

أثر وسائل التواصل الإجتماعى على النسق القىمى للشباب الرىفى الجامعى

هند مختار دىاب، هبه نورالدين محمد^١

الملخص العربى

يستهدف هذا البحث: (١) التعرف على مدى استخدام الشباب الرىفى الجامعى لبعض وسائل التواصل الاجتماعى (فيسبوك - تويتر- إنستجرام- واتساب - سناب شات - ماسنجر)، (٢) التعرف على طبيعة النسق القىمى لدى المبحوثين من الشباب الجامعى الرىفى (قيم الثقة فى الأفراد- قيم الثقة فى المؤسسات - النسق القىمى للتطلعات الخاصة بالوطن- النسق القىمى الشخصى)، (٣) تحديد العلاقة الإقترانية بين النسق القىمى لدى المبحوثين وبين مستوى استخدامهم لوسائل التواصل الاجتماعى محل الدراسة. وقد تم جمع البيانات الميدانية من عينة قدرها ١١٠ مبحوث من الطلاب الرىفيين بكلية الزراعة جامعة عين شمس تمثل نحو ١٠٪ من إجمالى الشاملة والبالغ عددهم ١١٠٠ طالب، وذلك خلال الفترة من فبراير إلى مارس ٢٠٢٠، واستخدمت التكرارات والنسب المئوية والمتوسطات والمدى والانحراف المعيارى والوزن النسبى بالإضافة إلى إختبار مربع كا (χ^٢) لتحليل وعرض بيانات البحث. وأوضحت النتائج مدى استخدام المبحوثين لوسائل التواصل الاجتماعى حيث جاء الواتساب فى الترتيب الأول (بوزن نسبى قدره ٥٦.٩٧٪)، يليه الفيسبوك (٥١.٨٢٪)، ثم الماسنجر فى الترتيب الثالث (٥٠.٩١٪). وفيما يتعلق بالنسق القىمى الخاص بالثقة فى الأفراد، تشير النتائج إلى أن الثقة فى أفراد العائلة جاءت فى الترتيب الأول (بوزن النسبى قدره ٩٦.٦٧٪)، يليها الثقة فى أشخاص تعرفهم على المستوى الشخصى (٧٧.٨٨٪). أما فيما

يخص الثقة فى المنظمات فكانت الثقة فى مؤسسة الأزهر الشريف فى المرتبة الأولى (٧٦.٦٧٪) يليه الثقة فى مؤسسات البنوك (٧٣.٩٤٪)، وفيما يخص الدرجة الإجمالية للنسق القىمى الخاص بالثقة أوضحت النتائج أن غالبية المبحوثين (٧٥.٤٥٪ و ٦٤.٥٥٪) يقعون فى الفئة المتوسطة لدرجة الثقة فى كل من الأفراد والمنظمات على الترتيب. وأوضحت نتائج اختبارات مربع كاي ثبوت معنوية العلاقة الإقترانية بين القيم النظرية ومدى استخدام الواتساب، وكذلك العلاقة بين القيم الاقتصادية ومدى استخدام الإنستجرام والواتساب والماسنجر.

الكلمات الدالة: وسائل التواصل الإجتماعى، القيم، الشباب الرىفى، جامعة عين شمس.

المقدمة والمشكلة البحثية

نظرًا لما تشهده المجتمعات الحديثة من ظاهرة تنامي استخدام تقنيات الاتصال الإلكترونى، فقد ظهر جيل جديد لم يعد يتفاعل مع الإعلام التقليدى بقدر ما يتفاعل مع الإعلام الإلكترونى ولاسيما مواقع التواصل الاجتماعى، لذلك يسمى بـ "الجيل الشبكي" أو "جيل الإنترنت" (الخرزاعة وآخرون، ٢٠١٨، ص ٣٠).

وتعد مواقع التواصل الاجتماعى من أهم منتجات التكنولوجيا الحديثة وأكثرها انتشارًا وشعبية فقد شغلت بتطبيقاتها المختلفة وامكانياتها غير المحدودة أوقات الشباب وحازت على أهتماماتهم مما أدى إلى استخدامها بصورة غير

^١قسم المجتمع الرىفى والإرشاد الزراعى - كلية الزراعة - جامعة عين شمس - مصر.

وتلعب القيم دوراً مهماً في تكوين العلاقات بين أفراد المجتمع، ونسج السلوكيات والعادات والتقاليد، وتوضيح طبيعة خصائص هذا المجتمع في عدة اتجاهات، كالخصائص الاجتماعية والدينية والثقافية والسياسية والاقتصادية والعلمية (أبو زيد، ٢٠١٦، ص ٧٥)، وللقيم تصنيفات كثيرة ومتعددة وفقاً لمعايير مختلفة، ويصنف ألبورت القيم من حيث المحتوى إلى ست أنواع هي (اسكندر وآخرون، ١٩٧٥، ص ٤٩٨، والمليجي، ١٩٨٥ ص ١٣٠، وفهمي، ١٩٩٩ ص ١٣٤):

- القيم النظرية: هي مجموعة القيم التي يعبر عنها اهتمام الفرد بالعلم والمعرفة والسعي وراء القوانين التي تحكم الأشياء بقصد معرفتها، وميل الفرد إلى اكتشاف الحقيقة.
- القيم الاقتصادية: ويقصد بها اهتمام الفرد وميوله إلى كل ما هو نافع، وهو في سبيل هذا الهدف يتخذ من العالم المحيط به وسيلة للحصول على الثروة وزيادتها عن طريق الإنتاج والتسويق والاستهلاك واستثمار الأموال.
- القيم الاجتماعية: وتظهر لدى الفرد الذي يحب الحياة الاجتماعية الواسعة ويميل إلى الناس فهو يحبهم ويميل إلى مساعدتهم، ويجد في ذلك راحة نفسية اجتماعية سعيدة وكذلك إشباعاً له.
- القيم السياسية: ويقصد بها اهتمام الفرد بالحصول على القوة والسيطرة، بهدف التحكم في الأشياء والأشخاص ويعبر عنها الفرد بالنشاط السياسي والعمل السياسي وحل مشكلات الجماهير، ويتمتع أفراد هذه القيمة بروح قيادية ويستطيعون التأثير على غيرهم.
- القيم الجمالية: ويعبر عنها باهتمام الفرد وميله إلى ما هو جميل من ناحية الشكل أو التوافق أو التنسيق وهو ينظر إلى ذلك العالم المحيط به نظرة تقدير من ناحية التكوين والتنسيق.
- القيم الدينية: إتباع تعاليم الدين في كل النواحي، حتى في طلب الرزق، وعدم السعي وراء الحياة الدنيا، وتعكس

عادية وبأسلوب غير واع، وتعتمد شبكات التواصل الاجتماعي على الاتصال بين مجموعة من الأفراد لهم نفس الميول، والاهتمامات، وتعرف وسائل التواصل الاجتماعي بأنها منظومة من الشبكات الإلكترونية التي تسمح للمشارك فيها بإنشاء موقع خاص به، وربطه خلال نظام اجتماعي إلكتروني مع أعضاء آخرين لديهم نفس الاهتمامات والميول والهوايات، أو جمعه مع أصدقائه (راضي، ٢٠٠٣، ص ٢٣).

