

---

**استخدامات الشباب لمواقع التواصل الاجتماعي وعلاقته بالعوامل  
الخمسة الكبرى في الشخصية لدى طلاب الجامعة  
(دراسة وصفية تحليلية لمستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي)\***

**إعداد**

أ.د/ أحمد البهي السيد وحيش  
استاذ علم النفس المعرفى المتفرغ  
كلية التربية النوعية - جامعة المنصورة

مروه إبراهيم الششتاوى محمد  
المعيد بقسم العلوم التربوية والنفسية  
كلية التربية النوعية - جامعة المنصورة

أ.د/ فؤاد حامد المواقى  
استاذ الصحة النفسية المتفرغ  
كلية التربية  
جامعة المنصورة

أ.م.د/ عصام محمد زيدان  
أستاذ الصحة النفسية المساعد  
ورئيس قسم الصحة النفسية  
كلية التربية- جامعة المنصورة

مجلة بحوث التربية النوعية - جامعة المنصورة

عدد (٣٤) - إبريل ٢٠١٤

\* بحث مستل من رسالة ماجستير

---



## استخدامات الشباب لمواقع التواصل الاجتماعي وعلاقته بالعوامل الخمسة الكبرى في الشخصية لدى طلاب الجامعة (دراسة وصفية تحليلية لمستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي)

إعداد

أ.د/ أحمد البهي السيد وحيش\*\*

أ.د/ فؤاد حامد الموافي\*

مروه ابراهيم الششتاوي محمد\*\*\*

أ.م.د/ عصام محمد زيدان\*\*\*

### المخلص :

هدفت الدراسة إلى التعرف على العلاقة الارتباطية بين استخدام مواقع التواصل الاجتماعية والعوامل الخمسة الكبرى في الشخصية قدمت الدراسة دراسة تحليلية وصفية لاستخدام كل نمط من أنماط الشخصية (العصابية- الانبساطية- المتفتح للخبرات - يقظة الضمير- الطبية) لمواقع التواصل الاجتماعي. وتكونت عينة الدراسة في صورتها النهائية من (٦٠٠) طالب و طالبة من طلاب جامعة المنصورة. واستخدمت الباحثة المنهج الوصفي الارتباطي المقارن، لدراسة الظاهرة محل الدراسة وبينت نتائج الدراسة الوصفية لأنماط الشخصية وتأثيرها علي استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، كما انه تتباين درجات الطلاب باختلاف أنماط الشخصية في كل من مدة الاستخدام، وعدد الاصدقاء، وعدد المجموعات المشترك بها، وعدد الاحداث التي حضرها، وعدد المجموعات والصفحات التي انشأها بنفسه، بالإضافة الي انه تختلف كل شخصية عن الاخرى في إعدادات الخصوصية، والوظائف والتطبيقات المتاحة علي مواقع التواصل الاجتماعي.

### مقدمة الدراسة:-

بمراجعة السنوات القليلة الماضية يتضح ان شبكة الانترنت قد غيرت من عادات مستخدميها من الشباب، بسبب الانتشار الكبير لمواقع الشبكات الاجتماعية التي جعلتهم المتحكمين في طبيعة المحتويات، والتي ينشرونها ويتبادلونها مع الاخرين بدرجة عالية من الحرية والابداع بدلا من الاستخدام القاصر على متابعة ما تقدمه شبكة الانترنت من مضمين .

\* أستاذ الصحة النفسية المتفرغ كلية التربية جامعة المنصورة

\*\* أستاذ علم النفس المعرفي المتفرغ كلية التربية النوعية جامعة المنصورة

\*\*\* أستاذ الصحة النفسية المساعد ورئيس قسم الصحة النفسية - كلية التربية - جامعة المنصورة

المعيد بقسم العلوم التربوية والنفسية - كلية التربية النوعية بالمنصورة - جامعة المنصورة

كما ساعدت مواقع التواصل الاجتماعي الشباب على التفاعل المباشر مع اصدقائهم ومعارفهم ، ومكنتهم ايضا من اقامة علاقات انسانية مبنية على الاهتمامات والأنشطة المشتركة ، وفي الوقت ذاته أثار استخدام مواقع التواصل الاجتماعي عددا من الإشكاليات المتعلقة بالوقت الذي يقضيه الشباب في استخدام تلك المواقع ، وحدود بياناتهم الشخصية التي يضعونها علي صفحاتهم ، وتفاعلاتهم مع مستخدمين لا يعرفونهم ، وغيرها من الاشكاليات الخاصة باستخدامات المواقع الاجتماعية.

