وزارة التعليم العالي والبـــحث العلـــمي

جامعة عمــار ثليجي الأغـواط

كليــة العلوم الإنسانية والعلوم الإسلاميــة والحضارة

قسم العـلوم الإعلام والاتــصال

تأثير السمات الشخصية على نشر الصور الخاصة عبر الانستغرام

دراسة ميدانية على عينة من طلبة قسم علوم الإعلام والاتصال جامعة عمار ثليجي نموذجا

مذكرة ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر في الاتصال والعلاقات العامة

من اعداد الطلبة:

1* كوثر شهرزاد بوضلعة

2* عزيز خيرة

اشراف الاستاذ:

*حسين مساعدي

السنة الجامعية :2020/2019

بسم الله الرحمن الرحيم

شكر و عرفان

حين تبصر نور الأفكار التي صنعت تاريخ العالم فإنها دائما فعالة طالما أنها أثارت العواطف و شيدت شيئا أو هدمته أو انها إكتفت بقلب صفحة من تاريخ الإنسانية .

الحمد لله الذي أعانني و مكنني من إتمام هذا العمل المتواضع فلولا إعانته لما إستطعت ذلك فهو الذي يقول للشيء كن فيكون فالحمد لله تعالى أشكره آملتا منه العفو و المغفرة .

أتقدم بأسمى آيات الشكر و التقدير و الإمتنان و العرفان بالجميل إلى أستاذي الفاضل **"مساعدي حسين"** لكرمه بالإشراف على هذه الدراسة و لما قدمه من توجيهات و آراء سديدة و المتابعة مستمرة .

كما يسرني أن أتقدم بخالص الشكر و التقدير للأستاذة **"الطاهر بن دهقان "** بإرشاده و نصحه ونشكر الأستاذ الفاضل **" هلباك سليمان "وكافة اساتذة الاعلام والاتصال بكلية العلوم والاتصال.**

و الصلاة و السلام على أشرف المرسلين محمد صلى الله عليه وسلم .

كوثرشهرازاد بوضلعة وخيرة عزيز

بسم الله الرحمان الرحيم

و الصلاة و السلام على رسوله الكريم.

أما بعد:

أهدي هذا العمل الذي أعتبره ثمرة نجاحي و صبري.

إلى بلسم الزمان أمي الحنونة.

إلى الوالد الغالي.

إلى إخوتي و أخواتي وكل العائلة والاصدقاء.

خيرة عزيز

بسم الله الرحمان الرحيم

و

الصلاة و السلام على رسوله الكريم.

أما بعد:

أهدي هذا العمل الذي أعتبره

ثمرة نجاحي و صبري.

إلى روح أمي الطاهرة الحنونة.

إلى الوالد الغالي.

إلى إخوتي و أخواتي وكل العائلة

والاصدقاء.

كوثر شهرزاد بوضلعة

فهرس
المحتويات

شكر و عرفان	
إهداء	
الفهرس	
مقدمة	أ ـــــ ج
الفصل الأول: الاطار المنهجي	4
1-الاشكالية	4
2-تساؤلات الدراسة وفروضها	5
3-اسباب اختيار الدراسة	6
4-أهمية الدراسة	7
5-أهداف الدراسة	8
6-تحديد المفاهيم والمصطلحات	9
7-الدراسات السابقة	11
8-نوع ومنهج الدراسة	21
9-مجتمع الدراسة	22
10- عينة الدراسة	23
11- حدود الدراسة	24
12- أدوات جمع المعلومات	24
الفصل الثاني: السمات الشخصية والانستغرام	
المبحث الأول : مدخل مفاهيمي لمواقع التواصل الاجتماعي	30
المطلب الأول: نشأة ومفهوم مواقع التواصل الاجتماعي	30
المطلب الثاني: خصائص وأنواع وأهمية ومميزات مواقع التواصل الاجتماعي	34
المطلب الثالث:السمات العامة مواقع التواصل الاجتماعي والإيجابيات والسلبيات	42
المبحث الثاني:موقع الانستغرام	43

المطلب الأول: نشأته ومفهومه وخطوات إنشاء حساب عليه	43
المطلب الثاني: خصائص ومميزات والالتزامات التي يجب مراعاتها عند استخدامه	45
المطلب الثالث: ايجابيات وسلبيات الانستغرام	49
المبحث الثالث: السمات الشخصية	50
المطلب الأول: ماهية الشخصية	50
المطلب الثاني: سمات الشخصية وخصائصها ومعايير تحديدها	60
المطلب الثالث: طرق قياس سمات الشخصية وعلاقتها بواقع التواصل الاجتماعي	62
الفصل الثالث: الاطار التطبيقي تأثير سمات الشخصية على نشر الصور الخاصة على الإنستغرام	66
المبحث الأول: تفريغ البايانات	66
المبحث الثاني: عرض النتائج وتحليلها	80
المبحث الثالث: مناقشة النتائج والتوصيات	81
الخاتمة	
قائمة المراجع	

مقدمة

مقدمة :

أدى التطور في تكنولوجيا الاتصال إلى عدد من التأثيرات التي أثرت على حياتنا اليومية ،ومن هذه تأثيرات ظهور ما يعرف بمواقع تواصل الاجتماعي على شبكة الانترنت فأتاحت عصراً جديداً من الاتصالات التفاعلية بين الأفراد ،ومنذ بدء العمل بها جذبت مواقع تواصل الاجتماعي مثل توتير twitterوفيسبوكfacebook ، وماي سبيس Myspace...، الملايين من المستخدمين وكثير منهم دمجوا هذه المواقع في ممارساتهم اليومية وطلاب الجامعات هم الأكثر تعرضاً لهذه المواقع،نظراً لإقبالهم المتزايد على استخدام التكنولوجيا الحديثة المتمثلة في هذه الشبكات أكثر من أي فئة أخرى كونها وسيلة سريعة لنشر المعلومة والتواصل مع الآخرين ، والتعبير عن الرأي، وأداة جاذبة للإطلاع على الجديد وتبادل الصور والفيديوهات والملفات،وذلك بسبب بعض العوامل النفسية والاجتماعية المتمثلة في رغبة الشباب بإقامة علاقات وصدقات مع الآخرين من مختلف دول العالم لتلغي كل حدود الزمنية والمكانية وتمكن الشخص من تواصل مع من يريد وفي أي وقت وأي مكان.

ومع تنوع وسائل التواصل الاجتماعي ، حصد موقعً الانستغرام ًشهرة كبير بين أفراد المجتمع حيث يبلغ عدد المستخدمين حاليا أكبر عدد حسب أخر إحصائيات أعلنها نادي الإعلام، ليتجاوز بذلك عدد مستخدمي التوتير،وتتنوع استخدامات الانستغرام لتشمل مختلف المجالات الثقافية والسياسية والاجتماعية والفنية والتطوعية، فقد أطلق في أكتوبر عام 2010 يتيح للمستخدمين التقاط الصور وإضافة فلتر رقمي إليها ومن ثم مشاركتها في مجموعة متنوعة من خدمات الشبكات الاجتماعية وشبكة أنستغرام نفسها ، حيث تم نشر نحو 95 مليون صورة ومقطع مصور يومياً وفي كل ثانية يتم إضافة 58 صورة جديدة وفي الثانية الواحدة تحصل الشبكة على مستخدم جديد ، وتخطى التطبيق حاجز المليار صورة مرفوعة منذ أن تم افتتاحها ، وفي يونيو 2013 تم وضع تطبيق تصوير الفيديو بالشكل متقطع للمستخدمين ،ويستخدم بشكل واسع بين أشخاص تتراوح أعمارهم بين 18الى34 سنة ولا يتردد هؤلاء المستخدمين عن مشاركة تفاصيل حياتهم على هذه الواجهة الافتراضية بعد قضاء دقائق طويلة في تعديلها وتحميلها .

ونظرا لما تحتله الصورة من مكانة بالغة أهمية في المنصات التواصل الاجتماعية وخاصة عبر موقع انستغرام ، فهي تعتبر الميزة الأساسية التي يتميز بها الانستغرام دون غيره من منصات تواصل الاجتماعي، والمثير لاهتمام بهذا الجانب هو الفرصة الجديدة التي قدمتها هذه المنصات "استغرام" للعلم بغرض كشف المبكر عن اضطرابات النفسية والصفات الشخصية لمستخدمي هذه المنصات، وذلك من

خلال تحليل صورهم والنصوص المرفقة لهذه المشاركات ،بحيث نجحت هذه المحاولات نسبياً في التنبؤ بعدد من الحالات غير الصحية والسمات الشخصية الشائعة، فلقد أشارت أبحاث جديدة بأن صورنا على تطبيق انستغرام قد تكشف عنا أكثر بكثير مما أردنا مشاركته مع أصدقائنا ، وهذا وفقاً للتحليلات العلمية والنفسية من علماء النفس في جامعة ها رفد ، والتي استطاعت أن تكشف بعض المخاوف وعلامات الاكتئاب والنرجسية والنضوج وغيرها من الصفات التي قد تهمنا ولا نرغب في مشاركتها مع الآخرين ،بحيث حقق باحثون معدل نجاح أعلى في تشخيص الاكتئاب فقط من خلال النظر في حسابات المرضى على انستغرام دون تشخيص سريري، فالأشخاص الذين يعانون الاكتئاب فضلوا نشر صورهم بتأثيرات لونية تميل إلى اللون الأزرق الداكن أو الرمادي المعتم ، فهم يفضلون الألوان مظلمة والداكنة التي تظهر بوضوح في فلتر "انكول" الموجود بالتطبيق،وعلى نقيض منهم الأشخاص الأصحاء يميلون إلى الألوان الفاتحة والدافئة والزاهية ،ويستخدمون التأثيرات الأكثر سطوعاً ووضوحاً مثل فلتر "فالنسيا". وممن الناحية الاجتماعية يربط العلماء اكتئاب بانخفاض النشاط الاجتماعي ، على هذا الأساس استخدم الخبراء خوارزمية لرصد عدد الوجوه بين المشاركات وبينت النتائج أن عدد الوجوه في كل صورة دليل على المشاركة الاجتماعية للمستخدم في الحياة الواقعية، وقلتها تشير إلى الوحدة والانعزال ، ولكن أكثرها أيضاً لا يعد أمراً طبيعياً، فقد يرغب الشخص في إخبار الناس بأنه" موجود وتم اختياره ليكون معهم دون البقية " ما يظهر بعض الغرور في الشخصية.

ومن سياق هذا المنطلق جاءت هذه الدراسة لتسلط الضوء على تأثير السمات الشخصية في نشر الصور الخاصة عبر انستغرام من خلال التعرف على أبعاد وعوامل الشخصية التي تؤثر في نشر الصور في انستغرام.

ولقد اعتمدت في دراستنا على خطة بحث احتوت على مقدمة وثلاث فصول وخاتمة.

حيث احتوى الفصل الأول على الإطار المنهجي للدراسة من خلال تحديد إشكالية الدراسة والتساؤلات ، ثم الفرضيات التي بنيت عليها الدراسة والوقوف على أهم أسباب اختيار الموضوع بالإضافة إلى أهمية وأهداف هذه الدراسة ، وكذا نوع الدراسة والمنهج المتبع وأدواته، كما قمنا بتحديد مجتمع وعينة الدراسة وعرضنا المفاهيم ومصطلحات المتعلقة بالدراسة ،وصولا إلى طرح الدراسات السابقة.

أما الفصل الثاني فتم تناول فيه الإطار النظري للدراسة والذي تم تقسمه إلى ثلاث مباحث ن المبحث الأول تضمن مدخل مفاهيمي لمواقع التواصل الاجتماعي حيث قسم ألى ثلاث مطالب ن شمل المطلب الأول على مفهوم ونشأة وتطور مواقع تواصل الاجتماعي، والمطلب الثاني تطرقنا فيه إلى عرض خصائص وأنواع وأهمية استخدام مواقع تواصل الاجتماعي ، وغي المطلب الثالث تعنون بالسمات العامة لشبكات تواصل الاجتماعي وايجابياته وسلبياته. أما المبحث الثاني من هذا الفصل كان تحت عنوان موقع الانستغرام والذي بدوره قسم إلى ثلاث مطالب وهي: المطلب الأول شمل مفهوم انستغرام ونشأته وخطوات إنشاء حساب عليه ،والمطلب الثاني عرضنا فيه خصائص ومميزات الانستغرام والالتزامات التي يجب مراعاتها عند استخدامه أما المطلب الثالث تمثل في عرض ايجابيات وسلبيات الانستغرام. وفيما يخص المبحث الثالث فقد اشتمل على السمات الشخصية بحيث تطرقنا في المطلب الأول على ماهية الشخصية من (مفهوم ومحددات وخصائص و أبعاد ومتغيرات ومكونات)أما المطلب الثاني تطرقنا فيه لسمات الشخصية وخصائصها ومعايير تحديدها وفي المطلب الثالث ولأخير عرضنا فيه طرق قياس السمات الشخصية والعلاقة بين السمات الشخصية ومواقع التواصل الاجتماعي .

أما الفصل الثالث والمتعلق بالإطار التطبيقي اشتمل على ثلاث مباحث تمثلت في تفريغ البيانات وعرض النتائج وتحليلها ن وختاما مناقشة النتائج والتوصيات لنصل للخاتمة.

الفصل الأول: الاطار المنـهجي

1*الاشكالية
2* تساؤلات الدراسة وفروضها
3* اسباب اختيار الدراسة
4* أهمية الدراسة
5* أهداف الدراسة
6* تحديد المفاهيم والمصطلحات
7* الدراسات السابقة
8*نوع ومنـهج الدراسة
9* مجتمع الدراسة
10* عينة الدراسة
11* حدود الدراسة
12* أدوات جمع المعلومات

الإشكالية:

تطرقت البحوث العلمية لدراسة شخصية الفرد باعتبارها أنها تحتل مكانة هامة في الدراسات النفسية وقد ساعد على تأكيد هذه المكانة عدد من العوامل من بينها النظر إلى السلوك شخصية على أنها وحدة متكاملة تنطوي فيها عناصر ودوافع والقدرات وهذا ما أدى إلى الاهتمام الكبير بالشخصية .

حيث أشارت معظم الدراسات النفسية أن شخصية الإنسان أو الأفراد تحتوي على جملة من الصفات الجسدية والنفسية الموروثة والمكتسبة من العادات والتقاليد والقيم والعواطف متفاعلة كما يراها الآخرون من خلال التعامل في الحياة الاجتماعية لاشتمالها على مجمل صفات الفرد وتجعله مميزا عن الآخرين لاكتسابه أنماط سلوكية خاصة به والتي يستمدها من بيئة ومجتمعه الذي يعيش فيه.

وإذا كانت البيئة المحيطة بالإنسان تمثل الأسباب الخارجية فإن السمات الشخصية للفرد هي البيئة الداخلية ،بمعنى أننا لا نستطيع أن نتنبأ بها يمكن أن يقوم به الفرد في كل موقف من المواقف إذاعرفنا المنبهات البيئية وحدها ،وأثرها على جهاز العصبي ، بل لابد أن نعرف شيء عن حالته الداخلية ،كأن نعرف حاجاته وميوله واتجاهاته ، وما "يختلج" نفسه من رغبات وما يسعى إلى تحقيقه من أهداف هذه العوامل مجتمعه هي ما تسمى بالدوافع .

وتتأثر الدوافع عند الأفراد بعدة عوامل يمكن أن تكون عوامل خارجية تتعلق بالمحيط والأسرة والمجتمع أو الداخلية تتعلق بعوامل الشخصية وسماتها،وتعبر السمات أو الصفات الشخصية التي يحملها كل فرد (العصابية ،الانبساطية،الانفتاح على خبرة ،حسن المعشر ،حيوية) ،وتختلف عن الآخرين هي إحدى هذه العوامل التي يمكن أن تؤثر في الأداء وفعاليته ،مثل:بعد العصابية والذي وتدرس الشخصية كنظام متكامل من السمات الجسمية والعقلية والاجتماعية والانفعالية والتي تميز الفرد عن غيره وتحدد أسلوب تعامله وتفاعله مع الآخرين ومع البيئة الاجتماعية المحيطة بيه.

ولعل السبب الرئيسي الذي أدى إلى ظهور هذه السلوكيات وعزز من انتشارها هو تعدد وسائط الاتصال وتطورها بتطور التكنولوجيا التي أحدثت ثورات في العالم الاتصال ، وكانت النقلة النوعية التي شهدها العالم إبان القرن الماضي وخصوصا بعد ابتكار شبكة الانترنت وانتشارها في أنحاء المعمورة ميلاد نهج جديد من التواصل ميزته السرعة في نقل المعلومة لحظة ميلادها وأتاحت سبلا جديدة بين المجتمعات أذابت الحدود الفاصلة بينها وأحدثت تقاربا مميزا في التعارف وتبادل الخبرات على جميع الأرصدة .وفي

خضم التطور عبر شبكة الانترنت ظهرت وسائط أخرى أكثر تخصصا ابتكرت نتيجة الاهتمام المتزايد باستخدام محركات البحث وصفحات الويب ، ومواقع الدردشة ....ومنها إلى شبكات تواصل الاجتماعي التي أتاحت لجميع الأفراد الفرصة في نقل أفكارهم وتجاربهم ومعارفهم على اختلاف مستوياتهم .

حيث أحدثت مواقع التواصل الاجتماعي ثورة في عالم التواصل بكافة أنواعه وعلى اختلاف مواقعها (كالفيسبوك، تويتر ، الإنستغرام ....) فرصة جديدة لتبادل الصور ومقاطع الفيديو وإجراء المحادثات المباشرة مما أتاح لشباب الجامعي التفاعل مع ما تنتجه هاته المواقع باعتبارها أهم فئة مستهدفة ، وأصبحت ميدانا خصبا، تتنوع فيه الآراء والمعلومات والمعارف والأخبار بشكل يترجم خصائص تكنولوجيا الإعلام والاتصال ومزاياها ، ومن ابرز هذه المواقع انتشارا واستخداما هو "الإنستغرام".

والذي يعتبر أحد شبكات التواصل الاجتماعي وهو تطبيق لتبادل الصور على هواتف المتحركة الذكية والأجهزة اللوحية وأجهزة الحاسب الآلي ، حيث يتيح هذا التطبيق للمستخدمين التقاط الصور وتحريرها وتحميلها ، ومن ثم مشاركتها في مجموعات متنوعة من خدمات الشبكات الاجتماعية مثل:الفيسبوك وتويتر،ومن أهم خصائص الرئيسية التي تجعل انستغرام مشهورا وذو شعبية هي خاصية تحرير الصور التي تتيح للمستخدمين إضافة تأثيرات خاصة على الصور عن طريق استخدام خاصية تعديل الصور (فلاتر) ،و على هذا يمكن من خلاله أن نرصد الفرو قات والتفاوت الشخصية والفكرية والثقافية في عملية نشر الصور الخاصة عبر الإنستغرام لدى طلبة جامعة الاغواط المستخدمين هذا الموقع ، ونظرا لملاحظة ومتابعة نسبة انتشار ظاهرة نشر الصور الخاصة عبر موقع الانستغرام التي تزداد يوما بعد يوم ، خاصة بين طلاب الجامعة ، باعتبار أنهم يمثلون المجتمع نشط ومنفتح على المحيط الخارجي وله القدرة على خوض في تجارب جديدة لاسيما فيما يخص بنشر الصور ومشاركتها عبر الانستغرام حيث أصبحت هذه الظاهرة جزء من التقدم الرقمي الجديد،وازدياد إقبال الشباب عليها في كافة فئات العمرية ومن مختلف البيئات، ولهذا أصبحت مصدرا ومتنفسا لهذه الفئة الشبابية ، ومع تفاعل الطلاب مع هذا العالم الافتراضي يترك أبعاد متعددة الاتجاهات تنعكس سواء بإيجاب أو بالسلب على صحته النفسية وتؤثرعلى سماته الشخصية ، ومن هنا برزت مشكلة الدراسة لإلقاء الضوء على ظاهرة السمات الشخصية وتأثيرها على فئة طلاب الجامعة تحديدا في نشر الصور عبر موقع الانستغرام، وعليه يمكن تحديد مشكلة الدراسة في السؤال الرئيسي الآتي :

هل تؤثر السمات الشخصية على طلبة جامعة عمار ثليجي في نشر صورهم الخاصة عبر الإنستغرام ؟

ويندرج ضمن هذا السؤال أسئلة فرعية التالية:

1) هل هناك فروق ذات دلالة إحصائية في تأثير السمات الشخصية على نشر صور الخاصة عبر الانستغرام من حيث متغير الجنس؟
2) هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية في تأثير السمات الشخصية على نشر الصور الخاصة عبر الانستغرام من حيث السن ؟
3) هل هناك فروق ذات دلالة إحصائية في تأثير السمات الشخصية على نشر الصور الخاصة عبر الانستغرام من حيث متغير الحالة الاجتماعية ؟

تقوم هذه الدراسة على فرضية رئيسة وثلاثة فرضيات فرعية .

الفرضية الرئيسية :

يتأثر نشر الصور الخاصة للطلبة عبر الانستغرام بمجموعة السمات الشخصية.

الفرضيات الفرعية:

1) هناك فروق ذات دلالة إحصائية في تأثير السمات الشخصية على نشر الصور الخاصة عبر الانستغرام من حيث متغير الجنس .
2) هناك فروق ذات دلالة إحصائية في تأثير السمات الشخصية على نشر الصور الخاصة عبر الانستغرام من حيث السن .
3) هناك فروق ذات دلالة إحصائية في تأثير السمات الشخصية على نشر الصور الخاصة عبر الانستغرام من حيث متغير الحالة الاجتماعية.

أسباب الدراسة أهميتها وأهدافها:

- **أسباب اختيار موضوع الدراسة:** إن الأسباب التي تجعل أي طالب أو باحث يهتم بهذا الموضوع أو بذلك دون غيره تعود في الغالب إلى الأسباب ذاتية وأخرى موضوعية تنبع كلها من الإحساس الشخصي بالمشكلة والتفاعل معها ضمن محيطه الاجتماعي .
- ✓ **الأسباب الذاتية:وتتمثل فيما يلي:**

1) الميل الشخصي لدراسة هذا النوع من المواضيع المتضمنة اثر التي تحدثه بعض السمات الشخصية في نشر صور الخاصة على موقع انستغرام.
2) الشعور بوزن وأهمية هذا الموضوع كان حافزا لاختيار هو لأننا أصبحنا نعيش في عصر ثقافة الصورة.
3) معرفة أهم عوامل الشخصية التي تأثر في عملية نشر الصور الخاصة على إنستغرام.

- ✓ **الأسباب الموضوعية :**

إن تحليل النشاطات ودينامكية سلوكيات في المجتمع لإنترنت يعتبر مخبرا جيدا للدراسة ، ومجالا هاما يستحق لاكتشاف والتحليل لهذا تعد تكنولوجيا الاتصال الحديثة من أهم الظواهر التي أصبحت محل اهتمام العديد من الباحثين والدارسين ومن أبرز الأسباب الموضوعية لدراستنا نذكر منها :

1) كون أن الموضوع المعالج يتسم بالجدة والحداثة والذي يساعدنا على فتح آفاق لدراسة جديدة في كشف عن أثر السمات شخصية في عملية نشر الصور عبر لإنستغرام .
2) ندرة الدراسات حول السمات الشخصية وربطها باستخدام موقع انستغرام في نشر الصور
3) دخول الموضوع محل الدراسة في مجال تخصصنا "اتصال وعلاقات العامة"دون أن نتجاهل أن موضوع نشر الصور بوجه عام له أبعاد أخرى على حساب الدراسة والاختصاص.

أهمية الدراسة :

تكمن أهمية الدراسة من خلال أهمية الموضوع بحد ذاته ،مما لاشك فيه أن الشخصية تلعب دورا مهم وفعالا ، ولاسيما وأنها وحدة مميزة خاصة بالفرد ،حتى ولو كانت هناك سمات مشتركة بينه وبين غيره من الأشخاص ، إلا أن هناك اختلافات و فروقات وهذا ما نلاحظه في المواقع التواصل الاجتماعية وعلى وجه الخصوص الإنستغرام والذي يتميز بخاصية نشر الصور والفيديوهات،فمن خلال الصورة

ننظر إلى العالم ، نتشارك أحداثه ومآسيه عبر انستغرام حيث وجدت فيه الصور فرصة أخرى لتكريس سلطتها بحيث دفعت الناس اليوم إلى المزيد من الإفصاح، وتعبير على الذات بل إلى المزيد من "التعرية وكشف" عن بعض الجوانب الشخصية للمستخدمين ،ورغم كل المخاطر والأضرار والمآسي التي تحدثها فإنها تستمر بقوة وحيوية، كما تزال الصور وسيلة مثلى للإثبات ونفي ، وللإيلام والإسعاد، للتحرير والتقييد ،للانتشار أو الانحسار،وعلى هذا يمكن القول الصور الخاصة هي المرآة التي تعكس هوية صاحبها وتعبر عن ميولا ته واتجاهاته أحاسيسه التي يرغب في إيصالها للآخرين،سواء كان بدافع الشهرة أو الإثارة أو لإعجابه بنفسه على غرار البعض الذين لا يحبون نشر صورهم الخاصة بدافع الخجل أو الخوف من عدم تقبلهم من طرف الآخرين أو بسبب تحفظ والعادات والتقاليد مجتمعاتهم ...وغيرها من أسباب التي تمنعهم من نشر صورهم ومشاركتها في الانستغرام وعلى هذا أصبح من الضروري لإجراء هذه الدراسة التي تهتم بتفسير وتوضيح سلوكيات وتصرفات الطلبة جامعة الاغواط المستخدمين لانستغرام ورصد الاختلافات والفرو قات في درجة نشر الصور الخاصة من أجل معرفة العوامل الشخصية المؤثرة في نشر أو عدم نشر الصور عبر الانستغرام .

أهداف الدراسة :

تأتي أهمية الدراسة على أنها محاولة لمسايرة العصر الذي نعيشه ،ومتابعة التطورات الخاصة والمتلاحقة التي يمر بها العالم اليوم ،فقد أصبحت شبكات التواصل لاجتماعي عموما وموقع لإنستغرام خاصة ،تشكل أحد الإشكاليات التي تستوجب التحليل والمناقشة ،أما في دراستنا فأغلب الاهتمامات انصبت حول علاقة نشر الصور الخاصة في إنستغرام بشخصية المستخدم لهذا الحساب ، وعلى هذا الأساس حددنا أهداف هذه الدراسة في نقاط التالية :

1) محاولة معرفة السمات شخصية لأفراد العينة الذين ينشرون صورهم عبر لإنستغرام .
2) محاولة الكشف عن الدور الحقيقي للصورة في لإنستغرام ، ومن ثم الكشف عما إذا كانت هاته الصورة توظف بناءا على أسس متعلقة بشخصية المستخدم أم لا.
3) لفت لانتباه إلى مثل هاته الدراسات التي تسلط الضوء على الجانب النفسي في استخدام مواقع تواصل الاجتماعي .
4) تقديم لبنة متواضعة في مجال نشر الصور عبر الانستغرام .

تحديد المفاهيم والمصطلحات :

1. التأثير (الأثر):

لغة :الأثر مفردة والجمع الآثار يطلق على معاني متعددة منها:بقية الشيء وتقديم الشيء، وقال ابن منظور:"الأثر" بقية الشيء والجمع أثار وأثور والأثر ما بقي من رسم الشيء والتأثر إبقاء الأثر في الشيء و ترك فيه أثر [1].

اصطلاحا:يعرفه الدكتور "السعيد بومعيزة"على انه :تلك العلاقة التفاعلية بين أفراد الجمهور ووسائل الإعلام وتتميز هذه العلاقة من جانب وسائل الإعلام بمحاولة تكييف رسائله مع خصائص الجمهور الذي توجه إليه بهدف استملتهم لكي يتعرضوا لمحتوياتها ،وليس رسائله بالضرورة تأثر عليهم لكي يغيروا شيئا ما على المستوى المعرفي أو الوجداني أو السلوكي.[2]

إجرائيا:نقصد بالتأثير في هذه الدراسة ذلك تغير أو التحول الذي يمس جانب من جوانب شخصية الطالب في عملية نشر الصور على موقع الانستغرام.

الصورة:"

لغة: تفيد لفظة "الصورة"في اللغة العربية معاني عدة منها: التمثيل للشيء أو التدليل على حقيقة هذا الشيء ، أو وصف وتجسيد هذا الشيء.

وفي معنى التمثيل للشيء ورد في تعريف العلامة أحمد بن محمد بن علي المقري الفيومي صاحب "المصباح المنير"قوله في الصاد مع الواو وما يمثلهما": الصورة : تمثال أو تمثيل وجمعها صور مثل غرفة وغرف ،وتصور الشيء مثل صورته وشكله في ذهن وقد يراد بالصورة تمثيل الصفة كقولهم صورة الأمر كذا أي صفته ،ومنه قولهم صورة المسألة كذا أي صفتها[3] .

اصطلاحا: جاء في لسان العرب :"هو الذي صور جميع الموجودات ورتبها وأعطى كل شيء منها صورة خاصة

---

[1]**قاموس منجد في اللغة والاعلام** ـبيروت مكتبة الشرقيةط1،198-ص3.
[2]سعيد بو معيزة **أثر وسائل الاعلام والسلوكيات لدى شباب الجامعي** ـأطروحة دكتوراه دولة في علوم إعلام واتصال ، غير منشورة، جامعة الجزائر، 2006،ص176.
[3] احمد المقري الفيومي ،**المصباح المنير** ،ص 489.

إجرائيا : الصورة التي نتناولها في الدراسة هي مجموعة الصور الخاصة التي ينشرها طلبة جامعة الأغواط في حساباتهم عبر لإنستغرام.

- **الصور الشخصية:(صورة الذات)**

لغة: صور الذات في علم النفس "عبارة عن تصور الذي يتخيله الشخص لنفسه او الذي يصنعه ، يمكن لهذا المصطلح أن يتقاطع مع مفهوم الهوية الشخصية،إلا أن مصطلح صورة الذات يشير بصورة أكبر إلى النواحي النفسية والحالات العاطفية ".

ويشار إلى"صورة الذات"عند أهل الاختصاص باستخدام مصطلح آخر هو "مخطط الذات"تعد مخططات الذات السمات أو الصفات التي يستخدمها الناس من أجل تعريف أنفسهم ، وبالتالي بذلك يقومون بجلب المعلومات عن الذات على شكل مخطط مترابط المعالم[1]

اصطلاحا : يعرفها "محمد عز"الصور الشخصية هي تلك الهيئة المصاغة بعناية التي تعكس هوية صاحب الصورة وملامحه التي تستخدم في الأوراق والوثائق الرسمية كدليل دافع على هويتها .

إجرائيا:هي تلك الصور التي تظهر فوق اسم المستخدم لتمكننا من تعرف عليه ورؤية صوره التي ينشرها عبر حسابه في انستغرام .

- **السمة :**

لغة :"جاء معنى السمة"في منجل اللغة العربية وسمة ،سمة،وسما ،وسمة كلها أثر لسمة،جعل له علامة على وجهه ليعرف بها،اتسم جعل لنفسه سمة يعرف بها ،والسمة علامة جمعها سمات [2]

اصطلاحا : السمة هي صفة (جسمية أو عقلية أو الانفعالية أو اجتماعية)سواء كانت هذه السمات فطرية أو مكتسبة يتميز بها الشخص ، وتعبر عن استعداد ثابت نسبيا كنوع معين من السلوك ويفهم الفرد في ضوء سمات شخصيته .[3]

إجرائيا: هي خاصية يتميز بها كل الفرد من عينة تعبر عن سلوكياته من خلال استخدامه للإنستغرام وهي صفة مكتسبة يمكن من خلالها أن نفرق بين أفراد عينة الدراسة.

