



إدمان الشباب على المضامين الإعلامية عبر الهواتف الذكية والتأثيرات المترتبة منها

(دراسة مسحية على طلبة جامعة كربلاء)

المدرس المساعد فرائد عبد الرضا جواد

faraqid.a@uokerbala.edu.iq

جامعة كربلاء/ كلية الصيدلة

التخصص الدقيق للبحث: إدارة الاعلام

التخصص العام للبحث: الاعلام

المستخلص باللغة العربية:

معلومات الورقة البحثية

يهدف البحث إلى التعرف على مستوى إدمان طلبة جامعة كربلاء على المضامين الإعلامية عبر الهواتف الذكية، والكشف عن أبرز المنصات المستخدمة والآثار المترتبة على هذا النمط من الاستخدام. أجريت الدراسة على عينة من طلبة الكليات العلمية والإنسانية في جامعة كربلاء من الذكور والإإناث، حيث تم توزيع الاستبانة عليهم وتحليل بياناتها وفق المعايير الإحصائية. اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي باستخدام أداة الاستبانة الميدانية الموزعة على عينة مكونة من (300) طالب وطالبة من مختلف التخصصات والمراحل الدراسية. أظهرت النتائج أن غالبية الطلبة يتابعون المضامين الإعلامية بشكل يومي عبر الهاتف الذكي، حيث احتلت المنصات الترفيهية مثل (إنستغرام وتيك توك ويوتيوب) المراتب الأولى في الاستخدام، بينما جاءت المضامين التعليمية والثقافية في المرتبة الثانية. كما بينت النتائج أن معدل الاستخدام يتجاوز أحياناً (6 ساعات يومياً) لدى شريحة واسعة من الطلبة، مما يعكس مستويات مرتفعة من الاعتماد السلوكى على الهاتف الذكي. على الصعيد النفسي والصحي، توصلت الدراسة إلى وجود ارتباط دال إحصائياً بين الاستخدام المفرط والاضطرابات مثل القلق، ضعف التركيز، اضطرابات النوم، إضافة إلى مشكلات صحية كآلام الظهر وضعف البصر. أما الآثار الاجتماعية والسلوكية، فقد تمثلت في ضعف التفاعل الاجتماعي الواقعي، وزيادة الميل للعزلة والانطواء، فضلاً عن تأثيرات سلبية على التحصيل الدراسي وإدارة الوقت، توصي الدراسة بضرورة تبني برامج توعوية وتربيوية لتعزيز الاستخدام الوعي للتقنيات الرقمية، والحد من الآثار السلبية للإدمان الإعلامي عبر الهاتف الذكي، مع التركيز على دعم الهوية والقيم الاجتماعية لدى الشباب الجامعي

الكلمات الرئيسية:

إدمان الشباب - المضامين
الإعلامية - الهاتف
الذكي.

doi: <https://doi.org/10.63797/bjh>.

المقدمة

شهد عصر التقنية الجديدة تحولات جذرية في أنماط استهلاك الشباب للمضامين الإعلامية في ظل الانتشار الواسع للهاتف الذكي وتطبيقاتها المتعددة ، وما تقدمه من مضمون إعلامية متنوعة أصبحت الهاتف الذكي وسيلة مهمة لتلقي المعلومات والترفيه والتواصل الاجتماعي مثل: الصور، الفيديو القصير، النصوص، البث المباشر ، التطبيقات الاجتماعية، المنصات التعليمية والترفيهية والأخبارية ، وفي ظل اتساع نطاق الاستخدام لهذه الهاتف برزت ظاهرة الاستخدام المفرط للمضامين الإعلامية الرفقة بين فئة الشباب مما تسبب في العديد من التأثيرات الاجتماعية والنفسية والسلوكية التي أدت لها هذه الظاهرة عندما تحولت من الاستخدام الطبيعي إلى حالة من الإدمان. يتلخص البحث في إدمان الشباب للمضامين الإعلامية عبر الهاتف الذكي، حيث سعت هذه الدراسة إلى معرفة أنماط، ودوافع الاستخدام والأثار المتحققة على سلوكهم وصحتهم النفسية، وأدائهم التعليمي وحياتهم الاجتماعية.

المبحث الأول: الإطار المنهجي

أولاً: مشكلة البحث

تبرز مشكلة البحث في التساؤل الرئيسي التالي:

ما تأثير إدمان الشباب على المضامين الإعلامية عبر الهاتف الذكي؟

وينتاش عن هذا التساؤل الرئيسي عدد من التساؤلات الفرعية، وهي:

1. ما أبرز أنواع المضامين الإعلامية التي يستهلكها طلبة جامعة كربلاء عبر الهاتف الذكي؟

2. ما معدل الوقت اليومي الذي يقضيه الطالبة في تصفح هذه المضامين، وما طبيعة استخدامهم لها؟

3. هل تختلف درجة الإدمان باختلاف الجنس، أو المرحلة الدراسية، أو التخصص الأكاديمي؟

4. ما الآثار المرتبطة بإدمان هذه المضامين؟

ثانياً: فرض البحث

1- هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين مستوى إدمان طلبة جامعة كربلاء على المضامين الإعلامية الرقمية عبر الهواتف الذكية، ونوع المحتوى الإعلامي المستخدم.

2- توجد فروق ذات دلالة إحصائية في مستوى الإدمان الإعلامي تبعاً لمتغير عدد ساعات استخدام الهاتف الذكي يومياً.

3- تختلف مستويات الإدمان السلوكي الإعلامي تبعاً لاختلاف الجنس (ذكور - إناث). وحسب التخصص الأكاديمي أو المرحلة الدراسية لدى الطالبة.

4- تشهد المضامين الإعلامية ذات الطابع الترفيهي والتواصلي بدرجة أكبر في تعزيز سلوك الإدمان مقارنة بالمضامين التعليمية أو الثقافية.

ثالثاً: أهمية البحث

تتمثل أهمية البحث في كل من الجانبيين النظري والتطبيقي وتتضح فيما يأتي:

الأهمية النظرية:

1- يتلخص البحث موضوعه في جمع بين الحداثة والاصالة، إذ يتناول ظاهرة الإدمان الإعلامي بين الشباب عبر الهاتف الذكي وهي من القضايا التي قلما تناولتها الدراسات العراقية.

2- تتجلى أهمية تناول ظاهرة الإدمان في تأثيرها المباشر على التفاعل الاجتماعي والصحة النفسية لطلبة الجامعات.

الأهمية التطبيقية:

1- الاستفادة من نتائج البحث في إمكانية توظيف النتائج لتصميم برامج توعوية وتربيوية الهدف منها العمل على ترشيد استخدام الهاتف الذكي.

2- يوفر البحث بيانات وتحليلات علمية تفيد الباحثين في تطوير دراسات جديدة تتناول ظاهرة إدمان المضامين الإعلامية.

رابعاً: أهداف البحث

1- ما أنماط تعرض الشباب للمضامين الإعلامية عبر الهاتف الذكي؟

2- ما أبرز المضامين الإعلامية الرقمية التي يتبعها الشباب عبر الهاتف الذكي؟

3- ما أبرز المنصات الرقمية التي يتبعها الشباب عبر الهاتف الذكي؟

4- الكشف عن الفروق في أنماط الاستخدام باختلاف الجنس، التخصص الأكاديمي، أو المرحلة الدراسية.

5- التعرف على التأثيرات النفسية والاجتماعية والسلوكية الناتجة عن الإفراط في استخدام الهاتف الذكي لمتابعة المحتوى الإعلامي.

خامساً: منهج البحث

يعتمد البحث على المنهج المسحي التحليلي وهو من المناهج المهمة في دراسة الظواهر الاجتماعية والسلوكية وتحليل البيانات أما من حيث نوع البحث كان وصفيًا، وفي هذا السياق استخدم الباحث منهج المسح الميداني في رصد وتحليل الاتجاهات والانماط السلوكية ضمن مجتمع الدراسة من خلال تصميم استبيان ميدانية محسنة، ثم توزيعها على عينة مماثلة من طلبة جامعة كربلاء وتم جمع المعلومات والبيانات التي تصف الظاهرة العلمية، وتوضيح خصائصها.

سادساً: مجتمع البحث وعينته:

يتكون مجتمع البحث في هذه الدراسة من طلبة جامعة كربلاء من الكليات العلمية والإنسانية للدراسين الصباحية والمسائية ولمختلف المراحل الدراسية ضمن مستوى مرحلة البكالوريوس والبالغ عددهم (24475) ، وقد اختارت الباحثة عينة تتكون من 300 طالب وطالبة والذين يستخدمون الهواتف الذكية وي تعرضون بشكل متكرر للتأثيرات المحتملة لإدمان الهواتف الذكية. واستخدمت الباحثة أسلوب العينة التصادية لاختيار افراد العينة وتم توزيع الاستبيان على العينة

حساب حجم العينة بمعادلة ستيفن ثامبسون

$$\begin{aligned} \text{حجم المجتمع } N &= 24,47 \\ \text{حجم العينة } n &= 378.24 \end{aligned}$$

0.05 1.96 3.8416

0.0025 0.5

$$n = \frac{N \times p(1-p)}{[N - 1 \times (d^2 \div z^2)] + p(1-p)}$$

N حجم المجتمع

z 1.96 الدرجة المعيارية المقابلة لمستوى الدلالة 0.95 وتساوي 1.96 is the confidence interval, expressed as decimal 1.96

d 0.05 Error
Percentage

p 0.50 the ratio of availability & property نسبة توفر الخاصية والمحايدة = 0.50

سابعاً: الأساليب الإحصائية المستخدمة: تم تحديد موثوقية الدراسة الحالية وفقاً لمعامل ألفا كرونباخ باستخدام برنامج (SPSS) كأداة في تحليل البيانات للبحث.
ثامناً: ثبات وصدق الأداة:

لوصف كل معامل من معاملات الاستبيان وصلاحيته. تُجرى اختبارات الثبات والصدق وصلاحيتها بهدف تحديد مدى صحة قائمة الاستبيان وسلامتها ودققتها لإجراء التحليلات الإحصائية.

أولاً ثبات ألفا كرونباخ:

عندما تُوصف قائمة الاستبيانات بأنها موثوقة، فهذا يعني أن عباراتها (بنودها) متسقة ولا تتعارض مع بعضها البعض، بمعنى آخر من المرجح أن تُعطي قائمة الاستبيانات نفس النتائج تقريباً إذا طبقت على عينة أخرى من نفس المجتمع والحجم. معامل ألفا كرونباخ هو مقياس تتراوح قيمته بين صفر وواحد لتقدير سلامة عبارات قوائم الاستبيانات. في حالة عدم وجود أي ثبات، تكون قيمة هذا المعامل متساوية للصفر، بينما تكون قيمة هذا المعامل مقاربة للواحد في حالة وجود ثبات تام للعبارات. بمعنى آخر، فإن زيادة قيمة معامل ألفا كرونباخ، واقترابه من الواحد الصحيح، يعني بدوره زيادة في مستوى ثبات العبارات. على العينة على المجتمع قيد الدراسة. أدنى قيمة لمعامل ألفا هي 0.7، والقيم التي تزيد عن 0.7 تمثل مؤشراً قوياً لثبات عبارات الاستبيان (كرونباخ، 1951)؛ ومع ذلك تقبل أيضاً القيم التي تزيد عن 0.6.

(Van Griethuijsen et al. 2015; Taber, 2018)

يُحسب معامل ألفا كرونباخ باستخدام المعادلة التالية:

$$\text{Alpha} = \frac{n}{n - 1} \left(1 - \frac{\sum_{i=1}^n V_i}{V_t}\right)$$

حيث:

Alpha = معامل ألفا كرونباخ.

n = عدد العبارات في قائمة الاستبيان.

V_i = تباعن عبارة واحدة.

V_t = تباعن جميع العبارات في قائمة الاستطلاع.

ثانياً: اختبار الصدق الذاتي:

يُقاس معامل الصدق بأخذ الجذر التربيعي لمعامل ألفا كرونباخ كما هو موضح في المعادلة التالية:

$$\text{Validity} = \sqrt{\text{Alpha}}$$

نتائج تطبيق معاملات الصدق لمتغيرات البحث تقيس صلاحية الاستبيان لما صُمم لقياسه، وبالتالي تمثل مجتمع الدراسة بدقة، حيث تتجاوز قيمة معاملات الصدق 0.7، وبناء عليه يمكن الاعتماد على عبارات القائمة في تفسير النتائج والاختبارات الإحصائية.

تاسعاً: حدود البحث

1- الحدود المكانية: يقتصر البحث على جامعة كربلاء، بوصفها البيئة الأكاديمية التي جرت فيها الدراسة.

2- الحدود الزمنية: حدد الباحث حدود البحث الزمنية من (1/3/2025 لغاية 18/6/2025)، وهي الفترة التي تم خلالها تنفيذ الدراسة ميدانياً.

3- الحدود الموضوعية: يتناول ظاهرة إدمان الشباب على المضامين الإعلامية عبر الهاتف الذكي، ويركز على أنواعه وأثاره النفسية والاجتماعية والسلوكية.

4- الحدود البشرية: تحددت في طيبة جامعة كربلاء للدراسات الصباحية والمسائية واللتخصصات العلمية والإنسانية.