هذا وقد ارتفعت نسبة استخدام الشباب لمواقع التواصل الاجتماعي من ٨% في فبراير ٢٠٠٥ الى ١٦% في أغسطس ٢٠٠٦، ثم الى ٣٧% في نوفمبر ٢٠٠٨، وفي سبتمبر ٢٠٠٩ استخدم حوالي نصف مستخدمي شبكة الانترنت من الشباب ما يقرب من ٤٧% مواقع التواصل الاجتماعي . ( Amanda Lenhart , Kristen Purcell et all,2010:4) ، كما أكدت وحدة التعليم الإلكتروني بجامعة المنصورة من خلال العدد السادس من مجلة التعليم الإلكتروني ان ٨١% من الشباب يستخدم مواقع التواصل الاجتماعي (أحمد عطوان محمد ، ٢٠١١: ٥٦)

بالإضافة إلي ان هذه المواقع يجذب إليها الشباب و الأطفال والمراهقين بالإضافة إلى كبار السن لما لها من قدرة على سرد الأحداث الجارية في المجتمع والعالم المحيط بنا ولذلك فهذه المواقع تؤثر على القيم وتكوينها لدى فئات المجتمع بمراحله العمرية المختلفة وقد تغير في اتجاهاته وميوله فهذه المواقع لها تأثير قوى على المجتمع ككل، بل ونجد لهذه الشبكات عدة تأثيرات على الشباب والعكس فإننا أيضاً من خلالها نستطيع التعبير عن مبادئنا وقيمتنا بل أيضا من خلالها قد نكشف عن شخصياتنا وتوجهاتنا وميولنا فالعلاقة بين استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وشخصيتنا وقيمتنا علاقة تبادلية فهي :-

- تسمح للشباب بحرية التعبير عن آرائهم وقضاياهم .
- تعمق مفهوم المشاركة والتواصل مع الآخرين وتعلم أساليب التواصل الفعال وقبول القضايا الخلافية.
- تساعد على التغلب على ما يسمى ببرود العلاقات الاجتماعية "العزلة الاجتماعية".
- تساعد على التعلم وذلك عن طريق تبادل المعلومات مع الآخرين .
- تساعد في تنشيط المهارات لدى المستخدم ،وتحقق قدرا لا بأس به من الترفية و التسلية
- تركز على دعائم النظرية القائلة بأن عمل الأفراد بشكل جماعي وفقا لشروط معينة يمكن أن يساعد على حل المشكلات بشكل أكثر فاعلية مقارنة بعمل أكثر أفراد المجموعة ذكاءا وتفوقا
- تساعد علي العمل وفق معايير مفتوحة ،وباستخدام برمجيات مفتوحة المصدر،واستخدام البيانات المجانية، وإعادة استخدام البيانات،والعمل في بيئة تتضمن قدر كبير من الابتكار.

ومع ذلك فإن استخدام المواقع الاجتماعية تكنولوجيا سلاح ذو حدين فرغم العديد من الخدمات والإيجابيات لا نحفى انه يوجد العديد من المخاطر أيضا،وتتمثل تلك المخاطر فيما يلي

إهدار الخصوصية، إهدار الوقت، أضرار سلوكية، مخاطر وأضرار صحية ((احمد عطوان محمد، ٢٠١١: ٥٨ - ٦٠)، (رنا محفوظ حمدي، ٢٠١٠))

### مشكلة الدراسة :-

ظهرت مشكله الدراسة عندما لاحظت الباحثة الاهتمام الشديد والمتزايد من جانب بعض الطلاب لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي Social Network Websites بل واعتمادهم عليها بشكل أساسى وضرورى بل وأصبحت من ضرورات حياتهم اليومية، مما دفع الباحثة للتساؤل حول العلاقة بين استخدام تلك المواقع و العوامل الخمسة الكبرى فى الشخصية لدى طلاب الجامعة .

