

تقدير الذات لدى مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي وعلاقته بصورتهم الذهنية

دراسة ميدانية على عينة من الجمهور المصري

د. محمود رمضان أحمد

أستاذ مساعد بكلية الإعلام -
جامعة بني سويف

مقدمة

شهد العالم خلال العقد الأخير من القرن الماضي تغيرات متلاحقة ومتسارعة في تكنولوجيا الاتصال والمعلومات، وهذه التغيرات ليست كمية فحسب، بل نوعية أيضاً، مما يسر للأفراد إمكانية التواصل. ولا شك أن أهم وسائل الاتصال الآن على مستوى العالم هي الانترنت، هذه الوسيلة التي غيرت شكل الحياة في مدة زمنية متناهية الصغر، محققة غايات وأهداف عظيمة؛ أعقبها ظهور شبكات التواصل الاجتماعي واستخدامها بشكل كبير في جميع دول العالم ومن ثم العالم العربي، والدخول إلى عصر المجتمع المعلوماتي، وما يحمله ذلك من تأثيرات سياسية واقتصادية واجتماعية وثقافية على المجتمع ككل.

ولقد أصبحت المهام والوظائف التي تؤديها الإنترنت ومن ثم شبكات التواصل الاجتماعي تقديم أدوار استثنائية، لا تقف عند حدود كونها منصات معلوماتية أو إعلامية أو اتصالية، ولم يقتصر الاعتماد عليها كميادين مفتوحة للتعبير عن الآراء والأفكار المختلفة وتبادلها مع الغير، أو بناء علاقات اجتماعية من خلالها، بل أفرزت هذه الوسائل استخدامات أخرى لشبكات التواصل الاجتماعي يمكن أن يكون لها تأثير على الجوانب الاجتماعية والنفسية للفرد داخل مجتمعه، الأمر الذي قد يغير بعض جوانب من منظومة القيم المتعارف عليها في المجتمع، خاصة فيما يتعلق بالعلاقات الإنسانية بكل أشكالها ومفرداتها، والعلاقة الذاتية للفرد مع نفسه ونظرته لها.

ويعدها أصبح الأفراد يتفاعلون مع تلك الوسيلة عبر حساباتهم الموجودة على شبكات التواصل الاجتماعي سواء بإضافة الموضوعات والتعليق على الصور والمشاركات وغيرها من وسائل التفاعل الأخرى مما قد يؤثر على العلاقات الاجتماعية بين الأفراد، خاصة وأن تلك المواقع أصبحت من الممارسات اليومية المفضلة لدى الجمهور المستخدم وتحديداً فئة الشباب، نتيجة لتوافق سمات تلك المواقع مع خصائص الشباب الذي يتسم بالتفاعل والسرعة والتغير المستمر مما جعل البعض يصف هذا الجيل بأنه الجيل الرقمي.

كما أن استخدام شبكات التواصل الاجتماعي -على سبيل المثال من أجل زيادة المعارف- فإن إيجابياته قد تكون أقل من سلبياته، فقد تحول إلى وسيلة بديلة عن الاختلاط الحقيقي الفعلي المباشر بالآخرين، إذ أن عدم الاتصال والتفاعل والاختلاط الحقيقي يرتبط بنظرة الشخص لذاته ونظرة الناس له؛ فبمجرد أن يبدأ الشخص بالإبحار والتواصل مع الآخرين في هذا العالم الافتراضي، يجد نفسه متعلقاً بشكل كبير بهذه الشبكة، دون أن يشعر بمرور وقته الفعلي من ساعات ودقائق، ويتولد لديه الارتباط بهذه الشبكة، وبالتدرج يتحول هذا الاعتماد إلى إدمان، حيث تزداد لديه دافعية الاستخدام والتعلق المفرط به كبديل عن عالمه الحقيقي.

وهناك العديد من الحالات النفسية والشعورية والاجتماعية المقصودة من وراء عملية الاستخدام هذه، فبعض الأفراد اعتبر أن عالمه على شبكات التواصل الاجتماعي هو ملاذ للشعور بذاته وكيانه للهروب من واقع أليم لا يراه فيه أحد بل هو لا يرى نفسه فيه بشكل مادي، وبعضهم يستخدمه لتحقيق شهرة نسبية، وبعضهم استخدمه للظهور بشخصية تختلف عن شخصيته الواقعية التي يعيشها بين الناس، وكأن عالمه الافتراضي المثالي بديلاً عن عالمه الواقعي المشوب، فهو يحاول أن يظهر بالشخصية التي يرى أنها المفضلة عند الناس أو هو يعتقد ذلك، بحيث تكون متوافقة مع ذاته الحالية ومع ما يراه الناس والمجتمع بشكل عام، وقد تكون الشخصية المقدمة لمجرد تقديم صورة مختلفة عن ذاته حتى ولو لم تكن مرغوبة من المجتمع. والبعض اعتبره الوسيلة الأسلم ليعبر عن مشاعره المختلفة سواء بالحب أو الكره أو الاستياء أو السعادة، وغيرها... ومنهم من اعتبره قناة مفتوحة للتعبير عن رأيه السياسي والديني والاقتصادي والاجتماعي. لذلك كانت هذه الدراسة مدخلاً للبحث عن طبيعة العلاقة بين الحصول على تقدير الذات واستخدام شبكات التواصل الاجتماعي.

مشكلة الدراسة:

في ضوء تزايد انتشار استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في المجتمعات العالمية والعربية بشكل عام، وفي المجتمع المصري بشكل خاص، وهو ما أوضحته نتائج الدراسات السابقة، وعلى رأس هذه الشبكات يعد الـ Twitter والـ Facebook والـ whatsapp و Instagram من أهم المنصات

ويعدها أصبح الأفراد يتفاعلون مع تلك الوسيلة عبر حساباتهم الموجودة على شبكات التواصل الاجتماعي سواء بإضافة الموضوعات والتعليق على الصور والمشاركات وغيرها من وسائل التفاعل الأخرى مما قد يؤثر على العلاقات الاجتماعية بين الأفراد، خاصة وأن تلك المواقع أصبحت من الممارسات اليومية المفضلة لدى الجمهور المستخدم وتحديداً فئة الشباب، نتيجة لتوافق سمات تلك المواقع مع خصائص الشباب الذي يتسم بالتفاعل والسرعة والتغير المستمر مما جعل البعض يصف هذا الجيل بأنه الجيل الرقمي.

كما أن استخدام شبكات التواصل الاجتماعي -على سبيل المثال من أجل زيادة المعارف- فإن إيجابياته قد تكون أقل من سلبياته، فقد تحول إلى وسيلة بديلة عن الاختلاط الحقيقي الفعلي المباشر بالآخرين، إذ أن عدم الاتصال والتفاعل والاختلاط الحقيقي يرتبط بنظرة الشخص لذاته ونظرة الناس له؛ فبمجرد أن يبدأ الشخص بالإبحار والتواصل مع الآخرين في هذا العالم الافتراضي، يجد نفسه متعلقاً بشكل كبير بهذه الشبكة، دون أن يشعر بمرور وقته الفعلي من ساعات ودقائق، ويتولد لديه الارتباط بهذه الشبكة، وبالتدرج يتحول هذا الاعتماد إلى إدمان، حيث تزداد لديه دافعية الاستخدام والتعلق المفرط به كبديل عن عالمه الحقيقي.

ويعتبر هذا الإدمان لشبكات التواصل الاجتماعي نقطة البداية لكثير من المشكلات التي يعاني منها الفرد وأشدّها تأثيراً هي مشكلة الاعتماد على هذه الشبكات الاجتماعية في تحقيق تقدير الذات؛ لذا أصبح موضوع استخدامها وعلاقته بتقدير الذات لدى الفرد موضع اهتمام العديد من المتخصصين في مجال الاتصال وعلم النفس وعلم الاجتماع؛ إلا أن هذا الاهتمام في معظمه جاء على مستوى وصف الآثار السلبية الناتجة من استخدام أو إدمان شبكات التواصل الاجتماعي، والعمل على وضع البرامج والحلول للتخفيف من حدوثها، علماً بأن الفرد الذي يحاول الحصول على تقدير الذات من خلال تواجده وتواصله وتفاعله على الشبكة قد يفاجأ بنتائج عكسية غير متوقعة بالنسبة له قد تؤثر سلباً على تقديره لذاته.

فقد يهدف الفرد في سلوكه الاتصالي على شبكات التواصل الاجتماعي لأن يشعر بقيمته وأهمية الدور الذي يقوم به في حياته، وأن يلقي بتقدير الآخرين لما يقوم به من أعمال، وعند قيامه بعمل ما يود أن يشعر بالنجاح وعدم

الإعلامي.

■ وكذلك جدة الموضوع، فبالرغم من وجود بعض الدراسات التي تتناول تأثير استخدام شبكات التواصل الاجتماعي وتأثيراتها النفسية والاجتماعية من خلال البحث في العلاقات والتفاعل بين الأفراد على هذه الوسيلة، أو الوصول إلى مرحلة إيمان استخدامها، إلا أن هناك ندرة في الدراسات المتعلقة ببحث أهداف استخدام هذه المواقع للحصول على تقدير الذات، وانعكاس ذلك الاستخدام على الصورة الذهنية المتبادلة بين المستخدمين.

■ أيضاً محاولة للفت نظر المختصين إلى الآثار الناتجة عن استخدام شبكات التواصل الاجتماعي، نظراً لأهميتها وقوة جاذبيتها وتخطيها لحواجز المكان والزمان وعدم وجود قيود على استخدامها.

■ بالإضافة إلى محاولة مواكبة الدراسات والاتجاهات العالمية الحديثة، حيث تشهد الآونة الأخيرة طرماً جاداً وتطوراً ملحوظاً في دراسات وسائل الاتصال، وتنامياً كبيراً في إجراء الدراسات التي تبحث في السمات الإيجابية والسلبية لشبكات التواصل الاجتماعي والإعلام الجديد وتأثيراتها على جمهور المستخدمين.

■ وأخيراً ندرة الدراسات العربية التي اختبرت نظرية تقدير الذات.

أهداف الدراسة:

يتحدد الهدف الرئيس للدراسة في رصد وتوصيف وتحليل العلاقة بين استخدام شبكات التواصل الاجتماعي وتقدير الذات لدى الجمهور المصري، وتأثير ذلك على سلوكهم الاتصالي وصورتهم لدى الآخرين. وينبثق عن هذا الهدف عدة أهداف فرعية:

- 1- الكشف عن العلاقة بين تقدير الذات واستخدام شبكات التواصل الاجتماعي.
- 2- التعرف على تأثير الفروق بين الجمهور المصري من حيث النوع في درجة استخدام شبكات التواصل الاجتماعي.
- 3- التعرف على العوامل المؤثرة في تقدير الذات لدى الجمهور المصري.
- 4- التعرف على مستوى تقدير الذات واستخدام شبكات التواصل الاجتماعي.
- 5- التعرف على درجة الفروق بين الجمهور المصري من

العالمية على الشبكة، وأكثرها انتشاراً لدى المستخدمين؛ فهي تتيح الفرصة للتعبير عن الرأي والذات بالإضافة إلى عنصر الاتصال والتفاعلية. كما أن شبكات التواصل الاجتماعي يستخدمها البعض كنوع من الرفاهية، والبعض يعتبرها أداة مهمة للاتصال والمعرفة ومعرفة الأحداث، في حين يرى فيها البعض فرصة للتعبير عن ذاته، وسوق مفتوحة يعرض فيها الشخص صورة معينة عن نفسه للآخرين.

وبالتالي، فإنه وفي ضوء الاهتمام بالدراسات التي تقيس التأثيرات المختلفة لاستخدامات شبكات التواصل الاجتماعي كالثقة بالنفس، والصدق في التعبير عن النفس، والتفاعل والتواصل مع الغير، وكذلك الرضا عن الذات، وتقدير الذات، والتي تهتم بتأثير استخدامها على النواحي الإدراكية والنفسية والسلوكية للمستخدمين سواء كانت إيجابية أو سلبية، وقد تنعكس هذه الممارسات السلوكية على صورة الشخص لدى الآخرين؛ لذا يصبح من المهم بل من الضروري أن ندرس العلاقة بين استخدام شبكات التواصل الاجتماعي وتقدير الذات لدى الجمهور وتأثير ذلك على سلوكهم الاتصالي وصورتهم لدى الآخرين، وأن نخضع هذه العلاقة لنوع من التقصي بهدف الكشف عن علاقات التأثير الكلية المتبادلة بين التكنولوجيا والفرد.

ومن هذا المنطلق، تتحدد الإشكالية البحثية لهذه الدراسة في توصيف وتحليل استخدام الجمهور (المصري) لشبكات التواصل الاجتماعي وعلاقته بتقدير الذات لديهم وتأثيرات ذلك على سلوكهم الاتصالي وصورتهم لدى الآخرين في ضوء نظريتي تقدير الذات والحضور الاجتماعي.

أهمية الدراسة:

■ تكمن أهمية البحث في أنه محاولة لمعرفة العلاقة بين كل من تقدير الذات واستخدام شبكات التواصل الاجتماعي، وتأثير ذلك على السلوك الاتصالي للفرد وصورته لدى الآخرين، حيث تفرض علينا هذه العلاقة بحث مدى فاعلية ومشاركة الفرد في تسيير أمور المجتمع، فقيمة كل فرد في مجتمعه تتحدد من خلال احترامه وتقديره لذاته ورأيه وإسهامه في تسيير أمور مجتمعه، كما أن هذا النوع من الدراسات قليلة في مجال الإعلام والاتصال الذي تقع في إطاره هذه الدراسة، في حدود علم الباحث، ويأمل الباحث في أن تسهم هذه الدراسة في وضع لبنة صغيرة في مجال البحث

اتجاهاً، وهذا الاتجاه نحو الذات يختلف من الناحية الكمية عن اتجاهاته نحو الموضوعات الأخرى.

2- **نظرية كوبر سميث(2):** واستخلص نظريته لتفسير تقدير الذات من خلال دراسته لتقدير الذات عند أطفال ما قبل المدرسة الثانوية، حيث ذهب إلى أن تقدير الذات مفهوم متعدد الجوانب، ولذا فعلينا ألا نتعلق بجانب واحد ومدخل معين لدراسته، بل علينا ان نستفيد منها جميعاً لتفسير الأوجه المتعددة لهذا المفهوم، ويؤكد -أيضاً- بشدة أهمية تجنب وضع الفروض غير الضرورية، فضلاً عن ذلك يرى كوبر سميث أن تقدير الذات ظاهرة أكثر تعقيداً لأنها تضمن كلاً من تقدير الذات ورد الفعل أو الاستجابة الدفاعية، وإذا كان تقدير الذات يتضمن اتجاهات تقيمه نحو الذات فإن هذه الاتجاهات تتسم بقدر كبير من العاطفة، فتقدير الذات عند سميث هو الحكم الذي يصدره الفرد على نفسه متضمناً الاتجاهات التي يرى أنها تصفه على نحو دقيق، ويقسم تعبير الفرد عن تقديره لذاته إلى قسمين (التعبير الذاتي) وهو إدراك الفرد لذاته ووصفه لها، و (التعبير السلوكي) ويشير إلى الأساليب السلوكية التي تفصح عن تقدير الفرد لذاته، التي تكون متاحة للملاحظة الخارجية.

3- **نظرية إيشتاين(3):** من نظريات الذات التي سعى فيها «إيشتاين Epstein» إلى توضيح ماهية مفهوم الذات بقوله: "إن كل شخص يضع هيئة أو صياغة للذات اعتماداً على قدرتها وصلاحياتها بشكل غير مقصود طبقاً لخبراته المختلفة، وبشكل الجزء الأكبر من هذه الصياغة احتراماً كاملاً للذات بمقدار الخبرات المرتبطة بالإنجاز، وزيادة تقدم الفرد، فإن نظريته تزداد تعقيداً، ومع ذلك يظل متمسكاً بمبادئها الأساسية، بمعنى أن اعتقاد شخص ما في قيمته وأهميته قد لا يتغير كثيراً بشكل جذري، ودائماً تتغير الاستنتاجات المستخلصة من هذه الاعتقادات، أو يعاد فحصها والتحقق منها مرة أخرى بتقدم العمر وزيادة خبرات الحياة، فاعتقاده بأنه إنسان ذو قيمة ليس بالضرورة أن يتخلص منه في جميع الحالات، وأنه من السهل أن يحبني الآخرون مثلاً، ويتطور هذا المفهوم التقويمي وفقاً لملاحظات عن ذاته، أنه كموضوع مجرد وفقاً لكيفية رؤية الآخرين له، وهو على هذا النحو أمر مكتسب يتوقف بالدرجة الأولى على خبرات التنشئة الأولى ومدى الاستحسان والاستهجان الذي لقيه الفرد أو يلقاه من قبل ذوي أهمية في حياته.

حيث النوع والخصائص الديموجرافية في مستوى الشعور بتقدير الذات على شبكات التواصل الاجتماعي وانعكاس ذلك على صورتهم لدى الآخرين.

6- التعرف على تأثير العلاقة بين هدف الحصول على تقدير الذات على شبكات التواصل الاجتماعي والسلوك الاتصالي للجمهور وانعكاسه على صورتهم لدى الآخرين.

7- مقارنة نتائج هذه الدراسة بنتائج الدراسات السابقة للخروج بمؤشرات جديدة فيما يتعلق ببحث أسباب ودوافع استخدام الناس لشبكات التواصل الاجتماعي كمجتمع افتراضي وواقع تخيلي، ومدى انعكاس ذلك على تقديرهم لذاتهم، وانعكاسه على واقعهم الفعلي وصورتهم لدى الآخرين.

