



أثر مواقع التواصل الاجتماعي على القيم الريفية للشباب بمحافظة أسيوط

رندا يوسف محمد سلطان

قسم المجتمع الريفي والإرشاد الزراعي- كلية الزراعة - جامعة أسيوط

Accepted: 15 April 2024 Received : 22 April 2024

الملخص

أستهدفت الدراسة التعرف على طبيعة استخدام الشباب (ذكوراً وإناثاً) لمواقع التواصل الاجتماعي، تحديد أسباب استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، وكذلك التعرف على الآثار المترتبة على هذا الاستخدام سلباً او إيجاباً من وجهة نظر الباحثين ، و تحديد العوامل المؤثرة على الآثار المترتبة على هذا الاستخدام لدى ذكور وإناث العينة ، تحديد أوجه الاختلاف بينهم على مستوى كل قيمة والقيم الاجمالية .

ولتحقيق هدف الدراسة تم حصر أعداد الشباب في الفئة العمرية (18-40) عاماً في مراكز المحافظة من بيانات تعداد 2017م حيث تم تقسيم المراكز إلى ثلاث فئات متدرجة تصاعدياً إلى الأعلى. وتم إختيار مركز أبنوب عشوائي من الفئة المتوسطة في عدد الشباب ، ثم قرية العوامر عشوائياً من المركز، حيث تم سحب عينة نسبتها 5% من اجمالي شباب القرية ممن يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي لتمثيل النوعين مقسمة بالتساوي بين الذكور والإناث بواقع 105 مفردة لكل منهم، وتم جمع البيانات باستخدام إستمارة استبيان خلال شهر نوفمبر 2023م ، حيث تم تفرغها وتحليلها احصائياً باستخدام مقاييس التوصيف الاحصائي، و معامل ارتباط بيرسون، واختبار (T)، واختبار تحليل التباين One-Way ANOVA وقد أوضحت النتائج ان هناك بدايات مؤثرة متمثلة في تحلل من التمسك بالقيم الريفية لكلا الجنسين علي مستوى كل قيمة اجتماعية مدروسة أو علي مستوى إجمالي القيم، وأن أكثر القيم تحللاً لكلا من الجنسين هي القيم الاجتماعية و يليها الأخلاقية ثم الإقتصادية، وأن أكثر الفئات العمرية تحللاً من القيم الفئة العمرية (18-25) سنة. كما أوضحت النتائج ان لهذه المواقع مميزات إيجابية وأخرى سلبية علي شباب العينة.

الكلمات الإفتتاحية : القيم الريفية ، مواقع التواصل الاجتماعي، الشباب بمحافظة أسيوط

المقدمة

فقد إنتشرت مواقع التواصل الاجتماعي بشكل كبير وأصبحت ضرورة لا غنى عنها في أى مجتمع من المجتمعات، فصارت تجمع الناس وتعرفهم بأخبارهم وأحوالهم على الصعيد السياسي والاجتماعي والإقتصادي والثقافي، وهذه المواقع لها إنعكاسات أيضاً على منظومة القيم لدى أفراد المجتمع(محمد، 2017: 361).

وتعتبر القيم من أهم الركائز التي يقوم عليها المجتمع، نظراً لأهميتها في تشكيل سلوك الفرد وتأثيرها على نمط حياته، فهي أقوى رابطة تربط أفراد المجتمع مع بعض، فيها تنتشر المحبة، ويزداد المجتمع تماسكاً وترابطاً، ومما لا شك فيه أن جميع

شهد العالم قفزات كبيرة وسريعة في ميدان الاتصالات الحديثة وأجهزتها المختلفة فأصبح العالم اليوم يسمى بعصر المعلومات فيظهور الإنترنت تحول العالم إلى قرية صغيرة (مدور، 2019: 3)، فلم تعد شبكة الإنترنت مجرد شبكة عالمية أو أداة لتبادل المعلومات بشكل سريع، بل أصبحت اليوم تؤدي مهام لها إنعكاسات سياسية وإقتصادية وإجتماعية، فيعتبر الإنترنت أحد أهم مصادر المعلومات لدى الشباب سواء كان من خلال الصحف الإلكترونية أو مواقع التواصل الاجتماعي (مؤيد، 2016: 233).

اسيوط بين الشباب، ومن هذا الهدف تم إشتقاق الأهداف الفرعية الآتية :

1- التعرف على طبيعة استخدام الشباب (ذكوراً وإنثاً) لمواقع التواصل الإجتماعي.

2-تحديد أسباب استخدام مواقع التواصل الإجتماعي من وجهة نظر كلا النوعين من الشباب .

3-التعرف على الآثار المترتبة على استخدام مواقع التواصل الإجتماعي من وجهة نظر المبحوثين الشباب

4-تحديد نسب التحلل من القيم الاجتماعية المدروسة للمبوحوثين

5-تحديد العوامل المؤثرة على نسبة تحلل القيم الاجتماعية لدى المبحوثين

6-تحديد أوجه الاختلاف في نسبة التحلل على مستوى كل قيمة والقيم الاجمالية بين الذكور والإناث

الإطار النظري والإستعراض المرجعي :

في ظل ما توصلت إليه بعض الدراسات السابقة في هذا المجال فقد رأت الدراسة التعرض لأهم النقاط التي تدور حولها هذه الدراسة كالتالي:

1- نبذة موجزة عن أهم وسائل التواصل الاجتماعي :

أحدثت التطورات التكنولوجية الحديثة العديد من التغييرات المتسارعة في مجال الإتصال وتقنية المعلومات مما جعل العالم قرية كونية تنتقل فيها المعلومات إلي جميع أنحاء الكرة الأرضية، حيث إنتشرت شبكة الإنترنت وربطت أجزاء هذا العالم بفضاءها الواسع وفتحت الطريق للمجتمعات للتبادل والتقارب وتبادل الأفكار وظهر مفهوم القرية الكونية الصغيرة التي تتلاشى فيها عناصر الزمان والمكان(بلعام،2018: 12).

وتعتبر مواقع التواصل الإجتماعي إحدى أهم هذه التقنيات الحديثة فهي صفحات إلكترونية لها طابع إجتماعي تتيح للمستخدم إنشاء ملف شخصي بمعلوماته الشخصية وتقدم له واقع افتراضي للإلتقاء بأصدقائه من مختلف الأعمار والأجناس في مختلف دول العالم تجمعهم إهتمامات مشتركة بالرغم من إختلافات أفكارهم وثقافتهم (عشور،2022: 225).

فقد تزايد استخدام هذه المواقع على مدار السنوات الأخيرة في العالم كله بوجه عام والمجتمعات العربية بوجه خاص فهي أتاحت لمستخدميها العديد من الخدمات، فهي تمكنهم من التواصل وتبادل الأفكار والآراء والمعلومات والملفات والأفلام والفيديوهات، وتمكنهم من التواصل مع الأعضاء المنتسبين لها وأصبح بإمكان أي فرد التعبير عن رأيه بكل حرية، فأصبحت من أكبر وأضخم المواقع في فضاءات

المجتمعات تسعى الى غرس القيم داخل نفوس النشئ نظراً لأهميتها في تقدم ورفي المجتمع، كما أن لها دوراً هاماً في ضبط وتوجيه السلوك الإنساني، كما إنها تساعد الأفراد في تحسين ادراكهم ومعتقداتهم و تساعدهم علي فهم العالم من حولهم، كما إنها تحافظ على تماسك المجتمع ووحدته (شنانى وآخرون، 2018: 121).

ولكن بالرغم من سعي المجتمعات على الحفاظ على قيمها الأخلاقية والاجتماعية والدينية من الإختراق والغزو لكن تمكنت هذه المواقع من فرض سيطرتها على هذه المجتمعات مما أضطر الأفراد للتعامل معها وهذا أدى إلي حدوث العديد من التغييرات خاصة في الشباب لكونهم أكثر قابلية للتغيير طبقاً للمتطلبات العصر والتغيرات المحيطة بهم(جنيد، 2021: 84).

لذلك أهتمت الدراسة بمعرفة أثر مواقع التواصل الإجتماعي على بعض قيم الشباب الريفي سواء كانت قيم إجتماعية أو إقتصادية أو سياسية أو دينية

مشكلة الدراسة وأهميتها

في ظل ثورة الإتصالات الهائلة التي يعيشها المجتمع الآن، وما تبعها من ظهور تقنيات وتطبيقات حديثة نقلت المستخدم من متلقى للمعرفة إلى مشارك فيها عبر هذه التطبيقات التي عرفت بوسائل التواصل الاجتماعي ، ونظراً لما تمتلكه من خصائص تميزها عن غيرها من المواقع الإلكترونية الأخرى فقد منحها هذا الأمر إقبالا متزايداً من المستخدمين لما تتيحه لهم من العديد من الإمكانيات سواء بإضافة موضوعات أو التعليق على صور، ومشاركة الملفات، وإجراء محادثات فورية وغيرها من الخدمات وهو ما ساعد علي تبادل المعلومات بشكل سريع في شتى المجالات الاجتماعية والإقتصادية والسياسية سواء علي المستويات الوطنية أو الإقليمية او العالمية، وهو ما ساهم بشكل كبير في بناء اطار معرفي جديد بافكار جديده منها ماتوافق مع القيم الاجتماعية ومنها ماتعارض معها، لكن يبقى التساؤل الأكبر عن ماهية التأثير الحادث لهذه المواقع ؟ وهل أثرت سلباً بتحلل القيم الاجتماعية أم إنها رسخت ما هو قائم ؟

وإنطلاقاً من هذا تتبلور مشكلة الدراسة في محاولة الكشف عن مدى التحلل من القيم الاجتماعية تحت تأثير مواقع التواصل الإجتماعي بريف محافظة اسيوط بين الشباب ذكوراً وإنثاً بإعتبارهم الأكثر استخداماً لها.

أهداف الدراسة :

في ضوء ماسبق تتبلور أهداف الدراسة في هدف عام وهو التعرف علي مدى تحلل القيم الاجتماعية تحت تأثير مواقع التواصل الإجتماعي بريف محافظة

والمواقع التواصل الاجتماعي العديد من الإيجابيات فهي تمتاز بالتفاعلية والتشاركية حيث يقوم كل شخص بإثراء صفحته الشخصية بموضوعات سواء تتعلق بشخصيته من أزياء أو رياضة أو موسيقى، أو موضوعات تخص وطنه من أحداث وأخبار أو صور لمعالم أثرية، وتسمح هذه المواقع للأعضاء بمشاركة تلك المنشورات أو التعليق عليها والإعجاب بها (هتيمي، 2015: 89).

