بالبحث عن فرص لاكتساب معارف ومهارات ومؤهلات جديدة من شأنها تعزيز قدراتهم العلمية والفكرية. كما يعبرون عن استعدادهم للتغلب على العقبات والتحديات التي قد تعيق تقدمهم الأكاديمي. وفقاً لـ **Dees & Anderson, 2003** ، يرتبط الطموح الأكاديمي بشكل إيجابي بالتحصيل الأكاديمي والرفاهية، ويتأثر بالعوامل الفردية والاجتماعية والبيئية.

3- طموح الاستثمار: يعبر الشباب عن طموحاتهم من خلال البحث عن فرص لاستثمار أموالهم في مختلف المجالات، مثل الزراعة والعقارات والتجارة. كما يعبرون عن استعدادهم لتحمل المخاطر وتعلم مهارات جديدة يمكن أن تعزز معرفتهم المالية وقدراتهم على تنظيم المشاريع. وفقاً لـ **Dees & Anderson, 2003** ، يرتبط الطموح الريادي ارتباطاً إيجابياً بأداء الأعمال والابتكار، ويتأثر بالعوامل الفردية والاجتماعية والثقافية.

4- الاستقلال عن الأسرة: يعبر الشباب عن طموحاتهم من خلال البحث عن فرص للعيش بشكل مستقل عن عائلاتهم، واتخاذ قراراتهم الخاصة، والسعي وراء أهدافهم وأحلامهم. كما يعبرون عن رغبتهم في تأكيد استقلاليتهم وهويتهم، حتى لو تعارضت مع قيم وتوقعات عائلاتهم. وفقاً لـ **Judge and Bono, 2001**، يعد الاستقلال جانباً مهماً لتطور المراهقين، ويتأثر بالعوامل الفردية والعائلية والثقافية.

قيمة احترام كبير السن: يمكن ملاحظة القيم الاجتماعية للشباب، وتحديدًا في قيمة احترام كبار السن، من خلال الممارسات التالية:

1- احترام كبار السن على أساس أعمارهم: تتضمن هذه الممارسة إظهار الاحترام تجاه كبار السن والاعتراف بتجاربتهم الحياتية. ويشمل طلب المشورة من كبار السن بشأن الأمور المهمة، حتى لو كان يُنظر إليهم على أنهم عفا عليهم الزمن أو غير ذي صلة. تتضمن هذه الممارسة أيضًا إظهار احترام وطاعة كبيرين للمسنين، مع الأخذ في الاعتبار موقعهم كعضو حيوي في المجتمع. هذه القيمة متأصلة بعمق في العديد من الثقافات ويُنظر إليها على أنها مسؤولية مقدسة (**Ha & Park, 2022**).

2- أفضلية تقديم كبار السن: تتضمن هذه الممارسة إعطاء الأولوية لراحة ورفاهية الأفراد الأكبر سنًا، مثل منحهم أفضل مقعد أو تزويدهم بالمساعدة في مهامهم اليومية. كما يشمل التحلي بضبط النفس والاحترام، مثل الامتناع عن التدخين أمام كبار السن أو الابتعاد عن اللغة المبتذلة. بالإضافة إلى ذلك، في بعض الثقافات، من الشائع أن يقوم جيل الشباب بتعريف أفراد الأسرة الأكبر سنًا خلال المناسبات الاجتماعية المهمة (**Daatland & Lowenstein, 2005**).

قيمة الزواج: يمكن ملاحظة القيم الاجتماعية للشباب، وتحديدًا في سياق الزواج، من خلال الممارسات التالية:

- 1- احترام السنة في الزواج: تتضمن هذه الممارسة الاقتداء بالنبي محمد وتقييم الزواج المبكر كوسيلة للحفاظ على النزاهة الأخلاقية وتجنب الإغراء. كما يُنظر إليه على أنه وسيلة لتوفير الحماية والدعم للفتيات الصغيرات. ومع ذلك، هناك أيضًا اعتراف بأن الزواج المبكر يمكن أن يكون خطأ، وأنه من المهم الموازنة بين الفوائد والمخاطر (Abdurauf,2016).
 - 2- إنجاب الأطفال: تتضمن هذه الممارسة تقييم دور الأطفال في الأسرة، من حيث دعمهم العاطفي ومساهماتهم في وضع الأسرة ومعيشتهم. من الشائع في بعض الثقافات إعطاء قيمة عالية لإنجاب العديد من الأطفال، حيث يُنظر إلى ذلك على أنه وسيلة لزيادة المكانة الاجتماعية للفرد وتوفير دعم إضافي للأسرة. ومع ذلك، هناك أيضًا اعتراف بأن إنجاب الكثير من الأطفال يمكن أن يكون عبئًا (Knodel et al.,1984).
 - 3- الأطفال كمصدر للدخل: تتضمن هذه الممارسة تقييم مساهمة الأطفال في الرفاه المالي للأسرة، غالبًا من خلال عملهم. قد يشمل ذلك عمل الأطفال مع والديهم في الزراعة أو الصناعات الأخرى، أو حتى السفر إلى بلدان أخرى للعمل. ومع ذلك، هناك أيضًا اعتراف بأن هذا يمكن أن يكون استغلاليًا وأنه من المهم ضمان عدم إجبار الأطفال على العمل ضد إرادتهم (International Labour Organization,2017).
- قيمة التعاون:** تركز القيم الاجتماعية للشباب الواردة في النص التالي على قيمة التعاون. ويشمل ذلك التعاون في العمل الزراعي، والتعاون في المناسبات، والتعاون في العمل الخيري.
- 1- التعاون في العمل الزراعي: تتجلى قيمة التعاون في العمل الزراعي من خلال استعداد الشباب للعمل مع جيرانهم في الأنشطة الزراعية، فضلاً عن تبادل الأدوات والمعدات الزراعية. وهذا لا يساعد في تقليل إجهاد العمل الزراعي فحسب، بل يعزز أيضًا الإحساس بالانتماء للمجتمع بين الجيران (Al-Monitor,2021).
 - 2- التعاون في المناسبات: يشمل التعاون في المناسبات تبادل التهاني والتهنئة مع القرويين في المناسبات الخاصة، بالإضافة إلى إظهار الدعم والرعاية لأفراد المجتمع المرضى. تشمل هذه القيمة أيضًا مساعدة القرويين في أوقات الشدة ومشاركة الأدوات المنزلية في المناسبات. تساعد هذه الإجراءات في بناء علاقات أقوى وإحساس بالتضامن داخل المجتمع (Daily News Egypt,2016).
 - 3- التعاون للعمل الخيري: التعاون في العمل الخيري ينطوي على استعداد الشباب للمساهمة في الجمعيات التعاونية الزراعية والمشاركة في المنظمات غير الحكومية. يعمل بعض الشباب أيضًا في مجالس إدارة هذه الجمعيات. في حين أن بعض الأفراد قد يجدون العمل الخيري متعبًا ويختارون عدم المشاركة، يرى العديد من الشباب أنه وسيلة لإحداث تأثير إيجابي على مجتمعهم (Egypt Today,2022).
- قيمة القيادة:** القيادة عنصر أساسي في القيم الاجتماعية بين الشباب. إنه ينطوي على القدرة على التأثير وإلهام الآخرين نحو هدف مشترك. في سياق الموجه، يمكن تقسيم قيمة القيادة إلى فئتين: الوضع الاجتماعي وتحقيق الهدف.
- 1- الحالة الاجتماعية: استكشفت دراسة أجرتها (Sigenu & Mjimba,2020) دور قيادة الشباب في تنمية المجتمع. كشفت النتائج أن القادة الشباب الذين تم الاعتراف بقدرتهم على حل المشكلات، وتعبئة أفراد المجتمع، وتقديم التوجيه قد تم احترامهم وتقديرهم من قبل أقرانهم وأفراد المجتمع.

2- تحقيق الهدف: درست دراسة أجراها (Giorgino & Giordano, 2018) دور القيادة في تحقيق الأهداف التنظيمية. أشارت النتائج إلى أن القادة الفعالين يظهرون الصبر والمثابرة والتصميم في السعي لتحقيق أهدافهم. كما أنها تشجع المنافسة والتعاون بين أعضاء الفريق لتعزيز الإنتاجية وتحقيق النجاح.

الاتجاهات النظرية للدراسة:

نظريات الدافع: تشرح نظريات التحفيز العوامل التي تدفع الأفراد لتحقيق أهدافهم والنجاح. تم تطوير العديد من النظريات لشرح طبيعة الدافع، بما في ذلك التسلسل الهرمي للاحتياجات لماسلو، ونظرية هيرتسبيرغ ثنائية العامل، ونظرية تقرير المصير. فيما يلي شرحاً لتلك النظريات التي استعانت بها الدراسة:

1- هرم ماسلو للاحتياجات: تفترض نظرية ماسلو للتسلسل الهرمي للاحتياجات أن الأفراد لديهم تسلسل هرمي للاحتياجات التي يجب الوفاء بها بترتيب معين لهم لتحقيق الذات. وفقاً لهذه النظرية، يجب تلبية الاحتياجات ذات المستوى الأدنى، مثل الاحتياجات الفسيولوجية والسلامة، قبل تلبية الاحتياجات ذات المستوى الأعلى، مثل الاحترام وتحقيق الذات (Stairs et al., 2015).

2- نظرية العامل الثاني لهيرزبرج: تقترح نظرية العامل الثاني لهيرزبرج أن العوامل الجوهرية، مثل الإنجاز والاعتراف، تحفز الأفراد أكثر من العوامل الخارجية، مثل الأجور والمزايا. وفقاً لهذه النظرية، فإن الرضا والتحفيز مدفوعان بعوامل داخلية، في حين أن عدم الرضا مدفوع بعوامل خارجية (Jabeen & Aslam, 2015).

3- نظرية تقرير الذات: تفترض نظرية تقرير الذات أن الأفراد لديهم دوافع متأصلة لتحقيق أهدافهم، وأن العوامل الخارجية يمكن أن تعزز أو تقوض دوافعهم. تقترح هذه النظرية أن الأفراد لديهم احتياجات نفسية أساسية للاستقلالية والكفاءة والارتباط، وأن تلبية هذه الاحتياجات أمر ضروري للتحفيز الأمثل والرفاهية (Ryan & Deci, 2017).

نظريات القيم الاجتماعية: نظريات القيم الاجتماعية مهمة لفهم معتقدات ومواقف وسلوكيات الأفراد في المجتمع. فيما يلي بعض النظريات الرئيسية للقيم الاجتماعية:

1- النظرية الوظيفية: وفقاً للوظيفة، تعتبر القيم جانباً أساسياً من عمل المجتمع، وهي تضمن التماسك الاجتماعي والاستقرار. جادل دوركهايم، وهو وظيفي بارز، بأن القيم مبنية اجتماعياً وتعكس الضمير الجماعي للمجتمع. بمعنى آخر، تعكس القيم المعتقدات والمعايير المشتركة للمجتمع. يعتقد دوركهايم أيضاً أن القيم تتطور بمرور الوقت وأن المجتمعات يمكن أن تواجه أزمات أخلاقية عندما يتم تقويض القيم المشتركة (Durkheim, 2014).

2- نظرية الصراع: على عكس الوظيفية، تنظر نظرية الصراع إلى القيم الاجتماعية على أنها متنازع عليها وخلق من خلال صراعات السلطة بين مجموعات مختلفة في المجتمع. جادل ماركس، أحد منظري الصراع البارزين، بأن القيم تعكس مصالح الطبقة المهيمنة وتستخدم للحفاظ على قوتهم وامتيازهم. من هذا المنظور، القيم ليست عالمية أو موضوعية، بل تعكس وجهة نظر أصحاب القوة الأكبر (Marx, 2000).

3- نظرية التفاعل الرمزي: يؤكد التفاعل الرمزي على دور الأفراد في خلق القيم والتفاوض بشأنها من خلال تفاعلهم مع الآخرين. من هذا المنظور، القيم ليست ثابتة أو موضوعية، بل يتم التفاوض عليها وبناءها باستمرار في التفاعلات الاجتماعية. جادل بلومر، وهو تفاعلي رمزي بارز، بأن الناس يخلقون معنى من خلال تفاعلهم مع الآخرين، والقيم هي جزء من

- عملية صنع المعنى هذه (Lal,1995).
- 4- نظرية ما بعد الحداثة: يجادل منظرو ما بعد الحداثة بأن القيم الاجتماعية ليست موضوعية ولكنها مبنية من خلال اللغة والثقافة وعلاقات القوة. من هذا المنظور، لا توجد حقيقة واحدة أو حقيقة موضوعية، بل تعددية في وجهات النظر والتفسيرات. يؤكد منظرو ما بعد الحداثة أيضًا على أهمية الانعكاسية، أو القدرة على التفكير النقدي في افتراضاتنا وقيمنا. يمكن أن تساعدنا هذه الانعكاسية في التعرف على علاقات القوة التي تشكل القيم والمعتقدات (Kuentzel,2000).
- 5- النظرية الثقافية: يؤكد المنظرون الثقافيون على أهمية الثقافة في تشكيل القيم الاجتماعية. وهم يجادلون بأن القيم ليست ثابتة أو عالمية ولكنها تتشكل من خلال السياقات التاريخية والاقتصادية والسياسية. يدرك المنظرون الثقافيون أيضًا أن الثقافات الفرعية المختلفة داخل المجتمع قد تحمل قيمًا ومعتقدات مختلفة. على سبيل المثال، قد يكون لثقافات الشباب الفرعية قيم ومعتقدات مختلفة عن المجتمع السائد. يؤكد المنظرون الثقافيون أيضًا على أهمية رأس المال الثقافي، أو الموارد والمعرفة التي يمتلكها الأفراد للتنقل بين الأعراف والقيم الثقافية (Milner,1994).
- 6- نظرية القيم الإنسانية الأساسية: هذه النظرية، التي طورها شالوم شوارتز، تقترح أن هناك عشر قيم أساسية تكمن وراء السلوك البشري: القوة، الإنجاز، مذهب المتعة، التحفيز، التوجيه الذاتي، الشمولية، الإحسان، التقاليد، التوافق، والأمن. تقترح النظرية أن يعطي الناس الأولوية لهذه القيم بشكل مختلف، مما يؤثر على مواقفهم وسلوكياتهم. على سبيل المثال، قد يكون أولئك الذين يعطون الأولوية للإنجاز أكثر قدرة على المنافسة وأكثر توجهاً نحو الهدف، في حين أن أولئك الذين يعطون الأولوية للخير قد يكونون أكثر تعاطفًا ورعاية (Schwartz,2012).
- 7- نظرية الأنماط الثقافية: تشير إلى أن الثقافة تؤثر في سلوك الأفراد، ويمكن تصنيف الأنماط الثقافية في مجموعات مختلفة تعبر عن قيم ومعتقدات محددة، ويمكن للأفراد اختيار الأنماط التي يرونها ملائمة لهم (Schwartz,1994).
- 8- نظرية العلاقات الاجتماعية الخاصة: تشير إلى أن الأفراد يحتاجون إلى علاقات اجتماعية محددة لتحقيق الرضا والاستقرار النفسي، وهذه العلاقات تختلف في مدى القرب والتفاعل والتبادل المتبادل بين الأفراد (Reis & Patrick,1996).
- 9- نظرية الانحراف الاجتماعي: تشير إلى أن الأفراد الذين ينحرفون عن المعايير الاجتماعية السائدة يعانون من عدم التكيف مع المجتمع، ويتم استبعادهم من المجتمع ويصبحون مجرد جماعات صغيرة غير مرغوب فيها. ويمكن أن يكون الانحراف نتيجة لعوامل مثل الفقر أو الإدمان أو الجرائم أو السلوكيات الغريبة (Erikson,1964).
- 10- نظرية التعلم الاجتماعي: هذه النظرية، التي طورها ألبرت باندورا، تشير إلى أن الناس يتعلمون السلوكيات والقيم من خلال الملاحظة والتقليد والتعزيز. من المرجح أن يتبنى الأفراد القيم التي تعززها بيئتهم الاجتماعية، مثل أسرهم وأقرانهم ووسائل الإعلام. على سبيل المثال، إذا لاحظ الطفل أن والديه يساعدون الآخرين، فمن الأرجح أن يتبنوا قيمة الإحسان (Bandura,1971).
- 11- نظرية الهوية الاجتماعية: هذه النظرية، التي طورها هنري تاجفيل، تقترح أن يشكل الأفراد هويتهم الاجتماعية بناءً على عضويتهم في مجموعات اجتماعية مختلفة. يتم تحفيز

الناس للحفاظ على هوية اجتماعية إيجابية، والتي يمكن أن تؤثر على قيمهم وسلوكياتهم. على سبيل المثال، إذا كان شخص ما يتعاطف بقوة مع مجموعته الدينية، فقد يبني قيماً تتوافق مع تعاليم دينه (Tajfel, 1981).

12- نظرية التبادل الاجتماعي: هذه النظرية، التي طورها جورج هومانز، تقترح أن يتخذ الأفراد قرارات بناءً على مكافآت وتكاليف تفاعلاتهم الاجتماعية. من المرجح أن يبني الناس القيم التي تفيدهم في علاقاتهم الاجتماعية، مثل المعاملة بالمثل والعدالة. على سبيل المثال، قد يبني شخص ما قيمة الصدق لبناء الثقة والحفاظ على علاقات إيجابية مع الآخرين (Homans, 1958).

