



## دوافع الشباب الجامعي لاستخدام شبكات التواصل الاجتماعي وعلاقته بالنسق القيمي لديهم

فاطمة حسان عبد الجيد دوام

مدرس بقسم إدارة المنزل والمؤسسات - كلية الاقتصاد المنزلي - جامعة المنوفية

[TOTA\\_94@HOTMAIL.COM](mailto:TOTA_94@HOTMAIL.COM)

### الملخص:

هدف البحث إلي تقييم دوافع استخدام شبكات التواصل الاجتماعي وعلاقته بالنسق القيمي لدى شباب الجامعة، وذلك من خلال مجموعة من الأهداف الفرعية تضمنت تحديد مستويات دوافع استخدام شبكات التواصل الاجتماعي لدي الشباب عينة البحث بأبعاده و النسق القيمي للشباب عينة البحث بأبعاده ، تقييم دراسة العلاقة الارتباطية بين بعض متغيرات المستوي الاجتماعي الاقتصادي للشباب عينة البحث و دوافع استخدام شبكات التواصل الاجتماعي والنسق القيمي لهم، تفسير تأثير استخدام شبكات التواصل للشباب عينة البحث على النسق القيمي لديهم، توضيح الاختلافات بين الشباب عينة البحث في دوافع استخدام شبكات التواصل الاجتماعي والنسق القيمي تبعا لمحل الإقامة (ريف- حضر)، عمل الأمهات (عاملات - غير عاملات)، النوع (ذكر - انثي).

تضمنت أدوات البحث: استمارة البيانات العامة، استبيان دوافع استخدام شبكات التواصل الاجتماعي، استبيان النسق القيمي للشباب. تم تطبيق البحث على عينة مكونة من (٢٠٠) طالب وطالبة من المقيدين في جامعة المنوفية ، ومن مستويات اجتماعية واقتصادية مختلفة.

ومن أهم النتائج التي توصل اليها البحث: - توجد علاقة ارتباطية موجبة دالة احصائياً عند ٠.٠٠١ ، ٠.٠٥ ، بين إجمالي دوافع استخدام شبكات التواصل الاجتماعي وكل من عمر الطالب ، المستوى التعليمي للأب والأم ، فئات الدخل المالي للأسرة ، عدد أفراد الأسرة ، عمر الأم والأب ، كما توجد علاقة ارتباطية موجبة دالة احصائياً عند ٠.٠٠١ ، ٠.٠٥ ، بين إجمالي النسق القيمي وكل من عمر الطالب وعمر الأم ومستوى تعليم الأب والأم وفئات الدخل المالي للأسرة ، بينما لا توجد علاقة ارتباطية دالة احصائياً بين إجمالي النسق القيمي وكل من عدد سنوات الزواج وعدد أفراد الأسرة وعمر الأب وعدد ساعات استخدام شبكات التواصل الاجتماعي ، ويتضح وجود فروق دالة احصائياً عند ٠.٠٠١ بين الشباب من أبناء العاملات وغير العاملات في كل من دوافع استخدام شبكات التواصل الاجتماعي بأبعاده الأربعة والنسق القيمي بأبعاده الستة لصالح أبناء العاملات ، يتضح وجود تباين دال احصائياً عند ٠.٠٠١ بين

متوسطات درجات الشباب عينة الدراسة فى دوافع استخدام شبكات التواصل الاجتماعى بأبعاده الأربعة والنسق القيمى بأبعاده الستة تبعاً لمستوى تعليم الأب لصالح المستوى التعليمى المرتفع . التوصيات التي توصل لها البحث: تكثيف الندوات العلمية والبرامج التعليمية الهادفة التي تبين لطلاب الجامعة التأثير السلبي لشبكات التواصل الاجتماعى على القيم وعلى سلوك الشباب والمفاهيم والثقافة.

**الكلمات المفتاحية:** دوافع الاستخدام ، شبكات التواصل الاجتماعى، النسق القيمي، الشباب

### مقدمة ومشكلة البحث:

إذا كان إعداد الشباب له أهمية الخاصة فى الأوقات العادية فإن إعدادهم تتعاظم أهميته فى أوقات التغيير الاجتماعى والاقتصادى والسياسى والثقافى السريع حيث يتأثر شباب اليوم فى مصر بمجموعة من المتغيرات المحلية والعالمية والتي لها انعكاساتها الإيجابية والسلبية على شتى مناحى الحياة، ومن المتغيرات العالمية ما ظهر فى نهاية القرن الحالى من نظام عالمى جديد يهدف إلى إدماج سكان العالم فى مجتمع عالمى واحد أو ما يعرف بالعولمة، وهى تعبر عن عالم واحد تتلاشى فيه الحدود الجغرافية والسياسية والثقافية(محمد أحمد، ٢٠١٥).

لقد شكل ظهور الإنترنت حدثاً عالمياً، لفت انتباه العديد من الأشخاص من مختلف الأعمار والمستويات الاجتماعية والعلمية والثقافية، واصبح الإنترنت جزء لا يتجزأ من حياة المجتمعات العصرية، وأخذ يغزو كل مناحى الحياة مما أسهم فى تغيير أوجه الحياة المختلفة فى زمن قياسي، حيث شهدت شبكات الإنترنت تطوراً متلاحقاً خلال عدة سنوات، وأحدث طوفاناً معلوماتياً وسرعة فى نقل الأحداث التي تجرى حول العالم بأكمله، فأصبحت المسافة بين المعلومة والإنسان تقترب من المسافة التي تفصله عن جهاز الحاسوب شيئاً فشيئاً، وزمن الوصول إليها لا يتعدى عدة ثوان، فقط مجرد الضغط على زر واحد يتلقى الشخص العديد من المعلومات حول أى موضوع يبحث عنه (زهير عابد، ٢٠١٢).

وينتج عن العولمة ثلاثة أنواع هى العولمة الاقتصادية والسياسية والثقافية ولعل أكثرها تأثيراً على حرية الشباب وانتمائه العولمة الثقافية والتي تعنى سيادة كونية تكاد تكون واحدة فى جميع دول العالم وذلك بفعل انتشار الاتصال والتكنولوجيا الحديثة، وخاصة ثورة الاتصالات الحديثة والتي نتجت عن الاتصال المباشر بواسطة الأقمار الصناعية وأجهزة الاستقبال الحديثة وأيضاً ظهور شبكة المعلومات الدولية (الإنترنت) حيث تلعب العولمة الثقافية دوراً مهماً فى تشكيل البيئة الثقافية والشخصية الإنسانية بوجه عام كما تؤثر على الثقافة والإدراك واللغة والسلوك والقيم والانتماء والمدرجات الاجتماعية داخل كل مجتمع(عبد الرحمن الشامى، ٢٠٠٤).

ويزداد الأمر صعوبة عند تأمل ما يمكن أن يحدث من جراء العولمة الثقافية إذ أنها يمكن أن تقحم المجتمعات رغماً عنها وتعمل على تغيير أذواق الشباب وقيمهم وأنماط سلوكهم فى اتجاه الأذواق والقيم وأنماط السلوك النابعة من الغرب (سامي النجار، ٢٠٠٢).

وأظهرت النتائج أن ٥٧% من المستخدمين فى مصر يقضون وقتهم فى تصفح البريد الإلكتروني، مقابل ٢٢% فى تصفح الشبكات الاجتماعية، وأيضاً أظهرت النتائج أن معدل التواصل عبر الشبكات الاجتماعية فى مصر تصل إلى ٥٢% بينما يصل التواصل لكافة المواقع

بمختلف أنواعها إلى ٤٠% ويصل معدل عدد الساعات إلى ١٧ ساعة في الأسبوع (نصيف يونس، ٢٠١١).

حيث أكدت دراسة ناي واربنج (٢٠٠٠) Nie and Erbing حول الانترنت، أن استخدام الفرد لشبكات التواصل كلما ارتفع من خلال زيادة متوسط عدد ساعات الاستخدام يؤدي إلى ضعف التواصل والعلاقات الاجتماعية المباشرة بمن حولهم من الأقارب والأصدقاء. وكان الشباب هم أكثر فئات المجتمع استخداماً للإنترنت عامة وشبكات التواصل الاجتماعي خاصة كوسيط اتصالي من هذا المجتمع الافتراضي الذي أصبح بالنسبة لهم حياة واقعية لا يستطيعون الاستغناء عنها وأظهرت كثير من الدراسات أن موقع فيس بوك أصبح جزء لا يتجزأ في مواقف الحياة اليومية كأمر روتيني للأفراد والموقع لديه أيضاً قوة كامنة لإنشاء رأس مال اجتماعي ويمكن للمستخدمين التفاعل مع بعضهم البعض وبناء الثقة وتوسيع إمكانياتهم الاتصالية خارج حدودهم الجغرافية (منى الحديدى، ٢٠٠١).

ووفقاً لإحصائيات الجهاز المركزي للتعبئة والإحصاء (٢٠١٦) بلغت نسبة مستخدمي شبكة الانترنت من الشباب في الفئة العمرية (١٨-٢٩ سنة) ٦١.٩% ويعد (فيس بوك، تويتر) من أهم وسائل التواصل بين الشباب عبر الانترنت وبلغت نسبة مستخدميه ٧٦.٨% لنفس الفئة العمرية.

ويتركز معظم مستخدمي الانترنت في الفئة العمرية (١٦ إلى أقل من ٢٥ سنة) بنسبة (٣٨%)، تليها الشريحة العمرية (أقل من ١٦ سنة) بنسبة (٢٩.٦%) ثم الفئة العمرية (٢٥ إلى أقل من ٥٥ سنة) بنسبة (٢٨.٢%). ويعد الذكور هم الأكثر استخداماً للإنترنت في مصر، حيث بلغت نسبة الذكور من إجمالي مستخدمي الانترنت نحو (٥٨.٥%) بينما بلغت نسبة الإناث (٤١.٥%) (مركز المعلومات ودعم اتخاذ القرار، ٢٠١٠).

لقد سيطرت مواقع التواصل الاجتماعي على الشباب، فشغلت أوقاتهم وأفكارهم، ولقد اختلفت الدوافع والأسباب من وراء استخدام الشباب لها، فبعض الشباب يستخدمها لتحقيق أغراض نفسية اجتماعية، وهناك من يستخدمها لدوافع أكاديمية، وهناك من يستخدمها لدوافع سياسية، وهناك من يستخدمها لتحقيق منافع اقتصادية، وكان لهذا أثره الكبير الإيجابي والسلبي على قيم هؤلاء الشباب وعلى العلاقات الاجتماعية داخل المجتمع الواحد (أمجد جمعة، ٢٠١٣).

وتعد مواقع التواصل الاجتماعي عبر الإنترنت من أحدث منتجات تكنولوجيا الاتصالات وأكثرها شعبية، ورغم أن هذه المواقع أنشئت في الأساس للتواصل الاجتماعي بين الأفراد، فقد امتدت دوافع استخدامها لتشمل الدوافع السياسية والأكاديمية والرياضية والاقتصادية (حسني عوض، ٢٠١١).

حيث توصلت علا الخواجه (٢٠٠٥) ان حوالي (٣٦%) من الشباب الاناث يستخدمون الانترنت في البحث عن معلومة خاصة بالدراسة يليها بنسبة (٢٩%) من الاناث في البحث عن معلومات عامة بينما الشباب الذكور فكان استخدامهم للانترنت في البحث عن المعلومة يصل إلي حوالي (٢٦%). وذكر حوالي نصف عينة البحث من الشباب أن توسيع المدارك من اهم المميزات لإستخدام الانترنت، كما ذكر ما يقرب من ربع العينة أن سرعة وسهولة الوصول للمعلومات المطلوبة في المرتبة الثانية كأحد مميزات الانترنت.

كما أشارت دراسة شاهين (٢٠١٠) التي تناولت دوافع استخدام الشبكة العنكبوتية لدى شباب الجامعة إلى أن دافع الرغبة في التواصل هو الأكثر شيوعاً لدى الشباب الجامعي، يليه دافع الهروب والاختلاء بالذات، والاندماج، الاجتماعي، والتحكم، والاندماج الشخصي، والمتعة والترفيه في مرتبة متقاربة، وأخيراً دافع الحصول على المعلومات.

ولقد نشأ الشباب اليوم في عصر تعرضت فيه المجتمعات المحافظة للتغيرات العالمية في ظل الحضارة المعاصرة والتقدم العلمي والتكنولوجي الذي يميز أنماط الحياة ووسائلها ومتطلباتها، فوقع الشباب فريسة الانفصام في الشخصية والصراع بين القيم الموروثة والتقاليد المستوردة، ما أصابهم بالحيرة والقلق (فهد الطيار، ٢٠١٤).

وقد حددت حاجات الأفراد التي يتم إشباعها عن طريق استعمال شبكات التواصل الاجتماعي والإنترنت بأنها تشبع لديهم الحاجات المعرفية المرتبطة بتقوية المعلومات والمعرفة وفهم البيئة، إذ يوفر الإنترنت الإمكانيات (وذلك بالوصول إلى المواقع الأكاديمية)، كما تشبع شبكات التواصل الاجتماعي لدى هؤلاء الشباب نوع ثانی من الحاجات وهي الحاجات المرتبطة بتقوية الخبرات الجمالية، والعاطفية والترفيهية والتعبير عن المشاعر، فهناك العديد من المواقع التي تزود الشباب بخبرات جمالية كمواقع الفنون الموسيقية والتشكيلية بأنواعها، أما النوع الثالث من الحاجات التي تشبعها شبكات التواصل الاجتماعي لدى الشباب فهي الحاجات المرتبطة بتقوية شخصيتهم من حيث المصداقية والثقة، الاستقرار ومركز الفرد الاجتماعي (بشرى الحمداني، ٢٠١٢).

ففي دراسة أجراها علي العطية (٢٠٠١) على ١٥٠ طالباً بجامعة الإمام محمد بن سعود حيث توصل إلى أن الشباب غير جاد في البحث عن المعلومات المفيدة، وأن الشباب يشعر بعدم التشجيع على استخدام الإنترنت تقي البحث العلمي، وأنه يستخدم الشبكة في تناقل المعلومات غير اللائقة خاصة وأن ٧٧.٣% ليس لديهم عنوان بريدي إلكتروني مما يدل على عدم اهتمامهم بالتواصل الجاد مع الآخرين.

كما أكدت دراسة سعود الشمري (٢٠٠٤) نفس المخاوف ففي دراسة مسحية أجراها على مرتادي مقاهي الإنترنت بمدينة الرياض، فقد اتضح أن ٧٢.٥% من المرتادين تتراوح أعمارهم بين (١٥ إلى ٢٥ عاماً) وأن أغلبهم من طلاب المرحلتين الثانوية والجامعية. وأن هدفهم من هذه الزيارات الترفيه والتسلية (٦٩.١%)، تليها التصفح وزيارة المواقع والبريد الإلكتروني (٥٣.٨%)، ثم الاتصال وتبادل المعلومات (٤٣.٩%)، تليها الاطلاع على المواقع الإباحية (٣٧.٧%)، وأخيراً الدعوة وتبليغ رسالة الإسلام (١١.٤%).

وتناولت دراسة Barker (٢٠٠٩) معرفة دوافع واستخدامات الشباب لمواقع الشبكات الاجتماعية حيث جاء الاتصال بالأصدقاء كأكثر دوافع الشباب في استخدام شبكات التواصل الاجتماعي ويتجه الأفراد الذين يشعرون بمشاعر سلبية تجاه شبكاتهم الاجتماعية في الواقع إلى شبكات التواصل الاجتماعي للحصول على الدعم الاجتماعي ولبناء شبكات اجتماعية جديدة.

ويرى سلطان الصاعدي (٢٠١٢) أن هذا العالم التقني التكنولوجي الذي يحياه شباب اليوم، سيطر على أكثر اهتماماتهم وأخذ الكثير من أوقاتهم، ومن أبرز تلك الاهتمامات التواصل الاجتماعي التي توفرت لهم عن طريق شبكات التواصل الاجتماعي على الإنترنت كالفيس بوك

وتويتر ويوتيوب وغيرها من الشبكات الاجتماعية، وكان لهذا العالم أثره الكبير الإيجابي والسلبى على الهوية الاجتماعية والوطنية للشباب وعلى العلاقات الاجتماعية داخل المجتمع الواحد.

ولقد أشارت دراسة وفاء عبد السلام (٢٠١٢) إلى وجود تأثير سلبي وإيجابي لشبكات التواصل الاجتماعي، حيث ذكرت أن الاتصال عبر الإنترنت يعمل على توسيع شبكة علاقات الفرد الاجتماعية مع الآخرين على المستوى المحلي والإقليمي والدولي، ويلاحظ من خلال مشاهدة الأنماط السلوكية الاجتماعية على أرض الواقع، أن هناك زيادة مستمرة وإقبالاً مرتفعاً لاستخدام شبكات التواصل، وخاصة فئة الشباب، وقد يصل استخدامهم إلى درجة الإدمان، مما يؤثر على سلوكهم، وعلى علاقاتهم الاجتماعية، وطرق التفكير في التعامل مع متغيرات الحياة، الذي من شأنه تعزيز القيم الفردية بدلاً من القيم الاجتماعية وقيم العمل الجماعي الذي يمثل عنصراً مهماً في ثقافة المجتمع.

وترجع معظم الكتابات والأبحاث العديد من المشكلات التي يعاني منها شباب اليوم إلى اضطراب النسق القيمي لديه. حيث يحدث الصراع بين ما تربي ونشأ عليه من قيم تدعو إلى التراحم والتواد والإيثار والصدق والأمانة والقناعة، وبين ما يراه ويسمعه يومياً في تعاملاته من أساليب وآراء تدعو إلى اعتناق القيم السلبية مثل والمنفعة الشخصية وحب الذات والحصول على الحقوق دون أداء الواجبات. فالمؤثرات المادية والنفسية التي تسود في ظل العولمة، تؤثر في المراهق والشباب وتجعله يقع في حيرة بين تمسكه بما نشأ وتربي عليه، وما يتمشى مع معتقداته وقيمه وبين الانسياق مع الأوضاع الجديدة التي يتعايش معها يومياً (إيمان كاشف، ٢٠٠١).

وتعد القيم واحدة من القضايا التي دار حولها جدل كبير نتيجة التغيرات والمستجدات في العصر الحديث، ولاسيما مع تنامي موجات العولمة، وما رافقها من تطورات هائلة في مجال المعلوماتية، وما أحدثه ذلك من تأثير في النسيج الاجتماعي والثقافي للمجتمع بشكل عام والنسق القيمي بشكل خاص (ماجد الزبيد، ٢٠١١).

وترتب قيم الفرد أو المجتمع تبعاً لأفضليتها ومستوى أهميتها وتقديرها، فتتقدم القيمة الأعظم أهمية لدى الشباب ثم التي تليها وبالتالي تأتي الثقافة الخاصة بالشباب في الوقت الحالي استجابة لمتغيرات محلية وعالمية (شحاته صيام، ٢٠٠٢).

وتترابط القيم فيما بينها ضمن ما يعرف "بالنسق القيمي" وهي عبارة عن مجموعة من القيم المترابطة التي تنظم سلوك الفرد، والترتيب الهرمي لمجموعة القيم التي يتبناها الفرد أو أفراد المجتمع ويحكم سلوكه. إن فكرة نسق القيم انبثقت من تصور مؤداه أنه لا يمكن دراسة قيمه معينة أو فهمها بمعزل عن القيم الأخرى، فهناك نسق هرمي تنتظم به القيم مرتبة وفق أهميتها بالنسبة للفرد أو المجتمع. (ماجد علي، عبدالمطلب محمد، ٢٠١٦)

ولقد اهتمت العديد من الدراسات السابقة بتأثير شبكات التواصل الاجتماعي على قيم وأخلاقيات الشباب، فكانت دراسة عادل خوخه (٢٠١١) والتي كانت تهدف إلى التعرف على وسائل التكنولوجيا الحديثة وتأثيرها على الاتصال بين الآباء والأبناء، وجاءت نتائجها إلى أن لا يمكن إنكار الآثار السلبية التي تتركها الشبكة العنكبوتية في حياة الفرد.

أما دراسة فانسون (٢٠١٠) Vansoon وقد أظهرت النتائج أن أكثر من نصف عينة الدراسة من الشباب الذين يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي من بينها (الفايس بوك ويوتيوب) قد اعترفوا بأنهم يقضون وقتاً أطول على شبكة الإنترنت من ذلك الوقت الذي يقضونه مع أصدقائهم الحقيقيين، وأن شبكات التواصل الاجتماعي تسببت بالفعل في تغيير أنماط حياتهم.

وأشارت دراسة أبو زيد الشويقي (٢٠٠٣) أن الإنترنت له دور فعال في تنمية أنماط سلوكية جديدة، وأن الأنماط السلوكية المكتسبة تتنافى مع القيم الخلقية الإسلامية، حيث أن ٧٥ % من أفراد العينة يرون أن الإنترنت يعزز الرذيلة، و٦٥ % يرون أن الإنترنت وسيلة فعالة لإضعاف القيم الإسلامية للشباب المسلم.

كما جاءت دراسة حمود القشعان (٢٠١٢) والتي كانت تهدف إلى تأثير التكنولوجيا والتقنيات الحديثة على السلوك الإنساني وكان من أهم نتائج هذه الدراسة هو تواصل الشباب الجامعي عبر شبكات التواصل الاجتماعي يولد نوعاً من أنواع السلوك السلبي على الفرد في مجمل علاقاته وقيمه الأخلاقية والاجتماعية.

وأكدت دراسة جاسم الكندري (٢٠٠٢) إلى أنه توجد علاقة بين استخدام شبكات التواصل الاجتماعي المستمر وبين العزلة والقيم الاجتماعية والتي تعتبر بعداً من أبعاد الاغتراب الاجتماعي بمعنى أنه كلما زاد الفرد من استخدامه لشبكات التواصل الاجتماعي زادت معه عزلته الاجتماعية.

إن الشباب بطبيعة الحال بطبيعة الحال يمتازون بسمات نفسية تميزهم عن باقي فئات المجتمع الأخرى، ففترة الشباب هي مرحلة عمرية يمر بها الفرد ويحتاج فيها إلى استقلالية في بناء ذاته وشخصيته، والشباب في هذه المرحلة يمتلك حس استكشافي وخيالي كبير، ويريد دوماً أن يتعرف على العالم الخارجي بطريقته الخاصة، حيث سيطرت مواقع التواصل الاجتماعي عليهم فشغلت أفكارهم وأوقاتهم، واختلقت الأسباب والدوافع وراء هذا الاستخدام، وأصبحت هذه المواقع فضاءً واسعاً تتضارب فيه القيم الإيجابية مع القيم السلبية وصارت الحرية كقيمه اعلاميه نصت عليه جميع القوانين الفرديه والعربيه خطر على المجتمعات لما تتيحه من اشكال التعبير غير المسؤوله، فأدت في كثير من الأحيان من التجرد من كل القيم الاخلاقيه عبر تشويه ومسح الشخصية الانسانيه وتتمثل مشكله هذه الدراسه في أن عدد كبير من الشباب الجامعي يقضون ساعات طويله في تصفح مواقع التواصل الاجتماعي مما يستدعي التعرف على دوافعهم والموضوعات التي يفضلونها وأثر ذلك على قيمهم .

