

العلاقة بين استخدام وسائل التواصل الاجتماعي والثقة الاجتماعية لدى الشباب الجامعي

The Relationship between the Use of Social Media and Social
Trust for University Youth

دكتور حسام الدين مصطفى إبراهيم أحمد

مدرس بقسم العمل مع الأفراد والأسر

كلية الخدمة الاجتماعية جامعة حلوان

ملخص الدراسة

استهدفت الدراسة تحديد العلاقة بين استخدام وسائل التواصل الاجتماعي والثقة الاجتماعية لدى الشباب الجامعي ، وتنتمي هذه الدراسة إلى نمط الدراسات الوصفية ، واعتمدت الدراسة على استخدام منهج المسح الاجتماعي بالعينة للشباب الجامعي بكلية الآداب وكلية الخدمة الاجتماعية جامعة حلوان كنموذج للكليات النظرية ، وكلية الصيدلة وكلية العلوم جامعة حلوان كنموذج للكليات العملية وعددهم (382) مفردة ، وتم الاستعانة بمجموعات الدراسة الرسمية وذلك لتحقيق التغطية التوزيعية الكاملة في عملية جمع البيانات ، وتحددت أدوات الدراسة في صحيفة البيانات الأولية ومقياسي استخدام وسائل التواصل الاجتماعي والثقة الاجتماعية ، وتوصلت الدراسة الى أن مستوى استخدام وسائل التواصل الاجتماعي لدى الشباب الجامعي ككل متوسط ، وأن مستوى الثقة الاجتماعية لدى الشباب الجامعي ككل متوسط ، وأنه توجد علاقة طردية تأثيرية دالة إحصائياً بين استخدام وسائل التواصل الاجتماعي والثقة الاجتماعية لدى الشباب الجامعي ، وتوجد فروق جوهرية دالة إحصائياً بين استجابات الشباب الجامعي وفقاً للشعبة الدراسية (شعبة الانتظام/ شعبة الانتساب) بالنسبة لتحديد مستوى استخدام وسائل التواصل الاجتماعي لدى الشباب الجامعي لصالح استجابات الشباب الجامعي بشعبة الانتظام.

الكلمات المفتاحية : استخدام وسائل التواصل الاجتماعي ، الثقة الاجتماعية ، الشباب الجامعي.

Abstract

The study aimed to determine the relationship between the use of social media and social trust for university youth. This study belongs to the descriptive studies pattern. The study relied on using the social survey method with a sample of university youth at the Faculty of Arts and the Faculty of Social work, Helwan University, as a model for theoretical colleges, and the Faculty of Pharmacy and the Faculty of Science, Helwan University, as a model for practical colleges, with a number of (382) individuals. Official study groups were used to achieve full distribution coverage in the data collection process. The study tools were determined in the initial data sheet and the scales of social media use and social trust. The study concluded that the level of social media use among university youth as a whole is average, and that the level of social trust among university youth as a whole is average, and that there is a statistically significant direct effect relationship between the use of social media and social trust among university youth. There are statistically significant differences between the responses of university youth according to the study division (regular division/affiliation division) regarding their determination of the level of social media use among university youth in favor of the responses of university youth in the regular division.

Keywords: Use of social media, social trust, university youth.

أولاً: مشكلة الدراسة

الشباب يمثل شريحة واسعة ومهمة من شرائح المجتمع، لذا يجب الاهتمام بها ورعايتها وتهيئتها وإعدادها لتتحمل مسؤولياتها في الحياة (أبو حمدان، 2011، ص.365).

حيث أن عدد الشباب في عام 2023 في الفئة العمرية (18-29 سنة) بلغ 21,9 مليون نسمة بنسبة 21% من إجمالي السكان (50,5% ذكور، 49,5% إناث). وطبقاً لبيانات النشرة السنوية للطلاب المقيدين - للتعليم العالي عام (2022/2021) بلغ إجمالي عدد الطلاب المقيدين بالتعليم العالي 3.5 مليون طالب (51% ذكور، 49% إناث)، وبلغت نسبة المقيدين في الكليات النظرية بالجامعات الحكومية والأزهرية 74.9% من إجمالي المقيدين في تلك الجامعات (44.9% ذكور، 55.1% إناث) مقابل 25.1% في الكليات العملية (53% ذكور، 47% إناث). وبلغت نسبة المقيدين في الكليات النظرية بالجامعات الخاصة 25.2% من إجمالي المقيدين في تلك الجامعات (48.7% ذكور، 51.3% إناث) مقابل 74.8% في الكليات العملية (56% ذكور، 44% إناث). (الجهاز المركزي للتعبئة والاحصاء، 2023)

فالشباب في الوقت الحالي يواجه العديد من المتغيرات السياسية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية التي يمر بها المجتمع العالمي دون تفرقة بين المجتمعات أو دون تمييز بين المواقع الجغرافية، بل إن جميع شباب العالم يتأثرون بتلك المتغيرات التي تلقي بظلالها على المجتمعات التي يتفاوت درجة تأثيرها من مجتمع الي مجتمع اخر (وداعة الله، 2020، ص. 99).

ومن أهم هذه المتغيرات في العصر الراهن عصر ثورة المعلومات والاتصالات، هذه الثورة التي تركت علامة فارقة في تاريخ الحضارة البشرية وتقدم الانسان وقد تميزت ثورة المعلومات هذه بظهور وسائل اتصال جديدة لا تعرف حدود أو حواجز، فظهور البث الفضائي والانترنت والاتصالات الفضائية حولت العالم إلى ما يشبه قرية صغيرة (محمد، 2017، ص.7).

ومن سمات هذا العصر قضاء أوقات طويلة أمام الأجهزة الالكترونية الحديثة والمتمثلة في الاجهزة اللوحية والمحمولة، غير أن الكثيرين يقومون باستخدام تلك الأجهزة بشكل متواصل حتى سيطرت هذه الاجهزة على مستخدميها وعلى عقولهم بل وعلى أوقاتهم ونشاطهم (سارى، وزكريا، 2004، ص.196).

وفى السنوات القليلة الماضية غيرت شبكة الإنترنت من عادات مستخدميها من الشباب بسبب الانتشار الواسع لمواقع الشبكات الاجتماعية والتي جعلتهم المتحكمين فى طبيعة المحتوى المنشور بشكل جعل هذا المحتوى منافسا لمحتوى وسائل الإعلام التقليدية، وهو ما أعطى أولوية للموضوعات التي ينشرونها ويتبادلونها مع الآخرين بدرجة عالية من الحرية بدلاً من الاستخدام القاصر على متابعة ما تقدمه شبكة الإنترنت من مضامين وموضوعات (ضيف، ٢٠١٤، ص.١٣٨).

فاستخدام الشباب للوسائل التكنولوجية تلعب دوراً مهماً في حياتهم، حيث تمتلك إمكانيات فعالة في نقل الثقافة وتشكيلها بين أفراد المجتمع. كما ساهمت في تغيير الكثير من الاتجاهات والسلوكيات وتصرفات الأفراد، ولذلك تُعتبر سلاحاً ذو حدين. فعلى الرغم من أنها سهلت وطورت حياة الإنسان بشكل واضح، إلا أنها لا تخلو من وجود ثغرات وجوانب سلبية أثرت على الفرد والمجتمع. حيث أدى التطور التكنولوجي إلى ظهور المشكلات التي يعاني منها المجتمع اليوم (الحري وسليمان، 2022، ص.2).

هذا ما أكدت عليه دراسة عريقات (2003) أن غالبية الطلاب يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي للإطلاع على البحوث العلمية ، كما توصلت دراسة أبو صغليك، والزبون (2013) إلى وجود العديد من الآثار الإيجابية لاستخدامات شبكات التواصل الاجتماعي ومنها تعميق العلاقة مع الأصدقاء والمعارف وإزالة الحواجز النفسية والاجتماعية بين الجنسين ، وتوصلت دراسة الشهرى (2013) إلى أن استخدام الطلاب لوسائل التواصل الاجتماعي لها العديد من الآثار الإيجابية أهمها الانفتاح الفكرى والتبادل الثقافى.

كما أن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي أصبحت تحتل موقع الصدارة في الاتصال الإنسانى على مستوى المجتمعات ، وبانت من أهم الوسائل التي يعتمدها الناس في اتصالاتهم خاصة فئة الشباب، شجع على ذلك سهولة الوصول لهذه المواقع من كل فئات المجتمع، فالأبواب قد فتحت لكل من يريد (الطليحي، 2020، ص.152).

وهذا ما أكدت عليه دراسة باتون Patton (2007) أن مواقع التواصل الاجتماعي حظيت بشعبية كبيرة بين الشباب ، واستخدامها لنشر الظواهر الثقافية بينهم بسرعة، كما أكدت دراسة حافظ (2011) أن تواصل الشباب الجامعى من خلال مواقع التواصل الاجتماعي يعد ظاهرة اجتماعية ، حيث اتفقت دراسة كلا من مصطفى (2013) و صالح (2013) على أن مواقع التواصل الاجتماعي جاءت فى مقدمة المواقع التي تستخدم فى التواصل مع الأصدقاء والآخرين .

فالشباب حين يقضي أوقاته دون هدف ودون أن يشغل نفسه في نشاط يرغب فيه ويقبل عليه سواء كان بقصد الترويح عن النفس بواسطة برامج هادفة أم بقصد أداء أعمال يقتنع بها وتعود عليه بالفائدة، فإن مثل هذا الشاب سيشعر بالفراغ النفسي مما ينتج عنه جمود في الشخصية وانحسار في الطاقات فتبقي مكبوتة لا مجال لها للانطلاق في مسارات صحيحة وفي هذه الحالة يكون وقت الفراغ غير المستثمر بدايات لانحرافات سلوكية عديدة ينتج عنها عدة مشكلات للفرد منها مشكلات مع الذات ومشكلات مع الأسرة ومشكلات مع المجتمع (أحمد، ٢٠٢٠، ص. ٤٤).

فإن لجوء الشباب الي الاستخدام المفرط لشبكات التواصل الاجتماعي يؤدي إلى عزلهم عن واقعهم الأسري وعن مشاركتهم في الفعاليات التي يقيمها المجتمع، بالإضافة لانعدام الخصوصية لديهم وانغماسهم في التواصل الافتراضي الوهمي بعيداً عن علاقات الشباب الحقيقية مما يؤدي إلى أضرار معنوية ونفسية ومادية (سلام، ٢٠١٥، ص ١٠). وهذا ما أكدت عليه دراسة أحمد (2024) أن من الآثار السلبية المترتبة على استخدام الشباب الجامعي لوسائل التواصل الاجتماعي والمرتبطة بالشباب الجامعي نفسه التقصير في الدراسة واهدار الوقت ووجود معلومات وهمية عن الآخرين وإدمان استخدام مواقع التواصل الاجتماعي والعزلة عن الواقع والآخرين وزيادة العدوانية بسبب الألعاب الإلكترونية العنيفة وتقليل الأنشطة اليومية الحركية.

لذا تكتسب وسائل التواصل الاجتماعي مثل: الفيسبوك، واتساب، تويتر.... وغيرها من الوسائل الأخرى، أهمية كبيرة ومتزايدة في الوقت نفسه في مواجهة الإعلام التقليدي، خاصة أن تأثيرها يتجاوز الحقل الإعلامي ليمتد إلى المجالات السياسية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية وغيرها بالنظر إلى الاستخدام المكثف لها حول العالم.(محمود، 2023، ص.629).

وهذا ما أكدت عليه دراسة الصويان (2014) إلى تعدد استخدام الشباب لشبكات التواصل الاجتماعي وارتفاع تأثيرها على ثقافتهم. وعليه فإن وسائل التواصل الاجتماعي تعد من أكثر المواقع التي يستخدمها الشباب في الآونة الأخيرة لما لها من مميزات وانتشار وتفاعل، وتستخدم للتعبير عما يراه الإنسان، وتساعد على الاشتراك مع الآخرين في نفس الأفكار أو تشجيع فكر معين أو رأى معين أو تقديم مجال اهتمام واحد (احمد، 2024، ص. 355).