[1] - بناير على موقع واي باك مشينar.m.wikipedia.org.self-imag-ترجمة حسب المعجم الطبي الموحد-نسخة محفوظة

[2] -**قاموس المنجد في اللغة العربية والإعلام** ،بيروت ،مكتبة الشرقية،ط1،1986،ص988.

[3] - صبحي سيد ،**الإنسان وصحته النفسية** ،دار المصرية اللبنانية، القاهرة،مصر ،2003،ص281.

- **الشخصية:**

المعنى اللغوي: "الشخصية" في اللغة العربية هي الذات المخصوصة، و تشاخص القوم اختلفوا وتفاوتوا، أما كلمة "الشخصية" فإنها حسن الحديث عن صفات الشخص التي تميزه عن غيره، واستعمالها يدل على التفاوت والتمايز.(عبد الله 7.6.2001).

أما في اللغتين الانجليزية والفرنسية فكلمة "الشخصية" أو(personalite) (personlity)،مشتق من الأصل اللاتيني (persona)وتعني هذه الكلمة القناع الذي يلبسه الممثل في العصور القديمة حين يقوم بتمثيل دور أو حين كان يريد الظهور بمظهر معين أمام الناس فيما يتعلق بما يريد أن يقوله أو يفعله[1].

اصطلاحا :تعني الشخصية التكامل النفسي والاجتماعي للسلوك عند الإنسان وتغيير عادات الفعل والشعور والاتجاهات والآراء عن هذا التكامل.[2]

عبارة عن نتيجة التفاعل وتكامل وانتظام في الصفات والوظائف المختلفة في وحدة واحدة سواء كانت داخلية أو خارجية لسلوك الفرد.[3]

اجريا: هي ذلك الكيان الداخلي والخارجي للفرد ، والذي يجعله مميزا عن غيره من أفراد،خاصة في تميزه عند استخدامه لموقع الانستغرام.

الانستغرام:

اصطلاحا:تطبيق مجاني لتبادل الصور،وشبكة اجتماعية أيضا،أطلق في أكتوبر 2010ويتيح للمستخدمين التقاط الصورة،وإضافة فلتر رقمي إليها،ومن ثم مشاركتها في مجموعة متنوعة من الخدمات الاجتماعية[4]

---

[1]- غباري وابو شعيرة ، 2010،ص14.

[2]- محمد السيد ومحمد الزعيلاوي، **تربية المراهق بين الإسلام وعلم النفس**، رسالة دكتوراه ،مؤسسة الكتب الثقافية،1994،ص65.

[1]رمضان محمد ألقذافي،**الشخصية نظرياتها واختباراتها وأساليب قياسها** ،منشورات الجامعة المفتوحة،1993،ص24.

2- مركز محتسب للاستشارات ،**دور مواقع التواصل الاجتماعي في الاحتساب توتير نموذجا**،ط1،دار المحتسب للنشر والتوزيع،1438،ص30.

إجرائيا: هو تطبيق وشبكة تواصل اجتماعية يتميز بخاصية التقاط ونشر الصور وإضافة فلتر عليها ثم مشاركتها مع العامة واو الأصدقاء فقط حسب رغبة كل مستخدم في نشر أو عدم نشر صوره الخاصة عبر الانستغرام.

الدراسات السابقة :الدراسات المتعلقة بالسمات الشخصية

1) الدراسات المحلية :

ا)رشيد إسماعيل الطاهر مروان عبد الرحمن الدحيلان 2018جامعة النيلين بعنوان "إدمان الانترنت لطلاب كلية التربية بجامعة الملك فيصل وعلاقته بالعوامل الخمسة الكبرى للشخصية:

ملخص الدراسة: حيث هدفت الدراسة لكشف العلاقة بين إدمان الانترنت والعوامل الخمسة الكبرى للشخصية لدى عينة من طلاب كلية تربية بجامعة الملك فيصل ،ومعرفة الفروق بين درجات متوسطات إدمان الانترنت بحسب متغيرات (التخصص الدراسي ،تقدير الذاتي ،جنس) وتم استخدام المنهج الوصفي ،بلغت عينة الدراسة300من طلاب كلية التربية بجامعة الملك فيصل (طالبا113)(187طالبة)بمتوسط أعمار(20,93)بانحراف معياري قدره (1,78) وتم اختيارهم بالطريقة العشوائية الطبقية موزعين حسب نوع والتخصص الدراسي واستخدام الباحثون مقياس إدمان الانترنت ،إعداد "**بشرى إسماعيل أرنوط 2005**"ومقياس العوامل الخمسة الكبرى للشخصية للذكور ،إعداد "**عبد الله الرويتع2007**"تم استخدام الأساليب الإحصائية التالية :متوسط الحسابي معامل ارتباط بيرسون .

نتائج الدراسة:

- توجد علاقة دالة إحصائيا بين إدمان الانترنت والعوامل الخمسة الكبرى للشخصية
- توجد علاقة موجبة دالة إحصائيا عند مستوى دلالة (0,01)بين إدمان انترنت عامل (العصابية على مقياسي الذكور والإناث
- توجد علاقة سالبة دالة إحصائية عند مستوى دلالة (0,01)بين إدمان الانترنت وعامل (الانبساطية)على مقياس الذكور
- توجد علاقة سالبة دالة إحصائيا عند مستوى دلالة (0,05) بين إدمان الانترنت وعامل (التفاني)
- لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين إدمان الانترنت وعاملي (الوداعة والتفاني)

- توجد فروق دالة إحصائيا بين متوسط درجات إدمان الانترنت تبعا لمتغير التخصص لصالح التربية الفنية
- لا توجد فروق دالة إحصائيا بين متوسط درجات إدمان تبعا لمتغير التقدير الدراسي
- توجد فروق دالة إحصائيا بين متوسطي درجات إدمان الانترنت تبعا لمتغير الجنس لصالح الذكور

ب)دراسة نضال عبد اللطيف الشمالي 2005:بعنوان "العوامل الخمسة للشخصية وعلاقتها بالاكتئاب لدى مرضى المترددين على مركز غزة المجتمعي ،برنامج غزة للصحة نفسية"

ملخص الدراسة :هدفت هذه الدراسة إلى تعريف العلاقة بين الأبعاد الخمسة الكبرى للشخصية(العصابية،الانبساطية ،تفاني ،عامل الوداعة،الانفتاح على الخبرة)وبين الاكتئاب ومعرفة فروق بين مرضى لاكتئاب في ضوء العوامل الخمسة وكذلك إمكانية التنبؤ بمستوى لاكتئاب لدى أفراد عينة الدراسة باختلاف كل متغيرات الديمغرافية التالية(الفئات العمرية،المستوى التعليمي ،مستوى اقتصادي ،الحالة لاجتماعية ،الجنس ،السكن)،استخدم في هذه الدراسة المنهج الوصفي التحليلي ،تكونت عينة الدراسة من(100)من مرضى المشخصين بالاكتئاب في مركز غزة المجتمعي ،تراوحت أعمارهم بين (18–60سنة) وقد تم اختيار العينة بطريقة العينة المتاحة (المتيسرة)، ولتحقيق أهداف الدراسة استخدم الباحث قائمة العوامل الخمسة للشخصية من إعداد "**كوستا وماكري 1992**"و تعريب **الانصاري1997**وتقنين**الباحث**،ومقياس"**بيك**"للاكتئاب من إعداد"**بيك 1961**"وتعريب **أحمد عبد الخالق 1996**.

أهم نتائج الدراسة ما يلي:

- وجود ارتباط موجب دال إحصائيا بين عامل العصابية والاكتئاب ،وجود ارتباط سالب دال إحصائيا بين عامل الانفتاح على الخبرة ،الانبساط ،الوداعة ،التفاني ،والاكتئاب .
- وجود فروقات معنوية ذات دلالة إحصائية بين مرضى لاكتئاب تعزي لمتغيرات الفئات العمرية والحالة الاجتماعية والجنس وعدم وجود فروقات معنوية ذات دلالة إحصائية بين الاكتئاب ومتغيرات المستوى التعليمي والاقتصادي ومنطقة السكن وترتيب الولادي.
- عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية تعزي لمتغير الفئات العمرية في جميع عوامل الشخصية الخمسة فيما عدا عامل التفاني،وعدم وجود فروق دالة إحصائيا لمتغير الحالة الاجتماعية في جميع

عوامل شخصية فيما عدا عامل العصابية ،وعدم وجود فروق دالة إحصائيا تعزي لمتغير المستوى التعليمي ومتغير السكن .

- وجود فروق دالة إحصائية في كل عامل الانبساطية والوداعة والتفاني تعزي لمتغير المستوى اقتصادي ،فيما لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية على عاملي العصابية والانفتاح على الخبرة.
- وجود فروق ذات دلالة إحصائيا في عامل العصابية ،وعدم وجود فروقات دالة إحصائيا في باقي عوامل الشخصية (،الانبساطية ،الانفتاح على الخبرة،الوداعة،التفاني)تعزي لمتغير الجنس .
- إمكانية التنبؤ بالاكتئاب من خلال عوامل الشخصية (التفاني ، العصابية).[1]

ج)يوسف حمه صالح مصطفى أسيل إسحاق بتو، بعنوان : "قياس العوامل الخمسة للشخصية وعلاقتها بتقديم الذات ألتحصيلي لدى طلبة الجامعة "

ملخص الدراسة:هدفت هذه الدراسة إلى تعرف على مستويات العوامل الخمسة (العصابية،الانبساطية ،الانفتاح على خبرة،الانسجام ،يقظة الضمير)وعلاقتها بعضها البعض وعلاقتها بمتغير تقيم الذات ألتحصيلي فضلا عن علاقة كل من متغيرين بمتغيرات (الجنس والمرحلة والاختصاص).

نتائج الدراسة: أظهرت النتائج أن الطلبة ممن العينة ككل وحسب جنس والمرحلة والاختصاص سجل مستويات أعلى وبدلالة من الوسط الفرضي للمقياس =30على عوامل (الانبساطية ، الانفتاح ،الانسجام ،يقظة الضمير)

- كما سجل مستوى اقل وبدلالة من الوسط الفرضي على عامل العصابية
- كما وظهر أن هناك علاقة ارتباطيه سالبة دالة بين عامل العصابية وكل من (الانبساطية والانسجام ويقظة الضمير)
- كما سجلت العينة ككل وبحسب الجنس والمرحلة والاختصاص مستويات أعلى وبدلالة من الوسط الفرضي للمقياس الثاني (تقييم الذات ألتحصيلي)=60
- وأظهرت النتائج أن هناك علاقة كل العصابية والانبساطية والانسجام و يقظة الضمير .[2]

---

[1]-نضال عبد اللطيف الشمالي ـ**العوامل الخمسة للشخصية وعلاقتها بالاكتئاب لدى مرضى المترددين على مركز غزة مجتمعي** ـاستكمالا لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في التربية ـ تخصص الصحة النفسية والمجتمعية -2015م.

[2]يوسف حمه صالح مصطفى واسيل اسحاق بتو ـ**العوامل الخمسة الكبرى في الشخصية وعلاقتهم بتقيم الذات تحصيلي لدى طلبة الجامعة** ـ مجلة كلية الادب العدد88.

دراسات متعلقة بالمواقع تواصل الاجتماعي وعلاقتها بالسمات الشخصية :

الدراسات العربية:

أ)سوسن علي قدورة بعنوان:"استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقتها بالصحة النفسية وبعض السمات الشخصية لدى طلاب جامعة الجزيرة ،السودان 2017:

ملخص الدراسة: هدفت هذه الدراسة إلى تعرف على علاقة بين استخدام مواقع التواصل الاجتماعي والصحة النفسية وبعض السمات الشخصية لدى الطلبة جامعة جزيرة ومعرفة الفروق ذات دلالة إحصائية في درجة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي نتيجة لتفاعل مستوى الصحة النفسية ونوع السمات الشخصية ،ومعرفة الفروق في درجة استخدام طلبة جامعة الجزيرة لمواقع تواصل الاجتماعية وفقا لمتغيرات (النوع ،نوع الكلية ،الفصل الدراسي ،ومكان السكن)، ومعرفة الفروق في الصحة النفسية وبعض سمات الشخصية لدى الطلاب وفقا لمستوى استخدام مواقع التواصل اجتماعية واتبعت الدراسة المنهج الوصفي ، واستخدمت الدراسة الأدوات الآتية :استبانه استخدام مواقع التواصل الاجتماعي من إعداد الباحثة، ومقياس الصحة النفسية للشباب من إعداد القريطي (1990)واختبار أيزنك للشخصية (1975)وتكونت العينة من (404)طالبا وطالبة من جامعة الجزيرة تم اختيارها بالطرية العشوائية البسيطة لعام (2017. 2018)ولتحليل البيانات تم استخدام برنامج الحزم الإحصائية للعلوم الاجتماعية (spss).

نتائج الدراسة : توصلت الدراسة إلى أن مستوى استخدام طلاب الجامعة الجزيرة لمواقع تواصل الاجتماعي بدرجة متوسطة ،مستوى الصحة النفسية لدى الطلاب مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي يتميز بدرجة مرتفعة .

- وجود علاقة ارتباطيه سالبة دالة إحصائيا بين استخدام مواقع تواصل الاجتماعي وبعض السمات الشخصية
- عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في استخدام مواقع تواصل اجتماعي تعزي إلى كل من النوع الكلية
- وجود فروق ذات دلالة إحصائية في درجة استخدام مواقع تواصل الاجتماعي تعزى مكان السكن

- وجود فروقات ذات دلالة إحصائية في الصحة النفسية تعزى لمستوى استخدام مواقع تواصل الاجتماعي لصالح طلاب منخفضي الاستخدام .

توصي الدراسة بضرورة عقد برامج علاجية للطلاب مفرطي استخدام مواقع التواصل الاجتماعي ،وتهدف إلى تخليصهم من إدمانها عليها ، والمشكلات الناجمة عن استخدام المفرط وتعود هم على الاندماج في الحياة الواقعية وزيادة علاقاتهم الاجتماعية الحقيقية .

ب)موهون فريال دور الانستغرام في تحفيز العمل التطوعي الشاب الجامعي على العمل التطوعي جامعة محمد بوضياف ، المسيلة (2018ـ2019):

ملخص الدراسة:

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على دور الانستقرام في تحفيز الشاب الجامعي على العمل التطوعي ،لدى عينة طلبة جامعة المسيلة قسم علوم الإعلام والاتصال ومستوى متابعة الشاب الجامعي لمواقع التواصل الاجتماعي، وطبيعة الموضوعات التي يفضل الطالب الجامعي الاطلاع عليها عبر الانستغرام،ومدى تأثر الطالب الجامعي بما ينشر من خلال الانستغرام ، ونمط تفاعلهم مع الأعمال التطوعية المنشورة أو التي يطرحها الانستغرام،وأسباب الاعتماد على موقع الانستغرام في نشر العمل التطوعي ، ونوع العمل الأكثر انتشارا على موقع الانستغرام حسب رأي الطالب الجامعي ، وصولا إلى أهم النتائج التي أكدت في مجملها أن الطالب الجامعي مهتم لما ينشر من أعمال تطوعية عبر موقع التواصل الاجتماعي الانستغرام .

نتائج الدراسة الميدانية:

من خلال عرض ومناقشة وتفسير نتائج الدراسة،تكون الدراسة الحالية قد حققت إلى حد بعيد أهدافها، من حيث أسفرت النتائج على وجود العمل التطوعي لدى الشاب الجامعي،ويمكن ذكر النتائج التي توصلت إليها الدراسة الحالية كالأتي :

- أن اغلب أفراد عينة الدراسة هم من فئة الإناث وبنسبة تقدر 57%ونسبة الذكور قدرت ب43%منهم نسبة55%يقسمون ويتراوح أعمارهم من 24ـ18 بنسبة قدرت ب76%.
- وأكدت الدراسة أن نسبة 80%من الشباب الجامعي يستخدمون موقع الانستغرام منذ أكثر من سنتين.

- وأظهرت الدراسات أن مجموعات التي يتفاعل معها الشاب الجامعي معروفة الهوية بنسبة 86%.
- بينت الدراسة أن الشاب الجامعي يتفاعل مع المجموعات التي تقوم بنشر الأخبار وذلك بنسبة 32,5%ويكون المكان المفضل لديه في التصفح موقع التواصل الاجتماعي الانستغرام بنسبة60%يستخدم هاتفه الذكي بنسبة قدرت ب95.%.
- كما أكدت الدراسات أن معدل استخدامه لانستغرام يوميا وبنسبة57%وذلك أكثر من 3 ساعات في اليوم في حين انه يفضل وقت الليل في تصفح موقعه ليلا وبنسبة قدرت ب35,2 %.
- وأظهرت الدراسات أيضا أن الشاب الجامعي لديه فعاليات في متابعة الأعمال التطوعية وذلك لسعة انتشاره وقدرت بنسبة59%.
- كما أوضح انه يعتمد على موقع التواصل الاجتماعي الانستقرام في متابعة الأعمال التطوعية وذلك لسعة انتشاره وقدرت النسبة ب34,2%في حين أكدوا أن الأعمال التطوعية التي تاستهويهم هي مساعدة المعاقين .
- بينت نتائج الدراسة أن الشاب الجامعي يستخدم موقع التواصل الاجتماعي الانستقرام في فترات الانتظار ،حيث قدرت بنسبة 80%،أما 15%فقد كانت إجابتهم أبدا وذلك يرجع أي البعد عن مؤسسة الأعمال التطوعية.[1]

الدراسات الأجنبية:

أ) مجلة سيدتي ـالصحة النفسية :انستغرام قادر على تشخيص الاكتئاب وفق دراسة علمية. بيروت (2017)

أثبت الباحثون أمريكيون أن مستخدمي انستغرام الذين يعانون الاكتئاب ، ينشرون صورا قاتمة، ويكشفون عن وجوههم على نحو اقل .

فقد قرر باحثان احدهما من جامعة هارفارد نوالا خر من جامعة فير مونت في و,م, أن يغوصوا في أعماق المنصات الاجتماعية ، من اجل دراسة نشرت في مجلة "Epjdata science، وذلك لاكتشاف إشارات لاكتئاب من خلال الصور التي ينشرها المستخدمون على الانستغرام .يفضلون الفلاتر القاتمة

[1] موهون فريال ،وقاف نورة. سنة الجامعية. 2018-2019**دور الانستقرام في تحفيز الشاب الجامعي على العمل التطوعي**مذكرة تقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة ليسانس في علوم الإعلاموتاصال ،كلية العلوم الإنسانية والعلوم الاجتماعيةقسم علوم الإعلام والاتصال ـ تخصص اتصال وعلاقات عامة ـ جامعة محمد بوضياف ـ مسيلة.

باستخدام خوارزمية حسابية ، قام العلماء بتحليل أكثر من 400ألف صورة على انستغرام نشرت بواسطة 166متطوعا من المستخدمين ، عانى حوالي نصف هؤلاء لاكتئاب خلال ثلاث سنوات سابقة ، وقام برنامج الكمبيوتر الذي أعده الباحثان بفحص ألوان الصور ، وعدد الوجوه التي تظهر فيها،فضلا عن التعليقات التي كتب حولها والنتيجة،كان المشاركون المصابون بالاكتئاب أقل ميلا إلى استخدام فلاتر انستغرام، ولكن عندما يعمدون إلى استخدامها فغنهم يفضلون فلتر أنكويل(inkwell) والذي يحول الصورة إلى اللونين الأبيض والأسود، وأما متطوعين الذين لا يعانون الاكتئاب ، فقد كانوا كثر ميلا إلى استخدام فلتر فالنس (valance) والذي يزيد من مستوى التعرض ويجعل الصور تبدو دافئة أكثر.

كما وجدوا الباحثون كذلك أن المستخدمين المعرضين للإصابة بالاكتئاب، ونشروا صورا أكثر زرقة و أغمق لونا وتظهر وجوههم على نحو أقل في الصور.

ورغم أنه توجد بعض القيود على هذا البحث والسبب العينة صغيرة الحجم ، إلا أن نتائج مشجعة، ويقول "لويستيودوسيوس"كلية الملكية لعلماء النفس :أنها دراسة واعدة ويمكن أن تساعد على تحديد إشارات التحذيرية للاضطرابات العقلية ، ولقد عملت مع عدد من الأشخاص في سن الشباب ، الذين بإمكانهم التعرف على إشارات الاكتئاب لدى أي شخص، من خلا انستغرام ، ولكن يجب أن نكون حذرين لأننا لم نستخدم سابقا مثل تلك الأدوات لأغراض تشخيص الاكتئاب"[1].

ب)صور السلفي وعلاقتها في تحديد شخصيتك:

إذا كنت ممن يسهرون الليل قلق على عدد الإعجاب التي تحصل عليها عبر حساب انستغرام الخاص بك ، فقد ترغب في التفكير مرتين قبل نشر أي صورة سلفي قادمة لك .

وكان هذا العنوان البحثي الرئيسي لبحث قام به علماء النفس في جامعة واشنطن الأمريكية مؤخرا.

وأجرى العلماء تجربة جديدة مع المئات من المستخدمين النشطين لموقع الانستغرام،وذلك لتحديد ما إذا كانت هناك أنواع معينة من الصور الشخصية المنشورة ، والتي تجعل الآخرين يتخذون قرارات سريعة حول شخصية المستخدم بمجرد رؤية صورته.

[1]مجلة سيدتي ، الصحة النفسية، خميس17-08-2017-**انستغرام قادر على تشخيص الاكتئاب وفق دراسة علمية** -.مجلة سيدتي.saydaty .net

ويظهر بحثهم أن الأفراد الذين ينشرون الكثير من صور السلفي ينظر إليهم بشكل عام على أنهم أقل إعجابا بشخصيتهم، وأقل نجاحا في حياتهم الشخصية ولديهم القليل من الشعور بالأمان وهم أقل انفتاحا على التجارب الجديدة من الأفراد الذين يشاركون عددا أكبر من الصور التي تم التقاطها بواسطة شخص آخر.

بدأ "كريس باري"أستاذ علم نفس في جامعة واشنطن والمؤلف الرئيسي للدراسة البحث عن روابط المحتملة والسمات الشخصية بين نشاط انستغرام قبل حوالي خمس سنوات في ذلك الوقت ، كانت فكرة أن الأشخاص الذين يأخذون الكثير من الصور السلفي هم نرجسيون تحتل المكانة الأولى في وصفهم ،ونفس الشيء في ظل ثقافة بوب العالمية، وقرر "باري"وضع نظرية الشعبية بأنهم نرجسيون على المحك حيث أجرى دراستين لدراسة الصلات المحتملة بين نشر الكثير من الصور الشخصية على انستغرام والشخصية النرجسية .

التجربة الجديدة :

قام باري ، جنبا غلى جنب مع طلاب علم النفس بجامعة واشنطن،وبجانب المتعاونين من جامعة جنوب ميسيسيبي،بتحليل بيانات من مجموعتين من الطلاب الذين تطوعوا للمشاركة في الدراسة وتألفت المجموعة الأولى من 30طالبا من جامعة تقع في جنوب الولايات المتحدة، حيث طلب من المشاركين تعبئة استبيان شخصي واتفقوا على السماح للباحثين باستخدام احدث ثلاثين منشور خاص بهم على انستغرام لإدراجها ضمن التجربة.

وتم ترميز المنشورات بناءا على ما إذا كانت صورة شخصية أو عادية،بالإضافة إلى ما تم تصويره في كل صورة،مثل المظهر الجسدي أو الانتماء إلى الآخرين أو الأحداث أو الأنشطة أو الانجازات.

بينما تألفت المجموعة الثانية من الطلاب من 199طالبا من جامعة تقع في شمال غرب الو.م.أ،حيث طلب من هذه المجموعة تقييم ملفات تعريف انستغرام الخاصة بالمجموعة الأولى وفقا ل13سمةمثل:حب الذات،تدني احترام الذات،الانبساط والنجاح باستخدام الصورة المرفقة بالملفات دون تزويدهم بأي معلومات عن أصحابها.

قام فريق"باري"بتحليل البيانات لتحديد ما إذا كانت هناك إشارات مرئية في المجموعة الأولى من صور الطلاب التي أثارت تصنيفات شخصية ثابتة لدى مجموعة الثانية.

نتائج الدراسة:

- وجدوا أن الطلاب الذين نشروا نسبة أكبر من مشاكلهم قد تم النظر إليهم على أنهم أعلى نسبيا في احترام الذات، وأكثر ميلا إلى المغامرة، وأقل وحدة ، وأكثر ثقة في النفس، وأكثر نجاحا في حياتهم ،ولديهم القدرة على أن يكونوا أصدقاء جيدين، بينما كان العكس تماما بالنسبة لطلاب الذين نشروا عددا أكبر من صورهم الشخصية أو أثناء تناولهم الطعام.
- كما وجدوا الباحثون أن تصنيفات الشخصية للذين ينشرون صور السلفي التي يظهر بها الجسد كاملا ، مثل الوقوف أو الانحناء أمام المرآة، كانت سلبية بشكل خاص على عكس غيرها .
- وتضمنت النتائج المهمة الأخرى التي توصلت إليها الدراسة أن طلاب من المجموعة الأولى والذين تم تصنيفهم من قبل المجموعة الثانية على أنهم يتمتعون بدرجة عالية من الاحترام الذاتي يميلون إلى الحصول على المزيد من متابعي انستغرام ومتابعة المزيد من المستخدمين كذلك
- ووجدوا الباحثون أيضا أن كبار السن المشاركين في الدراسة في مجموعة الثانية كانوا أكثر ميلا إلى تقييم الصور بشكل سلبي من حيث نجاح ، والاختلاط مع الآخرين ، والانفتاح على تجربة أشياء الجديدة وإظهار إعجابهم بها.
- وأحد الأشياء الجديرة بالملاحظة في هذه الدراسة هو أنه لم يكن أي من هؤلاء الطلاب يعرفون بعضهم البعض أو كانوا على دراية بحسابات الانستغرام الخاصة بهم أو عدد المتابعين الذين كانوا يشاهدونهم .
- وقد تكون ردود الأفعال الايجابية بشكل عام على الوضعيات المأخوذة في التصوير ناتجة عن حقيقة أن الصور تبدو أكثر طبيعية على غرار الطريقة التي يراها الناشر لصورته في الحياة الواقعية.
- تفسير آخر هو أن صور السلفي التي تم نشرها في كثير من الأحيان كانت أقل بكثير من الصور التي تحتوي وضعيات جديدة أو مختلفة،حيث كانت تشمل نظرة واحدة ، مما يمكن أن يشير إلى الشيء غريب أو غير عادي حول الصورة المنشورة.

وأضاف"باري": "بينما قد يكون هناك مجموعة متنوعة من الدوافع وراء سبب نشر الأشخاص للصور الشخصية "السلفي"على انستغرام، يبدو أن هذه الصور تتبع نمطا أكثر اتساقا،على رغم من أن النتائج

هذه الدراسة ليست سوى جزء صغير من اللغز نفقد يكون من المهم أن تضعها في اعتبارك قبل نشر صورتك السلفي القادم على مواقع التواصل الاجتماعي".[1]

تعقيب على الدراسات السابقة:

من خلال الدراسات التي عرضناها والتي تمحورت مواضيعها حول السمات الشخصية،تشير إلى أنها تتفق مع الدراسة الحالية في موضوعها الرئيس والهدف العام إلى أنها تختلف عنها في عدة جوانب تمثل الفجوة العلمية التي تعالجها هذه الدراسة وهي :

- تضمنت هذه الدراسة ربط للمشكلة البحثية بالمتغيرات المعاصرة.
- استخدمت هذه الدراسة مدخلين بحثين (المدخل الكمي/المدخل الكيفي)وذلك لتكوين فكرة دقيقة عن مشكلة الدراسة، كما تضمنت تنوعا في منهج الدراسة لتشمل منهج المسح الوصفي.
- لم تقتصر هذه الدراسة على عينة واحدة فقط وإنما تضمنت مجموعة من عينات لضمان تشخيص الواقع بدقة.
- تعددت أدوات هذه الدراسة حيث شملت مقياس العوامل الخمسة للشخصية من إعداد كوستا وماكري كأداة ،وإضافة إلى أداة الاستبيان الاستمارة الالكترونية،من اجل جمع البيانات بدقة أكبر.

ومع العرض السابق يتضح أن هذه الدراسة عالجت فجوة علمية متعددة الجوانب بتطرقها لموضوع السمات الشخصية وتأثيرها على نشر الصور عبر الانستغرام، وشمول عينتها ل248وتعددادواتهابين مقياس العوامل الخمسة والاستمارة الالكترونية، واستخدامها منهج المسح الوصفي .

الإجراءات المنهجية للدراسة

أولا) نوع الدراسة :

يندرج موضوعنا ضمن الدارسات الوصفية ، "وهي تلك البحوث التي تستهدف وصف الموضوع معين كما هو في الواقع الحالي من حيث الخصائص العامة والتفصيلية للموضوع بما فيه من

[1]ـالنهضة نيوز،نشرت بتاريخ 21-08-2019،سا22:38- دراسة بعنوان **صور السلفي وعلاقتها في تحديد شخصيتك** ، تم استرادها بتاريخ 25-06-2020،سا17:42،alnahdanews .com.

متغيرات وعناصر وعلاقات ومؤشرات وذلك باستخدام المنهج العلمي في كافة إجراءات البحث [1]

ثانيا: منهج الدارسة:

المنهج: "هو عبارة عن جملة الخطوات المنظمة التي على الباحث إتباعها في إطار الالتزام بتطبيق قواعد معينة تمكنه من الوصول إلى نتيجة المسطرة"[2].

ويعرف المنهج العلمي بأنه :"فن التنظيم الصحيح لسلسة من الأفكار العديدة ،إما من أجل الكشف عن الحقيقة حين نكون بها جاهلين ،وإما من أجل برهنة عليها للآخرين حين نكون بها عارفين"

ويرتبط اختيار المنهج في الدراسة بناء على الإشكالية التي تحددها ،وبما أننا في دراستنا نسعى إلى جمع معلومات "حول كيفية تأثير السمات الشخصية على نشر الصور الخاصة عبر الانستغرام"، فإن هذه الدراسة تندرج ضمن البحوث الوصفية التي تهتم "بشرح وتوضيح الأحداث والمواقف المختلفة المعبرة عن الظاهرة أو مجموعة من ظواهر مهمة ومحاولة تحليل الواقع الذي تدور عليه تلك الأحداث والوقائع (...)محاولة تحليل وتفسير الأسباب الظاهرية لتلك الأحداث ،بقصد الوصول إلى استنتاجات منطقية مفيدة ، تسهم في حل المشكلات أو إزالة المعوقات أو الغموض الذي يكتنف بعض الظواهر ،توثيق الوقائع واستحداث أفكار ومعلومات ونماذج سلوك جديدة."[3]

و"المنهج الوصفي "هو النهج الذي يناسب مع طبيعة البحث ومتطلباته ، وذلك في جانبه المتصل بطريقة الدراسات المسحية التي أثبتت كفاءتها في دراسة مواقف الناس واتجاهاتهم وآرائهم بشأن مختلف القضايا والموضوعات والظواهر التي يعشوها في حياتهم اليومية.

ويستهدف هذا نوع من المسوح الدراسات التي يهتم بها في مجال دراسات الجمهور بوصف حجم وتركيب هذا الجمهور وتصنيف الدوافع والحاجات والمعايير الثقافية والاجتماعية وكذلك أنماط السلوكية ودرجاتها ، ودراسة الجوانب تالية : خصائص الجمهور،وتشمل التقسيمات الديموغرافية (فئات ، السن ، درجة التعليم ، مهنة)، مستوى المعيشي لأفراد الجمهور ، الطبقات التي ينتمون إليها ومؤثرات الخاصة في انفتاحهم الحضاري والثقافي والاجتماعي .

