

The Role of Social Media in Influencing Human Interaction: An Analytical and Descriptive Study on a Sample of Arab Youth

Abdulmalek Radman AlDanani¹ , Amgad Abdalgader Awad^{1*} , Sameer O.A Baniyassen² 

¹Department of Public Relations, College of Media and Public Relations, Liwa University, Abu Dhabi, UAE

² College of Media, City University Ajman, Ajman, United Arab Emirates.

Received: 7/10/2024
Revised: 20/11/2024
Accepted: 23/12/2024
Published online: 1/1/2026

* Corresponding author:
amgad.abdalaziz@lc.ac.ae

Citation: AlDanani, A. R., Awad, A. A., & Baniyassen, S. O. (2026). The Role of Social Media in Influencing Human Interaction: An Analytical and Descriptive Study on a Sample of Arab Youth. *Dirasat: Human and Social Sciences*, 53(6), 9274.
<https://doi.org/10.35516/Hum.2026.9274>

Abstract

Social media platforms have witnessed a significant evolution in user interaction and communication styles, leading to rapid advancements in information dissemination and engagement. From mere entertainment platforms, have become an integral part of daily life for Arab youth, exerting a direct and effective influence on interaction and communication styles.

Objectives: This study aims to explore the impacts of social media use on human interaction, analyzing the resulting changes among individuals within society and examining how the behavior and social relationships of young people are affected.

The study's significance lies in the role of social media in influencing youth and highlighting the potential challenges and benefits of human interaction, including its impact on face-to-face communication, interpersonal skills, and social interaction within communities.

Methods: A descriptive-analytical approach was employed, using an online survey to collect data from a sample of Arab youth who are active social media users.

Results: The study found that news and social purposes are the most common reasons for using social media among young people, with the primary motivations being to connect with friends and family and stay informed about current events. The study also revealed that interactions through social media are often superficial but can strengthen personal relationships in certain ways.

Conclusions: The study concluded that social media increases digital interaction but may lead to a decrease in the quality of direct personal interaction. There are also mixed effects on human relationships, as excessive use can reduce face-to-face interaction.

Keywords: Social networking sites; Arab youth; human interaction; social behavior; challenges

دور مواقع التواصل الاجتماعي في التأثير على التفاعل البشري "دراسة تحليلية وصفية على عينة من الشباب العربي"

عبد الملك ردمان الدنانى¹، أمجد عبد القادر عوض^{1*}، سمير عقلة بني ياسين²
¹ قسم العلاقات العامة، كلية الإعلام والعلاقات العامة، جامعة ليوا، أبوظبي، الإمارات العربية المتحدة.
² قسم العلاقات العامة، كلية الإعلام، جامعة المدينة الجامعية، عجمان، الإمارات العربية المتحدة.

ملخص

شهدت مواقع التواصل الاجتماعي تطوراً واسعاً في كيفية تفاعل المستخدمين بها، وأساليب تواصلهم مع بعضهم، وصاحب ذلك تطورات متسارعة في نشر المعلومات والتفاعل معها، من مجرد منصات تواصل ترفيهية إلى جزء لا يتجزأ من ممارسة الحياة اليومية للشباب العربي، مؤثرة بشكل مباشر وفعال على أساليب التفاعل والتواصل.

الأهداف: تهدف الدراسة إلى التعرف على التأثيرات الناتجة عن استخدام هذه المواقع على التفاعل البشري، بالاعتماد على تحليل المتغيرات الحاصلة بين أفراد المجتمع، وكيف يتأثر السلوك البشري للشباب، والعلاقات الاجتماعية نتيجة لاستخدام هذه المواقع. تأتي أهمية الدراسة من الدور الذي تلعبه مواقع التواصل الاجتماعي في التأثير على شريحة الشباب، وتبسيط الضوء على التحديات والفوائد المحتملة للتفاعل البشري، بما في ذلك تأثيره على التواصل الواجهي للأفراد ومهارات التواصل الشخصية، فضلاً عن التفاعل الاجتماعي في المجتمعات.

المنهجية: استند تنفيذ الدراسة على استخدام المنهج الوصفي التحليلي اعتماداً على أسلوب المسح، بواسطة استبانة إلكترونية لعينة من المستخدمين للمواقع الاجتماعية من الشباب العربي.

النتائج: خرجت الدراسة بالعديد من النتائج أهمها أن الأغراض الإخبارية والاجتماعية هي الأكثر شيوعاً لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي لدى الشباب، الأسباب الرئيسية للاشتراك بهذه المواقع للتواصل مع الأصدقاء والعائلة، والإطلاع على الأخبار والأحداث. وأظهرت الدراسة أن التفاعل من خلال مواقع التواصل الاجتماعي غالباً ما يكون سطحياً، لكنه يعزز العلاقات الشخصية بطرق معينة.

الخلاصة: خلصت الدراسة إلى أن مواقع التواصل الاجتماعي تزيد من التفاعل الرقمي، لكنها قد تؤدي إلى تقليل جودة التفاعل الشخصي المباشر. كما توجد تأثيرات متباينة على العلاقات الإنسانية، حيث يؤدي الاستخدام المكثف إلى تقليل التفاعل المباشر. الكلمات الدالة: مواقع التواصل الاجتماعي، الشباب العربي، التفاعل، السلوك، التحديات.



© 2026 DSR Publishers/ The University of Jordan.

This article is an open access article distributed under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution (CC BY-NC) license
<https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/>

المبحث الأول: الإطار المنهجي للدراسة

مقدمة:

تُعَدُّ مواقع التواصل الاجتماعي من أبرز التطورات التقنية الحديثة Technology، التي أثرت على العديد من مجالات الحياة اليومية لأفراد المجتمع، بما في ذلك التفاعل البشري للشباب العربي. تهدف هذه الدراسة إلى فهم الدور الذي تحدثه مواقع التواصل الاجتماعي في التأثير على سلوك الشباب العربي للمواقع الاجتماعية، من خلال تحليل تفاعلاتهم وأنشطتهم على هذه المواقع. وتستند الدراسة إلى تحليل نتائج استبانة لعينة من نشطاء المواقع الاجتماعية، بهدف تحديد التأثيرات الإيجابية والسلبية لمواقع التواصل الاجتماعي على التفاعل البشري للشباب العربي. كما تهدف الدراسة إلى التعرف على مدى تأثير عوامل مختلفة مثل نوع الموقع وتركيبية المجتمع المعنى على هذه العملية. وتكمن أهمية الدراسة في الحصول على رؤى مفيدة لفهم التأثيرات الثقافية والاجتماعية لمواقع التواصل الاجتماعي على التفاعل البشري للشباب العربي مستخدمين المواقع.

كما أن سهولة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، وانتشارها بشكل واسع بين أفراد المجتمعات البشرية، زاد من قدرتها على التواصل من أي مكان في العالم للحصول على المعلومات، وسهل وصول المعلومة والقدرة على الاتصال بشكل غير مسبوق، لا سيما في ظل التفاعل البشري.

مشكلة الدراسة:

تركز مشكلة الدراسة على مجالات تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على التفاعل البشري للشباب العربي، كما تبرز الإشكالية الأساسية في طبيعة التأثيرات الاجتماعية بشكل دقيق وموضوعي، بهدف التعرف على العوامل المتداخلة التي تؤثر على الشباب العربي من حيث العوامل الثقافية والاجتماعية والسياسية. وتوجه الدراسة إلى التعرف على مجال التحديات بشكل كاف ودقيق نظراً لتنوع فئة الشباب في استخدامات مواقع التواصل الاجتماعي وتفاعلاتهم في مختلف السياقات والاتجاهات.

أهمية الدراسة:

تكمن أهمية الدراسة في فهم دور مواقع التواصل الاجتماعي في التأثير على سلوك الشباب العربي، حيث إن هذا الموضوع ذو أهمية في ظل التطورات الحاصلة في مجال الاتصال الرقمي من خلال مواقع التواصل الاجتماعي. خاصة وأن العديد من البلدان في منطقة الشرق الأوسط وشمال إفريقيا تحتل مرتبة أعلى من المتوسط العالمي من حيث نسبة السكان الذين يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي. (Radcliffe, Abuhmaid and Mahliaire, 2023، ص6) كما تنبع أهميتها من الحاجة إلى توثيق وتحليل العلاقة القائمة بين مواقع التواصل الاجتماعي والتركيبية الثقافية والاجتماعية في المجتمع العربي، حيث يمكن أن تقدم نتائج الدراسة إسهامات مهمة للباحثين وصناع القرار لفهم أبعاد التفاعل البشري من خلال الوسائط الرقمية. فضلاً عن ذلك، فإنها تسعى إلى توفير قاعدة بيانات موثوقة يمكن أن تكون مرجعاً للبحوث المستقبلية حول تأثيرات مواقع الاتصال الحديثة على السلوك البشري والتفاعل الاجتماعي في الوطن العربي.

أهداف الدراسة:

تسعى الدراسة إلى تحقيق مجموعة من الأهداف تتمثل في الآتي:

1. التعرف على الأسباب التي تدفع الشباب العربي للاشتراك في مواقع التواصل الاجتماعي.
2. فهم طبيعة العلاقات التفاعلية الاجتماعية من خلال مواقع التواصل الاجتماعي بين الشباب العربي.
3. مدى التأثيرات التي نتجت عن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على التفاعل البشري وتأثيراتها.
4. تحديد دوافع التعرض لمواقع التواصل الاجتماعي بين الفرص والتحديات.
5. التعرف على الآثار الإيجابية لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي في عملية التفاعل البشري.
6. التعرف على الآثار السلبية لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي في عملية التفاعل.

تساؤلات الدراسة:

1. ما الأسباب التي تدفع للاشتراك في مواقع التواصل الاجتماعي؟
2. ما طبيعة العلاقات التفاعلية الاجتماعية من خلال مواقع التواصل الاجتماعي؟
3. ما التأثيرات التي نتجت عن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على التفاعل البشري؟
4. ما دوافع تعرض الشباب العربي لمواقع التواصل الاجتماعي؟

5. ما الآثار الإيجابية لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي في عملية التفاعل؟
6. ما الآثار السلبية لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي في عملية التفاعل؟

منهج الدراسة:

تم استخدام المنهج الوصفي التحليلي الذي لا يتوقف فقط عند وصف جمع البيانات المتعلقة بالظاهرة، بل يتعداه إلى حدود استقصاء مظاهرها وعلاقتها المختلفة، كما يقوم على تحليل الظاهرة وتفسيرها والوصول إلى استنتاجات في تطوير الواقع وتحسينه. (العساف، 2003، ص 225)، حيث تم استخدام المنهج الوصفي لتوصيف كيفية تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على التفاعل البشري بين الشباب العربي. وهذا يشمل وصف عادات استخدام هذه المواقع، الأعراض المختلفة التي يستخدمها الشباب من أجلها، والآثار الناتجة عن هذه الاستخدامات على علاقاتهم الاجتماعية. وفي إطار المنهج الوصفي تم الاعتماد على أسلوب المسح الذي يعتبر من المناهج الرئيسية التي تستخدم في البحوث السلوكية والاجتماعية ويعتمد عليه في البحوث الكشفية والوصفية والتحليلية، ويعتمد على دراسة الواقع أو الظاهرة كما توجد في الميدان ويتم بوصفها وصفاً دقيقاً (درويش، 2018، ص 118)، بُغية التعرف على آراء عينة من الشباب العربي للتعرف على دور مواقع التواصل الاجتماعي في التأثير على التفاعل البشري لدى الشباب العربي، حيث تم تحليل نتائج الدراسة الميدانية والاستنتاجات التي وردت فيها.