هذا ما أكدت عليه دراسة أحمد (2020) أن أهم أسباب استخدام وسائل التواصل الاجتماعي أنها وسيلة سهلة للتواصل مع أفراد الأسرة وقضاء وقت الفراغ وممارسة الألعاب الإلكترونية مع الآخرين، وهذا ما أكدت عليه دراسة (Taskin and et al, 2022) أن تعدد العوامل التي تزيد من خطر تعرض الطلاب للجرائم الإلكترونية، منها استخدامهم لوسائل التواصل الاجتماعي بشكل أكبر من غيرهم، بالإضافة إلى عدد الصداقات التي يقومون بإقامتها عبر الإنترنت.

كما إن استخدام وسائل التواصل الاجتماعي يؤدي الي إضاعة الوقت لدي الشباب بسبب التنقل عبر صفحات المواقع والتحدث في أمور ليس لها قيمة ولا فائدة ، كما يؤدي الدخول المتكرر والمتواصل لتلك المواقع إلي العزلة الاجتماعية والانطوائية وعدم اندماج الفرد مع أسرته وغيابه عن مشكلاتهم وهمومهم وعن المشاركة في المناسبات والالتزامات الاجتماعية بالإضافة لتأثر الشباب بالعادات السلبية الدخيلة والاصابة بالاضطرابات النفسية كالتوتر والاكتئاب والسلوكيات المعادية للمجتمع ، والتدني في المستوى الأكاديمي ودفن المواهب والأنشطة والهوايات التي تنمي شخصية الشاب ونصقلها (القميري ، ٢٠١٧ ، ص.٣٧٣).

وهذا ما أشارت اليه دراسة Patti, Jochen (2009) إلى أن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لفترات طويلة أظهر العديد من المشكلات السلوكية للشباب في ضوء المتغيرات الجماعية والثقافية ، والتي كان لها دوراً في التأثير على منظومة القيم ومنها العنف والعدوانية والعزلة الاجتماعية والانسحابية والاعترا ب الاجتماعي ، وتوصلت دراسة عبد الموجود (2014) إلى أن مواقع التواصل الاجتماعي لها تأثيرات سلبية تتعلق بالوقت الطويل الذي يقضيه الشباب على هذه المواقع ، والذي قد يصل الى درجة الإدمان، مما أدى الي وجود تأثيرات سلبية على سلوكهم تجاه أسرهم ومجتمعهم ، كما توصلت دراسة عوض (2014) أن لمواقع التواصل الاجتماعي تأثيراً سلبياً علي التحصيل الدراسي للأبناء وخاصة في حالات ازدياد عدد ساعات الإستخدام.

واستخدام وسائل التواصل الاجتماعي يؤثر على العديد من المتغيرات التي يجب دراستها والتعامل مع الاثار السلبية الناتجة عنها، ومن ضمن المتغيرات التي قد تتأثر باستخدام وسائل التواصل الإجتماعي الثقة الاجتماعية التي يبنهاها الشباب في التعامل معهم.

والثقة الاجتماعية هي ثقة الفرد بالآخرين الذين ليس لديه تجربة شخصية كبيرة معهم على الرغم من دورهم المهم في حياته، وهذا يعني ان الشخص من أجل تحديد درجة الثقة بالآخرين، يجب أن يعمم خبرته على درجة تختلف من موقف الى مواقف أخرى وبشكل أكثر تحديدا للعلاقات الاجتماعية العامة (Carl and Billari, 2014,) (p.1).

وهذا ما اشارت اليه دراسة الشمري (2007) أن الثقة الاجتماعية تعد أساس نجاح أي علاقة واستمرارها على المستوى الشخصي والاجتماعي وبانعدامها ينعدم التوافق مع المحيط الاجتماعي ويصبح بذلك الفرد منعزلاً ومنطوياً على نفسه.

والثقة الاجتماعية في المؤسسات تشجع الأفراد على التحفيز والابتكار والحدثة وتؤدي إلى تمالك المجموعة العاملة في المؤسسة وهذا هو أحد الأسباب المؤثرة التي تساعد على نجاح العلاقات الاجتماعية، وإن الأساس الذي تستند عليه الثقة الاجتماعية هو التوقعات الإيجابية الخاصة بسلوك الآخرين والاعتماد عليهم، وترتبط الثقة وانعدام الثقة بالنتائج المستقبلية المتوقعة، إذ إن الثقة وانعدامها دورا نشطا في إدارة العلاقات المعقدة مع الرؤى التقليدية (حمد، المهداوى، 2019، ص.135).

وللثقة الاجتماعية تأثير على مستوى العلاقات الشخصية، لأنها من أهم الأمور التي تنمي العلاقات الشخصية مع الأسرة والزملاء في الجامعة، ولأنها تلعب دوراً في تعزيز الألفة والتسامح والعفو (Rusbult et al, 2011, p.669).

وعليه فإن انخفاض الثقة الاجتماعية يؤثر على العلاقات المحيطة بالفرد وتواصله مع المحيطين به سواء كان في علاقته مع أسرته أو اصدقائه المقربين أو مؤسسات المجتمع المحيط به، وهذا ما اشارت اليه دراسة (محمد، 2002) وجود تدنى في مستوى الثقة الاجتماعية لدى الطالبات واهتزاز الثقة بالآخرين وعدم الوثوق التام أو المطلق بالأقران أو المقربين.

كما أن انخفاض الثقة الاجتماعية لدى الفرد يؤدي إلى زيادة توقعاته بعدم النية الحسنة، والشك والحذر من سلوك الآخرين أو انهم سوف يقومون بخيانته فهو يتوقع الخطر دوماً من الآخرين، وبالتالي يقرر عدم مشاركتهم في النشاطات الاجتماعية أو الاقتصادية، ويؤدي انخفاض ثقة الفرد بالصدق والأمانة في مؤسساته الحكومية ، وكذلك زيادة الشعور بالضعف والخوف والقلق والشك في الوفاء بتعهداتها وتحمل مسؤولياتها أو في انها تستطيع أن توفر له الحماية اللازمة (Randy, Borum, 2010, p:p 5:6).

وهذا ما اشارت اليه دراسة كلا من (نظمى ، 2001) ودراسة (مزيان ، 2019) أن مستوى الثقة الاجتماعية منخفض لدى الشباب وبالخاص الشباب الجامعي، وكما اشارت اليه دراسة حمد (2019) إن ضعف الثقة الاجتماعية يعد عنصرا مؤثرا في الكثير من المشكلات النفسية والصحية والوظيفية، إذ إن الفرد عندما يسجل درجة قليلة على مقياس الثقة الاجتماعية يكون أكثر حذرا وتخوفا من الناس ومن المواقف مقارنة بالفرد الذي يسجل درجة عالية على مقياس الثقة الاجتماعية فهو يكون أقل ريبية وخوفا اتجاه المواقف والأفراد.

وتأسيسا على ما سبق فإن الشباب الجامعي يستخدمون وسائل التواصل الاجتماعي الذي يؤثر بدوره على العديد من جوانب الحياة، لذلك تهتم مهنة الخدمة الاجتماعية من خلال طريقة خدمة الفرد بمشكلات الشباب الجامعي كما يسعى الأخصائيين الاجتماعيين لتنمية الثقة الاجتماعية لديهم لزيادة قدرتهم على التعامل مع الآخرين واثبات الذات ، وذلك من خلال تنمية مهاراتهم في التعامل مع الآخرين وتغيير بعض العوامل البيئية التي تؤثر بالسلب على شخصية الشاب .

وفي ضوء ما سبق تهتم الدراسة الحالية بتحديد : " العلاقة بين استخدام وسائل التواصل الاجتماعي والثقة الاجتماعية لدى الشباب الجامعي "

ثانياً : أهمية الدراسة

1- التزايد المستمر في نسبة مستخدمي شبكة الانترنت من الشباب عام 2022 الى 89% في الفئة العمرية (18 - 29 سنة)، وبلغت نسبة مستخدمي الانترنت من الشباب في الفئة العمرية (18 - 29 سنة) للحصول على معلومات عن السلع والخدمات 75.1% (72.9% ذكور ، 77.8% اناث)، وبلغت نسبة مستخدمي الإنترنت من الشباب في الفئة العمرية (18 - 29 سنة) لإجراء مكالمات عبر الانترنت 72.6% (73.9% ذكور ، 71.1% اناث)، وبلغت نسبة مستخدمي الانترنت من الشباب في الفئة العمرية (18 - 29 سنة) للحصول على معلومات عن الصحة والخدمات الصحية 52.6% (49.7% ذكور ، 56.2% اناث)، وبلغت نسبة مستخدمي الانترنت من الشباب في الفئة العمرية (18 - 29 سنة) للحصول على معلومات من الجهات الحكومية إلكترونياً 51.5% (49.2% ذكور ، 54.2% اناث). (الجهاز المركزي للتعبئة والاحصاء، 2023).

2- ما أشارت إليه نتائج الدراسات والبحوث السابقة بأهمية تنمية الثقة الاجتماعية للشباب الجامعي.

3- تستمد الدراسة الحالية أهميتها في تناولها لمرحلة الشباب وذلك لأن هذه المرحلة مهمة جدا في حياة الإنسان؛ لما يحدث فيها من تطورات ومشكلات في ظل التطور التكنولوجي.

4- أهمية الثقة الاجتماعية للشباب الجامعي في كيفية التعامل مع الآخرين.

ثالثاً : أهداف الدراسة

يتحدد الهدف الرئيس الاول للدراسة في:

" تحديد العلاقة بين استخدام وسائل التواصل الاجتماعي والثقة الاجتماعية لدى الشباب الجامعي "

وينبثق من هذا الهدف الرئيس الاول الأهداف الفرعية التالية:

1. تحديد العلاقة بين استخدام وسائل التواصل الاجتماعي للتسلية والترفيه عن النفس والثقة الاجتماعية لدى الشباب الجامعي
2. تحديد العلاقة بين استخدام وسائل التواصل الاجتماعي لتكوين العلاقات الاجتماعية والثقة الاجتماعية لدى الشباب الجامعي.
3. تحديد العلاقة بين استخدام وسائل التواصل الاجتماعي لاكتساب المعارف والثقة الاجتماعية لدى الشباب الجامعي.

الهدف الرئيس الثاني للدراسة

"تحديد الفروق المعنوية بين استجابات الشباب الجامعي وفقاً لبعض المتغيرات الديموجرافية بالنسبة لتحديدهم لمستوى الثقة الاجتماعية لدى الشباب الجامعي"

رابعاً : مفاهيم الدراسة

1- مفهوم استخدام وسائل التواصل الاجتماعي

يقصد باستخدام وسائل التواصل الاجتماعي بأنها مجموعة من تطبيقات الانترنت التي تبني علي أسس أيديولوجية وتكنولوجية من الويب والتي تسمح بإنشاء وتبادل المحتوى الذي يتم إنشاؤه (عبد الفتاح، ٢٠١٦، ص ٤).

وأنها مجموعة من صفحات الويب التي تتيح إمكانية التفاعل النشط ما بين الأعضاء المشتركين في هذه المواقع من أجل توفير كافة وسائل الاهتمام التي تشجع الأعضاء على التفاعل المستمر فيما بينهم (فهمي، 2018، ص20).

هي شبكات تفاعلية تتيح التواصل لمستخدميها في أي وقت يشاؤون أو أي مكان في العالم، وقد اكتسبت اسمها الاجتماعي من كونها تعزز العلاقات بين البشر (Agnes, 2015, p7).

وهي مواقع على شبكة الإنترنت تسمح لروادها بإنشاء حساب وصفحات خاصة بهم وربطها بنظام اجتماعي إلكتروني يتيح فرصة الحوار وتبادل الثقافات بين أعضائها من خلال التواصل الكتابي والمرئي والصوتي (موته، 2021، ص19).

فهي مجموعة من تطبيقات الإنترنت يتم بناؤها باستخدام تكنولوجيا الويب والتي تسمح للمستخدمين بخلق وتبادل المحتوى الاتصالي أي أنها تطبيقات تمكن المستخدمين من إنشاء صفحات وملفات شخصية تربطهم مع أصدقائهم ومعارفهم وتمكنهم من التواصل معهم من خلال تبادل الرسائل الشخصية أو من خلال ترك تعليقاتهم المختلفة التي يشارك فيها المستخدمين، وقد تحتوي تلك الملفات أو الصفحات الشخصية علي صور أو ملفات فيديو أو ملفات صوتية (علاء الدين، 2020، ص11).