عشراء: دراسات سابقة:

تم الاعتماد على مجموعة من دراسات سابقة التي لها ارتباط بموضوع الدراسة منها عربية واجنبية:

1- دراسة غيلاسي و طعيلي (2023) بعنوان الإدمان على مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقته ببعض الاضطرابات النفسية (القلق والاكتئاب) لدى الشباب الجامعي: دراسة ميدانية قامت الباحثة باختيار عينة مكونة من 200 طالب وطالبة واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، هدفت الدراسة إلى التعرف على علاقة الإدمان على موقع التواصل الاجتماعي باضطراب الصحة النفسية وكشفت نتائج الدراسة بأنه لا توجد علاقة بين الطالبة الجزائرية المدمنين على موقع التواصل الاجتماعي واضطراب الصحة النفسية.

2- دراسة حسين ، بسمة (2016) والتي تهدف إلى كشف العلاقة بين ادمان شبكات التواصل الاجتماعي والاضطرابات النفسية وتم اختيار عينة مكونة من (619) طالب وطالبة من جامعة الازهر وتوصلت الدراسة إلى وجود علاقة طردية ذات دلالة إحصائية بين ادمان موقع التواصل الاجتماعي والدرجة الكلية للاضطرابات النفسية.

3- Study: "Social Media Addiction and Academic Performance among College Students" , Kuss & Griffiths (UK), 2015.

Findings: Symptoms of behavioral addiction identified; negative impact on GPA.

4- Study: "Digital Media Use and Psychological Well-being in Young Adults" • Twenge, Jean (USA), 2017.

Results: High screen time linked with depression and anxiety; suggested screen time limits.

أوجه الشبه والاختلاف بين الدراسات

تناولت الدراسات السابقة موقع التواصل الاجتماعي وعلاقته بالاضطرابات النفسية يرتبط بنتائج سلبية مثل الفرق والاكتئاب واعتمدت الدراسات على الأسلوب الكمي أو الدراسات الميدانية لقياس العلاقة بين استخدام المفرط.

الحادي عشر: مصطلحات الدراسة:

الادمان: هو الرغبة والاستيق الاجباري واللارادي للمادة المسببة للادمان.

الشباب: هم الطلبة المقيدون بجامعة كربلاء ، والبالغ عددهم (24475) طالب وطالبة من الذكور والإناث وللدراسات الصباحية والمسائية وللتخصصات العلمية والإنسانية.

المضامين الإعلامية: وتشمل كل المواد التي تقدمها وسائل الإعلام للجمهور مفروعة أو المسموعة أو المرئية.

الهاتف الذكية: هي الهواتف التي تحمل إمكانيات كثيرة مثل الكاميرا ومسجل الصوت ومشغل الموسيقى ، والمساعد الرقمي، والتي لديها تطبيقات تشبه أجهزة الكمبيوتر وبسبب ارتفاع مستوى تفاعل الهاتف المحمولة صنفت الى انها هاتف ذكيه.

المبحث الثاني: الإطار النظري

أولاً: تعريف الإدمان

اصطلاحاً: عرفت منظمة الصحة العالمية سنة (1973) الادمان بأنه حالة نفسية وأحياناً عضوية تنتج عن تفاعل الكائن الحي مع المخدر. ومن خصائصها استجابات وأنماط سلوك مختلفة تشمل دائماً الرغبة الملحة فيأو تعاطي المخدر بصورة متصلة أو دورية للشعور بالثاره النفسية أو لتجنب الآثار المؤلمة التي تنتج من عدم توفره. وقد يدمن المتعاطي على أكثر من مادة واحدة. (الدمداش، 1982، ص20) تعرض مفهوم الإدمان Addiction إلى بعض تغيرات خاصة بعد أن أسهمت منظمة الصحة العالمية ولجانها في دراسة ظاهرة الإدمان على نطاق واسع في كثير من بقاع العالم. وهذا نجد اصطلاح الإدمان يعني فيما يعيشه التعود Habituation، والاعتماد Dependence (العاجي، 2010، ص15) وكلمة ادمان مشتقة من مصطلح لاتيني يعني مستبعد او مرتبط باي شخص كافح للتغلب على ادمان او حاول مساعدة شخص آخر على ذلك. يمارس الإدمان تأثيراً طويل الأمد وقوياً على الدماغ يتجلى في ثلاثة طرق مميزة: الرغبة الشديدة في موضوع الإدمان، فقدان السيطرة على استخدامه، والاستمرار في الانحراف فيه رغم الآثار السلبية. (Florin & Trytek, 2023,p.14) وقد عرف كل من براتار وفوربيست الإدمان على انه "نمذج سلوكي لل باستخدام الإيجاري للعاقير ويكون مميزاً بتعلق شديد لتعاطي المادة المخدرة و تأمين مصادر الإمداد لها وكذا النزوع إلى الارتداد إلى التعاطي بعد انتهاء الانسحاب. (Lin, S. and Tsai p.411-426).

اضطراب ادمان التواصل اضطراب سلوكي مفترض يتعلّق بضرورة (CAD) التواصل المستمر مع الآخرين حتى في حالة عدم وجود ضرورة عملية لمثل هذا التواصل. ثم ربط اضطراب ادمان التواصل بالإدمان على الانترنت يصبح المستخدمون مدمنين على العناصر الاجتماعية للأنترنت مثل الفيس بوك واليوتيوب، يصبح المستخدمون مدمنين على التواصل الفردي أو الجماعي في شكل دعم اجتماعي وترفيه. ومع ذلك فإن التدخل في هذه الأنشطة يمكن أن يؤدي إلى الصراع والشعور بالذنب يُطلق على هذا النوع من الإدمان استخدام الوسائل الاجتماعية الأشكالى (راشد، 2021، ص8).

ثانياً: أنواع الإدمان (Media Addiction)

- 1- ادمان الانترنت: هو حالة من انعدام السيطرة والاستخدام المفرط للموقع الالكتروني، يؤثر تأثيراً سلبياً على ممارسة الفرد الطبيعية لمهامه الحياتية بحيث تعرّفه نتيجة لذلك اضطرابات نفسية وسلوكية واجتماعية قد تتشابه مع غيرها من الاضطرابات التي تعرّف الشخص المدمن للعاقير والمواد المؤثرة نفسياً وسلوكياً. (المسعد، 2020، ص7). ادمان الانترنت يتسبّب بالمرضى للانترنت دون سبب منطقي أو موضوعي، دون ضرورة مهنية، وتفضيله على ما عاده من أنشطة أخرى لها أولوية بالنسبة للفرد، مما يؤثر سلباً على مختلف جوانب حياة الفرد ، مع ظهور اعراض اضطرابيه في حالة التوقف أو تقليل استخدام الانترنت. (عبد الوهاب، 2014، ص113).
- 2- ادمان موقع التواصل الاجتماعي: يعرف ادمان موقع التواصل الاجتماعي أنها الرغبة التي لا يمكن السيطرة عليها في تقليل استخدام موقع التواصل الاجتماعي والافراط في استخدام هذا العالم الافتراضي وعدم الشعور بهدر الوقت أمام هذه المواقع الاجتماعية مع تجاهل والاستغناء عن أداء أعمال أخرى في حياة الفرد. (تونس، 2016، ص24).
- 3- ادمان الألعاب الالكترونية التي تحتوي على تواصل اجتماعي: يعرف ادمان الألعاب الالكترونية التعاطي المفرط للمادة الالكترونية المتمثلة في الألعاب المتوفرة على هيئة الكترونية والتي تشمل العاب الحاسوب وألعاب الانترنت والعب الفيديو في الهواتف النقالة والعب الأجهزة الكافية المحمولة. فعلى الرغم من أهمية اللعب ودوره في تتميم الشخصية وتطويرها باعتباره أحد وسائل النمو الا أنه قد يكون في أحيان كثيرة مدمرأً كما هو الوضع في حال الإدمان على الألعاب الالكترونية فنجد الطفل والمرأه على حد سواء يتراجعون دراسياً واجتماعياً حيث يفتقدون لمهارات التواصل الطبيعي مكتفين بالاستغراق لساعات طويلة في لعبة الكترونية، ولعل الضرر يكون أكبر بكثير وخطورة محتوى اللعبة والتي من أبرز مواصفاتها خطورة هو العنف بشتى أنواعه (وزارة الأوقاف والشئون الإسلامية، ص4).
- 4- الواقع الإباحية: التي تعرض الصور الفاضحة فيق الشباب في هاوية الدخول إليها بدعوى الفضول ودافع الاستطلاع، ثم يقع في مصيدة الإدمان عليها، (حمودة، 2015، ص219) فإذاً ادمان الجنس هو عبارة عن استخدام قهري للشبكات بحثاً عن الجنس. (القاضي، 2020، ص120).
- 5- القمار على الانترنت: ان المقامرة عبر الانترنت شكلاً من السلوك الادمانى ويظهر المقامرون على الانترنت حاجة متزايدة للمقامرة أكثر للحصول على المزيد من المال ويميلون الى التقليل من خسائرهم والمبالغة في مكاسبهم المحتملة، مما يجعل من المقامرة على الانترنت أكثر جاذبية بالنسبة لهم. (السروجي، 2021، ص194).
- 6- التسوق القهري عبر الانترنت Compulsive online Sopping الحاجة الملحوظة لبعض مدمري الانترنت هي التسوق عبره وهناك المنتجات والخدمات في معظم الأحيان واسعة جداً ولا يمكن ربطها بنشاط معين للمستخدم. (السروجي، ص195).
- 7- الدرشة عبر الانترنت: سواء كان على شكل IRC أو القنوات Channels أو عن طريق المراسلات الفورية يسمح للزماء البقاء على اتصال دائم عن طريق وسيلة مريحة للغاية تعمل في حواسيبهم طول الوقت. ويجري تبادل الملفات سواء كانت تحتوي على الصوت، الصور أو أي نوع آخر من الملفات وتدعى العمل المشترك بين أعضاء الفريق. (عوادي و بلخير، 2011 ص19).

ثالثاً: اضرار الإدمان الرقمي

يؤكد الكاتب الأمريكي نيكولاوس كار أن استخدام الانترنت يقلل من القدرة على التفكير العميق الذي يؤدي إلى الابداع ، ويقول أيضاً ان الارتباطات الشعبية والاحباطات الزائدة تعني ان الدماغ يجب ان يعطي معظم اهتمامه للقرارات قصيرة المدى كما يقول ان توفر المعلومات على الشبكة العالمية على نطاق واسع وكبير وتأثير على الدماغ ويؤدي الذاكرة على المدى الطويل.(راشد، 2021، ص16) ، يعرفه قاموس أكسفورد oxford بأنه: نظام كهربائي للكلام مع شخص ما في مكان آخر من خلال استعمال جهاز معين. (حجاب، 2004 ص600) ، وقد يؤدي ادمان الانترنت الى الاضرار التالية :

- 1- تهديد الأمن المجتمعي.
- 2- التأثير على الهوية الوطنية المستمدّة من العادات والتقاليد.
- 3- الابتئاب.
- 4- تدهور إنتاجية الفرد.
- 5- مشكلات الصحة النفسية والبدنية.
- 6- القضاء على اللغة العربية من خلال انتشار الكلمات البديلة.
- 7- التعرض للجرائم الالكترونية مثل: التحرش الالكتروني والسب والقذف والقرصنة والاحتراف والنصب والاحتيال والتهديد والابتزاز وانتهاك الشخصية والتحرىض على الفسق وربما التهديد بالقتل. (المسعد، 2020، ص1).

مفهوم المضامين الإعلامية

المضامين الإعلامية: ويقصد بها كل المواد التي تقدمها وسائل الإعلام للجمهور (مقروءة، أو مسموعة، أو مرئية (أبو بكر، 2019، ص37).

