

مجلة عين شمس للبحوث الإعلامية

دورية علمية محكمة، نصف سنوية، تصدرها كلية الإعلام جامعة عين شمس

العدد الثاني يوليو/ ديسمبر 2025

رئيس التحرير: أ.د. هبة شاهين

نواب رئيس التحرير:

أ.د. السيد بهنسى

أستاذ الاتصالات التسويقية بكلية الإعلام جامعة عين شمس

أ.د. سلوى سليمان

وكيل شؤون التعليم والطلاب بكلية الإعلام جامعة عين شمس

أ.د. أحمد فاروق رضوان

أستاذ العلاقات العامة والإعلان بجامعة الشارقة

أ.د. أمانى ألبرت

رئيس قسم العلاقات العامة والإعلان بكلية الإعلام جامعة بنى سويف

سكرتير التحرير

د. مروة سعيد

المدير الفنى

د. منة عبد الحميد

مدير التحرير

د. فلورا إكرام

الموقع الإلكتروني: <https://jasm.journals.ekb.eg>

البريد الإلكتروني: ASJMR@masscomm.asu.edu.eg

رقم الإيداع: 24440

الترقيم الدولى للنسخة المطبوعة: 3062-5645

الترقيم الدولى للنسخة الإلكترونية: 3062-5653

قواعد النشر:

- تقبل البحوث باللغة العربية والانجليزية والفرنسية، ويقدم مع البحث ملخص باللغة العربية وآخر باللغة الإنجليزية على ألا يزيد عن 250 كلمة.
- يعتمد النشر على تقييم أحد المحكمين المتخصصين في تحديد مدى صلاحية المادة للنشر.
- لا يقل البحث عن 25 صفحة ولا يزيد عن 40 صفحة، وفي حالة الزيادة يتحمل الباحث فرق تكلفة النشر.
- أن يكون البحث مكتوباً بخط Simplified Arabic، وبنط 16 للعناوين الرئيسية، و14 لباقي النص،
- يكتب اسم الباحث وعنوان بحثه على غلاف مستقل، ويشار إلى الهوامش والمراجع في المتن بأرقام، على أن يتم إدراج قائمة المراجع في نهاية البحث وليس في أسفل كل صفحة، ويتم رفع البحث على موقع المجلة.
- ألا يكون البحث قد سبق نشره في أى مجلة علمية محكمة أو مؤتمر علمي.
- يتم ارسال البحوث من قبل الباحثين عبر رابط الكتروني بموقع المجلة بعد استكمال ملء البيانات الخاصة بالباحث، وملخص البحث المقدم للنشر، مع تحميل أو ارسال ما يفيد سداد رسوم النشر.
- يتم ارسال البحث الى أحد أعضاء قائمة المحكمين، وفقاً لمجال التخصص الذي ينتمي إليه البحث مع عدم الافصاح عن شخصية الباحث لضمان حيادية التحكيم. وكذلك لا يتم الافصاح عن اسم المحكم للباحث Double blind peer review.
- أن يكون البحث ملائماً للنشر من حيث التدقيق الإملائي وخلوه من الأخطاء النحوية.
- تنشر الأبحاث بأسبقية قبولها للنشر.
- لا ترد الأبحاث المنشورة إلى أصحابها وتحتفظ المجلة بكافة حقوق النشر، ويلزم الحصول على موافقة كتابية قبل إعادة نشر مادة نشرت فيها.
- ما ينشر في المجلة يعبر عن وجهة نظر الباحث، ولا يعبر بالضرورة عن وجهة نظر المجلة.
- ترحب المجلة بنشر المقالات العلمية للسادة الأساتذة المتخصصين.

الهيئة الاستشارية العلمية "مرتبة أجبدياً":

- أ.د أميمة عمران أستاذ الصحافة بكلية الآداب جامعة سوهاج
- أ.د ثريا البدوي أستاذ العلاقات العامة والإعلان بكلية الإعلام جامعة القاهرة
- أ.د جمال النجار أستاذ الإعلام بكلية الإعلام جامعة الأزهر
- أ.د حسن عماد أستاذ الإذاعة والتلفزيون بكلية الإعلام جامعة القاهرة
- أ.د حسين أمين أستاذ الإعلام بالجامعة الأمريكية بالقاهرة
- أ.د حمدي حسن أستاذ الإعلام بجامعة مصر الدولية
- أ.د رضا عبدالواحد أستاذ الصحافة بكلية الإعلام جامعة الأزهر
- أ.د سامي الشريف أستاذ الإذاعة والتلفزيون بكلية الإعلام جامعة القاهرة
- أ.د سامي طابع أستاذ العلاقات العامة والإعلان بكلية الإعلام جامعة القاهرة
- أ.د سامي عبد العزيز أستاذ العلاقات العامة والإعلان بكلية الإعلام جامعة القاهرة
- أ.د سوزان القليني أستاذ الإعلام بجامعة عين شمس
- أ.د شريف درويش اللبان أستاذ الصحافة بكلية الإعلام جامعة القاهرة
- أ.د طه عبد العاطي نجم أستاذ الإعلام بكلية الآداب جامعة الإسكندرية
- أ.د عبد الكريم الزباني أستاذ الاتصال بجامعة العين بالإمارات العربية المتحدة
- أ.د عزت حجاب أستاذ الإذاعة والتلفزيون بكلية الإعلام جامعة الشرق الأوسط بالمملكة الأردنية
- أ.د عزة عثمان أستاذ الصحافة بكلية الآداب جامعة سوهاج
- أ.د محمد سعد أستاذ الإعلام بكلية الآداب جامعة المنيا
- أ.د منى الحديدى أستاذ الإذاعة والتلفزيون بكلية الإعلام جامعة القاهرة
- أ.د نجوى الفوال أستاذ الإعلام بالمركز القومي للبحوث الاجتماعية والجنائية
- أ.د نجوى كامل أستاذ الصحافة بكلية الإعلام جامعة القاهرة
- أ.د وليد فتح الله أستاذ الإذاعة والتلفزيون بكلية الإعلام جامعة القاهرة

المحتويات

- كلمة أ.د هبة شاهين عميدة كلية الإعلام بجامعة عين شمس. ص 5

أولاً- مقالات علمية

- الثورة الصناعية الرابعة فى الإعلام: كيف يشكل الذكاء الاصطناعى المحتوى الإعلامى؟ ص 9
أ.د داليا عبد الله

ثانياً- بحوث علمية مُحكمة

1- بحوث الإعلام العام:

- الاتجاهات البحثية للدراسات الإعلامية المنشورة بالمجلات العلمية المصرية خلال الفترة 2015-2024. ص 45

أ.د. السيد بهنسى - د. مى حمزة - د. منة الله عبد الحميد - د. مريم عادل

د. إيمان سيد - د. مروة سعيد - د. حنان الليثى

أ. إسراء الشيخ - أ. آلاء ضياء - أ. يحيى أحمد

2- بحوث الصحافة المطبوعة والإلكترونية:

- الاتجاهات الحديثة فى دراسات وبحوث خطاب الكراهية فى الإعلام الرقعى. ص 135
أ.د. آيات أحمد

3- بحوث الإعلام الرقعى:

- استخدام طلاب جامعة فاروس بالإسكندرية لشبكات التواصل الاجتماعى وعلاقته بمفهوم الذات لديهم. ص 215

أ.د. حازم البنا - د. إبراهيم حسن التوام - د. محمد السيد طاحون

4 - بحوث علمية من متطلبات الحصول على الماجستير والدكتوراة:

- صحافة البث المباشر عبر صفحات المواقع الإخبارية بالفيديو واتجاهات الجمهور المصرى نحوها "دراسة تطبيقية" ص 277

أ. داليا محمد عبد المعز - أ.د آيات أحمد - د. أسماء أمين

كلمة الأستاذة الدكتورة/ هبة شاهين

عميدة كلية الإعلام بجامعة عين شمس

السادة الباحثين والأكاديميين المهتمين بالشأن الإعلامي،

أبنائنا طلاب العلم والمعرفة،

السلام عليكم ورحمة الله وبركاته،

يسر أسرة تحرير مجلة "عين شمس للبحوث الإعلامية" أن تقدم إلى حضراتكم العدد الثاني من المجلة، والذي يأتي تنويجاً لجهود مكثفة، تزامناً مع حصول جامعة عين شمس على الاعتماد الأكاديمي من هيئة ضمان جودة التعليم والاعتماد. هذا الإنجاز ليس شهادة على جودة الأداء الأكاديمي فحسب، بل هو تجسيد لرؤية استراتيجية تسعى دائماً نحو التميز والريادة.

إن حصول جامعة عين شمس على الاعتماد الأكاديمي هو شهادة ثقة في نظامنا التعليمي والبحثي، وهو في نفس الوقت رسالة التزام تجاه كل قارئ وباحث بأن ما تقدمه هذه الصفحات قد مر بمعايير صارمة للتحكيم والمراجعة، ليصل إليكم في أبهى هيئة علمية.

نحن إذ نقدم هذا العدد، نؤمن أن البحث العلمي هو البوصلة التي ترشدنا في بحر التغيرات المتلاحقة، وأن الإعلام بكل تخصصاته هو سلاحنا لفهم هذا العالم المعقد وقيادة مجتمعاتنا نحو بر الأمان.

في هذا العدد.. نرسم خريطة المستقبل، حيث يحمل هذا العدد مسئولية استشراف المستقبل، من خلال مجموعة من الأبحاث العلمية المحكّمة والمقالات الرصينة التي تتناول أبرز التحولات التي يشهدها الحقل الإعلامي، حيث يضم المحاور التالية:

أولاً: استشراف آفاق الثورة الصناعية الرابعة، تتناول الأستاذة الدكتورة / داليا عبد الله في مقالها العلمي "كيف يشكل الذكاء الاصطناعي المحتوى الإعلامي؟" وهو السؤال الذي أصبح محور النقاش العالمي، لفهم كيف أصبحت الخوارزميات شريكاً أساسياً في صناعة الخطاب الإعلامي وتشكيل الرأي العام.

ثانياً: بحوث الإعلام العام... يقدم فريق بحثي متميز برئاسة الأستاذ الدكتور / السيد بهنسي دراسة ضخمة تحت عنوان "الاتجاهات البحثية للدراسات الإعلامية المنشورة بالمجلات العلمية المصرية (2015-2024)"، باستخدام التحليل البليومتري تهدف إلى رصد وتحليل مسارات البحث العلمي في مصر خلال العقد الأخير، لتكون دليلاً استرشادياً للباحثين في تحديد الفجوات البحثية واتجاهات المستقبل.

ثالثاً: قضايا الساعة.. من الصحافة إلى الرقمنة في بحوث الصحافة المطبوعة والإلكترونية، تطرح الأستاذة الدكتورة / آيات أحمد تحليلاً عميقاً للاتجاهات الحديثة في دراسات "خطاب الكراهية في الإعلام الرقمي"، في وقت أصبحت فيه الشبكات الاجتماعية ساحة للصراع والتأثير.

استخدام طلاب جامعة فاروس بالإسكندرية لشبكات التواصل الاجتماعي

وعلاقته بمفهوم الذات لديهم

دراسة ميدانية

أ.د/ حازم البنا*

أ.م.د/ إبراهيم حسن التوام**

أ.م.د/ محمد السيد طاحون***

طلاب المستوى الثاني بكلية الاعلام جامعة

فاروس

مقدمة:

أضحت دراسة تأثيرات شبكات التواصل الاجتماعي على المجتمع وأفراده مطلباً مهماً، تسعى إليه العديد من التخصصات الأكاديمية، خاصة في ضوء التطورات السريعة والمتلاحقة التي تشهدها شبكات التواصل الاجتماعي، ولما أحدثته هذه التقنيات التكنولوجية والإعلامية في سلوك وشخصية الأفراد المستخدمين لها، حيث غيرت من طريقة نظرتهم للحياة بمختلف مناحيها.

وتشير العديد من الدراسات التي أجريت في هذا السياق إلى أن فئة الشباب هم الأكثر استخداماً لهذه الشبكات الاجتماعية، حيث أصبحت جزءاً من تفاصيل حياتهم اليومية، ولا يمكنهم الاستغناء عنها في أي مكان أو زمان، كل ذلك يؤثر سلباً أو إيجاباً في تشكيل شخصياتهم، حيث أن مرحلة الشباب (المراهقة المتأخرة) تتميز بالتغير السريع في مختلف جوانب النمو، فهي مرحلة التدرج نحو النضج العقلي والانفعالي والاجتماعي والجسماني، وتحدث فيها تغييرات جسمية ونفسية وعقلية كثيرة.

وتُعد الذات هي النواة الأساسية التي تقوم عليها الشخصية، حيث تشمل أفكار الفرد الذاتية المنسقة والمنظمة والتي تشمل المعارف والمدرجات والتصورات التي تحدد خصائصها، وتنعكس في وصف الفرد لذاته كما يتصورها هو، وتظهر في سلوكه أثناء تفاعله مع الآخرين، ويشتمل مفهوم الذات على عدة جوانب جسمية ونفسية واجتماعية، كما أن مفهوم الذات ثابت إلى حد ما إلا أنه يمكن تعديله، حيث أنه متعلم من خلال الخبرات اليومية.

و(مفهوم الذات) هو مفهوم ينمو من خلال الخبرات الجزئية والمواقف التي يمر بها الفرد أثناء محاولاته للتكيف مع البيئة المحيطة به، ومثل هذه الخبرات هي التي يترتب عليها نمو التنظيمات السلوكية المختلفة بناء على عملية التعلم، وهذا المفهوم (الذات) يحدد أداء الشخص الفعلي وينمو جزئياً من خبرات الفرد الشخصية ولكنه يتأثر بدرجة بالغة بالتقييمات التي يتلقاها الأشخاص المحيطين به (1).

* أستاذ الإذاعة والتلفزيون ووكيل كلية الإعلام وفنون الاتصال - جامعة فاروس

** أستاذ مساعد وقائم بأعمال رئيس قسم المنصات الرقمية - كلية الإعلام وفنون الاتصال - جامعة فاروس

*** أستاذ مساعد وقائم بأعمال رئيس قسم العلاقات العامة والاتصالات التسويقية - كلية الإعلام وفنون الاتصال - جامعة فاروس

من خلال العرض السابق تظهر أهمية دراسة مفهوم الذات لدى طلبة الجامعات حيث أن مرحلة الجامعة مرحلة مهمة لتأهيل الشباب لتحمل المسؤولية ولكسب المعرفة الحقيقية فيما يتعلق بمستلزمات العصر من علوم وتقنية، كما أنها فترة إعداد الفرد وتأهيله لمواجهة مشكلات المجتمع، ومن ثم العمل على زيادة الإنتاج، كما تعتبر مرحلة الجامعة مرحلة فريدة في تأهيل الفرد علمياً.

ومع الاستخدام المفرط والمتزايد لشبكات التواصل الاجتماعي وحيويتها الشديدة لمجتمع الشباب فقد يكون لها أدوراً متعددة في تشكيل مفهوم الذات لدى مستخدميها من الشباب الجامعي الذي قد يصل حد استخدامه لها إلى حد الإدمان وهو ما دفع بفريق البحث إلى رصد طبيعة الاستخدام لها وعلاقته بتقدير الذات.

مشكلة الدراسة:

وفي ضوء ما سبق وبعد استعراض التراث البحثي في هذا المجال، استشعر الفريق البحثي من طلاب المستوى الثاني بكلية الإعلام جامعة فاروس الدراسين لمقرر مناهج البحث الإعلامي في الإعلام أهمية بحث العلاقة المتوقعة بين كثافة استخدام الشباب في جامعة فاروس بالإسكندرية لهذه الشبكات ومستوى تحقيق الذات ومفهومهم عن ذاتهم، حيث يعتبر مفهوم الذات من المواضيع النفسية الهامة للنجاح في مختلف ميادين الحياة، ومن هذه الميادين الجامعات التي تعتبر مهمة لتأهيل الشباب لتحمل المسؤولية ولكسب المعرفة الحقيقية فيما يتعلق بمستلزمات العصر من علوم وتقنية، ومواجهة مشكلات المجتمع، ومن ثم العمل على زيادة الإنتاج، ويزداد تعاظم التأثيرات المتوقعة في ظل تنافسية شديدة من شبكات التواصل الاجتماعي للاستحواذ على قلب وعقل وفكر الشباب.

لذا تتبلور مشكلة الدراسة في رصد كثافة استخدام طلاب جامعة فاروس بالإسكندرية لشبكات التواصل الاجتماعي ودوافع تعرضهم لها والتأثيرات المترتبة عليه (معرفياً - وجدانياً - سلوكياً) وعلاقته بمفهومهم عن ذاتهم، فضلاً عن التعرف على تأثير كل من (دوافع استخدام الشباب المصري لمواقع التواصل الاجتماعي، ومستوى تفاعل الشباب المصري أثناء استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، وثقة الشباب المصري في واقعية مضمون مواقع التواصل الاجتماعي، والمتغيرات الديموغرافية للشباب المصري) على هذه العلاقة.

أهمية الدراسة:

تتبع أهمية الدراسة الحالية من أهمية متغيراتها التي تتلخص في (الشباب الجامعي - التعرض لمواقع التواصل الاجتماعي - نظرة الشباب لذواتهم) وأهمية بحث هذه المتغيرات تكمن في:

● جوانب الأهمية النظرية:

(1) محاولة فريق البحث ارتياد حقل بحثي يبني يجمع بين تخصص الاعلام وعلم النفس، لما لهذا

النوع من الدراسات من أهمية، ومما يؤكد على تكامل العلوم لخدمة البشرية.

(2) أهمية مفهوم الذات حيث يعتبر النواة الرئيسية التي تبنى عليها شخصية الفرد الانساني، وعليه

تتحدد طبيعة ومكونات هذه الشخصية وسلوكياتها.

(3) قد تعتبر إثراء لأدبيات العلوم الإنسانية في مجال شبكات التواصل الاجتماعي وعلاقتها بمفهوم الذات.

(4) ربما توفر الدراسة فهماً أعمق للعلاقة الكائنة بين التعرض لشبكات التواصل ومفهوم الذات لدى الشباب.

● جوانب الأهمية التطبيقية :

(1) يتوقع من نتائج الدراسة الحالية إعطاء تصور واضح عن مفهوم الذات لدى طلبة جامعة

فاروس بالإسكندرية، وبالتالي تزويد المسؤولين في الجامعة بتغذية راجعه (Feed back) حول

جوانب القوة والعمل على تعزيزها وجوانب الضعف واعداد البرامج العلاجية المناسبة لها.

(2) يتوقع من خلال نتائج الدراسة التعرف على دور متغيرات كل من الجنس، الكلية، المستوى

الدراسي، مكان الإقامة، والمعدل الدراسي على مفهوم الذات لدى طلبة جامعة فاروس

بالإسكندرية ودور شبكات التواصل الاجتماعي في ذلك مما قد يعطي مؤشرات حول هذه

الجوانب تساعد الجامعة والمهتمين بالشباب في تحقيق ما تصبو إليه .

(3) قد تفيد التربويين والعاملين في مجال التعليم بإمدادهم ببيانات تفيد في عمليات تصميم البرامج

التعليمية.

(4) قد تفيد القائمين على صناعة المحتوى في شبكات التواصل الاجتماعي في الاستفادة من

نتائجها.

(5) قد تفيد نتائجها فيما يتعلق بالذات الايجابية نحو الفرد نفسه مما ينعكس على نظريته الايجابية

نحو المجتمع

(6) أهمية مرحلة الشباب وأهمية شبكات التواصل الاجتماعي ، خاصة وأنهم يمثلون نسبة كبيرة

من المجتمع المصري وشريحة مهمة ، لها دور كبير في النهوض بالمجتمع وتقدمه، وبالتالي

معرفة كيف يؤثر استخدام الشباب لشبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الذات لديهم

أهداف الدراسة:

تتمثل أهداف هذه الدراسة في الهدف الرئيسي، التعرف على استخدام طلاب جامعة فاروس لشبكات

التواصل الاجتماعي وعلاقته بمفهوم الذات، ويتحقق ذلك من خلال مجموعة من الأهداف الفرعية التالية:

1- رصد أنماط تعرض شباب الجامعة لشبكات التواصل الاجتماعي.

2- معرفة دوافع استخدام الشباب لشبكات التواصل الاجتماعي

3- رصد التأثيرات الناتجة عن تعرض شباب الجامعة لشبكات التواصل الاجتماعي.

4- التعرف على مستوى مفهوم الذات لدى الشباب الجامعي عينة الدراسة.

5- تحديد طبيعة العلاقة بين تعرض شباب الجامعة لشبكات التواصل الاجتماعي ومفهوم الذات لديهم.

الدراسات السابقة:

يمكن استعراض الدراسات السابقة في موضوع الدراسة من خلال محورين:

المحور الأول: الدراسات التي تناولت علاقة الشباب وفئات الجمهور بشبكات التواصل الاجتماعي

المحور الثاني: الدراسات التي تناولت مفهوم الذات أو تقدير الذات

أولاً: الدراسات التي تناولت علاقة الشباب وفئات الجمهور بشبكات التواصل الاجتماعي

ناقشت دراسة (Sumadevi S) (2023) ⁽²⁾ تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على الشباب، دراسة تحليلية نقدية من المستوى الثاني، إلى تسليط الضوء على تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على مختلف جوانب حياة الشباب. ويتجلى التأثير الإيجابي لوسائل التواصل الاجتماعي على الشباب في تعزيز التواصل والاتصال، وتعزيز الشعور بالانتماء للمجتمع. وأصبحت أداة قوية لرفع مستوى الوعي الاجتماعي، وتشجيع النشاط، وتعزيز القضايا الإيجابية، وتمكين الشباب ليكونوا صناع التغيير في مجتمعاتهم. ومن العواقب السلبية على الشباب: الاستخدام المفرط يمكن أن يؤدي إلى مشاكل الصحة العقلية، بما في ذلك القلق والاكتئاب والشعور بالنقص، والتي تتفاقم بسبب ثقافة المقارنة والمعايير غير الواقعية السائدة على هذه المنصات. بالإضافة لمخاوف متعلقة بالخصوصية مخاطر جسيمة على الشباب، مما يؤثر على سلامتهم العاطفية وسلامتهم. وتلخص الدراسة الطرق التي تؤثر بها وسائل التواصل الاجتماعي على جوانب مختلفة من حياة الشباب، بما في ذلك التعليم والتعبير عن الذات وتكوين الهوية والتطوير الوظيفي. وهو يسلط الضوء على احتمالية التشييت والتأثير على الأداء الأكاديمي بسبب الاستخدام المفرط. بالإضافة إلى ذلك، يتم تناول دور وسائل التواصل الاجتماعي في تشكيل اهتمامات صورة الجسم والتأثير على سلوك المستهلك بين الشباب، والتأكيد على أهمية تعزيز المواطنة الرقمية المسؤولة.

بينما هدفت دراسة (Eqra Imam, M. Tanisha A.C) (2023) ⁽³⁾ التعرف على دور وسائل التواصل الاجتماعي في العلاقات الشخصية بين الشباب؛ مستخدمة العينة العشوائية البسيطة، بالتطبيق على 100 شاب. وكشفت النتائج الرئيسية لهذه الدراسة أن 60% من المشاركين يعتقدون أن وسائل التواصل الاجتماعي عززت العلاقة بين الأشخاص، وحوالي 40% منهم يرون أن وسائل التواصل الاجتماعي أدت إلى تدهور جودة العلاقات بين الأشخاص، وأعرب 25% من المشاركين في الاستطلاع عن أن وسائل التواصل الاجتماعي ساهمت في تحسين العلاقات مع الأسرة.

واستهدفت دراسة مراد، سارة فيصل (2023) ⁽⁴⁾ رصد كثافة مشاهدة فيديوهات صانعي المحتوى على اليوتيوب، والمشاهدة الاجتماعية، والتفاعل الشخصي مع صانعي المحتوى على اليوتيوب، وتقدير الذات الفردي، وتقدير الذات الجمعي، والتواصل بين الآباء والمراهقين، وعمق الصداقة، والعلاقات شبه الاجتماعية، والسمات المتصورة، والهوية الاجتماعية، والتغير السلوكي. واعتمدت في إطارها النظري على النظرية المعرفية الاجتماعية ونظرية الهوية الاجتماعية ونظرية التفاعل شبه الاجتماعي، وتم تطبيق منهج المسح بشقيه الميداني والتحليلي وذلك بمسح عينة عمدية قوامها (٤٠٠) مفردة من المراهقين الذين تتراوح

أعمارهم من (12-18) عاماً، كما تم تحليل مضمون (240) مقطع فيديو لصانعي المحتوى على اليوتيوب، وتم تطبيق المنهج الكيفي وأداته المقابلة المتعمقة، على عينة من المراهقين، وآبائهم، وصانعي المحتوى على اليوتيوب.