أداة الدراسة: تعتمد الدراسة على الاستبانة الإلكترونية كأداة رئيسة في تنفيذ هذه الدراسة، وتم سحب المفردات بأسلوب العينة الشبكية أو عينة كرة الثلج Networking/Snowball Sample، حيث يرسم الباحث في هذا النوع من العينات صورة أو لمحة محددة عن خصائص مطلوبة في أفراد العينة ثم يطلب من كل مشترك أن يقترح مشارك آخر أو أكثر تنطبق عليهم تلك الخصائص لكي يكونوا ضمن العينة (قندبلجي، 2019، ص 207). وهذا الأسلوب من أساليب اختيار العينات غير الاحتمالية لجمع بيانات الدراسة من خلال تحديد واختيار الفئة الأولية أو المبدئية التي تزودنا بالفئات الأخرى المماثلة من السمات والخصائص نفسها. لذا تم وضع عدد من المحددات التي تتناسب مع طبيعة الدراسة كشرط أساس للإجابة عن أسئلة الاستبانة، وهي:

1/ أن يكون المبحوث من فئة الشباب العربي الذين ينتمون للفئة العمرية من 18 إلى 45 عاماً، حيث إن هذه الفئة العمرية هي الأكثر استخداماً لمواقع التواصل الاجتماعي ومتابعة حركة المجتمع وتطوره، ومن ثم فهي الأكثر قدرة على التقييم.

2/ أن يكون المبحوثون من مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي.

اختبار صدق أداة الدراسة: استخدمت الدراسة أسلوب الصدق الظاهري Face Validity والذي يعبر عن اتفاق المحكمين أو المبحوثين على أن القياس أو الأداة صالحة فعلاً لتحقيق الهدف الذي أعدت من أجله ويطلق عليها الصدق الظاهري وذلك بسبب أنه يقوم على رؤية المحكمين للصلاحيات بوجه عام، وقد يتفق المحكمون أو يختلفون في بعض الجوانب الخاصة بالمحتوى أو البناء على علاقته بالهدف من القياس (عبد الحميد، 2004، ص 43). وتم إجراء اختبار صدق أداة الدراسة في قياس ما وضعت لقياسه من خلال عرضها على عدد من المحكمين المتخصصين في المجال نفسه*، وذلك بهدف التحقق من مدى فعاليتها وتحقيقها لهدف الدراسة وقياس ما وضعت لأجله، وتم تعديل بعض الفقرات بناء على اقتراحات وتوجيه هؤلاء الخبراء. **مجتمع البحث وعينته:** نظراً لطبيعة موضوع الدراسة المتعلقة بتأثير مواقع التواصل الاجتماعي على التفاعل البشري لدى الشباب العربي، فقد تم تحديد العينة المستهدفة من الشباب العربي المستخدمين لمنصات التواصل الاجتماعي، وكذلك المهنيين العاملين في مجال الإعلام الرقمي والذين تتراوح أعمارهم بين 18 إلى 45 عاماً من خلال عينة بلغ عددها (213) مفردة للحصول على نتائج موثوقة وذات دلالة إحصائية

حدود الدراسة:

الحدود الموضوعية: هدفت الدراسة إلى بيان أوجه دور مواقع التواصل الاجتماعي في التأثير على السلوك والتفاعل البشري، وما تتصل بها من فرص ومخاطر في تشكيل وعي الشباب العربي.

الحدود المكانية: تقتصر الدراسة على عينة ممثلة للشباب العربي والمهنيين المستخدمين للمواقع الاجتماعية.

الحدود الزمانية: تم تطبيق الدراسة خلال شهري مايو ويونيو من عام 2024م.

أسباب اختيار الموضوع:

تعود أسباب اختيار موضوع الدراسة للأسباب التالية:

* الخبراء الذين حكموا الاستبانة قبل توزيعها على عينة الدراسة، هم: أ.د. علي الحاوري من جامعة الحديدة، أ.د. عبد الباسط الحطامي من جامعة صنعاء، و د. محمد شرف أستاذ متعاون في جامعة الكويت.

أ- أسباب موضوعية:

- لإثراء البحث العلمي وندرة الدراسات السابقة التي تتحدث عن موضوع التفاعل البشري للشباب العربي.
- إلقاء نظرة عامة حول التفاعل البشري للشباب العربي في مواقع التواصل الاجتماعي.
- متابعة تطور حضور الشباب العربي في مواقع التواصل الاجتماعي، لا سيما في ظل الأحداث الحالية.
- يُعد الشباب العربي ذا أهمية حيوية في عملية التغيير الاجتماعي والتنمية الهادفة إلى بناء المجتمع.

ب- أسباب ذاتية:

- الشعور بقيمة هذه الدراسة في إطار الدراسات العلمية.
- معرفة مدى مساهمة الشباب العربي في التفاعل البشري من خلال مواقع التواصل الاجتماعي.
- معرفة مدى مشاركة الشباب العربي في القضايا العربية المصيرية.

المبحث الثاني: الإطار النظري للدراسة

نظرية الدراسة:

تم معالجة موضوع الدراسة من خلال نظرية التفاعلية الرمزية، ويشير هذا المصطلح إلى عملية التفاعل الاجتماعي التي يكون فيها الفرد على علاقة واتصال ببقول الآخرين وحاجاتهم ورغباتهم الكامنة في تحقيق أهدافهم واستخدام هذا المفهوم بتمييز النمط من العلاقات الاجتماعية ولتفسير بعض الملاحظات المتصلة بالإنسان وسلوكه وتفاعله مع غيره من أعضاء مجتمعه تلك التفاعلات التي تقوم على استخدام الرموز وتتخذ أشكالاً وصوراً مختلفة (Adade, 2019, p24). وترى النظرية بأن الحياة الاجتماعية وما يكتنفها من عمليات وظواهر وحوادث ما هي إلا شبكة معقدة من نسيج التفاعلات والعلاقات بين الأفراد والجماعات التي يتكون منها المجتمع. (الحسن، 2005، ص 80-81) وبالنظر إلى مصطلح النظرية التفاعلية الرمزية نجد أنه يتضمن مصطلحات عديدة، نذكر فيما يلي مفاهيم هذه المصطلحات:

التفاعل: Interaction: هو سلسلة متبادلة ومستمرة من الاتصالات بين الفرد مع الفرد، أو بين الفرد وجماعة من الأفراد، أو بين جماعة من الأفراد مع جماعة أخرى.

الرموز Symbols: وهي مجموعة من الإشارات المصطنعة، التي يستخدمها الناس فيما بينهم بهدف تسهيل عملية التواصل، وهي سمة خاصة في الإنسان، وتشتمل على اللغة والمعاني والانطباعات والصور الذهنية.

وانطلاقاً مما سبق يمكن توضيح علاقة النظرية بموضوع الدراسة كونها تفسر طبيعة التفاعل الاجتماعي للفرد مع المجتمع من خلال مواقع التواصل الاجتماعي في إطار الاندماج في المجتمع الافتراضي، حيث يتم توليد معاني وقيم وأنماط تفاعلية جديدة في أوساط أفراد هذا المجتمع.

الدراسات السابقة:

- دراسة خولة علي العتيبي (2024، ص 92-142)، هدفت إلى التعرف على تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على القيم الاجتماعية في دولة الإمارات العربية المتحدة، وبلغت عينة الدراسة (21) من المواطنين في المجتمع الإماراتي، وتم الاعتماد على الاستبانة كأداة للدراسة. ومن أهم نتائج هذه الدراسة، وجود علاقة ارتباط طردية ذات دلالة إحصائية بين مواقع التواصل الاجتماعي والقيم الاجتماعية عند مستوى معنوي، وإن أهم القيم الاجتماعية التي تقدمها مواقع التواصل الاجتماعي من وجهة نظر أفراد عينة الدراسة هي تعزيز التضامن والتعاون بين الأفراد وتشجيع التعليم المستمر وتبادل المعرفة يلهم تقديم الدعم المعنوي للأفراد في الأوقات الصعبة، وتوفير منصات لدعم القضايا الخيرية. وهناك مستوى موافقة مرتفع من أفراد عينة الدراسة بأن هناك تأثيراً سلبياً لوسائل التواصل الاجتماعي على قيم الاحترام والتقدير في المجتمع.

- دراسة سحر نجيب عبده علي (2023، ص 534-553)، هدفت الدراسة إلى معرفة ما أفرزته مواقع التواصل الاجتماعي من أبعاد تفاعلية على الشباب في محافظة عدن وذلك من خلال معرفة طبيعة استخدام الشباب لوسائل التواصل الاجتماعي مع محاولة إبراز مدى أبعادها وانعكاساتها على علاقاتهم الاجتماعية وثقافتهم، واعتمدت الباحثة على المنهج الوصفي التحليلي والتاريخي من خلال استخدام أداة الاستبانة والمقابلة لجمع المعلومات، حيث طبقت الدراسة على عينة قصدية قوامها 300 مفردة، وتوصلت الدراسة إلى عدد من النتائج أبرزها الكشف عن وجود أبعاد تفاعلية اجتماعية وثقافية (إيجابية وسلبية) لوسائل التواصل الاجتماعي على الشباب في محافظة عدن بنسبة قدرها 78%.

- دراسة آية صلاح عبد الفتاح العدوي، ومروة محمد غانم الديب، (2023، ص 1061-1111م)، بعنوان: اتجاهات النخبة الإعلامية نحو التضليل الإعلامي على مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقته بتطبيقات الميتافرس، هدفت الدراسة إلى التعرف على اتجاهات النخبة الإعلامية نحو التضليل الإعلامي على مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقته بتطبيقات الميتافرس، اعتمدت الدراسة على المسح الإعلامي، وتم اختيار عينة عمدية لمجتمع الدراسة، وتوصلت الدراسة إلى اعتماد النخبة على مواقع التواصل الاجتماعي فيما ينشر من معلومات حول القضايا المختلفة حيث جاءت نسبة النخب الذين

يعتمدون عليها بدرجة متوسطة، وكشفت الدراسة أن النخبة الأكاديمية والإعلامية لا يثقون بصفة مطلقة بما تقدمه لهم هذه المواقع من معلومات حول القضايا المختلفة. كذلك أوضحت النتائج أن مستوى معرفة النخبة باستخدام تقنيات محاربة التضليل الإعلامي على مواقع التواصل الاجتماعي جاءت بدرجة متوسطة، وأن نوع المعلومات التي يكثر بها استخدام تطبيقات الميٹافيرس للتضليل والتزييف هي المعلومات السياسية في المرتبة الأولى، وأن الجهات الأكثر تصديراً للأخبار المضللة مستخدمة تطبيقات الميٹافيرس من خلال مواقع التواصل الاجتماعي هي وسائل الاعلام في المرتبة الأولى بنسبة 83.2% تليها الجهات الخارجية بنسبة 82.5%.

- دراسة سمير بني ياسين وآخرون (2023، ص 1308-1320)، هدفت إلى التعرف عن أهم التحديات الاجتماعية والإعلامية التي تطرحها مواقع التواصل الاجتماعي وتأثيرها على القيم التعليمية لدى الشباب. وخرجت الدراسة بالعديد من النتائج المتصلة بالدور الذي تلعبه مواقع التواصل الاجتماعي في حياة الشباب، حيث تشير النتائج إلى المخاوف من التأثيرات السلبية، مثل التنمر الإلكتروني. وتوصي الدراسة بضرورة وجود تدخلات تعليمية وتدبير تنظيمية لضمان استخدام آمن ومستفيد من مواقع التواصل الاجتماعي وتعزيز القيم التعليمية الإيجابية.

- دراسة سارة أحمد يسن محمد (2022، ص 736-757م)، بعنوان: استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقته بنشر ثقافة الكراهية في المجتمع المصري، دراسة ميدانية على عينة من الشباب، هدفت الدراسة إلى رصد وتوصيف علاقة استخدام الشباب لمواقع التواصل الاجتماعي بإدراكهم لخطاب الكراهية الرقمي، وتنتمي الدراسة إلى الدراسات الوصفية من خلال استخدام المنهج المسحي مستخدمة الاستبانة لعينة من الشباب المصري بلغت 350 مفردة ممن يتراوح أعمارهم ما بين 18 إلى 35 عاماً، وهي عينة عمدية طبقية. توصلت الدراسة إلى نتائج عديدة من أهمها: انتشرت ظاهرة الكراهية بصورة كبيرة نتيجة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، الفيس بوك هو أكثر المواقع المفضلة من قبل الجمهور العربي عموماً، النسبة الأكبر من الجمهور المصري الذي يستخدم مواقع التواصل يستخدمها بشكل يومي مما يعكس الاعتماد على تلك المواقع في إشباع رغباتهم وأهميتها في حياتهم. أهم سلبيات فيس بوك تتمثل في الألفاظ البذيئة التي تتلفظ بها فئة معينة من خلال استخدامها للموقع.