المضامين الإعلامية ووظائفها المستحدثة

لا يختلف الباحثون في مجال الإعلام على أن العملية الإعلامية عملية اتصالية ديناميكية تشمل على مجموعة من العناصر التي تم تحديدها منذ أرسطو مروراً بابن خلدون وصولاً إلى نتائج الأبحاث المعاصرة، وقد لخص هارولد دوايت لاسوبل Harold Dwight Lasswell عملية الاتصال في الصيغة الشهيرة التي تحمل اسمه وتتضمن كل عناصر العملية الإعلامية؛ وهذه الصيغة مستتبطة من الأسئلة التالية: (من يقول؟ ماذ يقول؟ بأية وسيلة؟ إلى من؟ وبأي قصد أو تأثير؟) ويضاف إلى هذه الأسئلة الخمسة سؤال سادس وهو : ما راجع الصدى؟ ويرتبط مصطلح الإعلام بمصطلح أشمل ألا وهو الاتصال (Communication)، وقد اختلف المفكرون وأساتذة الإعلام في وضع تعريف محدد للإعلام، وذلك حسب المرجعية الفكرية لكل مفكر واتجاهاته الاجتماعية والثقافية والسياسية والاقتصادية، وبهذا اختلفت تعريفات الإعلام باختلاف توجهات الفائزين بها، وباختلاف الزاوية التي ينظر منها أصحابها إلى هذا العلم، فبعضهم ركز على معنى الإعلام وبعضهم أكد على الغاية المرجوة من وجود الإعلام، وفئة ثالثة وضحت أهمية الإعلام ووظائفه وأثره على الجمهور. إن المتتابع للمشهد الإعلامي يجد أن هناك تزايداً مستمراً في أدوار الإعلام وأثاره ووظائفه، فالليوم المشهد الإعلامي مختلف متعاظم الأدوار والوظائف، متعدد التأثير، عميق المفعول، واسع المدى، بحيث لا يمكن إغفاله أو تجاهله، والمضمون الإعلامي إذا ما أحسن إعداده وتقديمه وتوظيفه يمكن أن يساعد على تنشيط التفكير لدى الأفراد وتنمية الوعي الفلسفى والثقافى لديهم. لقد تعددت وظائف الإعلام وأدواره نشر الأخبار ونقل المعلومات، إلى وظائف أخرى بعضها إيجابي، ومنها : نشر الوعي الكفري والتثقيف والتعليم والتوجيه والتربية والتسلية، والبعض الآخر سلبي؛ مثل: الاعتراف التفافى والتضليل الفكرى وتزيف الوعي خاصه بعد التقدم التكنولوجى الهائل والثورة الإعلامية وانتشارها الواسع. والمضمون الإعلامي بهذه الأدوار السابقة يتجاوز مهمة نقل رسالة ما أخبار - معلومات - أفكار - آراء - اتجاهات إلى مهمة إضفاء معنى معين أو مغزى للمضمون ومشاركته للمستقبلين، سواء بطريقة شفهية مسموعة أو تحريرية مكتوبة أو مصورة مشاهدة. لذلك يجب التفرقة بين ما ينبغي أن يكون عليه الإعلام، وواقع الإعلام، فقد يكون الإعلام أحد وسائل تزويد الناس بالأخبار والمعلومات الصحيحة، ويفرق بين الحقائق والأراء السليمة وغير السليمة عند طرحها وبهدف إلى تحقيق المصلحة العامة، فيصبح عامل تنوير فلسفى وبناء وتنقيف وتشكيل للوعي المستثير ، فيرفع من المستوى العقلى والفكري للناس، ويهذب أخلاقهم وسلوكيهم، وقد يكون أحد وسائل الكذب والخداع والتزيف والتضليل وإثارة الغرائز، عندما يقدم الأخبار والمعلومات الكاذبة والأراء المغلوطة والحقائق الناقصة على أنها الحقيقة الكاملة، ويعتمد على تأجيج الصراعات والمشكلات، فيصبح أحد معابر هدم الوعي واستقرار المجتمع فيتدنى المستوى العقلي والفكري للناس، وتنتشر بينهم الخرافات والصراعات والسلوكيات غير المرغوبة. (عبد الخالق، 2020 ص 81، 80).

أبرز المضامين الإعلامية التي تجذب الشباب عبر الهواتف الذكية :

تعد منصات التواصل الاجتماعي مثل TikTok، Facebook، Instagram، YouTube من أبرز الوسائل الرقمية التي ينجذب من خلالها الشباب على استهلاك المحتوى الإعلامي عبر الهاتف الذكي. وتتيح هذه المنصات بيئة تفاعلية مشجعة على تداول أنماط محددة من المضامين، يأتي في مقدمتها المحتوى الترفيهي القصير والمحتوى الفكاهي والفيديوهات التعليمية والتثقيفية لما تنس به من سرعة الوصول، وسهولة التفاعل، وقدرة على الإشباع الفوري للحاجات النفسية والمعرفية لدى فئة الشباب ومن أبرز المضامين ما يلي:

- 1- المحتوى الترفيهي القصير يفضل الشباب مقاطع الفيديو السريعة وذات التأثير القوي مما يجعل منصات TikTok أو Reels مصدراً أساسياً لجذبهم ومقاطع الريلز هي ميزة انشأتها مؤسسة Meta كوسيلة للربح من خلالها على منصات التواصل الاجتماعي، وقد أتيحت للاستخدام من قبل مستخدمي أجهزة Android في أكثر من 150 بلد حول العالم كما توفر مؤسسة Meta إمكانية تعديل هذه المقاطع وإضافة مقطع موجود مسبقاً على جهاز الشخص المستخدم. (محمد، 2023، ص 543)
- 2- المحتوى الترفيهي والفكاهي ويعرف بالترويج وهو المضمون الإعلامي الذي يهدف إلى التفسيس عن الانفعال والتسلية والتخفيف من التوتر والهموم بالهاء المتنافي آلياً عن مشكلاته الشخصية واعطائه برهة يشعر فيها بالراحة والاسترخاء، والترويج لأحدى وظائف الإعلام الرئيسية المرتبطة ارتباطاً وثيقاً بالفن الرفيع. (رزوقي، 2021، ص 33)
- 3- الفيديوهات التعليمية والتثقيفية: تعد الفيديوهات عبر الانترنت احدى مصادر التعلم المهمة ومع دمج مميزات إضافية للفيديوهات مثل التفاعلية، زادت أهمية وجاذبية هذه الفيديوهات فمقاطع الفيديو التفاعلية من أكثر الأدوات تأثيراً في العملية الإعلامية والتعليمية. تأثيرات فيديوهات الانترنت على الشباب، دراسة وصفية تحليلية على عينة من فيديوهات الانترنت الصانعي المحتوى (فضل و محمد، 2022، ص 9).

والمحتوى الإلكتروني التفاعلي وهو نوع من المحتوى التعليمي الذي يستخدم التكنولوجيا لإشراك الطلاب بشكل فعال في عملية التعلم. يتميز هذا النوع من التعليم بقدرته على تحفيز التفاعل بين الطالب والمحتوى التعليمي، مما يجعل الطلاب مشاركين نشطين وليسوا مجرد متألقين سلبيين للمعلومات. المحتوى التفاعلي الإلكتروني.

اعراض ادمان الهاتف الذكي تشمل الانسحاب: الشعور بالقلق أو التوتر أو الانزعاج عندما يكون الهاتف الذكي متاحاً.

- السلوك القهري: الرغبة الشديدة في استخدام الهاتف الذكي حتى لو كان ذلك له عواقب سلبية.
- الانكماش: العودة إلى استخدام الهاتف الذكي بعد محاولة التوقف عنه.
- سوء التوافق النفسي والأكاديمي والوظيفي: التأثير السلبي على العلاقات الشخصية والأداء الأكاديمي أو الوظيفي: (رامز، 2023، ص، 190، 191)

التأثيرات المتحققة من المضامين الإعلامية عبر الهواتف الذكية لدى الشباب

- 1- الآثار النفسية: الفلق والاكتئاب، حيث يرتبط الاستخدام المفرط للمضامين الإعلامية للهواتف الذكية بزيادة مستويات الفلق والاكتئاب والتعرض للأخبار السلبية والمحتوى المثير للقلق على وسائل التواصل الاجتماعي إلى تفاقم هذه الاضطرابات. (رامز، 2023، ص192) حيث ان الدخول الى عالم وهمي بديل تقدمه شبكة الانترنت قد يسبب آثار نفسية هائلة، حيث يخاطر الواقع بالوهم (احمد ،2017،ص59) فقد وجد ان الإدمان على الهاتف الذكي والانترنت له تأثيرات على الجملة العصبية ، اذ يؤدي الى عدم الاتزان الانفعالي ، مما يؤدي الى ضعف ردود الأفعال ، وقد تحدث توترات عصبية بالافراز المفرط والمترافق لهرمون الكورتيزول (هرمون الاجهاد والتعب) وهرمون الادرنالين والنورادرينالين ، فيولد ذلك سرعان الغضب والعداونية وظهور اضطرابات نفسية وعقلية لدرجة ان بعض العلماء اطلقوا عليه اسم الهوس النفسي..
- 2- الآثار الاجتماعية: ضعف التفاعل الاجتماعي حيث يتراجع التفاعل الاجتماعي الحقيقي، اذ لم يعد الأشخاص يتقاعدون مع الأشخاص بالخارج لأنهم يميلون إلى قضاء المزيد من الوقت مع هواتف الذكية. يمكن للهواتف الذكية أن تشتت الانتباه، حيث تعلم التطبيقات المستخدم عندما تكون هناك رسائل وتحديثات وعروض أحدث وما إلى ذلك، وهذا له الأثر الذي يمكن أن يؤثر على الإنتاجية، فعند حضور هذه الأشعار سيد المرء نفسه متوجه إلى الاطلاع عليها. (فضل و محمد، 2014 ص 102-103)
- 3- الآثار السلوكية: تناول عدد من الدعاة والأكاديميين المخاطر التي يواجهها المجتمع تشمل على محظوظات شرعية ومفاسد أخلاقية جراء استخدام الأجيال الناشئة لوسائل الاتصال الاجتماعي بدون ضوابط وتوجيهه مما ينذر بعواقب وخيمة على الفرد والمجتمع ، وتهدم الأخلاق وتفكك البنية الأسرية ، وأكدا على ضرورة مراقبة الأسر لأبنائهم ، بل وتوجيههم الوجهة الصحيحة لكيفية الاستخدام للتقنية الحديثة. (ابو النور ،2022،ص824)
- 4- الآثار الصحية: ضعف الجهاز المناعي مما يجعل عرضه للكثير من الامراض ، فالجلوس الطويل امام الشاشة يؤدي الى آلام في الظهر والعمود الفقري ، كما يؤدي لرکود الدورة في الدموية مما يسبب حدوث جلطات دماغية وقلبية وضعف في أداء الأجهزة الحيوية بالجسم. ولعل أبرز أعراض الاستخدام المفرط للهاتف الذكي هو التشنجات الأصابع ، التهاب عضلاتها نتيجة الكتابة والتمرير ، ولعب الألعاب على الهاتف لمدة طويلة ، كما ان ذلك يؤدي للشعور بالتخدير والآلام في الأصابع وقد يؤدي الى آلام الرقبة نتيجة الانحناء لمدة طويلة على الهاتف و يؤدي أيضا الى متلازمة الرؤية التعود على قراءة الخط الصغير الموجود على شاشة الهاتف والنقل بين المئات من المنشورات امر خطير على رؤية العين ، حيث تؤدي القراءة لمدة طويلة عبر شاشة الهاتف الصغيرة الى آلام بالعينين ، وضعف الرؤية ، الدوران الذي يؤدي للشعور بالصداع كما ان التفكير المتواصل يرهق العقل ويوثر على مستويات الطاقة الإنتاجية للفرد . (فiroz و سيهام ، 2021، ص 56، 57)
- 5- الآثار الإيجابية: ان تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة قد غزت حياتنا اليومية مما أدى الى جعل هذه الحياة أكثر بساطة وسهولة فتأثيرها الإيجابية يمكن ، نلمسها في شتى القطاعات سواء الاقتصادية أو الثقافية أو السياسية، وقد ترك الهاتف الذكي أثره على سلوكيات الفرد وطبيعة علاقته مع الآخرين وخلق اهتمامات جديدة لدى مستخدميه تتعلق بال التقاط الصور ومقاطع الفيديو والموسيقى بالإضافة إلى التطبيقات كالفيسبوك والتويتر وخدمة تصفح المواقع على الانترنت، اسکاپ و غيرها من التطبيقات. (ابو النور،2022، ص827) التواصل هو أحد أبرز إيجابيات الهاتف المحمول، فالهاتف المحمول يجعل التواصل أسهل وارخص بكثير، ونظرًا لانخفاض سعر الهاتف المحمول أصبح الهاتف المحمول في متناول الكل ويوسع الكل الحصول على هاتف من أجل التواصل، حيث سهل الهاتف المحمول التواصل بمجرد النقر على الهاتف المحمول يمكن التواصل بالأصدقاء وبالعائلة وبالزماء سواء من خلال المكالمات الصوتية او مكالمات الفيديو او الرسائل النصية او المكالمات المسجلة وغيرها الكثير. (رمضاني،2025، ص3) الوصول الى المعلومات بسهولة في المدارس والجامعات .

نظريّة الاشباعات والاستخدامات: تعرف هذه النظرية بأنها "استراتيجية بحثية يمكن ان تمدنا ببناء أو هيكل لفرض متنوعة حول ظاهرة اتصالية معينة وهي ملائمة لاقتراحات الفروض المتعلقة بتوجيهات الجمهور التي تنشأ من أكثر نظرية سيكولوجية".

أهداف هذه النظرية:

- 1- تقوم بتقسيم اتصال الجمهور للوسائل الاتصالية بمختلف انواعها بهدف إشباع حاجاتهم وتقترض بان الجمهور نشط يختار وينتقي الوسيلة المناسبة التي تشبع حاجاته ودفافعه.