**ومما سبق يمكن اجمال مشكلة البحث في السؤال الاتي:**

ما العلاقة بين دوافع الشباب الجامعي لاستخدام شبكات التواصل الاجتماعي والنسق القيمي لديهم ؟

**هدف البحث:**

هدف البحث بصفة رئيسية إلى دراسة دوافع الشباب الجامعي لاستخدام شبكات التواصل الاجتماعي وعلاقته بالنسق القيمي لديهم وذلك من خلال مجموعة من الأهداف الفرعية الآتية:

١. تحديد مستويات دوافع استخدام شبكات التواصل الاجتماعي لدى الشباب عينة البحث وأبعادها
٢. تحديد مستويات النسق القيمي للشباب عينة البحث بأبعاده
٣. دراسة العلاقة الارتباطية بين بعض متغيرات المستوى الاجتماعي الاقتصادي للشباب عينة البحث ودوافع استخدام شبكات التواصل الاجتماعي والنسق القيمي لدى الشباب.
٤. توضيح تأثير دوافع استخدام شبكات التواصل الاجتماعي للشباب عينة البحث على النسق القيمي لديهم.
٥. الكشف عن الاختلافات بين الشباب عينة البحث في دوافع استخدام شبكات التواصل الاجتماعي والنسق القيمي تبعا لمحل الإقامة (ريف- حضر)، عمل الأمهات (عاملات - غير عاملات)، النوع (ذكر - انثي)
٦. تقييم التباين بين الشباب عينة البحث في دوافع استخدام شبكات التواصل الاجتماعي والنسق القيمي تبعا لحجم الأسرة، عمر الشاب، المستوى التعليمي للوالدين، الدخل الأسري

#### أهمية البحث:

يمكن توضيح أهمية البحث من خلال محورين رئيسيين كما يلي:

#### الأهمية في مجال التخصص:

١. الاستفادة من نتائج البحث لتقديم مقترحات وتوصيات لتوعية الشباب الجامعي والمسؤولين بأهمية دوافع استخدام شبكات التواصل الاجتماعي والنسق القيمي لديهم.
٢. يمكن اعتبار هذا البحث إضافة في مجال التخصص حيث أن هناك قلة في الدراسات التي تناولت البحث في دوافع الشباب من وراء استخدام شبكات التواصل الاجتماعي وعلاقته بالنسق القيمي لديهم.
٣. التعرف إلى الدوافع الحقيقية (النفسية الاجتماعية، الأكاديمية، الاقتصادية) وراء استخدام الشباب الجامعي لشبكات التواصل الاجتماعي يساعد متخذي القرارات والمهتمين بقضايا الشباب من أجل إشباع دوافعهم وحاجاتهم.
٤. فتح آفاق وموضوعات جديدة تكون نقطة انطلاق للبحوث المستقبلية في هذا المجال.

#### الأهمية في مجال خدمة المجتمع:

١. يستمد البحث أهميته من طبيعة الفئة العمرية التي يستهدفها، حيث فئة الشباب التي تعد طاقة بشرية مهمة ومؤثرة في كيان المجتمع، وتحتاج للعناية والتعرف على حاجاتها والتواصل معها، والمحافظة عليها لتأمين مستقبلها ومستقبل المجتمع وذلك في ضوء انتشار شبكات التواصل الاجتماعي والإنترنت وغيرها من المظاهر الأخرى التي جعلت المجتمع مفتوحا على العالم.
٢. أن هذه الدراسة تركز على جانب كبير الأهمية وهو دوافع استخدام شبكات التواصل الاجتماعي وعلاقته بالنسق القيمي لديهم، حيث تزايدت أعداد مستخدميها في الأونة الأخيرة بشكل لافت للنظر واتسع نطاق تأثيراتها المباشرة في بناء شخصية الأفراد واتجاهاتهم وسلوكهم.

٣. ويستمد هذا الموضوع أهميته من كونه أحد الموضوعات التي حظيت بعناية الباحثين في مختلف التخصصات وخصوصًا الدراسات النفسية والاجتماعية هذا فيه دلالة على أهمية المكانة البحثية لموضوع دوافع استخدام شبكات التواصل الاجتماعي والنسق القيمي لدى الشباب.

٤. تسهم الدراسة الحالية في إعداد وبناء استبيان لدوافع استخدام شبكات التواصل الاجتماعي والنسق القيمي لدى الشباب مصمم ومصاغ فقراته من واقع المتغيرات الثقافية التي تحيط بالشباب المصري.

**الأسلوب البحثي:**

**أولاً: مصطلحات البحث العلمية والمفاهيم والإجرائية:**

**١. دوافع استخدام شبكات التواصل الاجتماعي**

**الدوافع:** هي حالة نفسية تحفز الفرد على القيام بالتفكير او التصرف بطريقة معينة لتحقيق مستوى من الرضا لحاله معينة أو مجموعة من الحاجات. (شادية محمد، ٢٠٠٨)

والدافع هو حالة فسيولوجية او نفسية توجه الفرد الى القيام بسلوك معين يقوى استجابته الى مثير ما، او يشبع او يرضى حاجة ما (محمد عبد الحميد، ١٩٩٧)

**ويقصد بشبكات التواصل الاجتماعي:** شبكات اجتماعية تتيح التواصل لمستخدمها في أي وقت يشاءون وفي أي مكان من العالم حيث ظهرت على شبكة الانترنت منذ سنوات قليلة وغيرت في مفهوم التواصل والتقارب بين الشعوب واكتسبت اسمها الاجتماعي كونها تعزز العلاقات بين بني البشر، وأبرز شبكات التواصل الاجتماعي (الفايس بوك، تويتر، واليوتيوب) وأهمها هي شبكة الفايس بوك (محمد شاهين، ٢٠١٠).

**ودوافع استخدام شبكات التواصل الاجتماعي** هي الأسباب الرئيسية والدوافع المحفزه وراء استخدام الشباب الجامعي لشبكات التواصل الاجتماعي والتي يقضي معظم الشباب وقتهم للتواصل مع الآخرين (ياسمين أحمد، ٢٠١٦).

وتعرف الباحثة دوافع استخدام شبكات التواصل الاجتماعي بأنها جملة القوى الداخلية والميول التي تنشأ من احتياجات الشباب لاستخدام شبكات التواصل الاجتماعي والتي تشغل حيز كبير من وقتهم .

**٢. النسق القيمي:**

تعرف القيم لغة بأنها جمع لكلمة قيمة، وهي الشئ ذو المقدار أو الثمن (ابن المنظور، ٢٠٠٢)

والقيم هي مجموعة من الصفات الأخلاقية التي يتميز فيها البشر وتقوم الحياة الاجتماعية عليها، ويتم التعبير عنها باستخدام الأوال والأفعال (جميل صليبا، ٢٠٠٠)

والقيم تمثل أنها اتجاهات وميول الأفراد لأوضاع معينة تحركهم في البيئة المحيطة، أو هو اعتقاد وعمل الفرد من منطلق معين ويمكن من خلالها التعرف على اتجاهاته بشكل أفضل، حيث يتوقف تفاعله في المستقبل على قيم الشخص (مانع المانع، ٢٠١٤)

وتعرف الباحثة النسق القيمي مجموعة من السمات الشخصية المترابطة والتي تنظم سلوك الشاب وتعتبر الأكثر تأثراً بشبكات التواصل الاجتماعي وترتب القيم حسب أولويتها وأهميتها من وجهة نظر الشاب.



### ٣. الشباب الجامعي:

فترة في حياة الانسان يتميز فيها بمجموعة من الخصائص تجعلها أهم فترات الحياة وأخصبها وأكثرها صلاحية للتجاوب مع المتغيرات السريعة المتلاحقة التي يمر بها المجتمع المعاصر وهي الفترة التي بينضم فيها الشباب إلى الجامعة وتكون أعمارهم من ١٧-٢٥ عاما(فريال حموده، ٢٠١١).

تقصد الباحثة بالشباب في هذا البحث تلك فئة الشباب من طلبة المرحلة الجامعية في جامعة المنوفية وتتراوح أعمارهم من (١٨-٢٣) سنة.

#### ثانياً: فروض البحث:

- ١) توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين المتغيرات الاجتماعية والاقتصادية للدراسة و دوافع استخدام شبكات التواصل الاجتماعي بأبعاده الأربعة.
- ٢) توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين المتغيرات الاجتماعية والاقتصادية للدراسة والنسق القيمي بأبعاده الستة.
- ٣) توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين دوافع استخدام شبكات التواصل الاجتماعي بأبعاده الأربعة و النسق القيمي بأبعاده الستة.
- ٤) توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الشباب الجامعي في كل من دوافع استخدام شبكات التواصل الاجتماعي بأبعاده الأربعة والنسق القيمي بأبعاده الستة تبعاً للجنس.
- ٥) توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الشباب الجامعي في كل من دوافع استخدام شبكات التواصل الاجتماعي بأبعاده الأربعة والنسق القيمي بأبعاده الستة تبعاً لمكان السكن.
- ٦) توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الشباب الجامعي في كل من دوافع استخدام شبكات التواصل الاجتماعي بأبعاده الأربعة والنسق القيمي بأبعاده الستة تبعاً لعمل الأم.
- ٧) يوجد تباين دال إحصائياً بين الشباب الجامعي عينة الدراسة في كل من دوافع استخدام شبكات التواصل الاجتماعي بأبعاده الأربعة والنسق القيمي بأبعاده الستة تبعاً لمستوى تعليم الأب.
- ٨) يوجد تباين دال إحصائياً بين الشباب الجامعي عينة الدراسة في كل من دوافع استخدام شبكات التواصل الاجتماعي بأبعاده الأربعة والنسق القيمي بأبعاده الستة تبعاً لمستوى تعليم الأم.
- ٩) يوجد تباين دال إحصائياً بين الشباب الجامعي عينة الدراسة في كل من دوافع استخدام شبكات التواصل الاجتماعي بأبعاده الأربعة والنسق القيمي بأبعاده الستة تبعاً لفئات الدخل المالي للأسرة.
- ١٠) تختلف نسبة مشاركة المتغيرات المستقلة مع المتغير التابع طبقاً لأوزان معامل الإنحدار ودرجة الارتباط مع المتغير التابع.

#### ثالثاً: منهج البحث:

يتبع هذه البحث المنهج الوصفي بالأسلوب التحليلي، الذي يعرف بأنه لايتوقف فقط عند وصف جمع البيانات المتعلقة بالظاهرة، بل يتعداه إلى حدود استقصاء مظاهرها وعلاقاتها المختلفة، وكذلك يقوم على تحليل الظاهرة وتفسيرها والوصول إلى استنتاجات في تطوير الواقع وتحسينه (صالح العساف، ٢٠٠٣).

#### رابعاً: أدوات البحث:

اشتملت أدوات البحث على ما يلي: (اعداد الباحثة)

١. استمارة البيانات العامة للشباب وأسره.
٢. استبيان دوافع استخدام شبكات التواصل الاجتماعي.
٣. استبيان النسق القيمي للشباب.

أولاً: استمارة البيانات العامة للشباب وأسره: تضمنت بيانات حول الجامعة التي ينتمي لها الشاب، الكلية التي ينتمي إليها وتضمنت (الاقتصاد المنزلي- تجارة-التربية- حقوق-الزراعة- التمريض- الطب البيطري) ، تخصصه سواء كان نظري أم تطبيقي، النوع وقسم الى ذكر وأنثى، محل إقامة الشاب وتضمنت فئتين هما الريف والحضر، سن الشاب وقسم إلى ثلاث فئات (أقل من ١٨ سنة- من ١٨ إلى أقل من ٢٠- ٢٠ سنة فأكثر)، عدد أفراد الأسرة وقد قسمت إلى ثلاث فئات (٤ أفراد فأقل، من ٥ إلى ٧ أفراد، ٨ أفراد فأكثر) ، عدد سنوات زواج الوالدين وتضمنت ثلاثة فئات (من ٢٠ الى أقل من ٢٥- من ٢٥ الى أقل من ٣٠- ٣٠ سنة فأكثر)، سن الوالدين، عمل الأم وقسم إلي تعمل ولا تعمل، مهنة الأب وقد قسمت إلى ثماني فئات (أعمال حرفية - أعمال إدارية - أعمال مهنية - أعمال حرة- متوفى- معاش) ، المستوى التعليمي للوالدين وقسم الى ثماني فئات هي (لا يقرأ ولا يكتب-يقرأ ويكتب-شهادة ابتدائية-شهادة اعدادية- مؤهل متوسط (ثانوية عامة - دبلوم)-مؤهل فوق متوسط-مؤهل جامعي-مؤهل دراسات عليا (ماجستير - دكتوراه)، دخل الأسر وتضمن سبعة فئات (أقل من ٥٠٠ جنية-من ٥٠٠ لأقل من ١٠٠٠ جنية-من ١٠٠٠ لأقل من ٢٠٠٠ جنية- من ٢٠٠٠ لأقل من ٣٠٠٠ جنية-من ٣٠٠٠ لأقل من ٤٠٠٠ جنية- من ٤٠٠٠ لأقل من ٦٠٠٠ جنية-من ٦٠٠٠ فأكثر)، المواقع الأكثر استخداما وتضمن ست فئات (فيس بوك / انستجرام، فيس بوك / يوتيوب / تويتر، فيس بوك / انستجرام / واتس اب، فيس بوك / تويتر / واتس اب، فيس بوك / واتس اب / فايبر، جميع المواقع السابقة)، عدد ساعات الاستخدام اليومي (أقل من ساعتين، من ٢- ٤ ساعات، ٤-٦ ساعات، أكثر من ٦ ساعات).

ثانياً: استبيان دوافع استخدام شبكات التواصل الاجتماعي: هدف الاستبيان لقياس ماهي الدوافع التي يقوم على أساسها الشباب استخدام شبكات التواصل الاجتماعي من خلال (دوافع نفسية واجتماعية ، دوافع اكااديمية، دوافع سياسية، دوافع اقتصادية) ولإعداد الاستبيان في صورته الأولية كانت عدد عباراته (٤٥) عبارته مقسمة على أبعاده الأربعة كما يلي: البعد الأول: دوافع نفسية واجتماعية وتكون من (١٣) عبارة، البعد الثاني: دوافع أكاديمية وتضمن (١٢) عبارة، البعد الثالث: دوافع سياسية وتضمن (١٢) عبارات، البعد الرابع: دوافع اقتصادية وتكون من (٨) عبارة.

تم عرض الاستبيان في صورته الأولية على مجموعة على مجموعة من المحكمين المتخصصين بإدارة المنزل والمؤسسات من الأساتذة الأفاضل أعضاء هيئة تدريس قسم إدارة المنزل والمؤسسات كلية الاقتصاد المنزلي جامعة المنوفية وقسم إدارة المنزل بكلية الاقتصاد المنزلي جامعة الأزهر، وقسم الاقتصاد المنزلي كلية التربية النوعية جامعة الفيوم، وقسم الاقتصاد المنزلي كلية التربية النوعية بأشمون جامعة المنوفية، قسم إدارة مؤسسات الأسرة والطفولة كلية الاقتصاد المنزلي جامعة حلوان، وقسم الاقتصاد المنزلي كلية الزراعة جامعة

الإسكندرية. وبلغ عددهم (١١) محكم. وطلب من سيادتهم الحكم علي مدي مناسبة كل عبارة للبعد الخاص بها وكذلك صياغة العبارات وتحديد اتجاه كل عبارة وإضافة أي مقترحات. وتم حساب نسبة الاتفاق لدي المحكمين على كل عبارة من عبارات الاستبيان، وتراوحت نسبة اتفاق ما بين المحكمين على العبارات ما بين (٨٠%) و(٩٠%). وبناءً علي نسب اتفاق العبارات قامت الباحثة بإجراء التعديلات على صياغة العبارات المطلوبة وحذف العبارات التي لم تحظي باتفاق المحكمين عليها. وبالتالي يصبح عدد عبارات (٤٠) عبارة مقسمة بالشكل التالي: **البعد الأول**: دوافع نفسية واجتماعية وتكون من (١٢) عبارة وتدور حول استخدام شبكات التواصل الاجتماعي للترويج عن النفس وشغل أوقات الفراغ ، وإظهار المواهب والقدرات عبرها، والتعبير عن المشاعر والأفكار، واكتساب الكثير من الخبرات والمهارات الجديدة، واكتساب العديد من القيم والمعايير الاجتماعية خلال التواصل مع الآخرين، والمساعدة على وضع حلول وبدائل للمشكلات المختلفة. **البعد الثاني**: دوافع أكاديمية وتضمن (١٢) عبارة وكانت عبارته حول تبادل الخبرات الأكاديمية مع الزملاء من الجامعات الأخرى، واطاحة الفرصة للتعرف على التطورات العلمية الحديثة، والمتابعة المستمرة للمنح والدورات التدريبية والمؤتمرات العلمية، المساعدة في الحصول على الكتب العلمية والثقافية. **البعد الثالث**: دوافع سياسية وتضمن (١٠) عبارات تتضمن استخدام شبكات التواصل للتعرف على المتغيرات السياسية المحلية والدولية ، والتعرف على فعاليات ونشاطات الأحزاب السياسي، وتبادل الاراء مع الزملاء في الجامعة حول القضايا السياسية المحلية والدولية، والتعبير عن ارائي السياسية بكل حرية عبرها، الإسهام في تعميق الانتماء الوطن. **البعد الرابع**: دوافع اقتصادية وتكون من (٦) عبارة ويقاس استخدام شبكات التواصل من خلال متابعة الإعلانات التجارية والوظائف الشاغرة، وشراء وبيع وترويج بعض السلع والمنتجات، ومتابعة سعر صرف العملات المحلية والأجنبية. وبهذا أصبح الاستبيان في صورته النهائية وللتحقق من صدق الاتساق الداخلي تم حساب معاملات الارتباط بين العبارات والدرجة الكلية للبعد. ولقد كانت معاملات الارتباط دالة عند مستوي دلالة (٠.٠٠١).

جدول (١) معامل الارتباط بين عبارات استبيان دوافع استخدام شبكات التواصل الاجتماعي والدرجة الكلية لكل بعد

الدوافع الاقتصادية		الدوافع السياسية		الدوافع الأكاديمية		الدوافع النفسية والاجتماعية	
معامل الارتباط	رقم العبارة	معامل الارتباط	رقم العبارة	معامل الارتباط	رقم العبارة	معامل الارتباط	رقم العبارة
***.٧٠	١	***.٦٤	١	***.٩٣	١	***.٨٣	١
***.٩٤	٢	***.٦٤	٢	***.٩٢	٢	***.٧٧	٢
***.٩٥	٣	***.٦١	٣	***.٨٣	٣	***.٧١	٣
***.٩١	٤	***.٨٧	٤	***.٩٠	٤	***.٤٧	٤
***.٨٨	٥	***.٨٢	٥	***.٩٤	٥	***.٦٦	٥
***.٧٧	٦	***.٧٩	٦	***.٩٣	٦	***.٨٧	٦
		***.٨٥	٧	***.٩٠	٧	***.٨٧	٧
		***.٧٧	٨	***.٨٨	٨	***.٨٥	٨
		***.٧٤	٩	***.٨٨	٩	***.٨٨	٩
		***.٦٠	١٠	***.٧٩	١٠	***.٨٧	١٠
				***.٤٤	١١	***.٨٤	١١
				***.٣٤	١٢	***.٨٤	١٢

(\*\*) جميع القيم دالة عند (٠.٠٠١)

من جدول (١) نجد أن كل عبارات استبيان دوافع استخدام شبكات التواصل الاجتماعي ارتبطت بمعاملات ارتباط دالة عند مستوي دلالة (٠.٠٠١) مع مجموع أبعادها.

جدول (٢) معاملات الارتباط بين استبيان دوافع استخدام شبكات التواصل الاجتماعي وأبعاده

مستوي الدلالة	معامل الارتباط	أبعاد استبيان دوافع استخدام شبكات التواصل الاجتماعي
٠.٠٠١	***.٨٧٦	البعد الأول: الدوافع النفسية والاجتماعية
٠.٠٠١	***.٩٣٦	البعد الثاني: الدوافع الأكاديمية
٠.٠٠١	***.٨٩٦	البعد الثالث: الدوافع السياسية
٠.٠٠١	***.٧٣٤	البعد الرابع: الدوافع الاقتصادية

من جدول (٢) يتضح أن الدرجة الكلية لاستبيان دوافع استخدام شبكات التواصل الاجتماعي (الدوافع النفسية والاجتماعية، الدوافع الأكاديمية، الدوافع السياسية، الدوافع الاقتصادية) بمعاملات ارتباط دالة احصائيا عند مستوي دلالة (٠.٠٠١). ومن ثم تم حساب ثبات الاستبيان من خلال حساب معامل ألفا كرونباخ والتجزئة النصفية لكل بعد من أبعاد الاستبيان وللاستبيان ككل.

جدول (٣) معاملات الثبات لاستبيان دوافع استخدام شبكات التواصل الاجتماعي

معامل ارتباط التجزئة النصفية		معامل ألفا كرونباخ	عدد العبارات	استبيان دوافع استخدام شبكات التواصل
معادلة جتمان	معادلة سبيرمان- براون			
٠.٨٢٤	٠.٨٣٩	٠.٩٤٨	١٢	البعد الأول: الدوافع النفسية والاجتماعية
٠.٨٨٣	٠.٩٠٤	٠.٩٥٨	١٢	البعد الثاني: الدوافع الأكاديمية
٠.٨٢٩	٠.٨٣٣	٠.٩٠٨	١٠	البعد الثالث: الدوافع السياسية
٠.٩٣٤	٠.٩٣٤	٠.٩٣٢	٦	البعد الرابع: الدوافع الاقتصادية
٠.٩٢١	٠.٩٢١	٠.٩٧٤	٤٠	إجمالي دوافع استخدام شبكات التواصل الاجتماعي

من جدول (٣) كانت قيمة معامل ألفا كرونباخ لاستبيان دوافع استخدام شبكات التواصل الاجتماعي (٠.٩٧٤) القيمة التي تدل على ثبات الاستبيان. بينما كانت قيمة معامل ارتباط التجزئة النصفية لمعادلة سبيرمان - براون (٠.٩٢١)، وبلغت قيمة معادلة جتمان (٠.٩٢١). وتدل تلك القيم على ثبات الاستبيان.

وتحدد استجابات الشباب عن استبيان دوافع استخدام شبكات التواصل الاجتماعي وفق استجابات (إيجابية - محايدة - سلبية)، وكانت على مقياس (٣-٢-١) تبعاً لاتجاه العبارة. وكانت أعلى درجة مشاهدة حصل عليها الأبناء عينة البحث (١١٤) درجة بينما كانت أقل درجة هي (٣٨) درجة. ويوضح جدول (٤) اعلي وأقل قيمة لكل بعد لكل من الأبناء عينة البحث.

جدول (٤) توزيع درجات أبعاد استبيان دوافع استخدام شبكات التواصل الاجتماعي

الأبعاد	أقل قيمة	أعلى قيمة	المدى	طول الفئة	مستويات دوافع استخدام شبكات التواصل الاجتماعي		
					سلبية	محايدة	إيجابية
الدوافع النفسية والاجتماعية	١٢	٣٦	٢٤	٨	(٢٠ : ١٢)	(٢٩ : ٢١)	(٣٦ : ٣٠)
الدوافع الأكاديمية	١٢	٣٦	٢٤	٨	(٢٠ : ١٢)	(٢٩ : ٢١)	(٣٦ : ٣٠)
الدوافع السياسية	١٠	٣٠	٢٠	٧	(١٧ : ١٠)	(٢٥ : ١٨)	(٣٠ : ٢٦)
الدوافع الاقتصادية	٦	١٨	١٢	٤	(١٠ : ٦)	(١٥ : ١١)	(١٨ : ١٦)
إجمالي دوافع استخدام شبكات التواصل الاجتماعي	٤٠	١٢٠	٨٠	٢٧	(٦٧ : ٤٠)	(٩٥ : ٦٨)	(١٢٠ : ٩٦)

يوضح جدول (٤) أن أعلى نسبة مشاهدة لبعد الدوافع النفسية والاجتماعية ٣٦ وأقل نسبة مشاهدة ١٢ ، كما كانت أعلى نسبة مشاهدة لبعد الدوافع الأكاديمية ٣٦ وأقل نسبة مشاهدة ١٢ ، وبلغت أعلى نسبة مشاهدة لبعد الدوافع السياسية ٣٠ وأقل نسبة مشاهدة ١٠ ، في حين بلغت أعلى نسبة مشاهدة لبعد الدوافع الاقتصادية ١٨ وأقل نسبة مشاهدة ٦ ، وبلغت أعلى نسبة مشاهدة لإجمالي دوافع استخدام شبكات التواصل الاجتماعي ١٢٠ وأقل نسبة مشاهدة ٤٠ .  
**ثالثاً: استبيان النسق القيمي:** هدف الاستبيان إلى قياس النسق القيمي للشباب وذلك من خلال الأبعاد (القيم الاجتماعية-القيم الاقتصادية-القيم الجمالية-القيم الدينية-القيم السياسية-القيم

النظرية)، ولإعداد الاستبيان في صورته الأولية كانت عدد عباراته (١٥٠) عبارة مقسمة علي أبعاده الستة بالشكل التالي: البعد الأول: القيم الاجتماعية واشتمل علي (٢٤) عبارة، البعد الثاني: القيم الاقتصادية وتضمن (٢٣) عبارة، البعد الثالث: القيم الجمالية واشتمل (٢٥) عبارة، البعد الرابع: القيم الدينية واشتمل علي (٢٦) عبارة، البعد الخامس: القيم السياسية وكان عدد عبارته (٢٤) عبارة، البعد السادس: القيم النظرية وتكون من (٢٨) عبارة.

