مجلة جامعة الشارقة للعلوم الإنسانية والاجتماعية

اسم المقال: السعادة بين الواقع ووسائل التواصل الاجتماعي (دراسة سوسيولوجية على عينة من طلبة كليتي الحقوق وطب الأسنان بجامعة عين شمس)
اسم الكاتب: محمود محمد سلامة
رابط ثابت: https://political-encyclopedia.org/index.php/library/9443
تاريخ الاسترداد: 2026/11/01 15:54 +03

الموسوعة السياسيّة هي مبادرة أكاديمية غير هادفة للربح، تساعد الباحثين والطلاب على الوصول واستخدام وبناء مجموعات أوسع من المحتوى العلمي العربي في مجال علم السياسة واستخدامها في الأرشيف الرقمي الموثوق به لإغناء المحتوى العربي على الإنترنت.
لمزيد من المعلومات حول الموسوعة السياسيّة – Encyclopedia Political، يرجى التواصل على info@political-encyclopedia.org

استخدامكم لأرشيف مكتبة الموسوعة السياسيّة – Encyclopedia Political يعني موافقتك على شروط وأحكام الاستخدام المتاحة على الموقع https://political-encyclopedia.org/terms-of-use

تم الحصول على هذا المقال من موقع مجلة جامعة الشارقة للعلوم الإنسانية والاجتماعية ورفده في مكتبة الموسوعة السياسيّة مستوفياً شروط حقوق الملكية الفكريّة ومتطلبات رخصة المشاع الإبداعي التي ينضوي المقال تحتها.

جامعة الشارقة
UNIVERSITY OF SHARJAH

مجلة جامعة الشارقة للعلوم الإنسانية والاجتماعية

مجلة علمية محكمة



المجلد 22، العدد 2
ذو الحجة 1446هـ / يونيو 2025م

الترقيم الدولي المعياري للدوريات 2339-1996

يونيو 2025م **مجلة جامعة الشارقة للعلوم الإنسانية والاجتماعية** المجلد 22 العدد 2
https//:doi.org/10.36394/jhss/22/2/5

السعادة بين الواقع ووسائل التواصل الاجتماعي

(دراسة سوسيولوجية على عينة من طلبة كليتي الحقوق وطب الأسنان بجامعة عين شمس)

محمود محمد سلامة[1]

تاريخ الاستلام: 03-11-2023 **تاريخ القبول: 9-03-2024**

ملخص البحث:

تهدف الدراسة الحالية إلى تعرُّف أنماط السعادة ما بين الواقع الفعلي ووسائل التواصل الاجتماعي. واعتمدت الدراسة على المنهج القائم على التحليل الوصفي، وقد استخدم الباحث أسلوب دراسة الحالة، وتم اختيار العينة بالطريقة القصدية، واستخدمت الدراسة أداة المقابلة (شبه المقننة) لجمع البيانات. وقد توصلت نتائج الدراسة إلى أن السعادة شعور داخلي مرتبط بدرجة كبيرة بالرضا عن الحياة وعن النفس، وبيَّنت أن ثورة الاتصالات غيَّرت من مفهوم السعادة ومن معاييرها. وخلصت إلى أن وسائل التواصل الاجتماعي تفتقر إلى العمق والأصالة والثقة، ولا تؤثر في قيمة ذواتهم وسعادتهم ورضاهم عن العالم الحقيقي. وكشفت عن أن السعادة تأتي من الواقع وليس من وسائل التواصل الاجتماعي؛ لأنه عالم مادي ملموس، وأن استخدام وسائل التواصل الاجتماعي لا يجلب السعادة الحقيقية، وإنما يجلب المزيفة

الكلمات الدالة: السعادة، وسائل التواصل الاجتماعي، الشباب الجامعي.

(1) كلية الآداب - جامعة عين شمس (القاهرة – مصر)
mohmoud221996@gmail.com

المقدمة:

تعد السعادة إحدى المشاعر الإنسانية الأساسية، وغالبًا ما تكون الدافع وراء أفعالنا وأهدافنا وسلوكياتنا، فهي تجربة عاطفية ترتبط بشعور إيجابي وتجلب المتعة للفرد. وقد كان القدماء يستخدمون كلمة القناعة بدلًا من السعادة، وهي حالة يشعر فيها المرء بالكمال من الداخل بغض النظر عما يحدث في الخارج، وتوفر الاستقرار والقوة، وتأتي من علاقتنا بما يدور حولنا، ومن إدراكنا أننا كاملون كما نحن، على الرغم من مشاعر الغضب والحزن والفرح والإحباط التي تصيب أي إنسان. إنها شعور يدوم طويلًا مصحوبًا بالهدوء والامتنان والرضا. أما في الوقت الحالي فتقوم على نهج المزيد؛ إذ يحاول الناس إيجاد المزيد من المال والقوة والممتلكات والصحة والنجاح من العالم خارجهم، والشعور المؤقت بالسعادة عن طريق الاستحواذ. وهذه الإستراتيجية ليست مستدامة؛ إذ إن السعادة شعور مؤقت، أما القناعة فتمتلك القدرة على الاستمرار لأجل غير مسمي.

لقد أصبحت السعادة في عصر ما بعد الحداثة قائمة على الاستهلاك؛ إذ ترتبط بالألعاب، والترفيه، والتحديات، والشوق لتجارب جديدة، فالناس يريدون الحصول على كل شيء وفي أسرع وقت دون بذل جهد. فثورة الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات خلقت الظروف لنوع جديد من المجتمع القائم على العيش بحرية بلا حدود، وعلى تمجيد العلامة التجارية من أجل تجربة شعور داخلي بالروعة الذاتية، والشعور بأن الشخص هو الأفضل من خلال المقارنة بالآخرين المحيطين به. وبذلك أضحت السعادة قائمة على مذهب المتعة في الأزياء والرفاهية والأكل، وأصبح إعطاء الأولوية للجزء على الكل، والفرد على المجتمع

أما عن وسائل التواصل الاجتماعي فقد ظلت في عصر ما بعد الحداثة جزءًا لا يتجزأ من حياتنا، فمن خلالها يقوم الأفراد بتوصيل آرائهم وخبراتهم الحياتية ووجهات نظرهم ومواقفهم، وتتيح إنشاء المعلومات وتبادلها، فهي بيئات من خلال الإنترنت يتم الوصول إليها ويستخدمها الأفراد لتوصيل مشاعرهم الفورية وأفعالهم مع الآخرين. وتستخدم بوصفها سياقات رئيسية لبناء العلاقات والروابط الاجتماعية، وقد ساعدت على: الإشباع القوي للحاجات، والتحفيز الاجتماعي، والرفقة، والمودة، والدعم؛ مما يسهم في الرضا عن الحياة، وتحقيق السعادة على المدى القصير المؤقت. فهي بنية اجتماعية مصممة بشكل فردي وخالية من قيود العالم الحقيقي.

مشكلة الدراسة وأهميتها:

تعد السعادة الهدف النهائي لحياة الإنسان، وتجمع بين الأخلاق وبين العالم الذي يعيش فيه الفرد من ناحية أخرى، فالسعادة ليست مسألة فردية؛ لأن الإنسان كائن اجتماعي يدخل في علاقات مختلفة مع الآخرين ومع الطبيعة. وتتغير هذه العلاقات نتيجة لتأثيرات الزمن والتطور النفسي والاجتماعي اللذين يعيش فيهما الناس. وهنا تبدو الإشكالية؛ فقد أصبح المشهد الاجتماعي والثقافي في عصر ما بعد الحداثة يتميز بعمق الفردية وحرية الاختيار، إنه عالم قائم على المنافسة والكفاءة والفعالية وتحسين كل ما هو موجود، عالم ينسب إلى الفرد بإمكاناته أي إنجاز، وتعتمد الأحداث التي تحدث حوله على أفعاله وعمله؛ إذ يعتمدون على افتراض خاطئ مفاده أن جميع الأفراد متساوون، ولم يجعلوا للعوامل الاجتماعية والثقافيه كالبيئة والمحيط الاجتماعي والثقافي أي تأثير. وأصبح الخطاب فيه يقوم على التمرد وعدم القبول، وتمجيد الفرد وعرضه لذاته بدلًا من سياسة اجتماعية وجماعية، إنه خطاب يقوم على سعادة الفرد ورفاهيته واحترامه لذاته، ويهتم بالرضا الفردي عن الأحداث الفردية التي تحدث في الحياة اليومية، أكثر من اهتمامه بالمعتقدات الثقافية والأخلاقية ومكانته ومشاركته في العالم بشكل دائم

لقد أصبحت السعادة مرضًا مزمنًا للثقافة المعاصرة، فقد باتت ضرورة ثقافية تنسي الاختلافات، وتزيل عدم المساواة، وإخفاء الخوف، والقضاء على الضعف كما لو لم تكن هذه الأشياء ظروفًا هيكلية للإنسان. أما عن فكرة الأصالة في عصر الشبكات الاجتماعية الرقمية فأصبحت أكثر إثارة للجدل، إذ إنها أنظمة جديدة تقوم بعرض الذات والهوية والإنتاج الذاتي، ففيها يعرض الصور والروايات وأحداث حياة الفرد والتجارب الحياتية مما تتشكل بذلك الذات والهوية الذاتية الرقمية. كما تم استُبدلت برؤية المجتمع الجيد رؤى السعادة الفردية في عصر ما بعد الحداثة التي تقوم على البحث اللامتناهي عن الإشباع الفوري والاعتراف بالذات. فالسعادة ظلت مرتبطة بالذات وليس بالمجتمع ومسؤولية الفرد تجاه هذا المجتمع.

فوسائل التواصل الاجتماعي - وخاصة الفيسبوك- تنتج فرصًا لتحقيق السعادة والرضا عن الحياة؛ إذ إنها تشكل للمستخدمين رأس المال الاجتماعي والثقافي الخاص بهم، ومن الممكن أن تصبح أكثر فاعلية من التفاعلات القريبة وجهًا لوجه، فهي مفيدة للشباب من أجل التواصل، وهي أداة مفيدة لهم لتحقيق السعادة والرضا عن الحياة؛ مما يؤثر فيهم في العالم الواقعي، ويعرضهم للإدمان، ويجرد شعورهم بالانتماء للمجتمع. فالسعادة فيه سعادة مزيفة قائمة على الاستهلاك والمتعة التي تعزز الإشباع من خلال عدد الإعجابات والتعليقات والمتابعين. وعلى الوجه الآخر قد تكون وسيلة للتعبير عن السعادة الأصلية الحقيقية عن طريق خلق الوعي بقضية إنسانية معينة. فاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي هو الذي يصنع الفرق الحقيقي

وفي ضوء ما سبق، ترتكز مشكلة الدراسة حول الفهم الشامل والتحليلي لأنماط للسعادة؛ حتى نستطيع التفرقة بين السعادة في الواقع الفعلي (السعادة الحقيقية)، والسعادة في وسائل التواصل الاجتماعي (السعادة المزيفة). وهذا ما سنحاول توضيحه في هذه الدراسة.

الأهمية النظرية والتطبيقية للدراسة:

أولًا- الأهمية النظرية:

تسهم هذه الدراسة في مجال علم اجتماع السعادة، من خلال استعراض التراث النظري المتعلق بالسعادة وتشكيلها سواء في الواقع أو من خلال وسائل التواصل الاجتماعي، وتسلط الضوء على مدى إسهام وسائل التواصل الاجتماعي في إيجاد السعادة الاجتماعية والذاتية، وصياغة السعادة المزيفة للشباب. وهذا يمكّن الباحثين من فهم دور عصر ما بعد الحداثة في ظهور السعادة المزيفة وحدوث توترات بينها وبين السعادة الحقيقية، من خلال معرفة تأثير وسائل التواصل الاجتماعي في ذواتنا، ودورها في ظهور المقارنات الاجتماعية المزيفة وفي الكشف عن مؤشرات الاكتئاب، وتأثيرها في احترام الذات، والرفاهية الذاتية، والحالة المزاجية، وعواطف المستخدم.