- 2- معرفة وبيان طبيعة التعرض لوسيلة معينة، والتفاعل الذي يحدث نتيجة المعرفة بالوسيلة.
- 3- التأكيد على نتيجة استخدام وسائل الاتصال بهدف الفهم العميق للعملية الاتصالية.
- 4- الكشف عن العلاقة المتبادلة بين دوافع الاستخدام وانماط التعرض والاشباعات التي تم تحقيقها.
- 5- التعرف على دور العوامل الوسيطة وأثرها في الاستخدامات والاشباعات.
- فروض نظرية الاستخدامات والاشباعات: تستند هذه النظرية الى مجموعة من الفرضيات وهي:
1. ان الجمهور مقاوم في عملية الاتصال، وان استخدامهم لوسائل الاعلام يحقق لهم اهداف تعبير عن دوافع نفسية وحاجات فردية.
 2. ان الارتباط بين رغبات الجمهور في إشباع حاجة معينة والاختيار من بين وسائل الاعلام لوسيلة محددة يرجع الى الجمهور نفسه، ويتأثر تحديد الوسيلة بالفرق الفردية للجمهور.
 - 3- تفترض النظرية بان الجمهور هو من يختار الوسيلة الإعلامية والمضمون الذي يشبع رغباته وحاجاته فالأفراد يستخدمون وسائل الاتصال، وليس هي من تستخدمهم.
 4. يستطيع الجمهور تحديد دوافعه واهتماماته والإشباعات التي تعود عليه من التعرض، وهو الذي يستطيع ان يغذي الباحثين بالصورة الفعلية لاستخدامه لوسائل الاعلام.
 5. النظرية افترضت بانه يمكن الاستدلال على المعايير الثقافية السائدة في المجتمع عن طريق استعمال الجمهور لوسائل الاتصال، وليس عن طريق محتوى الرسائل الاتصالية التي تقدمها الوسائل المختلفة.
 - 6- الجمهور النشط الى إكمال بنية احتياجاته عن طريق وسائل اتصال أخرى، مما يخلق حالة تنافسية بين مختلف الوسائل التقليدية والحديثة مثل الواقع الإلكتروني التي بانت تلبي معظم الاشباعات بالنسبة للكثير من المتلقين. (الحاجمي ، عمار، 2024،

(47)

إجراءات الدراسة:
ثبات وصدق الاستبيان:

يبين الجدول التالي صدق وثبات الاستبيان نتائج معامل الثبات الداخلي (Cronbach's Alpha) لمحاور الاستبيان وكذلك ثبات التجزئة النصفية (Split-Half)، وتم التحقق من الصدق من خلال نتائج الصدق الذاتي والاتساق الداخلي كما يلي:

جدول (1) يوضح ثبات الاستبيان

التجزئة النصفية (Split-Half)		قيمة ألفا	محاور الاستبيان
0.614	الجزء الأول	0.697	المضامين الإعلامية الأكثر استخداما وجاذبية
0.681	الجزء الثاني	0.785	الآثار النفسية والصحية لاستخدام المضامين الإعلامية
0.509	الارتباط بين الجزئين	0.710	الآثار السلوكية والاجتماعية لاستخدام المضامين الإعلامية
0.675	معامل جتمان	0.760	اجمالي الاستبيان

للتتحقق من ثبات الاستبيان استخدمت الباحثة معادلة ألفا كرونباخ (Alpha Cronbach)، وتبيّن من الجدول السابق ثبات فقرات محاور الاستبيان حيث كانت قيم معامل ألفا جميعها أكبر من (0.690، 0.785، 0.697، 0.710) لكل من (المضامين الإعلامية الأكثر استخداما وجاذبية، الآثار النفسية والصحية لاستخدام المضامين الإعلامية، الآثار السلوكية

والاجتماعية لاستخدام المضامين الإعلامية) على التوالي، وكانت قيمة ألفا لإجمالي الاستبيان (0.760) وهي قيم مقبولة تشير لثبات الاستبيان والاعتماد على نتائجه، ومن خلال نتائج ثبات التجزئة النصفية كان معامل الارتباط بين الجزئين (0.509) ومعامل جتمان (0.675) وجميعها قيم تشير لثبات الاستبيان.

جدول (2) يوضح صدق الاستبيان

الاتساق الداخلي	الصدق الذاتي	محاور الاستبيان
**0.693	0.835	المضامين الإعلامية الأكثر استخداماً وجاذبية
**0.699	0.886	الآثار النفسية والصحية لاستخدام المضامين الإعلامية
**0.705	0.843	الآثار السلوكية والاجتماعية لاستخدام المضامين الإعلامية
--	0.872	اجمالي الاستبيان

كما تبين من الجدول السابق أيضاً لنتائج صدق الاستبيان أن قيمة الصدق الذاتي مرتفعة بلغت القيمة (0.843، 0.886، 0.835)، لكل من (المضامين الإعلامية الأكثر استخداماً وجاذبية، الآثار النفسية والصحية لاستخدام المضامين الإعلامية، الآثار السلوكية والاجتماعية لاستخدام المضامين الإعلامية) على التوالي، وكانت قيمة الصدق الذاتي لإجمالي الاستبيان (0.872)، كما تبين من الجدول السابق أيضاً لنتائج صدق الاتساق الداخلي لمحاور الاستبيان وكانت قيمة معامل الارتباط جميعها دالة إحصائياً عند مستوى معنوية أقل من (0.05) وكانت القيمة (0.693، 0.699، 0.705) مما يؤكد على صدق الاتساق الداخلي للاستبيان. وقد تم فحص التوزيع الطبيعي لمتغيرات الاستبيان من خلال معاملات الإلتواء والتقطيع وتبيّن أن معاملات الإلتواء والتقطيع أقل من معامل الخطأ مما يشير للتوزيع الطبيعي لمتغيرات كما بالجدول التالي:

جدول (3) معاملات التقطيع والإلتواء لمتغيرات الاستبيان

Kurtosis		Skewness		متغيرات الاستبيان
SE	Statistic	SE	Statistic	
.276	-.597	.138	-.596	ما مدى متابعتك للمضامين الإعلامية عبر الهاتف الذكي؟
.276	-1.227	.138	-.348	ما معدل الوقت الذي تقضيه يومياً في استخدام الهاتف الذكي لمتابعة المضامين الإعلامية؟
.276	.737	.138	-1.434	كم يوماً في الأسبوع تستخدم الهاتف الذكي لمتابعة المضامين الإعلامية؟
.276	-1.157	.138	-.642	أشعر باضطرابات في النوم كلما استخدمت الهاتف الذكي ليلاً.
.276	-1.458	.138	-.412	أستخدمي المستمر للهاتف الذكي يسبب لي صداعاً متكرراً.
.276	-.862	.138	-.846	أشعر بتشتت ذهني أو ضعف في التركيز خلال اليوم كلما استخدمت الهاتف الذكي.
.276	-1.125	.138	-.721	الجلوس الطويل أثناء استخدام الهاتف أدى إلى ألم في الظهر.
.276	-.728	.138	-.883	الاحظ أن الاستخدام المتواصل للهاتف الذكي يرتبط باضطرابات نفسية مثل القلق والتوتر والارهاق.
.276	-.771	.138	-.909	أعاني من ضعف في النظر أو جفاف العين كلما حدق في الشاشة.
.276	-1.292	.138	-.611	أجد نفسي أهمل واجبائي اليومية بسبب انشغالى المفرط بالمحظى الإعلامي على الهاتف الذكي

.276	-1.396	.138	-.487	يسbib الاستخدام المفرط للهاتف الذكي تدهوراً في جودة العلاقات الاجتماعية، مما يؤدي إلى ضعف التفاعل الاجتماعي.
.276	-.591	.138	-.995	أجد نفسي استخدم الهاتف الذكي لفترات طويلة دون وعي مما يضعف قدرتي على التحكم في وقتي وتنظيم أنشطتي اليومية.
.276	1.086	.138	-1.535	الاحظ ان المعلومات المضللة المنتشرة عبر الهواتف تؤدي الى توتر او اضطراب في العلاقات الاجتماعية بين الناس.
.276	.586	.138	-1.429	أشعر برغبة ملحة في التحقق من الهاتف الذكي بشكل مستمر حتى بدون وجود اشعارات.
.276	.147	.138	-1.247	يسهم الاستخدام المفرط للهاتف الذكي في زيادة الانطواء والعزلة الاجتماعية.

أساليب التحليل الإحصائي:

تم تقييم البيانات والتحليل الإحصائي باستخدام الحاسوب الآلي من خلال برنامج الحزم الإحصائية للعلوم الاجتماعية SPSS V. 25 Statistical Package For Social Sciences وتم من خلاله تحليل البيانات باستخدام الاختبارات التالية:

- 1- اختبار الثبات من خلال معامل ألفا كرونباخ Alpha Cronbachs ومعامل جتمان لاختبار ثبات عبارات الاستبيان.
- 2- معامل جتمان الإحصاءات الوصفية للبيانات من خلال جدول البيانات في صورة جداول (النكرار والنسبة المئوية والوزن النسبي المئوي) لمتغيرات الاستبيان.
- 3- معاملات التقطيع والالتواء.
- 4- χ^2 لتوضيح الفروق بين عينة الدراسة.
- 5- معامل الارتباط بيرسون لحساب الاتساق الداخلي لعبارات الاستبيان وللحصول من صحة الفروض.
- 6- اختبار t-test للتحقق من صحة الفروض.
- 7- اختبار الأحادي التباين ANOVA للتحقق من صحة الفروض.

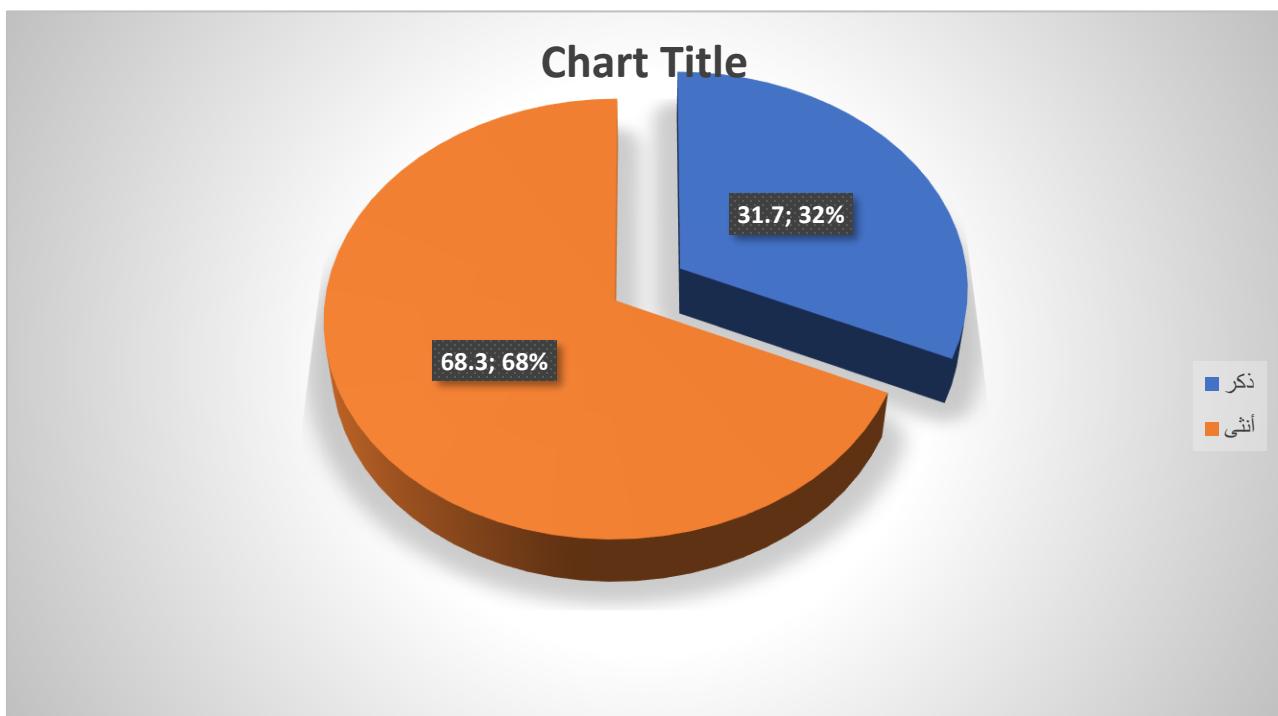
نتائج الدراسة الميدانية
أولاً: البيانات الديموغرافية لعينة الدراسة:

جدول (4) توزيع عينة الدراسة تبعاً لمتغير الجنس

الجنس	العدد	النسبة
ذكر	95	31.7
أنثى	205	68.3
الإجمالي	300	%100

$\chi^2 = 43.406$ دال عند مستوى أقل من 0.01 درجة الحرية = 1

تبين من الجدول السابق لوصف عينة الدراسة تبعاً لمتغير الجنس أن عدد الإناث من عينة الدراسة (205) مفردة بنسبة (68.3%) من إجمالي عينة الدراسة وهي النسبة الأعلى وعدد الذكور من عينة الدراسة (95) مفردة بنسبة (31.7%) من إجمالي عينة الدراسة، وكانت قيمة χ^2 (43.406) وهي قيمة دالة عند مستوى أقل من (0.01) مما يشير لوجود اختلاف بين أفراد العينة في متغير الجنس.