وتلعب مواقع التواصل الاجتماعي اليوم دوراً محورياً مهماً في بناء منظومة الوعي الفكري والقيمي لأفراد المجتمع، خاصة الشباب لتميزها بالاستقلالية واللامركزية وسعة الانتشار والسرعة الفائقة (الحاجي، ٢٠٠٢، ص ٤٣)، ويمثل الإقبال الشديد من الشباب على استخدام هذه المواقع ناقوس خطر لأنه أوقع الشباب في صراع ما بين القيم الموروثة والتقاليد المستوردة، وإنعكس بدوره على القيم التي يحملها الشباب (الطيار، ٢٠١٤، ص ١٩٦).

وتعتبر القيم معايير اجتماعية ذات صبغة انفعالية قوية وعامة، وتتصل من قريب بالمستويات الخلقية التي تقدمها الجماعة، ويمتصها الفرد من بيئته الاجتماعية، ويقوم منها موازين يبرر بها أفعاله، ويتخذها هادياً ومرشداً (أبو العينين، ١٩٨٨، ص ٢٣)، ويرى علماء الاجتماع أن القيم هي مستوى أو معيار للانتقاء من بين بدائل أو إمكانات اجتماعية متاحة أمام الشخص الاجتماعي في الموقف الاجتماعي (خليفة، ١٩٩٢، ص ٣٦)، ويرى غيث أن القيم هي الصفات الشخصية التي يفضلها أو يرغب فيها الناس في ثقافة معينة (غيث، ٢٠٠٠، ص ٢٥٩)، ويعرفها بارسونز بأنها المعايير التي يمكن أن يُحكم بها على كون الشيء مرغوباً فيه أو غير مرغوب فيه (Parsons, 1964, p12)، ووفقاً لتعريف هوفستاد تعرف القيم بأنها اعتقادات عامة تحدد الصواب من الخطأ، والأشياء المفضلة من غير المفضلة (Hofstad, 1990, p286).

الإنترنت من ذلك الوقت الذي يقضونه مع أصدقائهم الحقيقيين أو مع أفراد أسرهم.

وفيما يتعلق بالتغيرات والتأثيرات التي حدثت في أسواق القيم ومدلولاتها لدى الشباب الجامعي، فقد تبين في الدراسة التي أجراها (خليفة، ٢٠٠٤) أن هناك كثيراً من الآثار والاتجاهات السلبية التي انتشرت بين الشباب الجامعي من أهمها: التدخين، والاختلاط الجنسي، والاهتمام الزائد بالموضة، وهي تكشف عن خلل واضح في منظومة قيم الشباب الجامعي، حيث حدث نوع من التخلي عن العديد من القيم الإيجابية، وتبني بعض الآثار السلبية، أو احتضانها.

وفيما يتعلق بالآثار الإجتماعية لتطبيقات الثورة الرقمية بالريف المصري فقد أوضحت دراسة (دياب ٢٠١٥) أن هناك إثتان وسبعون علاقة ارتباطية معنوية قائمة بين المستوى الرقمي لعينة الدراسة وفقاً لتطبيقات الثورة الرقمية محل الدراسة (الهاتف المحمول، الهاتف الثابت، التلفاز، الحاسوب، الإنترنت) وبين الآثار الاجتماعية والاقتصادية المدروسة. كما توصلت الدراسة الى معنوية تسعة عشر نموذجاً انحدارياً تحتوي على ثمانية وثلاثون خطوة ضمن نماذج الانحدار المدروسة، واحتل المرتبة الأولى إسهام المستوى الرقمي الإجمالي لعينة الدراسة في درجة التباين الكلي لدرجة الانفتاح الثقافي للمبجوثين ويأتي في المرتبة الثانية إسهام المستوى الرقمي لعينة الدراسة وفقاً لتطبيق التلفاز في شرح التباين الكلي لدرجة الانفتاح الجغرافي للمبجوثين، ويأتي في المرتبتين الثالثة والرابعة إسهام المستوى الرقمي الإجمالي لعينة الدراسة في شرح التباين الكلي لكل من رأي المبجوثين في شفافية العملية الانتخابية ودرجة الانفتاح الجغرافي للمبجوثين وفي المرتبة الخامسة يأتي إسهام المستوى الرقمي لعينة الدراسة وفقاً لتطبيق الحاسوب في شرح التباين الكلي في درجة التطلعات الخاصة بالوطن.

واستهدفت دراسة (أحمد، ٢٠١٧) تحديد أثر مواقع التواصل الاجتماعي على التعبير القيمي لدى الشباب الريفي

الإيمان بالله وملائكته وكتبه ورسله والقضاء والقدر خيره وشره.

والنسق القيمي يقصد به مجموعة القيم المترابطة، التي تنظم سلوك الفرد وتصرفاته، ويتم غالباً دون وعي الفرد، وبتعبير آخر هو عبارة عن الترتيب الهرمي لمجموعة القيم التي يتبناها الفرد، أو أفراد المجتمع، ويحكم سلوكه أو سلوكهم، دون الوعي بذلك (خليفة، ١٩٧٨، ص ٣٧٢)، ويتبنى الفرد نسقه القيمي بناءً على استعداداته وتفاعله مع الآخرين، وما يلقاه من تشجيع و تدعيم أو كف أو إحباط حيال هذه القيم (دوركايم، ١٩٥٠، ص ٤٣).

ومن الإطارات النظرية المفسرة للنسق القيمي: تصور «روكيش» لارتقاء القيم حيث تنتظم القيم التي يتبناها الفرد كما يقول "روكيش" في إطار عام هو نسق المعتقدات الكلي الذي يتصف بالتفاعل والارتباط بين عناصره وبتزايد عدد القيم التي يتبناها الفرد مع تزايد عمره، فبعد أن يتعلم أو يكتسب الفرد قيمة معينة يحدث لها نوعاً من التكامل في تنظيم نسق القيم التي تحتل فيه كل قيمة موضعاً معيناً بالمقارنة بالقيم الأخرى، وارتقاء نسق القيم هو محصلة العديد من التغيرات كالارتقاء الفكري والمستوى الثقافي والإطار الحضاري والتمثيل السياسي والتربية الدين. (Rokeach, 1973, P 130).