الدراسات السابقة:

توصلت دراسة (الرواس واخرون، 2015) إلى ارتفاع قدرة وسائل الإعلام الجديدة على صياغة المكون المعرفي للتنشئة الاجتماعية خاصة المعارف والمعلومات والأخبار المتعلقة بالمحيط الاجتماعي الداخلي والدولي والإلمام بقضايا المجتمع ثقافياً واقتصادياً وسياسياً، وذلك نتج عنه تزايد أعداد الأطفال أصحاب المواقع الإلكترونية وانتشار المدونات الإلكترونية للكثير منهم. كما أشارت النتائج إلى أن قدرات الأطفال المكتسبة جاءت نتيجة التفاعل مع المحتوى الإعلامي والتشارك مع المضمون المعرفي عبر مواقع التواصل الاجتماعي في امتلاك الطفل لمهارات الحوار مع ولي الأمر وأطراف عملية التنشئة الاجتماعية بالأسرة كالألم والأخوة. كما جاءت نتائج دراسة (العريشي واخرون، 2015) مؤكدة على أن شبكات التواصل الاجتماعي ظاهرة إعلامية واجتماعية جديدة تفرض نفسها على واقع المجتمعات والشعوب، وأن الشبكات الاجتماعية لها العديد من الجوانب الإيجابية والسلبية، والتي تستلزم الدراسة والتحقيق. وأن هناك مجالات عديدة لاستخدامات الشبكات الاجتماعية، مثل: المجالات الدعوية والتعليمية والإخبارية. كما أكدت على أنه يمكن التوصل إلى سبل تفعيل دور شبكات التواصل إلى سبل دور شبكات التواصل الاجتماعي التي في ضوءها يمكن الحفاظ على قيم طلاب الجامعات السعودية وتعزيز الأمن الفكري لدى الطلاب بالجامعات السعودية، وتوعية طلبة الجامعات بالجانب السلبي لاستخدام شبكات التواصل الاجتماعي عن طريق وسائل الإعلام المختلفة المسموع منها والمقروء. وأوصى البحث بضرورة العمل على توظيف الشبكات الاجتماعية كي تصبح أداة تواصل إيجابية فاعلة في المجتمع. والتوعية المستمرة لطلاب وطالبات الجامعات عن مدي خطورة مواقع التواصل الاجتماعي وأثرها السلبي عليهم وكيفية توجيههم نحو الاستخدام الأمثل لها والاستفادة منها. وكشفت أبرز نتائج دراسة (البكار، 2017) إلى أن لوسائل التواصل الاجتماعي أثراً كبيراً واضحاً على القيم في الأسرة الأردنية على مستوى القيم الاجتماعية والثقافية والاقتصادية بصورة مرتفعة وطغى عليها الجانب السلبي أكثر من الجانب الإيجابي، ومن أبرز تلك الآثار على القيم الاجتماعية في الأسرة الأردنية أنها قد قللت من قيمة الجلسات العائلية والتواصل مع أفراد الأسرة، إضافة إلى أنها قد ساعدت على حرية التعبير عن الرأي دون قيود اجتماعية وهذا جانب إيجابي، ومن النتائج السلبية التي أظهرتها النتائج فيما يخص آثار وسائل التواصل الاجتماعي على القيم الاقتصادية في الأسرة أنها قللت من احترام قيمة الوقت في الأسرة كقيمة اقتصادية، فضلاً عن أنها زادت من اهتمام أفراد الأسرة بالكماليات، أما فيما يخص القيم الثقافية فقد كشفت النتائج أن من آثار استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في الأسرة الأردنية أنها أتاحت للأسرة الانفتاح على الآخر وثقافته، وسهلت وجود مرجعيات

أخرى غير الأسرة بالنسبة للشباب، وخلصت نتائج الدراسة إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0.05) فأقل في أثر وسائل التواصل الاجتماعي على القيم في الأسرة الأردنية من وجهة نظر الشباب الجامعي تعزى للجنس، والسنة الدراسية، والدخل الشهري للأسرة، وعدد أفراد الأسرة، ومعدل الساعات في تصفح مواقع التواصل الاجتماعي، وأكثر الأشخاص المتقبلين على حساب التواصل الاجتماعي، وأكثر شبكات التواصل الاجتماعي استخداماً. وأظهرت نتائج دراسة (Mahmoud, 2018) أن 79.2% من المستجيبين يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي لأغراض تتعلق بحياتهم الزوجية، لكن 17.9% منهم فقط أفادوا بأنهم سيقبلون الزواج من خلال مواقع التواصل الاجتماعي. كما تشير النتائج إلى أن المستوى التعليمي للمستجيبين له تأثير كبير على وجودهم الاجتماعي المدرك وعلى مواقفهم تجاه آثار استخدام هذه المواقع على الحياة الزوجية. يكشف ارتباط الأشخاص عن وجود علاقة إيجابية كبيرة بين استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية الخاصة بالمجيبين واستخدام مواقع الشبكات الاجتماعية الخاصة بهم لأغراض تتعلق بحياتهم الزوجية، كما يشير أيضاً إلى أن التواجد الاجتماعي المتصور للمستجيبين مرتبط باستخدام مواقع الشبكات الاجتماعية الخاصة بهم لأغراض المتعلقة بحياتهم الزوجية. وخلصت دراسة (Ahmed & Mohamed Gad, 2019) إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات طلاب الخدمة الاجتماعية (ذكور وإناث) باستخدام مواقع التواصل الاجتماعي وأثرها على البعد الاجتماعي للأمن الفكري. لكن توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطي درجات طلاب الخدمة الاجتماعية (ذكور وإناث) باستخدام مواقع التواصل الاجتماعي وأثرها على البعد الديني والسياسي والاقتصادي للأمن الفكري. كما أشارت الدراسة إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات طلاب الخدمة الاجتماعية (القاطنين في الريف والحضر) باستخدام مواقع التواصل الاجتماعي على مقياس الأمن الفكري. كما دلت نتائج دراسة (الهشلمون، 2020) إلى أن العلاقات الاجتماعية داخل العالم الافتراضي تكون بعيدة عن الضوابط الدينية والأخلاقية والأسرية بدرجة كبيرة، وأن العلاقات داخل الفيس بوك تكونت للحفاظ على الصداقات القديمة والبحث عنها بدرجة مرتفعة، وان التفاعل داخل العالم الافتراضي يؤثر على العلاقات الاجتماعية الواقعية. وأشارت نتائج دراسة (Raza et al., 2020) إلى أن الحاجة إلى الحفاظ على الترابط بين الأشخاص وقيمة الترفيه وقيمة التعزيز الاجتماعي تستمد مشاركة الطلاب في مواقع الشبكات الاجتماعية التي يواجهون من خلالها منفعة اجتماعية وعبئاً اجتماعياً زائداً. إن وجود الاهتمام الاجتماعي يعزز الرضا عن الحياة بينما يؤدي الحمل الاجتماعي إلى تقليل الرضا عن حياة الطلاب. يؤثر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على الرضا عن الحياة في ظل وجود الحمل الاجتماعي الزائد والمنفعة الاجتماعية بينما لا يوجد تأثير مباشر لمواقع التواصل الاجتماعي على الرضا عن الحياة. تعتبر هذه الدراسة مهمة لوضع السياسات لأنها توفر رؤى مفيدة حول سلوك مشاركة الطلاب في مواقع الشبكات الاجتماعية، ووجدت دراسة (Al Asmari, 2021) في نتائجها عدة مؤشرات تتعلق بقيم الوسطية والاعتدال وهي تبني أفكار إيجابية قابلة للتطبيق على أرض الواقع، والسعي للاستفادة من التنوع الثقافي، وتبني الأفكار الإيجابية في ضوء المعرفة الحديثة، وتعزيز مشاركة المجتمع. جميع مكونات المجتمع في مختلف القضايا والتوفيق بين المصالح الشخصية ومصالح الآخرين والتسامح واحترام حرية الرأي الشخصي والآخر. كما أظهرت نتائج دراسة (سعيد، 2022)

الى أن جميع أفراد عينة البحث يتأثرون بشبكات التواصل الاجتماعي سواء كانت إيجابية أو سلبية. وان اغلب أفراد عينة البحث يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي بما يزيد عن (٤) ساعات يوميا. وان غالبية أفراد عينة البحث يعانون العزلة الاجتماعية وضعف العلاقة بين افراد الأسرة بسبب استخدام الأنترنت بشكل سلبي.

تركز الدراسات السابقة على تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على مختلف جوانب المجتمع، بما في ذلك التنشئة الاجتماعية، والتعليم، والقيم الأسرية، والحياة الزوجية، والأمن الفكري، والقيم الشخصية. نتائج الدراسات مختلطة، فبعضها يسلط الضوء على الآثار الإيجابية لوسائل التواصل الاجتماعي، مثل تسهيل التواصل والوصول إلى المعلومات، والبعض الآخر يؤكد على الآثار السلبية، مثل تقليل قيمة الجلسات العائلية والتواصل، وزيادة مصلحة الأسرة. أفراد في الكماليات، ويؤثر على العلاقات الاجتماعية الحقيقية. تشير الدراسات أيضًا إلى أن المستوى التعليمي وجنس المستخدمين يمكن أن يؤثر على مواقفهم تجاه وسائل التواصل الاجتماعي. تتفق دراسة (الرواس وآخرون، 2015) و(العريشي وآخرون، 2015) ودراسة (البكار، 2017) في التأكيد على دور الشبكات الاجتماعية ووسائل الإعلام الجديدة في تأثيرها على المجتمعات والأفراد، كما تتفق في تمحيص الجوانب الإيجابية والسلبية لهذه الوسائل. ومن بين النتائج المشتركة أيضا، أن هناك حاجة لتوعية الأطفال والشباب وتوجيههم نحو استخدام هذه الوسائل بشكل صحيح وفعال، وأن هذه الوسائل يمكن أن تلعب دورًا هامًا في التعليم والتثقيف والتواصل الاجتماعي. من ناحية الاختلاف، فإن دراسة (الرواس وآخرون، 2015) تركز على أثر هذه الوسائل على التنشئة الاجتماعية للأطفال والشباب، بينما تتحدث دراسة (العريشي وآخرون، 2015) عن أثرها على المجتمعات بشكل عام. وتتحدث دراسة (البكار، 2017) عن أثر هذه الوسائل على القيم الأسرية في الأردن بشكل خاص. كما تتفق دراسة (Mahmoud, 2018) ودراسة (Ahmed & Mohamed Gad, 2019) ودراسة (الهشلمون، 2020) ودراسة (Asmari, 2021) ودراسة (سعيد، 2022) في أن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي له تأثير على العلاقات الاجتماعية والحياة الزوجية، حيث يستخدم الناس هذه المواقع للتواصل مع الآخرين والحفاظ على الصداقات القديمة. وتشير الدراسات إلى أن المستوى التعليمي للأفراد له تأثير على استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي ومواقفهم تجاه آثارها على الحياة الزوجية. كما تشير الدراسات إلى أن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي يؤثر على البعد الديني والسياسي والاقتصادي للأمن الفكري. ومن الاختلافات التي تظهر في الدراسات هو أن دراسة (Mahmoud, 2018) تشير إلى أن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي ليس مرتبطًا بالرغبة في الزواج، في حين أن دراسة (Ahmed & Mohamed Gad, 2019) تشير إلى أن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي يؤثر على البعد الديني والسياسي والاقتصادي للأمن الفكري. كما تشير دراسة (الهشلمون، 2020) إلى أن العلاقات الاجتماعية داخل العالم الافتراضي تكون بعيدة عن الضوابط الدينية والأخلاقية والأسرية بدرجة كبيرة، في حين أن دراسة (Raza et al, 2020) لم تتناول هذا الجانب.

الفروض البحثية للدراسة:

يمكن صياغة الفروض البحثية للدراسة على النحو التالي:

1- توجد علاقة ارتباطية معنوية عند مستوى معنوية 0.01 لبعض المتغيرات المستقلة المدروسة بالتمسك بالقيم الاجتماعية في مركزي الدراسة (مركز أسيوط ومركز الغنايم).

2- يوجد تأثير معنوي عند مستوى معنوية 0.01 بين بعض المتغيرات المستقلة المدروسة ذات الارتباط المعنوي مجتمعة في تفسير جزء من التباين الكلي لدرجة تمسك الشباب بالقيم الاجتماعية في مركزي الدراسة (مركز أسيوط ومركز الغنايم).

منهجية البحث وأدواتها:

منهج الدراسة:

اتبع الباحث في بحثه المنهج الوصفي التحليلي.

مجتمع الدراسة:

أجريت الدراسة في محافظة أسيوط والتي تمثل أكبر تجمع شبابي في صعيد مصر وقد تم اختيارها وفقا للاتجاه التنموي من الدولة في تطوير قرى صعيد مصر وهي تعد محافظة محورية في صعيد مصر. وتضم المحافظة 52 قرية رئيسية و239 قرية تابعة و883 عقارا وكفر. ويبلغ عدد سكان المحافظة 4383111 نسمة، منهم 1191742 في الحضر و3191369 في الريف. وتحد محافظة أسيوط من الجنوب محافظات سوهاج ومن الشمال المنيا ومن الغرب الوادي الجديد ومن الشرق البحر الأحمر. وتحتل المرتبة 18 بين محافظات الجمهورية من حيث التنمية البشرية. تبلغ المساحة الإجمالية للمحافظة 25926 كم²، تبلغ المساحة المأهولة منها حوالي 1.716 كم² أي 6.6%. تغطي الأراضي المزروعة بالمحافظة ما يقارب 341 ألف فدان أي 5.52% من إجمالي المساحة. تضم المحافظة اثنتين من أكبر الجامعات في صعيد مصر، جامعة أسيوط، المرتبة الخامسة بين الجامعات المصرية، وجامعة الأزهر - فرع أسيوط، في المرتبة السابعة وفقاً لتصنيفات QS وCWUR لعام 2023. ويتمثل مجتمع الدراسة الشباب وقد تم التركيز على الفئة العمرية من 20 عام إلى 45 عام وقد تم استهداف هذه الفئة بسبب كون هذه الفئة تكون فئة نضج أكاديمي او مهني حيث ان الشباب في العمر 20 يكونوا في قد وصلوا الى مرحلة متقدمة من التعلم الأكاديمي وقد اكتسبوا خبرة تعليمية او مهنية كما هو موضح تعدادهم حسب الفئات العمرية في الجدول (1) التالي:

م	مراكز أسيوط	20-25	25-30	30-35	35-40	40-45	الإجمالي	الترتيب
1	مركز أسيوط	19079	20562	18466	15706	11945	85758	1
2	مركز أبو تيج	9018	8891	7452	6545	4909	36815	8
3	مركز الغنايم	3032	2897	2486	2171	1513	12099	11
4	مركز صدفا	6622	6710	5328	4795	3625	27080	9
5	مركز منفلوط	14378	15914	13202	11225	8644	63363	4
6	مركز القوصية	16059	16605	13016	10555	8096	64331	3
7	مركز ديروط	20240	20269	16146	12800	10084	79539	2
8	مركز أبنوب	11519	11786	9356	8999	6275	47935	6
9	مركز الفتح	13373	13116	11219	9677	6983	54368	5
10	مركز ساحل سليم	5979	6350	5458	4169	3468	25424	10
11	مركز البداري	9864	9634	8229	7188	5445	40360	7

المصدر: مصر في أرقام الجهاز المركزي للتعبئة العامة والإحصاء (2017).

عينة الدراسة:

تم اختيار أكبر مركز وأقل مركز من حيث عدد المبحوثين في سن الشباب وتبين

أنهما مركز أسيوط وهو المركز الأكبر والبالغ عددهم 85758 شاب وأقل مركز هو الغنايم والبالغ عددهم 12099 شاب ومن ثم يكون إجمالي مجتمع الدراسة 97857 شاب كما هو موضح بالجدول (1) وقد اعتمدت الدراسة على الشباب المستخدمين لوسائل التواصل الاجتماعي تم اختيارهم بطريقة العينة العرضية متعددة المراحل (Multistage Sampling) وهي إحدى طرق العينات العشوائية البسيطة كما انها إحدى طرق اختيار العينات من السكان أو المجتمعات المعنية بالدراسة، والتي تستخدم في العادة عندما يكون من الصعب الوصول إلى جميع الأفراد أو المجتمعات في منطقة كبيرة. ومن خلال هذه الطريقة تم تقسيم المنطقة المعنية إلى مراحل أو مراحل عدة، حيث تم اختيار عدد محدد من الوحدات في كل مرحلة بشكل عشوائي. وتتضمن هذه الوحدات المراكز والاحياء المناطق الجغرافية أو المياني أو العائلات أو الأفراد. وبعد ذلك، يتم اختيار عدد محدد من الوحدات في المراحل اللاحقة بنفس الطريقة العشوائية، وهكذا حتى تم اختيار القيمة الكلية للعينة المستهدفة وقد تم استهداف مناطق تجمعات الشباب من مراكز واندية وغيرها حيث تم التواصل مع المبحوثين عن طريق المقابلة الشخصية واختيارهم وفقا للفئات العمرية التي اعتمدت الدراسة عليهم ومن خلال القيمة الاجمالية تم اختيار عينة الدراسة وذلك باستخدام معادلة ستيفن تامبسون وتبين ان عدد عينة الدراسة 383 شاب وقد تم توزيعها بالتناسب على المراكز والقرى فحصل مركز أسيوط على نسبة 87.64% بعدد 336 شاب من إجمالي العينة كما حصل مركز الغنايم على نسبة 12.36% بعدد 47 شاب من إجمالي العينة والجدول (2) يوضح ذلك.

جدول 2. حساب عينة الدراسة بالتناسب مع مجتمع الدراسة

م	مراكز أسيوط	20-	25-	30-	35-	40-	الإجمالي	%	العينة
1	مركز أسيوط	19079	20562	18466	15706	11945	85758	87.64	336
3	مركز الغنايم	3032	2897	2486	2171	1513	12099	12.36	47
	الإجمالي	22111	23459	20952	17877	13458	97857	100	383

المصدر: اعداد الباحث وفقا لبيانات الجدول رقم (1).

