

أخلاقيات إنتاج فيديوهات البث المباشر عبر المنصات الاجتماعية كما يدركها المراهقين وعلاقتها بتقدير الذات لديهم دراسة ميدانية

د.حنان عبدالله عبد الصمد*

ملخص الدراسة:

استهدفت الدراسة الوصفية الحالية رصد مدى استخدام المراهقين لمنصات التواصل الاجتماعي ودرجة متابعتهم لفيدويوهات البث المباشر وعلاقتها بتقدير الذات في ضوء بعض المتغيرات الديموجرافية (النوع - السن - المستوى التعليمي - محل الإقامة - متوسط دخل الأسرة) والكشف عن علاقة إدراكهم لأخلاقيات إنتاج فيديوهات البث المباشر بتلك المنصات وتقدير الذات لديهم - ووظفت الدراسة منهج المسح بتطبيق أداة الاستبيان الإلكتروني على عينة عمدية قوامها ٣٠٠ من المراهقين متابعي ومنتجي تلك الفيديوهات.

- وكشفت نتائج الدراسة عن تصدر موقع فيسبوك قائمة المنصات الاجتماعية التي يفضل المراهقون استخدامها، وقد حازت هذه المنصات أهمية كبيرة في تقدير غالبية المراهقين، وكذا تبين ارتفاع درجة إدراك أخلاقيات إنتاج فيديوهات البث المباشر عبر المنصات الاجتماعية في الأبعاد الثلاثة للمقياس وهي: (الانتباه - الوعي - والفهم - والتطبيق) - كما أظهرت نتائج اختبار الفروض البحثية عن وجود علاقة الارتباطية بين كل من كثافة استخدام منصات التواصل الاجتماعي ودرجة متابعة فيديوهات البث المباشر عبر المنصات الاجتماعية من جانب وتقدير المراهقين لذواتهم من جانب آخر.

الكلمات الدالة:

الإدراك ، المنصات الاجتماعية ، فيديوهات البث المباشر ، تقدير الذات

* تم ترقية سيادتها بهذا البحث لدرجة أستاذ مساعد بقسم الإعلام بكلية تربية نوعية - جامعة المنصورة

Ethics of producing live broadcast videos Via Social Media platforms As adolescents' perception and its relationship to their self-esteem

Abstract

The current descriptive study aimed to monitor the extent to which adolescents use social media platforms and their follow-up to live broadcast videos, and to reveal the relationship of their awareness of the ethics of producing live broadcast videos through these platforms and their self-esteem, The study employed the survey method by applying the electronic questionnaire tool to a deliberate sample of 300 adolescents, followers and producers of those videos.

The results of the study revealed that Facebook topped the list of social platforms that adolescents prefer to use, and these platforms gained great importance in the appreciation of the majority of them, as well as the high degree of awareness of the ethics of producing live broadcast videos on social platforms in the three dimensions of the scale: (attention, awareness and understanding, Application). The results of the research hypotheses test showed that there is a correlation between the intensity of social media use and the degree of follow-up of live broadcast videos on social platforms and adolescents' self-esteem on the other hand

Keywords:

perception, Social platforms, live videos, self-esteem

مقدمة

أحدثت التطورات التكنولوجية تحولات حقيقية في عالم الاتصالات ومهدت الطريق لتحقيق كافة أشكال التقارب، التعارف، تبادل الآراء، الأفكار والمشاركة الوجدانية، واستفادت المنصات الاجتماعية من الوسائط المتعددة مما أدى لفتح مجالات عديدة للتواصل المعلوماتي وإحداث نقله نوعية في العلاقات والتفاعلات مع مستخدميها، وأصبحت دراسة الإنترنت وتأثيراتها الاجتماعية والنفسية مطلبًا هامًا ومستمرًا في ظل ما يموج به المجتمع المعاصر من تغييرات متلاحقة في ظل إنتشار مواقع الشبكات المتنوعة مثل: (الفيس بوك، تويتر، يوتيوب.. وغيرها) وما يقدم بها من معلومات تُساعد في تلبية احتياجات الأفراد المختلفة للاتصال بالآخرين والحصول على المعلومات وتكوين الصداقات والعلاقات، وبشكل زاد من تأثيراتها في حياة الأفراد عامة والمراهقين بصفة خاصة، حيث تتعدد دوافعهم نحو استخدامها ومنها: [**يُعد المسافات**: والذي أدى لاضطرار بعض الأهل والأقارب والأصدقاء للسفر، مما جعلهم يبحثون عن مواقع التواصل الاجتماعي كوسيلة سريعة للتواصل فيما بينهم- **المشكلات الأسرية**: يلجأ كثير من الأفراد لاستخدام تلك المواقع هربًا من المشكلات الأسرية، وبحثًا عن أصدقاء جدد للبعد عن هذا التوتر^(١) - مصدر للمعلومات: فأصبحت تلك المجتمعات الافتراضية من المصادر المهمة للحصول على المعلومات بسرعة^(٢) - **الدعاية والإعلان**: يُمكن استخدامها لأغراض دعائية تجارية؛ حيث تؤسس الكثير من المؤسسات صفحات أو مجموعات لها كنوع من الترويج- **حرية التعبير**: توفر تلك المواقع حرية التعبير الذاتي عن الاهتمامات والآراء^(٣)].

وتأسيساً على ذلك فإن المنصات الاجتماعية لها إيجابياتها وسلبياتها وفقاً لطريقة استخدامها، فتجلت أبرز إيجابياتها في: [**الاستخدامات الشخصية**: إذ يستخدمها الأصدقاء للتواصل وتبادل المعلومات والملفات الخاصة والصور ومقاطع الفيديو- **الاستخدامات التعليمية**: حيث يُمكن استخدامها بمجال التعليم الإلكتروني، كونها تُزيد فرص التواصل خارج نطاق المؤسسات التربوية وإكساب الطلاب مهارات المناقشة وإبداء الرأي- **الاستخدامات الرسمية**: حيث اتجهت معظم دول العالم لتطبيق مفهوم الحكومة الإلكترونية للتواصل مع الجمهور عبر تلك المواقع بتكلفة منخفضة وبما يوفر الوقت والجهد على المواطنين- **الاستخدامات الإعلامية**: حيث تنتشر الأخبار من خلال تلك المنصات، وغدت من مصادر الأخبار الموثوقة لمستخدميها^(٤)].

وعلى الرغم من تلك الإيجابيات إلا أن استخدام تلك المنصات عدة سلبيات منها: [**ارتكاب جرائم الإنترنت** كأخطر ما يواجه مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي^(٥) - **الغزو الفكري والثقافي**: الذي يُمكن أن يحدث نتيجة العلاقات التي تتكون بين مستخدمي هذه المنصات- **عرض مواد إباحية وخادشة للحياء**: إن مسألة الإباحية الخلقية وتنوع أشكالها من مخاطر الاستخدام المشكل للمنصات الاجتماعية، إذ تُشير الدراسات أن لها أواصر وثيقة تربطها بالجريمة المنظمة وتمثل تجارة الدعارة ثالث أكبر مصدر دخل بعد المخدرات والقمار^(٦) - **التشهير والفضيحة والمضايقة والتحايل والابتزاز والتزوير**: في ظل استخدام الأسماء المُستعارة قد يقوم بعض المستخدمين بالتشهير بأشخاص لابتزازهم أو فضحهم^(٧) -

انتهاك الحقوق الخاصة والعامة: أدى انتشار تلك المواقع لانتهاك خصوصية مستخدميها عبر عدة طرق، ومنها انتحال الشخصية الخاصة للأفراد أو الاعتبارية للمواقع، فكل شخصية فردية واعتبارية حقوقها المحفوظة^(٨).

ولذا يحدد سلوك استخدام تلك المواقع مدي مطابقته لأخلاقيات المجتمع التي تشير للقيم والمعايير التي يستند إليها أفراد المجتمع لغرض التمييز بين ما هو صحيح وما هو خطأ، وتطورت تلك القيم والمعايير لتشكل وعاءً حضاريًا للمجتمعات عبر فترات زمنية متعاقبة. ويتجلى هذا التطور مصاحبًا لتطور المجتمعات من مجتمعات بدائية ومعاييرها الأخلاقية الصارمة، ثم المجتمعات الصناعية وأخلاقياتها المتجددة والمرنة، وأخيرًا المجتمع العالمي المعرفي ومعايير الأخلاقية النسبية^(٩).

وعلى ذلك فإن منصات التواصل الاجتماعي وما تنتجه من إمكانات تبادل الصور والأحاديث المعبرة عن الواقع الاجتماعي ومشاركة الملفات وأخيرًا ظهور خاصية فيديوهات البث المباشر تسهم في التأثير في النسيج الاجتماعي والنفسي للمجتمع، وكذا إشباع بعض الحاجات النفسية للأفراد؛ نظرًا لطبيعتها الدينامية التي تزودهم بعرض مستمر للأحداث والخبرات التي يعيشها الآخرون، وعلى ذلك فالحاجات النفسية والاجتماعية غير المشبعة تلعب دورًا كبيرًا في الاستخدام المُشكل لتلك المنصات^(١٠).

ونظرًا لأن فيديوهات البث المباشر لا تنتج من فراغ، وإنما في إطار سياق اجتماعي، ومن ثم يكون لأخلاقيات المجتمع أهمية من حيث مدى الالتزام بها، والأخلاقيات هي بالأساس مجموعة من المفاهيم والمبادئ التي ترشد الأفراد في تحديد أي السلوكيات الواجب اتباعها وتلك التي يجب الامتناع عنها، وبصرف النظر عن خلفيتهم الاجتماعية والسياسية والأخلاقية والاقتصادية، يستخدم أفراد المجتمع مواقع التواصل الاجتماعي لأنهم يجدون فيها الملاذ الآمن الذي يمكنهم من خلاله تكوين علاقات اجتماعية مع الآخرين على المستوى المحلي والإقليمي والدولي، مما يُتيح لهم فرصة تقديم أنفسهم للآخرين - Self Presentation بحرية كبيرة ودون قيود، ويُلاحظ من ذلك الإقبال المرتفع لأعداد الناس من مختلف فئات المجتمع المُستخدمين لهذه المواقع وخاصة فئة الشباب والمراهقين، مما يؤثر على سلوكهم وعلاقتهم الاجتماعية وطرق تفكيرهم في التعامل مع متغيرات الحياة التي يمرون بها والذي من شأنه إشباع حاجاتهم الاجتماعية إلى الصداقة والأخوة والتعارف والبحث عن المعلومات وقضاء أوقات الفراغ، مما يعود عليهم بالنفع ويُساهم في بناء شخصيتهم.

ويُعد تقدير الذات من أهم السمات الشخصية الانفعالية البُناءة التي يتحلّى بها الفرد، والتي تُعتبر حجر الأساس في الكينونة الذاتية السليمة له، وهو يشير لتقييم الفرد لنفسه وشعوره بالاحترام والقيمة والكفاءة، ويتشكل هذا المفهوم من مكونين هما: **الشعور بالقيمة:** فيشعر الشخص بأن له أهميته وقيمه ومكانته بين من ينتمي إليهم، وكذلك **الشعور بالكفاءة:** وهو اعتقاد الشخص بأنه يستطيع القيام بالمهام والأعمال وينجزها على الوجه المطلوب، وعلى ذلك أكد "ليري وزملاؤه Leary, et.al" أن الرفض أو الاستبعاد الاجتماعي وعدم القبول من الآخرين عوامل مؤدية لانخفاض تقدير الذات لدى الفرد^(١١)، وتتشكل خصائص

الأفراد منخفضو تقدير الذات بالمفهوم المشوش لذواتهم ويلجئون لبعض السلوكيات التي تهدف لتجنب الشعور بالذنب أو القلق والهروب من مشاعر نقص تقدير الذات، وبالتالي تنخفض مشاركتهم وتواصلهم المباشر مع الآخرين؛ حيث يتوقعون تغذية راجعة سلبية^(١٢)، وفي المقابل يُزيد استخدامهم للتكنولوجيا بغية التواصل كوسيلة آمنة للتعبير عن ذاتهم والتغلب على معوقات علاقتهم الاجتماعية والحصول على الإعجاب من الآخرين^(١٣).

وقد أثبتت بعض الدراسات وجود علاقة عكسية بين تقدير الذات واستخدام مواقع التواصل الاجتماعي، وعلى الرغم من ذلك فقد اختلف تأثير تلك المنصات سلبيًا وإيجابيًا باختلاف مضمون التغذية الراجعة التي يحصل عليها الفرد من الآخرين (إيجابية، أو سلبية)، بما يُعزز تقدير الذات لديه أو يقلل منه^(١٤).

مشكلة الدراسة

يعد التطور التكنولوجي الهائل بمجال الإعلام الإلكتروني من أهم التحولات بالمجتمعات العربية؛ فقد أدى للانتشار الواسع للمنصات الرقمية وتنوع تطبيقاتها لتحظى برضا الجمهور واجتذابه لاستثمار تلك التطبيقات في تقديم محتويات عديدة والتواصل علي نحو سريع وفعال وتطور العلاقات الاجتماعية بين الأفراد ضمن مجتمع افتراضي وكذا التنفيس الانفعالي لكل مرتاديه، وتعزيز ثقافة الشهرة وظهور الفاعلين المؤثرين وهذا ما ساعد علي تعزيز فكرة القرية الكونية لمارشال ماكلوهان، فضلاً عن تزايد إقبال كافة الفئات من الجمهور لاسيما المراهقين نحو إنتاج ومتابعة مقاطع مصورة لتحقيق انتشاراً من خلال المنصات الاجتماعية بما انعكس على سلوكياتهم وأفكارهم، حيث ظهرت في الأعوام الأخيرة أكثر من واقعة لقيام بعض الأفراد بنشر فيديوهات -مراهق يهدد بالانتحار وفيديو لأستاذة جامعية تتمايل وتترقص وغيرها- والتي أثار انتقادات واسعة كونها لا تعند بأخلاقيات المجتمع وتجني على قيمه السائدة تحقيقاً لزيادة عدد المشاهدات عبر مواقع التواصل المتنوعة، ومن ثم تجلت مشكلة الدراسة في فهم طبيعة العلاقة بين إدراك المراهقين لأخلاقيات إنتاج لفيديوهات البث المباشر عبر المنصات الاجتماعية وتقدير الذات لديهم.

أهداف الدراسة:

سعت الدراسة لتحقيق هدف رئيس هو "الكشف عن علاقة أخلاقيات إنتاج فيديوهات البث المباشر عبر المنصات الاجتماعية كما يدركها المراهقين وتقدير الذات لديهم"، وينبثق منه عدة أهداف فرعية هي:

- التعرف على مُعدلات استخدام المراهقين للمنصات الاجتماعية وأهميتها بالنسبة لهم.
- رصد أهم المنصات الاجتماعية التي يُفضلها المراهقين عينة الدراسة ودوافع استخدامها.
- تحديد درجة مُتابعة المراهقين عينة الدراسة لفيديوهات البث المباشر عبر المنصات الاجتماعية ووجهة نظرهم حول مدى التزامها بالأخلاقيات العامة للمجتمع.
- تحديد استجابات المراهقين نحو فيديوهات البث المباشر عبر المنصات الاجتماعية التي لا تلتزم بالأخلاقيات العامة للمجتمع.

- الكشف عن مدى إنتاج المراهقين لفيديوهات بث مباشر بالمنصات الاجتماعية ودرجة التزامهم بالأخلاقيات العامة للمجتمع.
- تحديد مدى إدراك المراهقين لأخلاقيات إنتاج فيديوهات البث المباشر عبر المنصات الاجتماعية.
- تحديد علاقة كثافة استخدام المراهقين للمنصات الاجتماعية وتقديرهم لذواتهم.

أهمية الدراسة

١- دراسة منصات التواصل الاجتماعي وما تُبثه من فيديوهات بث مباشر باعتبارها من أهم مصادر التأثير والتأثر الاجتماعي لدى الأفراد ومحاولة فهم تأثيراتها النفسية والاجتماعية لاسيما فيما يتعلق بتقديرهم لذواتهم.

٢- تهتم هذه الدراسة بفئة المراهقين، وتستهدف الخروج بنتائج وتوصيات تساهم في تحقيق استقرار المجتمع وسلامته، خاصة لما تمثله هذه الفئة من أهمية باعتبارها عماد مستقبل الأمة.

٣- تهتم الدراسة بإثراء المجال البحثي ببحوث في مجال تطبيقات التواصل الاجتماعي، خاصة في ظل انتشارها السريع واستخدامها، وهو ما يتطلب تسليط الضوء على أيديولوجيات هذه التطبيقات التي تستهدف نشر ثقافتها دون ضوابط اجتماعية من أجل مكافحة الهيمنة الثقافية الغربية على المجتمعات العربية المحافظة.

الدراسات السابقة

بالنظر إلى ما لمراجعة الدراسات السابقة من أهمية كبيرة في مجال البحث العلمي، فقد قامت الباحثة باستكشاف المنشور في الموضوع من دراسات بعد تحديد الكلمات المفتاحية للبحث؛ حيث جرى البحث بالكلمات التالية (إدراك أخلاقيات إنتاج البث المباشر، وتقدير الذات، واستخدام الإنترنت، ومواقع التواصل الاجتماعي وعلاقته بتقدير الذات) وما يرافقها من كلمات، وعليه تمت هذه المراجعة على محور واحد ستعرضه الباحثة بالتفصيل، وقد أسفر استعراض الدراسات السابقة عن وجود عدد وفير من الدراسات التي عالجت هذا الموضوع، وما يرتبط بهما من متغيرات، فتم تصنيفها تبعاً لدرجة اقترابها من مشكلة الدراسة الحالية، وفيما يلي عرضاً موضوعياً للدراسات وفقاً للمحور الذي حددته الباحثة والمعنون "العلاقة بين استخدام الإنترنت ومواقع التواصل وتقدير الذات".