[1]بركات عبد العزيز،**مناهج البحث العلمي**،مصر،دار الكتاب الحديث،2012،ص54،65.
[2]سيد أحمد مصطفى عمر ـ **البحث العلمي و اجرءاته ومناهجه** ،القاهرة ، مكتبة الفلاح ،2002،ص166.
[3]مصطفى حميد الطائي ـخير ميلاد ابو بك ـ**مناهج البحث العلمي وتطبيقاتها في الاعلام والعلوم سياسية** ـالاسكندرية ـدار الوفاء ـ2007ص95.

واعتمادنا "منهج المسح الوصفي"في الدراسة يعود بالدرجة الأولى إلى اعتباره احد الأشكال الخاصة بجمع المعلومات عن الأفراد وسلوكياتهم وإدراكهم ومشاعرهم واتجاهاتهم ، كما يعتبر الشكل الرئيسي والمعياري لجمع معلومات عندما تشتمل الدراسة المجتمع الكلي أو تكون العينة كبيرة ومنتشرة بالشكل الذي يصعب الاتصال بمفرداتها ، وهذا ما نحتاجه في هذه الدراسة.

وبما أن دراستنا تتمحور حول :"تأثير السمات الشخصية على نشر الصور الخاصة عبر الانستغرام"فإنها تنتمي إلى الدراسات الوصفية الشائعة في علوم إعلام واتصال والتي تقوم على تفسير الوضع القائم للظاهرة أو المشكلة من خلال تحديد ظروفها وأبعادها والعلاقة بين متغيراتها بهدف الانتهاء إلى وصف عملي دقيق ومتكامل للظاهرة ،حيث يسمح هذا المنهج بدراسة عدد كبير من المتغيرات في وقت واحد مثل:السمات العامة والشخصية والنفسية والاجتماعية وكذلك أنماط السلوك الاتصالي ، وبالتالي فهو يتيح لنا معرفة درجات التأثير وحجمه على عملية نشر الصور الخاصة عبر الانستغرام.

ثالثا:مجتمع الدراسة :

تعد مرحلة مجتمع البحث أو العينة من أهم الخطوات المنهجية في البحوث الإنسانية والاجتماعية لذا فهي تتطلب من الباحث دقة بالغة ،حيث يتوقف عليها إجراء البحث وتصميمه وكفاءة إنتاجه .

ويعرف "مجتمع البحث"على انه "هو المجتمع الأكبر أو مجموع مفردات التي يستهدف الباحث دراستها لتحقيق نتائج الدراسة ويتمثل هذا المجتمع الكل أو المجموع الأكبر للمجتمع المستهدف الذي يهدف الباحث لدراسته ويتم تعميم النتائج الدراسة على كل مفرداته[1]."

ولدراسة أي مجتمع وجب على الباحث ضبط خصائصه وسماته على غرار مفردات مجتمع دراستنا، حيث يتمثل مجتمع هذه الدراسة في :طلبة جامعة عمار ثليجي باالأغواط،ويضم قسم علوم الإعلام والاتصال.

وعندما كان من الصعب والمستحيل إجراء دراستنا على المجتمع الأصلي كله ،فانه لابد أن نعتمد في إجراء مثل هذه دراسات على اختيار عينات تمثل مجتمع البحث تمثيلا صحيحا .

[1]محمد عبد الحميد،**البحث العلمي في الدراسات الإعلامية**، القاهرة ،عالم الكتب ،ط1،2000،ص130.

"لان اختيار العلمي أو الدقيق للعينة يؤدي للوصول لنتائج متماثلة مع نتائج دراسة كل مفردات مجتمع الأصلي عن طريق الحصر الشامل بأخطاء عشوائية محسوبة حسابا دقيقا،مما يؤدي إلى توفير الوقت والجهد والاقتصاد في نفقات والسرعة في توصل إلى نتائج البحثية مطلوبة[1]."

رابعا:عينة الدراسة :

"العينة هي اختيار مجموعة من الأشخاص من مجموع مجتمع البحث،وهؤلاء الأشخاص يكونون العينة التي يهتم الباحث لفحصها ودراستها والعينة المختارة من مجتمع البحث يجب أن تكون ممثلة له".[2]

وتعني العينة في البحث العلمي "على أنها الجزء الذي يختاره الباحث وفق طرق محددة لتمثيل مجتمع البحث تمثيلا علميا سليما[3]".

وعلى هذا اعتمدنا في دراستنا لموضوع **تأثير السمات الشخصية على نشر الصور الخاصة عبر الانستغرام** على اختيار نوع من عينات غير الاحتمالية وهي"العينة المتاحة"أو عينة الصدفة ، حيث يعني هذا النوع من العينات بما يلي :

✓ عينة الصدفة . العينة المتاحة :

"وهي عينة التي تختار عدد من الأفراد الذي يستطيع العثور عليهم في مكان وفترة زمنية محددة عن طريق الصدفة وذلك لسهولة استخدامها ،وهي بالتأكيد أحيانا لا تمثل المجتمع الأصلي ,"[4].

ونظرا لاستحالة إجراء مسح كلي للمجتمع الأصلي تم الاعتماد على هذا النوع من العينات غير الاحتمالية وهي عينة الصدفة (عينة المتاحة).حيث قمنا بتصميم استمارة الكترونية ونشرناها في صفحة كلية العلوم الإنسانية وعلوم الإسلامية والحضارة، ومكتبة علوم الإعلام والاتصال ، وكذلك قسم علوم إعلام واتصال بالإضافة إلى تواصلنا مع عينة من طلبة جامعة عمار ثليجي من خلال مجموعات وصفحات فيسبوكية الخاصة بطلبة ومن مختلف الكليات ، وكذلك عن عبر التواصل الشخصي مع بعض الطلبة، بحيث تم تواصل بين الطلبة باتصال كل طالب أو طالبة بزملائهم من

---

[1]سمير محمود حسن ،**دراسات في مناهج البحث العلمي بحوث الإعلام**،القاهرة ،ط2،1995،ص291.
[2]محمد حسن إحسان،**الأسس العلمية لمناهج البحث الاجتماعي** ،ط1،دار الطليعة للطبع والنشر ،بيروت ،1982،ص112.
2محمد زيان عمر ،**البحث العلمي .منهجية وتقنيات** ،دار الشروق ، جدة ،1983،ص282.
[4]رسم محمد جمال ،**مقدمة في مناهج البحث في الدراسات الإعلامية** ،مركز جامعة القاهرة لتعليم المفتوح ،1995،ص133.

الطلبة،وهكذا تم التواصل مع عينة الدراسة وكل هذا بهدف جمع وجذب اكبر عدد من الطلبة جامعين لتمثيل المجتمع الأصلي تمثيلا علميا وسليما .

خامسا:حدود الدراسة:

- **الحد المكاني :**

أجريت هذي الدراسة في كلية العلوم الإنسانية وعلوم الإسلامية والحضارة قسم علوم الإعلام واتصال،تم تصميم استمارة الكترونية ونشرها على مختلف صفحات كلية العلوم الإنسانية وعلوم الإسلامية والحضارة،وقسم إعلام واتصال بالإضافة إلى مكتبة علوم الإعلام واتصال، وكذلك عبر صفحات خاصة بطلبة الجامعين ومن مختلف الكليات تابعة لجامعة عمار ثليجي.

الحد الزماني:

تم انجاز هذي الدراسة بداية بالدراسة النظرية من شهر جانفي 2020إلى غاية أواخر مارس ،وتبعتها الدراسة التطبيقية في فترة مابين ابريل إلى غاية ماي، حيث تم تصميم ونشر استمارة الكترونية على طلبة الجامعين وجمع ايجا بات .

سادسا:أدوات جمع المعلومات :

أما فيما يخص أدوات البحث وتقنياتها ، والتي يمكن اعتبارها كوسائل تسمح بجمع المعطيات من الواقع ،فلقد اعتمدنا الملاحظة والاستبيان كأداة رئيسية، وتم الاعتماد على هذه الأدوات باعتبارها أكثر الأدوات التي تسمح لنا بجمع معلومات عن المبحوثين في شكل معمق.

- **الملاحظة:**

"هي مشاهدة الظاهرة محل الدراسة عن كثب ، في إطارها المتميز ووفق ظروفها الطبيعية ، حيث يتمكن الباحث من مراقبة سلوكيات وتفاعلات مبحوثين ،وحسب ferryفان ملاحظة تعتبر من بين

اكبر الأدوات استخداما في دراسات اتصال ،بما توفره من ميزةجمع عدد كبير من بيانات ومعلومات[1].

تعرف الملاحظة : "بأنها عملية مراقبة أو مشاهدة لسلوك الظواهر والمشكلات والأحداث ومكوناتها المادية والبيئية ومتابعة سيرها واتجاهاتها وعلاقاتها بأسلوب علمي منظم ومخطط وهادف بقصد تفسير وتحديد العلاقة بين متغيرات ، والتنبؤ بسلوك الظاهرة وتوجيهها لخدمة أغراض لإنسان وتلبية احتياجاته"[2] .

و تعرف الملاحظة عادة : "بأنها المشاهدة الدقيقة لظاهرة ما،مع الاستعانة بأساليب البحث والدراسة التي تتلاءم مع طبيعة الظاهرة "[3].

وملاحظة تعتبر من الوسائل المنهجية التي يعتمد عليها في جمع المادة العلمية والحقائق من مكان إجراء الدراسة ، والتي تتيح للباحث إمكانية ملاحظة علاقات وتفاعلات وسلوك المبحوثين والاطلاع على أنماط تصرفاتهم إزاء الاستخدامات المختلفة لوسائل الإعلام .

ولقد اعتمدنا الملاحظة في دراستنا هذه من خلال ملاحظتنا لتصرفات وتفاعلات الأفراد في المجتمع الافتراضي الذي يتيحه"موقع انستغرام"من خلال متابعة الصور التي يضعونها على صفحاتهم وطبيعة التفاعل الذي يتجسد في التعليقات والمشاركات سواء مع الأصدقاءأو العامة ، إلى جانب إمكانية مشاركة صور الخاصة و المعلومات الشخصية التي يتحها موقع الانستغرام للمتابعين لهذه الحسابات .

- ✓ **أداة الاستبيان :**

تعتبر الاستمارة أداة هامة من الأدوات المنهجية التي تستعمل في جمع المعلومات والبيانات المتعلقة بموضوع الدراسة.وتعرف على أنها :"أداة لجمع البيانات المتعلقة بموضوع بحث محدد عن طريق استمارة يجرى تعبئتها من قبل المستجوب"[4].

[1]- موريس أنجرس ـ**منهجية البحث العلمي في العلوم الانسانية**ـ**ط2**ـتر- بوزيد صحراوي - الجزائر ـدار قصبةـص107.
[2]محمد عبيدات ـمحمد ابوا نصارـ**منهجية البحث العلمي ـقواعد ومراحل وتطبيقات** ـط2- عمان ،دار الوائل لنشر،1999,ص73.
[3]إبراهيمأبراش ـ**المنهج العلمي وتطبيقاته في العلوم الاجتماعية**ـ ط1ـدار النشر والتوزيع ـعمان - الاردن ـ2000ـص261.
[4]إبراهيمأبراش - مرجع سبق ذكره - ص269.

تعرف كذلك على أنها :"شكل مطبوع تحتوي على مجموعة من الأسئلة الموجهة إلى عينة من الأفراد حول موضوع أو موضوعات الدراسة ، ويمكن استخدامها بعد تصميمها الذي يتفق مع أهداف الدراسة وبالشكل الذي يتفق مع أسلوب جمع البيانات"[1] .

ولقد اعتمدنا في هذه الدراسة على أداة استبيان" استمارة الكترونية"والتي نشرت على موقع لتستهدف عينة من طلبة الجامعة كأنموذج باعتبارهم أكثر فئة استخدام لموقع لانستغرام حسب ما أفادت به العديد من الإحصائيات.

الإستبانة الالكترونية: online Questionnaire:"هي إحدى الطرق التي يمكن استخدامها لتوزيع الاستبيانات الالكترونية والتي تكون غالبا منشورة على موقع ما بأنها طريقة سريعة جدا لعرض المعلومات للزائر أو المستهدف من الاستبيان والحصول على إجابات منه في مدة قصيرة.[2]"

ومرت الاستمارة بمراحل عدة أولها النظر في التراث النظري للدراسة ومعاينة الدراسات السابقة المشابهة لهذه الدراسة الاستفادة منها ثم صياغة أسئلة وتصميم استمارة الكترونية،حيث قسمت إلى ثلاث محاور أساسية وهي كالأتي :

- المحور الأول :البيانات الشخصية، ويضم 3اسئلة.
- المحور الثاني :عادات وأنماط استخدام موقع الانستغرام ويضم7اسئلة.
- المحور الثالث:نشر الصور عبر موقع الانستغرام ويضم6اسئلة.
- المحور الرابع:قياس الشخصية : أين اعتمدنا في هذا المحور على "مقياس العوامل الخمسة الكبرى للشخصية"من إعداد كوستا وماكريcosta&Marae.

ولغرض تحقيق أهداف البحث اعتمدنا على مقياس قائمة العوامل الخمسة الكبرى في الشخصية(persnalityInventoryThe NEO–FFI) لكوستا وماكري(1992)والمعربة من قبل الأنصاري، وقد استخدم (الانصاري1997)هذا المقياس وطبقه على المجتمع الكويتي واستخرج له الصدق الترجمة والتحليل ألعاملي وارتباطات مع المقاييس الأخرى،

[1]محمد منير حجاب ،تر- بوزيد صحراوي وآخرون -**أساليب البحوث الإعلامية والاجتماعية** ،دار قصبة لنشر،الجزائر، 2006،ص115.

[2] عبد الرحمن احمد حريري -2009/04/23- مدونة البحث العلمي - الاستبيانات الالكترونية - تاريخ الدخول2020./06/15- سا17:35.

وتعد القائمة أول أداة موضوعية تهدف إلى قياس العوامل الأساسية الكبرى للشخصية بواسطة مجموعة من البنود (60) بندا تم استخرجها عن طريق التحليل ألعاملي والمشتقة أساسا من عدد من استخبارات الشخصية ، وتضم القائمة(12)مقياس فرعي يجاب عن كل منها باختيار بديل من (5) بدائل وهي (موافق جدا،موافق،محايد،غير موافق،غير موافق على الإطلاق)ويبدأ التصحيح بإعطاء كل بند في كل مقياس فرعي درجة تتراوح بين (1.5)وذلك في جميع بنود المقياس ماعدا البنود المعكوسة والتي تصحح في الاتجاه العكسي (5.1)، وعلى درجة لكل عامل (60)درجة مقابل(12)كأدنى درجة بينما الوسط الفرضي هو(63)لكل عامل وهكذا بالنسبة للعوامل الأخرى وكلما ارتفعت الدرجة عن الوسط الفرضي يشير ذلك إلى الارتفاع النسبي لذلك العامل لدى الفرد والعكس[1].

حيث يستند نموذج العوامل الخمسة إلى فكرة إن فروق الفردية الدالة على التفاعلات اليومية للأشخاص تصبح ذات شكل مسجل في اللغات التي يتحدث بها هؤلاء الأشخاص ، وعلى هذه الفكرة تمت مراجعة معاجم اللغة لإعداد قوائم بالمصطلحات الدالة على سمات شخصية الإنسانية.

استخلصت نماذج العوامل الخمسة المفسرة للشخصية من خلال منحنين هما:المنحنى القاموسي ومنحنى قوائم العبارات،وفي المنحنى القاموسي يقدم للمفحوص صفات مستمدة من القواميس اللغوية،وترتبط بالسمات المراد قياسها ، ويقوم منحى العبارات على صياغة عبارة تعبر عن سلوك معتاد يتصف به الفرد، ويقدم للمفحوص، ويطلب منه أن يحدد مدى انطباقه عليه أو على شخص أخر.[2]

تم اختيار هذا المقياس للدراسة الحالية لأنه يقيس الفروق الفردية الدالة على التفاعلات اليومية الأشخاص ،ويساعد ذلك في إبراز الربط بينه وبين متغير نشر الصور عبر مواقع الانستغرام ،كما أنه يقيس الصحة النفسية للشباب وهي الفئة المستهدفة في هذه الدراسة،وإضافة إلى ذلك فهو مقياس منقح من عدد من المقاييس التي تم استخدامها في الوطن العربي،ولأجل أن يكون المقياس مناسبا لتطبيقه على عينة البحث ،وتعرف ما إذا كان بحاجة إلى إجراء بعض تعديلات عليه عرضنا القائمة العوامل كبرى للشخصية على أستاذ المشرف لإبداء ملاحظته عن المقياس ومدى ملائمته للتطبيق

[1]يوسف حمه صالح مصطفى أسيل إسحاق بتو- **العوامل الخمسة الكبرى في الشخصية وعلاقتها بتقييم الذات ألتحصيلي لدى طلبة الجامعة**،مجلة كلية الادب ،العدد77،ص18.

[2]يونس فيصل وخليل الهام -**نموذج العوامل الخمسة للشخصية:التحقق من الصدق وإعادة الإنتاج عبر الحضاري**، مجلة دراسات النفسية، المجلد17-العدد3،2007،ص556،557.

على أفراد عينة البحث ،فقد اقترح بعض تعديلات واخترنا من كل عامل من هذه العوامل 4فقرات بما تتوافق مع دراستنا لشخصية طالب ،حيث استخدمنا مقياسا خماسيا لتقدير كل فقرة من فقرات المقياس وهو بصياغة (غير موافق على الإطلاق ،غير موافق ، محايد ،موافق،موافق جدا)ويعطى عند التصحيح الدرجات (1.5)للفقرات مصاغة باتجاه إيجابي والدرجات من (5.1)إلى فقرات المعكوسة في كل مقياس من المقاييس الفرعية والمقاييس ككل ، حيث بلغ عدد بنود المقياس في صورته النهائية على (23)بندا مقسمة على الأبعاد التالية (العصابية. الانبساطية. الانفتاح على الخبرة. الطيبة (المقبولية) . يقظة الضمير)، وقبل الإعداد النهائي للاستمارة تم اختبار صدقها بطرقتين مختلفتين :حيث قمنا بداية بتوزيعها على عينة اختيارية من طلبة للوقوف على جانب القصور والغموض ،ثم عرضنا الاستمارة على الأستاذ المشرف لتحكمها واستنادا لآراء وملاحظات التي تم جمعها ، قمنا بإجراء عدد من التعديلات اللازمة لتصميم استبانه الكترونية في شكلها النهائي.

الفصل الثاني

الفصل الثاني : الانستغرام والسمات الشخصية

مقدمة :

المبحث الاول: مدخل مفاهيمي لمواقع التواصل الاجتماعي

المطلب الاول: مفهوم ونشأة وتطور التاريخي لمواقع التواصل الاجتماعي

المطلب الثاني:خصائص واهمية وانواع أستخدام مواقع التواصل الاجتماعي

المطلب الثالث:السمات العامة لشبكات تواصل الاجتماعي وسلبياته وايجابياته

المبحث الثاني : الانستغرام Instagram

المطلب الاول مفهوم انستغرام و نشأته وخطوات انشاء حساب عليه

المطلب الثاني: خصائص ومميزات الانستغرام والالتزاملت التي يجب مراعاتها عند استخدامه

المطلب الثالث: ايجابيات وسلبيات انستغرا.

المبحث الثالث: مدخل مفاهيمي عن السمات الشخصية

المطلب الاول: ماهية الشخصية(مفهوم، محددات ،خصائص،متغيرات،مكونات،ابعاد)

المطلب الثاني:السمات الشخصية ومعايير تحديدها وخصائصها

المطلب الثالث: طرق قياس السمات الشخصية وعلاقتها بمواقع التواصل الاجتماعي .

مقدمة:

إن التطور الحاصل في تكنولوجيات الاتصالات غيرت من حياة الأفراد من حيث تواصلهم في علاقاتهم الإنسانية حيث تحول الاتصال من مواجه إلى افتراضي وذلك عبر مواقع التواصل الاجتماعي حيث أحدثت هذه الأخيرة تغييرات في علاقات الأفراد الاجتماعية وأشكال تفاعلهم وأساليب تواصلهم حيث شهدت إقبالا كبيرا من أفراد المجتمع كونها وسيله سريعة لنشر المعلومة والتواصل ومع تطور هذه الوسائل وتنوعها حصد موقع الانستغرام شهره كبيره بين أفراد المجتمع حيث بلغ عدد مستخدميه أكثر من مستخدمي التويتر وذالك لتنوع استخدامات الانستغرام لتشمل مختلف المجالات الثقافية والسياسية والاجتماعية، حيث ارتبطت هذه الدراسة بالسمات الشخصية للفرد فهي تعتبر من المواضيع المهمة في علم النفس التي تقوم بتفسير سلوك الإنسان في إطار منطقي منظم حيث قسمنا دراستنا إلى ثلاث مباحث تناولنا في المبحث الأول مدخل مفاهيمي لمواقع التواصل الاجتماعي من نشاه ومفهوم أما في المبحث الثاني فقد تناولنا مفهوم الانستغرام ونشأته أما المبحث الثالث فتطرقنا إلى السمات الشخصية مفهومها ومحددات اختيارها .

المبحث الأول: مدخل مفاهيمي لمواقع التواصل الإجتماعي

المطلب الأول: المفهوم والنشأة والتسلسل التاريخي لمواقع التواصل الإجتماعي

1)مفهوم شبكات أو مواقع التواصل الإجتماعي

يعرفها "محمد عواد" بأنها تركيبة اجتماعية إلكترونية تتم صياغتها من أفراد أو جماعات أو مؤسسات تتم تسمية الجزء التكويني الأساس مثل (الفرد الواحد) بإسم العقدة بحيث يتم إيصال هذه العُقد بأنواع مختلفة من العلاقات كتشجيع فريق معين أو الإنتماء لشركة ما أو حمل جنسية لبلد ما في هذا العالم، وقد تصل هذه العلاقات لدرجات أكثر عمقًا كبيعة الوضع الإجتماعي أو المعتقدات أو الطبيعة التي ينتمي إليها الشخص.[1]

وتعرف "مواقع التواصل الاجتماعي" على أنها مواقع إلكترونية تقدم خدمات إجتماعية لمشتركيها لأغراض التواصل الإنساني الإجتماعي [2]

أي أنها مواقع إلكترونية إجتماعية وجدت لخدمة مستخدميها بحيث تمنح لهم فرصة التواصل والإتصال.

ويعتبر كل من "دانة بويض" "ونيكول أليسون" الشبكات الإجتماعية كخدمات للويب تسمح للمستخدمين ببناء ملفات أو ملامح عامة أو شبه عامة ضمن نظام مفصل بقائمة من الأعضاء الذين نتقاسم معهم علاقاتنا ونشاركهم في عدة تفاعلات كما يمكننا الإستطلاع على قائمة الأشخاص الموجودين على الخط المباشر [3] والذي يمكنني من خلاها التعرف على أصدقاء أصدقائي.

---

[1] حسناء غويلة، سامية سدايرية، مروة رميلي، مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر، دور شبكات التواصل الإجتماعي في الحفاظ على الموروث الثقافي الجزائري، جامعة 8 ماي 1945، قالمة، سنة 2018-2019 ص25.

[2] حلمي خضر ساري، التواصل الإجتماعي الأبعاد والمبادئ والمهارات، دار كنوز المعرفة، الأردن. ط1 ، سنة2014،ص104.

[3] د/ حليمة قادري، التواصل الإجتماعي، درا المعرفة للنشر والتوزيع،سنة 2016،ص103.

وهذا ما أكده **"عطال بن فهد السرحاني"** أن الشبكات الإجتماعية مصطلح يطلق على مجموعة من المواقع على شبكة الإنترنت ظهرت مع الجيل الثاني للويب أو ما يعرب بإسم ويب 2.0تتيح التواصل بين الأفراد في بنية مجتمع إفتراضي يجمعهم حسب مجموعات إهتمام أو شبكات إهتمام (بلد، جامعة، مدرسة، شركة ...)

كل هذا يتم عن طريق خدمات التواصل المباشر مثل إرسال الرسائل أو الإطلاع على الملفات الشخصية للآخرين لمعرفة أخبارهم ومعلوماتهم التي يتيحونها للعرض.

ويمكن تعريف **"مواقع التواصل الإجتماعي"** أيضًا بأنها مواقع تتشكل من خلال الإنترنت تسمح للافراد بتقديم لمحة عن حياتهم العامة وإتاحة الفرصة للإتصال بقائمة المسجلين والتعبير عن وجهات نظر الأفراد والجماعات من خلال عملية الإتصال وتختلف طبيعةالتواصل من موقع لآخر ولعل أبرز هذه المواقع نجد الفيسبوك، التويتر، قول بلس... وغيرها من المواقع المتخصصة مثل اليوتيوب الإنستغرام.[1]

ويشار لها أيضا على أنها الطرق الجديدة في الإتصال بالبيئة الرقمية فهي تسمح للمجموعات الأصغر من الناس إمكانية الإلتقاء والتجمع على الإنترنت وتبادل المعلومات والأخبار، فهي تعتبر بيئة تسمح لمختلف الأفراد والمجموعات بإسماع رأيهم وصوتهم ومجتمعاتهم للعالم أجمع.[2]

تتيح هذه المواقع لأعضائها تقديم أنفسهم والتعبير عن أرائهم وأفكارهم كذلك الإهتمام المشترك لجماعات تتفق فيما بينها في الميول والآراء والإتجاهات.[3]

ومن كل هذه التعاريف نستخلص أن "مواقع التواصل الإجتماعي "هي مجموعة من المواقع التي تتيح للافراد التواصل في مجتمع إفتراضي يعرِّفون به عن أنفسهم ويتبادلون فيه الإهتمام، يقوم الأفراد من خلال هذه المواقع بنشر العديد من المواضيع والصور والفيدوهات وغيرها من النشاطات التي يستقبلون عليها من طرف المستخدمين الذين ينتمون لهذه الشبكات ويملكون روابط مشتركة، وتتيح هذه المواقع العديد من الخدمات حيث تختلف من موقع إلى آخر" .

المطلب الثاني:نشأة مواقع التواصل الإجتماعي والتسلسل التاريخي لتطورها

بعد ظهور مفهوم الشبكات الإجتماعية إلى عالم الأجتماع "جون بارنز" في عام 1954م ، فالشبكات الإجتماعية بشكلها التقليدي تمثل في نوادي المراسلة العالمية التي كانت تستخدم في ربط العلاقات بين الأفراد في مختلف الدول بإستخدام الرسائل الإعتيادية المكتوبة، وساهم في ظهور شبكة الإنترنت في إنتشار ظاهرة التواصل الإجتماعي وتطوير الممارسات المرتبطة بشبكاتها التي تسمى وسائل الإعلام الإجتماعية عبر الإنترنت المبنية على التطبيقات application التي تركز على بناء شبكات إجتماعية أو علاقات إجتماعية بين البشر ذوي الإهتمامات والنشاطات المشتركة، وتعتمد مواقع الإعلام الإجتماعية أو شبكات التواصل الإجتماعي الرقمية أساسًا على التمثيل بحيث يكون لكل مستخدم ملف

[1] إيمان خليفة، حروب مواقع التواصل الإجتماعي، ط1، العربي للنشر والتوزيع، القاهرة،2016،ص42،43.
[2] خولة حمادية، مريم قاسم، مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر، دور مواقع التواصل الإجتماعي في تنمية العمل التطوعي، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، سنة 2014-2015، ص25.
[3] منال محمد عباس، القيم الإجتماعية في عالم يتغير، الإسكندرية، دار المعرفة الجامعية، ص48.

شخصي profile وكذلك خدمات متعددة أخرى تسمح للمستخدمين بتبادل القيم والأفكار والنشاطات والاحداث والإهتمامات في إطار شبكاتهم الشخصية.[1]

وتعتبر أوائل تسعينيات القرن الماضي هي البداية الحقيقة لظهور المواقع الإجتماعية أو التي تسمى بشبكات التواصل الإجتماعي عبر الإنترنت حيث صمم "راندي كونرادر" موقعًا إجتماعيا للتواصل مع أصدقائه وزملائه

في الدراسة في بداية عام 1995م واطلق عليه إسم classmates.com وبهذا الحدث سجل أول موقع تواصل إلكتروني إفتراضي بين سائر الناس [2]

وقد مرت شبكات أو مواقع التواصل الإجتماعي في تطويرها بمرحلتين أساسيتين هما:

- ✓ **المرحلة الأولى:** وصفت هذه المرحلة بالمرحلة التأسيسية لشبكات التواصل الإجتماعية فهي المرحلة التي ظهرت مع الجيل الأول للويب 1 web وشهدت هذه المرحلة البداية التأسيسية لشبكات التي تكونت في هذه المرحلة هي شبكة موقع SixDegreesست درجات عام 1997م وهو الموقع الذي يمنح فرصة للافراد المتفاعلين في إطار فرصة طرح حياتهم ولمحاتهم العامة وإدراج أصدقائهم وبدأت فكرة قوائم الأصدقاء عام 1998، شهدت هذه المرحلة مواقع متعددة أشهرها موقع journat live وموقع cy world عام 1999 الذي أنشئ في كوريا، وموقع ryze الذي تبلور الهدف منه فيتكوين شبكات إجتماعية لرجال الأعمال لتمثيل التعاملات التجارية. وجدير بالذكر أن أبرز ما ركزت عليه مواقع الشبكات الغجتماعية في بدايتها هي خدمة الرسائل القصيرة والخاصة بالأصدقاء وعلى الرغم من أنها وفرت بعض خدمات الشبكات الإجتماعية الحالية إلا أنها لم تستطع أن تدر ربح على مؤسسها ولم يكتب للكثير منه البقاء [3].
- ✓ **المرحلة الثانية:** مرحلة اكتمال الشبكات الاجتماعية ويمكن القول أنها بدات مع الموجة الثانية للويب web2 والمقصود هنا أنها إرتبطت بتطوير خدمات الشبكة ويمكن أن تؤرخ لهذه المرحلة بإنطلاقة موقع my space "ماي سبيس" وهو الموقع الأمريكي الشهير ثم موقع فيسبوك.

وشهدت هذه المرحلة من تطوير شبكات التواصل الإجتماعي إقبالاً متزايدًا من قِبل المستخدمين لمواقع الشبكات العالمية ويتناسب ذلك الإقبال المتزايد مع إزدياد مستخدمي الإنترنت على مستوى العالم.

ويعتبر الميلاد الفعلي للشبكات الإجتماعية كما نعرفها اليوم في سنة 2002 أين ظهرت شبكة friends ter التي حققت نجاحًا دفع google إلى محاولة شرائها سنة 2003.

وفي النصف الثاني من نفس العام ظهرت في فرنسا شبكة skyrockكمنصة للتدوين، ويمكن القول بان هذه الشبكات بلغت شعبية كبيرة خلال فترة ما بين 2002- 2004 من خلال ظهور ثلاث مواقع إجتماعية تواصلية كان أولها friends ter عام 2003 ثم تلاه my space "ماي سبيس" وموقع bebo عام 2005 حيث كان موقع my space "ماي سبيس" الأكثر شعبية من بينهم، ثم برز موقع فيسبوك عام 2004 من طرف "مارك زوكربيرغ" ليجمع زملائه في جامعة هارفارد واصبح بسرعة اهم هذه المواقع الإجتماعية لا سيما بعد إنفتاحه على الأفراد خارج الولايات المتحدة، وبهذا بدأ الإنتشار

[1] حسناء غويلة، سامية سدايرية، مروة رميلي ، مرجع سبق ذكره، ص26.
[2] عبد الرحمٰن بن إبراهيم الشاعر، مواقع التواصل الإجتماعي والسلوك الإنساني،ط1.عمان.دار صفاء للنشروالتوزيع،سنة2015، ص18.
[3] فيصل محمد عبد الغفار، شبكات التواصل الإجتماعي، ط1.عمان.الجندارية للنشر والتوزيع، سنة 2016، ص12- 13.