معادلة ستيفن تامبسون لتحديد عينة الدراسة (بشمانى، 2014):

$$n = \frac{N \times p(1 - p)}{[N - 1(d^2 \div z^2)] + p(1 - p)}$$

n = حجم العينة

N = حجم المجتمع

p = قيمة احتمالية تتراوح قيمتها بين الصفر والواحد وتأخذ قيمة 0.50 أينما وجدت لتثبيت الشروط وبسبب عدم معرفة تقدير p فمعظم الأحيان تكون غير متاحة لذلك يتم اخذ القيمة العظمى وهي $p(1 - p) = 0.25$

z = الدرجة المعيارية وتساوي 1.96 عند معامل ثقة 0.95 وذلك بدقة تصل الى 95%.

d = الدقة المطلوبة

الاساليب الاحصائية المستخدمة:

من اهم الاساليب الاحصائية المستخدمة في هذا البحث ما يلي: (التكرارات والنسب المؤوية، المتوسط المرجح، معاملات ارتباط بيرسون، استخدام نموذج تحليل الانحدار الخطي

المتعدد التدريجي الصاعد).

قياس الخصائص الشخصية للمبحوثين:

السن: وتم قياسه بعدد سنوات عمر المبحوث الخام لأقرب سنة ميلادية وقت جمع البيانات، وتم التعبير عنه بقيمة رقمية، ويتراوح سن المبحوث ما بين (20-45) (سنة)، وعليه تم تقسيم المبحوثين إلى ثلاث فئات وهي من 20 أقل من 28.4 سنة=1، ومن 28.4 أقل من 36.8 سنة=2، ومن 36.8 – 45 سنة=3.

المستوى التعليمي: تم سؤال المبحوث عن حالته التعليمية من خلال سؤال محدد بعدد من الاستجابات واوزان على النحو التالي: أمي=1، ويقرأ ويكتب=2، وابتدائي=3، واعدادي=4، متوسط=5، وفوق متوسط=6، وجامعي=7، ودراسات عليا=8 النوع: وتم تقسيم المبحوثين إلى ذكور=2 وإناث=1.

الحالة الزوجية: تم سؤال المبحوث عن حالته الزوجية من خلال سؤال محدد بعدد من الاستجابات وهي: أعزب=1، أو متزوج=2، أو مطلق=3، أو أرمل=4. عدد أفراد الأسرة: ويقصد به عدد أفراد أسرة المبحوث الذين يقيمون في المسكن وقت جمع البيانات، وتراوح عدد أفراد الأسرة ما بين 2-12 فرد، وبناءً عليه تم توزيع المبحوثين وفقاً لعدد أفراد الأسرة إلى ثلاث فئات هي: أسرة صغيرة 2-5 فرد=1، وأسرة متوسطة 6-9 أفراد=2، وأسرة كبيرة 10-12 فرد=3.

نوع الأسرة: ويقصد به الأسرة التي يعيش فيها المبحوث واعطيت اوزان على النحو التالي: أسرة بسيطة=1، مركبة=2، ممتدة=3.

المهنة: تم قياسها بسؤال المبحوث عن وظيفته وتم تقسيم المبحوثين وفقاً لهذا المتغير إلى خمس فئات واعطيت اوزان على النحو التالي: لا يعمل=1، وطالب=2، ويعمل بالزراعة فقط=3، ويعمل بالزراعة ومهنة أخرى=4، ويعمل بمهنة أخرى فقط=5.

متوسط دخل الأسرة الشهري: تم التعبير عنه بالرقم الخام، وقسم المبحوثين إلى ثلاث فئات واعطيت اوزان على النحو التالي: دخل منخفض (من 800 - أقل 2533 جنيه) =1، ودخل متوسط (من 2534 لأقل من 4276 جنيه) =2، ودخل مرتفع (من 4277 أقل من 600 جنيه) =3.

درجة القيادة: تم قياسها من خال مقياس مكون من 6 بنود ومحدد بي 4 استجابات وأعطيت الاستجابات اوزاناً على النحو التالي: دائماً=4، وأحياناً=3، ونادراً=2، ولا=1. الشعور بالاعتراب: تم قياسه من خلال 8 عبارات ومحدد بثلاث استجابات وأعطيت الاستجابات اوزاناً على النحو التالي: موافق=3، ولحد ما=2، وغير موافق=1. تحديد مستوى استخدام الشباب الريفي لمواقع التواصل الاجتماعي: تم قياسه من خلال توجيه بعض الاسئلة للمبحوثين وهي:

مستوى استخدام مواقع التواصل الاجتماعي تم قياسه من خلال مقياس مكون من 17 عبارة تتعلق مستوى استخدام المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي ومحدد بأربعة وأعطيت الاستجابات اوزاناً على النحو التالي: دائماً=3، وأحياناً=2، ونادراً=1.

نوع الجهاز المستخدم في تصفح مواقع التواصل الاجتماعي: تم قياسه من خلال توجيه سؤال للمبحوثين يتعلق بنوع الجهاز المستخدم بثلاث استجابات وأعطيت الاستجابات اوزاناً على النحو التالي: التليفون المحمول=1 والكمبيوتر=2، والاثنين معاً=3.

فترة التصفح لمواقع التواصل الاجتماعي: تم قياسه من خلال توجيه سؤال للمبحوثين يتعلق

بفترة التصفح وأعطيت الاستجابات اوزانا على النحو التالي: صباحاً=1، ظهراً=2، مساءً=3، جميع الأوقات=4.

مدة العضوية في مواقع التواصل الاجتماعي: تم قياسه من خلال توجيه سؤال للمبحوثين يتعلق بمدى العضوية في مواقع التواصل وأعطيت الاستجابات اوزانا على النحو التالي: أقل من عام=1، من عام إلى عامين=2، ومن ثلاثة فأكثر=3.

أماكن دخول تصفح مواقع التواصل الاجتماعي: تم قياسه من خلال توجيه سؤال للمبحوثين يتعلق بمكان دخوله لتصفح مواقع التواصل وأعطيت الاستجابات اوزانا على النحو التالي: المنزل=1، العمل=2، منزل الأصدقاء=3، مركز الشباب=4، جميع ما سبق=5.

قياس دوافع الشباب لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي:

تم قياس تلك الدوافع من خلال 4 ابعاد هي على النحو التالي: دوافع اجتماعية مكونة من 7 بنود وهي على النحو التالي: (إقامة علاقات اجتماعية جديدة، التواصل مع الأهل والأقارب، معرفة الأخبار السياسية والاقتصادية والفنية، تحقيق إشباعاً عاطفياً لدي، معرفة أفكار ومعلومات جديدة الاطلاع على عادات وتقاليد بعض الشعوب متابعة البرامج الدينية والتوك شو). ودوافع اقتصادية مكونة من 5 بنود وهي على النحو التالي: (الترويج والإعلان عن تجارة خاصة، في شئون الدراسة ولأغراض دراسية. تحقيق إشباعاً معرفياً لدي خارج تخصصي الدراسي، البحث عن فرص عمل في بعض الدول، شراء منتجات من على الانترنت)، ودوافع شخصية مكونة من 7 بنود وهي على النحو التالي: (لتقليل من الشعور بالنقص لدي، لتشبع رغبة الاستطلاع لدي، لمعرفة أماكن عقد الأنشطة والاجتماعات، الترفية والتسلية. متابعة الافلام والمسلسلات، التعرف على طرق جديدة في طهي الطعام، البحث عن أصدقاء الطفولة)، ودوافع سياسية مكونة من 3 بنود وهي على النحو التالي: (التعبير عن الآراء السياسية بحرية، نقل الصورة الحقيقية لأوضاع البلد، معرفة الأحداث والأخبار العالمية)، وأعطيت الاستجابات اوزانا على النحو التالي: موافق=3، ولحد ما=2، وغير موافق=1.

قياس القيم الاجتماعية:

تم قياس القيم الاجتماعية من 5 ابعاد على النحو التالي:

أولاً: قيمة الطموح مكونة من 4 مؤشرات هي على النحو التالي: الطموح في العمل ويتكون من 6 بنود (ياتري لو لقيت فرصة سفر كانت تسافر، لو لقيت شغل أحسن من اللي انت شغال فيه تسيبه، أرغب بالمهنة اللي بتحققك ربح كثير، بتهتم بالسياسة علشان تشتغل في منصب سياسي، أفضل العمل الزراعي عن الحكومي، بتتعلم مهنة جديدة غير موجودة في بلدك)، والطموح في التعليم ويتكون من 7 بنود (أحرص على انتهاز الفرص التعليمية، أسعى للحصول مكانة علمية أفضل من خلال كل ما هو جديد، أرغب في الوصول إلى مستوى علمي مرتفع، رغبتك في الاختلاط مع مستويات ثقافية عالية للاستفادة من معرفتهم، تمنعني العوائق والظروف الصعبة من تحقيق أهدافي العلمية، أحاول التغلب على العقبات التي تواجهني في طريق البحث العلمي، عند وجود من هو أفضل مني علمياً فإن ذلك يدفعني إلى مضاعفة جهدي للارتقاء بمستواي العلمي)، والطموح في الاستثمار ويتكون من 7 بنود (فلوسك بتشتري بيها أرضي زراعية، الاستثمار في الآلات الزراعية، الاستثمار في البيوت السكنية، ياتري لومعاك فلوس تشتري بيها شقق سكنية، شراء الاجهزة المنزلية الحديثة وبيعها، فلوسك اللي بتحوشها بتشتري بيها مواشي، لو معاك فلوس كنت بتعمل بيهم

مشروع)، والاستقلالية عن الأسرة ويتكون من 5 بنود (بعد الجواز تحب أنك تعيش في أسرة مستقلة، زعك من قريبك لو تدخل في أمورك الشخصية، لو عملت مشروع ماكنتش بتشارك حد من قرايك، جوازك لاولادك من غير مشاور حد من أهلك، أفضل أن اعيش في بيت مستقل لوحدي).

ثانياً: قيمة احترام كبير السن مكونة من مؤشرين هي على النحو التالي: احترام سنه ويتكون من 6 بنود (أحترم كبير السن واخذ برائييه، اشاور كبير السن في بعض الامور الخاصة بك، كبير السن كلمته سيف علي رقية كل الأسرة حتى لو غلط، أحترم الكبير وطاعته، احترام كبير السن شئ مقدس ورائيه منفذ، لو واحد أكبر منك في السن رفع صوته عليك كنت تعامله بالمثل، وتفضيل تقديمه ويتكون من 4 بنود (أفضل تقديم كبير السن في الكلام، كبير السن راكب عربية ومافيش مكان كانت الناس بتقف وتقعده مكانهم، خوفك من توليع السجاير قدام الاكبر منك، لو جه لاختك عريس كنت بتقدم واحد كبير من عائلتك هو اللي يتكلم مع أهل العريس).

ثالثاً: قيمة الزواج مكونة من ثلاث مؤشرات وهي على النحو التالي: الزواج المبكر ويتكون من 5 بنود (تفضيلك للزواج المبكر، جوازك بدري علشان متتحرفوش، جواز البنات بدري سترة ليها، أكبر غلطة أن الواحد يتجوز بدري، الجواز البدري أفضل علشان الواحد يستمتع بشبابه) وإنجاب الابناء ويتكون من 7 بنود (بتحب تخلف أولاد كثير علشان هم عزوة وسند ليك، كتر الخلفة بترفع مكانة الواحد في المجتمع، كتر الخلفة بيزود غلاوة المرأة عند جوزها وأهله، مبتحبش أنك تخلف عيال، كتر الخلفة بيحافظ على تواجد واستمرار اسم العيلة، الخلفة كثيرة والرزق كان بيزيد، لو مراتك ماكنتش بتخلف كانت تتجوز عليها) والاولاد كمصدر للدخل ويتكون من 6 بنود (ياتري بتخلف أولاد كثير علشان يشتغلوا معاك، بتسفر ولادك القاهرة علشان يساعدوك، بتحب تطلع ولادك من التعليم علشان يشتغلوا، بتحب تسفر ولادك دول الخليج علشان يشتغلوا، أنت حريص أن ولادك ميشتغلوش عند حد، أولادك يشتغلوا معاك في الزرع علشان توفر أجرة الانفار).

رابعاً: قيمة التعاون مكونة من ثلاث مؤشرات وهي على النحو التالي: التعاون في العمل الزراعي ويتكون من 6 بنود (تعاونك مع جيرانك في العمل الزراعي، بتبادل الادوات والمعدات الزراعية مع جيرانك في الزرع، تعاون الواحد مع جيرانه في الزراعة بيقل تعب العمل الزراعي، بتحب تعمل حاجتك بنفسك وما بتطلبشي حاجة من حد، الشاب الشاطر اللي بيحبيب حاجته وميحتجشي حاجه من جيرانه، الشاب الشاطر اللي بخلي جاره ميعرفشي حاجه عنه)، والتعاون في المناسبات ويتكون من 6 بنود (تبادلك التهاني والمجاملات في المناسبات مع أهل القرية، حرصك على زيارة أي مريض من أهل القرية، تبادلك الادوات المنزلية في المناسبات مع أهل القرية، مساعدتك لأهل قريتيك في أوقات الشدة، لو فيه واحد مات في القرية وواحد عنده فرح كان يأجله، تعاونك مع جيرانك في الأفراح والأحزان)، والتعاون للعمل الخيري ويتكون من 5 بنود (مساهمتك في الجمعيات التعاونية الزراعية، حثك الناس على الاشتراك في جمعيات تنمية المجتمع، مشاركتك في جمعيات الأهلية بجهدك، اعضاء مجلس الادارة بيبستشروك في بعض أمور الجمعية، العمل الخيري متعب ومبتشركش في الجمعيات).

خامساً: قيمة القيادية مكونة من مؤشرين وهي على النحو التالي: مكانة اجتماعية ويتكون من 6 بنود (دعوة الناس ليك لحل مشكلات أهل القرية، تحريك الناس للمساهمة في عمل مشاريع

لخدمة أهل القرية، الناس يتأخذ رأيك في حل بعض المشكلات الزراعية، الناس بتستشيرك في زواج أولادهم، الناس بتلجالك في حل بعض مشاكلهم الشخصية، بيقول رأيك والناس كانت بتأخذ بيه) وتحقيق الهدف ويتكون من 10 بنود (بتصبر على اتمام العمل مهما بذلت من مجهود، لو قمت باى عمل وتعبك بتسيبه مهما كانت الفوائد اللي بتجيبك، زعلك من جيرانك لو حصلو على انتاج اعلى منك، منافستك لجيرانك للحصول على اعلى انتاج، بتحاول تتحصل على محصول كويس مهما كانت تكاليف الانتاج، زعلك من جيرانك لو أنتشطر عنك في العمل عنه، أصرارك على تحقيق هدفك، حرصك على أنك تكون عضو في حزب سياسي، تشجيعك للناس على استخدام الآلات الزراعية الحديثة، مساهمتك في السياسة العامة للدولة)، وأعطيت الاستجابات اوزانا على النحو التالي: موافق=3، ولحد ما=2، وغير موافق=1.

توصيف عينة الدراسة:

الخصائص الاجتماعية والاقتصادية:

لتوصيف عينة الدراسة تم حساب التكرارات والنسب المئوية للخصائص الاجتماعية والاقتصادية للشباب وجدول 3 يوضح أهم ما تم التوصل إليه من نتائج في هذا الشأن:
السن: غالبية الشباب في مركز أسيوط تتراوح أعمارهم بين 28.34 إلى 36.67 سنة ويشكلون 37.5% من إجمالي عينة الشباب. من ناحية أخرى، في مركز الغنايم، كان معظم الشباب من الشباب، تتراوح أعمارهم بين 20 و 28.3 سنة، بنسبة 38.3%.
المستوى التعليمي: في مركز أسيوط غالبية الشباب حاصلون على تعليم جامعي بنسبة 23.2% من إجمالي الشباب، بينما في مركز الغنايم معظم الشباب حصلوا على تعليم متوسط بنسبة 27.7%.
النوع: في كلا المركزين كانت غالبية الشباب من الذكور بنسبة 76.8% في مركز أسيوط و 83.0% في مركز الغنايم.
الحالة الاجتماعية: في مركز أسيوط معظم الشباب متزوجون بنسبة 49.1% من إجمالي الشباب، أما في مركز الغنايم فقد تم تقسيم الحالة الاجتماعية للشباب بالتساوي بين أعزب ومتزوج بنسبة 48.9%.
عدد أفراد أسرة المبحوثين: في مركز أسيوط غالبية الأسر لديها عدد أفراد منخفض يتراوح من 2 إلى 5 بنسبة 69.3%. وبالمثل، في مركز الغنايم، كان لدى معظم الأسر الشابة عدد قليل من الأفراد بنسبة 55.3%.
نوع الأسرة: في كلا المركزين كانت غالبية العائلات من النوع البسيط بنسبة 86.9% في مركز أسيوط و 89.4% في مركز الغنايم.
المهنة: في كلا المركزين كان معظم الشباب يعملون في المهن الزراعية وغيرها بنسبة 30.4% في مركز أسيوط و 31.9% في مركز الغنايم.
متوسط دخل الأسرة الشهري: في مركز أسيوط غالبية الشباب كان متوسط دخلهم يتراوح من 2533.34 إلى 4266.67 جنيهاً بنسبة 53.6%. أما في مركز الغنايم فكان متوسط دخل معظم الشباب منخفضاً يتراوح بين 800 و 2533.33 جنيهاً بنسبة 57.4%.