الإطار النظري للدراسة:

تعتمد الدراسة في إطارها النظري على نظرية (تقدير الذات)، حيث يرى الباحث أن هذه النظرية تساعد في تحديد مشكلة الدراسة وفي تفسير نتائجها.

■ نظرية تقدير الذات The self-esteem Theory

هناك العديد من النظريات المفسرة لتقدير الذات وسوف نرصد بعضها في النقاط التالية:

1- **نظرية روزنبرج(1):** وتعتبر هذه النظرية من أوائل النظريات التي وضعت أساساً لتفسير وتوضيح تقدير الذات، حيث ظهرت هذه النظرية من خلال دراسته للفرد وارتقاء سلوكه وتقييمه لذاته، في ضوء العوامل المختلفة التي تشمل المستوى الاقتصادي والاجتماعي، والديانة، وظروف التنشئة الاجتماعية.

ووضع روزنبرج لذلك ثلاث تصنيفات هي:

- **الذات الحالية أو الموجودة:** وهي كما يرى الفرد ذات وينفعل بها.

- **الذات المرغوبة:** وهي الذات التي يرغب أن يكون عليها الفرد.

- **الذات المقدمة:** وهي صورة الذات التي يحاول الفرد أن يوضحها أو يعرفها للآخرين.

ويسلط روزنبرج الضوء على العوامل الاجتماعية فلا أحد يستطيع أن يضع تقديراً لذات والإحساس بقيمتها إلا من خلال الآخرين، كما أنه يعد تقدير الذات اتجاه الفرد نحو نفسه لأنها تمثل موضوعاً يتعامل معها، ويكوّن نحوها

أولاً: الدراسات المتعلقة باستخدامات الجمهور شبكات التواصل الاجتماعي:

- التعرف على مدى تأثير العلاقات الاجتماعية داخل الأسرة وخارجها من حيث التفاعل مع أصدقاء الدراسة والصدقات القديمة باستخدام الشبكات الاجتماعية والمشاركة المجتمعية وذلك من خلال المقارنة بين الأفراد كثيفي الاستخدام وقليلي الاستخدام، وأجريت الدراسة على عينة قوامها 400 مفردة من مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي.

وتوصلت الدراسة إلى وجود علاقة ارتباطية سلبية بين كثافة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي والتواصل داخل الأسرة؛ فكلما زاد استخدام مواقع التواصل الاجتماعي قل التواصل والتفاعل داخل الأسرة، كما كشفت الدراسة عن عدم وجود علاقة ارتباطية بين كثافة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، والتواصل مع الأصدقاء على أرض الواقع في حين أثبتت الدراسة وجود علاقة ارتباطية بين كثافة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، والمشاركة المجتمعية داخل المجتمع الفعلي.

- قامت (2015) Anne Marie et al (7) بدراسة العلاقة بين تفاعل الأفراد عبر الفيسبوك والمشاركة في الأنشطة المدنية، وأجريت الدراسة على عينة قوامها 1233 من أربع ولايات غرب ماليزيا، وافترضت الدراسة الميدانية بأن علاقة التفاعل الاجتماعي باعتبارها أحد أبعاد رأس المال الاجتماعي الهيكلي عبر الفيسبوك ترتبط إيجابياً بدرجة المشاركة المدنية، كما افترضت بأن علاقات التفاعل الاجتماعي لدى الأفراد ترتبط ارتباطاً إيجابياً بدرجة الثقة، بالإضافة إلى ذلك تفرض بأن الهوية واللغة المشتركة باعتبارها أحد أبعاد رأس المال المعرفي تتأثر بعامل الثقة والتي بدورها تؤثر في درجة المشاركة المدنية .

وأشارت النتائج بأن كثافة التفاعل الاجتماعي أحد العوامل التي يمكن أن يتنبأ بقوة تأثيرها على درجة المشاركة المدنية مقارنة بالعوامل الأخرى ، وتؤكد بأن علاقات التفاعل الاجتماعي، والثقة، والهوية واللغة المشتركة تسهم في تنمية سلوك المشاركة المدنية لدى الأفراد من خلال نشرهم للرسائل والصور والروابط ذات الصلة بالقضايا الاجتماعية بالإضافة إلى إنشائهم صفحات يتبنون بها قضية اجتماعية تقع في دائرة اهتماماتهم فيعملون على نشرها والدفاع عنها باستخدام مهارات التواصل، وهو ما يؤكد بأن الفيسبوك يعزز من

4- نظرية زيلر(4): إن نظرية زيلر في تقدير الذات نالت شهرة أقل من نظريتي روزنبرج وكوبر سميث، وحظيت بدرجة أقل منها، من حيث الذبوع والانتشار، لكنها في الوقت نفسه تعد أكثر تحديداً وأشد خصوصية، أي أن زيلر يعتبر تقدير الذات ما هو إلا البناء الاجتماعي للذات.

وينظر زيلر إلى تقدير الذات من زاوية نظرية المجال الشخصية، ويؤكد أن تقييم الذات لا يحدث في معظم الحالات إلا في الإطار المرجعي الاجتماعي، ويصف تقدير الذات بأنه تقدير يقوم به الفرد لذاته. ويلعب دور المتغير الوسيط أو أنه يشغل المنطقة المتوسطة بين الذات والعالم الواقعي، وعلى ذلك، فعندما تحدث تغييرات في بيئة الشخص الاجتماعية، فإن تقدير الذات هو العامل الذي يحدد نوعية المتغيرات التي ستحدث في تقييم الفرد لذاته تبعاً لذلك.

5- نظرية الذات عند روجرز(5): هذه النظرية جعلت من الذات جوهر الشخصية إذ تعكس عند روجرز مبادئ النظرية الحيوية، وبعض من سمات نظرية المجال. كما أنها تؤكد المجال السيكولوجي وترى أنه منبع السلوك.

كذلك ارتكزت نظرية الذات عند روجرز على عمق خبرته في الإرشاد والعلاج النفسي، وخاصة في الطريقة التي ابتدعها في العلاج النفسي، وهو العلاج المتمركز حول الذات، ومن جهة تلك النظرية فإن الذي يحدد السلوك ليس المجال الطبيعي الموضوعي ولكنه المجال الظاهري «عالم الخبرة» الذي يدركه الفرد نفسه؛ فالمجال الذي تحدث فيه الظاهرة هو الذي يحدد معناها، وأن هذا المعنى أو الإدراك هو الذي يحدد سلوكنا إزاء الموقف.

الدراسات السابقة:

في العرض التالي للدراسات السابقة يلقي الباحث الضوء على الدراسات التي تقترب من الدراسة الحالية والتي تتناول شبكات التواصل الاجتماعي وعلاقتها بتقدير الذات لدى المستخدمين، لذا فإن العرض سيركز على محورين، الأول: دراسات ترصد الأهداف والأسباب المختلفة لاستخدامات الجمهور لشبكات التواصل الاجتماعي، وتأثيراتها النفسية والاجتماعية والاتصالية على جمهور المستخدمين، ومنها دراسات التأثير على السلوك الاتصالي، وعلى الصورة الذهنية للمستخدم. والمحور الثاني الدراسات التي تتناول تقدير الذات.

لدى الشباب ورصد آراء واتجاهات الشباب حول انتشار السلوكيات غير الأخلاقية وعلاقة ذلك بكثافة التعرض لوسائل الإعلام الجديدة في المملكة العربية السعودية ، بالإضافة إلى اختبار العلاقة الارتباطية بين الخصائص الديمجرافية للشباب المتمثلة في النوع ، العمر ، طبيعة الدراسة والنسق القيمي الأخلاقي .

اعتمدت الدراسة في بنائها النظري وصياغة فروضها على كل من نظرية المجال العام ونموذجي الاعتماد والتلقي ، وقد طبقت الدراسة الميدانية على عينة قوامها 600 مفردة من الشباب السعودي في المرحلة العمرية من (35-18) سنة من مدينة جدة.

وأثبتت نتائج الدراسة أن مواقع التواصل الاجتماعي استطاعت أن تخلق مجالاً عاماً أحدث تأثيراً على النسق القيمي الأخلاقي لديهم ، كما أكدت النتائج تأثير كثافة استخدام الشباب السعودي لمواقع التواصل الاجتماعي على الجوانب المعرفية والوجدانية والسلوكية لديهم ، وتبين من نتائج الدراسة عدم وجود فروق دالة إحصائية بين الذكور والإناث في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وفي مستوى النشاط وفي التأثيرات القيمية على اختلاف أنواعها.

- كذلك درست إبراهيم (2014)⁽¹¹⁾ العلاقة بين استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وقدرة هذه المواقع على تعزيز العلاقات الاجتماعية، بالإضافة إلى دراسة نوعية محتوى الصفحات الخاصة بمستخدمي الموقع والمجموعات التي يشتركون فيها وذلك لمحاولة معرفة كيف يمكن لمستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي بناء وتكوين رأس المال الاجتماعي والحفاظ عليه والاستفادة من عوائده ، طبقت الدراسة على عينة قدرها 301 من مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي. وتوصلت الدراسة للعديد من النتائج من أهمها أن هذا السلوك الاتصالي يمكن أن يكون بمثابة إنذار مبكر لاكتشاف انهيار التماسك الاجتماعي وبداية الاغتراب الثقافي، كما يسهم في فهم كيفية الاعتماد على تكنولوجيا الاتصال والمعلومات وكيف أن مهارات الاتصال والمعلومات تكتسب في بيئات التعليم الاجتماعي وبالتالي تكون الاتصالات فعالة مما قد ينعكس على منظمة القيم لدى الأفراد، وتشير النتائج بأن استخدام شبكات التواصل الاجتماعي يُساعد في نشر الأفكار والمعلومات والمعرفة فكلما تواصل الأفراد كان من السهل تبادل المعلومات وتداولها، كما تشير النتائج إلى وجود

مستويات الثقة بين الأعضاء ، بل يفضي أيضاً إلى تحققها في الواقع الفعلي.

- وفي دراستها حول استخدام الأجهزة الإلكترونية الحديثة وعلاقته بالتفاعل الاجتماعي والثقة بالنفس هدفت السويلمي (2014)⁽⁸⁾ معرفة العلاقة الارتباطية بين استخدام الأجهزة الإلكترونية الحديثة والثقة بالنفس لدى الطلاب عينة الدراسة، بالإضافة إلى التعرف على إمكانية التنبؤ بمستوى إيمانهم في استخدام الأجهزة في ضوء متغيرات التفاعل والثقة بالنفس، استخدمت الباحثة المنهج الوصفي الارتباطي وذلك بالتطبيق على عينة قوامها 600 طالب وطالبة من الصف الثالث المتوسط في مدينة الرياض.

وأكدت نتائج الدراسة على وجود علاقة ارتباطية عكسية بين استخدام الأجهزة الإلكترونية الحديثة والتفاعل الاجتماعي لدى عينة الدراسة ، حيث اتضح أنه كلما زاد استخدام الأجهزة الحديثة كلما انخفض مستوى التفاعل الاجتماعي وقل مستوى الثقة بالنفس لدى عينة الدراسة ، كما أشارت نتائج الدراسة إلى إمكانية التنبؤ بإدمان الأجهزة الحديثة في ضوء متغير الثقة بالنفس ، وأكدت النتائج على وجود فروق في استخدام وإدمان الأجهزة الذكية بين الذكور والإناث لصالح الإناث.

- كما سعت دراسة Bonachristus (2014) Umeogu & Ifeoma Ojiakor⁽⁹⁾ إلى التعرف على العلاقة بين استخدام الإنترنت والانحلال الأخلاقي لدى الشباب النيجيري، ودراسة تأثير بعض المتغيرات المتمثلة في إدمان الإنترنت وإخفاء الهوية ، طبقت الدراسة الميدانية على عينة قوامها 200 مفردة تتراوح أعمارهم ما بين 14 إلى 19 عاماً .

وأكدت النتائج على تأثير متغير إدمان الإنترنت في العلاقة بين الإنترنت واكتساب بعض المفاهيم الإيجابية والتي جاءت بدرجة أكبر ومنها الاستفادة من المواد التعليمية والاجتماعية والحصول على المعلومات، كما أكدت النتائج تأثير متغير إخفاء الهوية في العلاقة بين الإدمان والإنترنت واكتساب بعض المفاهيم والسلوكيات السلبية المتمثلة في ارتداء الملابس الغربية القصيرة بالإضافة إلى ضياع الوقت والاضطراب العاطفي وفقدان الخصوصية وضعف الترابط الاجتماعي.

- وهدفت دراسة الجمال (2014)⁽¹⁰⁾ إلى التعرف على تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على النسق القيمي الأخلاقي

العربية المتحدة، والصين وبريطانيا والولايات المتحدة الأمريكية وألمانيا والسويد وتركيا فضلا عن مصر .

وتوصلت الدراسة إلى العديد من النتائج كان من أبرزها؛ يشعر مستخدمي الفيسبوك بأن منظومة قيمهم تأثرت باستخدامهم للموقع، وأنهم سيشعرون بالعزلة وسيفتقدون أصدقاءهم وزملاءهم إذا ما تم إغلاق الفيسبوك، وتؤكد النتائج أن الفيسبوك ساهم في الإنتاج الثقافي كأحد أشكال الممارسات الثقافية الناجمة عن ثقافة الفضاء الافتراضي المتمثل في أدب القصة، والشعر، وفن الكاريكاتير، والأفلام السينمائية، والإبداع الموسيقي مما انعكس على تقليص الفوارق السوسيوثقافية بين الثقافات التي تجمعها بعض السمات المتشابهة، كما تشير النتائج إلى أن ثقافة الفضاء الافتراضي عمقت ووسعت شبكة العلاقات الاجتماعية لدى مستخدميها مما يمثل عظيم الأثر على رأس المال الاجتماعي الافتراضي والواقعي، وتؤكد أن العلاقات الاجتماعية والتشبيك بين أعضاء الفيسبوك ساهم في تكوين نوعين من أنواع رأس المال الاجتماعي هما: رأس مال اجتماعي عابر Bridging، ومتسلسل الروابط Linking.

كما أجرت (2011) Keith N. Hampton et al (14) دراسة استهدفت التعرف على تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على العلاقات والقيم الاجتماعية واختبار تأثير بعض المتغيرات المتمثلة في الثقة والتسامح والدعم الاجتماعي والمشاركة السياسية وعلاقة تلك المتغيرات بنوعية مواقع التواصل الاجتماعي، كما بحثت الدراسة الإشكالية التالية: هل عزلت مواقع التواصل الاجتماعي الأشخاص وقطعت علاقاتهم الاجتماعية أم أنها ساعدت في ربطهم بالآخرين مما يعزز من تدعيم القيم المجتمعية فيما بينهم، وانطلقت من الإطار الفلسفي لنظرية رأس المال الاجتماعي، وقد جمعت بيانات الدراسة من عينة قوامها 2255 من الأمريكيين البالغين.

وقد توصلت الدراسة إلى العديد من النتائج من أبرزها تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على تعزيز العلاقات الاجتماعية والقيم الاجتماعية المشتركة بين الأفراد وتوصلت أيضا إلى أن استخدام الفيسبوك ساعد بشكل كبير في إيجاد علاقات وثيقة بين الأفراد ، كما تؤكد النتائج على ارتفاع عامل الثقة في مواقع التواصل الاجتماعي التي تجمع بين الأصدقاء والأسر والمتمثلة في الفيسبوك مقارنة بمواقع

سلبية لتكوين علاقات ناتجة من استخدام موقع الفيسبوك على القيم الأخلاقية يتمثل في إنشاء مجموعات وصفحات تدعو إلى الشذوذ الجنسي أو الدعارة أو نشر مفاهيم حول العنصرية والإرهاب والإلحاد أو إنشاء مجموعات وصفحات تدعو المراهقين إلى الانحراف والسلوكيات غير الأخلاقية. - وهدفت دراسة (2013) Kevin Johnston et al (12) معرفة دور الفيسبوك في بناء وتكوين صداقات وعلاقات، بهدف الوقوف على الفائدة المرجوة من الأصدقاء عبر الفيسبوك ، واختبار المتغيرات الوسيطة (العرق والعمر والراحة النفسية والرضا عن الحياة بالإضافة إلى كثافة استخدام الفيسبوك)، وقد أجريت الدراسة على عينة قوامها 872 مفردة من طلاب وطالبات سبع جامعات في جنوب أفريقيا.

وأثبتت النتائج تأثير كثافة استخدام الفيسبوك في بناء وتكوين الصداقات والعلاقات، كما أكدت على وجود فروق بين الذكور والإناث في بناء وتكوين هذه الصداقات والعلاقات لصالح الذكور، أشارت أيضا إلى أن تكوين العلاقات على الشبكات الاجتماعية لا يتأثر ببعض المتغيرات النفسية مثل الثقة بالنفس والرضا عن الحياة الجامعية.

كما استهدفت دراسة عاصم (2013) (13) الكشف عن خصائص مواقع الشبكات الاجتماعية ومدى تأثيرها على القيم المشتركة وتحسين شبكة العلاقات الاجتماعية، بالإضافة إلى بحث أشكال التفاعل ودرجة اختلافها بين الواقع والفضاء الافتراضي والتعرف على أنواع رأس المال الاجتماعي المتشكل في الفضاء الافتراضي، بالإضافة إلى الوقوف على التغيرات التي أحدثتها ثقافة الفضاء الافتراضي على البناء الاجتماعي والروابط الأسرية والاجتماعية وعلاقات العمل، والكشف عن المعايير التي تتحكم في سلوك الأفراد في الفضاء الافتراضي، مثل القبول أو الرفض، الثواب أو العقاب، حينما ينخرط هؤلاء الأفراد في علاقات اجتماعية إلكترونية. ومدى مساهمتها في تشكيل الوعي والحراك المجتمعي.