كما إنها تمتاز بالتلقائية فليس هناك تنسيق للتواصل بين الأعضاء، كما إنها سهلة الاستخدام فلا يحتاج الفرد إلي مهارات خاصة لإستخدامها، وتمتاز بالحضور الدائم غير المادي فلا تتطلب عملية الإتصال الحضور الدائم فيمكن للعضو الإتصال بالعضو الآخر عن طريق ترك رسالة أو صور أو فيديو ويراهما العضو الآخر من دون أن يلتقيا في وقت متزامن، أما السلبية ما يتعلق بقلق الأفراد بخصوص الخصوصية، وإضاعة الوقت (المطوع، 2015: 76). كما إنها تؤدي إلى ضعف العلاقات الشخصية، والإجهاد والقلق وظهور بعض الأمراض النفسية مثل الإكتئاب وضعف التماسك الأسري وتؤدي إلى زيادة معدلات الطلاق والخيانة الزوجية وأكدت على ذلك دراسة (Pang، 2021).

ولقد أصبحت مواقع التواصل الاجتماعي من أكبر المغريات للشباب والأكثر خطورة عليهم، فقوى الشر والضلال تستغل هذه المواقع وتؤثر على عقولهم وأفكارهم، مستفيدة من سرعة هذه المواقع في نقل المعلومات، كما إن الدول المتقدمة تسعى لنقل ثقافتها وقيمتها للعالم مما يؤدي إلى تحول في القيم بصفة عامة (صوالحة، 2019: 910).

وهناك العديد من الأسباب التي تدفع الشباب لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي كما ذكرت دراسة كل من شناني (2018)، محمد (2017)، Jha (2016) منها إجراء حوارات مع اشخاص جدد، التعبير عن الآراء، متابعة المشاهير، شراء المنتجات، الترفيه، التعليم والمعرفة وذكرت دراسة محمد (2017)، Ligy (2021) أن أكثر مواقع التواصل الاجتماعي استخداماً الواتس اب وبلبه الفيس بوك، كما ذكرت دراسة (Khurana، 2015) أن الشباب يقضون وقت طويل علي هذه المواقع في المتوسط أكثر من ساعتين في اليوم مما يبعدهم عن التفاعل مع المجتمع المحيط بهم.

2- القيم الاجتماعية الريفية :

تعتبر القيم عصب الحياة الاجتماعية في أي مجتمع كان والتي دار حولها جدل كبير نتيجة مستجدات العصر الحديث مع تنامي موجات العولمة

الويب ولا زالت مستمرة في الإنتشار الواسع (سعيدى، 2017: 3).

ومن أمثلة مواقع التواصل الاجتماعي الفيس بوك فهو شبكة إجتماعية لاقت قبول شديد من الناس خصوصاً من الشباب في جميع أنحاء العالم حيث بدأ على يد أحد الطلاب في جامعة هارفارد في الولايات المتحدة الأمريكية يدعى مارك زوكربيرج وكان في البداية محصور في نطاق الجامعة وبين أصدقائه، ولم يخطر بباله إنه سينتشر في فترة قصيرة جداً و تتخطى شهرته حدود الجامعة، وزادت شهرته في عام 2007م وتجاوز حدود الولايات المتحدة الأمريكية إلي جميع دول العالم يستخدمها باستمرار ويتبادلون الآراء والأفكار وموضوعات متنوعة ومقاطع الفيديو، بالإضافة إلي المشاركة الفعالة في المحادثات والردشات (بومدين، 2019: 40).

ومن أمثلتها أيضاً تويتر وهو أحد مواقع التواصل التي إنتشرت في السنوات الأخيرة، ولعبت دوراً سياسياً كبيراً في بلدان الدول النامية، وهو عبارة عن خدمة مصغرة تتيح للمستخدمين إرسال رسائل نصية قصيرة، ومن أمثلتها أيضاً اليوتيوب وهو أحد المواقع الاجتماعية الشهيرة الذي إستطاع بفترة وجيزة أخذ مكانة متقدمة ضمن مواقع التواصل الاجتماعي فهو عبارة عم موقع لمقاطع الفيديو يتيح إمكانية التحميل عليه أو منه للعديد من المقاطع (عشور، 2022: 227).

ومنها أيضاً تطبيق التيك توك الذي بدأ في الإنتشار في عام 2016 وسرعان ما أخذ درأ بارزاً في عالم التواصل الاجتماعي، ففي عام 2020م وصل عدد مستخدميه 800 مليون حول العالم، فأستطاع جذب عدد كبير من المراهقين والشباب فهو يمكن مستخدميه من إنشاء مقاطع فيديو مدتها حوالي 15 ثانية، كما إنه أصبح مصدر دخل يومي للملايين من الأشخاص (العظامات، 2022: 188)، ومنها أيضاً تطبيق السناب شات فهو تطبيق لتسجيل الفيديوهات وبت ومشاركة رسائل مصورة، كما إنه يوفر العديد من المؤثرات المرئية والملصقات المناسبة لكل الوجوه وهذا التطبيق يحظى بشعبية كبيرة بين الأجيال الشابة (ويكيبيديا، 2023: 2).

ومنها أيضاً تطبيق واتساب وهو برنامج مجاني يتم تحميله على الهاتف لإجراء محادثة كتابية وصوتية ومصوره و فيديوهات مع جميع الأصدقاء المسجلين لديك في قائمة الاسماء ويشترط ان يكون الشخص الذي ترغب في محادثته لديه ايضا هذا التطبيق وهو أفضل كثيرا من الرسائل النصية العادية لأنه يوفر امكانية الكتابة والرد في نفس اللحظة (المطوع، 2015: 80)

وذكرت دراسة كل من العظامات (2022)، السعيدى (2015)، والعقبى (أخرون، 2016)، وشنانى وأخرون (2018)، ومؤيد (2016)، ومحمد (2017)، جنيد (2021)، (2019) Srivastava (2020)، Aljehani أن مواقع التواصل الإجتماعى لها آثار سلبية على القيم الإجتماعية متمثلة فى عدم إحترام حقوق الآخرين، والعزلة الإجتماعية فيلجأ الأفراد إلي هذا العالم الافتراضى ويغيب عن العالم الحقيقى، كما إنها أدت إلى هشاشة العلاقات الإجتماعية بين أفراد الأسرة، وإهمال الواجبات الإجتماعية، وإستخدام المحادثات الإلكترونية للذم فى الأصدقاء، ضعف الإلتزام بالعادات والتقاليد، عدم إحترام خصوصية الآخرين سهر الشباب لفترات طويلة على هذه المواقع، وكذلك لها آثار سلبية على القيم الإقتصادية تمثلت فى دعمها الأنماط الإستهلاكية لدى الأفراد والكسب السريع، كما إنها ألهمت الأفراد عن تأدية الفرائض الدينية، والإنتشغال عن قراءة الكتب الدينية، وذكرت دراسة بركات ومحمد (2016) إنها أدت إلي إكساب الشباب قيم وعادات وتقاليد غريبة عن ثقافة الريف ونشر الإباحية من خلال المواقع الخاصة. وقد أوضحت دراسة كل من مهدى (2017)، بلعام (2018)، الجمل (2020)، بركات ومحمد (2016) أن لها آثار إيجابية حيث أنها ساعدت على إكتساب صداقات جدد من مختلف العالم، كما إنها تعنى عن أصدقاء السوء، وتعلم مهارات الإتصال والتواصل، كما أنها عززت القيم الدينية من خلال المنشورات الدينية التى تنشر من خلالها، ووفرت اعلانات عن فرص للعمل، والتشجيع على الإستثمار

الإجراءات المنهجية للدراسة

لأجراء هذه الدراسة تم إتباع الخطوات الآتية:-

اولا- المجال الجغرافى وعينة الدراسة :

تم إجراء هذه الدراسة فى محافظة أسبوط، ولتحديد حجم العينة تم حصر أعداد الشباب فى الفئة العمرية 18-40 عاماً فى مراكز المحافظة من بيانات تعداد 2017م حيث تم تقسيم المراكز إلي ثلاث فئات متدرجة تصاعدياً الى الأعلى حيث بلغ الحد الأدنى 77441 شاباً فى مركز صدفا، والحد الأعلى 273471 فى مركز ديروط والجداول رقم (1) يوضح توزيع هذه المراكز. وقد تم إختيار مركز عشوانى من الفئة المتوسطة فى عدد الشباب وهو مركز أبنوب، وقد تم إختيار القرى طبقاً لمعيار إختيار المراكز فكانت قرية العوامر من مركز البحث حيث بلغ إجمالى الشباب بها 4097، وقد تم أخذ نسبة 5% لتمثيل النوعين بحد اقصى 210 مفردة مقسمة بين 105 من الشباب الذكور و 105 من الشباب الإناث.

وما صاحبها من تطور هائل فى مجال المعلوماتية والإتصالات، وما أحدثه ذلك من تأثير فى النسيج الإجتماعى والثقافى للمجتمعات بشكل عام والنسق القيمى بشكل خاص (بلعام، 2018 : 1)، لذلك أهتم الباحثون بدراسة القيم لإرتباطها بكافة مجالات الحياة الإجتماعية والإقتصادية والسياسية والدينية والأخلاقية والجمالية للأفراد، كما إنها تلعب دوراً هاماً فى تحديد جوانب السلوك الإنسانى (صوكو، 2009 : 38).

وتعرف القيم بأنها مجموعة من المبادئ والقواعد والمثل العليا التى يؤمن بها الناس ويتفقون فيما بينهم ويتخذون منها ميزاناً لأعمالهم، ويحكمون بها على تصرفاتهم المادية والمعنوية (عشور، 2022: 224). وللقيم وظائف عديدة حيث إنها تلعب دوراً عاماً فى تشكيل الشخصية الفردية، كما إنها تحقق للفرد الإحساس بالأمان وتساعده فى مواجهة تحديات الحياة، كما إنها تعمل على ضبط الفرد لشهواته ومطامعه، وتوجه نحو الخير والواجب) (صوكو، 2009 : 39).

وتتميز القيم الإجتماعية بالعديد من الخصائص التى تميزها عن باقى القيم حيث تتميز بانها ذاتية فهي تتعلق ببيولوجية الإنسان التى تشمل رغباته وميوله وعواطفه فميزان القيمة يختلف من فرد لآخر، كما إنها تتميز بالنسبية أنها تختلف من فرد لآخر ومن ثقافة لأخرى، بل تختلف عند الفرد الواحد حسب رغباته وحاجاته، كما تتميز بالثبات النسبي فالقيم التى يكتسبها الفرد منذ طفولته يرتبط بها ويصعب عليه التحرر منها، كما تتميز بانها مكتسبة أى يكتسبها الفرد من خلال البيئة التى يعيش بها (بوقلوف، 2018: 157).