جدول 3. التوزيع العددي والنسبي للشباب وفقا للخصائص الاجتماعية والاقتصادية في مركزي أسيوط ومركز الغنايم

المتغير	الفئات	مركز أسيوط		مركز الغنايم	
		عدد	%	عدد	%
السن	صغير (20 الى 28.3 سنة)	105	31.3	18	38.3
	متوسط (28.34 الى 36.67 سنة)	126	37.5	13	27.7
	كبير (36.68 الى 45 سنة)	105	31.3	16	34.0
المستوى التعليمي	امي	2	0.6	صفر	صفر
	يقرأ ويكتب	23	6.8	1	2.1
	ابتدائي	19	5.7	2	4.3
	اعدادي	40	11.9	4	8.5
	متوسط	65	19.3	13	27.7
	فوق متوسط	77	22.9	9	19.1
	جامعي	78	23.2	12	25.5
	دراسات عليا	32	9.5	6	12.8
النوع	انثي	78	23.2	8	17.0
	ذكر	258	76.8	39	83.0
الحالة الزوجية	أعزب	132	39.3	23	48.9
	متزوج	165	49.1	23	48.9
	مطلق	26	7.7	صفر	صفر
	أرمل	13	3.9	1	2.1
عدد أفراد الأسرة	منخفض (2 الى 5 افراد)	233	69.3	26	55.3
	متوسط (6 الى 9 افراد)	74	22.0	15	31.9
	مرتفع (10 الى 12 فرد)	29	8.6	6	12.8
نوع الأسرة	بسيط	292	86.9	42	89.4
	مركب	7	2.1	3	6.4
	ممتدة	37	11.0	2	4.3
المهنة	لا يعمل	49	14.6	5	10.6
	طالب	76	22.6	12	25.5
	بالزراعة	12	3.6	3	6.4
	الزراعة ومهنة أخرى	102	30.4	15	31.9
متوسط دخل الأسرة الشهري	مهنه أخرى فقط	97	28.9	12	25.5
	منخفض (800 الى 2533.33 جنيهه)	119	35.4	27	57.4
	متوسط (2533.34 الى 4266.67 جنيهه)	180	53.6	16	34.0
	مرتفع (4266.68 الى 6000 جنيهه)	37	11.0	4	8.5
الإجمالي		336		47	

خصائص سلوكية ومعرفية بوسائل التواصل الاجتماعي:

لتوصيف عينة الدراسة تم حساب التكرارات والنسب المئوية للخصائص السلوكية والمعرفية للشباب بما يخص استخدام وسائل التواصل الاجتماعي وجدول 4 و5 يوضح أهم ما تم التوصل إليه من نتائج في هذا الشأن:

1- نوع الجهاز المستخدم في تصفح مواقع التواصل الاجتماعي: تشير النتيجة إلى أن غالبية

الشباب في كلا المركزين (64.3% في أسيوط و74.5% في الغنايم) يستخدمون الهواتف لتصفح مواقع التواصل الاجتماعي. هذه النتيجة ليست مفاجئة بالنظر إلى التوافر المتزايد للهواتف الذكية والقدرة على تحمل تكاليفها.

2- فترة تصفح مواقع التواصل الاجتماعي: أظهرت النتيجة أن معظم الشباب في كلا المركزين (44% في أسيوط و53.2% في الغنايم) يتصفحون مواقع التواصل الاجتماعي في جميع الأوقات. يشير هذا إلى أن الشباب يميلون إلى استخدام مواقع التواصل الاجتماعي بشكل متكرر على مدار اليوم، مما قد يشير إلى مستوى من الإدمان أو الحاجة إلى التواصل المستمر مع أقرانهم.

3- مدة عضوية الشاب بمواقع التواصل الاجتماعي: تشير النتيجة إلى أن معظم الشباب في كلا المركزين (76.2% في أسيوط و83.0% في الغنايم) كانوا أعضاء في مواقع التواصل الاجتماعي لمدة ثلاث سنوات أو أكثر. تشير هذه النتيجة إلى أن مواقع الشبكات الاجتماعية هي جزء راسخ ومتكامل من الحياة الاجتماعية للشباب في هذه المناطق.

4- أماكن تصفح مواقع التواصل الاجتماعي: أظهرت النتيجة أن معظم الشباب في كلا المركزين يتصفحون مواقع التواصل الاجتماعي من المنزل (56.8% في أسيوط و70.2% في الغنايم). قد يعكس هذا الاكتشاف حقيقة أن الشباب يشعرون بمزيد من الراحة والأمان عند تصفح مواقع الشبكات الاجتماعية من خصوصية منازلهم.

جدول 4. التوزيع العددي والنسبي للشباب وفقا للخصائص استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في مركزي أسيوط ومركز الغنايم

المتغير	الفئات	مركز أسيوط		مركز الغنايم	
		عدد	%	عدد	%
نوع الجهاز المستخدم في تصفح مواقع التواصل الاجتماعي	تليفون	216	64.3	35	74.5
	كمبيوتر	14	4.2	صفر	صفر
	الاثنين معا	106	31.5	12	25.5
فترة تصفح مواقع التواصل الاجتماعي	صباحا	37	11.0	2	4.3
	ظهرا	51	15.2	4	8.5
	مساء	100	29.8	16	34.0
	جميع الأوقات	148	44.0	25	53.2
مدة عضوية الشاب بمواقع التواصل الاجتماعي	أقل من عام	9	2.7	1	2.1
	من عامين إلى ثلاثة	71	21.1	7	14.9
	من ثلاثة فأكثر	256	76.2	39	83.0
أماكن تصفح مواقع التواصل الاجتماعي	المنزل	191	56.8	33	70.2
	العمل	5	1.5	صفر	صفر
	منزل الأصدقاء	8	2.4	1	2.1
	مركز الشباب	13	3.9	2	4.3
	جميع ما سبق	119	35.4	11	23.4
الإجمالي		336=ن		47=ن	

الجدول رقم 5 يعرض نتائج وسائل الاتصال التي يستخدمها الشباب في مركزي أسيوط والغنايم. وأظهرت النتائج أن الفيسبوك في كلا المركزين هو أكثر وسائل الاتصال استخدامًا، حيث يستخدمه دائمًا نسبة عالية من الشباب (77.1% في أسيوط و85.1% في الغنايم). تشمل

وسائل الاتصال الأخرى الشائعة الاستخدام في كلا المركزين YouTube و Telegram و WhatsApp بنسب متفاوتة. وفيما يتعلق بوسائل الاتصال غير الشائعة، تظهر النتائج أن غالبية الشباب في مركز أسيوط لا يستخدمون Instagram و Twitter و Yahoo Mail و Gmail و Skype و LinkedIn و Tumblr و Google Plus و Viber و TikTok و Snapchat و emo و Picolive. وتتراوح نسب غير المستخدمين من 32.7% إلى 78.6%. وبالمثل، في مركز الغنايم، لا يستخدم غالبية الشباب بعض وسائل الاتصال هذه، وتتراوح نسب غير المستخدمين بين 40.4% و 83%.

جدول 5. التوزيع العددي والنسبي للشباب وفقا للخصائص السلوكية والمعرفية بوسائل التواصل الاجتماعي في مركزي أسيوط ومركز الغنايم

نوع وسيلة التواصل	البيان	مركز أسيوط				مركز الغنايم			
		لا	نادرا	أحيانا	دائما	لا	نادرا	أحيانا	دائما
الفايس بوك	عدد	27	17	33	259	2	2	3	40
	%	8.0	5.1	9.8	77.1	4.3	4.3	6.4	85.1
تويتر	عدد	103	71	80	82	19	11	9	8
	%	30.7	21.1	23.8	24.4	40.4	23.4	19.1	17.0
يوتيوب	عدد	32	66	112	126	3	7	15	22
	%	9.5	19.6	33.3	37.5	6.4	14.9	31.9	46.8
التليجرام	عدد	85	59	95	97	13	5	8	21
	%	25.3	17.6	28.3	28.9	27.7	10.6	17.0	44.7
الواتس أب	عدد	29	68	94	145	4	4	7	32
	%	8.6	20.2	28.0	43.2	8.5	8.5	14.9	68.1
الإنستجرام	عدد	110	102	85	39	21	11	10	5
	%	32.7	30.4	25.3	11.6	44.7	23.4	21.3	10.6
الياهو ميل	عدد	148	85	86	17	29	9	7	2
	%	44.0	25.3	25.6	5.1	61.7	19.1	14.9	4.3
جيميل	عدد	142	73	93	28	20	10	11	6
	%	42.3	21.7	27.7	8.3	42.6	21.3	23.4	12.8
اسكاي بي	عدد	187	75	54	20	28	7	6	6
	%	55.7	22.3	16.1	6.0	59.6	14.9	12.8	12.8
لينكد إن	عدد	202	64	46	24	31	7	6	3
	%	60.1	19.0	13.7	7.1	66.0	14.9	12.8	6.4
تمبلر	عدد	199	61	55	21	34	6	3	4
	%	59.2	18.2	16.4	6.3	72.3	12.8	6.4	8.5
جوجل بلاس	عدد	183	64	59	30	24	8	7	8
	%	54.5	19.0	17.6	8.9	51.1	17.0	14.9	17.0
فيسبر	عدد	152	83	60	41	22	7	10	8
	%	45.2	24.7	17.9	12.2	46.8	14.9	21.3	17.0
التيك توك	عدد	144	60	91	41	21	4	13	9
	%	42.9	17.9	27.1	12.2	44.7	8.5	27.7	19.1
الإسناب شات	عدد	180	77	51	28	25	9	8	5
	%	53.6	22.9	15.2	8.3	53.2	19.1	17.0	10.6
الايمو	عدد	192	82	36	26	25	4	5	13
	%	57.1	24.4	10.7	7.7	53.2	8.5	10.6	27.7
بيكولاييف	عدد	264	39	25	8	39	3	4	1
	%	78.6	11.6	7.4	2.4	83.0	6.4	8.5	2.1
الإجمالي		=3336				=47			

وتشير هذه النتائج إلى أن الشباب في كلا المركزين لديهم أنماط اتصال متشابهة، حيث يعتبر Facebook أكثر وسائل الاتصال شيوعاً. ومع ذلك، تشير النتائج أيضاً إلى وجود اختلافات في استخدام وسائل الاتصال الأخرى. من المهم ملاحظة أن استخدام وسائل الاتصال المختلفة يمكن أن يتأثر بعوامل مختلفة مثل التوافر والوصول والتفضيلات الثقافية. لذلك، يمكن أن تكون هذه النتائج مفيدة لتطوير استراتيجيات وسياسات لتعزيز استخدام الآمن والصحي لوسائل الاتصال المختلفة من قبل الشباب في هذه المراكز.

النتائج والمناقشة:

أولاً: توصيف متغيرات الدراسة:

دوافع استخدام الشباب لمواقع التواصل الاجتماعي ببعض المراكز الريفية محل الدراسة بمحافظة أسيوط:

يتضح من جدول 6 ما يلي:

فيما يتعلق بدرجة القيادة، كان المركزان متوسط المستوى حيث بلغت نسبتهما 51.2% لأسيوط و40.4% للغنايم. هذا يشير إلى أن الشباب في كلا المركزين يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي للتعبير عن آرائهم وأفكارهم، ولكن بشكل أكبر في أسيوط.

أما بالنسبة للشعور بالاعتزاز، فقد كان لدى المركزين مستوى متوسط حيث بلغت نسبتهما 56.3% لأسيوط و57.4% للغنايم. يشير هذا إلى أن الشباب في كلا المركزين يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي للتغلب على مشاعر العزلة والشعور بالارتباط بالآخرين، ولكن بدرجة أقل قليلاً في الغنايم.

الدوافع الاجتماعية كان المركزان متوسطي المستوى حيث بلغت نسبتهما 41.4% لأسيوط و42.6% للغنايم. وهذا يشير إلى أن الشباب في كلا المركزين يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي للتواصل الاجتماعي والترفيه، لكن دون فرق كبير بين المراكز.

أما فيما يتعلق بالدوافع الشخصية، فقد كان لكلا المركزين مستوى مرتفع حيث بلغت نسبتهما 56.8% لأسيوط و61.7% للغنايم. يشير هذا إلى أن الشباب في كلا المركزين يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي للتعبير عن أنفسهم وكسب الرضا الشخصي، مع تركيز أكبر قليلاً على التعبير الشخصي في الغنايم.

من حيث الدوافع السياسية، كانت النسبة متوسطة لأسيوط عند 37.5% ومقسمة بين متوسطة وعالية للغنايم 34%. وهذا يشير إلى أن الشباب في كلا المركزين يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي لمناقشة القضايا السياسية والانخراط فيها، ولكن بدرجة أكبر قليلاً في الغنايم.

أخيراً، عند دراسة الدوافع الإجمالية لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي، كان المستوى متوسط لأسيوط بنسبة 57.1% ومرتفع للغنايم بنسبة 48.9%. وهذا يشير إلى أن الشباب في كلا المركزين يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي لأسباب مختلفة، مع التركيز بشكل أكبر على التعبير الشخصي والمشاركة في الغنايم.

جدول 6. توزيع دوافع استخدام الشباب لمواقع التواصل الاجتماعي ببعض المراكز الريفية محل الدراسة بمحافظة اسيوط

الإجمالي	المركز		البيان	الفئات	المتغيرات
	مركز الغنايم	مركز اسيوط			
64	5	59	عدد	منخفض (12-6)	الدرجة الكلية للقيادية
16.7%	10.6%	17.6%	%		
191	19	172	عدد	متوسط (18-12.01)	
49.9%	40.4%	51.2%	%		
128	23	105	عدد	مرتفع (24-18.01)	
33.4%	48.9%	31.3%	%		
81	13	68	عدد	منخفض (13.33-8)	الدرجة الكلية للشعور بالاغتراب
21.1%	27.7%	20.2%	%		
216	27	189	عدد	متوسط (18.67-13.34)	
56.4%	57.4%	56.3%	%		
86	7	79	عدد	مرتفع (24-18.68)	
22.5%	14.9%	23.5%	%		
8	0	8	عدد	منخفض (11.67-7)	الدرجة الكلية للدوافع اجتماعية
2.1%	0.0%	2.4%	%		
189	18	171	عدد	متوسط (16.33-11.68)	
49.3%	38.3%	50.9%	%		
186	29	157	عدد	مرتفع (21-16.34)	
48.6%	61.7%	46.7%	%		
108	12	96	عدد	منخفض (8.33-5)	الدرجة الكلية للدوافع اقتصادية
28.2%	25.5%	28.6%	%		
159	20	139	عدد	متوسط (11.67-8.34)	
41.5%	42.6%	41.4%	%		
116	15	101	عدد	مرتفع (15-11.68)	
30.3%	31.9%	30.1%	%		
36	6	30	عدد	منخفض (11.67-7)	الدرجة الكلية للدوافع شخصية
9.4%	12.8%	8.9%	%		
127	12	115	عدد	متوسط (16.33-11.68)	
33.2%	25.5%	34.2%	%		
220	29	191	عدد	مرتفع (21-16.34)	
57.4%	61.7%	56.8%	%		
137	15	122	عدد	منخفض (5-3)	الدرجة الكلية للدوافع سياسية
35.8%	31.9%	36.3%	%		
142	16	126	عدد	متوسط (7-5.01)	
37.1%	34.0%	37.5%	%		
104	16	88	عدد	مرتفع (9-7.01)	
27.2%	34.0%	26.2%	%		
32	5	27	عدد	منخفض (36.67-22)	اجمالي دوافع استخدام المبحوثين من الشباب الريفي لمواقع التواصل الاجتماعي
8.4%	10.6%	8.0%	%		
211	19	192	عدد	متوسط (36.67-51.34)	
55.1%	40.4%	57.1%	%		
140	23	117	عدد	مرتفع (51.33-67)	
36.6%	48.9%	34.8%	%		
383=ن	47=ن	336=ن		الإجمالي	

وتشير النتائج إلى أن الشباب في كلا المركزين يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي بشكل كبير للتعبير عن أنفسهم وللتواصل الاجتماعي والترفيه. كما يستخدمون هذه المواقع للتغلب على مشاعر الاغتراب والشعور بالعزلة والشعور بالارتباط بالآخرين. ويستخدمون أيضاً هذه المواقع لمناقشة القضايا السياسية والانخراط فيها، ولكن بدرجة أقل قليلاً في الغنایم. ويمكن القول أن الدوافع الشخصية تلعب دوراً مهماً في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لدى الشباب في الغنایم بينما لا تتميز أسبوت بدوافع معينة بشكل خاص. وتظهر الدراسة الحالية بعض التوافق مع الدراسات السابقة المذكورة، لكنها تكشف أيضاً عن بعض الاختلافات. تدعم الدراسة الحالية النتائج التي توصل إليها الرواس وآخرون (2015) بشأن الأثر الإيجابي لوسائل التواصل الاجتماعي في تزويد الشباب بإمكانية الوصول إلى المعرفة والأخبار المتعلقة بمختلف القضايا، بما في ذلك القضايا الاجتماعية والثقافية والسياسية. بالإضافة إلى ذلك، تتفق الدراسة الحالية مع العريشي وآخرون (2015) فيما يتعلق بالفوائد المحتملة للشبكات الاجتماعية كأدوات اتصال، لكنه يسلط الضوء أيضاً على بعض الجوانب السلبية لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي، مثل احتمال الاغتراب والحاجة إلى الوعي بالمخاطر المرتبطة بالاستخدام المفرط. ومع ذلك، تختلف الدراسة الحالية عن دراسة البكار (2017) من حيث تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على القيم في الأسرة. بينما وجدت دراسة البكار آثاراً إيجابية وسلبية، لم تبحث الدراسة الحالية في تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على قيم الأسرة. أخيراً، لا تتناول الدراسة الحالية موضوع الزواج بشكل مباشر عبر مواقع التواصل الاجتماعي، والذي كان محور دراسة Mahmoud (2018). توافقت النتائج مع نظرية التسلسل الهرمي للاحتياجات لماسلو حيث تشير النتائج إلى أن الشباب في كلا المركزين يعطي الأولوية لتلبية احتياجاتهم الشخصية للتعبير عن الذات والرضا، والتي تتماشى مع نظرية ماسلو للاحتياجات تحقيق الذات. كما تشير النتائج إلى تلبية الاحتياجات الاجتماعية، مثل التواصل الاجتماعي والترفيه، من خلال استخدام مواقع التواصل الاجتماعي. وتوافقت مع نظرية العامل الثاني لهيرزبرج حيث تشير نتائج الدراسة إلى أن الدافع الأساسي للشباب في كلا المركزين هو عوامل جوهريّة، مثل التعبير الشخصي والرضا، والتي تتماشى مع نظرية هيرزبرج. يشير استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية للتعبير الشخصي وتحقيق الذات إلى أن الدافع وراء الشباب هو عوامل داخلية وليس عوامل خارجية مثل الكسب المالي. وتوافقت مع نظرية تقرير المصير حيث تشير نتائج الدراسة إلى أن الشباب في كلا المركزين يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي لتلبية حاجتهم إلى التواصل والاستقلالية. يتواصلون مع الآخرين عبر وسائل التواصل الاجتماعي، ويعبرون عن آرائهم وأفكارهم، ويستخدمون وسائل التواصل الاجتماعي كوسيلة للتعبير عن الذات. تشير النتائج إلى أن مواقع الشبكات الاجتماعية يمكن أن تعزز الدافع من خلال تلبية الاحتياجات النفسية الأساسية للاستقلالية والكفاءة والتواصل.