وقد بينت دراسة (العنبي، ٢٠٠٨) أن نسبة انتشار استخدام "الفايس بوك" بين طلاب الجامعات السعودية وطالباتها بلغت ٧٧٪، وأن "الفايس بوك" حقق ما لم تحققه الوسائل الإعلامية الأخرى، وأن استخدام الفايس بوك كان له تأثيره على الشخصية أكثر من الوسائل الإعلامية، وأوضحت دراسة (Mesheh, 2010) فيما يتعلق بأثر استخدام شبكات التواصل الاجتماعي على الشباب في بريطانيا أن أكثر من نصف الأشخاص الذين يستخدمون مواقع من بينها (الفايس بوك وبيبو ويوتيوب) افادوا بأنهم يقضون وقتاً أطول على شبكة

٣. تحديد العلاقة الإقترانية بين محاور النسق القيمي لدى المبحوثين وبين مستوى إستخدامهم لوسائل التواصل الإجتماعي محل الدراسة.

الطريقة البحثية

منهجية الدراسة:

اعتمدت الدراسة على عدة مناهج بحثية حيث استخدم المنهج الوصفي ومنهج المسح الاجتماعي بالعينة، كما اتبعت الدراسة المنهج الكمي لاستخلاص النتائج والمؤشرات من المعلومات والحقائق والدراسات السابقة التي أمكن الحصول عليها لتكميم الظاهرة موضع الدراسة.

المجال الجغرافي والبشري للدراسة

تم اختيار كلية الزراعة جامعة عين شمس لتمثل الإطار الجغرافي للبحث، أعقب ذلك اختيار الطلاب المقيدون بالفرقة الرابعة للعام الدراسي ٢٠٢٠-٢٠٢١ لتمثل شاملة والبالغ عددهم ١١٠٠ طالب (كلية الزراعة جامعة عين شمس، ٢٠١٩)، أعقب ذلك سحب عينة عمدية قدرها ١١٠ مبحوث من الطلاب الريفيين تمثل نحو ١٠٪ من إجمالي الشاملة (يتم إنهاء المقابلة عند معرفة أن الطالب حضري الإقامة).

المجال الزمني للدراسة

تم تجميع البيانات الميدانية عن طريق المقابلة الشخصية للمبحوثين خلال الفترة من ٢٠ فبراير إلى ١٠ مارس ٢٠٢٠ وذلك باستخدام استمارة الاستبيان المعدة والمختبرة مسبقاً لتحقيق أهداف البحث.

المفاهيم الاجرائية وطرق القياس

١. مستوى إستخدام المبحوثين لوسائل التواصل الإجتماعي: ويقصد به عدد الساعات التي يقضيها المبحوث مستخدماً وسائل التواصل الإجتماعي المدروسة كل على حدة، حيث تم تقسيم إستجابات المبحوثين وفقاً للمدى الفعلي إلى ثلاث فئات متدرجة. ومن ثم أعطيت الأوزان ١ و ٢ و ٣

وتم اختيار محافظة سوهاج مجالاً جغرافياً للدراسة وأظهرت النتائج أن عدد الشباب الريفي المستخدم لمواقع التواصل الاجتماعي أكثر عدداً من الشباب الريفي غير المستخدم لتلك المواقع وأن موقع الفيس بوك هو أكثر المواقع الاجتماعية التي يستخدمها الشباب الريفي ووضحت النتائج أيضاً ان هناك فروق معنوية بين متوسطى درجات التغير القيمي لدى الشباب الريفي المستخدم لمواقع التواصل الاجتماعي وبين الشباب الريفي غير المستخدم لمواقع التواصل الاجتماعي كما ان القيم التي تصدرت النسق القيمي لدى الشباب الريفي كانت هي القيم الاقتصادية في حين كانت القيم الدينية هي القيم التي تصدرت النسق القيمي لدى الشباب الريفي غير المستخدم لمواقع التواصل الاجتماعي.

وتوصلت دراسة (نزهة، ٢٠١٧) إلى عدة نتائج أبرزها أن الشباب الجزائري يستخدم مواقع التواصل الاجتماعي دائماً، وانعكس هذا الاستخدام إيجاباً على قيم المواطنة بالمشاركة في تشكيل الدولة الحديثة، والإحساس بالهوية، وسلباً بتكريس المواطنة السلبية والمواطنة المادية. وبينت دراسة (حسن، ٢٠١٩) أن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي أحدث فجوة بين الشباب وأسرهم، ولها تأثيراً سلبياً على أهم ما يميز العلاقات الأسرية؛ وهو الترابط الأسري، وكذلك الإهمال في تأدية الشعائر الدينية والتشكيك في المعلومات الدينية التي يحصل عليها الشباب، وهذا أدى إلى خلق بيئة خصبة لنشأة الجماعات الدينية المتطرفة مقابل الانحلال القيمي والديني في المجتمع.

الأهداف البحثية

١. التعرف على مستوى إستخدام المبحوثين لوسائل التواصل الاجتماعي محل الدراسة.
٢. الوقوف على طبيعة النسق القيمي لدى المبحوثين من الشباب الجامعي الريفي (قيم الثقة في الأفراد - قيم الثقة في المؤسسات - النسق القيمي الخاص بالمجتمع - النسق القيمي الشخصي).

٥. النسق القيمي الشخصي للمبحوثين: ويقصد به الدرجة التي يحصل عليها المبحوث نتيجة لرأيه في مدى التشابه بينه وبين شخص ما يحمل بعض الخصائص المعبرة عن بعض القيم الشخصية (عدد ١٠ مفردات).

فروض الدراسة: لتحقيق هدف الدراسة الثالث تم صياغة فرض نظري وهو:

الفرض النظري: يختلف النسق القيمي الشخصي للمبحوثين وفقاً لدرجة إستخدامهم لوسائل التواصل الإجتماعي محل الدراسة. وبناء على هذا الفرض تم صياغة ٦٠ فرضاً أحصائياً، تتفق جميعها في مقولة مؤداها لا توجد علاقة بين النسق القيمي الشخصي للمبحوثين (١٠ مفردات) وبين مدى إستخدامهم لوسائل التواصل الإجتماعي محل الدراسة (٦ مفردات) كما هو مبين بالجدول (١).

أدوات التحليل الإحصائي

استخدمت مقاييس النزعة المركزية ومقاييس التشتت في معالجة البيانات، حيث استعانت بالجدول التكرارية، والنسبة المئوية، والمتوسط الحسابي، والانحراف المعياري، والوزن النسبي بالإضافة إلى إختبار مربع كا (χ^2) لتحليل النتائج.

للصفات المنخفضة والمتوسطة والمرتفعة على الترتيب ثم تم حساب الوزن النسبي لمستوى إستخدام كل وسيلة من وسائل التواصل المدروسة وفقاً للمعادلة التالية:

$$\text{الوزن النسبي (\%)} = \frac{\text{مجموع (تكرار} \times \text{الوزن المقابل الفئة)}}{\text{إجمالي العينة} \times \text{أكبر وزن لها}} \times 100$$

٢. درجة ثقة المبحوثين في الأفراد: ويقصد به الدرجة التي يحصل عليها المبحوث نتيجة لرأيه حول ثقته في بعض الأشخاص، ما إذا كانت ثقة تامة أو لحد ما أو لا توجد ثقة (عدد ٧ مفردات).