فيما يخص العلاقة بين معدل الاستخدام وتقدير الذات فقد أظهرت دراسة (Hanna Worm, 2022) ^(١٥) عدم وجود ارتباط كبير بين تقدير الدولة لنفسها واستخدام وسائل التواصل الاجتماعي الحكومية، وعدم وجود تأثير معتدل لاستخدامها على العلاقة بين تقدير الذات للدولة واستخدام تلك المواقع، وقد أشارت دراسة (Richard Jones, et.al, 2022) ^(١٦) إلى أن التهميش المدرك أو الفعلي للغة الأقلية بمواقع التواصل الاجتماعي قد يؤثر سلباً على مستويات احترام الذات والتركيبات النفسية ذات الصلة لدى المتحدثين بتلك اللغة، كما أوضحت دراسة (منى صابر فاضل حسن، رشا حسن مكرم الله عبد الحميد،

(٢٠٢١) ^(١٧) عدم وجود علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين معدلات استخدام طلاب جامعة الوادي الجديد لشبكات التواصل الاجتماعي وتقديرهم لذاتهم، وقد بينت دراسة **(Respita Trias Ardiana, Raja Oloan Tumanggor, 2020)** ^(١٨) أن هناك علاقة طردية ذات دلالة إحصائية بين إدمان استخدام الانستجرام كمنصة تواصل اجتماعي وتقدير الذات لدى طلاب المدارس الثانوية، حيث أنه كلما زاد إدمان طلاب المدارس الثانوية على استخدام الانستجرام كأحد مواقع التواصل الاجتماعي، زاد تقدير الذات الذي يمتلكونه والعكس صحيح، كما توصلت دراسة **(سهاد محمود عبد الرحمن بني فواز، ٢٠١٩)** ^(١٩) إلى أن تقدير الذات قد ازداد لدى مُستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي، وأفادت دراسة **(Alev Guven, 2019)** ^(٢٠) بأن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي هو مؤشر على تقدير الذات ولها تأثيرات سلبية وأخرى إيجابية، وقد توصلت دراسة **(Shoib Hasan, et.al, 2018)** ^(٢١) إلى أن هناك اختلاف كبير بين استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وتقدير الذات مما يشير إلى أن تقدير الذات كان أعلى لدى المبحوثين ذوي مُعدل الاستخدام المنخفض لمواقع التواصل قيد الدراسة، وقد توصلت دراسة **(عبد الرحيم درويش، داليا عثمان، ٢٠١٧)** ^(٢٢) لوجود علاقة عكسية بين إدمان الإنترنت وتقدير الذات، حيث بلغت العلاقة بين المتغيرين (-٠.٣١) والعلاقة دالة إحصائياً عند مستوى معنوية (٠.٠١)، وقد أفادت دراسة **(نصرة منصور عبد المجيد، ٢٠١٧)** ^(٢٣) بأن هناك علاقة ارتباط سالبة دالة بين استخدام مواقع التواصل الاجتماعي الجسمية والنفسية والاجتماعية وتقدير الذات لدى الأزواج والزوجات، كما أوضحت دراسة **(Muqaddas Jan, et.al, 2017)** ^(٢٤) أن هناك علاقة قوية بين مواقع التواصل الاجتماعي وتقدير الذات، حيث تؤدي زيادة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي إلى انخفاض تقدير الذات لدى الأفراد، وتؤدي ساعة واحدة يقضيها المبحوثين على الفيسبوك يومياً إلى انخفاض قدره (٥.٥٧٤) في درجة تقدير الذات للفرد، كما بينت دراسة **(همت مختار مصطفى، ٢٠١٦)** ^(٢٥) أن تقدير الذات أكثر إسهاماً في استخدام مواقع التواصل؛ كونها عامل نفسي مهم ومحدد لطبيعة هذا الاستخدام من حيث إبداء الرأي وتكوين الصداقات والتفاعل مع الآخرين، فيما لم يسهم متغيري الثقة بالنفس والأمن النفسي في التنبؤ به.

أما عن العلاقة بين إدمان الاستخدام وتقدير الذات فقد أوضحت دراسة **(هالة أحمد عبد الحليم صقر، ٢٠٢١)** ^(٢٦) وجود علاقة ارتباطية عكسية دالة إحصائياً بين تقدير الذات المنخفض وإدمان استخدام الفيسبوك، كما أفادت دراسة **(راشا محمود السيد، وآخرون، ٢٠٢٠)** ^(٢٧) بأن هناك علاقة ارتباطية سالبة دالة إحصائية عند مستوى (٠,٠١) بين إدمان ألعاب الإنترنت وتقدير الذات وأبعاده لدى الأطفال، كما خلصت دراسة **(Tanvi Pawar, Jeel Shah, 2019)** ^(٢٨) إلى أن هناك علاقة مهمة بين إدمان مواقع التواصل الاجتماعي والملل وتقدير الذات، وقد أشارت دراسة **(زهرة على أبو القاسم فطوح، ٢٠١٩)** ^(٢٩) إلى أن هناك علاقة موجبة دالة إحصائياً بين جميع أبعاد مقياس إدمان الإنترنت ومواقع التواصل الاجتماعي من جانب وتقدير الذات من جانب آخر، حيث إن قيم معامل الارتباط دالة إحصائياً لأن مستويات دلالتها كانت جميعها أقل من مستوى (٠.٠٥)، ونستدل من هذه النتيجة إن إدمان الإنترنت مرتبط بتقدير الذات، وقد أظهرت دراسة **(Özge Buran)**

تقدير الذات وإدمان مواقع التواصل الاجتماعي، كما بينت دراسة (الجوهرة بنت فهد الجبيلة، ٢٠١٦) ^(٣١) أن هناك علاقة سلبية بين إدمان الإنترنت وتقدير الذات، وكذلك يُمكن التنبؤ بإدمان الإنترنت من الدرجة الكلية لتقدير الذات، كما أشارت دراسة (Horzum, Ayas, 2013) ^(٣٢) إلى أن هناك علاقة إيجابية بين إدمان الإنترنت ومتغيرات الاكتئاب والوحدة وتقدير الذات معاً.

وبالنسبة للعلاقة بين استخدام تطبيقات التواصل الاجتماعي وتقدير الذات، فقد خلصت دراسة (عيد جلال أبو حمزة، أسماء سالم العنزي، ٢٠٢٠) ^(٣٣) إلى أنه توجد علاقة إيجابية ذات دلالة إحصائية بين تقدير الذات وصورة الجسم عند مُستخدمي فلاتر سناب شات، كما أن الإناث لديهن تقدير ذات وصورة جسد سالبة أكثر من الذكور، وأيضاً وجود علاقة سلبية بين تقدير الذات وعدد مرات استخدام فلاتر سناب شات.

وفيما يتعلق بالعلاقة بين التواصل الاجتماعي الإلكتروني وتقدير الذات فقد كشفت دراسة (سهاد محمود عبد الرحمن بني فواز، ٢٠١٩) ^(٣٤) عن وجود علاقة ارتباطية طردية بين متغيري التواصل الإلكتروني وتقدير الذات لدى الطالبات، وفيما يخص تقدير الذات لدى الشباب بينت دراسة (عبد الرحيم درويش، داليا عثمان، ٢٠١٧) ^(٣٥) أن الشباب قيد الدراسة لديهم تقديرًا إيجابيًا للذات عند استخدام مواقع التواصل، وتبين وجود ثلاثة عوامل تؤثر في تقدير الذات هي: (الرؤية السلبية للذات وعدم الثقة بها، إحساس الشخص بامتلاكه صفات إيجابية ومثله مثل الآخرين، الرؤية الإيجابية للذات والرضا عنها والثقة بها)، وقد تأكد بعد التحليل أن هناك علاقة ارتباطية سلبية دالة إحصائية بين استخدام الإنترنت التعودي وتقدير الذات، وبلغت قيمة معامل الارتباط (٠,٢٦٥)، وهي القيمة دالة بدرجة ثقة (٩٩%).

وفيما يتعلق بتأثير استخدام المواقع وتقدير الذات على الاستهلاك الظاهر لها، فقد أشارت دراسة (Bambang Widjajanta, et.al, 2018) ^(٣٦) إلى أن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وتقدير الذات كان لهما تأثير كبير على الاستهلاك الظاهر، وفي ذات السياق جاءت العديد من الدراسات لتوضح العلاقة بين نوعية الاستخدام وتقدير الذات فأشارت دراسة (عبد الرحيم درويش، داليا عثمان، ٢٠١٧) ^(٣٧) بأن هناك علاقة ارتباط غير دالة إحصائية بين استخدام الإنترنت النفعي وتقدير الذات وبلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون بين المتغيرين (-٠,٠٢٤)، كما أن هناك علاقة دالة إحصائية بين استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وتقدير الذات فبلغت قيمة معامل الارتباط (٠,١٤٧)، وأفادت دراسة (نصرة منصور عبد المجيد، ٢٠١٧) ^(٣٨) بأنه لا توجد علاقة ارتباطية بين الدوافع الاجتماعية لاستخدام مواقع التواصل وتقدير الذات.

وفيما يتعلق بخدمة البث المباشر عبر المنصات الإلكترونية ودرجة ثرائها في تغطية القضايا والحالة المزاجية لدي الجمهور تطرقت دراسة (هشام رشدي خير الله، ٢٠٢٢) ^(٣٩) إلى أن تعرض الجمهور للقضايا السلبية عبر فيديوهات البث المباشر يؤدي إلى تشكيل الحالة المزاجية السلبية والعكس، كما أن المزاج العام السلبي يؤدي إلى انتقاء

المضمون السلبي الذي يشاهده الجمهور والعكس، بينما حلّلت دراسة (سحر أحمد غريب، ٢٠٢٢)^(٤٠) استخدام الصحف المصرية الخاصة (اليوم السابع، والوطن، والمصري اليوم) لخدمة البث المباشر عبر صفحاتها على الفيسبوك، وتحديد مدى ثراء هذه الخدمة وخصائصها، وتوصلت إلى سيطرة النمط الترفيهي والاهتمامات الإنسانية والجرائم والحوادث على فيديوهات الصحف قيد الدراسة.

التعليق على الدراسات السابقة

من الملاحظ أن معظم الدراسات التي تناولت العلاقة بين استخدام الانترنت أو مواقع التواصل الاجتماعي وتقدير الذات وتكشف علاقة مُعدلات استخدام الانترنت أو مواقع التواصل الاجتماعي وتقدير الذات، ولم توجد دراسة واحدة قامت بدراسة العلاقة بين أحد وسائل التفاعل التي تُقدمها تطبيقات مواقع التواصل الاجتماعي وتقدير الذات، كما أنه لم توجد أية دراسة تناولت إدراك المراهقين لأخلاقيات إنتاج ونشر فيديوهات البث المباشر على مواقع التواصل وعلاقته بتقدير الذات، وهذا ما سنتناوله الباحثة من خلال الدراسة الحالية.

الإطار النظري للدراسة

استهدفت الباحثة الاستفادة من نظرية الأسس الأخلاقية وبعض النظريات المفسرة لتقدير الذات والعوامل المؤثرة فيه لتفسير متغيرات الدراسة.

نظرية الأسس الأخلاقية (Moral foundations theory) طرحها لأول مرة علماء النفس "جوناثان هايدت وكريغ جوزيف وجيسي غراهام" وقد أسست طبقاً لأعمال عالم الأنثروبولوجيا الثقافية "ريتشارد شويدر" وطورتها مجموعة متنوعة من المشاركين فيما بعد، وهي نظرية نفسية اجتماعية معنوية بشرح أصول التفكير العقلي الأخلاقي لدى البشر وتنوعاته على أساس الأسس الفطرية المعيارية وتنص النظرية على أن الأخلاق تقوم على أسس ثابتة هي العناية والنزاهة والحرية والوفاء والطهارة^(٤١)، وفي ضوء ذلك فقد عرضت النظرية خمسة أسس يمكن أن توصف الاختلاف بين اهتمامات وسلوكيات الأفراد الأخلاقية وهي: (الاهتمام: تقدير وحماية الآخرين، على عكس الأذى- العدل أو المساواة: تحقيق العدالة وفقاً لقوانين مشتركة، على عكس الغش -الإخلاص أو الانتماء للمجموع: الوقوف مع المجموعة أو العائلة أو الأمة، على عكس الخيانة- النفوذ أو الاحترام: الالتزام بالتقاليد والسلطة التشريعية، على عكس التخريب -القداسة أو النقاوة: الاشمزاز من الأشياء والأفعال المشينة على عكس التدهور)، وترتب تلك الأسس الخمسة في مجموعتين ترتيباً وفق مجموعتين الأولى تتمثل في مجموعة الرعاية والعدل المنفردة المركزة على الإنسان، ومجموعة الإخلاص والنفوذ والقداسة الرابطة المركزة على المجموعة، وتأتي الأدلة لصالح هذا التصنيف من أنماط الترابطات بين الأسس الأخلاقية الملاحظة^(٤٢).

وقدم عدد من الباحثين انتقادات لنظرية الأسس الأخلاقية، ونظريات بديلة لها، فقد شملت انتقادات النظرية مزاعم عن اللامعقولية البيولوجية والإسهاب في الأسس الأخلاقية (والتي يناقش أنها قابلة للاختزال بسبب القلق بشأن الضرر)، واختلف المؤلفان الأصليون

حول الانتقادات، وقد شملت النظريات البديلة نموذج الدوافع الأخلاقية ونظرية الأخلاق الديناميكية ونظرية تنظيم العلاقات وغيرها^(٤٣).

ويمكن الاستفادة من النظرية في الدراسة الحالية من خلال الإنطلاق من ركيزتين هما الشرعية البراغمية للتعددية الأخلاقية وتخطيط المجال الأخلاقي المصدران الأساسيان للأسس الأخلاقية والمحددة لسلوكيات الأفراد عبر الفضاءات الافتراضية وتطورها وإيجاد أرضية مشتركة بين الأفراد في كافة المجتمعات للتصرف بشكل أخلاقي عبر وسائل الإعلام الجديدة لاسيما مواقع التواصل الاجتماعي وما يقدمونه من محتوى عبر تلك المنصات وهذا ما يقدم تفسيرات دقيقة لسلوكيات الأفراد بكافة أشكالها ودوافعهم في القيام بها وفق معايير أخلاقية معينة.

وقبل الخوض في الحديث عن النظريات المفسرة لتقدير الذات
يشير Stanley Coopersmith إلى أن هذا الإصطلاح يعرف بأنه الحكم على صلاحية الفرد من خلال اتجاه تقويمي نحو الذات في المجالات الاجتماعية والشخصية^(٤٤)، ويرتبط هذا المفهوم بالعديد من المفاهيم ذات الصلة مثل (الوعي بالذات، وتأكيد الذات، وفاعلية الذات)، ويرى براون وآخرون **Broun, Dutton et cook** أن تقدير الذات يعود إلى مداولات ثلاثة هي: (نظرة الفرد تجاه ذاته- تقييماته لإمكاناته وشخصيته- الشعور بالقيمة الشخصية للفرد)^(٤٥).

وأظهرت العديد من الدراسات أن الأشخاص ذوي تقدير الذات المرتفع يؤكدون على قدراتهم وجوانب قوتهم وخصائصهم^(٤٦)، وتأتي أهمية تقدير الذات عبر ما يصنعه الفرد لنفسه ويؤثر بوضوح في تحديد أهدافه واتجاهاته واستجاباته نحو الآخرين ونحو نفسه^(٤٧)، وتتعدد عوامل تقدير الذات فتتمثل فيما يلي: (تقويم الآخرين: في مفهوم الإنسان عن ذاته وتقديره لها يكون تقويمنا لأنفسنا مُشتقاً إلى حد ما من تقويمات الجماعات المرجعية - خبرات النجاح والفشل: إن خبرة النجاح ترفع من تقدير الفرد لذاته ومن شعوره بأهميته أن هناك حاجة إلى النجاح من أجل بناء تقدير عال للذات والحصول على قبول الجماعة، وأن الفرد يرى في إدراك الآخرين لنجاحه أمراً باعثاً على السعادة ومن النجاح بحد ذاته دافع للنجاح، وأن النجاح وتوقع النجاح يُسهمان في تقدير إيجابي للذات، وأن يسلك الطالب طرقاً تؤدي إلى مزيد من النجاح، أما الفشل فيؤدي إلى الإحباط الذي يقود أحياناً إلى تكيف سلبي ولا سيما في حالة كون الدافع المحيط لدى الفرد مهماً وقويًا^(٤٨)).

وتتمثل الأطر النظرية المفسرة لتقدير الذات فيما يلي:

(١) **وجهة نظر السيكودينامية:** تتضح وجهة النظر السيكودينامية في تقدير الذات، وذلك من خلال إسهامات **Challenger** الذي يرى أن تقدير الذات هو الأساس في الكفاءة والقدرة وبذلك يُمكن النظر إليه على أنه مكون نماتي يغطي دورة الحياة من الطفولة إلى الرشد، وأن تقدير الذات يرتبط بقدرة وكفاءة الفرد على تحمل القلق والواقع، بمعنى آخر قوة الأنا إذ إن العلاقة بين القلق والقدرة هي علاقة تبادلية، وأن إيصال تقدير الذات إلى مستوى القدرة هو المؤشر الكلينيكي والمكون النفسي المهم في العلاج النفسي.

(٢) **وجهة نظر علم النفس الاجتماعي:** ويمثلها روزنبرج **Rosenberg** والذي اهتم اهتمامًا كبيرًا بموضوع تقدير الذات، حيث يرى فيه أن الذات هي كيان اجتماعي وأن تقدير الذات ينمو في ظل محيط اجتماعي يتضمن الثقافة بما تتضمنها من قيم ومجتمع وأن تقدير الذات يُعد مؤثر قوي في الاتجاهات والسلوك.

(٣) **وجهة نظر السلوكية:** يرى **سميث Smith** أن تقدير الذات يقصد به الحكم الذي يصدره الفرد على نفسه متضمنًا الاتجاهات التي يرى أنها تصفه على نحو دقيق، وينقسم تعبير الفرد عن تقديره لذاته إلى قسمين، وهما كالتالي: **(التعبير الذاتي):** وهو إدراك الفرد لذاته ووصفه لها-**التعبير السلوكي:** وهو يُشير إلى تلك الأساليب السلوكية التي تُعبر عن تقدير الفرد لذاته، وهذه الأساليب السلوكية تكون قابلة للملاحظة^(٤٩).

وقد استفادت الباحثة من تلك الأطر النظرية في الوقوف على الأبعاد المفاهيمية للموضوع، كما أفادت من الدراسات التي وظفتها في تحديد متغيرات الدراسة وطرق قياسها إجرائيًا، ومعرفة شبكة العلاقات القائمة بينها بما يساعد على تدقيق تساؤلات الدراسة وفروضها البحثية.

الإطار المنهجي للدراسة

أولاً: **مصطلحات الدراسة: وتعريف إجرائياً كالتالي:**

(أ) **الإدراك:** ويشير إلى أنه عملية عقلية معرفية تنظيمية يستطيع بها الفرد تنظيم المنبهات الحسية ومعالجتها ذهنياً في إطار الخبرات السابقة والتعرف عليها وإعطاءها معانيها ودلالاتها المعرفية المختلفة.