تم عرض الاستبيان في صورته الأولية على مجموعة من المحكمين المتخصصين بإدارة المنزل والمؤسسات من الأساتذة الأفاضل أعضاء هيئة تدريس قسم إدارة المنزل والمؤسسات كلية الاقتصاد المنزلي جامعة المنوفية وقسم إدارة المنزل بكلية الاقتصاد المنزلي جامعة الأزهر، وقسم الاقتصاد المنزلي كلية التربية النوعية جامعة الفيوم، وقسم الاقتصاد المنزلي كلية التربية النوعية بأشمون جامعة المنوفية، قسم إدارة مؤسسات الأسرة والطفولة كلية الاقتصاد المنزلي جامعة حلوان، وقسم الاقتصاد المنزلي كلية الزراعة جامعة الإسكندرية. وبلغ عددهم (١١) محكم. وطلب من سيادتهم الحكم علي مدى مناسبة كل عبارة للمحور الخاص بها وكذلك صياغة العبارات وتحديد اتجاه كل عبارة وإضافة أي مقترحات. وتم حساب نسبة الاتفاق لدي المحكمين على كل عبارة من عبارات الاستبيان، وتراوحت نسبة اتفاق ما بين المحكمين على العبارات ما بين (٨٠%) و (٩٠%). وتم استبعاد العبارات التي لم يتم الاتفاق عليها من المحكمين وكان عددهم (٦) عبارات ليصبح عدد عبارات الاستبيان (١٤٤) عبارة قسمت كما يلي: **البعد الأول:** القيم الاجتماعية واشتمل علي (٢٢) عبارة ويشير إلى الشعور بالمسؤولية الاجتماعية وتحملها وفهم الحقوق والواجبات الاجتماعية وقراءة الصحف والمجلات واختيار الصديق الاجتماعي المرغوب للناس والعمل علي حل المشكلات الاجتماعية، وتنمية مهارات التفاعل الاجتماعي وتكوين الصداقات واختيار العمل في مهنة تحقق مكانة اجتماعية مرموقة والاشتراك في الأنشطة الاجتماعية. **البعد الثاني:** القيم الاقتصادية وتضمن (٢١) عبارة وهو يشير إلى الاهتمام بالإنتاج والتسويق والاستهلاك وفهم الوضع الاقتصادي العالمي، وتنمية القدرة علي إحراز النجاح وتحقيق المكسب والأمن المالي في الحياة، والسعي لرفع مستوي المعيشة في الأسرة، وزيارة المعارض والإسهام في إنشاء أو إدارة مؤسسة مالية أو تجارية. **البعد الثالث:** القيم الجمالية (٢٥) عبارة وتشير إلى الاهتمام بالتقدم الفني والجمالي، وفهم أصول علم الجمال وقضاء وقت الفراغ في التمتع بالمناظر الجميلة، واختيار العمل في مجال الفن والسير في الحياة تبعاً للقيم الفنية والجمالية. **البعد الرابع:** القيم الدينية واشتمل علي (٢٦) عبارة ويشير إلى الاهتمام بقراءة الكتب الدينية ودراسة المواد الدينية، وفهم كل ما يتعلق بالحياة الآخرة، والعمل علي احترام رأي الدين بالنسبة لكل شيء، والاهتمام بدراسة الأديان ونشأتها، إتباع المبادئ الأخلاقية العليا في السلوك، والقدرة علي الدعوة لإتباع السلوك الديني والأخلاقي والسير في الحياة تبعاً للعقيدة الدينية، **البعد الخامس:** القيم السياسية وكان عدد عبارته (٢٢) عبارة وتشير إلى الاهتمام بحقوق المواطنين ورفاهيتهم، وفهم أحداث السياسة الدولية المعاصرة، العمل علي تولي المناصب الإدارية، تنمية القدرة علي إدارة وتنظيم المؤسسات، قراءة الكتب التي تتناول تاريخ حياة قادة الجيوش، **البعد السادس:** القيم النظرية وتكون من (٢٨) وتشير إلى الاهتمام بالتقدم العلمي الحديث كأساس للحضارة، وفهم القوانين التي تحكم الأشياء، وقراءة الكتب والمجلات التي تبحث في العلوم والآداب،

ودراسة شخصيات أو التعرف علي مشاهير العلماء والفلاسفة، ودراسة شخصيات أو التعرف علي المصلحين الاجتماعيين والشخصيات الأدبية، معرفة القوانين التي تسيطر علي السلوك الإنساني، وتنمية مهارات تفيد في التعرف علي العالم المحيط بنا. وبهذا أصبح الاستبيان في صورته النهائية وللتحقق من صدق الاتساق الداخلي تم حساب معاملات الارتباط بين العبارات والدرجة الكلية للبعد. ولقد كانت معاملات الارتباط دالة عند مستوى دلالة (٠.٠٠١).

جدول (٥) معامل الارتباط بين عبارات استبيان النسق القيمي والدرجة الكلية لكل بعد

القيم النظرية		القيم السياسية		القيم الدينية		القيم الجمالية		القيم الاقتصادية		القيم الاجتماعية	
معامل الارتباط	رقم العبارة	معامل الارتباط	رقم العبارة	معامل الارتباط	رقم العبارة	معامل الارتباط	رقم العبارة	معامل الارتباط	رقم العبارة	معامل الارتباط	رقم العبارة
***.٦٨	١	***.٦٨	١	***.٧٧	١	***.٧٦	١	***.٨٠	١	***.٨٢	١
***.٨٧	٢	***.٨٦	٢	***.٧٠	٢	***.٦٨	٢	***.٧٣	٢	***.٧٤	٢
***.٨٥	٣	***.٨٤	٣	***.٦٢	٣	***.٦٦	٣	***.٦٦	٣	***.٦٨	٣
***.٨٠	٤	***.٨٤	٤	***.٤١	٤	***.٤٥	٤	***.٤٣	٤	***.٤٦	٤
***.٨٦	٥	***.٩٠	٥	***.٦٥	٥	***.٦٩	٥	***.٦٥	٥	***.٧٠	٥
***.٨٨	٦	***.٩١	٦	***.٨٨	٦	***.٩٠	٦	***.٨٧	٦	***.٩٠	٦
***.٨٣	٧	***.٨٦	٧	***.٨٦	٧	***.٨٨	٧	***.٨٥	٧	***.٨٩	٧
***.٩٠	٨	***.٩١	٨	***.٨٦	٨	***.٨٩	٨	***.٨٦	٨	***.٩٠	٨
***.٩٠	٩	***.٦٥	٩	***.٩١	٩	***.٩٤	٩	***.٩١	٩	***.٩٤	٩
***.٨٣	١٠	***.٨٧	١٠	***.٩٢	١٠	***.٩٤	١٠	***.٩١	١٠	***.٩٤	١٠
***.٩٠	١١	***.٨٥	١١	***.٨٦	١١	***.٩٠	١١	***.٨٦	١١	***.٨٩	١١
***.٩٠	١٢	***.٨٤	١٢	***.٩٠	١٢	***.٩٣	١٢	***.٨٨	١٢	***.٩٣	١٢
***.٩٠	١٣	***.٩٠	١٣	***.٦٦	١٣	***.٦٥	١٣	***.٦٨	١٣	***.٧٠	١٣
***.٩٤	١٤	***.٩١	١٤	***.٨٦	١٤	***.٨٣	١٤	***.٨٨	١٤	***.٩٠	١٤
***.٦٨	١٥	***.٨٦	١٥	***.٨٤	١٥	***.٨٢	١٥	***.٨٧	١٥	***.٨٩	١٥
***.٨٧	١٦	***.٩١	١٦	***.٨٥	١٦	***.٨٣	١٦	***.٨٨	١٦	***.٩٠	١٦
***.٨٥	١٧	***.٩١	١٧	***.٩٠	١٧	***.٨٧	١٧	***.٩٢	١٧	***.٩٤	١٧
***.٨٥	١٨	***.٨٦	١٨	***.٩٠	١٨	***.٩٤	١٨	***.٩٢	١٨	***.٩٤	١٨
***.٩٠	١٩	***.٩١	١٩	***.٨٦	١٩	***.٩٠	١٩	***.٨٧	١٩	***.٨٩	١٩
***.٩٢	٢٠	***.٨٠	٢٠	***.٩٠	٢٠	***.٩٣	٢٠	***.٩٠	٢٠	***.٩٣	٢٠
***.٨٧	٢١	***.٨٢	٢١	***.٩٢	٢١	***.٩٣	٢١	***.٩٠	٢١	***.٩٣	٢١
***.٩٤	٢٢	***.٩١	٢٢	***.٨٧	٢٢	***.٩٠	٢٢			***.٩٣	٢٢
***.٩٤	٢٣			***.٨١	٢٣	***.٩٣	٢٣				
***.٨٧	٢٤			***.٩٢	٢٤	***.٩	٢٤				
***.٩٤	٢٥			***.٧٢	٢٥	***.٨٧	٢٥				
***.٩٢	٢٦			***.٩٠	٢٦						
***.٩٣	٢٧										
***.٩٤	٢٨										

(\*\*\* جميع القيم دالة عند (٠.٠٠١))

من جدول (٥) نجد أن كل عبارات استبيان النسق القيمي ارتبطت بمعاملات ارتباط دالة عند مستوي دلالة (٠.٠٠١) مع مجموع أبعادها.  
جدول (٦) معاملات الارتباط بين استبيان النسق القيمي وأبعاده

أبعاد استبيان النسق القيمي	معامل الارتباط	مستوي الدلالة
البعد الأول: القيم الاجتماعية	٠.٩٧١***	٠.٠٠١
البعد الثاني: القيم الاقتصادية	٠.٩٩٢***	٠.٠٠١
البعد الثالث: القيم الجمالية	٠.٩٩٠***	٠.٠٠١
البعد الرابع: القيم الدينية	٠.٩٩٦***	٠.٠٠١
البعد الخامس: القيم السياسية	٠.٩٩٢***	٠.٠٠١
البعد السادس: القيم النظرية	٠.٩٨٩***	٠.٠٠١

من جدول (٦) يتضح أن الدرجة الكلية لاستبيان النسق القيمي (القيم الاجتماعية ، القيم الاقتصادية ، القيم الجمالية ، القيم الدينية ، القيم السياسية ، القيم النظرية) بمعاملات ارتباط دالة احصائيا عند مستوي دلالة (٠.٠٠١) ومن ثم تم حساب ثبات الاستبيان من خلال حساب معامل ألفا كرونباخ والتجزئة النصفية لكل بعد من أبعاد الاستبيان وللإستبيان ككل.

جدول (٧) معاملات الثبات لاستبيان النسق القيمي

استبيان النسق القيمي	عدد العبارات	معامل ارتباط التجزئة النصفية	
		معامل ألفا كرونباخ	معادلة سبيرمان- براون
البعد الأول: القيم الاجتماعية	٢٢	٠.٩٨٤	٠.٩٨٠
البعد الثاني: القيم الاقتصادية	٢١	٠.٩٧٨	٠.٩٥٠
البعد الثالث: القيم الجمالية	٢٥	٠.٩٨٤	٠.٩٧٦
البعد الرابع: القيم الدينية	٢٦	٠.٩٨٣	٠.٩٧١
البعد الخامس: القيم السياسية	٢٢	٠.٩٨٥	٠.٩٧٣
البعد السادس: القيم النظرية	٢٨	٠.٩٨٩	٠.٩٤٨
إجمالي النسق القيمي	١٤٤	٠.٩٩٧	٠.٩٩٦

من جدول (٧) كانت قيمة معامل ألفا كرونباخ لاستبيان النسق القيمي (٠.٩٩٧) القيمة التي تدل على ثبات الاستبيان. بينما كانت قيمة معامل ارتباط التجزئة النصفية لمعادلة سبيرمان - براون (٠.٩٩٦)، وبلغت قيمة معادلة جتمان (٠.٩٩٦). وتدلل تلك القيم على ثبات الاستبيان.



جدول (٨) توزيع درجات أبعاد استبيان النسق القيمي

الأبعاد	أقل قيمة	أعلى قيمة	المدى	طول الفئة	مستويات النسق القيمي		
					سلبية	محايدة	إيجابية
القيم الاجتماعية	٢٢	٦٦	٤٤	١٥	(٣٧ : ٢٢)	(٥٣ : ٣٨)	(٦٦ : ٥٤)
القيم الاقتصادية	٢١	٦٣	٤٢	١٤	(٣٥ : ٢١)	(٥٠ : ٣٦)	(٦٣ : ٥١)
القيم الجمالية	٢٥	٧٥	٥٠	١٧	(٤٢ : ٢٥)	(٦٠ : ٤٣)	(٧٥ : ٦١)
القيم الدينية	٢٦	٧٨	٥٢	١٧	(٤٣ : ٢٦)	(٦١ : ٤٤)	(٧٨ : ٦٢)
القيم السياسية	٢٢	٦٦	٤٤	١٥	(٣٧ : ٢٢)	(٥٣ : ٣٨)	(٦٦ : ٥٤)
القيم النظرية	٢٨	٨٤	٥٦	١٩	(٤٧ : ٢٨)	(٦٧ : ٤٨)	(٨٤ : ٦٨)
إجمالي النسق القيمي	١٤٤	٤٣٢	٢٨٨	٩٦	(٢٤٠ : ١٤٤)	(٣٣٧ : ٢٤١)	(٤٣٢ : ٣٣٨)

يوضح جدول (٨) أن أعلى نسبة مشاهدة لبعد القيم الاجتماعية ٦٦ وأقل نسبة مشاهدة ٢٢ ، كما كانت أعلى نسبة مشاهدة لبعد القيم الاقتصادية ٦٣ ، وأقل نسبة مشاهدة ٢١ ، وبلغت أعلى نسبة مشاهدة لبعد القيم الجمالية ٧٥ ، وأقل نسبة مشاهدة ٢٥ ، كانت أعلى نسبة مشاهدة لبعد القيم الدينية ٧٨ ، وأقل نسبة مشاهدة ٢٦ ، وبلغت أعلى نسبة مشاهدة لبعد القيم السياسية ٦٦ وأقل نسبة مشاهدة ٢٢ ، كانت أعلى نسبة مشاهدة لبعد القيم النظرية ٨٤ ، وأقل نسبة مشاهدة ٢٨ ، في حين بلغت أعلى نسبة مشاهدة لإجمالي النسق القيمي ٤٣٢ ، وأقل نسبة مشاهدة ١٤٤ .

#### خامساً: حدود البحث:

- **حدود بشرية:** تم تطبيق أدوات البحث على أفراد العينة بطريقة صدفية غرضية، حيث أشرط في عينة البحث أن تكون من المقيدين في جامعة المنوفية والمقيمين بمحافظة المنوفية. وتم تجميع المعلومات من الشباب عينة البحث من خلال المقابلة الشخصية. وتكونت عينة البحث من (٢٣٠) شاب إلا أن بعض الاستثمارات الخاصة بالمبجوثين كانت ينقصها بعض البيانات الأولية أو لم يتم استكمال الاستجابات، لذا وصلت عينة البحث إلى (٢٠٠) من الشباب الجامعي وينتمون إلى مستويات اجتماعية واقتصادية مختلفة.
- **حدود مكانية:** تم تطبيق أدوات الدراسة في جامعة المنوفية وعلى الطلاب المنتمين لمحافظة المنوفية و تم تطبيق أدوات البحث في كليات (التربية-الاقتصاد المنزلي-التجارة-الحقوق-التمريض-الطب البيطري-الزراعة)
- **حدود زمنية:** تم تطبيق البحث خلال شهري أكتوبر ونوفمبر ٢٠١٧ .

#### سادساً: المعاملات الإحصائية المستخدمة في البحث:

تم تحليل البيانات وإجراء المعالجات الإحصائية باستخدام برنامج (Statistical Package For Social Science Program) SPSS Ver 23 لاستخراج نتائج الدراسة، واستخدمت بعض الأساليب الإحصائية لكشف العلاقة بين متغيرات الدراسة، وللتحقق من صحة فروض الدراسة، وتم حساب التكرارات والنسب المئوية والمتوسطات الحسابية والانحراف المعياري، وحساب معامل ألفا كرونباخ، ومعامل ارتباط بيرسون واختبار (T-test) واختبار (F-test) للكشف عن متغيرات الدراسة واختبار صحة الفروض.

ثانياً : وصف عينة الدراسة

فيما يلي وصف عينة الدراسة والتي تم اختيارها من مستويات اجتماعية واقتصادية مختلفة، وتم تناولها من حيث (الكلية، التخصص، السن، النوع، محل الإقامة، عدد سنوات الزواج، عدد أفراد الأسرة، سن الأم، سن الأب، عمل ربة الأسرة، مهنة الأم، مهنة الأب، المستوى التعليمي للوالدين، دخل الأسرة، المواقع الأكثر استخداماً، عدد ساعات الاستخدام اليومي)، وهو ما يوضحه جدول (٩) :

جدول (٩) التوزيع النسبي لعينة الدراسة وفقاً للخصائص الاجتماعية والاقتصادية ن=٢٠٠

النسبة المئوية	العدد	مكان السكن	النسبة المئوية	العدد	الجنس
٦٨.٥	١٣٧	ريف	٥٤.٥	١٠٩	ذكور
٣١.٥	٦٣	حضر	٤٥.٥	٩١	إناث
١٠٠.٠	٢٠٠	الإجمالي	١٠٠.٠	٢٠٠	الإجمالي
النسبة المئوية	العدد	عدد أفراد الأسرة	النسبة المئوية	العدد	عمر الشاب
٢٢.٠	٤٤	٤ أفراد فأقل	٣٧.٠	٧٤	أقل من ١٨ سنة
٧٣.٠	١٤٦	من ٥ إلى ٧ أفراد	٥١.٠	١٠٢	من ١٨ إلى أقل من ٢٠
٥.٠	١٠	٨ أفراد فأكثر	١٢.٠	٢٤	٢٠ سنة فأكثر
١٠٠.٠	٢٠٠	الإجمالي	١٠٠.٠	٢٠٠	الإجمالي
النسبة المئوية	العدد	عدد سنوات الزواج	النسبة المئوية	العدد	التخصص الدراسي
٥٠.٠	١٠٠	من ٢٠ الى أقل من ٢٥	١٩.٠	٣٨	دراسة عملية
٢٩.٥	٥٩	من ٢٥ الى أقل من ٣٠	٨١.٠	١٦٢	دراسة نظرية
٢٠.٥	٤١	٣٠ سنة فأكثر	١٠٠.٠	٢٠٠	الإجمالي
١٠٠.٠	٢٠٠	الإجمالي			
النسبة المئوية	العدد	عمر الأب	النسبة المئوية	العدد	عمر الأم
٢.٠	٤	أقل من ٤٠ سنة	٦.٥	١٣	أقل من ٤٠ سنة
١٧.٥	٣٥	من ٤٠ الى أقل من ٥٠ سنة	٤٤.٥	٨٩	من ٤٠ الى أقل من ٥٠ سنة
٨٠.٥	١٦١	٥٠ سنة فأكثر	٤٩.٠	٩٨	٥٠ سنة فأكثر
١٠٠.٠	٢٠٠	الإجمالي	١٠٠.٠	٢٠٠	الإجمالي
النسبة المئوية	العدد	كلية الطالب	النسبة المئوية	العدد	مهنة الأب
٣٥.٠	٧٠	الاقتصاد المنزلي	٦.٠	١٢	أعمال حرفية
٣٩.٠	٧٨	تجارة	٣١.٥	٦٣	أعمال إدارية
٩.٠	١٨	التربية	٣٦.٠	٧٢	أعمال مهنية
٣.٠	٦	حقوق	١٦.٠	٣٢	أعمال حرة
٥.٠	١٠	الزراعة	٢.٥	٥	متوفى
٤.٠	٨	التمريض	٨.٠	١٦	معاش
٥.٠	١٠	الطب البيطري	١٠٠.٠	٢٠٠	الإجمالي
١٠٠.٠	٢٠٠	الإجمالي			

تابع جدول (٩) التوزيع النسبي لعينه الدراسة وفقاً للخصائص الاجتماعية والاقتصادية ن = ٢٠٠

النسبة المئوية		العدد	تعليم الأب		النسبة المئوية		العدد	تعليم الأم	
١.٥	١.٥	٣	منخفض	امي	١٣.٥	١٣.٥	٢٧	منخفض	امي
٣٥.٠	٩.٠	١٨	متوسط	ملم بالقراءة والكتابة	٣٣.٥	١٠.٥	٢١	متوسط	ملم بالقراءة والكتابة
	٢٦.٠			٥٢					اتم مرحلة التعليم الأساسي (الابتدائية - الإعدادية)
٢٧.٥	١٤.٥	٢٩	فوق المتوسط	حاصل علي مؤهل متوسط "دبلوم"	١٩.٥	١٢.٥	٢٥	فوق المتوسط	حاصل علي مؤهل متوسط "دبلوم"
	١٣.٠			٢٦					اتم المرحلة الثانوية
٣٦.٠	٢٠.٠	٤٠	مرتفع	تعليم جامعي	٣٣.٥	١٦.٥	٣٣	مرتفع	تعليم جامعي
	١٦.٠			٣٢					تعليم فوق الجامعي (ماجستير - دكتوراه)
١٠٠.٠		٢٠٠	الإجمالي		١٠٠.٠		٢٠٠	الإجمالي	
النسبة المئوية		العدد	عمل الأم		النسبة المئوية		العدد	فئات الدخل المالي للأسرة	
٦٠.٥	١٢١	تعمل	٢٨.٥	٢٨.٥	٥٧	منخفض	أقل من ١٠٠٠ جنيه		
							٣٩.٥	٧٩	لا تعمل
١٠٠.٠	٢٠٠	الإجمالي	٣٧.٠	٣.٠	٦	مرتفع			
							٣٤.٠	٦٨	٦٨
١٠٠.٠		٢٠٠	الإجمالي		١٠٠.٠				
النسبة المئوية		العدد	المواقع الأكثر استخداماً		النسبة المئوية		العدد	المواقع الأكثر استخداماً	
٧.٠	١٤	فيس بوك / إنستجرام	٩.٥	٩.٥	١٩	فيس بوك	٧.٠	١٣	يوتيوب
٣.٥	٧	فيس بوك / تويتر / واتس اب	٨.٥	١٧	تويتر				
						٩.٠	١٨	فيس بوك / واتس اب / فايبر	٥.٠
٣٢.٥		٦٥	جميع المواقع السابقة		٤.٠				
١٠٠.٠		٢٠٠	الإجمالي		١٠٠.٠		٢٠٠	الإجمالي	
النسبة المئوية		العدد	عدد ساعات استخدام شبكات التواصل في اليوم		النسبة المئوية		العدد	عدد ساعات استخدام شبكات التواصل في اليوم	
١٧.٥	٣٥	أقل من ساعتين	٣٩.٥	٧٩	١٣.٠	٢٦	٣٠.٠	٦٠	أكثر من ٦ ساعات
١٠٠.٠		٢٠٠	الإجمالي		١٠٠.٠		٢٠٠	الإجمالي	

\* يوجد عدد (٥) أب متوفي

من جدول (٩) يتضح أن توزيع الشباب تبعاً للجنس: الذكور (٥٤.٥٪)، والإناث وبلغت نسبتهن (٤٥.٥٪).