درجة تمسك الشباب بالقيم الاجتماعية ببعض المراكز الريفية محل الدراسة بمحافظة أسبوت:

يتضح من جدول 7 ما يلي:

تناولت الدراسة درجة التمسك بالقيم الاجتماعية لدى الشباب في المراكز الريفية بمحافظة أسبوت. وكان مجموع درجات القيم الاجتماعية متوسطاً لمركز أسبوت بنسبة

55.4% ومتوسط لمركز الغنايم بنسبة 46.8%. تم تقييم القيم الاجتماعية على أساس خمسة أبعاد، وكان لقيمة بعد الطموح درجة عالية لمركز أسيوط بنسبة 46.4%، ومرتفعة لمركز الغنايم بنسبة 48.9%. تم قياس هذا البعد باستخدام أربعة مؤشرات. كان الطموح في العمل مرتفعاً لمركز أسيوط بنسبة 47.6%، ومرتفع لمركز الغنايم بنسبة 53.2%. كان الطموح في التعليم مرتفعاً في كلا المركزين، حيث بلغت نسبته 57.4%. كان الطموح في الاستثمار متوسطاً بالنسبة لمركز أسيوط بنسبة 44.0% ومتوسط لمركز الغنايم بنسبة 36.2%. كان الاستقلال عن الأسرة مرتفعاً لمركز أسيوط بنسبة 51.8%، ومرتفع لمركز الغنايم بنسبة 40.4%.

وكان لقيمة احترام بعد كبار السن درجة متوسطة لمركز أسيوط بنسبة 50.3% ومتوسطة لمركز الغنايم بنسبة 38.3%. تم تقييم هذا البعد باستخدام مؤشرين. كان احترام عمره متوسطاً لمركز أسيوط بنسبة 43.8%، ومرتفع لمركز الغنايم بنسبة 40.4%. كانت أفضلية التقدير متوسطة بالنسبة لمركز أسيوط بنسبة 38.7%، ومرتفعة لمركز الغنايم بنسبة 40.4%. وكان لقيمة بعد الزواج درجة متوسطة لكلا المركزين حيث بلغت نسبته 44.9% لمركز أسيوط و46.8% لمركز الغنايم. تم قياس هذا البعد باستخدام ثلاثة مؤشرات. وكان الزواج المبكر مرتفعاً في مركز أسيوط حيث بلغت نسبته 43.8%، ومرتفع لمركز الغنايم بنسبة 38.3%. كان معدل إنجاب الأطفال في مركز أسيوط 42.9%، ومتوسط مركز الغنايم بنسبة 38.3%. الأطفال كمصدر دخل متوسط لمركز أسيوط بنسبة 41.7% ومنخفض لمركز الغنايم بنسبة 66.0%.

وكان لقيمة بعد التعاون درجة متوسطة لمركز أسيوط بنسبة 42.9%، ومرتفعة لمركز الغنايم بنسبة 40.4%. تم تقييم هذا البعد باستخدام ثلاثة مؤشرات. وبلغ درجة التعاون في العمل الزراعي متوسطة لمركز أسيوط 44.0% ومنخفضاً لمركز الغنايم 40.4%. بلغ متوسط التعاون في الفعاليات لمركز أسيوط بنسبة 42.3% ومتوسط لمركز الغنايم بنسبة 42.6%. وكان التعاون في الأعمال الخيرية مرتفعاً بالنسبة لمركز أسيوط بنسبة 36.3% ومتوسط لمركز الغنايم بنسبة 36.2%. كان مركز أسيوط ومركز الغنايم كلاهما متوسط الدرجات. بينما كانت النسبة لأسيوط أعلى حيث بلغت 53.6% مقابل 44.7% في الغنايم. يتكون هذا البعد من مؤشرين. أما المؤشر الأول، الحالة الاجتماعية، فقد حصل على درجة متوسطة لكلا المركزين، حيث كانت النسبة أعلى لأسيوط حيث بلغت 44.3% مقابل 31.9% للغنايم. أما المؤشر الثاني، وهو تحقيق الهدف، فكان متوسطه 48.8% لمركز أسيوط، ومتوسط 42.6% لمركز الغنايم.

لا يوجد اتفاق أو اختلاف مباشر مع الدراسات السابقة التي تم عرضها مسبقاً، حيث أن الدراسة الواردة في السؤال تركز على التمسك بالقيم الاجتماعية لدى الشباب في المراكز الريفية بمحافظة أسيوط، بينما تتناول الدراسات السابقة آثار ذلك. وسائل التواصل الاجتماعي ومواقع التواصل على التنشئة الاجتماعية وإمكانية استخدام هذه المنصات للتواصل الإيجابي في المجتمع. إلا أن نتائج الدراسة الخاصة بالقيم الاجتماعية قد تكون مرتبطة باستخدام وسائل التواصل الاجتماعي ومواقع التواصل في مجالات الاتصال والتعليم، حيث تشير نتائج دراسة القيم الاجتماعية إلى أن جيل الشباب في ريف محافظة أسيوط لديهم درجات مختلفة من الالتزام بالقيم الاجتماعية. قد يكون لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي ومواقع التواصل تأثير على قيم ومواقف الشباب في هذه المجالات، وقد تكون هناك إمكانية لاستخدام هذه

المنصات لتعزيز القيم والسلوكيات الإيجابية بين الشباب. يمكن أن تكون هذه النتائج مرتبطة بالعديد من نظريات القيم الاجتماعية، مثل نظرية القيم الإنسانية الأساسية، ونظرية التعلم الاجتماعي، ونظرية الهوية الاجتماعية، ونظرية التبادل الاجتماعي. على سبيل المثال، قد تكون الدرجات العالية في الطموح لكلا المركزين مرتبطة بنظرية القيم الإنسانية الأساسية، والتي تشير إلى أن الأشخاص يعطون الأولوية للقيم بشكل مختلف، وأولئك الذين يعطون الأولوية للإنجاز قد يكونون أكثر توجهاً نحو الهدف. يمكن أن تكون الدرجة العالية في الاستقلال عن الأسرة لكلا المركزين مرتبطة بنظرية الهوية الاجتماعية، والتي تشير إلى أن الأفراد يشكلون هويتهم الاجتماعية بناءً على عضويتهم في مجموعات اجتماعية مختلفة. قد تكون الدرجة المنخفضة فيما يتعلق بكبار السن لمركز الغنאים مرتبطة بنظرية التبادل الاجتماعي، والتي تقترح أن يتخذ الأفراد قرارات بناءً على مكافآت وتكاليف تفاعلاتهم الاجتماعية. من المرجح أن يتبنى الناس القيم التي تفيدهم في علاقاتهم الاجتماعية، وفي هذه الحالة، قد يرى الجيل الأصغر فائدة أقل في احترام كبار السن.

جدول 7. توزيع درجة تمسك الشباب بالقيم الاجتماعية ببعض المراكز الريفية محل الدراسة بمحافظة أسيوط

المتغيرات	الفئات	البيان	المركز		الإجمالي
			مركز أسيوط	مركز الغنאים	
الطموح في العمل	منخفض (6-10)	عدد	60	13	73
		%	17.9%	27.7%	19.1%
	متوسط (10.01-14)	عدد	116	9	125
		%	34.5%	19.1%	32.6%
	مرتفع (14.01-18)	عدد	160	25	185
		%	47.6%	53.2%	48.3%
الطموح في التعليم	منخفض (7-11.67)	عدد	52	13	65
		%	15.5%	27.7%	17.0%
	متوسط (11.68-16.33)	عدد	91	7	98
		%	27.1%	14.9%	25.6%
	مرتفع (16.34-21)	عدد	193	27	220
		%	57.4%	57.4%	57.4%
الطموح في الاستثمار	منخفض (7-11.67)	عدد	73	14	87
		%	21.7%	29.8%	22.7%
	متوسط (11.68-16.33)	عدد	148	17	165
		%	44.0%	36.2%	43.1%
	مرتفع (16.34-21)	عدد	115	16	131
		%	34.2%	34.0%	34.2%
الاستقلالية عن الأسرة	منخفض (7-11.67)	عدد	69	16	85
		%	20.5%	34.0%	22.2%
	متوسط (11.68-16.33)	عدد	93	12	105
		%	27.7%	25.5%	27.4%
	مرتفع (16.34-21)	عدد	174	19	193
		%	51.8%	40.4%	50.4%
الدرجة الكلية لقيمة الطموح	منخفض (25-41.67)	عدد	44	12	56
		%	13.1%	25.5%	14.6%
	متوسط (41.68-58.33)	عدد	136	12	148
		%	40.5%	25.5%	38.6%
	مرتفع (58.34-75)	عدد	156	23	179
		%	47.4%	25.5%	47.4%

الإجمالي	المركز		البيان	الفئات	المتغيرات
	مركز الغنايم	مركز اسيوط			
46.7%	48.9%	46.4%	%		
69	13	56	عدد		
18.0%	27.7%	16.7%	%	منخفض (10-6)	احترام سنه
162	15	147	عدد	متوسط (14-10.01)	
42.3%	31.9%	43.8%	%	مرتفع (18-14.01)	
152	19	133	عدد		تفضيل تقديمه
39.7%	40.4%	39.6%	%	منخفض (6.67-4)	
88	11	77	عدد	متوسط (9.33-6.68)	
23.0%	23.4%	22.9%	%		الدرجة الكلية لقيمة احترام كبير السن
147	17	130	عدد	مرتفع (12-9.34)	
38.4%	36.2%	38.7%	%	منخفض (16.67-10)	
148	19	129	عدد		الزواج المبكر
38.6%	40.4%	38.4%	%	متوسط (23.33-16.68)	
57	12	45	عدد	مرتفع (30-23.34)	
14.9%	25.5%	13.4%	%		إنجاب الابناء
187	18	169	عدد	منخفض (11.67-7)	
48.8%	38.3%	50.3%	%	متوسط (16.33-11.68)	
139	17	122	عدد		الاولاد كمصدر للدخل
36.3%	36.2%	36.3%	%	مرتفع (21-16.34)	
105	15	90	عدد	منخفض (11.67-7)	
27.4%	31.9%	26.8%	%		الدرجة الكلية لقيمة الزواج
113	14	99	عدد	متوسط (42-30.01)	
29.5%	29.8%	29.5%	%	مرتفع (54-42.01)	
165	18	147	عدد		التعاون في العمل الزراعي
43.1%	38.3%	43.8%	%	منخفض (10-6)	
101	16	85	عدد	متوسط (14-10.01)	
26.4%	34.0%	25.3%	%		
162	18	144	عدد	مرتفع (18-14.01)	
42.3%	38.3%	42.9%	%	منخفض (30-18)	
120	13	107	عدد		
31.3%	27.7%	31.8%	%	متوسط (14-10.01)	
137	31	106	عدد	مرتفع (18-14.01)	
35.8%	66.0%	31.5%	%		
151	11	140	عدد	منخفض (10-6)	
39.4%	23.4%	41.7%	%	متوسط (14-10.01)	
95	5	90	عدد		
24.8%	10.6%	26.8%	%	مرتفع (18-14.01)	
105	18	87	عدد	منخفض (30-18)	
27.4%	38.3%	25.9%	%		
173	22	151	عدد	متوسط (42-30.01)	
45.2%	46.8%	44.9%	%	مرتفع (54-42.01)	
105	7	98	عدد		
27.4%	14.9%	29.2%	%	منخفض (10-6)	
99	19	80	عدد	متوسط (14-10.01)	
25.8%	40.4%	23.8%	%		
163	15	148	عدد		

الإجمالي	المركز		البيان	الفئات	المتغيرات
	مركز الغنايم	مركز أسبوط			
42.6%	31.9%	44.0%	%		
121	13	108	عدد	مرتفع (18-14.01)	
31.6%	27.7%	32.1%	%		
72	9	63	عدد	منخفض (10-6)	
18.8%	19.1%	18.8%	%		
162	20	142	عدد	متوسط (14-10.01)	التعاون في المناسبات.
42.3%	42.6%	42.3%	%		
149	18	131	عدد	مرتفع (18-14.01)	
38.9%	38.3%	39.0%	%		
109	16	93	عدد	منخفض (11.67-7)	
28.5%	34.0%	27.7%	%		
138	17	121	عدد	متوسط (16.33-11.68)	التعاون للعمل الخيري
36.0%	36.2%	36.0%	%		
136	14	122	عدد	مرتفع (21-16.34)	
35.5%	29.8%	36.3%	%		
77	14	63	عدد	منخفض (28.33-17)	
20.1%	29.8%	18.8%	%		
158	14	144	عدد	متوسط (39.67-28.34)	الدرجة الكلية لقيمة التعاون
41.3%	29.8%	42.9%	%		
148	19	129	عدد	مرتفع (51-39.68)	
38.6%	40.4%	38.4%	%		
109	18	91	عدد	منخفض (10-6)	
28.5%	38.3%	27.1%	%		
164	15	149	عدد	متوسط (14-10.01)	مكانة اجتماعية
42.8%	31.9%	44.3%	%		
110	14	96	عدد	مرتفع (18-14.01)	
28.7%	29.8%	28.6%	%		
57	11	46	عدد	منخفض (16.67-10)	
14.9%	23.4%	13.7%	%		
184	20	164	عدد	متوسط (23.33-16.68)	تحقيق الهدف
48.0%	42.6%	48.8%	%		
142	16	126	عدد	مرتفع (30-23.34)	
37.1%	34.0%	37.5%	%		
58	12	46	عدد	منخفض (26.67-16)	
15.1%	25.5%	13.7%	%		
201	21	180	عدد	متوسط (37.33-26.68)	الدرجة الكلية لقيمة القيادة
52.5%	44.7%	53.6%	%		
124	14	110	عدد	مرتفع (48-37.34)	
32.4%	29.8%	32.7%	%		
51	11	40	عدد	منخفض (143.33-86)	
13.3%	23.4%	11.9%	%		
208	22	186	عدد	متوسط (200.67-143.34)	الدرجة الكلية للقيم الاجتماعية
54.3%	46.8%	55.4%	%		
124	14	110	عدد	مرتفع (258-200.68)	
32.4%	29.8%	32.7%	%		
383=ن	=ن47	=ن336		الإجمالي	

1- العلاقة الارتباطية بين بعض المتغيرات المستقلة المدروسة بالتمسك بالقيم الاجتماعية ببعض المراكز الريفية محل الدراسة بمحافظة أسيوط:

لتحقيق الهدف الثالث، والخاص بدراسة علاقة بعض المتغيرات المستقلة المدروسة بالتمسك بالقيم الاجتماعية ببعض المراكز الريفية محل الدراسة بمحافظة أسيوط تم اختيار الفرض البحثي الأول، بالفرض الصفري التالي "لا يوجد علاقة ارتباطية معنوية عند مستوى معنوية 0.01 لبعض المتغيرات المستقلة المدروسة بالتمسك بالقيم الاجتماعية في مركزي الدراسة (مركز أسيوط ومركز الغنايم)" وللتحقق من صحة هذا الفرض تم استخدام معامل ارتباط بيرسون، وتوضح نتائج الجدول رقم (8) أهم النتائج في هذا الشأن:

أ- وجود علاقة ارتباطية معنوية موجبة بين ثلاث متغيرات مستقلة كل على حدة هي: الشعور بالاغتراب، ودوافع اقتصادية ودوافع سياسية وبين الدرجة الكلية لقيمة الطموح كمتغير تابع وتبين عدم وجود علاقة ارتباطية معنوية في كل من المتغيرات التالية: السن، وعدد أفراد الأسرة ومتوسط دخل الأسرة الشهري والدرجة الكلية للدوافع الاجتماعية والدرجة الكلية للدوافع الشخصية ودوافع استخدام المبحوثين من الشباب الريفي لمواقع التواصل الاجتماعي وبين الدرجة الكلية لقيمة الطموح كمتغير تابع.