- دراسة عبد السلام مبارك عبد السلام (2022، ص 291-338م)، بعنوان: تعرض الشباب الجامعي للأخبار الزائفة على مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقتها باتجاهات الشباب الجامعي تجاه القضايا المثارة في المجتمع المصري، هدفت الدراسة إلى التعرف على الأخبار الزائفة من خلال مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقتها بتشكيل اتجاهات الشباب الجامعي نحو القضايا المثارة بالمجتمع المصري، وكذلك تحديد الأسباب التي تدفع الشباب الجامعي لتداول الأخبار الزائفة، وذلك من خلال دراسة وصفية، اعتمد فيها الباحث على منهج المسح الميداني، مستخدماً أداة الاستبيان لمسح اتجاهات الشباب الجامعي، وتم تطبيقها على عينة قوامها (400) مفردة بأسلوب العينة العمدية من أربع جامعات (سوهاج، المنصورة، القاهرة)، توصلت الدراسة إلى عدة نتائج أبرزها الكشف عن وجود علاقة تأثير قوي للأخبار الزائفة من خلال مواقع التواصل الاجتماعي على اتجاهات الشباب الجامعي نحو القضايا المثارة بالمجتمع المصري، وبيّنت الدراسة أن أكثر مواقع التواصل الاجتماعي نشرًا للأخبار الزائفة موقع الفيس بوك، وأكثر المواقع الصحفية نشرًا للأخبار الزائفة موقع اليوم السابع، كما أن هناك علاقة ارتباطية إيجابية بين أسباب انتشار الأخبار الزائفة والأضرار التي تنتج عنها، بينما توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين العوامل الديموغرافية للشباب الجامعي وتأثير الأخبار الزائفة على اتجاهات الشباب الجامعي نحو القضايا المثارة بالمجتمع المصري.

- دراسة محمد سعد (2021، ص 1-48)، بعنوان: استخدام الشباب الجامعي لمواقع التواصل الاجتماعي في التزود بالمعلومات وقت الأزمات. هدفت هذه الدراسة إلى تعرف كيفية تزود الشباب الجامعي بالمعلومات وقت الأزمات من خلال مواقع التواصل الاجتماعي وأسبابها وأهدافها ورصد طبيعة استخدام الشباب المصري لمواقع التواصل الاجتماعي ومعرفة ورصد درجة ثقة الشباب المصري بالمعلومات وقت الأزمات والمعرضة على مواقع التواصل الاجتماعي، وتم تطبيق الدراسة على عينة عشوائية من طلاب قسم الإعلام جامعة دمياط وكانت 301 من الذكور والإناث مستخدماً الاستبانة في جمع البيانات، وتوصلت الدراسة إلى العديد من النتائج أبرزها: أن أهم أسباب استخدام الشباب المصري لمواقع التواصل الاجتماعي التميز في سرعة نقل الأخبار والتي تعد أداة مهمة في نقل خصائص وسمات تقنيات الاتصال في الفورية والآنية، وبيّنت المواقف تجاه الأزمات لشغل وقت فراغهم من أهم أهداف استخدام الشباب المصري لمواقع التواصل الاجتماعي للحصول على المعلومات والتي بلغت نسبتها 49% بالنسبة إجمالي الأهداف التي تناولتها الدراسة. مدى ثقة الشباب المصري بما تقدمه مواقع التواصل الاجتماعي من معلومات وأخبار جاء في المركز الأول بنسبة 78.4% وأسباب هذه الثقة جاءت كالتالي: لأنها لا تخضع لرقابة الحكومة بنسبة 38.2% وتلاها عرض الرأي والرأي الآخر، ولأنها تبرز الجوانب السلبية والإيجابية في الأزمات من دون تحيز.

- دراسة Melanie وآخرين (2021م) بعنوان: التحقق من الأخبار والمعلومات على مواقع التواصل الاجتماعي. هدفت الدراسة إلى معرفة ما إذا كان الأشخاص الذين يحصلون على الأخبار من مواقع التواصل الاجتماعي يتحققون من صحة هذه الأخبار أم لا. وهدفت الدراسة لمعرفة نوعية الأخبار التي يفضل المبحوثون متابعتها من خلال مواقع التواصل الاجتماعي، وتنتمي الدراسة إلى الدراسات الوصفية اعتماداً على منهج المسح الميداني، مستخدمة الاستبانة. وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج أبرزها: أن المشاركين يعتمدون على مواقع التواصل الاجتماعي للحصول على الأخبار خاصة حول الأخبار الرياضية والتعليم والترفيه، وكشفت الدراسة على أن المواقع الإخبارية الشهيرة التي يتم الحصول من خلالها على المعلومات والأخبار هي CNN وBBC وFox News وMSNBC. 80% من المبحوثين يفضلون الحصول على الأخبار من مواقع التواصل الاجتماعي مقارنة بالقنوات الإخبارية، وأشار

المبحوثون أن مواقع التواصل الاجتماعي الأكثر نشرًا للأخبار الزائفة هي تويتر ثم فيس بوك ثم انستجرام. إن المبحوثين يتابعون من خلال مواقع التواصل الاجتماعي أخبار التكنولوجيا، ثم السياسة، فالسياسة الدولية، ثم الفنون والترفيه ثم الرياضة. إن المبحوثين يتابعون الأخبار من الفيس بوك ثم تويتر، فأندستجرام، ثم يوتيوب فليينكدن، وأخيرًا الوسائط الاجتماعية الأخرى.

التعليق على الدراسات السابقة:

- 1- أكدت الدراسات السابقة على تنامي تأثير شبكات التواصل الاجتماعي ودورها في المجتمع.
- 2- إشارات الدراسات إلى أن معظم المستخدمين لمواقع التواصل الاجتماعي هي من فئة الشباب.
- 3- أوضحت الدراسات السابقة اعتماد الشباب على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للحصول على المعلومات.

مجالات الاستفادة من الدراسات السابقة:

- 1- ساعدت الدراسات السابقة في فهم متغيرات الدراسة وبلورة حدودها وصياغة أهداف وتساؤلات الدراسة ومعرفة سبل التحقق من أهدافها.
- 2- ساهمت الدراسات السابقة في تحديد المشكلة البحثية وأدوات جمع بيانات الدراسة والعينة البحثية.
- 3- ساهمت الدراسات السابقة في الحصول على عدد من المصادر والمراجع التي ساعدت في فهم الدراسة.

المبحث الثالث: نتائج الدراسة الميدانية

تم تنفيذ هذه الدراسة على عينة قوامها (213) مفردة، وتم جمع البيانات الأولية التي شملت مجموعة من المتغيرات الديموغرافية مثل العمر، الجنس، والمستوى التعليمي.

البيانات الأولية:

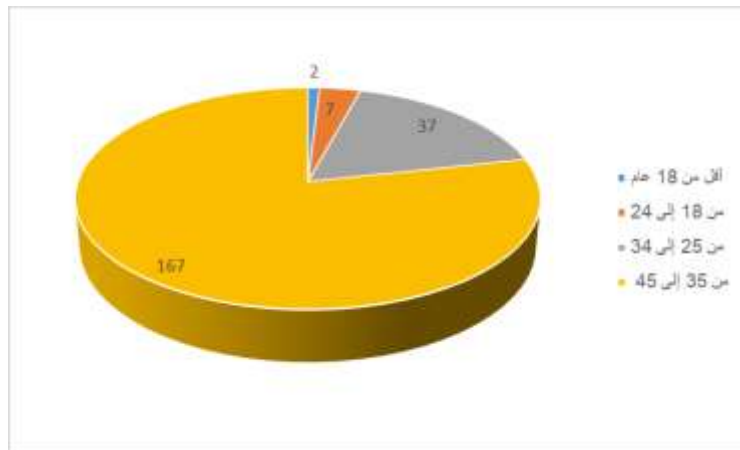
1/ العمر: توزيع عينة الدراسة حسب العمر:

الجدول (1): يوضح توزيع عينة الدراسة حسب العمر

العمر	التكرار	النسبة
أقل من 18 عامًا	2	0.9
من 18 إلى 24 عامًا	7	3.3
من 25 إلى 34 عامًا	37	17.4
من 35 إلى 45 عامًا	167	78.4

جاءت الفئة العمرية من 35 إلى 45 عامًا في المرتبة الأولى بنسبة (78.4%)، مما يشير إلى أن العينة تحتوي على نسبة كبيرة من الأشخاص ذوي الخبرة العملية والحياتية، بينما جاءت الفئات العمرية الأخرى بنسب أقل، مما يعكس تنوع العينة، والدلالة على ذلك أن أقل نسبة عمرية مشاركة في الدراسة كانت أقل من 18 عامًا حيث بلغت نسبتها (0.9%). ويمكن توضيح النتيجة من خلال الشكل رقم (1).

- متغير الفئة العمرية للعينة موضع الدراسة:



الشكل (1): يوضح متغير الفئة العمرية للعينة موضع الدراسة

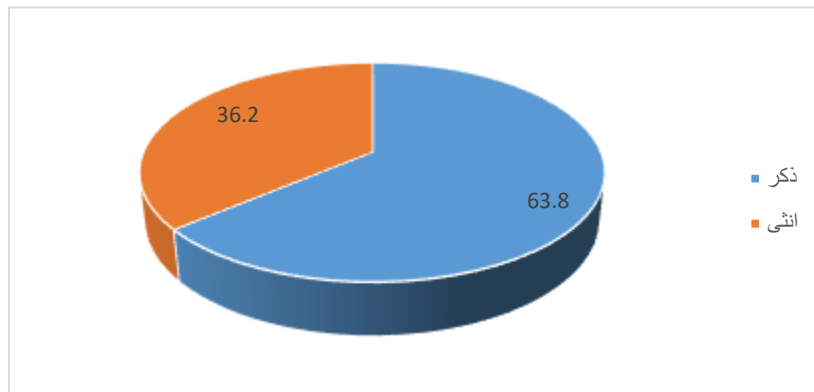
2/ النوع: توزيع عينة الدراسة حسب النوع:

الجدول (2): يوضح توزيع عينة الدراسة حسب النوع

النوع	التكرار	النسبة
ذكر	136	63.8
انثى	77	36.2

يشير الجدول رقم (2) إلى أن عينة الذكور بلغت في الدراسة 63.8% بواقع 136 مفردة، بينما بلغت نسبة الإناث بالدراسة 36.2% من العينة بواقع 77 مفردة. ويمكن توضيح النتيجة من خلال الشكل أدناه:

متغير النوع لعينة الدراسة:



الشكل (2): يوضح متغير النوع للعينة موضع الدراسة

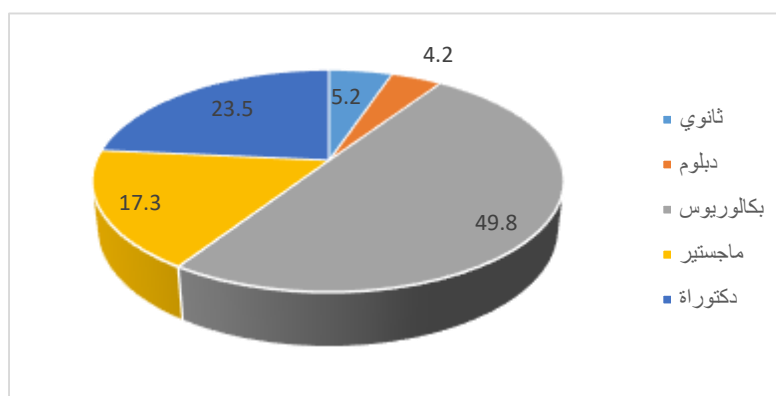
3/ المستوى التعليمي: توزيع عينة الدراسة حسب المستوى التعليمي:

الجدول (3): يوضح توزيع عينة الدراسة حسب المستوى التعليمي

المستوى التعليمي	التكرار	النسبة
ثانوي	11	5.2
دبلوم	9	4.2
بكالوريوس	106	49.8
ماجستير	37	17.3
دكتوراة	50	23.5

يشير الجدول أعلاه إلى أن معظم المشاركين في العينة من الحاصلين على شهادات عليا (بكالوريوس وماجستير ودكتوراة)، حيث يشكلون معاً 90.6% من العينة الكلية. ونجد أن الحاصلين على شهادة البكالوريوس يشكلون النسبة الأكبر بين المشاركين، حيث بلغت نسبتهم 49.8%، بينما كانت نسبة الحاصلين على الدبلوم نسبة ضئيلة جداً من العينة (4.2%) كذلك الحاصلين على الشهادة الثانوية يمثلون نسبة صغيرة. ومن هنا يمكن أن نستنتج أن عينة الدراسة قد تركزت على شريحة كبيرة من الشباب العربي الحاصلين على تعليم عالٍ وهذا قد يؤثر على نتائج الدراسة بحيث تكون موجهة أكثر نحو فهم تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على هذه الشريحة بالتحديد. ويمكن توضيح النتيجة من خلال الشكل رقم (3):

متغير المستوى التعليمي لعينة الدراسة:



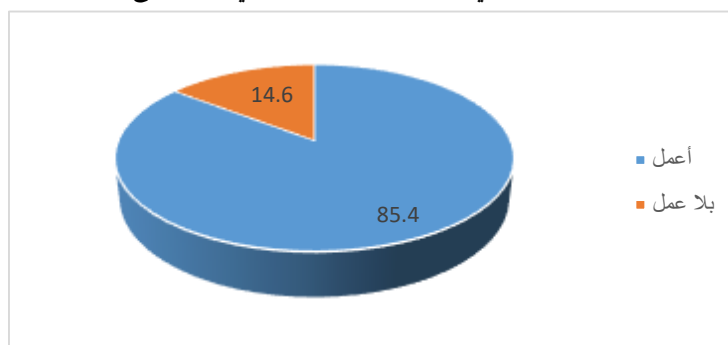
الشكل (3): يوضح متغير المستوى التعليمي لعينة الدراسة

4/ المهنة: توزيع عينة الدراسة حسب المهنة:

الجدول (4): يوضح توزيع عينة الدراسة حسب المهنة

المهنة	التكرار	النسبة
أعمل	182	85.4
بلا عمل	31	14.6

يشير الجدول أعلاه إلى أن نسبة مفردات العينة التي تعمل بلغت 182 مفردة بنسبة 85.4% وهي نسبة تشير إلى أن الدراسة تركز بشكل كبير على الشباب العاملين مما يعكس الاهتمام بفهم تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على هذه الفئة. ولعل هذه النتيجة ترجع إلى الجدول رقم (3) المستوى التعليمي الذي أشار إلى أن غالبية الباحثين حاصلون على شهادات عليا (بكالوريوس وماجستير ودكتوراه). ويمكن توضيح النتيجة من خلال الشكل أدناه:



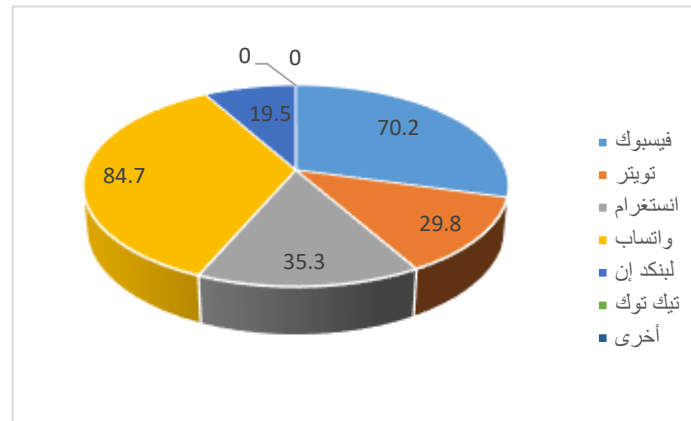
الشكل (4): يوضح متغير العمل للعينة موضع الدراسة

5/ مواقع التواصل الاجتماعي التي تفضلها عينة الدراسة:

الجدول (5): يوضح مواقع التواصل الاجتماعي التي تفضلها عينة الدراسة

مواقع التواصل المفضلة	النسبة
فيسبوك	70.2
تويتر	29.8
انستغرام	35.3
واتساب	84.7
لينكد إن	19.5
تيك توك	0
أخرى	0

يشير الجدول رقم (5) إلى أن العينة موضع الدراسة تعتمد على استخدام أكثر من موقع من مواقع التواصل الاجتماعي، ولكنهم أكثر استخداماً لموقعي واتساب (84.7%) والفيسبوك (70.2%)، بنسبة كبيرة، ولعل ذلك يرجع إلى أن الموقعين يعطيان فرصة للمشاركة بشكل أكبر ومساحة لكتابة الرأي مع التعليق على الصور بجانب الإمكانية في الاشتراك فيهما من خلال مواقع مختلفة سواء كانت سياسية أو اقتصادية أو اجتماعية بالإضافة إلى سهولة التعامل مع الموقعين. ويمكن توضيح النتيجة من خلال الشكل أدناه:



الشكل (5): يوضح متغير تفضيل مواقع التواصل الاجتماعي للعينة موضع الدراسة

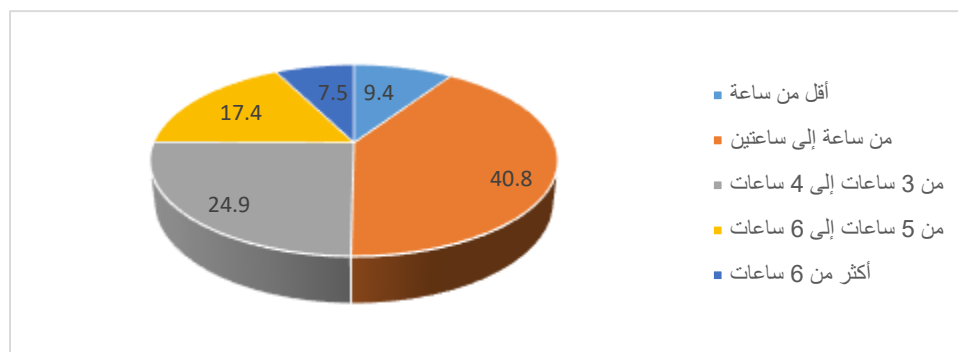
6/ مدة التعرض اليومي لمواقع التواصل الاجتماعي:

الجدول (6): يوضح مدة التعرض اليومي لمواقع التواصل الاجتماعي

النسبة	التكرار	معدل التعرض لمواقع التواصل الاجتماعي
9.4	20	أقل من ساعة
40.8	87	من ساعة إلى ساعتين
24.9	53	من 3 ساعات إلى 4 ساعات
17.4	37	من 5 ساعات إلى 6 ساعات
7.5	16	أكثر من 6 ساعات

يشير الجدول أعلاه إلى أن أعلى نسبة للتعرض اليومي لوسائل التواصل الاجتماعي كانت من ساعة إلى ساعتين بنسبة (40.8) من إجمالي العينة، تليها من 3 إلى 4 ساعات بنسبة (24.9)، وهذه النتيجة تشير إلى كثرة الوقت الذي يتعرض فيه الشباب لمواقع التواصل الاجتماعي (إذا تم إخراج ساعات العمل والنوم اليومية)، مما قد يؤدي إلى تقليل التواصل البشري على مدار اليوم ويمكن توضيح النتيجة من خلال الشكل أدناه:

متغير التعرض لمواقع التواصل الاجتماعي لعينة الدراسة:



الشكل (6): يوضح متغير التعرض لمواقع التواصل الاجتماعي لعينة الدراسة

7/ أغراض استخدام عينة الدراسة لمواقع التواصل الاجتماعي:

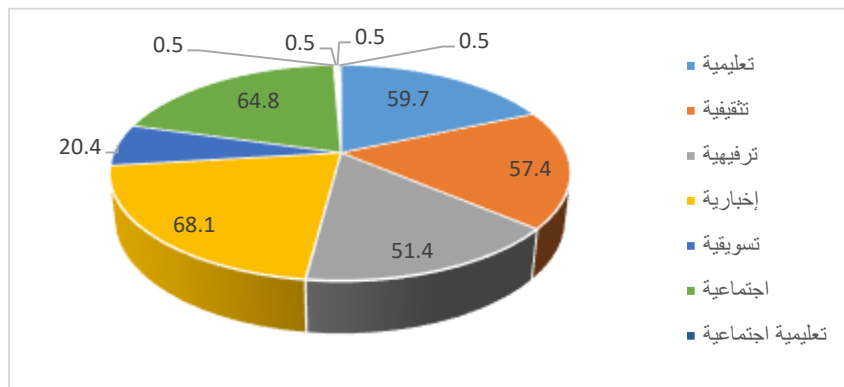
الجدول (7): يوضح أغراض استخدام موضع الدراسة لوسائل التواصل الاجتماعي

النسبة	أغراض استخدام مواقع التواصل الاجتماعي
59.7	تعليمية
57.4	تثقيفية
51.4	ترفيهية
68.1	إخبارية
20.4	تسويقية
64.8	اجتماعية
0.5	تعليمية اجتماعية
0.5	رياضية وسياسية
0.5	عمل
0.5	جميع ما سبق

يوضح الجدول رقم (7) أغراض التعرض لمواقع التواصل الاجتماعي للعينة موضع الدراسة، حيث أشارت إلى أن الأغراض الأكثر شيوعاً كانت الإخبارية بنسبة (68.1) وهي نسبة عالية مما يدل إلى أن الشباب يستخدمون هذه المواقع بشكل أساس للحصول على الأخبار والمعلومات مما يعكس دور هذه المنصات كمصدر رئيسي للأخبار في العصر الحديث، ثم الاجتماعية بنسبة (64.8) وهي تعكس رغبة الشباب في التواصل والتفاعل مع الآخرين مما يدل على أهمية العلاقات الاجتماعية في حياتهم، وبعدها جاءت الأغراض التعليمية والثقافية بنسبة (59.7) للتعليمية و (57.4) للتثقيفية؛ وهذه النسب تشير إلى استخدام الشباب لمواقع التواصل الاجتماعي كأداة للتعلم واكتساب المعارف مما يعكس دور هذه المواقع في التعليم الذاتي، بعدها جاءت الأغراض الترفيهية بنسبة (51.4) وتعتبر هذه النسبة معقولة مما يدل على أن الشباب يستخدمون هذه المواقع أيضاً لأغراض التسلية والترفيه، ثم الأغراض التسويقية بنسبة (20.4) وهذه النسبة منخفضة مقارنة بالأغراض الأخرى وهي تشير إلى أن الشباب لا يزال في مراحله الأولى لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي في العملية التسويقية وقد يرجع هذا الأمر إلى قلة الوعي بالفرص التسويقية المتاحة من خلال هذه المنصات، وجاءت الأغراض الأخرى من تعليمية ورياضية، وسياسية، وللعمل، وجميع ما سبق بنسبة (0.5) لكل غرض منهما وهذه النسب منخفضة، وتشير إلى أن الشباب لا يعتبرون هذه الأغراض كأولوية رئيسة عند استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي.