ثانيًا- الأهمية التطبيقية:

تتمثل في الاستفادة من البحث العلمي الاجتماعي لدراسة شريحة مهمة من شرائح المجتمع وهي (الشباب)، ودراسة وجهة نظرهم في أنماط السعادة، والاستفادة من النتائج التي توصل إليها الباحث، ومجموعة التوصيات التي تخرج بها هذه الدراسة وتكون موجهة للسادة المعنيين بشؤون المجتمع، والمؤسسات الاجتماعية والتربوية والدينية (المحيط الاجتماعي والثقافي) التي تسهم في تشكيل السعادة، من أجل الحد من تأثير ثورة الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات وما خلَّفته من وسائل التواصل الاجتماعي في سعادتهم

تساؤلات الدراسة وأهدافها:

تستند الدراسة إلى التساؤل الرئيس الآتي: ما السعادة بين الواقع الفعلي ووسائل التواصل الاجتماعي؟

وينبع من هذا التساؤل الرئيس مجموعة من التساؤلات الفرعية، مثل:

1. ما دور وسائل التواصل الاجتماعي في إيجاد السعادة الاجتماعية للشباب؟
2. إلى أي مدى أدت وسائل التواصل الاجتماعي دورًا في صياغة السعادة المزيفة للشباب؟
3. هل لوسائل التواصل الاجتماعي دور في إيجاد السعادة الذاتية للشباب؟

وفي ضوء هذه التساؤلات فإن الهدف الرئيس للدراسة يتمثل في: تعرُّف أنماط السعادة ما بين الواقع الفعلي ووسائل التواصل الاجتماعي

وينبع من هذا الهدف الأهداف الفرعية الآتية:

1. معرفة دور وسائل التواصل الاجتماعي في إيجاد السعادة الاجتماعية للشباب.
2. رصد دور وسائل التواصل الاجتماعي في صياغة السعادة المزيفة للشباب.
3. تَعَرُّف دور وسائل التواصل الاجتماعي في إيجاد السعادة الذاتية للشباب

مفاهيم الدراسة:

1. السعادة: عرّف (أرسطو) السعادة بمصطلح (eudemonia) الذي يعني تحديد فضيلة الفرد وتنميتها وممارستها، وعيش الحياة في تناغم، ورأى أنها تتمثل في النشاط الأكثر كمالًا الذي يستطيع الإنسان القيام به، وأنها تتوافق مع الفضيلة الكاملة، وأنها شيء كامل ومكثف ذاتيًّا؛ لأنها النهاية التي يتم توجيه أفعالنا إليها، فامتلاك الشخصية الصحيحة وممارسة نشاط أو سلوك مناسب هو شرط للتملك النشط للسعادة (Murillo, 2012). أما (فيشر) فقد رأى أنها مواقف إيجابية، ورفاهية ذاتية، ومشاعر إيجابية (Singhvi& Jain, 2018). وعرفها (داماسيو) بأنها شعور إيجابي مرتبط بشكل صحيح بالملكية الواعية للذات وليس الجسد (Murillo, 2012). أما (فينهوفن) فقد عرفها بأنها التقدير العام لحياة الفرد كلها، والدرجة التي يحكم فيها الفرد على الجودة الشاملة لحياته كلها بشكل إيجابي (Veenhoven, 1984).

أ. التعريف الإجرائي للسعادة: شعور داخلي مرتبط بدرجة كبيرة بالرضا عن الحياة، والرضا الداخلي عن النفس، وبالقناعة، وبالاطمئنان والراحة، والعلاقات الاجتماعية مع (المحيط الاجتماعي والثقافي)، والصحة الجيدة، وتحقيق نجاحات على المستوى الشخصي.

ب. السعادة الاجتماعية: تجربة شخصية ذات قيمة عالية مرتبطة بالعلاقات ومستويات الدخل، وهناك ثلاثة مجالات لها: 1 - العلاقات الاجتماعية، 2 - العمل، 3 - الصحة. وتتحقق عندما يحدث التفاعل بين المجالات الثلاثة، فمثلًا: يوفر وصول الشخص إلى العمل فرصًا يومية للتفاعلات الاجتماعية، والحصول على المال، والمشاركة في نزهات، وترتبط الصحة بالشؤون الاجتماعية؛ لأن الأشخاص الأصحاء أكثر عرضة للشعور بالراحة للبحث عن السعادة في الواقع وفي روابط وسائل التواصل الاجتماعي.

ج. السعادة المزيفة: هي السعادة اللحظية والمؤقتة التي ظهرت في عصر ما بعد الحداثة بفعل ثورة الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات وما خلفته من وسائل التواصل الاجتماعي القائمة على الفردية، والاستهلاك، والإشباع الفوري للحاجات، ونشر الذات المثالية التي غالبًا ما تكون مزيفة.

د. السعادة الذاتية: هي السعادة التي يتمتع بها المرء وتأتي من الذات الداخلية، فعندما يقوم الناس بمقارنة أنفسهم بالآخرين سينخفض معدلات الرضا والسعادة؛ ومن ثم تقلُّ السعادة الذاتية للشخص، فالمحتوى المزيف على وسائل التواصل الاجتماعي يطمس الذات المثالية وإحساسنا بالحياة الواقعية، ومن ثَم يقلل من رضانا عن الحياة، ومن السعادة الذاتية للفرد.

2. وسائل التواصل الاجتماعي: قنوات اتصال من خلال الإنترنت من أجل التفاعل والتعاون، ومشاركة المحتوى، والبحث عن الأصدقاء، والترفيه، والأغراض الأكاديمية. وتعد منصة لمشاركة أعمق الأفكار والآراء مع جهات الاتصال، ولديها القدرة على التقاط الأنشطة والأحداث اليومية والمواقف السلوكية التي تعكس تفكير الفرد ومشاعره وتواصله ومحيطه الاجتماعي.

منهجية الدراسة:

يعتمد الباحث في هذه الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي؛ إذ يسعى إلى معرفة أنماط السعادة بين الواقع الفعلي ووسائل التواصل الاجتماعي. واستخدم أسلوب دراسة الحالة، وفقًا للطلبة المتاحين الذين وافقوا على القيام بهذه المقابلة بعد عرض الموضوع عليهم؛ إذ يهدف إلى استكشاف التصورات، والأفكار، والوصول إلى بيانات كيفية متعمقة وتفصيلية

مجتمع الدراسة وعينتها:

يتمثل مجتمع الدراسة في فئة الشباب الجامعي وخاصة طلاب الفرق النهائية بجامعة عين شمس؛ نظرًا لارتفاع مستوى الوعي الثقافي والفكري لديهم. واختار الباحث كليَّتين: إحداهما علمية (كلية طب الأسنان)، والأخرى أدبية (كلية الحقوق) بجامعة عين شمس لتمثيل مجتمع الدراسة، وذلك لمعرفة الفروق بين العينتين، وأوجه التباين والاختلاف في رؤى الشباب لسعادتهم بين الواقع الفعلي ووسائل التواصل الاجتماعي. وقد قام الباحث باختيار عينة الدراسة في أسلوب (دراسة الحالة) بالطريقة القصدية، وقام بسحب (20) حالة بالتساوي بين الذكور والإناث من طلاب الفرقة الرابعة بكلية الحقوق بوصفها ممثلة للكليات الأدبية، وطلاب الفرقة الخامسة بكلية طب الأسنان بوصفها ممثلة للكليات العلمية

وقسمهم الباحث كالآتي:

- 10 مفردات من كلية طب الأسنان، مقسمة إلى 5 من الذكور و5 من الإناث.

من الحالة (1) إلى الحالة (5) ذكور، ومن الحالة (6) إلى الحالة (10) إناث.

- 10 مفردات من كلية الحقوق مقسمة إلى 5 من الذكور و5 من الإناث.

من الحالة (11) إلى الحالة (15) ذكور، ومن الحالة (16) إلى الحالة (20) إناث.

أداة الدراسة:

اعتمد الباحث على أداة المقابلة (شبه المقننة) التي تتميز بأنها تتضمن عددًا من الأسئلة المفتوحة التي يمكن تغيير صياغتها وترتيبها وفقًا لرغبة المقابل. وقد أُعِدَّتْ هذه الأداة في ضوء أهداف الدراسة وتساؤلاتها، وانطلاقًا من الإطار النظري للدراسة، وفي ضوء الدراسات السابقة وما توصلت إليه من نتائج، والأدبيات العلمية المتخصصة في مجال الدراسة

محددات الدراسة:

المجال المكاني:

طبقت الدراسة الحالية على كليتي: الحقوق، وطب الأسنان بجامعة عين شمس.

المجال الزماني:

استغرقت الدراسة الحالية الفترة من شهر مارس إلى شهر أبريل 2023م.

المجال البشري:

طبقت الدراسة على: (20) مفردة من طلبة الفرقة الرابعة والخامسة بالكليتين السابق ذكرهما: عشرة طلاب، وعشر طالبات، حتى نستطيع المقارنة

الدراسات السابقة:

أولًا- السعادة الاجتماعية:

1. هدفت دراسة وارد (Ward, 2016) إلى استكشاف استخدام وسائل التواصل الاجتماعي لدى البالغين المصابين بالتوحد، وفحص وقياس السعادة الذاتية والرضا

عن الحياة في هذه الفئة من السكان. واعتمدت الدراسة على المنهج القائم على التحليل الوصفي، وقد استخدم أسلوب المسح لـ (113) مفردة، متوسط أعمارهم 18 عامًا، واستخدمت الدراسة أداة الاستبانة. وتوصلت إلى أن مستخدمي الفيسبوك أكثر سعادة من مستخدمي تويتر؛ إذ إنهم رأوا أنه يجعلهم أكثر اجتماعيةً وودًّا، ويوجد فيه الأصدقاء، ويتوافر فيه التحديثات واستخدام الرموز، ومعظم الأصدقاء فيه أصدقاء في العالم الحقيقي. ووجدت أن الأشخاص الذين قضوا الكثير من الوقت على مواقعها المختلفة زادت معدلات السعادة الذاتية لديهم. وبيَّنت أن مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي يكونون أكثر سعادة من غير المستخدمين؛ وذلك لأنها ساعدتهم على تكوين روابط اجتماعية، وزادت من معدلات الثقة لديهم، نظرا لقدراتهم في تعرُّف اهتمامات الآخرين.

2. هدفت دراسة بيتمان (Pittman, 2018) إلى معرفة العلاقة بين استخدام وسائل التواصل الاجتماعي والإدمان، وتأثيراتها السلبية في الأشخاص الذين يعانون من تدني احترام الذات. كما هدفت إلى معرفة الفوائد الإيجابية العاطفية لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي. واعتمدت الدراسة على المنهج القائم على التحليل الوصفي، وقد استخدمت أسلوب المسح لـ (325) مفردة تتراوح أعمارهم ما بين 18 إلى 24 عامًا، واستخدمت مقياس راسل للوحدة، ومقياس السعادة الذاتية. وتوصلت إلى أن الأشخاص الذين يفتقرون إلى الحميمية والدعم الاجتماعي في الواقع سيلجأون إلى وسائل التواصل الاجتماعي للحصول عليهما. وأنها مرضية لهم، وتشبع رغباتهم، وتحافظ على تفاعلاتهم الاجتماعية مع الآخرين. وخلصت إلى أنه كلما زاد استخدام المرء لوسائل التواصل الاجتماعي زادت احتمالية إدراكه لاستخدامها على أنها وسيلة حميمية، وهذا الإدراك يسهم في السعادة.

3. هدفت دراسة بينغ وآخرين (Ping et al., 2020) إلى فحص تأثير وسائل التواصل الاجتماعي في سعادة الفرد بشكل عام وطلاب الجامعة بشكل خاص، وتحديد الأسباب الخفية وراء استخدام وسائل التواصل الاجتماعي. واعتمدت الدراسة على المنهج القائم على التحليل الوصفي، وقد استخدمت أسلوب المسح ل (340) مفردة و(10) حالات تتراوح أعمارهم ما بين 18 إلى 25 عامًا، تم اختيارهم بالطريقة العشوائية، واستخدمت الدراسة أداة الاستبانة. وتوصلت إلى أن استخدام وسائل التواصل الاجتماعي يجلب السعادة، وأن الغرض من استخدامها هو الاتصال، والبحث عن الصداقة، وتكوين علاقات مع الآخرين؛ مما يزيد من مستوى سعادتهم لوجود شيء مشترك مع الآخرين وخاصة الأصدقاء. وبيَّنت أن رد الفعل العاطفي لهم يعتمد على المحتوى المنشور على وسائلها المختلفة.

ووجدت أن هناك علاقة إيجابية بين استخدام وسائل التواصل الاجتماعي بوصفها غرضًا ترفيهيًّا وبين السعادة، وكذلك بينها وبين المراسلات الفورية. وخلصت إلى أنها مصدر للمتعة، والتحفيز، والسعادة، والتخلص المؤقت من التوتر الأكاديمي.

4. هدفت دراسة شوارتز (Schwartz, 2021) إلى معرفة العلاقة بين المقارنة الاجتماعية والسعادة، وفحص ما إذا كان استخدام وسائل التواصل الاجتماعي يؤثر في احترام الذات، ويؤدي إلى الحرمان والإدمان. واعتمدت الدراسة على المنهج القائم على التحليل الوصفي، وقد استخدمت أسلوب المسح ل (151) مفردة تتراوح أعمارهم ما بين 18 إلى 96 عامًا، تم اختيارهم بالطريقة العشوائية. واستخدمت الدراسة ثلاثة مقاييس: 1 - مقياس روزنبرج لتقدير الذات، 2 - مقياس التوجيه، 3 - مقياس السعادة الذاتية. وتوصلت الدراسة إلى عدم وجود علاقة إيجابية بين العمر ومستوى سعادة الشخص والمقارنة، وكذلك عدم وجود علاقة بينه وبين استخدام وسائل التواصل الاجتماعي، كما لا توجد علاقة بين إدمان وسائل التواصل الاجتماعي وبين المقارنة الاجتماعية والسعادة.