كما لاحظت الباحثة الاختلاف بين الدراسات السابقة في البحث عن العلاقة بين عوامل الشخصية علي سلوك استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، فعند النظر إلي الشخصية العصابية نجد انه قد تتباين الآراء في طبيعة استخدامه لتلك المواقع، فنجد (Amichai-Hamburger & Ben -Artzi, 2003) وصف كيف ان الاكثر عصابية يستخدم مواقع التواصل الاجتماعي للتغلب علي الوحدة، وذلك لانها توفر حجر محادثة وامكانية إرسال الرسائل، علي الرغم من (Goby, 2006; Hughes et al, 2011) الذي وجد أن الأكثر عصابية يصلهم دعم اجتماعي أقل عبر الانترنت، بينما وجد (Kraut et al., 2002) أن الاكثر عصابية لديهم اهتمام أكثر لاستخدام الانترنت للتواصل مع الآخرين، وعند النظر إلي نتائج (Ross et al., 2009) نجد أنها وجدت أن الاشخاص الاكثر عصابية يحتاجون دعم اجتماعي أكثر، وبالتالي فهم الاكثر نشراً للمعلومات الشخصية علي مواقع التواصل الاجتماعي، بل ويقضون اوقات أكثر علي هذه المواقع، ولكنهم اقل استخداماً لتطبيقات مواقع التواصل الاجتماعي .

وعند النظر إلي الشخصية الانبساطية نجد أن (Correa, & Hinsley & de Zuniga, 2010; Ryan & Xenos, 2010) وجد أن الاشخاص الاقل انبساطية وموافقة تكون لديهم صعوبة في تكوين علاقات غير مباشرة (غير حية off line) عبر مواقع التواصل الاجتماعي، وبالتالي سوف تكون لديهم أصدقاء أقل، علي عكس الاشخاص الاكثر انبساطية فهم أكثر اجتماعية وبالتالي فهم أكثر استخداماً لوسائل الاتصال عبر مواقع التواصل الاجتماعي، والاكثر أصدقاءاً، والاكثر اشتراكاً بالمجموعات الموجودة علي مواقع التواصل الاجتماعي، علي الرغم من وجود دراسات اثبتت انه لا توجد علاقة بين الانبساطية واستخدام أدوات الاتصال في مواقع التواصل الاجتماعي مثل علي سبيل المثال (Hughes et al, 2011) وجد ان الانبساطيين يحبون إعدادات الاتصال الغير مباشرة offline علي عكس إعدادات الاتصال المباشرة بمقارنة بالانطوائيين.

ولقد أوضحت (Ross et al., 2009) سبب ذلك أن الاشخاص الاكثر إنبساطية يميلون إلي الاتصال الغير مباشر ثم يستخدمون الاتصال المباشر حتي يقنون علي اتصال مع أصدقائهم، ولذلك فالانبساطيين لديهم أصدقاء أكثر بالإضافة إلي أنهم ينتمون إلي مجموعات أكثر.

وجد (Butt & Phillips, 2008) ان التفتح للخبرات مرتبط بتنفيذ الطرق الجديدة في الاتصال أو استخدام التطبيقات الجديدة في مواقع التواصل الاجتماعي .

فالشخص الأكثر انفتاحاً للخبرات هو الأكثر ارتباطاً بتجريب طرق جديدة في التواصل واستخدام مواقع التواصل الاجتماعية للحصول على الخبرة والمعرفة (Amichai-Hamburger & Vinitzky,2010)

كما يوضح (Amichai-Hamburger & Vinitzky,2010) أن الأكثر انفتاحاً على الخبرات أكثر فضولية ورغبة في اكتشاف أنشطة جديدة ، فهم أكثر استخداماً لأدوات التواصل عبر مواقع التواصل الاجتماعي للحصول على معرفة أكثر وهذا يتنافى مع ما جاءت به (Ross et al.,2009) حيث وجدت أن المتفتح للخبرات يستخدم أدوات وتطبيقات مواقع التواصل الاجتماعي بغرض الاستخدام وليس للتعرف على كيفية تصميم هذه الأدوات والتقنيات . كما وجد (Ross et al.,2009) أنه يوجد ارتباط عكسي بين يقظة الضمير واستخدام مواقع التواصل الاجتماعي .