(ب) **أخلاقيات إنتاج فيديوهات البث المباشر بالمنصات الاجتماعية:** منظومة المبادئ والمعايير التي تحكم سلوك مستخدمي خدمة البث المباشر بالمنصات الاجتماعية المتنوعة –كالفيس بوك وتويتر ويوتيوب- وتساعدهم على اتخاذ القرارات في إنتاجهم للفيديوهات وتحدد لهم ما هو صواب وما هو خطأ؛ لتقليل المخاطر التي يمكن أن تلحق بهم وبالآخرين بما يضمن حريتهم وكرامتهم في ضوء المبادئ الأخلاقية العامة والمستمدة من الدين والأعراف الاجتماعية والمواد التشريعية.

(ت) **مفهوم تقدير الذات:** ويقصد بها التقييم الوجداني للشخص نحو ذاته، فضلاً عن كونه تقدير وتعبير سلوكي يُعبر الفرد من خلاله عن مدى تقديره لذاته، وهذا التقدير من جانب الفرد يعكس شعوره بالثقة بالنفس واحترامه لذاته، فضلاً عن الكفاءة الدراسية والمهنية والذاتية والاجتماعية مع الدافعية للإنجاز والاستقلال.

(ث) **المراهقين:** وهم الأفراد بالمرحلة العمرية الممتدة من ١٧ حتى ٢٣ سنة وقد تختلف تلك المرحلة في بدايتها ونهايتها من شخص لآخر ومن مجتمع لآخر وعلى حسب الجنس والبيئة والظروف المحيطة .

ثانياً: تساؤلات الدراسة وفروضها:

(١) تساؤلات الدراسة:

- ما علاقة أخلاقيات إنتاج فيديوهات البث المباشر عبر المنصات الاجتماعية كما يدركها المراهقين وتقدير الذات لديهم؟، وينبثق منه عدة تساؤلات فرعية هي:
- ما معدلات استخدام المراهقين للمنصات الاجتماعية وأهميتها بالنسبة لهم؟
- ما أبرز المنصات الاجتماعية التي يفضلها المراهقين عينة الدراسة ودوافع استخدامها.
- إلي أي درجة يتابع المراهقين فيديوهات البث المباشر عبر المنصات الاجتماعية ووجهة نظرهم حول مدى التزامها بالأخلاقيات العامة للمجتمع؟
- ما استجابات المراهقين نحو فيديوهات البث المباشر غير الأخلاقية بالمنصات الاجتماعية؟
- ما مدى قيام المراهقين بانتاج فيديوهات بث مباشر عبر المنصات الاجتماعية ودرجة إلتزامهم بأخلاقيات المجتمع؟
- ما مدى إدراك المراهقين لأخلاقيات إنتاج فيديوهات البث المباشر عبر المنصات الاجتماعية؟
- ما طبيعة العلاقة بين كثافة استخدام المراهقين للمنصات الاجتماعية وتقديرهم لذواتهم؟

(٢) فروض الدراسة:

- **الفرض الأول:** توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين كثافة استخدام منصات التواصل الاجتماعي وتقدير المراهقين لذواتهم.
- **الفرض الثاني:** توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين درجة متابعة فيديوهات البث المباشر عبر المنصات الاجتماعية وتقدير المراهقين لذواتهم.
- **الفرض الثالث:** توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين كثافة استخدام المنصات الاجتماعية ودرجة إدراك أخلاقيات إنتاج فيديوهات البث المباشر عبر منصات التواصل الاجتماعي.
- **الفرض الرابع:** توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين درجة متابعة فيديوهات البث المباشر عبر المنصات الاجتماعية ودرجة إدراك أخلاقيات إنتاج فيديوهات البث المباشر عبر تلك المنصات.
- **الفرض الخامس:** توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين درجة إدراك أخلاقيات إنتاج فيديوهات البث المباشر عبر المنصات الاجتماعية وتقدير المراهقين لذواتهم.
- **الفرض السادس:** توجد فروق دالة إحصائية في متوسطات درجات المراهقين على مقياس ادراكهم لأخلاقيات إنتاج فيديوهات البث المباشر بالمنصات الاجتماعية وفق المتغيرات

الديموجرافية (النوع، ونوع التعليم، ومحل الإقامة، والسن، والمستوى التعليمي، ومتوسط دخل الأسرة).

■ **الفرض السابع:** توجد فروق دالة إحصائية في متوسطات درجات المراهقين على أبعاد مقياس تقدير الذات وفق المتغيرات الديموجرافية (النوع، ونوع التعليم، ومحل الإقامة، والسن، والمستوى التعليمي، ومتوسط دخل الأسرة).

ثالثاً: نوع الدراسة ومنهجها

تُعد الدراسة من الدِّراسَات الوصفية واعتمدت الباحثة على منهج المسح الإعلامي؛ باعتباره من أنسب المناهج العلمية لدراسة وتوصيف الظواهر والمشكلات البحثية بوضعه الراهن^(٥٠).

رابعاً: مجتمع وعينة الدراسة:

تعتبر فئة المراهقين بجمهورية مصر العربية مجتمعاً للدراسة الحالية، وقامت الباحثة بإجراء الدراسة الميدانية على عينة عمدية قوامها (٣٠٠ مفردة) من المراهقين متابعي ومنتجي فيديوهات البث المباشر عبر المنصات الاجتماعية وذوي الخصائص الديموجرافية المتنوعة ومن مختلف المستويات (التعليمية، الاقتصادية، الاجتماعية) ويتراوح أعمارهم ما بين (١٧ – ٢٣) عامًا وهذا ما يتبين من الجدول التالي:

جدول رقم (١)

خصائص عينة الدراسة (ن=٣٠٠)

المتغيرات		ك	%	المتغيرات		ك	%
النوع	ذكور	١٤٩	٤٩.٧%	محل الإقامة	ريف	١٠٤	٣٤.٧%
	إناث	١٥١	٥٠.٣%		حضر	١٩٦	٦٥.٣%
السن	من ١٧ لأقل من ١٩ سنة	١٠١	٣٣.٧%	المستوى التعليمي	مؤهل متوسط	٨٧	٢٩%
	من ١٩ لأقل من ٢١ سنة	٩٨	٣٢.٧%		مؤهل فوق متوسط	١١٦	٣٨.٧%
	من ٢١ لأقل من ٢٣ سنة	١٠١	٣٣.٧%		جامعي	٩٧	٣٢.٣%
نوع التعليم	حكومي	١٤١	٤٧%	متوسط دخل الأسرة	أقل من ٣ آلاف جنيه	٤١	١٣.٧%
					من ٣ لأقل من ٨ آلاف جنيه	١٣٠	٤٣.٣%
	خاص	١٥٩	٥٣%		من ٨ لأقل من ١٠ آلاف جنيه	٧٨	٢٦%
				١٠ آلاف جنيه فأكثر	٥١	١٧%	

خامساً: أدوات الدراسة

استخدمت الباحثة استمارة الاستبيان الإلكتروني كأداة لجمع البيانات من العينة المختارة، وذلك عن طريق توجيه مجموعة من الأسئلة المحددة بهدف التعرف على حقائق

مُعينة أو وجهات نظر المبحوثين واتجاهاتهم أو الدوافع والمؤثرات التي تدفعهم لتصرفات سلوكية مُعينة، وللتأكد من مدى صلاحية هذه الأداة في جمع بيانات الدراسة قامت الباحثة باختبار صدق مقاييس الدراسة، حيث اعتمدت الباحثة على الصدق الظاهري من خلال الفحص المدقق لكل سؤال والتأكد من أن البنود سليمة من حيث المحتوى والصياغة، بحيث تقيس الجوانب المطلوب قياسها في إطار الموضوع الأساسي، كما قامت الباحثة بعرض الاستمارة على عدد من المُحكِّمين والمُتخصصين في مجال الإعلام^(*)، للتحقق من صدق الأداة ومدى صلاحيتها لتحقيق أهداف الدراسة الميدانية واختبار فروضها، وقد قام السادة المحكمون بتعديل الاستمارة وصياغة الأسئلة وترتيبها وتنظيمها، وتم تعديل الاستمارة وفقاً لهذه التعديلات والمُقرحات التي اتفق عليها معظم الأساتذة المحكمين، وتم صياغة الاستمارة في صورتها النهائية.

ولقياس درجة ثبات متغيرات الدراسة، استخدمت الباحثة معادلة ألفا كرونباخ، والتي عكست قيم معامل الثبات الكمية لتلك المتغيرات، ويتضح ذلك بالجدول التالي:

جدول رقم (٢)

ثبات مقاييس الدراسة

ثبات ألفا كرونباخ	متغيرات الدراسة	ثبات ألفا كرونباخ	متغيرات الدراسة
٠.٧٤٠	الانتباه	٠.٧٢١	الثقة بالنفس
٠.٨١٥	الوعي والفهم	٠.٧٣٩	احترام الذات
٠.٧٩٢	التطبيق	٠.٧٠٨	الكفاءة الدراسية أو المهنية
٠.٦١٢	كثافة استخدام المنصات الاجتماعية	٠.٦٦٩	الكفاءة الذاتية
٠.٦٣٤	درجة متابعة فيديوهات البث المباشر عبر المنصات الاجتماعية	٠.٧١٥	الكفاءة الاجتماعية

(*) أسماء الأساتذة المُحكِّمين طبقاً للترتيب الأبجدي والدرجة العلمية:

*الأساتذة:

أ.د. أمينة شلبي: أستاذ علم النفس المعرفي كلية التربية النوعية جامعة المنصورة.

أ.د. حازم أنور البنا: أستاذ الاذاعة والتلفزيون كلية التربية النوعية جامعة المنصورة.

أ.د. عبد الهادي أحمد النجار: أستاذ الصحافة كلية الآداب جامعة المنصورة.

أ.د. هناء عبده عباس: أستاذ المناهج وطرق التدريس كلية التربية النوعية جامعة المنصورة.

أ.د. محمود خليل: أستاذ الصحافة بكلية الإعلام جامعة القاهرة.

*الأساتذة المساعدون:

د/ أحمد عادل عبد الفتاح: أستاذ الصحافة المساعد كلية التربية النوعية جامعة المنصورة.

د/منى طه: أستاذ الصحافة المساعد كلية الآداب جامعة المنصورة.

نتائج الدراسة:

يعرض هذا الجانب من الدراسة النتائج التي تم التوصل إليها بالتطبيق على المراهقين عينة الدراسة، وتوزع إلى نتائج التساؤلات البحثية، وكذا نتائج اختبار الفروض البحثية وتتجلى فيما يلي:

أولاً: نتائج التساؤلات البحثية

(أ) المحور الأول: استخدام المراهقين للمنصات الاجتماعية

جدول رقم (٣)

المنصات الاجتماعية التي يفضل المراهقون استخدامها (ن=٣٠٠)

المنصات الاجتماعية	ك	%
فيسبوك	٢٩٢	٩٧.٣%
واتساب	٢٨٥	٩٥%
انستجرام	٢٤٦	٨٢%
يوتيوب	٢٠٩	٦٩.٧%
تيك توك	١٥٩	٥٣%
تويتر	٣٧	١٢.٣%

توضح بيانات الجدول (٣) المنصات الاجتماعية التي يفضل المراهقون استخدامها، حيث جاء موقع فيسبوك في الصدارة إذ يستخدمه ما نسبته ٩٧.٣% من عينة الدراسة، وتتسق هذه النتيجة مع الإعلان الحكومي الرسمي عن وصول عدد مستخدمي فيسبوك في مصر إلى قرابة ٩٠ مليون مستخدم^(٥١).

وجاء في الترتيب الثاني تطبيق واتساب للمحادثات، حيث يستخدمه ما نسبته ٩٥% من إجمالي عينة الدراسة، وهو التطبيق الأمريكي المجاني الذي استطاع أن يحقق انتشاراً واسعاً في العالم بأسره وزادت أعداد مستخدميه بفعل الخدمات التي يوفرها لهم من إرسال رسائل نصية وصوتية، وكذلك إجراء مكالمات صوتية ومرئية، ومشاركة الصور والمستندات ومواقع المستخدمين والوسائط الأخرى.

وفي المرتبة الثالثة ظهر موقع انستجرام، إذ بلغ إجمالي عدد مستخدميه ضمن عينة الدراسة ٨٢%، وهو شبكة اجتماعية أمريكية أيضاً تملكها شركة ميتا العالمية، وأطلقتها في عام ٢٠١٠ بما يتيح لمستخدميها رفع الوسائط التي بالإمكان تعديلها من خلال الفلاتر وتنظيمها باستخدام الوسوم والإشارات الجغرافية. كذلك فالمنشورات بإمكان مشاركتها للعام أو مع مستخدمين يتم قبول طلبات متابعتهم مسبقاً. فضلاً عن إمكانية تصفح محتوى المستخدمين الآخرين من خلال الإشارات والمواقع ومشاهدة المحتوى الأكثر شيوعاً، والتفاعل مع مشاركات الآخرين (والتي تتمثل أساساً في الصور) بإبداء الإعجاب والتعليق على منشوراتهم.

بينما حلّ رابعاً موقع يوتيوب، حيث يستخدمه ما نسبته ٦٩.٧% من إجمالي المراهقين كونه منصة فيديو أونلاين تأسست في عام ٢٠٠٥، وتسمح لمستخدميها برفع التسجيلات

المرئية مجاناً، ومشاهدتها عبر البث الحي (بجانب إمكانية التحميل)، ومشاركتها، والتعليق عليها، وغير ذلك.

أما موقع تيك توك الذي أُطلق في عام ٢٠١٦ فقد بلغ مستخدميه بين المراهقين عينة الدراسة ٥٣%، وهو عبارة عن شبكة اجتماعية لمشاركة الفيديو مملوكة لشركة بايت دانس الصينية، وقد اشتهرت بفضل ما تنتجه من إمكانية إنشاء مجموعة متنوعة من المقاطع المرئية القصيرة الترفيهية والكوميديّة والتعليمية .. وغيرها والتعليق عليها، والتي تتراوح مدتها من ٣ ثوانٍ إلى ثلاث دقائق، وعلى ذلك تعكس النتائج التنوع الكبير في استخدامات المراهقين لمواقع التواصل، ويرجع هذا إلى المزايا الكثيرة التي توفرها لمستخدميها، والقدر الكبير من الإشباع الذي استطاعت تحقيقه لهم. ويشكّل الجانب المرئي فيها عنصر الجذب الأبرز، فضلاً عن سمات التفاعلية اللحظية غير المتوافرة في وسائل الإعلام التقليدية، وجميعها عوامل أثبت نجاحها في جذب انتباه المراهقين واهتمامهم بها. بينما تراجع موقع تويتر لديهم للترتيب الأخير، حيث لم يستخدمه سوى ١٢.٣% من عينة الدراسة.

جدول رقم (٤)

معدل استخدام المراهقين عينة الدراسة لمنصات التواصل الاجتماعي

معدلات الاستخدام	ك	%
دائمًا	٢٧١	٩٠.٤%
أحيانًا	٢٨	٩.٣%
نادرًا	١	٠.٣%
الإجمالي	٣٠٠	١٠٠%

تكشف بيانات هذا الجدول رقم (٤) معدل استخدام المراهقين لمنصات التواصل الاجتماعي، حيث كانت الغالبية العظمى منهم بنسبة ٩٠.٤% تستخدمها دائماً. وهي النتيجة التي تعكس ارتفاع معدل استخدام هذه المنصات بين المراهقين عينة الدراسة، ويرجع هذا إلى كم ما تتمتع به هذه المنصات من إمكانيات وخصائص تتيح لمستخدميها اشباع مختلف احتياجاتهم، أما المراهقين الذي كان معدل استخدامهم لهذه المنصات متوسطاً (أحياناً) فبلغت نسبتهم ٩.٣% من إجمالي العينة. على حين لم تزد نسبة المبحوثين منخفضو الاستخدام (نادرًا) عن ٠.٣% من عينة الدراسة.

جدول رقم (٥)

الأوقات المفضلة لدي المراهقين لاستخدام منصات التواصل الاجتماعي

الأوقات المفضلة	ك	%
طوال اليوم	١٩٢	٦٤%
صباحاً	٣٩	١٣%
أثناء الظهيرة	٣٧	١٢.٣%
مساءً	٣٢	١٠.٧%
الإجمالي	٣٠٠	١٠٠%

تعرض بيانات هذا الجدول رقم (٥) الأوقات المفضلة لاستخدام المراهقين منصات التواصل الاجتماعي، حيث كانت غالبيتهم بنسبة ٦٤% تستخدمها طوال اليوم. وهو ما يدعو إلى القول إن منصات التواصل الاجتماعي في العصر الحالي ليست مجرد أدوات ثانوية، وأن دورها تنامي بشكل كبير ومؤثر، وأصبحت نشاطاً يومياً يمارسه الأفراد مثل بقية الأنشطة الحياتية، وهو نشاط يلزم غالبيتهم على مدار اليوم. وقد أتاح التطور في وسائط الاتصال بالإنترنت ظهور أجهزة الهاتف المحمول والتابلت والآي باد التي يحملها المستخدمون معهم في أي مكان، وبالتالي يمكنهم من خلالها النفاذ إلى هذه المنصات بسهولة ويسر، بينما أشار ما نسبته ١٣% من المراهقين إلى أنهم يستخدمون منصات التواصل الاجتماعي صباحاً، أما المراهقين الذين يستخدمون هذه المنصات أثناء الظهيرة فبلغت نسبتهم ١٢.٣%، على حين بلغت نسبة المراهقين الذين يستخدمون هذه المنصات مساءً ١٠.٧% من إجمالي العينة.

جدول رقم (٦)

الأماكن المفضلة لاستخدام منصات التواصل الاجتماعي من قبل المراهقين عينة الدراسة (ن=٣٠٠)

الأماكن المفضلة	ك	%
المنزل	٢٨٤	٩٤.٧%
المدرسة-الكلية أو المعهد	١٠١	٣٣.٧%
الأماكن العامة	٨٨	٢٩.٣%
النادي	٥٩	١٩.٧%

تعرض بيانات هذا الجدول رقم (٦) الأماكن المفضلة لاستخدام المراهقين منصات التواصل الاجتماعي، حيث أشارت غالبيتهم العظمى بنسبة ٩٤.٧% إلى أنها تستخدمها في المنزل. وربما أمكن إرجاع هذه النتيجة إلى عاملين أحدهما خاص بكون المنزل مكان الإقامة الذي يقضي فيه المراهقون أغلب وقتهم، والآخر يتصل بإتاحة الاتصال بالإنترنت من خلال Wi-Fi، ولذا يمكنهم تصفح هذه المواقع ومتابعة المضامين المفضلة لهم، وجاءت المدرسة كثاني هذه الأماكن المفضلة لاستخدام المنصات الرقمية، حيث ذكرها ما نسبته ٣٣.٧%، تليها الأماكن العامة لدى ما نسبته ٢٩.٣% من المبحوثين، ثم النادي بنسبة ١٩.٧% من عينة الدراسة.