ثانيًا- السعادة المزيفة والذاتية:

1. هدفت دراسة كابيلا (Kapila, 2019) إلى محاولة معرفة تأثير وسائل التواصل الاجتماعي في سعادة الناس، وفحص مدى تأثير استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في حياة الأشخاص. واعتمدت الدراسة على المنهج القائم على التحليل الوصفي، وقد استخدمت أسلوب المسح لـ (128) مفردة من مختلف الفئات العمرية، تم اختيارهم بالطريقة العشوائية الطبقية. وطبقت في إقليم (شانديغار). واستخدمت الدراسة أداة الاستبانة، وتوصلت إلى أن غالبية المبحوثين من الفئات العمرية يفضلون "الفيسبوك" يليه "الواتساب"، أما "الإنستجرام" فهو الأكثر استخدامًا؛ نظرًا لأنه أتاح لهم نشر صور يحصلون من خلالها على الإعجابات (السعادة المزيفة). ووجدت أن الأشخاص من عمر 21 – 40 شعروا بالسعادة من استخدامها؛ لأنها ساعدتهم في التواصل مع الأصدقاء، ومعرفة التحديثات، ومشاهدة الأفلام. ورأوا أنها تضيِّع الوقت، وأنها عالم مزيف قائم على التمثيل، ويؤثر بالسلب في صحة الأفراد، والعلاقات فيه مؤقتة وسريعة الزوال، وأنها أثرت في العلاقات والروابط الاجتماعية والاتصال وجهًا لوجه.

2. هدفت دراسة سميث (Smith, 2019) إلى الإجابة عن التساؤل الآتي: هل الأشخاص الذين يتميزون بدرجات عالية من احترام وتقدير الذات والرضا عن الحياة في العالم الحقيقي تؤثر القصص الوهمية والمحتوى في مستوى سعادتهم

في العالم الافتراضي. واعتمدت الدراسة على المنهج القائم على التحليل الوصفي، وقد استخدمت أسلوب المسح لستين طالبًا من جامعة (لامار)، يجب أن يكونوا من مستخدمي "الفيسبوك" النشطين. واستخدمت الدراسة استبانة أكسفورد للسعادة، ومقياس روزنبيرغ لتقدير الذات. وتوصلت إلى أن المستخدمين كانوا راضين عن استخدامهم للفيسبوك، ووجدت أن هناك علاقة قوية ومباشرة بين احترام الذات والرضا عن الحياة، فالأشخاص ذوو احترام الذات الأعلى يميلون إلى الإبلاغ عن رضا عام وسعادة أكبر عن الحياة. وبيَّنت أن احترام الذات مؤشر قوي على ما يشعر به الناس حيال حياتهم والسعادة من حيث صلتها باستخدام وسائل التواصل الاجتماعي.

3. هدفت دراسة سيبلاك (Ciplak, 2020) إلى فحص المتغيرات التي تتنبأ بإدمان وسائل التواصل الاجتماعي. وقد استخدمت أسلوب المسح لـ (239) مفردة تتراوح أعمارهم ما بين 18 إلى 24 عامًا، تم اختيارهم بالطريقة العشوائية. واستخدمت الدراسة مقياس إدمان وسائل التواصل الاجتماعي، ومقياس السعادة (النموذج القصير). وتوصلت إلى أن هناك علاقة إيجابية بين متوسط الوقت الأسبوعي الذي يقضيه البالغ على وسائل التواصل الاجتماعي وبين شعوره بالسعادة. كما توصلت إلى أن الأشخاص غير السعداء يبحثون على وسائل التواصل الاجتماعي لتحقيق سعادتهم، على عكس الأشخاص الذين يشعرون بالسعادة في العالم الحقيقي.

4. هدفت دراسة طوس وآخرين (Tuset et al., 2021) إلى فحص العلاقات بين إدمان طلاب الجامعات لوسائل التواصل الاجتماعي، وبين القلق الاجتماعي والسعادة والشعور بالوحدة. واعتمدت الدراسة على المنهج القائم على التحليل الوصفي، وقد استخدمت أسلوب المسح لـ (200) طالبًا من إحدى الجامعات الفلبينية، تتراوح أعمارهم ما بين 18 إلى 24 عامًا، وتم اختيارهم بالطريقة العشوائية. واعتمدت الدراسة على مقياس نموذج البالغين، ومقياس القلق الاجتماعي. وتوصلت إلى أن الأشخاص الذين شعروا بالقلق الاجتماعي والوحدة يزيد مستوى إدمانهم لوسائل التواصل الاجتماعي. وبيَّنت أن الأشخاص الذين يشعرون بالسعادة في العالم الواقعي يقل استخدامهم لوسائل التواصل الاجتماعي، فهم غير مهتمين بالتفاعل من خلاله.

5. هدفت دراسة بالافي (Pallavi, 2022) إلى استكشاف العلاقة بين استخدام وسائل التواصل الاجتماعي وبين احترام الذات والسعادة الذاتية لدى الشباب. واعتمدت الدراسة على المنهج القائم على التحليل الوصفي، وقد استخدمت أسلوب المسح لـ (138) مفردة تتراوح أعمارهم ما بين 18 إلى 30 عامًا، تم اختيارهم بالطريقة

العشوائية. واستخدمت الدراسة استمارة استبانة إلكترونية، ومقياس السعادة الذاتية. وتوصلت النتائج إلى وجود علاقة سلبية بين السعادة الذاتية وبين احترام الذات واستخدام وسائل التواصل الاجتماعي، فالإكثار من استخدام وسائل التواصل الاجتماعي يزيد من مستوى المقارنة، ويقلل من السعادة الذاتية للفرد.

6. هدفت دراسة تارتاليا وبيرجنا (Bergagna & Tartaglia, 2022) إلى التحقق من تأثير استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في الحالة المزاجية، ومعرفة تأثير الاستخدام السلبي لوسائل التواصل الاجتماعي في الرفاهية الذاتية. واعتمدت الدراسة على المنهج القائم على التحليل الوصفي، وقد استخدمت أسلوب المسح ل (120) طالبًا من طلاب جامعتين حكوميتين في (تورينو بإيطاليا)، تم اختيارهم بالطريقة العشوائية، واعتمدت الدراسة على أداة الاستبانة. وتوصلت النتائج إلى عدم وجود تأثير للاستخدام السلبي للفيسبوك في الحالة المزاجية، وخلصت إلى أن الأفراد الذين يعانون من مزاج منخفض يؤدي استخدامهم للفيسبوك إلى خفض مزاجهم السيئ.

الإطار النظري:

أولًا- السعادة الاجتماعية:

السعادة في ضوء نظرية الانتماء:

رأى (بومستر) في نظرية الانتماء عام (1995) أننا - سواء داخل أو خارج وسائل التواصل الاجتماعي والعالم الافتراضي- بحاجة إلى القبول والانتماء، ونسعى إلى الحصول عليهما وعلى التفاعلات الاجتماعية الإيجابية التي تؤثر في مستوى سعادتنا ورفاهيتنا (Baumeister& Muraven, 1996). وهذا ما توفره وسائل التواصل الاجتماعي، وخاصة الفيسبوك الذي أصبح يُستخدم من أجل تلبية الحاجات الأساسية للإنسان؛ كالحاجة إلى القبول، والانتماء، والتقارب، والتواصل مع الآخرين، والحاجة إلى العرض الذاتي في الحصول على المعلومات وخاصة الاجتماعية والثقافية. فهو يوفر الاحتياجات النفسية والاجتماعية الأساسية؛ كالترابط والاستقلالية والكفاءة، وهو ضروري لتحقيق السعادة والرفاهية، ولكنهما تختلفان في بروزهما ومعناهما باختلاف الثقافات والسياقات الاجتماعية المختلفة (Stănculescu & Griffiths, 2023)

السعادة الاجتماعية بين الواقع ووسائل التواصل الاجتماعي:

عرف (فينهوفن) السعادة بأنها مصطلح شامل لكل ما هو جديد، واستُبدلت به مصطلحات مثل: الرفاهية الفردية والاجتماعية وجودة الحياة، وميَّز بين الحياة الجيدة من الخارج وتكون في البيئة، وبين الحياة الجيدة من الداخل وتكون في الفرد (Veenhoven, 2012a). ورأى أن هناك مجموعة من العوامل التي تؤثر في سعادة المرء كالعلاقات الاجتماعية؛ فهي ضرورية لحدوث السعادة، وبيئة المرء التي تؤثر في الرفاهية الذاتية (Veenhoven, 2012b). وهذا ما يتوافر في وسائل التواصل الاجتماعي التي سمحت لنا بالتواصل مع الأشخاص والأصدقاء القدامى، ولكنها في الوقت نفسه أثرت في علاقاتهم الشخصية وحياتهم اليومية. فعلى الرغم من أنها توفر فرصًا في تكوين دوائر اجتماعية وشبكة من العلاقات الاجتماعية الافتراضية من خلال وسائلها المختلفة التي تولد إحساسًا بالسعادة المزيفة، فإنها تؤثر في السعادة في العالم الحقيقي؛ لأن ذلك سيقلل تفاعلاتهم وأنشطتهم الاجتماعية.

السعادة والرفاهية بين الواقع ووسائل التواصل الاجتماعي:

يعد أحدَ المكونات المهمة للصحة النفسية والسعادة والرفاهية تعلمُ بناء علاقات اجتماعية خارج المحيط الأسري .(Çolak, 2016). فقد أصبح عصر الإنترنت بمواقعه المختلفة ينجز هذه المهمة، إذ يمنح المستخدمين وصولًا غير مسبوق تاريخيًّا إلى شبكاتهم الاجتماعية في الوقت والمكان اللذين يختارونهما بنقرة واحدة على أي موقع من المواقع، ومن خلال وسائل التواصل الاجتماعي يستطيعون تكوين مئات الصداقات؛ مما يؤثر في مستوى سعادتهم ورفاهيتهم. ففيها يميلون إلى مشاركة الأحداث الإيجابية، ويكونون أكثر تحفيزًا للتفاعل مع الآخرين عليها، على عكس المكالمات الهاتفية والرسائل النصية، فمن خلالها يشارك الفرد تجاربه غير المرغوبة حتى لا يتم الحكم عليه بشكل سلبي، ويتم مشاركتها أكثر عن طريق الاتصال وجهًا لوجه

الصداقة والسعادة بين الواقع ووسائل التواصل الاجتماعي:

أضحت وسائل التواصل الاجتماعي - وخاصة الفيسبوك- تساعد على تكوين عدد كبير من الأصدقاء وأصدقاء الأصدقاء، بدلًا الأصدقاء وجهًا لوجه، وهذا يؤثر في مستوى العلاقات الحميمية. وقد وفرت بأدواتها المختلفة سهولة الوصول إلى الأصدقاء الذين أرغب في التعامل معهم في الواقع، والحفاظ على اتصال معهم خارج إطار العالم الواقعي، والاشتراك في الشبكات الاجتماعية الخاصة بهم (Manago, 2015). وأصبحت تفتقر إلى العمق والأصالة والثقة الحقيقية التي تنبع من الإفصاح عن الذات وجهًا لوجه. وهذه المعايير؛ كالترابط والرفقة والمساعدة والألفة والولاء والثقة والراحة والطمأنينة هي التي تمكِّن من تلبية الاحتياجات الإنسانية الأساسية للترابط والاستقلالية والكفاءة، مما يجعل

تقارب الصداقة مصدرًا حاسمًا للسعادة. فالصداقات وجهًا لوجه توفر فرصًا لتلقي الرعاية والاهتمام والعواطف، والقدرة على التفاعلات الاجتماعية مع الآخرين؛ مما يعزز السعادة

السعادة والمقارنة الاجتماعية بين الواقع ووسائل التواصل الاجتماعي:

رأى العلماء أن الأفراد المصابين بالاكتئاب والتوتر تزيد لديهم مستويات المقارنة الاجتماعية لديهم وخاصة مع الآخرين الذين يعتقدون أنهم أفضل حالًا، كما يعانون من انخفاض في الحالة المزاجية (Jakubovská & Waldnerová, 2020). أما الأفراد ذوو الحالة المزاجية المرتفعة فلا يعانون من انخفاض في الحالة المزاجية عندما يتعرضون لتيار من المعلومات عن الآخرين على مواقع التواصل الاجتماعي، بل قد يكونون أكثر سعادة في حياتهم. أما الأفراد الذين يعانون من انخفاض في تقدير الذات فإنهم يُظهرون مزيدًا من التناقض بين الذات الحقيقية والذات الافتراضية، فوسائل التواصل الاجتماعي قد تؤثر في مستوى السعادة بعدة طرق، وذلك بناء على نوع المنصة، فمثلًا: منصة مثل "الإنستجرام " قللت من مستويات السعادة، وزادت من معدلات الاكتئاب وخاصة لدى النساء نتيجة استخدامهم للمقارنات التصاعدية والنزولية. ويمكن أن تكون مفيدة لرفاهيتنا الذاتية؛ لأنها منحتنا بأدواتها المختلفة القدرة على التواصل مع الآخرين، وبناء علاقات معهم، ومشاركة الأفكار والذكريات، وقد تكون سلبية نتيجة المقارنة مع الآخرين. فالأشخاص غير السعداء يهتمون بالمقارنات الاجتماعية؛ مما يقلل من احترامهم لذواتهم، ويزيد من مستوى تعاستهم، أما السعداء فهم أقل اهتمامًا بالمقارنات الاجتماعية

ثانيًا- السعادة بين الحقيقية والمزيفة:

التوترات بين الأصالة والسعادة في عصر ما بعد الحداثة:

الأصالة أن تتعامل وفق طبيعتك الفطرية، وبذلك تحقق المتعة والسعادة، فقد رأى (فرويد) استحالة تحقيق مشروع السعادة، وأنه إذا حدث فلن يحدث إلا بطريقة عرضية ومزيفة، ورأى أنها شعور ضعيف للغاية بالرضا (Jiménez & Sanchotene, 2022). أما (بومان) فقد رأى أن السعادة في عصر ما بعد الحداثة قائمة على فكرة الحرية والمساواة والرفاهية الذاتية، فالسعادة فيها تقوم على أربعة مبادئ: 1 - الفردية والتنافسية، 2 - حق عالمي، 3 - واجب ثقافي، 4 - المسئولية الفردية، وبهذا تصبح السعادة فيها عرضية مؤقتة ومزيفة كما وصفها (فرويد)، فأصبحت مسؤولية فردية، مما يُضعف من الروابط الاجتماعية والثقافية (Bauman, 2000).