وتوصلت الدراسة إلى عدد من النتائج، أهمها: وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين كثافة التعرض لصانعي المحتوى على اليوتيوب والعلاقات شبه الاجتماعية، ووجود علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين كلٍّ من (كثافة التعرض لصانعي المحتوى على اليوتيوب، وعمق الصداقة، والتواصل بين الآباء والمراهقين، والعلاقات شبه الاجتماعية، وتقدير الذات الفردي، وتقدير الذات الجمعي)، وتشكيل الهوية الاجتماعية للمراهقين، ووجود علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين كلٍّ من (كثافة التعرض لصانعي المحتوى على اليوتيوب، والعلاقات شبه الاجتماعية)، والسلوك الاجتماعي للمراهقين.

وسعت دراسة حسن، نادية جمال الدين (2023) ⁽⁵⁾ إلى الكشف عن تأثيرات شبكات التواصل الاجتماعي على الهوية الثقافية للشباب المصري "وتحديد الأنماط الثقافية لدى الشاب المصري لاستخدام الشباب شبكات التواصل الاجتماعي وتحديد المضامين الثقافية لشبكات التواصل الاجتماعي على الشباب المصري"، والكشف عن تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على الهوية الثقافية للشباب مستخدمة منهج المسح الاجتماعي لعينة غير احتمالية بأسلوب عينة كرة الثلج للشباب المترددين على مقاهي الإنترنت بلغت (179) مفردة بمحافظة القاهرة، وأكدت نتائج الدراسة وجود تأثير دال إحصائياً لشبكات التواصل الاجتماعي على الهوية الثقافية للشباب، وكشفت أن لشبكات التواصل الاجتماعي المبكرة تأثيراً في الهوية الثقافية للشباب تمثلت في (الهوية العربية، العادات والتقاليد، اللغة العربية)، وأكدت نتائج الدراسة وجود علاقة جوهرية دالة إحصائياً بين استخدام الشباب لوسائل التواصل الاجتماعي وبعض المتغيرات الاجتماعية ك (المستوى التعليمية - ومستوى الدخل). كما أكدت نتائج الدراسة وجود فروق جوهرية دالة إحصائياً لتأثير شبكات التواصل الاجتماعي على الهوية الثقافية للشباب والتي تُعزى (للنوع) - وجود فروق جوهرية دالة إحصائياً لتأثيرات شبكات التواصل الاجتماعي على الهوية العربية للشباب المصري والتي تُعزى (للنوع س- وجود فروق جوهرية دالة إحصائياً لتأثيرات شبكات التواصل الاجتماعي على العادات والتقاليد الثقافية للشباب المصري والتي تُعزى (للنوع).

وتناولت دراسة الدراجيني، نورهان طلعت (2023) (6) الإجابة على التساؤل الرئيسي: ما العلاقة بين تعرض المراهقات لشبكات التواصل الاجتماعي وصورة الجسد لديهن، ومعرفة متابعة المراهقات للصفحات التي تقدم على مواقع التواصل الاجتماعي مرتبطة بصورة الجسد، والكشف عن أسباب متابعة المراهقات لصفحات مواقع التواصل الاجتماعي المرتبطة بصورة الجسد، وقد طبقت الدراسة على عينة عشوائية قوامها (450) مفردة من المراهقات من الطالبات المقيدات بالجامعات التالية (عين شمس، الأزهر، الجامعة الحديثة). واستخدمت أداة الاستبيان وانتهت لوجود فروق ذات دلالة إحصائية بين ما تقدمه صفحات مواقع

التواصل الاجتماعي في تكوين صورة الجسد لديهن وفقا لاختلاف المستوى الاقتصادي للأسرة وأشارت إلى وجود علاقة سلبية بين مشاهير مواقع التواصل الاجتماعي وتقدير صورة الجسم ، ووجود فروق ذات دلالة إحصائية بين ما تقدمه صفحات مواقع التواصل الاجتماعي في تكوين صورة الجسد لديهن تبعا لاختلاف الجامعة (عين شمس - الأزهر - الجامعة الحديثة) ووجود علاقة ارتباطية إيجابية بين كثافة تعرض المراهقات لما تقدمه صفحات مواقع التواصل الاجتماعي وصورة الجسد لديهن.

وتناولت دراسة (AZMI, M. N. L. et al) (2021) ⁽⁷⁾ استخدام اليوتيوب وسلوكيات مستخدمي الإنترنت الشباب من خلال تحديد العلاقة بين استخدام يوتيوب وسلوكيات مستخدمي الإنترنت الشباب في دولة ماليزيا، وبعد تطبيق استبيان على 100 من مستخدمي الإنترنت الشباب في دامنسارا ، كوالالمبور؛ توصلت إلى وجود علاقة إيجابية ذات دلالة إحصائية بين استخدام يوتيوب وسلوكيات مستخدمي الإنترنت الشباب (بالإيجاب أو بالسلب) - حسب المضامين المتابعة- ، يتأثر مستخدمي الإنترنت بمنتجات مقاطع اليوتيوب (Youtubers).

وهدفت دراسة Jane Harris, Amanda Atkinson, Michael Mink, and Lorna (Porcellato) (2021) ⁽⁸⁾ إلى استكشاف تجارب الشباب وتصوراتهم حول المحتوى الصحي على YouTube، بالتطبيق على عينة عشوائية قوامها (85) شابًا تتراوح أعمارهم بين (13-18 عامًا) ، أشارت النتائج إلى أن تفاعل الشباب مع المحتوى الصحي لـ YouTuber يعتمد على كيفية مواجهتهم له، ودوافع مستخدمي YouTube لإنتاجه ، وتؤكد أن المحتوى الصحي على YouTube كان أحد المصادر العديدة للمعلومات الصحية التي يستخدمها الشباب ، وقد تمت مواجهته بشكل متكرر أثناء مشاهدة الروتينية للشباب.

وحاولت دراسة محمدي، وداد حسين (2021) ⁽⁹⁾ الكشف عن استراتيجيات تقديم الذات النسائية المصرية عبر مواقع التواصل الاجتماعي، وهدفت لرصد وتحليل وتفسير كيفية إدارة المرأة المصرية لهويتها الرقمية في ظل سياق اتصالي واجتماعي وثقافي مختلف عما اعتادت عليه في العقود الماضية، وكيفية بناء وإدارة المبحوثات - موضع الدراسة - لهويتهن وممارستهن لعملية التقديم الذاتي عبر شبكة الفيسبوك، وعلاقة ذلك بدرجة تقديرهن لذواتهن بالتطبيق على عينة عمدية ممثلة لمختلف صفحات فئات مجتمع الدراسة. ووظفت الدراسة منهج المسح الإعلامي بشقيه الميداني والتحليلي، على عينة عمدية من النساء المصريات اللاتي يستخدمن شبكة الفيسبوك قوامها 120 مفردة، كما وظفت الدراسة منهج دراسة الحالة لتحليل الصفحة الشخصية للمبجوثين .

وركزت دراسة (Csilla Czeglédi, Eszter Boros , Erika Varga , Klara Veresné) (Valentiny) (2019) ⁽¹⁰⁾ على انتشار استخدام شبكات التواصل الاجتماعي بين طلاب الجامعة في

جامعة سنت استقان. تم إجراء البحث في 6 مجموعات تركيز في جامعة سينت إستقان، في جودولو وبودابست، المجر، تقدم الدراسة إجابة لقضايا سبب استخدام الطلاب لوسائل التواصل الاجتماعي، ومدى أهمية العرض الذاتي والتواصل. البحث عن المعلومات في وسائل التواصل الاجتماعي، وكم هو ممتع بالنسبة لهم، وما هي المخاطر التي يجب أن يكونوا على دراية بها. وكانت معظم الإجابات متوقعة من قبل الباحثين، إلا أن بعضها كان مخالفاً للتوقعات.

وكان الهدف من دراسة بني فواز، سهاد محمود (2018) (11) التعريف بعلاقة مواقع التواصل الاجتماعي الإلكترونية بتقدير الذات لدى طالبات جامعة الجوف في المملكة العربية السعودية، وقد اعتمدت الدراسة لتحقيق هذه الأهداف على منهج المسح الاجتماعي، واستخدمت أداة الاستبانة لجمع البيانات، إذ تم تطبيق البحث في جامعة الجوف في محافظة القريات على عينة مكونة من مئة طالبة في تخصصات مختلفة؛ مثل الحاسب الآلي، واللغة الانجليزية، وقد تم اختيار العينة بشكل مقصود ، وقد توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها: وتشير النتائج إلى وجود علاقة ارتباطية طردية بين متغيري التواصل الاجتماعي الإلكتروني، وتقدير الذات لدى الطالبات فقد بينت النتائج أن تقدير الذات قد ازداد لدى مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي.

وقامت دراسة (Lisa Thomas, Pam Briggs, Andrew Hart, Finola Kerrigan) (2017) (12) بعرض تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على هوية الشباب الذين ينتقلون إلى الجامعة؛ ولذا تم التطبيق على 25 طالباً) ؛ وتوصلت الدراسة إلى أن الشباب بارعون تماماً في التوفيق بين الهويات والحفاظ على خصوصيتهم، على الرغم من أنهم لا يزالون عرضة للخطر عندما يكون هناك انهيار في السياق بين ذواتهم المتصلة وغير المتصلة بالإنترنت أو بين الإصدارات المختلفة من الذات على منصات التواصل الاجتماعي المختلفة ، وأثبتت أن عددًا من الشباب يكافحون من أجل إنجاح عملية الانتقال، ولكن ليس لديهم الموارد الشخصية المتاحة (عبر الإنترنت أو دون الاتصال بالإنترنت) لطلب المساعدة داخل المجتمع الجديد.

ثانياً: الدراسات التي تناولت مفهوم الذات أو تقدير الذات:

استهدفت دراسة عبدالرحمن، سعد حسين (2024) (13) تحديد مفهوم الذات وأبعاده لدى الموهوبين والمتفوقين عقلياً ذوي التحصيل المرتفع والمنخفض ، وطبقت على عينة عشوائية بلغت 170 طالباً ، منهم (120) طالباً من المتفوقين عقلياً تنقسم الى: (60) من منخفضي التحصيل و (60) من مرتفعي التحصيل و (50) طالباً من الموهوبين تنقسم الى: (25) من منخفضي التحصيل، و (25) من مرتفعي التحصيل وشملت أدوات الدراسة: اختبار القدرة على التفكير الابتكاري، مقياس أبعاد مفهوم الذات (إعداد الباحث) واستبانة قائمة الأداءات الإبداعية واختبار المصفوفات المتتابعة لرافن ، وقد أظهرت نتائج الدراسة أنه لا توجد فروق دالة إحصائية بين متوسطات درجات الطلبة الموهوبين أكاديمياً مرتفعي ومنخفضي التحصيل،

المتفوقين عقلياً مرتفعي ومنخفضي التحصيل في أبعاد الذات الاجتماعية والذات المثالية والذات الأكاديمية وتقبل الآخرين ، ووجود فروق دالة إحصائياً بين متوسطات درجات الطلبة الموهوبين أكاديمياً مرتفعي ومنخفضي التحصيل، المتفوقين عقلياً مرتفعي ومنخفضي التحصيل في أبعاد الذات الواقعية، الذات الأسرية، تقدير الذات، وتحقيق الذات لا توجد فروق دالة إحصائياً بين متوسطي درجات الطلبة الموهوبين أكاديمياً مرتفعي ومنخفضي التحصيل في أبعاد: الذات الواقعية، الذات الأسرية، تحقيق الذات، وتقدير الذات لا توجد فروق دالة إحصائياً بين متوسطي درجات الطلبة المتفوقين عقلياً مرتفعي ومنخفضي التحصيل في أبعاد: الذات الواقعية، تحقيق الذات، الذات.

وهدف دراسة محمد، هاجر الأحمدى حافظ (2024) ⁽¹⁴⁾: إلى تحديد نوع العلاقة بين السعادة والرضا عن الحياة لدى عينه من الطلاب المشاركون بالأنشطة الطلابية وتحديد نوع العلاقة بين السعادة وتقدير الذات ورصد الفروق بين الذكور والإناث على مقياس السعادة و الرضا عن الحياة و تقدير الذات ، وقد أجريت الدراسة على عينة ميدانية متاحة من مختلف الكليات بجامعة المنصورة قوامها (380) طالب وطالب، وباستخدام مقاييس السعادة ومقياس الرضا عن الحياة ومقياس السعادة. ومن نتائج الدراسة : وجود علاقة إيجابية دالة إحصائياً بين السعادة والرضا عن الحياة، ووجود علاقة إيجابية دالة إحصائياً بين السعادة و تقدير الذات، و وجود فروق دالة إحصائياً بين الذكور والإناث فى تقدير الذات لصالح .

وحاولت دراسة عبدالرازق، اسراء سالم (2023) ⁽¹⁵⁾ معرفة العلاقة بين قلق المستقبل والهناء الشخصي لدى طلاب الجامعة ، وأيضاً معرفة نوع العلاقة بين قلق المستقبل و مستوى الطموح، باستخدام عينة عشوائية (380) طالب جامعي، واستخدمت الدراسة مقاييس (قلق المستقبل - الهناء الشخصي- مستوى الطموح) ،وقد أسفرت نتائج الدراسة عن : وجود علاقة سالبة دالة إحصائياً بين قلق المستقبل والهناء الشخصي ""الأبعاد والدرجة الكلية، ووجود علاقة سالبة دالة إحصائياً بين قلق المستقبل و مستوى الطموح ""الأبعاد والدرجة الكلية""، ووجود فروق دالة إحصائياً بين الذكور والإناث فى قلق المستقبل ""الأبعاد والدرجة الكلية"" لصالح الذكور، ووجود فروق دالة إحصائياً بين الذكور والإناث فى الهناء الشخصي ""الأبعاد والدرجة الكلية"" لصالح الذكور، ووجود فروق دالة إحصائياً بين الذكور والإناث فى مستوى الطموح ""الأبعاد والدرجة الكلية"" لصالح الذكور. وبالتالي يعد قلق المستقبل حالة من التوتر وعدم الاطمئنان، حيث يكون لدى الفرد توقعات سلبية تجاه المستقبل، وما يحمله من أحداث وكنتيجة لهذا الشعور الذي ينتابه، فلا يمكنه من تحقيق ذاته أو نموه الأمثل أو ببعد وإنما يضطرب ويعجز، وينعكس هذا الاضطراب في مظاهر متعددة وبدرجات متفاوتة بين الأفراد في مقدمتها مستوى الطموح والذي يشير إلى مقدرة الفرد على التفاوض ووضع الأهداف، وتقبل كل ما هو جديد وتحمل الفشل والإحباط.(معوض وعبد العظيم، 2005، 3) والهناء الشخصي أو الحياة الطيبة **Subjective well-being أحد المجالات الأساسية لعلم النفس الإيجابي، ويعرف الهناء الشخصي بأنه تقدير الشخص وتقويمه لحياته الشخصية من**

الناحيتين المعرفية والوجدانية، ويشتمل هذا التقويم على مكونين، هما : الإرجاع أو ردود الأفعال الانفعالية للأحداث، والأحكام المعرفية المتعلقة بالرضا والإشباع، ومن ثم يكون الهناء الشخصي مفهوماً شاملاً يتضمن خبرة الانفعالات السارة، ومستوى منخفضاً من المزاج السلبي، ودرجة مرتفعة من الرضا عن الحياة (Diener, Lucas, & Oishi, 2020). والهناء الشخصي له عدة مكونات أو أقسام أساسية، هي : الرضا عن الحياة بوجه عام، والقناعة بمجال محدد في الحياة من مثل : الزواج أو العمل، وتوافر الوجدان الإيجابي بشكل متكرر (الانفعالات السارة)، والغياب النسبي للوجدان السلبي (الانفعالات غير السارة)، ويمكن تقسيم المكونات الأساسية للهناء الشخصي إلى عناصر كثر تحديداً، فالوجدان الإيجابي - مثلاً - يمكن قسمته إلى: الفرح، والقناعة، والعاطفة، والزهو والافتخار، في حين يمكن قسمة الوجدان السلبي إلى الغضب، والحزن، والذنب، والخزي، والقلق... وغيرها

وكان الهدف من دراسة (Abdallah S Almahaireh, Aseel O Ajlouni) (2022) ⁽¹⁶⁾ التعرف على درجة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، والمستوى الأكثر شيوعاً لمفهوم الذات والسعادة والعلاقة بينهما لدى الشباب الجامعي في الجامعة الأردنية، تطبيقاً على عشوائية طبقية قوامها (500) طالب جامعي، ومن خلال تطبيق مقياس درجة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، ومقياس السعادة، ومقياس مفهوم الذات، وأظهرت النتائج : أن مواقع التواصل الاجتماعي الأكثر استخداماً هو الفيسبوك وأن درجة استخدام وسائل التواصل الاجتماعي كانت متوسطة، وأن مستوى مفهوم الذات والسعادة كان مرتفعاً، وأن هناك علاقة طردية بين درجة استخدام وسائل التواصل الاجتماعي ومفهوم الذات والسعادة، كما أظهرت النتائج وجود فروق ذات دلالة إحصائية في مستوى استخدام وسائل التواصل الاجتماعي ومفهوم الذات والسعادة لدى طلبة الجامعة الأردنية تعزى للجنس لصالح الذكور. ووجود فروق ذات دلالة إحصائية في مستوى استخدام وسائل التواصل الاجتماعي ومفهوم الذات والسعادة بين جميع مستويات متغير الكلية لصالح العلمي والصحي والإنساني.

وناقشت دراسة (Wold Hygen et al) (2021) ⁽¹⁷⁾ : تأثير استخدام وسائل التواصل الاجتماعي على تقدير الذات من الطفولة إلى المراهقة -تم تطبيق الدراسة على عينة عشوائية من الأطفال بلغ قوامها (725) في العمر من 10 إلى 14 حول استخدامهم لوسائل التواصل الاجتماعي، وتوصلت الدراسة لوجود علاقة بين استخدام وسائل التواصل الاجتماعي وانخفاض احترام الذات للمظهر -عند الفتيات- من سن 10 إلى 12 عاماً ومن 12 إلى 14 عاماً، لا توجد أي علاقة بين احترام الذات للمظهر واستخدام وسائل التواصل الاجتماعي.

وتناولت دراسة (Kwara Rainer Abadaliet al) (2021) ⁽¹⁸⁾ الشبكات الاجتماعية للمراهقين ومفهوم الذات في المدارس الثانوية العامة المختلطة في مقاطعة " كاجيادو الشمالية الفرعية " ، وتناولت الدراسة العلاقة بين مواقع التواصل الاجتماعي (WhatsApp و Facebook و Instagram) ومفهوم الذات لدى المراهقين في المدارس الثانوية العامة المختلطة . بالتطبيق على عينة عشوائية قوامها (265)

من طلاب المدارس الثانوية ، وكشفت النتائج إلى أن الفيسبوك من موقع التواصل الاجتماعي الأكثر تفضيلاً بين المراهقين، وأن مستوى مفهوم الذات لدى المراهقين كان بمستوى متوسط مما يدل على أن المراهقين يقدرون ذواتهم ، ووجود علاقة ارتباط سلبية ضعيفة بين موقع التواصل الاجتماعي (الواتساب والفيس بوك والانستجرام) ومفهوم الذات لدى المراهقين.

وبدأت دراسة (Anastasia Botou, Petros-Stylianios Marsellos) (2018) (19)

بسؤال رئيسي: هل يؤثر الفيسبوك على احترام المراهقين لذواتهم؟ وفي إطار ذلك تم إجراء الاستطلاع بين الطلاب في أثينا، الذين تتراوح أعمارهم بين (16، 17 عاماً)، وتم استخدام استبيان ملف الإدراك الذاتي للمراهقين (هاتر، 1988)، في نسخته اليونانية ، مع إضافة أسئلة تتعلق بأراء المراهقين لاستخدامها الشبكات الاجتماعية وقبولها وشعبيتها، والتي ارتبطت بمقاييس، وأظهرت الدراسة أن احترام الذات لا يرتبط بتكرار استخدام الطلاب للفيسبوك أو مستوى قبول المستخدمين أو شعبيتهم يبدو أن المراهقين يسعون في المقام الأول إلى الاعتراف وإقامة علاقات مع أقرانهم من خلال الشبكات الاجتماعية كلما كانت العلاقات وثيقة، كلما زاد استخدامهم لشبكات التواصل الاجتماعي للتواصل وأقل للترويج الذاتي.

وهدف دراسة مصطفى، همت مختار (2016) (20) معرفة أهمية استخدام مواقع التواصل

الاجتماعي "الفيس بوك" في علاقته بكل من الثقة بالنفس وتقدير الذات والأمن النفسي" علي عينة من طلاب المؤسسات الإيوائية عددها 150 طالبا من مرحلتى الدراسة المتوسطة والثانوية من البنين، وأشارت النتائج إلي وجود ارتباط دال إحصائيا بين استخدام موقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك وكل من الثقة بالنفس وتقدير الذات والأمن النفسي مما يعكس أهمية استخدام موقع التواصل الاجتماعي علي الناحية النفسية، وكذلك وجود فروق دالة إحصائيا بين مجموعات البحث من مستخدمي موقع الفيس بوك (مرتفعي ومتوسطي ومنخفضي الاستخدام) في المتغيرات النفسية (الثقة بالنفس، تقدير الذات والأمن النفسي) وذلك لصالح المستوى المرتفع في كل منها. بالإضافة إلى أن تقدير الذات أكثر إسهاما في استخدام موقع التواصل الاجتماعي إذ كان هو المنبئ الوحيد باستخدام موقع التواصل الاجتماعي في حين لم يسهم متغيري الثقة بالنفس والأمن النفسي في التنبؤ به ويرجع ذلك إلى أن تقدير الذات عامل نفسي هام عند استخدام مواقع التواصل الاجتماعي عامة من حيث إبداء الرأي وتكوين الصداقات والتفاعل مع الآخرين.

واستهدفت دراسة أحمد، محمود رمضان (2018) (21) التعرف على تقدير الذات لدى مستخدمي

شبكات التواصل الاجتماعي وعلاقته بصورتهم الذهنية عرضت الدراسة إطاراً مفاهيمياً تضمن مفهوم الذات، وتقدير الذات، وصورة الفرد لدى الآخرين ، واعتمدت على منهج المسح، وتمثلت الأدوات في عدة مقاييس، هي (التعرض للشائعات، المزاج العام، المزاج الشخصي، الرضا وعدم الرضا) تم تطبيقها على عينة عمدية حصصية مكونة من (400) مفردة من الجمهور المصري من (18-60) عاماً من مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي، ومن أهم النتائج، وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الذكور والإناث فيما يتعلق باستخدام شبكات التواصل الاجتماعي للحصول على تقدير الذات.

وتناولت دراسة Muqaddas Jan & others (2017) (22) تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على احترام الذات، تم استطلاع آراء 150 طالباً من معهد إدارة الأعمال من خلال الاستبيانات والمقابلات، وأشارت النتائج إلى أن ما يقرب من 88% من الأشخاص يشاركون في إجراء مقارنات اجتماعية على فيسبوك، ومن بين 88%، فإن 98% من المقارنات عبارة عن مقارنات اجتماعية، وأشارت نتائج الدراسة أن هناك علاقة ارتباطية سلبية قوية بين وسائل التواصل الاجتماعي واحترام الذات، حيث أنه كلما زاد استخدامها يؤدي إلى انخفاض احترام الأفراد لذاتهم، وأن قضاء ساعة واحدة على الفيسبوك يومياً يؤدي إلى انخفاض بمقدار 5.574 في درجة احترام الذات للفرد.

وناقشت دراسة حنون، رسمية (2001) (23) مفهوم الذات لدى طلبة جامعة النجاح الوطنية في فلسطين، وقد هدفت الدراسة التعرف إلى مفهوم الذات لدى طلبة جامعة النجاح الوطنية في فلسطين، إضافة إلى تحديد دور متغيرات كل من الجنس، والكلية، والمستوى الدراسي، ومكان الإقامة، والمعدل الدراسي على مفهوم الذات، لتحقيق ذلك أجريت الدراسة على عينة بلغ قوامها (774) طالباً وطالبة، طبق عليها مقياس أبو ناهية (1999) لمفهوم الذات، وأظهرت نتائج الدراسة أن درجة مفهوم الذات كانت منخفضة على جميع المجالات والدرجة الكلية، إضافة إلى وجود فروق في مفهوم الذات تبعاً لمتغيرات الجنس، ومكان السكن، والمعدل الدراسي، بينما لم تكن الفروق دالة إحصائياً على الدرجة الكلية لمفهوم الذات تبعاً لمتغيري الكلية، والمستوى الدراسي، وأوصت الباحثة بعدة توصيات من أهمها الاهتمام بالأنشطة اللامنهجية لما لها من دور إيجابي في صقل شخصية الطلبة وتنمية مفهوم الذات لديهم.