وعند الكشف عن العوامل الخمس الكبرى لدى جمهور مواقع التواصل الاجتماعي وفقاً لنظرية Costa & McCrae فإن من المتوقع أن تتسم الشخصيات التي يغلب عليها أحد هذه العوامل سلوكاً اتصالياً يختلف بدرجة ما عن السلوك الاتصالي الذي قد تمارسه شخصيات يغلب عليها عوامل أخرى من العوامل الكبرى الخمسة المحددة للشخصية ، ومن هنا جاءت تساؤلات الباحثة كيف تؤثر العوامل الخمسة الكبرى على استخدام مواقع التواصل الاجتماعي ؟  
في ضوء ما سبق تتحدد مشكلة الدراسة الحالية في التساؤل التالي :

هل تختلف استخدامات الشباب لمواقع التواصل الاجتماعي باختلاف العوامل الخمسة الكبرى في الشخصية ؟  
**أهداف الدراسة :-**

الكشف عن طبيعة العلاقة بين العوامل الخمسة الكبرى في الشخصية و استخدام مواقع التواصل الاجتماعي .  
**أهمية الدراسة :-**

تتمثل أهمية الدراسة الحالية فيما يلي :

- ١ . قدرة المواقع والشبكات الاجتماعية على حشد الشباب نحو فكرة أو موضوع أو قضية أو حدث ما، وهو ما كان واضحاً للجميع عند قيام الشباب المصري بإنشاء صفحته على موقع فيسبوك تحث المواطنين على التظاهر السلمى لإسقاط النظام.
- ٢ . لم تنل مواقع التواصل الاجتماعي اهتماماً كبيراً كما وكيفا في البحوث العربية برغم دورها وأهميتها في حياة العديد من الشباب والمراهقين وتأثيرها فيهم وفي شخصياتهم وذلك بما خصصته من أنشطة اتصالية متنوعة في الوقت الذي قامت فيه الدراسات الأجنبية بدراسة تلك المواقع دراسة شاملة متعمقة وافية الأبعاد ،وبالتالي فقد جاءت تلك الدراسة من

وجهه نظر الباحثة لتسد عجزا فى هذا الجانب باعتبار ان تلك المواقع هى من الظواهر الاعلامية الإجتماعية الحديثة الجديدة بالدراسة .  
٣. وضع سلسلة لأولويات الشباب فى التواصل على مواقع التواصل الاجتماعي .  
٤. ندرة الدراسات العربية (فى حدود علم الباحثة) التي تناولت العلاقة بين استخدام مواقع التواصل الاجتماعي والعوامل الخمسة الكبرى فى الشخصية لدى طلاب الجامعة .

### المفاهيم الاجرائية للدراسة :

#### • مواقع التواصل الاجتماعي Social Networking Websites

تعرفها الباحثة بأنها مواقع تسمح للمستخدمين بأن ينشئوا صفحات شخصية عامة أو خاصة بغرض التواصل مع بعضهم البعض عن طريق طرح وتناول الافكار والآراء والملفات المرئية والسمعية ومناقشتها ، مما يؤدي الى جذب الملايين من الشباب الذين يعتبرون تلك المواقع احد الأنشطة المهمة فى حياتهم ومنها (الفيسبوك - تويتر - اليوتيوب)

#### • العوامل الخمسة الكبرى فى الشخصية : Big Five Factors of Personality

تحدد عوامل الشخصية فى هذه الدراسة بالعوامل الخمسة الكبرى فى الشخصية لكوستا وماكري وتمثل فى: العصابية (N) Neuroticism ، الانبساط Extraversion ، الطيبة Agreeableness ، يقظة الضمير Conscientiousness ، التفتح للخبرات Openness to experience