الأصالة ودورها في تشكيل السعادة بين الواقع ووسائل التواصل الاجتماعي:

تعد الأصالة جوهر الحياة الجيدة، فهي تتضمن السعي وراء أهداف ترضي ذواتنا الداخلية، والاستفادة من مواهبنا وقدراتنا (Ng, 2021). أما الأصالة على وسائل التواصل

الاجتماعي فتتحقق عن طريق نشر ذواتنا الحقيقية، وهذا يرتبط بالسعادة والرفاهية. فمشاركة الأشخاص تجارب الحياة اليومية تحدث عندما يكونون راضين عن حياتهم وسعادتهم. ويرى الباحث أن الأفراد الأكثر صدقًا في التعبير عن أنفسهم ويتمتعون بمستوى عالٍ من الرفاهية، هم أكثر عرضة للتعبير عن أنفسهم بشكل أصيل على وسائل التواصل الاجتماعي، وأن السعادة الحقيقية هي أن نكون صادقين مع أنفسنا، وأن نشارك حياتنا كما هي دون تزييف

المقارنات الاجتماعية المزيفة من خلال وسائل التواصل الاجتماعي:

أتاحت لنا وسائل التواصل الاجتماعي الوصول إلى العديد من جوانب الحياة المختلفة للناس؛ مما يزيد من فرص المقارنة الاجتماعية بشكل تصاعدي؛ وذلك لأن ملفات تعريف الوسائط الاجتماعية تخلق حقيقة زائفة عن حياة الناس؛ مما يؤثر في الرفاه والتقييم الذاتي (بوزيان والحاج، 2023). فكثرة التعرض للمحتوى على وسائلها المختلفة يولد الشعور بأن الآخرين لديهم حياة أفضل مما لدينا، وهذا مزيف، فهم ينشرون أفضل صورة لديهم للحصول على إعجابات وتعليقات إيجابية. فعندما يكون الأفراد في مزاج سيئ يعتقدون أن الآخرين أكثر سعادة، وهذا ما توفره وسائل التواصل الاجتماعي؛ إذ إنها تجعل المقارنة الاجتماعية أسهل، ووفرت للأفراد الذين يشعرون بتدني احترام الذات في العالم الواقعي فرصة لتعويض هذه العلاقات غير المرضية

تأثير ذواتنا في تحقيق السعادة الحقيقية والمزيفة:

رأى عالم النفس (أبراهام ماسلو) أن الشخص إذا استطاع تحقيق ذاته الكامنة الفريدة الداخلية فإن ذلك يؤثر في مستوى سعادته، أما (فيكتور فرانكل) فقد رأى أنه لا يمكن السعي وراء السعادة، بل يجب أن يكون لدى المرء سبب ليكون سعيدًا، أما (جون ستيورات ميل) فرأى أن الأشخاص السعيدين حقًّا هم الأشخاص الذين يسعون إلى إسعاد الآخرين وتحسين البشرية (Ng,2021). فوسائل التواصل الاجتماعي سمحت لنا بنشر ذواتنا المثالية التي تتوافق مع رغباتنا، والتي غالبًا ما تكون مزيفة لا تعكس الواقع بدرجة عميقة. فالسعادة فيها مزيفة قائمة على الاستهلاك والترفيه، وعلى الوجه الآخر قد تكون وسيلة للتعبير عن السعادة الأصلية الحقيقية عن طريق تنمية الوعي بقضية إنسانية معينة. فاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي هو الذي يصنع الفرق ما بين الحقيقي والمزيف

ثالثًا- السعادة الذاتية:

السعادة الذاتية بين الواقع وسائل التواصل الاجتماعي:

تمثل الذات الهوية أصالة الفرد وأعمق تجربة للوجود (Ng, 2021). أما السعادة فهي حالة شخصية تقوم على: القيام بما يشعر به المرء، والبقاء محاطًا بالمهمين، والرضا النفسي، والتسلية، والضحك. وهذا ما يتوافر في وسائل التواصل الاجتماعي - وخاصة موقع الإنستجرام- التي سمحت بعكس نرجسية الأفراد، فهي وسيلة تساعد النرجسيين على إرضاء نرجسيتهم؛ مما يؤدي إلى جعلهم أكثر سعادة وإدمانا لها. أما عن (الهوية الذاتية) فترتبط بتحقيق السعادة، فكلما تقدَّم الفرد في العمر كان تعريفه لذاته أكثر تحديدًا (Berezan et al.,2017). فوسائل التواصل الاجتماعي ساعدتهم من خلال أدواتها المختلفة - من نشر وإعجاب ومشاركة- من تكوين هوياتهم الذاتية، مما يؤدي إلى تشكيل السعادة الافتراضية. فهي ملعب لتحقيق الذات، ومن خلالها يستكشف الفجوة بين ذاته المثالية الأصيلة وبين صورته الذاتية لنفسه، فالانخراط فيها قد يكون شكلًا من أشكال الهرب من الواقع والسماح بعرض ذواتهم غير الأصيلة.

السعادة واحترام الذات بين الوقع ووسائل التواصل الاجتماعي:

يرى بعض أن احترام الذات يكون من خلال رؤيتك لنفسك ورأيك فيها، وقدراتك، وقيمتك، وهو وسيط بين استخدام وسائل التواصل الاجتماعي وتأثيرها في السعادة الذاتية، فالشخص الذي يتمتع بتقدير كبير لنفسه يتمتع بسعادة ذاتية عالية بغض النظر عن استخدام وسائل التواصل الاجتماعي. وقد رأى كل من (بيتمان ورايش) (2016) أن وسائل التواصل الاجتماعي القائمة على الصورة ترتبط ارتباطًا سلبيًّا بالوحدة، وترتبط بشكل إيجابي بالسعادة، وخاصة عند الأشخاص الذين لديهم مستويات عالية من المقارنة الاجتماعية (Guha, 2021). فشبكات التواصل الاجتماعي قد تولِّد حزنًا للأشخاص الذين لديهم اهتمام بكيفية نظرة الآخرين لهم، ولديهم مستويات عالية من الشك الذاتي، وأكثر ميلًا لمقارنة أنفسهم بالآخرين.

السعادة والرفاهية الذاتية في ضوء نظرية السعادة والمتعة:

إن نظرية السعادة عرفتها بالرفاهية النفسية، وتشير إلى تطوير وإدراك الإمكانات وظروف المعيشة المثلى، أما نظرية المتعة فتعرفها على أنها رفاهية ذاتية، تتكون من مكونين: 1 - معرفي، ويشير إلى التقييم المعرفي للرضا عن الحياة، 2 - عاطفي، وهو مرتبط بالتجربة، وتعظيم التأثيرات الإيجابية، وتجنب التأثيرات السلبية. (Laurent et al., 2022) فالسعادة تختلف من شخص لآخر، فمثلًا: يمكن أن يكون تناول وجبة جيدة مصدرًا لسعادة شخص، بينما لا يعدُّها الآخر سعادة؛ وذلك بسبب الفروق الفردية والتوقعات. فالسعادة جزء من الرفاهية الذاتية التي تعتمد على تقييم الشخص لحياته وعواطفه وحالاته المزاجية. أما في وسائل التواصل الاجتماعي فالنشر المتعمد يؤثر في

السعادة؛ فهو يزيد من المشاعر الإيجابية والرفاهية الذاتية؛ إذ يسمح بمحاكاة الأحداث الإيجابية، وزيادة بروز اللحظات الحالية، وذكريات السيرة الذاتية الإيجابية.

العدوى العاطفية ووسائل التواصل الاجتماعي:

أما عن وسائل التواصل الاجتماعي ففيها العدوى العاطفية، وهي انتشار العواطف سواء بطريقة لفظية أو غير لفظية (Steinert, 2020). وتؤدي إلى شعور الآخرين بنفس المشاعر، فالمنشورات والحالات التي ينشرها المستخدم على وسائل التواصل الاجتماعي تؤثر في الآخرين (OkungbayeK, 2022). والتعرض لمحتوى عاطفي إيجابي في موجز الأخبار يزيد من الكلمات الإيجابية لديهم، أما عندما تم التقليل من المحتوى الإيجابي في موجز الأخبار فقد مال المستخدمون إلى استخدام المزيد من الكلمات السلبية وعدد أقل من الكلمات الإيجابية في مشاركة الحالة الخاصة بهم. فالمنشورات القائمة على المشاعر تؤثر في مشاعر القارئ وفي مستوى سعادته، فوسائل التواصل الاجتماعي تمتلك القدرة على تحسين رفاهيتنا وسعادتنا لتمكين التفاعلات المباشرة

الخوارزميات التنبؤية ودورها في التأثير في عواطف المستخدم:

تتميز الخوارزميات التنبؤية بتقديم تنبؤات عالية الدقة، وبالقدرة على اكتشاف الخطأ وتجنبه، وقادرة على التنبؤ بالسمات النفسية المختلفة للمستخدمين بدرجة عالية من الدقة، وتجنُّب المشكلات التي يقع فيها العنصر البشري، وعندما تستوعب الرسائل النصية والمنشورات والحالات فإنها قادرة على تقديم اقتراحات لحل هذه المشكلات، فقد توصي مثلًا بالنوم لفترة طويلة، وأن تفاعلك مع محمد سيزيد من مستوى اكتئابك، أو أن تحدُّثك مع محمد سوف يُحسِّن من مزاجك (Ng, 2022). لقد أصبحت وسائل التواصل الاجتماعي تعتمد على الخوارزميات التنبؤية للسيطرة على عاطفة المستخدم ومشاعره. فمن خلالها يستطيع مشاركة الأفراد الذين يشاركونه نفس النمط وأسلوب صنع القرار، وسيشعرون بمزيد من السعادة والاستياء على حسب الحالة العاطفية لأصدقائهم، فإحدى المزايا التي توفرها وسائل التواصل الاجتماعي هي التفاعل بين المستخدمين وأصدقائهم وأفراد أسرهم من خلال مشاركة المعلومات؛ مما يزيد من مشاعر الانتماء، والثقة بالنفس، أو تجنب التوتر الذي يحدث أثناء الاتصال وجهًا لوجه

وسائل التواصل الاجتماعي ودورها في الكشف عن مؤشرات الاكتئاب:

أصبحت وسائل التواصل الاجتماعي منصة يصور فيها مستخدموها سعادتهم بغض النظر عما يجري في حياتهم الحقيقية، وعلى الرغم من محاولات إخفاء السلبيات فإننا نميل إلى الكشف عن ميولنا الاكتئابية من خلال لغتنا على وسائل التواصل الاجتماعي (Ng, 2022). فعلى غرار

الحياة الواقعية، يمكن لوسائل التواصل الاجتماعي أن تكشف عن بداية الاكتئاب من خلال أدواتها المختلفة، مثل: التغييرات في اللغة، والفترات الفاصلة بين تحديثات الحالة، والزيادة المفاجئة في منشورات الفيسبوك، والتعليقات العدائية بسبب أو بدون سبب، وتحديثات الحالة التي تبحث عن الانتباه، والتفاعلات الاجتماعية السلبية مع الآخرين، فكلها إشارات إلى الاكتئاب. وقد يكون من السهل إخفاء الاكتئاب عندما ترى شخصًا من حين لآخر، ولكنك لا تستطيع إخفاءه على وسائل التواصل الاجتماعي بسبب أنماطها التي تقدم مجموعة من المؤشرات؛ كالانخفاض في النشاط الاجتماعي، وزيادة المشاعر السلبية، والتركيز على الاهتمام الذاتي.