اعتمدت الدراسة على عدة أساليب لجمع البيانات منها إجراء مقابلات إلكترونية، والملاحظة الإثنوجرافية الافتراضية، بالإضافة إلى تطبيق 130 استبيانًا إلكترونيًا على أعضاء المجموعات المتشكلة عبر موقع فيسبوك في الفترة ما بين مارس وإبريل 2013، وشملت العينة جنسيات عدد من الدول العربية والأجنبية ومنها: المملكة العربية السعودية، والإمارات

قوامها 1549 بالإضافة إلى إجراء مقابلات متعمقة مع أولياء الأمور والمعلمين.

وأشارت نتائجها الى أن بعض المتغيرات النفسية تؤثر بالسلب والإيجاب على العلاقة بين إدمان مواقع التواصل الاجتماعي والتفاعل الاجتماعي فحاجة المراهقين للانتماء أحد العوامل التي تؤثر في إيجابية العلاقة بين إدمان مواقع التواصل الاجتماعي وبناء وتكوين العلاقات الاجتماعية حيث يسعى المراهقون إلى المشاركة في مختلف الأنشطة مثل التعليق وتبادل الصور ومشاركة الموضوعات المختلفة والتحدث مع الأصدقاء بالكتابة والفيديو.

كما أن تقدير الذات أحد العوامل التي تؤثر إيجابيا في طبيعة العلاقة بين إدمان مواقع التواصل الاجتماعي وبناء وتكوين رأس المال الاجتماعي ، كما تشير النتائج إلى أن الترفيه والتسلية أحد العوامل التي يمكن من خلالها التنبؤ بالتأثير السلبي لإدمان وسائل التواصل الاجتماعي، في حين كثافة الاستخدام بهدف الحصول على المعلومات لا تعد أحد العوامل التي تؤثر بالسلب على بناء وتكوين رأس المال الاجتماعي.

- وجاءت دراسة **كمال (2011)** (17) كأول دراسة عربية تتناول العلاقة بين استخدام طلاب الجامعة المصريين لموقع الفيسبوك العلاقات الاجتماعية، بهدف الكشف عن العوامل المؤثرة في العلاقة بين كثافة استخدام الفيسبوك والعلاقات الاجتماعية لدى الطلاب بأبعاده المختلفة (علاقات عابرة، علاقات وثيقة، الحفاظ على العلاقات الاجتماعية القائمة وضمان استمرارها)، واختبار تأثير بعض المتغيرات الوسيطة المتمثلة في تقدير الفرد لذاته ورضا الفرد عن حياته ومستوى الثقة الاجتماعية وأثر بعض المتغيرات الديمجرافية على طبيعة استخدام الفيسبوك وتكوين العلاقات الاجتماعية، أجريت الدراسة الميدانية على عينة متاحة من مستخدمي الفيسبوك من طلاب الجامعات المصرية بلغت 300 من الذكور والإناث.

وأكدت النتائج على تأثير الفيسبوك على الأفراد فيما يتعلق بالتواصل مع الأصدقاء بلبه دوافع الاشتراك في مجموعات مختلفة ثم مشاهدة الصور على الصفحات الشخصية ، وكذلك تأثيره في تدعيم العلاقات الاجتماعية للفرد سواء الحالية أو القديمة أكثر من استخدامه بدافع البحث عن غرباء أو تكوين علاقات جديدة ، كما أشارت أيضا إلى وجود تأثير

التوصل الاجتماعي التي تجمع بين زملاء العمل وغيرها من المعارف والمتمثلة في لينكد إن ، وهذا ما يعني أن عامل الثقة يرتفع في حالة العلاقات التبادلية القوية مقارنة بالعلاقات التواصلية الضعيفة ، وجاءت أكثر المواقع استخداماً الفيسبوك بنسبة 92 % ثم ماي سبيس بنسبة 29% ثم استخداماً لينكدين بنسبة 18% وأخيراً تويتر 10% ، كما أكدت النتائج على عدم وجود فروق بين الذكور والإناث في كثافة التفاعل مع مواقع التواصل الاجتماعي.

- سعت دراسة **أسعد (2011)** (15) إلى التعرف على العلاقة بين استخدامات الشباب المصري لموقعي الفيسبوك واليوتيوب والقيم الاجتماعية بهدف معرفة تأثير المتغيرات الوسيطة المتمثلة في المتغيرات الديمجرافية والمتغيرات المتعلقة بطبيعة الموقعين وتفاعلات الشباب معها ودراسة تأثير درجة الثقة في الموقعين ودرجة تعبير الشباب عن أنفسهم من خلالها وإدراكهم لعمق الحوار مع المستخدمين الآخرين، جمعت بيانات الدراسة من عينها قوامها 400 مفردة من طلاب الجامعة في مصر.

توصلت الدراسة إلى العديد من النتائج من أبرزها عدم تأثير عامل ثقة طلاب الجامعة في موقعي الفيسبوك اليوتيوب في العلاقة الارتباطية بين معدل استخدامهم للموقعين وقيمهم المجتمعية، في حين يؤثر عامل الثقة في العلاقة الارتباطية بين دوافع الاستخدام والقيم الاجتماعية لصالح الفيسبوك، كما أشارت النتائج إلى عدم وجود علاقة بين إدراك الطلاب لعمق الحوار عبر مواقع التواصل الاجتماعي وقيمهم المجتمعية، وأشارت النتائج أيضا إلى وجود فروق بين الذكور والإناث في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي بهدف التفاعل الاجتماعي والتعرف على أشخاص جدد والتواصل مع الأحداث لصالح الذكور بالإضافة إلى وجود فروق بين الذكور والإناث في كثافة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لصالح الذكور.

- واستهدفت دراسة **Huang Hanyun (2011)** (16) اختبار تأثير إدمان استخدام شبكات التواصل الاجتماعي على بعض المتغيرات النفسية والاجتماعية المتمثلة في الحاجة إلى الانتماء وإدراك الذات والملل والترفيه والاستمتاع ودراسة التأثيرات المحتملة بين تلك المتغيرات، بالإضافة إلى رصد إمكانية التنبؤ بمستوى إدمان المراهقين لمواقع التواصل الاجتماعي في ضوء بعض المتغيرات النفسية، اعتمدت الدراسة الميدانية على المنهج المسحي بالتطبيق على عينة

الفن والرياضة والألعاب والموسيقى وتحميل الأفلام والفيديو كليب والتي تعد أكبر اهتمامات الشباب في هذه المرحلة العمرية أثناء تعرضهم لشبكة الإنترنت، والبعد عن المواقع التي تهتم حتى بمجال دراستهم كما أشارت نتائج الدراسة بأن خوف الشباب من إفساء أسرارهم على الإنترنت والاحتفاظ بها تجعلهم لا يستخدمون الاسم الحقيقي ، وهو ما يعني إخفاء الشخصية وانتحال الشخصية وتزوير البيانات مما يسمح للشباب المتعرضين للشبكة بالقيام بأفعال مشينة تتنافى مع قيمهم الأسرية وكذلك نوع من التهرب من المسؤولية وظهور الكذب في تصرفاتهم كسلوك سلبي يتنافى مع القيم الأسرية للشباب الجامعي.

- من ناحية أخرى أشارت دراسة **John Raackee & Jennifer B. Raacke (2008)** (20) الى ان الاغلبية العظمى من الطلبة المستخدمين لموقع ال Facebook يستخدمونه من أجل إقامة صداقات وعلاقات جديدة، بينما النسبة الأقل تستخدمه من أجل معرفة الأحداث، في حين يرى غير المستخدمين للموقع أى من ليس لديهم حساب على ال Facebook أنه مضيعة للوقت وذلك اما لأنهم ليس لديهم وقت لإهداره، أو ليس لديهم إنترنت في المنزل، أو لا يجيدون استخدام الكمبيوتر والتكنولوجيا الحديثة، بالرغم من ان الإقبال على هذه المواقع يزداد في فترة الربيع والأجازات لدى الطلاب، الا ان هناك الكثير من الطلاب متابعون للملفات الشخصية الخاصة بهم وصفحاتهم طوال العام فالطلاب يقضون بمعدل 3 ساعات يومياً أمام صفحاتهم والسبب الرئيسي في ذلك، إقامة علاقات اجتماعية أو إقامة صداقات جديدة والتعرف على أصدقاء جدد لديهم نفس الرغبات والميول الإجتماعية والهوايات، فضلاً عن الإختلاف في العمر بين المستخدمين وغير المستخدمين لمواقع الشبكات الإجتماعية، فالمستخدمين من الشباب، وغير المستخدمين من البالغين وذلك لأن الشباب يميلون إلى التعامل مع الإنترنت والتكنولوجيا الحديثة أكثر من البالغين، بالإضافة إلى أن نوع المستخدمين (ذكور وإناث) لا يعتبر متغيراً مؤثراً على استخدام ال Facebook وهذا ما أكدته دراسات أخرى.

- ودرست عمارة (2006) (21) العلاقة بين مستويات استخدام الإنترنت ومستويات التفاعل الاجتماعي بين طلاب الجامعة للوقوف على مستويات استخدام الإنترنت وعلاقتها بالتدعيم أو القضاء أو التقليل من حجم العلاقات الاجتماعية

إيجابي لمتغيرات استخدام الفيسبوك وتقدير الذات والرضا عن الحياة على مستوى رأس المال الاجتماعي الذي يحوزه الطلاب عينة الدراسة ، كما أسفرت النتائج عن عدم وجود فروق بين المبحوثين في كثافة استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي وفي تكوين رأس المال الاجتماعي وفقاً لمتغيرات النوع وطبيعة الدراسة.

- وجاءت دراسة **Sebastian Valenzuela, (2009)** **et al** (18) للبحث في ما إذا كان الفيسبوك يرتبط بالاتجاهات والسلوك الذي من شأنه تدعيم العلاقات الاجتماعية لدى الطلاب الجامعيين ، من خلال دراسة تأثير استخدام الفيسبوك على معدلات الانخراط في العمل السياسي والتطوعي ، واختبار تأثير بعض المتغيرات الوسيطة مثل كثافة الاستخدام والرضا عن الحياة والثقة الاجتماعية والمشاركة المدنية والمشاركة السياسية ، جمعت بيانات الدراسة الميدانية من عينة قوامها 2603 من طلاب الجامعة في تكساس.

وخلصت النتائج إلى وجود علاقة طردية بين كثافة استخدام الفيسبوك وكل من الرضا عن الحياة والثقة الاجتماعية والتي بدورها تعزز من انخراط الطلاب في العمل التطوعي ومؤسسات المجتمع المدني مما يعكس بالإيجاب على بناء وتكوين العلاقات الاجتماعية، في حين لم تتوصل النتائج إلى ما يدعم تأثير كثافة الاستخدام على انخراط الأفراد في العملية السياسية ، كما تؤكد النتائج عدم صحة فرضية أن الاستخدام المفرط لمواقع التواصل الاجتماعي يجعل الأفراد أكثر عزلة وأقل تواصلًا مع المستخدمين الآخرين.

- كما قام **الشرييني (2009)** (19) بدراسة للتعرف على السلوكيات السلبية التي يكتسبها الشباب من شبكة الإنترنت والتي تظهر من خلال استخدامهم لغرف الدردشة وخاصة المتعلقة بالموسيقى وأخبار الفن والفنانين والرياضة والألعاب ودراسة تأثير تبادل الرسائل المختلفة عن طريق البريد الإلكتروني والمنديات المتنوعة على سلوكهم ، وطبقت الدراسة على عينة عمدية من الشباب الجامعي من مستخدمي شبكة الإنترنت مكونة من 400 مفردة من طلاب وطالبات جامعة المنصورة

توصلت نتائج الدراسة إلى وجود عدد من السلوكيات السلبية لدى عينة الدراسة من أهمها عدم اهتمام الشباب الجامعي بالبحث عن المعرفة وإمكانية تصفح المواقع الترفيهية وانشغالهم طوال الوقت بالمواقع الترفيهية التي تهتم بأخبار

قوية على الرغم من عوائق ومصاعب المحيط الاجتماعي والاقتصادي، كما تدخل التوقعات المرتبط بالفاعلية الذاتية في تكوين مفهوم تقدير الذات، فإذا كانت قناعة الشخص بفاعليته عالية فإن ذلك سوف يسهم في تشكيل مفهوم إيجابي عن الذات لديه.

- حاولت دراسة (طرج، 2013)⁽²⁴⁾ الكشف عن مستوى كل من تقدير الذات وفاعلية الأنا لدى المراهق المصاب بداء السكري. أجريت الدراسة بإتباع المنهج الاكثليكي الذي يناسب موضوع الدراسة، وقد تم اختيار ثلاث حالات من المراهقين المصابين بداء السكري النمط الأول تتراوح أعمارهم ما بين 16 إلى 18 سنة ومن كلا الجنسين (ذكور وإناث) وتم اختيارهم بصفة قصدية في مؤسسة دار داء السكري بـ"سكرة" وقد تم استخدام ثلاث أدوات: المقابلة من من إعداد الباحثة، اخبار تقدير الذات لكوبر سميث، اختبار فاعلية الأنا المقتبس من نظرية إيريكسون. وأسفرت الدراسة عن بعض النتائج أهمها: أنه يوجد تقدير ذات متوسط عند المراهق المصاب بداء السكري، توجد فاعلية الأنا مرتفعة عند المراهق المصاب بداء السكري.

- استهدفت دراسة عبد الأمير (2011)⁽²⁵⁾ التعرف على مستوى تقدير الذات والأداء المهاري للاعبين الناشئين والشباب بكرة السلة، ومحاولة إيجاد العلاقة بين مستوى تقدير الذات والأداء المهاري للاعبين، بالإضافة إلى المقارنة بين مستوى تقدير الذات والأداء المهاري للاعبين. واعتدت الباحثة على المنهج الوصفي، وبلغت العينة 40 لاعبا وناشئا من الناشئين والشباب المشاركين ضمن نشاطات الاتحاد المركزي بكرة السلة، وهم يمثلون ما نسبته 14.7% من المجتمع الأصلي البالغ 136 لاعبا لكل فئة. وتوصلت الباحثة إلى وجود علاقة ارتباط معنوية بين مستوى تقدير الذات والأداء المهاري للناشئين والشباب، وعدم وجود فروقات معنوية في مستوى تقدير الذات للاعبين.

- استهدفت دراسة العبيدي (1999)⁽²⁶⁾ التعرف على العلاقة بين متغيري الخجل وتقدير الذات، والتعرف على الفروق بين ذوي الخجل العالي وذوي الخجل المنخفض وفق متغير تقدير الذات، وأجريت الدراسة على عينة قوامها 300 طالب وطالبة من طلبة كليات جامعتي بغداد والمستنصرية، وقد توصلت البحث إلى أن هناك ارتباطاً سلبياً دالاً بين متغيري البحث، كما دلت النتائج على وجود فروق دالة

في العالم الحقيقي ، جمعت بيانات الدراسة الميدانية من عينة قوامها 450 من طلاب وطالبات جامعة حلوان وجامعة الأزهر وجامعة 6 أكتوبر .

وأثبتت نتائج الدراسة وجود مستوى مرتفع للاستخدام بين الشباب الجامعي وانخفاض مستوى التفاعل الاجتماعي بصفة عامة، وأشارت النتائج إلى تنوع وتعدد مجالات استخدام شبكة الإنترنت بين فئة الشباب الجامعي وجاء استخدام الشبكة في التخاطب والمحادثة وتبادل الرسائل الإلكترونية مع الآخرين أكثر مجالات الاستخدام مما يهدد العلاقات الاجتماعية في العالم الحقيقي من وجهة نظر الدراسة ، كما أكدت النتائج على ارتفاع مستوى استخدام الإنترنت بين الذكور عنه لدى الإناث ، وأكدت أيضا على اختلاف مستوى التفاعل باختلاف النوع حيث ارتفع لدى الإناث عن الذكور .

ثانياً: الدراسات المتعلقة بتقدير الذات:

- استهدفت دراسة عبد الفتاح (2016)⁽²²⁾ إيجاد العلاقة بين بين مشاركات الصحفي المواطن في الصحف الإلكترونية وتقدير الذات. تنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية وتعتمد على منهج المسح بالعينة. وقام الباحث بتطبيق العينة العمدية المقصودة من القراء الذين يرسلون الصحف (الصحفي المواطن) قوامها 123 مفردة. وقام الباحث باستخدام أداة الاستبيان الإلكتروني، كما اعتمد على مقياس تقدير الذات لكوبر سميث. وتوصلت الدراسة إلى وجود علاقة ارتباطية بين مشاركات الصحفي المواطن في الصحف الإلكترونية وتقدير الذات، وأنه لا توجد فروق بين المبحوثين من حيث النوع أو حسب الموقع الجغرافي أو حسب المستوى التعليمي في تقدير الذات.

- استهدفت دراسة الألوسي (2014)⁽²³⁾ التعرف على طبيعة فاعلية الذات وعلاقتها بتقدير الذات لدى طلبة الجامعة. وتحدد مجتمع البحث بطلبة جامعة بغداد ممثلة بالكليات العلمية والانسانية ذكراً وإناثاً خلال العام الجامعي 2001-2002، وتألفت عينة البحث من 400 طالب وطالبة موزعين على ثمان كليات في جامعة بغداد، وقد اختيرت العينة بأسلوب العينة الطبقية العشوائية. وقام الباحث ببناء مقياس لفاعلية الذات، واعتمد في متغير تقدير الذات على مقياس تقدير الذات الذي قام ببنائه العبيدي 1999م. وتوصلت الدراسة إلى أن فاعلية الذات ذات بشكل عام فاعلية

هل كانت هناك فروق في التعامل بين المجموعتين تبعاً لنوع الإعاقة، وأجريت الدراسة على عينة من المراجعين والموجودين والمترددین إلى هيئة رعاية مقاتلي القادسية، وكانت العينة قوامها 242 مفردة، وتم تحليل البيانات باستخدام تحليل التباين لمتغيرين، وتوصلت نتائج الدراسة إلى أن ذوي التقدير العالي للذات كان تعاملهم مع الضغوط معرفياً، في حين أن تعامل ذوي تقدير الذات المنخفض تجنبياً.