الواسع لشبكات التواصل الإجتماعي حيث عرف الويب web 2.0 ظهور الكثير من المواقع الإجتماعية قدر بعضها عام 2009ب: 200 موقع.

المطلب الثالث: خصائص ومميزات وأنواع واهمية إستخدام مواقع التواصل الإجتماعي

1)خصائص مواقع التواصل الاجتماعي:

أ ـ التفاعلية و التشاركية: يتسم التواصل عبر شبكات شبكات التواصل الإجتماعي بالتفاعلية إذ يقوم كل عضو بإثراء صفحته الشخصية سواء ما يتعلق (بموطنه، أحداث سياسية، خرائط أو صور لمدينته ..). وتسمح شبكات التواصل الإجتماعي للاعضاء بمشاركة تلك المنشورات أو التعليق عليها أو إبداء الإعجاب بها ويكون بمقدور العضو الذي قام بالنشر مشاهدة ردود الآخرين ومدى تفاعلهم والرد عليها مباشرة وقد يحدد ذلك التفاعل إستمرار العضو للتواصل ومشاركة المضامين مع الآخرين.

ب ـ التلقائية: يتسم التواصل عبر شبكات شبكات التواصل الإجتماعي بأنه تلقائي وغير رسمي ومتوقع فليس هناك تخطيط او تنسيق للتواصل بين الأعضاء وكذلك عدم وجود لوائح وقيود تنظيمية تحكم ذلك التواصل فهو يتميز بالتلقائية بين طرفي الغتصال.

ت ـ قلة التكلفة: إن التسجيل في شبكات التواصل الإجتماعي مجاني فعلى الصفحة الرئيسية للفيسبوك "مجتاني وسيبقى مجاني".

ث ـ سهولة الاستخدام: لا يحتاج العضو إلى مهارات خاصة لإستخدام شبكات شبكات التواصل الإجتماعي ومعظمها توفر صفحات خاصة باللغة الرسمية لكل مجتمع.

ج ـ الحضور الدائم غير المادي:إذا لا تتطلب عملية الإتصال الحضور الدائم إذ يمكن للعضو الإتصال بالعضو الآخر عن طريق ترك رسالة نصية او صور او معلومات عن أفلام أو موسيقى أو غيرها من مجالات إهتمام الشخص الآخر كما يمكن لهما الإتصال مباشرة وهذا لا يتوفر في وسائل الإتصال التقليدية التي يمثل بها الشخص دور المتلقي أو المستهلك للمحتوى.

ح ـ دعم التجمعات: تتوفر التواصل شبكة التواصل الإجتماعي خدمة تتيح للإشخاص إنشاء مجموعات تشترك بالإختصاص أو الإنتماء الديني او الإجتماعي مثل الفيسبوك.

خ ـ المرونة: إمكانية فتح تلك الشبكات عن طريق الهواتف المتنقلة فلا تشترط وجود جهاز حاسبوب للولوج لتلك الشبكات بل أن الشركات المنتجة للاجهزة المحمولة أصبحت تضمن انظمة التشغيل تطبيقات خاصة تنمي برامج التواصل الإجتماعي.

د ـ عالم افتراضي للتواصل: إن التواصل الإجتماعي أصبحت تزاحم الجلسات والمجالس العائلية والإحتماعية ولم يعد لسفر مشروطًا لرؤية الأصدقاء وسماع أصواتهم أو للبيع والشراء أو الدراسة.

و- إذابة الفواصل الطبقية: إذ توفر شبكات التواصل الإجتماعي للإتصال بالدعاة وطلبة العلم والأباء والعلماء بصورة مباشرة ودون وسائط [1]

2)مميزات مواقع التواصل الاجتماعي : تتميز شبكات التواصل الإجتماعية بعدة مميزات منها:

أ- العالمية: حيث تلغي الحواجز الجغرافية والمكانية وتتحطم فيها الحدود الدولية حيث يستطيع الفرد في الشرق التواصل مع الفرد في الغرب ببساطة وسهولة.

ب - التفاعلية:فالفرد فيها كما أنه مستقبل وقارئ فهو مرسل وكاتب ومشاركالسببية المقيتة في الإعلام القديم كالتلفاز ، وتعطي حيزًا للمشاركة الفاعلة من المشاهد والقارئ والصحف الورقية.

ت - التنوع في الاستعمالات: يستخدمها الطالب للتعلم والعالم لبث علمه وتعليم الناس والكاتب للتواصل مع القراء ..... وهكذا.

ث - سهولة الاستخدام: فالشبكات الاجتماعية تستخدم بالإضافة للحروف وبساطة اللغة، والرموز والصور التي تسهل للمستخدم التفاعل.

ج - التوفير والاقتصادية: اقتصادية من ناحية الجهد والوقت والمال فهي مجانية الإشتراك والتسجيل، فالفرد البسيط يستطيع إمتلاك حيزًا على شبكة التواصل الإجتماعي وليست حكرًا على أصحاب الأموال أو لجماعة دون أخرى، وتحتل شبكة الفيسبوك حاليا من حيث الشهرة والإقبال المركز الثالث بعد موقعي قوقل google ومايكروسوفت Microsoft.وبلغ عدد المشتركين فيها أكثر من 800 مليون شخص.[2]

3)أنواع مواقع التواصل الاجتماعي:

تتعد أنواع مواقع التواصل الإجتماعي ولكل موقع خصوصية يتميز بها على موقع آخر، حيث إختلفت مضامينها على حسب إختلاف بدايتها وترتيب الأهم منها تاريخيا والتي أصبحت توصف فيما بعد بالجماهيرية نظرًا للتطور الهام الذي حظيت به إلى غاية وقتنا الحالي ومن أهمها نجد :

أ - الفيس بوك : facebook

هو أحد شبكات التواصل الإجتماعي التي أصبحت تحتل موقعًا مهمًا في وسائل الإتصال الأكثر إستخدامًا وتأثيرًا على مستوى العالم. إنطلق موقع الفيسبوك كنتاج غير متوقع من موقع "فيس ماتش" التابع لجامعة هارفارد وهو موقع من نوع "hot or not " والذي يعتمد على نشر الصور لمجموعة من الأشخاص ثم إختيار رواد الموقع للشخص الأكثر جاذبية وقد إبتكر "مارك زوكربيريغ" موقع "فيس ماتش" في 28 أكتوبر عام 2003 عندما كان يرتاد جامعة هارفارد كطالب وفي فبراير عام 2004 تم إنشاء فيسبوك من "مارك زوكربيريغ" وذلك في غرفته في جامعة هارفارد سرعان ما لقي الموقع رواجًا بين طلبة الجامعة واكتسب شعبية واسعة بينهم الأمر الذي شجعه على توسيع قاعدة من يحق لهم الدخول إلى الموقع ليشمل طلبة جامعات ومدارس أخرى، وبعد ذلك قرر "مارك زوكربيريغ" أن يفتح

[1] حسين محمود هشيمي، العلاقات العامة وشبكات التواصل الإجتماعي .ط1.دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، سنة 2015، ص 85-86 -87.

[2] مريم بربيش، ياسمينة بلحوت، مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر، تأثير مواقع التواصل الإجتماعي على التحصيل الدراسي لدى التلاميذ الجزائريين، جامعة آكلي محند اولحاج، البويرة.سنة 2018-2019، ص18.

أبواب موقعه أما كل من يرغب في إستخدامه مما أدى إلى إرتفاع عدد مستخدميه بشكل كبير وواسع حيث بلغ عددهم 12 مليون مستخدم في شهر ديسمبر من عام 2006 وفي سنة 2007 إرتفع العدد إلى أكثر من 40 مليون. فهو من أكبر المواقع العالمية المتخصصة في العلاقات الإجتماعية والتعارف وبناء صداقات وانه ليس حكرًا على أحد والتسجيل فيه مجانًا ومع حلول سنة 2016 أتاح خدمة البث المباشر live vidéoوذلك عبر نقل الأخبار والأحداث بصورة مباشرة إلى الجمهور وإمكانية تصوير ما يحدث أمام المستخدمين، فهم أحد وسائل الإتصال الإجتماعي الحديثة التي ساعدت على ربط العديد من الناس مهما إختلفت مواقعهم وأماكنهم وأوقاتهم وأعمالهم.[1]

ب - التويتر: twitter

هو إحدى شبكات التواصل الإجتماعي التي إنتشرت في السنوات الأخيرة ولعبت دورًا كبيرًا في الأحداث السياسية في العديد من البلدان وخاصة في منطقة الشرق الأوسط وتصدرت هذه الشبكات في الآونة الأخيرة ثلاثة مواقع رئيسية لعبت دورًا مهمًا في أحداث ما يسمى بثورات الربيع العربي، وهي **(تويتر - فيسبوك – و اليوتيوب).** وأخذ التويتر إسمه من مصطلح "تويت" يعني التغريد واتخذا من العصفور رمزًا له، وهو خدمة مصغرة تسمح للمغردين بإرسال رسائل نصية قصيرة لا تتعدى 140 حرف للرسالة الواحدة ويجوز للمرء أن يسميها نصًا موجزًا مكتشفا لتفاصيل كثيرة كانت بداية ميلاد هذه الخدمة المصغرة في تويتر أوائل عام 2006 عندما أقدمت شركة obvious الأمريكية على إجراء بحث تطويري لخدمة التدوين المصغرة ثم أتاحتالشركة المعنية ذاتها إستخدام هذه الخدمة العامة للناس في أكتوبر من نفس العام حيث مكنت هذه الخدمة مستخدمي موقع التويتر من تبادل تلك التغريدات "التويتات" مع أصدقائهم من خلال ظهورها على حساباتهم الشخصية أو في حالة دخولهم على صفحة المستخدم لصاحب الرسالة، فخدمة التدوين المصغرة أتاحت كذلك إمكانية الردود والتحديثات عبر البريد الإلكترونيكذلك أهم الأحداث من خلال خدمة (rss) عبر الرسائل النصية (sms) ثم أخذ هذا الموقع بالإنتشار بإعتباره خدمة حديثة في مجال التدوينات المصغرة.[2]

بعد ذلك أقدمت الشركة ذاتها بفضل هذه الخدمة المصغرة عن الشركة الأم وإستحدثت لها إسماً خاصًا يطلق عليه "التويتر" وذلك في أفريل 2007.

ت - اليوتيوب: youtube

هو موقع متاح للعموم على شبكة الإنترنت لمشاركة ملفات الفيديو والذي يُمَّكن مستخدميه من تحميل ومشاهدة اللقطات المصورة والتعليق عليها، و يُمَّكن لجمهور من إعطاء رأيه بشأن تلك المشاهد أو اللقطات ويتيح إمكانية مشاركة اللقطات في مواقع التواصل الإجتماعي الأخرى، أو المشاركة في قرار إزالة المقاطع أو المشاهد غير المرغوب فيها ويعد موقع اليويوب من المواقع السهلة الإستخدام والتحميل كما لا يقتصر على إرفاق الملفات المرئية بل يمكن وبسهولة فتح قنوات خاصة تبث من خلالها مئات الملفات بشكل يومي وبدأ موقع اليوتيوب بالظهور على شبكة الإنترنت في شهر فبراير من عام 2005 بواسطة ثلاثة موظفين من شركة "باي بال paypal" هم "تشاد هيرلي، ستيف تشين، وجاود كريم"

[1] د/ وسام فاضل راضي، مهند حميد التميمي، مرجع سبق ذكره، ص195-196.
[2] د/ محي الدين إسماعيل محمد الديهي، تأثير شبكات التواصل الإعلامية على جمهور المتلقين،ط1، مكتبة الوفاء القانونية، الإسكندرية، سنة2015، ص465-466.

ونتشرت إحصائية عام 2003 أنه يتم تحميل 65 ألف مقطع فيديو يوميًا وبمشاهدة يومية تصل إلى مليون مشاهدة، وفي تلك الفترة حصل موقع اليوتيوب على نسبة 60% من مجمل تحميلات الفيديو عن طريق الإنترنت وفي العام نفسه قامت شركة "جوجل google" بشراء موقع اليوتيوب بقيمة إجمالية وصلت إلى 1.65 مليار دولار أمريكي. وفي شهر يناير من عام 2008 فقط شاهد 79 مليون مستخدم أكثر من 3 مليارات فيلم، وفي بداية جوان من عام 2007 أطلق موقع اليوتيوب واجهات متعددة اللغات للموقع حتى إشتملت على 43 لغة في 25 دولة ويحقق الموقع دخلا يتجاوز ملياري دولا أمريكي أسبوعيًا، وتبلغ مشاهدة الموقع عبر الهاتف الناقال أكثر من مئة مليون مشاهدة يوميًا، وفي عام 2010 تم تحميل ملفات فيديو على موقع اليوتيوب يستغرق عرضها 13 مليون ساعة وأصبح الموقع في هذه المدة من مواقع التواصل الإجتماعي المهمة والتي لا يستغنيعنها الجمهور بحيث يوفر للمستخدم خيارات البحث كافة بشان الموضوعات والقضايا والأخبار والبرامج التي يبحث عنها الجمهور في اليوتيوب وفي منتصف عام 2015 أصدر موقع يوتيوب تطبيق "youtube kids " وهو تطبيق مخصص للاطفال بحيث تتناسب مقاطع الفيديو الموجودة في هذا التطبيق مع فئاتهم العمرية.[1]

ث ـ لينكد إن :linke in

شبكة إجتماعية مختصة بالعمل والتجارة وتضم العديد من المحترفين في العديد من المجالات ويتشاركون بمجموعة من الإهتمامات في موقع " لينكد إن linke in " عبارة عن شبكة مهنية يقوم الأعضاء بإدخال بيانات سيرة أعمالهم وكذا بيانات تعليمهم ويرتبطون بجهات إتصال خاصة بالاعمال.[2]

ويساعد هذا الموقع مستخدميه في الحصول على وظائف وإكتشاف خطوات المبيعات والتواصل مع الشركات المحتملين، أنشا هذا الموقع المستثمر الامريكي "ريد هوفمان" في ماي 2003 وخلاف معظم مواقع التواصل الغجتماعي الاخرى لا يركز " لينكد إن linke in " على تكوين الصدقات ونشر الصور ومقاطع الفيديو وغيرها من وسائل التواصل، وللإشتراك في الموقع يجب على المستخدم أن ينشئ ملفه الشخصي الذي يقدم فيه بياناته الشخصية المتضمنة : الإسم ، الوظيفة ن الدرجات العلمية ... إلخ، وقد إشترك بهذا الموقع في عامه الأول 4500 شحص كونوا شبكة المعارف من المحترفين لمجال الأعمال وقد تطور هذا الموقع وزاد من خدماته ليصبح من أوائل المواقع للتعارف بل من أهم مواقع التوظيف على شبكة الإنترنت.[3]

ج ـ تمبلر:tumblr

هو موقع يتيح منصة للتدوين الإجتماعي والذي يسمح لمستخدميه بالتدوين على شكل نص أو صورة أو ملفات فيديو أو راوبط او أقوال او محادثة أو حتى ملفات صوتية ويستطيع المستخدمون في هذا الموقع متابعة باقي المستخدمين فتظهر تحديثاتهم على حساباتهم الخاصة كما يستطعون تفضيل وإعادة إرسال التحديثات في الموقع كما هو الحال في التويتر وان خدمة مقوع تمبلر تؤكد على المرونة والسهولة.

---

[1] د/ وسام فاضل راضي، مهند حميد التميمي، مرجع سبق ذكره، ص212.

[2] حسناء غويلة، سامية سدايرية، مروة رميلي ، مرجع سبق ذكره، ص39.

[3] إسماعيل عبد الفتاح عبد الكافي، شبكات التواصل والإنترنت والتاثير على الأمن القومي والإجتماعي،ط1، المكتب العربي للمعارف، القاهرة،سنة 2016، ص33.

تم إنشاء هذا موقع "تمبلر tumblr" من قِبل "ديفد كارب" في عام 2007 وفي عام 2013 أعلنت شركة "ياهو yahoo"إستحواذها على موقع تمبلر مقابل 1.1 مليار دولار.

ويقدم موقع "تمبلر tumblr" خدمة التدوين الاجتماعي السريع بحيث يسمح الموقع لأعضائه بنشر صور ومقاطع فيديو ونصوص واقتباسات ومقاطع صوتية، ويركز على السهولة في الاستخدام والتسجيل[1]

ح - فليكر : Flickr

هو أحد مواقع التواصل الإجتماعي الذي تتيح إمكانية مشاركة الصور ومقاطع الفيديو وحفظها بحيث يعد جمعية لهواة التصوير على شبكة الإنترنت وموقعًا مشهورًا للتشارك في الصور الشخصية ويُستخدم هذا الموقع من قِبل المدونين من خلال إعادة إستخدام الصور الموجودة فيه، وبدأ موقع " فليكر Flickr "تقديم خدماته عام 2004 بواسطة شركة "لودي كورب" بعد أن قامت الشركة بتأسيس لعبة جماعية عملاقة على شبكة الإنترنت، تم التخلي عن اللعبة لكن مشروع " فليكر Flickr " ظل قائماً، وفي عام 2005 قامت شركة "ياهوyahoo "بشراء شركة "لودي كورب" و" فليكر Flickr ".

يسمح الموقع للمستخدمين أيضًا من تنظيم صورهم كمجموعات شخصية او مجموعات عامة تشترك في صفات معينة أو عليهما معًا ويستطيع الشخص إضافة الصورة إلى مجموعةشخصية واحدة أو أكثر من مجموعة أو عدم إضافتها.

فقد حظي عدد من مستخدمي موقع " فليكر Flickr " وفقًا لإحصائية نشرت عام 2011 أكثر من 51 مليون مستخدم[2]

خ - جوجل بلس: google plus

يعد الموقع التابع لشركة جوجل من مواقع التواصل الإجتماعي التي تقدم خدمات متقاربة من موقع فيسبوك وأثار إعلان شركة جوجل في إنشاء موقع إجتماعي جديد حالة ترقب لدى العاملين في مجال الإعلام المتخصص في مجال الإعالم الإلكتروني والمدونين وذلك للدور الذي تقوم به مواقع التواصل الإجتماعي في الحياة الإجتماعية وما تحدثه من تغييرات وتطورات في مجالات الحياة كافة ، فضلاً ان شركة جوجل من الشركات المتعددة الت يتملك شهرة كبيرة، وتم إطلاق موقع " جوجل بلس google plus " رسمياً في 8 حزيران عام 2011، وبعد إطلاقه أعلنت شركة جوجل عن إصدار تطبيق جديد يسمى " google plus " متوفر في سوق الإندرويد لجميع مالكي الهواتف الذكية التي تعمل على نظام الأندرويد وبعد إطلاقه بفترة قصيرة وصل عدد مستخدمي موقع " جوجل بلسgoogle plus " 20 مليون مستخدم ما يشير إلى سرعة نمو هذا الموقع خلال فترة قصيرة.[3]

[1] د/ وسام فاضل راضي، مهند حميد التميمي، مرجع سبق ذكره، ص233.
[2] المرجع نفسه، ص235.
[3] د/ وسام فاضل راضي، مهند حميد التميمي، مرجع سبق ذكره، ص229.

د ـ ماي سبيس: myspace

هو موقع يقدم خدمات الشبكات الإجتماعية على الويب بحيث تقدم شبكة تفاعلية بين الاصدقاء والمسجلين في الخدمة، بالإضافة إلى خدمات أخرى كالمدونات ونشر الصور ومقاطع الفيديو والموسيقى، وكلك المجموعات البريدية وملفات المواصفات الشخصية للاعضاء المسجلين، وموقع "ماي سبيس myspace" يعتبر أشهر مواقع التواصل الإجتماعي بحيث كان من أكثر المواقع رواجًا قبل أن يدخل في منافسة شديدة مع الفيسبوك مؤخرًا.[1]

ذ ـ سكايب: skype

هو برنامج تجاري تم إبتكاره من قبل المستثمرين السويدي "نيكولوس زينشتروم" والدنماركي "يانوس فريس" مع مجموعة من مطوري البرمجيات، ويُمَّكن هذا البرنامج مستخدميه من الاتصال صوتيًا – هاتفيا - عبر الإنترنت بشكل مجاني بالنسبة لمستخدمي هذا البرنامج لكنه مع تكلفة بسيطة في حال الإتصال بخطوط الهاتف الثانية أو الجوالة، وقد إشترت شركة مايكروسوفت هذا البرنامج بمبلغ 8.5 مليار دولار في مايو 2008، وقامت شركة مايكروسوفت بتطوير هذا البرنامج وإستحداث خدمة جديدة خاصة برجال الاعمال والشركات الصغيرة حيث تتيح هذه الخدمة لهم الإعلان عن منتجاتهم والترويج لها، كما تتيح لهؤلاء خدمة الإتصال والتفاعل مع عملاء شركاتهم وزبائنها.

إضافة إلى الكثيرين ممكن يتوقع تعاملهم مع الشركة ومنتجاتها وخدماتها ويستخدم هذا البرنامج في المؤسسات التعليمية للتدريس والمحاضرات، كما يستخدم في نقل الاخبار وأجراء المقابلات التلفزيونية مع مراسلي وكالات الأنباء ومع المحللين السياسيين والعسكريين[2]

ر ـ سناب شات: snapchat

هو تطبيق تواصل اجتماعي لتسجيل وبث مشاركة الرسائل المصورة وضعه "إيفان شبيغل" و"روبيرت مورفي" بحيث يمكن للمستخدمين عن طريق التطبيق إلتقاط الصور وتسجيل الفيديو وغضافة نص و رسومات وإؤسالها إلى قائمة التحكم مع المتلقين ومن المعروف أن هذه الصور والمقاطع المرسلةعبارة عن لقطات يعين المستخدمين مهلة زمنية لعرض لقاتهم من ثانية إلى عشر ثواني، وبعد ذلك سيتم حذف الرسائل من جهاز المستلم وكما تحذف من الخوادم الخاصة بـ : "سناب شات snapchat". ولقد أقدمت شركة جوجل عام 2003 للإستحواذ على "سناب شات snapchat" بقيمة 4 مليار دولار لكن رفض الرئيس التنفيذي لسناب شات العرض.[3]

4)أهمية مواقع التواصل الاجتماعي:

تعتبر مواقع التواصل الإجتماعي جزءًا أساسيا من الحياة اليومية ولا تقل عن أهمية الماء والطعام حيث يستحيل على عديد منت الأشخاص تخيل الحياة من دونها ويشبه مستخدمو مواقع التواصل الإجتماعي "بالعصا السحرية" التي تجعل العالم في متناول أيديهم بحيث يعتقد المستخدمون العرب أن مواقع

[1] صلاح العلي، مهارات التواصل الإجتماعي أسس ومفاهيم وقيم،ط1،مكتبة دار الحامد للنشر والتوزيع،عمان، سنة 2015، ص136.
[2] علي خليل شفرة، الإعلام الجديد: شبكات التواصل الإجتماعي، ط1، الأردن،دار أسامة للنشر والتوزيع،سنة2014،ص78.
[3] رشيدة فاريش، نورة قادش، مذكرة تخرج لنيل شهادة ماستر، تأثيرمواقع التواصل الإجتماعي في إنتشار الجريمة الإلكترونية في وسط المراهقين، جامعة آكلي محند أولحاج، البويرة، سنة 2017-2018، ص40-41.

التواصل الإجتماعي تحسن الحياة ةتدخل البهجة وتضفي المزيد من الإثارة على حياتهم. فبالنسبة للعديد من الشباب البقاء على إتصال عبر مواقع التواصل الإجتماعي يجعلهم يشعرون بانهم على قيد الحياة.

المطلب الرابع: سلبيات وإيجابيات مواقع التواصل الاجتماعي

لقد أثبتت مواقع التواصل الإجتماعيقدرتها في التأثير على المجتمعات واصبحت لها مكانة لا يمكن الإستغناء عنها أو أن يتصر المجتمع دون المشاركة فيها، رغم كل هذا أخذت تظهر عليها إيجابيات وسلبيات سواء على مستخدميها من ناحية وعلى العلاقات الغجتماعية من ناحية أخرى وعلى الرغم من حجم الإيجابيات الهائلة التي توفرها هذه المواقع إلا أن هناك سلبيات سنذكر منها ما يأتي:

1)سلبيات مواقع التواصل الاجتماعي:

من أهم سلبيات هذه المواقع غياب المسؤولية الإجتماعية والضبط الإجتماعي اللذان يُعدَّان من أهم مقومات السلوك الغجتماعي والتي تؤدي إلى:

أ ـ إضاعة الوقت:في التنقل بين الصفحات والملفات دون فائدة حيث يقضي المستخدم ساعات طويلة في هذا.

ب ـ الإدمان و إضعاف مهارة التواصل:هذه السلبية من أهم الآثار التي تشكل خطرًا على مستخدمي الشبكة الإجتماعية خصوصًا الشباب والمراهقين الذين يستغرقون ساعات طويلة في هذه المواقع مما يؤدي بهم إلى العزلة عن دافعهم الأسري وعن المجتمع وفقدان مهارة التواصل المباشر.

ت ـ الخصوصية: هناك دواعي عديدة للقلق فيما يتعلق بخصوصية الأفراد المشاركين في خدمات الشبكات الإجتماعية إذ يقوم العديد من المشتركين بالبوح بالكثير من المعلومات الشخصية التي قد تتعرض للسرقة من بعض القراصنة أو الهاكرز او بعض الاشخاص، وكذا الإعتداء على صفحات المشتركين بالفيروسات الإلكترونية وتعريض المشتركينللاذى، فهناك من وجد في هذه المواقع الإجتماعية مكانًا للتسلية والعبث وشجعهم على ذلك غياب الرقابة مما جعل البعض يسيء الاستخدام ولا يهتم للعواقب.[1]

ث ـ نشر الإشاعات والمبالغة في نقل الأحداث.

ج ـ عزل الشباب والمراهقين عن واقعهم الأسري ومن مشاركاتهم في الفعاليات التي يقيمها المجتمع.

ح ـ ظهور لغة جديدة بين الشباب من شانها أن تضعف لغتنا العربية وتؤدي إلى إضاعة هويته.

خ ـ ظهور الجرائم الإلكترونية وعولمتها نتيجة تنوع وتطور وسائل الإعلام الإلكترونية وتعددها وإنتشارها الواسع في المجتمع.

[1] وائل مبارك خضر فضل الله، أثر الفيسبوك على المجتمع، ط1، مدونة سمشالنهضةن الخرطوم، السودان، سنة2010، ص 23-25.

2)إيجابيات مواقع التواصل الاجتماعي:

أ ـ الاستخدامات الاتصالية الشخصية:يعتبر الاستخدام الأكثر شيوعًا ولعل الفكرة الأولى للشبكات الإجتماعية اليوم كانت بهدف التواصل الشخصي بين الأصدقاء في منطقة معينة أو مجتمع معين حيث تتيح تبادل المعلومات والملفات الخاصة والصور، كما انها مجال للتعارف بين كل المستويات.[1]

ب ـ الاستخدامات الدعوية: أتاحت الشبكات الإجتماعية الفرصة للتواصل ودعوة الأخرين مسلمين أو غير مسلمين و أنشأ العديد من الدعاة صفحاتهم الخاصة ومواقعهم الثرية وهذا يعتبر إنتقال إيجابي لمواقع التواصل الإجتماعي في ظل وجود انظمة تعوق التواصل المباشر وتتميز الدعوة عن طريق الشبكات الإجتماعية بالسهولة في الإستخدام والتواصل والتوفير في الجهد.[2]

ت ـ الاستخدامات التعليمية: تعلب الشبكات الإجتماعية دورًا بارزًا في العملية التعليمية من خلال تطوير التعليم الإلكتروني حيث تعمل على إضافة الجانب الإجتماعي له حيث يمكن المشاركة من كل الأطراف في منظومة التعليم بدايو من مدير المدرسة إلى المعلم وأولياء الأمور وعدم الإقتصار على تقديم المقرر للطلاب في إستخدام الشبكات الغجتماعية يكسب مهارات ويزيد فرص التواصل التعليمي.

ث ـ الاستخدامات الإخبارية:أصبحت الشبكات الاجتماعية مصدر رئيسي ضمن مصادر الاخبار لكثير من روادها بصياغة المرسل نفسه بعيدًا عن الرقابة ما يجعلها أحيانًا ضعيفة من حيث المصداقية نظرًا لما يضاف لها من مبالغات مقصودة او غير مقصودة لتهويل الخبر وتدويله بغرض التأثير على الرأي العام.[3]

المبحث الثاني : الإنستغرام

المطلب الأول: الإنستغرام نشأته وخطوات إنشاء حساب عليه

1)الانستغرام:

يعد من مواقع التواصل الإجتماعي التي ظهرت حديثا لكنه إستحوذ على إهتمام الجمهور خلال مدة قصيرة مقارنة بالمواقع الاخرى، إذا بدأ خدماته في أكتوبر عام 2010. فهو يتيح لمستخدميه إمكانية إلتقاط صور وإضافة فلتر رقمي عليها بحيث تصبح جميلة وجذابة معى أمكانية مشاركتها في مواقع التواصل الإجتماعي الأخرى مثل : فيسبوك ، تويتر ، تمبلر، وفيلكر. وفي عام 2012 تم شراء موقع إنستغرام من قِبل شركة فيسبوك وبعد هذه الصفقة إلتزمت شركة فيسبوك بتطوير موقع إنستغرام واصبح موقع مكمل أو ضمن موقع الفيسبوك فأصبح اكثر تطورًا وازدادت شعبيته بشكل كبير ففي 2013 وبعد سنة من إمتلاكه من شركه فيسبوك حصل على150 مليون مستخدم نشط وتم تحميل 55 مليون صورة من المستخدمين بشكل يومي ويسجل الإنستغرام نجاحا باهرًا وإستثنائياً لأنه وصل لهذا العدد من

[1]الرحمٰن بن إبراهيم الشاعر، مرجع سبق ذكره، ص69.
[2] صالح العلي، مرجع سبق ذكره، ص124.
[3]الرحمٰن بن إبراهيم الشاعر، مرجع سبق ذكره، ص67-68.