ويمكن أن نستنتج من خلال الجدول رقم (7) أن الشباب يفضلون استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لأغراض تتصل بالتواصل الاجتماعي والحصول على الأخبار والمعلومات، كما أن هناك اهتماماً واضحاً بالتعليم والتثقيف مما يشير إلى إمكانية استخدام هذه المنصات كأدوات تعليمية، يجب على المسوقين والمستثمرين مراعاة أن الاستخدام التسويقي لمواقع التواصل الاجتماعي لا يزال يحتاج إلى تعزيز وزيادة وعي بين الشباب العربي. ويمكن توضيح النتيجة من خلال الشكل أدناه:

أغراض استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لعينة الدراسة:



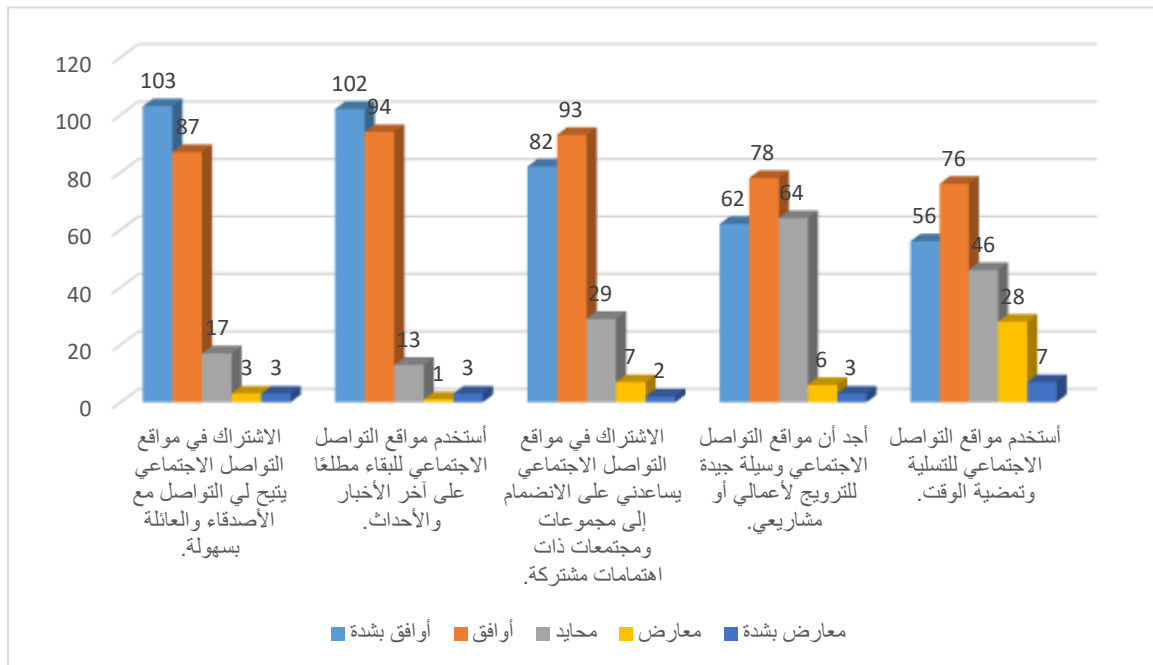
الشكل (7): يوضح متغير أغراض استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لعينة الدراسة

8/ الأسباب التي تدفع الشباب للاشتراك في مواقع التواصل الاجتماعي:

الجدول (8): يوضح الأسباب التي تدفع للاشتراك في مواقع التواصل الاجتماعي

الأسباب التي تدفع للاشتراك في مواقع التواصل الاجتماعي:	الاشتراك في مواقع التواصل الاجتماعي يتيح لي التواصل مع الأصدقاء والعائلة بسهولة.	أستخدم مواقع التواصل الاجتماعي للبقاء مطلعاً على آخر الأخبار والأحداث.	الاشتراك في مواقع التواصل الاجتماعي يساعدني على الانضمام إلى مجموعات ومجتمعات ذات اهتمامات مشتركة.	أجد أن مواقع التواصل الاجتماعي وسيلة جيدة للترويج لأعمالي أو مشاريعي.	أستخدم مواقع التواصل الاجتماعي للتسلية وتمضية الوقت.
أو أفق بشدة	103	102	82	62	56
أو أفق	87	94	93	78	76
محايد	17	13	29	64	46
معارض	3	1	7	6	28
معارض بشدة	3	3	2	3	7

أظهرت بيانات الجدول (8) والذي يحتوي على الأسباب التي تدفع للاشتراك في مواقع التواصل الاجتماعي إلى أن أكثر الأسباب التي دفعت المبحوثين كانت: الاطلاع على آخر الأخبار والأحداث بمجموع مفردة 196 (102 أو أفق بشدة + 94 أو أفق)، ثم التواصل مع الأصدقاء والعائلة بسهولة بمجموع 190 مفردة (103 أو أفق بشدة + 87 أو أفق)، (والنتيجة الأولى والثانية تتماشى مع نتيجة الجدول رقم (7)) ثم الانضمام إلى مجموعات ومجتمعات ذات اهتمامات مشتركة (175)، ثم الترويج للأعمال أو المشاريع (140) وأخيراً التسلية وتمضية الوقت (132). ولعل هذه النتيجة ترجع إلى أن غالبية العينة موضع الدراسة كانت من الفئة ذات التعليم المرتفع وكذلك السن، مما أدى إلى أن ينعكس هذا الأمر لمتابعة مواقع التواصل الاجتماعي للتواصل والاطلاع على آخر الأخبار والأحداث في حين أن التسلية وتمضية الوقت كانت هي آخر الأسباب. ويمكن توضيح النتيجة من خلال الشكل أدناه:



الشكل (8): الأسباب التي تدفع للاشتراك في مواقع التواصل الاجتماعي لعينة الدراسة

9/ طبيعة العلاقات التفاعلية الاجتماعية من خلال مواقع التواصل الاجتماعي:

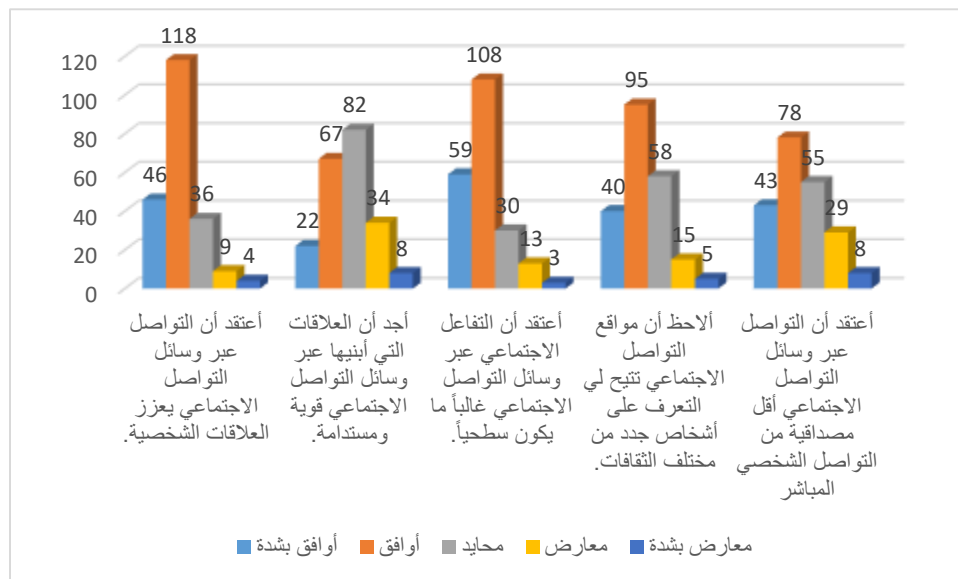
الجدول (9): يوضح طبيعة العلاقات التفاعلية الاجتماعية من خلال مواقع التواصل الاجتماعي

طبيعة العلاقات التفاعلية الاجتماعية من خلال مواقع التواصل الاجتماعي	أعتقد أن التواصل يعزز العلاقات الشخصية.	أجد أن العلاقات التي أبنيتها من خلال مواقع التواصل الاجتماعي قوية ومستدامة.	أعتقد أن التفاعل الاجتماعي من خلال مواقع التواصل الاجتماعي غالباً ما يكون سطحيًا.	ألاحظ أن مواقع التواصل الاجتماعي تتيح لي التعرف على أشخاص جدد من مختلف الثقافات.	أعتقد أن التواصل من خلال مواقع التواصل الاجتماعي أقل مصداقية من التواصل الشخصي المباشر
أوافق بشدة	46	22	59	40	43
أوافق	118	67	108	95	78
محايد	36	82	30	58	55
معارض	9	34	13	15	29
معارض بشدة	4	8	3	5	8

يوضح الجدول السابق طبيعة العلاقات التفاعلية الاجتماعية من خلال مواقع التواصل الاجتماعي، حيث جاءت النتائج على النحو الآتي أولاً التفاعل الاجتماعي من خلال مواقع التواصل الاجتماعي غالباً ما يكون سطحيًا بمجموع 167 مفردة، مواقع التواصل الاجتماعي تتيح التعرف على أشخاص جدد من مختلف الثقافات بمجموع 135 مفردة، ثم التواصل من خلال مواقع التواصل الاجتماعي يعزز العلاقات الشخصية بمجموع 164، التواصل من خلال مواقع التواصل الاجتماعي أقل مصداقية من التواصل الشخصي المباشر بمجموع 121، وأخيراً العلاقات المبنية من خلال مواقع التواصل الاجتماعي قوية ومستدامة بمجموع 89 مفردة.

نخلص من خلال نتيجة الجدول 9 إلى أن معظم أفراد عينة الدراسة تعتقد أن التفاعل الاجتماعي من خلال مواقع التواصل الاجتماعي غالباً ما يكون سطحيًا، وأنه يعزز العلاقات الشخصية؛ لكنه أقل مصداقية من التواصل الشخصي المباشر. في المقابل قلة قليلة ترى أن العلاقات التي تبني من خلال مواقع التواصل الاجتماعي قوية ومستدامة. ويمكن توضيح النتيجة من خلال الشكل رقم 9:

العلاقات التفاعلية الاجتماعية من خلال مواقع التواصل الاجتماعي:



الشكل (9): يوضح العلاقات التفاعلية الاجتماعية من خلال مواقع التواصل الاجتماعي

10/ التأثيرات الناتجة عن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على التفاعل البشري:

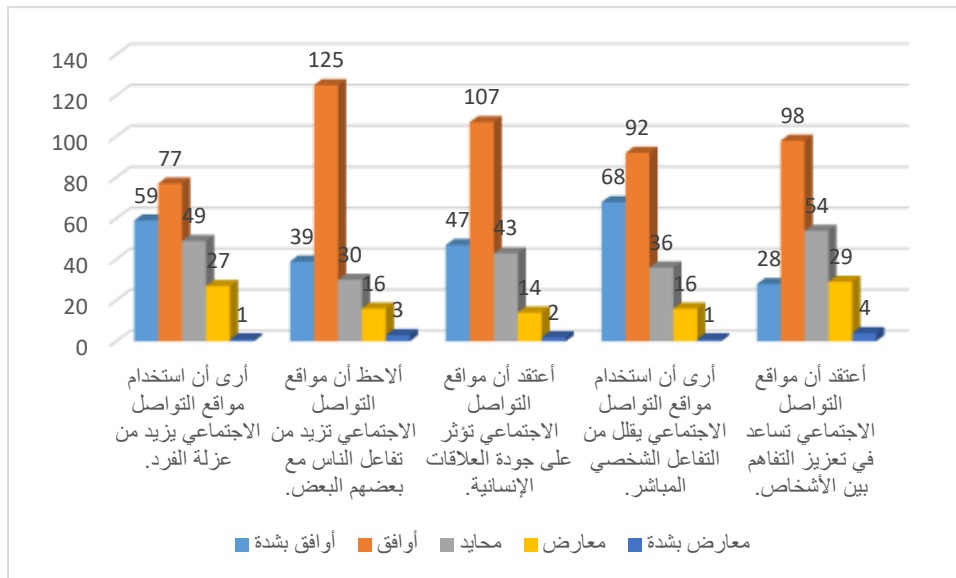
الجدول (10): يوضح التأثيرات الناتجة عن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على التفاعل البشري

التأثيرات التي نتجت عن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على التفاعل البشري	أرى أن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي يزيد من عزلة الفرد.	ألاحظ أن مواقع التواصل الاجتماعي تزيد من تفاعل الناس مع بعضهم البعض.	أعتقد أن مواقع التواصل الاجتماعي تؤثر على جودة العلاقات الإنسانية.	أرى أن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي يقلل من التفاعل الشخصي المباشر.	أعتقد أن مواقع التواصل الاجتماعي تساعد في تعزيز التفاهم بين الأشخاص.
أو افق بشدة	59	39	47	68	28
أو افق	77	125	107	92	98
محايد	49	30	43	36	54
معارض	27	16	14	16	29
معارض بشدة	1	3	2	1	4

يوضح الجدول رقم (10) التأثيرات التي تنتج عن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على التفاعل البشري من وجهة نظر المبحوثين حيث جاءت على النحو الآتي: أولاً استخدام مواقع التواصل الاجتماعي تزيد من التفاعل الشخصي المباشر بمجموع 164 مفردة، تلاها أنها تقلل من تفاعل الناس مع بعضهم بعضاً بـ 160 مفردة؛ ونرى أن هذه النتيجة قد جاءت مقاربة للأولى وتتماشى معها، حيث إن قلة التفاعل البشري تنتج من زيادة التفاعل من خلال مواقع التواصل الاجتماعي بمعنى آخر أن النتيجة الأولى هي انعكاس للثانية. ثم تؤثر على جودة العلاقات الإنسانية بمجموع 154 مفردة، وتزيد من عزلة الفرد بـ 136 مفردة، وأخيراً تساعد في تعزيز التفاهم بين الأشخاص بـ 126 مفردة.