جدول رقم (٧)

الأشخاص محل التواصل عبر منصات التواصل الاجتماعي (ن=٣٠٠)

الأشخاص	ك	%
أصدقائي	١٦٧	٥٥.٦%
عائلتي	٨٢	٢٧.٣%
زملاء الدراسة	٤٩	١٦.٣%
بمفردي	٩	٣%

توضح بيانات هذا الجدول رقم (٧) الأشخاص الذين يتواصل معهم المراهقون عبر منصات التواصل الاجتماعي، حيث جاء الأصدقاء في الصدارة إذ ذكرهم ما نسبته ٥٥.٦% من المراهقين عينة الدراسة. بينما بلغت نسبة من يتواصلون مع أفراد عائلاتهم عبر هذه المنصات ٢٧.٣%، أما زملاء الدراسة فبلغت نسبة من يتواصلون معهم عبر منصات التواصل الاجتماعي ١٦.٣%. على حين لم تزد نسبة المراهقين الذين لا يتواصلون مع أي من هذه الفئات السابقة عن ٣% من إجمالي عينة الدراسة.

تؤشر هذه النتيجة إلى أنه على الرغم من تعدد الوظائف التي تؤديها منصات التواصل الاجتماعي لمستخدميها، تبقى وظيفة التواصل الوظيفية الأساسية لها، حيث يتم مع الدوائر الأقرب للمستخدمين من أصدقاء وأفراد عائلة وزملاء دراسة.

جدول رقم (٨)

مدى أهمية منصات التواصل الاجتماعي للمراهقين

مدى الأهمية	ك	%
مهمة بدرجة كبيرة	٢٦٤	٨٨%
مهمة بدرجة متوسطة	٣١	١٠.٣%
غير مهمة	٥	١.٧%
الإجمالي	٣٠٠	١٠٠%

تكشف بيانات هذا الجدول رقم (٨) مدى أهمية منصات التواصل الاجتماعي للمراهقين، حيث ذكرت الغالبية العظمى منهم بنسبة ٨٨% أنها مهمة لهم بدرجة كبيرة. بينما كانت الأهمية متوسطة لدى ما نسبته ١٠.٣% من المراهقين، على حين لم تزد نسبة المراهقين الذين ذكروا أن هذه المنصات غير مهمة عن ٥ مبحوثين بنسبة ١.٧% من إجمالي العينة.

وعلى هذا فوسائل التواصل الاجتماعي أهمية بالغة وكبيرة فيما يخص موضوع تواصل المراهقين مع بعضهم البعض عبر هذه الوسائل، وذلك من خلال إمكانية التواصل الفوري والمباشر مع الأشخاص وفي أي مكان حول العالم، وذلك عبر العديد من التطبيقات التي تُتيح ذلك كالفيسبوك أو تويتر وغيرها من التطبيقات الأخرى، بالإضافة إلى ميزة قدرة الوصول إلى أي مُستخدم حول العالم عبر هذه الوسائل، وتُعد سهولة الاتصال ميزة مُضافة لهذه الوسائل، فظهور هذه الوسائل أدى إلى إلغاء الاعتماد على خطوط الهواتف الأرضية، أو حتى استخدام البريد العادي، فكل ما يتطلبه الأمر للاتصال عبر هذه الوسائل هو وجود جهاز هاتف ذكي أو كمبيوتر يتم استخدام أحد تطبيقات التواصل الاجتماعي عليه.

جدول رقم (٩)

أسباب استخدام منصات التواصل الاجتماعي (ن=٣٠٠)

الأسباب	ك	%
متابعة كل ما هو جديد	٢١١	٧٠.٣%
التسلية والترفيه	١٨٤	٦١.٣%
الهروب من المشاكل والضغوط النفسية	٧٧	٢٥.٧%
الفضول وحب الاستطلاع	٦٨	٢٢.٧%
التعرف على أصدقاء جدد	٦٥	٢١.٧%
الرغبة في الشهرة	٤٩	١٦.٣%
انتقاد سلبيات الواقع	٢٤	٨%

تظهر بيانات هذا الجدول رقم (٩) أسباب استخدام منصات التواصل الاجتماعي، حيث جاء في الترتيب الأول متابعة كل ما هو جديد بنسبة ٧٠.٣%، ثم التسلية والترفيه بنسبة ٦١.٣%، وفي الترتيب الثالث جاء الهروب من المشاكل والضغوط النفسية بنسبة ٢٥.٧%، ثم الفضول وحب الاستطلاع بنسبة ٢٢.٧%، ثم التعرف على أصدقاء جدد بنسبة ٢١.٧%، ثم الرغبة في الشهرة بنسبة ١٦.٣%، وأخيراً جاء الاستخدام بغرض انتقاد سلبيات الواقع لدى ما نسبته ٨% من إجمالي الدراسة.

تنسق هذه النتيجة مع ما سبقت الإشارة إليه عند التعليق على الجدولين رقمي (٢) و (٤) من حيث أن تنوع وتعدد مزايا وخصائص هذه المنصات واكبه تنوع وتعدد دوافع المراهقين للاستخدام، ومن ثم فقد التقت الاحتياجات مع الإمكانيات، ليصبح لمواقع التواصل الاجتماعي دوراً فاعلاً في مجتمع اليوم.

(ب) المحور الثاني: فيديوهات البث المباشر بالمنصات الاجتماعية وإدراك أخلاقيات إنتاجها

جدول رقم (١٠)

درجة متابعة المراهقين لفيدويوهات البث المباشر عبر المنصات الاجتماعية

درجة المتابعة	ك	%
أتابعها بدرجة كبيرة	٢٥٤	٨٤.٦%
أتابعها أحياناً	٤٤	١٤.٧%
قليلاً ما أتابعها	٢	٠.٧%
الإجمالي	٣٠٠	١٠٠%

توضح بيانات هذا الجدول رقم (١٠) درجة متابعة فيديوهات البث المباشر عبر المنصات الاجتماعية، حيث أشارت الغالبية العظمى منهم بنسبة ٨٤.٦% أنهم يتابعون بدرجة كبيرة فيديوهات البث المباشر. بينما كانت المتابعة متوسطة لدى ما نسبته ١٤.٧% من المراهقين، على حين لم تزد نسبة المراهقين الذين ذكروا أنهم قليلاً ما يتابعون هذه المنصات عن مبحثين اثنين بنسبة ٠.٧% من إجمالي العينة.

وتتفق هذا النتيجة مع ما توصلت إليه دراسة هشام رشدي خير الله^(٥٢) من حيث ارتفاع نسبة مشاهدة الجمهور عينة دراسته فيديوهات البث المباشر عبر منصة التواصل الاجتماعي فيسبوك للصحف الإلكترونية.

جدول رقم (١١)

رؤية عينة الدراسة لمدى التزام فيديوهات البث المباشر بالمنصات الاجتماعية بالأخلاقيات العامة للمجتمع

مدى الالتزام	ك	%
ملتزمة بها بدرجة كبيرة	١٠٠	٣٣.٣%
ملتزمة بها بدرجة متوسطة	١٨١	٦٠.٤%
غير ملتزمة على الإطلاق	١٩	٦.٣%
الإجمالي	٣٠٠	١٠٠%

تكشف بيانات هذا الجدول رقم (١١) تقييم المراهقين مدى التزام فيديوهات البث المباشر بالأخلاقيات العامة للمجتمع، حيث رأيت غالبيتهم بنسبة ٦٠.٤% أن هذه الفيديوهات ملتزمة بالأخلاقيات العامة للمجتمع بدرجة متوسطة. ورأى ما نسبته ٣٣.٣% من المراهقين أن درجة التزام الفيديوهات كبيرة، على حين كانت نسبة المراهقين الذين رأوا أن فيديوهات البث المباشر لا تلتزم على الإطلاق بالأخلاقيات العامة للمجتمع ٦.٣% من إجمالي العينة.

تعكس هذه النتيجة أن تقييم المراهقين مدى التزام هذه فيديوهات البث المباشر بالأخلاقيات العامة للمجتمع يتراوح بين المتوسط والمرتفع.

جدول رقم (١٢)

ردود أفعال المراهقين عند العثور على فيديوهات بث مباشر لا تراعي الاخلاقيات العامة للمجتمع(ن=٣٠٠)

ردود الأفعال	ك	%
لا أكمل المتابعة	١٧٣	٥٧.٧%
أتابع فيديوهات أخرى أكثر احتراماً وانضباطاً	٨٨	٢٩.٣%
أضغظ على زر عدم الاعجاب	٥٧	١٩%
انتقده بوضوح في التعليقات	٤٤	١٤.٧%
أقوم بعمل حظر وإبلاغ المنصة	٢٩	٩.٧%

تكشف بيانات هذا الجدول رقم (١٢) ردود أفعال المراهقين عند العثور على فيديوهات بث مباشر لا تراعي الاخلاقيات العامة للمجتمع، حيث أشارت غالبية المراهقين بنسبة ٥٧.٧% إلى أنهم لا يكملون متابعة هذه الفيديوهات، بينما أشار ما نسبته ٢٩.٣% إلى تحولهم لمتابعة فيديوهات أخرى أكثر احتراماً وانضباطاً، أما من يضغظون على زر عدم الاعجاب فبلغت نسبتهم ١٩%، أما من ينتقدون بوضوح هذه الفيديوهات في التعليقات فبلغت نسبتهم ١٤.٧%، على حين أوضح ما نسبته ٩.٧% من المراهقين عينة الدراسة أنهم يقومون بعمل حظر وإبلاغ المنصة عند العثور على فيديوهات بث مباشر لا تراعي الاخلاقيات.

جدول رقم (١٣)

مدى إنتاج فيديوهات بث مباشر عبر منصات التواصل الاجتماعي

مدى الإنتاج	ك	%
دائمًا	١٩٨	٦٦%
أحيانًا	٨٧	٢٩%
نادرًا	١٥	٥%
الإجمالي	٣٠٠	١٠٠%

تعرض بيانات هذا الجدول رقم (١٣) مدى إنتاج المراهقين فيديوهات بث مباشر عبر منصات التواصل الاجتماعي، حيث أفادت غالبيتهم بنسبة ٦٦% بأنهم يفعلون هذا دائمًا، بينما بلغت نسبة المراهقين الذي ينتجون هذه الفيديوهات أحيانًا ٢٩% من إجمالي العينة. على حين لم تزد نسبة المبحوثين منخفضو الإنتاج (نادرًا) عن ٥% من عينة الدراسة. وتشير النتائج السابقة أنه الى جانب قيام المراهقين بمتابعة فيديوهات البث المباشر عبر المنصات الاجتماعية، وانتشارها بينهم فانهم يقومون بإنتاجها وبثها عبر صفحاتهم وحساباتهم الشخصية بتلك المنصات.

جدول رقم (١٤)

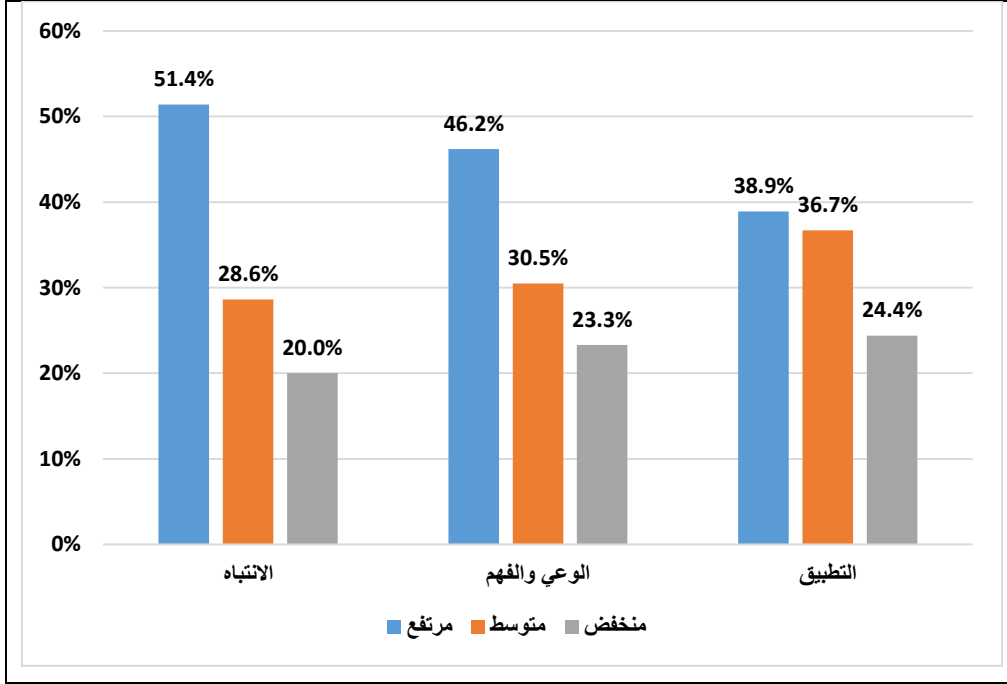
درجة مراعاة المراهقين للأخلاقيات عند إنتاج فيديوهات البث المباشر بالمنصات الاجتماعية

مراعاة الأخلاقيات	ك	%
أراعيها بدرجة كبيرة	٢٥٤	٨٤.٧%
أراعيها الى حد ما	٣٠	١٠%
لا أنتبه لها على الإطلاق	١٦	٥.٣%
الإجمالي	٣٠٠	١٠٠%

تعرض بيانات هذا الجدول رقم (١٤) درجة مراعاة المراهقين عينة الدراسة الأخلاقيات عند إنتاج فيديوهات البث المباشر عبر المنصات الاجتماعية، حيث ذكرت غالبيتهم بنسبة ٨٤.٧% أنهم يراعون بالأخلاقيات العامة للمجتمع بدرجة متوسطة. وأفاد ما نسبته ١٠% من المراهقين أن درجة مراعاتهم الأخلاقيات العامة عند نشر الفيديوهات متوسطة (إلى حد ما)، بينما كانت نسبة المراهقين الذين ذكروا أنهم لا ينتبهون على الإطلاق لتلك الأخلاقيات العامة للمجتمع ٥.٣% من إجمالي العينة.

وتعني هذه النتيجة أن غالبية المراهقين محل الدراسة يرون فيما ينشرونه من فيديوهات بث مباشر أنها تلتزم بالأخلاقيات العامة للمجتمع.

وفيما يتعلق بدرجة إدراك المراهقين عينة الدراسة لأخلاقيات إنتاج فيديوهات البث المباشر عبر منصات التواصل الاجتماعي تتجلى بالشكل التالي:



شكل رقم (١) درجة إدراك المبحوثين لأخلاقيات إنتاج فيديوهات البث المباشر عبر المنصات الاجتماعية

باستقراء الشكل البياني السابق حول درجة إدراك أخلاقيات إنتاج فيديوهات البث المباشر عبر منصات التواصل الاجتماعي، فقد توزع المبحوثون على الأبعاد الثلاثة للمتغير على النحو التالي:

- **فيما يخص الانتباه:** كانت غالبية المراهقين بنسبة ٥١.٤% ذوي درجات مرتفعة على هذا المقياس، يليهم من حيث العدد متوسط الانتباه بنسبة ٢٨.٦%، ثم جاء أخيراً المراهقون منخفضو الانتباه بنسبة ٢٠% من إجمالي العينة.

وفيما يتعلق بموقف المبحوثين من العبارات التي تقيس المتغير، فقد جاءت عبارة في الترتيب الأول فيديوهات البث المباشر قادرة على جذب انتباهي بمتوسط حسابي ٢.٨٧ ووزن نسبي ٩٥.٧%، تليها عبارة أركز في محتوى هذه الفيديوهات بمتوسط حسابي ٢.٦٤ ووزن نسبي ٨٨%، ثم عبارة أتابع كل ما أجده امامي من فيديوهات البث المباشر بمتوسط حسابي ٢.٥٥ ووزن نسبي ٨٥%.

● **فيما يخص الوعي والفهم:** كانت أكثرية المراهقين بنسبة ٤٦.٢% ذوي درجات مرتفعة على هذا المقياس، يليهم من حيث العدد متوسط الوعي والفهم بنسبة ٣٠.٥%، ثم جاء أخيرًا المراهقون منخفضو الوعي والفهم بنسبة ٢٣.٣% من إجمالي العينة.

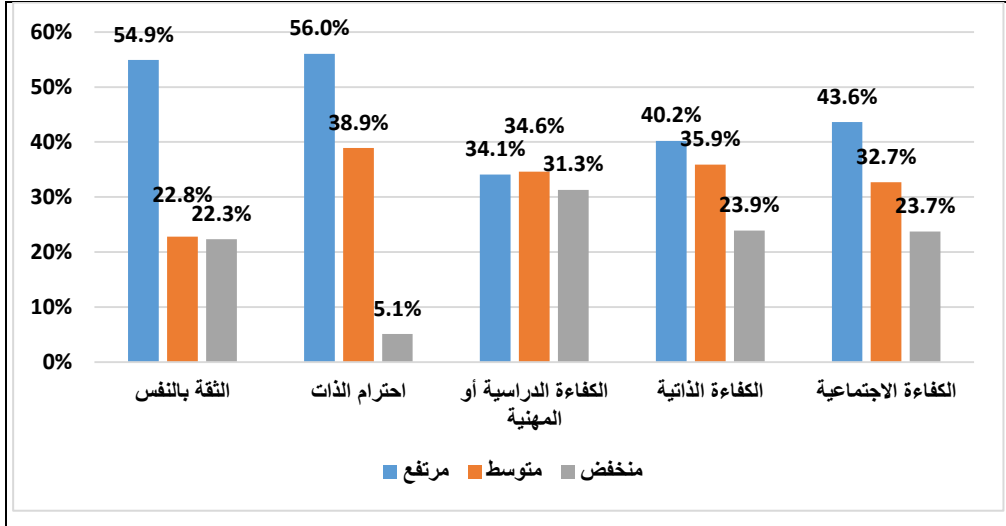
وفيما يتعلق بموقف المبحوثين من العبارات التي تقيس المتغير، فقد جاءت عبارة أعلم ما أقوم به عند إنتاجي لفيدوهات في الترتيب الأول بمتوسط حسابي ٢.٧١ ووزن نسبي ٩٠.٣%، تليها عبارة تتيح فيدوهات البث المباشر حرية المشاركة دون أي قيود بمتوسط حسابي ٢.٥١ ووزن نسبي ٨٣.٧%، ثم عبارة احترم خصوصية الأفراد في نشر فيدوهاتهم الخاصة عبر المنصات بمتوسط حسابي ٢.٣٨ ووزن نسبي ٧٩.٣%.