التعليق على الدراسات السابقة:

- من حيث القضايا والإشكاليات البحثية تناولت الدراسات السابقة مجموعة متنوعة من الموضوعات اهتمت بالعلاقة بين شبكات التواصل الاجتماعي و(تقدير الذات - تقدير الذات والسعادة - تقدير مفهوم الذات - احترام الذات - الأمن النفسي - التواصل والعلاقات الشخصية - الهوية الثقافية - الهوية الاجتماعية - الهوية النسائية - العرض الذاتي والتواصل - هوية الشباب)، ودراسات أخرى اهتمت بالعلاقة بين تقدير الذات و(التحصيل الدراسي - المشاركة في الأنشطة الطلابية - قلق المستقبل ومستوح الطموح).
- انتقدت بعض الدراسات مع الدراسة الحالية في موضوع الدراسة إلا أنها اختلفت معها في الحدود البشرية (عينة الدراسة)، أو الجغرافية.
- اعتمدت معظم الدراسات السابقة على الأسلوب الوصفي، مستخدمة منهج المسح و دراسة الحالة.
- استخدمت الغالبية العظمى من الدراسات السابقة منهج المسح الاعلامي واعتمدت بشكل كبير على الشق الميداني والقليل منها اعتمد على اشقين الميداني والتحليلي
- أكدت معظم الدراسات السابقة على :

- وجود تأثيرات ايجابية لشبكات التواصل تمثلت في تعزيز التواصل والاتصال وتعزيز الشعور بالانتماء وتكوين الهوية والتعبير عن الذات، وتمثلت التأثيرات السلبية في مشاكل صحية مثل القلق والاكتئاب والشعور بالنقص
- أن شبكات التواصل تعتبر أحد أهم مصادر المعرفة للشباب المستخدمة في البحث عن المعلومات .
- الفيس بوك أكثر تفضيلاً لدى المراهقين بالمرحلة الثانوية .
- وجود علاقة ارتباط سلبية بين استخدام الفيس بوك ومفهوم الذات
- وجود علاقة ارتباطية بين استخدام الفيس وكل من الثقة بالنفس وتقدير النفس والأمن النفسي، بينما لا يوجد ارتباط بين استخدام الفيس بوك واحترام الذات .
- استخدمت الدراسات السابقة العينات العشوائية بشكل كبير، سواء الطبقية أو البسيطة منها أو كرة الثلج.

موقف الدراسة الحالية من الدراسات السابقة:

- اتفقت الدراسة الحالية مع كل الدراسات السابقة من خلال احدى متغيراتها (شبكات التواصل الاجتماعي كمتغير مستقل - أو تقدير الذات كمتغير تابع)، وكانت أكثر الدراسات السابقة تقارباً في موضوع الدراسة دراسة **wold Hygen et al 2021 - Abdallah Almahaireh**
- **Aseel Ajlouni 2022** & همت مختار 2016.
- اتفقت الدراسة الحالية مع معظم الدراسات السابقة كونها دراسة ميدانية اعتمدت على الاستبيان: اداة جمع البيانات، وطبقت مقياساً لمفهوم الذات.
- اختلفت الدراسة الحالية عن معظم الدراسات السابقة أنها اهتمت بمفهوم الذات ، حيث ركزت الدراسات التي اهتمت بالذات على (تقدير الذات أو احترامها أو صورة الذات أو تحقيق الذات أو السعادة).

الإطار النظري والمعرفي للدراسة:

اعتمدت الدراسة الحالية على التكامل بين عناصر وفروض نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام وعناصر وافتراسات مدخل الاستخدامات والإشباع:

أولاً: نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام

وتتلخص الفكرة الرئيسية للنظرية في أن الأفراد في المجتمع يتزايد اعتمادهم على معلومات ووسائل الإعلام للمعرفة والتوجيه نحو ما يحدث في مجتمعهم ، وأن نوع ودرجة هذا الاعتماد يحكمه ظروف معينة ، من هذه الظروف مثلاً ما يتعلق بالأفراد مثل العزلة بالمنزل وانخفاض الدخل أو بعض أشكال الضغط ، ويشكل هذا النموذج علاقة بين ثلاثة عناصر هي : المجتمع ووسائل الإعلام والجمهور ، وهذه العلاقة تختلف

من مجتمع لآخر ، فبعض المجتمعات تفرض سيطرة على مقامها الإعلامي ، بينها تمنح مجتمعات أخرى نظامها الإعلامي قدراً أكبر من التأثير في المجتمع (24).
فروض النظرية (25) :

- تختلف درجة الاستقرار في النظام الاجتماعي وتوازنه نتيجة التغيرات المستمرة و تبعا لهذا الاختلاف تزيد أو تقل الحاجة إلى المعلومات والأخبار؛ ففي حالة عدم الاستقرار الاجتماعي تزداد الحاجة للمعلومات فيكون الأفراد أكثر اعتمادا علي وسائل الإعلام .
- يعتبر النظام الإعلامي مهماً للمجتمع وتزداد درجة اعتماده علي وسيلة بديلة للمعلومات.
- يختلف الجمهور في درجة اعتماده على وسائل الإعلام نتيجة لاختلافاتهم في الأهداف والحاجات.
- نظام وسائل الإعلام جزءاً هاماً من النسيج الاجتماعي للمجتمع الحديث.
- الأفراد يعرضون أنفسهم لمحتويات ووسائل الإعلام التي لديهم ما يدعو لتوقع أنها سوف تساعدهم علي تحقيق هدف أو أكثر من الفهم أو التوجيه أو التسلية.
- أغلب الناس يختارون بنشاط ما يودون مشاهدته أغلب الأوقات ولكنهم مراقبون عرضيون لوسائل الإعلام في بعض الأحيان.

مجالات التأثير الناتجة عن النظرية (26):

تعتمد وسائل الإعلام على الجمهور لتحقيق ثلاث حاجات أو تأثيرات هي التأثير المعرفي، والتأثير الوجداني، والتأثير السلوكي، وحتى يعتمد الجمهور على وسائل الإعلام لابد لوسائل الإعلام من تحقيق حاجات فردية عامة مثل التسلية (27):

1- الآثار المعرفية: تشمل خمسة جوانب وهي إزالة الغموض الناتج عن قلة المعلومات، وتكوين اتجاهات لاسيما في الأمور الخاصة بالمسائل والقضايا الجدلية والدعاية للرموز، وترتيب أولويات الجمهور أيضا تعمل على اتساع وتنظيم المعتقدات وتقسيمها إلى فئات تنتمي إلى الأسرة أو الدين أو السياسة ، كما توضح أهمية القيم المتفق عليها اجتماعيا وقد تخلق قيم تطبع عليها المجتمع.

2- التأثيرات الوجدانية: والمتعلقة بالمشاعر والأحاسيس مثل زيادة الخوف والتوتر والحساسية للعنف وأيضا التأثيرات المعنوية مثل الاغتراب عن المجتمع (28).

3- التأثيرات السلوكية: وهي نتاج التأثيرات المعرفية والوجدانية وتظهر في النشاط؛ ويعنى اتخاذ مواقف مؤيدة لقضية ما مثل حقوق المرأة والإقلاع عن التدخين ، وقد تظهر التأثيرات على شكل الخمول ؛ ويعنى تجنب القيام بعمل ما مثل المشاركة السياسية.

ثانيا : مدخل الإستخدامات والإشباعات

1- نظرية الاستخدامات والإشباعات *Uses & Gratifications theory*

تعتمد الدراسة في إطارها النظري على مدخل الاستخدامات والإشباع حيث يقوم المدخل على فكرة رئيسية وهي : أن الجمهور يختار وسيلة إعلامية معينة لإشباع حاجة أو حاجات معينة لديه ، ويتركز الاتجاه البحثي بهذا المدخل على أن الفرد يستخدم وسيلة اتصال بعينها لتحقيق إشباع حاجات معينة لديه ، و جمهور المتلقين يعتبر طرف فاعل و نشط في العملية الاتصالية ، لذلك فهو يقوم بمجرد اشتراكه فيها كمظهر للذات الاجتماعية، وكطرف في هذه العملية يسهم في حركتها واستمرارها ، ومن هنا يأتي الدور النقدي الذي يقوم به كل عضو من أعضاء الجمهور فيما يتعلق بعناصر العملية كلها ، والدور النقدي هو الذي يؤثر في استمرار عملية التعرض، أو الانسحاب منها بناءً على الممارسة التي يقوم بها العضو كطرف في العملية الإعلامية (29) ، ويقوم مدخل الاستخدامات والإشباع على مجموعة من الفرضيات التي تتعلق بكيفية استخدام الأفراد لوسائل الاتصال والإشباع التي يسعون إلى تحقيقها من وراء هذا الاستخدام وهي:

- 1- إن أعضاء الجمهور مشاركون فعالون في عملية الاتصال الجماهيري ، و يستخدمون وسائل الاتصال لتحقيق أهداف مقصودة تلبي احتياجاتهم.
- 2- يعبر استخدام وسائل الاتصال عن الحاجات التي يدركها أعضاء الجمهور ، ويتحكم في ذلك عوامل الفروق الفردية.
- 3- إن أعضاء الجمهور هم الذين يختارون الرسائل والمضمون الذي يشبع حاجاتهم ، وأن وسائل الإعلام تتنافس مع مصادر الإشباع الأخرى في تلبية هذه الحاجات.
- 4- إن الجمهور لديهم القدرة على تحديد دوافع تعرضهم وحاجاتهم التي يسعون إلى تلبيتها ، لذا فهم يختارون الوسائل المناسبة لإشباع هذه الحاجات.
- 5- يمكن الاستدلال على المعايير الثقافية السائدة في المجتمع من خلال استخدام الجمهور لوسائل الاتصال، وليس من خلال محتواها فقط (30).

كما نجد أن مدخل الاستخدامات والإشباع يتميز بعناصر عديدة أهمها :

- 1- مفهوم الجمهور (النشيط) : ظهر مفهوم الجمهور غير الخامل (النشيط) الذي يبحث عن المضمون الإعلامي المناسب له الملبي لحاجاته (31).
- 2- الأصول الاجتماعية و النفسية لاستخدامات وسائل الاتصال: يعود الفضل في اكتشاف العلاقة بين الأصول الاجتماعية والنفسية ودوافع التعرض إلى الباحثة " ماتيلدا رايلي" حيث تناولت هذه الأصول من حيث:

أ- الأصول الاجتماعية لاستخدامات وسائل الاتصال: لا يتعامل أفراد الجمهور مع وسائل الاتصال باعتبارهم أفراداً معزولين عن واقعهم الاجتماعي و إنما باعتبارهم أعضاء في جماعات منظمة ،

وعليه فإن العوامل الديموجرافيا والاجتماعية مثل النوع والسن والمستوى التعليمي والمستوى الاجتماعي الاقتصادي لها تأثيرها في استخدام الجمهور لوسائل الاتصال(32).

ب-الأصول النفسية لاستخدامات وسائل الاتصال: تؤدي الاستخدامات في بعض الأحيان إلى وجود وجود حوافز أو دوافع معينة بحاجة إلى إشباع وبالتالي تحديد العديد من الاستخدامات لوسائل الإعلام ، حيث يقوم مدخل الاستخدامات والإشباع على افتراض أن الأفراد المختلفين يختارون لأنفسهم مضامين إعلامية مختلفة وفقا للظروف النفسية بينهم ، حيث تعد الظروف النفسية لأفراد الجمهور مشكلات تواجههم (ويحقق التعرض لوسائل الاتصال العلاج الأمثل لمثل هذه المشكلات (33).

3- دوافع التعرض: وبوجه عام تقوم دوافع التعرض لوسائل الإعلام على محورين أساسيين كما قسمها روبين:

أ- دوافع نفعية *Instrumental Motives* يقصد بها الدوافع التي تؤدي إلى اختيار الفرد لوسيلة معينة ومضمون معين لتلبية الحاجة إلى المعلومات والمعارف والتعلم وفهم الواقع والتعامل مع المشكلات.

ب- دوافع طقوسية *Ritualized Motives* ويقصد بها الدوافع التي تهدف إلى التفاعل مع الوسيلة نفسها بغض النظر عن المضمون ، أي هي دوافع يعتاد الفرد على ممارستها بدون تخطيط مسبق غالباً ، مثل الحاجة إلى التسلية والمتعة والاسترخاء والإثارة وتمضية الوقت والتغلب على الملل والروتين(34).

4- إشباعات التعرض : وتنقسم الإشباعات الناتجة عن التعرض لوسائل الاتصال إلى قسمين هما :-

أ- إشباعات المحتوى: وهي تلك النتائج التي تتحقق من التعرض القائم على مضمون معين وليس مجرد التعرض للوسيلة في حد ذاتها .

ب - إشباعات الوسيلة: وهي تلك النتائج التي تتحقق من التفاعل مع الوسيلة وليس مضمونها، فهي ترتبط باختيار الفرد التعرض لوسيلة بعينها ولا ترتبط بشكل مباشر بخصائص الرسالة أو المضمون الاتصالي(35).

و في ضوء ما سبق يلاحظ أن مدخل الاستخدامات والإشباعات يقدم مجموعة من المفاهيم ، والشواهد بالنسبة لشبكات ومواقع التواصل الاجتماعي التي تؤكد أسلوب الأفراد أمام تلك الوسائل من خلال تعليقاتهم، وآرائهم وتوجهاتهم بفاعلية مضامين الرسائل الإعلامية التي يتم تدوينها في وسائل التواصل الاجتماعي (مثل الفيسبوك) بدلاً من أن يتصرفوا سلبياً تجاهها علاوة على أن هذا المدخل يوفر لنا مجاًلاً رحباً لتفسير السلوك الاتصالي، ويشكل التعرض لوسائل الاتصال جانباً من بدائل وظيفية لإشباع الحاجات التي يمكن مقارنتها للوهلة الأولى بوظيفة قضاء وقت الفراغ لدى الإنسان ، كما يفترض هذا

المدخل بأن إشباع الحاجات يتم ليس فقط من خلال التعرض لأي وسيلة من وسائل الاتصال الجماهيري و لكن يتم أيضا من خلال التعرض إلى وسيلة إعلامية محددة بالإضافة إلى السياق الاجتماعي الذي تستخدم فيه الوسيلة، ويمكن توظيف مدخل الاستخدامات و الإشباعات على مواقع التواصل الاجتماعي على النحو التالي:

أ- أن المتلقي عنصر فعال وجزء هام من استخدام وسائل الاتصال الجماهيري وهكذا فإن استخدامه لمواقع التواصل الاجتماعي يمكن تفسيره كاستجابة للحاجات التي يستشعرها و يتوقع أن يشبع هذه الحاجات لديه كالبحث عن معلومة أو التسلية أو معرفة آخر الأخبار أو التفاعل مع حدث معين.

ب- المبادرة في ربط اشباع الحاجات باختيار الوسيلة المناسبة إنما يخضع للمتلقي ذاته في عملية الاتصال الجماهيري، وهذا النموذج يرى أن الأفراد مدينون لمواقع التواصل الاجتماعي لسد حاجاتهم أكثر من كونها عامل تأثير عليهم.

ت- تتنافس وسائل الاتصال لإرضاء الجمهور والحاجات التي تخدمها هذه الوسائل تشكل جزء من نطاق شامل من حاجات الأفراد وهذا ينطبق على مواقع التواصل الاجتماعي من خلال الخدمات والتطبيقات التي يقدمونها للجمهور ولعل الإحصاءات المرتفعة للمستخدمين تدل على عمق التنافس فيما بينها .

ثالثا : الاطار المعرفي

تناول العديد من العلماء تعريف مفهوم الذات وقدموا العديد من الآراء والنظريات، حيث أجمعوا على أن مفهوم الذات هو النواة التي تقوم عليها الشخصية كوحدة مركزية ديناميكية وأنها المعنى المجرد لإدراكنا لأنفسنا جسيماً، وعقلياً، واجتماعياً؛ في ضوء علاقتنا بالآخرين⁽³⁶⁾.

مفهوم الذات يمثل مفتاح الشخصية والمدخل الرئيس لخصائصها ومقوماتها في مختلف جوانب تفاعلها مع البيئة وعلاقتها الديناميكية معها؛ حيث يشكل مفهوم الذات المجال الظاهري الذي يعيش فيه الفرد، ويعي به ذاته، كما أنه يتأثر بما يتمتع به من قدرات عقلية ودوافع نفسية تحكم سلوكه وتوجهه في مختلف المجالات⁽³⁷⁾.

وتشير " بهادر " (1983) إلى أن مفهوم الذات ينقسم إلى قسمين هما: مفهوم الذات الإيجابي، وينتج عن تقبل الفرد لذاته ورضاه عنها ، ومفهوم الذات السلبي : وينتج عن الإهمال بالطفل وما يترتب على ذلك من مشاعر سلبية داخل أعماقه.⁽³⁸⁾

ومفهوم الذات هو فكرة الفرد عن نفسه؛ أي الصورة التي يكونها لنفسه عن نفسه من حيث ما يتسم به من صفات وقدرات جسمية وعقلية.. بالإضافة إلى القيم والمعايير الاجتماعية وهو عامل هام في توجيه السلوك ورسم مستوى الطموح⁽³⁹⁾.

وحول مفهوم الذات الإيجابي تشير دراسة " كورتس وشارير" (Curtis&Sharer) إلى أن مفهوم الذات الإيجابي هدف عام يجب أن يسعى المجتمع إلى تحقيقه لدى أبنائه ، وأن تحسين مفهوم الذات يؤدي إلى دفع مستوى تعليم الطلبة في المجالات المعرفية والمفاهيم العقلية وفي مجالات الحياة المختلفة (أبو شمة،1995) (40)

ومما تجدر الإشارة إليه، ما أظهرته الدراسات المختلفة، من أن مفهوم الذات مرتبط ارتباطاً وثيقاً بالدافعية للتعلم، وأن الأفكار الأكثر أهمية هي التي يمتلكها المتعلم حول نفسه، والتي هي نتيجة خبرات ومواقف وتجارب الصف والمدرسة والجامعة، وأن الطلبة ذوي التحصيل العلمي المتدني يميلون إلى امتلاك مفاهيم أكاديمية ضعيفة، ومشاعر سلبية حول الذات، بينما يميل الطلبة الأكثر تحصيلاً إلى امتلاك مفاهيم أكثر إيجابية عن ذواتهم وقدراتهم الأكاديمية (41)

ويتطور مفهوم الذات بنمو الأطفال أي بمرور الطفل من مرحلة إلى أخرى؛ ففي إحدى الدراسات تم الكشف عن زيادة ملحوظة مع تقدم السن في عدد من الأطفال الذين استخدموا في وصف الذات الدور المهني، وأيضاً يتمشى مع ذلك زيادة ملحوظة في استخدام سمات الشخصية التي تتصل بالنجاح المهني مثل أنا متفوق، أنا طموح، أنا إنسان جاد. (42)

ويعتبر مفهوم الذات من السمات الشخصية الهامة التي تعبر عن تصورات؛ وخبرات الفرد الذاتية، وهو بعد مهم من أبعاد الشخصية، والتي لها الأثر الكبير في سلوك الفرد وتصرفاته، وينقسم مفهوم الذات الى قسمين كما يراه الاشوال الوارد في التلاهي(2008) على النحو الآتي(43):

أ. مفهوم إيجابي: وهو تقبل الفرد لذاته والقيام بسلوك يتناسب مع نظرة إيجابية، فالأشخاص الذين لديهم نظرة إيجابية إلى ذواتهم يتمكنون من التوافق الاجتماعي .

ب. مفهوم سلبي للذات : تكوين نظرة سلبية للذات، وبالتالي تؤدي الى سوء التوافق الاجتماعي أو النفسي، فتضعه في فئة غير الأسوياء .

وقد أشار كارل روجرز إلى خصائص مفهوم الذات في عدة نقاط والتي تتمثل فيما يلي(44):

- أنها تنمو من تفاعل الكائن مع البيئة.

- قد تمتص قيم الآخرين وتدرجها بطريقة مشوهة.

- تنزع الذات إلى الاتساق.

- يسلك الكائن بأساليب تتسق مع الذات.

- قد تتغير الذات نتيجة للنضج والتعلم.

وتعتبر فكرة الشخص عن ذاته هي النواة الرئيسية التي تقوم عليها الشخصية؛ فكلما فهم الشخص ذاته من قدرات وميول ورغبات وانفعالات كلا قام بتقييمها وتوجيهها الوجهة الصحيحة وبالتالي كان عاملاً ومؤثراً قوياً في تكيف الإنسان وتأقلمه(45).

تساؤلات الدراسة:

- 1- ما درجة تعرض طلاب جامعة فاروس بالإسكندرية لشبكات التواصل الاجتماعي؟
 - 2- ما دوافع استخدام طلاب جامعة فاروس بالإسكندرية لشبكات التواصل الاجتماعي؟
 - 3- ما مستوى انتباه طلاب جامعة فاروس بالإسكندرية لشبكات التواصل الاجتماعي؟
 - 4- ما مستوى ثقة طلاب جامعة فاروس بالإسكندرية في واقعية مضمون شبكات التواصل الاجتماعي؟
 - 5- ما مستوى مفهوم الذات لدى طلاب جامعة فاروس بالإسكندرية ؟
 - 6- ما التأثيرات الناتجة عن استخدام طلاب جامعة فاروس بالإسكندرية لشبكات التواصل الاجتماعي؟
 - 7- ما طبيعة العلاقة بين كثافة تعرض طلاب جامعة فاروس بالإسكندرية لشبكات التواصل الاجتماعي ومستوى مفهوم الذات لديهم؟
 - 8- ما طبيعة العلاقة بين دوافع استخدام طلاب جامعة فاروس بالإسكندرية لشبكات التواصل الاجتماعي والتأثيرات المترتبة عليه (المعرفية - الوجدانية - السلوكية) ؟
- فروض الدراسة:

- 1- توجد علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين كثافة استخدام طلاب جامعة فاروس بالإسكندرية لشبكات التواصل الاجتماعي ومفهوم الذات لديهم.
- 2- توجد علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين دوافع استخدام طلاب جامعة فاروس بالإسكندرية لشبكات التواصل الاجتماعي والتأثيرات المترتبة على الاعتماد (المعرفية - الوجدانية - السلوكية)
- 3- توجد علاقة ارتباطية دلالة إحصائية بين دوافع تعرض طلاب جامعة فاروس بالإسكندرية لشبكات التواصل الاجتماعي ودرجاتهم على مقياس مفهوم الذات لديهم.
- 4- يوجد فروق دالة إحصائية بين طلاب جامعة فاروس بالإسكندرية - عينة الدراسة - على مقياس مفهوم الذات حسب متغيرات (النوع - نوع الكلية - السن - المعدل التراكمي (CGBA))
- 5- يوجد فروق دالة إحصائية بين طلاب جامعة فاروس بالإسكندرية - عينة الدراسة - في مستوى انتباه طلاب الجامعات المصرية أثناء استخدام شبكات التواصل الاجتماعي طبقاً لمتغيرات (النوع - نوع الكلية - السن - المعدل التراكمي (CGBA).
- 6- يوجد فروق دالة إحصائية بين طلاب جامعة فاروس بالإسكندرية - عينة الدراسة - في مستوى ثقة طلاب الجامعات المصرية في واقعية مضمون شبكات التواصل الاجتماعي طبقاً لمتغيرات (النوع - نوع الكلية - السن - المعدل التراكمي (CGBA).
- 7- يوجد فروق دالة إحصائية بين طلاب جامعة فاروس بالإسكندرية - عينة الدراسة - في مستوى الذات لديهم طبقاً لمتغيرات (النوع - نوع الكلية - السن - المعدل التراكمي (CGBA).

مفاهيم ومصطلحات الدراسة:

- مفهوم الذات: الذات تتكون من مجموعة نشطة من العمليات كالتفكير والتذكر والإدراك ، ومفهوم الذات إما إيجابي، وينتج عن تقبل الفرد لذاته ورضاه عنها، وإما سلبي : وينتج عن الإهمال بالفرد وما يترتب على ذلك من مشاعر سلبية داخل أعماقه.
- شبكات التواصل الاجتماعي مصطلح يطلق على مجموعة من المواقع على شبكة الانترنت العالمية، تتيح التواصل بين الأفراد في بيئة مجتمع افتراضي، يجمعهم الاهتمام أو الانتماء لبلد أو مدرسة أو فئة معينة، في نظام عالمي لنقل المعلومات، ويقصد بها في هذه الدراسة (الفيس بوك- اليوتيوب- الانستجرام)
- شباب الجامعة: هم الطلاب المنتسبين إلى كليات جامعة فاروس وتتراوح أعمارهم ما بين 18: 22 عاما.

نوع الدراسة ومنهجها:

تنتمي الدراسة إلى البحوث الوصفية Research Descriptive ، التي تستهدف تقرير خصائص ظاهرة معينة أو موقف يغلب عليه صفة التحديد، من خلال جمع الحقائق وتحليلها وتفسيرها لاستخلاص دلالاتها، والوصول إلى تعميمات بشأن الموقف أو الظاهرة التي يقوم الباحث بدراستها ، وقد اعتمد الباحثون علي منهج المسح *Method Survey* حيث يُعد من أنسب المناهج العلمية ملائمةً للدراسات الوصفية التي تنتمي إليها هذه الدراسة، كما يعتبر جهداً علمياً منظماً للحصول على بيانات ومعلومات كمية عن الظاهرة موضوع الدراسة.