وقسم الشباب عينة البحث حسب محل إقامتهم: إلى (٦٨.٥٪) من الريف ، و(٣١.٥٪) من الحضر. وتم توزيع الشباب عينة البحث تبعاً لفئات السن: كانت النسبة الأكبر من أفراد عينة الدراسة تراوحت أعمارهم ما بين ١٨ إلى أقل من ٢٠ سنة وبلغت نسبتهم ٥١.٠٪ في حين بلغت نسبة من كانت أعمارهم أقل من ١٨ سنة ٣٧.٠٪، كما بلغت نسبة من كانت أعمارهم ٢٠ سنة فأكثر ١٢.٠٪. وعن حجم الأسر التي ينتمي إليها الشباب عينة البحث: احتلت نسبة الأسر متوسطة الحجم (التي تحتوي على من ٥ إلى ٧ أفراد) المرتبة الأولى وبلغت نسبتهم ٧٣.٠٪، وبلغت نسبة الأسر صغيرة الحجم (التي تحتوي على ٤ أفراد فأقل) ٢٢.٠٪، في حين بلغت نسبة الأسر كبيرة الحجم (التي تحتوي على ٨ أفراد فأكثر) ٥.٠٪ من إجمالي العينة. أما بالنسبة لتخصص الشباب عينة البحث: فقسموا إلى (١٩.٠٪) من الشباب عينة البحث تنقسم كلياتهم بأنها كليات تطبيقية، بينما نسبة (٨١.٠٪) تنقسم كلياتهم بأنها كليات نظرية. أما عن دخل الأسرة: فتوزع الشباب عينة البحث إلى (٣٤.٥٪) ينتمون لأسر ذات مستوى دخل متوسط، تليهم الشباب من أسر ذات مستوى دخل مرتفع بنسبة (٣٧.٠٪) وأقل نسبة كانت للشباب من أسر ذات مستوى دخل منخفض بنسبة (٢٨.٥٪).

أما عن توزيع الشباب عينة البحث تبعاً لخصائص الوالدين، فكان توزيع الشباب تبعاً لعدد سنوات زواج الوالدين: نسبة أسر عينة الدراسة ممن تراوحت مدة زواجهم من ٢٠ إلى أقل من ٢٥ سنة وبلغت نسبتهم ٥٠.٠٪، وبلغت نسبة من تراوحت مدة زواجهم من ٢٥ إلى أقل من ٣٠ سنة ٢٩.٥٪، وبلغت نسبة من كانت مدة زواجهم ٣٠ سنة فأكثر ٢٠.٥٪. أما عن توزيع الشباب عينة البحث وفقاً لسن الأم والأب: اتضح أن ما يقرب من نصف أمهات وآباء عينة الدراسة كانت أعمارهم ٥٠ سنة فأكثر حيث بلغت نسبة الأمهات ٤٩.٠٪، وبلغت نسبة الآباء ٨٠.٥٪، يليهم في الترتيب من تراوحت أعمارهم ما بين (٤٠ سنة إلى أقل من ٥٠ سنة) حيث بلغت نسبة الأمهات ٤٤.٥٪، وبلغت نسبة الآباء ١٧.٥٪، في حين انخفضت نسبة أمهات وآباء عينة الدراسة ممن كانت أعمارهم أقل من ٤٠ سنة حيث بلغت نسبة الأمهات ٦.٥٪، وبلغت نسبة الآباء ٢.٠٪.

أما عن توزيع الشباب عينة البحث تبعاً للمستوى التعليمي للآباء والأمهات: كانت نسبة آباء وأمهات عينة الدراسة الحاصلين على تعليم مرتفع (٣٣.٥٪) من الآباء و(٣٦.٠٪) من الأمهات، يليهم الحاصلين على تعليم متوسط حيث بلغت نسبة الآباء ٣٣.٥٪ وبلغت نسبة الأمهات ٣٥.٠٪، كما بلغت نسبة آباء عينة الدراسة الحاصلين على تعليم فوق المتوسط ١٩.٥٪، وبلغت نسبة الأمهات ٢٧.٥٪، في حين قلت نسبة آباء وأمهات عينة الدراسة الحاصلين على تعليم منخفض حيث بلغت نسبة الآباء والأمهات على التوالي ١٣.٥٪، ١.٥٪. وعن عمل أمهات الشباب عينة البحث: اتضح أن ما يقرب من ثلثي العينة أمهاتهم عاملات وبلغت نسبتهم ٦٠.٥٪، في حين بلغت نسبة الأمهات غير العاملات ٣٩.٥٪. وعن توزيع آباء الشباب عينة البحث تبعاً لمهنتهم: (٣١.٠٪) من الآباء يمتنون أعمال إدارية، (٣٦.٠٪) يقوموا بأعمال مهنية، (٦.٠٪) يعملوا في أعمال حرفية، بينما نسبة (١٦.٠٪) لديهم أعمال حرة، وأقل فئة كانت الآباء على المعاش بنسبة (٨.٠٪).

كما تم توزيع الشباب تبعاً للمواقع الأكثر استخداماً: كانت المواقع الأكثر استخداماً لعينة الدراسة فيس بوك ، يوتيوب ، انستجرام ، تويتر ، واتس اب ، فايبر وبلغت نسبة مستخدمي هذه المواقع على التوالي ٩.٥% ، ٣.٥% ، ٦.٥% ، ٨.٥% ، ٥.٥% ، ٤.٥% ، كما اتضح أن هناك من دمج بين موقعين أو أكثر فمنهم من دمج بين (فيس بوك / انستجرام) ، (فيس بوك / يوتيوب / تويتر) ، (فيس بوك / انستجرام / واتس اب) ، (فيس بوك / واتس اب / فايبر) وبلغت نسبتهم على التوالي ٧.٥% ، ٦.٥% ، ٥.٥% ، ٣.٥% ، ٩.٥% ، في حين كانت النسبة الأكبر من عينة الدراسة ممن يستخدمون جميع المواقع السابق ذكرها معاً وبلغت نسبتهم ٣٢.٥%، وعن عدد ساعات استخدامهم لشبكات التواصل: بلغت نسبة ٣٩.٥% من عينة الدراسة عدد ساعات استخدامهم لشبكات التواصل في اليوم من ٢ - ٤ ساعات ، كما بلغت نسبة ٣٠.٥% من عينة الدراسة عدد ساعات استخدامهم لشبكات التواصل في اليوم أكثر من ٦ ساعات ، وبلغت نسبة ١٧.٥% من عينة الدراسة عدد ساعات استخدامهم لشبكات التواصل في اليوم أقل من ساعتين ، ١٣.٥% من عينة الدراسة عدد ساعات استخدامهم لشبكات التواصل في اليوم من ٤ - ٦ ساعات .

ثانياً: النتائج الوصفية:

#### ١. مستويات دوافع استخدام شبكات التواصل

جدول (١٠) التوزيع والوزن النسبي لعينة الدراسة وفقاً لدوافع استخدام شبكات التواصل الاجتماعي ن=٢٠٠

الترتيب	النسبة المئوية	الوزن النسبي	النسبة المئوية	العدد	الدرجة	المستويات	الأبعاد
الثاني	٢٦.٥	٦٨.٨	٣٩.٥	٧٨	(١٢ : ٢٠)	دوافع سلبية	الدوافع النفسية والاجتماعية
			٣٩.٥	٧٩	(٢١ : ٢٩)	دوافع محايدة	
			٢١.٥	٤٣	(٣٠ : ٣٦)	دوافع إيجابية	
			١٠٠.٥	٢٠٠	الإجمالي		
الرابع	٢٣.١	٦١.٤	٥٠.٥	١٠٠	(١٢ : ٢٠)	دوافع سلبية	الدوافع الأكاديمية
			٣٥.٥	٧٠	(٢١ : ٢٩)	دوافع محايدة	
			١٥.٥	٣٠	(٣٠ : ٣٦)	دوافع إيجابية	
			١٠٠.٥	٢٠٠	الإجمالي		
الثالث	٢٣.٥	٦٢.٣	١٢.٥	٢٤	(١٠ : ١٧)	دوافع سلبية	الدوافع السياسية
			٤١.٥	٨٢	(١٨ : ٢٥)	دوافع محايدة	
			٤٧.٥	٩٤	(٢٦ : ٣٠)	دوافع إيجابية	
			١٠٠.٥	٢٠٠	الإجمالي		
الأول	٢٧.٤	٧٢.٨	١٤.٥	٢٨	(٦ : ١٠)	دوافع سلبية	الدوافع الاقتصادية
			٣٥.٥	٧٠	(١١ : ١٥)	دوافع محايدة	
			٥١.٥	١٠٢	(١٦ : ١٨)	دوافع إيجابية	
			١٠٠.٥	٢٠٠	الإجمالي		
١٠٠.٥	٢٦٥.٣		٣٩.٥	٧٨	(٤٠ : ٦٧)	دوافع سلبية	إجمالي الدوافع
			٤١.٥	٨٣	(٦٨ : ٩٥)	دوافع محايدة	
			١٩.٥	٣٩	(٩٦ : ١٢٠)	دوافع إيجابية	
			١٠٠.٥	٢٠٠	الإجمالي		

يوضح جدول (١٠) أن ما يقرب من نصف عينة الدراسة لديهم دوافع محايدة نحو استخدام شبكات التواصل الاجتماعي وبلغت نسبتهم ٤١.٥% يليها أصحاب الدوافع السلبية وبلغت نسبتهم ٣٩.٠% ، وبلغت نسبة أصحاب الدوافع الإيجابية ١٩.٥% ، كما احتلت الدوافع الاقتصادية المرتبة الأولى بوزن نسبي ٧٢.٨% بنسبة ٢٧.٤% ، واحتلت الدوافع النفسية والاجتماعية المرتبة الثانية بوزن نسبي ٦٨.٨% بنسبة ٢٦.٠% ، كذلك احتلت الدوافع السياسية المرتبة الثالثة بوزن نسبي ٦٢.٣% بنسبة ٢٣.٥% ، واحتلت الدوافع الأكاديمية المرتبة الرابعة بوزن نسبي ٦١.٤% بنسبة ٢٣.١% ، بينما أشارت نتائج دراسة **أمجد جمعة (٢٠١٣)** إلى أن الدوافع الأكاديمية كانت السبب الرئيسي استخدام الشباب لشبكات التواصل الاجتماعي حيث حصلت على المرتبة الأولى بنسبة ٧٣.٨% يليها الدوافع النفسية والاجتماعية في المرتبة الثانية بنسبة ٧٠.٢% ، وحلت الدوافع السياسية في المرتبة الثالثة بنسبة ٦٨.٧% وكانت الدوافع الاقتصادية في المرتبة الأخيرة ٦٣.٩%.

#### ٢. مستويات النسق القيمي للشباب الجامعي

جدول (١١) التوزيع والوزن النسبي لعينة الدراسة وفقاً لاستبيان النسق القيمي ن=٢٠٠

الترتيب	النسبة المئوية	الوزن النسبي	النسبة المئوية	العدد	الدرجة	المستويات	الابعاد
الثالث	١٦.٦١	٦٧.٦	٤.٠	٨	(٣٧ : ٢٢)	قيم سلبية	القيم الاجتماعية
			٤٥.٥	٩١	(٥٣ : ٣٨)	قيم محايدة	
			٥٠.٥	١٠١	(١٦ : ٥٤)	قيم إيجابية	
			١٠٠.٠	٢٠٠	الاجمالي		
الرابع	١٦.٥٤	٦٧.٣	١٠.٠	٢٠	(٣٥ : ٢١)	قيم سلبية	القيم الاقتصادية
			٤٣.٠	٨٦	(٥٠ : ٣٦)	قيم محايدة	
			٤٧.٠	٩٤	(١٣ : ٥١)	قيم إيجابية	
			١٠٠.٠	٢٠٠	الاجمالي		
الخامس	١٦.٤٩	٦٧.١	٧.٠	١٤	(٤٢ : ٢٥)	قيم سلبية	القيم الجمالية
			٥٠.٠	١٠٠	(١٠ : ٤٣)	قيم محايدة	
			٤٣.٠	٨٦	(٧٥ : ٦١)	قيم إيجابية	
			١٠٠.٠	٢٠٠	الاجمالي		
الثاني	١٦.٧٦	٦٨.٢	١٠.٥	٢١	(٤٣ : ٢١)	قيم سلبية	القيم الدينية
			٤٨.٠	٩٦	(٦١ : ٤٤)	قيم محايدة	
			٤١.٥	٨٣	(٧٨ : ٦٢)	قيم إيجابية	
			١٠٠.٠	٢٠٠	الاجمالي		
الاول	١٧.٠٠	٦٩.٢	١٥.٠	٣٠	(٣٧ : ٢٢)	قيم سلبية	القيم السياسية
			٣٨.٠	٧٦	(٥٣ : ٣٨)	قيم محايدة	
			٤٧.٠	٩٤	(١٦ : ٥٤)	قيم إيجابية	
			١٠٠.٠	٢٠٠	الاجمالي		
الثالث	١٦.٦١	٦٧.٦	٢.٠	٤٠	(٤٧ : ٢٨)	قيم سلبية	القيم النظرية
			٤٤.٠	٨٨	(١٧ : ٤٨)	قيم محايدة	
			٣٦.٠	٧٢	(٨٤ : ٦٨)	قيم إيجابية	
			١٠٠.٠	٢٠٠	الاجمالي		
١٠٠.٠	٤٠٧.٠	١٠.٠	٢٠	(١٤٤ : ٢٤٠)	قيم سلبية	القيم النسق أقيمي	
		٤٨.٠	٩٦	(٢٤١ : ٣٣٧)	قيم محايدة		
		٤٢.٠	٨٤	(٣٣٨ : ٤٣٢)	قيم إيجابية		
		١٠٠.٠	٢٠٠	الاجمالي			

يوضح جدول (١١) أن ما يقرب من نصف عينة الدراسة لديهم قيم محايدة وبلغت نسبتهم ٤٨.٠٪ يليهم أصحاب القيم الإيجابية وبلغت نسبتهم ٤٢.٠٪ ، وبلغت نسبة أصحاب القيم السلبية ١٠.٠٪ ، وقد احتلت القيم السياسية المرتبة الأولى بوزن نسبي ٦٩.٢ بنسبة ١٧.٠٠٪ ، تليها في الترتيب القيم الدينية حيث احتلت المرتبة الثانية بوزن نسبي ٦٨.٢ بنسبة ١٦.٧٦٪ ، واحتلت المرتبة الثالثة القيم الاجتماعية بوزن نسبي ٦٧.٦ بنسبة ١٦.٦١٪ ، في حين احتلت القيم الاقتصادية المرتبة الرابعة بوزن نسبي ٦٧.٣ بنسبة ١٦.٥٤٪ ، واحتلت القيم الجمالية المرتبة الخامسة بوزن نسبي ٦٧.١ بنسبة ١٦.٤٩٪ ، حيث أشارت دراسة **ماجد علي وعبدالمطلب محمد (٢٠٠٦)** أن القيمة الدينية قد تصدرت السلم القيمي للشباب، بينما القيمة الاجتماعية أتت في المرتبة الثانية في ترتيب القيم والقيمة الاقتصادية في المرتبة الثالثة تليها القيمة العلمية ثم القيمة المظهرية والجمالية في المرتبة الأخيرة.

رابعاً : النتائج في ضوء الفروض

النتائج في ضوء الفرض الأول :

ينص الفرض الأول على أنه " توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين المتغيرات الاجتماعية والاقتصادية للدراسة ودوافع استخدام شبكات التواصل الاجتماعي بأبعاده الأربعة"

وللتحقق من صحة الفرض إحصائياً تم حساب معاملات ارتباط بيرسون بين المتغيرات الخاصة بالدراسة المتمثلة في المتغيرات الاجتماعية والاقتصادية للدراسة (عمر الطالب ، عدد سنوات الزواج ، عدد أفراد الأسرة ، عمر الأم ، عمر الأب ، المستوى التعليمي للأب والأم ، فئات الدخل المالي للأسرة ، عدد ساعات استخدام شبكات التواصل في اليوم) ودوافع استخدام شبكات التواصل الاجتماعي بأبعاده الأربعة (الدوافع النفسية والاجتماعية ، الدوافع الأكاديمية ، الدوافع السياسية ، الدوافع الاقتصادية) ويوضح ذلك جدول (١٢):

جدول (١٢) معاملات ارتباط بيرسون بين بعض المتغيرات الاجتماعية والاقتصادية للدراسة ودوافع استخدام شبكات التواصل الاجتماعي بأبعاده الأربعة

المتغيرات	الدوافع النفسية والاجتماعية	الدوافع الأكاديمية	الدوافع السياسية	الدوافع الاقتصادية	إجمالي الدوافع
عمر الطالب	**٠.٢١	٠.١٠	٠.١١	٠.١٣	*٠.١٦
عدد سنوات الزواج	٠.٠١-	٠.٠٣	٠.٠٢	٠.٠١-	٠.٠١
عدد أفراد الأسرة	٠.١٢-	*٠.١٣-	٠.٠٣-	٠.٠٧-	٠.١١-
عمر الأم	٠.١٣	٠.١٠	٠.١٠	٠.١١	٠.١٢
عمر الأب	٠.٠٤	٠.٠١-	٠.٠٥	٠.٠٣	٠.٠٣
مستوى تعليم الأب	***٠.٥٤	***٠.٦٩	***٠.٥٧	***٠.٥٢	***٠.٦٧
مستوى تعليم الأم	***٠.٤٦	***٠.٦٣	***٠.٥٤	***٠.٤٨	***٠.٦١
فئات الدخل المالي	***٠.٥٤	***٠.٧٦	***٠.٦٧	***٠.٥٨	***٠.٧٣
عدد ساعات استخدام شبكات التواصل	**٠.٢٠-	*٠.١٨-	*٠.١٤-	*٠.١٥-	**٠.٢٠-

يتضح من جدول (١٢) ما يلي :

- توجد علاقة ارتباطية موجبة دالة احصائياً عند ٠.٠٠١ ، ٠.٠١ بين الدوافع النفسية والاجتماعية وكل من عمر الطالب ، المستوى التعليمي للأب والأم ، فئات الدخل المالي للأسرة ، سالية دالة احصائياً عند ٠.٠١ بين الدوافع النفسية والاجتماعية وعدد ساعات استخدام شبكات التواصل في اليوم ، بينما لا توجد علاقة ارتباطية دالة احصائياً بين الدوافع النفسية والاجتماعية وكل من عدد سنوات الزواج ، عدد أفراد الأسرة ، عمر الأم والأب.
- كما وجدت علاقة ارتباطية موجبة دالة احصائياً عند ٠.٠٠١ بين الدوافع الأكاديمية وكل من المستوى التعليمي للأب والأم ، فئات الدخل المالي للأسرة ، سالية دالة احصائياً عند ٠.٠٥ بين الدوافع الأكاديمية وكل من عدد أفراد الأسرة وعدد ساعات استخدام شبكات التواصل في اليوم ، بينما لا توجد علاقة ارتباطية دالة احصائياً بين الدوافع الأكاديمية وكل من عمر الطالب ، عدد سنوات الزواج ، عمر الأم والأب .
- وجود علاقة ارتباطية موجبة دالة احصائياً عند ٠.٠٠١ بين الدوافع السياسية وكل من المستوى التعليمي للأب والأم ، فئات الدخل المالي للأسرة ، سالية دالة احصائياً عند ٠.٠٥ بين الدوافع السياسية وعدد ساعات استخدام شبكات التواصل في اليوم ، بينما لا توجد علاقة ارتباطية دالة احصائياً بين الدوافع السياسية وكل من عمر الطالب ، عدد سنوات الزواج ، عدد أفراد الأسرة ، عمر الأم والأب .
- وجدت علاقة ارتباطية موجبة دالة احصائياً عند ٠.٠٠١ بين الدوافع الاقتصادية وكل من المستوى التعليمي للأب والأم ، فئات الدخل المالي للأسرة ، سالية دالة احصائياً عند ٠.٠٥ بين الدوافع الاقتصادية وعدد ساعات استخدام شبكات التواصل في اليوم ، بينما لا توجد علاقة ارتباطية دالة احصائياً بين الدوافع الاقتصادية وكل من عمر الطالب ، عدد سنوات الزواج ، عدد أفراد الأسرة ، عمر الأم والأب .
- كما توجد علاقة ارتباطية موجبة دالة احصائياً عند ٠.٠٠١ ، ٠.٠٥ بين إجمالي دوافع استخدام شبكات التواصل الاجتماعي وكل من عمر الطالب ، المستوى التعليمي للأب والأم ، فئات الدخل المالي للأسرة ، سالية دالة احصائياً عند ٠.٠٥ بين إجمالي دوافع استخدام شبكات التواصل الاجتماعي وعدد ساعات استخدام شبكات التواصل في اليوم ، بينما لا توجد علاقة ارتباطية دالة احصائياً بين إجمالي دوافع استخدام شبكات التواصل الاجتماعي وكل من عدد سنوات الزواج ، عدد أفراد الأسرة ، عمر الأم والأب، حيث أشارت دراسة **علاخواجه (٢٠٠٥)** أن استخدام الشباب لشبكات التواصل الاجتماعي لا يرتبط بالمستوى الاجتماعي والإقتصادي لأسرهم ومتغيراته، وأكدت دراسة **هبة الله شعيب(٢٠١٣)** أنه لا توجد علاقة بين عدد أفراد الأسرة وتعليم الأب والأم مع استخدام الشباب للانترنت كوسيلة للتواصل.
- **مما سبق يتضح وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين بعض المتغيرات الاجتماعية والاقتصادية للدراسة ودوافع استخدام شبكات التواصل الاجتماعي بأبعاده الأربعة . وبالتالي تتحقق صحة الفرض الأول جزئياً .**



النتائج في ضوء الفرض الثاني :

ينص الفرض الثاني على أنه " توجد علاقة إرتباطية دالة إحصائياً بين المتغيرات الاجتماعية والاقتصادية للدراسة والنسق القيمي بأبعاده الستة"

وللتحقق من صحة الفرض إحصائياً تم حساب معاملات ارتباط بيرسون بين المتغيرات الخاصة بالدراسة المتمثلة في المتغيرات الاجتماعية والاقتصادية للدراسة (عمر الطالب ، عدد سنوات الزواج ، عدد أفراد الأسرة ، عمر الأم ، عمر الأب ، المستوى التعليمي للأب والأم ، فئات الدخل المالي للأسرة ، عدد ساعات استخدام شبكات التواصل في اليوم) والنسق القيمي بأبعاده الستة (القيم الاجتماعية ، القيم الاقتصادية ، القيم الجمالية ، القيم الدينية ، القيم السياسية ، القيم النظرية) ويوضح ذلك جدول (١٣):

جدول (١٣) معاملات ارتباط بيرسون بين بعض المتغيرات الاجتماعية والاقتصادية للدراسة و النسق القيمي بأبعاده الستة

المتغيرات	القيم الاجتماعية	القيم الاقتصادية	القيم الجمالية	القيم الدينية	القيم السياسية	القيم النظرية	إجمالي النسق القيمي
عمر الطالب	**٠.١٩	**٠.٢١	*٠.١٧	*٠.٢٠	*٠.١٦	*٠.١٥	*٠.١٤
عدد سنوات الزواج	٠.٠٤-	٠.٠٣-	٠.٠٦-	٠.٠٣-	٠.٠٢-	٠.٠١-	٠.٠٥-
عدد أفراد الأسرة	٠.٠٧-	٠.٠٨-	٠.٠٧-	٠.٠٦-	٠.٠٩-	٠.٠٥-	٠.٠٧-
عمر الأم	٠.١٢	*٠.١٤	*٠.١٤	*٠.١٤	*٠.١٤	*٠.١٥	*٠.١٤
عمر الأب	٠.٠٤	٠.٠٨	٠.٠٧	٠.٠٨	٠.٠٧	٠.٠٧	٠.٠٧
مستوى تعليم الأب	***٠.٤٢	***٠.٤٨	***٠.٤٢	***٠.٤٥	***٠.٤٦	***٠.٤٩	***٠.٤٦
مستوى تعليم الأم	***٠.٣٩	***٠.٤٣	***٠.٣٨	***٠.٤٠	***٠.٤٠	***٠.٤٢	***٠.٤١
فئات الدخل المالي	***٠.٥٤	***٠.٦١	***٠.٥٦	***٠.٥٩	***٠.٦٠	***٠.٦٠	***٠.٥٩
عدد ساعات استخدام شبكات التواصل	٠.٠٨-	٠.١١-	٠.٠٥-	٠.٠٧-	٠.٠٧-	٠.١٠-	٠.٠٨-

يتضح من جدول (١٣) ما يلي :

- وجدت علاقة ارتباطية موجبة دالة إحصائياً عند ٠.٠٠١ ، ٠.٠١ بين القيم الاجتماعية وكل من عمر الطالب ومستوى تعليم الأب والأم وفئات الدخل المالي للأسرة ، بينما لا توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين القيم الاجتماعية وكل من عدد سنوات الزواج

وعدد أفراد الأسرة وعمر الأم وعمر الأب وعدد ساعات استخدام شبكات التواصل الاجتماعي .