ويعرف استخدام وسائل التواصل الاجتماعي نظريا في الدراسة الحالية بأنها مجموعة من تطبيقات الإنترنت والتي تمكن الشباب الجامعي من التواصل مع بعضهم البعض ومع الآخرين لتكوين العلاقات الاجتماعية واكتساب المعارف المختلفة والتسلية والترفيه عن أنفسهم.

ويقاس استخدام وسائل التواصل الاجتماعي اجرائيا بالدرجة التي يحصل عليها الشاب الجامعي على مقياس استخدام وسائل التواصل الاجتماعي وأبعاده كالتالي:-

أ- التسلية والترفيه عن النفس.

ب- تكوين العلاقات الاجتماعية.

ج- اكتساب المعارف.

2- مفهوم الثقة الاجتماعية

تعرف الثقة الاجتماعية بأنها مدى تصديق الشخص وإيمانه بالآخرين وتوقع الأفعال والنوايا الحسنة منهم والارتياح التام بناءً على معرفتهم (محمد، 2022، ص. 149). وتعرف أيضاً بأنها توقع تعليمي يكونه الفرد بإمكانية التعديل على ما يصدر عن فرد أو جماعه أخرى من كلمة أو وعد أو تصريح لفظي أو مكتوب (تافل، 2005، ص. 925)، وهي ما يتوقعه الأعضاء من أعضاء آخرين ضمن جماعة ذات سلوك منظم ومستقيم وتعاوني يركز على أعراف مشتركة (Collin, 2004, p.248).

وتعرف الثقة الاجتماعية بأنها ثقة الفرد بالآخرين ليس لديه تجربة شخصية كبيرة معهم، على الرغم من دورهم المهم في حياته، وهذا يعني ان الشخص من أجل تحديد درجة الثقة بالآخرين، يجب أن يعمم خبرته على درجة تحقيق وعوده إلى مواقف أخرى، وبشكل أكثر تحديداً للعلاقات الاجتماعية العامة. (carl and billari, 2014, p.1)

وتعرف الثقة الاجتماعية نظرياً في الدراسة الحالية بأنها ما يدركه الشاب الجامعي عن قدراته الشخصية وكفاءته الاجتماعية في التفاعل مع المحيطين به من الجماعات والمؤسسات التي تخدمه والأشخاص الذين يتفاعل معهم.

وتقاس الثقة الاجتماعية إجرائياً بالدرجة التي يحصل عليها الشاب الجامعي على مقياس الثقة الاجتماعية وأبعاده كالتالي:-

أ- الثقة بالجماعات الاجتماعية.

ب- الثقة بالمؤسسات.

ج- الثقة بالطبيعية البشرية (الآخرين).

خامساً: الموجهات النظرية للدراسة :

1- نظرية الاتصال

وتعني النظرية أن المرسل يحدد الفكرة أو المهارة التي يرغب في توصيلها إلي المرسل إليه الذي يقوم بعد ذلك بتحويل هذه الفكرة إلي رمز أو شكل أو لغة معينة ثم يقوم باختيار الوسيلة المناسبة التي تناسب المرسل إليه، وعندما يتلقى المرسل إليه هذه الرسالة فإنه يحاول فك رموزها وتفسيرها ليصل إلي فكرة مطابقة لما لدى المرسل وعندئذ تكون عملية الاتصال قد تمت (مصطفى وسعيد، ٢٠٠١، ص. ١٥).

وتعد المعارف والمعلومات احدي العناصر الرئيسية التي تعتمد عليها عملية الاتصال داخل المنظمات سواء كانت هذه المعلومات عن المجتمع الخارجي او عن المنظمة نفسها (سعيد، ٢٠٠٣، ص ٤٤).

تعتبر عملية الاتصال عملية مشتركة بين طرفين من اجل توصيل فكرة أو معنى أو خبرة أو اتجاه معين من طرف يمثله الاخصائي الاجتماعي إلي فرد أو جماعة أو مجتمع لتحقيق اهداف محددة (منقربوس، 2004، ص ٩)

والاتصال في الخدمة الاجتماعية يعني "توصيل فكرة أو معنى أو خبرة أو حالة عاطفية من شخص إلى آخر أو من جماعة إلى شخص أو من جماعة إلى جماعة" وتتكون دورة الاتصال من خمسة خطوات هي (زيدان وآخرون، 2024، 73-74) :

(1) انبثاق فكرة أو خبرة في عقل فرد (مرسل) يحاول صياغتها بشكل يسمح بإرسالها إلى حيث يريد (مستقل).

(2) الصيغة اللفظية أو التحديد الشكلي لتلك الفكرة أو الخبرة بشكل معين متعارف عليه لغويا وحركيا، أي في شكل ألفاظ ورموز مفهومة.

(3) تفسير المستقبل لهذه الرسالة سواء كانت ألفاظا أو خبرة ومحاولة إدراك معانيها أو فك رموزها، وهنا تصبح الرسالة واضحة لهذا الفرد.

(4) وتتمثل في استجابة المستقبل لهذه الرسالة وقد تكون الاستجابة سلبا أو إيجابا بحيث يتحقق على وجه اليقين مدى قبول أو رفض المستقبل لرسالة الطرف الآخر (المرسل).

(5) التغذية العكسية أو رجع الصدى إلى المرسل التي تظهر نتيجة التأثر بالرسالة، وبذلك تشكل تلك الأصداء الراجعة رسالة جديدة يستقبلها المرسل منه ومن ثم يتحول المرسل منه إلى مستقبل للاستجابة على رسالته الأساسية ويتولى إدراك معانيها أو فك رموزها وبذلك تكتمل الدورة الاتصالية.

ويمكن الاستفادة من نظرية الاتصال في الدراسة الحالية فيما يلي :

أ. ان الشاب الجامعي يستخدم وسائل التواصل الاجتماعي للتواصل مع المحيطين به والذي بدوره يجب أن يعد رسالة تعبر عن ما يفكر أو يشعر به والتي يعبر عنها عن طريق وسيلة من وسائل التواصل الاجتماعي .

ب. الرسالة التي يرسلها الشاب الجامعي يجب أن تكون واضحة لكي يفهمها الشخص الآخر ، فاذا لم تكن الرسالة غير واضحة تسبب نوع من التوتر في علاقه مع الآخرين .

ج. تدعيم الثقة الاجتماعية بين الشاب الجامعي والآخرين من خلال التغذية العكسية.

2- نظرية التعلم الاجتماعي (روتر)

تعد هذه النظرية واحدة من أهم النظريات التي تناولت مفهوم الثقة الاجتماعية وتظهر هذ النظرية تأثر روتر بأفكار " هل " وتولمان " في تأكيده على أهمية التعزيز والأبعاد المعرفية للسلوك البشري كذلك يظهر تأثر روتر بأفكار ادلر من خلال إبراز المكون الاجتماعي في الوظائف النفسية، ويشير روتر إلى ضرورة الانتباه إلى ان معظم تعليماتنا وان اغلب المنبهات المستثيرة تجاهها لدوافعنا مصدرها الآخرين (عبيدي، 2019، ص.419).

اشنق (روتر) مفهومه للثقة الاجتماعية المتبادلة من نظريته في التعلم الاجتماعي وبعد هذا الاشتقاق مثالا على كيفية تطبيق النظرية على مشكلة عملية مهمة إذ لم يأت هذا الاشتقاق وليد المصادفة أو بناء على رغبة طارئة من عالم نفس، لكنه جاء ترجمة علمية لملاحظاته التشخيصية وتساولاته الأخلاقية عن بواعث ازمة الثقة التي عاشها المجتمع الامريكي في ستينيات القرن العشرين (نظمى، ٢٠٠١، ص ١١٥).

افتراضات نظرية التعلم الاجتماعي (روتر)

1- السلوك الانساني وهو نتاج للتفاعل ما بين الفرد وبيئته.

2- الشخصية الإنسانية شخصية متعلمة تنمو وتتطور وتتعدل وتتغير .

3- الشخصية الإنسانية وحدة أساسية تقوم على التماسك والاتساق.

ويمكن الاستفادة من نظرية التعلم الاجتماعي في الدراسة الحالية فيما يلي :

1- الشباب الجامعي لا يتفاعلون مع المثيرات البيئية بصورة واحدة وإنما تختلف انماط تفاعلاتهم باختلاف معنى أهمية هذه المثيرات بالنسبة لهم ومدى الثقة في الافراد المحيطين به.

2- يتشكل استقبال الشباب الجامعي لبيئاتهم وتفسير معانيها ومدلولاتها المدركة من خلال خبراتهم الماضية والاعتماد على الآخرين من ناحية وتوقعاته للمستقبل من ناحية أخرى.

- 3- إن نمو شخصية الشاب الجامعي وتطورها وتغيرها يرتبط بمرورها بخبرات جديدة والتي تكتسب من خلال التفاعل مع المحيطين الذين يتق بهم.
- 4- ان خبرات الشاب الجامعي السابقة وانماط سلوكه المتعلمة تؤثر إلى حد كبير في ثقته الاجتماعية .

سادساً : الإجراءات المنهجية للدراسة

(1) منهجية الدراسة:

تنتمي هذه الدراسة وفقاً لأهدافها إلى نمط الدراسات الوصفية التي تستهدف رصد وتحليل العلاقة بين استخدام وسائل التواصل الاجتماعي (كمتغير مستقل) والثقة الاجتماعية لدى الشباب الجامعي (كمتغير تابع)، وذلك من خلال الاستشهاد في هذا الوصف والتحليل بمعطيات الإطار النظري ونتائج الإطار الميداني للدراسة. واعتمدت الدراسة على استخدام منهج المسح الاجتماعي بالعينة للشباب الجامعي بكلية الآداب وكلية الخدمة الاجتماعية جامعة حلوان كنموذج للكليات النظرية، وكلية الصيدلة وكلية العلوم جامعة حلوان كنموذج للكليات العملية للعام الجامعي 2024/2023م وعددهم (382) مفردة، وتم الاستعانة بمجموعات الدراسة الرسمية " Study Social Media Groups " وذلك لتحقيق التغطية التوزيعية الكاملة في عملية جمع البيانات.

(2) فروض الدراسة:

يتحدد الفرض الرئيس للدراسة في: " توجد علاقة طردية تأثيرية دالة إحصائياً بين استخدام وسائل التواصل الاجتماعي والثقة الاجتماعية المتبادلة لدى الشباب الجامعي".

وينبثق من هذا الفرض الرئيس الفروض الفرعية التالية:

1. توجد علاقة طردية تأثيرية دالة إحصائياً بين استخدام وسائل التواصل الاجتماعي للتسلية والترفية عن النفس والثقة الاجتماعية لدى الشباب الجامعي
2. توجد علاقة طردية تأثيرية دالة إحصائياً بين استخدام وسائل التواصل الاجتماعي لتكوين العلاقات الاجتماعية والثقة الاجتماعية لدى الشباب الجامعي.
3. توجد علاقة طردية تأثيرية دالة إحصائياً بين استخدام وسائل التواصل الاجتماعي لاكتساب المعارف والثقة الاجتماعية لدى الشباب الجامعي.

(3) مجالات الدراسة:

(أ) المجال المكاني:

تمثل المجال المكاني للدراسة فيما يلي:

- كلية الآداب وكلية الخدمة الاجتماعية جامعة حلوان كنموذج للكليات النظرية.
- كلية الصيدلة وكلية العلوم جامعة حلوان كنموذج للكليات العملية.

(ب) المجال البشري:

تمثل المجال البشري للدراسة في المسح الاجتماعي بالعينة للشباب الجامعي بكلية الآداب وكلية الخدمة الاجتماعية وكلية الصيدلة وكلية العلوم جامعة حلوان للعام الجامعي 2024/2023م، وذلك كما يلي:

(ج) وحدة المعاينة:

تمثلت وحدة المعاينة للدراسة في الشاب الجامعي بكلية الآداب وكلية الخدمة الاجتماعية وكلية الصيدلة وكلية العلوم جامعة حلوان للعام الجامعي 2024/2023م أيضاً كان نوعه أو سنه أو فرقته الدراسية أو شعبته الدراسية.