من خلال العرض أعلاه يمكن الخروج بنتيجة أن غالبية العينة موضع الدراسة تعتقد أن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي تزيد من التفاعل الشخصي المباشر وتقلل من تفاعل الناس مع بعضهم البعض من خلالها، كما أن هناك توجهاً نحو الاعتقاد بأن هذه المواقع تؤثر على جودة العلاقات الإنسانية وتزيد من عزلة الفرد. ويمكن توضيح النتيجة من خلال الشكل رقم (10):

التأثيرات الناتجة عن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على التفاعل البشري:



الشكل (10): يوضح التأثيرات الناتجة عن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على التفاعل البشري

11/ دوافع التعرض لمواقع التواصل الاجتماعي:

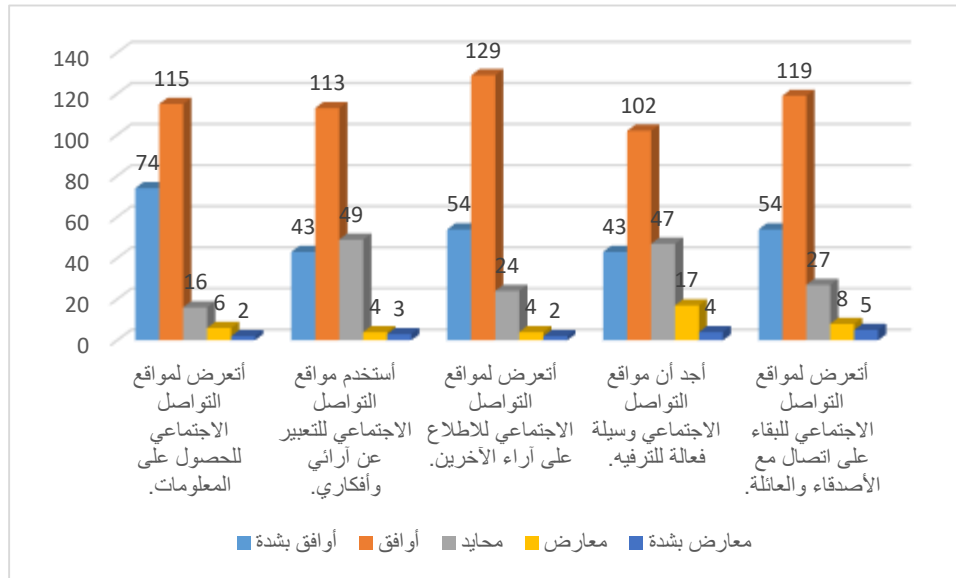
الجدول (11): يوضح دوافع تعرض الشباب لمواقع التواصل الاجتماعي

دوافع التعرض لمواقع التواصل الاجتماعي	أعرض لمواقع التواصل الاجتماعي للحصول على المعلومات.	أستخدم مواقع التواصل الاجتماعي للتعبير عن آرائي وأفكاري.	أعرض لمواقع التواصل الاجتماعي للاطلاع على آراء الآخرين.	أجد أن مواقع التواصل الاجتماعي وسيلة فعالة للترفيه.	أعرض لمواقع التواصل الاجتماعي للبقاء على اتصال مع الأصدقاء والعائلة.
أو أوافق بشدة	74	43	54	43	54
أو أوافق	115	113	129	102	119
محايد	16	49	24	47	27
معارض	6	4	4	17	8
معارض بشدة	2	3	2	4	5

يشير الجدول رقم (11) إلى أن دوافع التعرض لمواقع التواصل الاجتماعي، من وجهة نظر العينة موضع الدراسة كانت على النحو التالي: الحصول على المعلومات بمجموع 189 مفردة، ثم للاطلاع على آراء الآخرين بمجموع 183 مفردة، تلاها البقاء على اتصال مع الأصدقاء والعائلة بمجموع 173 مفردة، ثم للتعبير عن الآراء والأفكار بمجموع 156، وأخيراً وسيلة فعالة للترفيه بمجموع 145 مفردة.

من خلال النتيجة إعلان يمكن الإشارة إلى أن الحصول على المعلومات هو الدافع الأكثر شيوعاً للتعرض لمواقع التواصل الاجتماعي، يليه الاطلاع على آراء الآخرين، وبعدها البقاء على اتصال مع الأصدقاء والعائلة بينما استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وسيلة للترفيه هو الدافع الأقل شيوعاً بين الخيارات المذكورة، ولعل ما يؤيد ذلك جدول رقم 8 (الأسباب التي تدفع للاشتراك في مواقع التواصل الاجتماعي)، حيث أشار إلى أن السبب الرئيس لمتابعة مواقع التواصل الاجتماعي كان التواصل والاطلاع على آخر الأخبار والأحداث في حين أن التسلية وتمضية الوقت كانت آخر الأسباب. ويمكن توضيح النتيجة من خلال الشكل رقم (11):

دوافع التعرض لمواقع التواصل الاجتماعي:



الشكل (11): يوضح دوافع التعرض لمواقع التواصل الاجتماعي

12/ الآثار الإيجابية لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي في عملية التفاعل:

الجدول (12): يوضح الآثار الإيجابية لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي في عملية التفاعل

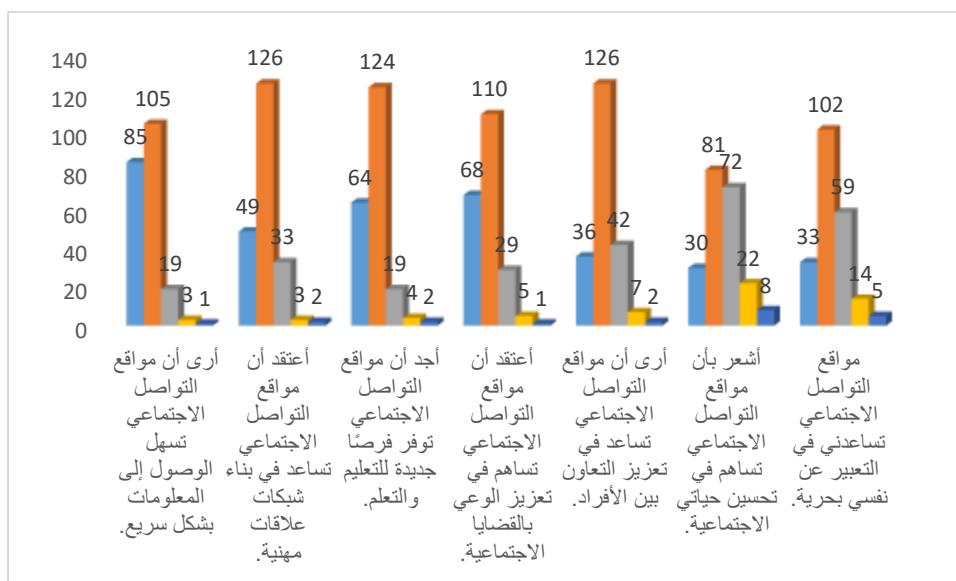
الآثار الإيجابية لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي في عملية التفاعل	أرى أن مواقع التواصل الاجتماعي تسهل الوصول إلى المعلومات بشكل سريع.	أعتقد أن مواقع التواصل الاجتماعي تساعد في بناء شبكات علاقات مهنية.	أجد أن مواقع التواصل الاجتماعي توفر فرصاً جديدة للتعليم والتعلم.	أعتقد أن مواقع التواصل الاجتماعي تساهم في تعزيز الوعي بالقضايا الاجتماعية.	أرى أن مواقع التواصل الاجتماعي تساعد في تعزيز التعاون بين الأفراد.	أشعر بأن مواقع التواصل الاجتماعي تساهم في تحسين حياتي الاجتماعية.	مواقع التواصل الاجتماعي تساعدني في التعبير عن نفسي بحرية.
أوافق بشدة	85	49	64	68	36	30	33
أوافق	105	126	124	110	126	81	102
محايد	19	33	19	29	42	72	59
معارض	3	3	4	5	7	22	14
معارض بشدة	1	2	2	1	2	8	5

يوضح الجدول رقم (12) الآثار الإيجابية لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي في عملية التفاعل من وجهة نظر العينة موضع الدراسة والتي كانت على النحو التالي: تسهيل الوصول إلى المعلومات بشكل سريع بمجموع 190 مفردة، تم توفير فرص جديدة للتعليم والتعلم ب 188 مفردة، وتعزيز الوعي بالقضايا الاجتماعية ب 178 مفردة، بناء علاقات مهنية بمجموع 175 مفردة، تعزيز التعاون بين الأفراد ب 162 مفردة، التعبير عن نفسه بحرية ب 135، وأخيراً تحسين الحياة الاجتماعية بمجموع 111 مفردة من إجمالي أفراد عينة الدراسة.

كما نجد أن التوجهات المحايدة والمعارضة كانت على النحو التالي: النسب المحايدة ما بين (19-72)، تشير إلى أن بعض المشاركين ليس لديهم رأي حاسم حول بعض الآثار الإيجابية مما يستدعي مزيداً من الدراسة لفهم الأسباب وراء هذه الرؤية. بينما النسب المعارضة من (0-22)، تشير إلى وجود قلة من المشاركين الذين يعارضون هذه الآثار مما يعكس بشكل عام توافقاً إيجابياً نسبياً.