شكل (1) توزيع عينة الدراسة تبعاً لمتغير الجنس

جدول (5) توزيع عينة الدراسة تبعاً لمتغير العمر

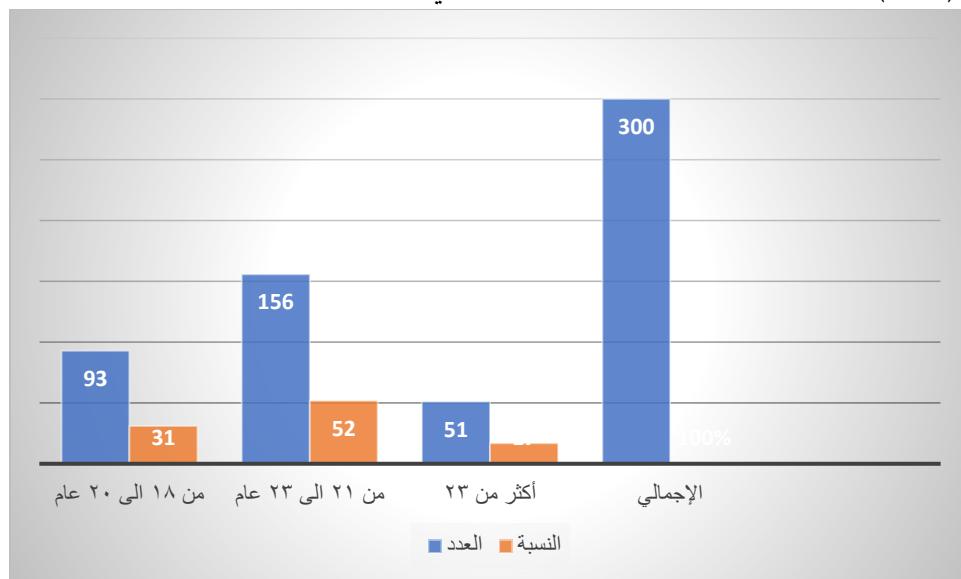
العمر	العدد	النسبة
من 18 الى 20 عام	93	31.0
من 21 الى 23 عام	156	52.0
أكثر من 23	51	17.0
الإجمالي	300	%100

دال عند مستوى أقل من 0.01

$\text{Ka}^2 = 58.497$

درجة الحرية = 2

يشير الجدول السابق لتوزيع عينة الدراسة تبعاً لمتغير العمر أن من أجاب (من 21 الى 23 عام) عدد (156) مفردة بنسبة (52.0%) وهي النسبة الأعلى، يليها من أجاب (من 18 الى 20 عام) عدد (93) مفردة بنسبة (31.0%)، وأخيراً عدد من هم (أكثر من 23) (51) مفردة بنسبة (17.0%) من إجمالي عينة الدراسة، وكانت قيمة Ka^2 (58.497) وهي قيمة دالة عند مستوى أقل من (0.01) مما يشير لوجود اختلاف بين أفراد العينة في متغير العمر.



شكل (2) توزيع عينة الدراسة تبعاً لمتغير العمر

جدول (6) توزيع عينة الدراسة تبعاً لمتغير المرحلة الدراسية

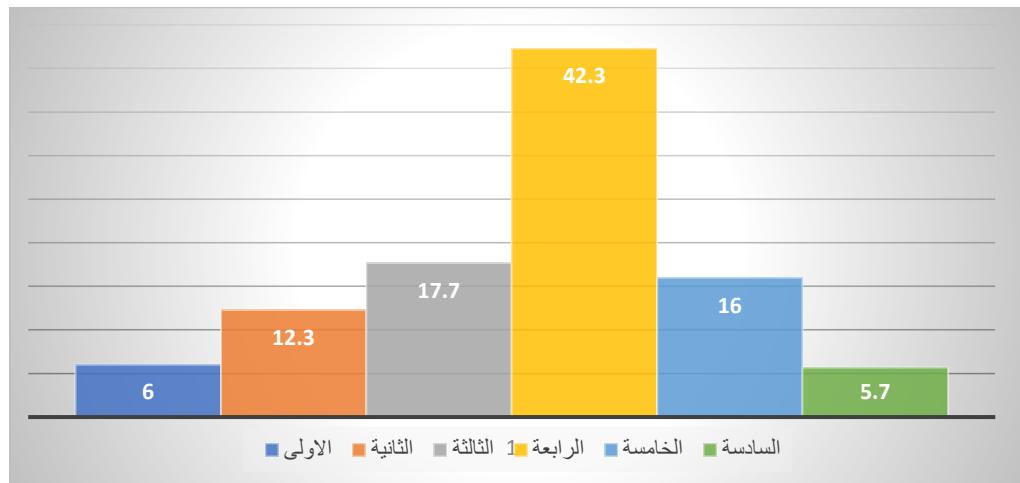
النسبة	العدد	المرحلة الدراسية
6.0	18	الأولى
12.3	37	الثانية
17.7	53	الثالثة
42.3	127	الرابعة
16.0	48	الخامسة
5.7	17	السادسة
%100	300	الإجمالي

درجة الحرية = 5

دال عند مستوى أقل من 0.01

$\chi^2 = 175.032$

يشير الجدول السابق لتوزيع عينة الدراسة تبعاً لمتغير المرحلة الدراسية أن من أجاب (الرابعة) عدد (127) مفردة بنسبة (42.3%) وهي النسبة الأعلى، يليها من أجاب (الثالثة) عدد (53) مفردة بنسبة (17.7%)، ثم من أجاب (الخامسة) عدد (48) مفردة بنسبة (16.0%)، ومن أجاب (الثانية) عدد (37) مفردة بنسبة (12.3%)، بينما من أجاب (الأولى) عدد (18) مفردة بنسبة (5.7%)، وأخيراً عدد من هم (السادسة) (17) مفردة بنسبة (6.0%) من إجمالي عينة الدراسة، وكانت قيمة $\chi^2 = 175.032$ وهي قيمة دالة عند مستوى أقل من (0.01) مما يشير لوجود اختلاف بين أفراد العينة في متغير المرحلة الدراسية.



شكل (3) توزيع عينة الدراسة تبعاً لمتغير المرحلة الدراسية

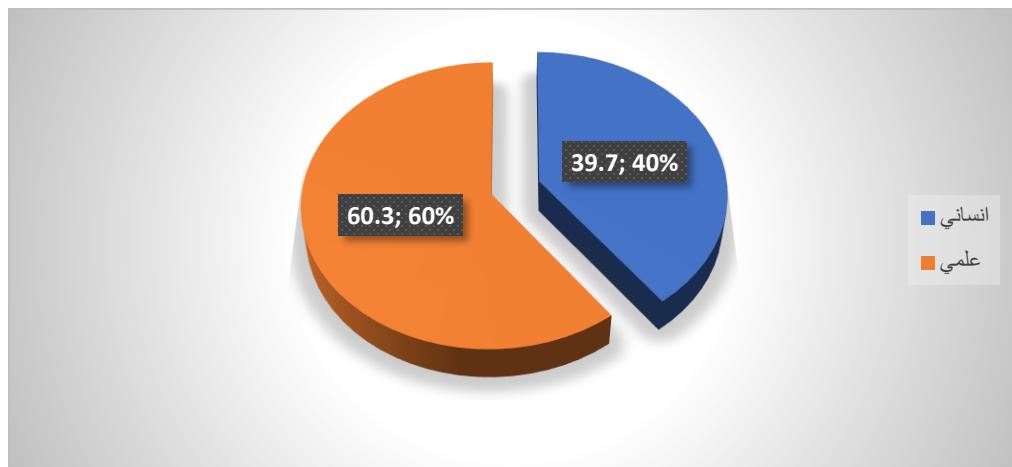
جدول (7) توزيع عينة الدراسة تبعاً لمتغير التخصص

النسبة	العدد	التخصص
39.7	119	انساني
60.3	181	علمي
%100	300	الإجمالي

دال عند مستوى أقل من $0.01 = 13.213$ كا²

درجة الحرية = 1

تبين من الجدول السابق لوصف عينة الدراسة لمتغير التخصص أن النسبة الأعلى كانت (علمي) بـ(181) مفردة بنسبة (60.3%)، وعدد (انساني) (119) مفردة بنسبة (39.7%) من إجمالي عينة الدراسة، وكانت قيمة كا² (13.213) وهي قيمة دالة عند مستوى أقل من (0.01) مما يشير لوجود اختلاف بين أفراد العينة في متغير التخصص.



شكل (4) توزيع عينة الدراسة تبعاً لمتغير التخصص

نتائج المضامين الإعلامية الأكثر استخداماً وجاذبية:

جدول (8) توزيع عينة الدراسة تبعاً لمدى متابعة المضامين الإعلامية عبر الهواتف الذكية

الدالة المعنوية	الوزن النسبي المئوي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	النسبة	العدد	مدى المتابعة
0.001>	80.56	0.64	2.42	8.0	24	نادراً
				42.3	127	أحياناً
				49.7	149	دائماً
				%100	300	الإجمالي

يشير الجدول السابق لتوزيع عينة الدراسة تبعاً لمدى متابعة المضامين الإعلامية عبر الهاتف الذكي، وجاءت بمتوسط حسابي (2.42) وزن نسبي مئوي (80.56)، وأجبت العينة بالإجابة (دائماً) بعدد (149) مفردة بنسبة (49.7%) وهي النسبة

الأكبر، يليها من أجاب (أحياناً) بعدد (127) مفردة بنسبة (43.3%)، وأخيراً (نادراً) بعدد (24) مفردة بنسبة (8.0%) من إجمالي عينة الدراسة.

جدول (9) توزيع عينة الدراسة تبعاً لأنواع المضامين الإعلامية التي تتبع غالباً عبر الهاتف الذكي

الترتيب	النسبة	العدد	الأنواع
1	25.97	235	ترفيهية
2	24.97	226	تعليمية وثقافية
3	15.58	141	دينية
4	13.70	124	إخبارية
5	8.07	73	رياضية
6	7.62	69	سياسية
7	4.09	37	اقتصادية
--	%100	905	الإجمالي

يشير الجدول السابق لتوزيع عينة الدراسة تبعاً لأنواع المضامين الإعلامية التي تتبع غالباً عبر الهاتف الذكي أن أعلى نسبة كانت (ترفيهية) بعدد (235) مفردة بنسبة (25.97%)، يليها (تعليمية وثقافية) (226) مفردة بنسبة (24.97%)، ثم (دينية) (141) مفردة بنسبة (15.58%)، يليها (إخبارية) (124) مفردة بنسبة (13.7%)، ثم (رياضية) (73) مفردة بنسبة (8.07%)، يليها (سياسية) (69) مفردة بنسبة (7.62%)، وأخيراً (اقتصادية) بعدد (37) مفردة بنسبة (4.09%) من إجمالي مجموع الاجابات.

جدول (10) توزيع عينة الدراسة تبعاً للمنصات أو التطبيقات المفضل استخدامها يومياً

الترتيب	النسبة	العدد	المنصات والتطبيقات
1	29.27	240	انستكرام
2	20.12	165	تليرام
3	16.83	138	يوتيوب
4	13.41	110	تيك توك
5	9.27	76	واتس اب
6	6.83	56	فيسبوك
7	2.44	20	تويتر
8	1.83	15	سناب جات
--	%100	820	الإجمالي

يشير الجدول السابق لتوزيع عينة الدراسة تبعاً للمنصات أو التطبيقات المفضل استخدامها يومياً أن أعلى نسبة كانت (انستكرام)

بعد (240) مفردة بنسبة (29.27%)، يليها (تليكرام) (165) مفردة بنسبة (20.12%)، ثم (يوتيوب) (138) مفردة بنسبة (16.83%)، يليها (تيك توك) (110) مفردة بنسبة (13.41%)، ثم (واتس اب) (76) مفردة بنسبة (9.27%)، يليها (فيسبوك) (56) مفردة بنسبة (6.83%)، يليها (تويتر) (20) مفردة بنسبة (2.44%)، وأخيراً (سناب جات) بعد (15) مفردة بنسبة (2.44%) من إجمالي مجموع الاجابات.

جدول (11) توزيع عينة الدراسة تبعاً لمعدل الوقت الذي تقضيه يومياً في استخدام الهاتف الذكي لمتابعة المضامين الإعلامية

النسبة	العدد	معدل الوقت
5.3	16	أقل من ساعة
20.0	60	3-1 ساعات
20.7	62	6-4 ساعات
15.0	45	أكثر من 6 ساعات
39.0	117	لا يوجد وقت محدد
%100	300	الإجمالي

يشير الجدول السابق لتوزيع عينة الدراسة تبعاً لمعدل الوقت الذي تقضيه يومياً في استخدام الهاتف الذكي لمتابعة المضامين الإعلامية أن معظم إجابة عينة الدراسة (لا يوجد وقت محدد) بعد (117) مفردة بنسبة (39.0%) وهي النسبة الأعلى، يليها عدد من أجاب (6-4 ساعات) (62) مفردة بنسبة (20.7%)، ثم عدد من أجاب (3-1 ساعات) (60) مفردة بنسبة (20.0%)، وعدد من أجاب (أكثر من 6 ساعات) (45) مفردة بنسبة (15.0%)، وأخيراً عدد من أجاب (أقل من ساعة) (16) مفردة بنسبة (5.3%) من إجمالي عينة الدراسة.