(1-3) إطار المعاينة:

تم حصر الشباب الجامعي بكلية الآداب وكلية الخدمة الاجتماعية وكلية الصيدلة وكلية العلوم جامعة حلوان للعام الجامعي 2024/2023م، وبلغ عددهم (68039) مفردة. وتوزيعهم كالتالي:

جدول رقم (1) يوضح توزيع الشباب الجامعي مجتمع الدراسة

م	الكليات الجامعية	طبيعة الدراسة	عدد الشباب الجامعي
1	كلية الآداب	كليات نظرية	20362
2	كلية الخدمة الاجتماعية		43155
3	كلية الصيدلة	كليات عملية	1059
4	كلية العلوم		3463
المجموع			68039

(2-3) نوع العينة وحجمها:

تمثلت نوع العينة في العينة العشوائية الطبقية، وبتطبيق قانون الحجم الأمثل للعينة (الضحيان، حسن، 2002، ص. 247) بلغ حجم العينة للشباب الجامعي (382) مفردة، وتم استخدام طريقة التوزيع المتناسب. وذلك كما يلي:

جدول رقم (2) يوضح توزيع الشباب الجامعي عينة الدراسة

م	الكلية الجامعية	طبيعة الدراسة	عدد الشباب الجامعي	الحجم الأمثل للعينة
1	كلية الآداب	كليات نظرية	20362	114
2	كلية الخدمة الاجتماعية		43155	242
3	كلية الصيدلة	كليات عملية	1059	7
4	كلية العلوم		3463	19
المجموع			68039	382
عينة الصدق والثبات " خارج إطار عينة الدراسة "			30	

(د) المجال الزمني:

تمثل المجال الزمني للدراسة في فترة جمع البيانات من الميدان والتي بدأت 2024/7/2م إلي 2024/9/10م.

(4) أدوات الدراسة:

تمثلت أدوات جمع البيانات في:

(1-4) صحيفة البيانات الأولية للشباب الجامعي ، (إعداد الباحث):

قام الباحث بتصميم صحيفة البيانات الأولية للشباب الجامعي، وتضمنت المحاور

التالية:

- النوع
- السن
- طبيعة الدراسة
- الشعبة الدراسية
- الفرقة الدراسية
- عدد ساعات استخدام وسائل التواصل الاجتماعي يومياً
- عدد مرات استخدام وسائل التواصل الاجتماعي يومياً
- وسائل التواصل الاجتماعي المستخدمة

(2-4) مقياس استخدام وسائل التواصل الاجتماعي (إعداد رواشدة والسوالمه ، 2019):

وتم استخدام الأداة وفقاً للخطوات التالية:

1. اعتمد الباحث على مقياس استخدام وسائل التواصل الاجتماعي وذلك في ضوء

الأدبيات النظرية والإطار التصوري الموجه للدراسة، وكذلك الدراسات السابقة ذات

الصلة بالقضية البحثية للدراسة. ثم قام الباحث بتصميم نموذج Google Drive

Models لجمع البيانات، وتم استخدام الربط الإلكتروني التالي:

<https://2u.pw/F08wDUv7>

2. اشتمل مقياس استخدام وسائل التواصل الاجتماعي على ثلاثة أبعاد، متضمنة عدد (31)

عبارة. وذلك كما يلي:

جدول رقم (3) يوضح توزيع عبارات مقياس استخدام وسائل التواصل الاجتماعي

م	الأبعاد	عدد العبارات	أرقام العبارات	العبارات الإيجابية	العبارات السلبية
1	بعد التسلية والترفيه عن النفس	10	10 - 1	1، 2، 3، 4، 5، 6، 7، 8، 9	
2	بعد تكوين العلاقات الاجتماعية	12	22 - 11	11، 14، 15، 19، 20، 22	12، 13، 16، 17، 18، 21
3	بعد اكتساب المعارف	9	31 - 23	23، 24، 25، 26، 27، 29، 30، 31	28

3. اعتمد مقياس استخدام وسائل التواصل الاجتماعي على التدرج الخماسي، بحيث تكون الاستجابة لكل عبارة (موافق تماماً، موافق، إلى حد ما، غير موافق، غير موافق تماماً) وأعطيت لكل استجابة من هذه الاستجابات وزناً (درجة)، وذلك كما يلي:

جدول رقم (4) يوضح درجات مقياس استخدام وسائل التواصل الاجتماعي

الاستجابات	موافق تماماً	موافق	إلى حد ما	غير موافق	غير موافق تماماً
العبارات الإيجابية	5	4	3	2	1
العبارات السلبية	1	2	3	4	5

4. طريقة تصحيح مقياس استخدام وسائل التواصل الاجتماعي:

تم بناء مقياس استخدام وسائل التواصل الاجتماعي وتقسيمه إلى فئات حتى يمكن التوصل إلى نتائج الدراسة باستخدام المتوسط الحسابي، حيث تم ترميز وإدخال البيانات إلى الحاسب الآلي، ولتحديد طول خلايا المقياس الخماسي (الحدود الدنيا والعليا)، تم حساب المدى = أكبر قيمة - أقل قيمة (5 - 1 = 4)، تم تقسيمه على عدد خلايا المقياس للحصول على طول الخلية المصحح (4 / 5 = 0.8) وبعد ذلك تم إضافة هذه القيمة إلى أقل قيمة في المقياس أو بداية المقياس وهي الواحد الصحيح وذلك لتحديد الحد الأعلى لهذه الخلية، وذلك كما يلي:

جدول رقم (5) يوضح مستويات أبعاد مقياس استخدام وسائل التواصل الاجتماعي

المستوى	القيم
مستوى منخفض جداً	إذا تراوحت قيمة المتوسط للعبارة أو البعد بين 1 إلى أقل من 1.8
مستوى منخفض	إذا تراوحت قيمة المتوسط للعبارة أو البعد بين 1.8 إلى أقل من 2.6
مستوى متوسط	إذا تراوحت قيمة المتوسط للعبارة أو البعد بين 2.6 إلى أقل من 3.4
مستوى مرتفع	إذا تراوحت قيمة المتوسط للعبارة أو البعد بين 3.4 إلى أقل من 4.2
مستوى مرتفع جداً	إذا تراوحت قيمة المتوسط للعبارة أو البعد بين 4.2 إلى 5

5. صدق الأداة:

اعتمد الباحث في حساب صدق الاتساق الداخلي لمقياس استخدام وسائل التواصل الاجتماعي على معامل ارتباط كل بعد في الأداة بالدرجة الكلية للأداة، وذلك بتطبيقه على عينة قوامها (30) مفردة من الشباب الجامعي (خارج إطار عينة الدراسة)، وتبين أنها معنوية عند مستويات الدلالة المتعارف عليها، وأن معامل الصدق مقبول، وذلك كما يلي:
 جدول رقم (6) يوضح الاتساق الداخلي بين أبعاد مقياس استخدام وسائل التواصل الاجتماعي ودرجة الأداة ككل (ن=30)

الأبعاد	بعد التسلية والترفيهية عن النفس	بعد تكوين العلاقات الاجتماعية	بعد اكتساب المعارف	أبعاد الأداة ككل
معامل الارتباط	0.537	0.533	0.884	1
الدلالة	**	**	**	
قوة معامل الارتباط	ارتباط طردي متوسط	ارتباط طردي متوسط	ارتباط طردي قوي	ارتباط طردي تام

يوضح الجدول السابق أن:

توجد علاقة طردية دالة إحصائياً عند مستوى معنوية (0.01) بين أبعاد مقياس استخدام وسائل التواصل الاجتماعي لكل بعد على حدة من ناحية وللأبعاد كلها من ناحية أخرى، ومن ثم تحقق مستوى الثقة في الأداة والاعتماد على نتائجها.

6. ثبات الأداة:

تم حساب ثبات مقياس استخدام وسائل التواصل الاجتماعي باستخدام معادلة سبيرمان - براون للتجزئة النصفية، حيث تم تقسيم عبارات كل بعد إلى نصفين، يضم القسم الأول القيم التي تم الحصول عليها من الاستجابة للعبارة الفردية، ويضم القسم الثاني القيم المعبرة عن العبارات الزوجية، وذلك بتطبيقه على عينة قوامها (30) مفردة من الشباب الجامعي (خارج إطار عينة الدراسة)، وتبين أن معاملات الثبات للأبعاد تتمتع بدرجة عالية من الثبات، كما يلي:
 جدول رقم (7) يوضح نتائج ثبات مقياس استخدام وسائل التواصل الاجتماعي (ن=30)

الأبعاد	بعد التسلية والترفيهية عن النفس	بعد تكوين العلاقات الاجتماعية	بعد اكتساب المعارف	أبعاد الأداة ككل
قيمة R ودالاتها	0.672**	0.655**	0.749**	0.772**
معادلة سبيرمان براون	0.804	0.791	0.856	0.872
درجة الثبات	درجة عالية	درجة عالية	درجة عالية	درجة عالية

يوضح الجدول السابق أن:

معاملات الثبات لأبعاد مقياس استخدام وسائل التواصل الاجتماعي تتمتع بدرجة عالية من الثبات والدقة والموثوقية، وأصبحت الأداة في صورتها النهائية، وبذلك يمكن الاعتماد على نتائجها، كما أن نتائجها قابلة للتعميم على مجتمع الدراسة.

(3-4) مقياس الثقة الاجتماعية (إعداد نظمي، 2001):

وتم استخدام الأداة وفقاً للخطوات التالية:

1. اعتمد الباحث على مقياس الثقة الاجتماعية وذلك في ضوء التراث النظري الموجه للدراسة، وكذلك الدراسات السابقة ذات الصلة بالقضية البحثية للدراسة. ثم قام الباحث بتصميم نموذج Google Drive Models لجمع البيانات، وتم استخدام الربط

الإلكتروني التالي: <https://2u.pw/F08wDUv7>

2. قام معد مقياس الثقة الاجتماعية بذكر أن مقياسه أحادي البعد لأنه في الوقت نفسه يغطي ثلاثة مجالات رئيسية بمفهوم الثقة الاجتماعية، وهي: مجال الثقة بالجماعات الاجتماعية، ومجال الثقة بالمؤسسات، ومجال الثقة بالطبيعية البشرية. كما اشتمل مقياس الثقة الاجتماعية على عدد (36) عبارة. وذلك كما يلي:

جدول رقم (8) يوضح توزيع عبارات مقياس الثقة الاجتماعية

العبارات السلبية	العبارات الإيجابية	المقياس
10، 9، 7، 6، 5، 3، 2، 31، 27، 22، 18، 14، 12، 36، 33	17، 16، 15، 13، 11، 8، 4، 1، 26، 25، 24، 23، 21، 20، 19، 35، 34، 32، 30، 29، 28	مقياس الثقة الاجتماعية

3. اعتمد مقياس الثقة الاجتماعية على التدرج الخماسي، بحيث تكون الاستجابة لكل عبارة (موافق تماماً، موافق، إلى حد ما، غير موافق، غير موافق تماماً) وأعطيت لكل استجابة من هذه الاستجابات وزناً (درجة)، وذلك كما يلي:

جدول رقم (9) يوضح درجات مقياس الثقة الاجتماعية

الاستجابات	موافق تماماً	موافق	إلى حد ما	غير موافق	غير موافق تماماً
العبارات الإيجابية	5	4	3	2	1
العبارات السلبية	1	2	3	4	5

4. طريقة تصحيح مقياس الثقة الاجتماعية:

تم بناء مقياس الثقة الاجتماعية وتقسيمه إلى فئات حتى يمكن التوصل إلى نتائج الدراسة باستخدام المتوسط الحسابي، حيث تم ترميز وإدخال البيانات إلى الحاسب الآلي، ولتحديد طول خلايا المقياس الخماسي (الحدود الدنيا والعليا)، تم حساب المدى = أكبر قيمة - أقل قيمة (5 - 1 = 4)، تم تقسيمه على عدد خلايا المقياس للحصول على طول الخلية المصحح (4 / 5 = 0.8) وبعد ذلك تم إضافة هذه القيمة إلى أقل قيمة في المقياس أو بداية المقياس وهي الواحد الصحيح وذلك لتحديد الحد الأعلى لهذه الخلية، وذلك كما يلي:

جدول رقم (10) يوضح مستويات أبعاد مقياس الثقة الاجتماعية

المستوى	القيم
مستوى منخفض جداً	إذا تراوحت قيمة المتوسط للعبارة أو البعد بين 1 إلى أقل من 1.8
مستوى منخفض	إذا تراوحت قيمة المتوسط للعبارة أو البعد بين 1.8 إلى أقل من 2.6
مستوى متوسط	إذا تراوحت قيمة المتوسط للعبارة أو البعد بين 2.6 إلى أقل من 3.4
مستوى مرتفع	إذا تراوحت قيمة المتوسط للعبارة أو البعد بين 3.4 إلى أقل من 4.2
مستوى مرتفع جداً	إذا تراوحت قيمة المتوسط للعبارة أو البعد بين 4.2 إلى 5

5. ثبات الأداة:

تم حساب ثبات مقياس الثقة الاجتماعية باستخدام معادلة سبيرمان - براون للتجزئة النصفية، حيث تم تقسيم عبارات المقياس إلى نصفين، يضم القسم الأول القيم التي تم الحصول عليها من الاستجابة للعبارة الفردية، ويضم القسم الثاني القيم المعبرة عن العبارات الزوجية، وذلك بتطبيقه على عينة قوامها (30) مفردة من الشباب الجامعي (خارج إطار عينة الدراسة)، وتبين أن معاملات الثبات للأبعاد تتمتع بدرجة عالية من الثبات.