المستخدمين خلال مدة قصيرة مقارنة مع مواقع التواصل الإجتماعي الاخرى مثل : ماي سبيس ، فيلكر، وتويتر . وهو في حالة تزايد كبير ويحصل على مستخدمين بشكل مستمر[1]

2) نشأته :

في مارس 2010 حصل خريج جامعة ستانفورد كيف سيستروم على تمويل أولي بمبلغ 500 ألف دولار من andreessen-horowitz baseline ventures بينما كان يعمل على تطبيق للتواصل الإجتماعي بالإعتماد على المواقع الجغرافية كما هو الحال في foursquare لكن مع ميزة مشاركة الصورة وكان إسمه burbn وبعد أطلاق التطبيق لم يكتب له النجاح وإستخدمه بعض الأشخاص منةمعارف وأصدقاء كيفين ووصفه بانه مجرد فكرة فاشلة وفي يوليو 2010 قام كل من كيفين ومايك كرينجر الذي درس أيضا في ستانفورد بالبدء في العمل على تصميم تطبيق لمشاركة الصور أراد الإثنان صنع شيء وحيد جيد والتركيز عليه ونظروا إلى مجال الصور فوجدوا أن مشاركة الصور على فيسبوك أو فيلكر أو غيرهما من المواقع عملية يصعب القيام بها على الهواتف المحمولة وبعد ان إستغرق الامر فقط شهرين من العمل تم إطلاق او لنسخة للتطبيق الجديد وفي أكتوبر 2010 أطلق الشريكان تطبيق إنستغرام بمشاركة الصور بنسخة خاصة بالهاتف

وبدأ 80 شخص فقط بإستخدامه وبعد 10 أيام من الإطلاق وصل عدد المستخدمين 10 ألاف وفي ديسمبر 2010 أعلن إنستغرام الدعم الكامل للصور والمشاركة على شبكة foursquare ووصل عدد المستخدمين إلى 1 مليون شخص ، وبعد سنة أي في عام 2011 حصل التطبيق على زيادة 500% من المستخدمين ليصل العدد إلى 5 ملايين مستخدم وفسي 12 ديسمبر 2014 أعلنت خدمة إنستغرام للصور التابعة لشبكة التواصل الإجتماعي فيسبوك أنها تجاوزت عتبة 300 مليون مستخدم ليتجاوز عدد المستخدمين في التويتر . وفي يوليو 2011 قام مستخدمو التطبيق برفع 100 مليون صورة وفي شهر أغسطس من نفس العام وصل عدد الصور المرفوعة إلى 150 مليون صورة أي خلال شهر واحد، وفي مايو 2012 تم الإعلان عن مايلي :

- في كل ثانية يتم إضافة 58 صورة جديدة

- وفي الثانية الواحدة كذلك تحصل الشبكة على مستخدم جديد

- تخطى التطبيق حاجز المليار صورة مرفوعة منذ أن تم إكتشافه

وقال كيفين أن اليوم الأول كان الأصعب حيث توقف الموقع عن العمل لعدة مرات إلا أن حب الناس للتطبيق جعلهم يتسامحون بينما قال كريجر: كان لدينا فكرة أساسية وهي أن الناس يريدون التواصل بتبادل الخبرات في العالم الحقيقي من خلال لقطات من حياتهم وفي وقت لاحق بدأت فكرة الإنستغرام أكثر وضوحاً وهي التواصل من خلال الصور ولكن المنتجات يتم تحديدها من خلال سلسلة من

[1] د/وسام فاضل راضي، مهند حميد التميمي، الإعلام الجديد تحواتإتصالية ورؤى معاصرة، دولة الإمارات العربية المتحدة، الجمهورية اللبنانية،ط1 سنة2017، دار الكتاب الجامعي، ص227.

القرارات و الإفترضات وفكرتها المتمثلة في أول تطبيق للصور مفتوح للعامة بشكل إفتراضي أثبت بأنه وجد حلا لحاجه عند الناس كانوا يبحثون عنها منذ زمن بعيد[1]

3)خطوات إنشاء حساب عليه :

ـ الخطوة الأولى: يجب تحميل تطبيق الإنستغرام على الهاتف وبمجرد تحميله يجب الضغط على أيقونة البرنامج والتسجيل باستخدام البريد الإلكتروني الخاص أو حساب الفيسبوك وباستخدام نفس الإسم أو العلامة التجارية كحسابات الشبكات الإجتماعية الأخرى .

ـ الخطوة الثانية: ضبط الإعدادات الخاصة وقبل البدء بتحميل أي صورة أو فيديو يجب ملء البيانات الخاصة التي يطلبها البرنامج مثل عنوان الموقع وصورة الملف الشخصي أو الشعار ووضع تعريف قصير ويمكن ربط حساب الإنستغرام مع حسابات التواصل الإجتماعي الأخرى.

ـ الخطوة الثالثة: البحث على الصور التي تهم الأشخاص وتثير إهتماماتهم والبدء بمتابعة الأشخاص.

المطلب الثاني: خصائص ومميزات الانستغرام و إلتزامات التي يجب مراعاتها عند استخدامه

1)خصائص ومميزات الإنستغرام:

يمتاز بأنه يسمح للمستخدمين من نشر الصور التي يتم إلتقاطها بواسطة الهاتف النقال وإضافة فلتر إليها لتصبح جذابة بصريا وإعتمد موقع الإنستغرام على الهواتف النقالة التي ساهت كاميراتها عالية الدقة في إنتشار الصور. ومن مميزات الإنستغرام نذكر :[2]

أ ـ تحميل الصور ومقاطع الفيديو : يتيح الموقع أمكانية نشر وتحميل الصور والفيديو ومشاركة الأحداث المهمة في حياة المستخدم عبر تصوير الصور ونشرها وإضافة مؤثرات عليها مما يجعل تك الصور جميلة مع إمكانية مشاركتها في مواقع التواصل الإجتماعي الأخرى.

ب ـ ميزة المتابعة: يتيح موقع الإنستغرام ميزة المتابعة للأشخاص الذين يريد المستخدم متابعتهم لمعرفة أحوالهم أو رؤية منشوراتهم من صور أو مقاطع فيديو .

ت ـ الإعجاب : يتيح موقع الإنستغرام أمكانية التعليق للمستخدمين على الصور ومقاطع الفيديو ، وأيضًا ميزة الرد على التعليقات التي تمكن للمستخدم من الرد المباشر على الشخص الذي قام بالتعليق أو تبادل الرأي أو إجابة شخص معين بالرد على تعليقه.

ث ـ البحث عن الأصدقاء : يعمل موقع الإنستغرام على مساعدة الأشخاص في إيجاد الأصدقاء وذلك من خلال العثور على أصدقاء الفيسبوك الذين يمتلكون صفحة في موقع الإنستغرام . ويقوم الموقع بإعطاء الإشعارات والتنبيهات بشأن إشتراك أصدقاء الفيسبوك في الإنستغرام لغرض تنبيه المستخدم لليقوم بمتابعتهم.

[1] موهون فريال، وفاق نورة، زهرة حتحات، مقران خولة، مذكرة لنيل شهادة ليسانس في علوم الإعلام والإتصال. دور الإنستغرام في تحفيز الشباب الجامعي على العمل التطوعي، جامعة محمد بوضياف. المسيلة. سنة 2018-2019 ، ص16-17 .

[2] د/وسام فاضل راضي، مهند حميد التميمي، مرجع سبق ذكره، ص229.

ج ـ تعديل الملف الشخصي: يتيح موقع الإنستغرام إمكانية تعديل الملف الشخصي للمستخدمين من خلال إضافة أو تحديث المعلومات والبيانات الشخصية الخاصة بالمستخدم وكتابة عبارات توضيحية أو نبذة عن المستخدم.

ح ـ ميزة الإشعارات: يوفر الانستغرام هذه الميزة والتي هي عبارة عن إشارات او تنبيهات حول الإعجابات التي تحصل عليها الصور التي قمت بنشرها أو التعليقات أو طلبات التتبع الواردة من الأصدقاء بحيث تعبر ميزة الإشعارات في وجود مستخدم يريد التفاعل.

2) الالتزامات التي يجب مراعاتها عند إستخدام الإنستغرام:[1]

من المهم أن يدرك المستخدمون الشروط والاحكام لان إنتهاكها قد يؤدي إلى عواقب كثيرة، مثل إزالة المحتوى الممنوع وتعطيل حساب المستخدم المخالف فضلا عن إعتبار ذلك إنتهاكًا لشروط وأحكام الإنستغرام . ومن الضروري أيضًا معرفة أنه قد يساءل مرتكبو هذه السلوكيات المحظورة بموجب قوانين العقوبات لبعض البلدان.

أ ـ الأخلاقيات والسلوك السليم: تفرض شروط وأحكام إنستغرام قيودًا على المحتوى الذي يمكن نشره حيث يحظر على المستخدمين المسجلين نشر أي محتوى لا يتفق مع الأداب العامة والنظام والسلوك الحسن، ويشتمل هذا المحتوى على الصور التي تعرض العنف أو التعري أو التمييز أو الإباحية أو الإيحاء بالجنس أو غيرها.

وهذه المحتويات تتماشى مع قوانين الدولة التي تحظر نشر المحتوى الذي يتعارض مع الأداب العامة ومبادئ المجتمع في الدول

ب ـ المضايقة والتشهير: تتناول العديد من البنود في شروط وأحكام الإنستغرام موضوع المضايقة وتهدف هذه الأحكام عموماًا إلى منع المستخدمين من إستخدام الإنستغرام من اجل التصرفات التالية:

ـ المضايقة أو إساءة الاستخدام أو تهديد الناس والمؤسسات .

ـ إنشاء أو إرسال بريد إلكتروني أو تعليقات غير مرغوب فيها أو أية أشكال أخرى من الإتصالات الدعائية أو المزعجة لأي مستخدم في الإنستغرام.

وتحظر شروط واحكام الإنستغرام نشر أي محتوى تشهيري على صفحاته وعليه فإن هذا الحظر يتماشى مع قوانين الدول لذا يجب أن المستخدمين على دراية و معرفة بالمخاطر الخاصة بالإدعات والتشهير أو إنتهاك الخصوصية التي تتمثل بالإستخدام غير المصرح به لصور أشخاص آخرين.

ت ـ الخصوصية:

تحظر شروط وأحكام إستخدام الإنستغرام المستخدمين المسجلين من إستخدام الخدمة لإنتهاك خصوصية كل منهم الآخر ، زيشمل ذلك إستخدام الخدمة لغرض نشر المعلومات الخاصة أو السرية عن طريق الخدمة بالإضافة إلى معلومات بطاقات الإئتمان أوالضمان الإجتماعي أو أرقام الهويات الوطنية وأرقام الهواتف أو عناوين البريد الإلكتروني، تحظر أيضًا الصور التي تنتهك خصوصية الأفراد. ومن المهم أن

[1] د/وسام فاضل راضي، مهند حميد التميمي، مرجع سبق ذكره، ص159-160-161.

يحرص المستخدم على عدم نشر أي محتوى خاص أو غير لائق في الإنستغرام الأمر الذي قد يؤدي إلى سعي الشخص المتضرر إلى إزالة الصور.

ث ـ أمن تقنية المعلومات: تتضمن شروط وأحكام إستخدام الإنستغرام العديد من البنود المتعلقة بأمن تقنية المعلومات ويمكن تلخيصها في مايلي:

ـ تغيير أو تعديل خدمة الإنستغرام أو أي موقع إلكتروني آخر للإيحاء بأنه تابع للإنستغرام.

ـ تشويش أو تعطيل خدمة الإنستغرام أو الخوادم أو الشبكات المتصلة بخدمة الإنستغرام عن طريق إرسال أي برمجيات خبيثة أو تجسسية أو فيروسات أو أي تعليمات برمجية ذات طبيعة ضارة أو مدمرة.

ـ إدخال أي محتوى أو شيفرات أو تغيير في موقع الإنستغرام.

ـ إنشاء حسابات مع خدمة إنستغرام من خلال طرق غير معتمدة بما في ذلك على سبيل المثال لا الحصراستخداماالأجهزةالآليةأو المبرمجة وما في حكمها (script.bot.spider.crawler.scrper)

لذا يجب على المستخدمين الحرص على عدم مخالفة هذه الأحكام لأن أي سلوك غير لائق في هذا الشأن يمكن أن يؤدي إلى تعطيل حساب المستخدم المخالف ، ويفرض قانون مكافحة جرائم تقنية المعلومات في عديد من الدول إلتزامات مماثلة على الأفراد لغرض إدارة التهديدات الأمنية على الانترنت ، ومن الممكن أن يشكل خرق شروط وأحكام الإنستغرام أيضًا أساس شكوى بموجب قانون مكافحة جرائم تقنية المعلومات.

ـ التزامات عامة:

هناك عدة من إلتزامات الأخرى التي لا تندرج تحت الفئات المذكورة أعلاه مثل:

ـ استخدام أسماء النطاق أو عناوين المواقع الأغلكترونية في إسم المستخدم من دون الحصول على الموافقة الخطية المسبقة من إنستغرام.

ـ التماس أو جمع أو إستخدام بيانات إعتماد تسجيل الدخول التي تخص المستخدمين الآخرين في الإنستغرام

ـ إنشاء حساب لأي شخص غير المستخدم نفسه بإستثناء الأشخاص أو الشركات المصرحة بإنشاء حسابات نيابة عن الموظفين أو المتعاملين.

ـ تهدف هذه الخطوات عموما إلى المحافظة على سلامة خدمة الإنستغرام فضلا عن توفير أساس لتعطيل حسبا المستخدم المخالف ويمكن أن يشكل هذا السلوك خرقًا لقانون مكافحة جرائم تقنية المعلومات.

المطلب الثالث: إيجابيات وسلبيات الانستغرام

الإنستغرام شيء عظيم خصوصًا عندما يكون الشخص مولعًا بإلتقاط الصور وتحميلها لعرضها على الأخرين ومن مزاياه :

ـ السرعة بحيث يمكن المستخدم من إلتقاط الصورة وتحميلها تلقائيا على الإنستغرام ومواقع التواصل الإجتماعي الاخرى مثل: الفيسبوك والتويتر.

ـ يحتوي على العديد من المؤثرات ويمكن إختيار إطار للصورة.

ـيمكن الشخص من الإطلاع الدائم على آخر التحديثات وأخبار أصدقائه والإعلانات المهمة.

ـ وسيلة جيدة لتكوين صداقات جديدة.

ـ الإعلان عن المنتجات الخاصة إذا كان لدى الشخص بعض الاعمال أوالمحلات التجارية حيث يمكنه إلتقاط صور للمنتجات وعرضها أو نشرها على الإنستغرام لكسب المزيد من الزبائن.

ـ توجد تطبيقات للصور تمكن المستخدم من تحميل الصور مباشرة على الإنستغرام وتعديلها ويمكن الإحتفاظ بها على الهاتف الخاص أو الإكتفاء بنشرها عبر الإنستغرام.

وكما للإنستغرام إيجابيات فله سلبيات أيضًا نذكر منها:

ـ الخصوصية فهناك الكثير من الأشخاص يمكنهم رؤية كل التفاصيل لكل الصور التي يتم تحميلها

ـ قد يكون مصدر بداية الشائعات عبر رؤية الصور الغير جيدة.

ـ قد يعرض صاحبه للخطر خصوصًا من ينشر كل تفاصيل حياته وأماكن تواجده عبر الإنستغرام.[1]

[1] موهون فريال، وفاق نورة، زهرة حتحات، مقران خولة،مرجع سبق ذكره، ص18-19.

تمهيد :

يعد علم نفس الشخصية من العلوم التي تستخدم في معرفة تأثير العوامل الإنسانية في مستويات الأداء نوعا وكما، وتعد الشخصية الإنسانية في غاية التعقيد ، حيث لم يتفق العلماء على تعريف موحد لها حتى الآن ، وسوف نتناول في هذا المبحث مفهوم الشخصية وتعريفاتها المختلفة ،والعوامل وأبعاد التي تؤثر في تكوينها سواء الوراثية أو البيئية،وبما أن بحثنا خاص بالسمات الشخصية سنتطرق إلى كل ما يخص بالسمات من تعريف وخصائص وطرق قياس السمات الشخصية من أجل إثراء البحث في مجال السمات الشخصية.

المبحث الثالث: مدخل مفاهيمي الشخصية

المطلب الأول: ماهية الشخصية

1- مفهوم الشخصية

والشخص هو الإنسان كله فيما تراه من بعيد جمعه البعض أشخاص ، وكلمة شخص تعني السواد الإنسان تراه من بعيد وكل شيء رأيت فقد رأيت شخصه.[1]

أما في اللغة الإنجليزية، فكلمة الشخصية personality ،مشتقة من الأصل اللاتيني persona،وتعني هذه الكلمة القناع الذي كان يلبسه الممثل في العصور القديمة حين كان يقوم بتمثيل دور،أوحين كان يريد الظهور بمظهر معين أمام الناس فيما يتعلق بما يريد أن يقوله أو يفعله.[2]

وهي مجموعة منظمة من الأفكار والسمات والميول والعادات التي يتميز بها شخص ماعن غيره،وتصف الشخصية الفرد من حيث كونه كل موحد من الأساليب السلوكية والإدراكية معقدة التنظيم ، التي تميز عن الآخرين وخاصة في المواقف الاجتماعية.[3]

تعريف الشخصية في علم النفس :

تعددت تعريفات علماء النفس للشخصية تعددا كبيرا تعقد دراستها، ويمكن تصنيف تعريفات الشخصية إلى ثلاث مجموعات ، تركز المجموعة الأولى من التعريفات على الشخصية بوصفها منبهاً أو مثيراً،فتهتم بالمظهر الخارجي للشخص وقدرته على التأثير في الآخرين،في حين تهدف المجموعة الثانية من التعريفات إلى تجنب المشكلات وجوانب النقد التي لحقت تعريف الشخصية بوصفها مثيراً،فتعرفها بأنها استجابات الفرد للمنبهات المختلفة التي تؤثر فيه ،أما المجموعة الثالثة فتنظر إلى الشخصية من حيث هي متغير وسيط بين المنبه و الاستجابة، أو على أنها تكوين فرضي داخلي ، أو تنظيم دينامكي يمكننا من تفسير سلوك الفرد[4].وتعريف الشخصية من التعاريف الأكثر تعقيدا ، فعلماء النفس والباحثون لا يتفقون على تعريف موحد شامل له ، ومن التعريفات :

---

[1] ابن منظور:**لسانالعرب**،المجلد الثالث ،ط1،دار صادرة للطباعة وللنشر، بيروت، لبنان،1997، ص11-12.
[2] عمرو حسن بدران ،**الشخصية**،مكتبة الايمان ، مصر ، ص16.
[3] كمال محمد محمدعويضة،**علم نفس الشخصية**،ط1،دار الكتب العلمية،بيروت ، لبنان ،1996،ص64.
[4] عبد الخالق احمد محمد (2000)،**استخبارات الشخصية**،ط3، دار المعرفة الجامعية ،ص21-22.

تعريف آيزنك Eysenck للشخصية: فيرى أنها"هي تنظيم الثابت والدائم إلى حد ما ، لطباع الفرد ومزاجه وعقله وبنية جسمه،والذي يحدد توافقه الفريد لبيئته".[1]

تعريف بيرت Burt:"هي ذلك النظام المتكامل من الميول والاستعدادات الجسمية والعقلية الثابتة نسبيا التي يتحدد بمقتضاها أسلوب الفرد الخاص في التكيف من البيئة المادية والاجتماعية"[2].

تعريف ألبرت Albort:"الشخصية هي نظام عصبي نفسي خاص بالفرد تزوده بالقدرة على ان يصدر استجابات إلى عدد من التنبيهات وفيه اشكالاثابتة من السلوك التكيفي والتعبيري."[3]

تعريف كاتل Catter: "أنها مجموعة السمات المترابطة التي تسمح لنا بالتنبؤ عما سيفعله الشخص في موقف معين ."[4]

تعريف عبد الخالق: "بأنها نمط سلوكي مركب ،ثابت ودائم إلى حد كبير ، يميز الفرد عن غيره من الناس،ويتكون من تنظيم فريد لمجموعة من الوظائف والسمات والأجهزة المتفاعلة معاً، والتي تضم القدرات العقلية والوجدان أو الانفعال،والنزوع أو الإرادة، وتركيب الجسم، والوظائف الفسيولوجية،والتي تحدد طريقة الفرد الخاصة في الاستجابة، وأسلوبه الفريد في التوافق مع بيئته."[5]

تعريف زهران :"جملة السمات الجسمية والعقلية والانفعالية والاجتماعية(الموروثة والمكتسبة) التي تميز الشخص عن غيره."[6]

ونلخص من خلال التعاريف أن أي الفرد فرد تعني شخصاً بعينه وليس غيره فهي تعطي كياناً خاصاً لهذا الفرد وتضفي عليه صفات فردية وفريدة يختص بها وحده ويعرف بها،كما تميزه عن غيره من البشر في أي زمان أو مكان .

2)خصائص الشخصية:

يرى(الر فاعي 1987)أنه تجتمع في الشخصية خاصتان أساسيتان ،تظهر الأولى في شكل ثبات في الشخصية ، وتظهر الثانية في التغيير اللذان ينالانها خلال تاريخ حياتها.

وبناءاً على ما سبق إن الدراية بالشخصية يساعدنا في إمكانية التنبؤ بما يمكن أن تقوم به من سلوك،وهذا القول يفترض في الأصل نوعا من الثبات في الشخصية وإلا لما كان التنبؤ ممكناً، ويتضمن الثبات في الشخصية عدة نواح وهي :

- الثبات في الأعمال :ويظهر هذا النوع من الثبات في أشكال السلوك المختلفة فالإنسان الشريف على سبيل المثال ، يبقى سلوكه شريفاً في مختلف المناسبات والمواقف .

[1]عسيلة محمد(2005)،**سيكولوجية الشخصية**،مكتبة طالب الجامعي ، غزة ،ص18.
[2]بني جابر وآخرون ،**المدخل إلى علم النفس**،ط1،دار الثقافة للنشروالتوزيع ،عمان ،الاردن ،2000ص196 .
[3]عماد عبد الرحيم الزغلول،علي فاتح الهنداوي،**مدخل إلى علم النفس** ، ط8، دار الكتاب الجامعي ، العين، الامارات، 2014،ص398.
[4]عماد عبد الرحيم زغلول، على فاتح الهنداوي،مرجع سبق ذكره،ص 399.
[5]عبد الخالق أحمد محمد ،مرجع سبق ذكره ص22.
[6]الزهران حامد عبد السلام،**الصحة النفسية والعلاج النفسي**،ط4،عالم الكتب ،القاهرة،2005،ص53.

- الثبات في الأسلوب :بين(ألبرت و فرنون)في دراستهما عن الحركات التعبيرية أن عدداً من هذه الحركات يميل إلى البقاء والثبات لدى الفرد حين يمر بمناسبات مختلفة.

- الثبات في البناء الداخلي :ونعني به الأسس العميقة التي تقوم عليها الشخصية ، وهو مجموعة الدوافع الأولية والميول والقيم الثابتة في مرحلة مبكرة من حياة الفرد.

-**الثبات في الشعور الداخلي :**ونقصد به شعور الفرد داخلياً وعبر مراحل حياته باستمرار ووحدة شخصيته وثباتها ضمن الظروف المتعددة التي يمر بها.[1]

3) تغير وتغيير الشخصية :

إن ثبات الشخصية ليس ثباتاً أزلياً، وإنما هو في الحقيقة ثبات نسبي ، ومفهوم ديناميكية الشخصية يعبر عن صفات النمو والتغيير.

وتتغير الشخصية إما عن غير قصد و"هذا هو التغير"، وإما عن قصد "وهذا هو التغيير".

ويحدث تغير الشخصية بالنمو خلال مراحل النمو المتتابعة،ويتأثر تغيرها بالعوامل المؤثرة في تكوينها كالعوامل الجسدية والعقلية والنضج والتعلم والمؤسسات التنشئة الاجتماعية.

أما عن تغيير الشخصية (عن قصد)فيقوم على أساس أن الكثير من مكوناتها وسماتها مكتسبة متعلمة وقد تكون سوية تؤدي إلى الصحة النفسية،أو تكون غير سوية تؤدي إلى التفكك والمرض، وهذا قد يبذل الفرد جهوداً ذاتية للتغيير بقصد إعادة التعلم أو محو التعلم وغير ذلك من طرق العلاج النفسي .[2]

وخلاصة القول ،إن الشخصية ليس شيئاً يملكه البعض ولا يملكه البعض الآخر ،ولكنه شيء يتميز بالمميزات التالية : الفردية : أي أنها تختلف من فرد إلى آخر ،وتعبر عن صفات الفرد الثابتة نسبياً،تمثل العلاقة الديناميكية بين الفرد وبيئته ،وتمثل الشكل الذي تنتظم فيه استعدادات الفرد التي بدورها تحدد استجاباته في المواقف المختلفة.

4) محددات الشخصية:

ذهب كل من كاوكهون و مورى و شينيدر إلى أن تكوين الشخصية يمكن النظر إليه في ضوء محددات أربعة وما بينها من تفاعلات . وهذه (المحددات)الأربعة هي :

أ. المحددات التكوينية (البيولوجية)
ب. محددات عضوية الجماعة
ت. محددات الدور الذي يقوم به الفرد
ث. محددات الموقف[3].

---

[1]نضال عبد اللطيف الشمالي ،**العوامل الخمسة لشخصية وعلاقتها بالاكتئاب لدى المرضى المترددين على مركز غزة**،رسالة ماجستير في تربية الصحة النفسية ومجتمعية ، غزة، 2015،ص18.

[2]زهران،2005، مرجع سبق ذكره ص79.

[3]سيد محمد غنيم ، **سيكولوجية الشخصية محدداتها ، قياسها** ،نظرياتها،دار النهضة العربية، الإسكندرية، مصر،ص63.

ويميل بعض علماء النفس إلى توكيد أن "الطبيعة الإنسانية اجتماعية في أساسها وأن الأساس البيولوجي للسلوك هو القدر المشترك بين الإنسان والحيوانات الأخرى، ويركز أنصار الاتجاه البيولوجي في دراسة الشخصية اهتماماتهم على مجالات متعددة أهمها:

- **دراسة الوراثية:** فالأفراد يختلفون بعضهم عن بعض تحت تأثير العوامل الوراثية،وبصرف النظر عن الظروف والتأثيرات البيئية المحيطة بهم.
- **دراسة الأجهزة العضوية:** والعلاقة بين وظائفها وأنماط الشخصية.
- **دراسة التكوين البيوكميائي والغددي للفرد**[1]

لما كانت الفرو قات بين الناس قائمة على دراسة العوامل الوراثية والبيئة معا، حق لنا القول بأن الاختلافات القائمة بين الأفراد ، تدرس العلاقات الوراثية والبيئة التي تؤثر فيه، فكل استجابة أو سمة للفرد، تتوقف إلى حد بعيد على هذين العاملين : الوراثة والبيئة.

وتكون الشخصية عملية مستمرة منذ الولادة وتنتج عن تفاعل الاستعدادات (الوراثة)مع البيئة المحيطة بجانبها المادي والإنساني وتشتمل عملية التكوين والنمو على زيادة وتحول تناقص السمات بالإضافة الى تكيفها مع متطلبات المحيط.[2]

وهذا ما يفسر خاصتي الثبات والتغير في الشخصية.

5) مكونات الشخصية:

مكونات الشخصية تمثل خصائص حصيلة فعل وتفاعل أعداد هائلة من المكونات الأساسية للشخصية ومتغيراتها، ولهذا من الصعب على أي دارس أو باحث في هذا الجانب من النفس الإنسانية أن يحاول تتبع خاصية واحدة من خصائص الشخصية إلى تأثير جين واحد أو إلى فعل عامل بيئي واحد مؤثر، حيث أنها مجموعة عمليات متداخلة بالتفاعل والتحليل الوافي لتعطي بالتالي سمة الشخصية الواحدة التي تمثل حصيلة عمليات واسعة من التفاعل والتداخل والتوازن في كيان الإنسان بكامله بيولوجياً وبيئياً وتكوينياً. ويشير الداهري :وعلى مستوى مكونات الشخصية فقد اختلف علماء النفس في هذه المكونات تبعا لاختلاف منطلقا تهم النظرية والإطار النظري الذي يقضون به،فهي عند :

- فرويد : تتمثل في ثلاث منظومات هي الهو(Id) والأنا (Ego) والأنا العليا(Super Ego).
- يونغ(Jung):وتتمثل الأنا(Ego)وهي منظومة شعورية في التناغم والتوافق بين الغرائز الفطرية وبين مطالب المجتمع.
- أوثورانك (Otto Rank):تتمثل في مكونين هما الإرادة، وضد الإرادة.
- ألبورت(Allport) وكاتل (Cattel)وأيزنك (Eysenck)تتمثل في السمات .
- موريه(Mueeay) وماسلو(Maslow)تتمثل في الحاجات.
- سكنر(skinner)ويتمثل في الإستجابات [3].

[1]أحمد كامل سهير،**سيكولوجية الشخصية**،ط1،مركز الإسكندرية للكتاب،الإسكندرية مصر،2003،ص12.

[2]الرواشدة رائف ، **العلاقة بين العوامل الخمس الكبرى في الشخصية وأنماط الشخصية المهنية**،رسالة ماجستير غير منشورة ، كلية العلوم التربوية، جامعة مؤته، الاردن،2007،ص02

[3]الداهري ،صلاح كبسي وهيب ،**علم النفس العام** ،ط1،دار كندري للنشر والتوزيع،الأردن،1999،ص181-182.

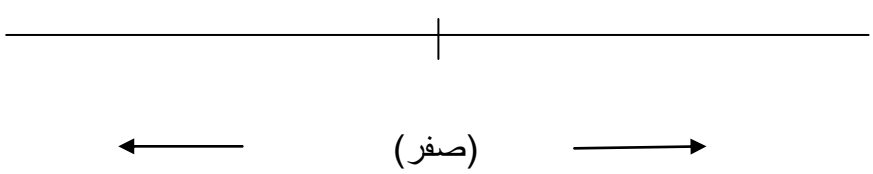
ويرى عويضة ، بأن مكونات الشخصية تنمو بطريقة توافقية ومنسجمة بين جميع المكونات في منظومة واحدة،وتتكامل مكوناتها الشخصية بين الدوافع الفطرة والعوامل البيئية، والشخصية السوية المتكاملة هي التي تمتاز بالتوافق النفسي والإجتماعي معاً بطريقة متكاملة،حيث تتوافق مكونات الشخصية مع نفسها وأسرتها وزملاء المهنة وجميع أفراد المجتمع ،وإذا لم يحدث التكامل بين مكونات الشخصية يحدث سوء التكيف وما ينتج عنه صراع وأمراض نفسية،وبذلك يتعرض المجتمع لأساليب متنوعة من مشاكل الشذوذ العقلي والمزاجي والخلقي والإجتماعي ، فضلا عن ضآلة الإنتاج بالنسبة لعدد كبير من أفراده.

من خلال ماسبق يمكننا القول أن هناك مجموعة من العوامل التي تتداخل فيما بينها لتعطي مكونات الشخصية والمتمثلة في المكونات الجسمية والمكونات العقلية والمكونات الإنفعالية والمكونات البيئية،وأن هذه المكونات تتفاعل جميعها لتؤلف في النهاية وحدة متفاعلة ومتماسكة هي الشخصية والتي هي مكون إفتراضي تنسبه لشخص ما، نستدل عليه بناء على ملاحظتنا لأنماط سلوكه ،وأن هذه الشخصية تنظيم ديناميكي متسق وثابت نسبياً، وبالتالي فإن سمات الفرد وخصائصه توفر لنا فرصة للتنبؤ بسلوكه ،وكذلك ولأن الشخصية تمثل الشكل الفريد للإستعدادات الشخصية لسلوك الإنسان في مواقف معينة،لذلك يختلف الأفراد عن بعضهم البعض.

6) أبعاد الشخصية:

البعد Dimension: مفهوم رياضي يعني الامتداد الذي يمكن قياسه،ويشير مصطلح البعد أصلا إلى الطول والعرض والإرتفاع (الأبعاد الفزيائية)،ولكن اتسع معناه الآن ليشمل أبعادا سيكولوجية،فأي امتداد أو حجم يمكن قياسه فهو بُعْدُ.