● **فيما يخص التطبيق:** كانت أكثرية المراهقين بنسبة ٣٨.٩% ذوي درجات مرتفعة على هذا المقياس، يليهم من حيث العدد متوسط التطبيق بنسبة ٣٦.٧%، ثم جاء أخيرًا المراهقون منخفضو التطبيق بنسبة ٢٤.٤% من إجمالي العينة.

وفيما يتعلق بموقف المبحوثين من العبارات التي تقيس المتغير، فقد جاءت عبارة عادة ما أقوم بنشر فيديو أراعي أن يقدم شيء جديد ومفيد في الترتيب الأول بمتوسط حسابي ٢.٣٨ ووزن نسبي ٧٩.٣%، تليها عبارة أراعي إنتاج وبث فيدوهات مناسبة وجذابة للجمهور بمتوسط حسابي ٢.٢٠ ووزن نسبي ٧٣.٣%، ثم عبارة مراعاتي للمضامين الجادة في إنتاج الفيديوهات يزيد من متابعتها بمتوسط حسابي ٢.١١ ووزن نسبي ٧٠.٣%.

(ج) المحور الثالث: تقدير المراهقين لذواتهم:

وفيما يتعلق باستجابات المبحوثين على مقياس تقدير الذات تتجلى النتائج في الشكل التالي:



شكل رقم (٢) يوضح توزيع استجابات المبحوثين على مقياس تقدير الذات

تعرض بيانات الشكل البياني رقم (٢) درجة تقدير المراهقين لذواتهم، وقد توزع المبحوثون على الأبعاد الخمسة للمتغير على النحو التالي:

- **فيما يخص الثقة بالنفس:** كانت غالبية المراهقين بنسبة ٥٤.٩% ذوي درجات مرتفعة على هذا المقياس، يليهم من حيث العدد متوسطو الثقة بالنفس بنسبة ٢٢.٨%، ثم جاء أخيراً المراهقون منخفضو الثقة بالنفس بنسبة ٢٢.٣% من إجمالي العينة.

وفيما يتعلق بموقف المبحوثين من العبارات التي تقيس المتغير، فقد جاءت عبارة أنا واثق من نجاحي فيما أقوم به من أعمال في الترتيب الأول بمتوسط حسابي ٢.٥٩ ووزن نسبي ٨٦.٣%، تليها عبارة أعتبر نفسي جميلاً وجذاباً بمتوسط حسابي ٢.٣٣ ووزن نسبي ٧٧.٧%، ثم عبارة أثق في معلوماتي وقدراتي بمتوسط حسابي ٢.٢٠ ووزن نسبي ٧٣.٣%.

- **فيما يخص احترام الذات:** كانت غالبية المراهقين بنسبة ٥٦% ذوي درجات مرتفعة على المقياس، يليهم من حيث العدد متوسطو احترام الذات بنسبة ٣٨.٩%، ثم جاء أخيراً المراهقون منخفضو احترام الذات بنسبة ٥.١% من إجمالي العينة.

وفيما يتعلق بموقف المبحوثين من العبارات التي تقيس المتغير، فقد جاءت عبارة لدي اتجاه إيجابي نحو ذاتي في الترتيب الأول بمتوسط حسابي ٢.٤٤ ووزن نسبي ٨١.٣%، تلاها عبارة أفخر بنفسي وأقدرها بمتوسط حسابي ٢.٢٧ ووزن نسبي ٧٥.٧%، ثم عبارة أقبل ذاتي كما هي بمتوسط ٢.٠٩ ووزن نسبي ٦٩.٧%.

- **فيما يخص الكفاءة الدراسية أو المهنية:** كانت أكثرية المراهقين بنسبة ٣٤.٦% ذوي درجات متوسطة على هذا المقياس، يليهم من حيث العدد مرتفعو الكفاءة الدراسية أو المهنية بنسبة ٣٤.١%، ثم جاء أخيراً المراهقون منخفضو الكفاءة الدراسية أو المهنية بنسبة ٣١.٣% من إجمالي العينة.

وفيما يتعلق بموقف المبحوثين من العبارات التي تقيس المتغير، فقد جاءت عبارة أعتبر نفسي شخصاً ناجحاً في الترتيب الأول بمتوسط حسابي ٢.٠١ ووزن نسبي ٦٧%، تليها عبارة أحب أن يسألني الأستاذ في الجامعة أو مديري في العمل بمتوسط حسابي ١.٩٨ ووزن نسبي ٦٦%، ثم عبارة أملك صفات جسمية تؤهلني لممارسة أي نوع من الرياضة بمتوسط حسابي ١.٨٧ ووزن نسبي ٦٢.٣%.

- **فيما يخص الكفاءة الذاتية:** كانت أكثرية المراهقين بنسبة ٤٠.٢% ذوي درجات مرتفعة على هذا المقياس، يليهم من حيث العدد متوسطو الكفاءة الذاتية بنسبة ٣٥.٩%، ثم جاء أخيراً المراهقون منخفضو الكفاءة الذاتية بنسبة ٢٣.٩% من إجمالي العينة.

وفيما يتعلق بموقف المبحوثين من العبارات التي تقيس المتغير، فقد جاءت عبارة ليس لدي أي شكوك حول كفاءتي الشخصية في الترتيب الأول بمتوسط حسابي ٢.٣٧ ووزن نسبي ٧٩%، تليها عبارة أشعر أنني جدير بما أكلف به من أعمال بمتوسط حسابي ٢.٣٠ ووزن

نسبي ٧٦.٧%، ثم عبارة أتعاون دائما مع أصدقائي وزملائي بمتوسط حسابي ٢.١٨ ووزن نسبي ٧٢.٧%.

● **فيما يخص الكفاءة الاجتماعية:** كانت أكثرية المراهقين بنسبة ٤٣.٦% ذوي درجات مرتفعة على هذا المقياس، يليهم من حيث العدد متوسط الكفاءة الاجتماعية بنسبة ٣٢.٧%، ثم جاء أخيراً المراهقون منخفضو الكفاءة الاجتماعية بنسبة ٢٣.٧% من إجمالي العينة.

وفيما يتعلق بموقف المبحوثين من العبارات التي تقيس المتغير، فقد جاءت عبارة أنا راض عندما يحمل زملائي عني أفكارا إيجابية في الترتيب الأول بمتوسط حسابي ٢.٤١ ووزن نسبي ٨٠.٣%، تليها عبارة أشعر بالرضا عن أسرتي وأصحابي بمتوسط حسابي ٢.٢٨ ووزن نسبي ٧٦%، ثم عبارة حين اختلف مع الآخرين فإن رأيي هو الذي يؤخذ به بمتوسط حسابي ٢.١٥ ووزن نسبي ٧١.٧%.

وتأسيساً على ما سبق فإن تقدير الذات يميل لأن يكون مرتفعاً بين مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي على نحو يتفق مع ما أظهرته دراسة (سهاد محمود عبد الرحمن بني فواز، ٢٠١٩) ^(٥٣).

ثانياً: نتائج اختبار الفروض البحثية

الفرض الأول: توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين كثافة استخدام منصات التواصل الاجتماعي وتقدير المراهقين لذواتهم

جدول رقم (١٥)

معنوية العلاقة الارتباطية بين كثافة استخدام منصات التواصل الاجتماعي وتقدير المراهقين لذواتهم

المتغيرات	معامل بيرسون	مستوى المعنوية
الثقة بالنفس	٠.٣٣٤**	٠.٠٠٠
احترام الذات	٠.٢٥٣**	٠.٠٠٠
الكفاءة الدراسية أو المهنية	٠.٢٩١-**	٠.٠٠٠
الكفاءة الذاتية	٠.٢٨٨**	٠.٠٠٠
الكفاءة الاجتماعية	٠.٣١٠**	٠.٠٠٠
** دال عند مستوى معنوية ٠.٠١		

لاختبار معنوية العلاقة الارتباطية بين كثافة استخدام منصات التواصل الاجتماعي وتقدير المراهقين لذواتهم، وبالنظر إلى أن كلا المتغيرين قد تم قياسه على المستوى الفترتي Interval، استخدمت الباحثة معامل ارتباط بيرسون لتحقيق هذه الغرض، وتظهر القيم الكمية الواردة في الجدول رقم (١٥) ما يلي:

● معنوية العلاقة الارتباطية بين كثافة استخدام منصات التواصل الاجتماعي والثقة بالنفس، حيث بلغت قيمة معامل بيرسون ٠.٣٣٤، وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى معنوية ٠.٠٠١. وهي علاقة طردية منخفضة الشدة، ما يعني أن المبحوثين الأكثر استخداماً لمنصات التواصل الاجتماعي كانوا الأعلى في الثقة بالنفس، والعكس بالعكس.

- معنوية العلاقة الارتباطية بين كثافة استخدام لمنصات التواصل الاجتماعي واحترام الذات، حيث بلغت قيمة معامل بيرسون ٠.٢٥٣، وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى معنوية ٠.٠١. وهي علاقة طردية منخفضة الشدة، ما يعني أن المبحوثين الأكثر استخداماً لمنصات التواصل الاجتماعي كانوا الأعلى في احترام الذات، والعكس بالعكس.
 - معنوية العلاقة الارتباطية بين كثافة استخدام لمنصات التواصل الاجتماعي والكفاءة الدراسية أو المهنية، حيث بلغت قيمة معامل بيرسون ٠.٢٩١، وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى معنوية ٠.٠١. وهي علاقة عكسية منخفضة الشدة، ما يعني أن المبحوثين الأكثر استخداماً لمنصات التواصل الاجتماعي كانوا الأقل في الكفاءة الدراسية أو المهنية، والعكس بالعكس.
 - معنوية العلاقة الارتباطية بين كثافة استخدام منصات التواصل الاجتماعي والكفاءة الذاتية، حيث بلغت قيمة معامل بيرسون ٠.٢٨٨، وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى معنوية ٠.٠١. وهي علاقة طردية منخفضة الشدة، ما يعني أن المبحوثين الأكثر استخداماً لمنصات التواصل الاجتماعي كانوا الأعلى في الكفاءة الذاتية، والعكس بالعكس.
 - معنوية العلاقة الارتباطية بين كثافة استخدام منصات التواصل الاجتماعي والكفاءة الاجتماعية، حيث بلغت قيمة معامل بيرسون ٠.٣١٠، وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى معنوية ٠.٠١. وهي علاقة طردية منخفضة الشدة، ما يعني أن المبحوثين الأكثر استخداماً لمنصات التواصل الاجتماعي كانوا الأعلى في الكفاءة الاجتماعية، والعكس بالعكس.
- من هذه النتيجة يمكن القول إن اختبار صحة الفرض الأول القائل بمعنوية العلاقة الارتباطية بين كثافة استخدام منصات التواصل الاجتماعي وتقدير المراهقين لذواتهم قد انتهى إلى ثبوت صحته بشكل كلي. وتتفق هذه النتيجة مع نتيجة دراسة (منى صابر فاضل حسن، رشا حسن مكرم الله عبد الحميد، ٢٠٢١) ^(٥٤). وكانت دراسة (Hanna Worm, 2022) ^(٥٥) قد توصلت إلى نفس النتيجة فيما يتعلق بتقدير الذات من جانب الدول نفسها في أداء أدوارها ووظائفها.

الفرض الثاني: توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين درجة متابعة فيديوهات البث المباشر عبر المنصات الاجتماعية وتقدير المراهقين لذواتهم

جدول رقم (١٦)

معنوية العلاقة الارتباطية بين درجة متابعة فيديوهات البث بالمنصات الاجتماعية وتقدير المراهقين لذواتهم

المتغيرات	معامل بيرسون	مستوى المعنوية
الثقة بالنفس	٠.٢٨٤**	٠.٠٠٠
احترام الذات	٠.٢٢٣**	٠.٠٠٠
الكفاءة الدراسية أو المهنية	٠.٣٠٠**	٠.٠٠٠
الكفاءة الذاتية	٠.١٨٧*	٠.٠٢٢
الكفاءة الاجتماعية	٠.١٧٩*	٠.٠٢٠
(*) دال عند مستوى معنوية ٠.٠٥ - (**) دال عند مستوى معنوية ٠.٠١		

لاختبار معنوية العلاقة الارتباطية بين درجة متابعة فيديوهات البث المباشر عبر المنصات الاجتماعية وتقدير المراهقين لذواتهم، وبالنظر إلى أن كلا المتغيرين قد تم قياسه على المستوى الفترتي Interval، استخدمت الباحثة معامل بيرسون لتحقيق هذه الغرض، وتظهر القيم الكمية الواردة في الجدول رقم (١٦) ما يلي:

- معنوية العلاقة الارتباطية بين درجة متابعة فيديوهات البث المباشر عبر المنصات الاجتماعية والثقة بالنفس، حيث بلغت قيمة معامل بيرسون ٠.٢٨٤، وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى معنوية ٠.٠٠١. وهي علاقة طردية منخفضة الشدة، ما يعني أن المبحوثين الأعلى في درجة متابعة فيديوهات البث المباشر عبر المنصات الاجتماعية كانوا الأعلى في الثقة بالنفس، والعكس بالعكس.
- معنوية العلاقة الارتباطية بين درجة متابعة فيديوهات البث المباشر عبر المنصات الاجتماعية واحترام الذات، حيث بلغت قيمة معامل بيرسون ٠.٢٢٣، وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى معنوية ٠.٠٠١. وهي علاقة طردية منخفضة الشدة، ما يعني أن المبحوثين الأعلى في درجة متابعة فيديوهات البث المباشر عبر المنصات الاجتماعية كانوا الأعلى في احترام الذات، والعكس بالعكس.
- معنوية العلاقة الارتباطية بين درجة متابعة فيديوهات البث المباشر عبر المنصات الاجتماعية والكفاءة الدراسية أو المهنية، حيث بلغت قيمة معامل بيرسون ٠.٣٠٠، وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى معنوية ٠.٠٠١. وهي علاقة عكسية منخفضة الشدة، ما يعني أن المبحوثين الأعلى في درجة متابعة فيديوهات البث المباشر عبر المنصات الاجتماعية كانوا الأقل في الكفاءة الدراسية أو المهنية، والعكس بالعكس.
- معنوية العلاقة الارتباطية بين درجة متابعة فيديوهات البث المباشر عبر المنصات الاجتماعية والكفاءة الذاتية، حيث بلغت قيمة معامل بيرسون ٠.١٨٧، وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى معنوية ٠.٠٥. وهي علاقة طردية منخفضة الشدة، ما يعني أن

المبوحثين الأعلى في درجة متابعة فيديوهات البث المباشر عبر المنصات الاجتماعية كانوا الأعلى في الكفاءة الذاتية، والعكس بالعكس.

- معنوية العلاقة الارتباطية بين درجة متابعة فيديوهات البث المباشر عبر المنصات الاجتماعية والكفاءة الاجتماعية، حيث بلغت قيمة معامل بيرسون ٠.١٧٩، وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى معنوية ٠.٠٥. وهي علاقة طردية منخفضة الشدة، ما يعني أن المبوحثين الأعلى في درجة متابعة فيديوهات البث المباشر عبر المنصات الاجتماعية كانوا الأعلى في الكفاءة الاجتماعية، والعكس بالعكس.

من هذه النتيجة يمكن القول إن اختبار صحة الفرض الثاني القائل معنوية العلاقة الارتباطية بين درجة متابعة فيديوهات البث المباشر عبر المنصات الاجتماعية وتقدير المراهقين لذواتهم قد انتهى إلى ثبوت صحته بشكل كلي. وهي النتيجة التي تقترب مما انتهت إليه دراسة (Respita Trias Ardiana, Raja Oloan Tumanggor,) (2020) ^(٥٦) التي ركزت على موقع انستجرام على وجه التحديد.

الفرض الثالث: توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين كثافة استخدام منصات التواصل الاجتماعي ودرجة إدراك أخلاقيات إنتاج فيديوهات البث المباشر عبر منصات التواصل الاجتماعي

جدول رقم (١٧)

معنوية العلاقة الارتباطية بين كثافة استخدام منصات التواصل الاجتماعي ودرجة إدراك أخلاقيات إنتاج فيديوهات البث المباشر عبر منصات التواصل الاجتماعي

المتغيرات	معامل بيرسون	مستوى المعنوية
الانتباه	٠.٥١٧ ***	٠.٠٠٠
الوعي والفهم	٠.٥٣٠ ***	٠.٠٠٠
التطبيق	٠.٤٧٨ ***	٠.٠٠٠
(**) دال عند مستوى معنوية ٠.٠١		

لاختبار معنوية العلاقة الارتباطية بين كثافة استخدام منصات التواصل الاجتماعي ودرجة إدراك أخلاقيات إنتاج فيديوهات البث المباشر عبر منصات التواصل الاجتماعي، وبالنظر إلى أن كلا المتغيرين قد تم قياسه على المستوى الفتري Interval، استخدمت الباحثة معامل بيرسون لتحقيق هذه الغرض، وتظهر القيم الكمية الواردة في الجدول رقم (١٧) ما يلي:

- معنوية العلاقة الارتباطية بين كثافة استخدام منصات التواصل الاجتماعي والانتباه، حيث بلغت قيمة معامل بيرسون ٠.٥١٧، وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى معنوية ٠.٠١. وهي علاقة طردية متوسطة الشدة، ما يعني أن المبوحثين الأكثر استخداماً لمنصات التواصل الاجتماعي كانوا الأعلى في الانتباه، والعكس بالعكس.

● معنوية العلاقة الارتباطية بين كثافة استخدام منصات التواصل الاجتماعي والوعي والفهم، حيث بلغت قيمة معامل بيرسون ٠.٥٣٠، وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى معنوية ٠.٠١. وهي علاقة طردية متوسطة الشدة، ما يعني أن المبحوثين الأكثر استخداماً لمنصات التواصل الاجتماعي كانوا الأعلى في الوعي والفهم، والعكس بالعكس.