جدول رقم (11) يوضح نتائج ثبات مقياس الثقة الاجتماعية (ن=30)

الأبعاد	قيمة R ودلالاتها	معادلة سبيرمان براون	درجة الثبات
مقياس الثقة الاجتماعية	**0.658	0.794	درجة عالية

* معنوي عند (0.05)

** معنوي عند (0.01)

يوضح الجدول السابق أن:

معاملات الثبات لمقياس الثقة الاجتماعية تتمتع بدرجة عالية من الثبات والدقة والموثوقية، وأصبحت الأداة في صورتها النهائية، وبذلك يمكن الاعتماد على نتائجها، كما أن نتائجها قابلة للتعميم على مجتمع الدراسة.

(5) أساليب التحليل الكيفي والكمي:

اعتمدت الدراسة في تحليل البيانات على الأساليب التالية:

- أسلوب التحليل الكيفي: بما يتناسب وطبيعة موضوع الدراسة.
- أسلوب التحليل الكمي: تم معالجة البيانات من خلال الحاسب الآلي باستخدام برنامج (SPSS.V. 24.0) الحزم الإحصائية للعلوم الاجتماعية، وقد طبقت الأساليب الإحصائية التالية: التكرارات والنسب المئوية، والمتوسط الحسابي، والانحراف المعياري، والمدى، ومعادلة سبيرمان - براون للتجزئة النصفية للثبات، وتحليل الانحدار البسيط، وتحليل الانحدار المتعدد، ومعامل ارتباط بيرسون، ومعامل التحديد، واختبار (ت) لعينتين مستقلتين، وتحليل التباين أحادي الاتجاه لتحديد التباين بين المجموعات، وطريقة الفرق المعنوي الأصغر لتحديد اتجاه التباين لصالح أي مجموعة من المجموعات.

سابعاً: نتائج الدراسة الميدانية ومناقشتها:

المحور الأول: وصف الشباب الجامعي مجتمع الدراسة:

جدول رقم (12) وصف الشباب الجامعي مجتمع الدراسة (ن=382)

م	المتغيرات الكمية	س	σ	م	النوع	ك	%
1	السن	21	1	1	ذكر	140	36.6
2	عدد ساعات الاستخدام يومياً	4	2	2	أنثى	242	63.4
3	عدد مرات الاستخدام يومياً	7	3		المجموع	382	100
م	طبيعة الدراسة	ك	%	م	الشعبة الدراسية	ك	%
1	كليات نظرية	356	93.2	1	شعبة الانتظام	258	67.5
2	كليات عملية	26	6.8	2	شعبة الانتساب	124	32.5
	المجموع	382	100		المجموع	382	100
م	الفرقة الدراسية	ك	%	م	وسائل التواصل الاجتماعي	ك	%
1	الفرقة الأولى	18	4.7	1	فيس بوك	142	37.2
2	الفرقة الثانية	50	13.1	2	واتس أب	158	41.4
3	الفرقة الثالثة	101	26.4	3	يوتيوب	23	6
4	الفرقة الرابعة	213	55.8	4	سناب شات	4	1
	المجموع	382	100		انستجرام	59	15.4

يوضح الجدول السابق أن:

- متوسط سن الشباب الجامعي (21) سنة، وانحراف معياري سنة واحدة تقريباً.
- متوسط عدد ساعات استخدام الشباب الجامعي لوسائل التواصل الاجتماعي يومياً (4) ساعات، وانحراف معياري ساعتان تقريباً.

- متوسط عدد مرات استخدام الشباب الجامعي لوسائل التواصل الاجتماعي يومياً (7) مرات، وبانحراف معياري (3) مرات تقريباً.
 - أكبر نسبة من الشباب الجامعي إناث بنسبة (63.4%)، بينما الذكور بنسبة (36.6%).
 - أكبر نسبة من الشباب الجامعي مقيدون بالكليات النظرية بنسبة (93.2%)، يليها الكليات العملية بنسبة (6.8%).
 - أكبر نسبة من الشباب الجامعي مقيدون بشعبة الانتظام بنسبة (67.5%)، يليها شعبة الانتساب بنسبة (32.5%).
 - أكبر نسبة من الشباب الجامعي مقيدون بالفرقة الرابعة بنسبة (55.8%)، يليها الفرقة الثالثة بنسبة (26.4%)، ثم الفرقة الثانية بنسبة (13.1%)، وأخيراً الفرقة الأولى بنسبة (4.7%).
 - أكثر وسائل التواصل الاجتماعي التي يستخدمها الشباب الجامعي تمثلت في: واتس آب بنسبة (41.4%)، يليه فيس بوك بنسبة (37.2%)، ثم انستجرام بنسبة (15.4%)، يليه يوتيوب بنسبة (6%)، وأخيراً سناش بنسبة (1%).
- المحور الثاني: مستوى استخدام وسائل التواصل الاجتماعي لدى الشباب الجامعي ككل:**
 جدول رقم (13) يوضح مستوى استخدام وسائل التواصل الاجتماعي لدى الشباب الجامعي ككل (ن=382)

م	الأبعاد	المتوسط الحسابي	لانحراف المعياري	المستوى	الترتيب
1	بعد التسلية والترفيه عن النفس	3.28	0.58	متوسط	2
2	بعد تكوين العلاقات الاجتماعية	3.05	0.39	متوسط	3
3	بعد اكتساب المعارف	3.7	0.6	مرتفع	1
	أبعاد استخدام وسائل التواصل الاجتماعي ككل	3.35	0.36	مستوى متوسط	

يوضح الجدول السابق أن:

- مستوى استخدام وسائل التواصل الاجتماعي لدى الشباب الجامعي ككل متوسط حيث بلغ المتوسط الحسابي (3.35)، ومؤشرات ذلك وفقاً لترتيب المتوسط الحسابي:
- الترتيب الأول استخدام وسائل التواصل الاجتماعي لاكتساب المعارف لدى الشباب الجامعي بمتوسط حسابي (3.7) وهو مستوى مرتفع.
- الترتيب الثاني استخدام وسائل التواصل الاجتماعي للتسلية والترفيه عن النفس لدى الشباب الجامعي بمتوسط حسابي (3.28) وهو مستوى متوسط.
- الترتيب الثالث استخدام وسائل التواصل الاجتماعي لتكوين العلاقات الاجتماعية لدى الشباب الجامعي بمتوسط حسابي (3.05) وهو مستوى متوسط.

المحور الثالث: مستوى الثقة الاجتماعية لدى الشباب الجامعي ككل:

جدول رقم (14) يوضح مستوى الثقة الاجتماعية لدى الشباب الجامعي ككل (ن=382)

الترتيب	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الأبعاد
مستوى متوسط	0.37	2.84	الثقة الاجتماعية لدى الشباب الجامعي ككل

يوضح الجدول السابق أن:

مستوى الثقة الاجتماعية لدى الشباب الجامعي ككل متوسط حيث بلغ المتوسط الحسابي (2.84).

المحور الرابع: دلالات الفروق المعنوية بين استجابات الشباب الجامعي وفقاً لبعض المتغيرات الديموجرافية بالنسبة لتحديد مستوى أبعاد الدراسة:

(1) دلالات الفروق المعنوية بين استجابات الشباب الجامعي وفقاً لبعض المتغيرات الديموجرافية بالنسبة لتحديد مستوى استخدام وسائل التواصل الاجتماعي لدى الشباب الجامعي:

جدول رقم (15) يوضح دلالات الفروق المعنوية بين استجابات الشباب الجامعي وفقاً لبعض المتغيرات الديموجرافية بالنسبة لتحديد مستوى استخدام وسائل التواصل الاجتماعي لدى الشباب الجامعي (ن=382)

الأبعاد	مجتمع البحث		العدد (ن)	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة T	المعنوية Sig	الدلالة	
	النوع	ذكور							
استخدام وسائل التواصل الاجتماعي	النوع	ذكور	140	3.36	0.38	0.595	0.552	غير دال	
		إناث	242	3.34	0.34				
طبيعة الدراسة	طبيعة الدراسة	كليات نظرية	356	3.34	0.36	0.968-	0.334	غير دال	
		كليات عملية	26	3.41	0.36				
الشعبية الدراسية	الشعبية الدراسية	شعبة الانتظام	258	3.38	0.35	2.446	0.015	*	
		شعبة الانتساب	124	3.28	0.36				
الفرقة الدراسية	الفرقة الدراسية	مجتمع البحث		العدد (ن)	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة F (ف)	المعنوية Sig	الدلالة
		الفرقة الأولى	18	3.37	0.37	2.127	0.096	غير دال	
الفرقة الثانية	50	3.31	0.36						
الفرقة الثالثة	101	3.42	0.38						
الفرقة الرابعة	213	3.32	0.34						

* معنوي عند (0.05)

** معنوي عند (0.01)

يوضح الجدول السابق أن:

- لا توجد فروق جوهرية دالة إحصائية بين استجابات الشباب الجامعي وفقاً للنوع (ذكور/ إناث) بالنسبة لتحديد مستوى استخدام وسائل التواصل الاجتماعي لدى الشباب الجامعي.

- لا توجد فروق جوهرية دالة إحصائياً بين استجابات الشباب الجامعي وفقاً لطبيعة الدراسة (كليات نظرية/ كليات عملية) بالنسبة لتحديدهم لمستوى استخدام وسائل التواصل الاجتماعي لدى الشباب الجامعي.
- توجد فروق جوهرية دالة إحصائياً عند مستوى معنوية (0.05) بين استجابات الشباب الجامعي وفقاً للشعبة الدراسة (شعبة الانتظام/ شعبة الانتساب) بالنسبة لتحديدهم لمستوى استخدام وسائل التواصل الاجتماعي لدى الشباب الجامعي لصالح استجابات الشباب الجامعي بشعبة الانتظام.
- لا يوجد تباين دال إحصائياً بين استجابات الشباب الجامعي وفقاً للفرقة الدراسية (الفرقة الأولى/ الفرقة الثانية/ الفرقة الثالثة/ الفرقة الرابعة) بالنسبة لتحديدهم لمستوى استخدام وسائل التواصل الاجتماعي لدى الشباب الجامعي.