الحالة المزاجية والاكتئاب بين الواقع ووسائل التواصل الاجتماعي:

تؤدي الحالة المزاجية دورًا حاسمًا في حياتنا اليومية من خلال توجيه انتباهنا للبيئة والتأثير في علاقتنا الاجتماعية، وتصوراتنا عن الذات والآخرين، وتفسيراتنا، كما أنها أساسية للتعبير عن الأفكار والآراء (Abbasi & Drouin, 2019). ولها تأثير في مواقف الفرد وسلوكه. ففهم الحالات المزاجية سيساعدنا على إدراك سلوك الأفراد أثناء نشرهم لأحداثهم على وسائل التواصل الاجتماعي، فبالرغم من أن المحتوى المشترك قد يكون موضوعيًّا فعنه يمكن أن يعكس الحالات العاطفية للمستخدم كالوحدة والاكتئاب. أما عن الشعور بالسعادة فيثير رغبة الفرد في الكشف عن حالته العاطفية الإيجابية على وسائل التواصل الاجتماعي، وهو أيضًا خيار بديل للتخلص من الشعور بالوحدة، أو التهرب من المشكلات التي تحدث في الحياة الواقعية

نتائج الدراسة ومناقشتها:

أولًا- خصائص عينة الدراسة:

1. تصنيف حالات الدراسة حسب متغير النوع:

تبين أن حالات الدراسة قد تضمنت (20) مفردة من فئة الذكور والإناث، وقد اختار الباحث حالات الدراسة بعناية كبيرة، وهي مقسمة بالتساوي 50% إلى 50% بين الذكور والإناث؛ حتى تظهر الفروق بينهم إن وُجدت

2. تصنيف حالات الدراسة حسب متغير السن:

بحسب متغير السن تضمنت حالات الدراسة (20) مفردة من فئة 22 لأقل من 25، وذلك لأن عدد سنوات الدراسة في (كلية الحقوق) أربع سنوات، أما في (كلية طب الأسنان) فتكون الدراسة فيها خمس سنوات

3. تصنيف حالات الدراسة حسب متغير الكلية:

بحسب متغير الكلية تضمنت حالات الدراسة (10) مفردات من كلية الحقوق بنسبة مئوية (50%)، و(10) مفردات من كلية طب الأسنان بنسبة مئوية (50%)

4. تصنيف حالات الدراسة حسب متغير المؤهل العلمي للأب:

توصل الباحث إلى أن المؤهل العلمي للأب لدى غالبية حالات الدراسة مؤهل جامعي وعددهم (16) مفردة، بنسبة مئوية (80%)، وهذا يشير إلى ارتفاع نسبة تعليم آباء المبحوثين؛ مما ينعكس على سعادتهم سواء في الواقع أو من خلال وسائل التواصل الاجتماعي، ويساعد في وجود (محيط اجتماعي وثقافي) جيد لدى المبحوثين، يسهم في تشكيل سعادتهم

5. تصنيف حالات الدراسة حسب متغير المؤهل العلمي للأم:

توصل الباحث إلى أن المؤهل العلمي للأم لدى غالبية حالات الدراسة مؤهل جامعي وعددهم (17) مفردة، بنسبة مئوية (85%)، وهذا يدل على ارتفاع الوعي بأهمية التعليم لدى المرأة، وارتفاع نسبة المتعلمين من أمهات المبحوثين، مما يساعد في وجود محيط اجتماعي وثقافي جيد لدى المبحوثين، يسهم في تشكيل سعادتهم

6. تصنيف حالات الدراسة حسب متغير مستوى دخل الأسرة:

بحسب متغير مستوى دخل الأسرة تضمنت حالات الدراسة (10) مفردات من فئة 5000 جنيه لأقل من 10000 جنيه بنسبة مئوية (50%)، و(10) مفردة من فئة 10000 جنيه لأقل من 15000 جنيه بنسبة مئوية (50%).

ثانيًا- السعادة ما بين الواقع الفعلي ووسائل التواصل الاجتماعي:

1. وجهة نظر الشباب الجامعي في مفهوم السعادة، ورؤيتهم لها، وكيف أثرت ثورة الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات فيها؟

رأت غالبية حالات الدراسة أن السعادة شعور داخلي مرتبط بدرجة كبيرة بالرضا عن الحياة، والرضا الداخلي عن النفس، وبالاطمئنان، والراحة، القناعة، والعلاقات الاجتماعية مع المحيط الاجتماعي والثقافي، والصحة الجيدة بغض النظر عن الطبقة التي أنتمي إليها، والأموال التي أمتلكها:

"السعادة هي لما أبقى نايم على مخدتي أبقا راضي عن نفسي، حاسس أن أنا مش

ظالم حد. وفي القدرة على الاستمتاع بالحاجة المتاحة ليا، وأنى أعمل حاجات أنا بحبها، وابسط اللي حوليا. وفي راحة البال، والصحة الجيدة، وعلاقاتي مع محيطي الاجتماعي والثقافي باعتبارهم مصدر للسعادة. السعادة أنك تلاقي حد يخليك تبتسم، تنبسط، تكون مرتاح، وفى المواقف الصغيرة مثلًا وردة من حد بتحبه، ويكون حواليك ناس بتسعدك سواء أهلك أو صحابك. السعادة شعور بالاطمئنان وبالراحة أكتر، وبالقناعة والرضا بالحياة اللي أنا عايشها، مش بالفلوس ولا بالمنصب ولا بالمكان اللي عايش فيه"

هذا وتتفق نتائج الدراسة الحالية مع دراسة (Ping et al., 2020) التي توصلت إلى أن السعادة تتركز في تلبية الاحتياجات الأساسية للإنسان، وقضاء وقت مع أفراد الأسرة

لتفسير قضية الدراسة الحالية في ضوء نظرية (الانتماء) فإن السعادة تتحقق من خلال القبول والانتماء، والتفاعلات الاجتماعية الإيجابية، ونظرية (السعادة والمتعة) فإنها جزء من الرفاهية الذاتية التي تعتمد على تقييم الشخص لحياته وعواطفه وحالاته المزاجية

كما أوضحت غالبية حالات الدراسة أن ثورة الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات غيرت من مفهوم السعادة ومن معاييرها، وجعلتها عرضية ومؤقتة ومزيفة، قائمة على السعادة الفردية، وعلى الاستهلاك، والإشباع الفوري للحاجات لتحقيق المتعة، بعد أن كانت قائمة على القناعة والرضا عن الحياة، وعلى المستوى الاقتصادي والاجتماعي الذي أعيش فيه:

تقول الحالات (1)، و(4)، و(6)، و(10)، و(18): "الثورة خلت الناس مش راضية عن حياتها وزودت من معايير السعادة المزيفة، ومن احتياجات الناس، لو بصينا لأساسيات الحياة الحاجات دي مش ضرورية ليها، بس هما قدروا يقنعوك بدا عشان تبقي مستهلك مثالي، ولو مستهلكتش الحاجة دي يبقي أنتا مش من الطبقة دي". وتذكر الحالات (5)، و(7)، و(8)، (11)، و(14): "زمان قبل الثورة كانت السعادة أحسن من دلوقتي، الناس كانوا بيكونوا سعداء من حاجات بسيطة، دلوقتي التكنولوجيا والسوشيال ميديا خلت السعادة لحظية وفردية مش جمعية، بقت بتكبر من مفهوم السعادة بتحسسك أنك مش أحسن حد وفي ناس أحسن منك. العيشة العادية بقت بالنسبة للناس تقليدية، أما زمان كانت الحاجات دي سعادة، أما دلوقتي عايز يكون معايا عربية، تليفون حديث عشان احس بسعادة"، وتقول الحالات (9)، و(15)، و(16)، و(20)، و(17)، و(19): "الثورة خلت الناس بقت كلها اسطنبة واحدة، وزودت من معايير السعادة المزيفة، خلت الناس عندها أحلام أكبر من قدرتها، وبيضيعوا عمرهم في أنهم يحققوا نجاحات بدل ما يستمتعوا بالحياة"

هذا، وتتفق نتائج الدراسة الحالية مع دراسة (Kapila, 2019) التي توصلت إلى أن السعادة في عصر الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات العلاقات فيه سطحية، ومؤقتة، وسريعة الزوال

وطبقًا لتفسير قضية الدراسة الحالية في ضوء نظرية (الانتماء) فإن وسائل التواصل الاجتماعي التى هى جزء من ثورة الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات ساعدت في تلبية الحاجات الأساسية للإنسان؛ كالحاجة إلى القبول، والانتماء، والتقارب، والتواصل مع الآخرين، والعرض الذاتي

2. رؤية الشباب الجامعي حول السعادة: هل تأتي من الواقع، أم من وسائل التواصل الاجتماعي؟ أم من الاثنين معا؟

رأت غالبية حالات الدراسة أن السعادة تأتي من الواقع؛ لأنه عالم مادي ملموس، وليس من العالم الافتراضي غير المادي وغير الملموس القائم على الدوبامين المزيف المتمثل في وسائل التواصل الاجتماعي، إذ إن الواقع قائم على العلاقات وجهًا لوجه، والمشاعر الحقيقية الملموسة والدوبامين الحقيقي:

تقول الحالات (1)، و(3)، و(5)، و(6)، و(7)، و(8)، (13)، و(14)، و(17): "السعادة تأتي من الواقع، أنا عمومًا بفضل التعاملات في الواقع، الناس لما تقولي كلمة كويسة في وشي دا بيجبلي سعادة اكتر من لما تقولهالي في شات لأنوا بيدمر علاقات لأن مشاعري مش واصلة عكس الواقع المشاعر واصلة، وعشان الكلمة الحلوه في الواقع بتفرق. وتذكر الحالة (4)، و(10)، و(15): "السعادة تأتي من الواقع عموما الإنسان عندوا اتنين دوبامين؛ 1 - دوبامين الحقيقي؛ ودا اللي بيبقى موجود جوا الإنسان، 2 - دوبامين مزيف؛ وهو اللي موجود في السوشيال ميديا، أو أي حاجة افتراضية، السعادة الحقيقية والصحية أنك تنزل للواقع وتشوف حياتك، زيادة معدلات القلق والتوتر ما هو بسبب أن حياتك مبقتش طبيعية ".

هذا، وتتفق نتائج الدراسة الحالية مع دراسات: (Smith, 2019) و (Tus et al., 2021)، و(Ciplak, 2020) التي توصلت إلى أن الأشخاص الذين يشعرون بالسعادة في العالم الواقعي يقلُّ استخدامهم لوسائل التواصل الاجتماعي، وأنهم غير مهتمين بالتفاعل من خلاله.

هذا وتختلف نتائج الدراسة الحالية مع دراسات: (Ward, 2016)، و(Pittman, 2018)، و (Ping et al., 2020) التي توصلت إلى أن مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي يكونون أكثر سعادة من غير المستخدمين، وإلى أنها مصدر للمتعة والتحفيز والسعادة والتخلص المؤقت من التوتر الأكاديمي.

هذا وتختلف نتائج الدراسة الحالية مع نظرية (الانتماء)، و(السعادة والمتعة) اللتين رأتا أنّ تحقيق السعادة والرفاهية تختلفان في بروزهما ومعناهما باختلاف الثقافات والسياقات الاجتماعية المختلفة؛ وذلك بسبب الفروق الفردية والتوقعات، فيمكن أن تأتي من الواقع أو من وسائل التواصل الاجتماعي

3. وجهة نظر الشباب الجامعي حول التساؤل الآتي: هل استخدام وسائل التواصل الاجتماعي يجلب لهم السعادة والرضا عن الحياة؟ وهل مقدار الوقت الذي يقضونه عليها يؤثر في مستوى سعادتهم؟

رأت غالبية حالات الدراسة أن استخدام وسائل التواصل الاجتماعي غيَّر من معايير السعادة والرضا عن الحياة، وزاد من معدلات الإدمان والانطوائية؛ لأن السعادة فيها مزيفة ولحظية وذاتية، ويعرض فيها الكثير من المشكلات، والآراء السلبية، والمشهورين المزيفين:

تقول الحالات (1)، و(3)، و(5)، و(7)، و(10)، و(18): "استخدام السوشيال ميديا بيديقني لأن في مشاكل وآراء سلبية كتير، الناس اللي بتتشهر وهما أونطة، الواحد بيحزن على واقع المجتمع. ولا يجلب ليا السعادة لأن مفهوش حاجة حقيقية كلوا وهم في وهم، السوشيال ميديا غيرت معايير السعادة، وهى أصلن السعادة فيها لحظية، وشخصية، وذاتية افرح نفسي على حساب أي حد ودا مش صح". وتذكرالحالات (4)، (6)، و(9)، (17)، و(20): "لا تجلب السعادة هى كلها على بعضها فيك هى معمولة عشان حاجة معينة، عشان تقرب الناس من بعضها، السوشيال ميديا أحنا مبنستخدمهاش صح زي ما هى اتعملت اساسا لدا للتواصل، بقت سبب من اسباب الإدمان وبتمنع الانطوائين أن هما ينزلوا يتعاملوا في الحقيقية".

هذا وتتفق نتائج الدراسة الحالية مع دراسة (Kapila, 2019) التي توصلت إلى أن وسائل التواصل الاجتماعي عالم مزيف قائم على التمثيل، والعلاقات فيه سطحية ومؤقتة وسريعة الزوال، كما تتفق مع دراسة (Smith, 2019) التي توصلت إلى أن الأشخاص ذوي احترام الذات الأعلى يميلون إلى الإبلاغ عن رضا عام وسعادة أكبر عن الحياة.