● معنوية العلاقة الارتباطية بين كثافة استخدام منصات التواصل الاجتماعي والتطبيق، حيث بلغت قيمة معامل بيرسون ٠.٤٧٨، وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى معنوية ٠.٠١. وهي علاقة عكسية متوسطة الشدة، ما يعني أن المبحوثين الأكثر استخداماً لمنصات التواصل الاجتماعي كانوا الأعلى في التطبيق، والعكس بالعكس.

من هذه النتيجة يمكن القول إن اختبار صحة الفرض الثالث القائل بمعنوية العلاقة الارتباطية بين كثافة استخدام منصات التواصل الاجتماعي ودرجة إدراك أخلاقيات إنتاج فيديوهات البث المباشر عبر منصات التواصل الاجتماعي قد انتهى إلى ثبوت صحته بشكل كلي.

الفرض الرابع: توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين درجة متابعة فيديوهات البث المباشر عبر المنصات الاجتماعية ودرجة إدراك أخلاقيات إنتاج فيديوهات البث المباشر عبر منصات التواصل الاجتماعي

جدول رقم (١٨)

معنوية العلاقة الارتباطية بين درجة متابعة فيديوهات البث المباشر عبر المنصات الاجتماعية ودرجة إدراك أخلاقيات إنتاج فيديوهات البث المباشر عبر منصات التواصل الاجتماعي

المتغيرات	معامل بيرسون	مستوى المعنوية
الانتباه	**٠.٥٥٢	٠.٠٠٠
الوعي والفهم	**٠.٦١٥	٠.٠٠٠
التطبيق	**٠.٤٧٠	٠.٠٠٠
(**) دال عند مستوى معنوية ٠.٠١		

لاختبار معنوية العلاقة الارتباطية بين درجة متابعة فيديوهات البث المباشر عبر المنصات الاجتماعية ودرجة إدراك أخلاقيات إنتاج فيديوهات البث المباشر عبر منصات التواصل الاجتماعي، وبالنظر إلى أن كلا المتغيرين قد تم قياسه على المستوى الفتري Interval، استخدمت الباحثة معامل بيرسون لتحقيق هذه الغرض، وتظهر القيم الكمية الواردة في الجدول رقم (١٨) ما يلي:

● معنوية العلاقة الارتباطية بين درجة متابعة فيديوهات البث المباشر عبر المنصات الاجتماعية والانتباه، حيث بلغت قيمة معامل بيرسون ٠.٥١٧، وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى معنوية ٠.٠١. وهي علاقة طردية متوسطة الشدة، ما يعني أن المبحوثين

الأكثر متابعة لفيديوهات البث المباشر عبر المنصات الاجتماعية كانوا الأعلى في الانتباه، والعكس بالعكس.

- معنوية العلاقة الارتباطية بين درجة متابعة فيديوهات البث المباشر عبر المنصات الاجتماعية والوعي والفهم، حيث بلغت قيمة معامل بيرسون ٠.٥٣٠، وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى معنوية ٠.٠١. وهي علاقة طردية متوسطة الشدة، ما يعني أن المبحوثين الأكثر متابعة لفيديوهات البث المباشر عبر المنصات الاجتماعية كانوا الأعلى في الوعي والفهم، والعكس بالعكس.
- معنوية العلاقة الارتباطية بين درجة متابعة فيديوهات البث المباشر عبر المنصات الاجتماعية والتطبيق، حيث بلغت قيمة معامل بيرسون ٠.٤٧٨، وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى معنوية ٠.٠١. وهي علاقة عكسية متوسطة الشدة، ما يعني أن المبحوثين الأكثر متابعة لفيديوهات البث المباشر عبر المنصات الاجتماعية كانوا الأعلى في التطبيق، والعكس بالعكس.

من هذه النتيجة يمكن القول إن اختبار صحة الفرض الرابع القائل معنوية العلاقة الارتباطية بين درجة متابعة فيديوهات البث المباشر عبر المنصات الاجتماعية ودرجة إدراك أخلاقيات إنتاج فيديوهات البث المباشر عبر منصات التواصل الاجتماعي قد انتهى إلى ثبوت صحته بشكل كلي.

الفرض الخامس: توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين درجة إدراك أخلاقيات إنتاج فيديوهات البث المباشر عبر منصات التواصل الاجتماعي وتقدير المراهقين لذواتهم

جدول رقم (١٩)

معنوية العلاقة الارتباطية بين درجة إدراك أخلاقيات إنتاج فيديوهات البث المباشر عبر منصات التواصل الاجتماعي وتقدير المراهقين لذواتهم

المتغيرات	الانتباه		الوعي والفهم		التطبيق	
	معامل بيرسون	مستوى المعنوية	معامل بيرسون	مستوى المعنوية	معامل بيرسون	مستوى المعنوية
الثقة بالنفس	**٠.٢٢٤	٠.٠٠٠	**٠.٢٥١	٠.٠٠٠	**٠.٢٣١	٠.٠٠٠
احترام الذات	**٠.١٩٩	٠.٠٠٠	**٠.١٨٩	٠.٠٠٠	**٠.١٩٥	٠.٠٠٠
الكفاءة الدراسية أو المهنية	*٠.١٤٥-	٠.٠٣٥	*٠.١٨٧-	٠.٠٢٠	*٠.١٦٣-	٠.٠٣١
الكفاءة الذاتية	**٠.٢٥٧	٠.٠٠٠	**٠.٢٦٧	٠.٠٠٠	**٠.٢٢٠	٠.٠٠٠
الكفاءة الاجتماعية	**٠.٢٣١	٠.٠٠٠	**٠.٢٤٩	٠.٠٠٠	**٠.٢٨٠	٠.٠٠٠
(*) دال عند مستوى معنوية ٠.٠٥						
(**) دال عند مستوى معنوية ٠.٠١						

لاختبار معنوية العلاقة الارتباطية بين درجة إدراك أخلاقيات إنتاج فيديوهات البث المباشر عبر منصات التواصل الاجتماعي وتقدير المراهقين لذواتهم، وبالنظر إلى أن كلا

المتغيرين قد تم قياسه على المستوى الفترتي Interval، استخدمت الباحثة معامل بيرسون لتحقيق هذه الغرض، ويظهر الجدول (١٩) ما يلي:

- معنوية العلاقة الارتباطية بين الثقة بالنفس والانتباه، حيث بلغت قيمة معامل بيرسون ٠.٢٢٤، وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى معنوية ٠.٠١. وهي علاقة طردية متوسطة الشدة، ما يعني أن المبحوثين الأكثر ثقة بالنفس كانوا الأعلى في الانتباه، والعكس بالعكس.
- معنوية العلاقة الارتباطية بين احترام الذات والانتباه، حيث بلغت قيمة معامل بيرسون ٠.١٩٩، وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى معنوية ٠.٠١. وهي علاقة طردية متوسطة الشدة، ما يعني أن المبحوثين الأكثر احتراماً للذات كانوا الأعلى في الانتباه، والعكس بالعكس.
- معنوية العلاقة الارتباطية بين الكفاءة الدراسية أو المهنية والانتباه، حيث بلغت قيمة معامل بيرسون ٠.١٤٥، وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى معنوية ٠.٠٥. وهي علاقة عكسية متوسطة الشدة، ما يعني أن المبحوثين الأكثر في الكفاءة الدراسية أو المهنية كانوا الأقل في الانتباه، والعكس بالعكس.
- معنوية العلاقة الارتباطية بين الكفاءة الذاتية والانتباه، حيث بلغت قيمة معامل بيرسون ٠.٢٥٧، وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى معنوية ٠.٠١. وهي علاقة طردية متوسطة الشدة، ما يعني أن المبحوثين الأكثر في الكفاءة الذاتية والانتباه كانوا الأعلى في الانتباه، والعكس بالعكس.
- معنوية العلاقة الارتباطية بين الكفاءة الاجتماعية والانتباه، حيث بلغت قيمة معامل بيرسون ٠.٢٣١، وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى معنوية ٠.٠١. وهي علاقة طردية متوسطة الشدة، ما يعني أن المبحوثين الأكثر في الكفاءة الاجتماعية كانوا الأعلى في الانتباه، والعكس بالعكس.
- معنوية العلاقة الارتباطية بين الثقة بالنفس والوعي والفهم، حيث بلغت قيمة معامل بيرسون ٠.٢٥١، وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى معنوية ٠.٠١. وهي علاقة طردية متوسطة الشدة، ما يعني أن المبحوثين الأكثر ثقة بالنفس كانوا الأعلى في الوعي والفهم، والعكس بالعكس.
- معنوية العلاقة الارتباطية بين احترام الذات والوعي والفهم، حيث بلغت قيمة معامل بيرسون ٠.١٨٩، وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى معنوية ٠.٠١. وهي علاقة طردية متوسطة الشدة، ما يعني أن المبحوثين الأكثر احتراماً للذات كانوا الأعلى في الوعي والفهم، والعكس بالعكس.
- معنوية العلاقة الارتباطية بين الكفاءة الدراسية أو المهنية والوعي والفهم، حيث بلغت قيمة معامل بيرسون ٠.١٨٧، وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى معنوية ٠.٠١. وهي علاقة طردية متوسطة الشدة، ما يعني أن المبحوثين الأكثر في الكفاءة الدراسية أو المهنية كانوا الأقل في الوعي والفهم، والعكس بالعكس.

- معنوية العلاقة الارتباطية بين الكفاءة الذاتية والوعي والفهم، حيث بلغت قيمة معامل بيرسون ٠.٢٦٧، وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى معنوية ٠.٠١. وهي علاقة طردية متوسطة الشدة، ما يعني أن المبحوثين الأكثر في الكفاءة الذاتية كانوا الأعلى في الوعي والفهم، والعكس بالعكس.
 - معنوية العلاقة الارتباطية بين الكفاءة الاجتماعية والوعي والفهم، حيث بلغت قيمة معامل بيرسون ٠.٢٤٩، وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى معنوية ٠.٠١. وهي علاقة طردية متوسطة الشدة، ما يعني أن المبحوثين الأكثر في الكفاءة الاجتماعية كانوا الأعلى في الوعي والفهم، والعكس بالعكس.
 - معنوية العلاقة الارتباطية بين الثقة بالنفس والتطبيق، حيث بلغت قيمة معامل بيرسون ٠.٢٣١، وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى معنوية ٠.٠١. وهي علاقة طردية متوسطة الشدة، ما يعني أن المبحوثين الأكثر كانوا الأعلى في التطبيق، والعكس بالعكس.
 - معنوية العلاقة الارتباطية بين احترام الذات والتطبيق، حيث بلغت قيمة معامل بيرسون ٠.١٩٥، وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى معنوية ٠.٠١. وهي علاقة طردية متوسطة الشدة، ما يعني أن المبحوثين الأكثر كانوا الأعلى في التطبيق، والعكس بالعكس.
 - معنوية العلاقة الارتباطية بين الكفاءة الدراسية أو المهنية والتطبيق، حيث بلغت قيمة معامل بيرسون ٠.١٦٣، وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى معنوية ٠.٠١. وهي علاقة طردية متوسطة الشدة، ما يعني أن المبحوثين الأكثر كانوا الأقل في التطبيق، والعكس بالعكس.
 - معنوية العلاقة الارتباطية بين الكفاءة الذاتية والتطبيق، حيث بلغت قيمة معامل بيرسون ٠.٢٢٠، وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى معنوية ٠.٠١. وهي علاقة طردية متوسطة الشدة، ما يعني أن المبحوثين الأكثر كانوا الأعلى في التطبيق، والعكس بالعكس.
 - معنوية العلاقة الارتباطية بين الكفاءة الاجتماعية والتطبيق، حيث بلغت قيمة معامل بيرسون ٠.٢٨٠، وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى معنوية ٠.٠١. وهي علاقة طردية متوسطة الشدة، ما يعني أن المبحوثين الأكثر كانوا الأعلى في التطبيق، والعكس بالعكس.
- من هذه النتيجة يمكن القول إن اختبار صحة الفرض الخامس القائل معنوية العلاقة الارتباطية بين درجة إدراك أخلاقيات إنتاج فيديوهات البث المباشر عبر منصات التواصل الاجتماعي وتقدير المراهقين لذواتهم قد انتهى إلى ثبوت صحته بشكل كلي.

الفرض السادس: توجد فروق دالة إحصائية في متوسطات درجات المراهقين على مقياس إدراكهم لأخلاقيات إنتاج فيديوهات البث المباشر بالمنصات الاجتماعية وفق المتغيرات الديموجرافية (النوع، ونوع التعليم، ومحل الإقامة، والسن، والمستوى التعليمي، ومتوسط دخل الأسرة).

لاختبار معنوية الفروق في متوسطات درجات المراهقين في إدراكهم لأخلاقيات إنتاج فيديوهات البث المباشر بالمنصات الاجتماعية بحسب النوع ونوع التعليم ومحل الإقامة ، استخدمت الباحثة اختبار T لاختبار معنوية الفروق في متوسطات درجات المراهقين في إدراكهم لأخلاقيات إنتاج فيديوهات البث المباشر بالمنصات الاجتماعية وفق متغيرات السن والمستوى التعليمي ومتوسط دخل الأسرة استخدمت الباحثة اختبار F ويتضح ذلك بالجدول التالية:

جدول رقم (٢٠)

معنوية الفروق بين المراهقين بحسب المتغيرات الديموجرافية (النوع، ونوع التعليم، ومحل الإقامة، والسن، والمستوى التعليمي، ومتوسط دخل الأسرة) في الانتباه

مستوى المعنوية	درجة الحرية	إحصائي الاختبار	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العدد	المتغيرات	
٠.٤٦٢	٢٩٨	T= ٩.٥١٤	١.٠٣٢	٢٤.٥١	١٤٩	النوع	ذكور
			١.١١٦	٢٥.٣٦	١٥١		إناث
٠.٣٦١	٢٩٨	T= ٨.٤٥١	١.٠٥٦	٢٣.٩٨	١٤١	نوع التعليم	حكومي
			١.٢٢٣	٢٥.٠١	١٥٩		خاص
٠.٣٨٤	٢٩٨	T= ١٠.٢٤	١.١٥٤	٢٤.٣٣	١٠٤	محل الإقامة	ريف
			١.١٩٧	٢٤.١٦	١٩٦		حضر
٠.٢٢٦	2 296	F= ١١.٣٦	١.٠٠١	٢٣.٨٧	١٠١	السن	من ١٧ لأقل من ١٩ سنة
			١.٢٦٤	٢٣.٩١	٩٨		من ١٩ لأقل من ٢١ سنة
			١.١٨٨	٢٤.٢٢	١٠١		من ٢١ لأقل من ٢٣ سنة
٠.١٧٨	2 296	F= ٩.٨٥١	١.٣٢١	٢٥.٨٤	٨٧	المستوى التعليمي	مؤهل متوسط
			١.٢٥٩	٢٥.١٦	١١٦		مؤهل فوق متوسط
			١.٢٧٠	٢٤.٥١	٩٧		جامعي
٠.٥٨٤	3 295	F= ٨.٠٥٩	٠.٩٨٧	٢٣.٣٨	٤١	متوسط دخل الأسرة	أقل من ٣ آلاف جنيه
			١.١٢٨	٢٤.٠٧	١٣٠		من ٣ لأقل من ٨ آلاف جنيه
			١.١٦٤	٢٣.٥٧	٧٨		من ٨ لأقل من ١٠ آلاف جنيه
			١.١٧٥	٢٤.٧٠	٥١		١٠ آلاف جنيه فأكثر

جدول رقم (٢١)

معنوية الفروق بين المراهقين بحسب المتغيرات الديموجرافية (النوع، ونوع التعليم، ومحل الإقامة، والسن، والمستوى التعليمي، ومتوسط دخل الأسرة) في الوعي والفهم

مستوى المعنوية	درجة الحرية	إحصائي الاختبار	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العدد	المتغيرات	
٠.٨١٤	٢٩٨	T= ٥.٦١٤	١.٦٩٢	٣١.٣٧	١٤٩	النوع	ذكور
			١.٧٧٦	٣٠.٥٢	١٥١		إناث
٠.٣٠٦	٢٩٨	T= ٨.٥١٤	١.٧١٦	٣١.٠٢	١٤١	نوع التعليم	حكومي
			١.٨٨٣	٣٠.٣٤	١٥٩		خاص
٠.٢٩٦	٢٩٨	T= ٧.٥٥٦	١.٨١٤	٣٠.١٧	١٠٤	محل الإقامة	ريف
			١.٨٥٧	٢٩.٩٩	١٩٦		حضر
٠.٤١٣	2 296	F= ٩.٩٧٣	١.٦٦١	٣٠.٢٣	١٠١	السن	من ١٧ لأقل من ١٩ سنة
			١.٩٢٤	٢٩.٨٨	٩٨		من ١٩ لأقل من ٢١ سنة
			١.٨٤٨	٢٩.٩٢	١٠١		من ٢١ لأقل من ٢٣ سنة
٠.٠٩٨	2 296	F= ١٠.٢٣	١.٩٨١	٣١.١٧	٨٧	المستوى التعليمي	مؤهل متوسط
			١.٩١٩	٣٠.٥٢	١١٦		مؤهل فوق متوسط
			١.٩٣	٣١.٨٥	٩٧		جامعي
٠.١٠٥	3 295	F= ٩.٢٣١	١.٦٤٧	٣٠.٠٨	٤١	متوسط دخل الأسرة	أقل من ٣ آلاف جنيه
			١.٧٨٨	٢٩.٥٨	١٣٠		من ٣ لأقل من ٨ آلاف جنيه
			١.٨٢٤	٢٩.٣٩	٧٨		من ٨ لأقل من ١٠ آلاف جنيه
			١.٨٣٥	٣٠.٧١	٥١		١٠ آلاف جنيه فأكثر

جدول رقم (٢٢)

معنوية الفروق بين المراهقين بحسب المتغيرات الديموجرافية (النوع، ونوع التعليم، ومحل الإقامة، والسن، والمستوى التعليمي، ومتوسط دخل الأسرة) في التطبيق

مستوى المعنوية	درجة الحرية	إحصائي الاختبار	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العدد	المتغيرات	
٠.٢٢٤	٢٩٨	T= ٧.٦١٨	١.٥٧٧	٢٠.١٦	١٤٩	النوع	ذكور
			١.٦٦١	١٩.٣١	١٥١		إناث
٠.٢١٦	٢٩٨	T= ٧.٣٠٦	١.٦٠١	١٩.٨١	١٤١	نوع التعليم	حكومي
			١.٧٦٨	١٩.١٣	١٥٩		خاص
٠.١٩٢	٢٩٨	T= ٦.٢١٤	١.٦٩٩	١٨.٩٦	١٠٤	محل الإقامة	ريف
			١.٧٤٢	١٨.٧٨	١٩٦		حضر
٠.١٣١	2 296	F= ٨.٨٤١	١.٥٤٦	١٩.٠٢	١٠١	السن	من ١٧ لأقل من ١٩ سنة
			١.٨٠٩	١٨.٦٧	٩٨		من ١٩ لأقل من ٢١ سنة
			١.٧٣٣	١٨.٧١	١٠١		من ٢١ لأقل من ٢٣ سنة
٠.١٠٢	2 296	F= ١٠.٦٣	١.٨٦٦	١٩.٩٦	٨٧	المستوى التعليمي	مؤهل متوسط
			١.٨٠٤	١٩.٣١	١١٦		مؤهل فوق متوسط
			١.٨١٥	٢٠.٦٤	٩٧		جامعي

مستوى المعنوية	درجة الحرية	إحصائي الاختبار	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العدد	المتغيرات
٠.٦٨١	3 295	F= ٤.٢٦١	١.٥٣٢	١٨.٨٧	٤١	أقل من ٣ آلاف جنيه
			١.٦٧٣	١٨.٣٧	١٣٠	من ٣ لأقل من ٨ آلاف جنيه
			١.٧٠٩	١٨.١٨	٧٨	من ٨ لأقل من ١٠ آلاف جنيه
			١.٧٢٠	١٩.٥	٥١	١٠ آلاف جنيه فأكثر
						متوسط دخل الأسرة

أظهرت النتائج الكمية لكلا الاختبارين بالجدول أرقام (٢٠، ٢١، ٢٢) عدم معنوية الفروق في متوسطات درجات المراهقين في إدراكهم لأخلاقيات إنتاج فيديوهات البث المباشر بالمنصات الاجتماعية وفق كل المتغيرات الديموجرافية.