منهج الدراسة:

تستخدم هذه الدراسة منهج المسح باعتباره أنسب المناهج العلمية ملائمة لهذه الدراسة، لأنه يستهدف تسجيل وتحليل وتفسير الظاهرة في وضعها الراهن، بعد جمع المعلومات عنها من خلال مجموعة من الإجراءات المنهجية المنظمة التي تحدد نوع البيانات ومصدرها وطرق الحصول عليها⁽⁴⁶⁾.

وتتنتمي هذه الدراسات إلى نمط الدراسات الوصفية لكونها أنسب أنواع الدراسات ملائمة لطبيعة موضوع الدراسة الحالية والتي تهدف إلى الكشف عن تعرض الشباب لشبكات التواصل الاجتماعي وعلاقته بمفهوم الذات لديهم ، وهي أنسب أنواع الدراسات لتحقيق أهداف الدراسة الحالية.

مجتمع وعينة الدراسة:

مجتمع الدراسة :

مجتمع الدراسة يتمثل في طلاب كليات جامعة فاروس، طلاب الكليات العملية والنظرية البالغ عددهم حسب احصائية الجامعة للعام الاكاديمي 2024/2023 إحدى عشر ألفاً.

عينة الدراسة:

طبقت الدراسة على عينة عشوائية طبقية من طلاب جامعة فاروس قوامها 419 مفردة، وفقاً لأسلوب التوزيع المتساوي من خلال تمثيل الكليات النظرية و الكليات العملية موزعين على النحو التالي:

المجموع	عدد الطلاب	السن	الكلية
208	57 طالب	(20-18)	نظرية
	53 طالبة		
	44 طالب	(22-21)	
	54 طالبة		
211	76 طالب	(20-18)	عملية
	64 طالبة		
	30 طالب	(22-21)	
	41 طالبة		
419			المجموع

أدوات جمع البيانات

تم الاعتماد على الاستبيان الإلكتروني وطبق بواسطة المقابلة المباشرة بمساعدة طلاب المستوى الثاني بكلية الإعلام وفنون الاتصال - جامعة فاروس في الفترة من (5 مايو) وحتى (15 مايو) 2024 .
تم جمع البيانات المطلوبة لهذه الدراسة من خلال الدراسة الميدانية باستخدام صحيفة الاستبيان والتي تطبق بالمقابلة الشخصية مع المبحوثين (عينة الدراسة) والتي تم تصميمها من خلال عدة محاور ومقاييس، والتي تهدف للإجابة عن تساؤلات الدراسة وتحقيق أهدافها، وكذلك اختبار صحة الفروض.

إجراءات الصدق والثبات لأداة الاستبيان

أولاً: اختبار الصدق:

تم مراجعة الاستبيان منهجياً وعلمياً من خلال عرضه على عدد من أساتذة الإعلام⁽⁴⁷⁾ ، وذلك للتأكد من صدق أداة الاستبيان في قياسها لمتغيرات الدراسة، ومدى ملائمة المقاييس المستخدمة لأهداف وفروض الدراسة، وتم إجراء التعديلات بالحذف والإضافة وإعادة الصياغة وفقاً لما اقترحه المحكمون
ثانياً: اختبار الثبات:

استخدمت الدراسة الاختبار وإعادة الاختبار (Test- Retest) للتأكد من الثبات، وتم تطبيق الاستبيان على (10% من حجم العينة)، ثم إعادة تطبيق الاستبيان على نفس المبحوثين بعد أسبوعين، وقد تمثلت أداة الدراسة في استبانة عن تعرض شباب الجامعة لشبكات التواصل الاجتماعي وعلاقتها بمفهوم الذات لديهم وتحتوى على مقياس لمفهوم الذات، ووصلت نسبة الاتفاق إلى (90.2%).

حدود الدراسة :

تحددت حدود الدراسة في الحدود المكانية، والحدود البشرية، والحدود الزمنية، وذلك على النحو التالي:-
الحدود المكانية: تحددت الحدود المكانية للدراسة في كليات جامعة فاروس.

الحدود البشرية: تحددت الحدود البشرية للبحث في عينة من الشباب الجامعي في الفئة العمرية (18-22) سنة.

المجال الزمني: يتمثل في فترة جمع البيانات من الميدان في الفترة من 2022/5/5 حتى 2024/5/10 وبذلك يكون استغرق المجال الزمني للدراسة خمسة أيام.

المعالجة الإحصائية للبيانات:

باستخدام البرنامج الإحصائي SPSS المعروف باسم الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية. وذلك من خلال المعاملات والاختبارات والمعالجات الإحصائية التالية: التكرارات البسيطة والنسب المئوية، المتوسط الحسابي والانحراف المعياري، الوزن النسبي والوزن المرجح، معامل ارتباط بيرسون لدراسة شدة واتجاه العلاقة الارتباطية بين متغيرين. اختبار (T-test)، تحليل التباين ANOVA، والاختبارات البعدية (Post Hoc Test).

نتائج الدراسة:

أولاً: النتائج العامة للدراسة

المحور الأول: استخدام طلاب جامعة فاروس لشبكات التواصل الاجتماعي:

1- متوسط مقياس الذات لدى عينة الدراسة حسب النوع:

جدول رقم (2) ويوضح متوسط مقياس الذات لدى عينة الدراسة حسب النوع

متوسط مقياس الذات لدى عينة الدراسة حسب النوع					
النوع متوسط مقياس الذات		ذكر		أنثى	
		ك	%	ك	%
الاجمالي		205	100	204	96.7
مرتفع		-	-	7	3.3
متوسط		205	100	409	98.3
الاجمالي		205	100	416	100

كا²(6.917) درجة حرية (1) مستوى المعنوية (0.008) دالة عند 0.01

تشير نتائج الجدول السابق إلى أن مفهوم الذات لدى طلاب جامعة فاروس جاء متوسط في المقدمة بدرجة بلغت نحو 98.3% ، تلاها من لديهم إحساس بالذات بدرجة مرتفعة بنسبة 1.7% ، مما يشير إلى أن مفهوم الذات لدى أفراد العينة هو ذات ايجابية؛ ويرجع ذلك إلى إنتماء أغلب طلاب جامعة فاروس إلى طبقات اجتماعية تغرس في أبنائها الاعتزاز بالذات والثقة بها

وتتفق هذه النتيجة مع نتائج دراسة (Abdallah S Almahaireh, Aseel O Ajlouni) في ارتفاع معدل مفهوم الذات لدى الطلاب عينة الدراسة والتي بلغت متوسطها (4.04) من (5)⁽⁴⁸⁾، بينما اختلفت مع نتائج دراسة (Wold Hygen et al) (2021) والتي أشارت إلى انخفاض تقدير الذات للمظهر -عند

الفتيات- من سن 10 إلى 12 عامًا ومن 12 إلى 14 عامًا⁽⁴⁹⁾، وقد يرجع ذلك لعامل السن وعدم الثقة بالنفس، كما أن الأطفال في هذه السن تكون مرجعيتهم للوالدين في أمور حياتهم العامة والخاصة..

2- استخدام عينة الدراسة لشبكات التواصل الاجتماعي حسب النوع:

جدول رقم (3) ويوضح استخدام عينة الدراسة لشبكات التواصل الاجتماعي حسب النوع

استخدام عينة الدراسة لشبكات التواصل الاجتماعي حسب النوع						
النوع الاستخدام	ذكر		أنثى		الاجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%
دائمًا	149	72	160	75.5	309	73.7
أحيانًا	44	21.3	48	22.6	92	22
نادرًا	12	5.8	3	1.4	15	3.6
لا	2	1	1	0.5	3	0.7
الاجمالي	207	100	212	100	419	100

كا²(6.24) درجة حرية (3) مستوى المعنوية (0.10) غير دالة عند 0.05

يتضح من بيانات الجدول السابق أن 99.3% من شباب الجامعة (عينة الدراسة) يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي، منهم 73.7% يستخدمونها بشكل دائم ، في حين 22% يستخدمونها أحياناً ، و 3.6% يستخدمونها نادراً ، بينما 0.7 % لا يستخدمها ، وهذه النتائج تعبر عن أهمية شبكات التواصل الاجتماعي لدى شباب الجامعة، وتتفق مع نتائج معظم الدراسات التي أجريت في هذا الموضوع ، مما يعكس أهمية شبكات التواصل الاجتماعي في حياة شباب الجامعة وأنه لا غنى عنها في مختلف مجالات الحياة.

كما تفيد قيمة النتائج التفصيلية مع إجراء اختبار(كا²) بعدم وجود علاقة دالة إحصائية بين النوع والاستخدام؛ وقد اتضح ذلك بتقارب نسب كل من الذكور والإناث داخل كل فئة على مقياس الاستخدام وعدم وجود اختلاف واضح بينهم في متوسط الاستخدام.

وتتفق هذه النتيجة مع دراسة (Sumadevi S) ؛ والتي أثبتت اعتماد الشباب المتزايد على وسائل التواصل الاجتماعي، وأنها أصبحت -وسائل التواصل الاجتماعي- جزءاً لا يتجزأ من حياتهم، حيث تؤثر على جوانب مختلفة من تطورهم ورفاهيتهم⁽⁵⁰⁾

3- أسباب عدم استخدام عينة الدراسة لوسائل التواصل الاجتماعي:

جدول رقم (4) ويوضح أسباب عدم استخدام عينة الدراسة لوسائل التواصل الاجتماعي

أسباب عدم استخدام عينة الدراسة لوسائل التواصل الاجتماعي							
النوع						الأسباب	
الإجمالي		أنثى		ذكر			
%	ك	%	ك	%	ك		
100	3	100	1	100	2		
33.3	1	0	0	50	1	لا أثق في ما تنشره شبكات التواصل الاجتماعي	
33.3	1	0	0	50	1	أراها سبباً في التفكك الأسري	
33.3	1	0	0	50	1	تتسبب في عزلة عن الحياة الحقيقية	
33.3	1	0	0	50	1	سبباً في عدم القيام بالتكليفات والواجبات الدراسية	
33.3	1	0	0	50	1	خادشه للحياء العام	
3		1		2		إجمالي من أجابوا	

ويتضح من بيانات الجدول السابق، أسباب عدم استخدام شباب الجامعة لشبكات التواصل وقد جاء في مقدمتها أنهم لا يتقنون فيما تنشره شبكات التواصل الاجتماعي ، وينسب متساوية أنها سبباً في التفكك الأسري، وأنها تتسبب في الشعور بالعزلة عن الحياة الحقيقية، وعدم القيام بالتكليفات والواجبات الدراسية، إضافة إلى أنها خادشه للحياء العام.

4- شبكات التواصل الاجتماعي التي تفضلها عينة الدراسة:

جدول رقم (5) ويوضح شبكات التواصل الاجتماعي التي تفضلها عينة الدراسة

شبكات التواصل الاجتماعي التي تفضلها عينة الدراسة										
Chi-Square				النوع						الوسائل
				الإجماليّ		أنثى		ذكر		
مستوى الدلالة		درجة الحرية	القيمة	%	ك	%	ك	%	ك	
غير دالة	0.551	1	0.963	84.4	351	84.4	178	49.3	173	الفيس بوك
غير دالة	0.179	1	1.046	65.4	272	63	133	67.8	139	اليوتيوب

غير دالة	0.21	1	0.885	84.6	352	96.3	182	83.9	170	الإنستجرام
دالة عند 0.01	0.000	1	16.672	60.8	253	51.2	108	70.7	145	التليجرام
غير دالة	0.321	1	0.329	71.4	297	70.1	148	72.7	149	سناب شات
دالة عند 0.01	0.003	1	7.96	57.5	239	50.7	107	64.4	132	منصة (X) تويتر سابقا
غير دالة	0.397	1	0.158	84.6	352	85.3	180	83.9	172	واتس آب
				416	211	205	إجمالي من أجابوا			

تعكس بيانات الجدول السابق تفضيل عينة الدراسة لبعض شبكات التواصل الاجتماعي حيث تصدر استخدام كل من (الإنستجرام والواتس آب) المقدمة بنسبة 84.6%، تلاهما بنسبة قريبة الفيس بوك 84.4%، ثم سناب شات 71.4%، ثم اليوتيوب 65.4%، تلاه التليجرام 60.8%، وفي المرتبة الأخيرة منصة (X) تويتر سابقا .

وفيما يخص تفضيل الإناث من شباب الجامعة لشبكات التواصل الاجتماعي جاء الإنستجرام بنسبة 96.3% في المقدمة يليه الواتساب ثم الفيسبوك ، وكذلك الذكور جاء الإنستجرام والواتساب بنفس النسبة في المقدمة بنسبة 83.9% . وعن الشبكات الأقل تفضيلا بالنسبة للذكور جاء الفيسبوك بنسبة 49.3% ، بينما أقلها تفضيلا للإناث التليجرام 51.2% .

وقد أشارت النتائج التفصيلية باستخدام (كا²) بتحقيق الفرض الصفري بعدم وجود علاقة دالة إحصائية بين النوع وتفضيل الفيس بوك واليوتيوب والإنستجرام وسناب شات وواتس آب ؛ ويرجع الباحثون ذلك إلى اهتمام المؤسسات الجامعية والتعليمية بشكل عام بهذه الوسائل : فالطلاب يتابعون التكاليفات على الواتس آب ، ويشاهدون بعض التوضيحات لمقرراتهم الدراسية على اليوتيوب ويتابعون أخبار الكلية والجامعة على الفيس بوك، أما الإنستجرام وسناب شات فهما وسيلتان للتسلية وعمل صور ونشرها للشخص، والطلاب بحاجة لذلك بعد أيام الدراسة الشاقة.

وقد أشارت النتائج التفصيلية باستخدام (كا²) أيضًا بتحقيق الفرض البديل بوجود علاقة دالة إحصائية بين النوع وتفضيل التليجرام ومنصة (X)؛ وكان الاستخدام الأكثر للذكور وربما يرجع ذلك لاهتمام الذكور بالوسائل التي تستخدم لأكثر من هدف كما في حال التليجرام والذي يمكنهم من إرسال الرسائل، الصور، المقاطع المرئية، والملفات بجميع أنواعها (doc ، zip ، mp3 ، الخ) مع إمكانية إنشاء مجموعات يمكن أن تضم حتى 200,000 عضو أو القنوات التي تستطيع عبرها نشر المحتوى إلى جمهور غير محدود ومراسلة جهات اتصالك وإيجاد الأشخاص عبر أسماء مستخدميهم.

أما منصة (X) فهي تشبه إلى حد كبير شريط الأنباء والذي يحرص عليه الذكور أكثر من الإناث.

وتتفق هذه النتيجة مع نتائج دراسة (Abdallah S Almahaireh, Aseel O Ajlouni) فقد كانت مواقع التواصل الأكثر استخداماً الفيس بوك يليه الإنستجرام وأخيراً موقع التويتر (51)

5- درجة استخدام عينة الدراسة لشبكات التواصل (اليوتيوب - الفيس بوك - الإنستجرام)
جدول رقم (6) ويوضح درجة استخدام عينة الدراسة لشبكات التواصل (اليوتيوب - الفيس بوك - الإنستجرام)

درجة استخدام عينة الدراسة لشبكات التواصل (اليوتيوب - الفيس بوك - الإنستجرام) (ن=416)									
المنصة	دائماً		أحياناً		نادراً		المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوزن المئوي
	ك	%	ك	%	ك	%			
الإنستجرام	283	68	96	23.1	37	8.9	2.59	0.649	96.4
الفيس بوك	215	51.	165	39.7	36	8.7	2.43	0.647	81
اليوتيوب	179	43	157	37.7	80	19.2	2.24	0.753	74.6

من خلال بيانات الجدول السابق يتضح أن درجة استخدام عينة الدراسة لشبكات التواصل (اليوتيوب - الفيس بوك - الإنستجرام) عينة الدراسة جاءت كالتالي: الإنستجرام بوزن مئوي 96.4% ثم الفيس بوك 81% ، وأخيراً اليوتيوب 74.6% ، وتتفق هذه النتائج مع اجابات العينة على شبكات التواصل الاجتماعي التي تفضلها عينة الدراسة.

ويمكن تفسير ذلك في ضوء النتائج السابقة إلى طبيعة كل وسيلة وإمكانياتها وسرعتها في انجاز الأهداف؛ رؤية صور الأنستجرام ورفعها يكون بسهولة وسرعة أكثر من قراءة منشورات الفيس بوك أو إعدادها ونشرها، والإثنين أقل بكثير من الوقت الذي ينفق في مشاهدة مقاطع اليوتيوب.

6- الساعات التي تقضيها عينة الدراسة في استخدام الشبكات الإجتماعية يومياً:

جدول رقم (7) ويوضح الساعات التي تقضيها عينة الدراسة في استخدام الشبكات الإجتماعية يومياً (اليوتيوب - الفيس بوك - الإنستجرام)

الساعات التي تقضيها عينة الدراسة في استخدام الشبكات الإجتماعية يومياً (اليوتيوب - الفيس بوك - الإنستجرام) (ن=416)									
المنصة	ثلاث ساعات فأكثر		ساعة لأقل من ثلاث ساعات		أقل من ساعة		المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوزن المئوي
	ك	%	ك	%	ك	%			
الإنستجرام	251	60.3	108	26	57	12.7	2.47	0.724	82.2
الفيس بوك	190	45.7	173	41.6	53	12.7	2.33	0.691	77.6
اليوتيوب	163	39.2	116	27.9	137	32.9	2.06	0.848	68.8

من خلال بيانات الجدول السابق يتضح أن الانستجرام قد حاز على أكبر عدد ساعات بنسبة 82.2% تقضيها عينة الدراسة في استخدام الشبكات الإجتماعية يومياً يليه الفيس بوك بنسبة 68.8% ، وأخيراً اليوتيوب بنسبة 77.6%؛ وتؤكد هذه النتائج ما توصلت إليه الجداول السابقة لها في ترتيب الوسائل لدى عينة الدراسة.

وتختلف هذه النتائج مع نتائج دراسة (Kwara Rainer Abadaliet al (2021) ⁽⁵²⁾ التي أنتهت في نتائجها أن الفيسبوك هو موقع التواصل الاجتماعي الأكثر تفضيلاً بين المراهقين

7- مرات استخدام عينة الدراسة بشبكات التواصل الاجتماعي يومياً :

جدول رقم (8) ويوضح مرات استخدام عينة الدراسة بشبكات التواصل الاجتماعي (اليوتيوب - الفيس بوك - الإنستجرام) يومياً

مرات استخدام عينة الدراسة بشبكات التواصل الاجتماعي (اليوتيوب - الفيس بوك - الإنستجرام) يومياً (ن=416)									
المنصة	سبع مرات فأكثر		من ثلاث لست مرات		مرة أو مرتين		المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوزن المئوي
	ك	%	ك	%	ك	%			
الإنستجرام	263	63.2	99	23.8	54	13	2.5	0.715	83.4
الفيس بوك	190	45.7	168	40.4	58	13.9	2.32	0.705	77.2
اليوتيوب	159	38.2	120	28.8	137	32.9	2.05	0.843	68.4

كذلك يتضح من بيانات الجدول السابق ما انتهت إليه النتائج السابقة حول عدد الساعات التي يقضونها مع الشبكات ومعدل الانتظام في الاستخدام حيث جاء الإنستجرام في مقدمة شبكات التواصل الاجتماعي من حيث عدد مرات الاستخدام وذلك بنسبة 83.4%، يليه الفيس بوك بنسبة 77.2%، وأخيراً جاء اليوتيوب بنسبة 68.4% ، وتتوافق هذه النتائج مع توجهات الشباب حالياً في استخدامهم لشبكات التواصل الاجتماعي التي تهتم بالمنشورات المرئية (الصور - الفيديوهات القصيرة) وهذا ما تعكسه منصة الانستجرام.

8- انتباه أفراد العينة أثناء استخدام شبكات التواصل الاجتماعي:

جدول رقم (9) ويوضح انتباه أفراد العينة أثناء استخدام شبكات التواصل الاجتماعي

انتباه أفراد العينة أثناء استخدام شبكات التواصل الاجتماعي (ن=416)													
الفقرات	أوافق بشدة		أوافق		محايد		أرفض		أرفض بشدة		المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوزن المئوي
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%			
أركز فيما أقرأ أثناء تصفحي لشبكات التواصل الاجتماعي.	185	44.5	110	26.4	93	22.4	23	5.5	5	1.2	4.07	0.99	81.5

77.6	0.9	3.88	0.7	3	5	21	28.1	117	37.5	156	28.6	119	أراقب التحديثات الخاصة بالمضامين في الشبكات التي أتابعها.
46.4	1.09	2.32	4.6	19	7.9	33	30.3	126	29.6	123	27.6	115	أتابع شبكات التواصل الاجتماعي بصورة عرضية.
77.5	1	3.88	1.7	7	7	29	26	108	32.9	137	32.5	135	أدقق في معظم المنشورات التي تقع في دائرة اهتماماتي.
78.8	1.03	3.94	2.9	12	5.8	24	22.1	92	32.9	137	36.3	151	أقوم بالنشر أو إعادة النشر على الشبكات التي أفضل استخدامها
78.1	0.97	3.9	2.2	9	4.1	17	26.9	112	34.9	145	32	133	أقوم بالتعليق على منشورات الأصدقاء التي تهمني ولي فيها رأي
51.8	1.26	2.59	11.1	46	11.1	46	26.7	111	28.1	117	23.1	96	أكتفي بالإعجاب فقط مرضاة للأصدقاء
51.4	1.27	2.57	10.6	44	12	50	26	108	26.9	112	24.5	102	أستعرض مضمون المنشورات دون أي تفاعل معها
76.8	متوسط												

وحول انتباه أفراد العينة من شباب جامعة فاروس أثناء استخدام شبكات التواصل الاجتماعي فقد جاء بمتوسط عام بنسبة 76.8% ، حيث أحتلت العبارة (أركز فيما أقرأ أثناء تصفحي لشبكات التواصل الاجتماعي) المرتبة الأولى بنسبة 81.5% كأعلى درجات الانتباه، ثم العبارة (أقوم بالنشر أو إعادة النشر على الشبكات التي أفضل استخدامها) المرتبة الثانية بنسبة 78.8%، يليها العبارة (أقوم بالتعليق على منشورات الأصدقاء التي تهمني ولي فيها رأي) بنسبة 78.1% ، ثم (أراقب التحديثات الخاصة بالمضامين في الشبكات التي أتابعها) بنسبة 77.6%، وبفارق بسيط (أدقق في معظم المنشورات التي تقع في دائرة اهتماماتي) بنسبة 77.5%، وكانت أقل عبارات الانتباه (أكتفي بالإعجاب فقط مرضاة للأصدقاء) بنسبة 51.8% ، ثم (أستعرض مضمون المنشورات دون أي تفاعل معها) بنسبة 51.4% ، وأخيرا أتابع شبكات التواصل الاجتماعي بصورة عرضية بنسبة 46.4%. ويرجع ارتفاع الانتباه إلى ما تقدمه هذه الوسائل من جذب لكافة الفئات ولاسيما الشباب.

المحور الثاني: دوافع استخدام شبكات التواصل الاجتماعي.