جدول (12) توزيع عينة الدراسة تبعاً لمعدل الاستخدام اليومي في الأسبوع للهاتف الذكي لمتابعة المضامين الإعلامية

النسبة	العدد	معدل الاستخدام
5.7	17	يوم واحد في الأسبوع او اقل
6.3	19	يومان في الأسبوع
11.7	35	من 3 الى 4 أيام في الأسبوع
7.7	23	من 5 الى 6 أيام في الأسبوع
68.7	206	يومياً (7 أيام في الأسبوع)
%100	300	الإجمالي

يشير الجدول السابق لتوزيع عينة الدراسة تبعاً لمعدل الاستخدام اليومي في الأسبوع للهاتف الذكي لمتابعة المضامين الإعلامية أن معظم إجابة عينة الدراسة (يومياً 7 أيام في الأسبوع) بعد (206) مفردة بنسبة (68.7%) وهي النسبة الأعلى، يليها عدد

من أجاب (من 3 الى 4 أيام في الأسبوع) (35) مفردة بنسبة (11.7%)، ثم عدد من أجاب (من 5 الى 6 أيام في الأسبوع) (23) مفردة بنسبة (7.7%)، وعدد من أجاب (يومان في الأسبوع) (19) مفردة بنسبة (6.3%)، وأخيراً عدد من أجاب (يوم واحد في الأسبوع او اقل) (17) مفردة بنسبة (5.7%) من إجمالي عينة الدراسة.

نتائج الآثار النفسية والصحية لاستخدام المضامين الإعلامية:

جدول (13) يوضح الآثار النفسية والصحية لاستخدام المضامين الإعلامية

الترتيب	الوزن النسبي المئوي	الاتحراف المعياري	المتوسط الحسابي	لا أوقاف		محايد		أوقاف		العبارات
				%	العدد	%	العدد	%	العدد	
5	77.33	0.80	2.32	21.3	64	25.3	76	53.3	160	أشعر باضطرابات في النوم كلما استخدمت الهاتف الذكي ليلا
6	73.44	0.84	2.20	27	81	25.7	77	47.3	142	استخدامي المستمر للهاتف الذكي يسبب لي صداعاً متكرراً
3	80.11	0.78	2.40	18.3	55	23	69	58.7	176	أشعر بتشتت ذهني أو ضعف في التركيز خلال اليوم كلما استخدمت الهاتف الذكي
4	78.00	0.82	2.34	22.7	68	20.7	62	56.7	170	الجلوس الطويل أثناء استخدام الهاتف أدى إلى آلام في الظهر
2	80.44	0.77	2.41	17.3	52	24	72	58.7	176	الاحظ أن الاستخدام المتواصل للهاتف الذكي يرتبط باضطرابات نفسية مثل القلق والتوتر والارهاق
1	80.78	0.79	2.42	19	57	19.7	59	61.3	184	أعاني من ضعف في النظر أو جفاف العين كلما حدق في الشاشة
				الآثار النفسية والصحية لاستخدام المضامين الإعلامية						
				تبين من الجدول السابق لوصف إجابة عينة الدراسة التالي:						
<p>- أشعر باضطرابات في النوم كلما استخدمت الهاتف الذكي ليلا: جاءت في الترتيب الخامس بمتوسط حسابي (2.32) وزن نسبي مئوي (77.33%)، وكان من أجاب (أوقاف) عدد (160) مفردة بنسبة (53.3%) من إجمالي عينة الدراسة، بينما من أجاب (محايد) عدد (76) مفردة بنسبة (25.3%) من إجمالي عينة الدراسة، وأخيراً عدد من أجاب (لا أوقاف) عدد (64) مفردة بنسبة (21.3%) من إجمالي عينة الدراسة.</p> <p>- استخدامي المستمر للهاتف الذكي يسبب لي صداعاً متكررا: جاءت في الترتيب السادس بمتوسط حسابي (2.20) وزن</p>										

تبين من الجدول السابق لوصف إجابة عينة الدراسة التالي:

- أشعر باضطرابات في النوم كلما استخدمت الهاتف الذكي ليلا: جاءت في الترتيب الخامس بمتوسط حسابي (2.32) وزن نسبي مئوي (77.33%)، وكان من أجاب (أوقاف) عدد (160) مفردة بنسبة (53.3%) من إجمالي عينة الدراسة، بينما من أجاب (محايد) عدد (76) مفردة بنسبة (25.3%) من إجمالي عينة الدراسة، وأخيراً عدد من أجاب (لا أوقاف) عدد (64) مفردة بنسبة (21.3%) من إجمالي عينة الدراسة.

- استخدامي المستمر للهاتف الذكي يسبب لي صداعاً متكررا: جاءت في الترتيب السادس بمتوسط حسابي (2.20) وزن

نسبة مئوي (47.3%)، وكان من أجاب (أوافق) عدد (142) مفردة بنسبة (47.3%) من إجمالي عينة الدراسة، بينما من أجاب (محايد) عدد (77) مفردة بنسبة (25.7%) من إجمالي عينة الدراسة، وأخيراً عدد من أجاب (لا أوافق) عدد (81) مفردة بنسبة (27%) من إجمالي عينة الدراسة.

- أشعر بتشتت ذهني أو ضعف في التركيز خلال اليوم كلما استخدمت الهاتف الذكي: جاءت في الترتيب الثالث بمتوسط حسابي (2.40) وزن نسيبي مئوي (80.11%)، وكان من أجاب (أوافق) عدد (176) مفردة بنسبة (58.7%) من إجمالي عينة الدراسة، بينما من أجاب (محايد) عدد (69) مفردة بنسبة (23%) من إجمالي عينة الدراسة، وأخيراً عدد من أجاب (لا أوافق) عدد (55) مفردة بنسبة (18.3%) من إجمالي عينة الدراسة.

- الجلوس الطويل أثناء استخدام الهاتف أدى إلى الآم في الظهر: جاءت في الترتيب الرابع بمتوسط حسابي (2.34) وزن نسيبي مئوي (87.0%)، وكان من أجاب (أوافق) عدد (170) مفردة بنسبة (56.7%) من إجمالي عينة الدراسة، بينما من أجاب (محايد) عدد (62) مفردة بنسبة (20.7%) من إجمالي عينة الدراسة، وأخيراً عدد من أجاب (لا أوافق) عدد (68) مفردة بنسبة (22.7%) من إجمالي عينة الدراسة.

- الاحظ أن الاستخدام المتواصل للهاتف الذكي يرتبط باضطرابات نفسية مثل القلق والتوتر والارهاق: جاءت في الترتيب الثاني بمتوسط حسابي (2.41) وزن نسيبي مئوي (80.44%)، وكان من أجاب (أوافق) عدد (176) مفردة بنسبة (58.7%) من إجمالي عينة الدراسة، بينما من أجاب (محايد) عدد (72) مفردة بنسبة (24%) من إجمالي عينة الدراسة، وأخيراً عدد من أجاب (لا أوافق) عدد (52) مفردة بنسبة (17.3%) من إجمالي عينة الدراسة.

- أعني من ضعف في النظر أو جفاف العين كلما حدث في الشاشة: جاءت في الترتيب الاول بمتوسط حسابي (2.42) وزن نسيبي مئوي (80.78%)، وكان من أجاب (أوافق) عدد (184) مفردة بنسبة (61.3%) من إجمالي عينة الدراسة، بينما من أجاب (محايد) عدد (59) مفردة بنسبة (19.7%) من إجمالي عينة الدراسة، وأخيراً عدد من أجاب (لا أوافق) عدد (57) مفردة بنسبة (19%) من إجمالي عينة الدراسة.

- إجمالي المقياس: وافقت عينة الدراسة على إجمالي المقياس بوزن نسيبي مئوي (78.41%)، حيث كان الوسط الحسابي (2.35) والانحراف المعياري (0.56).

نتائج الآثار السلوكية والاجتماعية لاستخدام المضامين الإعلامية.

جدول (14) يوضح الآثار السلوكية والاجتماعية لاستخدام المضامين الإعلامية

الترتيب	الوزن النسيبي المئوي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	لا أوافق		محايد		أوافق		العبارات
				%	العدد	%	العدد	%	العدد	
5	76.89	0.83	2.31	24	72	21.3	64	54.7	164	أجد نفسي أهمل واجبتي اليومية بسبب انشغالني المفرط بالمحظى الإعلامي على الهاتف الذكي

الترتيب	الوزن النسبي المئوي	الاتحراف المعياري	المتوسط الحسابي	لا أوفق		محايد		أوفق		العبارات	
				%	العدد	%	العدد	%	العدد		
6	74.67	0.84	2.24	26	78	24	72	50	150	يسbib الاستخدام المفرط للهاتف الذكي تدهوراً في جودة العلاقات الاجتماعية، مما يؤدي إلى ضعف التفاعل الاجتماعي	
4	81.89	0.77	2.46	17	51	20.3	61	62.7	188	أجد نفسي استخدم الهاتف الذكي لفترات طويلة دون وعي مما يضعف قررت على التحكم في وقتi وتنظيم أنشطتي اليومية.	
1	87.67	0.64	2.63	9	27	19	57	72	216	الاحظ ان المعلومات المضللة المنتشرة عبر الهواتف تؤدي الى توثر او اضطراب في العلاقات الاجتماعية بين الناس.	
2	86.67	0.68	2.60	11.3	34	17.3	52	71.3	214	أشعر برغبة ملحة في التحقق من الهاتف الذكي بشكل مستمر حتى بدون وجود اشعارات	
3	84.67	0.70	2.54	12.3	37	21.3	64	66.3	199	يسهم الاستخدام المفرط للهاتف الذكي في زيادة الانطواء والعزلة الاجتماعية	
	82.08	0.48	2.46	الأثار السلوكية والاجتماعية لاستخدام المضامين الإعلامية							

تبين من الجدول السابق لوصف إجابة عينة الدراسة التالي:

- أجد نفسي أهمل واجباتي اليومية بسبب انشغالى المفرط بالمحظى الإعلامي على الهاتف الذكي: جاءت في الترتيب الخامس بمتوسط حسابي (2.31) وزن نسبي مئوي (76.89)، وكان من أجاب (أوفق) عدد (164) مفردة بنسبة (54.7) من إجمالي عينة الدراسة، بينما من أجاب (محايد) عدد (64) مفردة بنسبة (21.3) من إجمالي عينة الدراسة، وأخيراً عدد من أجاب (لا أوفق) عدد (72) مفردة بنسبة (24) من إجمالي عينة الدراسة.

- يسبib الاستخدام المفرط للهاتف الذكي تدهوراً في جودة العلاقات الاجتماعية، مما يؤدي إلى ضعف التفاعل الاجتماعي: جاءت في الترتيب السادس بمتوسط حسابي (2.24) وزن نسبي مئوي (74.67)، وكان من أجاب (أوفق) عدد (150) مفردة بنسبة (50) من إجمالي عينة الدراسة، بينما من أجاب (محايد) عدد (72) مفردة بنسبة (24) من إجمالي عينة الدراسة، وأخيراً عدد من أجاب (لا أوفق) عدد (78) مفردة بنسبة (26) من إجمالي عينة الدراسة.

- أجد نفسي استخدم الهاتف الذكي لفترات طويلة دون وعي مما يضعف قررت على التحكم في وقتi وتنظيم

أنشطتي اليومية: جاءت في الترتيب الرابع بمتوسط حسابي (2.46) وزن نسيبي مئوي (81.89)، وكان من أجاب (أوافق) عدد (188) مفردة بنسبة (62.7%) من إجمالي عينة الدراسة، بينما من أجاب (محايد) عدد (61) مفردة بنسبة (20.3%)

من إجمالي عينة الدراسة، وأخيراً عدد من أجاب (لا أوافق) عدد (51) مفردة بنسبة (17%) من إجمالي عينة الدراسة.

- **الاحظ ان المعلومات المضللة المنتشرة عبر الهواتف تؤدي الى توتر أو اضطراب في العلاقات الاجتماعية بين**

الناس: جاءت في الترتيب الاول بمتوسط حسابي (2.63) وزن نسيبي مئوي (87.67)، وكان من أجاب (أوافق) عدد (216) مفردة بنسبة (72%) من إجمالي عينة الدراسة، بينما من أجاب (محايد) عدد (57) مفردة بنسبة (19%) من إجمالي عينة الدراسة، وأخيراً عدد من أجاب (لا أوافق) عدد (27) مفردة بنسبة (9%) من إجمالي عينة الدراسة.

- **أشعر برغبة ملحة في التحقق من الهاتف الذكي بشكل مستمر حتى بدون وجود اشعارات:** جاءت في الترتيب الثاني بمتوسط حسابي (2.60) وزن نسيبي مئوي (86.67)، وكان من أجاب (أوافق) عدد (214) مفردة بنسبة (71.3%) من إجمالي عينة الدراسة، بينما من أجاب (محايد) عدد (52) مفردة بنسبة (17.3%) من إجمالي عينة الدراسة، وأخيراً عدد من أجاب (لا أوافق) عدد (34) مفردة بنسبة (11.3%) من إجمالي عينة الدراسة.

- **يسهم الاستخدام المفرط للهاتف الذكي في زيادة الانطواء والعزلة الاجتماعية:** جاءت في الترتيب الثالث بمتوسط حسابي (2.54) وزن نسيبي مئوي (84.67)، وكان من أجاب (أوافق) عدد (199) مفردة بنسبة (66.3%) من إجمالي عينة الدراسة، بينما من أجاب (محايد) عدد (64) مفردة بنسبة (21.3%) من إجمالي عينة الدراسة، وأخيراً عدد من أجاب (لا أوافق) عدد (37) مفردة بنسبة (12.3%) من إجمالي عينة الدراسة.