ونخلص إلى أن هناك توافقاً عاماً على الفوائد الإيجابية لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي، لاسيما في مجالات المعلومات والتعليم وبناء العلاقات ويشير المشاركون إلى بروز اهتمام كبير بالاستفادة من هذه المواقع لتعزيز التعاون والتفاعل الاجتماعي. ويمكن توضيح النتيجة من خلال الشكل رقم (12):

الآثار الإيجابية لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي في عملية التفاعل:



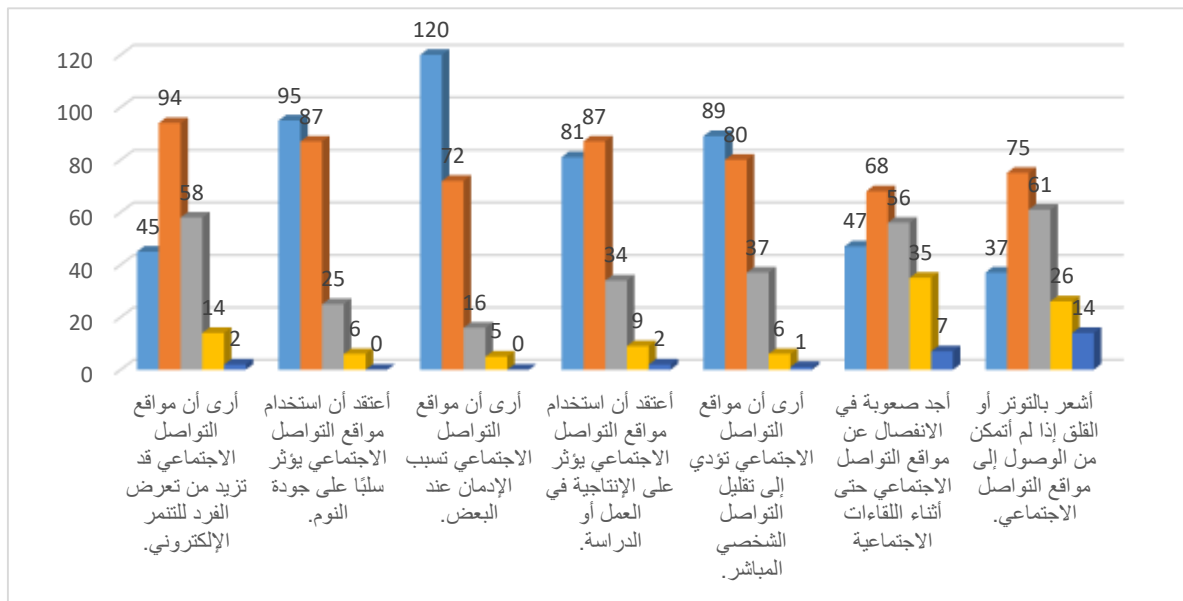
الشكل (12): يوضح الآثار الإيجابية لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي في عملية التفاعل

13/ الآثار السلبية لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي في عملية التفاعل:

الجدول (13): يوضح الآثار السلبية لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي في عملية التفاعل

الآثار السلبية لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي في عملية التفاعل	أرى أن مواقع التواصل الاجتماعي قد تزيد من تعرض الفرد للتنمر الإلكتروني.	أعتقد أن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي يؤثر سلباً على جودة النوم.	أرى أن مواقع التواصل الاجتماعي تسبب الإدمان عند البعض.	أعتقد أن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي يؤثر على الإنتاجية في العمل أو الدراسة.	أرى أن مواقع التواصل الاجتماعي تؤدي إلى تقليل التواصل الشخصي المباشر.	أجد صعوبة في الانفصال عن مواقع التواصل الاجتماعي حتى أثناء اللقاءات الاجتماعية	أشعر بالتوتر أو القلق إذا لم أتمكن من الوصول إلى مواقع التواصل الاجتماعي.
أو أفق بشدة	45	95	120	81	89	47	37
أو أفق	94	87	72	87	80	68	75
محاييد	58	25	16	34	37	56	61
معارض	14	6	5	9	6	35	26
معارض بشدة	2	0	0	2	1	7	14

من خلال تحليل بيانات الجدول رقم (13) نجد أن الآثار السلبية لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي في عملية التفاعل كانت نسبة الموافقة بها كبيرة جداً لدى العينة موضع الدراسة حيث كانت الآثار على النحو الآتي: أن الإدمان على مواقع التواصل الاجتماعي هو الأثر السلبي الأكثر شيوعاً بمجموع 192 مفردة، يليه التأثير السلبي على جودة النوم بـ 182 مفردة، تقليل التواصل الشخصي المباشر بـ 169 مفردة، ثم تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على الإنتاجية في العمل أو الدراسة بـ 168 مفردة، ، بينما صعوبة الانفصال عن المواقع والشعور بالتوتر أو القلق بسبب عدم الوصول إلى مواقع التواصل الاجتماعي بـ 115 مفردة، والتعرض للتنمر الإلكتروني بـ 112 مفردة يأتيان في المراتب الأقل شيوعاً بين الخيارات المذكورة. أما النسب المنخفضة للمعارضة فقد أنكر عدد قليل من المشاركين هذه الآثار السلبية، مما يعكس وعياً عاماً بالمشكلات المرتبطة بهذه المنصات. ويمكن توضيح النتيجة من خلال الشكل أدناه:



الشكل (13): يوضح الآثار السلبية لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي في عملية التفاعل

النتائج والتوصيات:

النتائج بالأرقام:

- توزيع الفئة العمرية: 78.4%، من العينة تتراوح أعمارهم بين 35 إلى 45 عامًا، وأقل نسبة هي للأفراد أقل من 18 عامًا. (0.9%)
- التوزيع حسب الجنس: الذكور يشكلون 63.8% والإناث 36.2%.
- المستوى التعليمي: 90.6% من المشاركين لديهم مؤهلات تعليمية عليا (بكالوريوس، ماجستير، دكتوراة).
- المهنة: 85.4% من المشاركين يعملون في السوق.
- استخدام مواقع التواصل الاجتماعي: واتساب وفيسبوك هما الأكثر تفضيلاً، وأعلى نسبة تعرض يومي من ساعة إلى ساعتين. (40.8%)
- أغراض استخدام مواقع التواصل الاجتماعي: الأغراض الإخبارية (68.1%) والاجتماعية (64.8%) الأكثر شيوعاً، بينما الأغراض التسويقية الأقل. (20.4%)
- أسباب الاشتراك: التواصل مع الأصدقاء والعائلة (102 أوافق بشدة+ 94 أوافق)، والاطلاع على الأخبار والاحداث (103 أوافق بشدة+ 87 أوافق).
- طبيعة التفاعل: التفاعل غالباً ما يكون سطحياً (بمجموع 167 مفردة)، ولكنه يعزز العلاقات الشخصية.
- التأثيرات على التفاعل البشري: زيادة التفاعل الرقمي مع تقليل جودة التفاعل الشخصي المباشر (بمجموع 164 مفردة) وزيادة العزلة الفردية (ب 136 مفردة).

تحليل نتائج الدراسة مع الاهداف:

استناداً إلى التحليل الذي أجري للبيانات المجمعة من خلال عينة قوامها (213) مفردة، يمكن تلخيص أهم نتائج الدراسة كما يأتي:

التوزيع العمري للعينة: يشير التحليل إلى أن الفئة العمرية من 35 إلى 45 عامًا تشكل النسبة الأكبر من العينة بنسبة 78.4%. وهذا يعكس وجود نسبة كبيرة من الأفراد ذوي الخبرة العملية والحياتية. في المقابل، كانت أقل نسبة من الأفراد ضمن الفئة العمرية الأقل من 18 عامًا، والتي لم تتجاوز 0.9%. وهذا التوزيع العمري يشير إلى اهتمام شريحة واسعة من الأعمار بوسائل التواصل الاجتماعي مع التركيز الأكبر على الفئة العمرية من 35 إلى 45 عامًا (78.4%) وهذا يعكس أن هذه الفئة هي الأكثر تفاعلاً مع مواقع التواصل الاجتماعي، ما يعني أنهم غالباً في مرحلة حياتية مهنية وحياتية مستقرة (خاصة إذا تم ربط هذه النتيجة مع نتيجة المستوى المهني والأكاديمي).

التوزيع حسب الجنس: يظهر التوزيع الجنسي أن الذكور يشكلون 63.8% من العينة، بينما تشكل الإناث 36.2%. وهذا يشير إلى وجود تمثيل أكبر للذكور في العينة مقارنة بالإناث.

المستوى التعليمي: تتسم العينة بارتفاع نسبة الحاصلين على مؤهلات تعليمية عليا، حيث يشكل الحاصلون على شهادات بكالوريوس، ماجستير، ودكتوراة حوالي 90.6% من المشاركين. بينما يشكل الحاصلون على شهادات ثانوية ودبلوم نسبة قليلة، مما يعكس تحصيلاً تعليمياً عالياً بين المشاركين. كما تشير إلى أن المستخدمين يتمتعون بوعي رقمي عالٍ وقدرة على استخلاص المعلومات من هذه المنصات.

المهنة: تمثل نسبة كبيرة من المشاركين (85.4%) العاملين في مجالات مختلفة، مما يعكس تركيز العينة على الأفراد النشطين في سوق العمل. وهذا التركيز يعكس أهمية وسائل التواصل الاجتماعي في الحياة المهنية.

استخدام مواقع التواصل الاجتماعي: تُعد منصتا واتساب وفيسبوك الأكثر تفضيلاً بين المشاركين، مما يعكس شعبيتهما الواسعة في المنطقة العربية. كما تُظهر البيانات أن أعلى نسبة للتعرض اليومي لمواقع التواصل الاجتماعي تتراوح بين ساعة وساعتين، والتي تصل إلى 40.8%. ويشير متوسط التردد على هذه المواقع إلى الاستخدام المعتدل لها من قبل عينة الدراسة، مما يدل على اندماج وسائل التواصل في الحياة اليومية لهم. أيضاً تتيح هذه البيانات فرصة لفهم نمط الاستخدام اليومي حيث لا يمكن اعتباره مفرطاً أو متدنياً. وجود فترات متوسطة من التفاعل يدل على أن الشباب يستخدمون هذه المنصات بشكل معتدل، مما يعكس توازناً بين الاستفادة منها في الأغراض الاجتماعية والإخبارية، وبين الحفاظ على وقتهم الشخصي بعيداً عن العالم الرقمي. أغراض استخدام مواقع التواصل الاجتماعي: تظهر الدراسة أن الأغراض الإخبارية والاجتماعية هي الأكثر شيوعاً، حيث استخدم 68.1% من المشاركين مواقع التواصل الاجتماعي لأغراض إخبارية و64.8% لأغراض اجتماعية. بينما كانت الأغراض التسويقية الأقل استخداماً بنسبة 20.4%. وتؤكد هذه النتيجة على دور هذه المنصات لدى المشاركين في تلقي المعلومات، وبناء العلاقات الاجتماعية. وهذا يشير للدور الاجتماعي لمواقع التواصل الاجتماعي.

الأسباب التي تدفع للاشتراك في مواقع التواصل الاجتماعي: تشمل الأسباب الرئيسة للاشتراك التواصل مع الأصدقاء والعائلة، والاطلاع على الأخبار والأحداث. وتعكس هذه النتائج الرغبة الواضحة للشباب في بناء روابط اجتماعية وتقوية العلاقات الشخصية، وهو ما يعزز الجانب الاجتماعي في استخدام مواقع التواصل. كما أن اطلاع الشباب على الأخبار يعكس الاهتمام بالمعرفة والمشاركة في الأحداث الجارية. تعتبر هذه الأغراض من أهم

دوافع الاستخدام حيث تركز على تعزيز التفاعل الاجتماعي والمعرفي أكثر من الأغراض الترفيهية أو التسويقية.

طبيعة العلاقات التفاعلية الاجتماعية من خلال مواقع التواصل الاجتماعي: غالبًا ما يكون التفاعل من خلال مواقع التواصل الاجتماعي سطحيًا، لكنه يعزز العلاقات الشخصية بطرق معينة. ويمكن تفسير هذا التفاعل السطحي بأن التفاعلات عبر الإنترنت تفتقر إلى العناصر الوجدانية والتواصل غير اللفظي التي توجد في التفاعل المباشر، مثل لغة الجسد. ومع ذلك لا يمكن إغفال تأثير هذه المواقع في تقوية الروابط الاجتماعية إذ إنها تسهم في الحفاظ على العلاقات بين الأفراد، خاصة في بيئات لا تتاح فيها الفرص للتفاعل المباشر.

التأثيرات الناتجة عن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على التفاعل البشري:

- **التعرف على الآثار الإيجابية لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي في عملية التفاعل البشري:** تبين الدراسة أن مواقع التواصل الاجتماعي تزيد من التفاعل الرقمي، وهذه الزيادة في التفاعل الرقمي قد تساعد على تعزيز التواصل بين الأفراد الذين يعيشون في مناطق مختلفة أو ممن لديهم ظروف تمنعهم من التفاعل بشكل مباشر. لذلك يمكن اعتبار مواقع التواصل الاجتماعي وسيلة فعالة لتعزيز الروابط الاجتماعية على المستوى البعيد، بالإضافة إلى إتاحة فرصة للتبادل الفكري والثقافي.