• وجدت علاقة ارتباطية موجبة دالة احصائياً عند ٠.٠٠١ ، ٠.٠١ ، ٠.٠٥ بين القيم الاقتصادية وكل من عمر الطالب وعمر الأم ومستوى تعليم الأب والأم وفئات الدخل المالي للأسرة ، بينما لا توجد علاقة ارتباطية دالة احصائياً بين القيم الاقتصادية وكل من عدد سنوات الزواج وعدد أفراد الأسرة وعمر الأب وعدد ساعات استخدام شبكات التواصل الاجتماعي .

• كما توجد علاقة ارتباطية موجبة دالة احصائياً عند ٠.٠٠١ ، ٠.٠٥ بين القيم الجمالية وكل من عمر الطالب وعمر الأم ومستوى تعليم الأب والأم وفئات الدخل المالي للأسرة ، بينما لا توجد علاقة ارتباطية دالة احصائياً بين القيم الجمالية وكل من عدد سنوات الزواج وعدد أفراد الأسرة وعمر الأب وعدد ساعات استخدام شبكات التواصل الاجتماعي .

• كما وجدت علاقة ارتباطية موجبة دالة احصائياً عند ٠.٠٠١ ، ٠.٠٥ بين القيم الدينية وكل من عمر الطالب وعمر الأم ومستوى تعليم الأب والأم وفئات الدخل المالي للأسرة ، بينما لا توجد علاقة ارتباطية دالة احصائياً بين القيم الدينية وكل من عدد سنوات الزواج وعدد أفراد الأسرة وعمر الأب وعدد ساعات استخدام شبكات التواصل الاجتماعي .

• وجدت علاقة ارتباطية موجبة دالة احصائياً عند ٠.٠٠١ ، ٠.٠٥ بين القيم السياسية وكل من عمر الطالب وعمر الأم ومستوى تعليم الأب والأم وفئات الدخل المالي للأسرة ، بينما لا توجد علاقة ارتباطية دالة احصائياً بين القيم السياسية وكل من عدد سنوات الزواج وعدد أفراد الأسرة وعمر الأب وعدد ساعات استخدام شبكات التواصل الاجتماعي .

• وجدت علاقة ارتباطية موجبة دالة احصائياً عند ٠.٠٠١ ، ٠.٠٥ بين القيم النظرية وكل من عمر الطالب وعمر الأم ومستوى تعليم الأب والأم وفئات الدخل المالي للأسرة ، بينما لا توجد علاقة ارتباطية دالة احصائياً بين القيم النظرية وكل من عدد سنوات الزواج وعدد أفراد الأسرة وعمر الأب وعدد ساعات استخدام شبكات التواصل الاجتماعي .

• كما وجدت علاقة ارتباطية موجبة دالة احصائياً عند ٠.٠٠١ ، ٠.٠٥ بين إجمالي النسق القيمي وكل من عمر الطالب وعمر الأم ومستوى تعليم الأب والأم وفئات الدخل المالي للأسرة ، بينما لا توجد علاقة ارتباطية دالة احصائياً بين إجمالي النسق القيمي وكل من عدد سنوات الزواج وعدد أفراد الأسرة وعمر الأب وعدد ساعات استخدام شبكات التواصل الاجتماعي .

لم يعد يخفى على أحد التراجع القيمي الكبير الذي ضرب المجتمعات خلال السنوات الأخيرة في كثير من سلوكيات وقيم أفرادها، وذلك بسبب عوامل كثيرة تسببت بشكل مباشر أو غير مباشر في هذا التراجع الملحوظ ، ومن أهم هذه العوامل انشغال الأسرة عن الدور المنوط بها في تربية أولادها ومتابعة أحوالهم نتيجة ضغوط الحياة والسعي لتحسين الدخل لتوفير الحد

الأدنى من متطلبات أفراد الأسرة المالية، ففي زماننا نادرًا ما تجتمع الأسرة بجميع أفرادها معًا على مائدة طعام أو شاشة تلفاز لمشاهدة شيء هادف ولو مرة واحدة في اليوم، ويضمن أولياء الأمور على أحوال أبنائهم الدراسية والعملية، ويقفون على المشكلات التي يتعرضون لها في حياتهم ويتشاورون في حلها، مع حرص الآباء والأمهات على غرس القيم النبيلة والأخلاق الكريمة في نفوس أبنائهم، مما سبق يتضح:

وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين بعض المتغيرات الاجتماعية والاقتصادية للدراسة واستبيان النسق القيمي بأبعاده الستة. وبالتالي تتحقق صحة الفرض الثاني جزئياً. النتائج في ضوء الفرض الثالث:

ينص الفرض الثالث على أنه " توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين دوافع استخدام شبكات التواصل الاجتماعي بأبعاده الأربعة والنسق القيمي بأبعاده الستة"

وللتحقق من صحة الفرض إحصائياً تم حساب معاملات ارتباط بيرسون بين المتغيرات الخاصة بالدراسة المتمثلة في دوافع استخدام شبكات التواصل الاجتماعي بأبعاده الأربعة (الدوافع النفسية والاجتماعية، الدوافع الأكاديمية، الدوافع السياسية، الدوافع الاقتصادية) والنسق القيمي بأبعاده الستة (القيم الاجتماعية، القيم الاقتصادية، القيم الجمالية، القيم الدينية، القيم السياسية، القيم النظرية) ويوضح ذلك جدول (١٤):

جدول (١٤) معاملات ارتباط بيرسون بين دوافع استخدام شبكات التواصل الاجتماعي بأبعاده الأربعة والنسق القيمي بأبعاده الستة

المتغيرات	الدوافع النفسية والاجتماعية	الدوافع الأكاديمية	الدوافع السياسية	الدوافع الاقتصادية	إجمالي الدوافع
القيم الاجتماعية	***.٨٩	***.٧٥	***.٧٣	***.٥٢	***.٨٦
القيم الاقتصادية	***.٩٢	***.٧٦	***.٧٣	***.٥٣	***.٨٧
القيم الجمالية	***.٩٢	***.٧٨	***.٧٦	***.٥٤	***.٨٩
القيم الدينية	***.٩١	***.٧٨	***.٧٣	***.٥٤	***.٨٨
القيم السياسية	***.٨٩	***.٧٨	***.٧٢	***.٥٢	***.٨٧
القيم النظرية	***.٨٨	***.٧٦	***.٧٠	***.٥٠	***.٨٥
إجمالي النسق القيمي	***.٩١	***.٧٨	***.٧٤	***.٥٣	***.٨٨

يتضح من جدول (١٤) ما يلي:

- توجد علاقة ارتباطية موجبة دالة إحصائياً عند ٠.٠٠١ بين الدوافع النفسية والاجتماعية وكل من (القيم الاجتماعية، القيم الاقتصادية، القيم الجمالية، القيم الدينية، القيم السياسية، القيم النظرية، إجمالي النسق القيمي).
- توجد علاقة ارتباطية موجبة دالة إحصائياً عند ٠.٠٠١ بين الدوافع الأكاديمية وكل من (القيم الاجتماعية، القيم الاقتصادية، القيم الجمالية، القيم الدينية، القيم السياسية، القيم النظرية، إجمالي النسق القيمي).

- وجدت علاقة ارتباطية موجبة دالة احصائياً عند ٠.٠٠١ بين الدوافع السياسية وكل من (القيم الاجتماعية ، القيم الاقتصادية ، القيم الجمالية ، القيم الدينية ، القيم السياسية ، القيم النظرية ، إجمالي النسق القيمي).
  - وجدت علاقة ارتباطية موجبة دالة احصائياً عند ٠.٠٠١ بين الدوافع الاقتصادية وكل من (القيم الاجتماعية ، القيم الاقتصادية ، القيم الجمالية ، القيم الدينية ، القيم السياسية ، القيم النظرية ، إجمالي النسق القيمي).
  - كما وجدت علاقة ارتباطية موجبة دالة احصائياً عند ٠.٠٠١ بين إجمالي دوافع استخدام شبكات التواصل الاجتماعي وكل من (القيم الاجتماعية ، القيم الاقتصادية ، القيم الجمالية ، القيم الدينية ، القيم السياسية ، القيم النظرية ، إجمالي النسق القيمي).
- فالشباب هم أكثر فئات المجتمع تلقياً واستخداماً لشبكة الانترنت بكافة ملحقاتها من برامج وشبكات نواصل اجتماعي، ويرجع ذلك لأن شبكة الانترنت توفر إمكانات وخدمات اتصالية تشبع حاجاتهم النفسية والاجتماعية وتمكنهم، من بناء علاقات اتصالية مع من يرغبون، وتجعلهم يثبتون فيها ذاتهم وتمنحهم الاحساس بالراحة والمتعة وتتفق نتائج هذه الدراسة مع دراسة نايف محمد (٢٠١٤) الذي أكد على التأثير الإيجابي لشبكات التواصل الاجتماعي مثل تنمية المواهب وابرازها ووجود مساحة من التعبير عن الرأي بأعلى درجة من الموافقة مقابل أقل درجة من الموافقة على تأثير استخدامها في إضعاف العلاقات الاجتماعية والتسبب في ضياع الوقت والعزلة النفسية، وأضافت دراسة حنان السعيد، عانشة ضيف (٢٠١٥) أن استخدام شبكات التواصل الاجتماعي يساعد على تكوين علاقات اجتماعية كما يكسبهم قيم ثقافية بينما يؤثر على الجانب المادي ويحثهم على الإسراف والتبذير. مما سبق ينضح : وجود علاقة ارتباطية موجبة دالة احصائياً عند ٠.٠٠١ بين استبيان دوافع استخدام شبكات التواصل الاجتماعي بأبعاده الأربعة واستبيان النسق القيمي بأبعاده الستة . وبالتالي تتحقق صحة الفرض الثالث كليا.

#### النتائج في ضوء الفرض الرابع :

ينص الفرض الرابع على أنه " توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الشباب الجامعي في كل من دوافع استخدام شبكات التواصل الاجتماعي بأبعاده الأربعة و النسق القيمي بأبعاده الستة تبعا للجنس"

وللتحقق من صحة هذا الفرض احصائيا تم ايجاد قيمة (ت) للوقوف على دلالة الفروق بين متوسطات درجات أفراد العينة من الشباب الجامعي الذكور والإناث في دوافع استخدام شبكات التواصل الاجتماعي بأبعاده الأربعة (الدوافع النفسية والاجتماعية ، الدوافع الأكاديمية ، الدوافع السياسية ، الدوافع الاقتصادية) و النسق القيمي بأبعاده الستة (القيم الاجتماعية ، القيم الاقتصادية ، القيم الجمالية ، القيم الدينية ، القيم السياسية ، القيم النظرية) ويوضح ذلك جدول (١٥) ، (١٦):

جدول (١٥) دلالة الفروق بين الشباب الجامعي في دوافع استخدام شبكات التواصل الاجتماعي بأبعاده الأربعة تبعاً للجنس

مستوى الدلالة	قيمة ت	الفروق بين المتوسطات	الأنات ن = ٩١		الذكور ن = ١٠٩		البيان البعء
			المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	
٠.٠٠١ دالة عند ٠.٠٠١	٣.٢٥-	٣.٧٣-	٧.٩٠	٢٦.٨٠	٨.٢٣	٢٣.٠٦	الدوافع النفسية والاجتماعية
٠.٠٠٠١ دالة عند ٠.٠٠١	٤.٧٠-	٥.٥١-	٨.٥٠	٢٥.٠٩	٨.٠٤	١٩.٥٨	الدوافع الأكاديمية
٠.٠٠٠١ دالة عند ٠.٠٠١	٤.٢٧-	٣.٤٨-	٥.٣٣	٢٠.٥٨	٦.٠٦	١٧.١٠	الدوافع السياسية
٠.٠٣٤ دالة عند ٠.٠٥	٢.١٤-	١.٣٧-	٤.٤٠	١٣.٨٥	٤.٥٩	١٢.٤٨	الدوافع الاقتصادية
٠.٠٠٠١ دالة عند ٠.٠٠١	٤.٣٠-	١٤.١٠-	٢٣.٦٣	٨٦.٣٤	٢٢.٦٢	٧٢.٢٣	إجمالي دوافع استخدام شبكات التواصل

يتضح من جدول (١٥) وجود فروق دالة إحصائياً بين الشباب الذكور والإناث في كل من (الدوافع النفسية والاجتماعية ، الدوافع الأكاديمية ، الدوافع السياسية ، الدوافع الاقتصادية ، إجمالي دوافع استخدام شبكات التواصل) حيث بلغت قيمة (ت) على التوالي -٣.٢٥ ، -٤.٧٠ ، -٤.٢٧ ، -٢.١٤ ، وهي قيم دالة إحصائياً عند ٠.٠٠١ ، ٠.٠٥ لصالح الإناث. حيث أشارت دراسة **مريم نومار (٢٠١٢)** أن هناك اختلافاً في دوافع استخدام شبكات التواصل الاجتماعي بين الإناث والذكور حيث أن التواصل مع الأهل والأصدقاء يتصدر دوافع الاستخدام عند الإناث أما عند الذكور فكانت الدوافع الأكاديمية تحتل المرتبة الأولى، ودراسة **علاء الدين خليفه (٢٠١٤)** تبين من نتائجها وجود فروق ذات دلالة إحصائية علي متغيرات النوع بالنسبة للدوافع النفسية والاجتماعية لصالح الإناث، بينما اختلفت نتائج دراسة **أمجد جمعه (٢٠١٣)** التي أكدت عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في دوافع الاستخدام لشبكات التواصل الاجتماعي تبعاً لمتغير الجنس ماعدا الدوافع السياسية لصالح الذكور.

جدول (١٦) دلالة الفروق بين الشباب الجامعي في استبيان النسق القيمي بأبعاده الستة تبعا للجنس

البيان البعد	الذكور ن = ١٠٩		الإناث ن = ٩١		الفروق بين المتوسطات	قيمة ت	مستوى الدلالة
	المتوسط الإنحراف المعياري	المتوسط الإنحراف المعياري	المتوسط الإنحراف المعياري	المتوسط الإنحراف المعياري			
القيم الاجتماعية	٤٠.٥٩	١٦.٥٦	٤٩.٧٢	١٥.٤٦	٩.١٢-	٣.٩٩-	٠.٠٠٠١ دالة عند ٠.٠٠١
القيم الاقتصادية	٣٨.١٠	١٤.٦٤	٤٧.٤٠	١٤.٦٦	٩.٣٠-	٤.٤٧-	٠.٠٠٠١ دالة عند ٠.٠٠١
القيم الجمالية	٤٦.٩٢	١٨.٤٤	٥٦.٦٧	١٧.٩١	٩.٧٤-	٣.٧٦-	٠.٠٠٠١ دالة عند ٠.٠٠١
القيم الدينية	٤٨.٣٠	١٨.٥٧	٥٨.٩٨	١٨.٧٤	١٠.٦٨-	٤.٠٣-	٠.٠٠٠١ دالة عند ٠.٠٠١
القيم السياسية	٤١.٢٨	١٦.٤٨	٥٠.٨٢	١٦.٨١	٩.٥٣-	٤.٠١-	٠.٠٠٠١ دالة عند ٠.٠٠١
القيم النظرية	٥١.٥٨	٢١.١١	٦٤.٧٢	٢١.٨٢	١٣.١٣-	٤.٣١-	٠.٠٠٠١ دالة عند ٠.٠٠١
إجمالي النسق القيمي	٢٦٦.٧٩	١٠٣.٦٧	٣٢٨.٣٤	١٠٥.٢٠	٦١.٥٤-	٤.١٥-	٠.٠٠٠١ دالة عند ٠.٠٠١

يتضح من جدول (١٦) وجود فروق دالة إحصائياً بين الذكور والإناث في كل من (القيم الاجتماعية ، القيم الاقتصادية ، القيم الجمالية ، القيم الدينية ، القيم السياسية ، القيم النظرية ، إجمالي النسق القيمي) حيث بلغت قيمة (ت) على التوالي -٣.٩٩ ، -٤.٤٧ ، -٣.٧٦ ، -٤.٠٣ ، -٤.٠١ ، -٤.٣١ ، -٤.١٥ وهي قيم دالة إحصائياً عند ٠.٠٠١ لصالح الإناث.

إن الأنثى بطبيعتها أكثر هدوءاً من الذكر، كما إن الضوابط الاجتماعية التي تمنع الأنثى من القيام بأنشطة خارجية مثل الخروج مع الأصدقاء ، والسهر وغيرها من الأنشطة يجعل لديها أوقات فراغ أكثر من الذكر، مما يشجعها في أن تستغلها في إثبات وجودها وممارسة هواياتها لتحقيق نجاحات أكبر لتصبح أكثر تميزاً وتتفق مع هذه النتائج دراسة **جمانه حمزه (٢٠١٤)** التي أشارت إلى وجود علاقة بين متغير الجنس وسلوكيات وقيم الطلبة لصالح الإناث، ودراسة **فريال حمود (٢٠١١)** التي أشارت إلى أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية في منظومة القيم الاجتماعية حسب متغير الجنس لصالح الإناث في قيم المبادرة الفردية، والنظام

والانضباط، وآداب الحديث، والصداقة، بينما أظهرت نتائج دراسة بدر العتيبي (٢٠٠٦) فروق ذات دلالة إحصائية بين الذكور والإناث في النسق القيمي لصالح الذكور، مما سبق يتضح وجود فروق دالة إحصائية عند ٠.٠٠١ بين الذكور والإناث في كل من دوافع استخدام شبكات التواصل الاجتماعي بأبعاده الأربعة والنسق القيمي بأبعاده الستة لصالح الأبناء الإناث . وبالتالي تتحقق صحة الفرض الرابع كليا.

والنتائج في ضوء الفرض الخامس :

ينص الفرض الخامس على أنه " توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الشباب الجامعي في كل من دوافع استخدام شبكات التواصل الاجتماعي بأبعاده الأربعة و النسق القيمي بأبعاده الستة تبعا لمكان السكن"

وللتحقق من صحة هذا الفرض احصائيا تم ايجاد قيمة (ت) للوقوف على دلالة الفروق بين متوسطات درجات أفراد العينة من أبناء الريف والحضر في دوافع استخدام شبكات التواصل الاجتماعي بأبعاده الأربعة (الدوافع النفسية والاجتماعية ، الدوافع الأكاديمية ، الدوافع السياسية ، الدوافع الاقتصادية) والنسق القيمي بأبعاده الستة (القيم الاجتماعية ، القيم الاقتصادية ، القيم الجمالية ، القيم الدينية ، القيم السياسية ، القيم النظرية) ويوضح ذلك جدول (١٧) ، (١٨):

جدول (١٧) دلالة الفروق بين الشباب الجامعي في دوافع استخدام شبكات التواصل الاجتماعي بأبعاده الأربعة تبعا لمكان السكن

البيان البعد	الريف ن = ١٣٧		الحضر ن = ٦٣		الفروق بين المتوسطات	قيمة ت	مستوى الدلالة
	المتوسط الإحصائي المعياري	المتوسط الانحراف الحسابي	المتوسط الإحصائي المعياري	المتوسط الانحراف الحسابي			
الدوافع النفسية والاجتماعية	٢١.٨٣	٨.٣٥	٣١.١٤	٢.٥٤	٩.٣١-	٨.٦٥-	٠.٠٠٠١ دالة عند ٠.٠٠١
الدوافع الأكاديمية	١٧.٩٤	٧.١٩	٣١.١١	٢.٧٦	١٣.١٦-	١٤.٠٢-	٠.٠٠٠١ دالة عند ٠.٠٠١
الدوافع السياسية	١٦.٣٢	٥.٥١	٢٣.٨٠	٣.٠٥	٧.٤٨-	١٠.٠٧-	٠.٠٠٠١ دالة عند ٠.٠٠١
الدوافع الاقتصادية	١١.٦٤	٤.٧٤	١٦.٢٨	١.٤٥	٤.٦٣-	٧.٥٨-	٠.٠٠٠١ دالة عند ٠.٠٠١
إجمالي دوافع استخدام شبكات التواصل	٦٧.٧٥	٢١.١١	١٠٢.٣٤	٧.١٣	٣٤.٥٩-	١٢.٦٦-	٠.٠٠٠١ دالة عند ٠.٠٠١

يتضح من جدول (١٧) وجود فروق دالة إحصائية بين أبناء الريف والحضر في كل من (الدوافع النفسية والاجتماعية ، الدوافع الأكاديمية ، الدوافع السياسية ، الدوافع الاقتصادية ،

إجمالي دوافع استخدام شبكات التواصل) حيث بلغت قيمة (ت) على التوالي -٨.٦٥، -١٤.٠٢ ، -١٠.٠٧، -٧.٥٨، -١٢.٦٦ وهي قيم دالة إحصائياً عند ٠.٠٠١ لصالح أبناء الحضر، وقد يرجع ذلك إلى توافر القدرة على التواصل عبر شبكات التواصل الاجتماعي في الأماكن الحضرية عنها في الأماكن الريفية؛ لبعدها وعدم الوعي بأهميتها في هذه الأماكن، بينما أشارت **حنان عبد العاطي (٢٠٠٩)** عدم وجود اختلافات في اتجاهات الشباب في استخدام شبكات التواصل الاجتماعي تبعاً لمحل الإقامة، وأيضاً دراسة **أمجد جمعة (٢٠١٣)** لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في دوافع استخدام الشباب الجامعي (النفسية الاجتماعية، الأكاديمية، السياسية، الاقتصادية) لشبكات التواصل الاجتماعي تعزى للمتغير مكان السكن.