9- دوافع استخدام عينة الدراسة لشبكات التواصل الاجتماعي (النفعية):

جدول رقم (10) ويوضح دوافع استخدام عينة الدراسة لشبكات التواصل الاجتماعي (النفعية)

دوافع استخدام عينة الدراسة لشبكات التواصل الاجتماعي (النفعية) (ن=416)													
الوزن المعوي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	أرفض بشدة		أرفض		محايد		أوافق		أوافق بشدة		الدوافع
			%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
80.9	1.01	4.04	2.6	11	2.9	12	24.5	102	27.4	114	42.5	177	أستفيد من تجارب الآخرين وخبراتهم الحياتية
77	0.99	3.85	1.7	7	6.7	28	27.6	115	32.7	136	31.3	130	اكتشف قدراتي من خلال مواقع التواصل الاجتماعي
77.4	0.94	3.87	0.7	3	5	21	32.2	134	30.8	128	31.3	130	تساعدني على تنمية قدراتي وتوظيفها بالشكل الأمثل.
79.3	0.92	3.96	1.2	5	3.8	16	25.5	106	36.3	151	33.2	138	أتابع من خلالها الأخبار والأحداث الجارية
76.3	1.01	3.81	2.9	12	5.5	23	28.6	119	33.4	139	29.6	123	تساعدني في تكوين الآراء حول القضايا السياسية الشائكة .
79.4	0.96	4	0.5	2	5	21	27.2	113	31.7	132	35.6	148	تمدني بالأخبار أسرع من الوسائل الإعلامية الأخرى.
79.3	0.69	3.9	1.7	7	3.6	15	24.3	102	37	154	33.2	138	تزودني بالمعلومات والمعارف العامة
78.2	0.98	3.96	1.4	6	4.1	17	30.3	126	30.3	126	33.9	141	لأتعرف علي الأخبار والأحداث العالمية البارزة لحظة بلحظة

نستقرأ من بيانات الجدول السابق أهمية شبكات التواصل الاجتماعي لدى الشباب في جامعة فاروس حيث جاءت الدوافع النفعية لاستخدامهم شبكات التواصل الاجتماعي بنسب مرتفعة جاء في مقدمتها " أستخدم من تجارب الآخرين وخبراتهم الحياتية" بنسبة 80.9%، ثم " تمدني بالأخبار أسرع من الوسائل الإعلامية الأخرى " بنسبة 79.4%، تلاها "أتابع من خلالها الأخبار والأحداث الجارية " بنسبة 79.3%، ثم "تزودني بالمعلومات والمعارف العامة" بنسبة 79.3% ، ثم "لأتعرف علي الأخبار والأحداث العالمية البارزة لحظة بلحظة" بنسبة 78.2% ، ثم " تساعدني على تنمية قدراتي وتوظيفها بالشكل الأمثل " بنسبة 77.4% ، ثم " اكتشف قدراتي من خلال مواقع التواصل الاجتماعي " بنسبة 77% ، وفي المرتبة الأخيرة تساعدني في تكوين الآراء حول القضايا السياسية الشائكة بنسبة 76.3% ، وجميعها تعبر عن وجود دوافع النفعية لطلاب جامعة فاروس لاستخداماتهم شبكات التواصل الاجتماعي ، مما يعبر عن أهميتها

ربما في مجال العملية التعليمية والتواصل وربما في اللجوء إلى الصفحات العلمية المتخصصة للمؤسسات العلمية والبحثية على شبكات التواصل مما يعكس حيوية وأهمية هذه الشبكات لديهم ويحفز لديهم الدوافع النفعية .

10- دوافع استخدام عينة الدراسة لشبكات التواصل الاجتماعي (الطقوسية):

جـ ————— دول رقم (11) ويوضح دوافع استخدام عينة الدراسة لشبكات التواصل الاجتماعي (الطقوسية)

دوافع استخدام عينة الدراسة لشبكات التواصل الاجتماعي (الطقوسية) (ن=416)

الوزن المنوي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	أرفض بشدة		أرفض		محايد		أوافق		أوافق بشدة		الدوافع
			%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
79.3	0.98	3.96	2.6	11	2.6	11	25.7	107	33.7	140	35.3	147	لشغل وقت فراغي.
76.4	1.06	3.82	3.6	15	5.8	24	28.1	117	30	125	32.5	135	لأنها تتفق مع اهتماماتي وميولي.
75.5	0.99	3.77	1.9	8	6.7	28	31.7	132	31.3	130	23.4	118	تساعد في التنفيس عن الغضب ومشاكل الحياة اليومية.
76.2	1.01	3.81	1	4	8.9	37	29.6	123	29.3	122	31.3	130	مجرد عادة لا أستغنى عنها
78.2	0.96	3.91	0.7	3	6.3	26	28.1	117	31.3	130	33.7	140	لمتابعة الشخصيات المفضلة لي
77.2	1.01	3.86	1.9	8	6.5	27	27.4	114	32	133	32.2	134	تساعدني على الهروب من ضغوط الحياة اليومية.

كما نستقرأ من بيانات الجدول السابق أهمية شبكات التواصل الاجتماعي لدى الشباب في جامعة فاروس حيث جاءت الدوافع الطقوسية لاستخدامهم شبكات التواصل الاجتماعي أيضا بنسب مرتفعة جاء في مقدمتها " لشغل وقت فراغي بنسبة 79.3 % " ، ثم " لمتابعة الشخصيات المفضلة لي بنسبة 78.2 % " ، و " تساعدني على الهروب من ضغوط الحياة اليومية " بنسبة 77.2 % ، يليها "لأنها تتفق مع اهتماماتي وميولي بنسبة 76.4 % " ، وتلاها في المرتبة قبل الأخيرة وصفها بأنها "مجرد عادة لا أستغنى عنها بنسبة 76.2 % " ، وفي نهاية الدوافع الطقوسية جاء دافع " كونها تساعد في التنفيس عن الغضب ومشاكل الحياة اليومية بنسبة 75.5 % " ، والمدقق في نتائج الجدولين السابقين يستطيع تمييز غلبة الدوافع النفعية لطلاب جامعة فاروس على الاستخدام الطقوسي لشبكات التواصل الاجتماعي للأسباب سالفة الذكر في التعليق على الجدول رقم (9).

وتتفق هذه النتيجة مع نتائج دراسة (Sumadevi S) ؛ وسائل التواصل الاجتماعي مصدرًا رئيسيًا للترفيه لدى الشباب وشغل وقت الفراغ؛ إنهم يشاهدون مقاطع الفيديو على YouTube، ويتابعون الشخصيات المؤثرة والمشاهير على Instagram وTikTok، ويستهلكون المحتوى واسع الانتشار على منصات مختلفة⁽⁵³⁾.

11- ثقة عينة الدراسة فيما ينشر عبر شبكات التواصل الاجتماعي:

جدول رقم (12) ويوضح ثقة عينة الدراسة فيما ينشر على وسائل التواصل الاجتماعي (اليوتيوب)

ثقة عينة الدراسة فيما ينشر على وسائل التواصل الاجتماعي (اليوتيوب) (ن=416)													
الوزن المثوي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	أرفض بشدة		أرفض		محايد		أوافق		أوافق بشدة		الفقرات
			%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
78.8	.944	3.94	1.4	6	5	21	23.8	99	37.5	156	32.5	134	عند التعرض لأي أخبار أو معلومات على شبكات التواصل ، أتأكد من صحتها من مصادر أخرى
78.4	1.02	3.92	1.2	5	6.5	27	29.6	123	24.8	103	38	158	تمثل الأخبار المعروضة فيها أهمية كبيرة بالنسبة لي
75.7	.972	3.79	1.4	6	6.3	26	32.7	136	31.5	131	28.1	117	عند تضارب الأخبار أتعرض لهذا الموقع
77.3	.929	3.87	1	4	5.8	24	27.6	115	37	154	28.6	119	أتعرض لشبكات التواصل لمعرفة أخبار عن تخصصي الدراسي
75.2	1.03	3.76	2.4	10	7.2	30	31.7	132	29.3	122	29.3	122	أعتمد على شبكات التواصل للتعرض للأخبار التي أود معرفتها
71.68	متوسط												

تعكس بيانات الجدول السابق ثقة عينة الدراسة من الشباب في جامعة فاروس فيما ينشر على اليوتيوب حيث جاءت بمتوسط عام 71.68% من اجمالي آراء العينة ، كما أظهرت النتائج التفصيلية ببيانات الجدول وعي الطلاب في الجامعة بضرورة التثبت فيما ينشر ويعرض حيث جاءت عبارة "عند التعرض لأي أخبار أو معلومات على شبكات التواصل أتأكد من صحتها من مصادر أخرى في المرتبة الأولى بنسبة 78.8% ، ويؤكد على ثقتهم فيما ينشر احتلال العبارة " تمثل الأخبار المعروضة فيها أهمية كبيرة بالنسبة لي 78.4% " ، ويؤكد على توظيف الجامعة لهذه الشبكات و أهميتها وحيويتها بالنسبة للطلاب أنهم " يتعرضون لشبكات التواصل لمعرفة أخبار عن تخصصاتهم الدراسي بنسبة 77.3% في المرتبة

الثالثة، مما يؤكد ثقتهم في الموقع - اليوتيوب- أنهم يلجئون إليه بالبحث والتنقيب عن المعلومات عند تضارب الأخبار بنسبة 75.7% ، وأخيرا " أعتمد على شبكات التواصل للتعرض للأخبار التي أود معرفتها 75.2% " وكلها تؤكد ارتفاع المتوسط العام لثقتهم فيما ينشر عبر موقع اليوتيوب؛ والذي يرجع إلى توافر عنصر المصادقية فيما يعرض على اليوتيوب بتوافر الصوت والصورة واللذان يمثلان أكثر الوسائل امدادًا للفرد بالمعلومات.

12- ثقة عينة الدراسة فيما ينشر عبر شبكات التواصل الاجتماعي:

جدول رقم (13) ويوضح ثقة عينة الدراسة فيما ينشر على وسائل التواصل الاجتماعي (الفيس بوك)

ثقة عينة الدراسة فيما ينشر على وسائل التواصل الاجتماعي (الفيس بوك) (ن=416)													
الفرق	أوافق بشدة		أوافق		محايد		أرفض		أرفض بشدة		المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوزن المنوي
	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك			
تمثل الأخبار المعروضة فيها أهمية كبيرة بالنسبة لي	165	39.7	105	25.2	114	27.4	23	5.5	9	2.2	3.95	1.04	78.9
عند التعرض لأي أخبار أو معلومات على شبكات التواصل ، أتأكد من صحتها من مصادر أخرى	122	29.3	166	39.9	100	24	20	4.8	8	1.9	3.9	.943	78
عند تضارب الأخبار أتعرض لهذا الموقع	131	31.5	140	33.7	113	27.2	23	5.5	9	2.2	3.87	.994	77.4
أتعرض لشبكات التواصل لمعرفة أخبار عن تخصصي الدراسي	119	28.6	142	34.1	107	25.7	37	8.9	11	2.6	3.78	1.04	75.4
أعتمد على شبكات التواصل للتعرض للأخبار التي أود معرفتها	127	30.5	128	30.8	123	29.6	21	5	17	4.1	3.79	1.06	75.7
متوسط													
													71.68

وحول ثقة الشباب في جامعة فاروس فيما يتم نشره عبر منصة الفيسبوك تشير نتائج الجدول السابق إلى ارتفاع معدل الثقة بنسبة 71.68% من اجمالي أراء العينة ، وجاء في المرتبة الأولى عبارة " تمثل الأخبار المعروضة فيها أهمية كبيرة بالنسبة لي بنسبة 78.9% " من اجمالي أراء العينة ، وتلاها "عند التعرض لأي أخبار أو معلومات على شبكات التواصل أتأكد من صحتها من مصادر أخرى78% " ، ثم "عند تضارب الأخبار أتعرض لموقع آخر 77.4% " ، تلاها "أتعرض لشبكات التواصل لمعرفة أخبار

عن تخصصي الدراسي 75.7% "، وأخيرا "أعتمد على شبكات التواصل للتعرض للأخبار التي أود معرفتها 75.2% "، وجميعها يؤكد أيضاً ارتفاع المتوسط العام لتقّتهم فيما ينشر عبر موقع الفيسبوك وحيويته وأهميته في العملية التعليمية لدوافع نفعية -كما أسلفنا-.

13- ثقة عينة الدراسة فيما ينشر عبر شبكات التواصل الاجتماعي:

جدول رقم (14) ويوضح ثقة عينة الدراسة فيما ينشر على وسائل التواصل الاجتماعي (الاستجرام) (ن=416)

ثقة عينة الدراسة فيما ينشر على وسائل التواصل الاجتماعي (الاستجرام) (ن=416)													
الفرق	أوافق بشدة		أوافق		محايد		أرفض		أرفض بشدة		الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الوزن المئوي
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%			
تمثل الأخبار المعروضة فيها أهمية كبيرة بالنسبة لي	170	40.9	93	22.4	123	29.6	27	6.5	3	0.7	1.014	3.96	79.2
عند التعرض لأي أخبار أو معلومات على شبكات التواصل ، أتأكد من صحتها من مصادر أخرى	133	32	153	36.8	109	26.2	17	4.1	4	1	.912	3.95	78.9
أعرض لشبكات التواصل لمعرفة أخبار عن تخصصي الدراسي	136	32.7	143	24.4	108	26	24	5.8	5	1.2	.959	3.92	78.3
أعتمد على شبكات التواصل للتعرض للأخبار التي أود معرفتها	129	31	127	30.5	128	30.8	25	6	7	1.7	.992	3.83	76.6
عند تضارب الأخبار أتعرض لهذا الموقع	115	27.6	145	34.9	121	29.1	30	7.2	5	1.2	.963	3.81	76.1
متوسط	77.8												

وحول ثقة الشباب في جامعة فاروس فيما يتم نشره عبر منصة الفيسبوك تشير نتائج الجدول السابق إلى ارتفاع معدل الثقة بنسبة 77.8% من اجمالي آراء العينة ، وقد جاء في المرتبة الأولى عبارة " تمثل الأخبار المعروضة فيها أهمية كبيرة بالنسبة لي بنسبة 78.9% " من اجمالي آراء العينة ، وتلاها " عند التعرض لأي أخبار أو معلومات على شبكات التواصل يتأكدون من صحتها من مصادر أخرى 78% " ، ثم "عند تضارب الأخبار يتعرضون لموقع آخر للتثبت من صحة المعلومات 77.4% "، ثم "يتعرضون لشبكات التواصل لمعرفة أخبار عن تخصصاتهم الدراسية بنسبة 75.7% " ، وأخيرا اعتمادهم على شبكات التواصل للتعرض للأخبار التي يودون معرفتها 75.2% .

ومن بيانات الجداول الثلاثة السابقة أرقام (12 و13 و14) يتبين ارتفاع ثقة عينة الدراسة من شباب الجامعة فيما ينشر على الانستجرام مقارنة ببقية الشبكات حيث جاءت بنسبة 77.8%، مقابل 71.7% لكلا من اليوتيوب والفيس بوك . ويرجع ذلك إلى طبيعة محتوى الأنستجرام والذي يعرض للصور المتعلقة بالأشخاص والتي تكون صادقة وتقدم حالة له يريد إعلام الناس بها؛ ويلقى ذلك نوع من الاستحسان لدى المتابعين.

14- تأثيرات اعتماد المبحوثين على وسائل التواصل الاجتماعي:

جدول رقم (15) ويوضح تأثيرات اعتماد المبحوثين على وسائل التواصل الاجتماعي

تأثيرات اعتماد المبحوثين على وسائل التواصل الاجتماعي (ن=416)													
الفقرات	أوافق بشدة		أوافق		محايد		أرفض		أرفض بشدة		المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوزن المنوي
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%			
زادت من معلوماتي حول الموضوعات والقضايا المختلفة.	152	36.5	120	28.6	110	26.3	19	4.6	15	3.6	3.9	1.06	78
ساهمت في تكوين وجهة نظري ورأيي تجاه أحداث الساعة	118	28.4	148	35.6	124	29.8	20	4.8	6	1.4	3.8	.939	76.9
أزالت الغموض لدي في بعض الموضوعات	113	27.2	136	32.7	129	31	24	5.8	14	3.4	3.7	1.026	74.9
أضفت بعض القيمة على بعض الموضوعات	121	28.9	150	35.8	118	28.4	23	5.5	4	1	3.87	.931	77.4
ساعدتني في ترتيب أولوياتي	95	22.8	141	33.9	145	34.6	21	5	14	3.4	3.68	.990	73.6
ساهمت في ترسيخ القيم المجتمعية	116	27.9	122	29.3	121	29.1	42	10.1	15	3.6	3.68	1.094	73.6
أثارت تعاطفي تجاه الأزمات وأطرافها	120	28.8	139	33.4	116	27.9	28	6.7	13	3.1	3.7813	1.0356 2	75.6
ضاعفت من خوفي من المستقبل	106	25.5	132	31.7	128	30.8	32	7.7	18	4.3	2.3365	1.0719 7	43
أثارت غضبي وزادت شعوري بالإحباط	107	25.7	127	30.5	132	31.5	38	9.1	12	2.9	2.3293	1.0458 0	44

76	.98793	3.7981	29	12	4.5	19	29.6	124	35.3	147	27.4	114	ساهمت في رفع الروح المعنوية لدى والتخلص من الوحدة والعزلة
68.8	.98524	2.3221	23.6	98	32.2	135	34.4	143	32.2	135	23.6	98	ساهمت في خلق نوع من عدم المبالاة
75.5	1.0164 4	3.7740	1.7	7	8.2	34	30.8	128	29.8	124	29.6	123	زادت من تفاعلي تجاه الأزمة
73.8	1.0219 0	3.6875	2.9	12	7.7	32	32.2	134	32.2	134	25	104	أكسبتني بعض المهارات التي تساعدني في التميز في الدراسة.
74.7	1.0266 1	3.7332	3.1	13	6.5	27	31.3	130	32.2	134	26.9	112	ساعدتني على الإقلاع عن بعض العادات الضارة
75.2	.96122	3.7620	1.4	6	7.2	30	30.5	127	35.5	147	25.5	106	أكسبتني سلوكيات تفيد في التكيف الاجتماعي
76.3	.93235	3.8149	1	4	5	21	33.4	139	32.7	136	27.9	116	ساعدتني على تقديم حلول من شأنها المساعدة في الخروج من الأزمات

يتضح من بيانات الجدول السابق تنوع تأثيرات اعتماد المبحوثين من شباب جامعة فاروس بالإسكندرية على شبكات التواصل الاجتماعي وتصدر التأثيرات المعرفية المقدمة حيث جاء في مقدمة التأثيرات المترتبة على اعتمادهم " أنها زادت من معلوماتهم حول الموضوعات والقضايا المختلفة بنسبة 78% " ، ثم أضفت بعض القيمة على بعض الموضوعات بنسبة 77.4 % ، وتلاها " كونها ساهمت في تكوين وجهات نظرهم وأراءهم نحو أحداث الساعة " بنسبة 76.9 % ، ثم " ساعدتهم على تقديم حلول من شأنها المساعدة في الخروج من الأزمات " بنسبة 76.3 % ، " ساهمت في رفع الروح المعنوية لديهم والتخلص من الوحدة والعزلة " بنسبة 76 % ، و " أثارت تعاطفهم تجاه الأزمات وأطرافها " بنسبة 75.6 % ، " زادت من تفاعلهم تجاه الأزمة " بنسبة 75.5 % ، " أكسبتهم سلوكيات تفيد في التكيف الاجتماعي " بنسبة 75.2 % ، " وأزالت الغموض لديهم في بعض الموضوعات " بنسبة 74.9 % ، و " ساعدتهم على الإقلاع عن بعض العادات الضارة " بنسبة 74.7 % ، " أكسبتهم بعض المهارات التي تساعدتهم في التميز في الدراسة " بنسبة 73.8 % ، ثم كل من (ساعدتهم في ترتيب أولوياتهم - وساهمت في ترسيخ القيم المجتمعية لديهم) بنسبة 73.6 % ، وتلاهما " ساهمت في خلق نوع من عدم المبالاة " بنسبة 68.8 % ، ثم " ضاعفت من خوفهم من المستقبل " بنسبة 43 % ، وفي المؤخرة " أثارت غضبهم وزادت شعورهم بالإحباط " بنسبة 44 % .

ويلاحظ من النتائج السابقة تصدر التأثيرات المعرفية حيث جاءت في المقدمة مثل (زادت من معلوماتي - أضفت بعض القيمة - ساهمت في تكوين وجهة نظري - ساعدتني على تقديم حلول)، ثم تبادل الأدوار بين التأثيرات الوجدانية والسلوكية ، ومن التأثيرات الوجدانية (ساهمت في رفع الروح المعنوية - أثارت تعاطفي - خلق نوع من عدم المبالاة - ضاعفت من خوفي - أثارت غضبي) ، ومن التأثيرات السلوكية (زادت من تفاعلي - ساعدتني على الإقلاع عن - ساهمت في ترسيخ القيم - أكسبتني بعض المهارات - ساعدتني في ترتيب أولوياتي)؛ وهذا ترتيب منطقي فالبديهي تتكون المعرفة ثم يتبعها الوجدان ثم العمل والسلوك.

تتفق هذه النتائج مع نتائج دراسة (Jane Harris, et al) (2021)⁽⁵³⁾ أن المحتوى الصحي على YouTube كان أحد المصادر العديدة للمعلومات الصحية التي يستخدمها الشباب.

15- مفهوم الذات لدى المبحوثين:

جدول رقم (16) ويوضح مفهوم الذات لدى المبحوثين

مفهوم الذات لدى المبحوثين (ن=416)													
ال فقرات	أوافق بشدة		أوافق		محايد		أرفض		أرفض بشدة		المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوزن الممنوح
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%			
أستطيع التحدث والمناقشة أمام الآخرين.	150	36.1	129	31	113	27.2	16	3.8	8	1.9	3.95	0.979	79.1
أرى أن مظهري حسن.	116	27.9	150	36.1	119	28.6	20	4.8	11	2.6	3.82	0.982	76.3
أشعر بالسعادة عندما أكون مع أسرتي.	126	30.3	138	33.2	126	30.3	22	5.3	4	1	3.87	0.942	77.3
أتشاجر مع الآخرين بسرعة.	108	26	114	27.4	126	30.3	58	13.9	10	2.4	2.39	1.08	47.9
لا أراغب في الذهاب إلى العمل.	93	22.4	127	30.5	134	32.2	50	12	12	2.9	2.43	1.052	48.5
لدي مهارات كثيرة.	115	27.6	135	32.5	133	32	29	7	4	1	3.79	0.959	75.8
لا أميل إلى الجنس الآخر.	102	24.5	100	24	129	31	55	13.2	30	7.2	2.55	1.2	50.9
أشعر بالضيق من نفسي دائماً.	106	25.5	114	27.4	125	30	58	13.9	13	3.1	2.42	1.11	48.4
أستطيع عمل وإنجاز كل ما يطلب مني.	110	26.4	124	29.8	143	34.4	34	8.2	5	1.2	3.72	0.984	74.4
أحب الاشتراك في الفرق الرياضية.	118	28.4	124	29.8	134	32.2	34	8.2	6	1.4	3.75	1	75.1
لا يفهمني زملائي دائماً.	98	23.6	106	25.5	149	35.8	49	11.8	14	3.4	2.46	1.08	49.2
أشعر بالسعادة دائماً.	93	22.4	130	31.3	142	34.1	46	11.1	5	1.2	2.38	0.99	47.5
أثابر واجتهد لتحقيق أهدافي.	112	26.9	143	34.4	125	30	28	6.7	8	1.9	3.78	0.982	75.5

74.3	1.02	3.71	2.2	9	9.6	40	28.1	117	34.9	145	25.2	105	أشعر أن شكلي جميل.
50.2	1.04	2.51	2.4	10	14.2	59	35.1	146	28.6	119	19.7	82	أجد صعوبة في التعامل مع الآخرين.
52.1	1.12	2.6	5	21	15.6	65	33.7	140	26	108	19.7	82	أشعر أن زملائي أفضل مني.
70.5	1.03	3.53	2.9	12	10.8	45	37.7	157	27.9	116	20.7	86	لا أجد صعوبة في تذكر ما تم مذاكرته.
48.9	1.13	2.44	4.1	17	13.7	57	29.8	124	27.4	114	25	104	أشعر بالتعب بسرعة.
75.1	1.01	3.75	3.1	13	5	21	32.5	135	32	133	27.4	114	أستطيع أن أكون صداقات كثيرة.
50.3	1.12	2.51	5.5	23	11.1	46	35.1	146	26	108	22.4	93	أشعر بالحزن في كثير من الأحيان.
49.7	1.11	2.48	5.3	22	11.3	47	31.7	132	29.8	124	21.9	91	أشعر أن زملائي لا يفهموا آرائي دائماً.
49.2	1.15	2.46	6.3	26	10.6	44	3.3	126	28.6	119	24.3	101	أفضل مشاهدة المباريات الرياضية أكثر من الاشتراك بها.
72.6	1.03	3.63	2.9	12	9.6	40	32.5	135	31.7	132	23.3	97	أشعر أنني محبوب بين زملائي.
53.5	1.16	2.67	6.7	28	18.3	76	28.6	119	28.4	118	18	75	أشعر أن والدي لا يفقون بي.
50.1	1.1	2.5	4.6	19	12.7	53	32.2	134	29.6	123	20.9	87	أشعر بعدم الرضا عن أدائي في العمل.
74.7	1.05	3.73	3.4	14	7.5	31	29.6	123	31.7	132	27.9	116	أرى أن عيناى جميلتان.
73.9	1.01	3.7	2.4	10	8.9	37	29.8	124	34.4	143	24.5	102	أحب المرح واللعب مع الآخرين.
74.8	1.07	3.74	3.1	13	8.9	37	27.6	115	31.5	131	28.8	120	أشعر بأهميتي وقيمتي في أسرتي.
51.3	1.15	2.56	6.3	26	13.5	56	32.5	135	26.2	109	21.6	90	أشعر دائماً بقلة فائدة ما أتعلمه.
72.9	1.02	3.64	2.9	12	8.9	37	32.5	135	32.5	135	23.3	97	أشعر أن شكلي يجذب الآخرين.
44.2	1.11	2.43			12.7	53	27.2	113	32.7	136	23.1	96	أشعر بالخجل عندما أتحدث مع الآخرين.
73.2	1.05	3.66	3.4	14	8.2	34	32.7	136	30.8	128	25	104	أشعر أنني جدير بحب واحترام الآخرين.
48.2	1.12	2.41	5.3	22	10.3	43	28.8	120	31	129	24.5	102	لا أشعر بالراحة والسرور عندما أذهب إلى العمل.
72.9	1.06	3.64	2.6	11	11.3	47	30.3	126	30.5	127	25.2	105	أتمتع بقوام رشيق.
52.7	1.16	2.63	7	29	15.9	66	29.6	123	28.8	120	18.8	78	أضايق زملائي.
46.8	1.03	2.34	2.9	12	9.4	39	3.3	126	33.9	141	23.6	98	أشعر دائماً بالقلق في موقف الاختبار.