ومن ثم يكون اختبار الفرض السادس يتبين بعدم معنوية الفروق في متوسطات درجات المراهقين في إدراكهم لأخلاقيات إنتاج فيديوهات البث المباشر بالمنصات الاجتماعية وفق المتغيرات الديموجرافية (النوع، ونوع التعليم، ومحل الإقامة، والسن، والمستوى التعليمي، ومتوسط دخل الأسرة) وبالتالي فقد ثبت عدم صحة الفرض السادس كلياً، وتعكس هذه النتيجة وجود تجانس بين المراهقين عينة الدراسة في إدراكهم لأخلاقيات إنتاج فيديوهات البث المباشر بالمنصات الاجتماعية بحسب خصائصهم الديموجرافية، حيث لم يكن لتنوع خصائصهم الديموجرافية تأثير يذكر في تحديد التغيرات التي تحدث في إدراكهم لأخلاقيات إنتاج فيديوهات البث المباشر بالمنصات الاجتماعية.

الفرض السابع: توجد فروق دالة إحصائية في متوسطات درجات المراهقين على أبعاد مقياس تقدير الذات وفق المتغيرات الديموجرافية (النوع، ونوع التعليم، ومحل الإقامة، والسن، والمستوى التعليمي، ودخل الأسرة).

لاختبار معنوية الفروق في متوسطات درجات المراهقين على أبعاد مقياس تقدير الذات بحسب النوع ونوع التعليم ومحل الإقامة، استخدمت الباحثة اختبار T، بينما لاختبار معنوية الفروق في متوسطات درجات المراهقين على أبعاد مقياس تقدير الذات بحسب السن والمستوى التعليمي ومتوسط دخل الأسرة، استخدمت الباحثة اختبار F، ويتضح ذلك بالجدول التالية:

جدول رقم (٢٣)

معنوية الفروق بين المراهقين بحسب المتغيرات الديموجرافية (النوع، ونوع التعليم، ومحل الإقامة، والسن، والمستوى التعليمي، ومتوسط دخل الأسرة) في الثقة بالنفس

مستوى المعنوية	درجة الحرية	إحصائي الاختبار	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العدد	المتغيرات	
0.224	٢٩٨	T= 1.241	1.554	18.97	١٤٩	النوع	ذكور
			1.638	18.12	١٥١		إناث
0.314	٢٩٨	T= 3.519	1.578	18.62	١٤١	نوع التعليم	حكومي
			1.745	17.94	١٥٩		خاص
0.198	٢٩٨	T= 2.357	1.676	17.77	١٠٤	محل الإقامة	ريف
			1.719	17.59	١٩٦		حضر
0.296	2 296	F= 5.214	1.523	17.83	١٠١	السن	من ١٧ لأقل من ١٩ سنة
			1.786	17.48	٩٨		من ١٩ لأقل من ٢١ سنة
			1.71	17.52	١٠١		من ٢١ لأقل من ٢٣ سنة
0.238	2 296	F= 4.391	1.843	18.77	٨٧	المستوى التعليمي	مؤهل متوسط
			1.781	18.12	١١٦		مؤهل فوق متوسط
			1.792	19.45	٩٧		جامعي
0.714	3 295	F= 0.998	1.509	17.68	٤١	متوسط دخل الأسرة	أقل من ٣ آلاف جنيه
			1.65	17.18	١٣٠		من ٣ لأقل من ٨ آلاف جنيه
			1.686	16.99	٧٨		من ٨ لأقل من ١٠ آلاف جنيه
			1.697	18.31	٥١		١٠ آلاف جنيه فأكثر

جدول رقم (٢٤)

معنوية الفروق بين المراهقين بحسب المتغيرات الديموجرافية (النوع، ونوع التعليم، ومحل الإقامة، والسن، والمستوى التعليمي، ومتوسط دخل الأسرة) في احترام الذات

مستوى المعنوية	درجة الحرية	إحصائي الاختبار	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العدد	المتغيرات	
٠.٣٤١	٢٩٨	T= ٦.٧٤٣	٣.٠٥٩	٣٢.٥	١٤٩	النوع	ذكور
			٣.١٤٣	٣١.٦٥	١٥١		إناث
٠.٤٠٩	٢٩٨	T= ٧.٥٦١	٣.٠٨٣	٣٢.١٥	١٤١	نوع التعليم	حكومي
			٣.٢٥	٣١.٤٧	١٥٩		خاص
٠.٦١٤	٢٩٨	T= ٢.١٥٦	٣.١٨١	٣٠.٣٠	١٠٤	محل الإقامة	ريف
			٣.٢٢٤	٣١.١٢	١٩٦		حضر
٠.٣٣٥	2 296	F= ٤.١٦٩	٣.٠٢٨	٣١.٣٦	١٠١	السن	من ١٧ لأقل من ١٩ سنة
			٣.٢٩١	٣١.٠١	٩٨		من ١٩ لأقل من ٢١ سنة
			٣.٢١٥	٣١.٠٥	١٠١		من ٢١ لأقل من ٢٣ سنة
٠.١٩٧	2 296	F= ٥.٢١٠	٣.٣٤٨	٣٢.٣٠	٨٧	المستوى التعليمي	مؤهل متوسط
			٣.٢٨٦	٣١.٦٥	١١٦		مؤهل فوق متوسط
			٣.٢٩٧	٣٢.٩٨	٩٧		جامعي

مستوى المعنوية	درجة الحرية	إحصائي الاختبار	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العدد	المتغيرات
٠.١٤٢	3 295	F= ٦.٦٠٧	٣.٠١٤	٣١.٢١	٤١	أقل من ٣ آلاف جنيه
			٣.١٥٥	٣٠.٧١	١٣٠	من ٣ لأقل من ٨ آلاف جنيه
			٣.١٩١	٣٠.٥٢	٧٨	من ٨ لأقل من ١٠ آلاف جنيه
			٣.٢٠٢	٣١.٨٤	٥١	١٠ آلاف جنيه فأكثر

جدول رقم (٢٥)

معنوية الفروق بين المراهقين بحسب المتغيرات الديموجرافية (النوع، ونوع التعليم، ومحل الإقامة، والسن، والمستوى التعليمي، ومتوسط دخل الأسرة) في الكفاءة الدراسية أو المهنية

مستوى المعنوية	درجة الحرية	إحصائي الاختبار	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العدد	المتغيرات
٠.١٤٩	٢٩٨	T= ٧.٧١٦	٠.٥٨٧	١٢.٣٩	١٤٩	ذكور
			٠.٦٧١	١١.٥٤	١٥١	إناث
٠.٢٠٦	٢٩٨	T= ٦.٠٠٩	٠.٦١١	١٢.٠٤	١٤١	حكومي
			٠.٧٧٨	١١.٣٦	١٥٩	خاص
٠.٣٣٤	٢٩٨	T= ٣.٥٢١	٠.٧٠٩	١١.١٩	١٠٤	ريف
			٠.٧٥٢	١١.٦٧	١٩٦	حضر
٠.٢٧٤	2 296	F= ٤.٦١٠	٠.٥٥٦	١١.٢٥	١٠١	من ١٧ لأقل من ١٩ سنة
			٠.٨١٩	١٠.٨١	٩٨	من ١٩ لأقل من ٢١ سنة
			٠.٧٤٣	١٠.٩٤	١٠١	من ٢١ لأقل من ٢٣ سنة
٠.٢٢٣	2 296	F= ٧.٧٠٦	٠.٨٧٦	١٢.١٩	٨٧	مؤهل متوسط
			٠.٨١٤	١١.٥٤	١١٦	مؤهل فوق متوسط
			٠.٨٢٥	١٢.٨٧	٩٧	جامعي
٠.٢١٩	3 295	F= ٥.٦٦٧	٠.٥٤٢	١١.١٠	٤١	أقل من ٣ آلاف جنيه
			٠.٦٨٣	١٠.٠٦	١٣٠	من ٣ لأقل من ٨ آلاف جنيه
			٠.٧١٩	١٠.٤١	٧٨	من ٨ لأقل من ١٠ آلاف جنيه
			٠.٧٣٠	١١.٧٣	٥١	١٠ آلاف جنيه فأكثر

جدول رقم (٢٦)

معنوية الفروق بين المراهقين بحسب المتغيرات الديموجرافية (النوع، ونوع التعليم، ومحل الإقامة، والسن، والمستوى التعليمي، ومتوسط دخل الأسرة) في الكفاءة الذاتية

مستوى المعنوية	درجة الحرية	إحصائي الاختبار	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العدد	المتغيرات	
٠.٣٣٥	٢٩٨	T= ٨.٠٠٧	٠.٩٢	١٧.٤١	١٤٩	النوع	ذكور
			١.٠٠٤	١٦.٥٦	١٥١		إناث
٠.٢٩١	٢٩٨	T= ٥.٦٢٧	٠.٩٤٤	١٧.٠٦	١٤١	نوع التعليم	حكومي
			١.١١١	١٦.٣٨	١٥٩		خاص
٠.٦٩٨	٢٩٨	T= ٣.١٧٠	١.٠٤٢	١٦.٢١	١٠٤	محل الإقامة	ريف
			١.٠٨٥	١٦.٣٦	١٩٦		حضر
٠.٥٥٠	2 296	F= ٦.٤١٥	٠.٨٨٩	١٦.٢٧	١٠١	السن	من ١٧ لأقل من ١٩ سنة
			١.١٥٢	١٥.٩٢	٩٨		من ١٩ لأقل من ٢١ سنة
			١.٠٧٦	١٥.٩٦	١٠١		من ٢١ لأقل من ٢٣ سنة
٠.٤٦١	2 296	F= ٧.٨٣٨	١.٢٠٩	١٧.٢١	٨٧	المستوى التعليمي	مؤهل متوسط
			١.١٤٧	١٦.٥٦	١١٦		مؤهل فوق متوسط
			١.١٥٨	١٧.٨٩	٩٧		جامعي
٠.٣١٧	3 295	F= ٦.٥٧١	٠.٨٧٥	١٦.١٢	٤١	متوسط دخل الأسرة	أقل من ٣ آلاف جنيه
			١.٠١٦	١٥.٦٢	١٣٠		من ٣ لأقل من ٨ آلاف جنيه
			١.٠٥٢	١٥.٤٣	٧٨		من ٨ لأقل من ١٠ آلاف جنيه
			١.٠٦٣	١٦.٧٥	٥١		١٠ آلاف جنيه فأكثر

جدول رقم (٢٧)

معنوية الفروق بين المراهقين بحسب المتغيرات الديموجرافية (النوع، ونوع التعليم، ومحل الإقامة، والسن، والمستوى التعليمي، ومتوسط دخل الأسرة) في الكفاءة الاجتماعية

مستوى المعنوية	درجة الحرية	إحصائي الاختبار	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العدد	المتغيرات	
٠.٢٢١	٢٩٨	T= ٩.١٧٦	١.٠٣٣	١٤.٣٧	١٤٩	النوع	ذكور
			١.١١٧	١٣.٥٢	١٥١		إناث
٠.١٩٥	٢٩٨	T= ٨.٢٩١	١.٠٥٧	١٤.٠٢	١٤١	نوع التعليم	حكومي
			١.٢٢٤	١٣.٣٤	١٥٩		خاص
٠.٣١٤	٢٩٨	T= ١٠.٠٣	١.١٥٥	١٣.١٧	١٠٤	محل الإقامة	ريف
			١.١٩٨	١٢.٩٩	١٩٦		حضر
٠.٣٦٨	2 296	F= ٩.٩٩٤	١.٠٠٢	١٣.٢٣	١٠١	السن	من ١٧ لأقل من ١٩ سنة
			١.٢٦٥	١٢.٨٨	٩٨		من ١٩ لأقل من ٢١ سنة
			١.١٨٩	١٢.٩٢	١٠١		من ٢١ لأقل من ٢٣ سنة

المتغيرات	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	إحصائي الاختبار	درجة الحرية	مستوى المعنوية
المستوى التعليمي	مؤهل متوسط	٨٧	١٤.١٧	١.٣٢٢	2 296	٠.٣٣٠
	مؤهل فوق متوسط	١١٦	١٣.٥٢	١.٢٦		
	جامعي	٩٧	١٤.٨٥	١.٢٧١		
متوسط دخل الأسرة	أقل من ٣ آلاف جنيه	٤١	١٣.٠٨	٠.٩٨٨	3 295	٠.٢٤٦
	من ٣ لأقل من ٨ آلاف جنيه	١٣٠	١٢.٥٨	١.١٢٩		
	من ٨ لأقل من ١٠ آلاف جنيه	٧٨	١٢.٣٩	١.١٦٥		
	١٠ آلاف جنيه فأكثر	٥١	١٣.٧١	١.١٧٦		

وقد أظهرت النتائج الكمية لكلا الاختبارين بالجدول السابقة أرقام (٢٣، ٢٤، ٢٥، ٢٦، ٢٧) عدم معنوية الفروق في متوسطات درجات المراهقين على أبعاد مقياس تقدير الذات وفق كل المتغيرات الديموجرافية.

ومن ثم يشير اختبار الفرض السابع بعدم معنوية الفروق في متوسطات درجات المراهقين على أبعاد مقياس تقدير الذات وفق المتغيرات الديموجرافية (النوع، ونوع التعليم، ومحل الإقامة، والسن، والمستوى التعليمي، ومتوسط دخل الأسرة) وبذلك فقد تبين عدم ثبوت صحة الفرض السابع كلياً، وتعكس هذه النتيجة أيضاً وجود تجانس بين المراهقين عينة الدراسة في درجة تقدير الذاتي لديهم بحسب خصائصهم الديموجرافية، حيث لم يكن لتنوع خصائصهم الديموجرافية تأثير يذكر في تحديد التغيرات التي تحدث في إدراكهم لأخلاقيات إنتاج فيديوهات البث المباشر بالمنصات الاجتماعية.

*النتائج العامة للدراسة ومناقشتها:

طبقت الدراسة الميدانية على عينة عمدية من المراهقين من مستخدمي منصات التواصل الاجتماعي بلغ حجمها ٣٠٠ مراهقاً، والذين توزعوا من حيث خصائصهم الديموجرافية بحسب النوع بين ذكور وإناث، وبحسب محل الإقامة بين حضرين وريفين، وبحسب السن حيث تراوح سنهم بين ١٧ سنة و ٢٣ سنة، وبحسب المستوى التعليمي بين تعليم متوسط وتعليم فوق المتوسط وتعليم جامعي، وبحسب مستوى دخل الأسرة بين أقل من ٣ آلاف جنيه ومن ٣ لأقل من ٨ آلاف جنيه ومن ٨ لأقل من ١٠ آلاف جنيه، و ١٠ آلاف جنيه فأكثر.

كشفت نتائج الدراسة عن تصدر موقع فيسبوك قائمة المنصات الاجتماعية التي يفضل المراهقون استخدامها، كما استخدم المراهقون منصات أخرى هي: واتساب، وانستجرام، ويوتيوب، وتيك توك. وقد كانت غالبية المراهقين من كثيفي الاستخدام لهذه المنصات، وهو ما يتفق مع ما خلصت إليه أغلبية الدراسات السابقة من ارتفاع متوسطات درجتهم على مقياس استخدام المصريين مواقع التواصل الاجتماعي.

زمنياً توزع استخدام المراهقون منصات التواصل الاجتماعي على مدار اليوم، فغالبيتهم يلزمها سلوك الاستخدام طوال الوقت، وبالتالي فهم في حالة ارتباط دائم بهذه المنصات، ويستخدمونها لأغراض شتى على مدار اليوم. وبالتبعية فقد تنوعت أماكن تفضيل

استخدام هذه المنصات، وقد كان المنزل المكان الأكثر تفضيلاً لاستخدام هذه المنصات، ومن بعده أماكن أخرى كالمدرسة والكلية أو المعهد، والأماكن العامة، والنادي.

أتاحت منصات التواصل الاجتماعي للمراقبين فرصة بديلة لتوسيع دائرة علاقاتهم الاجتماعية، وكذلك تقوية العلاقات القائمة بالفعل من خلال إتاحة التواصل مع الأصدقاء، وأفراد العائلة، وزملاء الدراسة، وأقل القليل من المبحوثين هم من لم يوظفوا هذه المنصات من أجل التواصل مع أي من هذه الفئات السابقة.