وكثير من سمات الشخصية توصف بمركزها على بعد ثنائي القطب Bipolarكالسيطرة والخضوع ، والإندفاع والتروي ، والهدوءوالقلق ...إلخ(أنظر الشكل1).ومعظم الوظائف ذات تنوع متصل على طول البعد ، ولكل فرد درجة وموقع على البعد الواحد،ولا يوجد شخص خارج امتداد البعد،وتقاس الأبعاد عن طريق أدواتقياس متعدد.وبُعْدُ الشخصية مفهوم مجرد ،فلم يرى أحد بعد الشخصية أبداً بشكل محسوس، بل إنه تخطيط رمزي يساعدنا على فهم الشخصية وقياسها.[1]



شكل(1): بعد (سمة) ثنائي القطب

[1] أحمد محمد عبد الخالق ،قياس الشخصية،ط1،كلية الآداب ـ جامعة الكويت، لجنة التأليف والتعريب والنشر،1996،ص64.

ويفترض آيزنك (Eysenck ,1990) عند مستوى النمط وجود خمسةأبعاد عريضة:بعد الانبساط ـ الانطواء،وبعد العصابية، وبعد الذهانية، وبعد الذكاء ،وبعد التقدمية، ونعرض بإيجاز لأربعة الاولي فيما يلي[1] :

1)بعد الانبساط :

الصورة الوصفية للمنبسط والمنطوي:

المنبسط Extravertالنموذجي شخص اجتماعي يحب الحفلات،وله أصدقاء كثيرون ،ويحتاج إلى أناس حوله يتحدث معهم،و لا يحب القراءة أو الدراسة منفردا،ويسعى وراء الإثارة، ويتطوع لعمل أشياء ليس من الفروض أن يقوم بها،ويتصرف بسرعة دون تروٍ،وهو شخص مندفع على وجه العموم ،مغرم بعمل "المقالب"(دون قصد شرير)،وإجاباته دائما حاضرة،يحب التغير عادة، ويأخذ الأمور هوناً(ببساطة)، متفائل غير مكترث، يحب الضحك والمرح، ويفضل ان يكون دائم النشاط والحركة ، وان يقوم بأعمال مختلفة، ويميل إلى العدوان ،وينفعل بسرعة،ويمكن القول بصفة عامة بأنه لا يسيطر على انفعالاته بدقة،ولا يعتمد عليه أحيانا.

أما المنطوي Introvert النموذجي فهو شخص هادئ ومتأمل، مغرم بالكتب أكثر من غيره من الناس ، محافظ ومتباعد (معتزل)بالنسبة لأصدقائه المقربين، وهو يميل إلى تخطيط مقدما ، أي أنه يتريث قبل أن يخطو أية خطوة،ويتشكك في التصرف المندفع السريع،ولا يحب الإثارة،ويأخذ أمور الحياة اليومية بالجدية المناسبة،ويحب أسلوب الحياة الذي تم تنظمه بطريقة جيدة،و يخصع مشاعره للضبط الدقيق ، ويندر أن يسلك بأسلوب عدواني ،ولا ينفعل بسهولة،ويعتمد عليه،ويميل إلى التشاؤم، ويعطي أهمية كبيرة للمعايير الأخلاقية.

المكونات الأولية لانبساط:

يرى" ايزنك"أن الانبساط Extraversionمن حيث هو عامل راق من الرتبة الثانية له مكونان أساسيان هما:الاجتماعيةSociabilityوالاندفاعيةImpulsive ness ولكن الآخرين يرتبطان معا ارتباطاً جوهرياً مما يعطي عامل الانبساط طبيعته الوحدوية،وفي مستوى أدنى فإن عامل الانبساط الوحدوي الراقي يتكون من السمات الأولية الآتية: الميول الاجتماعية، والاندفاعية،والميل إلى المرح ،والحيوية، والنشاط ،والاستشارة، وسرعة البديهة، والتفاؤل.

2) بعد العصابية:

العصابيةNeuroticismمقابل الاتزان الانفعالي بعد أساسي في الشخصية، ويشير إلى الاستعداد للاصابة بالاضطراب النفسي أي العصاب

Neurosis.وحتى يظهر العصاب الفعلي فلابد أن يتوافر ت إلى جانب الدرجة المرتفعة من العصابية،قدر مرتفع من الضغوط البيئية الخارجية أو الداخلية أي المشتقة أو الانعصاب Stressلان: العُصاب = العصابية ×الانعصاب أو المشقة

[1] لورانس برافن:علم الشخصية، ترجمة:أيمن محمد عامر وآخرون،ج1،ط1،طبع بالهيئة العامة لشؤون المطابع الأميرية، القاهرة، مصر، 2010،ص108.

صورة وصفية للدرجة المرتفعة على بعد العصابية:

تشير درجات العليا على بعد العصابية إلى عدم الثبات الانفعالي والتقلب وزيادة الإرجاع الانفعالية ،ويميل الأشخاص الذين يحصلون على درجات مرتفعة على هذا البعد إلى أن تكون استجاباتهم الانفعالية مبالغا فيها، كما أن لديهم صعوبة في العودة إلى الحالة السوية بعد مرورهم بالخبرات الانفعالية، وتتكرر الشكوى لدى هؤلاء الأشخاص من اضطرابات بدنية غامضة من نوع بسيط، مثل الصداع والاضطراب الهضمية والأرق وآلام الظهر وغيرها،كما يقررون بأن لديهم كثيرا من الهموم والقلق وغيرها من المشاعر الانفعالية الكريهة أو السيئة، ويعد مثل هؤلاء الأفراد مهيئين للإصابة بالاضطرابات العصابية في ظل المواقف العصيبة الضاغطة ،ولكن يجب ألا يختلط مثل هذا التهيؤ أو الاستعداد مع الانهيار العصابي الفعلي ، فمن الممكن أن يكون لدى شخص ما درجة مرتفعة من العصابية ومع ذلك فإنه يقوم بوظائفه بكفاءة في مجالات العمل والجنس والأسرة والمجتمع.[1]

ومن سمات العصابية :القلق ، والاكتئاب ، والشعور بالذنب ،وانخفاض توقير الذات،والتوتر،وعدم المعقولية،والخجل، وتقلب المزاج،والانفعالية.

وعلى نقيض العصابية توجد سمة ةهي الاتزان الانفعالي أو الثبات الانفعالي أوقوة الأنا الذي يرتبط بقدرة الفرد على تحكم في دوافعه، مهناك سمات تتجمع لتكون نمط الشخصية ذات الإتزان الانفعالي:هادئ الطباع،الثبات الانفعالي،التعامل بواقعية مع المشاكل،يحققون أهدافهم بسهولة،لديهم القدرة على مواجهة الضغوط والاحباطات اليومية.[2]

العلاقة بين عاملي الانبساط والعصابية

الانبساط والعصابية بعدان أساسيان في الشخصية الإنسانية تم بحثهما منذ زمن طويل عبر التاريخ الفكري لإنسان ، ومن قبل نشأة علم النفس العلمي بزمن طويل،ويرجع هذا الماضي إلى أكثر من ألفي عام منذ وضع "جالينوس" نظرية الأمزجة الأربعة(الدموي والسوداوي والصفراوي و البلغمي)، والتي اعتمدت على نظرية "أبو أقراط" في الأخلاط، وهي النظرية التي مر بحثها بتاريخ طويل حتى أعاد "أيزنك" الاهتمام بها ماخرا،مبينا كيف تطورت نظريته في الانبساط و العصابية عن نظرية الأنماط التي بدأت منذ ألفي عام تقريبا.

3) بعد الذهانية:

الذهانية (Psychoticism(P بعد أساسي أو نمط في الشخصية، مقلوبة التحكم في الاندفاعات Impulse controle،يوجد بدرجات مختلفة لدى جميع البشر، مع أن توزيع الدرجات المستخرجة من الاستخبارات التي تقيسها غير اعتدالي،والملاحظة أن درجات الذكور أعلى من الإناث على هذا البعد. ويشير غرتفاع درجة الذهانية غلى قابلية الفرد لتطوير شذوذ نفسي ،ويوصف الشخص ذو الدرجة المرتفعة من الذهانية بما يلي:

[1] محمد عبد الخالق ـ مرجع سبق ذكره ص28.

[2] الرويتع عبد الله والشريفي حمود:أبعاد الشخصية وعلاقتها ببعض المتغيرات،مجلة الآداب والعلوم الانسانية، العدد50،2003،السعودية،ص584.

عدواني ، بارد،قاس،صاحب سلوك مغرب، مضاد للمجتمع ، متمركز حول ذاته،لا يتأثر بالمشاعر الشخصية، مندفع ،متبلد،قادر على الإبداع أحيانا، صارم العقل،متصلب،يصفه من حوله بأنه غريب.هذا بالإضافة إلى سمات خاصة مثل :عدم الحساسية،نقص الاهتمام بالآخرين ورعايتهم،المخاطرة،عدم اكتراث بالإخطار،عدم اهتمام بالمواضعات الاجتماعية،حب الأشياء الغريبة أو غير العادية.

كما يتسم ذو الدرجة المرتفعة على بعد الذهانية- من الناحية السيكومترية -بإنخفاض الطلاقة اللفظية، انخفاض الأداء على جهاز الرسم بالمرآة،انخفاض الأداء في اختبار الجمع المستمر،البطء ف يتبدد الكف وانتهائه ،ضعف في تركيز الانتباه ،ذاكرة سيئة، البطء في المهام العقلية والإدراكية ، قلة الحركة، بطء التكيف للتغير في البيئة.

ويفترض "ايزنك" أن لبعد الذهانية أساسا وراثيا قويا(كبعدي الانبساط والعصابية)، ويعتمد افتراضه على أساس حقيقتين: حصول الذكور على درجات ذهانية أعلى من الإناث،وان الذكور أكثر وجودا في السجون والمدارس الإصلاحية وغيرها من المؤسسات،وأن هؤلاء الرجال - بوجه خاص -يحصلون على درجات ذهانية مرتفعة بشكل متكرر.وان هرمونات الجنس الذكرية تمدنا بالأساس الوراثي للذهانية.

4) بعد الذكاء :

يمثل هذا البعد القدرة العامة أو العامل العام "g"فينظرية "سبيرمان"،ويؤكد"ايزنك" وراثةالذكاء،وقدأيدهعالمالأمريكي "ارثرجنسن"Jensen الذي ذكر- نتيجة فحص مفصل للأدلة : أن 80%من الفروق في نسبة الذكاء ناتجة عن الفروق الوراثية. زمن ناحية أخرى أثار عالم النفس الأمريكي "ليون كامن"Kamimالشكوك حول الدقة في بحوث "سيرل بيرت"Burt الذي تتلمذ على يديه " ايزنك".

وقد قسم (أيزنك، فيرنو،وايت) درجات إختبارات الذكاء غلى ثلاثة جوانب او مكونات ،هي :

1- السرعة Speedفي الأداء العقلي ، لها علاقة موجبة بمستوى الصعوبة.

2- الدقة Accuracyفي الأداء،ةهي الدالةFunctionلعملية مراجعة الأخطاء،وإختبار مدى صلاحية الحلول

3- المثابرةPersistenceوهي جانب مهم يدفع الشخص إلى المداومة في وضع حلول للمشكلة والاستمرار في ذلك.

وقد كشفت البحوث عن غرتباط بين هذه المكونات الثلاثة وبقية أبعاد الشخصية،فظهر ارتفاع الذكاء اللفظي عن العملي عند المنطوين بالمقارنة إلى المنبسطين، فهذا فضلا عن كثير من التفاعلات المعقدة بين الذكاء وبقية أبعاد الشخصية[1].

[1]أحمد محمد عبد الخالق ، مرجع سبق ذكره،ص 91.

المطلب الثاني : السمات الشخصية وخصائها ومعايير تحديدها

1- معنى السمات الشخصية:

1-1السمة:

هي الصفة(الجسمية أو العقليةأو الانفعالية أوالاجتماعية) سواء كانت هذه السمات فطرية أومكتسبة يتميز بها الشخص ، وتعبر عن استعداد ثابت نسبيا كنوع معين من السلوك ويفهم الفرد في ضوء سمات شخصيته .[1]

يذكر برافين "أن مفهوم السمة مر بمراحل من الاهتمام والانتشار بين علماء نفس الشخصية، ورغم عدم اتفاق علماء السمة على كيفية تعريف السمة وقياسها،فإنهم يتفقون في هذا الصدد علىنقطتين أساسيتين هما:

أ.أن السمات تشير إلى إنتظامات ،أو اتسقات الواسعة في سلوك الافراد، وبالتالي فإنها تمثل الفئات الاساسية التي تتحدد في ظلها الفروق في وظائف الشخصية بين الأفراد.فإن تصف شخصا معين بأنه شخص منطلق وغيرمتحفظ فهذا معناه أنك تصف خصالاً عامة لديه تميزه عن آخرين يتصفون بأنهم خجولين اومتحفظون في سلوكهم.

ب. تعد السمات على نحو ما يؤكد أنصارالفروق الفردية في الشخصية مفاهيم مفيدة كوحدات أساسية للشخصية، لذلك من المفيد ابتكار طرق لقياسها،واستكشاف كيف ترتقي،وهوما يسمح لنا بتحديد أي المفاهيم تقدم تفسيراً مرضياً للفروق الفردية في وظائف الشخصية عبر السياقات العديدة.

"السمة" بالمعنى العام هي أي خاصية أو صفة فطرية أو مكتسبة تميز الفرد عن غيره من الناس، فالأفراد يختلفون في سماتهم الجسمية، والعقلية، والمزاجية، والخلقية ، والاجتماعية، لذلك فالحكم على شخص ما يستلزم معرفة سماته المختلفة.[2]

ويعرف عبد الرحمن سمات الشخصية" بانها مجموعة من خصائص النفسية والاجتماعية ، لها صفة الثبات النسبي، تكون في مجملها تنظيماً دينامياً متكاملاً،يمكن في ضوئها وصف الشخص والتنبؤ بسلوكه بدرجة كبيرة من الثبات.[3]

2) خصائص السمات:

تختص السمات بعدة خصائص منها مايلي :

1. أن السمات موجودة داخل الفرد ذاته وجوداً حقيقياً وليست أسماء توضع للتصنيف.
2. السمات منها ماهوايجابي ومنها ماهو سلبي.
3. تتصف وتختص بالعمومية بمعنى أن الشخص يمكن وصفه بشكل عام وبدرجة كبيرة من الثبات.

[1] صبحي السيد ، الانسان وصحته النفسية، دار المصرية اللبنانية، القاهرة،مصر،2003،ص281.
[2] سرحان ، وليد يوسف الصحة النفسية،ط1،الشركة العربية المتحدة للتسويق والتوريدات،القاهرة،2013،ص73.
[3] عبد رحمن، سعد، القياس النفسي بين النظرية والتطبيق،ط4، دار الفكر العربي،القاهرة،2005،ص23.

4. السمات تكوين فرضي لايمكن ملاحظته مباشرة، وإنما نستدل على وجودها من خلال ملاحظتنا لسلوك الإنسان.
5. السمات لها قوة دافعية،فهي نظام دينامي داخل الشخص وهي تعمل بأسلوب دينامي متفاعل مما يؤكد دورها في تحديد سلوك الفرد ودورها كدافع للسلوك.
6. السمات يمكن تعديلها بالتعلم.
7. قد تختلف درجات بعض السمات باختلاف العمر،فالسمات تتغير وتتبدل في سياق عملية النمو حيث تغير في الشخصية ككل.
8. السمات هي خصائص متكاملة للشخص وليست مجرد جزء من خيال الملاحظ.

3) معايير تحديد السمات:

أشار "عبد الخالق "إلى أن السمات مثل كل المتغيرات الوسطية لا يمكن ملاحظتها مباشرة ولكنها تستنتج فقط، وإننا نتوقع صعوبات أخطاء في عملية اكتشاف طبيعتها .ولكن أولبورت في مقال بعنوان (ماهي السمة الشخصية) وضع معايير ثمانية لتحديد السمة هي :

1. أن للسمة أكثر من وجود أسمي(بمعنى أنها عادات على مستوى أكثر تعقيداً).
2. أن السمة أكثر عمومية من العادة(عادتان أو أكثر تنتظمان وتنقسمان معاً لتكون سمة).
3. السمة دينامية(بمعنى أنها تقوم بدور دافعي في كل سلوك).
4. إن وجود السمة يمكن أن يتحدد علمياً أو إحصائياً وهذا ما يتضح من الاستجابات المتكررة للفرد في الواقف المختلفة أو في المعالجة الإحصائية على نحو ما نجد في الدراسات العاملية عند آيزنك وكاتل وغيرهما.
5. السمات ليست مستقلة بعضها عن بعض ولكنها ترتبط عادة فيما بينها.
6. إن سمة الشخصية إذا نظرنا إليها سيكولوجياً قد تكون نوع من التساوي الوظيفي وإلى أن يعيد إصدار أشكال متكافئة ومتسقة من السلوك التكيفي.
7. إن الأفعال والعادات غير المتسقة مع سمة ما ليست دليلاً على عدم وجود هذه السمة(فقد تظهر سمات متناقضة أحياناً لدى الفرد على نحو ما نجد من سمتي النظافة والإهمال).
8. إن سمة ما قد ينظر إليها في ضوء الشخصية التي تحتويها أو على ضوء توزيعها بالنسبة للمجموع العام من الناس(أي أن السمات إما تكون فريد او مشتركة).[1]

المطلب الثالث : طرق قياس السمات الشخصية وعلاقتها بمواقع التواصل الإجتماعي.

1) طرق قياس الشخصية:

مقاييس الشخصية أدوات لقياس الجوانب غير المعرفية للسلوك ، ويشيرمصطلح " اختبارات الشخصية " بمصطلحات القياس النفسي ، إلى مقاييس السمات ، والحالات الإنفعالية، والعلاقات بين

[1]سوسن حسن علي، رسالةمقدمو لنيل دكتوراه في علم النفس التطبيقي،استخدام مراقع التواصل الاجتماعي وعلاقته بالصحة النفسية وبعض سمات الشخصية لدى طلاب جامعة الجزيرة، السودان ،2018،ص68.

الأفراد ،والدافعية، والميول، ولإتجاهات ، ومن الممكن تصنيف أهم طرق قياس الشخصية من الناحية العلمية الإجرائية إلى مايلي [1]:

1. الاستخبارات Quetionnaires.
2. مقاييس التقدير Rating Scalss
3. قوائم الصفات Adjective Check Lists
4. الطرق الاسقاطية Projective Techniques.
5. اختبارات السلوك الموضوعية Objective Behaviors Tests.
6. المقاييس الفزيولوجية Physiolojical Measures.

علاقة سمات الشخصية (الانبساطية ـ الانطوائية) باستخدام مواقع التواصل الاجتماعي.

إن مفرطي استخدام مواقع التواصل الاجتماعي ، ومسيء استخدام الانترنت يتسمون بسمات الاعتماد والانفعالية، ضعف تقدير الذات، الانطواء،الانسحاب من الحياة الواقعية ،الوحدة الاجتماعية ،وضعف النضج النفسي وفاعلية الذات، ونرى أن هذه السمات من السمات السلبية لعامل الانبساطية،وكذلك تؤكد بعض الدراسات ارتباط أبعاد ضعف التو كيدية وعدم القدرة على توكيد الذات بتورط الفرد في السلوك لإدماني ،أو سلوك المضطرب بشكل عام ، وذلك كإدمان المقامرة أو إدمان الجنس، إدمان العمل،أو إدمان إهدار الوقت أمام نشر الصور وألعاب الفيديو ،وكذلك يؤدي إلى إساءة استخدام الانترنت ، بحيث أن ضعف توكيد الذات من السمات السلبية لعامل الانبساطية، ومن المشكلات النفسية التي يواجهها الشباب أيضا ما يسمى بالانطواء على الانترنت،وتوجد هذه الحالة نتيجة الاغتراب النفسي الذي يتعرض له الشباب من تعقد الحياة وسرعة إيقاعها ، والذي تسبب في افتقادهم للآمن والتواصل مع الآخرين وتضاؤل فرص تعبير وتحقيق الذات،وما يرتبط بذلك من شعور بالوحدة أو الخوف وعدم الإحساس بتكامل الشخصية، وشعور الفرد أنه أصبح بلا موقف واضح ، ولا يجد لدى المجتمع حلاً لتلك الحالة التي يعيشها ، مما يجعله يشعر بعدم القدرة على ضبط الأحداث والتحكم فيها، وبالتالي يفقد الثقة في نفسه، و تترسخ لديه قيم السلبية والقلق والرفض، فينكب على الانترنت الذي يستغرق وقته ويستمر في العمل عليه بشكل يشبه مدمني القمار،وقد توجد هذه الحالة لدى الأفراد الانعزاليين ذوى الشخصيات الانطوائية، أو الأشخاص الذين يرغبون في الهروب من ظروفهم ومشكلاتهم الحياتية، للإنترنت ليفرغوا فيه همومهم.[2]

[1] عبد الخالق ، مرجع سبق ذكره ص31,32.
[2] سوسن علي قدورة، مرجع سبق ذكره،ص73.

خاتمه:

من خلال استعراضنا لمواقع التواصل الاجتماعي وما تقدمه من خدمات عديدة لمستخدميها ومن أهمها الانستغرام الذي أصبح يتربع على هذه المواقع لما له من خصائص مما كثرت عدد مستخدميه باختلاف شخصيتهم وسماتهم التي تدفعهم إلى استخدام هذه المواقع وخاصة الانستغرام، حيث أصبح من الواضح أن هناك روابط محتمله بين السمات الشخصية والنشاط عبر الانستغرام وذلك،لكل فرد أو مستخدم شخصيته التي تميزه عن غيره وتعطيه طباع وصفات محدده.

الفصل الثالث

تمهيد:

في هذا الفصل سوف نتطرق إلى مناقشة فرضيات البحث , ثم نستخلص الاستنتاجات العامة للدراسة وكذلك قمنا بتقديم توصيات واقتراحات وهذا من خلال ما توصلنا إليه من عرض وتحليل للنتائج هذه الدراسة الميدانية .

جدول رقم01: يمثل توزيع عينة الدراسة حسب متغير الجنس.

الجنس	التكرار	النسبة
ذكر	102	%41.13
أنثى	146	%58.87
المجموع	248	%100

نلاحظ من خلال الجدول الموضح أعلاه أن 102 فرد من العينة ونسبة 41.13 % من المبحوثين هم من فئة الذكور بينما 146 فرد من أفراد العينة ونسبة 58.87 % هم من فئة الإناث وهذا مايفسر طبيعة العينة المدروسة عشوائيا والتي يتم فيها إختيار الأفراد بشكل مباشر وعشوائي

جدول رقم02: يمثل توزيع عينة الدراسة حسب متغير السن.

السن	التكرار	النسبة
18-23	114	%45.97
24-29	93	%37.5
30 فما فوق	41	%16.53
المجموع	248	%100

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن 114فرد من المبحوثين ونسبة 45.97 % هم من الفئة العمرية ما بين 18 إلى 23 سنة و 93 فرد من العينة المدروسة ونسبة 37.5 % ينتمون إلى الفئة العمرية ما بين 24 و 29 سنة بينما 41 فرد ونسبة 16.53 % ينتمون إلى الفئة العمرية ما 30 سنة فما فوق

وهذا يعود إلى طبيعة الموضوع في حد ذاته الذي يستهدف فئة الشباب على وجه الخصوص وكانت غالبية العينة مشكلة من الفئة العمرية ما بين 18 سنة و 23 سنة ، ووفقا لإحصائيات نشرها موقع expandcart على موقعه فيما يخص أعمار مستخدمي موقع أنستغرام فإن إثنين من كل ثلاث أشخاص

يستخدمون أنستغرام أعمارهم ما بين 18 و 29 سنة أي أن هذه الفئة تعد الأكثر إستخداما على هذا الموقع.[1]حيث اشارت الدراسات حديثة حول اثر النفسي لفئه الشباب الاكثر استخداما للانستغرام بسب عقد النقص لديهم فضلا عن القلق الكبير كما كشفت الدراسه من زياده المشاكل والقلق والوجده .

جدول رقم03 : يمثل توزيع عينة الدراسة حسب متغير الحالة الاجتماعية.

الحالة الإجتماعية	التكرار	النسبة
أعزب (ة)	212	%85.48
متزوج (ة)	36	%14.52
مطلق (ة)	00	%00
أرمل (ة)	00	%00
المجموع	248	%100

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن 212 فرد من العينة المدروسة ونسبة 85.48 % هم من الحالة الإجتماعية (أعزب) و 36 فرد من المبحوثين ونسبة 14.52 % ينتمون إلى الحالة الإجتماعية (متزوج) بينما الحالات الإجتماعية التي تم طرحها ضمن خيارات السؤال أعلاه " مطلق (ة)، أرمل(ة) " لم تكن ولا حالة ضمنهم .

وهذا يعود إلى أن فئة العزاب في الجزائر أصبحت كثيرة في الأونة الأخيرة نظرا للحالات الإجتماعية المتدنية والسيئة التي يعيشها الشباب الجزائري إناثا وذكورا وكذا إلى الظروف الإقتصادية التي يعاني منها هؤلاء وفي مقدمتها البطالة التي تنهك حياة الشباب الجزائري .وهذا مايجعلهم اكثر تعرضا لموقع الانستغرام نظرا لما يتيحه خدمات مجانيه

جدول رقم04: يمثل عدد حسابات الطالب الجامعي على "استغرام".

	التكرار	النسبة
حساب واحد	219	%88.30
اثنان	24	%9.68
أكثر من حسابين	05	%2.02

[1] - expandcart ، https://www.expandcart.com/ar/ ، 27 فبراير 2020 ، تاريخ الإطلاع : 03 / 07 / 2020م ، على الساعة : 12:22

المجموع	248	100

نلاحظ من خلال الجدول الموضح أعلاه أن 219 فرد من المبحوثين و نسبة 88.30 % لديهم حساب واحد عبر موقع الأنستغرام بينما 24 فرد من المبحوثين ونسبة 9.68 % يمتلكون حسابان عبر موقع الأنستغرام في حين يمتلك 05 أفراد من العينة ونسبة 2.02 % أكثر من حسابين

وهذا الأمر يعود إلى أن موقع الأنستغرام مؤخرا أصبح ينتمي يإلى موقع الفيس بوك بعد أن تم شرائه في سنة 2010حيث أتاح موقع الفيس بوك خاصية إنشاء حساب أنستغرام بعد دخولك مباشرة إلى موقع فيس بوك وهو الأمر الذي بلغ بالنسبة الموضحة أعلاه بعد توزيع إستمارة الإستبيان.

جدول رقم05: يمثل مدة امتلاك الطلاب الجامعي لموقع "انستغرام".

	التكرار	النسبة
أقل من سنة	61	%24.60
من سنة إلى ثلاث سنوات	94	%37.90
أكثر من ثلاث سنوات	93	%37.5
المجموع	248	%100

نستنتج من خلال الجدول أعلاه أن 94 فرد من أفراد العينة ونسبة 37.90 % يستخدمون موقع الأنستغرام من سنة إلى ثلاث سنوات و 93 فرد ونسبة 37.5 % يستخدمون موقع الأنستغرام لأكثر من ثلاث سنوات و 61 فرد من المبحوثين ونسبة 24.60 % يستخدمون موقع الأنستغرام لأقل من سنة واحدة.

وهذا يرجع إلى شهرة موقع الأنستغرام لدى مستخدمي مواقع التواصل الإجتماعي حيث يساعد هذا الموقع مستعمليه في نشر صورهم ، ونرى أن رواد هذا الموقع ينشرون صورهم بكل جرأة بخلاف التحفظ في المواقع الأخرى سواء كانوا إناثا أم ذكورا كما تعود هذه النسبة إلى أقدمية موقع أنستغرام ومجانيته مما يساعد الناس على إستخدامه ، وفي هذا الصدد يشير موقعexpandcart حسب الإحصائيات الأخيرة أن مستعملي هذا الموقع قد بلغ ما يقارب من مليار شخص يستخدم انستغرام بشكل شهري ، وهناك أكثر من 500 مليون مستخدم للانستقرام بشكل يومي[2].

[2] - expandacrt ، https://www.expandcart.com/ar/33233- ، 27 فبراير 2020 ، تاريخ الإطلاع : 3 / 07/ 2020 ، على الساعة : 12:10 .

جدول رقم06: يمثل طبيعة الحساب المفتوح في موقع التواصل الاجتماعي "انستغرام"على:

	التكرار	النسبة
الأصدقاء فقط	147	%59.27
على العامة	101	%40.73
المجموع	248	%100

يتضح من خلال الجدول أعلاه أن 147 فرد من المبحوثين ونسبة 59.27 % حسابهم الشخصي عبر الأنستغرام مفتوح على الأصدقاء فقط بينما 101 فرد من العينة ونسبة 40.73 % حسابهم الشخصي عبر الأنستغرام مفتوح على العامة.

وهذا ما يميز موقع أنستغرام عن المواقع الأخرى الذي يستطيع أي شخص رؤية ماتنشره وما تدونه من أفكار على السبيل الذكر لا الحصر موقع فيس بوك بينما موقع أنستغرام يتيح خاصية إخفاء ما تنشره من صور و إظهارها لمتابعيك فقط إلا عندما تقوم بقبول من يرسلون لك طلبات المتابعة ، وهذا الأمر ربما الذي يجعل مستخدمي ومستخدمات هذا الموقع ينشرون خصوصياتهم من صور شخصية وغيرها ويرجع هذا السبب للتحفظ مستخدمي هذه الحسابات ويرجع هذا الى التقاليد والاعراف

جدول رقم07: يمثل عدد المتابعين لطلاب في حساباتهم عبر موقع "انستغرام" .

	التكرار	النسبة
أقل من 100	129	%52.02
من 100 إلى 300	71	%28.63
من 301 إلى 500	15	%6.05
أكثر من 500	33	%13.30
المجموع	248	%100

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن 129 فرد ونسبة 52.02 % من المبحوثين لديهم أقل من 100 شخص صديق عبر موقع أنستغرام و 71 فرد ونسبة 28.63 % يمتلكون من 100 شخص إلى 300 شخص صديق عبر موقع أنستغرام ، و 33 فرد ونسبة 13.30 % لديهم أكثر من 500 شخص صديق

في حين يمتلك 15 فرد من أفراد العينة ونسبة 6.05 % من 301 شخص إلى 500 شخص عبر موقع أنستغرام .

وتعود النسبة الكبيرة التي هي موضحة أعلاه في إمتلاك العدد الغالب من العينة على أقل من 100 شخص إلى أن أغلبية المبحوثين لا يحبذون قبول طلبات المتابعة لأنه في الوقت الأخير أصبح موقع الأنستغرام منصة مفضلة لمن يريدون الشهرة عن طريق هذا الموقع وجني الأموال على ظهور عدد المتابعات هذا الأمر الذي أدى بالمبحوثين إلى قبول الأشخاص الذين يعرفونهم في الحياة اليومية أو الدراسية أو العملية .

جدول رقم08: يمثل أكثر الاصدقاء في حسابك من جنس ؟

	التكرار	النسبة
إناث	130	%52.42
ذكور	70	%28.23
بنفس العدد	48	%19.35
المجموع	248	%100

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن 130 فرد من العينة ونسبة 52.42% يمتلكون فئة الإناث على حسباتهم بينما 70 فرد ونسبة 28.23 % يمتلكون فئة الذكور في حساباتهم على موقع أنستغرام في حين 48 فرد ونسبة 19.35 % من المبحوثين يمتلكون عدد الأصدقاء بنفس العدد من الجنسين.

وهذا يعود إلى أن نسبة الإناث أكثر متابعة وإستخداما لموقع أنستغرام أكثر من فئة الذكور وفي هذا الصدد وحسب إحصائيات نشرها موقع النجاح بتاريخ 16. 2020.05 فإن عدد المستخدمات لموقع أنستغرام من فئة الإناث يبلغ 39 % بينما بلغت نسبة فئة الذكور من إستخدامات موقع الأنستغرام بـ 30[3]

جدول رقم09:يمثل المدة الزمنية التي يقضيها الطالب الجامعي في استخدامه لموقع"انستغرام".