٣. درجة ثقة المبحوثين في المنظمات: ويقصد به الدرجة التي يحصل عليها المبحوث نتيجة لرأيه حول ثقته أو لحد ما أو عدم ثقته في عدد من المنظمات الاجتماعية المحلية والدولية (عدد ٢٠ مؤسسة).

٤. درجة تطلعات المبحوثين بخصوص الوطن: ويقصد بها الترتيب الذي يضعه المبحوث لبعض الأهداف التي يرى أنه ينبغي على الدولة تحقيقها في المستقبل القريب (عدد ٨ مفردات).

جدول ١. مصفوفة الفروض الإحصائية الخاصة بالفرض النظري

القيم	وسائل التواصل الإجتماعي					
	فيسبوك	تويتر	انستجرام	واتساب	سناب	ماسنجر
القيم النظرية	١	٢	٣	٤	٥	٦
يهتم بالعلم والمعرفة والأفكار الجديدة والإبداع والإختراعات	١	٢	٣	٤	٥	٦
القيم الاقتصادية	٧	٨	٩	١٠	١١	١٢
يهتم بالإنتاج والإستثمار وحب الثروة إمتلاك الأموال	٧	٨	٩	١٠	١١	١٢
القيم الاجتماعية	١٣	١٤	١٥	١٦	١٧	١٨
يخصص وقت لإسعاد نفسه والإهتمام بها	١٣	١٤	١٥	١٦	١٧	١٨
يهتم بالمجتمع الذي يعيش فيه ويعمل أشياء لصالح المجتمع	١٩	٢٠	٢١	٢٢	٢٣	٢٤
يحب الناس ويميل إلى مساعدتهم	١٩	٢٠	٢١	٢٢	٢٣	٢٤
يحب الحياة الاجتماعية	٣١	٣٢	٣٣	٣٤	٣٥	٣٦
القيم السياسية	٣٧	٣٨	٣٩	٤٠	٤١	٤٢
يهتم بالحصول على القوة والسيطرة والعمل السياسي	٣٧	٣٨	٣٩	٤٠	٤١	٤٢
القيم الجمالية	٤٣	٤٤	٤٥	٤٦	٤٧	٤٨
يحافظ على نظافة البيئة من التلوث	٤٣	٤٤	٤٥	٤٦	٤٧	٤٨
القيم الدينية	٤٩	٥٠	٥١	٥٢	٥٣	٥٤
يفضل العيش في بيئة آمنة بعيدة عن المخاطر	٤٩	٥٠	٥١	٥٢	٥٣	٥٤
يحافظ على العادات والتعاليم الدينية	٥٥	٥٦	٥٧	٥٨	٥٩	٦٠

النتائج ومناقشتها

١- مستوى استخدام المبحوثين لوسائل التواصل الاجتماعي محل الدراسة

أوضحت النتائج الواردة في جدول (٢) فيما يتعلق بمستوى استخدام المبحوثين لوسائل التواصل الاجتماعي أن الواتساب يحتل الترتيب الأول حيث بلغ الوزن النسبي له (٥٦.٩٧٪)، يليه في الترتيب الثاني الفيسبوك بوزن نسبي قدره (٥١.٨٢٪) من إجمالي عينة الدراسة، بينما جاء الماسنجر في الترتيب الثالث بوزن نسبي قدره (٥٠.٩١٪)، في حين أن الانستجرام وسناب شات وتويتر في الترتيب الرابع والخامس والسادس بوزن نسبي (٣٨.١٨٪)، (٣٥.٤٥٪)، (٣٥.٤٥٪) على التوالي.

٢- الوقوف على طبيعة النسق القيمي لدى المبحوثين من الشباب الجامعي الريفي
١-٢- قيم الثقة في الأفراد

بينت النتائج الواردة بالجدول (٣) فيما يتعلق بالتوزيع العددي والنسبي لثقة المبحوثين في الأفراد أن الثقة في أفراد العائلة جاءت في الترتيب الأول بوزن النسبي قدره (٩٦.٦٧٪)، وفي الترتيب الثاني الثقة في أشخاص تعرفهم على المستوى الشخصي بوزن نسبي قدره (٧٧.٨٨٪)، وفي الترتيب الثالث الثقة في أشخاص من ديانات أخرى بوزن نسبي قدره (٦٨.٤٨٪)، وفي الترتيب الرابع الثقة في الجيران بوزن نسبي قدره (٦٤.٢٤٪)،

جدول ٢. التوزيع العددي والنسبي لمستوى استخدام المبحوثين لوسائل التواصل الاجتماعي محل الدراسة

الترتيب	الوزن النسبي (%)	الفئة المرتفعة		الفئة المتوسطة		الفئة المنخفضة		الانحراف المعياري	المتوسط	المدى الفعلي		مستوى الاستخدام	وسائل التواصل
		%	عدد	%	عدد	%	عدد			الحد الأدنى	الحد الأعلى		
١	٥٦.٩٧	٢٨.١	٣١	١٤.٥	١٦	٥٧.٢	٦٣	٥.٩١	٦.٤٤	١٦	٠		واتساب
٢	٥١.٨	٢٠.٠	٢٢	١٥.٤	١٧	٦٤.٥	٧١	٥.٢٩	٥.٩٦	١٦	٠		فيسبوك
٣	٥٠.٩	٢٠.٩	٢٣	١٠.٩	١٢	٦٨.١	٧٥	٥.٨٧	٥.١٥	١٦	٠		ماسنجر
٤	٣٨.١	٦.٣٦	٧	١.٨٢	٢	٩١.٨	١٠١	٣.٨٥	٢.٢٤	١٧	٠		انستجرام
٥.٥	٣٥.٤	١.٨٢	٢	٢.٧٣	٣	٩٥.٤	١٠٥	٢.٤٦	٠.٧٧	١٦	٠		تويتر
٥.٥	٣٥.٤	١.٨٢	٢	٢.٧٣	٣	٩٥.٤	١٠٥	٢.٤٣	١.٠٤	١٦	٠		سناب شات