74	1.02	3.7	2.6	11	7.9	33	31.3	130	32.9	137	25.2	105	لدي أفكار جيدة وجديدة.
68	1.2	3.4	8.9	37	12.7	53	28.1	117	29.8	124	20.4	85	أشعر بالضيق من شكلي ومظهري.
74	1.01	3.7	2.2	9	9.4	39	29.6	123	34.1	142	24.8	103	يهتم والدي بمشاعري وأرائي.
48.1	1.1	2.4	3.1	13	13	54	30.5	127	27.9	116	25.5	106	أنا عصبي.
70.6	1.08	3.53	4.1	17	11.3	47	34.4	143	28.1	117	22.1	92	أميل إلى القراءة والإطلاع.
73.5	1.06	3.67	3.1	13	8.4	35	33.7	140	27.5	114	27.4	114	أشعر دائماً بالحاجة إلى التشجيع للقيام بالأعمال الجيدة.
73.3	1.08	3.66	4.1	17	7.9	33	32	133	29.6	123	26.4	110	أشعر بالرضا عن علاقتي بزملائي.
76	0.993	3.8	1	4	8.2	34	31	129	29.8	124	30	125	أنا شخص مهم.
46.5	1.01	2.32	2.2	9	8.4	35	34.1	142	30.3	126	25	104	أجد صعوبة في فهم معظم القرارات والأنظمة.
72.5	1.01	3.62	1.7	7	10.1	42	36.1	150	28.6	119	23.6	98	أشعر أنني أجمل زملائي.
48.5	1.05	2.43	2.9	12	11.1	46	34.9	145	28.1	117	23.1	96	أشعر بعدم الرضا عن الأشياء من حولي.
48	1.05	2.4	1.9	8	12.5	52	33.4	139	27.9	116	24.3	101	أشعر أنني مختلف عن زملائي.
49.3	1.1	2.47	3.1	13	15.1	63	30.8	128	27.2	113	23.8	99	أميل إلى البطء في الانتهاء من أي عمل.
70	1.13	3.5	4.6	19	13	54	35.1	146	22.6	94	24.8	103	أشرف على بعض الفرق الرياضية.
49.3	1.086	2.47	3.8	16	11.8	49	34.6	144	26.7	111	23.1	96	أعتبر أن تصرفاتي سيئة بالمنزل.
50	1.1	2.5	4.6	19	12.3	51	33.2	138	28.4	118	21.6	90	أخاف من أتفه الأشياء.
72.6	1.03	3.63	1.9	8	10.1	42	36.3	151	26.2	109	25.5	106	أحرص دائماً على أن اتفوق على كل زملائي.
73.6	1.03	3.68	2.2	9	10.6	44	29.6	123	32.5	135	52.2	105	أشعر أن وجهي جذاب وجميل.
51.3	1.09	2.57	4.6	19	12.5	52	38.5	160	24	100	20.4	85	أشعر أن زملائي لا يحبونني دائماً.
49.8	1.13	2.49	4.6	19	12	50	36.1	150	22.4	93	25	104	أشعر بخيبة أمل والدي في.
72.6	1.02	3.63	2.4	10	9.6	40	34.4	143	29.8	124	23.8	99	لا أجد صعوبة في شرح وتوضيح الأمور أمام زملائي.
71.2	1.06	3.56	3.4	14	10.8	45	35.1	146	28.1	117	22.6	94	أشعر دائماً بالقوة والنشاط.
50.1	1.45	2.5	4.8	20	15.1	63	29.6	123	26.7	111	23.8	99	لا يهتم الآخرون بأفكاري وأرائي.

70.3	1.1	3.51	4.6	19	11.3	47	34.9	145	26.7	111	22.6	94	أنا شخص سعيد الحظ.
72	1.37	3.6	3.4	14	8.2	34	37	154	28.1	117	23.3	97	أنا متفوق في دراستي.
52.7	1.18	2.64	7.5	31	15.1	63	31.5	131	25.5	106	20.4	85	أشعر بالخلج من مظهري.
50.1	1	2.51	2.6	11	10.6	44	41.1	171	26.2	109	19.5	81	أختلف دائماً مع الآخرين.
48.7	0.999	2.45	1.9	8	10.1	42	38.9	162	27.4	114	21.6	90	أشعر بالخوف في كثير من الأحيان.
73.7	1.01	3.69	2.2	9	8.7	36	32.7	136	31.5	131	25	104	يتوقع الآخرون أن لي مستقبلاً كبيراً وعظيماً.
49	1.1	2.45	3.6	15	12.3	51	34.4	143	25	104	24.8	103	لا أميل إلى الألعاب الرياضية العنيفة.
50.4	1.09	2.52	4.6	19	11.3	47	37.5	156	24.8	103	21.9	91	أشعر أنني غير قادر على الاحتفاظ بالأصدقاء.
48.2	1.06	2.41	2.4	10	12.7	53	32.5	135	28.1	117	24.3	101	أن متقلب المزاج.
49.6	1.09	2.48	4.1	17	12.3	51	33.4	139	28.1	117	22.1	92	أشعر بالضيق عندما يطلب مني الإجابة عن سؤال معين.
72.1	1.1	3.6	3.8	16	11.3	47	31.5	131	27.4	114	26	108	لدي شعر جميل.
49.9	1.13	2.5	5.5	23	11.8	49	32.5	135	27.2	113	23.1	96	أشعر بالخلج عندما أتحدث مع الجنس الآخر.
50.7	1.09	2.53	3.4	14	15.1	63	35.1	146	24.3	101	22.1	92	أنا سبب الحظر.
73.9	0.97	3.7	1.4	6	8.7	36	32.2	134	34.1	142	23.6	98	أتصرف بطريقة حسنة أثناء العمل.
49.2	1.13	2.46	4.6	19	12.7	53	31.7	132	26.2	109	24.8	103	أشعر أنني غير راض عما أنا عليه.
53.1	1.15	2.66	6.5	27	16.8	70	31.3	130	26.7	111	18.8	78	أشعر بقلّة أهميتي في أسرتي.
72.1	1	3.61	1.4	6	11.8	49	34.1	142	30	125	22.6	94	لدي قدرة على التحكم في انفعالاتي في كثير من الأشياء.
73.4	0.99	3.67	0.7	3	11.1	46	33.2	138	30.8	128	24.3	101	أنا شخص مهم في عملي.
50.6	1.03	2.53	3.4	14	12.3	51	36.8	153	29.1	121	18.5	77	لا أشارك في الأنشطة المختلفة في العمل.
52.4	1.13	2.62	5.5	23	17.5	73	28.4	118	30.5	127	18	75	أشعر بعدم ثقة الآخرين بي وباراني.
50.5	1.14	2.53	4.8	20	14.4	60	33.2	138	23.8	99	23.8	99	أشعر بأنني سبب كثير من المشاكل.

تشير بيانات الجدول السابق إلى أن أعلى العبارات المكونة لمفهوم الذات لدى (شباب الجامعة) عينة الدراسة، جاءت في مقدمتها " أنهم يستطيعون التحدث والمناقشة أمام الآخرين بنسبة 79.1% " ، ثم " يشعرون بالسعادة عندما يكونوا مع أسرهم " بنسبة 77.3%، ثم " من يرون أن مظهرهم حسن " 76.3% ، ثم " من لديهم مهارات كثيرة " بنسبة 75.8%، وتلاها بفارق بسيط " أنهم يثابرون ويجتهدون لتحقيق

أهدافهم "بنسبة 75.5%، وفي المؤخرة كل من " أحب الاشتراك في الفرق الرياضية " " وأستطيع أن أكون صداقات كثيرة " بنسبة 75.1% لكليهما.

بينما جاءت أكثر العبارات متدنية لمفهوم الذات لدى (شباب جامعة فاروس) عينة الدراسة، جاءت في مقدمتها " أنهم يشعرون بالخجل عندما يتحدث مع الآخرين " بنسبة 44.2%، ثم " أنهم يجدون صعوبة في فهم معظم القرارات والأنظمة " 46.5%، وتلاها أنهم " يشعرون دائماً بالقلق في موقف الاختبار " بنسبة 46.8% لكل، ثم "أنهم يشعرون بالسعادة دائماً " بنسبة 47.5%، وتلاها " من يتشاجر مع الآخرين " بسرعة بنسبة 47.9%، ثم " من يشعر أنه مختلف عن زملائه " بنسبة 48%، وتلاها بفارق بسيط " أنا عصبي " 48.1%، ثم تلاها مباشرة " أن متقلب المزاج " بنسبة 48.2%، لا أشعر بالراحة والسرور عندما أذهب إلى العمل بنسبة 48.2%، ثم " أشعر بالضيق من نفسي دائماً " بنسبة 48.4%، ثم جاء بعد ذلك " أشعر بالتعب بسرعة " بنسبة 48.9%، ثم كل من " أشعر بعدم الرضا عن الأشياء من حولي " - " لا أرغب في الذهاب إلى العمل " بنسبة 48.5%، ثم " لا أميل إلى الألعاب الرياضية العنيفة " 49%، وتلاها كل من (لا يفهمني زملائي دائماً - وأفضل مشاهدة المباريات الرياضية أكثر من - أشعر أنني غير راض عما أنا عليه) بنسب متساوية لكل منهم 49.2%، ثم " أميل إلى البطء في الانتهاء من أي عمل " 49.3%، وتلاها " أشعر بالضيق عندما يطلب مني الإجابة عن سؤال معين " بنسبة 49.6%، ثم " أشعر أن زملائي لا يفهموا آرائي دائماً " بنسبة 49.7%، وأخيراً " أشعر بالخجل عندما أتحدث مع الجنس الآخر " بنسبة 49.9%.

ثانياً: نتائج التحقق من صحة الفروض:

1- توجد علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين كثافة استخدام طلاب جامعة فاروس بالإسكندرية

لشبكات التواصل الاجتماعي ومستوى الذات لديهم.

جدول رقم (17) ويوضح معامل الارتباط بيرسون كثافة استخدام طلاب جامعة فاروس بالإسكندرية لشبكات التواصل الاجتماعي ومستوى الذات لديهم

مستوى الذات					كثافة التعرض
مستوى الدلالة		نوع الارتباط	معامل بيرسون	العدد	
غير دالة	0.409	عكسي ضعيف جداً	-0.041	416	التعرض للوسائط مجتمعة
غير دالة	0.126	عكسي ضعيف جداً	-0.075	416	التعرض ليووتيوب
غير دالة	0.392	عكسي ضعيف جداً	-0.042	416	التعرض لفيس بوك
غير دالة	0.098	عكسي ضعيف جداً	-0.081	416	التعرض لإنستجرام

باستخدام معامل الارتباط بيرسون بين كثافة استخدام طلاب جامعة فاروس بالإسكندرية لشبكات التواصل الاجتماعي ومستوى الذات لديه، تبين أن معامل بيرسون يساوي (-0.041) وهو ارتباط عكسي ضعيف جدًا حقق مستوى دلالة (0.409) وهي قيمة غير دالة إحصائية عند مستوى (0.05) .

باستخدام معامل الارتباط بيرسون بين كثافة استخدام طلاب جامعة فاروس بالإسكندرية لموقع يوتيوب ومستوى الذات لديه، تبين أن معامل بيرسون يساوي (-0.075) وهو ارتباط عكسي ضعيف جدًا حقق مستوى دلالة (0.126) وهي قيمة غير دالة إحصائية عند مستوى (0.05) .

باستخدام معامل الارتباط بيرسون بين كثافة استخدام طلاب جامعة فاروس بالإسكندرية لموقع فيس بوك ومستوى الذات لديه، تبين أن معامل بيرسون يساوي (-0.042) وهو ارتباط عكسي ضعيف جدًا حقق مستوى دلالة (0.392) وهي قيمة غير دالة إحصائية عند مستوى (0.05) .

باستخدام معامل الارتباط بيرسون بين كثافة استخدام طلاب جامعة فاروس بالإسكندرية لموقع إنستجرام ومستوى الذات لديه، تبين أن معامل بيرسون يساوي (-0.081) وهو ارتباط عكسي ضعيف جدًا حقق مستوى دلالة (0.089) وهي قيمة غير دالة إحصائية عند مستوى (0.05) .

جدول رقم (18) ويوضح معامل الارتباط سبيرمان كثافة استخدام طلاب جامعة فاروس بالإسكندرية لشبكات التواصل الاجتماعي ومستوى الذات لديهم

مستوى الذات					كثافة التعرض
مستوى الدلالة		نوع الارتباط	معامل سبيرمان	العدد	
غير دالة	0.409	عكسي ضعيف جداً	-0.041	416	التعرض للوسائط مجتمعة
غير دالة	0.126	عكسي ضعيف جداً	-0.075	416	التعرض ليوتيوب
غير دالة	0.392	عكسي ضعيف جداً	-0.042	416	التعرض لفيس بوك
غير دالة	0.117	عكسي ضعيف جداً	-0.077	416	التعرض لإنستجرام

كما تشير النتائج التفصيلية باستخدام معامل الارتباط سبيرمان بين كثافة استخدام طلاب جامعة فاروس بالإسكندرية لشبكات التواصل الاجتماعي ومستوى الذات لديه، أن معامل سبيرمان يساوي (-0.041) وهو ارتباط عكسي ضعيف جدًا حقق مستوى دلالة (0.409) وهي قيمة غير دالة إحصائية عند مستوى (0.05)

وعلى مستوى العلاقة بين التعرض للوسائل كلا على حدة ومستوى الذات لديهم، فقد تبين أن معامل الارتباط سبيرمان بين كثافة استخدام طلاب جامعة فاروس بالإسكندرية لموقع يوتيوب ومستوى الذات لديه، يساوي (-0.075) وهو ارتباط عكسي ضعيف جدًا حقق مستوى دلالة (0.126) وهي قيمة غير دالة إحصائية عند مستوى (0.05) .

وكذلك بين كثافة استخدام طلاب جامعة فاروس بالإسكندرية لموقع فيس بوك ومستوى الذات لديه، تبين أن معامل سبيرمان يساوي (-0.042) وهو ارتباط عكسي ضعيف جدًا حقق مستوى دلالة (0.392) وهي قيمة غير دالة إحصائية عند مستوى (0.05).

وكذلك مع موقع تبين أن معامل سبيرمان يساوي (-0.077) وهو ارتباط عكسي ضعيف جدًا حقق مستوى دلالة (0.117) وهي قيمة غير دالة إحصائية عند مستوى (0.05).

ومن مجمل مما تقدم تدعو النتائج إلى رفض الفرض والتسليم بعدم وجود علاقة بين كثافة التعرض ومفهوم الذات؛ ويرجع ذلك إلى تأثر الذات بالعديد والعديد من وسائل التنشئة مثل الأسرة والجامعة ودور الشباب والأندية التي تساهم بشكل أكبر في بلورة مفهوم الذات لدى الشاب وتعمل على تقويتها لديهم. يختلف ذلك مع أدبيات التعرض للوسائل التقليدية والتي حكمت بإكساب التعرض المكانة الاجتماعية لشخص المتعرض ويعود ذلك إلى طبيعة الوسائل وتغير الأشخاص وطبيعة العينة:

- فهناك اختلاف بين الوسائل التقليدية والوسائل الحديثة في الاحتياج إلى مهارات خاصة مثل اجادة القراءة والكتابة للصحف (نظرية اجتياز المجتمع التقليدي)، ولا تحتاج الوسائل الجديدة لذلك.

- وأصبح معظم الأشخاص يتقنون الدخول إلى الوسائل الحديثة بامتلاكهم هذه التقنية في موبايلاتهم الشخصية.

- وعينة الدراسة شباب جامعي يمتلك التكنولوجيا والمعرفة والحاجة إلى الدخول لهذه الشبكات لمتابعة الدراسة والتواصل مع الأساتذة.

2- توجد علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين دوافع استخدام طلاب جامعة فاروس بالإسكندرية

لشبكات التواصل الاجتماعي والتأثيرات المترتبة على الاعتماد (المعرفية - الوجدانية - السلوكية)

أولاً: العلاقة بين دوافع الاستخدام النفعية والتأثيرات:

جدول رقم (19) ويوضح معامل الارتباط بيرسون بين دوافع الاستخدام النفعية لطلاب جامعة فاروس بالإسكندرية لشبكات التواصل الاجتماعي والتأثيرات المترتبة على الاعتماد

دوافع التعرض النفعية				التأثيرات
العدد	معامل بيرسون	نوع الارتباط	مستوى الدلالة	
416	0.622	طردي متوسط	0.000	المعرفية
416	0.040	طردي ضعيف جدًا	0.411	الوجدانية
416	0.651	طردي متوسط	0.000	السلوكية

باستخدام معامل الارتباط بيرسون بين دوافع الاستخدام النفعية لطلاب جامعة فاروس بالإسكندرية لشبكات التواصل الاجتماعي والتأثيرات المعرفية المترتبة على الاعتماد ، تبين أن معامل بيرسون يساوي (0.622) وهو ارتباط طردي متوسط حقق مستوى دلالة (0.000) وهي قيمة دالة إحصائية عند مستوى (0.01).

وباستخدام معامل الارتباط بيرسون بين دوافع الاستخدام النفعية لطلاب جامعة فاروس بالإسكندرية لشبكات التواصل الاجتماعي والتأثيرات الوجدانية المترتبة على الاعتماد ، تبين أن معامل بيرسون يساوي (0.040) وهو ارتباط طردي ضعيف جدًا حقق مستوى دلالة (0.411) وهي قيمة غير دالة إحصائية عند مستوى (0.05) .

وباستخدام معامل الارتباط بيرسون بين دوافع الاستخدام النفعية لطلاب جامعة فاروس بالإسكندرية لشبكات التواصل الاجتماعي والتأثيرات السلوكية المترتبة على الاعتماد ، تبين أن معامل بيرسون يساوي (0.651) وهو ارتباط طردي متوسط حقق مستوى دلالة (0.000) وهي قيمة دالة إحصائية عند مستوى (0.01) .
جـدول رقم (20) ويوضح معامل الارتباط سبيرمان بين دوافع الاستخدام النفعية لطلاب جامعة فاروس بالإسكندرية لشبكات التواصل الاجتماعي والتأثيرات المترتبة على الاعتماد

دوافع التعرض النفعية					التأثيرات
مستوى الدلالة		نوع الارتباط	معامل سبيرمان	العدد	
دالة	0.000	طردي متوسط	0.614	416	المعرفية
غير دالة	0.387	طردي ضعيف جدًا	0.043	416	الوجدانية
دالة	0.000	طردي متوسط	0.649	416	السلوكية

كما أظهرت النتائج التفصيلية للعلاقة باستخدام معامل الارتباط سبيرمان بين دوافع الاستخدام النفعية لطلاب جامعة فاروس بالإسكندرية لشبكات التواصل الاجتماعي والتأثيرات المعرفية المترتبة على الاعتماد ، أن معامل سبيرمان يساوي (0.614) وهو ارتباط طردي متوسط حقق مستوى دلالة (0.000) وهي قيمة دالة إحصائية عند مستوى (0.01) .

وكذلك باستخدام معامل الارتباط سبيرمان بين دوافع الاستخدام النفعية لطلاب جامعة فاروس بالإسكندرية لشبكات التواصل الاجتماعي والتأثيرات الوجدانية المترتبة على الاعتماد ، تبين أن معامل سبيرمان يساوي (0.043) وهو ارتباط طردي ضعيف جدًا حقق مستوى دلالة (0.387) وهي قيمة غير دالة إحصائية عند مستوى (0.05) .

وكذلك باستخدام معامل الارتباط سبيرمان بين دوافع الاستخدام النفعية لطلاب جامعة فاروس بالإسكندرية لشبكات التواصل الاجتماعي والتأثيرات السلوكية المترتبة على الاعتماد ، تبين أن معامل سبيرمان يساوي (0.649) وهو ارتباط طردي متوسط حقق مستوى دلالة (0.000) وهي قيمة دالة إحصائية عند مستوى (0.01) .

ثانيًا: العلاقة بين دوافع الاستخدام الطقوسية والتأثيرات:

جدول رقم (21) ويوضح معامل الارتباط بيرسون بين دوافع الاستخدام الطقوسية لطلاب جامعة فاروس بالإسكندرية لشبكات التواصل الاجتماعية والتأثيرات المترتبة على الاعتماد

دوافع التعرض الطقوسية					التأثيرات
مستوى الدلالة		نوع الارتباط	معامل بيرسون	العدد	
دالة	0.000	طردي متوسط	0.579	416	المعرفية
غير دالة	0.891	عكسي ضعيف جدًا	0.007	416	الوجدانية
دالة	0.000	طردي متوسط	0.608	416	السلوكية

باستخدام معامل الارتباط بيرسون بين دوافع الاستخدام الطقوسية لطلاب جامعة فاروس بالإسكندرية لشبكات التواصل الاجتماعية والتأثيرات المعرفية المترتبة على الاعتماد ، تبين أن معامل بيرسون يساوي (0.579) وهو ارتباط طردى متوسط حقق مستوى دلالة (0.000) وهي قيمة دالة إحصائية عند مستوى (0.01) .

باستخدام معامل الارتباط بيرسون بين دوافع الاستخدام الطقوسية لطلاب جامعة فاروس بالإسكندرية لشبكات التواصل الاجتماعية والتأثيرات الوجدانية المترتبة على الاعتماد ، تبين أن معامل بيرسون يساوي (0.007) وهو ارتباط طردى ضعيف جدًا حقق مستوى دلالة (0.891) وهي قيمة غير دالة إحصائية عند مستوى (0.05) .

باستخدام معامل الارتباط بيرسون بين دوافع الاستخدام الطقوسية لطلاب جامعة فاروس بالإسكندرية لشبكات التواصل الاجتماعية والتأثيرات السلوكية المترتبة على الاعتماد ، تبين أن معامل بيرسون يساوي (0.608) وهو ارتباط طردى متوسط حقق مستوى دلالة (0.000) وهي قيمة دالة إحصائية عند مستوى (0.01) .

جدول رقم (22) ويوضح معامل الارتباط سبيرمان بين دوافع الاستخدام الطقوسية لطلاب جامعة فاروس بالإسكندرية لشبكات التواصل الاجتماعية والتأثيرات المترتبة على الاعتماد

دوافع التعرض الطقوسية					التأثيرات
مستوى الدلالة		نوع الارتباط	معامل سبيرمان	العدد	
دالة	0.000	طردي متوسط	0.580	416	المعرفية
غير دالة	0.942	عكسي ضعيف جدًا	-0.004	416	الوجدانية
دالة	0.000	طردي متوسط	0.609	416	السلوكية

كما أظهرت النتائج التفصيلية للعلاقة باستخدام معامل الارتباط سبيرمان بين دوافع الاستخدام الطقوسية لطلاب جامعة فاروس بالإسكندرية لشبكات التواصل الاجتماعي والتأثيرات المعرفية المترتبة على الاعتماد ، تبين أن معامل سبيرمان يساوي (0.580) وهو ارتباط طردي متوسط حقق مستوى دلالة (0.000) وهي قيمة دالة إحصائية عند مستوى (0.01) .

باستخدام معامل الارتباط سبيرمان بين دوافع الاستخدام الطقوسية لطلاب جامعة فاروس بالإسكندرية لشبكات التواصل الاجتماعي والتأثيرات الوجدانية المترتبة على الاعتماد ، تبين أن معامل سبيرمان يساوي (-0.004) وهو ارتباط عكسي ضعيف جدًا حقق مستوى دلالة (0.943) وهي قيمة غير دالة إحصائية عند مستوى (0.05) .

باستخدام معامل الارتباط سبيرمان بين دوافع الاستخدام الطقوسية لطلاب جامعة فاروس بالإسكندرية لشبكات التواصل الاجتماعي والتأثيرات السلوكية المترتبة على الاعتماد ، تبين أن معامل سبيرمان يساوي (0.609) وهو ارتباط طردي متوسط حقق مستوى دلالة (0.000) وهي قيمة دالة إحصائية عند مستوى (0.01) .

مما سبق يتأكد وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين دوافع استخدام طلاب جامعة فاروس النفعية والطقوسية لشبكات التواصل الاجتماعي والتأثيرات المعرفية والسلوكية المترتبة على هذا الاعتماد كما بينت العلاقات الإحصائية بينما لم يثبت وجود علاقة مع التأثيرات الوجدانية وعليه ومما سبق تدعو النتائج إلى قبول الفرض الثاني جزئياً بوجود العلاقة مع التأثيرات المعرفية والسلوكية المترتبة على هذا الاعتماد بينما ترفض العلاقة مع التأثيرات الوجدانية .