	التكرار	النسبة
أقل من ساعة في اليوم	132	%53.23

[3] - النجاح نت ، https://www.annajah.ne t ، 16 / 05 / 2020م ، تاريخ الإطلاع : 03/ 07 / 2020 ، على الساعة : 1:24 .

من ساعة إلى ثلاث ساعات	76	%30.64
أكثر من ثلاث ساعات في اليوم	40	%16.13
المجموع	248	%100

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن 132 فرد من العينة المدروسة و نسبة 53.23 % يستخدمون موقع أنستغرام أقل من ساعة في اليوم ، بينما 76 فرد ونسبة 30.64 % من أفراد العينة يستخدمون موقع أنستغرام من ساعة إلى ثلاث ساعات في حين 40 فرد ونسبة 16.13 % يستعملون موقع أنستغرام لأكثر من ثلاث ساعات في اليوم .

وهذا يعود إلى عدم إكتساب موقع أنستغرام الشهرة الكافية التي هو عليها موقع فيس بوك أو يوتيوب أو تويتر مثلا الذي يقضي مستخدمي هذه المواقع أوقات كبيرة تتعدى أحيانا 15 ساعة في اليوم وحسب إحصائيات نشرها موقع maisabusalah حول عدد ساعات التي يقضيها مستخدمي موقع أنستغرام فإن 60 % من مستخدمي هذا الموقع يسجلون الدخول يوميا لأنستغرام ، ويستخدم هؤلاء ما يقارب 53 دقيقة يوميا عبر هذا الموقع [4]

جدول رقم10: يمثل الفترة مفضلة لطالب الجامعي في تصفحه لموقع "انستغرام".

	التكرار	النسبة
الصباح	07	%2.82
الظهيرة	11	%4.43
مساءا	33	%13.31
ليلا	89	%35.89
كل الأوقات	108	%43.55
المجموع	248	%100

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن 108 فرد من المبحوثين ونسبة 43.55 % الفترة المفضلة لديهم لإستخدام موقع أنستغرام هي كل الأوقات و 89 فرد ونسبة 35.89 % يفضلون إستخدام موقع أنستغرام في الفترة الليلة بينما 33 فرد ونسبة 13.31 % يفضلون إستخدام موقع أنستغرام في الفترة المسائية و 11 فرد ونسبة 4.43 % يفضلون إستخدام موقع أنستغرام في فترة الظهيرة ، في حين 07 أفراد ونسبة 2.82 % يفضلون إستخدام موقع أنستغرام في الفترة الصباحية .

[4] - maisabusalah ، https://www.maisabusalah.com/2015/11/instagram-infographic-ar.html ، 23 / يونيو / 2019 ، تاريخ الإطلاع : 03 / 07 / 2020 ، على الساعة : 1:40.

وهذا راجع إلى أن مستخدمي موقع أنستغرام يفضلون إستخدام الأنستغرام في كل الأوقات نظرا لكون هذا الموقع كما سبق و أن أشرنا لصيق بموقع الفيس بوك لهذا يعني مستخدم موقع الفيس بوك يلج إل هذا الموقع في كل مرة أراد بغية نشر الصور والقصص عبر حسباتهم الشخصية.

جدول رقم11: يمثل طبيعة الصور التي ينشرها الطلاب في حساباتهم عبر"انستغرام".

	التكرار	النسبة
صورتك الشخصية	96	%38.71
صورة رمزية	101	%40.73
صورة طبيعية	38	%15.32
شعار	13	%5.24
المجموع	248	%100

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن 101 فرد ونسبة 40.73 % يضعون صور رمزية على حساباتهم الشخصية ، و 96 فرد من المبحوثين ونسبة 38.71 % يضعون ضورهم الشخصية على حسباتهم الخاصة و 38 فرد ونسبة 15.32 % يضعون صور طبيعية على حساباتهم الشخصية عبر موقع أنستغرام في حين 13 فرد ونسبة 5.24 % يضعون صور شعارات على حسباتهم الشخصية

وترجع النسبة الكبيرة من أفراد العينة في وضع صور رمزية على حساباتهم الشخصية بسب تحفظهم وعدم مشاركه حياتهم مع الاخرين للحفاظ على خصوصيتهم حيث اجريت دراسه على المستخدمين النشيطن على مواقع الانستغرام واشارت هذه الدراسه الى ان هناك انواع معينه من الصور الشخصيه المنشوره تجعل الاخرين يتخذون قررا تسريعه حول شخصيه المستخدم ببمجرد رويه صورته .

جدول رقم12: يمثل دوافع نشر الطلاب لصورهم الشخصية(الخاصة) عبر"انستغرام".

	التكرار	النسبة
لإعجابك بنفسك والتباهي	25	%10.08
لتحقيق الشهرة	08	%3.23
لتسهيل الوصول إليك من خلال صورك	50	%20.16
الحصول على تعليقات وتفاعل مع صورك	21	%8.47
لا أنشر صوري الخاصة	144	%58.06

المجموع	248	%100

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن 144 فرد من أفراد العينة ونسبة 58.06% لا ينشرون صورهم الشخصية بتاتا عبر موقع أنستغرام و 50 فرد ونسبة 20.16 % يقومون بنشر صورهم الشخصية عبر موقع أنستغرام بدافع تسهيل الوصول إليهم من خلال تلك الصورة و25 فرد من المبحوثين ونسبة 10.08 % يقومون بنشر صورهم الشخصية بدافع الإعجاب بأنفسهم والتباهي بها في حين 21 فرد ونسبة 8.47 % ينشرون صورهم الشخصية بدافع الحصول على التعليقات والتفاعل مع صورهم التي ينشرونها بينما 08 أشخاصونسبة 3.23 % ينشرون صورهم الشخصية عبر أنستغرام بغية تحقيق الشهرة.

وتعود هذه النسبة الكبيرة من الأفراد لعدم نشر صورهم في موقع أنستغرام لخوفهم من إنتحال صورهم وإبتزازهم بها ويرجع هذا السب ايضا الى العادات والتقاليد المجتمع الذي يعيش فيه والمعتقدات الدينيه خاصة من طرف فئة الإناث الذين يحبذون غلق حساباتهم الخاصة وجعلها متاحة للأصدقاء فقط خوفا من سرقة صورهم أو فبركتها خاصة ونحن نعيش في عصر التكنلوجيا الحديثة

جدول رقم13: يمثل معدل تغير الطلاب لصورهم عبر "انستغرام" بشكل.

	التكرار	النسبة
يومي	07	%2.82
كل ثلاث أيام	01	%0.40
أسبوعيا	30	%12.10
نادرا	210	%84.68
المجموع	248	%100

من خلال الجدول أعلاه يتضح لنا أن 210 من المبحوثين ونسبة 84.68 % يقوم بتغيير صورهم الشخصية نادرا ما ، و 30 فرد ونسبة 12.10 % يقومون بتغيير صورهم الشخصية أسبوعيا في حين 07 أفراد ونسبة 2.82 % يغيرون صورهم الشخصية بشكل يومي بينما شخص واحد 01 ونسبة 0.40 % يغير صورته كل ثلاث أيام.

وتعود هذه النسبة الكبيرة من المبحوثين الذين لا يحبذون تغيير صورهم إلا نادرا لعدم إهتمامهم بموضوع الصورة الشخصية ربما وإهتمامهم بمواضيع أخرى عبر هذا الموقع كمتابعة المشاهير ،وعلى هذا الاساس

يربط العلماء الاكتئاب بانخفاض النشاط الاجتماعي حيث بينت النتائج ان عدد الوجوه في كل صوره دليل غلى المشاركه الاجتماعيه للمستخدم في الحياه الواقعيه وقلتها تشير الى الوحده والانعزال

جدول رقم14: يمثل سبب عدم نشر طلاب الجامعة لصورهم في "انستغرام".

	التكرار	النسبة
أخاف أن يتم استغلال صوري في أمور لا تعجبني	54	%21.77
بسبب عادات وتقاليد منطقتنا التي تمنعني من ذلك	35	%14.12
لأنني لا أحب أن أشارك الآخرين حياتي الخاصة	79	%31.85
لأن حياتي الاجتماعية لا تسمح لي بنشر صوري الخاصة	80	%32.26
المجموع	248	%100

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن 80 فرد من المبحوثين ونسبة 32.26 % لا ينشرون صورهم الشخصية لكون حياتهم الإجتماعية لا تسمح لهم بنشر صورهم الخاصة و 79 مفردة من العينة ونسبة 31.85 % لا يحبذون نشر صورهم الخاصة عبر موقع أنستغرام بحكم لا يحبون أن يشاركو الأخرين في حياتهم الخاصة و 54 فرد من المبحوثين ونسبة 21.77 % لا ينشرون صورهم الخاصة خوفا من أن يتم إستغلال صورهم في أمور لا تعجبهم ، بينما 35 فرد من أفراد العينة ونسبة 14.12 % لا يقومون بنشر صورهم الشخصية وهذا بسبب عادات وتقاليد مناطقهم لأنها تمنعهم من ذلك .

وتعود هذه النسبة المعتبرة من المبحوثين في إختيار بند عدم نشر صورهم الشخصية بسبب أن حياتهم الشخصية لا تسمح لهم بنشر صورهم ، وفي الحقيقة غالبية الناس لايحبذون التدخل في شؤؤونهم الخاصة سواء من أقاربهم أو من أصدقائهم هذا بالنسنة إلى الواقع فما بالك بموقع إفتراضي لا يعرف الناس فيه بعضهم البعض إلا بالصور أو بالايكات التي توضع عند إعجاب شخص ما بصورة أو بتدوينة.

جدول رقم15: يمثل سبب نشر طلاب الجامعة لصورهم الخاصة عبر " انستغرام".

	التكرار	النسبة
لأنك تحب أن تظهر بشخصيتك الحقيقية	56	%22.58
لأشارك الآخرين صوري الخاصة	152	%61.29
لأنك تحب الإثارة في الآخرين	06	%2.42
لأنك شخص متفتح ولا تشعر بالإحراج	34	%13.71

المجموع	248	%100

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن 152 فرد من المبحوثين ونسبة 61.29 % ينشرون صورهم من أجل مشاركة الأخرين بصورهم الخاصة ، و 56 فرد ونسبة 22.58 % ينشرون صورهم الشخصية من أجل الظهور بشخصياتهم الحقيقية و34 فرد من أفراد العينة ونسبة 13.71 % ينشرون صورهم الخاصة لأنهم أشخاص متفتحون ولا يشعرون بالإحراج في حين 06 أفراد من المبحوثين ونسبة 2.42 % يقومون بنشر صورهم الخاصة بغية الإثارة في الأخرين.

وترجع هذه النسبة الكبيرة من المبحوثين في إختيار بند مشاركة الأخرين في صورهم الخاصة إلى أن مستخدمي الأنستغرام يفضلون نشر صورهم في الخاص بدون رؤيتها من طرف أشخاص غير معروفين عبر صور مختلفة سواء بالسيفلي أو ما يعرف ب الشخصورة كما ذهب له نصر الدين لعياضي في كتابه " الميديا بين المتن والهامش " أو بطرق أخرى مختلفة من أجل مشاركة الأصدقاء والمتابعين بما يعيشونه في يومهم .

جدول رقم16: يمثل هل كل مايضعه الطلاب من صور في حساباتهم على انستغرام يعكس شخصيتهم؟.

	التكرار	النسبة
نعم	172	%69.35
لا	76	%30.65
المجموع	248	%100

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن عدد 172 فرد من المبحوثين ونسبة 69.35 % يضعون صور في حساباتهم على الأنستغرام تعكس شخصيتهم الحقيقية ، في حين 76 مفردة من العينة المدروسة ونسبة 30.65 % لا تعكس الصور التي يتم وضعها على حساباتهم الشخصية عن شخصيتهم الحقيقية .

وهذا راجع إلى أن ما يميز موقع أنستغرام أنه مخصص لنشر الصور الشخصية أو حتى الرمزية لذلك نجد أن غالبية مستخدمي موقع الأنستغرام ينشرون سواء صورهم على المباشر وهم يعملون أو يمارسون في الرياضة أو على طاولة الأكل أو في الساحات العمومية وغيرها من الأماكن .. وهذا دامغ على أن ما يتم نشره هو بمثابة صور حقيقية لأصحابها

جدول رقم17:يمثل مقياس العوامل الخمسة الكبرى للشخصية لكل من كوستا وماكري :

العامل	الفقرات (العبارات)	غير موافق على اطلاق 1	غير موافق 2	محايد 3	موافق 4	موافق جدا 5
العصابية	1) كثيرا ما أشعر بالتوتر و النرفزة	26	58	49	103	12
	2) كثيرا ما أشمئز من الناس الذين أتعامل معهم	38	96	46	58	10
	3) أحيانا تبدو لي الأشياء كئيبة وباعثة على اليأس إلى حدا ما	39	56	52	89	12
	4) في تعاملي مع الناس أشعر دائما بالرهبة من أن أرتكب فعلا اجتماعيا أحمقا	41	74	33	83	17
الانبساطية	5) أستمتع حقا عندما أتحدث إلى الناس	09	22	55	130	32
	6) أرغب أن يكون حولي الكثير من الناس	22	49	72	91	14

	7) أنا شخص نشيط جدا	23	29	42	135	19
	8) أقوم أحيانا بأشياء لمجرد الابتهاج أو الإثارة	29	50	42	110	17
	9) أبتعد خجلا عن تجمعات الناس	42	88	56	59	03
الخبرة على الانفتاح	10) أرى من الممتع لي تعلم هوايات جديدة وتطويرها	23	40	26	124	35
	11) أعتقد أن علينا الاعتماد على الشريعة الدينية في اتخاذ القرارات بشأن القضايا الأخلاقية	15	30	20	135	48
	12) أعد نفسي شخصا منفتحا فيما يتعلق بأسلوب حياة الآخرين	19	29	22	146	32
	13) أعتقد أن ولاء الشخص لمثله العليا أكثر أهمية من كونه ذا عقل منفتح	12	22	30	153	31
	14) أعتقد أن الأخلاقية الجديدة من الإباحية هي ليست أخلاقية على الإطلاق	26	18	25	146	33

حســـــن المعشر	15) أميـل إلـى شـك فـي دوافـع الآخرين ومقاصدهم	14	28	30	152	24
	16) أعتقد أن معظم الناس الذين أتعامـــل معهـــم صـــادقون وجديرون بالثقة	16	27	35	162	8
	17) يعتقـد بعـض النـاس أننـي مغرور وأناني	29	24	25	148	22
	18) لا أبالي من التباهي بمواهبي وانجازاتي	20	36	19	125	48
	19) أمتلك اعتقادا رفيعا بنفسي	47	25	28	122	26
حيويـــــة الضمير	20) أتقيـــد بصـــرامة مبـــادئ الأخلاقية	11	12	24	156	45
	21) أنـا أمتلـك قـدرا كبيـرا مـن الانضباط الذاتي	27	37	30	135	19
	22) في بعض الأحيان أتصرف أولا ثم أفكر بعد ذلك	19	45	36	139	9

	23) دائمـــا أفكـــر فـــي عواقـــب الأفعال قبل القيام بها	29	34	42	129	14

جدول رقم 18:يمثل بعد العصابية.

العامل	الفقرات (العبارات)	غير موافق على اطلاق 1	غيـــــــر موافق 2	محايد 3	موافق 4	موافـــق جدا 5
العصابية	24) كثيـرا مـا أشـعر بـالتوتر و النرفزة	26 10.48%	58 23.38%	49 19.75%	103 41.5%	12 4.83%
	25) كثيـرا مـا أشـمئز مـن النـاس الذين أتعامل معهم	38 15.32%	96 38.70%	46 18.54%	58 23.38%	10 %4.03
	26) أحيانا تبدو لـي الأشياء كئيبة وباعثـة علـى اليـأس إلـى حدا ما	39 15.72%	56 22.58%	52 20.09%	89 35.80%	12 4.83%
	27) فـي تعـاملي مـع النـاس أشـعر دائمـا بالرهبـة مـن أن أرتكـب فعلا اجتماعيا أحمقا	41 16.53%	74 29.83%	33 13.30%	83 33.46%	17 6.85%

نلاحظ من الجدول أعلاه أن أعلى نسبه سجلت هي 41.05% من الذين أجابوا بموافق على فقره "كثيرا ما اشعر بالتوتر و النرفزه "هذا ما يشير أن الأفراد يتسمون بسمه القلق و النرفزة.

جدول رقم 19:يمثل بعد الانبساطية.

العامل	الفقرات (العبارات)	غير موافق على اطلاق 1	غير موافق 2	محايد 3	موافق 4	موافق جدا 5
الانبساطية	1) أستمتع حقا عندما أتحدث إلى الناس	09 %3.62	22 %8.87	55 %22.17	130 %52.41	32 %12.90
	2) أرغب أن يكون حولي الكثير من الناس	22 %8.87	49 %19.75	72 %29.03	91 %36.69	14 %5.64
	3) أنا شخص نشيط جدا	23 %9.27	29 %11.69	42 %16.93	135 %54.43	19 %7.66
	4) أقوم أحيانا بأشياء لمجرد الابتهاج أو الإثارة	29 %11.69	50 %20.16	42 %16.93	110 %44.35	17 %6.85
	5) أبتعد خجلا عن تجمعات الناس	42 %16.63	88 %35.48	56 %22.58	59 %23.79	03 %1.20

من خلال الجدول أعلاه أن أعلى نسبه في هذا البعد كانت 54.43% ممن أجابوا بموافق على مؤشر "أنا نشيط جدا "وهذا ما يشير إلي أن أفراد العينة يتسمون بسمه النشاط والحيوية وسرعه الحركة وهذا ما يشير أنهم أشخاص نشيطين ومنفتحين .

جدول رقم 20:يمثل بع الانفتاح على الخبرة.

العامل	الفقرات (العبارات)	غير موافق على اطلاق 1	غير موافق 2	محايد 3	موافق 4	موافق جدا 5
الخبرة على الانفتاح	أرى من الممتع لي تعلم هوايات جديدة وتطويرها	23 %9.27	40 %16.12	26 %10.48	124 %50	35 %14.11
	1) أعتقد أن علينا الاعتماد على الشريعة الدينية في اتخاذ القرارات بشأن القضايا الأخلاقية	15 %6.04	30 %12.09	20 %8.06	135 %54.43	48 %19.35
	2) أعد نفسي شخصا منفتحا فيما يتعلق بأسلوب حياة الآخرين	19 %7.66	29 %11.69	22 %8.87	146 %58.87	32 %12.90
	3) أعتقد أن ولاء الشخص لمثله العليا أكثر أهمية من كونه ذا عقل منفتح	12 %4.83	22 %8.87	30 %12.09	153 %61.69	31 %12.5
	4) أعتقد أن الأخلاقية الجديدة من الإباحية هي ليست أخلاقية على الإطلاق	26 %10.48	18 %7.25	25 %10.08	146 %58.87	33 %13.30

نلاحظ من خلال هذا أن أعلى نسبه سجلت في هذا البعد كانت بنسبه 61.69%من أفراد العينة الذين اجابوا بموافق على عبارة "اعتقد أن ولاء الشخص لمثله العليا أكثر أهمية من كونه ذا عقل متفتح "وهذا يدل على أن هؤلاء يتسمون بقيم التفتح فالأفراد المنفتحون للقيم نجدهم يؤكدون على القيم التي يعتقدونها

ويناضلون من اجلها وعلى هؤلاء الأفراد غير منفتحين للقيم فإنهم مسايرون للأحزاب السياسية على سبيل المثال ويقبل جميع تشريعات .

جدول رقم21: يمثل بعد حسن المعشر (المقبولية)

العامل	الفقرات (العبارات)	غير موافق على اطلاق 1	غير موافق 2	محايد 3	موافق 4	موافق جدا 5
	أميل إلى شك في دوافع الآخرين ومقاصدهم	14 %5.64	28 %11.29	30 %12.09	152 %61.29	24 %6.67
حسن المعشر	1) أعتقد أن معظم الناس الذين أتعامل معهم صادقون وجديرون بالثقة	16 %6.45	27 %10.88	35 %14.71	162 %65.32	8 %3.22
	2) يعتقد بعض الناس أنني مغرور وأناني	29 %11.69	24 %9.67	25 %10.08	148 %59.67	22 %8.87
	3) لا أبالي من التباهي بمواهبي وانجازاتي	20 %8.06	36 %14.51	19 %7.66	125 %50.40	48 %19.35
	4) أمتلك اعتقادا رفيعا بنفسي	47 18.95%	25 10.08%	28 11.29%	122 49.19%	26 10.48%

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن أعلى نسبه من العينة 65.32%أجابوا على فقره "اعتقد أن معظم الناس الذين أتعامل معهم صادقون وجديرون بالثقة "أي أن هؤلاء يتسمون بسمه الثقة تجاه الآخرين ويشعرون ب الكفاءة من الناحية الاجتماعية وغير متمركزين حول ذاتهم ويثقون في نوايا الآخرين الذين يتواصلون معهم.

جدول رقم22: يمثل بعد يقضة أو حيوية الضمير

العامل	الفقرات (العبارات)	غيـــر موافـــق على اطلاق 1	غيـــــر موافق 2	محايد 3	موافق 4	موافق جدا 5
حيويـــــة الضمير	أتقيد بصرامة مبادئ الأخلاقية	11 4.48%	12 4.83%	24 6.67%	156 62.90%	45 18.14%
	1) أنـا أمتلـك قـدرا كبيـرا مـن الانضباط الذاتي	27 10.88%	37 14.91 %	30 12.09%	135 54.43%	19 7.66%
	2) فـي بعض الأحيان أتصرف أولا ثم أفكر بعد ذلك	19 7.66%	45 18.14 %	36 14.51%	139 56.04%	9 3.62%
	3) دائمـا أفكـر فـي عواقـب الأفعال قبل القيام بها	29 11.69%	34 13.70 %	42 16.93%	129 52.01%	14 5.64%

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن أكثر أفراد العينة الذين أجابوا بموافق على مؤشر"أتقيد بصرامة مبادئ الأخلاقية بنسبة 62% وهذا يعني أن هؤلاء الأفراد يتميزون بسمة الالتزام بالواجبات ، حيث يكونوا ملتزمون بما يمليه ضميرهم عليهم ويتقيدون بقيمهم الأخلاقية بصرامة.

ونستنتج من خلال هذا التحليل أن في بعد العصابية أعلى نسبة هي 41%وفي بعد الانبساطية هي نسبة54%، أما بعد 54%،وفيما يخص بعد الخبرة على الانفتاح كانت نسبة 61%،وبعد حسن المعشر كانت النسبة 65،32% وبلغت نسبة عند بعد حيوية الضمير62%.

وعليه يمكننا القول من خلال تحليل هذا المقياس العوامل الكبرى لقياس الشخصية "لكوستا وماكرى"أن الشخصية الغالبة على أفراد العينة هي الشخصية المنبسطة والتي تتسم بسمة ثقة تجاه الآخرين مما يجعلهم يشعرون بالكفاءة من الناحية الاجتماعية، وغير متمركزين حول ذاتهم كما أنهم يلتزمون بالقيم الأخلاقية بصرامة ، حيت أصبح من الواضح من خلال هذه الدراسة ان هناك روابط محتملة بين السمات الشخصية نشاط عبر الانستغرام ، بحيث أن لكل فرد شخصيته التي تميزه عن غيره ، وتعطيه طباعا وصفات وسمات محددة تجعل الآخرين يتخذون قرارات سريعة حول شخصية المستخدم بمجرد رؤية صورته، فالأفراد الذين ينشرون الكثير من صورهم الشخصية ينظر إليهم بشكل عام اقل نجاحا في حياتهم الشخصية ، ولديهم القليل من الشعور بالأمان وهم اقل انفتاحا على التجارب الجديدة ،على عكس أفراد عينة الدراسة الذين لا ينشرون صورهم الشخصية ينظر إليهم بأنه اعلي نسبيا في احترام الذات واقل وحدة، وأكثر ثقة بالنفس ، وأكثر نجاحا في حياتهم ولديهم القدرة على أن يكونوا أصدقاء جيدين ، وهذا ما تتميز به الشخصية المنبسطة لأفراد العينة الدراسة.

جدول رقم23: يمثل تأثير السمات الشخصية على نشر الصور الخاصة عبر الانستغرام من حيث متغير الجنس

الإجابات	الجنس				المجموع	
	ذكر		أنثى			
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
لإعجابك بنفسك وتباهي	12	%4.84	13	%5.24	25	%10.08
لتحقيق الشهرة	03	%1.21	05	%2.02	08	%3.23
لتسهيل وصول إليك من خلال صورك	46	%18.55	04	%1.61	50	%20.16

للحصــــول علـــى تعليقــات وتفاعــل مع صورك	16	%6.45	05	%2.02	21	%8.47
لا أنشــر صــوري الخاصة	25	%10.08	119	%47.98	144	%58.06
المجموع	102	%41.13	146	%58.87	248	%100

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ نسبة 58.06 % لا ينشرون صورهم الخاصة على موقع أنستغرام وكانت هذه النسبة مدعمة من فئة الإناث و نسبة 20.16 % ينشرون صورهم عبر موقع أنستغرام من أجل تسهيل الناس إليهم وكانت هذه النسبة مدعمة بقوة من طرف فئة الذكور بينما نسبة 10.08 % يقومون بنشر صورهم الخاصة على موقع الأنستغرام بغية الإعجاب بأنفسهم والتباهي بها ونجد أن هذه النسبة مدعمة أكثر بفئة الإناث و نسبة 8.47 % يقومون بنشر صورهم الشخصية في الأنستغرام بهدف الحصول على التعليقات والتفاعل مع صورهم ونلاحظ أن هذه النسبة مدعمة أكثر بفئة الذكور في حين أن نسبة 3.23 % ينشرون صورهم الشخصية من أجل تحقيق الشهرة ونجد أن هذه النسبة مدعمة أكثر بفئة الإناث .

وتعود هذه النسبة الكبيرة من من المبحوثين في عدم نشر صورهم الخاصة عبر موقع أنستغرام خاصة فئة الإناث بحكم التقاليد التي ترعرعنا عليها ،حيث اشارت معظم الدراسات أن الافراد الذين لاينشرون صورهم هم اكثر نسبيا في احترام الذات ،واكثر ثقة في النفس ، واكثر التزاما بالقيم الاخلاقية والدينية للمجتمع الذي ينتمون اليه وهذا ما يمنعهم من عدم نشر صورهم خاصة فئة الاناث، بينما نجد فئة التي تنشر صورها ينظر اليهم بانهم اقل اعجابا بانفسهم واقل نجاحا وهم اقل انفتاحا على تجارب جديدة ويتسمون با لشخصية النرجسية.

جدول رقم24: يمثل تأثير السمات الشخصية على نشر الصور الخاصة عبر الانستغرام من حيث متغير السن

الإجابات	السن			المجموع	
	23-18	29-24	30 فما فوق		

	ت	ن	ت	ن	ت	ن	التكرار	النسبة
لإعجابك بنفسك وتباهي	14	%5.64	09	%3.63	02	%0.81	25	%10.08
لتحقيق الشهرة	04	%1.62	04	%1.61	00	%00	08	%3.23
لتسهيل وصول إليك من خلال صورك	16	%6.45	24	%9.68	10	%4.03	50	%20.16
للحصول على تعليقات وتفاعل مع صورك	11	%4.44	10	%4.03	00	%00	21	%8.47
لا أنشر صوري الخاصة	69	27.82 %	46	%18.55	29	%11.69	144	%58.06
المجموع	114	45.97 %	93	%37.5	41	%16.53	248	%100

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن نسبة 58.06 % من المبحوثين لا ينشرون صورهم الخاصة بهم على موقع أنستغرام ونجد هذه النسبة مدعمة أكثر بالفئة العمرية ما بين 18 سنة و 23 سنة في حين أن 20.16 % من أفراد العينة يقومون بنشر صورهم الخاصة عبر موقع أنستغرام بهدف تسهيل وصول الأخرين إليهم وكانت هذه النسبة مدعمة أكثر بالفئة العمرية ما بين 24 و 29 سنة ، في حين نجد أن نسبة 10.08 % ينشرون صورهم الخاصة من أجل الإعجاب بأنفسهم والتباهي بها وكما نرى أعلاه أن هذه النسبة تدعمت أكثر بالفئة العمرية ما بين 18 و 23 سنة بينما 8.47 % أيضا يقومون بنشر صورهم الخاصة في موقع ألانستغرام من أجل الحصول على التعليقات وقد تدعمت هذه النسبة بالفئة العمرية ما بين 18 و 23 سنة أيضا في حين نجد أن نسبة 3.23 % من أفراد العينة يقومون بنشر صورهم الخاصة في موقع الأنستغرام بهدف تحقيق الشهرة وقد تدعمت هذه النسبة بالفئة العمرية مناصفة ما بين 18و 23 سنة و الفئة العمرية ما بين 24 و29 سنة.

وتعود هذه النسبة من أفراد العينة إلى أن الفئة العمرية ما بين 18 سنة و 23 سنة الأكثر إستخداما لموقع التواصل الإجتماعي أنستغرام ،تعتبر هذه الفئة اكثر نشاط وتفتحا على تجارب جديدة واكثر ميلا على مغامرة ،حيث لا تقوم هذه الفئة بالتحديد بنشر صورهم الشخصية عبر حساباتهم في الموقع لانها اكثر وعيا وتتسم بالانظباط الذاتي والاخلاقي لهذا لا يولون أهمية كبيرة بنشرصورهم الخاصة إلا في الحدود الخاصة بينهم وبين أصدقائهم ، ونظرا أيضا لإهتمام هذه الفئة الشابة بمتابعة حسابات المشاهير في شتى المجالات وولعهم بهم وبما ينشرون.

جدول رقم25: يمثل تأثير السمات الشخصية على نشر الصور الخاصة عبر الانستغرام من حيث متغير الحالة الإجتماعية.

الإجابات	الحالة الاجتماعية								المجموع	
	أعزب (ة)		متزوج (ة)		مطلق (ة)		أرمل (ة)			
	ت	ن	ت	ن	ت	ن	ت	ن	التكرار	النسبة
لإعجابك بنفسك وتباهي	24	%9.68	01	%0.40	00	%00	00	00 %	25	%10.08
لتحقيق الشهرة	05	%2.02	03	%1.21	00	%00	00	00 %	08	%3.23
لتسهيل وصول إليك من خلال صورك	46	%18.55	04	%1.61	00	%00	00	00 %	50	%20.16
للحصول على تعليقات وتفاعل مع صورك	19	%7.66	02	%0.81	00	%00	00	00 %	21	%8.47
لا أنشر صوري الخاصة	118	%47.57	26	%10.49 11	00	%00	00	00 %	144	%58.06
المجموع	212	%85.48	36	%14.52	00	%00	00	00 %	144	%58.06

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن نسبة 58.06 % من المبحوثين لا ينشرون صورهم الخاصة بهم على موقع أنستغرام ونجد هذه النسبة مدعمة أكثر بفئة العزاب في حين أن 20.16 % من أفراد العينة يقومون بنشر صورهم الخاصة عبر موقع أنستغرام بهدف تسهيل وصول الأخرين إليهم وكانت هذه النسبة مدعمة أكثر بفئة العزاب أيضا ، في حين نجد أن نسبة 10.08 % ينشرون صورهم الخاصة من أجل الإعجاب بأنفسهم والتباهي بها وكما نرى أعلاه أن هذه النسبة تدعمت أكثر بفئة العزاب كما هو موضح أعلاه بينما 8.47 % أيضا يقومون بنشر صورهم الخاصة في موقع الانستغرام من أجل الحصول على التعليقات وقد تدعمت هذه النسبة بفئة العزاب أيضا في حين نجد أن نسبة 3.23 % من أفراد العينة يقومون بنشر صورهم الخاصة في موقع الأنستغرام بهدف تحقيق الشهرة وقد تدعمت هذه النسبة بفئة العزاب.