(2) دلالات الفروق المعنوية بين استجابات الشباب الجامعي وفقاً لبعض المتغيرات الديموجرافية بالنسبة لتحديدهم لمستوى الثقة الاجتماعية لدى الشباب الجامعي:

جدول رقم (16) يوضح دلالات الفروق المعنوية بين استجابات الشباب الجامعي وفقاً

لبعض المتغيرات الديموجرافية بالنسبة لتحديدهم لمستوى الثقة الاجتماعية لدى الشباب

الجامعي (ن=382)

الأبعاد	مجتمع البحث		العدد (ن)	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة T	المعنوية Sig	الدلالة					
	ذكور	إناث											
الثقة الاجتماعية لدى الشباب الجامعي	النوع	140	2.94	0.4	4.070	0.000	**						
		242	2.78	0.34									
	الفرقة	356	2.83	0.36	0.552-	0.586	غير دال						
		26	2.89	0.51									
الثقة الاجتماعية لدى الشباب الجامعي	مجتمع البحث	258	2.83	0.39	0.328-	0.743	غير دال						
		124	2.85	0.33									
الثقة الاجتماعية لدى الشباب الجامعي	الفرقة	مجتمع البحث		العدد (ن)	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة F (ف)	المعنوية Sig	اختبار LSD				
		18	3.04							0.62	4.046	0.008	**
		50	2.87							0.3			
		101	2.89							0.4			
		213	2.79							0.34			

* معنوي عند (0.05)

** معنوي عند (0.01)

يوضح الجدول السابق أن:

- توجد فروق جوهرية دالة إحصائياً عند مستوى معنوية (0.01) بين استجابات الشباب الجامعي وفقاً للنوع (ذكور/ إناث) بالنسبة لتحديدهم لمستوى الثقة الاجتماعية لدى الشباب الجامعي لصالح استجابات الشباب الجامعي الذكور.
- لا توجد فروق جوهرية دالة إحصائياً بين استجابات الشباب الجامعي وفقاً لطبيعة الدراسة (كليات نظرية/ كليات عملية) بالنسبة لتحديدهم لمستوى الثقة الاجتماعية لدى الشباب الجامعي.
- لا توجد فروق جوهرية دالة إحصائياً بين استجابات الشباب الجامعي وفقاً للشعبة الدراسة (شعبة الانتظام/ شعبة الانتساب) بالنسبة لتحديدهم لمستوى الثقة الاجتماعية لدى الشباب الجامعي.
- يوجد تباين دال إحصائياً عند مستوى معنوية (0.01) بين استجابات الشباب الجامعي وفقاً للفرقة الدراسية (الفرقة الأولى/ الفرقة الثانية/ الفرقة الثالثة/ الفرقة الرابعة) بالنسبة لتحديدهم لمستوى الثقة الاجتماعية لدى الشباب الجامعي. وهذه الفروق لصالح الفئة الأولى التي تقع في فئة (استجابات الشباب الجامعي بالفرقة الأولى) لتصبح أكثر استجابات الشباب الجامعي وفقاً للفرقة الدراسية تحديداً لتلك الأبعاد.

المحور الخامس: اختبار فروض الدراسة:

- اختبار الفرض الرئيس للدراسة وفروضه الفرعية: " توجد علاقة طردية تأثيرية دالة إحصائياً بين استخدام وسائل التواصل الاجتماعي والثقة الاجتماعية لدى الشباب الجامعي":

جدول رقم (17) يوضح تحليل الانحدار البسيط لأثر استخدام وسائل التواصل الاجتماعي

على الثقة الاجتماعية لدى الشباب الجامعي

معامل التحديد R^2	معامل الارتباط R	اختبار (ف) F-Test	اختبار (ت) T-Test	معامل الانحدار B	المتغير التابع	المتغيرات المستقلة	الشباب الجامعي (ن=382)
**0.112	**0.335	**48.091	**6.935	0.215	الثقة الاجتماعية لدى الشباب الجامعي	بعد الترفيهية والترفيهية عن النفس	
**0.097	**0.312	**41.038	**6.406	0.298		بعد تكوين العلاقات الاجتماعية	
0.000	0.011	0.046	0.214	0.007		بعد اكتساب المعارف	
**0.091	**0.301	**37.892	**6.156	0.314		أبعاد استخدام وسائل التواصل الاجتماعي ككل	

* معنوي عند (0.05)

** معنوي عند (0.01)

يوضح الجدول السابق أن:

- تشير قيمة معامل الارتباط بين المتغير المستقل " استخدام وسائل التواصل الاجتماعي للتسلية والترفيه عن النفس " والمتغير التابع " الثقة الاجتماعية لدى الشباب الجامعي " إلى وجود ارتباط طردي ضعيف بين المتغيرين عند مستوى معنوية (0.01). وتشير نتيجة اختبار (ف) إلى معنوية نموذج الانحدار، وبلغت قيمة معامل التحديد (0.112)، أي أن استخدام وسائل التواصل الاجتماعي للتسلية والترفيه عن النفس يفسر نسبة (11.2%) من التباين الكلي في الثقة الاجتماعية لدى الشباب الجامعي. مما يجعلنا نقبل الفرض الفرعي الأول للدراسة والذي مؤداه " توجد علاقة طردية تأثيرية دالة إحصائياً بين استخدام وسائل التواصل الاجتماعي للتسلية والترفيه عن النفس والثقة الاجتماعية لدى الشباب الجامعي " .
- تشير قيمة معامل الارتباط بين المتغير المستقل " استخدام وسائل التواصل الاجتماعي لتكوين العلاقات الاجتماعية " والمتغير التابع " الثقة الاجتماعية لدى الشباب الجامعي " إلى وجود ارتباط طردي ضعيف بين المتغيرين عند مستوى معنوية (0.01). وتشير نتيجة اختبار (ف) إلى معنوية نموذج الانحدار، وبلغت قيمة معامل التحديد (0.097)، أي أن استخدام وسائل التواصل الاجتماعي لتكوين العلاقات الاجتماعية يفسر نسبة (9.7%) من التباين الكلي في الثقة الاجتماعية لدى الشباب الجامعي. مما يجعلنا نقبل الفرض الفرعي الثاني للدراسة والذي مؤداه " توجد علاقة طردية تأثيرية دالة إحصائياً بين استخدام وسائل التواصل الاجتماعي لتكوين العلاقات الاجتماعية والثقة الاجتماعية لدى الشباب الجامعي " .
- تشير قيمة معامل الارتباط بين المتغير المستقل " استخدام وسائل التواصل الاجتماعي لاكتساب المعارف " والمتغير التابع " الثقة الاجتماعية لدى الشباب الجامعي " إلى عدم وجود ارتباط طردي بين المتغيرين. وتشير نتيجة اختبار (ف) إلى عدم وجود معنوية نموذج الانحدار. مما يجعلنا نرفض الفرض الفرعي الثالث للدراسة والذي مؤداه " توجد علاقة طردية تأثيرية دالة إحصائياً بين استخدام وسائل التواصل الاجتماعي لاكتساب المعارف والثقة الاجتماعية لدى الشباب الجامعي " .
- تشير قيمة معامل الارتباط بين المتغير المستقل " أبعاد استخدام وسائل التواصل الاجتماعي ككل " والمتغير التابع " الثقة الاجتماعية لدى الشباب الجامعي " إلى وجود

ارتباط طردي ضعيف بين المتغيرين عند مستوى معنوية (0.01). وتشير نتيجة اختبار (ف) إلى معنوية نموذج الانحدار، وبلغت قيمة معامل التحديد (0.091)، أي أن أبعاد استخدام وسائل التواصل الاجتماعي ككل تفسر نسبة (9.1%) من التباين الكلي في الثقة الاجتماعية لدى الشباب الجامعي. مما يجعلنا نقبل الفرض الرئيس للدراسة والذي مؤداه " توجد علاقة طردية تأثيرية دالة إحصائياً بين استخدام وسائل التواصل الاجتماعي والثقة الاجتماعية لدى الشباب الجامعي ".

جدول رقم (18) يوضح تحليل الانحدار المتعدد لأثر استخدام وسائل التواصل الاجتماعي على

الثقة الاجتماعية لدى الشباب الجامعي

المتغيرات المستقلة	المتغير التابع	معامل الانحدار B	معاملات بيتا	اختبار (ت) T-Test	اختبار (ف) F-Test	معامل الارتباط R	معامل التحديد R ²
الشباب الجامعي (ن=382)	بعد التسلية والترفيهية عن النفس	0.216	0.336	7.126**	32.806**	0.455**	0.207**
	بعد تكوين العلاقات الاجتماعية	0.291	0.305	6.522**			
	بعد اكتساب المعارف	-0.079	-0.128	-2.665**			

* معنوي عند (0.05)

** معنوي عند (0.01)

يوضح الجدول السابق أن:

- بلغت قيمة معامل الارتباط المتعدد بين جميع المتغيرات المستقلة لأبعاد استخدام وسائل التواصل الاجتماعي ككل والمتمثلة في: " بعد التسلية والترفيهية عن النفس، وبعد تكوين العلاقات الاجتماعية، وبعد اكتساب المعارف " والمتغير التابع " الثقة الاجتماعية لدى الشباب الجامعي " (0.455)، وهي دالة إحصائياً عند مستوى معنوية (0.01)، وتدل على وجود ارتباط طردي متوسط بين المتغيرين.
- وتشير نتيجة اختبار (ف) إلى معنوية نموذج الانحدار، وبلغت قيمة معامل التحديد (0.207)، أي أن أبعاد استخدام وسائل التواصل الاجتماعي ككل والمتمثلة في: " بعد التسلية والترفيهية عن النفس، وبعد تكوين العلاقات الاجتماعية، وبعد اكتساب المعارف " تفسر نسبة (20.7%) من التباين الكلي في الثقة الاجتماعية لدى الشباب الجامعي.

- وتشير نتيجة اختبار (ت) إلى أن تأثير جميع المتغيرات المستقلة وهي " بعد التسلية والترفية عن النفس، وبعد تكوين العلاقات الاجتماعية، وبعد اكتساب المعارف " على المتغير التابع " الثقة الاجتماعية لدى الشباب الجامعي " يعتبر تأثيراً معنوياً وذا دلالة إحصائية عند مستوى معنوية (0.01).
- ومن خلال قيم معاملات بيتا Beta يمكن ترتيب المتغيرات المستقلة المعنوية حسب الأهمية النسبية، وذلك كما يلي:
 1. بعد التسلية والترفية عن النفس (بيتا=0.336).
 2. بعد تكوين العلاقات الاجتماعية (بيتا=0.305).
 3. بعد اكتساب المعارف (بيتا=-0.128).
- مما يجعلنا نقبل الفرض الرئيس للدراسة والذي مؤداه " توجد علاقة طردية تأثيرية دالة إحصائياً بين استخدام وسائل التواصل الاجتماعي والثقة الاجتماعية لدى الشباب الجامعي " .

مناقشة النتائج

- استهدفت الدراسة تحديد مستوى استخدام وسائل التواصل الاجتماعي لدى الشباب الجامعي ، حيث أوضحت نتائج الدراسة أن مستوى استخدام وسائل التواصل الاجتماعي لدى الشباب الجامعي ككل متوسط حيث بلغ المتوسط الحسابي (3.35)، ومؤشرات ذلك وفقاً لترتيب المتوسط الحسابي الترتيب الأول استخدام وسائل التواصل الاجتماعي لاكتساب المعارف لدى الشباب الجامعي بمتوسط حسابي (3.7) وهو مستوى مرتفع ، وفي الترتيب الثاني استخدام وسائل التواصل الاجتماعي للتسلية والترفية عن النفس لدى الشباب الجامعي بمتوسط حسابي (3.28) وهو مستوى متوسط ، وفي الترتيب الثالث استخدام وسائل التواصل الاجتماعي لتكوين العلاقات الاجتماعية لدى الشباب الجامعي بمتوسط حسابي (3.05) وهو مستوى متوسط ، واتفقت الدراسة الحالية مع دراسة (فخرى وآخرون، 2023) أن مستوى استخدام وسائل التواصل الاجتماعي لدى الشباب الجامعي متوسط ، واتفقت مع دراسة أحمد، (2015) أن أهم دوافع استخدام وسائل التواصل الاجتماعي الشباب انها توفر لهم ما يحتاجون إليه من المعلومات والتعرف على آراء الآخرين وتعليقاتهم على الموضوعات ، واتفقت مع دراسة أحمد ، (2020) أن أهم أسباب استخدام وسائل

التواصل الاجتماعي ممارسة الألعاب الإلكترونية مع الآخرين وأنها وسيلة سهلة للتواصل مع أفراد الأسرة وقضاء وقت الفراغ ، **ويتضح ذلك من خلال نظرية الاتصال** أن الشباب الجامعي يستخدم وسائل التواصل الاجتماعي لتكوين المعارف العامة وزيادة الوعي الصحى والديني وصقل الخبرات واكتساب المعرفة من خلال عرض تجارب الآخرين والتعرف على فرص عمل أكثر والمطالعة وقراءة كل جديد فى عالم العلم والمعرفة ، وكذلك يستخدم وسائل وسائل التواصل الاجتماعي للتسلية والترفيه والتواصل مع الآخرين وتكوين علاقات اجتماعية معهم ، **كما يتضح من خلال الإطار النظرى** أن استخدام الشباب الجامعي للوسائل التكنولوجية تلعب دوراً مهماً في حياته ، حيث تمتلك إمكانات فعالة في نقل الثقافة وتشكيلها بين أفراد المجتمع ، كما ساهمت في تغيير الكثير من الاتجاهات والسلوكيات وتصرفات الشباب الجامعي، ولذلك تُعتبر سلاحاً ذو حدين على الرغم من أنها سهلت وطورت حياة الإنسان بشكل واضح.