تحوز منصات التواصل الاجتماعي أهمية كبيرة في تقدير غالبية المراقبين عينة الدراسة، وهي الأهمية التي تأتي من تنوع الوظائف والأدوار التي تقوم بها هذه المنصات لمستخدميها، وقد ظهر هذا في أسباب استخدامها لها وهي: متابعة كل ما هو جديد، والتسلية والترفيه، والهروب من المشاكل والضغوط النفسية، الفضول وحب الاستطلاع، ثم التعرف على أصدقاء جدد، ثم الرغبة في الشهرة، وانتقاد سلبيات الواقع.

ويتابع المراقبون عينة الدراسة فيديوهات البث المباشر عبر المنصات الاجتماعية، وقد كانت غالبيتهم من كثفي المتابعة لهذه الفيديوهات، ومن حيث مدى التزام فيديوهات البث المباشر بالأخلاقيات العامة للمجتمع، فقد رأى غالبية المبحوثين أن درجة التزامها تتراوح بين المتوسطة والكبيرة. ونتيجة وجود فيديوهات لاتراعى الضوابط الأخلاقية والمجتمعية، فإن غالبية المراقبين يتوقفون عن متابعتها، أو يتابعون فيديوهات أخرى أكثر انضباطاً، أو يضغطون زر عدم الإعجاب، أو يكتبون تعليقات ناقدة، أو يقومون بعمل حظر وإبلاغ المنصة.

وقد كشفت استجابات المراقبين عينة الدراسة عن قيام غالبيتهم بإنتاج فيديوهات بث مباشر عبر منصات التواصل الاجتماعي سواء بشكل دائم أو متقطع، وهم في هذا كانوا يلتزمون بمراعاة الأخلاقيات العامة بدرجة كبيرة بحسب تقييمهم.

وبالنسبة لدرجة إدراك المراقبين لأخلاقيات إنتاج فيديوهات البث المباشر عبر المنصات الاجتماعية، فقد كانت معدلات الإدراك لها وفق الأبعاد الثلاثة (الانتباه، والوعي والفهم، والتطبيق) مرتفعاً وهو ما يعني أن المراقبين لديهم إدراكاً عالياً بما يجب أن تكون عليه تلك الفيديوهات من حيث التزامها بالأخلاقيات العامة، سواء كانوا مستخدميها أو منتجيها أو ناشريها.

وفيما يخص درجة تقدير المراقبين لذواتهم، فقد كان مرتفعاً في أبعاد الثقة بالنفس واحترام الذات، بينما كان التقدير متوسطاً في أبعاد الكفاءة الدراسية أو المهنية والكفاءة الذاتية والاجتماعية.

وقد أظهرت نتائج اختبار الفروض البحثية معنوية العلاقة الارتباطية بين كل من كثافة استخدام منصات التواصل الاجتماعي ودرجة متابعة فيديوهات البث المباشر عبر المنصات الاجتماعية من جانب وتقدير المراقبين لذواتهم من جانب آخر، وكذا تبين وجود علاقة ارتباطية بين كل من كثافة استخدام منصات التواصل الاجتماعي ودرجة متابعة

فيديوهات البث المباشر عبر المنصات الاجتماعية من جانب ودرجة إدراكهم لأخلاقيات إنتاجها.

وأخيراً كشفت النتائج عن تحقيق الهدف الرئيس للدراسة باختبار معنوية العلاقة الارتباطية بين درجة إدراك أخلاقيات إنتاج فيديوهات البث المباشر عبر منصات التواصل الاجتماعي وتقدير المراهقين لذواتهم، حيث ثبتت صحة هذا الارتباط. فالإدراك المرتفع من جانب المراهقين لأخلاقيات إنتاج فيديوهات البث المباشر عبر منصات التواصل الاجتماعي صاحبه تقدير مرتفع لذواتهم والعكس بالعكس.

تجدر الإشارة في هذا السياق إلى أن استخدام وسائل التواصل الاجتماعي عادة ما يتم في سياق يوصف بالفرדانية، فذات المستخدم هي التي توجه اختياراته وترشد قراراته، ما يضعف بالتبعية من تأثير الاخلاقيات العامة للمجتمع عليه، ويصبح الالتزام بها طوعياً رهن سمات الأفراد وخصائصهم الشخصية في الغالب.

تأتي النتائج التي خلصت إليها الدراسة متوافقة مع ما أظهرته النظريات المفسرة للأسس الأخلاقية وتقدير الذات والتي تؤكد تأثر المتابعين والمنتجين بما تقدمه فيديوهات البث المباشر بالمنصات الاجتماعية من محتوى ومدى مطابقتة للضوابط الأخلاقية والمجتمعية في ضوء تنوع معدلات استخدامهم لوسائل التواصل الاجتماعي وتكوينهم النفسي والفكري والاجتماعي والديني بما ينعكس على إدراكهم لأخلاقيات إنتاج تلك الفيديوهات ومستويات تقديرهم لذواتهم.

مراجِع الدِّرَاسَةِ:

- (١) الجعبري، باسم (٢٠٠٩). **الانترنت ومواقع التواصل الاجتماعي**، الرواد للنشر والتوزيع، عمان، الأردن.
- (٢) اللببسي، عبد الكريم على، الطاهات، زهير ياسين (٢٠١٣) دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام لدى طلبة الجامعات الأردنية، **دراسات العلوم الإنسانية والاجتماعية**، ٤٠(١).
- (٣) رزيق، ليلي، بن ورخو، فتيحة (٢٠١٧) استخدام المرأة الماكينة بالبيت الفيسبوك والشبكات المحققة منه: دراسة ميدانية لعينة من النساء بمدينة برج بوعرييج، **رسالة ماجستير غير منشورة**، قسم علوم الاعلام والاتصال، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة محمد بوضياف بالمسيلة، الجزائر.
- (٤) خليفة، هبة محمد، ماهي مواقع الشبكات الاجتماعية والويب 2.0؟، **المنتدى العام للمكتبات والمعلومات**، متاح على:
<https://www.alyaseer.net/vb/showthread.php?t=17775>, accessed on 25/9/2022.
- (٥) عسيري، علي بن عبد الله (٢٠٠٤) الأثار الأمنية لاستخدام الشباب للإنترنت، **الأمن والحياة**، ٢٣(٢٦٧)، ص:٤٤.
- (٦) القدهي، مشعل بن عبد الله (٢٠١٢). **المواقع الإباحية على شبكة الإنترنت وأثرها على الفرد والمجتمع**، منشورات مدينة الملك عبد العزيز للعلوم والتقنية، الرياض، المملكة العربية السعودية، ص:٤.
- (٧) داود، حسن طاهر (٢٠٠٠). **جرائم نظم المعلومات**، ط١، أكاديمية نايف العربية للعلوم الأمنية، المملكة العربية السعودية.
- (٨) القدهي، مشعل بن عبد الله (٢٠١٢). **مرجع سابق**، ص:٤٥.
- (٩) بن ناصر، عبد العظيم، وآخرون (٢٠١٥). **أخلاقيات الأعمال كمحدد لتحقيق فعالية التسيير في المؤسسات**، **مجلة العلوم الإنسانية**، جامعة محمد خضير بسكرة، ع٤٢، ص ص١١-٢٧.
- (١٠) **See:** - Franchina, Vittoria, et.al (2018) Fear of Missing Out as a Predictor of Problematic Social Media Use and Phubbing Behavior among Flemish Adolescents, **Int J Environ Res Public Health**, 15(10).
- Wegmann, Elisa, Brand, Matthias (2016) Internet-Communication Disorder: It's a Matter of Social Aspects, Coping, and Internet-Use Expectancies, **Front Psychol**, 7.
- (١١) Kernis, Michael H. (2006) **Self-Esteem Issues and Answers, a Sourcebook of Current Perspectives**, 1st Edition, Psychology Press, New York,p:181.
- (١٢) **See:** -Kernis, Michael H., et.al (2000) Master of One's Psychological Domain? Not likely if One's Self-Esteem is Unstable, **Personality and Social Psychology Bulletin**, 26(10), pp. 1297 – 1305.
- Bianchi, Adriana, Phillips, James G. (2005) Psychological predictors of problem mobile phone use, **Cyberpsychol Behav**, 8(1), p:40.

- (13) See:- Zhang, Heng (2015) Gender, Personality, and Self Esteem as Predictors of Social Media Presentation, **MA thesis**, the faculty of the Department of Mass Communication, East Tennessee State University, Johnson City, USA,p:19.
- Forest, Amanda L., Wood, Joanne V. (2012) When Social Networking Is Not Working: Individuals With Low Self-Esteem Recognize but Do Not Reap the Benefits of Self-Disclosure on Facebook, **Psychological Science**, 23(3),p:296.
- (14) Valkenburg, Patti M., et.al (2006) Friend networking sites and their relationship to adolescents' well-being and social self-esteem, **Cyberpsychol Behav.**, 9(5), pp. 584 – 590.
- (15) Worm, Hanna (2022) Self-Esteem and Its Association with Social Media Use in University Students: An Experience Sampling Study, **Psychology MSc**, 2(1). Available At:
<http://essay.utwente.nl/90792/>, accessed on 6/10/2022.
- (16) Jones, Richard, et.al (2022) Self-esteem and Social Media Dependency: a Structural Equation Modelling Approach to Comparing Primary Welsh and Non-Welsh Speakers, **Trends in Psychology**, 15(6). Available At:
<https://doi.org/10.1007/s43076-022-00177-4>, accessed on 6/10/2022.
- (17) حسن، منى صابر فاضل، عبد الحميد، رشا حسن مكرم الله (٢٠٢١) علاقة شبكات التواصل الاجتماعي ببعض المتغيرات النفسية والتأثيرات الاجتماعية لدى عينة من طلاب الجامعة بالوادي الجديد، **مجلة الخدمة النفسية**، (١٤)، ص ٣٠ – ٧٧.
- (18) Ardiana, Respita Trias, Tumanggor, Raja Oloan (2020) Social Media Instagram Addiction and Self-Esteem in High School Students, Proceedings of the 2nd Tarumanagara International Conference on the Applications of Social Sciences and Humanities, **Advances in Social Science, Education and Humanities Research**, 478, pp. 290 – 294.
- (19) بني فواز، سهاد محمود عبد الرحمن (٢٠١٩) التواصل الاجتماعي الإلكتروني وعلاقته بالاعتراب الاجتماعي وتقدير الذات لدى طالبات جامعة جوف، **مجلة البحوث في مجالات التربية النوعية**، (٢٢)، ص ٢٢٦ – ٢٦٠.
- (20) Guven, Alev (2019) Relationship Between Social Media Use, Self-Esteem And Satisfaction With Life, **MA thesis**, Department of Educational Studies in Psychology, The University of Alabama, Tuscaloosa, Alabama.
- (21) Hasan, Shoaib, et.al (2018) A Study between Social Media Usage and Self-Esteem among Youths, **Electronic Research Journal of Behavioural Science**, 1, pp:17 – 25.
- (22) درويش، عبد الرحيم، عثمان، داليا (٢٠١٧) العلاقة بين استخدام الشباب الجامعي للإنترنت وتقدير الذات، **المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتلفزيون**، (١٢)، ص ١٨٧ – ٢١٩.

- (٢٣) عبد المجيد، نصره منصور (٢٠١٧) الدوافع والمترتبات المدركة لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقتها بالرضا الزواجي وتقدير الذات لدى الأزواج والزوجات، *مجلة دراسات عربية*، ١٦(٤)، ص ٨٨١ – ٩٧٢.
- (24) Jan, Muqaddas, et.al (2017) Impact of Social Media on Self-Esteem, **European Scientific Journal**, 13(23), pp. 329 – 341.
- (٢٥) مصطفى، همت مختار (٢٠١٦) استخدام مواقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك وعلاقته بالثقة بالنفس وتقدير الذات والأمن النفسي لدى عينة من طلاب المؤسسات الإيوائية، *مجلة التربية*، ٢(١٦٧)، ص ٢٧٩ – ٣٥٠.
- (٢٦) حسن، منى صابر فاضل، عبد الحميد، رشا حسن مكرم الله (٢٠٢١) علاقة شبكات التواصل الاجتماعي ببعض المتغيرات النفسية والتأثيرات الاجتماعية لدى عينة من طلاب الجامعة بالوادي الجديد، *مجلة الخدمة النفسية*، ١٤(١)، ص ٣٠ – ٧٧.
- (٢٧) السيد، رشا محمود، وآخرون (٢٠٢٠) إدمان ألعاب الإنترنت وعلاقته بتقدير الذات لدى عينة من الأطفال، *مجلة كلية التربية*، ٢٠(٤)، ص ٢٨٥ – ٣٢٤.
- (28) Pawar, Tanvi, Shah, Jeel (2019). The Relationship Between Social Media Addiction, Self-Esteem, Sensation Seeking and Boredom among Collegestudents, **Indian Journal of Mental Health**, 6(4). pp. 333 – 339.
- (٢٩) فطوح، زهرة على أبو القاسم (٢٠١٩) إدمان الإنترنت وعلاقته بالتواصل الاجتماعي وتقدير الذات لدى عينة من طلبة جامعة طرابلس: دراسة ميدانية، *مجلة كلية التربية*، ١٦(١)، ص ٧٧ – ١١٧.
- (30) Köse, Özge Buran, Doğan, Aze (2018) The Relationship between Social Media Addiction and Self-Esteem among Turkish University Students, **Addict, The Turkish Journal on Addictions**, 6, pp. 175 – 190.
- (٣١) الجبيلة، الجوهرة بنت فهد (٢٠١٦) إدمان الإنترنت وعلاقته بالرضا عن الحياة وتقدير الذات لدى طالبات المرحلة الثانوية، *المجلة التربوية الدولية المتخصصة*، ٥(٥)، ص ٣٠١ – ٣٢٣.
- (32) Horzum, mehmet bariş, Ayas, Tuncay (2013) Relation between depression, loneliness, self-esteem and internet addiction, **Education**, 133(3), pp. 283 – 290.
- (٣٣) أبو حمزة، عيد جلال، العنزي، أسماء سالم (٢٠٢٠). صورة الجسم وعلاقتها بتقدير الذات لدى مُستخدمي فلاتر السناپ شات، *مجلة البحوث التربوية والنوعية*، ١(١)، ص ٥٦ – ٨٣.
- (٣٤) بني فواز، سهاد محمود عبد الرحمن (٢٠١٩). مرجع سابق.
- (٣٥) درويش، عبد الرحيم، عثمان، داليا (٢٠١٧). مرجع سابق.
- (36) Widjajanta, Bambang, et.al (2018) The Impact of Social Media Usage and Self-Esteem Onconspicuous Consumption: Instagram User of Hijaberscommunity

Bandung Member, **International Journal of E-business and E-government Studies**, 10(2), pp. 1 – 13.

^(٣٧) درويش، عبد الرحيم، عثمان، داليا (٢٠١٧). مرجع سابق.

^(٣٨) عبد المجيد، نصره منصور (٢٠١٧). مرجع سابق.

^(٣٩) خير الله، هشام رشدي (٢٠٢٢)، استخدام البث المباشر في تغطية قضايا المجتمع المصري عبر منصات التواصل الاجتماعي للصحف الإلكترونية وتأثيره على الحالة المزاجية للجمهور - دراسة تحليلية ميدانية، **المجلة العلمية لبحوث الصحافة**، ع٢٣، ج١، يناير-يونية، ص٢٨٩.

^(٤٠) غريب، سحر أحمد (٢٠٢٢)، استخدام الصحف المصرية الخاصة لخدمة البث المباشر عبر صفحاتها على الفيسبوك دراسة تحليلية في ضوء ثراء الوسيلة، **مجلة البحوث الإعلامية**، كلية الإعلام جامعة الأزهر، أبريل ٢٠٢٢، ص ص ٢١٧٥-٢٢٢٦.

⁽⁴¹⁾Graham, Jesse,et.al., (2009) "Liberals and conservatives rely on different sets of moral foundations", *Journal of Personality and Social Psychology*, 96 (5): 1029–1046.

⁽⁴²⁾Iyer, Ravi,et.al., (2013) *Moral Foundations Theory: The Pragmatic Validity of Moral Pluralism*, *Advances in Experimental Social Psychology*,pp:55-130

⁽⁴³⁾Hoover, Joe,et.al.,(2018)*Moral Framing and Charitable Donation: Integrating Exploratory Social Media Analyses and Confirmatory Experimentation*, **Collabra: Psychology**,4 (1): 9,p:129.

⁽⁴⁴⁾ Stanley Coopersmith (1981) *Coopersmith Self-Esteem Inventories*, CA: Consulting Psychologists Press, Palo Alto.

^(٤٥) الشوارب، إياد (٢٠٠٦). نمطي الحزم والتسلط وعلاقتهم بتقدير الذات عند الأبناء المراهقين، **مجلة البحوث النفسية والتربوية**، ٢١(١)، ص١٣٣ – ١٧٨.

^(٤٦) سلامة، ممدوحة محمد (١٩٩١). تقدير الذات والضبط الوالدي للأبناء في نهاية المراهقة وبداية الرشد، **دراسات نفسية**، ١(٤)، ص ٦٧٩ – ٧٠٢.

^(٤٧) حمام، فادية كامل، الهويش، فاطمة خلف (٢٠١٠). الاغتراب النفسي وتقدير الذات لدى خريجات الجامعة العاملات والعاطلات عن العمل، **مجلة جامعة أم القرى للعلوم التربوية والنفسية**، ٢(٢)، ص٦٣ – ١٣٨.

^(٤٨) فطوح، زهرة على أبو القاسم (٢٠١٩). مرجع سابق.

^(٤٩) **المرجع نفسه**، ص٨٤ – ٨٥.

^(٥٠) سمير محمد حسين. "بحوث الإعلام" ، مرجع سابق، ص:٢٣٣-٢٣٤ .

⁽⁵¹⁾ <https://2u.pw/tpuBl>, accessed on 7/10/2022.

^(٥٢) هشام رشدي خير الله (٢٠٢٢)، مرجع سابق.

^(٥٣) بني فواز، سهاد محمود عبد الرحمن (٢٠١٩) مرجع سابق.

^(٥٤) حسن، منى صابر فاضل، عبد الحميد، رشا حسن مكرم الله (٢٠٢١) مرجع سابق.

^(٥٥) Worm, Hanna (2022). **Op.cit.**

^(٥٦) Ardiana, Respita Trias, Tumanggor, Raja Oloan (2020). **Op.cit.**