المصدر: نتائج الدراسة

جدول ٣. التوزيع العددي والنسبي لثقة المبحوثين في الأفراد

الأفراد	درجة الثقة		إلى حد ما		لا أتق		الترتيب
	عدد	%	عدد	%	عدد	%	
أفراد العائلة	٠	٠.٠٠٠	١١	١٠.٠٠٠	٩٩	٩٠.٠٠٠	١
أشخاص من ديانات أخرى	١٣	١١.٨٢	٧٨	٧٠.٩١	١٩	١٧.٢٧	٣
أشخاص تعرفهم على المستوى الشخصي	٧	٦.٣٦	٥٩	٥٣.٦٤	٤٤	٤٠.٠٠٠	٢
أشخاص تقابلهم لأول مرة	٨٥	٧٧.٢٧	٢٢	٢٠.٠٠٠	٣	٢.٧٣	٧
الجيران	٢١	١٩.٠٩	٧٦	٦٩.٠٩	١٣	١١.٨٢	٤
صفحات على الفيس بوك	٦٥	٥٩.٠٩	٤٣	٣٩.٠٩	٢	١.٨٢	٥
حسابات الأشخاص على تويتر	٧١	٦٤.٥٥	٣٥	٣١.٨٢	٤	٣.٦٤	٦

المصدر: نتائج الدراسة

(٧٣.٩٤٪)، بينما جاءت المنظمات الخيرية في الترتيب الثالث بوزن نسبي قدره (٧١.٢١٪)، في حين أن الجامعات والمنظمات النسائية والمنظمات البيئية والمحاكم والقوات المسلحة ومنظمات المجتمع المدني والشرطة في الترتيب الرابع والخامس والسادس والسابع والثامن والتاسع والعاشر بوزن نسبي (٦٩.٣٩٪)، (٦٧.٢٧٪)، (٦٥.١٥٪)، (٦٤.٨٥٪)، (٦٣.٩٤٪)، (٦١.٢١٪)، (٥٩.٧٠٪) على التوالي، بينما جاءت المؤسسات الأخرى مثل اتحادات العمال، الكنائس، جامعة الدول العربية، الحكومة، مجلس الشعب والشورى، الأمم المتحدة، الصحافة، التلفزيون، الأحزاب السياسية، البرلمان في المراتب العشر الأخيرة.

في حين أن الثقة في صفحات على الفيس بوك، الثقة في حسابات الأشخاص على تويتر، الثقة في أشخاص من ديانات أخرى في الترتيب الخامس والسادس والسابع بوزن نسبي (٤٧.٥٨٪)، (٤٦.٣٦٪)، (٤١.٨٢٪) على التوالي.

وفيما يتعلق بالتوزيع العددي والنسبي لمستوى ثقة المبحوثين في الأفراد توضح نتائج جدول (٤) أن غالبية المبحوثين (٧٥.٤٥٪) يقعوا في الفئة المتوسطة، (١٩.١٠٪) منهم في الفئة المنخفضة، بينما (٥.٤٥٪) في الفئة المرتفعة.

٢-٢-٢- قيم الثقة في المؤسسات

أوضحت النتائج الواردة بجدول (٥) فيما يتعلق بالتوزيع العددي والنسبي لثقة المبحوثين في المؤسسات أن الأزهر الشريف يحتل الترتيب الأول حيث بلغ الوزن النسبي له (٧٦.٦٧٪)، يليه في الترتيب الثاني البنوك بوزن نسبي قدره

جدول ٤. التوزيع العددي والنسبي لمستوى ثقة المبحوثين في الأفراد

المدى النظري		المتوسط	الانحراف المعياري	الفئة المنخفضة (٧ - ١١)		الفئة المتوسطة (١٢ - ١٦)		الفئة المرتفعة (١٧ - ٢١)	
الحد الأدنى	الحد الأعلى			عدد	%	عدد	%	عدد	%
٧	٢١	١٣.٢٩	١.٩٧	٢١	١٩.١٠	٨٣	٧٥.٤٥	٦	٥.٤٥

المصدر: نتائج الدراسة

جدول ٥. التوزيع العددي والنسبي لثقة المبحوثين في المؤسسات

الترتيب	الوزن النسبي (%)	ثقة كبيرة		إلى حد ما		لا أتق		درجة الثقة	المؤسسات
		%	عدد	%	عدد	%	عدد		
١	٧٦.٦٧	٤٣.٦٤	٤٨	٤٢.٧٣	٤٧	١٣.٦٤	١٥	الأزهر الشريف	
١٢	٥٨.٤٨	١٤.٥٥	١٦	٤٣.٦٤	٤٨	٤٤.٥٥	٤٩	الكنائس	
٨	٦٣.٩٤	٢١.٨٢	٢٤	٤٨.١٨	٥٣	٣٠.٠٠	٣٣	القوات المسلحة	
١٧	٥١.٥٢	٢.٧٣	٣	٤٩.٠٩	٥٤	٤٨.١٨	٥٣	الصحافة	
١٨	٥١.٢١	١.٨٢	٢	٥٠.٠٠	٥٥	٤٨.١٨	٥٣	التلفزيون	
١١	٥٩.٣٩	١٠.٠٠	١١	٥٨.١٨	٦٤	٣١.٨٢	٣٥	اتحادات العمال	
١٠	٥٩.٧٠	١٥.٤٥	١٧	٤٨.١٨	٥٣	٣٦.٣٦	٤٠	الشرطة	
٧	٦٤.٨٥	٢٠.٩١	٢٣	٥٢.٧٣	٥٨	٢٦.٣٦	٢٩	المحاكم	
١٩	٤٥.٧٦	٥.٤٥	٦	٢٦.٣٦	٢٩	٦٨.١٨	٧٥	أحزاب سياسية	
٢٠	٤٧.٨٨	٣.٦٤	٤	٣٦.٣٦	٤٠	٦٠.٠٠	٦٦	البرلمان	
٩	٦١.٢١	١٠.٠٠	١١	٦٣.٦٤	٧٠	٢٦.٣٦	٢٩	منظمات المجتمع المدني	
٤	٦٩.٣٩	٢٥.٤٥	٢٨	٥٧.٢٧	٦٣	١٧.٢٧	١٩	الجامعات	
٢	٧٣.٩٤	٣٣.٦٤	٣٧	٥٤.٥٥	٦٠	١١.٨٢	١٣	البنوك	
٦	٦٥.١٥	١٧.٢٧	١٩	٦٠.٩١	٦٧	٢١.٨٢	٢٤	المنظمات البيئية	
٥	٦٧.٢٧	٢٠.٠٠	٢٢	٦١.٨٢	٦٨	١٨.١٨	٢٠	المنظمات النسائية	
٣	٧١.٢١	٢٥.٤٥	٢٨	٦٢.٧٣	٦٩	١١.٨٢	١٣	المنظمات الخيرية	
١٥	٥٤.٥٥	٤.٥٥	٥	٥٤.٥٥	٦٠	٤٠.٩١	٤٥	مجلس الشعب والشورى	
١٤	٥٦.٦٧	١٣.٦٤	١٥	٤٢.٧٣	٤٧	٤٣.٦٤	٤٨	الحكومة	
١٣	٥٧.٨٨	٦.٣٦	٧	٦٠.٩١	٦٧	٣٢.٧٣	٣٦	جامعة الدول العربية	
١٦	٥٣.٩٤	٤.٥٥	٥	٥٢.٧٣	٥٨	٤٢.٧٣	٤٧	الأمم المتحدة	

المصدر: نتائج الدراسة

لنسقه القيمي الخاص بالمجتمع، حيث أعطي الترتيب القيم من ١ إلى ٨، أعقب ذلك الجمع الجبري للقيم الخاصة لكل هدف وبالقسمة على عدد المبحوثين نتج متوسط ترتيب الهدف لدى المبحوثين.