**جدول (١٨) دلالة الفروق بين الشباب الجامعي في استبيان النسق القيمي بأبعاده الستة تبعاً لمكان السكن**

مستوى الدلالة	قيمة ت	الفروق بين المتوسطات	الحضر ن = ٦٣		الريف ن = ١٣٧		البيان البعد
			المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	
٠.٠٠٠١ دالة عند ٠.٠٠١	٩.٦٩-	٢٠.٣١-	٤.٢٨	٥٨.٦٦	١٦.٣٥	٣٨.٣٥	القيم الاجتماعية
٠.٠٠٠١ دالة عند ٠.٠٠١	١٠.٥٣-	١٩.٧٤-	٤.٠٩	٥٥.٨٥	١٤.٥٨	٣٦.١١	القيم الاقتصادية
٠.٠٠٠١ دالة عند ٠.٠٠١	٩.٧٧-	٢٣.٠٤-	٥.٠٤	٦٧.١٤	١٨.٣٦	٤٤.١٠	القيم الجمالية
٠.٠٠٠١ دالة عند ٠.٠٠١	١٠.٢٧-	٢٤.٥٠-	٥.٢٨	٦٩.٩٥	١٨.٥٦	٤٥.٤٤	القيم الدينية
٠.٠٠٠١ دالة عند ٠.٠٠١	١٠.٤١-	٢٢.٠٥-	٤.٦٩	٦٠.٧٣	١٦.٤٨	٣٨.٦٧	القيم السياسية
٠.٠٠٠١ دالة عند ٠.٠٠١	١٠.٨٠-	٢٩.٢٥-	٦.٤٢	٧٧.٦٠	٢١.٠١	٤٨.٣٥	القيم النظرية
٠.٠٠٠١ دالة عند ٠.٠٠١	١٠.٤٤-	١٣٨.٩٠-	٢٩.٠٧	٣٨٩.٩٥	١٠٣.٥٩	٢٥١.٠٤	إجمالي النسق القيمي

يتضح من جدول (١٨) وجود فروق دالة إحصائياً بين أبناء الريف والحضر في كل من (القيم الاجتماعية ، القيم الاقتصادية ، القيم الجمالية ، القيم الدينية ، القيم السياسية ، القيم النظرية ، إجمالي النسق القيمي) حيث بلغت قيمة (ت) على التوالي -٩.٦٩، -١٠.٥٣ ، -



٩.٧٧ ، ١٠.٢٧- ، ١٠.٤١- ، ١٠.٨٠- ، ١٠.٤٤- وهى قيم دالة إحصائياً عند ٠.٠٠١ لصالح أبناء الحضر، مما سبق يتضح:

وجود فروق دالة إحصائياً عند ٠.٠٠١ بين الشباب من أبناء الريف والحضر فى كل من دوافع استخدام شبكات التواصل الاجتماعي بأبعاده الأربعة والنسق القيمي بأبعاده الستة لصالح أبناء الحضر . وبالتالي تتحقق صحة الفرض الخامس كلياً.  
النتائج فى ضوء الفرض السادس :

ينص الفرض السادس على أنه " توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الشباب الجامعي فى كل من دوافع استخدام شبكات التواصل الاجتماعي بأبعاده الأربعة والنسق القيمي بأبعاده الستة تبعاً لعمل الأم"

وللتحقق من صحة هذا الفرض إحصائياً تم إيجاد قيمة (ت) للوقوف على دلالة الفروق بين متوسطات درجات أفراد العينة من الشباب أبناء العاملات وغير العاملات في دوافع استخدام شبكات التواصل الاجتماعي بأبعاده الأربعة (الدوافع النفسية والاجتماعية ، الدوافع الأكاديمية ، الدوافع السياسية ، الدوافع الاقتصادية) والنسق القيمي بأبعاده الستة (القيم الاجتماعية ، القيم الاقتصادية ، القيم الجمالية ، القيم الدينية ، القيم السياسية ، القيم النظرية) ويوضح ذلك جدولى (١٩) ، (٢٠):

جدول (١٩) دلالة الفروق بين الشباب الجامعي فى دوافع استخدام شبكات التواصل الاجتماعي بأبعاده الأربعة تبعاً لعمل الأم

البيان البعد	أبناء العاملات ن = ١٢١		أبناء غير العاملات ن = ٧٩		الفروق بين المتوسطات	قيمة ت	مستوى الدلالة
	المتوسط الإحصائى	المتوسط الانحراف المعيارى	المتوسط الإحصائى	المتوسط الانحراف المعيارى			
الدوافع النفسية والاجتماعية	٢٨.٢٤	٧.٣٤	١٩.٤٣	٦.٦٤	٨.٨١	٨.٦١	٠.٠٠٠١ دالة عند ٠.٠٠١
الدوافع الأكاديمية	٢٥.٣١	٨.٣١	١٧.١٦	٦.٧٢	٨.١٤	٧.٢٩	٠.٠٠٠١ دالة عند ٠.٠٠١
الدوافع السياسية	٢٠.٧٣	٥.٥٦	١٥.٥٤	٥.٢٢	٥.١٩	٦.٦٠	٠.٠٠٠١ دالة عند ٠.٠٠١
الدوافع الاقتصادية	١٤.٥٧	٣.٩٢	١٠.٨٦	٤.٥٤	٣.٧١	٦.١٤	٠.٠٠٠١ دالة عند ٠.٠٠١
إجمالى دوافع استخدام شبكات التواصل	٨٨.٨٧	٢١.٦٤	٦٣.٠٠	١٨.٦٧	٢٥.٨٧	٨.٧١	٠.٠٠٠١ دالة عند ٠.٠٠١

يتضح من جدول (١٩) وجود فروق دالة إحصائياً بين الشباب من أبناء العاملات وغير العاملات فى كل من (الدوافع النفسية والاجتماعية ، الدوافع الأكاديمية ، الدوافع السياسية

، الدوافع الاقتصادية ، إجمالي دوافع استخدام شبكات التواصل) حيث بلغت قيمة (ت) على التوالي ٨.٦١ ، ٧.٢٩ ، ٦.٦٠ ، ٦.١٤ ، ٨.٧١ ، وهي قيم دالة إحصائياً عند ٠.٠٠١ لصالح الشباب أبناء العاملات.

فالأم تعتبر المحرك الأساسي للأسرة وبخروجها للعمل يكون ليس لديها متسع من الوقت والجهد لتكوين علاقات أكثر إيجابية وتفهم لطبيعة الشباب في هذه المرحلة، حيث يقلل من فرصة وجودها ومتابعتها للأبناء مما يدفعهم إلى استخدام شبكات التواصل الاجتماعي لإشباع احتياجاتهم النفسية والاجتماعية، بينما أشارت دراسة هبة الله شعيب (٢٠١٣) عدم وجود فروق بين الشباب عينة ابحت من حيث استخدام الانترنت تبعاً لعمل الأم.

**جدول (٢٠) دلالة الفروق بين الشباب الجامعي في النسق القيمي بأبعاده الستة تبعاً لعمل الأم**

مستوى الدلالة	قيمة ت	الفروق بين المتوسطات	أبناء غير العاملات ن = ٧٩		أبناء العاملات ن = ١٢١		البيان البعد
			المتوسط الإنحراف المعياري	المتوسط الإنحراف المعياري	المتوسط الإنحراف المعياري	المتوسط الإنحراف المعياري	
٠.٠٠٠١ دالة عند ٠.٠٠١	١٠.٧٠	٢٠.٥٩	١٢.٢٦	٣٢.٢٩	١٣.٩٣	٥٢.٨٨	القيم الاجتماعية
٠.٠٠٠١ دالة عند ٠.٠٠١	١٢.٠٨	٢٠.٣٨	٨.٦٧	٣٠.٠٠	١٣.٢٤	٥٠.٣٨	القيم الاقتصادية
٠.٠٠٠١ دالة عند ٠.٠٠١	١٠.٤٨	٢٢.٩١	١٣.٦١	٣٧.٤٩	١٦.٠٢	٦٠.٤١	القيم الجمالية
٠.٠٠٠١ دالة عند ٠.٠٠١	١١.٢٥	٢٤.٦٦	١٢.٣٣	٣٨.٢٤	١٦.٧٢	٦٢.٩٠	القيم الدينية
٠.٠٠٠١ دالة عند ٠.٠٠١	١١.٢٥	٢١.٩٩	١١.١٥	٣٢.٣١	١٤.٨٥	٥٤.٣١	القيم السياسية
٠.٠٠٠١ دالة عند ٠.٠٠١	١٢.٠٨	٢٩.٧٤	١٣.٠٥	٣٩.٥٦	١٩.١٤	٦٩.٣١	القيم النظرية
٠.٠٠٠١ دالة عند ٠.٠٠١	١١.٥٢	١٤٠.٣١	٦٧.١١	٢٠٩.٩١	٩٣.٦٤	٣٥٠.٢٢	إجمالي النسق القيمي

يتضح من جدول (٢٠) وجود فروق دالة إحصائياً بين الشباب من أبناء العاملات وغير العاملات في كل من (القيم الاجتماعية ، القيم الاقتصادية ، القيم الجمالية ، القيم الدينية ، القيم السياسية ، القيم النظرية ، إجمالي النسق القيمي) حيث بلغت قيمة (ت) على التوالي

١٠.٧٠، ١٢.٠٨، ١٠.٤٨، ١١.٢٥، ١١.٢٥، ١٢.٠٨، ١١.٥٢ وهي دالة احصائياً عند ٠.٠٠١ لصالح الشباب أبناء العاملات.

مما سبق يتضح وجود فروق دالة إحصائياً عند ٠.٠٠١ بين الشباب أبناء العاملات وغير العاملات في كل من دوافع استخدام شبكات التواصل الاجتماعي بأبعاده الأربعة والنسق القيمي بأبعاده الستة لصالح الشباب أبناء العاملات. وبالتالي تتحقق صحة الفرض السادس كلياً. النتائج في ضوء الفرض السابع:

ينص الفرض السابع على أنه " يوجد تباين دال إحصائياً بين الشباب الجامعي عينة الدراسة في كل من دوافع استخدام شبكات التواصل الاجتماعي بأبعاده الأربعة والنسق القيمي بأبعاده الستة تبعاً لمستوى تعليم الأب "

وللتحقق من صحة هذا الفرض احصائياً تم استخدام أسلوب تحليل التباين في اتجاه واحد ANOVA لاستبيان دوافع استخدام شبكات التواصل الاجتماعي بأبعاده الأربعة (الدوافع النفسية والاجتماعية، الدوافع الأكاديمية، الدوافع السياسية، الدوافع الاقتصادية) واستبيان النسق القيمي بأبعاده الستة (القيم الاجتماعية، القيم الاقتصادية، القيم الجمالية، القيم الدينية، القيم السياسية، القيم النظرية) تبعاً لمستوى تعليم الأب، وتم تطبيق اختبار LSD لمعرفة دلالة الفروق بين المتوسطات، والجداول من (٢١) الى (٢٤) توضح ذلك:

جدول (٢١) تحليل التباين في اتجاه واحد للشباب الجامعي عينة الدراسة في دوافع استخدام شبكات التواصل الاجتماعي بأبعاده الأربعة تبعاً لمستوى تعليم الأب ن=٢٠٠

البيان البعده	مصادر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط مجموع المربعات	قيمة ف	مستوى الدلالة
الدوافع النفسية والاجتماعية	بين المجموعات داخل المجموعات الكلية	٤٧٧٧.٨٠٩ ٨٨٥٨.١٤٦ ١٣٦٣٥.٩٥٥	٣ ١٩٦ ١٩٩	١٥٩٢.٦٠٣ ٤٥.١٩٥	٣٥.٢٣٩	٠.٠٠٠١ دالة عند ٠.٠٠١
الدوافع الأكاديمية	بين المجموعات داخل المجموعات الكلية	٧٥٣٨.٤٤٠ ٧٤٦٠.٧٥٥ ١٤٩٩٩.١٩٥	٣ ١٩٦ ١٩٩	٢٥١٢.٨١٣ ٣٨.٠٦٥	٦٦.٠١٤	٠.٠٠٠١ دالة عند ٠.٠٠١
الدوافع السياسية	بين المجموعات داخل المجموعات الكلية	٢٥٩٤.١٠٦ ٤٥٣٥.٠٤٩ ٧١٢٩.١٥٥	٣ ١٩٦ ١٩٩	٨٦٤.٧٠٢ ٢٣.١٣٨	٣٧.٣٧٢	٠.٠٠٠١ دالة عند ٠.٠٠١
الدوافع الاقتصادية	بين المجموعات داخل المجموعات الكلية	٩٥٨.٦٩١ ٣١٦٠.٨٨٩ ٤١١٩.٥٨٠	٣ ١٩٦ ١٩٩	٣١٩.٥٦٤ ١٦.١٢٧	١٩.٨١٥	٠.٠٠٠١ دالة عند ٠.٠٠١
إجمالي دوافع استخدام شبكات التواصل	بين المجموعات داخل المجموعات الكلية	٥٥٨٢٠.٩٣٤ ٥٩٦٠٢.٢٦١ ١١٥٤٢٣.١٩٥	٣ ١٩٦ ١٩٩	١٨٦٠٦.٩٧٨ ٣٠.٤٠٩٣	٦١.١٨٨	٠.٠٠٠١ دالة عند ٠.٠٠١

جدول (٢٢) اختبار ISD للتعرف على دلالة الفروق بين متوسطات درجات الشباب الجامعي عينة الدراسة في دوافع استخدام شبكات التواصل الاجتماعي بأبعاده الأربعة تبعاً لمستوى تعليم الأب

الأبعاد	المستوى التعليمي	منخفض م=١٩.١٠	متوسط م=٢٣.٦٤	فوق المتوسط م=٢٥.٠٣	مرتفع م=٣٠.٩٧
الدوافع النفسية والاجتماعية	منخفض				
	متوسط	***٥.٩٣-			
	فوق المتوسط	١.٣٩	***٤.٥٣-		
	مرتفع	***٦.٠٠-	***١١.٨٦-	***٧.٣٢-	
الدوافع الأكاديمية	المستوى التعليمي	منخفض م=١٦.٤٩	متوسط م=١٨.٢٣	فوق المتوسط م=٢٠.٥٩	مرتفع م=٣٠.٥٥
	منخفض				
	متوسط	**٤.١٠-			
	فوق المتوسط	٢.٣٦	١.٧٣-		
الدوافع السياسية	مرتفع	***٩.٩٥-	***١٤.٠٥-	***١٢.٣٢-	
	المستوى التعليمي	منخفض م=١٥.١٠	متوسط م=١٦.٤١	فوق المتوسط م=١٨.٩٢	مرتفع م=٢٣.٤٧
	منخفض				
	متوسط	***٣.٨٠-			
الدوافع الاقتصادية	فوق المتوسط	*٢.٥١-	١.٢٩-		
	مرتفع	***٤.٥٥-	***٨.٣٥-	***٧.٠٦-	
	المستوى التعليمي	منخفض م=١٠.٧٤	متوسط م=١٢.١٥	فوق المتوسط م=١٣.٢٥	مرتفع م=١٥.٩٧
	منخفض				
الدوافع الاقتصادية	متوسط	**٢.٥١-			
	فوق المتوسط	١.١٠-	١.٤٠-		
	مرتفع	**٢.٧١-	***٥.٢٢-	***٣.٨١-	
	المستوى التعليمي	منخفض م=٦١.٤٦	متوسط م=٧٠.٤٣	فوق المتوسط م=٧٧.٨١	مرتفع م=١٠٠.٩٧
إجمالي دوافع استخدام شبكات التواصل	منخفض				
	متوسط	***١٦.٣٥-			
	فوق المتوسط	٧.٣٧-	*٨.٩٧-		
	مرتفع	***٢٣.١٥-	***٣٩.٥٠-	***٣٠.٥٣-	

يتضح من جدول (٢١) ، (٢٢) وجود تباين دال احصائياً بين متوسطات درجات الشباب عينة الدراسة في كل من (الدوافع النفسية والاجتماعية ، الدوافع الأكاديمية ، الدوافع السياسية ، الدوافع الاقتصادية ، إجمالي دوافع استخدام شبكات التواصل) تبعاً لمستوى تعليم الأب حيث بلغت قيمة (ف) على التوالي ٣٥.٢٣٩ ، ٦٦.٠١٤ ، ٣٧.٣٧٢ ، ١٩.٨١٥ ،

٦١.١٨٨ وهي قيم دالة احصائياً عند ٠.٠٠١ ، وبتطبيق اختبار LSD لمعرفة دلالة الفروق بين متوسطات درجات الشباب عينة الدراسة في كل من (الدوافع النفسية والاجتماعية ، الدوافع الأكاديمية ، الدوافع السياسية ، الدوافع الاقتصادية ، إجمالي دوافع استخدام شبكات التواصل) تبعاً لمستوى تعليم الأب وجد أنها لصالح المستوى التعليمي المرتفع .  
جدول (٢٣) تحليل التباين في اتجاه واحد للشباب الجامعي عينة الدراسة في النسق القيمي بأبعاده الستة تبعاً لمستوى تعليم الأب ن=٢٠٠

البيان البيد	مصادر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط مجموع المربعات	قيمة ف	مستوى الدلالة
القيم الاجتماعية	بين المجموعات	٢٢٢٩٢.٧٥٦	٣	٧٤٣٠.٩١٩	٤٤.١١٥	٠.٠٠٠١
	داخل المجموعات	٣٣٠١٤.٧٤٤	١٩٦	١٦٨.٤٤٣		
	الكلية	٥٥٣٠٧.٥٠٠	١٩٩			
القيم الاقتصادية	بين المجموعات	١٩٠٧١.٤٧٠	٣	٦٣٥٧.١٥٧	٤٤.٩٤٥	٠.٠٠٠١
	داخل المجموعات	٢٧٧٢٣.٠٨٥	١٩٦	١٤١.٤٤٤		
	الكلية	٤٦٧٩٤.٥٥٥	١٩٩			
القيم الجمالية	بين المجموعات	٢٧٠٨٧.١٤٢	٣	٩٠٢٩.٠٤٧	٤٠.٨٩٢	٠.٠٠٠١
	داخل المجموعات	٤٣٢٧٦.٩٣٨	١٩٦	٢٢٠.٨٠١		
	الكلية	٧٠٣٦٤.٠٨٠	١٩٩			
القيم الدينية	بين المجموعات	٢٨٧١٥.٠٤٤	٣	٩٥٧١.٦٨١	٤٠.٩٥٦	٠.٠٠٠١
	داخل المجموعات	٤٥٨٠٦.٥١١	١٩٦	٢٣٣.٧٠٧		
	الكلية	٧٤٥٢١.٥٥٥	١٩٩			
القيم السياسية	بين المجموعات	٢٢٦٢٥.٤٢٥	٣	٧٥٤١.٨٠٨	٤٠.٣٠٠	٠.٠٠٠١
	داخل المجموعات	٣٦٦٧٩.٤٥٠	١٩٦	١٨٧.١٤٠		
	الكلية	٥٩٣٠٤.٨٧٥	١٩٩			
القيم النظرية	بين المجموعات	٣٨٤٥٤.١٦٨	٣	١٢٨١٨.٠٥٦	٤١.١٠٦	٠.٠٠٠١
	داخل المجموعات	٦١١١٨.٩٨٧	١٩٦	٣١١.٨٣٢		
	الكلية	٩٩٥٧٣.١٥٥	١٩٩			
إجمالي النسق القيمي	بين المجموعات	٩٣١٥٢٩.٠٢٤	٣	٣١٠٥٠٩.٦٧٥	٤٣.٠٦٨	٠.٠٠٠١
	داخل المجموعات	١٤١٣١٢٦.٩٧٦	١٩٦	٧٢٠٩.٨٣٢		
	الكلية	٢٣٤٤٦٥٦.٠٠٠	١٩٩			

جدول (٢٤) اختبار ISD للتعرف على دلالة الفروق بين متوسطات درجات الشباب عينة الدراسة في النسق القيمي بأبعاده الستة تبعاً لمستوى تعليم الأب

الأبعاد	المستوى التعليمي	منخفض	متوسط	فوق المتوسط	مرتفع
القيم الاجتماعية	منخفض				مرتفع ٥٨.٢٦=م
	متوسط	**٨.٨٩-			
	فوق المتوسط	***١٠.٦٠-	*٥.٢٣-		
	مرتفع	***١٤.١٢-	***٢٤.٧٣-	***١٩.٤٩-	
القيم الاقتصادية	منخفض				مرتفع ٥٥.٥٠=م
	متوسط	***٨.٨١-			
	فوق المتوسط	٤.٤٤	٤.٣٧-		
	مرتفع	***١٤.٠٦-	***٢٢.٨٨-	***١٨.٥٠-	
القيم الجمالية	منخفض				مرتفع ٦٦.٥٠=م
	متوسط	**٩.٦٢-			
	فوق المتوسط	***١٢.٧٢-	٤.٧٢-		
	مرتفع	***١٤.٣٤-	***٢٧.٠٧-	***٢٢.٣٥-	
القيم الدينية	منخفض				مرتفع ٦٩.٢٦=م
	متوسط	***١١.٥٠-			
	فوق المتوسط	٦.٩٦	٤.٥٣-		
	مرتفع	***١٦.٣٧-	***٢٧.٨٨-	***٢٣.٣٤-	
القيم السياسية	منخفض				مرتفع ٦٠.٠٧=م
	متوسط	**٨.٩٩-			
	فوق المتوسط	٥.٣٤	٣.٦٥-		
	مرتفع	***١٥.٦٣-	***٢٤.٦٢-	***٢٠.٩٧-	
القيم النظرية	منخفض				مرتفع ٧٦.٥٩=م
	متوسط	*٩.٦١-			
	فوق المتوسط	٤.٢٧	٥.٣٣-		
	مرتفع	***٢٢.٥٢-	***٣٢.١٣-	***٢٦.٨٠-	
إجمالي النسق القيمي	منخفض				مرتفع ٣٨٦.٢٢=م
	متوسط	***٦٧.٤٠-			
	فوق المتوسط	٣٩.٥٥-	٢٧.٨٤-		
	مرتفع	***٩١.٩٢-	***١٥٩.٣٢-	***١٣١.٤٨-	

يتضح من جدولى (٢٣) ، (٢٤) وجود تباين دال احصائياً بين متوسطات درجات الشباب عينة الدراسة فى كل من (القيم الاجتماعية ، القيم الاقتصادية ، القيم الجمالية ، القيم الدينية ، القيم السياسية ، القيم النظرية ، إجمالى النسق القيمي) تبعاً لمستوى تعليم الأب حيث بلغت قيمة (ف) على التوالى ٤٤.١١٥ ، ٤٤.٩٤٥ ، ٤٠.٨٩٢ ، ٤٠.٩٥٦ ، ٤٠.٣٠٠ ، ٤١.١٠٦ ، ٤٣.٠٦٨ وهى قيم دالة احصائياً عند ٠.٠٠١ ، وبتطبيق اختبار LSD لمعرفة دلالة الفروق بين متوسطات درجات الشباب عينة الدراسة فى كل من (القيم الاجتماعية ، القيم الاقتصادية ، القيم الجمالية ، القيم الدينية ، القيم السياسية ، القيم النظرية ، إجمالى النسق القيمي) تبعاً لمستوى تعليم الأب وجد أنها لصالح المستوى التعليمى المرتفع .

إن الأب ذو المستوى التعليمى المرتفع يعي أهمية وضع منظومة من القيم والمبادئ والأساسيات التي تتناغم بشكل كامل، لتعطينا دليلاً ومرشداً لابنائه منذ الصغر، وجعلهم أعضاء فاعلين في المجتمع، ومما سبق يتضح

وجود تباين دال احصائياً عند ٠.٠٠١ بين متوسطات درجات الشباب عينة الدراسة فى دوافع استخدام شبكات التواصل الاجتماعى بأبعاده الأربعة والنسق القيمي بأبعاده الستة تبعاً لمستوى تعليم الأب لصالح المستوى التعليمى المرتفع . وبالتالي تتحقق صحة الفرض السابع كليا.