هذا وتختلف نتائج الدراسة الحالية مع دراسات: (Ward, 2016)، و (Pittman, 2018)، و (Ping et al., 2020) التي توصلت إلى أن مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي يكونون أكثر سعادة من غير المستخدمين، وإلى أنها مصدر للمتعة والتحفيز والسعادة والتخلص المؤقت من التوتر الأكاديمي.

هذا وتختلف نتائج الدراسة الحالية مع نظرية (الانتماء)، و(السعادة والمتعة) اللتين رأتا أن استخدام وسائل التواصل الاجتماعي يوفر الاحتياجات النفسية والاجتماعية الأساسية، وضروري لتحقيق السعادة والرفاهية

كما أوضحت كل حالات الدراسة ماعدا الحالتين (14)، و(16) أنه كلما زاد معدل الوقت على مواقعها المختلفة قلَّت معدلات السعادة والرضا عن الحياة؛ لأن الواقع قائم على العلاقات والمشاعر الحقيقية والمقارنات المحدودة، أما وسائل التواصل الاجتماعي قائمة على المقارنات الواسعة المزيفة والدوبامين المزيف:

"لما الوقت بيزيد علية بلاقي مودي مقفول، ومتعصب وخلقي ضيق، الموضوع بيكون صعب شوية، جرب تنزل يوم تعمل حاجات في الواقع، انزل زور قرايبك، العب كورة، روح الجيم، ويوم تاني جرب تعد على السوشيال ميديا هتلاقي اختلاف رهيب، لأن كل ما تبعد عن طبيعتك طبيعي تبقي مخنوق"

هذا وتتفق نتائج الدراسة الحالية مع دراسة (Pallavi, 2022) التي توصلت إلى أن الزيادة في استخدام وسائل التواصل الاجتماعي تقلل من السعادة الذاتية للفرد

هذا وتختلف نتائج الدراسة الحالية مع دراستَي: (Ward, 2016)، و (Ciplak 2020) اللتين توصلتا إلى أن الأشخاص الذين قضوا الكثير من الوقت على مواقعها المختلفة تزيد معدلات السعادة الذاتية لديهم

ثالثًا- وسائل التواصل الاجتماعي ودورها في إيجاد السعادة الاجتماعية للشباب:

1. **آراء الشباب الجامعي حول الآتي: ما الذي يشكل سعادتهم؟ محيطهم الاجتماعي والثقافي أم تفاعلاتهم وروابطهم وعلاقاتهم على وسائل التواصل الاجتماعي؟ وإذا كانت وسائل التواصل الاجتماعي فما أكثر موقع؟ ولماذا؟**

رأت غالبية حالات الدراسة أن الذي يشكل سعادتهم محيطهم الاجتماعي والثقافي؛ لأنه حقيقي ومستمر وملموس، وقائم على العلاقات والمشاعر الحقيقية، وليس مزيفًا، ومؤقتًا، ولحظيًّا، وغير مستمر كوسائل التواصل الاجتماعي القائمة على العلاقات والمشاعر المزيفة والمتخيلة:

"المحيط الاجتماعي والثقافي عشان واقعي والمشاعر فيه بتوصلني زي ما هي مش بتكون مصطنعة. لما بعد مع صحابي واتكلم كل واحد فينا بيحس بالتاني من غير ما يتكلم لأنوا شايف رياكشن وشي. لما بشارك اللي حوليا حاجات بحس أني سعيدة، أما السوشيال ميديا هي فيك مش حقيقية ومش واقعية عبارة عن عالم خيالي كلوا أحلام، فترة وهتروح وبتجبلي سعادة لحظية. والروابط اللي علية لو وقفت هتوقفني. حاجة مش ملموسة ولحظية، أما المحيط الاجتماعي والثقافي مستمر".

هذا وتتفق نتائج الدراسة الحالية مع دراسة (Ping et al., 2020) التي توصلت إلى أن السعادة تأتي من خلال (المحيط الاجتماعي والثقافي)

هذا وتختلف نتائج الدراسة الحالية مع دراسات: (Ward, 2016)، و(Pittman, 2018)،

(Ping et al., 2020) التي توصلت إلى أن مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي يكونون أكثر سعادة من غير المستخدمين.

وطبقًا لتفسير قضية الدراسة الحالية في ضوء نظرية (الانتماء) فأن التفاعلات الاجتماعية الإيجابية مع (المحيط الاجتماعي والثقافي) يؤثر في مستوى سعادتنا ورفاهيتنا.

كما أوضحت غالبية حالات الدراسة أن روابطهم وتفاعلاتهم التي يشكلونها على وسائل التواصل الاجتماعي تجلب لهم السعادة؛ لأنها توسع من نطاق معارفهم وروابطهم وعلاقاتهم الاجتماعية، وتساعدهم على التواصل مع الأشخاص من خلفيات متنوعة، والاشتراك في المجموعات الاجتماعية التي تعكس اهتمامتهم:

"روابط السوشيال ميديا بتعرفني على ناس أكتر وبتخليني اكون علاقات وروابط اجتماعية، ومهمهة لأنها بتقرب ناس بعيدة، حد مسافر فبتواصل معاه، بتديني سعادة لما بخش اعمل لايكات وتعليقات لصحابي، لو بخاطب ناس شبهي هتجلبلي سعادة، لو دخلت على جروبات بتاعت رسم لأن أنا بحب الرسم فدا هيجلبلي سعادة، وبحب الأفلام والمسلسلات الاجنبي، لما بشترك على جروبات بتعكس المسلسلات دي والاقي حد بيتكلم عنها بحس أن أنا مبسوطة"

هذا وتتفق نتائج الدراسة الحالية مع دراسات: (Ward, 2016)، و(Pittman, 2018)، و (Ping et al., 2020) التي توصلت إلى أن مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي يكونون أكثر سعادة وحميمية من غير المستخدمين؛ وذلك لأنها تساعدهم على تكوين روابط اجتماعية، وتحافظ على تفاعلاتهم الاجتماعية مع الآخرين

هذا وتختلف نتائج الدراسة الحالية مع دراسة (Kapila, 2019) التي توصلت إلى أن وسائل التواصل الاجتماعي أثرت في العلاقات والروابط الاجتماعية والاتصال وجهًا لوجه

كما رأت غالبية حالات الدراسة أن أكثر موقع يتفاعلون من خلاله، ويشكلون فيه روابط اجتماعية هو "الفيسبوك" بسبب أدواته المختلفة التي تتيح لهم الإعجاب، والتعليق، والمشاركة، والنشر، والاشتراك في المجموعات المختلفة، كما أن الأصدقاء فيه أصدقاء من العالم الحقيقي، وكذلك "الواتساب " الذي يتيح التواصل من خلال المحادثة والفيديو، ويسهل من التواصل مع الأشخاص في أي وقت وفي أي مكان:

تقول الحالات (1)، و(2)، و(4)، و(5)، و(7)، و(10)، (16)، (19): "الفيسبوك عشان من خلاله بشير، وفيه جروبات، وفيه كومكس، وعشان الناس فيه مبيبقوش متكلفين أوى زي المواقع التانية، وفيه موده وتفاعل اكتر، ومعظمة ناس عارفاهم في الواقع". وتذكر الحالات (3)، و(6)، و(11)، و(14)، و(15)، و(17)، و(18)، و(20): "الواتساب عشان فيه خاصية الفيديو كول وبكلم فيه ناس اعرفهم في العالم الحقيقي، والجروبات اللي علية، وفادني في الدراسة جدًا، وبيوفرعلينا وقت ومجهود كبير فدا بيبسطني، لو احتجت حاجة

قبل الامتحان ملخصات أو عندي سؤال معين ببعت على الجروب وبلاقي الناس بتبعتلي الملخصات فدا بيجلبلي السعادة، على عكس الواقع ممكن معرفش اقابل صاجبي، ارن علية الاقي التلفون بتاعة مغلق، مفيش شبكة".

هذا وتتفق نتائج الدراسة الحالية مع دراسات: (Ward, 2016)، و(Kapila, 2019)، و(Smith,2019)، و(Bergagna & Tartaglia, 2022) التي توصلت إلى أن المستخدمين يفضلون موقع الفيسبوك، ويليه الواتساب؛ إذ إنهما يجعلانهم أكثر اجتماعية ووُدًّا، ويوجد فيهما الأصدقاء، ويتوافر فيهما التحديثات، واستخدام الرموز، كما أن معظم الأصدقاء فيهما أصدقاء في العالم الحقيقي

وطبقًا لتفسير قضية الدراسة الحالية في ضوء نظرية (الانتماء)، و(السعادة والمتعة) فإن وسائل التواصل الاجتماعي وروابطها المختلفة وخاصة موقع "الفيسبوك" يُستخدم من أجل تلبية الحاجات الأساسية للإنسان، وتحقق التقارب، والتواصل مع الآخرين، وتسمح بمحاكاة الأحداث الإيجابية

2. رؤية الشباب الجامعي حول المحتوى الذي يُعرض على وسائل التواصل الاجتماعي سواء الإيجابي أو السلبي وتأثيره في مستوى سعادتهم.

أوضحت غالبية حالات الدراسة أن المحتويات الإيجابية التي تُعرض على وسائل التواصل الاجتماعي -وخاصة الواقعي منها: كالأعمال الخيرية والفيديوهات العلمية والتحفيزية، والمحتويات الجديدة التي تعكس قيمًا وآراء وسلوكيات إيجابية- تؤثر في مستوى سعادتهم ودوافعهم:

"المحتوى الايجابي في الحاجات الخيرية اللي بتبقي موجوده علية، والاستفادة العلمية، والفيديوهات التحفيزية والكوميدية، واحد بيقدم محتوى بيعلمك حاجة جديدة. والمحتوى الواقعي زي مثلًا أم بتعمل فيديوهات عن ازاي تربي ولادك صح، حد اتعلمت منوا عادة كويسة، اعرف حاجة مكنتش اعرفها زي موقع مثلًا بيساعدنا في المذاكرة، موقع معين اتعلمت من علية حاجه جديده، الحاجات المثمرة دى بتخليني راضية اكتر عن السوشيال ميديا، فدا بيأثر على مستوى سعادتى وبيدنى دافع أنى اتبسط "

هذا وتتفق نتائج الدراسة الحالية مع دراسات: (Ping et al., 2020)، و (Kapila, 2019)، و(Pittman, 2018) التي توصلت إلى أن المحتوى الإيجابي يؤدي إلى سعادة المستخدم.

وطبقًا لتفسير قضية الدراسة الحالية في ضوء نظرية (السعادة والمتعة) فإن وسائل التواصل الاجتماعي تسمح بمحاكاة الأحداث الإيجابية، وزيادة بروز اللحظات الحالية، وذكريات السيرة الذاتية الإيجابية

كما رأت غالبية حالات الدراسة أن المحتوى السلبي الذي يُعرض على وسائل التواصل الاجتماعي يؤثر في مستوى سعادتهم، وخاصة الذي يحمل مشاهد عنف: كزلزال تركيا وسوريا، وحرب أوكرانيا، والحوادث والكوارث، كما أنه ينافي القيم: كالمقارنات المزيفة والفيديوهات الخارجة، والمؤثرين المزيفين، والأشخاص الذين يعرضون حياتهم المثالية:

"المحتوى السلبي زي زلزال تركيا وسوريا، وحرب اوكرانيا، والقذف اللي في القدس، الوفيات وخاصة فترة كورونا، الحوادث، والكوارث، وقلة الاحترام، وقلة التقدير، والقيم فيه قلت. الحاجات المغلوطة عن الدين، والمقارنات اللي بتحصل علية، والانفتاح الزيادة، والحاجات العيب والحرام اللي بيتقال والاقي الناس متفاعلة معاها، والانفلونسر اللي علطول مصورين حياتهم مثالية وعلطول بيسافروا، والناس اللي بتشارك تفاصيل حياتها على السوشيال ميديا. لما الإنسان بيتعرض لحاجات زي دي بتفوق طاقتة الاستعابية بيتأثر، السوشيال ميديا جمعت كل كوارث البشر عشان تمتصها أنتا فدا بيبقي كبير على طاقة الإنسان وكبير على تحملة فممكن يأثر علية ويخلية خايف يطلع للعالم الخارجي، الأحداث دي بحسها حزن مركز ودا أثر عليا نفسيًا. (الموبيل صغير بس مجمع الكوارث اللي في العالم، الحزن كلوا متجمع قدامك)".

هذا وتتفق نتائج الدراسة الحالية مع دراسة (Ping et al., 2020) التي توصلت إلى أن المحتوى السلبي مثل الأخبار السيئة عن الأصدقاء والأقارب وأفراد الأسرة يثير المشاعر السلبية للمستخدم

3. آراء الشباب الجامعي حول التساؤل: هل نشرهم للمنشورات والحالات والقصص والتعليق والإعجاب على وسائل التواصل الاجتماعي يزيد من مستوى سعادتهم؟

أوضحت غالبية حالات الدراسة أن الأدوات المختلفة التي أتاحتها وسائل التواصل الاجتماعي زادت من مستوى سعادتهم وخاصة مشاركة المنشورات؛ إذ يتم من خلالها عرض قصص وحكايات حقيقية تؤثر في مشاعرهم سواء بشكل إيجابي أو سلبي:

"المنشورات بتأثر اكتر لأن فيها كلام، وقصص، وحكايات، شخص بيروي قصة حقيقية عشها كل دا بيأثر على مستوى سعادتي، أنا لما بشوف بوست عجبني أحب الناس تشوفه. الإعجاب ممكن ميبنش، التعليقات مش كل الناس مهتمة أنها تشوفها، أما المنشور بيجذب الناس للقراية".