ب- وجود علاقة ارتباطية معنوية موجبة بين ثلاث متغيرات مستقلة كل على حدة هي: عدد أفراد الأسرة، والدرجة الكلية للدوافع السياسية وبين الدرجة الكلية لقيمة احترام كبير السن كمتغير تابع ووجود علاقة ارتباطية سالبة بين دوافع شخصية وبين الدرجة الكلية لقيمة احترام كبير السن كمتغير تابع وتبين عدم وجود علاقة ارتباطية معنوية موجبة في كل من المتغيرات التالية: السن، ومتوسط دخل الأسرة الشهري والدرجة الكلية للقيادة والدرجة الكلية للشعور بالاغتراب والدرجة الكلية للدوافع الاجتماعية والدرجة الكلية للدوافع الاقتصادية ودوافع استخدام المبحوثين من الشباب الريفي لمواقع التواصل الاجتماعي وبين الدرجة الكلية لقيمة احترام كبير السن كمتغير تابع.

ج- وجود علاقة ارتباطية معنوية موجبة بين خمسة متغيرات مستقلة كل على حدة هي: عدد أفراد الأسرة، ومتوسط دخل الأسرة الشهري والدرجة الكلية للشعور بالاغتراب وبين الدرجة الكلية لقيمة الزواج كمتغير تابع ووجود علاقة ارتباطية سالبة بين الدرجة الكلية للدوافع الشخصية واجمالي دوافع استخدام المبحوثين من الشباب الريفي لمواقع التواصل الاجتماعي وبين الدرجة الكلية لقيمة الزواج كمتغير تابع وتبين عدم وجود علاقة ارتباطية معنوية موجبة في كل من المتغيرات التالية: السن، والدرجة الكلية للقيادة والدرجة الكلية للدوافع الاجتماعية والدرجة الكلية للدوافع الاقتصادية والدرجة الكلية للدوافع السياسية وبين الدرجة الكلية لقيمة الزواج كمتغير تابع.

د- وجود علاقة ارتباطية معنوية موجبة بين ثلاث متغيرات مستقلة كل على حدة هي: الدرجة الكلية للدوافع السياسية وبين الدرجة الكلية لقيمة التعاون كمتغير تابع ووجود علاقة ارتباطية سالبة بين الدرجة الكلية للدوافع الشخصية وبين الدرجة الكلية لقيمة التعاون كمتغير تابع وتبين عدم وجود علاقة ارتباطية معنوية موجبة في كل من المتغيرات التالية: السن، وعدد أفراد الأسرة ومتوسط دخل الأسرة الشهري والدرجة الكلية للقيادة والدرجة الكلية للشعور بالاغتراب والدرجة الكلية للدوافع الاجتماعية والدرجة الكلية للدوافع الاقتصادية واجمالي دوافع استخدام المبحوثين من الشباب الريفي لمواقع التواصل الاجتماعي وبين الدرجة الكلية لقيمة التعاون كمتغير تابع.

و- وجود علاقة ارتباطية معنوية موجبة بين متغيرين مستقلين كل على حدة هي: متوسط دخل الأسرة الشهري وبين الدرجة الكلية لقيمة القيادة كمتغير تابع ووجود علاقة ارتباطية سالبة بين الدرجة الكلية للدوافع الشخصية وبين الدرجة الكلية لقيمة القيادة كمتغير تابع وتبين عدم وجود علاقة ارتباطية معنوية موجبة في كل من المتغيرات التالية: السن، وعدد أفراد الأسرة والدرجة الكلية للقيادة والدرجة الكلية للشعور بالاغتراب والدرجة الكلية للدوافع الاجتماعية والدرجة الكلية للدوافع الاقتصادية والدرجة الكلية للدوافع السياسية واجمالي دوافع استخدام المبحوثين من الشباب الريفي لمواقع التواصل الاجتماعي وبين الدرجة الكلية لقيمة القيادة كمتغير تابع.

ه- وجود علاقة ارتباطية معنوية موجبة بين خمسة متغيرات مستقلة كل على حدة هي: عدد أفراد الأسرة و الشعور بالاغتراب والدرجة الكلية للدوافع الاقتصادية والدرجة الكلية للدوافع السياسية وبين اجمالي القيم الاجتماعية كمتغير تابع ووجود علاقة ارتباطية سالبة بين الدرجة الكلية للدوافع الشخصية وبين الدرجة الكلية لقيمة القيادة كمتغير تابع وتبين عدم وجود علاقة ارتباطية معنوية موجبة في كل من المتغيرات التالية: السن، ومتوسط دخل الأسرة الشهري والدرجة الكلية للقيادة والدرجة الكلية للدوافع الاجتماعية واجمالي دوافع استخدام المبحوثين من الشباب الريفي لمواقع التواصل الاجتماعي وبين الدرجة الكلية لقيمة القيادة كمتغير تابع.

وبناء على ذلك يمكن رفض الفرض الصفري السابق بالنسبة للمتغيرات التي ثبت معنويتها وقبولها في التي لم يثبت معنويتها.

تظهر النتائج أن هناك علاقة إيجابية بين الشعور بالاغتراب والدوافع الاقتصادية والسياسية، والطموح. ويمكن تفسير ذلك بأن الأفراد الذين يشعرون بالاغتراب في مجتمعات محافظة أسيوط قد يكونون أكثر عرضة للاهتمام بالأمور الاقتصادية والسياسية والطموح. ولكن، لا يوجد علاقة معنوية بين العوامل الأخرى مثل السن، وعدد أفراد الأسرة ومتوسط دخل الأسرة الشهري، والدوافع الشخصية والاجتماعية ودوافع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي والقيادة، والاحترام لكبار السن كمتغير تابع. وبالنسبة للعلاقة بين عدد أفراد الأسرة والدوافع السياسية والاحترام لكبار السن كمتغير تابع، تظهر نتائج الدراسة وجود علاقة إيجابية بينهما، وهذا يعكس أن الأفراد الذين لديهم عدد أكبر من أفراد الأسرة قد يكونون أكثر مهتمين بالشؤون السياسية ويمتلكون مستوى أعلى من الاحترام لكبار السن. ولاحظنا أيضًا وجود علاقة سالبة بين الدوافع الشخصية والاحترام لكبار السن كمتغير تابع، وهذا يمكن تفسيره بأن الأفراد الذين يتمتعون بمستوى عالٍ من الدوافع الشخصية قد يكونون أقل احترامًا لكبار السن. ويوضح التحليل أن هناك علاقة إيجابية بين عدد أفراد الأسرة، ومتوسط دخل الأسرة الشهري، والشعور بالاغتراب، والزواج كمتغير تابع، بينما توجد علاقة سالبة بين العمر والشعور بالاغتراب. وهذا يشير إلى أن الأفراد الأصغر سنًا قد يشعرون بالاغتراب بشكل أقل، في حين أن الأفراد الذين ينتمون إلى عائلات كبيرة ولديهم متوسط دخل شهري أعلى وقد تزوجوا قد يكونون أكثر عرضة للشعور بالاغتراب. ومن الممكن تفسير ذلك بأن الأفراد الذين ينتمون إلى أسر كبيرة ولديهم دخل أعلى قد يكونون أكثر انفتاحًا على الثقافات والتجارب المختلفة، بينما الأفراد الأصغر سنًا قد لا يكونون قد تجربوا الحياة بشكل كافٍ ليشعروا بالاغتراب.

وبعض النتائج السابقة ذات صلة بموضوع وسائل التواصل الاجتماعي وتأثيرها على

القيم التي تمت دراستها. على سبيل المثال الرواس واخرون (2015) وجد أن مواقع التواصل الاجتماعي يمكن أن تساهم في المكون المعرفي للتنشئة الاجتماعية، وهو ما يتماشى مع النتيجة التي تفيد بأن دوافع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي من قبل المستجيبين من شباب الريف لم تكن مرتبطة بشكل كبير بقيم الطموح واحترام الذات. كبار السن والزواج والتعاون والقيادة. بالإضافة إلى ذلك، فإن الدراسة التي أجراها العريشي وآخرون (2015) تؤكد على أهمية التوعية والتنقيف لتوجيه استخدام وسائل التواصل الاجتماعي نحو التواصل الإيجابي والفعال في المجتمع، وهو الأمر الذي يتعلق بالنتائج التي توصلت إليها أن هناك علاقة سلبية بين الدوافع الشخصية والدرجة الإجمالية لقيمة احترام كبار السن والتعاون وتلك النتائج تتوافق مع نظرية الدوافع.

جدول 8. معاملات الارتباط البسيط وفقا لمصفوفة ارتباط (بيرسون) بين بعض المتغيرات المستقلة المدروسة بالتمسك بالقيم الاجتماعية ببعض المراكز الريفية محل الدراسة بمحافظة اسيوط

المتغيرات	قيمة الطموح	قيمة احترام كبير السن	قيمة الزواج	قيمة التعاون	قيمة القيادة	اجمالي القيم الاجتماعية
السن	0.093	-0.026	0.077	0.013	0.043	0.060
عدد أفراد الأسرة	0.063	0.179**	0.166**	0.069	0.097	0.123*
متوسط دخل الأسرة الشهري	0.016	0.081	0.124*	0.069	0.152**	0.093
الدرجة الكلية للقيادة	-0.015	0.030	-0.017	0.055	0.028	0.012
الدرجة الكلية للشعور بالاعتزاز	0.147**	0.059	0.248**	0.068	0.078	0.152**
الدرجة الكلية للدوافع الاجتماعية	-0.006	-0.068	-0.086	-0.009	-0.034	-0.041
الدرجة الكلية للدوافع الاقتصادية	0.127*	0.069	0.062	0.062	0.091	0.101*
الدرجة الكلية للدوافع الشخصية	-0.078	-0.145**	-0.249**	-0.125*	-0.144**	-0.165**
الدرجة الكلية للدوافع السياسية	0.203**	0.124*	-0.004	0.117*	0.068	0.127*
اجمالي دوافع استخدام المبحوثين من الشباب الريفي لمواقع التواصل الاجتماعي	0.056	-0.037	-0.126*	-0.012	-0.030	-0.025

1- الاسهام النسبي لبعض المتغيرات المستقلة المدروسة ذات الارتباط المعنوي مجتمعة في تفسير جزء من التباين الكلي لدرجة تمسك الشباب بالقيم الاجتماعية ببعض المراكز الريفية محل الدراسة بمحافظة اسيوط.

لتحقيق الهدف الرابع من الدراسة الراهنة والخاص بتحديد الإسهام النسبي لبعض المتغيرات المستقلة المدروسة ذات الارتباط المعنوي مجتمعة في تفسير جزء من التباين الكلي لدرجة تمسك الشباب بالقيم الاجتماعية ببعض المراكز الريفية محل الدراسة بمحافظة اسيوط وترتيب أهميتها النسبية: تم اختبار الفرض البحثي الثاني بالفرض الصفري التالي: "لا توجد علاقة معنوية عند مستوى معنوية 0.01 بين بعض المتغيرات المستقلة المدروسة ذات الارتباط المعنوي مجتمعة في تفسير جزء من التباين الكلي لدرجة تمسك الشباب بالقيم الاجتماعية ببعض المراكز الريفية محل الدراسة بمحافظة اسيوط وتم التحقق من معنوية هذا الفرض بواسطة استخدام التحليل الارتباطي والانحداري المتعدد التدريجي الصاعد واتت النتائج على النحو التالي:

أ- الاسهام النسبي لكل متغير من المتغيرات المستقلة المدروسة ذات الارتباط المعنوي مجتمعة في تفسير جزء من التباين الكلي في بعض المتغيرات المستقلة المدروسة وبين

الدرجة الكلية للقيم الاجتماعية بمركزي الدراسة

توضح نتائج الجدول رقم (9) أن هناك 4 متغيرات مستقلة أسهموا مجتمعون إسهاماً معنوياً في تفسير التباين الكلي في الدرجة الكلية للقيم الاجتماعية، حيث بلغت قيمة معامل التحديد لهذه العلاقة 0.347 وبلغت قيمة "ف" المحسوبة 12.948 وهي معنوية عند مستوى 0.01، وهذا يعني أن هذه المتغيرات تقسر حوالي 34.7% من التباين الكلي في المتغير التابع، ويمكن تحديد الإسهام النسبي لكل منها على التوالي: عدد أفراد الأسرة وبلغت نسبة إسهامه (12.1%) والدرجة الكلية للدوافع الاقتصادية وبلغت نسبة إسهام هذا المتغير (10.4%)، والدرجة الكلية للدوافع السياسية وبلغت نسبة إسهام هذا المتغير (7.4%)، والدرجة الكلية للدوافع الشخصية وكانت إسهامها سالبا حيث بلغت نسبة إسهام هذا المتغير (2.7%)، وبناء عليه يمكن رفض الفرض الصفري السابق جزئياً فيما يتعلق بهذه المتغيرات، ولا يمكن قبوله بالنسبة لبقية المتغيرات، التي لم يثبت معنوية علاقتها بالمتغير التابع. ويمكن تفسير هذه النتائج على أنه يمكن أن تؤثر عدة عوامل على القيم الاجتماعية بشكل معنوي، بما في ذلك حجم الأسرة والدوافع الاقتصادية والسياسية، بينما قد يكون للدوافع الشخصية تأثير سلبي بسيط.

مقارنة بالدراسات السابقة، الرواس وآخرون (2015) وجد أن للإعلام الجديد قدرة عالية على صياغة المكون المعرفي للتنشئة الاجتماعية، بينما أكد العريشي وآخرون (2015) على ضرورة العمل على التوظيف الإيجابي والفعال للشبكات الاجتماعية كأداة اتصال. كشفت دراسة البكار (2017) أن وسائل التواصل الاجتماعي لها تأثير كبير وواضح على القيم في الأسرة الأردنية، ولكن لها آثار سلبية أكثر من الآثار الإيجابية. أظهرت نتائج دراسة Mahmoud (2018) أن مواقع التواصل الاجتماعي تستخدم لأغراض تتعلق بالحياة الزوجية، بينما وجدت دراسة Ahmed & Mohamed Gad (2019) أن هناك فروق ذات دلالة إحصائية في تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على الدين والسياسة، والأبعاد الاقتصادية للأمن الفكري. أشارت نتائج دراسة الهشلمون (2020) إلى أن العلاقات داخل فيسبوك تشكلت للحفاظ على الخصوصية، واستخدم فيسبوك للتواصل وبناء العلاقات بين الأشخاص الذين يشاركونهم اهتمامات مشتركة.

جدول 9. نتائج التحليل الارتباطي والانحداري المتعدد التدريجي المساعد لعلاقة المتغيرات ذات الارتباط مجتمعة على الدرجة الكلية للقيم الاجتماعية

الترتيب	المتغير التابع: القيم الاجتماعية					المتغيرات المستقلة
	معامل الانحدار الجزئي المعياري Beta	معامل الانحدار الجزئي غير المعياري B	% التباين المفسرة للمتغير التابع	% التراكمية للتباين المفسرة للمتغير التابع	معامل الارتباط المتعدد "R"	
4	-6.07**	-0.347	-3.503	0.027	0.027	الدرجة الكلية للدوافع الشخصية
3	4.54**	0.243	4.866	0.047	0.074	الدرجة الكلية للدوافع السياسية
2	23.0**	0.163	2.144	0.057	0.104	الدرجة الكلية للدوافع الاقتصادية
1	2.63**	0.131	2.248	0.063	0.121	عدد أفراد الأسرة

معامل الارتباط المتعدد=0.347 **معنوي عند مستوى 0.01 معامل التحديد=0.121 قيمة (ف) المحسوبة 12.948**

ب- الاسهام النسبي لكل متغير من المتغيرات المستقلة المدروسة ذات الارتباط المعنوي مجتمعة في تفسير جزء من التباين الكلي في بعض المتغيرات المستقلة المدروسة وبين الدرجة الكلية لقيمة الطموح بمرکزي الدراسة

توضح نتائج الجدول رقم (10) أن هناك متغيرين مستقلين أسهما مجتمعون إسهاماً معنوياً في تفسير التباين الكلي في الدرجة الكلية لقيمة الطموح، حيث بلغت قيمة معامل التحديد لهذه العلاقة 0.247 وبلغت قيمة "ف" المحسوبة 12.396 وهي معنوية عند مستوى 0.01، وهذا يعني أن هذه المتغيرات تفسر حوالي 24.7% من التباين الكلي في المتغير التابع، ويمكن تحديد الإسهام النسبي لكل منها على التوالي: الدرجة الكلية للشعور بالاغتراب وبلغت نسبة إسهامه (6.1%) والدرجة الكلية للدوافع السياسية وبلغت نسبة إسهام هذا المتغير (4.1%)، وبناء عليه يمكن رفض الفرض الصفري السابق جزئياً فيما يتعلق بهذه المتغيرات، ولا يمكن قبوله بالنسبة لبقية المتغيرات، التي لم يثبت معنوية علاقتها بالمتغير التابع. وبالتالي، فإن الدرجة الكلية للشعور بالاغتراب والدوافع السياسية تلعب دوراً مهماً في تحديد مستوى الطموح في المجتمع المحلي، ولا يمكن تجاهلها عند التفكير في التدابير الاجتماعية والاقتصادية التي يمكن اتخاذها لتحفيز وتعزيز الطموح في المجتمع.