ووجود علاقة دالة بين التعرض سواء كان نفعي أو طقوسي وبين مستوى المعرفة والسلوك مقبول وطبيعي كنتاج للتعرض ، أما عدم وجود علاقة بين التعرض والتأثيرات الوجدانية فهي نتيجة مستغربة لبناء التأثيرات السلوكية على التأثيرات الوجدانية والناجمة عن التأثيرات المعرفية؛ وربما يعود ذلك إلى طبيعة العصر والذي يتجه الجميع فيه للمصلحة دون الاهتمام بالمشاعر أو الأحاسيس.

3- يوجد علاقة دالة إحصائية بين دوافع تعرض طلاب جامعة فاروس بالإسكندرية لشبكات

التواصل الاجتماعي ودرجاتهم على مقياس مفهوم الذات لديهم.

أولاً: العلاقة بين دوافع الاستخدام النفعية ومفهوم الذات:

جدول رقم (23) ويوضح معامل الارتباط بيرسون بين دوافع الاستخدام النفعية لطلاب جامعة فاروس بالإسكندرية لشبكات التواصل الاجتماعي ومفهوم الذات لديهم

دوافع التعرض النفعية					
مستوى الدلالة		نوع الارتباط	معامل بيرسون	العدد	
دالة	0.037	طردي ضعيف	0.102	416	مفهوم الذات

باستخدام معامل الارتباط بيرسون بين دوافع الاستخدام النفعية لطلاب جامعة فاروس بالإسكندرية لشبكات التواصل الاجتماعي ومفهوم الذات لديهم ، تبين أن معامل بيرسون يساوي (0.102) وهو ارتباط طردي ضعيف حقق مستوى دلالة (0.037) وهي قيمة دالة إحصائية عند مستوى (0.05) . جدول رقم (24) ويوضح معامل الارتباط سبيرمان بين دوافع الاستخدام الطقوسية لطلاب جامعة فاروس بالإسكندرية لشبكات التواصل الاجتماعي ومفهوم الذات لديهم

دوافع التعرض النفعية					
مستوى الدلالة		نوع الارتباط	معامل سبيرمان	العدد	
دالة	0.028	طردي ضعيف	0.108	416	مفهوم الذات

وباستخدام معامل الارتباط سبيرمان بين دوافع الاستخدام النفعية لطلاب جامعة فاروس بالإسكندرية لشبكات التواصل الاجتماعي ومفهوم الذات لديهم ، تبين أن معامل سبيرمان يساوي (0.614) وهو ارتباط طردي ضعيف حقق مستوى دلالة (0.028) وهي قيمة دالة إحصائية عند مستوى (0.05) .

ثانيًا: العلاقة بين دوافع الاستخدام الطقوسية ومفهوم الذات:

جدول رقم (25) ويوضح معامل الارتباط بيرسون بين دوافع الاستخدام الطقوسية لطلاب جامعة فاروس بالإسكندرية لشبكات التواصل الاجتماعي ومفهوم الذات لديهم

دوافع التعرض الطقوسية					
مستوى الدلالة		نوع الارتباط	معامل بيرسون	العدد	
دالة	0.997	طردي ضعيف جدًا	0.000	416	مفهوم الذات

باستخدام معامل الارتباط بيرسون بين دوافع الاستخدام الطقوسية لطلاب جامعة فاروس بالإسكندرية لشبكات التواصل الاجتماعي ومفهوم الذات لديهم ، تبين أن معامل بيرسون يساوي (0.000) وهو ارتباط طردي ضعيف جدًا - يقترب من الصفر ، حقق مستوى دلالة (0.997) وهي قيمة غير دالة إحصائية عند مستوى (0.05) .

جدول رقم (26) ويوضح معامل الارتباط سبيرمان بين دوافع الاستخدام الطقوسية لطلاب جامعة فاروس بالإسكندرية لشبكات التواصل الاجتماعي ومفهوم الذات لديهم

دوافع التعرض الطقوسية					
مستوى الدلالة		نوع الارتباط	معامل سبيرمان	العدد	
غير دالة	0.926	طردي ضعيف جدًا	0.005	416	مفهوم الذات

كما أظهرت النتائج التفصيلية باستخدام معامل الارتباط سبيرمان بين دوافع الاستخدام الطقوسية لطلاب جامعة فاروس بالإسكندرية لشبكات التواصل الاجتماعي والتأثيرات المعرفية المترتبة على

الاعتماد، تبين أن معامل سبيرمان يساوي (0.005) وهو ارتباط طردي ضعيف جدًا جدًا - يقترب من الصفر حقق مستوى دلالة (0.926) وهي قيمة غير دالة إحصائية عند مستوى (0.05) . وعليه ومما سبق تثبت صحة الفرض الثالث القائل بوجود علاقة دالة إحصائية بين دوافع التعرض (النفعية - الطقوسية) لدى طلاب جامعة فاروس بالإسكندرية لشبكات التواصل الاجتماعي ودرجاتهم على مقياس مفهوم الذات لديهم. ويعود ذلك إلى طبيعة الشخص الذي يستطيع تحديد أهدافه من الاستخدام يكون لديه مفهوم عالي عن ذاته.

4- يوجد فروق دالة إحصائية بين طلاب جامعة فاروس بالإسكندرية - عينة الدراسة - على مقياس مفهوم الذات حسب متغيرات (النوع - نوع الكلية - السن - المعدل التراكمي) (CGBA).

أولاً: اختبار "ت" "t-test" للنوع ونوع الكلية والسن:

جدول رقم (27) ويوضح اختبار "ت" "t-test" للنوع ونوع الكلية والسن

مفهوم الذات	المجموعات	العدد	المتوسط	الانحراف المعياري	قيمة t	درجة الحرية dF	مستوى الدلالة SIG
النوع	ذكر	205	2	0.0001	20.767	415	دالة عند 0.01
	أنثى	211	2.03	0.18			
نوع الكلية	نظري	206	2.001	0.07	20.669	415	دالة عند 0.01
	عملي	210	2.02	0.17			
السن	(من 18- أقل من 20)	247	2.016	0.126	24.535	415	دالة عند 0.01
	(من 20- وحتى 23)	169	2.018	0.132			

تشير نتائج اختبار "ت" حسب البيانات الموجودة في الجدول السابق إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الذكور والإناث عينة الدراسة على مقياس مفهومهم نحو ذاتهم ، حيث كانت قيمة "ت" (20.767) وهي قيمة دالة إحصائية عند مستوى المعنوية (0.001) لصالح الإناث؛ وهي نتيجة طبيعية فالإناث يمتلكون مفهوم عالي عن ذاتهم وغالبا لا يرون عيوبهم ولا يعترفون بها.

كما تشير نتائج اختبار "ت" حسب البيانات الموجودة في الجدول السابق إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين طلاب جامعة فاروس عينة الدراسة في الكليات النظرية والعملية على مقياس مفهومهم نحو ذاتهم ، حيث كانت قيمة "ت" (20.669) وهي قيمة دالة إحصائية عند مستوى المعنوية (0.001) لصالح الطلاب

في الكليات العملية وان كانت الفروق بسيطة جدا. ويرجع ذلك لاتجاه المجتمع الايجابي نحو طلاب الكليات العلمية التطبيقية .

وقد أشارت نتائج اختبار "ت" حسب البيانات الموجودة في الجدول السابق إلى وجود فروق ذات دالة إحصائية بين عينة الدراسة حسب معيار السن على مقياس مفهومهم نحو ذواتهم ، حيث كانت قيمة "ت" (24.535) وهي قيمة دالة إحصائيا عند مستوى المعنوية (0.001) لصالح الطلاب الأكبر سنا. ويرجع ذلك لقرب لخروجهم واجتيازهم لمراحل الدراسة السابقة.

ثانياً: اختبار "ANOVA" للمعدل التراكمي CGBA:

جدول رقم (28) ويوضح اختبار "ANOVA" للمعدل التراكمي CGBA على مقياس مفهوم الذات

مستوى الدلالة SIG		درجة الحرية dF	قيمة f	الانحراف المعياري	المتوسط	العدد	المجموعات	مفهوم الذات
غير دالة عند 0.05	0.141	415	0.065	0.0001	2	27	أقل من 2	المعدل التراكمي CGBA
				0.073	2.01	186	(2.99-2)	
				0.17	2.03	203	(4-3)	

تشير نتائج تطبيق "ANOVA F" حسب البيانات الموجودة في الجدول السابق إلى عدم صحة الفرض ؛ وذلك بعدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين طلاب جامعة فاروس عينة الدراسة على مقياس مفهومهم نحو ذواتهم حسب متغير المعدل التراكمي ؛ حيث كانت قيمة الـ "F" (0.065) وهي قيمة غير دالة إحصائيا عند مستوى المعنوية (0.05).

5- يوجد فروق دالة إحصائية بين طلاب جامعة فاروس بالإسكندرية -عينة الدراسة - في مستوى

انتباه طلاب الجامعات المصرية أثناء استخدام شبكات التواصل الاجتماعي طبقا لمتغيرات (النوع -

نوع الكلية - السن - المعدل التراكمي CGBA).

أولاً: اختبار "ت" "t-test" للنوع ونوع الكلية والسن:

جدول رقم (29) ويوضح اختبار "ت" "t-test" للنوع ونوع الكلية والسن

مقياس الانتباه	المجموعات	العدد	المتوسط	الانحراف المعياري	قيمة t	درجة الحرية dF	مستوى الدلالة SIG
النوع	ذكر	205	2.13	0.362	19.876	415	0.000
	أنثى	211	2.11	0.368			
نوع الكلية	نظري	206	2.06	0.291	21.946	415	0.000
	عملي	210	2.18	0.418			
السن	(من 18- أقل من 20)	247	2.14	0.371	22.851	415	0.000
	(من 20- وحتى 23)	169	2.12	0.352			

تشير نتائج اختبار "ت" في الجدول السابق إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الذكور والإناث عينة الدراسة على مقياس الانتباه أثناء التعرض لوسائل التواصل الاجتماعي ، حيث كانت قيمة "ت" (19.876) وهي قيمة دالة إحصائية عند مستوى المعنوية (0.001) لصالح الذكور .

تشير نتائج اختبار "ت" في الجدول السابق إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين عينة الدراسة في الكليات النظرية والعملية على مقياس الانتباه أثناء التعرض لوسائل التواصل الاجتماعي ، حيث كانت قيمة "ت" (20.946) وهي قيمة دالة إحصائية عند مستوى المعنوية (0.001) لصالح الطلاب في الكليات العملية وربما يرجع ذلك لطبيعة الدراسة بالكليات العملية التي تكسب الطلاب مهارة الانتباه والتركيز وإلا يضيع منهم كثير من التفاصيل المهمة في حياتهم الأكاديمية .

وتشير نتائج اختبار "ت" في الجدول السابق إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين عينة الدراسة حسب معيار السن على مقياس الانتباه لوسائل التواصل الاجتماعي، حيث كانت قيمة "ت" (55.851) وهي قيمة دالة إحصائية عند مستوى المعنوية (0.001) لصالح الطلاب الأصغر سناً مما يؤكد وجود تأثير لمتغير النوع في العلاقة .

ثانياً: اختبار "ANOVA" للمعدل التراكمي CGBA:

جدول رقم (30) ويوضح اختبار "ANOVA" للمعدل التراكمي CGBA على مقياس الانتباه عند استخدام شبكات ووسائل التواصل الاجتماعي

مستوى الدلالة SIG	درجة الحرية dF	قيمة f	الانحراف المعياري	المتوسط	العدد	المجموعات	مقياس الانتباه
دالة عند 0.05	0.019	415	4.009	0.192	27	أقل من 2	المعدل التراكمي CGBA
				0.331	186	(2.99-2)	
				0.404	203	(4-3)	

تشير نتائج اختبار "ANOVA" "F" في الجدول السابق إلى صحة الفرض ؛ وذلك بوجود فروق ذات دلالة إحصائية بين طلاب جامعة فاروس عينة الدراسة على مقياس الانتباه عند استخدام شبكات ووسائل التواصل الاجتماعي حسب متغير المعدل التراكمي؛ حيث كانت قيمة الـ "F" (4.009) وهي قيمة دالة إحصائية عند مستوى المعنوية (0.05)؛ نوضحها باختبار (LSD) في الجدول التالي:

جدول رقم (31) ويوضح اختبار "ف" (LSD) للمعدل التراكمي على مقياس الانتباه

SIGمستوى الدلالة		الفرق بين المتوسطين	المقارنة الثنائية بين المجموعتين	المجموعات	مقياس الانتباه
غير دالة	0.074	0.134-	(2.99-2)	أقل من 2	CGBAالمعدل التراكمي
دالة عند 0.01	0.009	0.195-	(4-3)		

غير دالة	0.099	0.061-	(4-3)	(2.99-2)
----------	-------	--------	-------	----------

تشير نتائج تطبيق "F" ANOVA واختبار (LSD) حسب البيانات إلى وجود التالي:

-وجود فروق بين طلاب جامعة فاروس عينة الدراسة الحاصلين على معدل تراكمي (أقل من 2) والطلاب الحاصلين على معدل (4-3) لصالح الحاصلين على (4-3).

-وجود فروق بين طلاب جامعة فاروس عينة الدراسة الحاصلين على معدل تراكمي (أقل من 2) والطلاب الحاصلين على معدل (299-2)

-وجود فروق بين طلاب جامعة فاروس عينة الدراسة الحاصلين على معدل تراكمي (299-2) والطلاب الحاصلين على معدل (4-3)

ويلاحظ أن الفروق لصالح الفئة الأعلى في المعدل التراكمي (CGBA) وهي نتيجة منطقية تدل على المستوى الدراسي الأعلى هم الأكثر تركيزاً من الأقل تراكمي.

6- يوجد فروق دالة إحصائية بين طلاب جامعة فاروس بالإسكندرية -عينة الدراسة - على مستوى

ثقة طلاب الجامعات المصرية في واقعية مضمون شبكات التواصل الاجتماعي طبقاً لمتغيرات (النوع - نوع الكلية - السن - المعدل التراكمي CGBA).

أ- يوجد فروق دالة إحصائية بين طلاب جامعة فاروس بالإسكندرية -عينة الدراسة - على مقياس مستوى ثقة طلاب الجامعات المصرية في واقعية مضمون شبكات التواصل الاجتماعي طبقاً لمتغيرات (اليوتوب) (النوع - نوع الكلية - السن - المعدل التراكمي CGBA).

أولاً: اختبار "ت" "t-test" للنوع ونوع الكلية والسن:

جدول رقم (32) ويوضح اختبار "ت" "t-test" للنوع ونوع الكلية والسن

الثقة في يوتيوب	المجموعات	العدد	المتوسط	الانحراف المعياري	قيمة t	درجة الحرية dF	SIG مستوى الدلالة
النوع	ذكر	205	2.84	0.381	38.3	415	0.000 دالة عند 0.01
	أنثى	211	2.75	0.453			
نوع الكلية	نظري	206	2.74	0.452	43.2	415	0.000 دالة عند 0.01
	عملي	210	2.85	0.382			
السن	(من 18- أقل من 20)	247	2.83	0.373	41.565	415	0.000 دالة عند 0.01
	(من 20- وحتى 23)	169	2.74	0.479			

تشير نتائج اختبار "ت" في الجدول السابق إلى وجود فروق ذات دالة إحصائية بين الذكور والإناث عينة الدراسة على مقياس الثقة في واقعية مضمون موقع اليوتيوب ، حيث كانت قيمة "ت" (38.3) وهي قيمة دالة إحصائية عند مستوى المعنوية (0.001) لصالح الذكور.

كما تشير نتائج اختبار "ت" في الجدول السابق إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين عينة الدراسة في الكليات النظرية والعملية على مقياس الثقة في واقعية مضمون موقع اليوتيوب ، حيث كانت قيمة ال "ت" (43.2) وهي قيمة دالة إحصائية عند مستوى المعنوية (0.001) لصالح الطلاب في الكليات العملية؛ ربما يرجع السبب إلى اعتماد طلاب الجامعة على هذه الوسائل لمعرفة ومتابعة التكاليف وبالتالي يثق فيها الجميع ويفوق طلاب الجامعة ذو التخصصات التطبيقية لكثرة ما يقومون به من أعمال تتابع وتنفيذ من خلال تلك الوسائل.

وكذلك تشير نتائج اختبار "ت" في الجدول السابق إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين عينة الدراسة حسب معيار السن على مقياس الثقة في واقعية مضمون يوتيوب، حيث كانت قيمة "ت" (41.565) وهي قيمة دالة إحصائية عند مستوى المعنوية (0.001) لصالح الطلاب في الأصغر سناً؛ ويعود ذلك إلى لجوء الطلاب في فئات السن الأعلى إلى وسائل أخرى تساعد على التواصل والتحصيّل مثل المنصات الخاصة بالجامعة والتي يستخدمها الطلاب للتواصل مع الزملاء والأساتذة

ثانياً: اختبار "ANOVA" للمعدل التراكمي CGBA:

جدول رقم (33) ويوضح اختبار "ANOVA" للمعدل التراكمي CGBA على مقياس الثقة في يوتيوب

مستوى الدلالة SIG		درجة الحرية dF	قيمة f	الانحراف المعياري	المتوسط	العدد	المجموعات	الثقة في يوتيوب
غير دالة عند 0.05	0.844	415	0.169	0.506	2.78	27	أقل من 2	المعدل التراكمي CGBA
				0.412	2.78	186	(2.99-2)	
				0.419	2.81	203	(4-3)	

تشير نتائج اختبار "ANOVA" "F" في الجدول السابق إلى عدم صحة الفرض ؛ وذلك بعدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين طلاب جامعة فاروس عينة الدراسة على مقياس الثقة في مضمون يوتيوب حسب متغير المعدل التراكمي ؛ حيث كانت قيمة ال "F" (0.169) وهي قيمة غير دالة إحصائية عند مستوى المعنوية (0.05)؛ وربما يعود ذلك إلى اعتماد الجميع على هذا الموقع لإشباع حاجاته المعرفية سواء كانت حياتية أو دراسية.

ب- يوجد فروق دالة إحصائية بين طلاب جامعة فاروس بالإسكندرية -عينة الدراسة - على مقياس مستوى ثقة طلاب الجامعات المصرية في واقعية مضمون شبكات التواصل الاجتماعي طبقاً لمتغيرات (الفيس بوك) (النوع - نوع الكلية - السن -المعدل التراكمي CGBA).

أولاً: اختبار "ت" "t-test" للنوع ونوع الكلية والسن:

جدول رقم (34) ويوضح اختبار "ت" "t-test" للنوع ونوع الكلية والسن

الثقة في موقع الفيس	المجموعات	العدد	المتوسط	الانحراف المعياري	قيمة t	درجة الحرية dF	مستوى الدلالة SIG
النوع	ذكر	205	2.83	0.398	35.3	415	0.000
	أنثى	211	2.7	0.508			
نوع الكلية	نظري	206	2.72	0.48	39.7	415	0.000
	عملي	210	2.81	0.44			
السن	(من 18- أقل من 20)	247	2.82	0.417	38.652	415	0.000
	(من 20- وحتى 23)	169	2.69	0.511			

تشير نتائج اختبار "ت" في الجدول السابق إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الذكور والإناث عينة الدراسة على مقياس الثقة في واقعية مضمون موقع الفيس بوك ، حيث كانت قيمة ال "ت" (35.3) وهي قيمة دالة إحصائية عند مستوى المعنوية (0.001) لصالح الذكور .

كما تشير نتائج اختبار "ت" في الجدول السابق إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين عينة الدراسة في الكليات النظرية والعملية على مقياس الثقة في واقعية مضمون موقع الفيس بوك ، حيث كانت قيمة ال "ت" (39.7) وهي قيمة دالة إحصائية عند مستوى المعنوية (0.001) لصالح الطلاب في الكليات العملية. يرجع السبب إلى اعتماد طلاب الجامعة على هذه الوسائل -كما أسلفنا- لمعرفة ومتابعة التكاليفات وبالتالي يثق فيها الجميع ويفوق طلاب الجامعة ذو التخصصات التطبيقية لكثرة ما يقومون به من أعمال تتابع وتنفذ من خلال تلك الوسائل مثل التواصل عن طريق الصفحات أو غرف المحادثة المتصلة بفيس بوك. وكذلك تشير نتائج اختبار "ت" في الجدول السابق إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين عينة الدراسة حسب معيار السن على مقياس الثقة في واقعية مضمون موقع الفيس بوك ، حيث كانت قيمة ال "ت" (38.652) وهي قيمة دالة إحصائية عند مستوى المعنوية (0.001) لصالح الطلاب في الأصغر سنا. ويعود ذلك - كما أسلفنا- إلى تعرف الطلاب في فئات السن الأعلى إلى وسائل أخرى تساعد على التواصل والتحصيل مثل المنصات الخاصة بالجامعة والتي يستخدمها الطلاب للتواصل مع الزملاء والأساتذة.

ثانيًا: اختبار "ANOVA" للمعدل التراكمي CGBA:

جدول رقم (35) ويوضح اختبار "ANOVA" للمعدل التراكمي CGBA على مقياس الثقة في فيس بوك

الثقة في فيس بوك	المجموعات	العدد	المتوسط	الانحراف المعياري	قيمة f	درجة الحرية dF	مستوى الدلالة SIG
المعدل التراكمي CGBA	أقل من 2	27	2.78	0.506	1.367	415	0.256
	(2-2.99)	186	2.73	0.471			

				0.446	2.8	203	(4-3)	
--	--	--	--	-------	-----	-----	-------	--

يتضح من نتائج اختبار "F" ANOVA في الجدول السابق إلى عدم صحة الفرض ؛ وذلك بعدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين طلاب جامعة فاروس عينة الدراسة على مقياس واقعية مضمون فيس بوك حسب متغير المعدل التراكمي ؛ حيث كانت قيمة الـ "F" (1.367) وهي قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى المعنوية (0.05) وربما يعود ذلك إلى اعتماد الجميع على موقع فيس بوك لإشباع حاجاته المعرفية أو الطقوسية سواء كانت حياتية أو دراسية وذلك لتنوع الصفحات والبوستات التي تلبي جميع الحاجات.

ج- يوجد فروق دالة إحصائية بين طلاب جامعة فاروس بالإسكندرية - عينة الدراسة - على مقياس مستوى ثقة طلاب الجامعات المصرية في واقعية مضمون شبكات التواصل الاجتماعي طبقاً لمتغيرات (أنستجرام) (النوع - نوع الكلية - السن - المعدل التراكمي CGBA).

أولاً: اختبار "ت" "t-test" للنوع ونوع الكلية والسن:

جدول رقم (36) ويوضح اختبار "ت" "t-test" للنوع ونوع الكلية والسن

مستوى الدلالة SIG		درجة الحرية dF	قيمة t	الانحراف المعياري	المتوسط	العدد	المجموعات	الثقة في موقع الأنستجرام
دالة عند 0.01	0.000	415	36.62	0.402	2.81	205	ذكر	النوع
				0.463	2.72	211	أنثى	
دالة عند 0.01	0.000	415	39.455	0.457	2.75	206	نظري	نوع الكلية
				0.415	2.78	210	عملي	
دالة عند 0.01	0.000	415	39.55	0.4	2.81	247	(من 18- أقل من 20)	السن
				0.476	2.69	169	(من 20- وحتى 23)	

تشير نتائج اختبار "ت" في الجدول السابق إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الذكور والإناث عينة الدراسة على مقياس الثقة في واقعية مضمون موقع الأنستجرام ، حيث كانت قيمة الـ "ت" (36.63) وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى المعنوية (0.001) لصالح الذكور . وربما يعود ذلك لطبيعة أنستجرام والذي يبث من خلاله الصور والتي قد يلقي نوع من عدم الثقة لدى البنات لخوفهم من انتهاك الخصوصية واستخدام ذلك بشكل خاطئ.

كما تشير نتائج اختبار "ت" في الجدول السابق إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين عينة الدراسة في الكليات النظرية والعملية على مقياس الثقة في واقعية مضمون موقع الأنستجرام ، حيث كانت قيمة الـ "ت" (39.455) وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى المعنوية (0.001) لصالح الطلاب في الكليات العملية. ويبدو من هذه النتيجة حرص طلاب الكليات العملية على بث ما يقومون به من تكليفات أنجزوها من خلال أنستجرام -مثل ما يقوم معظم الشباب- وبالتالي فليس لديهم خصوصية يخافون من انتهاكها مثل

ما أوردنا في ما يخص الفتايات في التعليق السابق؛ المضمون علمي قد يرجى نشرة والاستفادة منه أو بث نوع من البهجة لتمكنه من انجاز عمل ما.