وتشير النتائج الواردة بالجدول (٧) إلى إعتلاء القيم الإقتصادية لقمة هرم النسق القيمي للشباب الجامعي الخاص بالمجتمع، حيث جاء في الترتيب الأول والثاني كل من تحقيق مستوى عال من النمو الاقتصادي وتحقيق الإستقرار الإقتصادي، أعقب ذلك الرغبة في تطوير منظمات الدفاع الخاص بالدولة،

وفيما يخص بالتوزيع العددي والنسبي لمستوى ثقة المبحوثين في المؤسسات توضح نتائج جدول (٦) أن أكثر من نصف العينة حوالي (٦٤.٥٥%) يقعوا في الفئة المتوسطة، وحوالي (٣٠%) منهم في الفئة المنخفضة، بينما (٥.٤٥%) في الفئة المرتفعة.

٢-٣- بعض القيم الخاصة بالمجتمع

أ- القيم الخاصة بالمجتمع

لتحديد ترتيب النسق القيمي الخاص بالمجتمع لدى الطلاب المبحوثين، طلب منهم ترتيب ٩ أهداف يأمل أن يتم تحقيقها بالدولة المصرية في المستقبل القريب وذلك كمؤشر

جدول ٦. التوزيع العددي والنسبي لمستوى ثقة المبحوثين في المؤسسات

الفئة المرتفعة		الفئة المتوسطة		الفئة المنخفضة		المتوسط	الانحراف المعياري	المدى النظري	
%	عدد	%	عدد	%	عدد			الحد الأدنى	الحد الأعلى
٥.٤٥	٦	٦٤.٥٥	٧١	٣٠	٣٣	٣٦.٢٩	٧.٢٧	٦٠	٢٠

المصدر: نتائج الدراسة

جدول ٧. ترتيب النسق القيمي الخاص بالمجتمع لدى الطلاب المبحوثين

الترتيب	متوسط رتبة الهدف	مجموع رتبة الهدف	النسق القيمي الخاص بالمجتمع
١	٤.٥٨	٥٠٤	مستوى عالي من النمو الاقتصادي
٢	٤.٦٤	٥١٠	اقتصاد مستقر
٣	٤.٦٨	٥١٥	البلد يكون فيها قوات دفاع قوية
٤	٤.٧٥	٥٢٢	تطوير المدن والريف والقضاء على العشوائيات
٥	٤.٨٥	٥٣٣	مكافحة الغلاء وزيادة الأسعار
٦	٤.٩٨	٥٤٨	القضاء على الجريمة ومكافحتها
٧	٥.١٥	٥٦٧	الناس يصبح لديهم رأي فيما يحدث
٨	٥.٤٥	٦٠٠	أن تكون مصلحة البلد قبل المصلحة الشخصية

المصدر: نتائج الدراسة

الخامسة بوزن نسبي قدره ٨٦.٧٪، أما القيم السياسية فجاءت في المرتبة قبل الأخيرة بوزن نسبي قدره ٧٤.٢٤٪.

٣- العلاقة الإقترانية بين النسق القيمي لدى المبحوثين وبين مستوى إستخدامهم لوسائل التواصل الإجتماعي محل الدراسة

تشير نتائج التحليل الإحصائي الواردة بالجدول (٩) إلى ثبوت معنوية العلاقة بين القيم النظرية ومدى إستخدام الواتساب، وكذلك العلاقة بين القيم الاقتصادية ومدى إستخدام الإنستجرام والواتساب والمانجر، والعلاقة بين قيمة يجب أن يعترف الآخرين بنجاحه ويشيدون به كقيمة إجتماعية ومدى إستخدام الواتساب والمانجر، والعلاقة بين قيمة حب حياة الإثارة والمغامرة كقيمة إجتماعية ومدى إستخدام الواتساب،

وفي المرتب السالفة جاء تطوير المدن والريف والقضاء على العشوائيات وجميع هذه القيم تتفق مع توجهات الدولة في الوقت الراهن، ويتضمن الجدول بيان بباقي ترتيب النسق القيمي الخاص بالمجتمع.

٢-٤- النسق القيمي الشخصي

لتحديد النسق القيمي لدى الطلاب المبحوثين، طُلب منهم تحديد مدى التشابه بينهم وبين الشخص الذي تتوافر فيه عدد من الصفات أو القيم (١٠ مفردات). وتشير البيانات الواردة بالجدول (٨) إلى إعتلاء القيم النظرية لقمة هرم النسق القيمي لدى عينة الدراسة بوزن نسبي قدره ٩١.٢٪، يليها القيم الإجتماعية بوزن نسبي قدره ٨٩.٧٪، أما في المرتبة الثالثة والرابعة فجاءت القيم الجمالية بوزن نسبي قدره ٨٩.١٪ و٨٨.٢٪ على الترتيب، وجاءت القيم الدينية في المرتبة

جدول ٨. ترتيب النسق القيمي الشخصي لدى الطلاب المبحوثين

الترتيب	الوزن النسبي (%)	درجة تواجد القيمة في المبحوث			وصف الشخص	أنوع القيم			
		أوافق	إلى حد ما	لا أوافق					
		عدد %	عدد %	عدد %					
١	٩١.٢١	٧٧.٢٧	٨٥	١٩.٠٩	٢١	٣.٦٤	٤	يهتم بالعلم والمعرفة والأفكار الجديدة والإبداعات	القيم النظرية
١٠	٦١.٥٢	٢٠.٠٠	٢٢	٤٤.٥٥	٤٩	٣٥.٤٥	٣٩	يهتم بالإنتاج والاستثمار وحب الثروة إمتلاك الأموال	القيم الإقتصادية
٢	٨٩.٧٠	٧٣.٦٤	٨١	٢١.٨٢	٢٤	٤.٥٥	٥	يخصص وقت لإسعاد نفسه والإهتمام بها	القيم الإجتماعية
٧	٧٩.٣٩	٤٦.٣٦	٥١	٤٥.٤٥	٥٠	٨.١٨	٩	يهتم بالمجتمع الذي يعيش فيه ويعمل أشياء لصالح هذا المجتمع	
٩	٦٧.٨٨	٣٠.٩١	٣٤	٤١.٨٢	٤٦	٢٧.٢٧	٣٠	يحب الناس ويميل إلى مساعدتهم	
٦	٨٤.٥٥	٦٢.٧٣	٦٩	٢٨.١٨	٣١	٩.٠٩	١٠	يحب الحياة الإجتماعية	
٨	٧٤.٢٤	٤٤.٥٥	٤٩	٣٣.٦٤	٣٧	٢١.٨٢	٢٤	يهتم بالحصول على القوة والسيطرة والعمل السياسي	القيم السياسية
٣	٨٩.٠٩	٧١.٨٢	٧٩	٢٣.٦٤	٢٦	٤.٥٥	٥	يحافظ على نظافة البيئة من التلوث	القيم الجمالية
٤	٨٨.١٨	٧١.٨٢	٧٩	٢٠.٩١	٢٣	٧.٢٧	٨	يفضل العيش في بيئة آمنة بعيدة عن المخاطر	
٥	٨٦.٦٧	٦٤.٥٥	٧١	٣٠.٩١	٣٤	٤.٥٥	٥	يحافظ على العادات والتعاليم الدينية	القيم الدينية