- استهدفت دراسة **مصطفى (1990)**⁽³²⁾ التعرف على مستوى تقدير الذات لدى المراهقين والمراهقات من أبناء الشهداء والمتوفين والأحياء، والفروق بين مستويات تقدير الذات لدى أفراد العينة، وأجريت الدراسة على عينة قوامها 300 مفردة من طلبة وطالبات المرحلة الإعدادية، وتم تطبيق مقياس روزنبرك لتقدير الذات، وتوصلت الدراسة إلى أن تقدير الذات لدى أفراد العينة كان عال بالمقارنة بالوسط الفرضي للمقياس، وأن تقدير الذات لأبناء الشهداء أعلى من تقدير الذات لأبناء المتوفين والأحياء، وأن تقدير الذات للمراهقين أعلى من تقدير الذات للمراهقات.

التعليق على الدراسات السابقة :

من خلال العرض السابق للدراسات السابقة القريبة من موضوع الدراسة أو وثيقة صلة به، يمكن استخلاص مجموعة من الملاحظات كما يلي:

- رصدت الدراسات السابقة استخدامات متعددة لشبكات التواصل الاجتماعي سواء من فئات الجمهور بشكل عام أو فئة الشباب بشكل خاص. وتعددت أيضاً التأثيرات المختلفة لاستخدام هذه الشبكات سواء فيما يتعلق ب: التفاعل الاجتماعي والثقة بالنفس، تعزيز العلاقات الاجتماعية، تكوين رأس المال الاجتماعي، النسق القيمي الأخلاق، القيم المشتركة وتحسين شبكة العلاقات الاجتماعي، وبناء تكوين الصداقات والعلاقات، بالإضافة إلى السلوكيات السلبية المكتسبة نتيجة استخدام شبكات التواصل الاجتماعي.

- أما فيما يتعلق بدراسات تقدير الذات فتوصل الباحث إلى عدم اهتمام الدراسات الإعلامية بقياس تقدير الذات على جمهور وسائل الإعلام أو القائم بالاتصال في المجال الإعلامي، وتم رصد دراسة واحدة (عبد الفتاح، 2016) التي استهدفت قياس علاقة مشاركة الصحفي المواطن في الصحف الإلكترونية بتقدير الذات. بينما وضع الاهتمام الملحوظ من دراسات علم النفس وعلم الاجتماع

بين مجموعتي (الرجل العالي - تقدير الذات المنخفض) و (الرجل المنخفض - تقدير الذات العالي)، إذ كان الأشخاص من ذوي الرجل المنخفض أعلى تقديراً لذواتهم من الأشخاص من ذوي الرجل العالي.

- قام **الأسدي (1995)**⁽²⁷⁾ بإجراء دراسة للتعرف على أثر برنامج إرشادي في تنمية تقدير الذات المنخفض لدى عينة من طلاب الصف الخامس الإعدادي تتكون من (32) طالباً وطالبة من محافظة البصرة، موزعين بطريقة عشوائية على مجموعتين أحدهما تجريبية والأخرى ضابطة، فتضم كل منها 16 طالباً، تم تكافؤها على أساس (العمر - حجم الأسرة - التحصيل الدراسي - وتقدير الذات)، واستخدم الباحث مقياس روزنبرك لتقدير الذات، كما صمم الباحث برنامجاً إرشادياً نفسياً، وأظهرت نتائج البحث أن أفراد المجموعة التجريبية قد ارتفعت درجاتهم على مقياس تقدير الذات بعد تطبيق البرنامج الإرشادي⁽²⁸⁾.

- أجرى **Byryt & Mendaglio, (1994)**⁽²⁹⁾ دراسة لتقويم أربعة أبعاد لمفهوم تقدير الذات وهي (الدراسية والاجتماعية والرياضية والتقويمية) لـ 97 طالباً في الدراسة الثانوية، وواقع 45 طالباً متوقفاً و 52 طالباً عادياً، وقد أشارت النتائج إلى أن الطلبة المتفوقين يختلفون عن الطلبة العاديين في بعد مفهوم تقدير الذات الدراسي.

- افترض الباحثون **Rosenberg et al., (1995)**⁽³⁰⁾ في هذه الدراسة وجود نوعين من تقدير الذات هما (تقدير الذات الخاص)، (تقدير الذات العام)، وأن تقدير الذات العام عادة ما يكون أكثر ارتباطاً بالطبيعة النفسية للشخص، في حين أن تقدير الذات الخاص يكون أكثر ارتباطاً بسلوك ذلك الشخص، وللتحقق من صدق هذا الافتراض استعرض الباحثون كماً كبيراً من البحوث والتنظيرات والمقاييس السابقة. وبعد تحليل البيانات أظهرت نتائج البحث ارتباط تقدير الذات العام بمقاييس نفسية ارتباطاً إيجابياً وهي مقاييس السعادة، الرضا عن الحياة، وسلبياً مع مقاييس لكآبة والقلق العام والاشمئزاز والتوتر وحدة الطبع والشعور بالذنب، في حين كان تقدير الذات الخاص أفضل متنبئاً للأداء التحصيلي، وهذا ما يؤيد فرضيات البحث.

- استهدفت دراسة **الخفاجي (1993)**⁽³¹⁾، تعرف الفروق في التعامل بين ذوي التقدير العالي وذوي التقدير المنخفض للذات من معوقى الحرب مع الضغوط التي تواجههم ومعرفة

1990).
• اتفقت أهداف بعض الدراسات السابقة في تقصي العلاقة بين تقدير الذات وأحد المتغيرات أو أكثر من متغير مثل دراسة (عبد الفتاح، 2016)، ودراسة (العبيدي، 1999)، ودراسة (الخفاجي، 1993).
• وقد أفادت الدراسات السابقة في بلورة مشكلة الدراسة وإمكانية اختبار طبيعة العلاقة الارتباطية بين تقدير الذات واستخدام الجمهور شبكات التواصل الاجتماعي، بالإضافة إلى صياغة تساؤلات الدراسة وفروضها.

المفاهيم والتعريفات الإجرائية للدراسة:

مفهوم الذات: هي شعور بكيونة الفرد، وتتمثل عناصرها في الكفاءة الفعلية، الاعتماد والثقة بالنفس، الكفاءة الجسمية من حيث القوة والجمال وبناء الجسم والجاذبية، وكذا في درجة النمو في صفات الذكورة والأنوثة، الخجل، الانسجام والتكيف الاجتماعي.

إنها الطريقة التي ينظر بها الفرد إلى نفسه وإلى الأشياء التي يعتبرها ملكاً له، والتي يمكن أن يعبر عنها⁽³³⁾.
تقدير الذات: يرى «كوبر سميث» أن تقدير الذات ظاهرة أكثر تعقيداً لأنها تتضمن كلاً من تقييم الذات ورد الفعل أو الاستجابة الدفاعية، وإذا كان تقدير الذات يتضمن اتجاهات تقييمية نحو الذات، فإن هذه الاتجاهات تتسم بقدر كبير من العاطفة.

ويعتبر تقدير الذات مفهوم متعدد الأبعاد، موجود بدرجات متفاوتة لدى الأفراد، وهو عنصر مهم يندرج ضمن مفهوم الذات، ويعكس مدى إحساس الفرد بقيمه وكفاءته، فعندما يكون للأفراد اتجاهات إيجابية نحو أنفسهم يكون تقدير الذات لديهم مرتفعاً، وعندما يكون لديهم اتجاهات سلبية نحو أنفسهم يكون تقدير الذات لديهم منخفضاً، وبعبارة أخرى فإن تقدير الذات هو التقييم العام لحالة الفرد كما يدركه بنفسه هو⁽³⁴⁾.

وبالتالي فإن تقدير الذات هي مدى ثقة الفرد في نفسه واحترام الذات والاعتماد على الذات، وهذه الثقة هي إيمان الفرد بأهدافه وقدراته وإمكانياته بحجمها الحقيقي، فلا يقلل منها ولا يزيد فيها، وعندما يبحث عن نفسه من خلال تقديره لذاته فإنه الشخص الذي لديه الشعور الجيد حول نفسه، فتقدير الذات هي مجموعة من القيم والتفكير والمشاعر التي

بدراسات تقدير الذات، والتي وضح اهتمامها بشكل كبير بالنواحي التعليمية والرياضية والمقاييس النفسية للطلبة في المراحل التعليمية المختلفة.

• تزايد اهتمام الدراسات العربية الحديثة بقياس تقدير الذات مقابل الدراسات الغربية، فمن خلال بحث أجراه الباحث على الدراسات الأجنبية تبين عدم وجود دراسات أجنبية حديثة وكانت أحدث دراستين هما دراستي (Byrnt & Mendaglio, 1994) ودراسة (Roenberg et al., 1995). في حين تعددت الدراسات العربية الحديثة المتعلقة بتقدير الذات مثل دراسة (عبد الفتاح، 2016) ودراسة (الألوسي، 2014) ودراسة (طرح، 2013) ودراسة (عبد الأمير، 2011).

• اتجهت معظم الدراسات المتعلقة بشبكات التواصل الاجتماعي نحو الاعتماد على منهج المسح بالعينة، بينما اعتمدت معظم الدراسات المتعلقة بتقدير الذات على المنهج التجريبي، وربما يرجع ذلك نتيجة لطبيعة المجال الذي تتم الدراسة من خلاله.

• تعددت أهداف الدراسات السابقة التي اهتمت بتقدير الذات فمنها من هدفت إلى التعرف على مستوى تقدير الذات لدى المراهق المصاب بداء السكري مثل دراسة (طرح، 2013)، ومنها من هدفت إلى معرفة العلاقة بين الانتماء وتقدير الذات مثل دراسة، ودراسات اهتمت بمتغير مرضى السكري وعلاقته بمتغيرات عدة، فمنها كان التعرف على المشكلات النفسية لدى المرضى بشكل عام مثل دراسة (Roenberg et al., 1995).

• وكذلك تنوعت العينات المستخدمة في الدراسات السابقة من حيث العدد والجنس والنوعية وذلك بتعدد الدراسات واختلاف أهدافها، فمنها من استخدمت أفراد العينة من الجنس مثل دراسة مجدي 2009، ودراسة (العبيدي، 1999).

• أكدت نتائج غالبية الدراسات المتعلقة بتقدير الذات وجود علاقة بين تقدير الذات والنشاطات المختلفة التي يقوم بها الجمهور عينة الدراسة (البرامج التعليمية، فاعلية الأنا، أداء اللاعبين، المشاركة في المجال الصحفي، فاعلية الذات)، ومن ثم فهناك تأثير قوي لتقدير الذات لدى الجمهور، مثل دراسة (الألوسي، 2014)، ودراسة (طرح، 2013)، ودراسة (عبد الأمير، 2011)، ودراسة (الأسدي، 1995)، ودراسة (Byrnt & Mendaglio, 1994) دراسة (مصطفى،

الفرض الثاني: توجد فروق دالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين (الذكور والإناث) على مقياس تقدير الذات (بُعد اعتبار الذات) من خلال استخدامهم شبكات التواصل الاجتماعي.

الفرض الثالث: توجد فروق دالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين (الذكور والإناث) على مقياس تقدير الذات (بُعد التقييم الاجتماعي) من خلال استخدامهم شبكات التواصل الاجتماعي.

الفرض الرابع: توجد علاقة ارتباط معنوية ذات دلالة إحصائية بين درجة اهتمام المبحوثين بالحصول على تقدير الذات من خلال شبكات التواصل الاجتماعي على صورتهم لدى الآخرين.

الفرض الخامس: تؤثر المتغيرات النوعية والديموجرافية (النوع - السن - المستوى التعليمي - المستوى الإقتصادي) على زملة درجات المبحوثين ف الحصول علي تقدير الذات وانعكاسه على صورتهم لدى الآخرين

الفرض السادس: توجد فروق دالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين (ذوي المستوى الإقتصادي) و (ذوي المستوى التعليمي) على مقياس تقدير الذات (بُعد اعتبار الذات) من خلال استخدامهم شبكات التواصل الاجتماعي.

الفرض السابع: توجد فروق دالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين (ذوي المستوى الإقتصادي) و (ذوي المستوى التعليمي) على مقياس تقدير الذات (بُعد التقييم الاجتماعي) من خلال استخدامهم شبكات التواصل الاجتماعي.

نوع الدراسة ومنهجها:

تعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التي تهدف إلى تصوير وتحليل وتقويم خصائص مجموعة معينة أو موقف معين يغلب عليه صفة التحديد، وذلك بهدف الحصول على معلومات كافية ودقيقة عنها دون التدخل في أسبابها أو التحكم فيها، كما تستهدف تقدير مرات تكرار حدوث ظاهرة معينة ومدى ارتباطها بظاهرة أو مجموعة أخرى من الظواهر، ومن خلال ذلك تسعى الدراسة إلى رصد وتحليل العلاقة بين استخدام الجمهور المصري شبكات التواصل الاجتماعي وتقدير الذات لديهم وانعكاس ذلك على صورتهم لدى الآخرين.

واعتمدت الدراسة على منهج المسح الذي يُعد أحد

يملكها حول نفسه فيعود مصطلح تقدير الذات إلى مقدار رؤية الشخص لنفسه وكيف يشعر اتجاهها⁽³⁵⁾.

صورة الفرد لدى الآخرين: وهي تعني الصورة الذهنية عن الفرد لدى الآخرين، سواء كانت هذه الصورة سلبية أو إيجابية، صورة مشوهة أو مثالية، وأياً كانت العوامل المؤثرة في تكوين هذه الصورة، وسواء كانت الصورة مكونة عن الفرد في الواقع الحقيقي أو من خلال الواقع الافتراضي على شبكات التواصل الاجتماعي، أو من كليهما.

تساؤلات الدراسة:

- 1- ما أسباب استخدام المبحوثين شبكات التواصل الاجتماعي؟
- 2- ما العلاقة بين تقدير الذات واستخدام شبكات التواصل الاجتماعي؟
- 3- ما الفروق بين الجمهور المصري من حيث النوع في درجة استخدام شبكات التواصل الاجتماعي؟
- 4- ما الحسابات التي يستخدمها الجمهور المصري على شبكات التواصل الاجتماعي للحصول على تقدير الذات؟
- 5- ما أسباب استخدام الجمهور المصري شبكات التواصل الاجتماعي للحصول على تقدير الذات؟
- 6- ما الأساليب التي يستخدمها الجمهور على شبكات التواصل الاجتماعي للحصول على تقدير الذات؟
- 7- ما الأساليب الاتصالية التي تقدمها شبكات التواصل الاجتماعي لتشكيل الصور الذهنية عن الفرد لدى الآخرين؟
- 8- ما الفروق بين الجمهور المصري من حيث النوع والخصائص الديموجرافية في مستوى الحصول على تقدير الذات على شبكات التواصل الاجتماعي وانعكاس ذلك على صورتهم لدى الآخرين؟

فروض الدراسة:

الفرض الرئيس للدراسة: توجد علاقة ارتباط معنوية ذات دلالة إحصائية بين تقدير الذات واستخدام شبكات التواصل الاجتماعي. ويتفرع عنه مجموعة من الفروض الفرعية:

الفرض الأول: توجد فروق ذات دلالة إحصائية فيما بين متوسطات درجات المبحوثين علي مقياس استخدام شبكات التواصل الاجتماعي للحصول على تقدير الذات تبعاً للنوع (الذكور والإناث).

جدول رقم (1) يوضح توصيف العينة

النسبة	التكرارات	المتغيرات	
61.0	244	ذكور	النوع
39.0	156	إناث	
19.3	77	من 18 : 30	العمر
59.0	236	من 30 : 45	
14.0	56	من 45 : 60	
7.8	31	أكبر من 60	
25.3	101	قبل الجامعي	المستوى التعليمي
62.3	249	جامعي	
12.5	50	بعد الجامعي	
28.8	115	مرتفع	المستوى الاقتصادي
52.8	211	متوسط	
18.5	74	منخفض	

المناهج الأساسية في البحوث الوصفية بشقه الميداني بهدف جمع البيانات وتفسيرها للوصول إلى دلالات ذات أهمية علمية. وتستخدمه الدراسة لمسح عينة من الجمهور المصري للتعرف على العلاقة بين استخدام الجمهور شبكات التواصل الاجتماعي وتقدير الذات لديهم، وتأثير ذلك على سلوكهم الاتصالي وعلى صورتهم لدى الآخرين. ولدراسة العلاقة بين متغيرات الظاهرة وتحليلها وتحديد أبعادها وأهميتها في التأثير على الظاهرة موضوع الدراسة، وللتعرف إلى تأثير ذلك على السلوك الاتصالي للمستخدمين في سعيهم نحو تحقيق تقدير الذات، بالإضافة إلى إيضاح الفروق بين الجمهور المصري من حيث النوع في مستوى الشعور بتقدير الذات على شبكات التواصل الاجتماعي.

مجتمع وعينة الدراسة:

يتمثل مجتمع الدراسة في الجمهور المصري ممن يقعون في الفئة العمرية من 18 إلى 60 عاماً والتي تقابل مرحلة الجامعة وما بعدها. واعتمدت الدراسة على عينة عمدية حصرية قوامها 400 مفردة من الجمهور المصري من مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي وفقاً لـ (النوع - العمر - المستوى التعليمي - المستوى الاقتصادي)، موزعة بالتساوي بين الذكور والإناث، وقد راعى الباحث في اختيار العينة أن تكون ممثلة لمناطق مختلفة في مصر، وذلك بتطبيق الاستبيان في المناطق التالية:

- 100 مفردة من مدينة القاهرة.
- 100 مفردة من مدينة الشرقية.
- 100 مفردة من مدينة بني سويف.
- 100 مفردة من مدينة سوهاج.