- **كما استهدفت الدراسة** تحديد مستوى الثقة الاجتماعية لدى الشباب الجامعي ، حيث أوضحت نتائج الدراسة أن مستوى الثقة الاجتماعية لدى الشباب الجامعي ككل متوسط حيث بلغ المتوسط الحسابي (2.84) وهذا يتفق مع دراسة **كينج (king,2002)** أن مستوى الثقة الاجتماعية لدى الشباب الجامعي متوسط، وهذا لا يتفق مع دراسة كلا من **(نظمى ، 2001)** ودراسة **(مزيان ، 2019)** أن مستوى الثقة الاجتماعية منخفض لدى الشباب الجامعي ويتضح ذلك من خلال نظرية الاتصال ان الشاب الجامعي يتعامل مع المحيطين من خلال اظهار الثقة فى التعامل معهم وتوصيل الرسالة ، وان تدعيم الثقة الاجتماعية بين الشاب الجامعي والآخرين يتم من خلال التغذية العكسية عن طريق الاتصال المتبادل الذى يتم بينهم ، **ويتضح من خلال الإطار النظرى للدراسة** أن للثقة الاجتماعية تأثير على مستوى العلاقات الشخصية للشباب الجامعي ، لأنها تعتبر من أهم الأمور التى تساعد الأفراد فى تنمية العلاقات الشخصية مع الأسرة والزملاء فى الجامعة ، كما أنها تلعب دوراً فى تعزيز الألفة والتسامح والعفو فى التعامل مع الآخرين.

- وتوصلت الدراسة الى أنه توجد علاقة طردية تأثيرية دالة إحصائياً بين استخدام وسائل التواصل الاجتماعي والثقة الاجتماعية لدى الشباب الجامعي ، ويتضح من ذلك أنه كلما زاد استخدام الشباب الجامعي لوسائل التواصل الاجتماعي أدى إلى زيادة الثقة الاجتماعية لديهم ، وقد يكون تأثير استخدام الشباب الجامعي لوسائل التواصل الاجتماعي ايجابياً أو سلبياً والذي بدوره يؤثر بشكل مباشر سواء بالإيجاب أو السلب في الثقة الاجتماعية لدى الشباب الجامعي، وهذا اتفقت مع دراسة (الشهري ، 2013) التي توصلت إلى أن استخدام الطلاب لمواقع التواصل الاجتماعي له العديد من الآثار الإيجابية أهمها الانفتاح الفكري والتبادل الثقافي ، كما اتفقت مع دراسة كلا من (عبد العال ، 2013) ودراسة (الصويان ، 2014) في أن الشباب تلجأ إلى استخدام وسائل الاتصال الحديثة للتعرف على صديقات وعلى شريكات الحياة ، ويتضح من خلال نظرية الاتصال كموجه نظري في تعدد استخدام الشباب الجامعي لشبكات التواصل الاجتماعي وارتفاع تأثيرها على ثقافتهم ، وان الشباب الجامعي يستخدم وسائل التواصل الاجتماعي للتواصل مع المحيطين به وتكوين معارف والذي بدوره يسعى الى ان يعد رسالة تعبر عن ما يفكر أو يشعر به والتي يعبر عنها عن طريق وسيلة من وسائل التواصل الاجتماعي ، الرسالة التي يرسلها الشاب الجامعي يسعى أن تكون واضحة لكي يفهمها الاخرين ، فاذا لم تكن الرسالة واضحة تسبب نوع من التوتر في العلاقة مع الاخرين والذي يؤثر على الثقة الاجتماعية ، ولكن تدعيم الثقة الاجتماعية بين الشاب الجامعي والآخرين يتم من خلال التغذية العكسية بالاتصال بينهم ، ويتضح أيضاً ذلك من خلال الاطار النظري للدراسة في أن الثقة الاجتماعية هي ثقة الشاب الجامعي بالآخرين الذين ليس لديهم تجربة شخصية كبيرة معهم والذي يتعرف عليهم من خلال استخدام وسائل التواصل الاجتماعي، وهذا يعنى ان الشاب الجامعي يسعى الى تحديد درجة الثقة بالآخرين من خلال استخدامه لوسائل التواصل الاجتماعي .

- وتوصلت الدراسة أيضاً الى انه توجد فروق جوهرية دالة إحصائياً عند مستوى معنوية (0.05) بين استجابات الشباب الجامعي وفقاً للشعبة الدراسة (شعبة الانتظام/شعبة الانتساب) بالنسبة لتحديدهم لمستوى استخدام وسائل التواصل الاجتماعي لدى الشباب الجامعي لصالح استجابات الشباب الجامعي بشعبة الانتظام ، ويتضح من ذلك

أن طلاب شعبة الانتظام أكثر استخداماً لوسائل التواصل الاجتماعي والذي اتضح في ترتيب ابعاد مقياس استخدام وسائل التواصل الاجتماعي وهو بعد اكتساب المعارف .
- **كما توصلت الدراسة الى انه توجد فروق جوهريه دالة إحصائياً عند مستوى معنوية (0.01) بين استجابات الشباب الجامعي لمقياس الثقة الاجتماعية وفقاً للنوع (ذكور/ إناث) بالنسبة لتحديدهم لمستوى الثقة الاجتماعية لدى الشباب الجامعي لصالح استجابات الشباب الجامعي الذكور، ويتضح من ذلك أن الذكور أكثر استخداماً لوسائل التواصل الاجتماعي، وهذا يتفق مع دراسة (مزيان ، 2019) أن هناك فروقاً بين الذكور والانات في الثقة الاجتماعية لصالح الذكور ، وهذا لا يتفق مع دراسة (محمد طه حسين بكر، 2021) أنه لا توجد فروق بين الذكور والانات على مقياس الثقة الاجتماعية .**

- **وتوصلت الدراسة الى انه يوجد تباين دال إحصائياً عند مستوى معنوية (0.01) بين استجابات الشباب الجامعي وفقاً للفرقة الدراسية (الفرقة الأولى/ الفرقة الثانية/ الفرقة الثالثة/ الفرقة الرابعة) بالنسبة لتحديدهم لمستوى الثقة الاجتماعية لدى الشباب الجامعي ، وهذه الفروق لصالح الفئة الأولى التي تقع في فئة (استجابات الشباب الجامعي بالفرقة الأولى) لتصبح أكثر استجابات الشباب الجامعي وفقاً للفرقة الدراسية تحديداً لتلك الأبعاد ، ويتضح من ذلك أن طلاب الفرقة الأولى لديهم ثقة اجتماعية متبادلة مع الآخرين أكثر من باقى طلاب الفرق الدراسية الأخرى.**

- **ويتضح من النتائج التي تم التوصل إليها في الدراسة الحالية أن الثقة الاجتماعية تتأثر باستخدام وسائل التواصل الاجتماعي ، حيث أن الشباب الجامعي عندما يستخدم وسائل التواصل الاجتماعي والتي تتمثل في الواتس آب والفيس بوك والانستجرام واليوتيوب والسناپ شات يكون معارف وخبرات مختلفة وعلاقات مع الآخرين والتي قد تكون مفيدة أو ضارة بالإضافة إلى الترفيه ، ويؤثر ذلك في الثقة الاجتماعية التي يكتسبها الشاب الجامعي في التعامل مع الآخرين ، وتفسر هذه العلاقة أن الاتصال لا يتم إلا في ضوء عناصر خمسة رئيسية هي (المرسل) المحيطين أو الشاب الجامعي ، (المستقبل) المحيطين أو الشاب الجامعي، (الرسالة) هي أفكار وأحاسيس ومشاعر واتجاهات وسلوكيات ومعارف يراد نقلها خلال عملية الاتصال، (الوسيلة) وهي القناة أو القنوات التي تمر من خلالها الرسالة التي يريد الشاب الجامعي توصيلها أو استقبالها ، ف قنوات الاتصال يتم من خلالها نقل المعارف والخبرات والتجارب**

للآخرين ووسيلة نقل الرسالة قد تكون الكلمة أو الكتابة أو الرموز أو الإشارات والتي تظهر في شكل منشور أو رسالة أو فيديو أو تسجيل صوتي، وتكون عملية نقل المعلومات من خلال استخدام أجهزة تكنولوجية مثل الكمبيوتر أو الهاتف المحمول مثل برنامج الواتس آب والفيس بوك والانستجرام واليوتيوب والسناپ شات ، فالشباب الجامعي يستخدم وسائل التواصل الاجتماعي يوميا بمتوسط 4 ساعات والاناتا يستخدمون وسائل التواصل الاجتماعي أكثر من الذكور وكما تبين أن طلاب الكليات النظرية وخاصة الفرقة الرابعة أكثر استخداماً لوسائل التواصل الاجتماعي من طلاب الكليات العملية وأن أكثر برنامج مستخدم هو الواتس آب ، اما (التغذية العكسية) فهي الإجابة التي يتلقاها المستقبل من المرسل والتي هي بمثابة رسالة جديدة تتطلب رداً جديداً قد يحمل طابع الحذف أو الإضافة أو الإبدال ويتوقف ذلك بطبيعة الحال على رد الفعل الذي قد يحدد استمرار وتجاوب الطرف الآخر مع الطرف الأول أو قد يتطلب توقف أو قطع الاتصالات بشكل عام أو محدود أو تدخل من الآخرين في عملية الاتصال لتخفيف حدة المشاعر السلبية والانفعالية السائدة ويتوقف ذلك على الثقة الاجتماعية التي تتكون لدى الشاب الجامعي حيث أن كل عنصر من عناصر الاتصال له متطلباته حتى يتم الاتصال بشكل جيد وفعال فأن فهم الحالة النفسية والاجتماعية والاقتصادية والصحية والإدراك العام للموقف وتفهم طبيعة القيم والعادات وآراء الآخرين هذه كلها عوامل هامة تؤثر على جودة وفعالية الاتصال والتي بدورها تؤثر على الثقة الاجتماعية ، وتفسر هذه العلاقة من خلال نظرية التعلم الاجتماعي أن الشباب الجامعي لا يتفاعلون مع المثيرات البيئية والتي تتمثل في وسائل التواصل الاجتماعي بصورة واحدة وإنما تختلف انماط تفاعلاتهم باختلاف معنى أهميتها بالنسبة لهم وبالنسبة للمحيطين ومدى الثقة في الأفراد المحيطين به، وتتأثر الثقة الاجتماعية للشباب الجامعي بالخبرات السابقة والمعارف التي تعلمها حديثاً من خلال وسائل التواصل الاجتماعي حيث يكون الشاب الجامعي صورة ايجابية أو سلبية نحو الاشخاص من خلال ما يراه أو يتعلمه من المنشورات التي تنشر على وسائل التواصل الاجتماعي أو مقاطع الفيديو ، وان نمو شخصية الشاب الجامعي وتطورها وتغيرها يرتبط بمرورها بخبرات جديدة والتي تكتسب من خلال التفاعل مع المحيطين الذين يثق بهم والذي يتفاعل معهم من خلال وسائل التواصل الاجتماعي.