جدول 10. نتائج التحليل الارتباطي والانحداري المتعدد التدريجي المساعد لعلاقة المتغيرات ذات الارتباط مجتمعة على الدرجة الكلية لقيمة الطموح

المتغير التابع: قيمة الطموح							المتغيرات المستقلة
الترتيب	قيمة "ت" المحسوبة	معامل الانحدار الجزئي المعياري Beta	معامل الانحدار الجزئي غير المعياري B	% التباين المفسرة للمتغير التابع	% التراكمية للتباين المفسرة للمتغير التابع	معامل الارتباط المتعدد "R"	
1	4.01**	0.199	1.407	0.041	0.041	0.203	الدرجة الكلية للدوافع السياسية
2	2.85**	0.142	0.581	0.020	0.061	0.247	الدرجة الكلية للشعور بالاغتراب

معامل الارتباط المتعدد = 0.247 *معنوي عند مستوى 0.01 معامل التحديد = 0.061 قيمة (ف) المحسوبة 12.396**

ج- الاسهام النسبي لكل متغير من المتغيرات المستقلة المدروسة ذات الارتباط المعنوي مجتمعة في تفسير جزء من التباين الكلي في بعض المتغيرات المستقلة المدروسة وبين الدرجة الكلية لقيمة احترام كبير السن بمرکزي الدراسة

توضح نتائج الجدول رقم (11) أن هناك متغيرين مستقلين أسهما مجتمعون إسهاماً معنوياً في تفسير التباين الكلي في الدرجة الكلية لقيمة احترام كبير السن، حيث بلغت قيمة معامل التحديد لهذه العلاقة 0.328 وبلغت قيمة "ف" المحسوبة 15.281 وهي معنوية عند مستوى 0.01، وهذا يعني أن هذه المتغيرات تفسر حوالي 32.8% من التباين الكلي في المتغير التابع، ويمكن تحديد الإسهام النسبي لكل منها على التوالي: الدرجة الكلية للدوافع السياسية وبلغت نسبة إسهامه (8.1%) وعدد أفراد الأسرة وبلغت نسبة إسهام هذا المتغير (3.2%)، والدرجة الكلية للدوافع الشخصية وكانت إسهامها سالباً وبلغت نسبة إسهام هذا المتغير (2.7%)، وبناء عليه يمكن رفض الفرض الصفري السابق جزئياً فيما يتعلق بهذه المتغيرات، ولا يمكن قبوله بالنسبة لبقية المتغيرات، التي لم يثبت معنوية علاقتها بالمتغير

التابع. ويمكن تفسير هذه النتائج عن طريق اعتماد المفهوم الاجتماعي للتغير، والذي يعني أن المتغيرات المستقلة تؤثر بشكل مباشر أو غير مباشر على متغير الاحترام في مجتمع محافظة أسيوط. يمكن أن تكون الدوافع السياسية وعدد أفراد الأسرة مؤشراً على مستوى الوعي والقيم الاجتماعية للأفراد، بينما يمكن أن تؤثر الدوافع الشخصية سلباً على مستوى الاحترام.

جدول 11. نتائج التحليل الارتباطي والانحداري المتعدد التدريجي المساعد لعلاقة المتغيرات ذات الارتباط مجتمعة على الدرجة الكلية لقيمة احترام كبير السن

المتغير التابع: قيمة احترام كبير السن							المتغيرات المستقلة
الترتيب	قيمة "ت" المحسوبة	معامل الانحدار الجزئي المعياري Beta	معامل الانحدار الجزئي غير المعياري B	% التباين المفسرة للمتغير التابع	% التراكمية للتباين المفسرة للمتغير التابع	معامل الارتباط المتعدد "R"	
2	4.39**	0.215	0.503	0.032	0.032	0.179	عدد أفراد الأسرة
3	-4.99**	-0.269	-0.371	0.027	0.059	0.242	الدرجة الكلية للدوافع الشخصية
1	4.57**	0.245	0.669	0.081	0.108	0.328	الدرجة الكلية للدوافع لسياسية
معامل الارتباط المتعدد = 0.328 **معنوي عند مستوى 0.01 معامل التحديد = 0.108 قيمة (ف) المحسوبة = 15.281 **							

د- الاسهام النسبي لكل متغير من المتغيرات المستقلة المدروسة ذات الارتباط المعنوي مجتمعة في تفسير جزء من التباين الكلي في بعض المتغيرات المستقلة المدروسة وبين الدرجة الكلية لقيمة الزواج بمرکزي الدراسة

توضح نتائج الجدول رقم (12) أن هناك متغيرين مستقلين أسهما مجتمعون إسهاما معنويا في تفسير التباين الكلي في الدرجة الكلية لقيمة الزواج، حيث بلغت قيمة معامل التحديد لهذه العلاقة 0.384 وبلغت قيمة "ف" المحسوبة 16.328 وهي معنوية عند مستوى 0.01، وهذا يعني أن هذه المتغيرات تفسر حوالي 38.4% من التباين الكلي في المتغير التابع، ويمكن تحديد الإسهام النسبي لكل منها على التوالي: عدد أفراد الأسرة وبلغت نسبة إسهامه (8.8%) والدرجة الكلية للدوافع الشخصية وبلغت نسبة إسهام هذا المتغير (6.2%)، ودوافع استخدام المبحوثين من الشباب الريفي لمواقع التواصل الاجتماعي وكانت إسهامها سالباً وبلغت نسبة إسهام هذا المتغير (5.9%)، والدرجة الكلية للشعور بالأغتراب وكانت إسهامها سالباً وبلغت نسبة إسهام هذا المتغير (4.9%)، وبناء عليه يمكن رفض الفرض الصفري السابق جزئياً فيما يتعلق بهذه المتغيرات، ولا يمكن قبوله بالنسبة لبقية المتغيرات، التي لم يثبت معنوية علاقتها بالمتغير التابع. يمكن ربط هذه النتائج بالنظريات السوسولوجية التي تدرس الزواج كظاهرة اجتماعية فمن خلال نظرية المنحى الوظيفي، يمكن تفسير أن الزواج يعمل على تحقيق الأهداف الاجتماعية والوظيفية، والتي تتضمن تحقيق الاستقرار الاجتماعي وإنجاب الأطفال وتوفير الدعم الاجتماعي. كما يمكن ربط هذه النتائج بنظرية الرأسمال الاجتماعي التي تعتبر أن العلاقات الاجتماعية تؤثر على السلوك الفردي، وأن الشباب الذين يشعرون بالإغراب من المجتمع وعدم الانتماء إليه، يميلون إلى عدم التفكير بالزواج كونهم يعتبرونه مجرد طقس اجتماعي يتطلب انتماءً والتزاماً بقيم المجتمع. ويمكن أيضاً ربط النتائج

بنظرية الثقافة الاجتماعية التي تشير إلى أن القيم والمعتقدات الثقافية تؤثر على سلوك الأفراد، ويمكن تفسير العلاقة بين عدد أفراد الأسرة وقيمة الزواج بأن الزيادة في عدد أفراد الأسرة تعكس القيمة الاجتماعية للزواج كوسيلة لتحقيق الأهداف الاجتماعية المرتبطة بالأسرة والتي تتضمن إنجاب الأطفال وتوفير الدعم الاجتماعي.

جدول 12. نتائج التحليل الارتباطي والانحداري المتعدد التدريجي المساعد لعلاقة المتغيرات ذات الارتباط مجتمعة على الدرجة الكلية لقيمة الزواج

المتغير التابع: قيمة الزواج							المتغيرات المستقلة
الترتيب	قيمة "ت" المحسوبة	معامل الانحدار الجزئي المعياري Beta	معامل الانحدار الجزئي غير المعياري B	% التباين المفسرة للمتغير التابع	% التراكمية للتباين المفسرة للمتغير التابع	معامل الارتباط المتعدد "R"	
2	-4.55**	-0.401	-1.010	0.062	0.062	0.249	الدرجة الكلية للدوافع الشخصية
4	3.79**	0.185	0.534	0.049	0.111	0.333	الدرجة الكلية للشعور بالاعتراب
1	3.14**	0.153	0.653	0.088	0.137	0.37	عدد أفراد الأسرة
3	2.15**	0.189	0.227	0.059	0.147	0.384	دوافع استخدام المبحوثين من الشباب الريفي لمواقع التواصل الاجتماعي
معامل الارتباط المتعدد = 0.384 **معنوي عند مستوى 0.01 معامل التحديد = 0.147 قيمة (ف) المحسوبة 16.328**							

٥- الاسهام النسبي لكل متغير من المتغيرات المستقلة المدروسة ذات الارتباط المعنوي مجتمعة في تفسير جزء من التباين الكلي في بعض المتغيرات المستقلة المدروسة وبين الدرجة الكلية لقيمة التعاون بمركزي الدراسة

توضح نتائج الجدول رقم (13) أن هناك متغيرين مستقلين أسهما مجتمعون إسهاما معنويا في تفسير التباين الكلي في الدرجة الكلية لقيمة التعاون، حيث بلغت قيمة معامل التحديد لهذه العلاقة 0.261 وبلغت قيمة "ف" المحسوبة 9.200 وهي معنوية عند مستوى 0.01، وهذا يعني أن هذه المتغيرات تفسر حوالي 26.1% من التباين الكلي في المتغير التابع، ويمكن تحديد الإسهام النسبي لكل منها على التوالي: الدرجة الكلية للدوافع السياسية وبلغت نسبة إسهامه (5.4%) والدرجة الكلية للدوافع الشخصية وكانت إسهامها سالبًا وبلغت نسبة إسهام هذا المتغير (1.4%)، وبناء عليه يمكن رفض الفرض الصفري السابق جزئيًا فيما يتعلق بهذه المتغيرات، ولا يمكن قبوله بالنسبة لبقية المتغيرات، التي لم يثبت معنوية علاقتها بالمتغير التابع. وتشير النتائج إلى أن القيم والمعتقدات الاجتماعية يمكن أن تؤثر بشكل كبير على سلوك الأفراد والمجتمعات. وتشير هذه النتائج إلى أن الدوافع السياسية تلعب دورًا هامًا في تعزيز قيم التعاون في المجتمع، بينما الدوافع الشخصية لا تساهم في ذلك بالقدر

الكافي. وبناءً على ذلك، فإن هذه النتائج تعزز أيضاً فكرة أن التوجهات السياسية والاجتماعية يمكن أن تكون عاملاً رئيسياً في بناء وتعزيز الثقافة الاجتماعية والمجتمعية في المجتمعات المحافظة، وتحسين السلوكيات الاجتماعية والاقتصادية.

جدول 13. نتائج التحليل الارتباطي والانحداري المتعدد التدريجي المساعد لعلاقة المتغيرات ذات الارتباط مجتمعة على الدرجة الكلية لقيمة التعاون

المتغير التابع: قيمة التعاون							المتغيرات المستقلة
الترتيب	قيمة "ت" المحسوبة	معامل الانحدار الجزئي المعياري Beta	معامل الانحدار الجزئي غير المعياري B	% التباين المفسرة للمتغير التابع	% التراكمية للتباين المفسرة للمتغير التابع	معامل الارتباط المتعدد "R"	
2	-3.66**	-0.201	-0.451	0.014	0.038	0.195	الدرجة الكلية للدوافع الشخصية
1	3.49	0.192	0.853	0.054	0.068	0.261	الدرجة الكلية للدوافع السياسية
معامل الارتباط المتعدد = 0.261 **معنوي عند مستوى 0.01 معامل التحديد = 0.068 قيمة (ف) المحسوبة 9.200**							

و- الاسهام النسبي لكل متغير من المتغيرات المستقلة المدروسة ذات الارتباط المعنوي مجتمعة في تفسير جزء من التباين الكلي في بعض المتغيرات المستقلة المدروسة وبين الدرجة الكلية لقيمة القيادة بمركزي الدراسة

توضح نتائج الجدول رقم (14) أن هناك متغيرين مستقلين أسهما مجتمعون إسهاما معنويا في تفسير التباين الكلي في الدرجة الكلية لقيمة القيادة، حيث بلغت قيمة معامل التحديد لهذه العلاقة 0.201 وبلغت قيمة "ف" المحسوبة 7.998 وهي معنوية عند مستوى 0.01، وهذا يعني أن هذه المتغيرات تفسر حوالي 20.1% من التباين الكلي في المتغير التابع، ويمكن تحديد الإسهام النسبي لكل منها على التوالي: متوسط دخل الأسرة الشهري وبلغت نسبة إسهامه (2.3%) والدرجة الكلية للدوافع الشخصية وكانت إسهامها سالباً وبلغت نسبة إسهام هذا المتغير (1.7%)، وبناءً عليه يمكن رفض الفرض الصفري السابق جزئياً فيما يتعلق بهذه المتغيرات، ولا يمكن قبوله بالنسبة لبقية المتغيرات، التي لم يثبت معنوية علاقتها بالمتغير التابع. ونظرية الأنماط الثقافية الخاصة لبيرسون التي تشير إلى أن القيم الثقافية يمكن أن تؤثر على السلوك، بما في ذلك القيادة. كما يمكن ربطها بنظرية العلاقات الاجتماعية الخاصة بهيربرت، والتي تشير إلى أن السلوك يتم تشكيله وتحديدته من خلال التفاعل الاجتماعي. علاوة على ذلك، فإن النتيجة تشير إلى أن متوسط دخل الأسرة الشهري له تأثير إيجابي على القيادة، بينما الدوافع الشخصية لها تأثير سلبي. يمكن تفسير هذا النتيجة بناءً على نظرية الانحراف الاجتماعي والتي تشير إلى أن الفقر يمكن أن يؤدي إلى انحرافات اجتماعية وتصرفات غير مقبولة في المجتمع، بينما يمكن أن تؤدي الدوافع الشخصية المفرطة إلى سلوك غير مقبول وانحرافات اجتماعية.

جدول 14. نتائج التحليل الارتباطي والانحداري المتعدد التدريجي المساعد لعلاقة المتغيرات ذات الارتباط مجتمعة على الدرجة الكلية لقيمة القيادة

الترتيب	المتغير التابع: قيمة القيادة						المتغيرات المستقلة
	قيمة "ت" المحسوبة	معامل الانحدار الجزئي المعياري Beta	معامل الانحدار الجزئي غير المعياري B	% التباين المفسرة للمتغير التابع	% التراكمية للتباين المفسرة للمتغير التابع	معامل الارتباط المتعدد "R"	
1	2.80**	0.141	0.001	0.023	0.023	0.152	متوسط دخل الأسرة الشهري
2	-2.61**	-0.131	-0.260	0.017	0.040	0.201	الدرجة الكلية للدوافع الشخصية
معامل الارتباط المتعدد = 0.201 **معنوي عند مستوى 0.01 معامل التحديد = 0.040 قيمة (ف) المحسوبة 7.998**							

التوصيات:

- 1- يجب على المؤسسات الحكومية والخاصة التركيز على معالجة الشعور بالاغتراب لدى شباب الريف. يمكن تحقيق ذلك من خلال خلق المزيد من الفرص لتعزيز الشعور بالانتماء في المجتمعات الريفية. يتطلب ذلك إنشاء برامج تعزيز الاندماج الاجتماعي وتنظيم الفعاليات الاجتماعية والثقافية لتشجيع التفاعل بين شباب الريف والمجتمعات المحيطة بهم.
- 2- يجب على المؤسسات الاقتصادية معالجة الدوافع الاقتصادية والسياسية لتحسين الوضع الاقتصادي والسياسي في المناطق الريفية. يمكن تحقيق ذلك من خلال تعزيز الاستقرار الاقتصادي والسياسي من خلال خلق فرص العمل والتدريب وتطوير البنية التحتية. يجب على المؤسسات الاقتصادية تطوير خطط لتشجيع الاستثمار وتنمية الصناعات المحلية في المناطق الريفية.
- 3- يجب على المؤسسات الاجتماعية التركيز على تعزيز القيم المجتمعية التي تؤكد على أهمية الاحترام والتعاون والقيادة. يمكن تحقيق ذلك من خلال إطلاق برامج توعوية وتثقيفية حول القيم المجتمعية وتنظيم الفعاليات التي تشجع على الاحترام والتعاون والقيادة. يجب أيضاً تعزيز مفهوم العمل الجماعي والتفاعل الإيجابي بين أفراد المجتمع.
- 4- يجب على جميع مؤسسات الدولة تعزيز القيم العائلية وتدعيم البرامج والمبادرات الموجهة نحو الأسرة لتحقيق هذا الهدف. ويمكن تنفيذ ذلك عن طريق تقديم المنح الدراسية للطلاب الذين يرغبون في دراسة علوم الأسرة والزواج والعلاقات الاجتماعية، كما يمكن تطوير برامج تدريبية تساعد العائلات على بناء العلاقات الإيجابية بين أفرادها ودعم قيم الاحترام والوفاء في الأسرة.
- 5- يجب على المؤسسات الحكومية التركيز على تعزيز قيمة القيادة وتحفيز تنمية القيادة في المجتمعات الريفية، وذلك عن طريق إطلاق برامج التدريب على القيادة وتنظيم ورش العمل والمؤتمرات التي تركز على تعزيز القيادة في المجتمعات المحلية، كما يمكن تشجيع المبادرات المتعلقة بالريادة الاجتماعية والاقتصادية وتوفير الموارد المالية لدعم هذه المبادرات.