• خصائص العينة:

جاءت نتائج خصائص العينة كالتالي:

أدوات الدراسة:

نظراً لأن هذه الدراسة من الدراسات الميدانية فقد اعتمد الباحثان على بناء مقاييس يدون فيها المبحوثون إجاباتهم المرتبطة بمتغيرات البحث والتي يتم توظيفها في أسئلة لجمع البيانات المطلوبة من مفردات العينة، وتتمثل المقاييس التي استخدمت فيما يلي: (مقياس التعرض للشائعات السياسية والاقتصادية والاجتماعية والعسكرية والدينية والتعليمية) - مقياس المزاج العام - مقياس المزاج الشخصي - مقياس الرضا وعدم الرضا).

▪ منهجية قياس تقدير الذات:

تعددت المقاييس التي تم استخدامها في قياس العلاقة الارتباطية بين تقدير الذات واستخدام شبكات التواصل الاجتماعي، ومن نماذج المقاييس التي يتم استخدامها هي: - مقياس تقدير الذات لروزنبرج: وهو مقياس مقنن أعده روزنبرج ويُعد أكثر المقاييس استعمالاً لتقدير الذات، إذ يتكون من (35) فقرة ببدائل اختيار الإجابة هي (موافق - موافق بشدة - غير موافق - غير موافق بشدة)، ويتم حساب الدرجات تصاعدي (1-2-3-4)، إذ تبلغ الدرجات العليا للمقياس (140) درجة، والدنيا تبلغ (30) درجة. - مقياس تقدير الذات لكوير سميث: وهو مقياس مقنن

Analysis بتقدير الاتساق الداخلي بين العبارات المكونة للمقياس عن طريق حساب متوسط الارتباطات بين عبارات المقياس، وقد بلغت قيمة معامل Cronbach' Alpha الخاص بمقاييس الدراسة (0.856) وهي قيم مرتفعة لثبات المقياس وقبوله واستخدامه في هذه الدراسة.

وتم التأكد من ثبات القياس من خلال إعادة الاختبار Test-Retest على عينة قوامها 40 مفردة بنسبة 10% من الحجم الفعلي للعينة، وذلك بعد مرور أسبوعين من التطبيق الأول لكل عينة، وحققنا نسبة ثبات عالية تدل على دقة التصميم المنهجي للاستبيان وقابلية البيانات للتعميم.

المعالجة الإحصائية للبيانات:

بعد الانتهاء من جمع بيانات الدراسة، تم إدخالها -بعد ترميزها- إلى الحاسب الآلي، ثم جرت معالجتها وتحليلها واستخراج النتائج الإحصائية باستخدام برنامج "الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية" والمعروف باسم SPSS اختصاراً لـ: Statistical Package for the Social Sciences ، وذلك باللجوء إلى المعاملات والاختبارات والمعالجات الإحصائية التالية :

- 1- التكرارات البسيطة والنسب المئوية
- 2- المتوسط الحسابي والانحراف المعياري
- 3- الوزن النسبي (أو المئوي) والذي يحسب من المعادلة التالية :

المتوسط الحسابي $\times 100 \div$ الدرجة العظمى للإجابة على العبارة

4- اختبار كاي² لجدول الاقتران (Contingency-Tables Chi Square Test) لدراسة الدلالة الإحصائية للعلاقة بين متغيرين من المستوى الاسمي (Nominal) .

5- معامل ارتباط بيرسون (Pearson Correlation Coefficient) لدراسة شدة واتجاه العلاقة الارتباطية بين متغيرين من مستوى المسافة أو النسبة (Interval Or Ratio). وقد اعتبرت العلاقة ضعيفة إذا كانت قيمة المعامل أقل من 0.30 ، ومتوسطة ما بين 0.30-0.70 ، وقوية إذا زادت عن 0.70.

6- اختبار (ت) للمجموعات المستقلة (Independent-Samples T-Test) لدراسة الدلالة الإحصائية للفروق بين متوسطين حسابيين لمجموعتين من المبحوثين في

أعد كوبر سميث يتكون من (42) فقرة ببدائل اختيار الإجابة هي (ينطبق/لا ينطبق).

خطوات إعداد مقاييس الدراسة:

1. قام الباحث بالاطلاع على المقاييس التي تم رصدها في إطار نظرية تقدير الذات والتي وضعها «روزنبرج» (كنفاني، 1997) ، و«كوبر سميث» (كنفاني، 1997) ، و«أينشتاين» (سليمان، 1999) و«زيلر» (سلامة، 1991) ، و« روجرز» (أبو زيد، 1987).

2. استفاد الباحث من المقاييس التي استخدمت في الدراسات الأجنبية والعربية والتي اعتمد على نظرية المزاج العام كإطار نظري مثل دراسات (العبيدي، 1999) ، (الأسدي، 1995) ، (Byry & Mendaglio, Roenber et al., 1995) (1994) ، (خفاجي، 1993) ، (مصطفى، 1990).

3. قام الباحث بتصميم استمارة الاستبيان متضمنة مقياس تقدير الذات، بصورة تتلاءم مع هذه الدراسة وموضوعها، حيث تم توظيف المقاييس التي استخدمت في الدراسات السابقة، وتم الاعتماد على أكثرها استخداماً وملاءمة لهذه الدراسة.

صدق وثبات المقاييس:

تم قياس الصدق من خلال الصدق الظاهري لاستمارة الاستبيان، حيث تم عرض الاستمارة المتضمنة مقياس (تقدير الذات) على مجموعة من المحكمين المتخصصين في مجال الإعلام وعلم النفس وعلم الاجتماع وذلك للتأكد من مدى صلاحية الاستمارة للتطبيق، ومدى شمولية هذه المقاييس للموضوع بأبعاده ومتغيراته المختلفة، ومدى قدرتها على تحقيق أهداف الدراسة والإجابة على تساؤلاتها واختبار الفروض، والوقوف على صحة الأساليب المستخدمة ودقتها لغوياً. وقد أشار المحكمون بصلاحية الاستمارة للتطبيق في هذه الدراسة، بعد أن تم تعديل أسئلة الاستمارة وعناصرها ووضع بدائل وذلك في المقاييس التي وضعها الباحث لهذا البحث.

ولحساب ثبات المقاييس تم استخدام معاملات إحصائية للتأكد من صلاحية المقياس ، من حيث الاتساق الداخلي والثبات، ولذلك تم حساب معامل Cronbach' Alpha ألفا كرونباخ الذي يستخدم لتحليل ثبات المقاييس Reliability

يتضح من الجدول السابق: أن 51.8% من المبحوثين يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي خمسة أيام فأكثر، أيضا يستخدمها 28.5% منهم من يومين إلى أربعة أيام، بينما يستخدمونها يوماً واحداً في الأسبوع 19.8% منهم. وبحساب قيمة كا2 بلغت (7.620) عند درجة حرية = (2)، وهي قيمة دالة إحصائياً. ويعني ذلك وجود علاقة دالة إحصائياً بين نوع المبحوثين (ذكور، اناث) و معدل استخدام المبحوثين شبكات التواصل الاجتماعي. عند مستوى ثقة 95%.

2- عدد الساعات التي يقضيها المبحوثين في كل مرة تقريباً عند استخدامهم شبكات التواصل الاجتماعي:

جدول (3) يوضح عدد الساعات التي يقضيها المبحوثين في كل مرة تقريباً عند استخدامهم شبكات التواصل الاجتماعي وفقاً للنوع

النوع	ذكور		اناث		الإجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%
ثلاث ساعات فأكثر	103	42.2%	85	54.5%	188	47.0%
من ساعة إلى أقل من ثلاث ساعات	88	36.1%	48	30.8%	136	34.0%
ساعة واحدة	53	21.7%	23	14.7%	76	19.0%
الإجمالي	244	100.0%	156	100.0%	400	100.0%

قيمة كا²=6.274 درجة الحرية =2 مستوى المعنوية=0.043 الدلالة = 0.05

يتضح من الجدول السابق: أن 47% من المبحوثين يقضون ثلاث ساعات فأكثر في كل مرة تقريباً عند استخدامهم شبكات التواصل الاجتماعي، أيضا يقضي 34% منهم ساعة إلى أقل من ثلاث ساعات، بينما يقضي 19% منهم ساعة واحدة. وبحساب قيمة كا2 بلغت (6.274) عند درجة حرية = (2)، وهي قيمة دالة إحصائياً. ويعني ذلك وجود علاقة دالة إحصائياً بين نوع المبحوثين (ذكور، اناث) وعدد الساعات التي يقضيها المبحوثين في كل مرة تقريباً عند استخدامهم شبكات التواصل الاجتماعي عند مستوى ثقة 95%.

أحد المتغيرات من نوع المسافة أو النسبة (Interval Or Ratio).

7- تحليل التباين ذو البعد الواحد (Oneway Analysis of Variance) المعروف اختصاراً باسم ANOVA لدراسة الدلالة الإحصائية للفروق بين المتوسطات الحسابية لأكثر من مجموعتين من المبحوثين في أحد المتغيرات من نوع المسافة أو النسبة (Interval Or Ratio).

8- الاختبارات البعدية (Post Hoc Tests) بطريقة أقل فرق معنوي (LSD: Least Significance Difference) لمعرفة مصدر التباين وإجراء المقارنات الثنائية بين المجموعات التي يثبت ANOVA وجود فروق دالة إحصائياً بينها.

9- اختبائي (Z-Test) لدراسة معنوية الفرق بين نسبتين متوئتين، وقد اعتبرت قيمة Z غير دالة إذا لم تصل إلى 1.96، واعتبرت دالة عند مستوى ثقة 95% فأكثر إذا بلغت 1.96 وأقل من 2.58، واعتبرت دالة عند مستوى ثقة 99% فأكثر إذا بلغت 2.58 فأكثر.

وقد تم قبول نتائج الاختبارات الإحصائية عند درجة ثقة 95% فأكثر، أي عند مستوى معنوية 0.05 فأقل.

النتائج العامة للدراسة واختبار صحة الفروض:
أولاً: النتائج العامة للدراسة:

1- معدل استخدام المبحوثين شبكات التواصل الاجتماعي:

جدول (2) يوضح معدل استخدام المبحوثين شبكات التواصل الاجتماعي وفقاً للنوع

النوع	ذكور		اناث		الإجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%
خمسة أيام فأكثر	139	57.0%	68	43.6%	207	51.8%
من يومين إلى أربعة أيام	65	26.6%	49	31.4%	114	28.5%
يوماً واحداً في الأسبوع	40	16.4%	39	25.0%	79	19.8%
الإجمالي	244	100.0%	156	100.0%	400	100.0%

قيمة كا²=7.620 درجة الحرية =2 مستوى المعنوية=0.022 الدلالة = 0.05

3- أكثر الحسابات التي يستخدمها المبحوثين على شبكات التواصل الاجتماعي:

وهي أعلى من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة 99%.

ترتفع نسبة استخدام المبحوثين حساب باث لدى الإناث عن الذكور حيث جاءت النسب (9%، 4.1%) والفارق دال إحصائياً حيث بلغت قيمة Z المحسوبة 2.000 وهي أعلى من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة 95%.

جدول (4) يوضح أكثر الحسابات التي يستخدمها المبحوثين على شبكات التواصل الاجتماعي وفقاً للنوع

النوع المتغير	ذكور		إناث		الإجمالي		قيمة Z	المعنوية	الدالة
	ك	%	ك	%	ك	%			
فيس بوك	241	98.8%	150	96.2%	391	97.8%	1.719-	0.086	غير
واتس اب	130	53.3%	79	50.6%	209	52.3%	0.514-	0.607	غير
انستجرام	97	39.8%	80	51.3%	177	44.3%	2.261-	0.024	0.05
تويتر	89	36.5%	82	52.6%	171	42.8%	3.168-	0.002	0.01
لينكد ان	63	25.8%	37	23.7%	100	25.0%	0.473-	0.636	غير
جوجل بلس	46	18.9%	34	21.8%	80	20.0%	0.717-	0.474	غير
سناب شات	36	14.8%	34	21.8%	70	17.5%	1.805-	0.071	غير
باث	10	4.1%	14	9.0%	24	6.0%	2.000-	0.045	0.05
جملة من سطلوا	244		156		400				

4- أسباب استخدام المبحوثين شبكات التواصل الاجتماعي:

جدول (5) يوضح أسباب استخدام المبحوثين شبكات التواصل الاجتماعي وفقاً للنوع

النوع المتغير	ذكور		إناث		الإجمالي		قيمة Z	المعنوية	الدالة
	ك	%	ك	%	ك	%			
فيس بوك	241	98.8%	150	96.2%	391	97.8%	1.719-	0.086	غير دالة
واتس اب	130	53.3%	79	50.6%	209	52.3%	0.514-	0.607	غير دالة
انستجرام	97	39.8%	80	51.3%	177	44.3%	2.261-	0.024	0.05
تويتر	89	36.5%	82	52.6%	171	42.8%	3.168-	0.002	0.01
لينكد ان	63	25.8%	37	23.7%	100	25.0%	0.473-	0.636	غير دالة
جوجل بلس	46	18.9%	34	21.8%	80	20.0%	0.717-	0.474	غير دالة
سناب شات	36	14.8%	34	21.8%	70	17.5%	1.805-	0.071	غير دالة
باث	10	4.1%	14	9.0%	24	6.0%	2.000-	0.045	0.05
جملة من سطلوا	244		156		400				

يتضح من الجدول السابق: جاء (فيس بوك) في مقدمة أكثر الحسابات التي يستخدمها المبحوثين على شبكات التواصل الاجتماعي بنسبة بلغت 97.8%، ثم (واتس اب) في المرتبة الثانية بنسبة بلغت 52.3%، ثم (انستجرام) في المرتبة الثالثة بنسبة بلغت 44.3%، ثم (تويتر) في المرتبة الرابعة بنسبة بلغت 42.8%، ثم (لينكد ان) في المرتبة الخامسة بنسبة بلغت 25%، ثم (جوجل بلس) في المرتبة السادسة بنسبة بلغت 20%، ثم (سناب شات) في المرتبة السابعة بنسبة بلغت 17.5%، وأخيراً (باث) بنسبة 6%.

وقد أوضحت النتائج التفصيلية وجود اختلاف في النسب المئوية لإستجابات المبحوثين حول أكثر الحسابات التي يستخدمها المبحوثين على شبكات التواصل الاجتماعي وفقاً للنوع:

ترتفع نسبة استخدام المبحوثين حساب الإنستجرام لدى الإناث عن الذكور حيث جاءت النسب (51.3%، 39.8%) والفارق دال إحصائياً حيث بلغت قيمة Z المحسوبة 2.261 وهي أعلى من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة 95%.

ترتفع نسبة استخدام المبحوثين حساب تويتر لدى الإناث عن الذكور حيث جاءت النسب (52.6%، 36.5%) والفارق دال إحصائياً حيث بلغت قيمة Z المحسوبة 3.168

يتضح من الجدول السابق: جاء (التعليق على مشاركات الآخرين) في مقدمة أسباب استخدام المبحوثين شبكات التواصل الاجتماعي بنسبة بلغت 63.8%، ثم (الردشة) في المرتبة الثانية بنسبة بلغت 60.3%، ثم (المشاركة من خلال موضوعات شخصية) في المرتبة الثالثة بنسبة بلغت 59.3%، ثم (الحصول على تقدير الذات وتحسين صورتي لدى الآخرين) في المرتبة الرابعة بنسبة بلغت 59%، ثم (متابعة مشاركات الآخرين) في المرتبة الخامسة بنسبة بلغت 39.8%، ثم (المشاركة من خلال موضوعات عامة) في المرتبة السادسة بنسبة بلغت 38.8%، ثم (المشاركة من خلال صور عامة) في المرتبة السابعة بنسبة بلغت 20.8%، وأخيراً (المشاركة من خلال صور شخصية) بنسبة 14.3%.

يتضح من الجدول السابق: جاء (فيس بوك) في مقدمة أكثر الحسابات التي يستخدمها المبحوثين على شبكات التواصل الاجتماعي وتساعدهم في الحصول على تقدير الذات بنسبة بلغت 97.8%، ثم (واتس اب) في المرتبة الثانية بنسبة بلغت 52.3%، ثم (انستجرام) في المرتبة الثالثة بنسبة بلغت 44.3%، ثم (تويتر) في المرتبة الرابعة بنسبة بلغت 42.8%، ثم (لينكد ان) في المرتبة الخامسة بنسبة بلغت 25%، ثم (جوجل بلس) في المرتبة السادسة بنسبة بلغت 20%، ثم (سناب شات) في المرتبة السابعة بنسبة بلغت 17.5%، وأخيراً (باث) بنسبة 6%.

وقد أوضحت النتائج التفصيلية وجود اختلاف في النسب المئوية لإستجابات المبحوثين حول أكثر الحسابات التي يستخدمها المبحوثين على شبكات التواصل الاجتماعي وتساعدهم في الحصول على تقدير الذات وفقاً للنوع:

ترتفع نسبة استخدام حساب انستجرام لدى الإناث عن الذكور حيث جاءت النسب (51.3%، 39.8%) والفارق دال إحصائياً حيث بلغت قيمة Z المحسوبة 2.261 وهي أعلى من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة 95%.