هذا وتتفق نتائج الدراسة الحالية (Smith,2019) التي توصلت إلى أن المستخدمين يفضلون نشر المنشورات؛ لأن ذلك يزيد من مستوى سعادتهم

وطبقًا لتفسير قضية الدراسة الحالية في ضوء نظرية (السعادة والمتعة) فإن النشر المتعمد على وسائل التواصل الاجتماعي يؤثر في السعادة؛ فهو يزيد من المشاعر الإيجابية والرفاهية الذاتية

رابعًا- وسائل التواصل الاجتماعي ودورها في صياغة السعادة المزيفة للشباب:

1. وجهة نظر الشباب الجامعي في السعادة على وسائل التواصل الاجتماعي: هل هي سعادة حقيقية أم سعادة مزيفة؟ وما أكثر موقع من مواقع التواصل الاجتماعي يمثل هذه السعادة؟

رأت غالبية حالات الدراسة أن السعادة على وسائل التواصل الاجتماعي سعادة مزيفة ومؤقتة ولحظية قائمة على الاستهلاك ونشر الذات المثالية للحصول على الإعجابات والتعليقات وتحقيق الرضا الداخلي عن الذات:

"السعادة عليها مزيفة ولحظية، أنتا مش عارف الكواليس، ولا عارف اللي بيظهر أنوا مبسوط دا مبسوط فعلن ولا لا، الواقع الافتراضي مزيف أنتا من خلالة بتبين أنك سعيد بتحط نجاحاتك لكن الناس مش شايفة اللي عملتوا عشان اوصل للنجاح دا، السعادة فيه لحظية اكتر، أول ما أنزل استورى وبتبسط للتعليقات اللي علية بس أول 24 ساعة بيتمسح خلاص الانبساط بيروح. مزيفة عشان الناس فيها بتحب المظاهر، هما ممكن يقولولي أنتي حبيتي وكدا ولكن هما في الواقع بيكرهوني، أكون مثلًا متخانق مع حد في الحقيقية، لما بنروح ننزل صورة مع بعض وبفضل اعلق الصورة حلوة أو وحشاني وببقا عارفة أنوا كدب بس بنعمل كدا عشان نبان بصورة كويسة للناس"

هذا وتتفق نتائج الدراسة الحالية مع دراسة (Kapila, 2019) التي توصلت إلى أن وسائل التواصل الاجتماعي عالم مزيف قائم على التمثيل، والعلاقات فيه سطحية ومؤقتة وسريعة الزوال

هذا وتختلف نتائج الدراسة الحالية مع دراسات:

(Ping et al., 2020)، (Pittman, 2018)، (Ward, 2016) التي توصلت إلى أن مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي يكونون أكثر سعادة من غير المستخدمين.

أوضحت غالبية حالات الدراسة أن أكثر موقع يمثل السعادة الحقيقية موقع "الواتساب"؛ لأنه وسيلة للتواصل مع الأشخاص القريبين والبعيدين من العالم الحقيقي، ووسيلة يتم من خلالها أرشفة أحداث الحياة المهمة وحفظها:

"موقع الواتساب لأن بتواصل فيه مع الناس البعيدين عني، والناس فيه عارفهم في العالم الحقيقي، وخاص اكتر. وعشان في فترات من حياتي كنت مسافرة ومعرفش حد، لو عايزه افتكر موقف معين بخش اشوفها بلاقيها متوثقة بنفس المكان، والتاريخ، والصور، بحس أنوا البوم حياتي"

هذا وتختلف نتائج الدراسة الحالية مع نظرية (الانتماء) التي رأت أن الفيسبوك وسيلة للتواصل مع الآخرين، والعرض الذاتي

كما رأت غالبية حالات الدراسة أن أكثر موقع يمثل السعادة المزيفة موقع "الإنستجرام"، إذ يسمح بالترويج المزيف للصور والفيديوهات والقصص بفعل أدواته المختلفة التي تتيح تطبيق المرشحات عليها:

"الإنستجرام لأنها قايمة على فكرة الترويج المزيف، عشان الصور والفيديوهات والناس اللي فيه، واكتر ابلكيشن الناس فيه بتنزل حاجات عن حياتها، اكتر حاجة مبينه للناس حياه بعض عشان كدا بتبان فيك، الناس فيه بتبين الحاجات الحلوة اللي في حياتها بس، وبيبين تفاصيل الحياة في الاستوري"

هذا وتتفق نتائج الدراسة الحالية مع دراسة (Kapila, 2019) التي توصلت إلى أن موقع الإنستجرام الأكثر زيفًا؛ نظرًا لأنه أتاح لهم نشر صور يحصلون من خلالها على الإعجابات (السعادة المزيفة)

2. رؤية الشباب الجامعي حول افتقار وسائل التواصل الاجتماعي إلى العمق والأصالة والثقة، على عكس العالم الواقعي:

أوضحت كل حالات الدراسة - ماعدا الحالة (16)- أن وسائل التواصل الاجتماعي تفتقر إلى العمق والأصالة والثقة، فالعلاقات والمشاعر فيه سطحية ومؤقتة ومزيفة يتم استخلاصها من خلال المنشورات والصور والإيموشنات، إذ إنها عالم مزيف قائم على التمثيل، على عكس العالم الحقيقي القائم على العلاقات الحقيقية وجهًا لوجه:

"السوشيال ميديا تفتقر لدا عشان العالم الافتراضي بحس أنوا مش حقيقي، مفهوش عمق زي الواقع خالص، والعلاقات فيه سطحية ومؤقتة ومزيفة، من خلالها ممكن أصنع شخص خيالي مش موجود في الواقع وأعملة حياة، وتاريخ، وارشيف، كمان انفعالاتك علية مش زي الواقع خالص، ومش بحس بمشاعر الناس فيه مثلًا الناس تقولي أنتي مضايقة لية وهما مش شايفني هما بيشوفوني من خلال مسج، حروف، ايموشنات، ممكن بوست أظهر فيه أني مبتسم وأنا في الواقع مش كدا، أما العالم الحقيقي فيه عمق وأصالة لأن كل حاجة فيها قدام عينك وملموسة وشايفها وحاسسها، الواقع هيبان مشاعري فيها"

هذا، وتتفق نتائج الدراسة الحالية مع دراسة (Kapila, 2019) التي توصلت إلى أن وسائل التواصل الاجتماعي عالم مزيف قائم على التمثيل، والعلاقات فيه سطحية ومؤقتة وسريعة الزوال

هذا، وتختلف نتائج الدراسة الحالية مع دراستَي: (Ward, 2016)، و(Pittman, 2018) اللتين توصلتا إلى أن وسائل التواصل زادت من معدلات الثقة لديهم، وشعروا من خلالها بالرضا والإشباع والحميمية

خامسًا- وسائل التواصل الاجتماعي ودورها في إيجاد السعادة الذاتية للشباب:

1. آراء الشباب الجامعي عن أكثر موقع من مواقع التواصل الاجتماعي يزيد من مستوى سعادتهم الذاتية:

رأت غالبية حالات الدراسة أن أكثر موقع من مواقع التواصل الاجتماعي يمثل السعادة الذاتية هو موقع "الواتساب"؛ لأنه يتيح التواصل مع الأشخاص الذين يعرفونهم من العالم الحقيقي، يليه "الفيسبوك"؛ لأن محتواه متنوع وكوميدي، وبه أشخاص من كل الثقافات والبيئات:

تقول الحالات (2)، و(3)، و(4)، و(8)، و(10)، و(15)، و(18): "موقع "الواتساب" عشان من خلالة بكلم صحابي وبعبر عن اللي مش عارف اعبر عنه في الواقع". وتذكر الحالة (5)، و(7)، و(9)، و(11)، و(19): "الفيسبوك" عشان في ناس بيتفاعلوا معاك كتير، وفية ناس موجودين على مستوى العالم، والمحتوى الكوميدي فيه كتير ومتنوع"

هذا وتتفق نتائج الدراسة الحالية مع دراسات: (Ward, 2016)، و(Kapila, 2019)، و(Smith,2019)، و(Bergagna & Tartaglia, 2022) التي توصلت إلى أن المستخدمين يفضلون موقع الفيسبوك والواتساب؛ لأنهما يجعلانهم أكثر اجتماعية وودًّا، ويوجد فيهما الأصدقاء، ويتوافر فيهما التحديثات، واستخدام الرموز، كما أن معظم الأصدقاء فيهما أصدقاء في العالم الحقيقي

وطبقًا لتفسير قضية الدراسة الحالية في ضوء نظرية (الانتماء)، و(السعادة والمتعة) فإن وسائل التواصل الاجتماعي وخاصة موقع "الفيسبوك" يُستخدم من أجل الحصول على المعلومات وخاصة الاجتماعية والثقافية، والتواصل مع الآخرين، ويسمح بزيادة بروز اللحظات الحالية

كما أوضحت غالبية حالات الدراسة أن أكثر موقع من مواقع التواصل الاجتماعي لا يمثل السعادة الذاتية هو موقع "الإنستجرام"؛ لأنه مسرح يقوم من خلاله الأشخاص والمشهورون بتصدير الصور المثالية لهم، ويتم من خلاله تقييم الأشخاص من خلال عدد الإعجابات والتعليقات، يليه "الفيسبوك" لأنه محتواه غير مقتصر على عمليات البحث التي يقومون بها:

تقول الحالات (6)، و(7)، و(9)، و(11)، و(13)، و(18): "الانستجرام عشان هو مسرح للناس المزيفة، فيها صور عكس الموجود، الناس فيه بيهمها الليك والتعليقات أهم من الاشخاص نفسهم، ممكن واحد يستغل صحبة عشان مشهور". وتذكر الحالة (8)، و(12)، و(14)، و(15)، و(17): "الفيسبوك بيجيب اكتئاب، وفيك، وبيجبلي اللي هو عايز يجيبة، بكلم صحبتي في حاجة الاقي ظهرلتلي علية، وعشان مفهوش حاجة بتفدني عشان بتواصل من خلالة مع اقاربي مفهوش أي سعادة"

هذا وتتفق نتائج الدراسة الحالية مع دراسة (Kapila, 2019) التي توصلت إلى أن موقع الإنستجرام الأكثر زيفًا؛ نظرًا لأنه أتاح لهم نشر صور يحصلون من خلالها على الإعجابات (السعادة المزيفة)

2. وجهة نظر الشباب الجامعي في أن شعورهم بقيمة ذواتهم واحترامهم وثقتهم بها، ورضاهم وسعادتهم في العالم الحقيقي - سيؤثر في شعورهم بالسعادة واستخدامهم لوسائل التواصل الاجتماعي:

رأت غالبية حالات الدراسة أن وسائل التواصل الاجتماعي لا تؤثر في قيمة ذواتهم وثقتهم بها، وسعادتهم ورضاهم عن العالم الحقيقي، بشرط وجود رضا داخلي عن الذات وعن المحيطين: الاجتماعي والثقافي اللذين ينتمون إليهما:

"لا المفروض أنتا اللي تأثر على السوشيال ميديا مش هى اللي تأثر عليك دا الصح، لو أنا سوي نفسين وراضي عن نفسي مش هبص لفلان معاه إيه وفلان عامل أزاي، لو واثق في نفسك في الحقيقية هتبقي واثق في نفسك في السوشيال ميديا".

هذا وتتفق نتائج الدراسة الحالية مع دراسة (Smith, 2019) التي توصلت إلى أن الأشخاص الذين يثقون بذواتهم ولديهم رضا عام عن الحياة لا يتأثرون بوسائل التواصل الاجتماعي

هذا وتختلف نتائج الدراسة الحالية مع دراساتك (Pittman, 2018)،و (Schwartz, 2021)، و (Ciplak 2020)، و (Tus et al., 2021) التي توصلت إلى أن الأشخاص غير السعداء والذين يفتقرون إلى الحميمية والدعم الاجتماعي واحترام الذات ويعانون من القلق والوحدة في الواقع سيلجأون إلى وسائل التواصل الاجتماعي للحصول على هذه الأشياء.

وطبقًا لتفسير قضية الدراسة الحالية في ضوء (السعادة والمتعة) فإن الرضا عن الحياة، وتعظيم التأثيرات الإيجابية، وتجنب التأثيرات السلبية يجنب الأشخاص التأثر بوسائل التواصل الاجتماعي.