ويوجد عدة تصنيفات للقيم فمنها قيم إقتصادية: وهي التى تعبر عن إهتمامات الأفراد العملية ذات الثروة والعمل والإنتاج و يتميز أصحابها بنظرة عملية، وقيم سياسية: والتي تهتم بالسلطة والعمل السياسى، وقيم جمالية: والتي تعبر عن إهتمام الأفراد بالجمال والتذوق والإبتكار، وقيم دينية: والتي تعبر عن إهتمام الأفراد بحب الناس والتضحية من أجلهم، وقيم إجتماعية: تعبر عن السلوك الإجتماعى الإيجابى المرغوب فيه (صوالحة، 2019 : 913).

ولمواقع التواصل الإجتماعى العديد من الآثار على تغير القيم للشباب لأنهم الفئة الأكثر إستخداماً لها وأكثر تأثيراً بها، وهذه الآثار منها ما هو إيجابى عندما يكون المحتوى المقدم بها وثيق الصلة بالقيم ومنها السلبي عندما يكون المحتوى غير مقيد بالقيم أو يتناقض معها وكلما كان الإبتعاد عن القيمة كلما كان الأثر أكبر (سعيدى، 2017 : 4).

جدول (1) عدد الشباب الريفي في مراكز المحافظة

المراكز	الفئات
الغنايم – صدفاء-البيدارى – أبوتيج- ساحل سليم	منخفض(42783-77441)
أبنوب – الفتاح	متوسط (208126-142783)
أسيوط-القوصية – منفلوط ديروط	مرتفع(273471-208126)

المصدر : تعداد عام 2017م

ثانيا- المفاهيم الاجرائية :

- 1-سن المبحوث: يقصد به عدد السنوات التي عاشها المبحوث لأقرب سنة ميلادية حتى وقت جمع البيانات
 - 2- عدد سنوات تعليم المبحوث: يقصد بها عدد سنوات التعليم الرسمي الذي قضاها المبحوث خلال حياته
 - 3- عدد أفراد الأسرة: يقصد به عدد أفراد أسرة المبحوث
 - 4- الدخل الشهري للأسرة : ويقصد به إجمالي الدخل الشهري بالجنية الذي يحصل عليه رب الأسرة
 - 5- المستوى الثقافي: استخدمت الدراسة 8 عبارات هي: (قراءة الصحف والمجلات، قراءة الكتب، مشاهدة التلفزيون، سماع بالراديو، مشاهدة المواقع الاخبارية بالانترنت، استخدام برامج الاوفيس في الكمبيوتر، السفر خارج المحافظة، السفر خارج مصر) رباعية الأبعاد لقياس هذا المؤشر بحد أدنى 8 درجة وحد أقصى 32 درجة حيث أعطيت الاستجابات الآتية: 4- دائماً ، 3- أحياناً ، 2- نادراً ، 1- لا يحدث
 - 6- بداية استخدام مواقع التواصل الاجتماعي: يقصد بها المدة الزمنية من بداية استخدام المبحوث لمواقع التواصل الاجتماعي حتى وقت جمع البيانات
 - 7- استخدام مواقع التواصل الاجتماعي يوميا: تم تحديد فئتين من الاستجابات 2- نعم ، 1- لا
 - 8- عدد الساعات التي يقضيها المبحوث في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي: وتم قياسه بعدد الساعات التي يقضيها المبحوثين في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي
 - 9- الفترة المفضلة لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي: يقصد بها الفترة التي يفضلها المبحوث لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي وقد أعطيت 4 فئات من الاستجابات هي: 1- الصباح 2- المساء 3- أوقات الفراغ 4- كل الأوقات
 - 10- طبيعة الموضوعات التي يفضل الإهتمام بها على مواقع التواصل الاجتماعي: يقصد بها المواضيع التي يهتم بها المبحوثين على مواقع التواصل الاجتماعي وقد أعطيت 7 فئات من الاستجابات هي:
- 1-سياسية 2- إجتماعية 3- ترفيهية 4-رياضية 5- دينية 6- إقتصادية 7- فيديو هات
 - 11- عدد مواقع التواصل الاجتماعي التي يستخدمها المبحوثين: يقصد بها المواقع التي يدخل عليها المبحوثين وقد أعطيت الاستجابات التالية قرين المواقع التي حددتها الدراسة (7 مواقع) هي: 3- دائماً ، 2- أحياناً ، 1- نادراً.
 - 12- الوسائل التكنولوجية المستخدمة للدخول لمواقع التواصل الاجتماعي: يقصد بها الوسائل التي يستخدمها المبحوثين لإستخدام مواقع التواصل الاجتماعي وقد أعطيت 3 فئات من الاستجابات هي: 1- الهاتف 2- لاب توب 3- كمبيوتر ثابت
 - 13- أسباب استخدام مواقع التواصل الاجتماعي : ويقصد بها الأسباب التي تدفع المبحوثين لإستخدام مواقع التواصل الاجتماعي حيث أعطيت الاستجابات التالية قرين الأسباب التي حددتها الدراسة (11 سبب) : 3- دائماً ، 2- أحياناً ، 1- نادراً.
 - 14- القيم الإجتماعية: استخدمت الدراسة 19 عبارة خماسية الأبعاد هي: (احترام كبار السن ، التواصل ، حسن معاملة الجيران، مساعدة الجيران، مساعدة الاخرين، تكوين علاقات إجتماعية ، أداب الحديث، عدم الإزعاج للأخرين، المساواة بين الجنسين ، قول الحق والصدق ، مشاركة الناس أفراحهم وأحزانهم، قبول آراء الآخرين، عدم تجريح الآخرين ، عدم سوء الظن ، مساعدة الاسرة بالأعمال المنزلية، المشاركة في مصروف البيت، أخذ القرارات مع مشاورة الوالدين، استثمار وقت الفراغ، المساهمة في الأعمال التطوعية) حيث أعطيت الاستجابات الآتية: 5- دائماً ، 4- غالباً ، 3- أحياناً ، 2- نادراً ، 1-لا يحدث.
 - 15- القيم الدينية: استخدمت الدراسة 6 عبارات هي: (تأدية الشعائر الدينية، حق الميراث للاناث، بر الوالدين، المعاملة الطيبة، اغتيااب الأخر، حق الجيرة) خماسية الأبعاد حيث أعطيت الاستجابات الآتية: 5- دائماً ، 4- غالباً ، 3- أحياناً ، 2- نادراً ، 1-لا يحدث.
 - 16- القيم الاخلاقية: استخدمت الدراسة 5 عبارات هي: (الالتزام بالوعودوالعهود، الكذب، خيانه الصديق، إهدار قيم الشرف، قيمة العرض) خماسية

بيرسون، واختبار (T)، واختبار تحليل التباين One-Way ANOVA

سادسا- فروض الدراسة :

تشمل الدراسة على عدد 51 فرضا إحصائيا تختبر جميعها الهدفان الخامس والسادس من البحث موزعة كما يلي :

أ – فروض متعلقة بالهدف الخامس للدراسة :

27 فرضا احصائيا بواقع ثمانية فروض إحصائية لكلا من الذكور والإناث وإجمالي العينة ، إضافة الي ثلاثة فروض مجمعة لقياس الأثر المجمع لمتغيرات الدراسة علي المتغير التابع في هذه الدراسة ، وبيانها كما يلي:

1- الفروض الاحصائية المستقلة وعددها 24 فرضا، وتشترك في مقولة واحدة مؤداها :

لا توجد علاقة بين نسبة تحلل القيم الإجمالية لكل من الذكور والإناث وإجمالي العينة وبين المتغيرات المستقلة التالية: سن المبحوث، وعدد سنوات التعليم، وعدد أفراد الأسرة، والدخل الشهري، والمستوى الثقافي، وعدد ساعات الاستخدام اليومي، وعدد سنوات استخدام المواقع ، عدد الحسابات التي يحوزها المبحوث

2- الفروض الاحصائية المجمع وعددها ثلاثة فروض، وتختص بالقياس المجمع لتأثير المتغيرات المستقلة مجتمعة علي المتغير التابع (نسبة تحلل القيم الإجمالية) في هذه الدراسة ، وتشترك في مقولة واحدة مؤداها :

لا توجد علاقة بين نسبة تحلل القيم الإجمالية لكل من الذكور والإناث وإجمالي العينة وبين المتغيرات المستقلة التالية: سن المبحوث، وعدد سنوات التعليم، وعدد أفراد الأسرة، والدخل الشهري، والمستوى الثقافي، وعدد ساعات الاستخدام اليومي

ب- فروض متعلقة بالهدف السادس للدراسة :

وعددها 24 فرضا احصائيا بواقع 6 فروض إحصائية لاختبار معنوية الفروق بين كل من الذكور والإناث من حيث نسب التحلل القيمي، 18 فرضا احصائيا لاختبار معنوية الفروق بين كل من الفئات العمرية للذكور والإناث من حيث نسب التحلل القيمي، وبيان هذه الفروض كما يلي :

1- لاختبار معنوية الفروق بين كل من الذكور والإناث من حيث نسب التحلل القيمي تتضمن الدراسة ستة فروض إحصائية بيانها كما يلي:

لا توجد فروق معنوية بين الذكور والإناث في نسب تحلل القيم الاجتماعية ، والاخلاقية ، والدينية ، والسياسية ، والاقتصادية ، والقيم الاجمالية

الأبعاد حيث أعطيت الاستجابات الآتية: 5- دائما ، 4- غالبا ، 3- أحيانا ، 2- نادرا ، 1-لايحدث.

17- القيم السياسية: استخدمت الدراسة 6 عبارات هي: (الانتماء وحب الوطن، إحترام القانون، أحترام النظام، تعزيز الهوية بين الشباب، إحترام السلطة، حرية التعبير عن الآراء ، المشاركة السياسية) خماسية الأبعاد حيث أعطيت الاستجابات الآتية: 5- دائما ، 4- غالبا ، 3- أحيانا ، 2- نادرا ، 1-لايحدث.

18- القيم الاقتصادية: استخدمت الدراسة 5 عبارات هي: (الريخ السريع ، الإذخار، العمل، الإستهلاك، الإستثمار) خماسية الأبعاد حيث أعطيت الاستجابات الآتية: 5- دائما ، 4- غالبا ، 3- أحيانا ، 2- نادرا ، 1-لايحدث.

19- الآثار الايجابية لمواقع التواصل الاجتماعي: استخدمت الدراسة 18 عبارة ايجابية في سؤال مقفل موضحة في جدول التحليل، حيث أعطيت الاستجابات الآتية: 3- دائما ، 2- أحيانا ، 1- نادرا.