#### النتائج فى ضوء الفرض الثامن:

ينص الفرض الثامن على أنه " يوجد تباين دال إحصائياً بين الشباب عينة الدراسة فى كل من دوافع استخدام شبكات التواصل الاجتماعى بأبعاده الأربعة و النسق القيمي بأبعاده الستة تبعاً لمستوى تعليم الأم "

وللتحقق من صحة هذا الفرض احصائياً تم استخدام أسلوب تحليل التباين فى اتجاه واحد ANOVA لاستبيان دوافع استخدام شبكات التواصل الاجتماعى بأبعاده الأربعة (الدوافع النفسية والاجتماعية ، الدوافع الأكاديمية ، الدوافع السياسية ، الدوافع الاقتصادية) واستبيان النسق القيمي بأبعاده الستة (القيم الاجتماعية ، القيم الاقتصادية ، القيم الجمالية ، القيم الدينية ، القيم السياسية ، القيم النظرية) تبعاً لمستوى تعليم الأم ، وتم تطبيق اختبار LSD لمعرفة دلالة الفروق بين المتوسطات ، والجداول من(٢٥) الى (٢٨) توضح ذلك :

جدول (٢٥) تحليل التباين في اتجاه واحد للشباب الجامعي عينة الدراسة في دوافع استخدام شبكات التواصل الاجتماعي بأبعاده الأربعة تبعاً لمستوى تعليم الأم = ٢٠٠

البيان البعده	مصادر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط مجموع المربعات	قيمة ف	مستوى الدلالة
الدوافع النفسية والاجتماعية	بين المجموعات داخل المجموعات الكلية	٣٧٨٣.٤٧٢ ٩٨٥٢.٤٨٣ ١٣٦٣٥.٩٥٥	٣ ١٩٦ ١٩٩	١٢٦١.١٥٧ ٥٠.٢٦٨	٢٥.٠٨٩	٠.٠٠٠١ دالة عند ٠.٠٠١
الدوافع الأكاديمية	بين المجموعات داخل المجموعات الكلية	٦٥٤٤.٩٥٦ ٨٤٥٤.٢٣٩ ١٤٩٩٩.١٩٥	٣ ١٩٦ ١٩٩	٢١٨١.٦٥٢ ٤٣.١٣٤	٥٠.٥٧٩	٠.٠٠٠١ دالة عند ٠.٠٠١
الدوافع السياسية	بين المجموعات داخل المجموعات الكلية	٢٠٣٤.٢١٠ ٥٠٩٤.٩٤٥ ٧١٢٩.١٥٥	٣ ١٩٦ ١٩٩	٦٧٨.٠٧٠ ٢٥.٩٩٥	٢٦.٠٨٥	٠.٠٠٠١ دالة عند ٠.٠٠١
الدوافع الاقتصادية	بين المجموعات داخل المجموعات الكلية	١٠٦٥.٠٩٦ ٣٠٥٤.٤٨٤ ٤١١٩.٥٨٠	٣ ١٩٦ ١٩٩	٣٥٥.٠٣٢ ١٥.٥٨٤	٢٢.٧٨٢	٠.٠٠٠١ دالة عند ٠.٠٠١
إجمالي دوافع استخدام شبكات التواصل	بين المجموعات داخل المجموعات الكلية	٤٦٧٦٥.٨٢٥ ٦٨٦٥٧.٣٧٠ ١١٥٤٢٣.١٩٥	٣ ١٩٦ ١٩٩	١٥٥٨٨.٦٠٨ ٣٥٠.٢٩٣	٤٤.٥٠٢	٠.٠٠٠١ دالة عند ٠.٠٠١

جدول (٢٦) اختبار ISD للتعرف على دلالة الفروق بين متوسطات درجات الشباب عينة الدراسة في دوافع استخدام شبكات التواصل الاجتماعي بأبعاده الأربعة تبعاً لمستوى تعليم الأم

الأبعاد	المستوى التعليمي	منخفض م=٢١.٠٠	متوسط م=٢١.٧٤	فوق المتوسط م=٣٠.٢٢	مرتفع م=٣٣.٣٣
الدوافع النفسية والاجتماعية	منخفض				
	متوسط	٣.١١			
	فوق المتوسط	-١١.٥٩**	٠.٧٤		
	مرتفع	-١٢.٣٣**	-٨.٤٧***	-٩.٢٢***	
الدوافع الأكاديمية	المستوى التعليمي	منخفض م=١٦.٤١	متوسط م=١٧.٣٣	فوق المتوسط م=١٩.٠٤	مرتفع م=٢٩.٥٩
	منخفض				
	متوسط	١.٧٠-			
	فوق المتوسط	٠.٩١	*٢.٦٢		
	مرتفع	-١٢.٢٦**	-١٠.٥٥***	-١٣.١٧***	



مرتفع م=٢٢.٨٨	فوق المتوسط م=١٩.٣٣	متوسط م=١٦.٥٨	منخفض م=١٥.٨١	المستوى التعليمي	الدوافع السياسية
				منخفض	
			٢.٧٤	متوسط	
		٠.٧٦	٣.٥١	فوق المتوسط	
	***٧.٠٧-	***٦.٣٠-	٣.٥٥-	مرتفع	
مرتفع م=١٥.٩٥	فوق المتوسط م=١٢.٥٠	متوسط م=١٠.٣٢	منخفض م=١٠.٠٠	المستوى التعليمي	الدوافع الاقتصادية
				منخفض	
			٢.٥٠-	متوسط	
		**٢.١٧-	٠.٣٢-	فوق المتوسط	
	***٥.٦٣-	***٣.٤٥-	*٥.٩٥-	مرتفع	
مرتفع م=٩٨.٦٦	فوق المتوسط م=٨٠.٠٠	متوسط م=٦٩.٨٧	منخفض م=٦٣.٥٦	المستوى التعليمي	إجمالي دوافع استخدام شبكات التواصل
				منخفض	
			١٠.١٢	متوسط	
		٦.٣٠	١٦.٤٣	فوق المتوسط	
	***٣٥.١٠-	***٢٨.٧٩-	١٨.٦٦-	مرتفع	

يتضح من جدولى (٢٥) ، (٢٦) وجود تباين دال احصائياً بين متوسطات درجات الشباب عينة الدراسة فى كل من (الدوافع النفسية والاجتماعية ، الدوافع الأكاديمية ، الدوافع السياسية ، الدوافع الاقتصادية ، إجمالي دوافع استخدام شبكات التواصل) تبعاً لمستوى تعليم الأم حيث بلغت قيمة (ف) على التوالي ٢٥.٠٨٩ ، ٥٠.٥٧٩ ، ٢٦.٠٨٥ ، ٢٢.٧٨٢ ، ٤٤.٥٠٢ وهى قيم دالة احصائياً عند ٠.٠٠١ ، وتطبيق اختبار LSD لمعرفة دلالة الفروق بين متوسطات درجات الأبناء عينة الدراسة فى كل من (الدوافع النفسية والاجتماعية ، الدوافع الأكاديمية ، الدوافع السياسية ، الدوافع الاقتصادية ، إجمالي دوافع استخدام شبكات التواصل) تبعاً لمستوى تعليم الأم وجد أنها لصالح المستوى التعليمي المرتفع .  
إذا كانت الأم على مستوي عالي من التعليم، فهي تسمح لأبنائها بتبادل الاتصال والمعرفة والقضاء على عوائق الزمان والمكان فتجعل من استخدام شبكات التواصل الاجتماعي زيادة في التفاعل وانشاء علاقات اجتماعية جديدة.

جدول (٢٧) تحليل التباين في اتجاه واحد للشباب الجامعي عينة الدراسة في النسق القيمي بأبعاده الستة تبعاً لمستوى تعليم الأم = ن ٢٠٠

البيان البعده	مصادر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط مجموع المربعات	قيمة ف	مستوى الدلالة
القيم الاجتماعية	بين المجموعات	١٨٣١٤.٣٣٤	٣	٦١٠٤.٧٧٨	٣٢.٣٤٥	٠.٠٠٠١
	داخل المجموعات	٣٦٩٩٣.١٦٦	١٩٦	١٨٨.٧٤١		
	الكلية	٥٥٣٠٧.٥٠٠	١٩٩			
القيم الاقتصادية	بين المجموعات	١٧٣٠٨.٧٦٤	٣	٥٧٦٩.٥٨٨	٣٨.٣٥٢	٠.٠٠٠١
	داخل المجموعات	٢٩٤٨٥.٧٩١	١٩٦	١٥٠.٤٣٨		
	الكلية	٤٦٧٩٤.٥٥٥	١٩٩			
القيم الجمالية	بين المجموعات	٢٣١١٤.٤٥٦	٣	٧٧٠٤.٨١٩	٣١.٩٦١	٠.٠٠٠١
	داخل المجموعات	٤٧٢٤٩.٦٢٤	١٩٦	٢٤١.٠٧٠		
	الكلية	٧٠٣٦٤.٠٨٠	١٩٩			
القيم الدينية	بين المجموعات	٢٥٨٦٤.٧١٩	٣	٨٦٢١.٥٧٣	٣٤.٧٣٠	٠.٠٠٠١
	داخل المجموعات	٤٨٦٥٦.٨٣٦	١٩٦	٢٤٨.٢٤٩		
	الكلية	٧٤٥٢١.٥٥٥	١٩٩			
القيم السياسية	بين المجموعات	٢٠٤٥٤.٩٨١	٣	٦٨١٨.٣٢٧	٣٤.٣٩٩	٠.٠٠٠١
	داخل المجموعات	٣٨٨٤٩.٨٩٤	١٩٦	١٩٨.٢١٤		
	الكلية	٥٩٣٠٤.٨٧٥	١٩٩			
القيم النظرية	بين المجموعات	٣٥٠٦٠.٧٠٨	٣	١١٦٨٦.٩٠٣	٣٥.٥٠٧	٠.٠٠٠١
	داخل المجموعات	٦٤٥١٢.٤٤٧	١٩٦	٣٢٩.١٤٥		
	الكلية	٩٩٥٧٣.١٥٥	١٩٩			
إجمالي النسق القيمي	بين المجموعات	٨٢٧٢٥٩.٩٢٦	٣	٢٧٥٧٥٣.٣٠٩	٣٥.٦١٩	٠.٠٠٠١
	داخل المجموعات	١٥١٧٣٩٦.٠٧٤	١٩٦	٧٧٤١.٨١٧		
	الكلية	٢٣٤٤٦٥٦.٠٠٠	١٩٩			

جدول (٢٨) اختبار ISD للتعرف على دلالة الفروق بين متوسطات درجات الشباب الجامعي عينة الدراسة في النسق القيمي بأبعاده الستة تبعاً لمستوى تعليم الأم

الأبعاد	المستوى التعليمي	منخفض	متوسط	فوق المتوسط	مرتفع
القيم الاجتماعية	منخفض	٣٥.٢٣=م	٣٩.١٨=م	٥٦.٧٣=م	٦١.٣٣=م
	متوسط	٤.٥٩			
	فوق المتوسط	٢٢.١٤- **	٣.٩٤		
	مرتفع	٢٦.٠٩- **	١٧.٥٥- ***	٢١.٤٩- ***	
القيم الاقتصادية	المستوى التعليمي	منخفض	متوسط	فوق المتوسط	مرتفع
	منخفض	٣٣.٦٠=م	٣٦.٤٤=م	٥٤.٠٦=م	٥٨.٣٣=م
	متوسط	٤.٢٦			
	فوق المتوسط	٢١.٨٩- **	٢.٨٤		
القيم الجمالية	المستوى التعليمي	منخفض	متوسط	فوق المتوسط	مرتفع
	منخفض	٤٠.١٤=م	٤٥.٦٢=م	٦٤.٧٢=م	٧٠.٠٠=م
	متوسط	٥.٢٧			
	فوق المتوسط	٢٤.٣٧- **	١٧.٦٢- ***	٢٠.٤٦- ***	
القيم الدينية	المستوى التعليمي	منخفض	متوسط	فوق المتوسط	مرتفع
	منخفض	٤١.٧٨=م	٤٦.٦٢=م	٦٧.٣٨=م	٧٣.٠٠=م
	متوسط	٥.٦١			
	فوق المتوسط	٢٦.٣٧- **	١٩.٠٩- **	٢٤.٥٧- ***	
القيم السياسية	المستوى التعليمي	منخفض	متوسط	فوق المتوسط	مرتفع
	منخفض	٣٥.٤٥=م	٣٩.٨٤=م	٥٨.٣٤=م	٦١.٦٦=م
	متوسط	٣.٣١			
	فوق المتوسط	٢١.٨٢- **	٤.٣٨		
القيم النظرية	المستوى التعليمي	منخفض	متوسط	فوق المتوسط	مرتفع
	منخفض	٤٥.٢٧=م	٤٩.٠٤=م	٧٤.٣٣=م	٧٩.٣٣=م
	متوسط	٥.٠٠			
	فوق المتوسط	٣٠.٢٩- **	١٨.٥٠- **	٢٢.٨٩- ***	
إجمالي النسق القيمي	المستوى التعليمي	منخفض	متوسط	فوق المتوسط	مرتفع
	منخفض	٢٣١.٤٩=م	٢٥٦.٧٧=م	٣٧٥.٥٩=م	٤٠٤.٦٦=م
	متوسط	٢٨.٠٦			
	فوق المتوسط	١٤٦.٨٩- **	٢٥.٢٨		
مرتفع	١٧٢.١٧- ***	١١٨.٨٢- ***	١٤٤.١٠- ***		

يتضح من جدولى (٢٧) ، (٢٨) وجود تباين دال احصائياً بين متوسطات درجات الشباب عينة الدراسة فى كل من (القيم الاجتماعية ، القيم الاقتصادية ، القيم الجمالية ، القيم الدينية ، القيم السياسية ، القيم النظرية ، إجمالى النسق القيمى) تبعاً لمستوى تعليم الأم حيث بلغت قيمة (ف) على التوالى ٣٢.٣٤٥ ، ٣٨.٣٥٢ ، ٣١.٩٦١ ، ٣٤.٧٣٠ ، ٣٤.٣٩٩ ، ٣٥.٥٠٧ ، ٣٥.٦١٩ وهى قيم دالة احصائياً عند ٠.٠٠١ ، وبتطبيق اختبار LSD لمعرفة دلالة الفروق بين متوسطات درجات الشباب عينة الدراسة فى كل من (القيم الاجتماعية ، القيم الاقتصادية ، القيم الجمالية ، القيم الدينية ، القيم السياسية ، القيم النظرية ، إجمالى النسق القيمى) تبعاً لمستوى تعليم الأم وجد أنها لصالح المستوى التعليمى المرتفع .

الأم هى المحرك الأساسى للأسرة، هى المنوطه عن كل ما يتعلق بأفرادها، ويجب أن تكون الأم على دراية بأهمية تربية الأبناء منذ الصغر على القيم الحميده التي يتقبلها المجتمع ، بحيث تكون جزءاً من شخصية الشاب عندما ينضج . كل هذا لا يتحقق إلا إذا ما كانت الأم ذات ثقافة ووعي بضرورة الأمر أي أن تعليم الأم يدفع أبنائها لتبني قيم وسلوكيات مقبولة اجتماعياً،

**مما سبق يتضح :**

- وجود تباين دال احصائياً عند ٠.٠٠١ بين متوسطات درجات الشباب عينة الدراسة فى دوافع استخدام شبكات التواصل الاجتماعي بأبعاده الأربعة والنسق القيمى بأبعاده الستة تبعاً لمستوى تعليم الأم لصالح المستوى التعليمى المرتفع . وبالتالي تتحقق صحة الفرض الثامن كليا

**النتائج فى ضوء الفرض التاسع :**

ينص الفرض التاسع على أنه " يوجد تباين دال احصائياً بين الشباب الجامعي عينة الدراسة فى كل من دوافع استخدام شبكات التواصل الاجتماعي بأبعاده الأربعة والنسق القيمى بأبعاده الستة تبعاً لفئات الدخل المالى للأسرة "

وللتحقق من صحة هذا الفرض احصائياً تم استخدام أسلوب تحليل التباين فى اتجاه واحد ANOVA لاستبيان دوافع استخدام شبكات التواصل الاجتماعي بأبعاده الأربعة (الدوافع النفسية والاجتماعية ، الدوافع الأكاديمية ، الدوافع السياسية ، الدوافع الاقتصادية) واستبيان النسق القيمى بأبعاده الستة (القيم الاجتماعية ، القيم الاقتصادية ، القيم الجمالية ، القيم الدينية ، القيم السياسية ، القيم النظرية) تبعاً لفئات الدخل المالى للأسرة ، وتم تطبيق اختبار LSD لمعرفة دلالة الفروق بين المتوسطات ، والجداول من (٢٩) الى (٣٢) توضح ذلك :

جدول (٢٩) تحليل التباين في اتجاه واحد للشباب عينة الدراسة في دوافع استخدام شبكات التواصل الاجتماعي بأبعاده الأربعة تبعاً لفئات الدخل المالي للأسرة ن=٢٠٠

مستوى الدلالة	قيمة ف	متوسط مجموع المربعات	درجات الحرية	مجموع المربعات	مصادر التباين	البيان البعد
٠.٠٠٠١ دالة عند ٠.٠٠١	٤٨.٩٨١	٢٢٦٤.٣٦٨ ٤٦.٢٣٠	٢ ١٩٧ ١٩٩	٤٥٢٨.٧٣٧ ٩١٠٧.٢١٨ ١٣٦٣٥.٩٥٥	بين المجموعات داخل المجموعات الكلية	الدوافع النفسية والاجتماعية
٠.٠٠٠١ دالة عند ٠.٠٠١	١١٥.١٤٥	٤٠٤١.٩٤٧ ٣٥.١٠٣	٢ ١٩٧ ١٩٩	٨٠٨٣.٨٩٣ ٦٩١٥.٣٠٢ ١٤٩٩٩.١٩٥	بين المجموعات داخل المجموعات الكلية	الدوافع الأكاديمية
٠.٠٠٠١ دالة عند ٠.٠٠١	٦٠.٨٥٣	١٣٦١.٢٢٥ ٢٢.٣٦٩	٢ ١٩٧ ١٩٩	٢٧٢٢.٤٥٠ ٤٤٠٦.٧٠٥ ٧١٢٩.١٥٥	بين المجموعات داخل المجموعات الكلية	الدوافع السياسية
٠.٠٠٠١ دالة عند ٠.٠٠١	٣٧.١٦٦	٥٦٤.٢٨٩ ١٥.١٨٣	٢ ١٩٧ ١٩٩	١١٢٨.٥٧٨ ٢٩٩١.٠٠٢ ٤١١٩.٥٨٠	بين المجموعات داخل المجموعات الكلية	الدوافع الاقتصادية
٠.٠٠٠١ دالة عند ٠.٠٠١	١٠٠.١١٢	٢٩٠٨٩.٩٥١ ٢٩٠.٥٧٥	٢ ١٩٧ ١٩٩	٥٨١٧٩.٩٠٢ ٥٧٢٤٣.٢٩٣ ١١٥٤٢٣.١٩٥	بين المجموعات داخل المجموعات الكلية	إجمالي دوافع استخدام شبكات التواصل

جدول (٣٠) اختبار ISD للتعرف على دلالة الفروق بين متوسطات درجات الشباب عينة الدراسة فى دوافع استخدام شبكات التواصل الاجتماعي بأبعاده الأربعة تبعاً لفئات الدخل المالى للأسرة

الأبعاد	مستوى الدخل	منخفض م=٢٠.٩٨	متوسط م=٢١.٢٣	مرتفع م=٣٠.٩٧
الدوافع النفسية والاجتماعية	منخفض			
	متوسط	-٠.٢٤		
	مرتفع	-٩.٩٩***	-٩.٧٤***	
الدوافع الأكاديمية	مستوى الدخل	م=١٥.٥٢	م=١٨.٨١	م=٣٠.٢١
	منخفض			
	متوسط	-٣.٢٨**		
الدوافع السياسية	مرتفع	-١٤.٦٨***	-١١.٤٠***	
	منخفض			
	متوسط	-٢.٠٨*		
الدوافع الاقتصادية	مرتفع	-٨.٥٨***	-٦.٥٠***	
	منخفض			
	متوسط	-٢.٣٦***		
إجمالى دوافع استخدام شبكات التواصل	مستوى الدخل	م=١٠.١٤	م=١٢.٥٠	م=١٥.٩٥
	منخفض			
	متوسط	-٥.٨١***	-٣.٤٥***	
	مرتفع	-٧.٩٨**	-٣١.١٠***	
	منخفض			
	متوسط	-٧.٩٨**		
	مرتفع	-٣٩.٠٨***		

يتضح من جدولى (٢٩) ، (٣٠) وجود تباين دال احصائياً بين متوسطات درجات الشباب عينة الدراسة فى كل من (الدوافع النفسية والاجتماعية ، الدوافع الأكاديمية ، الدوافع السياسية ، الدوافع الاقتصادية ، إجمالى دوافع استخدام شبكات التواصل) تبعاً لفئات الدخل المالى للأسرة حيث بلغت قيمة (ف) على التوالى ٤٨.٩٨١ ، ١١٥.١٤٥ ، ٦٠.٨٥٣ ، ٣٧.١٦٦ ، ١٠٠.١١٢ وهى قيم دالة احصائياً عند ٠.٠٠١ ، وبتطبيق اختبار LSD لمعرفة دلالة الفروق بين متوسطات درجات الشباب عينة الدراسة فى كل من (الدوافع النفسية

والاجتماعية ، الدوافع الأكاديمية ، الدوافع السياسية ، الدوافع الاقتصادية ، إجمالي دوافع استخدام شبكات التواصل) تبعاً لفئات الدخل المالي للأسرة وجد أنها لصالح أصحاب الدخل المرتفعة.