وترجع هذه النسب الكبيرة لكون أن الحالات الإجتماعية للأشخاص تختلف بالنسبة للعازب أو للعازبة أو للمتزوج أو للمتزوجة أو للمطلق أو المطلقة أو حتى للأرامل ، فلا تستطيع مثلا إمرأة متزوجة بنشر صورها لأنها متزوجة في حين نجد أن العزاب إناثا أو ذكورا الحريات متوفرة سواء بنشر صورهم الخاصة أو بإستخدام موقع أنستغرام بالهدف الذي يصبون إليه سواء للشهرة أو جلب التعليقات بمعنى السياقات تختلف في مثل هكذا أوضاع فللحريات الشخصية دور أيضا بنشر الصور الشخصية ووضعها متاحة للأصدقاء أو المتابعين منهم .

نتائج الدراسة والفرضيات:

من خلال دراستنا لهذا الموضوع استطعنا التوصل إلى جملة من النتائج منها ما يتعلق باختبار فرضيات الدراسة وما يتعلق بأسئلة الدراسة نذكر منها:

نتائج فرضيات:

- **الفرضية الأولى: والتي تنص على "وجود فروق ذات دلالة في تأثير السمات الشخصية على نشر صور الخاصة عبر الانستغرام من حيث متغير الجنس" .**

من خلال النتائج المتحصل عليها من مقياس العوامل الكبرى للشخصية لكوستا وماكري والجداول الدراسة، توصلنا إلى وجود فروق دالة من حيث متغير الجنس ب58,0%من الإناث أكثر استخداما لأنستغرام ولا ينشرون صورهم فيه مما يعني أنهم يتميزون بتقدير الذات وأكثر التزاما بالقيم الأخلاقية والدينية في مجتمع وهذه السمات من بعد حسن المعشر(مقبولية)وهي" شخصية الاجتماعية" ،والذكور 20%من ينشرون صورهم وهذا ما يجعلهم اقل إعجابا بشخصيتهم ويشعرون بالوحدة والانعزال وكثري القلق و النرفزة وهذه من سمات بعد العصابية وغالبا ما يتصفون" بالشخصية النرجسية."ومنه نستنتج أن الفرضية أعلاه صحيحة من خلال ما تبينه الجداول رقم 1،17،23.

- **الفرضية الثانية: والتي تنص على "وجود فروق ذات دلالة في تأثير السمات الشخصية على نشر الصور الخاصة عبر الاننستغرام من حيث متغير السن."**

من خلال النتائج المتحصل عليها من مقياس العوامل الكبرى للشخصية من إعداد كوستا وماكري وجداول الدراسة، توصلنا أن هناك فروق دالة من حيث متغير السن ب45،47%من الفئة عمرية (23.18)أكثر تفاعلا واستخداما للانستغرام ومشاركة الصور مع الأصدقاء وأكثر انفتاحا وانبساطا على خوض تجارب جديدة كونها مرحلة التحصيل الدراسي وبناء الشخصية والبحث عن الاستقلالية وعادة ما يرغب هؤلاء في تجديد الأنشطة وهي من سمات "الشخصية الانبساطية"،في حين الفئات أخرى كانت اقل تجاوبا واستخداما لانستغرام نظرا عوامل اجتماعية ونفسية وبيولوجية وتتميز بسمات تحفظ والانغلاق ولا تحب تواصل مع

الآخرين مما يجعلها لا تنشر صورها الشخصية خوفا من عدم التقبل أو الخجل وهذه من سمات "الشخصية المتحفظة" ، ومنه نستنتج أن الفرضية الثانية صحيحة من خلال ما تبينه الجداول رقم 18،17،2،23.

- **الفرضية الثالثة: والتي تنص على وجود فروق ذات دلالة في تأثير السمات الشخصية على نشر الصور الخاصة عبر الانستغرام من حيث متغير الجنس.**

من خلال النتائج المتحصل عليها من مقياس العوامل الكبرى للشخصية لكوستا وماكري وجداول الدراسة، توصلنا أن هناك فروق دالة من حيث الحالة الاجتماعية بين فئة العزاب 85% ممن يستخدمون الانستغرام كثيرا فهم يمثلون فئة الأكثر نشاط وتفرغا لتصفح مواقع الاجتماعية ومختلف الممارسات عبر هذه المنصات منها نشر الصور ومشاركتها مع الأصدقاء من اجل تخلص من الروتين اليومي بسبب

تحررهم من المسؤوليات الاجتماعية وعادة ترغب هذه الفئة في تجديد الأنشطة وهذا ما يتسم به بعد الانفتاح على الخبرة وهم من "الشخصيات المنفتحة"،على عكس فئة المتزوجين فهم مرتبطون بأشغال والتزام بالواجبات وتقيد بالقيم الأخلاقية و مسؤوليات عائلية تجعلهم اقل خبرة على التفتح والتصفح ويكونوا أكثر تمهلا ونزوعا إلى تفكير قبل القيام باي فعل وخاصة بنشر صورهم بسبب تقيدهم بالقيم الاجتماعية والسياسية والدينية وهذا من سمات "شخصية المتحفظة"،ومنه نستنتج أن الفرضية الثالثة صحيحة من خلال ماتبينه الجداول 20،25،17،3.

هناك علاقة بين السمات الشخصية ونشر الصور عبر موقع الانستغرام ،وذلك من خلال ما نستنتجه من هذه الدراسة ان لكل فرد شخصيته التي تميزه عن غيره ،وتعطيه انطباعا وصفات وسمات محددة والتي تجعل الاخرين يتخذون قرارات سريعة حول شخصية المستخدم لمجرد رئية صورته ، فالافراد الذين ينشرون صورالكثير من صورهم الشخصية "من صور السلفي"ينظر اليهم بشكل عام على انهم اقل اعجابا بشخصيتهم ، واقل نجاحا في حياتهم الشخصية ولديهم القليل من الشعور بالامان وهم اقل انفتاحا على تجارب الجديدة من الافراد الذين يشاركون عدد اكبر من الصور التي تم التقاطها بواسطة شخص اخر،لان مشاعر اتجاه شخص الذي نشر صورته الخاصة كانت سلبية، وكان مشاعر حول شخص الذي نشر صورة اخرى توضح ماقام به ايجابية مثل :صور عن انجازات او رحلة سفر، وذلك يظهر بعض

الاشارات البصرية ، بغض النظر عن السياق التي تستدعي اما استجابة ايجابة اوسلبية على وسائل التواصل الاجتماعي "انستغرام" قيما يتعلق بنشرالصور,

نتائج الدراسة:

من خلال دراستنا لهذا الموضوع استطعنا التوصل الى جملة من النتايج منها بما يتعلق باسئلة الدراسة ومنها مايتعلق باختبار فرضيات نذكر منها:

نتائج متعلقة باسئلة الدراسة:

- نلاحظ ان اغلب افراد عينة الدراسة هم من فئة الاناث بنسبة قدرت 58,87%ونسبة الذكور قدرت 41,13%ونسبة 85,48%اعزب تتراوح اعمارهم مابين 18الى 23 سنة.
- اكدت الدراسة ان نسبة37%من الطلاب الجامعة يستخدمون موقع الانسترام لاكثر من ثلاث سنوات،وبنسبة88,30%منهم من يمتلكون حساب واحدا عبر انستغرام.
- أضهرت الدراسة ان نسبة 59,27%من الطلاب حساباتهم مفتوحة على الاصدقاء فقط.
- كما اكدت الدراسة ان معدل استخدامه للانستغرام يوميا 53,23%في اقل من ساعة في يوم ، في حين انه يفضل تصفحه في كل الاوقات وبنسبة 43,55%.
- بينت هذه الدراسة ان نسبة متابعين لطلاب على حساباتهم 52,02% كانت اقل من 100متابع،وان أكثر الاصدقاء من جنس الاناث52,42%وذلك لطبيعة عينة العشوائية فئة الاناث اكثر من الذكور.
- اضهرت الدراسة أن نسبة 40,73%ان طبيعة الصورالتي ينشروها هي صور رمزية والتي يعبرون بها على مشاكلهم ويمكن في ضوئها التنبؤ بسلوكه ومشاعره.
- واكدت الدراسة ان الطلاب الجامعة لاينشرون صورهم عبر الانستغرام ب58,06%وهذا يؤكد ان نسبة تقدير الذات وتقيدهم بالقيم الاجتماعية والدينية في مجتمع الذي ينتمون اليه.
- كما بينت النتائج ان مايضعه الطالب الجامعي من صور في حسابه عبر الانستغرام يعكس شخصيته الحقيقة لانه من خلالها يعبر عن مايختلج في نفسه للاخرين.
- جاءت نتائج الدراسة ان الاشخاص الذين لاينشرون صورهم الشخصية يتسمون بدرجة عالية من تقدير الذات ويميلون الى الحصول على مزيد من متابعي انستغرام ومتابعة المزيد من المستخدمين كذالك.

- االثبتت الدراسة ان الشخصية الغالبة هي "الشخصية الاجتماعية انبساطية "مما يعني ان افراد العينة من محبي العمل مع الاخرين ويحترمون التقاليد والسلطة ويميلون للعيش وفق قواعد قد تكون علمية أو موضوعية أو عقائدية.
- تشير النتائج ان بعد "حسن المعشر(المقبولية)"كان اعلى انتشارا بين افراد العينة، ويليه حيوية الضمير "التفاني"،الانفتاح على الخبرة والانبساطية وفي حين كان عامل العصابية اقل انتشارا وهذا ماتميزت به عينة الدراسة.
- تشير نتائج االدراسة ان حسن المعشر جاء في اعلى مراتب من بين العوامل الخمسة الكبرى لدى عينة البحث ، وعلى نقيض حسن المعشر جاء بعد العصابية في ادنى المراتب ،وهذا مايفسر النتيجة مسترشدين بالسمات الفرعية لهذا العامل والتي تدل على ان طلاب الجامعة الاغواط الذين يتميزون بالشخصية الانبساطية لديهم درجة كبيرة من الانفتاح والشعور بالدفء الحاجة للاخرين لديه حيوية ونشاط ويشعر بالملل عندما يكون بمفرده اكثر ثقة بالنفس وتقديرا للذات وكل هذه السمات تجسدت في بعد الحسن المعشر .

خاتمة

وفي الاخير نستنتج بان التطور تكنولوجيا الاتصال ادي الي انتاج وسائل اتصال جديدة عملت على تغيير العلاقات الاجتماعية بحيث يقضي المستخدم وقتا طويلا امام شاشة الكمبيوتر دون ان يشعر بذالك ومن تكنولوجيا الاتصال الجديدة نجد مواقع التواصل الاجتماعي التي اصبحت لها دور فعال فبي مختلف المجتمعات باختلاف حاجاتها وخصائصها حيث اصبحت وسيله سهلة للاتصال ومن ابرز هذه المواقع الإنستغرام حيث حصد شهرة ومكانة كبيره بين افراد المجتمع ليتجاوز بذالك عدد مستخدمي الفيسبوك والتويتر وذلك لما له من خصائص تميزه عن غيره من المنصات الاجتماعية من ابرزها خاصيه نشر الصور وتعديلها واضافة فلاتر عليها ومشاركتها مع الاخرين ولهذا جاءت الدراسة في مجملها محاولة كشف التأثير بين السمات الشخصية ونشر الصور عبر الإنستغرام وعلاقة هذه السمات باستخدام مواقع التواصل الاجتماعي وطبيعة الصور التي ينشرونها عبر الإنستغرام حسب الفروقات الفردية للسمات المحددة التي يتميز بها كل فرد عن غيره

وتبين من خلال دراستنا ان هناك تأثير واضح للسمات الشخصية علي نشر الصور عبر الإنستغرام وان الشخصية الغالبة لطلبة الجامعيين من عينه الدراسة شخصيته اجتماعية (انبساطية)تتمتع بالنشاط والحيوية.

الاقتراحات والتوصيات :

1) اجراء دراسات مكثفة حول شخصيات افراد مستخدمين المواقع التواصل الاجتماعية
2) اجراء دراسات معمقة لأنماط الشخصية للأفراد الذين يشاركون حياتهم الخاصة على موقع إنستغرام
3) الكشف عن علاقة بين العوامل الخمسة الكبرى للشخصية و استخدام شبكات تواصل الاجتماعي
4) اجراء دراسات تحليله للصور الخاصة التي ينشروها المستخدمين عبر حساباتهم.
5) اجراء دراسات مشابهة للبحث الحالي علي عينات مختلفة من مستخدمي الإنستغرام
6) اجراء بحوث حول العوامل الخمسة الكبرى للشخصية وعلاقتها بالصحة النفسية لمستخدمي موقع الإنستغرام

الفصل الثالث :ـــــــ

قائمة المراجع

قائمة المراجع

قائمة المراجع:

الكتب:

1- إبراهيم أبراش ـ**المنهج العلمي وتطبيقاته في العلوم الاجتماعية**ـ ط1ـدار النشر والتوزيع ـعمان ـ الاردن ـ2000ـ.
2- ابن منظور:**لسان العرب**،المجلد الثالث ،ط1،دار صادرة للطباعة وللنشر، بيروت، لبنان،1997.
3- أحمد كامل سهير،**سيكولوجية الشخصية**،ط1،مركز الإسكندرية للكتاب،الإسكندرية مصر،2003،
4- إيمان خليفة، حروب مواقع التواصل الإجتماعي، ط1، العربي للنشر والتوزيع، القاهرة،2016.
5- بني جابر وآخرون ،**المدخل إلى علم النفس**،ط1،دار الثقافة للنشروالتوزيع ،عمان ،الاردن ،2000 .
6- حلمي خضر ساري، **التواصل الإجتماعي الأبعاد والمبادئ والمهارات**، دار كنوز المعرفة، الأردن. ط1 ، سنة2014،.
7- حليمة قادري، **التواصل الإجتماعي**، درا المعرفة للنشر والتوزيع،سنة 2016
8- الداهري ،صلاح كبسي وهيب ،**علم النفس العام** ،ط1،دار كندري للنشر والتوزيع،الأردن،1999
9- رسم محمد جمال ،**مقدمة في مناهج البحث في الدراسات الإعلامية** ،مركز جامعة القاهرة لتعليم المفتوح ،1995
10- الزهران حامد عبد السلام،**الصحة النفسية والعلاج النفسي**،ط4،عالم الكتب ،القاهرة،2005،.
11- سماعيل عبد الفتاح عبد الكافي، **شبكات التواصل والإنترنت والتأثير على الأمن القومي والاجتماعي**،ط1، المكتب العربي للمعارف، القاهرة،سنة 2016
12- سمير محمود حسن ،**دراسات في مناهج البحث العلمي بحوث الإعلام**،القاهرة ،ط2،1995،.
13- سيد أحمد مصطفى عمر ـ **البحث العلمي واجرءاته ومناهجه** ،القاهرة ، مكتبة الفلاح ،2002،

14- سيد محمد غنيم ، **سيكولوجية الشخصية محدداتها ، قياسها** ،نظرياتها،دار النهضة العربية، الإسكندرية، مصر دار الكتاب الجامعي
15- سيد محمد غنيم ، **سيكولوجية الشخصية محدداتها وقياسها** ،نظرياتها،دار النهضة العربية، الإسكندرية.
16- صبحي سيد ،**الإنسان وصحته النفسية** ،دار المصرية اللبنانية، القاهرة،مصر ،2003،.
17- صلاح العلي، **مهارات التواصل الإجتماعي أسس ومفاهيم وقيم**،ط1،مكتبة دار الحامد للنشر والتوزيع،عمان، سنة 2015،.
18- عبد الخالق احمد محمد،**استخبارات الشخصية**،ط3، دار المعرفة الجامعية،2000
19- عبدالرحمن إبراهيم الشاعر، **مواقع التواصل الإجتماعي والسلوك الإنساني**،ط1.عمان.دار صفاء للنشروالتوزيع،سنة2015.
20- عسيلة محمد،**سيكولوجية الشخصية**،مكتبة طالب الجامعي ، غزة ،2005
21- علي خليل شفرة، الإعلام الجديد: **شبكات التواصل الإجتماعي**، ط1، الأردن،دار أسامة للنشر والتوزيع،سنة2014
22- عماد عبد الرحيم الزغلول،علي فاتح الهنداوي،**مدخل إلى علم النفس** ، ط8، دار الكتاب الجامعي ، العين، الامارات
23- عماد عبد الرحيم الزغلول،علي فاتح الهنداوي،**مدخل إلى علم النفس** ، ط8، دار الكتاب الجامعي ، العين، الامارات، 2014
24- فيصل محمد عبد الغفار، **شبكات التواصل الإجتماعي**، ط1.عمان.الجندارية للنشر والتوزيع، سنة 2016،
25- كمال محمد محمد عويضة،**علم نفس الشخصية**،ط1،دار الكتب العلمية،بيروت ، لبنان ،1996.
26- محمد حسن إحسان،**الأسس العلمية لمناهج البحث الاجتماعي** ،ط1،دار الطليعة للطبع والنشر ،بيروت ،1982،.
27- محمد زيان عمر ،**البحث العلمي .منهجية وتقنيات** ،دار الشروق ، جدة ،1983،
28- محمد عبد الحميد،**البحث العلمي في الدراسات الإعلامية**، القاهرة ،عالم الكتب ،ط1،.
29- محمد عبيدات ـمحمد ابونصارـ**منهجية البحث العلمي ـقواعد ومراحل وتطبيقات** ـط2ـ عمان ،دار الوائل لنشر،1999,.
30- محي الدين إسماعيل محمد الديهي، **تأثير شبكات التواصل الإعلامية على جمهور المتلقين**،ط1، مكتبة الوفاء القانونية، الإسكندرية، سنة2015
31- مصطفى حميد الطائي ـخير ميلاد ابو بك ـ**مناهج البحث العلمي وتطبيقاتها في الاعلام والعلوم سياسية** ـالاسكندرية ـدار الوفاءـ2007

32- منال محمد عباس، **القيم الإجتماعية في عالم يتغير**، الإسكندرية، دار المعرفة الجامعية،
33- موريس أنجرس ـ**منهجية البحث العلمي في العلوم الانسانية**ـ**ط2**ـتر ـ بوزيد صحراوي ـ الجزائر ـدار قصبةـ.
34- وائل مبارك خضر فضل الله، **أثر الفيسبوك على المجتمع**، ط1، مدونة شمس النهضة الخرطوم، السودان، سنة2010
35- وسام فاضل راضي، مهند حميد التميمي، **الإعلام الجديد تحولات اتصالية ورؤى معاصرة**، دولة الإمارات العربية المتحدة، الجمهورية اللبنانية،ط1 ، دار الكتاب الجامعي ،سنة2017،

قائمة المراجع

مذكرات ومنشورات:

. الرواشدة رائف ، **العلاقة بين العوامل الخمس الكبرى في الشخصية وأنماط الشخصية المهنية**،رسالة ماجستير غير منشورة ، كلية العلوم التربوية، جامعة مؤته، الاردن،2007،

1. حسناء غويلة، سامية سدايرية، مروة رميلي، مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر، دور شبكات التواص نضال عبد اللطيف الشمالي ـالعوامل الخمسة للشخصية وعلاقتها بالاكتئاب لدى مرضى المترددين على مركز غزة مجتمعي ـاستكمالا لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في التربية ـ تخصص الصحة النفسية والمجتمعية -2015م
2. خولة حمادية، مريم قاسم، مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر، دور مواقع التواصل الإجتماعي في تنمية العمل التطوعي، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، سنة 2014-2015،
3. رشيدة فاريش ، مذكرة تخرج لنيل شهادة ماستر، **تأثير مواقع التواصل الاجتماعي في انتشار الجريمةالإلكترونية في وسط المراهقين**، جامعة آكلي محند أولحاج، البويرة، سنة 20 دار الكتاب الجامعي 17-2018،
4. سعيد بو معيزة أثر وسائل الاعلام والسلوكيات لدى شباب الجامعي ـأطروحة دكتوراه دولة في علوم إعلام واتصال ، غير منشورة، جامعة الجزائر، 2006 محمد السيد ومحمد الزعيلاوي، **تربية المراهق بين الإسلام وعلم النفس**، رسالة دكتوراه ،مؤسسة الكتب الثقافية،199
5. سعيد بو معيزة **أثر وسائل الاعلام والسلوكيات لدى شباب الجامعي** ـأطروحة دكتوراه دولة في علوم إعلام واتصال ، غير منشورة، جامعة الجزائر، 2006،.
6. سوسن حسن علي، رسالة مقدمة لنيل دكتوراه في علم النفس التطبيقي،**استخدام مراقع التواصل الاجتماعي وعلاقته بالصحة النفسية وبعض سمات الشخصية لدى طلاب جامعة الجزيرة**، السودان ،2018.
7. مريم بربيش، ياسمينة بلحوت، مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر، **تأثير مواقع التواصل الإجتماعي على التحصيل الدراسي لدى التلاميذ الجزائريين**، جامعة آكلي محند او لحاج، البويرة.سنة 2018-2019
8. موهون فريال ،وقاف نورة ـ سنة الجامعية ـ 2018-2019**دور الانستقرام في تحفيز الشاب الجامعي على العمل التطوعي**ـ مذكرة تقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة ليسانس في علوم الإعلام واتصال ـ كلية العلوم الإنسانية والعلوم الاجتماعية ـ قسم علوم الإعلام والاتصال ـ تخصص اتصال وعلاقات عامة ـ جامعة محمد بوضياف ـ مسيلة.
9. نضال عبد اللطيف الشمالي **ـالعوامل الخمسة للشخصية وعلاقتها بالاكتئاب لدى مرضى المترددين على مركز غزة مجتمعي** ـاستكمالا لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في التربية ـ تخصص الصحة النفسية والمجتمعية -2015م

المجلات العلمية:

1. ، الصحة النفسية، خميس17-08-2017**ـانستغرام قادر على تشخيص الاكتئاب وفق دراسة علمية** ـ. مجلة سيدتي ـالنهضة نيوز،نشرت بتاريخ 21-08-2019،سا38:22-
10. رمضان محمد ألقذافي،**الشخصية نظرياتها وا**

2. الرويتع عبد الله والشريفي حمود:**أبعاد الشخصية وعلاقتها ببعض المتغيرات**،مجلة الآداب والعلوم الانسانية، العدد50،2003،السعودية،
3. مجلة سيدتي ، الصحة النفسية، خميس17-08-2017**ـانستغرام قادر على تشخيص الاكتئاب وفق دراسة علمية** ـ. مجلة سيدتي.saydaty .net
4. يوسف حمه ـصالح مصطفى واسيل اسحاق بتو **ـالعوامل الخمسة الكبرى في الشخصية وعلاقتهم بتقيم الذات تحصيلي لدى طلبة الجامعة** ـ مجلة كلية الادب، العدد77.
5. يونس فيصل وخليل الهام ـ**نموذج العوامل الخمسة للشخصية:التحقق من الصدق وإعادة الإنتاج عبر الحضاري**، مجلة دراسات النفسية، المجلد17ـالعدد3،2007
6. يونس فيصل وخليل الهام ـ**نموذج العوامل الخمسة للشخصية:التحقق من الصدق وإعادة الإنتاج عبر الحضاري**، مجلة دراسات النفسية، المجلد17ـالعدد3،2007
7. يونس فيصل وخليل الهام ـ**نموذج العوامل الخمسة للشخصية:التحقق من الصدق وإعادة الإنتاج عبر الحضاري**، مجلة دراسات النفسية، المجلد17ـالعدد3،2007.

المراجع الالكترونية:

1. يناير على موقع واي باك مشينar. m.wikipedia.org.self-imag-ترجمة حسب المعجم الطبي الموحد-نسخة محفوظة
2. عبد الرحمن احمد حريري - 2009/04/23- مدونة البحث العلمي - الاستبيانات الالكترونية - تاريخ الدخول15/06/.2020- سا17:35.
3. لنهضة نيوز،نشرت بتاريخ 21-08-2019،سا22:38- دراسة بعنوان **صور السلفي وعلاقتها في تحديد شخصيتك** ، تم استرادها بتاريخ 25-06-2020،سا17:42،com. alnahdanews.

قائمة الملاحق

جامعة عمار ثلجيي بالأغواط

كلية العلوم الإنسانية وعلوم الإسلامية والحضارة

قسم علوم الإعلام والاتصال

نموذج عن استمارة استبيان الكترونية

الصور الخاصة وعلاقتها بالسمات الشخصية لدى عينة من طلبة علوم الإعلام والاتصال جامعة الاغواط نموذجا

السلام عليكم ورحمة الله تعالى وبركاته.

أخي (تي)الفاضل(ة):

نضع بين أيدكم هذه الاستمارة التي تعتبر أداة مهمة جدا لدراستنا المتعلقة بانجاز مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر تحت عنوان "الصور الخاصة عبر الانستغرام وعلاقتها بالسمات الشخصية لعينة من طلبة إعلام واتصال جامعة الأغواط نموذجا". باعتمادنا على "مقياس العوامل الخمسة الكبرى للشخصية" من إعداد (كوستا وماكري1992).

لهذا نلتمس منكم التكرم بالإجابة على جميع فقرات الصحيفة بدقة وموضوعية لغرض جمع البيانات الضرورية التي تستوفي أغراض البحث،ويرجى الإجابة على كل تساؤلات الاستبيان وذلك بوضع علامة(×)في مربع .

علما بأن هذه الإجابات ستبقى سرية ولن تستخدم إلا لغرض البحث العلمي.

ولكم مني فائق الشكر والتقدير.

السنة الجامعية 2019-202

المحور الاول :البيانات الشخصية

1) **الجنس:** ذكر ☐ أنثى ☐

2) **السن :** 18- 23 ☐ 24 -29 ☐ 30 فما فوق ☐

3) **الحالة الإجتماعية** : أعزب(ة) ☐ متزوج(ة) ☐ مطلق(ة) ☐ أرمل (ة) ☐

المحور الثاني : عادات وأنماط إستخدام الإنستغرام

4) كم لديك حساب على الانستغرام؟

- حساب واحد ☐ - اثنان ☐ - أكثر من حسابين ☐

5) منذ متى وأنت تمتلك حساب على الانستغرام؟

- اقل من سنة ☐ - من سنة إلى ثلاث سنوات ☐ - أكثر من ثلاث سنوات ☐

6) حسابك مفتوح على :

- الأصدقاء فقط ☐ - على العامة ☐

7) ما هو عدد أصدقائك في حسابك في الانستغرام ؟

- اقل من 100 ☐ - من 100الى300 ☐ - من301الى500 ☐ - أكثر من500 ☐

8) أكثر أصدقائك في حسابك على الانستغرام من جنس ؟

- إ نا ث ☐ - ذكور ☐ - بنفس العدد ☐

9) ما هو معدل الوقت الذي تقضيه في استخدامك للانستغرام؟

- اقل من ساعة في اليوم ☐ - من ساعة إلى ثلاث ساعات ☐ - أكثر من ثلاث ساعات في اليوم ☐

10) ما هي الفترة المفضلة لك في استخدام الانستغرام؟

- الصباح ☐ - الظهيرة ☐ - مساءا ☐ - ليلا ☐ - كل الأوقات ☐

11) ماهي الصور التي تضعها على صفحتك الشخصية في الإنستغرام ؟

- صورتك الشخصية ☐ - صورة رمزية ☐ - صورة طبيعية ☐ شعار ☐

12) ما هي دوافع نشر صورك الشخصية(الخاصة) في حسابك على الانستغرام؟

- لإعجابك بنفسك وتباهي ☐ - لتحقيق الشهرة ☐ - لتسهيل وصول إليك من خلال صورك ☐
- للحصول على تعليقات وتفاعل مع صورك ☐ - لا أنشر صوري الخاصة ☐

13) أغير صوري عبر الانستغرام بشكل ؟

- يومي ☐ - كل ثلاث أيام ☐ - أسبوعيا ☐ - نادرا ☐ .

14) إذا كنت لا تنشر صورك الخاصة عبرالانستغرام فلماذا ؟

- أخاف أن يتم استغلال صوري في أمور لا تعجبني ☐
- بسبب عادات وتقاليد منطقتنا التي تمنعني من ذلك ☐
- لأنني لا أحب أن أشارك الآخرين حياتي الخاصة ☐
- لان حياتي الاجتماعية لا تسمح لي بنشر صوري الخاصة ☐

15) لماذا تنشر صورك الخاصة ؟

- لأنك تحب أن تظهر بشخصيتك الحقيقية ☐
- لأشارك الآخرين صوري الخاصة ☐
- لأنك تحب الإثارة في الآخرين ☐
- لأنك شخص منفتح ولا تشعر بالإحراج ☐

16) هل ما تضعه من صور في حسابك على الانستغرام يعكس شخصيتك الحقيقية ؟ - نعم ☐ - لا ☐

المحورالثالث:قياس الشخصية (مقياس العوامل الخمسة الكبرى من اعداد كوستا وماكري (costa&Mcrae 1992

ملاحظة : حاول اختيار الدرجة التي تعبر عما في شعورك وتصرفك وذلك بوضع (×)حول الرقم الدال مستخدما التدرج التالي :

1) غير موافق على الإطلاق
2) غير موافق
3) محايد
4) موافق
5) موافق جدا

العامل	الفقرات (العبارات)	غير موافق على اطلاق 1	غير موافق 2	محايد 3	موافق 4	موافق جدا 5
العصابية	**1) كثيرا ما أشعر بالتوتر و النرفزة** **2) كثيرا ما أشمئز من الناس الذين أتعامل معهم** **3) أحيانا تبدو لي الأشياء كئيبة وباعثة على اليأس إلى حدا ما** **4) في تعاملي مع الناس أشعر دائما بالرهبة من أن أرتكب فعلا اجتماعيا أحمقا**					
الانبساطية	**5) أستمتع حقا عندما أتحدث إلى الناس** **6) أرغب أن يكون حولي الكثير من الناس** **7) أنا شخص نشيط جدا** **8) أقوم أحيانا بأشياء لمجرد الابتهاج أو الإثارة** **9) أبتعد خجلا عن تجمعات الناس**					

الخبرة على الانفتاح	**10) أرى من الممتع لي تعلم هوايات جديدة وتطويرها** **11) أعتقد أن علينا الاعتماد على الشريعة الدينية في اتخاذ القرارات بشأن القضايا الأخلاقية** **12) أعد نفسي شخصا منفتحا فيما يتعلق بأسلوب حياة الآخرين** **13) أعتقد أن ولاء الشخص لمثله العليا أكثر أهمية من كونه ذا عقل منفتح** **14) أعتقد أن الأخلاقية الجديدة من الإباحية هي ليست أخلاقية على الإطلاق**					
حسن المعشر	**15) أميل إلى شك في دوافع الآخرين ومقاصدهم** **16) أعتقد أن معظم الناس الذين أتعامل معهم صادقون وجديرون بالثقة** **17) يعتقد بعض الناس أنني مغرور وأناني** **18) لا أهتم بالتباهي بمواهبي وانجازاتي** **19) أمتلك اعتقادا رفيعا بنفسي**					
حيوية الضمير	**20) أتقيد بصرامة مبادئ الأخلاقية** **21) أنا أمتلك قدرا كبيرا من الانضباط الذاتي** **22) في بعض الأحيان أتصرف أولا ثم أفكر بعد ذلك** **23) دائما أفكر في عواقب الأفعال قبل القيام بها**					