### الإطار النظري للدراسة:

#### مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي :

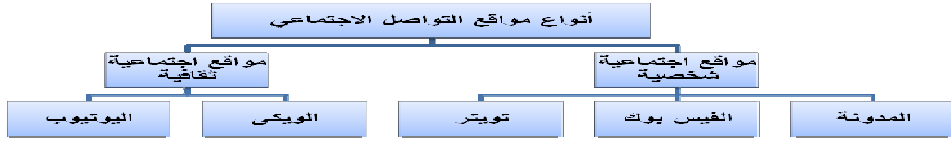
تعرف مواقع التواصل الاجتماعي على أنها مواقع تسمح للمستخدمين بأن ينشئوا صفحات شخصية عامة أو خاصة داخل نظام محكم ، وأن يظهروا قائمة صدقاتهم للذين يشاركونهم فى عملية الاتصال ( Danah M.Boyd,Nicole B.Ellison,2007,211).

كما عرفها جمال مختار(٢٠٠٨، ٩) غاية هذه الخدمات فى المقام الأول تعتمد على توفير مجموعة متنوعة من الطرق للتفاعل بين المستخدمين ،مثل (المحادثة chatting ، الرسائل messages ، البريد mail ، الفيديو conferencing ، المحادثة الصوتية audio conversation ، تبادل الملفات files sharing ، مدونات blogging ، مناقشات جماعية discussion groups وهكذا).

وسبب وصف هذه المواقع بالاجتماعية ،أنها تتيح التواصل مع الأصدقاء زملاء الدراسة وتقوى الروابط بين أعضاء هذه المواقع فى فضاء الانترنت ، ومن أشهر المواقع الاجتماعية فى العالم فيس بوك Facebook وتويتر twitter وماي سبيس myspace.

#### أنواع مواقع التواصل الاجتماعي:

تعددت أنواع مواقع التواصل الاجتماعي ، فهي تختلف باختلاف استخداماتها.



شكل (١) أنواع مواقع التواصل الاجتماعي

## أولاً مواقع اجتماعية شخصية :

### ١- المدونة Blog :

المدونة Blog تعد أحد أساليب النشر والاتصال الحديثة للمستخدمين عبر الانترنت ويطلق عليها أيضا " الصحيفة الالكترونية" وتعد من المصادر المهمة للحصول علي المعلومات ووسيلة للتعبير والمشاركة في واقع المجتمعات ، وهي تعمل من خلال نظام لإدارة المحتوى ،وهي عبارة عن صفحة ويب علي شبكة الانترنت تظهر عليها تدوينات مؤرخة ومرتببة ترتيباً زمنياً تصاعدياً ويتحكم فيها ناشر المدونة .(مجلة تطوير الأداء الجامعي ،٢٠١٠، ٣٧)

### ٢- الفيس بوك : النشأة والتطور ومجال التأثير

بدأ استخدام موقع الفيس بوك facebook في جامعة هارفارد الأمريكية منذ إنشائه في ٤ فبراير ٢٠٠٤ بواسطة مارك زكربيرج Mark Zuckerberg الطالب بتلك الجامعة آنذاك ،وقد وصف الموقع نفسه بأنه " موقع يهدف إلي المنفعة الاجتماعية فهو يساعد علي تواصلك مع الأشخاص من حولك (Laurie Charngo,Paula Barnett-Ellis,2007,23)، ثم انتشر الموقع سريعاً إلي جميع المعاهد والكليات في الولايات المتحدة الأمريكية ، ثم إلي جميع مستخدمي دول العالم في سبتمبر ٢٠٠٦ باستخدام البريد الالكتروني العادي ، إلا أن غالبية مستخدميهم لا يزالون من طلاب الجامعات (حسنين شفيق ،٢٠١١، ١٩٩) .

أن الهدف الرئيسي من استخدام الشباب لموقع الفيس بوك هو التواصل مع المستخدمين الآخرين والتفاعل معهم ، كما يتم مناقشة الموضوعات النابعة من الاهتمامات المشتركة بين المستخدمين ، وقد يتم ذلك في حائط المستخدمين Wall في صفحاتهم الشخصية ، بحيث يترك الأصدقاء رسائلهم في العن ، وهي رسائل قد تعبر عن مشاعر أو تعكس أنشطة فردية أو مشتركة بين المستخدمين وأصدقائهم (فيصل أبو عيشة ،٢٠١٠، ٢١٥) ، أو بالانضمام إلي مجموعات النقاش Groups التي تعتمد علي الاهتمامات المشتركة بين المستخدمين ، وهي مصممة بهدف السماح لأغلبية المستخدمين بطرح ومناقشة الموضوعات المختلفة ، لأنها المكان الأمثل للمشاركة بالموضوعات الاجتماعية والسياسية والأفكار والمشاعر مع المستخدمين الآخرين ( Sherry Kinkoph Gunter,2010 ,125