20- الآثار السلبية لمواقع التواصل الاجتماعي: استخدمت الدراسة 17 عبارة سلبية في سؤال مقفل موضحة في جدول التحليل، حيث أعطيت الاستجابات الآتية: 3- دائما ، 2- أحيانا ، 1- نادرا.

21- نسبة التحلل: يقصد بها متوسط النسبة المئوية لتحلل القيم بافتراض تمسك المجتمع بها كمظلة لتأمين حياته الاجتماعية (100%) ، حيث تم قياسها على مستوى كل قيمة والقيم الاجمالية (وهي حاصل جمع نسب التحلل في كل قيمة مقسوم على عدد القيم) .

ثالثا- أدوات جمع البيانات:

تحقيقاً لهدف الدراسة تم إعداد إستمارة إستبيان لهذا الغرض، وتم عرضها على 10 محكمين من الأساتذة المتخصصين في مجال الإجتماع الريفي سواء في كليات الزراعة، أو الآداب، أو الخدمة الإجتماعية، حيث تم حذف العبارات غير المناسبة التي تم الإتفاق عليها من قبل المحكمين، ثم تم إجراء إختبار مبدئي (Pre-Test) للإستمارة، وتم تعديل بعض الأسئلة حتى أصبحت ملائمة لجمع البيانات، وقد تم جمع البيانات بالمقابلة الشخصية بإستخدام هذه الإستمارة خلال الفترة (10 نوفمبر - 25 ديسمبر 2023م).

خامسا- الأساليب الإحصائية المستخدمة :

تم إستخدام الجداول لعرض نتائج متغيرات الدراسة وتوصيفها بحساب التكرارات والنسب المئوية، والوسط الحسابي، والمنوال، والانحراف المعياري، كما تم تحليل البيانات بإستخدام مجموعة البرامج الإحصائية (SPSS)، حيث تم استخدام معامل ارتباط

الخصائص الشخصية والاجتماعية والاقتصادية للمبحوثين
أولاً: الذكور

يوضح الجدولان (2)، (3) التوزيع العددي والنسبي للخصائص الشخصية، والاجتماعية، والاقتصادية حيث ظلت القيم والنسب الكبيرة لكل خاصية مدروسة قرين كل منها لاجمالي المبحوثين (105) عينة الدراسة

2- لاختبار معنوية الفروق بين كل من الفئات العمرية للذكور والإناث من حيث نسب التحلل القيمي تتضمن الدراسة 18 فرضاً احصائياً وبياناتها كما يلي:
لا توجد فروق معنوية بين الفئات العمرية في نسب تحلل القيم الاجتماعية، والاخلاقية، والدينية، والسياسية، والاقتصادية، والقيم الاجمالية لكلا من الذكور والاناث واجمالي العينة(0)

جدول (2) التوزيع العددي والنسبي للخصائص الشخصية، والاجتماعية، والاقتصادية للذكور

م	البيان اجمالي عدد المبحوثين	العدد	%	الوسط الحسابي/المتنوال	الانحراف المعياري	م	تابع البيان اجمالي عدد المبحوثين	العدد	%	الوسط الحسابي/المتنوال	الانحراف المعياري
1	سن المبحوثين 24-18 سنة	34	32.4	26.4	6.1	5	المستوى الثقافي منخفض(8-15) درجة	8	7.6	21.6	3.6
							متوسط درجة (16-23)	63	60.0		
							مرتفع(24-32) درجة	34	32.4		
2	عدد سنوات التعليم 10-7 سنوات	20	19.0	13.18	2.6	6	عدد ساعات الاستخدام اليومي اقل من 2 ساعات	9	8.6	5.0	1.90
							2-5 ساعات	49	46.7		
							6ساعات فأكثر	47	44.8		
3	عدد افراد الاسرة 4-2 افراد	26	24.8	5.7	1.8	7	عدد سنوات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي اقل من 2 سنة	4	3.8	6.7	2.9
							2-4 سنة	20	19.0		
							5 سنوات فأكثر	81	77.1		
4	الدخل الشهري -2000	38	36.2	2644.0	1675.0	8	عدد الحسابات التي يحوزها المبحوث 3 حسابات	32	30.5	4.3	1.1
							4 حسابات	49	46.7		
							5 حسابات فأكثر	24	22.8		

المصدر: عينة الدراسة

ثانياً: الإناث

جدول (3) التوزيعين العددي والنسبي للخصائص الشخصية، والاجتماعية، والاقتصادية للإناث

م	البيان	العدد	%	الوسط الحسابي/المنز وال	الانحراف المعياري	م	تابع البيان	العدد	%	الوسط الحسابي/المنز وال	الانحراف المعياري
م	إجمالي عدد المبحوثات	105	100.0	22.7	4.2	م	إجمالي عدد المبحوثات	105	100.0	26.5	6.0
1	سن المبحوث					5	المستوى الثقافي				
	18-24 سنة	35	33.3	4.8	5		منخفض (8-15) درجة				
	25-31 سنة	48	43.8	52.4	55		متوسط (16-23) درجة				
	32 سنة فأكثر	24	22.9	42.9	45		مرتفع (24-32) درجة				
2	عدد سنوات التعليم					6	عدد ساعات الاستخدام اليومي				
	7-10 سنوات	18	17.1	5.7	6		أقل من 2 ساعات				
	11-14 سنة	50	47.6	11.4	12		2-5 ساعات				
	15 سنة فأكثر	37	35.2	82.9	87		6 ساعات فأكثر				
3	عدد أفراد الأسرة					7	عدد سنوات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي				
	2-4 أفراد	25	23.8	3.2	4		أقل من 2 سنة				
	5-7 أفراد	64	61.0	15.2	16		2-4 سنة				
	8 أفراد فأكثر	18	15.2	81.0	85		5 سنوات فأكثر				
4	الدخل الشهري					8	عدد الحسابات التي يحوّزها المبحوث				
	-2000	29	27.6	80.9	85		3 حسابات				
	-3000	41	39.0	10.5	11		4 حسابات				
	+4000 فأكثر	35	33.3	8.5	9		5 حسابات فأكثر				

المصدر: عينة الدراسة

ثالثاً: إجمالي العينة

يوضح جدول (4) التوزيعين العددي والنسبي للخصائص الشخصية، والاجتماعية، والاقتصادية

للمبحوثين، حيث ظلت القيم والنسب الكبيرة لكل خاصية مدروسة قرين كل منها لإجمالي المبحوثين (210) عينة الدراسة

جدول (4) التوزيع العددي والنسبي للخصائص الشخصية، والاجتماعية، والاقتصادية لإجمالي العينة

م	البيان	العدد	%	الوسط الحسابي/المتوال	الانحراف المعياري	م	تابع البيان	العدد	%	الوسط الحسابي/المتوال	الانحراف المعياري
1	سن المبحوث	79	37.6	26.2	5.8	5	المستوى الثقافي منخفض (8-15) درجة	13	6.2	22.2	2.9
							متوسط (16-23) درجة	118	56.2		
							مرتفع (24-32) درجة	79	37.6		
2	عدد سنوات التعليم	38	18.1	15.18	2.6	6	عدد ساعات الاستخدام اليومي أقل من 2 ساعات	15	7.1	5.7	6.7
							2-5 ساعات	61	0.29		
							6 ساعات فأكثر	134	63.8		
3	عدد أفراد الأسرة	51	24.3	5.7	1.8	7	عدد سنوات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي أقل من 2 سنة	8	3.8	6.7	2.9
							2-4 سنة	36	17.1		
							5 سنوات فأكثر	166	79.0		
							عدد أفراد الأسرة	37	17.6		
4	الدخل الشهري	68	33.4	3508.9	1577.4	8	عدد الحسابات التي يحوزها المبحوث	100	47.6	3.9	1.4
							3 حسابات	54	25.7		
							4 حسابات	56	26.6		
							5 حسابات فأكثر				

المصدر: عينة الدراسة

الريفية التي تقضى معظم وقتها في متطلبات البيت، ففترة المساء تعتبر مناسبة لها، في حين أن النسبة المتبقية من إجمالي العينة تستخدم هذه المواقع في جميع الأوقات حيث بلغت النسبة (40.5%).

3- طبيعة الموضوعات التي يفضل الإهتمام بها على مواقع التواصل الاجتماعي :

أوضحت النتائج الواردة بجدول (5) أن الموضوعات الاجتماعية احتلت المرتبة الأولى لدى كلا من الذكور والإناث وإجمالي العينة فبلغت النسبة على الترتيب (80.0%)، (90.5%)، (85.2%)، ثم جاءت بعد ذلك الموضوعات الرياضية والترفيهية لدى الذكور فبلغت النسبة على الترتيب (64.8%)، (58.1%)، أما بالنسبة للإناث فجاءت الفيديوهات والموضوعات الاقتصادية من حيث الترتيب بعد ذلك حيث بلغت النسب (72.3%)، (70.5%)، في حين جاءت بعد ذلك الموضوعات الاقتصادية والترفيهية

النتائج ومناقشتها :

الهدف الأول: التعرف على طبيعة استخدام كلا من الذكور والإناث لمواقع التواصل الاجتماعي :

1- الاستخدام اليومي لمواقع التواصل الاجتماعي :

تشير نتائج جدول (5) أن كلا من الذكور والإناث، وإجمالي العينة يستخدموا مواقع التواصل الاجتماعي بشكل يومي حيث بلغت النسب (82.9%)، (80.0%)، (81.4%) لكل من هذه الفئات الثلاث على الترتيب . وهذا يشير إلى أن الذكور يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي أكثر من الإناث وقد يرجع هذا إلى ان الشباب من الذكور لديهم الفرصة أكثر من الإناث للإستخدام

2- الفترة المفضلة لإستخدام مواقع التواصل الاجتماعي :

أشارت نتائج جدول (5) أن (66.6%) من الذكور يستخدمون مواقع التواصل في كل الأوقات، في حين أن (48.6%) من الإناث يستخدمون تلك المواقع في فترة المساء وقد يرجع هذا إلى طبيعة المرأة

من حيث الترتيب بالنسبة لإجمالي العينة حيث بلغت نسبها (61.4)، (52.9) على الترتيب.