المراجع

- أبو حمدان، ماجد ملحم (2011). طرائق التنشئة الاجتماعية الأسرية وعلاقتها بمدى مشاركة الشباب في اتخاذ القرار داخل الأسرة، دراسة ميدانية على عينة من شباب جامعة دمشق، مجلة جامعة دمشق، كلية الآداب والعلوم الإنسانية، المجلد 27، العدد 3.
- أبو صعيديك، ضيف الله والزبون، محمد (2013). أثر شبكات التواصل الاجتماعي الإلكترونية على اتجاهات طلبة الجامعات في الأردن، سلسلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، المجلد 28، العدد 7
- محمد، أحمد محمد (2015). العلاقة بين استخدام الشباب المصري لمواقع التواصل الاجتماعي واكتسابهم القيم السياسية، رسالة دكتوراه، غير منشورة، معهد الدراسات العليا للطفولة، جامعة عين شمس
- أحمد، عبير محمد عبدالصمد (2020). العلاقة بين استخدام وسائل التواصل الاجتماعي والمشكلات الاجتماعية لدى الشباب الجامعي، بحث منشور، كلية الخدمة الاجتماعية، جامعة حلوان، مجلة دراسات في الخدمة الاجتماعية، العدد 52، الجزء الثالث
- أحمد، عصام فتحى زيد (٢٠٢٠). الخدمة الاجتماعية ورعاية الشباب، عمان، دار البازوري للنشر والتوزيع
- أحمد، منى سيد محمد (2024). الآثار المترتبة على استخدام الشباب الجامعي لمواقع التواصل الاجتماعي ودور الممارسة العامة للخدمة الاجتماعية في الوقاية منها، بحث منشور، كلية الخدمة الاجتماعية، جامعة حلوان، مجلة دراسات في الخدمة الاجتماعية، العدد 66، الجزء الثاني.
- الحسيني، مروه سعد جاد (2023). الابتزاز الإلكتروني للمرأة المصرية دراسة تطبيقية لعينة من مستخدمي الفيس بوك وانستجرام، حوليات آداب عين شمس - المجلد 51، عدد يناير
- الجهاز المركزي للتعبئة والإحصاء، القاهرة، 2023
- الشمري، عمار عبد علي (2007). الذكاء الأخلاقي وعلاقته بالثقة الاجتماعية، رسالة ماجستير (غير منشورة، كلية الآداب، جامعة بغداد
- الشهري، علي فايز (2008). الشبكات الاجتماعية لم تعد للمراهقين، جريدة الرياض، العدد (14776)
- الصويان، نوره إبراهيم (2014). تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على الثقافة الاجتماعية للشباب السعودي، مجلة بحوث الشرق الأوسط، العدد 34، القاهرة
- الضحيان، سعود بن ضحيان، حسن، عزت عبد الحميد محمد (2002). معالجة البيانات باستخدام برنامج SPSS 10، الرياض، سلسلة بحوث منهجية
- الطلحي، بدرية محسن حسين (2020). أثر لغة الشات المستخدمة في برامج التواصل على اللغة العربية، مجلة القراءة والمعرفة، الجمعية المصرية للقراءة والمعرفة، كلية التربية، جامعة عين شمس
- القميزي، حمد بن عبد الله (٢٠١٧). تقنيات التعليم ومهارات الاتصال، الرياض، مكتبة الشقري للنشر، ٢ ط
- تافل، علي تركي (2005). السلطة العقلانية وعلاقتها بالثقة الاجتماعية المتبادلة لدى طلبة الجامعة، بحث منشور، مجلة الآداب، كلية الآداب، جامعه بغداد، ع 70، 69
- حسين، بكر محمد طه (2021). اللامعيارية وعلاقتها بالثقة الاجتماعية المتبادلة لدى الشباب الجامعي، بحث منشور، جامعه صلاح الدين، مج 25، ع 5
- الحربي، وجدان جمعان وسليمان، منال (2022). دور الخدمة الاجتماعية في رفع الوعي المجتمعي بجرائم الابتزاز الإلكتروني: دراسة ميدانية على عينة من طالبات كلية الآداب والعلوم الإنسانية جامعة الملك عبد العزيز بمدينة جدة، مجلة العلوم التربوية والاجتماعية، المجلد 1، العدد 13
- حافظ، عبده (2011). تواصل الشباب الجامعي من خلال المواقع الاجتماعية، المؤتمر العلمي وسائل الاعلام أدوات تعبير وتغيير، قسم الصحافة والإعلام، جامعة البترا، عمان
- حمد، محمد ثائر عباده، المهداوي، عدنان محمود عباس (2019). الثقة الاجتماعية المتبادلة لدى المدرسين والمدرسات، مجلة ديالى، العدد التاسع والسبعون
- رواشدة، سحر أحمد و السوالمه، عائشة أحمد محمد (2019). مستوى استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقتها بالاعتراب النفسي لدى طلبة جامعه البرموك، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعه البرموك، اردب
- ريفات، فئاتن طلال (2003). اتجاهات الطلبة نحو استخدام الإنترنت في التعليم - دراسة ميدانية على طلبة الدراسات العليا في الجامعة الأردنية، رسالة ماجستير غير منشورة، الجامعة الأردنية، عمان، الأردن

- زيدان ، على حسين وآخرون(2024). نماذج ونظريات الممارسة المهنية في خدمة الفرد ، القاهرة ، مركز نشر وتوزيع الكتاب الجامعي جامعه حلوان
- سارى ، سالم ، وزكريا ، خضر (2004). مشكلات اجتماعية راهنة - العولمة وإنتاج مشكلات جديدة ، الطبعة الأولى ، الأهالي للطبع والنشر والتوزيع ، دمشق
- سعيد، مجدي (٢٠٠٣). بناء القدرات التكنولوجية ، القاهرة مركز التمييز للمنظمات غير الحكومية
- سلام، محمد توفيق(2015).التنشئة السياسية وتعزيز قيم الولاء والانتماء، القاهرة، المجموعة العربية للتدريب والنشر.
- صالح ، عبد الكريم (2013). استخدام الشباب العربي لمواقع التواصل الاجتماعي، رسالة ماجستير غير منشورة ، معهد البحوث والدراسات العربية ، جامعة الدول العربية
- ضيف، تهاني محمد (٢٠١٤). عوامل انتشار الشائعات عند الشباب السعودي من وجهة نظر طلاب وطالبات جامعة الملك سعود، بحث منشور في مجلة دراسات في الخدمة الاجتماعية والعلوم الإنسانية ، مجلد ٣٧ ، العدد ٩
- فخرى، عاصم محمد وآخرون (2023). استخدام الشباب الجامعي لمواقع التواصل الاجتماعي وعلاقته باتجاهاتهم نحو الشائعات ، بحث منشور ، مجلة البحوث في مجالات التربية النوعية ، كلية التربية النوعية ، جاعه المنيا ، المجلد 45 ، العدد 45
- عبدالعال، بوسي حسين (2013). الدور الاجتماعي لمكاتب الزواج : دراسة ميدانية لبعض مكاتب الزواج والمتزوجين عليها بمدينة القاهرة، رسالة ماجستير ، كلية البنات ، جامعة عين شمس
- عبد الموجود، سحر (2014). الآثار الاجتماعية والمجتمعية لتعامل الشباب الجامعي مع مواقع التواصل الإلكتروني ، رسالة دكتوراه غير منشورة ، قسم العلوم الإنسانية وكلية الآداب، جامعة عين شمس
- عبدالفتاح ، علي (٢٠١٦) ، الاعلام الاجتماعي ، عمان ، اليازوري للنشر والتوزيع
- علاء الدين ، نرمين (٢٠٢٠). إدارة استراتيجيات تواصل المنظمات عبر وسائل التواصل الاجتماعي ، القاهرة ، العربي للنشر والتوزيع.
- عوض، رشا أديب محمد (2014). أثر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على التحصيل الدراسي للأبناء في محافظة طولكرم من وجهة نظر ربات البيوت ، كلية التنمية الاجتماعية ، جامعة القدس المفتوحة ، فلسطين
- عبيدي ، جاسم محمد2- (٩١٠) : الاغتراب السياسي وعلاقته بالثقة الاجتماعية المتبادلة لدى طلبة الجامعة ، مركز البحوث النفسية ، كلية التربية، الجامعة المستنصرية، المجلد 3، العدد 3
- نظمي، فارس (2001). الاعتقاد بعدالة العالم وعلاقته بالثقة الاجتماعية المتبادلة ، رسالة ماجستير غير منشورة ، كلية الآداب – جامعة بغداد – العراق
- فهمي، دينا عبد العزيز (2018). الحماية الجنائية من إساءة استخدام وسائل التواصل الاجتماعي ، ط 1، دار النهضة العربية ، القاهرة
- لطلحي، بدرية محسن حسين (2020). أثر لغة الشات المستخدمة في برامج التواصل على اللغة العربية الفصحى تحدياً وكتابة، العدد (229) ، مجلة القراءة والمعرفة ، الجمعية المصرية للقراءة والمعرفة ، كلية التربية ، جامعة عين شمس
- محمد، غادة عبد الباقي (2022). تصور مقترح لتنمية الثقة الاجتماعية المتبادلة في ضوء نظرية روتنبرج ، بحث منشور ، مجلة كلية التربية بالإسماعيلية ، المجلد 53، العدد 2
- محمد، هناء عبد الرحمن (2017). تأثير استخدام شبكات التواصل الاجتماعي على الهوية الثقافية للشباب : دراسة تطبيقية مقارنة بين مصر والكويت ، رسالة دكتوراه غير منشورة ، كلية الآداب ، جامعة الزقازيق
- محمود، معوض محمود معوض (2023). اتجاهات الشباب الجامعي نحو معايير اختيار شريك الحياة من خلال وسائل التواصل الاجتماعي، بحث منشور ، كلية الخدمة الاجتماعية ، جامعة حلوان ، مجلة دراسات في الخدمة الاجتماعية ، العدد 64 ، الجزء الثالث
- مزبان، طه جزارع (2019). الثقة الاجتماعية وعلاقتها بالاغتراب النفسي لدى طلبة الجامعة، بحث منشور، مجلة العلوم التربوية والنفسية ، العدد 139
- مصطفى ، ناجية (2013). تأثير استخدام الإنترنت على الشباب الجامعي للمجتمع الليبي ، رسالة ماجستير غير منشورة ، كلية الآداب ، جامعة المنصورة
- مصطفى، عادل محمود ؛ سعيد، يسري (٢٠٠١). الاتصال في الخدمة الاجتماعية، الفيوم ، مكتبة الصفوة

- منقريوس، نصيف فهمي (2004). الاتصال في المجالات الاجتماعية والتنمية ، مركز نشر وتوزيع الكتاب الجامعي، جامعة حلوان
- موته، سامية أحمد عبد الله (2021). الاستخدام المفرط لمواقع التواصل الاجتماعي وعلاقته بالتوافق الأسري لدى عينة من الأسر السعودية الحديثة ، رسالة ماجستير ، كلية الآداب والعلوم والإنسانية ، جامعة الملك عبد العزيز
- وداعة الله، محمد العوض محمد (٢٠٢٠). مواقع التواصل الاجتماعي وقضايا الشباب الجامعي، عمان ، دار الخليج للنشر والتوزيع
- Agnes, Guayas** (2015). Social Media and Community Volunteering ،Published Canterbury University, New Zealand.
- Carl N, Billari FC** (2014). Generalized Trust and Intelligence in the United States, plos one 9.(3)
- Collin, P.H** (2004). Dictionary of Politics and Government, 3rd ed, London, Bloomsbury Publishing Plc.
- Hargittai, eszter** (2007). Whose Space? Differences among Users and Non-Users of Social Network Sites. Journal of Computer-Mediated Communication, 13, 276-297.
- Patti, val Kenburg, Jochen, Peter** (2009). social Consequences of the Internet For Adolescents: Adecode of Research, Current Directions in Psychological science – February
- Patton , Robert** (2007). Face book and Network Interactivit Thesis Submitted in Partial satisfaction of the requirements For the degree M.A university of California, U.S.A
- King ,V** (2002). Parental Divorce and Inter Personal Trust in Adult Offspring. Journal of Marriage and Family, 64(3).
- Randy, Borum** (2010). The Science of Interpersonal Trust ،University of South Florida.
- Robert, Greene** (2009). Human behavior, the easy and social work practice, U.S.A, 3rd E.
- Rusbult, E, & Schneider K, & Konij , A** (2011). A Healthy does of trust:The relationship Between Interpersonal trust and health, Personal relationship, V, 18, issue4.
- Taşkın Yıldırım, Dilvin Tan Kurtay, & Sonay Caner-Yıldırım** (2022). Investigation of University Students' Cyber Victimization Experience in Relation to Psychological Symptoms and Social Media Use ،Turkish Psychological Counseling and Guidance Journal.