3. رؤيـة الشـباب الجامعـي فـي أن شـعورهم بالقلـق والوحـدة والعزلـة وعـدم تقديرهـم لذواتهـم فـي العالـم الواقعـي سـيزيد مـن اسـتخدامهم لوسـائل التواصـل الاجتماعـي لتعويـض هـذا النقـص، ممـا يجعلهـم يشـعرون بالسـعادة:

أوضحـت غالبيـة حـالات الدراسـة أن شـعورهم بالقلـق والوحـدة والعزلـة وعـدم تقديرهـم لذواتهـم فـي العالـم الحقيقـي سـيزيد مـن اسـتخدامهم لوسـائل التواصـل الاجتماعـي؛ لأنـه وسـيلة للهـرب مـن مشـكلات العالـم الحقيقـي وصنـع الـذات المثاليـة التـي يرغبون فيهـا لتعويـض النقص:

"اه طبعًـا مـن خلالـة هقـدر أعمـل شـخصية مختلفـة عـن اللـي فـي الحقيقـة، هضيـع وقـت عليـة، وأهـرب مـن مسـاؤي العالـم الحقيقـي للعالـم الافتراضـي اللـي السـعادة فيـه لحظيـة مجـرد مـا يقفـل موبايلـه ويجـي ينـام هيرجـع تانـي للعالـم اللـي هـو بيهـرب منـوا، واحـاول مـن خلالـة اخـرج عـن القلـق اللـي عليـة وخاصـة لـو مفيـش حـد جنبـي فلازم الهـي نفسـي بـأي حاجـة عليـة عشـان اقـدر اعـوض دا. وأجمـع صحـاب مـن عليـة وهمـا مـش هيكونـوا حقيقيـن عشـان اعـوض النقـص دا"

هذا وتتفق نتائج الدراسة الحالية مع دراسات: (Pittman, 2018)، و (Schwartz, 2021)، و (Ciplak 2020)، و (Tus et al., 2021) التي توصلت إلى أن الأشخاص غير السعداء والذين يفتقرون إلى الحميمية والدعم الاجتماعي واحترام الذات ويعانون من القلق والوحدة في الواقع سيلجأون إلى وسائل التواصل الاجتماعي للحصول على هذه الأشياء.

وطبقًـا لتفسـير قضيـة الدراسـة الحاليـة فـي ضـوء نظريـة (السـعادة والمتعـة) فـإن فالسـعادة تختلـف مـن شـخص لآخـر، وذلـك بسـبب الفـروق الفرديـة والتوقعـات؛ إذ تعتمـد علـى تقييـم الشـخص لحياتـه وعواطفـه وحالاتـه المزاجيـة؛ ومـن ثـم مـدى تأثـره بوسـائل التواصـل الاجتماعـي

4. آراء الشـباب الجامعـي فـي أنهـم مـن خـلال وسـائل التواصـل الاجتماعـي يمكـن أن يكتشـفوا أن شـخصًا مـا يشـعر بالاكتئـاب عـن العالـم الواقعـي:

رأت غالبيـة حـالات الدراسـة أن وسـائل التواصـل الاجتماعـي وسـيلة للكشـف عـن مؤشـرات الاكتئـاب مـن خلال منشـوراتهم، وصورهـم، وتعليقاتهـم، والقصـص التـي ينشـرونها، أمـا فـي الواقـع فيكـون مـن خلال تصرفاتهـم ومظهرهـم وردود أفعالهـم فـي المواقـف المختلفـة:

"اكتشفتها من خلال كلامي معاه على الخاص، ومن خلال بوستاته، وكومنتاته، وصوره. مبينزلش استورهات وهو في الأصل بيعمل كدا، حط ايموشن قلب مكسور، أو ضحكة وقلب مكسور، مثلًا متعودين أنوا بيحب الكوره وبينزل لقطات للماتش مبقاش بينزل فدا بيدل على أنوا عندو اكتئاب، أما في الواقع من خلال ردود أفعاله، طريقة كلامه، تصرفاته، شكله".

التوصيات:

في ضوء ما أسفرت عنه نتائج الدراسة بشقيها الميداني والنظري، يمكن أن يضع الباحث مجموعة من التوصيات كالآتي:

1. قيام (المحيط الاجتماعي والثقافي) بمؤسساته المختلفة بتشكيل سعادتهم، وخاصة في عصر ما بعد الحداثة التي تعرضت فيه السعادة للاختراق وللتشوية والتزييف، حتى لا يلجأ إلى وسائل التواصل الاجتماعي التي وفرت له ذلك بأدواتها المختلفة.
2. قيام المؤسسات الاجتماعية والتربوية والدينية - التي تسهم في تشكيل السعادة وترسيخها وخاصة في فترة (المراهقة والشباب)- بتنمية الوعي المعرفي والثقافي والإدراك لديهم؛ حتى يستطيعوا مواجهة مخاطر ثورة الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات على سعادتهم.
3. عمل دورات تدريبية لتأهيل الشباب وخاصة الجامعي، للاستفادة من إيجابيات وسائل التواصل الاجتماعي في تنمية الجوانب العلمية والثقافية والاجتماعية، والحد من سلبياتها بشكل عام، ومن تأثيرها السلبي في سعادتهم بشكل خاص.

قائمة المصادر المراجع:

1 - المراجع باللغة العربية:

بوزيان، ز.، والحاج، ي. (2023). تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على تقدير الذات لدى الشباب في دولة الإمارات العربية المتحدة. مجلة جامعة الشارقة للعلوم الإنسانية والاجتماعية، *20* (4)، 514-477. https://:doi.org/10.36394/jhss/20/4/3

2 - المراجع باللغة الإنجليزية:

Abbasi, I., & Drouin, M. (2019). Neuroticism and Facebook Addiction: How Social Media can Affect Mood?, *The American Journal Of Family Therapy, 47* (4), 199–215. https://doi.org/10.1080/01926187.2019.1624223

Bauman, Z. (2000). *Liquid Modernity*, Polity Press, Blackwell Publishing Ltd, Cambridge.

Baumeister, F., & Mark, M. (1996). Identity as Adaptation to Social, Cultural, and Historical Context, *Journal of Adolescence. 2*(19) 16-40. https://doi.org/10.1006/jado.1996.0039

Berezan, O., Krishen, A., Agarwa, S., & Kachroo, P. (2017). The pursuit of virtual happiness: Exploring the social media experience across generations, *Journal of Business Research*. https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2017.11.038

Bergagna, E., & Tartaglia, S. (2022). Social Networking Sites Passive Use And Its Effects On Sad-Happy Mood, *Psihologija, 55*(2), 137–148. DOI: https://doi.org/10.2298/PSI201002008T

Ciplak, E. (2020). Variables predicting social media addiction: Narcissism, happiness, and average weekly time spent on social media**,** *International Online Journal of Educational Sciences, 12*(5), 48-58. DOI: https://doi.org/10.15345/iojes.2020.05.005

Çolak, T., & Doğan, U. (2016). Does the Use of Social Media Ensure Social Correlation to Happiness?, *International Online Journal of Educational Sciences, 8*(4), 229-240. DOI: http://dx.doi.org/10.15345/iojes.2016.04.018

Guha, A. (2021). Does social media trigger happiness?, *Journal for Social Media Inquiry, 10* (2), 1–14.

Jakubovská,V., & Waldnerová, J. (2020). Reflections on happiness and a happy life, *Sciendo,* 34-44. https://doi.org/10.2478/aa-2020-0009

Jiménez, L., & Sanchotene, N. (2022). Authenticity and happiness: tensions between two contemporary cultural imperatives, *Brazilian Journal of Communication Sciences intercom, 45* (5), 1–12. DOI: https://doi.org/10.1590/1809-58442022201en.

Laurent, E., Bague, K., Vegas, C., & Dartevelle, J. (2022). Enacting Happiness from Emotions and Moods, Happiness - Biopsychosocial and Anthropological Perspectives. DOI: http://dx.doi.org/10.5772/intechopen.106954

Manago, A., &Vaughn, L. (2015). Social Media Friendship And Happiness, The Millennial Generation. https://www.researchgate.net/publication/283736261. https://doi.org/10.1007/978-94-017-9603-3_11

Murillo, J. (2012). The Concept of Happiness and the Search for Personal Identity, Institute for Culture and Society (ICS)/Department of Philosophy University of Navarra, Spain. https://www.researchgate.net/publication/266159527.

Ng, Z. (2021). *Authenticity on Social Media vs Curated Content and*

Its Correlation to Happiness, Master of Arts in Psychology, Ireland College, Kuala Lumpur, Malaysia.

Ng, Z. (2022). *Using Artificial Intelligence (AI) to Modulate Happiness in Social Media Mental Health*, Master of Arts in Psychology, Ireland College, Kuala Lumpur, Malaysia.

OkungbayeK, A. (2022). Emotional Contagion on Social Media Platforms: New Directions in Cognitive Science and Practice, *Journal for Social Media Inquiry, 4* (1), 1–14. https://doi.org/10.18662/jsmi/4.1/22

Pallavi, K. (2022). Social Media and Happiness: An Empirical Study in Chandigarh, UT, MCM DAV College for Women, *Chandigarh* University. https://www.researchgate.net/publication/350107310

Patwari, P. (2022). Relationship Between Subjective Happiness and Social Media Usage: Self-Esteem as a Mediator, *The International Journal of Indian Psychology, 10*(2), 604-612.

Ping, Y., li, K., &Jumaat, N. (2020). Happy, or Unhappy? That's the Question: A Study on Social Media Use and Happiness of University Students, I*nnovative Teaching and Learning Journal, 4*(2), 49–58.

Pittman, M. (2018). Happiness, Loneliness, and Social Media: Perceived Intimacy Mediates the Emotional Benefits of Platform Use, *The Journal of Social Media in Society, 7*(2), 164-176.

Schwartz, I. (2021). *Beneficial or Damaging? Studying the Relationship Between Social Comparison and Happiness*, Master Thesis, Muhlenberg College.

Singhvi, M., & Jain, G. (2018). Happiness in the Age of Artificial Intelligence, *Contemporary Social Sciences 27*(3), 205- 211. https://doi.org/10.29070/27/58082

Smith**,** A. (2019). *Memory, Satisfaction With Life, And Happiness In The Context Of Social Media*, Master Thesis, The Faculty of the College of Graduate Studies, Lamar University.

Stănculescu, E., & Griffiths, M. (2023). Anxious Attachment and Facebook Addiction: The Mediating Role of Need to Belong, Self‐esteem, and Facebook Use to Meet Romantic Partners, *International Journal of Mental Health and Addiction, 21* (2), 333–349. https://doi.org/10.1007/s11469-021-00598-9

Steinert, S. (2020). Corona and value change, The role of social media and emotional contagion, *Journal of Ethics and Information Technology, 23* (1), 59–68. *https://doi.org/10.1007/s10676-020-09545-z*

Tus, J., Espiritu, N., Paras, N., & Daimacio, J. (2021). The Correlation between Social Media Addiction, Social Anxiety, Loneliness, and Happiness Among Filipino Tertiary Students, *International Journal of Psychology and Behavioral Sciences,11*(4), 61-73.

Veenhoven, R. (1984). *Conditions Of Happiness*, D. Reidel Publishing Company, Boston.

Veenhoven, R. (2012). Happiness: Also known as 'life-satisfaction' and 'subjective well-being', Erasmus University, Rotterdam, 1 -28. https://doi.org/10.1007/978-94-009-6432-7

Veenhoven, R. (2012). *Happiness: History Of The Concept*, International Encyclopedia of Social and Behavioral Sciences (2nd ed). Oxford Elsevier, *10*(2), 521-525. https://doi.org/10.1007/978-94-007-2421-1_3

Ward, M. (2016). *Happiness And Life Satisfaction Predicted By Social Media Use In Adults With Autism Spectrum Disorder,* Doctorate Thesis, faculty of Fielding https://doi.org/10.1016/B978-0-08-097086-8.03086-5

Romanized Arabic References: **الترجمة الصوتية لمصادر ومراجع اللغة العربية:**

1 - al-marāji'u bi-l-lughati al'arabiyati

bwzyān z wa-l-ḥāju y (2023). ta'athīru wasā'ili al-tawāṣuli al-ajtimā'ī 'alā taqdīri al-dhāti ladā al-shabābi fī dawlati al'imārāti al'arabiyati almutaḥidati mjla jām'a al-shāriqati lil-'ulūmi al'insāniyati wa-l-iājtimā'iyati 20 (4)، 477-514. https://:doi.org/10.36394/jhss/20/4/3

Happiness Between Reality and Social Media: A Sociological Study on a Sample of Students from the Faculties of Law and Dentistry at Ain Shams University

Mahmoud Mohamaed Salameh[1]

Abstract:

The current study aims to explore patterns of happiness between actual reality and social media. The study used the descriptive-analytical approach and the case study method, in addition to a semi-structured interview as a data collection tool. The researcher found that happiness is an internal feeling that is strongly related to life satisfaction and self-contentment. The study also showed that the communications revolution has changed the concept of happiness and its standards. It concluded that social media lacks depth, authenticity, and confidence, and does not affect self-worth, happiness, and satisfaction with the real world. She equally revealed that happiness comes from reality, not from social media, because it is a tangible, material world, and that using social media does not bring real happiness, but rather fake happiness.

Keywords: Happiness, Social Media, University Youth.

(1) Faculty of Arts - Ain Shams University (Cairo – Egypt)
mohmoud221996@gmail.com