جدول (5) التوزيعين العددي والنسبي لطبيعة استخدام المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي

إجمالي العينة		إناث		ذكور		البيان
%	العدد	%	العدد	%	العدد	
						1- استخدام مواقع التواصل الاجتماعي يوميا
81.4	171	80.0	84	82.9	87	نعم
18.6	39	20.0	21	17.1	18	لا
						2- الفترة المفضلة لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي
						الصباح
5.7	12	4.7	5	6.7	7	
						المساء
32.4	68	48.6	51	16.2	17	
						أوقات الفراغ
21.4	45	32.4	34	10.4	11	
						كل الأوقات
40.5	85	14.3	15	66.6	70	
						3- طبيعة الموضوعات التي يفضل الإهتمام بها على مواقع التواصل الاجتماعي
						سياسية
19.5	41	14.3	15	24.8	26	
						اجتماعية
85.2	179	90.5	95	80.0	84	
						ترفيهية
52.9	111	47.6	50	58.1	61	
						رياضية
43.3	91	21.9	23	64.8	68	
						دينية
43.8	92	38.0	40	49.5	52	
						اقتصادية
61.4	129	70.5	74	52.4	55	
						فيديوهات
50.5	106	72.3	80	27.6	29	

المصدر: عينة الدراسة

4-مواقع التواصل الاجتماعي التي يستخدمها المبحوثين :

يوضح جدول رقم (6) مواقع التواصل الاجتماعي التي يستخدمها المبحوثين، والتي تم ترتيبها وفقاً لقيم المتوسط المرجح، فتبين أن أهم أربعة مواقع للتواصل بالنسبة للذكور هي: الفيس بوك (2.86)، والتيك توك (2.58) واليوتيوب (2.42)، واتس اب (2.36) ويلبها في الأهمية بقية مواقع التواصل الاجتماعي. في حين أهم أربعة مواقع للتواصل يستخدمها الإناث هي: الفيس بوك (2.92)، يوتيوب (2.59)، تيك توك (2.52)، واتس اب (2.20) ويلبها في الأهمية

بقية مواقع التواصل الاجتماعي، ووجد ان أهم أربعة مواقع للتواصل يستخدمها إجمالي العينة هي: الفيس بوك (2.89)، تيك توك (2.55)، يوتيوب (2.52)، واتس اب (2.28). ويلبها في الأهمية بقية مواقع التواصل الاجتماعي.

ويتضح من ذلك أن الفيس بوك جاء في مقدمة المواقع التي يقبل عليها الشباب من الجنسين ويرجع السبب في ذلك أن الفيس بوك هو الأكثر شهرة من بين المواقع المتاحة على شبكة الانترنت فهو نظام حياة شامل فيه الجد والمرح والفيديو والتجمعات وغيرها من الخصائص التي يفضلها المبحوثين .

جدول (6) مواقع التواصل الاجتماعي التي يستخدمها المبحوثين مرتبة وفقاً لقيم لمتوسط المرجح

المواقع	ذكور		إناث		اجمالي العينة	
	المتوسط المرجح	الترتيب	المتوسط المرجح	الترتيب	المتوسط المرجح	الترتيب
1-فيس بوك	2.86	1	2.92	1	2.89	1
2-واتس اب	2.36	4	2.20	4	2.28	4
1-يوتيوب	2.42	3	2.59	2	2.52	3
4-تيك توك	2.58	2	2.52	3	2.55	2
5-تويتر	1.77	5	1.98	5	1.87	5
6-انستجرام	1.52	6	1.73	6	1.62	6
7-سناب شات	1.45	7	1.64	7	1.55	7

المصدر: عينة الدراسة

وهو ما يعكس التطور التكنولوجي الذي نعيشه الآن وانتشار أجهزة الهاتف المحمول بأشكال وأحجام مختلفة مما يتيح لمستخدميها تصفح الأنترنت والدخول لمثل هذه المواقع بكل سهولة وبتكلفة منخفضة نسبياً.

5- طريقة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي :
أوضحت نتائج جدول (7) أن طريقة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لكلا من الذكور والإناث وإجمالي العينة هو الهاتف المحمول حيث بلغت النسبة على الترتيب (79.2%)، (85.7%) ، (90.5)

جدول (7) التوزيع العددي والنسبي لطريقة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي

الوسائل التكنولوجية	ذكور		إناث		اجمالي العينة	
	العدد	%	العدد	%	العدد	%
1-الهاتف المحمول	80	76.2	90	85.7	190	90.5
2-لاب توب	13	12.4	11	10.5	15	7.1
3-كمبيوتر ثابت	12	11.4	4	3.8	5	2.4
الاجمالي	105	100.0	105	100.0	210	100.0

المصدر: عينة الدراسة

والتسلية(2.56)، ملئ وقت الفراغ(2.49)، البحث عن المعلومات (2.48) ويلبها في الأهمية بقية الأسباب. أما بالنسبة لإجمالي العينة فكانت أهم أربعة أسباب هي: تكوين صداقات جديدة(2.65)، ملئ وقت الفراغ (2.46)، الترفيهية والتسلية(2.38) ، وسيلة للتعلم (2.35). ويتضح مما سبق أن تكوين صداقات جديدة جاء في مقدمة الأسباب لكلا من الجنسين وإجمالي العينة وهذا يدل على ميل الشباب الى التعارف وتكوين صداقات جديدة مع الآخرين والتواصل مع الآخرين باعتبار هذه المواقع تعتبر ساحة للنقاش والتعبير عن الآراء المختلفة.

الهدف الثاني: تحديد أسباب استخدام مواقع التواصل الاجتماعي من وجهة نظر كلا من الذكور والإناث :
يوضح جدول رقم (8) أسباب استخدام مواقع التواصل الاجتماعي والتي تم ترتيبها وفقاً لقيم المتوسط المرجح لكلا من الذكور والإناث وإجمالي العينة ، فبالنسبة للذكور تبين أن أهم أربعة أسباب هي: تكوين صداقات جديدة (2.78)، البحث عن المعلومات(2.46)، ملئ وقت الفراغ(2.38)، معرفة الأخبار العالمية ويلبها في الأهمية بقية الأسباب أما بالنسبة للإناث فتبين أن أهم أربعة أسباب هي: تكوين صداقات جديدة (3.0)، الترفيه

جدول (8) أسباب استخدام مواقع التواصل الاجتماعي من وجهة نظر المبحوثين مرتبة وفقاً لقيم المتوسط المرجح

اجمالي العينة		إناث		ذكور		الأسباب
الترتيب	المتوسط المرجح	الترتيب	المتوسط المرجح	الترتيب	المتوسط المرجح	
1	2.65	1	3.00	1	2.78	1- تكوين صداقات جديدة
2	2.46	3	2.49	3	2.38	2- ملئ وقت الفراغ
3	2.38	2	2.56	5	2.32	3- الترفيه والتسلية
6	2.30	4	2.48	2	2.46	4- البحث عن المعلومات
8	2.21	8	2.11	8	1.91	5- حرية التعبير عن الذات
5	2.34	6	2.24	4	2.34	6- معرفة الأخبار العالمية
4	2.35	5	2.25	6	2.30	7- وسيلة للتعلم
9	2.18	9	1.78	10	1.53	8- بعد المسافة بين الأهل والأقارب
7	2.22	11	1.12	11	1.04	9- الهروب من المشاكل الأسرية
10	2.13	10	1.69	9	1.73	10- عدم توفر فرص عمل
11	2.02	7	2.20	7	2.11	11- إعطاء نصائح

المصدر: عينة الدراسة

أفراد الأسرة (2.78) ويلبها في الأهمية الأثار الواردة بالجدول
 ووجد أهم ثلاثة أثار إيجابية لمواقع التواصل الاجتماعي بالنسبة للناث هي: تكوين معارف جديدة من بلدان مختلفة (2.92)، إحياء صداقات قديمة (2.91)، الشعور بالراحة مع الاصدقاء على مواقع التواصل الاجتماعي أكثر من أفراد الأسرة (2.59) ويلبها في الأهمية بقية الأثار الواردة بالجدول
 يتضح من النتائج السابقة اتفاق كلا من الجنسين وجمالي العينة على تكوين معارف جديدة من أهم الأثار الإيجابية لتلك المواقع وهو ما يعكس رغبتهم في توسيع شبكة العلاقات الاجتماعية من خلال الإنترنت ، حيث اتاحت هذه المواقع الفرصة لهم لنقل الثقافات وتبادل الآراء، وأيضاً إحياء صداقات قديمة .

الهدف الثالث: التعرف على الأثار المترتبة على استخدام مواقع التواصل الاجتماعي من وجهة نظر المبحوثين :
 أ- الأثار الإيجابية :

أشارت نتائج جدول (9) أن من أهم ثلاثة أثار إيجابية لمواقع التواصل الاجتماعي للذكور وفقاً للمتوسط المرجح هي: تكوين معارف جديدة من بلدان مختلفة (3.12)، مشاركة الهوموم مع الاصدقاء على مواقع التواصل الاجتماعي أكثر من أفراد الأسرة (3.0)، إحياء صداقات قديمة (2.91) ويلبها في الأهمية بقية الأثار الواردة بالجدول .
 في حين وجد أن أهم ثلاثة أثار إيجابية لمواقع التواصل الاجتماعي بالنسبة للناث هي: تكوين معارف جديدة من بلدان مختلفة (2.88)، إحياء صداقات قديمة (2.085)، مشاركة الهوموم مع الاصدقاء على مواقع التواصل الاجتماعي أكثر من

جدول (9) الآثار الإيجابية لمواقع التواصل الإجتماعي من وجهة نظر المبحوثين مرتبة وفقاً لقيم المتوسط المرجح

اجمالي العينة		إناث		ذكور		الآثار الإيجابية
الترتيب	المتوسط المرجح	الترتيب	المتوسط المرجح	الترتيب	المتوسط المرجح	
6	2.52	9	2.34	4	2.73	1-تفضيل صداقات مواقع التواصل الإجتماعي على الصداقات التقليدية
10	2.47	10	2.32	5	2.61	2- المشاركة في المناسبات الإجتماعية
15	2.17	3	2.78	2	3.00	3-مشاركة الهوموم مع الاصدقاء على مواقع التواصل الإجتماعي
3	2.59	11	2.23	10	2.43	4-الشعور بالراحة مع الاصدقاء على مواقع التواصل الاجتماعي
16	1.94	16	1.97	15	1.91	5- نشر القيم الدينية
4	2.54	5	2.74	13	2.19	6-سهولة وصول المساعدات للمحتاجين
1	2.92	1	2.88	1	3.12	7-تكوين معارف جديدة من بلدان مختلفة
2	2.91	2	2.85	3	2.91	8-إحياء صداقات قديمة
18	1.87	13	2.20	16	1.80	9-رفع المستوى المعرفي العام
13	2.33	12	2.22	9	2.44	10- الحث على المشاركة السياسية في الإنتخابات
14	2.28	14	2.19	11	2.37	11- الحث على المشاركة السياسية في الاحزاب
9	2.46	8	2.41	8	2050	12-دعم مشاركة المرأة سياسياً
12	2.39	4	2.76	13	2.01	13-الموضة والأزياء
7	2.52	7	2.44	6	2.59	14-الإهتمام بالمظهر الخارجي
5	2.53	6	2.47	7	2.58	15-تعليم اداب الأكل في الأماكن العامة
8	2.48	15	1.99	12	2.17	16-الإهتمام بالموسيقى
11	2.45	18	1.51	17	1.59	17-الإهتمام بالرسوم والتلوين
17	1.88	17	1.89	14	2.11	18-المحافظة على البيئة