المراجع:

- البكار، عاصم محمد عبد القادر. (2017). استخدام وسائل التواصل الاجتماعي وأثرها على القيم في الأسرة الأردنية: دراسة اجتماعية ميدانية. مجلة كلية الآداب، مج7، ع77، 161-217.
- الرواس، أنور بن محمد، الشقصي، عبيد بن سعيد بن سالم، والحائس، عبد الوهاب جودة عبد الوهاب. (2015). استخدام الطفل العماني بمحافظة مسقط لمواقع التواصل الاجتماعي وأثرها على التنشئة الاجتماعية. المجلة المصرية لبحوث الإعلام، ع50، 313-355.
- الصالحي، أبو بكر حبيب أحمد. (2019). استخدام الشباب الجامعي لمواقع التواصل الاجتماعي وعلاقته بالدعم الاجتماعي المدرك لديهم: دراسة في إطار نظرية الحضور الاجتماعي. المجلة المصرية لبحوث الإعلام، ع66.
- العازمي، مرزوقة قويضي غنيم قويضي (2017). تأثير شبكات التواصل الاجتماعي في ثقافة المسؤولية الاجتماعية لدى الشباب الكويتي دراسة مطبقة على عينة من الشباب الجامعي الكويتي، المقالة 7، المجلد 45، العدد 1.
- العريشي، جبريل حسن، والدوسري، سلمى بنت عبد الرحمن بن محمد. (2015). أثر استخدام وسائل التواصل الاجتماعي على القيم والأمن الفكري لديهم: دراسة ميدانية وصفية مطبقة على طلاب وطالبات الجامعات السعودية. مجلة دراسات في الخدمة الاجتماعية والعلوم الإنسانية، ع38، ج17، 3273-3346.
- العمري، عبد الرحمن عبد الله عبد الرحمن (2018). الأبعاد الاجتماعية لاستخدامات المراهقين لوسائل التواصل الاجتماعي: دراسة وصفية على عينة من طلبة المرحلة الثانوية بمدينة جدة. مجلة جامعة الملك عبد العزيز: الآداب والعلوم الإنسانية مج. 26، ع. 3، ص ص. 139-162.
- الهشلمون، رانيا محمد عطية. (2020). سوسيولوجيا العلاقات الاجتماعية داخل المجتمع الافتراضي وأثرها على قيم المجتمع الحقيقي: دراسة على عينة من مستخدمي الفيس بوك. مجلة دراسات في العلوم الإنسانية والاجتماعية، مج3، ع6، 428-447.
- بركات، سميرة عمار، بخيت، سيد حسنين، وكيلاي، حمدالله أحمد. (2020). استخدام وسائل التواصل الاجتماعي بين الإيجابيات والسلبيات. المجلة العلمية لكلية الآداب، ملحق 283-316.
- بشماني، شكيب (2014). دراسة تحليلية مقارنة للصيغ المستخدمة في حساب حجم العينة العشوائية، مجلة جامعة تشرين للبحوث والدراسات العلمية، سلسلة العلوم الاقتصادية والقانونية المجلد (36)، العدد (5)، سوريا.
- زكي، هناء محمد، وحلمي، أمنية حسن محمد. (2020). فاعلية برنامج تدريبي قائم على التعاطف في تحسين المسؤولية الاجتماعية لدى عينة من الطلاب المتميزين في المرحلة الثانوية. المجلة المصرية للدراسات النفسية، مج30، ع109.
- سعيد، حميد صبار. (2022). شبكات التواصل الاجتماعي وأثرها على طلبة الجامعة: دراسة ميدانية في جامعة الأنبار. مجلة الدراسات المستدامة، مج4، 938-972.
- غندر، سمر فاروق. (2016). استخدام الشباب الجامعي لمواقع التواصل الاجتماعي والإشباع المتحققة منها: دراسة ميدانية. مجلة كلية التربية النوعية، ع3.

- محمود، أسماء مصطفى (2020). دور الكاريكاتير عبر مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل إدراك الشباب المصري تجاه القضايا السياسية "دراسة تحليلية"، مجلة بحوث الإعلام وعلوم الاتصال 7(7).
- مصطفى، أسماء محمد. (2016). استخدام شبكات التواصل الاجتماعي وانعكاسها على تشكيل قيم الشباب الجامعي. المجلة العلمية لبحوث الصحافة، 2016(8).
- نوفل، ربيع محمود علي، عمر، كامل عمر عارف، عبد الرحيم، بوسي عبدالعال، ومصطفى، أسامة السيد. (2018). استخدام بعض وسائل التواصل الاجتماعي وعلاقته بالمشاركة السياسية والاجتماعية لعينة من الشباب الجامعي. مجلة البحوث في مجالات التربية النوعية، ع17، 51-118.
- Abdulrauf, H. (2016). **Early Marriage Is an Antidote to Illegal Relationship Among the Youths, A Case Study in Ilorin South Local Government**, Being A Research Project Submitted to The Department of Islamic Studies, College of Humanities, Faculty of Arts, Kwara State College of Arabic and Islamic Legal Studies, Ilorin, In Affiliation with Beyero University Kano.
- Ahmed, I. S., & Mohamed Gad, Y. A. (2019), **the relationship between the use of social networking sites and intellectual security among students of social work**. Egyptian journal of social work, 8(1), 65-84.
- Al Asmari, M. B. G. (2021). **Roles of social media in Promoting the Values of Moderation and Centrism: A Case Study of Saudi Youths**.
- Al-Monitor, (2021). "Young Farmers Boost Egypt's Agricultural Sector" <https://www.al-monitor.com/originals / 2021 / 08 / young-farmers-boost-egypts- agricultural-sector>.
- Arnett, J. J. (2000). **Emerging adulthood: A theory of development from the late teens through the twenties**. American Psychologist, 55(5), 469–480. <https://doi.org/10.1037/0003-066X.55.5.469>.
- Bandura, A. (1971). **Social learning theory**, General learning press, Best, P., Manktelow, R., & Taylor, B. (2014). Online communication, social media and adolescent wellbeing: A systematic narrative review. Children and Youth Services Review, 41, 27-36. <https://doi.org/10.1016/j.chilyouth.2014.03.001>.
- Bode, L., & Dalrymple, K. E. (2018). **Politics in the age of hybrid media: Power, systems, and media logics**. Annals of the International Communication Association, 42(3), 205-216,

<https://doi.org/10.1080/23808985.2018.1469602>.

- Boyd, D. M., & Ellison, N. B. (2007). **Social network sites: Definition, history, and scholarship**. Journal of Computer-Mediated Communication, 13(1), 210-230. <https://doi.org/10.1111/j.1083-6101.2007.00393.x>
- Daatland, S. O., & Lowenstein, A. (2005). **Intergenerational solidarity and the family-welfare state balance**. European Journal of Ageing, 2, 174-182.
- Daily News Egypt (2016). "Charity events, cooperatives among Egyptians' values: Survey" <https://dailynewsegypt.com/2016/08/14/charity-events-cooperatives-among-egyptians-values-survey/>
- Dees, J. G., & Anderson, B. B. (2003). **Sectoral analysis of entrepreneurial ambition**, Journal of Business Venturing, 18(2), 183-204. [https://doi.org/10.1016/S0883-9026\(01\)00072-2](https://doi.org/10.1016/S0883-9026(01)00072-2)
- Dempsey, R. C., McAlaney, J., & Bewick, B. M. (2018). **A critical appraisal of the social norms approach as an interventional strategy for health-related behavior and attitude change**. Frontiers in Psychology, 9, 2180. Young people's use of online social networking sites—a uses and gratifications perspective.
- Dunne, Á., Lawlor, M. A., & Rowley, J. (2010).. Journal of Research in interactive Marketing, 4(1), 46-58.
- Durkheim, É., & Davy, G. (2014). **Émile Durkheim** (p. 48). Louis-Michaud.
- Egypt Today (2022). "Egyptian Youth Work on Establishing Sustainable NGOs" <https://www.egypttoday.com/Article/1/87357/Egyptian-youth-work-on-establishing-sustainable-NGOs>
- Ellison, W. D., Rosenstein, L. K., Morgan, T. A., & Zimmerman, M. (2018). **Community and clinical epidemiology of borderline personality disorder**, The Psychiatric Clinics of North America, 41(4), 561–573.
- Erikson, K. T. (1964). **Outsiders: Studies in the Sociology of Deviance**.
- Furstenberg, F. F. (2010). **On a new schedule: Transitions to adulthood and family change**. Future of Children, 20(1), 67–87. <https://doi.org/10.1353/foc.0.0038>
- Gil de Zúñiga, H., Jung, N., & Valenzuela, S. (2012). **Social media use for news and individuals' social capital, civic engagement and political participation**. Journal of Computer-Mediated

- Communication, 17(3), 319-336. [https://doi.org/ 10.1111 /j.1083 - 6101.2012.01574.x](https://doi.org/10.1111/j.1083-6101.2012.01574.x)
- Giorgino, V., & Giordano, G. (2018). **The role of leadership in organizational goal achievement: A study of Italian small and medium-sized enterprises.** Journal of Small Business Management, 56(3), 450-464.
 - Ha, J. Y., & Park, H. J. (2022). **Effect of life satisfaction on depression among childless married couples: a cross-sectional study.** International journal of environmental research and public health, 19(4), 2055.
 - Homans, G. C. (1958). **Social behavior as exchange,** American Journal of Sociology, 63(6), 597-606.
 - International Labour Organization. (2017). **Children and youth in agriculture: An opportunity to grow.** Retrieved from [https://www.ilo.org /wcmsp5 /groups/public/---ed_norm /---ipec/documents /publication/ wcms_543873.pdf](https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---ed_norm/---ipec/documents/publication/wcms_543873.pdf)
 - Jabeen, S. K. & Aslam, R. A. (2015). **Herzberg's Two-Factor Theory and Major Critisms.** IOSR Journal of Business and Management, 17(3), 13-19.
 - Judge, T. A., & Bono, J. E. (2001). **Relationship of core self-evaluations traits--self-esteem, generalized self-efficacy, locus of control, and emotional stability--with job satisfaction and job performance: A meta-analysis.** Journal of Applied Psychology, 86(1), 80-92. <https://doi.org/10.1037/0021-9010.86.1.80>
 - Kanfer, R. (1990). **Motivation theory and industrial and organizational psychology.** In M. D. Dunnette & L. M. Hough (Eds.), **Handbook of industrial and organizational psychology** (2nd ed., Vol. 1, pp. 75–170). Consulting Psychologists Press.
 - Kirschner, P. A., & Karpinski, A. C. (2010). **Facebook® and academic performance.** Computers in Human Behavior, 26(6), 1237-1245.
 - Knodel, J., Havanon, N., & Pramualratana, A. (1984). **Fertility transition in Thailand: A qualitative analysis.** Population and development review, 297-328.
 - Kuentzel, W. F. (2000). **Self-identity, modernity, and the rational actor in leisure research.** Journal of Leisure Research, 32(1), 87-92.
 - Lal, B. B. (1995). **Symbolic interaction theories.** American Behavioral Scientist, 38(3), 421-441.

- Lerner, R. M., & Steinberg, L. (2009). **Handbook of adolescent psychology** (3rd ed., Vol. 1). John Wiley & Sons.
- Li, D., Barnett, L., & Men, R. (2013). **Social media and its impact on students' academic performance**. Journal of Educational Technology Development and Exchange, 6(1), 1-14.
- Mahmoud, A. E. B. A. H. (2018). **Attitudes towards the Impact of Social Networking Sites Use on Marital Life among Egyptian Youth**. The Egyptian Journal of Media Research, 2018(64), 79-112.
- Manago, A. M., Taylor, T., & Greenfield, P. M. (2012). **Me and my 400 friends: The anatomy of college students' Facebook networks, their communication patterns, and well-being**. Developmental Psychology, 48(2), 369-380. <https://doi.org/10.1037/a0026338>
- Marx, K. (2000). Karl Marx: **selected writings**. Oxford University Press, USA.
- Milner, A. (1994). **Cultural materialism, culturalism and post-culturalism: The legacy of Raymond Williams**. Theory, Culture & Society, 11(1), 43-73.
- Minkov, M. (2012). Cross-cultural analysis: **The science and art of comparing the world's modern societies and their cultures**. SAGE publications.
- Mohamed Ahmed, W. (2020). **Semiotics of Elections in Political Caricature of Online Newspaper: A Case Study of 2018 Presidential Egyptian Elections**. Arab Journal of Media and Communication Research, 2020(30), 2-40.
- Mohamed, A. A., Laila, A., & SS, A. E. A. (2018). **THE IMPACT OF USING SOCIAL MEDIA WEBSITES ON THE SYSTEM VALUE OF EGYPTIAN YOUTH**. Journal of Environmental Science, 44(1), 175-211.
- Nesi, J., Dredge, R., Maheux, A. J., Roberts, S. R., Fox, K. A., & Choukas-Bradley, S. (2021). **Peer experiences via social media**. Warren Alpert Medical School of Brown University, Dept. of Psychiatry & Human Behavior;
- Owusu-Acheaw, M., & Larson, A. G. (2015). **Use of social media and its impact on academic performance of tertiary institution students: A study of students of Koforidua Polytechnic, Ghana**. Journal of Education and Practice, 6(6), 94-101.
- Pempek, T. A., Yermolayeva, Y. A., & Calvert, S. L. (2009). **College students' social networking experiences on Facebook**. Journal of

Applied Developmental Psychology, 30(3), 227-238.

- Ragnedda, M., & Muschert, G. W. (2013). **The political economy of social networking sites in the era of globalization.** Information, Communication & Society, 16(5), 757-769. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2013.777757>
- Raza, S. A., Qazi, W., Umer, B., & Khan, K. A. (2020). **Influence of social networking sites on life satisfaction among university students: a mediating role of social benefit and social overload.** Health Education, 120(2), 141-164.
- Reis, H. T., & Patrick, B. C. (1996). **Attachment and intimacy: Component processes.**
- Ronald, Inglehart & Welzel, Christian. (2005). **Modernization, Cultural Change, and Democracy: The Human Development Sequence.**
- Ryan, R. M. & Deci, E. L. (2017). **Self-Determination Theory: Basic Psychological Needs in Motivation, Development, and Wellness.** Guilford Press.
- Ryan, R. M., & Deci, E. L. (2000). **Self-determination theory and the facilitation of intrinsic motivation, social development, and well-being.** American Psychologist, 55(1), 68–78. <https://doi.org/10.1037/0003-066X.55.1.68>
- Ryan, T., & Xenos, S. (2011). **Who uses Facebook? An investigation into the relationship between the Big Five, shyness, narcissism, loneliness, and Facebook usage.** Computers in Human Behavior, 27(5), 1658-1664.
- Schwartz, S. H. (1994). **Beyond individualism/collectivism: New cultural dimensions of values.**
- Schwartz, S. H. (2012). **An overview of the Schwartz theory of basic values.** Online Readings in Psychology and Culture, 2(1), 11.
- Schwartz, S. H. (2012). **An overview of the Schwartz theory of basic values.** Online readings in Psychology and Culture, 2(1), 2307-0919.
- Schwartz, S. H., & Bilsky, W. (1990). **Toward a theory of the universal content and structure of values: Extensions and cross-cultural replications.** *Journal of Personality and Social Psychology*, 58(5), 878–891.
- Sigenu, B., & Mjimba, V. (2020). **The role of youth leadership in community development: A case study of Khayelitsha in Cape**

- Town. Journal of Sociology and Social Anthropology, 11(1),1-12.
- Stairs, A. J., Dunham, R. J. & M. J. Ledoux. (2015). **Maslow's Hierarchy of Needs: A Framework for Achieving Human Potential in Hospice**. Journal of Social Work in End-of-Life & Palliative Care, 11(1), 30-51.
 - Statista. (2021). **Number of Facebook users in Egypt from 2017 to 2025 (in millions)**. Retrieved from <https://www.statista.com/statistics/880576/egypt-facebook-users/>
 - Subrahmanyam, K., Reich, S. M., Waechter, N., & Espinoza, G. (2008). **Online and offline social networks: Use of social networking sites by emerging adults**. Journal of Applied Developmental Psychology, 29(6), 420-433. <https://doi.org/10.1016/j.appdev.2008.07.003>
 - Tajfel, H. (1981). **Human groups and social categories: Studies in social psychology**. Cambridge University Press.
 - Tsitsika, A. K., Tzavela, E. C., Janikian, M., Ólafsson, K., Iordache, A., Schoenmakers, T. M., ... & Richardson, C. (2014). **Online social networking in adolescence: Patterns of use in six European countries and links with psychosocial functioning**. Journal of Adolescent Health, 55(1), 141-147.
 - Valkenburg, P. M., Peter, J., & Schouten, A. P. (2006). **Friend networking sites and their relationship to adolescents' well-being and social self-esteem**. CyberPsychology & Behavior, 9(5), 584-590. <https://doi.org/10.1089/cpb.2006.9.584>
 - Vansteenkiste, M., Ryan, R. M., & Deci, E. L. (2021). **Self-determination theory: A contemporary overview**. In D. Cicchetti (Ed.), Developmental psychopathology (4th ed., Vol. 1, pp. 139–183). John Wiley & Sons.
 - Williams, K. (2014). **The Role of social media & The Egyptian Uprisings**. Global Media Master Thesis, Karlstad University.

SOCIAL VALUES AND THEIR RELATIONSHIP TO THE USE OF SOCIAL MEDIA AMONG RURAL YOUTH IN ASYUT GOVERNORATE

Hazem Mohamed Abo Yhia Elkhashab*

**Agric. Exten. Econ. Dept. Fac. Tec. Dev., Zagazig Univ., Egypt.

ABSTRACT:

The study aimed to identify the relative contribution of some independent variables that are significantly related to explaining part of the total variance of youth's adherence to social values in some rural areas in Asyut Governorate. The study followed a descriptive methodology and was conducted in two areas, Asyut and El-Ganaim, as the highest and lowest youth population areas, respectively. The sample size was 383 young men, selected using the Steven Thompson formula. Data was collected through personal interviews using a multi-stage random sample in both areas during January and February 2023. Data analysis included frequency and percentage distributions, Pearson correlation coefficient, and multiple stepwise regression analysis. The study found that four independent variables had a significant contribution in explaining the total variance in the level of social values. The determination coefficient for this relationship was 0.347, and the calculated "F" value was 12.948, which was significant at the 0.01 level. This means that these variables explain about 34.7% of the total variance in the dependent variable, and their relative contribution can be determined as follows: family size with a contribution of 12.1%, total economic motives with a contribution of 10.4%, total political motives with a contribution of 7.4%, and total personal motives with a negative contribution of 2.7%. The study recommended that government and private institutions focus on addressing the sense of alienation among rural youth, which has a significant positive correlation with the value of ambition and a negative correlation with the value of respect for elders.

Key words: Motives for using social media, Rural Youth, Social Values, Asyut Governorate.