- **إجمالي المقياس:** وافقت عينة الدراسة على إجمالي المقياس بوزن نسيبي مئوي (82.08)، حيث كان الوسط الحسابي (2.46) والانحراف المعياري (0.48).

التحقق من صحة فروض الدراسة:

الفرض الاول: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة احصائية بين إدمان الشباب للمضامين الإعلامية عبر الهواتف الذكية والتأثيرات النفسية والصحية.

جدول (15) يوضح العلاقة الارتباطية بين إدمان الشباب للمضامين الإعلامية عبر الهواتف الذكية والتأثيرات النفسية والصحية

وتأثيرات النفسية والصحية		المتغيرات	
اتجاه العلاقة	الدلالة المعنوية	معامل الارتباط	إدمان الشباب للمضامين الإعلامية عبر الهواتف الذكية
طردية	0.001 >	0.510	

يوضح الجدول السابق العلاقة الارتباطية بين إدمان الشباب للمضامين الإعلامية عبر الهاتف الذكية والتأثيرات النفسية والصحية وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية أقل من (0.05) بين إدمان الشباب للمضامين الإعلامية عبر الهاتف الذكية والتأثيرات النفسية والصحية حيث بلغت قيمة معامل الارتباط (0.510) وهي قيمة دالة إحصائياً، مما يشير إلى أن هناك تنبؤ بتأثير معنوي عند مستوى (0.01) لإدمان الشباب للمضامين الإعلامية عبر الهاتف الذكية على التأثيرات النفسية والصحية بنسبة (26.0%).

ما سبق يثبت صحة الفرض الاول: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة احصائية بين إدمان الشباب للمضامين الإعلامية عبر الهواتف الذكية والتأثيرات النفسية والصحية.

الفرض الثاني: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة احصائية بين إدمان الشباب للمضامين الإعلامية عبر الهواتف الذكية والتأثيرات السلوكية والاجتماعية.

جدول (16) يوضح العلاقة الارتباطية بين إدمان الشباب للمضامين الإعلامية عبر الهواتف الذكية والتأثيرات السلوكية والاجتماعية

التأثيرات السلوكية والاجتماعية			المتغيرات
معامل الارتباط	الدلالة المعنوية	اتجاه العلاقة	
طردية	0.01	0.148	إدمان الشباب للمضامين الإعلامية عبر الهواتف الذكية

يوضح الجدول السابق العلاقة الارتباطية بين إدمان الشباب للمضامين الإعلامية عبر الهواتف الذكية والتأثيرات السلوكية والاجتماعية وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية (0.01) بين إدمان الشباب للمضامين الإعلامية عبر الهواتف الذكية والتأثيرات السلوكية والاجتماعية حيث بلغت قيمة معامل الارتباط (0.148) وهي قيمة دالة إحصائياً، مما يشير إلى أن هناك تأثير معنوي عند مستوى (0.01) لإدمان الشباب للمضامين الإعلامية عبر الهواتف الذكية على التأثيرات السلوكية والاجتماعية بنسبة (2.2%).

مما سبق ثبت صحة الفرض الثاني: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين إدمان الشباب للمضامين الإعلامية عبر الهواتف الذكية والتأثيرات السلوكية والاجتماعية.

الفرض الثالث: توجد فروق ذات دلالة إحصائية لكل من مستوى الإدمان السلوكي الإعلامي والآثار النفسية والصحية السلوكية والاجتماعية لاستخدام المضامين الإعلامية تبعاً لاختلاف المتغيرات الديمغرافية (الجنس، العمر، التخصص الأكاديمي، المرحلة الدراسية).

جدول (17) يوضح اختبار T-test لبيان الفروق بين عينة الدراسة لكل من مستوى الإدمان السلوكي الإعلامي والآثار النفسية والصحية السلوكية والاجتماعية لاستخدام المضامين الإعلامية وفقاً لمتغير الجنس

الدلالة المعنوية	قيمة ت	الإنحراف المعياري	الوسط الحسابي	الجنس	المتغيرات
0.1	1.658	0.74	3.54	ذكور	مستوى الإدمان السلوكي الإعلامي
		0.73	3.39	إناث	
0.2	1.379	0.59	2.29	ذكور	الآثار النفسية والصحية لاستخدام المضامين الإعلامية
		0.54	2.38	إناث	
0.4	0.773	0.47	2.49	ذكور	الآثار السلوكية والاجتماعية لاستخدام المضامين الإعلامية
		0.48	2.45	إناث	

تبين من الجدول السابق لنتائج اختبار T-test لبيان الفروق بين عينة الدراسة لكل من مستوى الإدمان السلوكي الإعلامي والآثار النفسية والصحية السلوكية والاجتماعية لاستخدام المضامين الإعلامية وفقاً لمتغير الجنس عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية (0.05) بين متوسطات درجات عينة الدراسة وفقاً لمتغير النوع لكل من مستوى الإدمان السلوكي الإعلامي والآثار النفسية والصحية السلوكية والاجتماعية لاستخدام المضامين الإعلامية حيث بلغت قيم ت (1.658، 1.379، 0.773).

(0.773) وهي غير دالة إحصائية عند مستوى معنوية (0.05).

يوضح اختبار t-*test* لبيان الفروق بين عينة الدراسة لكل من مستوى الإدمان السلوكي الإعلامي والآثار النفسية والصحية السلوكية والاجتماعية لاستخدام المضامين الإعلامية وفقاً لمتغير التخصص

الدالة المعنوية	قيمة ت	الإنحراف المعياري	الوسط الحسابي	التخصص	المتغيرات
0.03	2.212	0.78	3.53	انساني	المضامين الإعلامية الأكثر استخداماً وجاذبية
		0.70	3.34	علمي	
0.004	2.866	0.57	2.47	انساني	الآثار النفسية والصحية لاستخدام المضامين الإعلامية
		0.53	2.28	علمي	
0.08	1.404	0.51	2.51	انساني	الآثار السلوكية والاجتماعية لاستخدام المضامين الإعلامية
		0.46	2.43	علمي	

تبين من الجدول السابق لنتائج اختبار t-*test* لبيان الفروق بين عينة الدراسة لكل من مستوى الإدمان السلوكي الإعلامي والآثار النفسية والصحية السلوكية والاجتماعية لاستخدام المضامين الإعلامية وفقاً لمتغير التخصص ما يلي:

- توجد فروق ذات دالة إحصائية عند مستوى معنوية (0.05) بين متوسطات درجات عينة الدراسة وفقاً لمتغير التخصص (انساني / علمي) للمضامين الإعلامية الأكثر استخداماً وجاذبية حيث بلغت قيمة ت (2.212) وهي قيمة أكبر من ت الجدولية (1.98) لصالح عينة انساني بمتوسط قدره (3.53) وهو الأعلى عن عينة (علمي) بمتوسط قدره (3.34).

- توجد فروق ذات دالة إحصائية عند مستوى معنوية (0.05) بين متوسطات درجات عينة الدراسة وفقاً لمتغير التخصص (انساني / علمي) للآثار النفسية والصحية لاستخدام المضامين الإعلامية حيث بلغت قيمة ت (2.866) وهي قيمة أكبر من ت الجدولية (1.98) لصالح عينة انساني بمتوسط قدره (2.47) وهو الأعلى عن عينة (علمي) بمتوسط قدره (2.28).

- بينما لا توجد فروق ذات دالة إحصائية عند مستوى معنوية (0.05) بين متوسطات درجات عينة الدراسة وفقاً لمتغير التخصص (انساني / علمي) للآثار السلوكية والاجتماعية لاستخدام المضامين الإعلامية حيث بلغت قيمة ت (1.404) وهي قيمة غير دالة إحصائية عند مستوى معنوية (0.05).

جدول (18) اختبار التباين أحادي الاتجاه ANOVA لبيان الفروق بين عينة الدراسة لكل من مستوى الإدمان السلوكي الإعلامي والآثار النفسية والصحية السلوكية والاجتماعية لاستخدام المضامين الإعلامية وفقاً لمتغير السنة الدراسية

الدالة المعنوية	قيمة ف	الإنحراف المعياري	الوسط الحسابي	السنة الدراسية	المتغيرات
0.005	3.422	0.55	4.02	الأولى	المضامين الإعلامية الأكثر استخداماً وجاذبية
		0.87	3.46	الثانية	
		0.82	3.47	الثالثة	
		0.67	3.39	الرابعة	
		0.67	3.23	الخامسة	
		0.80	3.26	السادسة	
		0.74	3.42	الإجمالي	
0.4	1.078	0.52	2.59	الأولى	الآثار النفسية والصحية لاستخدام المضامين الإعلامية
		0.56	2.40	الثانية	
		0.59	2.34	الثالثة	
		0.56	2.30	الرابعة	
		0.53	2.41	الخامسة	
		0.48	2.37	السادسة	
		0.55	2.36	الإجمالي	
0.3	1.183	0.49	2.62	الأولى	الآثار السلوكية والاجتماعية لاستخدام المضامين الإعلامية
		0.47	2.56	الثانية	
		0.49	2.41	الثالثة	
		0.46	2.47	الرابعة	
		0.52	2.41	الخامسة	
		0.39	2.36	السادسة	
		0.48	2.46	الإجمالي	

تبين من الجدول السابق لنتائج اختبار التباين بين عينة الدراسة لكل من مستوى الإدمان السلوكي الإعلامي والآثار النفسية والصحية السلوكية والاجتماعية لاستخدام المضامين الإعلامية وفقاً لمتغير السنة الدراسية ما يلي:

- توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية (0.05) بين متوسطات درجات عينة الدراسة وفقاً لمتغير السنة الدراسية للمضامين الإعلامية الأكثر استخداماً وجاذبية حيث بلغت قيمة ف (3.422) وهي قيمة دالة إحصائية عند مستوى معنوية (0.05) لصالح عينة الأولى بمتوسط قدره (4.02) وهو الأعلى متوسط عن باقي العينة.
- بينما لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية (0.05) بين متوسطات درجات عينة الدراسة وفقاً لمتغير السنة الدراسية لكل من الآثار النفسية والصحية والآثار السلوكية والاجتماعية لاستخدام المضامين الإعلامية حيث بلغت قيمة ف (1.183، 1.078) وهما قيمتان غير دالان إحصائياً عند مستوى معنوية (0.05).

جدول (19) يوضح اختبار التباين أحادي الاتجاه ANOVA لبيان الفروق بين عينة الدراسة لكل من مستوى الإدمان السلوكي الإعلامي والآثار النفسية والصحية السلوكية والاجتماعية لاستخدام المضامين الإعلامية وفقاً لمتغير العمر

الدالة المعنوية	قيمة ف	متوسط المربعات	درجة الحرية	مجموع المربعات	المتغيرات	
0.9	0.157	0.086	2	0.172	بين المجموعات	إجمالي الدوافع
		0.548	307	168.114	داخل المجموعات	
			309	168.286	الإجمالي	
0.2	1.489	0.454	2	0.908	بين المجموعات	مستوى الانتباه
		0.305	307	93.615	داخل المجموعات	
			309	94.523	الإجمالي	
0.99	0.009	0.002	2	0.004	بين المجموعات	واقعية المضامون
		0.229	307	70.426	داخل المجموعات	
			309	70.43	الإجمالي	

تبين من الجدول السابق لنتائج التباين بين لبيان الفروق بين عينة الدراسة لكل من مستوى الإدمان السلوكي الإعلامي والآثار النفسية والصحية السلوكية والاجتماعية لاستخدام المضامين الإعلامية وفقاً لمتغير العمر عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية (0.05) بين متوسطات درجات عينة الدراسة وفقاً لمتغير العمر لكل من مستوى الإدمان السلوكي الإعلامي والآثار النفسية والصحية السلوكية والاجتماعية لاستخدام المضامين الإعلامية حيث بلغت قيم ف (1.489، 0.157، 0.009) وهي غير دالة إحصائية عند مستوى معنوية (0.05).

مما سبق ثبت صحة الفرض الثالث جزئياً: توجد فروق ذات دلالة إحصائية لكل من مستوى الإدمان السلوكي الإعلامي تبعاً لاختلاف المتغيرات الديمغرافية (التخصص الأكاديمي، المرحلة الدراسية).

مما سبق ثبت صحة الفرض الثالث جزئياً: توجد فروق ذات دلالة إحصائية لكل من مستوى الإدمان السلوكي الإعلامي والآثار النفسية والصحية السلوكية والاجتماعية لاستخدام المضامين الإعلامية تبعاً لاختلاف المتغيرات الديمغرافية (التخصص الأكاديمي).

بينما لم يثبت صحة الفرض الثالث جزئياً: توجد فروق ذات دلالة إحصائية لكل من مستوى الإدمان السلوكي الإعلامي والآثار النفسية والصحية السلوكية والاجتماعية لاستخدام المضامين الإعلامية تبعاً لاختلاف المتغيرات الديمغرافية (الجنس، العمر).

بينما لم يثبت صحة الفرض الثالث جزئياً: توجد فروق ذات دلالة إحصائية لكل من مستوى الإدمان السلوكي الإعلامي والآثار السلوكية والاجتماعية لاستخدام المضامين الإعلامية تبعاً لاختلاف المتغيرات الديمغرافية (التخصص الأكاديمي، المرحلة الدراسية).