وكذلك تشير نتائج اختبار "ت" في الجدول السابق إلى وجود فروق ذات دالة إحصائية بين عينة الدراسة حسب معيار السن على مقياس الثقة في واقعية مضمون موقع الأنستجرام ، حيث كانت قيمة الـ "ت" (39.55) وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى المعنوية (0.001) لصالح الطلاب في الأصغر سناً. ويعود ذلك -كما أسلفنا- إلى لجوء الطلاب في فئات السن الأعلى إلى وسائل أخرى تساعد على التواصل والتحصيل مثل المنصات الخاصة بالجامعة والتي يستخدمها الطلاب للتواصل مع الزملاء والأساتذة.

ثانياً: اختبار "ANOVA" للمعدل التراكمي CGBA:

جدول رقم (37) ويوضح اختبار "ANOVA" للمعدل التراكمي CGBA على مقياس الثقة في فيس بوك

الثقة في موقع الأنستجرام	المجموعات	العدد	المتوسط	الانحراف المعياري	قيمة f	درجة الحرية dF	مستوى الدلالة SIG
المعدل التراكمي CGBA	أقل من 2	27	2.78	0.506	0.04	415	0.961
	(2.99-2)	186	2.77	0.435			
	(4-3)	203	2.76	0.429			
							غير دالة عند 0.05

تشير نتائج اختبار "ANOVA" "F" في الجدول السابق إلى عدم صحة الفرض ؛ وذلك بعدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين طلاب جامعة فاروس عينة الدراسة على مقياس واقعية مضمون الأنستجرام حسب متغير المعدل التراكمي ؛ حيث كانت قيمة الـ "F" (0.04) وهي قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى المعنوية (0.05). وربما يعود ذلك إلى اعتماد الجميع على انستجرام لإشباع حاجاته المعرفية أو الطقوسية سواء كانت حياتية أو دراسية.

خاتمة الدراسة (موجز النتائج والتوصيات)

أولاً: موجز نتائج الدراسة:

استهدفت الدراسة رصد كثافة استخدام طلاب جامعة فاروس بالإسكندرية لشبكات التواصل الاجتماعي ودوافع تعرضهم والتأثيرات المترتبة عليه (معرفياً - وجدانياً - سلوكياً) وعلاقته بمفهومهم عن ذاتهم، فضلاً عن التعرف على تأثير كل من (دوافع استخدام الشباب المصري لمواقع التواصل الاجتماعي، ومستوى تفاعل الشباب المصري أثناء استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، وثقة الشباب المصري في واقعية مضمون مواقع التواصل الاجتماعي، والمتغيرات الديموغرافية للشباب المصري) على هذه العلاقة ، وقد اعتمد الباحثون علي منهج المسح *Method Survey* حيث يُعد من أنسب المناهج العلمية ملائمة للدراسات الوصفية التي تنتمي إليها هذه الدراسة، طبقت الدراسة على عينة عشوائية طبقية من طلاب جامعة فاروس قوامها 419 مفردة، وفقاً لأسلوب التوزيع المتساوي من خلال تمثيل الكليات النظرية و الكليات العملية ،

وقد تم الاعتماد على الاستبيان الإلكتروني وطبق بواسطة المقابلة المباشرة بمساعدة طلاب المستوى الثاني بكلية الإعلام وفنون الاتصال - جامعة فاروس في الفترة من (5 مايو) وحتى (15 مايو) 2024 .
وانتهت الدراسة في نتائجها إلى ما يلي :

- أن مفهوم الذات لدى طلاب جامعة فاروس جاء متوسط في المقدمة بدرجة بلغت نحو 98.3% ، تلاها من لديهم إحساس بالذات بدرجة مرتفعة بنسبة 1.7% ، مما يشير إلى أن مفهوم الذات لدى أفراد العينة هو ذات ايجابية.

- أن 99.3% من شباب الجامعة (عينة الدراسة) يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي، منهم 73.7% يستخدمونها بشكل دائم ، في حين 22% يستخدمونها أحيانا ، و 3.6% يستخدمونها نادرا ، بينما 0.7% لا يستخدمها ، وهذه النتائج تعبر عن أهمية شبكات التواصل الاجتماعي.

- حول أسباب عدم استخدام شباب الجامعة لشبكات التواصل جاء في مقدمتها أنهم لا يتقنون فيما تنشره شبكات التواصل الاجتماعي ، وينسب متساوية أنها سبباً في التفكك الأسري، وأنها تتسبب في الشعور بالعزلة عن الحياة الحقيقية، وعدم القيام بالتكليفات والواجبات الدراسية، إضافة إلى أنها خادشه للحياء العام.

- حول تفضيل عينة الدراسة لشبكات التواصل الاجتماعي فقد تصدر استخدام كل من (الانستجرام والواتس آب) المقدمة بنسبة 84.6%، تلاهما بنسبة قريبة الفيس بوك 84.4%، ثم سناب شات 71.4%، ثم اليوتيوب 65.4% ، تلاه التليجرام 60.8%، وفي المرتبة الأخيرة منصة (x) تويتر سابقا .

- وحول درجة استخدام عينة الدراسة لشبكات التواصل (اليوتيوب - الفيس بوك - الإنستجرام) عينة الدراسة فقد جاءت كالتالي: الانستجرام بوزن مؤوي 96.4% ثم الفيس بوك 81% ، وأخيرا اليوتيوب 74.6% .

- وحول دوافع التعرض النفعية لاستخدامهم شبكات التواصل الاجتماعي جاءت بنسب مرتفعة وفي مقدمتها " أستفيد من تجارب الآخرين وخبراتهم الحياتية" بنسبة 80.9%، ثم " تمدني بالأخبار أسرع من الوسائل الإعلامية الأخرى " بنسبة 79.4% ، كما جاءت الدوافع الطقوسية لاستخدامهم شبكات التواصل الاجتماعي أيضا بنسب مرتفعة جاء في مقدمتها " لشغل وقت فراغي بنسبة 79.3% " ، ثم " لمتابعة الشخصيات المفضلة لي بنسبة 78.2% " ، ثم " تساعدني على الهروب من ضغوط الحياة اليومية" بنسبة 77.2%.

- وحول ثقة عينة الدراسة من الشباب في جامعة فاروس فيما ينشر على اليوتيوب فقد جاءت مرتفعة بمتوسط عام 71.68% من اجمالي آراء العينة.

- تنوعت تأثيرات الاعتماد على شبكات التواصل الاجتماعي وقد تصدر التأثيرات المعرفية حيث جاءت في المقدمة مثل (زادت من معلوماتي - أضفت بعض القيمة - ساهمت في تكوين وجهة نظري -

ساعدتني على تقديم حلول)، ثم تبادل الأدوار بين التأثيرات الوجدانية والسلوكية ، ومن التأثيرات الوجدانية (ساهمت في رفع الروح المعنوية - أثارت تعاطفي- خلق نوع من عدم المبالاة - ضاعفت من خوفي- أثارت غضبي) ، ومن التأثيرات السلوكية (زادت من تفاعلي- ساعدتني على الإقلاع عن- وساهمت في ترسيخ القيم - أكسبتني بعض المهارات - ساعدتني في ترتيب أولوياتي) -ثبوت عدم وجود علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين كثافة استخدام طلاب جامعة فاروس بالإسكندرية لشبكات التواصل الاجتماعي ومستوى الذات لديهم.

-وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين دوافع استخدام طلاب جامعة فاروس النفعية والطقوسية لشبكات التواصل الاجتماعي والتأثيرات المعرفية والسلوكية المترتبة على هذا الاعتماد كما بينت العلاقات الإحصائية بينما لم يثبت وجود علاقة مع التأثيرات الوجدانية.

-وجود علاقة دالة إحصائية بين دوافع التعرض (النفعية - الطقوسية) لدى طلاب جامعة فاروس بالإسكندرية لشبكات التواصل الاجتماعي ودرجاتهم على مقياس مفهوم الذات لديهم.

ثانياً: توصيات الدراسة:

بعد العرض السابق لما توصلت إليه الدراسة من نتائج نوصي بالتالي:

1- لصناع القرار والإعلاميين في الدولة:

- ضرورة متابعة مواقع التواصل الاجتماعي والتأكد من المضامين التي تبث عليها؛ لثقة الشباب بها.

- ضرورة انتاج مضامين تناسب الشباب وتناسب العصر لضمان متابعة الشباب لها.

- العمل على زيادة ثقة الشباب في أنفسهم ودفعهم للعمل والإنتاج.

2-لصناع القرار في الجامعات المصرية:

- التوسع في استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في النواحي الدراسية؛ فالشباب يحبها ويثق بها، فقد تكون دافع إلى الإنجاز.

- توظيف النظرة الإيجابية للشباب نحو ذواتهم في تنمية مهاراتهم واستثمار طاقاتهم في البناء و التعمير لمصر في الجمهورية الجديدة .

المراجع والمصادر

1- بدر، أحمد أحمد محمد، شمس، أمل عبد الفتاح، إبراهيم، ريم أحمد (2018). مفهوم الذات وصورة الآخر لدى عينة من الأحداث المودعين بمؤسسات الأحداث بالقاهرة الكبرى، مجلة العلوم البيئية، م (44) ، ج (2)، معهد الدراسات والعلوم البيئية، جامعة عين شمس ، ص 145.

2- Sumadevi S. (2023). Impact of social media on Youth: Comprehensive Analysis. International Council for Education Research and Training , Shodh Sari-An

International Multidisciplinary Journal, Vol. 02, Issue 04, 286-301, DOI: <https://doi.org/10.59231/SARI7640>.

- 3- Eqra Imam, M. Tanisha A.C (2023). Role of Social Media in Interpersonal Relationship Among Youth, International Journal for Modern Trends in Science and Technology, Volume9, Issue08, pages1118. https://www.researchgate.net/publication/374337882_Role_of_Social_Media_in_Interpersonal_Relationship_Among_Youth.
- 4- مراد، سارة فيصل (2023). التعرض لصانعي المحتوى على اليوتيوب ((YouTubers وعلاقته بتشكيل الهوية والسلوك الاجتماعي لدى المراهقين، رسالة دكتوراه غير منشورة. جامعة القاهرة. كلية الإعلام. قسم الإذاعة والتلفزيون.
- 5- حسن، نادية جمال الدين (2023). تأثيرات شبكات التواصل الاجتماعي على الهوية الثقافية للشباب المصري، رسالة دكتوراه غير منشورة، جامعة عين شمس. كلية الآداب. قسم علم الاجتماع.
- 6- الدراجيني ، نورهان طلعت (2023). عرض المراهقات لشبكات التواصل الاجتماعي وعلاقته بصورة الجسد لديهن، ماجستير غير منشورة، جامعة عين شمس. كلية الدراسات العليا للطفولة. قسم الاعلام وثقافة الاطفال.
- 7- ABDULLAH, N. H., HASSAN, I., AHMAD, M. F., OMAR, F. I., AZMI, M. N. L.(2021). YOUTUBE USAGE AND YOUTH NETIZENS' BEHAVIORS: A CORRELATIONAL STUDY, QUANTUM JOURNAL OF SOCIAL SCIENCES AND HUMANITIES 2(2), pp. 56-64.
- 8- Jane Harris, Amanda Atkinson, Michael Mink, and Lorna Porcellato(2021). Young People's Experiences and Perceptions of YouTuber-Produced Health Content: Implications for Health Promotion, Health Education & Behavior, Vol. 48(2) 199-207.
- 9- محمدى ، وداد حسين (2021) استراتيجيات تقديم الذات النسائية عبر مواقع التواصل الاجتماعي و علاقتها بتقدير الذات ، رسالة ماجستير غير منشورة ، جامعة القاهرة ، كلية الإعلام ، قسم الصحافة.
- 10- Csilla Czeglédi, Eszter Boros , Erika Varga , Klara Veresné Valentiny (2019). Social Media Nnetworking Among Uuniversity Students at Szent Istvan University, Trend v podnikani – Business Trwnds , 9(3), 26-32.
- 11- بني فواز، سهاد محمود عبد الرحمن (2018). التواصل الاجتماعي الإلكتروني وعلاقته بتقدير الذات لدى طالبات جامعة الجوف، مجلة دراسات عربية في التربية وعلم النفس) رابطة التربويين العرب (المجلد 99، العدد 99 يوليو 2018، ص ص 291-312.
- 12- Lisa Thomas, Pam Briggs, Andrew Hart, Finola Kerrigan (2017). Understanding social media and identity work in young people transitioning to university, Computers in Human Behavior, Volume 76, November 2017, Pages 541-553
- 13- عبد الرحمن، سعد حسين (2024). أبعاد مفهوم الذات لدى الموهوبين والمتفوقين عقليا ذوي التحصيل المرتفع والمنخفض ، رسالة دكتوراه غير منشورة ، جامعة المنصورة. كلية التربية. قسم علم النفس التربوي.
- 14- محمد، هاجر الأحمدى حافظ (2024). السعادة وعلاقتها بالرضا عن الحياة وتقدير الذات لدى عينه من الطلاب المشاركون بالأنشطة الطلابية. رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة المنصورة، كلية الآداب، قسم علم النفس.

- 15- عبد الرازق، اسراء سالم (2023). قلق المستقبل وعلاقته بالهناء الشخصي ومستوى الطموح لدى عينة من طلاب المرحلة الجامعية، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة المنصورة. كلية الآداب، قسم علم النفس.
- 16- Abdallah S Almahaireh, Aseel O Ajlouni(2022).The Degree of Using Social Media Sites and its Relationship to Self-Concept and Happiness among University Youth, June 2022,Dirasat Human and Social Sciences 49(3):414-436,DOI: [10.35516/hum.v49i3.1369](https://doi.org/10.35516/hum.v49i3.1369)
- 17- Silje Steinsbekk , Lars Wichstrøm , Frode Stenseng , Jacqueline Nesi, Beate Wold Hygen, Věra Skalická (2021).The impact of social media use on appearance self-esteem from childhood to adolescence – A 3-wave community study, *Computers in Human Behavior*, Volume 114, January 2021, 106528, <https://doi.org/10.1016/j.chb.2020.106528>
- 18- Kwara Rainer Abadali, Stephen Asatsa , & Maria Ntaragwe (2021). Adolescents' Social Networking and Self-Concept in Public Mixed Day Secondary Schools in Kajiado North Sub-County, Kenya , International Journal of Research and Innovation in Social Science (IJRISS) |Volume V, Issue VII, July 2021|ISSN 2454-6186.
- 19- Anastasia Botou, Petros-Stylianios Marsellos (2018) .Teens' Perception about Social Networking Sites: Does Facebook Influence Teens' Self-Esteem? *Psychology > Vol.9 No.6*, June 2018, DOI:10.4236/psych.2018.96089.
- 20- مصطفى، همت مختار (2016). استخدام موقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك وعلاقته بالثقة بالنفس وتقدير الذات والأمن النفسي لدى عينة من طلاب المؤسسات الإيوائية ، مجلة التربية ، جامعة الأزهر ، مج 35، ع 167، 2016 ، ص ص 281-351 7583.
- 21- أحمد، محمد رمضان (2018). تقدير الذات لدى مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي وعلاقته بصورتهم الذهنية: دراسة ميدانية على عينة من الجمهور المصري، *المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال* ، جامعة الأهرام الكندية ، ع 22 سبتمبر 2018 ، ص 42-71
- 22- Muqaddas Jan, Sanobia Anwwer Soomro, Nawaz Ahmad (2017). *Impact of Social Media on Self-Esteem , European Scientific Journal August 2017 edition Vol.13, No.23 ISSN: 1857 – 7881 (Print) e – ISSN 1857- 7431*
- 23- رسمية حنون (2001). مفهوم الذات لدى طلبة جامعة النجاح الوطنية في فلسطين ، دراسات نفسية ، رابطة الاختصاصيين النفسيين المصرية (رأنم) مج 11 ، ع 3 ، ص 379 - 416 <https://search.mandumah.com/Record/11032>
- 24- Denis McQuail, *Mass Communication Theory: An Introduction, 3ed ,1994, SAGE Publications, London thousand oaks. New Delhi.p3012*
- 25- سوزان يوسف القليني . "مدى اعتماد الصفوة المصرية على التلفزيون في وقت الأزمات دراسة حالة على حادث الأقصر " مجلة الإعلام ، العدد الرابع ، ديسمبر 1998 . ص 35 .

26- ترجمة كمال عبد الرؤوف. ملفن ، ساندرا. نظريات وسائل الإعلام ، ط1 ، (القاهرة: الدار الدولية للنشر والتوزيع، 1992)، ص 414 - 415

27- Ball-Rokeach, S. J. : *The origins of individual media-system dependency: A social framework. Communication Research*, 12 (4), 1985, pp 485-510.

28- Melvin I. Defleur and Sandra j. Ball Rokeach : *Theories Of mass communication* , 4TH ed , New Yourk & London : Longman, 1982.

29- محمود حسن إسماعيل : مبادئ علم الاتصال ونظريات التأثير ، (القاهرة: الدار العالمية للنشر والتوزيع ، 2003) ص.280.

30- Jhon, Vivian, *The Media of Mass Communication, All yan and Boconad vision of simpon & Schuster*, 1993, 2nd, p.340.

31- محمد عبد الحميد ، دراسة الجمهور في بحوث الإعلام (القاهرة : عالم الكتب ، 1997) ص220

32- عبد الرحمن محمد الشامي ، استخدامات القنوات التليفزيونية المحلية و الدولية : الدوافع و الإشباعات ، رسالة دكتوراه غير منشورة (مصر : كلية الإعلام جامعة الأزهر ، 2002) ص72.

33- صفاء فوزي ، علاقة الطفل المصري بوسائل الاتصال الالكترونية- دراسة ميدانية على أطفال الريف و الحضر ، رسالة ماجستير غير منشورة (القاهرة : كلية الاعلام جامعة القاهرة ، 2003) ص167 .

34- حسن عماد مكاوي وليلى حسين السيد ، الاتصال و نظرياته المعاصرة ، ط1 (القاهرة : الدار المصرية اللبنانية ، 1998) ص 250.

35- هبة شاهين ، استخدام الجمهور المصري للقنوات الفضائية العربية ، رسالة دكتوراه غير منشورة (القاهرة : كلية الاعلام جامعة القاهرة ، 2000) ص239 .

36- Alan M. Rubin ; *Media Gratification through the life cycle sss* , by ; K..E Rosengreen , L. Awenner ; *Media Gratification Research , current perspectives (Beverly hills : sage , 1985) p. 204 .*

37- Lawrence A . wanner , " the Nature of new Gratifications " In : K.E. rosengreen , L.A wanner and p. Balmgreen (Eds.) " *Media Gratification research : current perspectives (Beverly Hills : sage , 1985) pp . 161- 193 .*

38- بومدين ، سليمان، بن صفيير ، كريمة(2015). مفهوم الذات - مقارنة نفسية- حوليات جامعة قالمة لعلوم الاجتماعية والإنسانية العدد 13 ، ديسمبر 2015، ص34.

39- الجيزاني، محمد كاظم جاسم (2012). مفهوم الذات والنضج الاجتماعي، ط1، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، ص22.

40- بهادر، سعدية محمد (1983). من أنا، مراجعة وتقديم كافية رمضان، وزارة التربية، مؤسسة الكويت للتقدم العلمي، الكويت، ص33.

41- بدر، أحمد أحمد محمد، شمس، أمل عبد الفتاح، إبراهيم، ريم أحمد (2018). مفهوم الذات وصورة الآخر لدى عينة من الأحداث المودعين بمؤسسات الأحداث بالقاهرة الكبرى، مرجع سابق، ص 145.

42- أبو شمه، إياد (1995). مفهوم الذات لدى لاعبين كرة السلة في الأردن، رسالة ماجستير غير منشورة، الجامعة الأردنية: الأردن.

43- أبو زيد، إبراهيم، (1987). سيكولوجية الذات والتوافق، الاسكندرية، دار المعرفة الجامعية.

44- المرتضى، الهام يحيى عبد الولي (2018)، مفهوم الذات لدى عينة من طالبات كلية التربية للطفولة المبكرة وعلاقته بلغة التخصص الدراسي (عربي - انجليزي)، مجلة الطفولة، ع (29)، كلية التربية للطفولة المبكرة، جامعة عين شمس، ص 836.

45- مراد، عوده سليمان، محاسنة، عمر موسى، الطورة، هارون محمد (2018). مفهوم الذات وعلاقته بالتكيف الاجتماعي لدى عينة من طلبة المرحلة الأساسية العليا في مدارس تربية لواء الشوبك، دراسات، العلوم التربوية، المجلد 45، العدد 4، ملحق 3، ص 72.

46- بومدين، سليمان، بن صفيير، كريمة (2015). مفهوم الذات - مقارنة نفسية- مرجع سابق، ص 33.

47- مراد، عوده سليمان، محاسنة، عمر موسى، الطورة، هارون محمد (2018). مفهوم الذات وعلاقته بالتكيف الاجتماعي لدى عينة من طلبة المرحلة الأساسية العليا في مدارس تربية لواء الشوبك، مرجع سابق، ص 74.

48- عبد الحميد، محمد (1993). دراسة الجمهور في بحوث الاعلام، ط1، القاهرة: عالم الكتب، ص 93.

49- تم عرض استمارة الاستبيان على السادة الاتي أسمائهم:

- أ.د/ سهام نصار: أستاذ الصحافة - كلية الآداب - جامعة حلون.

- أ.د/ نائلة عمارة: أستاذ وعميد كلية الإعلام وفنون الاتصال - جامعة فاروس.

- أ.د/ طه نجم: أستاذ ورئيس قسم الإعلام - كلية الآداب - جامعة الإسكندرية.

- أ.د/ هويدا مصطفى: أستاذ وعميد كلية الإعلام - جامعة مصر للعلوم والتكنولوجيا.

- أ.د/ محمد اسماعيل: أستاذ النقد التلفزيوني - أكاديمية الفنون.

- أ.م.د/ رجاء الغمراوي: أستاذ مساعد ورئيس قسم الراديو والتلفزيون - كلية الإعلام وفنون الاتصال - جامعة فاروس.

- أ.م.د/ تامر سكر: أستاذ مساعد ورئيس قسم الإعلام - كلية الآداب - جامعة أسوان.

- أ.م.د/ هاني الخطيب: أستاذ مساعد ورئيس قسم العلاقات العامة والإعلان - كلية الإعلام - جامعة جنوب الوادي.

50- Abdallah S Almahaireh, Aseel O Ajlouni (2022). The Degree of Using Social Media Sites and its Relationship to Self-Concept and Happiness among University Youth, , op. cit. p426.

51- Silje Steinsbekk , Lars Wichstrøm , Frode Stenseng , Jacqueline Nesi, Beate Wold Hygen, Věra Skalická (2021). The impact of social media use on appearance self-esteem from childhood to adolescence – A 3-wave community study, Computers in Human Behavior, Volume 114, January 2021, 106528, <https://doi.org/10.1016/j.chb.2020.106528>

52- Sumadevi S. (2023). Impact of social media on Youth: Comprehensive Analysis. International Council for Education Research and Training , op. cit. p288

- 53- Abdallah S Almahaireh, Aseel O Ajlouni(2022).The Degree of Using Social Media Sites and its Relationship to Self-Concept and Happiness among University Youth, , op. cit. p426.
- 54- Kwara Rainer Abadali, Stephen Asatsa , & Maria Ntaragwe (2021). Adolescents' Social Networking and Self-Concept in Public Mixed Day Secondary Schools in Kajiado North Sub-County, Kenya , International Journal of Research and Innovation in Social Science (IJRISS) |Volume V, Issue VII, July 2021|ISSN 2454-6186.
- 55- Sumadevi S. (2023). Impact of social media on Youth: Comprehensive Analysis. International Council for Education Research and Training , op. cit. p289.
- 56- Jane Harris, Amanda Atkinson, Michael Mink, and Lorna Porcellato(2021). Young People's Experiences and Perceptions of YouTuber-Produced Health Content: Implications for Health Promotion, Health Education & Behavior, Vol. 48(2) 199-207.

Ain Shams Journal of Media Research

A Scientific Journal Issued by the Faculty of Mass Communication

Ain Shams University

Issue 2: July/December 2025

Editor-in-Chief: Prof. Heba Shahin

Deputy Editors-in-Chief:

Prof. Elsayed Bahnassy

Professor of Marketing Communications, Faculty of Mass Communication, Ain Shams University.

Prof. Salwa Suliman

Deputy for Education and Students' affairs, Faculty of Mass Communication, Ain Shams University

Prof. Ahmed Farouk Radwan

Professor of Public Relations and Advertising, University of Sharjah

Prof. Amani Albert

Head of Public Relations and Advertising Department, Faculty of Mass Communication, Beni Suef University.

Managing Editor: Dr. Flora Ekram

Technical Director: Dr. Menna Abdelhamid

Editorial Secretary: Dr. Marwa Said

Website: <https://jasm.journals.ekb.eg/>

Email: ASJMR@masscomm.asu.edu.eg

Deposit Number:24440

ISSN (Print version): 3062-5645

ISSN (Online version): 3062-5653