المصدر: نتائج الدراسة

جدول ٩. قيم مربع كا (χ^2) للعلاقة الإقترانية بين استخدام الطلاب لوسائل التواصل الإجتماعي وبين النسق القيمي لديهم

الترتيب	الوزن النسبي (%)	وسائل التواصل الإجتماعي				وصف الشخص	أنوع القيم
		واتساب	انستجرام	تويتر	فيسبوك		
		عدد %	عدد %	عدد %	عدد %		
٣.٦٨	١.٥٤	**١٢.٥٧	٢.٨٨	١.٥٤	٣.٤٩	يهتم بالعلم والمعرفة والأفكار الجديدة والإبداعات	القيم النظرية
**٢٧.٤٨	٤.٣٠	**١٥.٣٠	*١١.٠١	٤.٣٠	٦.٣٠	يهتم بالإنتاج والاستثمار وحب الثروة إمتلاك الأموال	القيم الإقتصادية
٦.٩٥	٤.٣٣	٨.٤٩	٣.٥٨	١.٠٧	٣.١٠	يخصص وقت لإسعاد نفسه والإهتمام بها	القيم الإجتماعية
٢.٠٢	٠.٨٢	٤.٩٩	٢.٣٠	٣.٠٣	٢.٣٢	يهتم بالمجتمع الذي يعيش فيه ويعمل أشياء لصالح هذا المجتمع	
**١٤.٢٦	٥.٨٧	**١٢.٤٦	٣.٣٥	٤.٦٢	٧.٢٧	يحب الناس ويميل إلى مساعدتهم	
٣.١٣	١.٥٤	*١٠.٧٧	٣.١٤	٣.١١	١.٤٢	يحب الحياة الإجتماعية	
٧.٩١	٢.٤٢	٦.٢٨	٠.٨١	٠.٨٨	٨.١١	يهتم بالحصول على القوة والسيطرة والعمل السياسي	القيم السياسية
٣.٥٥	١.٠٧	٥.٩٧	٣.٦٨	٧.١٦	٤.٧٩	يحافظ على نظافة البيئة من التلوث	القيم الجمالية
**١٦.١٢	٨.٨٧	*٩.٣٤	*١٠.١٠	**١٦.٩٩	٥.٦٧	يفضل العيش في بيئة آمنة بعيدة عن المخاطر	
٢.٤٢	٦.٩٣	٨.٤٩	*١١.٤٠	*٩.٩٠	٧.٣٦	يحافظ على العادات والتعاليم الدينية	القيم الدينية

المصدر: نتائج الدراسة * معنوي عند مستوى ٠.٠٥ ** معنوي عند مستوى ٠.٠١

- والعلاقة بين قيمة تفضيل العيش في بيئة آمنة بعيدة عن المخاطر كقيمة جمالية ومدى إستخدام توتير وواتساب ومانجر، وأيضاً العلاقة بين القيم الدينية ومدى إستخدام توتير، وهو ما يعني رفض الفروض الإحصائية المتعلقة بهذه المتغيرات وقبول الفروض البديلة لها والتي تنص علي انه يوجد علاقة معنوية النسق القيمي الشخصي للمبوحثين وبين مدى إستخدامهم لوسائل التواصل الإجتماعي محل الدراسة. وبناء عليه فإن الدراسة الحالية ترفض الفروض الصفرية أرقام ٤، ١٠، و١٨، و١٢، و٢٨، و٣٠، و٣٤، و٥٠، و٥١، و٥٢، و٥٤، و٥٦، و٥٧ وتقبل الفروض البديلة لها، في حين لم تتمكن الدراسة من رفض باقي الفروض الصفرية للفرض النظري.
- التوعية من خلال الندوات والمواقف اجتماعية إيجابية تلامس الواقع في مختلف المجالات وتعزز القيم.
- توجيه وسائل الإعلام المختلفة نحو تنمية الوعي لدى أفراد المجتمع بالقيم بصورة تكفل استمرار الدعم القيمي بشكل أفضل.
- رفع مقاطع توعوية تقدم النصح والتوجيه بأهمية القيم وأهمية العمل بها ليتم نشرها ومشاركتها عبر وسائل التواصل الإجتماعي
- وضع برامج إعلامية توعويه للشباب لترشيد استخدام وسائل التواصل الإجتماعي، وإصدار نشرة إعلامية إرشادية جامعية، توزع داخل الجامعة لنشر الوعي لدى الشباب بضرورة الاستفادة من الانترنت بشكل إيجابي.
- نشر الوعي لدى فئة الشباب حول دور وأثر مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية شخصياتهم وإرشادهم للاستخدام الأمثل لمواقع التواصل الاجتماعي.

الخلاصة والتوصيات

بناءً على نتائج الدراسة يمكن استخلاص ان هناك درجة كبيرة من إستخدام الشباب الجامعي بصفة عامة والريفي على وجه الخصوص لوسائل التواصل الإجتماعي بمختلف تطبيقاتها، كما تخلص الدراسة إلى إنتشار إستخدام كل من تطبيق الواتساب وتطبيق الفيسبوك بين الشباب الريفي الجامعي، مما يدل على سهولة التواصل مع هؤلاء الطلاب من خلال هذين التطبيقين، كما خلصت الدراسة إلى وجود ٢١ علاقة إقترانية بين النسق القيمي لدى الشباب الريفي الجامعي وبين إستخدامهم لوسائل التواصل الإجتماعي محل الدراسة، وبناء على ذلك يمكن صياغة التوصيات التالية:

- توعية الشباب من قبل المسؤولين بأثر مواقع التواصل الاجتماعي على القيم.
- إجراء المزيد من الدراسات على تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على النسق القيمي لدى الطلبة الجامعيين.
- تعزيز دور الأهل في التوجيه والمتابعة لتعويد الأبناء في سن مبكرة كيفية التعامل الإيجابي مع مواقع التواصل الاجتماعي.