ملخص النتائج:

نتائج محور نمط المضامين الإعلامية الأكثر استخداما وجاذبية:

- 1-تبين من نتائج الدراسة لمدى متابعة المضامين الإعلامية عبر الهاتف الذكي، بوزن نسيي مئوي (80.56%) مما يشير لمتابعة مرتفعة.
- 2-كما تبين من نتائج أنواع المضامين الإعلامية التي تتبع غالباً عبر الهاتف الذكي أن أعلى نسبة كانت (ترفيهية) بنسبة (25.97%)، يليها (تعليمية وثقافية) بنسبة (24.97%)، ثم (دينية) بنسبة (15.58%)، يليها (أخبارية) بنسبة (13.7%)، ثم (رياضية) بنسبة (8.07%)، يليها (سياسية) بنسبة (7.62%)، وأخيراً (اقتصادية) بنسبة (4.09%) وذلك من وجهة نظر العينة.
- 3-وتبين أن المنصات أو التطبيقات المفضل استخدامها يومياً أن أعلى نسبة كانت (انستكرام) مفردة بنسبة (29.27%)، يليها (تليكرام) بنسبة (20.12%)، ثم (يوتيوب) بنسبة (16.83%)، يليها بنسبة (13.41%)، ثم (واتس اب) بنسبة (9.27%)، يليها (فيسبوك) بنسبة (6.83%)، يليها (تويتر) بنسبة (2.44%)، وأخيراً (سناب جات) مفردة بنسبة (2.44%).
- 4-كما تبين من خلال إجابات عينة الدراسة تبعاً لمعدل الوقت الذي تقضيه يومياً في استخدام الهاتف الذكي لمتابعة المضامين الإعلامية أن معظم إجابة عينة الدراسة (لا يوجد وقت محدد) بنسبة (39.0%) وهي النسبة الأعلى، يليها عدد من أجاب (4-6 ساعات) بنسبة (20.7%)، ثم (1-3 ساعات) بنسبة (20.0%)، ومن أجاب (أكثر من 6 ساعات) بنسبة (15.0%)، وأخيراً (أقل من ساعة) بنسبة (5.3%) من إجمالي عينة الدراسة.
- 5-كما تبين من خلال إجابات عينة الدراسة تبعاً لمعدل الاستخدام اليومي في الأسبوع للهاتف الذكي لمتابعة المضامين الإعلامية أن معظم إجابة عينة الدراسة (يومياً 7 أيام في الأسبوع) بنسبة (68.7%) وهي النسبة الأعلى، يليها (من 3 إلى 4 أيام في الأسبوع) بنسبة (11.7%)، ثم (من 5 إلى 6 أيام في الأسبوع) بنسبة (7.7%)، بينما (يومان في الأسبوع) بنسبة (6.3%)، وأخيراً (يوم واحد في الأسبوع أو أقل) بنسبة (5.7%).
- 6-تبين من خلال إجابات عينة الدراسة على عبارات الآثار النفسية والصحية لاستخدام المضامين الإعلامية موافقة العينة على المقياس بوزن نسيي مئوي (78.41%).
- 7-تبين من خلال إجابات عينة الدراسة على عبارات الآثار السلوكية والاجتماعية لاستخدام المضامين الإعلامية موافقة العينة على المقياس بوزن نسيي مئوي (82.08%).

نتائج التحقق من صحة فرض الدراسة:

- 8-ثبت صحة الفرض الأول: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة احصائية بين إدمان الشباب للمضامين الإعلامية عبر الهاتف الذكي والتأثيرات النفسية والصحية.

9- ثبت صحة الفرض الثاني: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين إدمان الشباب للمضامين الإعلامية عبر الهاتف الذكية والتأثيرات السلوكية والاجتماعية.

10- ثبت صحة الفرض الثالث: جزئياً: توجد فروق ذات دلالة إحصائية لكل من مستوى الإدمان السلوكي الإعلامي والآثار النفسية والصحية السلوكية والاجتماعية لاستخدام المضامين الإعلامية تبعاً لاختلاف المتغيرات الديمغرافية (الشخص الأكاديمي).

11- بينما لم يثبت صحة الفرض الثالث جزئياً: توجد فروق ذات دلالة إحصائية لكل من مستوى الإدمان السلوكي الإعلامي والآثار النفسية والصحية السلوكية والاجتماعية لاستخدام المضامين الإعلامية تبعاً لاختلاف المتغيرات الديمغرافية (الجنس، العمر،).

12- ولم يثبت صحة الفرض الثالث جزئياً: توجد فروق ذات دلالة إحصائية لكل من مستوى الإدمان السلوكي الإعلامي والآثار السلوكية والاجتماعية لاستخدام المضامين الإعلامية تبعاً لاختلاف المتغيرات الديمغرافية (الشخص الأكاديمي، المرحلة الدراسية).

النوصيات:

- 1- توصي الدراسة بتطوير وتنفيذ برامج تعليمية متكاملة تهدف إلى تمكين الطلبة من ممارسة الاستخدام الوعي للتقنيات الرقمية، وتعزيز قدراتهم على التفاعل الإعلامي الفعال والمسؤول.
- 2- توصي الدراسة بإعداد برامج توعية منهجية لتعزيز الهوية الوطنية والقيم الأخلاقية لدى الشباب، والحد من تأثيرات المحتوى الرقمي الضارة على سلوكياتهم وعاداتهم الاجتماعية.
- 3- توصي الدراسة بوضع استراتيجيات تعليمية وإرشادية لتعزيز ا
- 4- لوعي النفسي بمخاطر إدمان المحتوى الإعلامي عبر الهاتف الذكية، والحد من آثاره النفسية والصحية السلبية على الطلبة.

فهرس المراجع:

- 1- ابو النور، نسرين محمد صادق، (2022) الآثار السلبية لاستخدام الهاتف المحمول الذكية على العلاقات الاجتماعية والدينية (دراسة ميدانية)، مجلة كلية الآداب جامعة بور سعيد، العدد التاسع عشر.
- 2- أبو بكر، هنيةة قنديل، (2019) مضامين برامج الإعلام القاععالية ودورها في ترسیخ القيم الإنسانية البرامج الإذاعية أنموذجًا، مجلة الأستاذ للعلوم الإنسانية والاجتماعية، كلية المدينة الجامعية بعجمان، الامارات، المجلد (58) العدد (4).
- 3- بن هادية، علي، (2004)، القاموس الجديد للطلاب، تقديم محمود المسعودي، المؤسسة الوطنية للكتاب، الجزائر، ط 7، 1995م.
- 4- حجاب، محمد منير، المعجم الإعلامي، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة.
- 5- الحجامى ، عمار،(2024)،نظريات الاتصال، جامعة ذي قار، كلية الاعلام.
- 6- الدمرداش، عادل، (1982)، الإدمان مظاهره وعلاجه، سلسلة كتب ثقافية، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، الكويت.
- 7- راشد، اسلام عباس ، (2021)، مدن رقى.
- 8- رزوقى ، رياض ، (2021)، الاستخدامات الترفيهية في شبكات التواصل الاجتماعي دراسة ميدانية على عينة من مستخدمي الفيسبروك، أطروحة دكتوراه مقدمة الى كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية جامعة محمد خضرير بسكرة، الجزائر.
- 9- السروجي ، فاطمة نبيل محمد ، (2021)، ادمان الانترنت وعلاقته بالتوافق الاجتماعي لدى الشباب، مجلة بحوث المجلد، العدد الثالث، الجزء الأول.
- 10- سليمية، حمودة ، (2015) ، الإدمان على الانترنت: اضطراب العصر، مجلة الباحث العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة قاصدي مرباح ورقلة، الجزائر، العدد 21.
- 10- العجاجي، عمر موفق ، (2010)، الإدمان والانترنت، المنهل النشر .

- 11- عبد الخالق، سامح إبراهيم، (2020)، المضامين الإعلامية مدخل لتنمية الوعي الفلسفية والثقافي، المجلة الدولية للمناهج والتربيية والتكنولوجيا، العدد الأول .
- 12- عبد الوهاب، أمانى عبد المقصود، (2014) ، إدمان الانترنت وعلاقته ببعض المتغيرات النفسية لدى عينة من الشباب الجامعي، المجلة العلمية لكلية التربية النوعية، العدد الثاني، الجزء الثالث.
- 13- فيروز غادي؛ سيهام، فرحت، (2021) ، الاستخدام المفرط للهاتف الذكيه وتاثيرها على العلاقات الاجتماعية لدى المراهقين دراسة مسحية على عينة من المراهقين بولاية تيزى وزو، مذكرة تخرج لنيل شهادة الماجستير في علوم الاعلام والاتصال، جامعة مولود معمري تيزى وزو كلية العلوم الإنسانية الاجتماعية.
- 14- القاضي ، عدنان محمد عبده ، (2020)، المساندة الاجتماعية وعلاقتها بإدمان الانترنت لدى طلبة كلية التربية جامعة تعز، مجلة العلوم النفسية والتربية المجلد 6، العدد4.
- 15- محمد ، سعاد محمد بدير ، (2023)، استخدام الجمهور المصري لمقاطع الفيديو القصيرة (Reels) على موقع التواصل الاجتماعي والاشباعات المتحققة منها، المجلة المصرية لبحوث الاعلام ، العدد 84.
- 16- محمود، ضحى شمس الدين فضل؛ توم، مجنوب بخيت محمد، (2022)، تأثيرات فيديوهات الانترنت على الشباب: دراسة وصفية تحليلية على عينة من فيديوهات الانترنت لصناعي المحتوى، المجلة العربية للعلوم الإنسانية والاجتماعية العدد السادس عشر، الجزء الثاني.
- 17- مراد ، رمضانى ،(2025) ، الهاتف المحمولة الإيجابيات والسلبيات، دار العيون للنشر الالكتروني، الجزائر.
- 18- المسعد ، طلال إبراهيم ، (2020) ، الإدمان الالكتروني، المركز العربي للتأليف، الكويت ط.1.
- 19- نعيمه ، عوادي، كترة، بلخير، (2011)، اختصاصي المعلومات والإدمان على الانترنت دراسة ميدانية بالمكتبات المركزية لجامعة متنوري قسطنطينية.
- 20- وزارة الأوقاف والشئون الإسلامية، (2022) ، الإدمان الإلكتروني لشريحة المراهقين، مجلة التنمية الأسرية، الكويت.
- 21- يوسف ، محمود رامز ، (2023) ، ادمان الهاتف الذكيه وعلاقته بالقلق الاجتماعي والشعور بالوحدة النفسية لدى طلاب الجامعة، مجلة كلية التربية في العلوم النفسية، جامعة عين شمس، مصر العدد 47، الجزء الثالث.
- 22- يوسف، بسمة حسين ، (2016)، ادمان شبكات التواصل الاجتماعي وعلاقتها بالإضطرابات النفسية لدى طلبة الجامعة في محافظة غزة، رسالة ماجستير في علم النفس مقدمة الى كلية التربية - جامعة الازهر ، غزة .
- 23- بوكريدي، كريم (2024)، قراءة في كتاب : "الوسائل التعليمية المطورة" لفيصل هاشم شمس الدين، المجلد 3، العدد 2، جامعة حسيبة بن علي ، الجزائر.

المصادر باللغة الإنكليزية

- Foundations of addiction studies (9th ed.). Jones &)Florin, J. S., & Trytek, J.-24 .Bartlett Learning
- Sensation seeking and internet dependence of Taiwanese high Lin, S.S.J., & Tsai, C. C-25 .school adolescents. Computers in Human Behavior, 18(4) 2002
- Thompson, S. K., and O. Frank, Model-Based Estimation with Link Tracing Sampling -26 Designs , Component of Statistics Canada , Catalogue no. 12-001-X Business Survey Methods Division , June 2000 , 87–98.

المستخلص باللغة الانكليزية

This study aims to examine the level of addiction among Karbala University students to media content via smartphones, and to identify the most frequently used platforms as well as the consequences associated with this usage pattern. The research was conducted on a sample of male and female students from both scientific and humanities colleges at Karbala University. Questionnaires were distributed to the participants, and the collected data were analyzed using statistical methods. The study employed a descriptive-analytical approach, utilizing a field questionnaire administered to a sample of 300 students from various disciplines and academic levels. The results indicated that the majority of students engage with media content daily via smartphones, with entertainment platforms such as Instagram, TikTok, and YouTube ranking highest in usage, while educational and informative content occupied the second position. The findings also revealed that, for a significant portion of students, daily usage sometimes exceeds six hours, reflecting high levels of behavioral dependence on smartphones. From a psychological and health perspective, the study identified statistically significant correlations between excessive smartphone use and disorders such as anxiety, reduced concentration, and sleep disturbances, in addition to health issues including back pain and visual impairment. Regarding social and behavioral effects, students exhibited weakened real-life social interactions, increased tendencies toward isolation and introversion, and negative impacts on academic achievement and time management. The study recommends the adoption of awareness and educational programs to promote conscious use of digital technologies and mitigate the negative effects of media addiction via smartphones, with an emphasis on supporting identity formation and reinforcing social values among university youth.