المصدر: عينة الدراسة

أ- الآثار السلبية :

أتضح من نتائج جدول (10) أن من أهم ثلاثة آثار سلبية لمواقع التواصل الإجتماعي للذكور وفقاً للمتوسط المرجح هي: الميل للعزلة(2.90)، تقليل الدافعية للإنجاز(2.91)، النفاق في سبيل تأدية المصالح(2.84) ويليهما في الأهمية بقية الآثار الواردة بالجدول

في حين وجد أن أهم ثلاثة آثار سلبية لمواقع التواصل الإجتماعي للإناث هي: إهدار الوقت(2.76)، الميل للعزلة(2.70)، استكثار النعم على الآخر(2.62)، ويليهما في الأهمية بقية الآثار الواردة بالجدول

أما بالنسبة لاجمالي العينة وجد أن أهم ثلاثة آثار سلبية لمواقع التواصل الإجتماعي هي: الميل للعزلة (2.77)، إهدار الوقت (2.73)، عدم قراءة الكتب(2.63)، ويليهما في الأهمية بقية الآثار الواردة بالجدول

يتضح مما سبق اتفاق كلامن الذكور والإناث واجمالي العينة على ان اهدار الوقت والميل للعزلة من أهم الآثار السلبية لتلك المواقع وهو ما يوضح مدى تراجع التفاعل اليومي مع أفراد الأسرة ، وتأثيرها السلبي علي تدهور العلاقات الأسرية.

جدول (10) ترتيب الآثار السلبية لمواقع التواصل الاجتماعي من وجهة نظر المبحوثين وفقاً لقيم المتوسط المرجح

الآثار السلبية	ذكور		إناث		اجمالي العينة	
	المتوسط المرجح	الترتيب	المتوسط المرجح	الترتيب	المتوسط المرجح	الترتيب
1- إهدار الوقت	2.83	4	2.76	1	2.73	2
2- عدم وضوح الرؤية بالنسبة للمسائل العامة	1.95	14	1.86	15	1.90	13
3- التمرد على الواقع	2.03	13	2.05	14	2.04	12
4- تقليل الدافعية للإنجاز	2.91	2	2.12	13	2.51	6
5- الميل للعزلة	2.90	1	2.70	2	2.77	1
6- الإسياب للآخرين	1.76	16	2.32	10	1.65	16
7- إضعاف الثقة بالنفس	1.81	15	1.80	16	1.82	15
8- الإهتمام بالمصلحة الشخصية دون الإهتمام بالآخرين	2.51	11	2.25	11	2.36	10
9- إستكثار النعم على الآخر	1.73	17	2.62	3	2.25	11
10- إستقطاب عادات وتقاليد البلدان الأخرى	2.50	12	2.11	12	2.50	7
11- تقليد النمط الغربي	2.70	7	2.50	5	2.61	4
12- إهتمام الفرد بالكماليات	2.59	9	2.48	6	2.54	5
13- الهوس بالماركات العالمية	2.52	10	2.41	8	2.38	9
14- التفاف في سبيل تأدية المصالح	2.84	3	2.47	7	2.39	8
15- عدم قراءة الكتب	2.73	6	1.62	17	2.63	3
16- عدم مشاهدة البرامج الثقافية	2.62	8	2.15	9	1.87	14
17- التمرد على العادات والتقاليد	2.82	5	2.58	4	1.60	17

المصدر: عينة الدراسة

الهدف الرابع: تحديد نسبة التحلل من القيم للمبحوثين :

لتحديد نسبة التحلل في كل قيمة من القيم المدروسة تم حساب عدد الاجابات السلبية وقسمته على عدد العبارات التي قيست بها القيمة ، ومن ثم تم حساب نسبة التحلل للقيم الإجمالية عن طريق جمع نسب التحلل في كل قيمة وقسمها على اجمالي عدد القيم موضوع الدراسة .

وتشير نتائج الجدول (11) أن أكبر نسب التحلل لكلا من الذكور والإناث و اجمالي العينة تمثلت في القيم الاجتماعية حيث بلغت النسب لكل منها (57.15%)، (55.80%)، (56.475%)

جدول (11) نسب التحلل من القيم لكل من الذكور والإناث و اجمالي العينة

القيم	ذكور	الترتيب	إناث	الترتيب	اجمالي العينة	الترتيب
الاجتماعية	57.15	1	55.80	1	56.47	1
الاخلاقية	46.58	2	45.09	2	45.83	2
السياسية	45.25	3	44.31	3	44.78	3
الدينية	40.15	4	35.57	5	37.86	5
الاقتصادية	36.69	5	41.33	4	39.01	4
القيم الاجمالية	49.32	6	48.27	6	48.79	6

المصدر: عينة الدراسة

السن وقلة الرضا عن الحياة الاجتماعية التي يعيشونها وسط تغيرات اقتصادية وتكنولوجية كبيرة، وسلع رفاهية كثيرة تفوق موارهم الذاتية وموارد أسرهم .

ومن جهة أخرى يتضح من جدول (12) أن أكثر الفئات العمرية تحللاً من القيم وفقاً لنسبة تحلل القيم الإجمالية هي الفئة العمرية (18-25 سنة) حيث بلغت نسبة التحلل للذكور (21.14%)، والإناث (17.09%) وهو ما يعكس أن هذه الفئة العمرية أكثر تأثراً بمواقع التواصل الاجتماعي نظراً لصغر

جدول (12) نسب التحلل من القيم حسب الفئات العمرية للمبحوثين

القيم	الفئات العمرية			25-18 سنة			32-25 سنة			40-32 سنة		
	إجمالي	ذكور	إناث	إجمالي	ذكور	إناث	إجمالي	ذكور	إناث	إجمالي	ذكور	إناث
الاجتماعية	25.10	22.25	23.67	20.35	23.13	21.74	11.70	10.42	11.06	11.70	10.42	11.06
الاخلاقية	22.16	21.00	21.58	13.19	15.24	14.21	11.23	8.85	10.04	11.23	8.85	10.04
السياسية	23.11	19.30	21.21	13.02	17.25	15.14	9.12	7.76	8.44	9.12	7.76	8.44
الدينية	20.09	15.18	17.63	10.15	13.11	11.63	9.91	7.28	8.59	9.91	7.28	8.59
الاقتصادية	14.50	20.15	17.33	11.93	16.02	13.97	10.26	5.16	7.71	10.26	5.16	7.71
القيم الإجمالية	21.14	17.09	19.12	19.21	16.20	17.71	8.97	14.98	11.97	8.97	14.98	11.97

المصدر: عينة الدراسة

جدول (13) العلاقة الارتباطية بين المتغيرات المستقلة ونسبة تحلل القيم الإجمالية على مستوى الذكور والإناث وإجمالي العينة

المتغيرات المستقلة	نسبة تحلل القيم الإجمالية		
	إجمالي العينة	إناث	ذكور
1- السن	0.01	0.15	**0.56
2- عدد سنوات التعليم	**0.26	**0.34	*0.19
3- عدد أفراد الأسرة	0.02	** 0.23-	0.08-
4- الدخل الشهري	0.06	**0.30	0.06
5- المستوى الثقافي	*0.23	0.17	*0.20
6- عدد ساعات الاستخدام اليومي	**0.28	**0.31	**0.22
7- عدد سنوات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي	*0.15	0.13	*0.43
8- عدد الحسابات التي يحوزها المبحوث		0.9	*0.23

المصدر: عينة الدراسة

ولمعرفة مدى التأثير الكلي للمتغيرات المستقلة مجتمعاً على نسبة تحلل القيم الإجمالية، تشير نتائج جدول (14) التي نتائج تحليل الإنحدار المتدرج للتأثير المجمع لمتغيرات الدراسة المستقلة على نسبة تحلل القيم الإجمالية (المتغير التابع)، لكلا من الذكور والإناث وإجمالي العينة الي :
 أ) بالنسبة للذكور: تشرح ثلاثة متغيرات مجتمعاً نحو 22 % من التغيرات في المتغير التابع .
 ب) بالنسبة للإناث : تشرح أربعة متغيرات مجتمعاً 23 % من التغيرات في المتغير التابع .
 ج) بالنسبة لإجمالي العينة : تشرح أربعة متغيرات مجتمعاً 25 % من التغيرات في المتغير التابع .

الهدف الخامس تحديد العوامل المؤثرة على نسبة تحلل القيم لدى كلا من الذكور والإناث
 يوضح الجدول رقم (13) معاملات الارتباط قرين كل متغير، حيث تبنت معنوية معاملات الارتباط بين المتغيرات المستقلة والمطللة ونسبة تحلل القيم الإجمالية للمبحوثين وذلك على مستوى المعنوية (*0.01)، و(0.05*) وفقاً لجدول جاريت لمعنوية معاملات الارتباط، وهو ما يعني قبول هذه الفروض الإحصائية المطللة ورفض ما عداها غير المطللة، وهو ما يمكن القول معه بتأثير هذه المتغيرات اتجاهها وشدة على نسبة تحلل القيم الإجمالية .

وذلك وفق ما يشرحه معامل التحديد (r) نسبة (F) .
 تربيع) حيث ثبتت معنوية النماذج الثلاثة بمعلومية

جدول(14) تحليل الإنحدار المتدرج للتأثير المجمع لمتغيرات الدراسة المستقلة علي نسبة تحلل القيم الإجمالية علي مستوى الذكور والاناث و اجمالي العينة

نسبة تحلل القيم الإجمالية			المتغيرات المستقلة
اجمالي العينة	اناث	ذكور	
			1-السن
(3)0.23	(3)0.21	(1)0.17	2-عدد سنوات التعليم
			3-عدد أفراد الأسرة
	(2)0.18		4-الدخل الشهري
(4)0.25	(4)0.23		5-المستوى الثقافي
(1)0.14	(1)0.14	(2)0.20	6-عدد ساعات الاستخدام اليومي
(2)0.16		(3)0.22	7-عدد سنوات استخدام مواقع التواصل الإجتماعي
			8- عدد الحسابات التي يحوزها المبحوث
0.25	0.23	0.22	R2 معامل التحديد للنموذج
8.29	6.85	11.35	قيمة F للنموذج
3.94	3.98	4.82	قيمة F الجدوية

المصدر : عينة الدراسة (الأرقام داخل الخلايا الجدولية بين الأقواس تشير الي ترتيب خطوات التحليل الانحداري)

(32) للقيم الأخلاقية، والدينية، وكذلك اجمالي القيم المدروسة .