ترتفع نسبة استخدام حساب تويتر لدى الإناث عن الذكور حيث جاءت النسب (52.6%، 36.5%) والفارق دال إحصائياً حيث بلغت قيمة Z المحسوبة 3.168 وهي أعلى من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة 99%.

ترتفع نسبة استخدام حساب باث لدى الإناث عن الذكور حيث جاءت النسب (9%، 4.1%) والفارق دال إحصائياً حيث بلغت قيمة Z المحسوبة 2.000 وهي أعلى من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة 95%.

وقد أوضحت النتائج التفصيلية وجود اختلاف في النسب المئوية لاستجابات المبحوثين حول أسباب استخدام المبحوثين شبكات التواصل الاجتماعي وفقاً للنوع:

ترتفع نسبة متابعة مشاركات الآخرين لدى الإناث عن الذكور حيث جاءت النسب (48.7%، 34%) والفارق دال إحصائياً حيث بلغت قيمة Z المحسوبة 2.927 وهي أعلى من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة 99%.

5- أكثر الحسابات التي يستخدمها المبحوثون على شبكات التواصل الاجتماعي وتساعدهم في الحصول على تقدير الذات:

جدول (6) يوضح أكثر الحسابات التي يستخدمها المبحوثين على شبكات التواصل الاجتماعي وتساعدهم في الحصول على تقدير الذات وفقاً للنوع

الاحتراف المعيارى	الاستجابة	المتوسط الحسابي	دائماً		أحياناً		نادراً		الإيجابية
			%	ك	%	ك	%	ك	
0.581	دائماً	2.35	40.3%	161	64.3%	217	65.5%	22	استخدم شبكات التواصل الاجتماعي لأكتب ثقة في نفسي
0.548	أحياناً	2.31	35.5%	142	60.3%	241	4.3%	17	استخدم شبكات التواصل الاجتماعي للظهور بشخصية مثالية مختلفة عن شخصيتي الواقعية
0.521	أحياناً	2.26	29.8%	119	66.3%	265	4.0%	16	استخدم شبكات التواصل الاجتماعي لأحصل على تقديري لذاتي.
0.477	أحياناً	2.21	24.3%	97	72.8%	291	3.0%	12	استخدم شبكات التواصل الاجتماعي لأرور ما أقوم به من أعمال
0.476	أحياناً	2.16	20.8%	83	74.8%	299	4.5%	18	استخدم شبكات التواصل الاجتماعي لأرغبني في أن أكون شخصاً آخر أفضل.
0.398	أحياناً	2.13	15.3%	61	82.5%	330	2.3%	9	استخدم شبكات التواصل الاجتماعي لأستطيع أن أقول ما أريده وفي أي وقت
0.316	أحياناً	2.02	6.0%	24	90.0%	360	4.0%	16	استخدم شبكات التواصل الاجتماعي لأغير أشياء سلبية في نفسي
400									الإجمالي

س 1.66 نادراً -- من 1.67 إلى 2.33 أحياناً -- من 2.34 إلى 3 دائماً.

6- استجابات المبحوثين حول أبعاد تقدير الذات:

جدول رقم (7) يوضح استجابات المبحوثين حول أبعاد تقدير الذات (بُعد اعتبار الذات)

الاجتزات	الاستجابة	ناترا	أحياناً		دائماً		المتوسط الحسابي	الاستجابة* الاحرف المعكروى
			%	ك	%	ك		
استخدم شبكات التواصل الاجتماعي لأكسب ثقة في نفسي	أحياناً	22	65.5%	217	54.3%	161	2.35	دائماً
استخدم شبكات التواصل الاجتماعي للظهور بشخصية مثالية مختلفة عن شخصيتي الواقعية	أحياناً	17	64.3%	241	60.3%	142	2.31	أحياناً
استخدم شبكات التواصل الاجتماعي لأحصل على تقديري لذاتي.	أحياناً	16	64.0%	265	66.3%	119	2.26	أحياناً
استخدم شبكات التواصل الاجتماعي لأبرز ما أقوم به من أعمال	أحياناً	12	63.0%	291	72.8%	97	2.21	أحياناً
استخدم شبكات التواصل الاجتماعي لرغبتي في أن أكون شخصاً آخر أفضل.	أحياناً	18	64.5%	299	74.8%	83	2.16	أحياناً
استخدم شبكات التواصل الاجتماعي لأستطيع أن أقول ما أريده وفي أي وقت	أحياناً	9	62.3%	330	82.5%	61	2.13	أحياناً
استخدم شبكات التواصل الاجتماعي لأغبر نفسي	أحياناً	16	64.0%	360	90.0%	24	2.02	أحياناً
الإجمالي							400	

١.66 نادراً -- من 1.67 إلى 2.33 أحياناً -- من 2.34 إلى 3 دائماً.

تشير بيانات الجدول السابق إلى استجابات المبحوثين حول أبعاد تقدير الذات التي تدفعهم لاستخدام شبكات التواصل الاجتماعي وفقاً لـ (بُعد اعتبار الذات)، حيث جاء (استخدم شبكات التواصل الاجتماعي لأكسب ثقة في نفسي) في المرتبة الأولى بمتوسط حسابي 2.35، وجاءت (استخدم شبكات التواصل الاجتماعي للظهور بشخصية مثالية مختلفة عن شخصيتي الواقعية) في المرتبة الثانية بمتوسط حسابي 2.31، وجاءت (استخدم شبكات التواصل الاجتماعي لأحصل على تقديري لذاتي) في المرتبة الثالثة بمتوسط حسابي 2.26، وجاءت (استخدم شبكات التواصل الاجتماعي لأبرز ما أقوم به من أعمال) في المرتبة الرابعة

بمتوسط حسابي 2.21، وجاءت (استخدم شبكات التواصل الاجتماعي لرغبتي في أن أكون شخصاً آخر أفضل) في المرتبة الخامسة بمتوسط حسابي 2.16، وجاء (استخدم شبكات التواصل الاجتماعي لأستطيع أن أقول ما أريده وفي أي وقت) في المرتبة السادسة بمتوسط حسابي 2.13، وأخيراً جاءت (استخدم شبكات التواصل الاجتماعي لأغبر أشياء سلبية في نفسي) بمتوسط حسابي 2.02.

7- استجابات المبحوثين حول أبعاد تقدير الذات:

جدول رقم (8) يوضح استجابات المبحوثين حول أبعاد تقدير الذات (بُعد التقييم الاجتماعي)

الاجتزات	الاستجابة*	المتوسط الحسابي	دائماً		أحياناً		نادراً		الاستجابة
			%	ك	%	ك	%	ك	
استخدم شبكات التواصل الاجتماعي لأحصل على تقديري على من الآخري	أحياناً	2.24	31.8%	127	60.3%	241	8.0%	32	استخدم شبكات التواصل الاجتماعي لأحصل على تقديري على من الآخري
استخدم شبكات التواصل الاجتماعي لأقال حبا الآخري	أحياناً	2.20	24.5%	98	71.3%	285	4.3%	17	استخدم شبكات التواصل الاجتماعي لأقال حبا الآخري
استخدم شبكات التواصل الاجتماعي لأحدث مع الآخري	أحياناً	2.17	19.3%	77	78.8%	315	2.0%	8	استخدم شبكات التواصل الاجتماعي لأحدث مع الآخري
استخدم شبكات التواصل الاجتماعي لأشجع من العبر	أحياناً	2.15	16.3%	65	82.5%	330	1.3%	5	استخدم شبكات التواصل الاجتماعي لأشجع من العبر
استخدم شبكات التواصل الاجتماعي لكوني مسورة مثالية على لدى الآخري .	أحياناً	2.12	17.5%	70	77.3%	309	5.3%	21	استخدم شبكات التواصل الاجتماعي لكوني مسورة مثالية على لدى الآخري .
استخدم شبكات التواصل الاجتماعي لأجد من يفهمي	أحياناً	2.04	9.3%	37	85.0%	340	5.8%	23	استخدم شبكات التواصل الاجتماعي لأجد من يفهمي
استخدم شبكات التواصل الاجتماعي حتى أهرب من التقاتل الآخري في الواقع	أحياناً	1.96	4.0%	16	88.0%	352	8.0%	32	استخدم شبكات التواصل الاجتماعي حتى أهرب من التقاتل الآخري في الواقع
استخدم شبكات التواصل الاجتماعي لأنه من الصعب على الآخري أن يحبوني في الواقع	أحياناً	1.92	5.3%	21	81.3%	325	13.5%	54	استخدم شبكات التواصل الاجتماعي لأنه من الصعب على الآخري أن يحبوني في الواقع
الإجمالي							400		

١.66 نادراً -- من 1.67 إلى 2.33 أحياناً -- من 2.34 إلى 3 دائماً

**جدول (9) يوضح الأساليب التي يمكن أن يقوم بها
المبحوثين للحصول على تقدير الذات من خلال شبكات
التواصل الاجتماعي وفقاً للنوع**

الدالة	المعوية	Z	الإجمالي		انث		ذكور		النوع
			%	ك	%	ك	%	ك	
غير دالة	0.684	0.407-	%54.5	218	%55.8	87	%53.7	131	الأساليب أقدم نفسي بصور مثالية عن الواقع
0.001	0.000	4.612-	%44.0	176	%58.3	91	%34.8	85	أظهر نفسى كمدافع عن القيم والمثل والأخلاق
غير دالة	0.985	0.019-	%42.3	169	%42.3	66	%42.2	103	أقدم نفسى كقدوة للآخرين
0.001	0.000	3.838-	%34.5	138	%23.1	36	%41.8	102	أشترك في الأعمال مع الآخرين
غير دالة	0.695	0.392-	%34.5	138	%33.3	52	%35.2	86	أقوم بالتعليق على موضوعات غير الغضب
0.01	0.006	2.736-	%31.0	124	%23.1	36	%36.1	88	أقوم بمعمل مشاركة لموضوعات تس
غير دالة	0.639	0.469-	%23.8	95	%25.0	39	%23.0	56	أفخر بأصالي أمام الآخرين
غير دالة	0.160	1.404-	%22.0	88	%25.6	40	%19.7	48	الإعلان عما أقوم به في أقلامه من أعمال
غير دالة	0.071	1.807-	%15.8	63	%19.9	31	%13.1	32	أظهر بشخصية ملتزمة بالقيم والمبادئ
				400		156		244	حيلة من ستورا

تشير بيانات الجدول السابق إلى استجابات المبحوثين حول أبعاد تقدير الذات التي تدفعهم لاستخدام شبكات التواصل الاجتماعي وفقاً لـ (بعد التقييم الاجتماعي)، حيث جاء (أستخدم شبكات التواصل الاجتماعي لأحصل على تقدير عال من الآخرين) في المرتبة الأولى بمتوسط حسابى 2.24، وجاءت (أستخدم شبكات التواصل الاجتماعي لأنال حب الآخرين) في المرتبة الثانية بمتوسط حسابى 2.20، وجاءت (أستخدم شبكات التواصل الاجتماعي لأتمكن من الحديث مع الآخرين) في المرتبة الثالثة بمتوسط حسابى 2.17، وجاءت (أستخدم شبكات التواصل الاجتماعي لأحصل على التشجيع من الغير) في المرتبة الرابعة بمتوسط حسابى 2.15، وجاءت (أستخدم شبكات التواصل الاجتماعي لتكوين صورة مثالية عني لدى الآخرين) في المرتبة الخامسة بمتوسط حسابى 2.12، وجاء (أستخدم شبكات التواصل الاجتماعي لأجد من يفهمني) في المرتبة السادسة بمتوسط حسابى 2.04، وجاء (أستخدم شبكات التواصل الاجتماعي حتى أهرب من انتقادات الآخرين في الواقع) في المرتبة السابعة بمتوسط حسابى 1.96، وأخيراً جاءت (أستخدم شبكات التواصل الاجتماعي لأنه من الصعب على الآخرين أن يحبونني في الواقع) بمتوسط حسابى 1.92.

**8- الأساليب التي يمكن أن يقوم بها المبحوثين للحصول
على تقدير الذات من خلال شبكات التواصل الاجتماعي:**

يتضح من الجدول السابق : جاء (أقدم نفسي بصور مثالية عن الواقع) في مقدمة الأساليب التي يمكن أن يقوم بها المبحوثين للحصول على تقدير الذات من خلال شبكات التواصل الاجتماعي بنسبة بلغت %54.5، ثم (أظهر نفسي كمدافع عن القيم والمثل والأخلاق) في المرتبة الثانية بنسبة بلغت %44، ثم (أقدم نفسي كقدوة للآخرين) في المرتبة الثالثة بنسبة بلغت %42.3، ثم (أشترك في الأعمال مع الآخرين)

قيمة كا²=5.657 درجة الحرية =2 مستوى المعنوية=0.059
الدلالة = غير دالة

يتضح من الجدول السابق: أن 67.8% من المبحوثين يعتقدون بدور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل صورة المبحوثين عند الآخرين دائماً، أيضاً يستخدمها 7% منهم أحياناً، بينما لا يعتقد ذلك 25.3% منهم.
وبحساب قيمة كا² بلغت (5.657) عند درجة حرية = (2)، وهي قيمة غير دالة إحصائياً. ويعني ذلك عدم وجود علاقة دالة إحصائياً بين نوع المبحوثين (ذكور، إناث) و دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل صورة المبحوثين عند الآخرين.

10- أنماط المضمون الاتصالي المستخدم في تشكيل الصورة الذهنية لدى الآخرين عبر شبكات التواصل الاجتماعي:

جدول (11) يوضح أنماط المضمون الاتصالي المستخدم في تشكيل الصورة الذهنية لدى الآخرين عبر شبكات التواصل الاجتماعي وفقاً للنوع

النوع	ك	%	إناث		ذكور		قيمة z	المعنوية	الدلالة
			ك	%	ك	%			
تعمد صورة إيجابية عني	169	69.3%	101	64.7%	270	67.5%	0.940-	0.347	غير دالة
التعريف بشخصي	145	59.4%	94	60.3%	239	59.8%	0.165-	0.869	غير دالة
إيضاح دوري القطي في المجتمع	106	43.4%	76	48.7%	182	45.5%	1.032-	0.302	غير دالة
تقوم بتوطيد علاقاتي مع الآخرين	95	38.9%	60	38.5%	155	38.8%	0.095-	0.925	غير دالة
الإعلان الدوري عما أحققه من إنجازات أو أقوم به من أعمال	73	29.9%	74	47.4%	147	36.8%	3.540-	0.000	0.001
	244		156		400				

و(أقوم بالتعليق على موضوعات الغير) في المرتبة الرابعة بنسبة بلغت 34.5%، ثم (أقوم بعمل مشاركة لموضوعاتي) في المرتبة الخامسة بنسبة بلغت 31%، ثم (أفتخر بأعمالي أمام الآخرين) في المرتبة السادسة بنسبة بلغت 23.8%، ثم (الإعلان عما أقوم به أو أقدمه من أعمال) في المرتبة السابعة بنسبة بلغت 22%، وأخيراً (أظهر بشخصية ملتزمة بالقيم والمبادئ) بنسبة 15.8%.

وقد أوضحت النتائج التفصيلية وجود اختلاف في النسب المئوية لاستجابات المبحوثين حول الأساليب التي يمكن أن يقوم بها المبحوثين للحصول على تقدير الذات من خلال شبكات التواصل الاجتماعي وفقاً للنوع:

ترتفع نسبة أظهر نفسي كمدافع عن القيم والمثل والأخلاق لدى الإناث عن الذكور حيث جاءت النسب (55.8%، 53.7%) والفارق دال إحصائياً حيث بلغت قيمة z المحسوبة 0.407 وهي أعلى من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة 99.9%.

ترتفع نسبة أشترك في الأعمال مع الآخرين لدى الذكور عن الإناث حيث جاءت النسب (41.8%، 23.1%) والفارق دال إحصائياً حيث بلغت قيمة z المحسوبة 3.838 وهي أعلى من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة 99.9%.

ترتفع نسبة أقوم بعمل مشاركة لموضوعاتي لدى الذكور عن الإناث حيث جاءت النسب (36.1%، 23.1%) والفارق دال إحصائياً حيث بلغت قيمة z المحسوبة 2.736 وهي أعلى من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة 99%.

9- دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل صورة المبحوثين عند الآخرين:

جدول (10) يوضح دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل صورة المبحوثين عند الآخرين وفقاً للنوع

النوع	ك	%	إناث		ذكور	
			ك	%	ك	%
المتغير دائماً	161	66.0%	110	70.5%	271	67.8%
أحياناً	23	9.4%	5	3.2%	28	7.0%
لا	60	24.6%	41	26.3%	101	25.3%
الإجمالي	244	100.0%	156	100.0%	400	100.0%

تشير نتائج تطبيق اختبار "ت" إلى وجود فروق بين متوسطات المبحوثين محل الدراسة علي مقياس استخدام شبكات التواصل الاجتماعي للحصول على تقدير الذات لصالح الإناث عند مستوي ثقة 99.9%
الفرض الثاني: توجد فروق دالة إحصائياً بين متوسطات درجات المبحوثين (الذكور والإناث) على مقياس تقدير الذات (بُعد اعتبار الذات) من خلال استخدامهم شبكات التواصل الاجتماعي.
 تم استخدام اختبار (T.Test) لقياس الفروق بين متوسطات درجات المبحوثين محل الدراسة علي مقياس تقدير الذات (بُعد اعتبار الذات) من خلال استخدامهم شبكات التواصل الاجتماعي وفقاً للنوع.