المراجع

- أبو العينين، علي خليل (١٩٨٨). القيم الاسلامية والتربية، مكتبة إبراهيم حليبي، المدينة المنورة، ص ٢٣.
- أبو زيد، طاهر (٢٠١٦). دور المواقع الاجتماعية التفاعلية في توجيه الرأي العام الفلسطيني وأثرها على المشاركة السياسية دراسة ميدانية، رسالة ماجستير، جامعة الأزهر، غزة، ص ٧٥.
- أحمد، فتيان ياسين علي (٢٠١٧). أثر مواقع التواصل الاجتماعي على التغير القيمي لدى الشباب الريفي بمحافظة سوهاج، رسالة دكتوراة، قسم المجتمع الريفي، كلية الزراعة، أسيوط، ص ٩٢.
- اسكندر، نجيب؛ مليكة، لويس كامل؛ منصور، رشدي (١٩٧٥). الدراسة العلمية للسلوك الاجتماعي، الطبعة الثالثة، دار النهضة العربية، القاهرة، ص ٤٩٨.
- الحاجي، محمد (٢٠٠٢). الانترنت إيجابياته وسلبياته، الطبعة الأولى، دار المكتبي للنشر والطباعة، دمشق، ص ٤٣.

- الزراعة، ياسر، وفارس العمارات، وجميل السمكي (٢٠١٨). إدارة ال'لام الأمني بين النظرية والتطبيق. الطبعة الأولى، دار الخليج، الأردن، ص ٣٠.
- الطيّار، فهد بن علي (٢٠١٤). شبكات التواصل الاجتماعي وأثرها على القيم لدى طالب الجامعة "تويتير نموذجاً". المجلة العربية للدراسات الأمنية والتدريب، ٣١ (٦١)، ص ١٩٦.
- العتيبي، جراح (٢٠٠٨). تأثير الفيس بوك على طلبة الجامعات السعودية، رسالة ماجستير. كلية الآداب، جامعة الملك سعود، الرياض.
- المليجي، حلمي (١٩٨٥). علم النفس المعاصر، الطبعة السابعة، الإسكندرية، مصر، ص. ١٣.
- حسن، أيمن عبدالمغني محمد (٢٠١٩). أثر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على النسق القيمي للشباب المصري (دراسة ميدانية على عينة من طلبة الجامعات المصرية)، رسالة دكتوراة، قسم العلوم الإنسانية البيئية، معهد الدراسات والبحوث البيئية، جامعة عين شمس، ص ٦.
- نزهة، حنون (٢٠١٧). استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وانعكاساتها على قيم المواطنة لدى الشباب الجزائري دراسة ميدانية على عينة من مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي، مجلة العلوم الإنسانية، ISSN 1112-9255، الثامن، الجزء (١)، ديسمبر ٢٠١٧، جامعة أم البواقي، الجزائر.
- خليفة، عبد اللطيف محمد (١٩٨٧). ارتقاء القيم (دراسة نفسية)، عالم المعرفة، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، الكويت، ص ٣٧٢.
- خليفة، عبد اللطيف محمد (١٩٩٢). ارتقاء القيم (دراسة نفسية)، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، الكويت، ص ٣٦.
- خليفة، عبد اللطيف (٢٠٠٤). التغيير في نسق القيم لدى الشباب الجامعي مظاهره وأسبابه، المؤتمر السنوي الثاني بجامعة الزرقاء الأهلية، ٢٧-٢٩ يوليو ٢٠٠٤، الأردن.
- دوركاييم، إميل (١٩٥٠). قواعد المنهج في علم الاجتماع، ترجمة قاسم محمود، دار المؤيد، ص ٤٣.
- دياب، هند مختار (٢٠١٥) الآثار الاجتماعية للثورة الرقمية في الريف المصري، رسالة دكتوراه غير منشورة، قسم المجتمع الريفي والإرشاد الزراعي، كلية الزراعة، جامعة عين شمس، مصر.
- راضي، زاهر (٢٠٠٣). استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في العالم العربي، مجلة التربية، عدد ١٥، جامعة عمان الأهلية، عمان، ص ٢٣.
- غيث، محمد عاطف (٢٠٠٠). علم الاجتماع، دار المعرفة الجامعية للطبع والنشر والتوزيع، القاهرة، ص ٢٥٩.
- فهيمي، نورهان منير حسن (١٩٩٩). القيم الدينية للشباب من منظور الخدمة الاجتماعية، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية، مصر.
- كلية الزراعة جامعة عين شمس (٢٠١٩). أعداد الطلاب في الفرقة الرابعة، بيانات غير منشورة، إدارة شؤون الطلاب، كلية الزراعة جامعة عين شمس، القاهرة
- Hofstad, G (1990). Measuring Organizational Cultures: A Qualitative and Qualitative Study Across Twenty Cases, Administrative Science Quarterly, p 286.
- Mechel,Vansoon,(2010). Facebook and the invasion of technological communities, N.Y, Newyork.
- Parsons, Talcott (1964). Social Structure and personality, The free press,New York, p 12.
- Rokeach, M (1973). The Nature of Human Values, the Free Press, New York, P 130.

ABSTRACT

The Impact of Social Media Applications on the Value Pattern of University Rural Youth

Hend M. Diab and Heba N. Mohamed

This research aims to: 1) measure the degree of use of some social media applications (Facebook - Twitter - Instagram - WhatsApp - Snapchat - Messenger) among university rural youth, 2) identify the nature of the value pattern of the respondents (values of confidence in individuals and in institutions, value pattern concerning the aspirations of the homeland, and the personal pattern of values), 3) determining the associative relationship between respondents' value pattern and their accessibility to and usage of the studied social media applications. Field data was collected from a sample of 110 respondents from rural students at the Faculty of Agriculture, Ain Shams University, representing 10% of the total of 1,100 student, during the period from Feb. to Mar. 2020. Frequencies, percentages, mean, range, standard deviation, relative weight, and Chi Square were used for data analysis and presentation. The results indicated that majority of respondents (56.97%) use WhatsApp, followed by Facebook (51.82%), and

Messenger (50.91%). With regard to the respondents' pattern of trust in individuals, trust in family members came first (with a relative weight of 96.67%), followed by trust in people they know on a personal level (77.88%). As for trust in organizations, Al-Azhar institution was in the first place (76.67%), followed by trust in banking institutions (73.94%). Regarding the overall degree of trust pattern, the results indicated that the majority of respondents (75.45% and 64.55%) fall in the middle category of confidence in both individuals and organizations, respectively. The results of the Chi Square show the significance of the associative relationship between theoretical values and the use of WhatsApp, as well as the relationship between economic values and the use of Instagram, WhatsApp and Messenger.

Key words: social media, values, rural youth, Ain Shams University.