2-للشابات من الاناث :

تشير نتائج جدول تحليل التباين الي تباين متوسطات القياس للقيم الاجتماعية المدروسة لصالح اناث العينة من الشباب وذلك للفئة العمرية (18-25) خاصة للقيم الاجتماعية، والدينية، والاقتصادية. في حين تكون هذه التباينات لصالح الفئة العمرية (25-32) للقيم الأخلاقية، والسياسية، وكذلك اجمالي اقيم المدروسة .

3- لاجمالي العينة :

تشير نتائج جدول تحليل التباين الي تباين متوسطات القياس للقيم الاجتماعية المدروسة علي مستوي اجمالي العينة وذلك للفئة العمرية (18-25) خاصة للقيم الاخلاقية، والسياسية، والدينية، والاقتصادية. في حين تكون هذه التباينات لصالح الفئة العمرية (25-32) للقيم الاجتماعية، وكذلك اجمالي القيم المدروسة .

الهدف السادس: أوجه الاختلاف في نسبة التحلل علي مستوى كل قيمة اجتماعية بين الذكور والاناث:

(أ) علي المستوي النوعي :

تشير نتائج الجدول رقم (15) الي نتائج اختبار T للفروق البيئية بين ذكور العينة واناثها من الشباب وذلك للقيم موضوع الدراسة (الاجتماعية، والاخلاقية، والدينية، والسياسية، والاقتصادية، والقيم الإجمالية) حيث ثبتت معنوية الفروق قرين كل قيمة، حيث كانت هذه الفروق لصالح الذكور بالنسبة للقيم الاجتماعية، والأخلاقية، والسياسية، والقيم الإجمالية. في حين كانت لصالح الاناث بالنسبة للقيم الدينية والاقتصادية. حيث ثبتت معنوية الفروق قرين كل قيمة، وهو ما يعكس الاهتمامات القيمية بين الجنسين.

(ب) علي مستوي الفئات العمرية داخل كل نوع :

1- للشباب من الذكور :

تشير نتائج جدول تحليل التباين الي تباين متوسطات القياس للقيم الاجتماعية المدروسة لصالح ذكور العينة من الشباب وذلك للفئة العمرية (18-25) خاصة للقيم الاجتماعية، والسياسية، والدينية. في حين تكون هذه التباينات لصالح الفئة العمرية (25-32)

جدول (15) نتائج اختبار T للفروق البينية للقيم على مستوى الذكور والاناث

T-test			القيم
T-test	المتوسط	النوع	
**4.75	59.15	ذكور	1- القيم الاجتماعية
	58.80	اناث	
**10.12	48.38	ذكور	2- القيم الاخلاقية
	47.58	اناث	
**9.40	55.19	ذكور	3- القيم الدينية
	58.57	اناث	
**15.05	47.25	ذكور	4- القيم السياسية
	44.32	اناث	
**11.50	36.63	ذكور	5- القيم الاقتصادية
	41.33	اناث	
**2.68	53.37	ذكور	6- القيم الاجمالية
	50.68	اناث	

المصدر : عينة الدراسة قيمة T الجدولية=2.66

جدول (16) نتائج تحليل التباين One-Way ANOVA للفروق البينية للقيم وفقا للعمر والنوع واجمالي العينة

One-Way ANOVA							القيم
اجمالي العينة		اناث		الذكور			
F	المتوسط	F	المتوسط	F	المتوسط	القياس	
**8.75	50.58	*4.6	59.30	**7.09	59.41	سنة 25-18	1- القيم الاجتماعية
	60.19		49.0		47.49	سنة 32-25	
	48.14		39.33		53.23	سنة 40-32	
**4.85	52.50	**6.45	41.14	**5.45	48.66	سنة 25-18	2- القيم الاخلاقية
	44.83		53.47		57.50	سنة 32-25	
	48.11		49.16		43.74	سنة 40-32	
**9.11	47.02	*4.90	39.95	**9.5	50.21	سنة 25-18	4- القيم السياسية
	37.65		49.66		46.83	سنة 32-25	
	30.66		37.45		40.38	سنة 40-32	
**5.83	53.47	**7.5	62.11	**17.28	65.62	سنة 25-18	3- القيم الدينية
	49.00		58.59		58.25	سنة 32-25	
	37.39		50.04		43.33	سنة 40-32	
**4.87	41.50	*5.16	42.59	**4.92	37.64	سنة 25-18	5- القيم الاقتصادية
	29.62		35.68		45.0	سنة 32-25	
	37.15		30.0		38.28	سنة 40-32	
**5.02	46.51	**5.32	47.12	**9.50	49.56	سنة 25-18	6- القيم الاجمالية
	50.48		51.66		55.18	سنة 32-25	
	38.96		38.63		46.21	سنة 40-32	

المصدر : عينة الدراسة قيمة F عند مستوى معنوية 0.01 (102/2)=4.8، عند مستوى معنوية (0.05)=3.09 لعينة الذكور والاناث قيمة F عند مستوى معنوية 0.01 (207/2)=4.71 لاجمالي العينة

المناقشة العامة للنتائج :

في ضوء مناقشة خصائص العينة والعرض التحليلي لنتائج الدراسة يمكن استخلاص ما يلي:

أولاً: لا توجد إختلافات جوهرية بين شباب العينة من الذكور والإناث من حيث توصيف خصائص كل منهما، وهو ما يعني أن أى تغير فى درجة التمسك بالقيم الإجتماعية الريفية إنما يرجع بالضرورة إلى التعرض لمواقع لتواصل الإجتماعي.

ثانياً: يتفق شباب الجنسين في العينة على إستخدام التليفون المحمول كنافذة للوصول إلى مواقع التواصل الإجتماعي لسرعته وإمكانية إستخدامه في كل وقت وفى كل مكان، إن اختلفت مجالات التعرض لكلا من الجنسين حيث يركز شباب الذكور على المجالات الإجتماعية والرياضية والترفيهية (بمخاطرها)، في حين يركز إناث العينة على المجالات الإجتماعية والفيديوهات (بمخاطرها)، والإقتصادية، وقد يعكس ذلك طبيعة تكوين كل منهما ونشأته.

ثالثاً: يمثل التواصل مع الأصدقاء، وتكوين معارف جديدة، وإحياء صدقات قديمة أهم الآثار الإيجابية من وجهة نظر الجنسين من شباب العينة، وهو ما يعكس عزوف الشباب عامة من محاولة الإستفادة من منصات التواصل الإجتماعي فى تعزيز المعرفة والتعليم والتدريب المهني، أو جذب الاهتمام بالمشاركة الحزبية والسياسية، أو الإهتمام بالفنون الإبداعية اللغوية منها (القصة والشعر ومجالات الادبعامه) ، والمتعلقة بالمواهب (الرسم والنحت والتصوير و الموسيقى...الخ) او حتى الإهتمام بالدين ودعم حملات البر والإحسان.

رابعاً: أن من أهم الآثار السلبية لهذه المواقع تمثلت في إهدار الوقت، وخفض الدافعية للإنجاز، والميل إلى التوحد التكنولوجي، وإهمال القراءة كنافذة للمعرفة والعلم، وإعلاء الذات على المصالح العامة (إنجاز المصلحة بأى الطرق المتاحة) وهي عوامل هدم لم تكن متواجدة فى مجتمع الدراسة منذ عقدين من الزمان.

خامساً: أن تأثير مواقع التواصل الإجتماعي على القيم المدروسة تمثل في ضعف التمسك بها وهو ما سمته الدراسة الحالية بالتحلل القيمي حيث يكاد يتساوى الجنسين من الشباب في نسبة التحلل العام (إجمالي القيم)، وإن تباينت نسب التحلل فى مجالات القيم موضع الدراسة ، ولعل أهم ما يلفت النظر هو تباين نسب التحلل من القيم الدينية التي إحتلت الترتيب الرابع بين القيم للشباب

الذكور (40.15%)، والترتيب الخامس من القيم للشابات الإناث (35.6%)، وكذلك القيم الإقتصادية التي إحتلت الترتيب الرابع لإناث العينة (41.3%)، والترتيب الخامس لذكورها (36.7%).

سادساً: إن أكثر الفئات العمرية تحللاً من القيم الإجتماعية هم شباب الفئات العمرية (18-25) عاماً ، فى حين تنخفض نسب التحلل مع زيادة فئات العمر، وقد يعكس ذلك أن الفئات العمرية الكبيرة أكثر تمسكاً نسبياً مقارنة بالفئات العمرية الأقل، وتعكس هذه النتيجة فى حد ذاتها غياب الدور الرقابي لكل من الأسرة ، والمؤسسات الدينية، والتعليمية والمجتمعية أيضاً على الفئات العمرية (18-25) عاماً والتي تمثل مستقبل الأمة وعماؤها القريب في ظل متغيرات خارجية هي الأكثر تأثيراً ونفاذاً إلى عقول هذه الفئة المستقبلية دون وجود آلية للتشجيع والتمييز بين الطيب والخبيث.

سابعاً: لعبت متغيرات التعليم والمستوى الثقافي، وساعات الإستخدام اليومي، وعدد سنوات الإستخدام لهذه المواقع الدور الأساسي فى التحلل القيمي لشباب العينة من الجنسين، وهي نتيجة منطقية إلى حد بعيد.