ان ارتفاع دخل الأسرة يعمل علي اعطاء الشباب حرية في استخدام شبكات التواصل الإجتماعي لإشباع الاحتياجات التي لديهم ، حيث تتوفر جميع وسائل التواصل الاجتماعي وتوافر الانترنت بشكل يومي مما يزيد من إقبالهم عليه

جدول (٣١) تحليل التباين في اتجاه واحد للشباب الجامعي عينة الدراسة في النسق القيمي بأبعاده الستة تبعاً لفئات الدخل المالي للأسرة ن= ٢٠٠

البيان البعد	مصادر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط مجموع المربعات	قيمة ف	مستوى الدلالة
القيم الاجتماعية	بين المجموعات	٢١٦٠١.٦٧٢	٢	١٠٨٠٠.٨٣٦	٦٣.١٢٧	٠.٠٠٠١
	داخل المجموعات الكلية	٣٣٧٠٥.٨٢٨	١٩٧	١٧١.٠٩٦		
القيم الاقتصادية	بين المجموعات	٢٠٧٣٣.٣٨٨	٢	١٠٣٦٦.٦٩٤	٧٨.٣٦٣	٠.٠٠٠١
	داخل المجموعات الكلية	٢٦٠٦١.١٦٧	١٩٧	١٣٢.٢٩٠		
القيم الجمالية	بين المجموعات	٢٧٣٧٢.٢٩٨	٢	١٣٦٨٦.١٤٩	٦٢.٧١٤	٠.٠٠٠١
	داخل المجموعات الكلية	٤٢٩٩١.٧٨٢	١٩٧	٢١٨.٢٣٢		
القيم الدينية	بين المجموعات	٣١٠٥٥.٤٧٣	٢	١٥٥٢٧.٧٣٧	٧٠.٣٧٦	٠.٠٠٠١
	داخل المجموعات الكلية	٤٣٤٦٦.٠٨٢	١٩٧	٢٢٠.٦٤٠		
القيم السياسية	بين المجموعات	٢٥٣٠٣.٩٣٩	٢	١٢٦٥١.٩٧٠	٧٣.٣٠٥	٠.٠٠٠١
	داخل المجموعات الكلية	٣٤٠٠٠.٩٣٦	١٩٧	١٧٢.٥٩٤		
القيم النظرية	بين المجموعات	٤٣٥٢٥.٠٠٤	٢	٢١٧٦٢.٥٠٢	٧٦.٤٩٢	٠.٠٠٠١
	داخل المجموعات الكلية	٥٦٠٤٨.١٥١	١٩٧	٢٨٤.٥٠٨		
إجمالي النسق القيمي	بين المجموعات	٩٩٨٨٣٦.٧٠٩	٢	٤٩٩٤١٨.٣٥٥	٧٣.١٠٤	٠.٠٠٠١
	داخل المجموعات الكلية	١٣٤٥٨١٩.٢٩١	١٩٧	٦٨٣١.٥٧٠		
		٢٣٤٤٦٥٦.٠٠٠	١٩٩			

جدول (٣٢) اختبار ISD للتعرف على دلالة الفروق بين متوسطات درجات الشباب عينة الدراسة في النسق القيمي بأبعاده الستة تبعاً لفئات الدخل المالي للأسرة

الأبعاد	مستوى الدخل	منخفض	متوسط	مرتفع
القيم الاجتماعية	منخفض			م=٥٨.٣١
	متوسط	٠.١٩		
	مرتفع	***٢١.٤١-	***٢١.٦١-	
القيم الاقتصادية	مستوى الدخل	م=٣٣.١٥	م=٣٥.٧٣	م=٥٥.٥٥
	منخفض			
	متوسط	٢.٥٨-		
القيم الجمالية	مرتفع	***٢٢.٣٩-	***١٩.٨١-	
	مستوى الدخل	م=٤١.٠١	م=٤٣.٥٩	م=٦٦.٥٦
	منخفض			
القيم الدينية	متوسط	٢.٥٧-		
	مرتفع	***٢٥.٥٥-	***٢٢.٩٧-	
	مستوى الدخل	م=٤١.٧٥	م=٤٥.٢٦	م=٦٩.٣٢
القيم السياسية	منخفض			
	متوسط	٣.٥٠-		
	مرتفع	***٢٧.٥٦-	***٢٤.٠٦-	
القيم النظرية	مستوى الدخل	م=٣٥.٠٣	م=٣٨.٧٦	م=٦٠.١٧
	منخفض			
	متوسط	٣.٧٣-		
إجمالي النسق القيمي	مرتفع	***٢٥.١٤-	***٢١.٤٠-	
	مستوى الدخل	م=٤٤.١٢	م=٤٨.١٤	م=٧٦.٧٠
	منخفض			
إجمالي النسق القيمي	متوسط	٤.٠٢-		
	مرتفع	***٣٢.٥٧-	***٢٨.٥٥-	
	مستوى الدخل	م=٢٣١.٩٨	م=٢٤٨.٢٠	م=٣٨٦.٦٣
إجمالي النسق القيمي	منخفض			
	متوسط	١٦.٢٢-		
	مرتفع	***١٥٤.٦٥-	*١٣٨.٤٣-	



يتضح من جدولى (٣١) ، (٣٢) وجود تباين دال احصائياً بين متوسطات درجات الشباب عينة الدراسة فى كل من (القيم الاجتماعية ، القيم الاقتصادية ، القيم الجمالية ، القيم الدينية ، القيم السياسية ، القيم النظرية ، إجمالى النسق القيمي) تبعاً لفئات الدخل المالى للأسرة حيث بلغت قيمة (ف) على التوالى ٦٣.١٢٧ ، ٧٨.٣٦٣ ، ٦٢.٧١٤ ، ٧٠.٣٧٦ ، ٧٣.٣٠٥ ، ٧٦.٤٩٢ ، ٧٣.١٠٤ وهى قيم دالة احصائياً عند ٠.٠٠١ ، وبتطبيق اختبار LSD لمعرفة دلالة الفروق بين متوسطات درجات الشباب عينة الدراسة فى كل من (القيم الاجتماعية ، القيم الاقتصادية ، القيم الجمالية ، القيم الدينية ، القيم السياسية ، القيم النظرية ، إجمالى النسق القيمي) تبعاً لفئات الدخل المالى للأسرة وجد أنها لصالح أصحاب الدخل المرتفعة .

فى المستويات الإجتماعية المرتفعة من حيث دخل الأسرة . نجد أن الأسر تهتم ببناء القيم وأهمية الحفاظ على السلوكيات المناسبة للوقت الحالى، مما سبق يتضح وجود:

تباين دال احصائياً عند ٠.٠٠١ بين متوسطات درجات الشباب عينة الدراسة فى دوافع استخدام شبكات التواصل الاجتماعى بأبعاده الأربعة والنسق القيمي بأبعاده الستة تبعاً لفئات الدخل المالى للأسرة لصالح أصحاب الدخل المرتفعة. وبالتالي تتحقق صحة الفرض

#### التاسع كليا

#### النتائج فى ضوء الفرض العاشر

ينص الفرض العاشر على أنه " تختلف نسبة مشاركة المتغيرات المستقلة مع المتغير التابع طبقاً لأوزان معامل الانحدار ودرجة الارتباط مع المتغير التابع." وللتحقق من صحة هذا الفرض احصائياً تم استخدام أسلوب الانحدار الخطى للمتغيرات المستقلة (الدوافع النفسية والاجتماعية ، الدوافع الأكاديمية ، الدوافع السياسية ، الدوافع الاقتصادية) مع المتغير التابع (النسق القيمي) للتعرف على أكثر العوامل تأثيراً فى المتغير التابع ويوضح ذلك جدول (٣٣):

جدول (٣٣) الانحدار الخطى للعلاقة بين استبيان دوافع استخدام شبكات التواصل الاجتماعى

واستبيان النسق القيمي ن = ٢٠٠

مستوى الدلالة	قيمة (ت)	معامل الانحدار	معامل تحديد نسبة المشاركة $R^2$	معامل الارتباط R	المتغيرات	النسق القيمي
٠.٠٠٠١	٣١.٩٧٩	الثابت	٠.٨٣٨	٠.٩١٥	الدوافع النفسية والاجتماعية	
دالة عند ٠.٠٠١		B				
٠.٠٠٠١	١٧.٦٢٣	الثابت	٠.٦١١	٠.٧٨١	الدوافع الأكاديمية	
دالة عند ٠.٠٠١		B				
٠.٠٠٠١	١٥.٥١٧	الثابت	٠.٥٤٩	٠.٧٤١	الدوافع السياسية	
دالة عند ٠.٠٠١		B				
٠.٠٠٠١	٨.٩٤٠	الثابت	٠.٢٨٨	٠.٥٣٦	الدوافع الاقتصادية	
دالة عند ٠.٠٠١		B				

يوضح جدول (٣٣) وجود علاقة ارتباطية بين المتغيرات المستقلة (الدوافع النفسية والاجتماعية ، الدوافع الأكاديمية ، الدوافع السياسية ، الدوافع الاقتصادية) والمتغير التابع (النسق القيمي) وأكثر المتغيرات تأثيراً كان الدوافع النفسية والاجتماعية حيث ان معامل التحديد

$R^2 = 0.838$  والعلاقة ذات دلالة إحصائية عند ٠.٠٠١ يليه الدوافع الأكاديمية حيث ان معامل التحديد  $R^2 = 0.611$  والعلاقة ذات دلالة إحصائية عند ٠.٠٠١ يليه الدوافع السياسية حيث ان معامل التحديد  $R^2 = 0.549$  والعلاقة ذات دلالة إحصائية عند ٠.٠٠١ ، يليه الدوافع الاقتصادية حيث ان معامل التحديد  $R^2 = 0.288$  والعلاقة ذات دلالة إحصائية عند ٠.٠٠١ ، كما أشارت نتائج **فهد الطيار** (٢٠١٤) إلى أن ترتيب أثر شبكات التواصل الاجتماعي في تغيير القيم الاجتماعية لدى طلاب الجامعة من وجهة نظر طالب الجامعة تمثلت في: يعزز استخدام الطالب لشبكات التواصل الاجتماعي القدرة على مخاطبة الجنس الآخر بجرأة، أدى استخدامها إلى تكوين قيم جديدة تناقض قيم الأسرة، تشكو أسرتي طول الوقت الذي أقضيه مشغولاً باستخدام شبكات التواصل، تؤثر على زيارة الشخص لأصدقائه وزملائه، استخدام الطالب لها يجعله يميل لتقليد الحياة الغربية من مأكّل ومشرب وملبس، العلاقة التي تربطني بمن تعرفت عليهم عبر شبكات التواصل تجعلني أفكر في الزواج منهم لو كنت عازباً، وتتفق هذه النتائج مع نتائج دراسة **فيصل عبد الوهاب** (٢٠٠٥) التي أشارت إلى وجود تأثير للإنترنت على القيم الخلفية للطلاب خاصة قيم (العفة، والأمانة، والرحمة، والصدق، والحياء، والعدل). وبالتالي **تتحقق صحة الفرض العاشر كليا**

**التوصيات:**

١. أهمية توفير خدمات الإنترنت داخل الجامعة، مع مراعاة المعلومات المسموح الاطلاع عليها.
٢. العمل على تفعيل وحدة الإرشاد النفسي والأكاديمي في الجامعة لإرشاد الطلبة وتوجيههم للاستخدام الأمثل لشبكات التواصل الاجتماعي الحفاظ على السلوكيات والقيم ومواجهة أي سلوك غير مرغوب به لشباب الجامعة وتقديم مساعدة مستمرة لهم.
٣. الإكثار من الندوات العلمية والنشرات العلمية والبرامج التعليمية الهادفة التي توضح لطلاب الجامعة التأثير السلبي لشبكات التواصل الاجتماعي على القيم الاجتماعية.
٤. يجب على الجامعات المصرية أن تهتم بصورة مستمرة خاصة في الوقت الراهن بدراسة تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على الأفراد خاصة الشباب نتيجة لما تؤثر به على سلوك الشباب.
٥. توعية الطلبة الجامعيين بأهمية شبكات التواصل الاجتماعي على كافة الأصعدة النفسية والاجتماعية والأكاديمية والاقتصادية باعتبارها إحدى مستجدات التكنولوجيا وبأهمية الحفاظ على القيم المجتمعية التي تربوا عليها.
٦. تدريب الطلبة داخل الجامعة على الاستخدام المفيد لها وتفعيل التواصل الأكاديمي بين الطلبة وأساتذتهم في التخصصات المختلفة.
٧. تفعيل استخدام شبكات التواصل الاجتماعي بين الطلبة في التخصصات المختلفة وبين أساتذتهم.

**المراجع:**

١. ابن المنظور (٢٠٠٢): لسان العرب، دار صادر بيروت.
٢. أبو زيد الشوقي (٢٠٠٣): بعض المشكلات السلوكية المرتبطة باستخدام الإنترنت
٣. أسماء مسعد (٢٠١٥): الاتصال التفاعلي لدى مستخدمي مواقع الشبكات الاجتماعية في المنطقة العربية، رسالة دكتوراه، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، مصر.
٤. أمجد عزات جمعة (٢٠١٣): دوافع استخدام الشباب الفلسطيني لشبكات التواصل الاجتماعي من وجهة نظر طلبة الجامعات الفلسطينية، المؤتمر الدولي الأول، الجامعة الإسلامية، غزة، فلسطين.
٥. إيمان كاشف (٢٠٠١): النسق القيمي لدى طالبات الجامعة وعلاقته بأساليبهن في مواجهة أزمة الهوية، مجلة الدراسات النفسية، عدد ٣، مج ١١، رابطة الأخصائيين النفسيين، مصر.
٦. بدر جويعد العتبي (٢٠٠٦): العولمة الثقافية وأثرها على هوية الشباب السعودي وقيمهم، كلية التربية، جامعة الملك سعود، السعودية.
٧. بشرى الحمداني (٢٠١١): لماذا يميل الشباب لاستخدام شبكة الانترنت، الجامعة العراقية، العراق.
٨. جاسم الكندري (٢٠٠٢): الشباب والاعتراب، مجلة دراسات الخليج والجزيرة العربية، الكويت
٩. جمانه ذيب حمزة (٢٠١٤): العلاقة بين استخدام الانترنت وعلاقته مع كل من التحصيل الأكاديمي والتفاعل الاجتماعي وعادات الدراسة، لدى عينة من الطلبة الجامعيين، جامعة اليرموك، المملكة الأردنية الهاشمية.
١٠. جميل صليبا (٢٠٠٠): المعجم الفلسفي الجزء الثاني، دار الكتاب اللبناني، بيروت، لبنان.
١١. الجهاز المركزي للتعبئة والاحصاء (٢٠١٦): الكتاب الإحصائي السنوي، مصر.
١٢. حسني عوض (٢٠١١): أثر مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية المسؤولية المجتمعية لدى الشباب، بحث مقدم لمؤتمر المسؤولية المجتمعية للجامعات الفلسطينية، جامعة القدس المفتوحة، فلسطين.
١٣. حمود فهد القشعان (٢٠١٢): تأثير التكنولوجيا الحديثة على السلوك الإنساني، دار الثقافة للنشر، القاهرة.
١٤. حنان السعيد، عائشة ضيف (٢٠١٥): استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وأثره على القيم لدى الطالب، مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات نيل شهادة الماجستير، قسم علوم الاعلام والاتصال، كلية العلوم الانسانية والاجتماعية، جامعة قاصدي مرباح، الجزائر.
١٥. حنان سامي عبد العاطي (٢٠٠٩): إتجاهات الشباب نحو استخدام شبكة الانترنت وعلاقتها بقيم الانتماء الأسري، مجلة الاقتصاد المنزلي، كلية الاقتصاد المنزلي، جامعة المنوفية، مصر.
١٦. دراسة « الخلقية في المدرسة الثانوية بالمملكة العربية السعودية في عصر العولمة ميدانية من وجهة نظر معلمي ست مدارس ثانوية بمنطقة الباحة التعليمية، مجلة كليات المعلمين، مجلد ٥، عدد ٢.

١٧. زهير عابد(٢٠١٢): دور شبكات التواصل الاجتماعي في تعبئة الرأي العام الفلسطيني نحو التغيير الاجتماعي ، دراسة وصفية تحليلية، مجلة جامعة النجاح للأبحاث والعلوم الإنسانية، مجلد ١٣، عدد ٣ فلسطين.
١٨. سامي العيد النجار ( ٢٠٠٢): دور الصحافة الدينية في مواجهة الغزو الثقافي للشباب، المؤتمر العلمي التاسع للندوة العالمية للشباب الإسلامي، بعنوان الشباب والانفتاح العالمي،الرياض، السعودية
١٩. سعود بن عايد الشمري ( ٢٠٠٤). استخدام الانترنت في مقاهي الانترنت وعلاقته ببعض الخصائص النفسية، ماجستير غير منشوره الى قسم علم النفس جامعة الامام محمد بن سعود بالرياض، السعودية.
٢٠. سلطان الصاعدي(٢٠١٢): الشبكات الاجتماعية خطر أم فرصة؟
٢١. شادية محمد(٢٠٠٨): دوافع استخدام الأحداث الجانحين للمسلسلات والأفلام العربية التي يعرضها التلفزيون المصري والاشباع المتحققة منها،رسالة دكتوراه،معهد الدراسات العليا للطفولة، جامعة عين شمس، مصر.
٢٢. شحاته صيام(٢٠٠٢):الشباب والهوية الثقافية وإعادة التشكيل الثقافي، دراسة ميدانية للثقافة العربية لعينة من الشباب في المجتمع المصري، مجلة تربية الأزهر.
٢٣. صالح العساف(٢٠٠٣): المدخل إلى البحث في العلوم السلوكية، الرياض، مكتبة العبيكان للطباعة والنشر،السعودية.
٢٤. عادل يوسف خوخي (٢٠١١): وسائل التكنولوجيا الحديثة وتأثيرها على الاتصال بين الآباء والأبناء، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية العلوم الاجتماعية، الكويت.
٢٥. عبد الرحمن الشامى (٢٠٠٤): استخدام الشباب اليمنى للإنترنت، المجلة العربية للعلوم الإنسانية، جامعة الكويت، عدد ٢٢.
٢٦. علا الخواجة (٢٠٠٥): تأثير الانترنت علي الشباب في مصر، مركز المعلومات ودعم اتخاذ القرار، مجلس الوزراء، مصر.
٢٧. علاء الدين أحمد خليفة(٢٠١٤): استخدام الشباب الجامعي لمواقع التواصل الاجتماعي وعلاقته بالعفة والخصوصية ، دراسة ميدانية لأثر هذه المواقع على القيم الاجتماعية لطلبة الجامعات العراقية، كلية الإعلام، الجامعة العراقية، العراق.
٢٨. على بن عبد الله العطيه ( ٢٠٠١): العوامل الاجتماعية المرتبطة بارتياح الشباب الجامعي لمقاهي الانترنت بالرياض ، رسالة ماجستير غير منشورة الى قسم الخدمة الاجتماعية -جامعة الامام محمد بن سعود الاسلاميه بالرياض، السعودية.
٢٩. فايز المجالي(٢٠٠٨): توافع استخدام الإنترنت لدى طلبة الجامعة الأردنية، أبحاث اليرموك، سلسلة العلوم الانسانية والاجتماعية، الأردن.
٣٠. فريال علي حموده (٢٠١١): منظومة القيم الاجتماعية والأخلاقية لدى طلبة المرحلة الثانوية، رسالة دكتوراه غير منشوره، كلية التربية ، جامعة دمشق، سوريا.
٣١. فهد علي الطيار(٢٠١٤):شبكات التواصل الاجتماعي وأثرها على القيم لدى طلاب الجامعة، المجلة العربية للدراسات الأمنية، مجلد ٣١، عدد ٦١،كلية الملك خالد،الرياض.
٣٢. فيصل محمد عبد الوهاب سعيد ( ٢٠٠٥): أثر الإنترنت والبيث الفضائي على القيم لدى الشباب السعودي، المؤتمر الرابع للشباب الخليجي، الديوان الأميري، الكويت.

٣٣. ماجد الزيود (٢٠١١): الشباب والقيم في عالم متغير، الطبعة العربية الثانية، دار الشروق، عمان.
٣٤. ماجد مصطفى على، عبد المطلب عبد القادر محمد (٢٠٠٦): الكفاءة الذاتية وعلاقتها بالقيم والتحصيل الدراسي لدى طلبة المرحلة الثانوية بالكويت، مجلة العلوم التربوية، العدد الثالث، قسم علم النفس، كلية التربية الأساسية، الكويت.
٣٥. مانع محمد المانع (٢٠١٤): القيم بين الإسلام والغرب دراسة تأصيلية مقارنة، الطبعة الأولى، دار الفضيلة للنشر، الرياض، المملكة العربية السعودية.
٣٦. محمد أيمن أحمد (٢٠١٥): شبكات التواصل الاجتماعي وأثرها على القيم الأخلاقية لحماية الشباب الجامعي، مجلة الخدمة الاجتماعية، الجمعية المصرية للأخصائيين الاجتماعيين، مصر.
٣٧. محمد شاهين (٢٠١٠): دوافع استخدام الشبكة العنكبوتية لدى الطلاب في جامعة القدس، مجلة إتحاد الجامعات العربية، العدد ٥٦، الأردن.
٣٨. محمد عبد الحميد (٢٠٠٣): نظريات الإعلام واتجاهات التأثير. القاهرة، الطبعة الثالثة، عالم الكتب، مصر.
٣٩. مركز المعلومات و دعم اتخاذ القرار (٢٠١٠): الإعلام الإلكتروني في مصر الواقع والتحديات، تقارير معلوماتية، مجلس الوزراء، مصر.
٤٠. مريم نريمان نومار (٢٠١٢): استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية وتأثيره في العلاقات الاجتماعية، دراسة عينة من مستخدمي موقع الفيسبوك في الجزائر، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال تخصص الإعلام وتكنولوجيا الاتصال الحديبية، جامعة الحاج لخضر، الجزائر.
٤١. منى الحديدي (٢٠٠١): الفضائيات والعالم العربي في ظل العولمة، سلسلة محاضرات الموسم الثقافي الثالث، كلية الاقتصاد والعلوم السياسية، جامعة القاهرة.
٤٢. نايف ثنيان محمد (٢٠١٤): دوافع استخدام الشباب السعودي لشبكات التواصل الاجتماعي والاشباع المتحققة منها، مجلة جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية العدد ٣٤، كلية العلوم الانسانية والاجتماعية، السعودية.
٤٣. نصيف فهمي منقر يونس (٢٠١١): ديناميكية الجماعة، دار الفكر العربي، يونس.
٤٤. نورهان محمد علي السيد صقر (٢٠٠٩): تكنولوجيا المعلومات وعلاقتها باتجاهات الشباب الجامعي نحو المشكلات الاجتماعية والدافعية للإنجاز، "رسالة ماجستير غير منشورة"، كلية الاقتصاد المنزلي، جامعة المنوفية.
٤٥. هبة الله علي محمود شعيب (٢٠١٣) استخدام الشباب لوسائل التكنولوجيا الحديثة وعلاقتها بمشاركة في القرارات التائثية لبعض مناطق المسكن، مجلة كلية الاقتصاد المنزلي، جامعة المنوفية.
٤٦. وفاء عبد السلام (٢٠١٢): الانعكاسات الاجتماعية للإنترنت كأحد أشكال التكنولوجيا الرقمية دراسة وصفية مطبقة على عينة من طلاب جامعة القاهرة، المؤتمر الدولي الخامس والعشرون لكلية الخدمة الاجتماعية بجامعة حلوان (مستقبل الخدمة الاجتماعية في ظل

- الدولة المدنية الحديثة ( مصر، ج ٩، كلية الخدمة الاجتماعية، جامعة حلوان، المؤتمر ٢٥ مارس)، مصر.
٤٧. ياسمين مصطفى أحمد (٢٠١٦): الخصائص السيكمترية لمقياس دوافع تعامل الشباب مع شبكات التواصل الاجتماعي، قسم الصحة النفسية، كلية التربية، جامعة عين شمس، مجلة الإرشاد النفسي، العدد ٤٥
48. Vansoon, Mecheel,(2010): Facebook and the invasion of technological communities , N.Y, Newyurk.
49. Nie, Norman and Erbing, Lutz. (2000): Internet and Society: A preliminary Report. Standford Institute for the Quantitative study of Society. Intersurvey Inc., and Mckinsey and co.
50. Barker (2009): Older adolescents' motivations for social network site use: the influence of gender, group identity, and collective self-esteem
51. <http://www.ncbi.nlm.nih.gov/pubmed/1925>.
52. <http://www.alukah.net/Spotlight/0/40402>



The 6<sup>th</sup> international- 20<sup>th</sup> Arabic conference for  
Home Economics  
Home Economics and Educational quality  
assurance December 23rd -24th, 2018

<http://homeEcon.menoufia.edu.eg>

**Journal of Home  
Economics**

ISSN 1110-2578

## UNIVERSITY STUDENTS' MOTIVATION TO USE SOCIAL NETWORKS AND THEIR RELATION TO THEIR VALUES

**Fatma Hassan Abd El-Gayed Dawwam**

Lecturer at Home and Institutes Management Department  
Faculty of Home Economics, Menoufia University  
*tota\_94@hotmail.com*

### Summary:

The aim of the research was to evaluate the motives of using social networks and their relation to the values of the university students through a number of sub-objectives, including:

- Determining the levels of motives for the use of social networks among youths "research sample" dimensions and the value of youth "research sample" dimensions.
- Evaluation of the study of the correlation between some socio-economic variables of the students "research sample" and the motives of the use of social networks and the value of them.
- Explain the impact of the use of the networks of students "research sample" on the basis of their values.
- Explain the differences between youths "research sample" in the motives of using social networks and the value structure according to the place of residence (rural - urban), the work of mothers (workers - non - workers), gender (male - female).

**The research tools included:** (General data form - questionnaire of motives of using social networks - questionnaire of youth values). The research was conducted on a sample of (200) students enrolled in the University of Menoufia, and from different social and economic levels.

**Search results:**

- There is a statistically significant positive correlation between 0.001 and 0.05 among the total motives of the use of social networks: age of the student, level of education of father and mother, categories of household financial income, number of family members, age of mother and father,
- There is a statistically significant positive correlation between 0.001 and 0.05 between the total value structure and the age of the student.
- There is no statistically significant correlation between the total value structure and the number of years of marriage - number of family members - father's age - number of hours of use of social networks
- There were statistically significant differences in 0.001 among young working mothers and non-working mothers in: (motives of using social networks in its four dimensions - the value structure in its six dimensions) for the children of working mothers.
- There was a statistically significant difference between 0.001 among the youth scores of the "study sample" in the motives of using the social networks in its four dimensions and the value format in its six dimensions according to the level of father education in favor of the higher education level.

**Search recommendations:**

Intensifying scientific seminars and targeted educational programs that show the university students the negative impact of social networks on values, youth behavior, concepts and culture.

**Keywords:** motivation to use, social networks, values, youth.