- **التعرف على الآثار السلبية لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي في عملية التفاعل:** كان أهمها تقليل جودة التفاعل الشخصي المباشر، وزيادة العزلة حيث يؤدي الاستخدام المكثف إلى تقليل التفاعل المباشر (ب 160 مفردة) وزيادة العزلة الفردية. هذه النتيجة تبرز أحد الجوانب السلبية لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي، حيث يُظهر الاستخدام المفرط تقليلاً في التفاعلات الواقعية، مما قد يؤدي إلى حالة من العزلة الاجتماعية. يعتبر هذا الجانب من الآثار السلبية من أبرز القضايا التي تثير القلق في الدراسات الحديثة حول التأثيرات الاجتماعية للتكنولوجيا. الاستخدام المفرط لمواقع التواصل يمكن أن يؤدي إلى تراجع التفاعل الواقعي، مما قد يؤثر على القدرة على بناء علاقات عميقة ومستدامة في العالم الحقيقي. مع هذا لا يمكن إنكار الدور الإيجابي لهذه المواقع في توفير قنوات تواصل بديلة خاصة في المجتمعات التي قد يكون فيها التواصل الجسدي محدودًا لأسباب مختلفة.

الاستنتاجات:

من خلال عرض وتحليل نتائج الدراسة يمكن الخروج بالاستنتاجات التالية:

1. تؤكد نتائج الدراسة على الدور المتزايد لوسائل التواصل الاجتماعي في حياة الشباب العربي، وعلى ضرورة فهم الآثار المتباينة لهذا الاستخدام من خلال التعرف على الدوافع والأنماط والتأثيرات.
2. يمكن لمواقع التواصل الاجتماعي أن تكون أداة قوية لتعزيز التواصل بين الأفراد خاصة في المجالات الاجتماعية والإخبارية. كما توفر مساحة للتفاعل الرقمي الذي يعزز من الروابط الاجتماعية.
3. تزداد العزلة الاجتماعية وتقل جودة التفاعل المباشر نتيجة الاستخدام المفرط لهذه المواقع. هذا يمكن أن يؤثر سلباً على العلاقات الشخصية التي تعتمد على التفاعل وجهاً لوجه.
4. في حين تقدم مواقع التواصل الاجتماعي فرصاً كبيرة للتفاعل الرقمي والنمو المعرفي، فإن الاستخدام المكثف قد يفرض تحديات في بناء العلاقات الإنسانية العميقة.
5. توجهات البحث تشير إلى أن التفاعل الاجتماعي عبر الإنترنت له تأثيرات مزدوجة، ويجب أن يتم التعامل معه بحذر لتحقيق توازن بين الاستخدام الرقمي والتفاعل الشخصي المباشر.

التوصيات:

بناءً على نتائج هذه الدراسة يمكن الخروج بعدد من التوصيات التي تهدف إلى تحسين الاستخدام الفعّال لتلك المواقع مع مراعاة تأثيراتها على العلاقات الاجتماعية. فيما يلي بعض التوصيات التي يمكن اعتمادها:

- **تشجيع الاستخدام المتوازن لمواقع التواصل الاجتماعي:** من المهم تشجيع الشباب العربي على استخدام مواقع التواصل الاجتماعي بشكل متوازن بحيث لا تؤثر سلباً على التفاعل الاجتماعي الشخصي الذي قد يؤدي إلى العزلة الاجتماعية. ويمكن أن يتم هذا التشجيع من خلال تنظيم حملات إعلامية توعوية تهدف إلى نشر الوعي حول أهمية الحفاظ على التوازن بين الحياة الرقمية والحياة الواقعية.
- **تعزيز استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في الأغراض الإيجابية:** مثل الأغراض الإخبارية والاجتماعية والتي كانت الأكثر شيوعاً، حيث يمكن تعزيز هذه الأغراض من خلال تحسين جودة المحتوى المقدم على منصات التواصل الاجتماعي. ويمكن ذلك من خلال تطوير مبادرات رقمية تتيح للشباب العربي الانخراط في مناقشات مجتمعية مثمرة، والمشاركة في الأنشطة الاجتماعية والإخبارية التي تعزز التفاعل البناء في المجتمع.
- **تحفيز استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في الأغراض التعليمية والثقافية:** يمكن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي كأداة للتعليم

والثقيف. من خلال إنشاء منصات تعليمية تفاعلية أو قنوات تعليمية على مواقع التواصل الاجتماعي تستهدف نشر المحتوى التعليمي المتخصص والمفيد في مختلف المجالات، مما يساعد على توجيه الشباب نحو استخدام هذه المواقع في الأغراض التثقيفية والتعلم المستمر.

- تعزيز التفاعل الإيجابي: تحسين جودة التفاعل الرقمي وتعزيز العلاقات الإنسانية، وتشجيع التفاعل الشخصي المباشر.
- زيادة الوعي: تنظيم حملات توعية حول الآثار الإيجابية والسلبية لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي، وتوجيه الاستخدام المتوازن.
- تحسين أدوات التواصل: تطوير تطبيقات وميزات لتعزيز التفاعل الاجتماعي الحقيقي والفعال.
- مراقبة الأثر: إجراء دراسات دورية لتقييم تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على التفاعل الشخصي.
- تشجيع البحث المستمر: دعم الأبحاث المستقبلية حول تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على الصحة النفسية والعلاقات الاجتماعية. وكذلك مقارنة أنماط استخدام وسائل التواصل بين مختلف الفئات العمرية والجنسيات.

المصادر والمراجع

- الحسن، إ. (2005). *النظريات الاجتماعية المتقدمة*. (ط1). عمان: دار وائل للنشر.
- العساف، ص. (2003). *المدخل إلى البحث في العلوم السلوكية*. (ط1). الرياض: مكتبة العبيكان.
- درويش، م. (2018). *مناهج البحث في العلوم الإنسانية*. (ط1). القاهرة: مؤسسة الأمة العربية للنشر والتوزيع.
- قنديلجي، ع. (2019). *منهجية البحث العلمي*. (ط1). عمان: دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع.
- عبد الحميد، م. (2015). *البحث العلمي في الدراسات الإعلامية*. (ط2). القاهرة: عالم الكتب.
- أبو السعود، س. (2022). استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقته بنشر ثقافة الكراهية في المجتمع المصري "دراسة ميدانية على عينة من الشباب". *المجلة العلمية لبحوث الصحافة، القاهرة*، ع24، ج3، 757-736. <https://doi.org/10.21608/sjsj.2022.296020>
- العدوي، آ. وغانم، م. (2023). اتجاهات النخبة الإعلامية نحو التضليل الإعلامي على مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقته بتطبيقات الميتافرس. *المجلة المصرية لبحوث الإعلام (أعمال المؤتمر العلمي الدولي الـ 28 لكلية الإعلام يونيو/ سبتمبر 2023م)*، ع84، ج2، 1061-1111. <https://doi.org/10.21608/sjsj.2022.296020>
- العتيبي، خ. (2024). تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على القيم الاجتماعية في دولة الإمارات العربية المتحدة، (دراسة ميدانية). *مجلة الفنون والآداب وعلوم الإنسانية والاجتماع*، (104)، 142-92. <https://doi.org/10.33193/JALHSS.104.2024.1079>
- بني ياسين، س. وعيادة، وآخرين. (2023). *المتاهة الاجتماعية والإعلامية لمنصات وسائل التواصل الاجتماعي وتأثيرها على القيم التعليمية للشباب*. إدارة التعليم: النظرية والتطبيق، 29(4)، 1308-1320. <https://doi.org/10.53555/kuvey.v29i4.6327>
- سعد الدين، م. (2012). استخدام الشباب الجامعي لمواقع التواصل الاجتماعي في التزود بالمعلومات وقت الأزمات. *المجلة العلمية لبحوث الصحافة، جامعة القاهرة، كلية الإعلام*، ع12، 48-1. <https://doi.org/10.21608/sjsj.2021.176927>
- عبد السلام، ع. (2022). تعرض الشباب الجامعي للأخبار الزائفة على مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقتها باتجاهات الشباب الجامعي نحو القضايا المثارة في المجتمع المصري. *مجلة كلية الآداب، جامعة سوهاج*، ج2، 336-291. <https://dx.doi.org/10.21608/bfa.2022.220103>
- على، س. (2023). وسائل التواصل الاجتماعي وأبعادها التفاعلية على الشباب "دراسة ميدانية على عينة من مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي في محافظة عدن". *مجلة جامعة عدن للعلوم الإنسانية والاجتماعي*، (4)، 534، 553. <http://dx.doi.org/10.47372/ejua-hs.2023.3.286>

References

- Abd Al-Hamid, M. (2015). *Scientific research in media studies* (2nd ed.). Cairo: Alam Al-Kotob.
- Abd Al-Salam, A. (2022). Exposure of university students to fake news on social media and its relationship to the attitudes of university students towards issues raised in Egyptian society. *Journal of the Faculty of Arts, Sohag University*, 2, 291-336. <https://dx.doi.org/10.21608/bfa.2022.220103>
- Abu Saud, S. (2022). The use of social media and its relationship to the spread of hate culture in Egyptian society: A field study on a sample of youth. *The Scientific Journal of Press Research*, 24(3), 736-757. <https://doi.org/10.21608/sjsj.2022.296020>
- Al-Adawy, A., & Ghanem, M. (2023). Trends of the media elite towards media misinformation on social media and its relationship to metaverse applications. *The Egyptian Journal of Media Research (Proceedings of the 28th International Scientific Conference of the Faculty of Media, June/September 2023)*, 84(2), 1061-1111. <https://doi.org/10.21608/sjsj.2022.296020>

- Al-Asaf, S. (2003). *Introduction to behavioral sciences research* (1st ed.). Riyadh: Al-Obaikan Library.
- Al-Hassan, I. (2005). *Advanced social theories* (1st ed.). Amman: Dar Wael for Publishing.
- Ali, S. (2023). Social media and its interactive dimensions on youth: A field study on a sample of social media users in Aden Governorate. *Aden University Journal of Humanities and Social Sciences*, 4, 534–553. <http://dx.doi.org/10.47372/ejua-hs.2023.3.286>
- Al-Otaibi, K. (2024). The impact of social media on social values in the United Arab Emirates: A field study. *Journal of Arts, Literature, Humanities, and Social Sciences*, 104, 92–142. <https://doi.org/10.33193/JALHSS.104.2024.1079>
- Bani Yasin, S., Iyad, & others. (2023). The social and media maze of social media platforms and their impact on the educational values of youth. *Educational Administration: Theory and Practice*, 29(4), 1308–1320. <https://doi.org/10.53555/kuey.v29i4.6327>
- Darwish, M. (2018). *Research methods in humanities* (1st ed.). Cairo: Al-Ummah Al-Arabiya Publishing and Distribution House.
- Qandabji, A. (2019). *Scientific research methodology* (1st ed.). Amman: Dar Al-Yazouri Scientific Publishing and Distribution.
- Saad El-Din, M. (2012). The use of social media by university students to obtain information during crises. *The Scientific Journal of Press Research*, 12, 1–48. Cairo: Cairo University, Faculty of Media. <https://doi.org/10.21608/sjsj.2021.176927>
- Adade, C. Q. (2019). *Symbolic interactionism: The basics* (1st ed.). Delaware: Vernon Press.
- Freeze, M., Baumgartner, M., Bruno, P., Gunderson, J. R., Olin, J., & Ross, M. Q. (2021). Fake claims of fake news: Political misinformation, warnings, and the tainted truth effect. *Political Behavior*. <https://doi.org/10.1007/s11109-020-09597-3>
- Gennaro, S., & Miller, B. (2021). *Youth and social media: The digital culture of contemporary kids*. New York: Vernon Press.
- Radcliffe, D., Abuhmaid, H., & Mahliaire, S. (2023). *Social media in the Middle East 2022: A year in review*. University of Oregon. <https://scholarsbank.uoregon.edu/items/a0bea9b1-6c41-47ee-b1db-e2c29fd8097a>
- Sumadevi, S. (2023). Impact of social media on youth: A comprehensive analysis. *Shodh Sari-An International Multidisciplinary Journal*, 2(4), 286–301. <https://doi.org/10.59231/SARI7640>