جدول (13) يوضح نتائج اختبار (ت) لدلالة الفروق بين متوسطات درجات المبحوثين محل الدراسة علي مقياس تقدير الذات (بُعد اعتبار الذات) من خلال استخدامهم شبكات التواصل الاجتماعي وفقاً للنوع

المتغير	النوع	العدد	م	ع	قيمة (ت)	مستوى المعنوية	الدلالة
مقياس تقدير الذات (بُعد اعتبار الذات) <td>الذكور</td> <td>244</td> <td>15.4631</td> <td>1.18750</td> <td rowspan="2">0.431</td> <td rowspan="2">0.667</td> <td rowspan="2">غير دالة</td>	الذكور	244	15.4631	1.18750	0.431	0.667	غير دالة
	الإناث	156	15.4103	1.21215			

تشير نتائج تطبيق اختبار "ت" إلى عدم وجود فروق بين متوسطات المبحوثين محل الدراسة علي مقياس تقدير الذات (بُعد اعتبار الذات) من خلال استخدامهم شبكات التواصل الاجتماعي.

الفرض الثالث: توجد فروق دالة إحصائياً بين متوسطات درجات المبحوثين (الذكور والإناث) على مقياس تقدير الذات (بُعد التقييم الاجتماعي) من خلال استخدامهم شبكات التواصل الاجتماعي.

تم استخدام اختبار (T.Test) لقياس الفروق بين متوسطات درجات المبحوثين محل الدراسة علي مقياس تقدير الذات (بُعد التقييم الاجتماعي) من خلال استخدامهم شبكات التواصل الاجتماعي وفقاً للنوع.

يتضح من الجدول السابق: جاء (تعكس صورة إيجابية عني) في مقدمة أنماط المضمون الاتصالي المستخدم في تشكيل صورة المبحوثين الذهنية لدى الآخرين عبر شبكات التواصل الاجتماعي بنسبة بلغت 67.5%، ثم (التعريف بشخصي) في المرتبة الثانية بنسبة بلغت 59.8%، ثم (إيضاح دوري الفعلي في المجتمع) في المرتبة الثالثة بنسبة بلغت 45.5%، ثم (تقوم بتوطيد علاقاتي مع الآخرين) في المرتبة الرابعة بنسبة بلغت 38.8%، وأخيراً (الإعلان الدوري عما أحققه من إنجازات أو أقوم به من أعمال) بنسبة 36.8%.

وقد أوضحت النتائج التفصيلية وجود اختلاف في النسب المئوية لإستجابات المبحوثين حول الأساليب الاتصالية التي تقدمها شبكات التواصل الاجتماعي لتشكيل صورة المبحوثين الذهنية لدى الآخرين وفقاً للنوع:

ترتفع نسبة الإعلان الدوري عما أحققه من إنجازات أو أقوم به من أعمال لدى الإناث عن الذكور حيث جاءت النسب (47.4%، 29.9%) والفارق دال إحصائياً حيث بلغت قيمة Z المحسوبة 3.540 وهي أعلى من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة 99.9%.

ثانياً: اختبار صحة الفروض:

الفرض الأول: توجد فروق ذات دلالة إحصائية فيما بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس استخدام شبكات التواصل الاجتماعي للحصول على تقدير الذات تبعاً للنوع (الذكور والإناث).

تم استخدام اختبار (T.Test) لقياس الفروق بين متوسطات درجات المبحوثين محل الدراسة علي مقياس استخدام شبكات التواصل الاجتماعي للحصول على تقدير الذات وفقاً للنوع.

جدول (12) يوضح نتائج اختبار (ت) لدلالة الفروق بين متوسطات درجات المبحوثين محل الدراسة علي مقياس استخدام شبكات التواصل الاجتماعي للحصول على تقدير الذات وفقاً للنوع

المتغير	النوع	العدد	م	ع	قيمة (ت)	مستوى المعنوية	الدلالة
مقياس استخدام شبكات التواصل الاجتماعي للحصول على تقدير الذات	الذكور	244	16.3238	5.14379	3.692	0.000	0.001
	الإناث	156	18.0705	3.63693			

لاختبار تأثير (النوع - السن - المستوى التعليمي - المستوى الإقتصادي) على زملة درجات المبحوثين ف الحصول علي تقدير الذات وانعكاسه على صورتهم لدى الآخرين، تم تقدير علاقة الانحدار الخطية Linear Regression بطريقة

Enter

جدول رقم (16) يوضح نتائج اختبار الانحدار للعلاقة بين المتغيرات ودرجات المبحوثين ف الحصول علي تقدير الذات وانعكاسه على صورتهم لدى الآخرين

المتغيرات	المعاملات غير القياسية Unstandardized Coefficients		المعاملات القياسية Standardized Coefficients		قيمة T	مستوى المعنوية Sig.
	B	Std. error	B			
(Constant)	75.732	2.812			26.932	0.000
النوع	2.819	1.049	0.136		2.687	0.008
السن	-0.030	0.644	-0.002		-0.046	0.963
المستوي التعليمي	2.497	0.832	0.149		3.001	0.003
المستوي الإقتصادي	-1.244	0.739	-0.084		-1.683	0.093

أشارت النتائج إلى أن قيمة معامل الارتباط المتعدد (R) Multi- Correlation بين المتغيرات السابقة هي 0.216a ، وهي قيمة دالة عند مستوى معنوية أقل من 0.05 ، أشارت نتائج معادلة الانحدار إلى أن متغير (النوع) يؤثر على اتجاهات المبحوثين نحو الحصول علي تقدير الذات وانعكاسه على صورتهم لدى الآخرين ، وكانت قيمة T هي 2.687 ، وهي قيمة دالة عند مستوى معنوية أقل من 0.05 أشارت نتائج معادلة الانحدار إلى أن متغير (المستوي التعليمي) يؤثر على اتجاهات المبحوثين نحو الحصول علي تقدير الذات وانعكاسه على صورتهم لدى الآخرين ، وكانت قيمة T هي 3.001 ، وهي قيمة دالة عند مستوى معنوية أقل من 0.05

الفرض السادس: توجد فروق دالة إحصائياً بين متوسطات درجات المبحوثين (ذوي المستوى الإقتصادي) و (ذوي المستوى التعليمي) على مقياس تقدير الذات (بعد اعتبار الذات) من خلال استخدامهم شبكات التواصل الاجتماعي.

جدول (14) يوضح نتائج اختبار (ت) لدلالة الفروق بين متوسطات درجات المبحوثين محل الدراسة علي مقياس تقدير الذات (بعد التقييم الاجتماعي) من خلال استخدامهم شبكات التواصل الاجتماعي وفقاً للنوع

المتغير	النوع	العدد	م	ع	قيمة (ت)	مستوى المعنوية	الدالة
مقياس تقدير الذات (بعد التقييم الاجتماعي)	الذكور	244	16.8770	1.26086	1.542	0.124	غير دالة
	الإناث	156	16.6731	1.33520			

تشير نتائج تطبيق اختبار "ت" إلى عدم وجود فروق بين متوسطات المبحوثين محل الدراسة علي مقياس تقدير الذات (بعد التقييم الاجتماعي) من خلال استخدامهم شبكات التواصل الاجتماعي

الفرض الرابع: توجد علاقة ارتباط معنوية ذات دلالة إحصائية بين درجة اهتمام المبحوثين بالحصول علي تقدير الذات من خلال شبكات التواصل الاجتماعي علي صورتهم لدى الآخرين.

جدول (15) يوضح معامل ارتباط بيرسون لقياس العلاقة بين درجة اهتمام المبحوثين بالحصول علي تقدير الذات من خلال شبكات التواصل الاجتماعي علي صورتهم لدى الآخرين

المتغيرات	صورتهم لدى الآخرين				
	العدد	معامل الارتباط	الاتجاه	القوة	مستوى المعنوية
درجة اهتمام المبحوثين بالحصول علي تقدير الذات من خلال شبكات التواصل الاجتماعي	400	0.120	طردية	ضعيفة	0.017

يشير الجدول السابق إلى ما يلي: وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين درجة اهتمام المبحوثين بالحصول علي تقدير الذات من خلال شبكات التواصل الاجتماعي علي صورتهم لدى الآخرين حيث بلغ معامل ارتباط بيرسون (0.120) وهي قيمة دالة عند مستوى ثقة 95%.

الفرض الخامس: تؤثر المتغيرات النوعية والديموجرافية (النوع - السن - المستوى التعليمي - المستوى الإقتصادي) على زملة درجات المبحوثين في الحصول علي تقدير الذات وانعكاسه على صورتهم لدى الآخرين.

درجات المبحوثين (ذوي المستوي الاقتصادي) و (ذوي المستوي التعليمي) على مقياس تقدير الذات (بُعد التقويم الاجتماعي) من خلال استخدامهم شبكات التواصل الاجتماعي.

جدول (19) يوضح نتائج اختبار تحليل التباين الأحادي (ANOVA) لقياس دلالة الفروق بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس تقدير الذات (بُعد التقويم الاجتماعي) من خلال استخدامهم شبكات التواصل الاجتماعي وفقاً لمستويات الاقتصادية المختلفة (مرتفع - متوسط - منخفض)

المتغيرات	مصدر التباين	مجموعات المربعات	درجة الحرية	متوسط المربعات	قيمة ف	المعنوية	الدلالة
مقياس تقدير الذات (بُعد اعتبار الذات) من خلال استخدامهم شبكات التواصل الاجتماعي	بين المجموعات	2.800	2	1.400	0.979	0.377	غير دالة
	داخل المجموعات	567.878	397	1.430			
	المجموع	570.678	399				

تشير نتائج تطبيق اختبار «ت»: إلى عدم وجود فروق بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس تقدير الذات (بُعد التقويم الاجتماعي) من خلال استخدامهم شبكات التواصل الاجتماعي وفقاً لمستويات الاقتصادية المختلفة (مرتفع - متوسط - منخفض) حيث بلغت قيمة «ت» قيمة غير دالة إحصائياً

جدول (20) يوضح نتائج اختبار تحليل التباين الأحادي (ANOVA) لقياس دلالة الفروق بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس تقدير الذات (بُعد التقويم الاجتماعي) من خلال استخدامهم شبكات التواصل الاجتماعي وفقاً لمستويات التعليمية المختلفة (قبل الجامعي - جامعي - بعد الجامعي)

المتغيرات	مصدر التباين	مجموعات المربعات	درجة الحرية	متوسط المربعات	قيمة ف	المعنوية	الدلالة
مقياس تقدير الذات (بُعد التقويم الاجتماعي) من خلال استخدامهم شبكات التواصل الاجتماعي	بين المجموعات	0.556	2	0.278	0.194	0.824	غير دالة
	داخل المجموعات	570.121	397	1.436			
	المجموع	570.678	399				

تشير نتائج تطبيق اختبار «ت»: إلى عدم وجود فروق بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس تقدير الذات (بُعد التقويم الاجتماعي) من خلال استخدامهم شبكات التواصل الاجتماعي وفقاً لمستويات التعليمية المختلفة (قبل الجامعي - جامعي - بعد الجامعي) حيث بلغت قيمة «ت» قيمة غير دالة إحصائياً

جدول (17) يوضح نتائج اختبار تحليل التباين الأحادي (ANOVA) لقياس دلالة الفروق بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس تقدير الذات (بُعد اعتبار الذات) من خلال استخدامهم شبكات التواصل الاجتماعي وفقاً لمستويات الاقتصادية المختلفة (مرتفع - متوسط - منخفض)

المتغيرات	مصدر التباين	مجموعات المربعات	درجة الحرية	متوسط المربعات	قيمة ف	المعنوية	الدلالة
مقياس تقدير الذات (بُعد اعتبار الذات) من خلال استخدامهم شبكات التواصل الاجتماعي	بين المجموعات	2.800	2	1.400	0.979	0.377	غير دالة
	داخل المجموعات	567.878	397	1.430			
	المجموع	570.678	399				

تشير نتائج تطبيق اختبار «ت»: إلى عدم وجود فروق بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس تقدير الذات (بُعد اعتبار الذات) من خلال استخدامهم شبكات التواصل الاجتماعي وفقاً لمستويات الاقتصادية المختلفة (مرتفع - متوسط - منخفض) حيث بلغت قيمة «ت» قيمة غير دالة إحصائياً

جدول (18) يوضح نتائج اختبار تحليل التباين الأحادي (ANOVA) لقياس دلالة الفروق بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس تقدير الذات (بُعد اعتبار الذات) من خلال استخدامهم شبكات التواصل الاجتماعي وفقاً لمستويات التعليمية المختلفة (قبل الجامعي - جامعي - بعد الجامعي)

المتغيرات	مصدر التباين	مجموعات المربعات	درجة الحرية	متوسط المربعات	قيمة ف	المعنوية	الدلالة
مقياس تقدير الذات (بُعد اعتبار الذات) من خلال استخدامهم شبكات التواصل الاجتماعي	بين المجموعات	0.556	2	0.278	0.194	0.824	غير دالة
	داخل المجموعات	570.121	397	1.436			
	المجموع	570.678	399				

تشير نتائج تطبيق اختبار «ت»: إلى عدم وجود فروق بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس تقدير الذات (بُعد اعتبار الذات) من خلال استخدامهم شبكات التواصل الاجتماعي وفقاً لمستويات التعليمية المختلفة (قبل الجامعي - جامعي - بعد الجامعي) حيث بلغت قيمة «ت» قيمة غير دالة إحصائياً

الفرض السابع: توجد فروق دالة إحصائياً بين متوسطات

- جامعي - بعد الجامعي) حيث بلغت قيمة «ت» قيمة غير دالة إحصائياً.

الخاتمة ومناقشة النتائج

- كشفت نتائج الدراسة عن ارتفاع معدلات استخدام الجمهور المصري شبكات التواصل الاجتماعي، سواء بالنسبة لمعدل الاستخدام الأسبوعي، أو بالنسبة لعدد الساعات التي يقضيها الباحثون في كل مرة تقريباً عن استخدامهم شبكات التواصل الاجتماعي، وبالنسبة أكبر للذكور عن الإناث، وهو ما أوضحت نتائج الجدولين (2 و 3).

هذه النتيجة تؤكدها الواقع الذي يدل على الانتشار الكبير لشبكات التواصل الاجتماعي وزيادة اعتماد الأفراد عليها في شتى مناحي حياتهم. كذلك تؤكد نتائج بعض الدراسات السابقة كدراسة (عرفة، 2015)، ودراسة (Anne Marie et al., 2015)، ودراسة (السويلمي، 2014)، ودراسة (Bonachristus Umeogu & Ifeoma Ojiako., 2014)، حيث أثبتت هذه الدراسات ارتفاع معدلات اعتماد واستخدام الجمهور على شبكات التواصل الاجتماعي.

- أبرزت النتائج تصدر موقع فيس بوك لمواقع شبكات التواصل الاجتماعي التي يستخدمها الجمهور المصري، تلاها حسابات واتس أب ثم انستجرام ثم تويتر وسناب شات. وأظهرت النتائج وجود فروق بين الباحثين وفقاً للنوع في اختيارهم لأبرز هذه المواقع، هذه النتيجة تتفق ونتائج دراسات (ابراهيم، 2014)، و (Kevin Johnston et al., 2013)، و (عاصم، 2013)، و (John Raackee & Jennifer B. و Raackee., 2008).

- أظهرت النتائج تعدد أسباب استخدام الجمهور المصري شبكات التواصل الاجتماعي وجاء في مقدمة هذه الأسباب: التعليق على مشاركات الآخرين، تلاها الدردشة، تلاها المشاركة من خلال موضوعات شخصية، الحصول على تقدير الذات وتحسين صورتي لدى الآخرين، تلاها متابعة مشاركات الآخرين، تلاها المشاركة من خلال موضوعات عامة، وأخيراً المشاركة من خلال صور شخصية. كما أوضح النتائج التفصيلية وجود اختلاف بسيط في النسب المئوية لاستجابات الباحثين حول أسباب استخدام الباحثين شبكات التواصل الاجتماعي فيما يتعلق بالحصول على تقدير الذات وفقاً للنوع

حيث ترتفع نسبة الإناث عن الذكور بنسبة ضئيلة. - أوضحت النتائج أن أكثر الحسابات التي يستخدمها الباحثين على شبكات التواصل الاجتماعي وتساعدهم في الحصول على تقدير الذات في مقدمتها موقع فيس بوك، تلاها حسابات واتس أب ثم انستجرام ثم تويتر وسناب شات. هذه النتيجة تتفق ونتيجة جدول (5). وربما يرجع السبب في تصدر فيس بوك هو ارتفاع نسبة الثقة في هذا الموقع، وإتاحته للجمهور أن يعبر عن نفسه بصورة أكبر، كما يتيح أيضاً عمقاً للحوار مع المستخدمين الآخرين (دراسة أسعد، 2011، ودراسة (Keith N. Hampton et al., 2011)، كما أثبتت بعض الدراسات وجود تأثير إيجابي لمتغيرات استخدام الفيسبوك وتقدير الذات (دراسة كمال، 2011).

- وحول أبعاد تقدير الذات التي تدفع الجمهور لاستخدام شبكات التواصل الاجتماعي وفقاً لبعدها اعتبار الذات، جاء في مقدمتها أنه يستخدم شبكات التواصل الاجتماعي ليكسب ثقة في نفسه، تلاها الظهور بشخصية مثالية مختلفة عن شخصيته الواقعية، تلاها الحصول على تقديره لذاته، تلاها إبراز ما يقوم به من أعمال، تلاها الرغبة في أن يكون شخصاً آخر أفضل، تلاها ليستطيع أن يقول ما يريد في أي وقت، وأخيراً ليعبر عن أشياء سلبية في نفسه، حيث أن لتقدير الذات تأثير عميق على جوانب حياتنا جميعها؛ فهو يؤثر على مستوى أدائنا في العمل، وعلى الطريقة التي نتفاعل بها مع الناس، وفي قدرتنا على التأثير في الآخرين، وعلى مستوى صحتنا النفسية (مالهي، 2006: ص 7)⁽³⁶⁾. كما ترجع أهمية تقدير الذات إلى أنه من أهم العوامل المؤثرة في حياة الفرد؛ فهو الدافع لتأكيد الذات وتحقيق النجاحات الشخصية، حيث يعد بع دأ مهم أ من أبعاد الشخصية (جمبي، 2008)⁽³⁷⁾.