ثامناً: يوضح تحليل الفروق البينية بين ذكور العينة وإناثها إلى أن الفروق تصب فى إتجاه ذكور العينة مقارنة بالإناث بإستثناء القيم الدينية التي تصب فى صالح الإناث، وهي نتيجة مثيرة للجدل خاصة وأن الإناث اقل إنفتاحاً من الذكور بحكم التنشئة ، وبحكم التقوقع حول القيم الأسرية وبحكم الهيمنة الذكورية عليهن داخل الأسرة وخارجها

التوصيات

في ضوء نتائج الدراسة الحالية توصى بما يلي:

- 1- ضرورة أن تقوم وزارة الشباب بعقد ندوات توعية للشباب بمخاطر استخدام مواقع التواصل الإجتماعي.
- 2- يجب على الدولة الإهتمام بالأفراد فى سن صغير حتى يتمكنوا من الإستخدام الإيجابي لمواقع التواصل الإجتماعي
- 3- ضرورة أن تهتم الدولة بعمل دورات تدريبية للشباب لتطوير مهاراتهم واستغلال اوقات فراغهم فى شئ مفيد
- 4- يجب على الاسرة الجلوس والحوار مع أبنائها لتقليل إستخدام مواقع التواصل الإجتماعي حتي لا تؤثر على العلاقات بينهم

قائمة المراجع

أولاً: المراجع العربية

- 1- الجمل ، سمير سليمان(2020)، الآثار السلبية لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي على عدد من القيم: دراسة ميدانية على طلبة جامعة الاستقلال في أريحا ، شئون إجتماعية ، 37(145)
- 2- السعيدى، حنان(2015)، استخدام مواقع التواصل الإجتماعى وأثره على القيم لدى الطالب الجامعى موقع الفيس بوك نموذجاً، رسالة ماجستير ، كلية العلوم الانسانية والاجتماعية ، جامعة قاصدي مرياح Website, https://mandumah.com/Record/467065 Retrieved August.2023.2.45Pm
- 3-العظامات، خديجة خير الله عبد الرحمن (2022)، تأثير تطبيق التيك توك على القيم الإجتماعية فى المتمتع الأردنى من وجهة نظر طلبة الجامعة،مجلة كلية التربية، جامعة عين شمس ،4(46)
- 4-العقبى، الأزهر ونوال بركات (2016)، نمط العلاقات الاجتماعية فى ظل استخدام مواقع التواصل الاجتماعي: بين الحقيقي والافتراضي، مجلة علوم الإنسان والمجتمع، جامعة محمد خيضر بسكرة ، كلية العلوم الإجتماعية والإنسانية، (19)
- 5- المطوخ، عبد العزيز بن صالح(2015)، تأثير شبكة الواتساب على بعض المتغيرات لدى عينة من المتزوجين فى المجتمع السعودى ، مجلة البحث العلمي فى التربية، كلية البنات للآداب والعلوم والتربية، جامعة عين شمس Website, https://mandumah.com/Record/467065 Retrieved September.2023.4.45Am
- 6-بركات، مازن محمد محمود وفرحات عيد السيد محمد(2016)، أثر مواقع التواصل الإجتماعي على القيم الإجتماعية الريفية للشباب الريفي(دراسة حالة بقرية منية شبين القناطر- الفلويبية)، مجلة البحوث الزراعية، جامعة كفر الشيخ، مجلة العلوم الاقتصادية والإجتماعية الزراعية،12(42).
- 7- بلعام،كريمة(2018)،أثر شبكات التواصل الإجتماعى على القيم الدينية للأسرة الجزائرية دراسة ميدانية على عينة من مستخدمي موقعالفيس بوك من مدينة ورقلة، دراسة فى ضوء نظرية الحتمية القيمية الفترة الزمنية جانفى -أفريل 2018، رسالة ماجستير ، كلية العلوم الانسانية والاجتماعية ، جامعة قاصدي مرياح Website, https://mandumah.com/Record/467065 Retrieved August.2023.2.25Pm
- 8- بوقلوف، سهام(2018) استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وأثرها على القيم الاخلاقية والاجتماعية ، رسالة دكتوراه، قسم علوم الاتصال كلية علوم الاعلام والاتصال ، جامعة الجزائر Website, https://dspace.univ-alger3.dz/jspui/handle/123456789/1445. Retrieved August.2023.5.35Am
- 9- بومدين، كريمة(2019)، مواقع التواصل الاجتماعي:فضاء عمومي افتراضي وانعكاس قيمي المصدر:المجلة الدولية للاتصال الاجتماعي،جامعة عبد الحميد بن باديس مستغانم - كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية ، 6(1) Website, https://www.asjp.cerist.dz/en/article/98913. website, Retrieved October.2023.3.35Am
- 10- جنيد، حنان فاروق(2021)، القيم الاقتصادية كما تعكسها مواقع التواصل الاجتماعي بالمجتمع المصري: دراسة حالة على عينة من الصفحات الإلكترونية، المجلة الدولية للاتصال الاجتماعي، جامعة عبد الحميد بن باديس- كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، 8(1).
- 11- سعيدى،عمار(2017)،أثر استخدام الفيس على القيم الاجتماعية لدى الطالب الجامعى دراسة فى اطار النظرية الحتمية القيمة فى الاعلام، رسالة ماجستير ، كلية العلوم الانسانية والاجتماعية ، جامعة قاصدي مرياح Website, https://mandumah.com/Record/467065 Retrieved October.2023.2.35Am
- 12- شنانى، سعيد مفتاح وفوزى عبدالرحيم عبدالكريم(2018)، دمان مواقع التواصل الاجتماعي، وعلاقته بتغير القيم الاجتماعية لدى الشباب الجامعي الليبي: دراسة ميدانية على فيس بوك وتويتر، مجلة بحوث الإتصال،كلية الفنون والإعلام، جامعة الزيتونة، 2(4).
- 13- صوالحة، عونبة عطا(2019)، استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وأثره على القيم الاجتماعية لدى طلبة جامعة عمان الأهلية، المجلة التربوية، كلية التربية، جامعة سوهاج، 66 Website, https://mandumah.com/Record/467065 Retrieved August.2023.5.55Am
- 14- صوكو ، سهام (2009)، واقع القيم لدى المراهقين فى المؤسسة التربوية ، دراسة ميدانية بشأنوية بوحنه مسعود، فرجيوه ميله، كلية العلوم الإنسانية والعلوم الاجتماعية، قسم علم الاجتماع،جامعة منتوري- قسنطينة website, http://search.shamaa.org/fullrecord?ID=105430. Retrieved June.2023.10.15Pm
- 15- عشور، سميرة(2022)، شبكات التواصل الاجتماعي وتأثيرها على القيم الثقافية للأطفال، المجلة العربية للدراسات الأنثروبولوجية المعاصرة، 8(2) Website, https://www.asjp.cerist.dz/en/article/211053. Retrieved August.2023.11.15Pm
- 16- محمد، بدر الدين على حمد (2017)، تأثير استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على قيم المواطن السوداني: دراسة ميدانية على عينة من مواطني ولاية الخرطوم للعام 2017 م.، مجلة كلية الآداب، جامعة سوهاج - كلية الآداب، 1(44)
- 17-مدور ، عبد الوهاب(2019)، اعتماد المدونين الجزائريين على مواقع التواصل الاجتماعي فى نشر القيم الاجتماعية : دراسة مسحية على عينة من

20- هنيىمى، حسين محمود (2015)، العلاقات العامة وشبكات التواصل الإجماعى ، دار اسامة للنشر والتوزيع ، عمان مكتبة نور Retrieved August.2023,10:30Pm
website, <https://www.noor-book.-pdf>
21- ويكيبيديا(2023)، سناى شات برنامج تواصل إجماعى
website, www.wikipedia.org, Retrieved August.2023,12:20Pm

المدونىنعلى موقع الفيس بوك، رسالة ماجستير ، كلية العلوم الانسانية والاجتماعية ، جامعة قاصدى مرياح
Website, <https://mandumah.com/Record/467065> Retrieved October.2023,8:10Am
18- مهدي، مروة صلاح(2017)، تأثير جودة مواقع التواصل الإجماعى على القيم الأخلاقية : طلبية الجامعات الأردنية الخاصة فى عمان، رسالة ماجستير، كلية الاعمال، جامعة عمان العربية
Website, <https://mandumah.com/Record/467065> Retrieved August.2023,10:15Pm
19- مؤيد، هيثم جودة، (2016) إدمان مواقع التواصل الإجماعى وعلاقتة بمنظومة القيم الإجماعية والأخلاقية لدى الشباب الجامعى المصرى والسعودى :دراسة مقارنة فى إطار نظرية رأس المال الإجماعى، المجلة العلمية لبحوث الصحافة، جامعة القاهرة - كلية الإعلام - قسم الصحافة ، (6)
Website, <https://mandumah.com/Record/467065> Retrieved August.2023,11:20Am

ثانياً: المراجع الأجنبية

- 1-Aljehani, Hanan A(2019), Impact Of Social Media On Social Value Systems Among University Students In Saudi Arabia, International Journal of Education and Practice, 7.(3), website. <https://www.ojcmt.net>, Retrieved May.2023,8.50Pm.
- 2-Jha, Krishna Kumar(2016) Impact of Social Networking Sites on the Mauritian Youth: A Study of Their Life Styles and Its Effectiveness in Nation Building, Online Journal of Communication and Media Technologies, website,<https://www.ojcmt.net/> Retrieved Jun.2023,9.50Am.
- 3- Khurana,N(2015), The Impact of Social Networking Sites on the Youth, Journal of r uoJ Mass Communication & Journalism, 5.(12),website,<https://www.researchgate.net> Retrieved May.2023,6.55Pm.
- 4- Ligy,V.K and dSubrata Das , Mohanadasan. T (2021) The Impact of Social Networking Sites on Youth,Annals of the Romanian Society for Cell Biology,25.(6),website, <https://www.researchgate.net>, Retrieved April.2023,11.55Pm.
- 5- Pang, Huizhong (2021), The Negative Impact of Social Media on People's Lives, Advances in Social Science, Education and Humanities Research, Vol (631), website,<https://www.atlantispress.com/article/125968471.pdf>, Retrieved May.2023,10.56Am
- 6- Srivastava, Manini andJaya Bharti (2020), Impact of Social Networking Siteson Adolescents: Review Based Perspectives, nternational Journal of Advances in Engineering and Management, VOL(2).No(3),website,<https://www.researchgate.net>, Retrieved May.2023,3.49Pm

THE IMPACT OF SOCIAL MEDIA ON THE RURAL VALUES OF YOUTH IN ASSIUT GOVERNORATE

Randa Youssef Mohammed Sultan

Department of the Rural Sociology and Agricultural Extension, Faculty of Agriculture,
Assiut University

ABSTRACT

The study aimed to recognize the nature of young people's (males and females) use of social networking sites, determine the reasons for using social networking sites, as well as identify the negative or positive effects of this use from the point of view of the male and female respondents, and identify the factors influencing the effects of this. Use among males and females in the sample, identifying the differences between them at the level of each value and the total values.

To achieve the goal of the study, the numbers of young people in the age group (18-40) years in the governorate's centers were counted from the 2017 census data, dividing the centers into three categories gradually ascending to the top. The Abnoub Center was chosen randomly from the middle category in terms of the number of young people, then the Al-Awamer village was randomly selected from the center, where a sample of 5% of the total youth in the village who use social networking sites was drawn to represent the two types, divided equally between males and females, with 105 individuals for each of them, and a sample of 105 individuals were collected for each of them. The data was collected by using a questionnaire form during the month of November 2023, which was transcribed and statistically analyzed using statistical characterization measures, the Pearson correlation coefficient, the T-test, and the One-Way ANOVA test.

The results showed that there are influential beginnings represented by a decomposition of adherence to rural values for both genders at the level of each social value studied or at the level of total values, and that the most degraded values for both genders are social values, followed by moral and economic values, and that the most degraded values are in the age groups. Age group (18-25) years. The results also showed that these sites have positive and negative features for the youth of the sample.

Introductory words: rural values, social networking sites, rural youth, Assiut Governorate