



Adicción a redes sociales y su relación con la autoestima en estudiantes universitarios: Social Media Addiction and Its Relationship with Self-Esteem in University Students [

2023

text (article)

Analítica

Las redes sociales son espacios virtuales creados con la finalidad de mejorar la comunicación entre seres humanos debido a la velocidad en la que la información puede llegar en distintos momentos y a diversos países, pese a que tiene muchas ventajas el uso desmedido o descontrolado de estos espacios tecnológicos trae consigo una serie de afectaciones a nivel psicológico ya que al estar dedicando mucho tiempo a las redes sociales el usuario comienza a pensar que otras personas tienen la vida que ellos desean y se sienten insuficientes consigo mismo viendo afectada así su autoestima; es así la propia percepción sea negativa o positiva del individuo. El estudio tiene como objetivo establecer la relación entre adicción a redes sociales y autoestima en los estudiantes universitarios, para ello se utilizó una muestra de 280 participantes, 25.3% son hombres y 74.7% son mujeres entre los 17 a los 25 años de una institución superior pública, a quienes se les aplica la Escala de Autoestima de Rosenberg y el Social Media Addiction Scale. Los resultados muestran una relación negativa entre los niveles de adicción a redes sociales y sus dimensiones: ocupación ($\rho = -0.281$), modificación del estado de ánimo ($\rho = -0.402$), recaída ($\rho = -0.310$) y conflicto ($\rho = -0.386$) con los niveles de autoestima, además de que no se encuentra una diferencia significativa en cuanto a la comparación del sexo en mayor o menor nivel de adicción ($p > 0.05$). Finalmente se determina mientras menor nivel de autoestima presenta los universitarios mayor adicción a redes sociales

<https://rebiunoda.pro.baratznet.cloud:28443/OpacDiscovery/public/catalog/detail/b2FpOmNlbGVicmF0aW9uOmVzLmJhcmF0ei5yZW4vMzY4OTE5MTc>

Título: Adicción a redes sociales y su relación con la autoestima en estudiantes universitarios: Social Media Addiction and Its Relationship with Self-Esteem in University Students electronic resource].]

Editorial: 2023

Tipo Audiovisual: adicción autoestima estudiante universitario redes sociales

Documento fuente: Latam: revista latinoamericana de Ciencias Sociales y Humanidades, ISSN 2789-3855, null 4, N°. 1, 2023 (Ejemplar dedicado a: LATAM V; 4544 - 4557)

Nota general: application/pdf

Restricciones de acceso: Open access content. Open access content star

Condiciones de uso y reproducción: LICENCIA DE USO: Los documentos a texto completo incluidos en Dialnet son de acceso libre y propiedad de sus autores y/o editores. Por tanto, cualquier acto de reproducción, distribución, comunicación pública y/o transformación total o parcial requiere el consentimiento expreso y escrito de aquéllos. Cualquier enlace al texto completo de estos documentos deberá hacerse a través de la URL oficial de éstos en Dialnet. Más información: <https://dialnet.unirioja.es/info/derechosOAI> | INTELLECTUAL PROPERTY RIGHTS STATEMENT: Full text documents hosted by Dialnet are protected by copyright and/or related rights. This digital object is accessible without charge, but its use is subject to the licensing conditions set by its authors or editors. Unless expressly stated otherwise in the licensing conditions, you are free to linking, browsing, printing and making a copy for your own personal purposes. All other acts of reproduction and communication to the public are subject to the licensing conditions expressed by editors and authors and require consent from them. Any link to this document should be made using its official URL in Dialnet. More info: <https://dialnet.unirioja.es/info/derechosOAI>

Lengua: Spanish

Enlace a fuente de información: Latam: revista latinoamericana de Ciencias Sociales y Humanidades, ISSN 2789-3855, null 4, N°. 1, 2023 (Ejemplar dedicado a: LATAM V; 4544 - 4557)

Baratz Innovación Documental

- Gran Vía, 59 28013 Madrid
- (+34) 91 456 03 60
- informa@baratz.es