وذكر (خلف، 2000) إن احترام الفرد لنفسه وحبها، وإحساسه بشخصه وقيمه أمام الآخرين يختلف من فرد لآخر، وقد يرى الفرد نفسه بصورة إيجابية أو سلبية، وكل ذلك يندرج تحت مفهوم تقدير الذات عند الفرد الذي يتطور من خلال الخبرات والمواقف التي يمر بها في أثناء محاولته للتكيف مع البيئة المحيطة به، ولكن أثر هذه المواقف والخبرات لا يتوقف عند مجرد نمو تنظيمات سلوكية خاصة، أو دوافع فردية منعزلة، وإنما يتعدى ذلك ليشمل أبعاد الفرد كلها عن طريق تقييم أثر الخبرات الانفعالية الإدراكية على هذا الفرد، مما يؤدي في النهاية إلى تطور مفهوم عام عن

- صحة الفرض الثالث بوجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الذكور والإناث فيما يتعلق بأبعاد تقدير الذات وفقاً لُبعد التقييم الاجتماعي، التي تدفع الجمهور لاستخدام شبكات التواصل الاجتماعي.
 - صحة الفرض الرابع بوجود علاقة ارتباط معنوية بين درجة اهتمام المبحوثين بالحصول على تقدير الذات من خلال شبكات التواصل الاجتماعي على صورتهم لدى الآخرين.
 - صحة الفرض الخامس بوجود تأثير للمتغيرات النوعية والديموجرافية (النوع - السن - المستوى التعليمي - المستوى الإقتصادي) على زملة درجات المبحوثين في الحصول على تقدير الذات وانعكاسه على صورتهم لدى الآخرين. وقد أظهرت نتائج دراسة (مقبل، 2010)⁽⁴²⁾ أن لمستوى العمر والنوع أثر كبير في تطور تقدير الذات لدى الطلبة وأنه لا توجد فروق بين الجنسين في تطور تقدير الذات.
 - صحة الفرض السادس بوجود فروق بين المبحوثين (ذوي المستوى الإقتصادي) و(ذوي المستوى التعليمي) على مقياس تقدير الذات وفقاً لُبعد اعتبار الذات من خلال استخدامهم شبكات التواصل الاجتماعي.
 - صحة الفرض السابع بوجود فروق بين المبحوثين (ذوي المستوى الإقتصادي) و(ذوي المستوى التعليمي) على مقياس تقدير الذات وفقاً لُبعد التقييم الاجتماعي من خلال استخدامهم شبكات التواصل الاجتماعي.
- هذه النتيجة في الفرضين السادس والسابع تتفق مع نتيجة دراسة (أوسماعيل، 2004)⁽⁴³⁾، والتي أثبتت وجود أثر للمستويين الإقتصادي والتعليمي بالإضافة إلى التطور المعرفي في تطور تقدير الذات لدى الطلبة.

الذات⁽³⁸⁾.

- وفيما يتعلق بأبعاد تقدير الذات التي تدفع الجمهور لاستخدام شبكات التواصل الاجتماعي وفقاً لُبعد التقييم الاجتماعي، جاء في مقدمتها أنه يستخدم شبكات التواصل الاجتماعي ليحصل على تقدير عال من الآخرين، تلاها لينال حب الآخرين، تلاها ليتمكن من الحديث مع الآخرين، تلاها الحصول على التشجيع من الغير، تلاها تكوين صورة مثالية عنه لدى الآخرين، تلاها ليجد من يفهمه، تلاها حتى يهرب من انتقادات الآخرين في الواقع وقت، وأخيراً لأنه من الصعب على الآخرين أن يحبونه في الواقع. لأن تقدير الذات مرتبط بتكامل شخصية الفرد، ويقع بين شخصية الفرد والواقع الاجتماعي، والتقدير المنخفض للذات يرتبط ارتباطاً كبيراً بتقبل الجماعة الاجتماعية، وتأثيره على قلق المستقبل (الكيلاني، 2008)⁽³⁹⁾.

- أظهرت النتائج أيضاً أن المبحوثين يرون وبنسبة عالية بلغت %67.8 أن استخدامهم شبكات التواصل الاجتماعي يُساعد في تشكيل صورتهم لدى الآخرين. وفيما يتعلق بأنماط المضمون الاتصالي المستخدم في تشكيل صورة المبحوثين الذاتية لدى الآخرين عبر شبكات التواصل الاجتماعي جاء في مقدمتها أنها تعكس صورة إيجابية عن الشخص، تلاها أنها التعريف بالشخص، تلاها إيضاح دوره الفعلي في المجتمع، تلاها أنها تقوم بتوطيد علاقاته مع الآخرين، وأخيراً أنها تقوم بالإعلان الدوري عما يحققه من إنجازات أو يقوم به من أعمال. حيث يُعد تقدير الذات من الأبعاد المهمة للشخصية، بل يراه البعض الأهم والأكثر تأثيراً في السلوك (الصيدان، 2004: 16)⁽⁴⁰⁾ ويؤكد آخرون أن الأشخاص الذين لديهم تقدير إيجابي لذواتهم يكونون في الغالب أسعد حالاً، وأفضل صحة، وأكثر إنتاجية، ممن لديهم تقدير متدن لذواتهم (Patho., 2005:10)⁽⁴¹⁾.

- أثبتت نتائج الدراسة:

- صحة الفرض الأول بوجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الذكور والإناث فيما يتعلق باستخدام شبكات التواصل الاجتماعي للحصول على تقدير الذات.
- صحة الفرض الثاني بوجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الذكور والإناث فيما يتعلق بأبعاد تقدير الذات وفقاً لُبعد اعتبار الذات، التي تدفع الجمهور لاستخدام شبكات التواصل الاجتماعي.

المراجع

- Date of search 20/10/2015, 11:00 PM
- (10) الجمال. رباب رأفت، 2014، تأثير استخدام شبكات التواصل الاجتماعي على تشكيل النسق القيمي الأخلاقي للشباب السعودي ، المجلة العربية للإعلام والاتصال ، الجمعية السعودية للإعلام والاتصال ، ع 11 ، مايو 2014 ، ص ص 168-89.
- (11) إبراهيم. ياسمين محمد، 2014، الاتصال التفاعلي من خلال شبكات التواصل الاجتماعي وعلاقتها برأس المال الاجتماعي، رسالة ماجستير، غير منشوره، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، ص 154.
- (12) Kevin Johnston.,et.al. Social capital: the Benefit of Facebook 'friends', Behaviour & Information Technology, Vol.32, No.1,june 4982860/ Available at .edu/.2013,pp. 24-36 Social_capital_the_benefit_of_Facebook_friends Date of search :16/11/2014, 11:40 PM.
- (13) عاصم. داليا احمد، 2013، ثقافة الفضاء الافتراضي ورأس المال الاجتماعي دراسة استطلاعية لآليات التفاعل الاجتماعي على موقع فيسبوك ، رسالة ماجستير غير منشورة ، كلية الآداب ، جامعة الإسكندرية.
- (14) Keith Hampton., et.al. Social Networking Sites and our Lives, Pew Research Center Internet, Science & Tech, June 2011,pp.1-85. Available at social-networking-sites-and-our-lives /Date of search :20/5/2014, 8.00PM.
- (15) أسعد. عمرو، 2011، العلاقة بين استخدام الشباب المصري لمواقع الشبكات الاجتماعية وقيمهم المجتمعية، رسالة دكتوراة غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة.
- (16) Huang Hanyun. Social Media Addiction Among Adolescents in Urban China: An Examination of Socio psychological Traits, Uses and Gratifications, Academic Performance, and Social Capital, **Doctoral dissertation**, China: The Chinese University of Hong Kong, 2011, pp.193-196.
- (17) كمال. أمال، 2011، استخدام طلاب الجامعات المصرية لمواقع الشبكات الاجتماعية وعلاقته برأس المال
- (1) كنفاني. علاء الدين، 1997، الصحة النفسية، ط4، القاهرة، دار هجر للطباعة والنشر والتوزيع والإعلان، ص 176.
- (2) كنفاني. علاء الدين، 1989، تقدير الذات في علاقته بالتنشئة الوالدية والأمن النفسي: دراسة في عملية تقدير الذات، المجلة العربية للعلوم الإنسانية، العدد التاسع والثلاثون، مجلد9، مجلس النشر العلمي الكويتي، جامعة الكويت، ص 104.
- (3) سليمان. عبد الرحمن سليمان، 1999، بناء مقياس تقدير الذات لدى عينة من أطفال المرحلة الابتدائية في دولة قطر، مجلة علم النفس، الهيئة المصرية العامة للكتاب، العدد الرابع والعشرين، القاهرة، ص 96-97.
- (4) سلامة. ممدوحة، 1991، المعاناة الاقتصادية في تقدير الذات والشعور بالوحدة النفسية لدى طلبة الجامع، مجلة دراسات نفسية، ك1، ج3، تصدر عن رابطة الأخصائيين النفسيين المصرية، القاهرة، ص، 702-679.
- (5) أبو زيد. إبراهيم أحمد، 1987، سيكولوجية الذات والتوافق، الإسكندرية، دار المعرفة، ص 68.
- (7) Anne Marie.,et.al. Understanding Civic Engagement Behavior on Facebook from a Social Capital Theory Perspective, Behaviour & Information Technology, Vol.34, No.2, January 2015,pp.163-175. Available at .pdf Date of search :16/6/2015, 9:30 AM.
- (8) السويلمي. شذى بنت محمد، 2014 إدمان استخدام الأجهزة الإلكترونية الحديثة وعلاقته بالتفاعل الاجتماعي والثقة بالنفس: دراسة مقارنة بين طلاب وطالبات المرحلة المتوسطة والثقة بالنفس، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية ، كلية العلوم الاجتماعية والإدارية.
- (9) Bonachristus Umeogu& Ifeoma Ojiakor. The Internet Communication and the Moral Degradation of the Nigerian Youth, International Journal of Computer and Information Technology ,Vol.3,No.2, March 2014, pp.450-463. Available at <http://www.ijcit.com/archives/volume3 /issue2/Paper030226.pdf>

وعلاقتها بالأداء المهاري للاعبين الناشئين والشباب بكرة السلة، مجلة علوم التربية الرياضية، العدد الثالث، المجلد الرابع، العراق، جامعة بابل، كلية التربية الرياضية.

(26) الألويسي، مرجع سابق، ص 120.

(27) الأسدي، لطيف غازي، 1995، أثر الإرشاد النفسي في تقدير الذات الواطئ لدى طلبة الصف الخامس الإعدادي، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية التربية، جامعة البصرة، العراق.

(28) الألويسي، مرجع سابق، ص 120.

(29) المرجع السابق، ص 124.

(30) Rosenberg, M., 1995. Global self-esteem and specific American Sociological Review, Vol. (60), pp. 141-156.

(31) الخفاجي، ساهرة يحيى، 1993، تقدير الذات والتعامل مع الضغوط لدى معوقى الحرب، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الآداب، جامعة بغداد، العراق.

(32) مصطفى، يوسف حمه صالح، 1990، معاملة الوالدين وعلاقتها بتقدير الذات لدى المراهقين وأبناء الشهداء وأقرانهم الآخرين، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الآداب، جامعة بغداد، العراق.

(33) ميزاب. ناصر، المعاملة الوالدية للحدث الجانح وعلاقتها بمفهوم الذات، رسالة دكتوراة غير منشورة، الجزائر، جامعة الجزائر، 2007، ص 156.

(34) عبد الأمير. نصر حسين، تقدير الذات وعلاقتها بالأداء المهاري للاعبين، العراق، جامعة بابل، مجلة علوم التربية الرياضية، العدد الثالث، المجلد الرابع 2011، ص 295.

(35) قطناني. محمد حسين، تطوير الذات "دورات تدريبية"، المملكة العربية السعودية، دار جرير للنشر والتوزيع، 2011، ص 207.

* تم تحكيم الاستمارة بعرضها على السادة المحكمين الآتية أسماؤهم (طبقاً للترتيب الأبجدي للأسماء):

أ. د. محمد زين عبد الرحمن، أستاذ الصحافة، عميد كلية الإعلام، جامعة بني سويف.

أ.د. علي عقلة نجادات، أستاذ الصحافة، عميد كلية الإعلام، جامعة اليرموك، الأردن.

أ.د. حاتم سليم العلوانة، أستاذ مساعد، جامعة اليرموك،

الاجتماعي بالتطبيق على موقع Face book ، المجلة المصرية لبحوث الرأس العام ، كلية الإعلام ، جامعة القاهرة ، م.10، ع.4، يوليو- ديسمبر، 2011، ص ص 103-147.

(18) Sebastian Valenzuela., et.al. Is There Social Capital in a Social Network Site?: Facebook Use and College Students' Life Satisfaction, Trust, and Participation, **Journal of Computer-Mediated Communication**, Vol.14, No.4, July 2009, p.877. Available at 1111/j.1083-6101.2009. 01474.x/epdf Date of search :16/12/2014, 10:10 PM

(19) الشريبي. محمد سعد، 2009، دور شبكة الإنترنت في إكساب الشباب بعض السلوكيات السلبية التي تتعارض مع القيم الأسرية، المؤتمر العلمي الأول: الأسرة والإعلام وتحديات العصر، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 15-17 فبراير 2009، ص ص 887 - 932.

(20) John Field. Social Capital, 1st. Ed (London: Routledge, 2003), p.32.

(21) عمارة. نائلة، 2005، استخدامات الإنترنت والتفاعل الاجتماعي لدى الشباب الجامعي دراسة ميدانية ، مؤتمر صحافة الإنترنت في العالم العربي الواقع والتحديات ، جامعة الشارقة ، 23-22 نوفمبر 2005 ، ص ص 411-381.

(22) عبد الفتاح. أحمد عبد الكافي، 2016، مشاركة الصحفي المواطن في الصحف الإلكترونية وعلاقتها بتقدير الذات، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، المجلد الخامس عشر، العدد الثاني، ابريل/يونيو 2016، كلية الإعلام، جامعة القاهرة.

(23) الألويسي. أحمد إسماعيل، 2014، فاعلية الذات وعلاقتها بتقدير الذات لدى طلبة الجامعة: دراسة ميدانية في علم النفس الاجتماعي، ط 1، عمان، الأردن، دار الكتب العلمية للطباعة والنشر.

(24) طرج. سميرة، 2013، تقدير الذات وفاعلية الأنا عند المراهق المصاب بداء السكري، رسالة ماجستير غير منشورة، الجزائر، جامعة محمد خيضر بسكرة، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية.

(25) عبد الأمير. نصر حسين، 2011، تقدير الذات

- الأردن. أ.د. خالد كاظم، أستاذ مساعد، كلية الآداب، جامعة سوهاج. أ.د.م. عبد اللاه صابر، أستاذ مساعد، كلية الآداب، جامعة جنوب الوادي.
- أ.د.م. محرز غالي، أستاذ مساعد، كلية الاعلام، جامعة القاهرة.
- * تتراوح قيمة معامل Cronbach' Alpha ما بين صفر وواحد، وإذا كانت القيمة 0.6 فأقل فإن ذلك يعبر عن انخفاض مستوى ثبات المقياس.
- * من 1 إلى 1.66 نادراً -- من 1.67 إلى 2.33 أحياناً -- من 2.34 إلى 3 دائماً.
- * من 1 إلى 1.66 نادراً -- من 1.67 إلى 2.33 أحياناً -- من 2.34 إلى 3 دائماً
- (36) مالهي، رانجيت سينج، 2006، تعزيز تقدير الذات، الرياض، مكتبة جرير، ص7.
- (37) جمبي. نسرين صلاح عبد الرحمن، 2008. تقدير الذات والمساندة الاجتماعية لدى عينة من مجهولي ومجهولات الهوية في الأسر البلدية والمؤسسات الاجتماعية وعينة من معروفين ومعروفات الهوية وعلاقتها ببعض المتغيرات بمنطقة مكة، رسالة ماجستير غير منشورة، مكة المكرمة، جامعة أم القرى.
- (38) خلف، شاكر عقلة، 2000 الاعتمادية وعلاقتها
- بتقدير الذات لدى طلبة المرحلة الأساسية العليا في الأردن، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية التربية، الجامعة المستنصرية، الأردن.
- (39) الكيلاني، إبراهيم بن محمد، 2008، تقدير الذات وعلاقته بقلق المستقبل لدى الجالية العربية المقيمة بمدينة أوسلو- النرويج، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الآداب والتربية، الأكاديمية العربية في الدنمارك.
- (40) الضيدان. الحميدي محمد، 2004، تقدير الذات وعلاقته بالسلوك العدواني لدى طلبة المرحلة المتوسطة بمدينة الرياض، رسالة ماجستير غير منشورة، أكاديمية نايف للعلوم الأمنية، الرياض.
- (41) Patho108.com : L estime de soi , 2005 : 10) <http://www.patho108.com/dossiers/Dossier%20estime%20de%20soi-1.pdf>. 22/8/2017 :19
- (42) مقبل. مرفت عبد ربه عايش، 2010، التوافق النفسي وعلاقته بقوة الأنا وبعض المتغيرات لدى مرض السكري في قطاع غزة، رسالة ماجستير، الجامعة الإسلامية غزة، ص46.
- (43) أوسماعيل. صفية، 2004، تقدير الذات وانعكاساته على السلوك العدواني لدى لاعبي كرة اليد، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الجزائر.