### ٣- موقع تويتر (Twitter)

هو موقع إلكتروني اجتماعي علي شبكة الانترنت يقدم خدمة تدوين مصغر والتي تسمح لمستخدميه بإرسال تحديثات Tweets عن حالتهم بحد أقصى ١٤٠ حرف للرسالة الواحدة. وذلك



مباشرة عن طريق موقع تويتر أو عن طريق إرسال رسالة نصية قصيرة SMS أو برامج المحادثة الفورية، وتظهر تلك التحديثات في صفحة المستخدم ويمكن للأصدقاء قراءتها مباشرة من صفحاتهم الرئيسية أو زيارة ملف المستخدم الشخصي، وكذلك يمكن استقبال الردود والتحديثات عن طريق البريد الإلكتروني ( Carlos Castillo ,Marcelo Mendoza and Barbara Poblete,2011, 675).

### ثانياً المواقع الاجتماعية الثقافية:

#### ١- موقع الويكي :

ويشير البعض إلي أن ويكي (بالإنجليزية wiki) هو موقع يسمح للزوار بإضافة المحتويات وتعديلها بدون أي قيود في الغالب وربما تشير كلمة ويكي إلي برامج ويكي المستخدمة في إدارة هذا النوع من المواقع وتعني هذه الكلمة بلغة شعب جزر هاواي الأصليين بسرعة أو أسرع ، واستخدمت هذه الكلمة لهذا النوع من أنظمة إدارة المحتوى للدلالة علي السرعة والسهولة في تعديل محتويات المواقع (محمد عبدالمجيد، ٢٠٠٧، ٣٣)

#### ٢- موقع يوتيوب Youtube : النشأة والتطور

أنشأ كل من شاد هيرلي Chard Hurley وستيف شين Steve Chen وجاود كريم Jawed karim الموظفون السابقون في مؤسسة باي بال PayPal الأمريكية موقع يوتيوب في فبراير ٢٠٠٥ (Melissa R.Walter,2008,14).

ويعتبر الموقع ظاهرة اجتماعية لأنه يحتوي علي الكثير من مقاطع الفيديو التي غالباً ما يتم إنتاجها من قبل الأفراد وبنها للعالم بأكمله ، ويستقبل موقع يوتيوب ٢٠ مليوناً زائراً شهرياً يشاهدون فيه ١٠٠ مليون مقطع فيديو يومياً ، كما أن المستخدمين يضعون حوالي ٦٥ ألف مقطع فيديو في الموقع كل يوم ، بعضها مرتبطة بأحداث سياسية أو وثائق مهمة مثل قضايا الاحتباس الحراري والهجرة غير الشرعية والفساد وغيرها (104, Moises Naim,20007).

فمن أكثر الممارسات الشائعة لدي مستخدمي موقع Youtube هي مشاهدة مقاطع الفيديو واستجاباتهم النصية نحوها، فتعليقات المستخدمين علي تلك المقاطع تمكنهم من التعبير عن مشاعر الألفة مع مقاطع الفيديو وصانعيها ، والاشتراف مجاني ويستطيع المستخدمون البحث عن مقاطع الفيديو بسهولة عن طريق كلمات دالة ، وعند نجاح عملية البحث تظهر التفاصيل الخاصة بالمقاطع مثل عناوين المقاطع وتصنيفاتها (موسيقى ، تسلية، وغيرها) ، وعدد مرات المشاهدة، والتقييمات، والمدد الزمنية، والكلمات الدالة المصاحبة للمقاطع التي وضعت من جانب المستخدم، وكذلك تاريخ إضافة مقاطع الفيديو، واسم المستخدم صاحب المقطع (Jams trier,2007, 599)

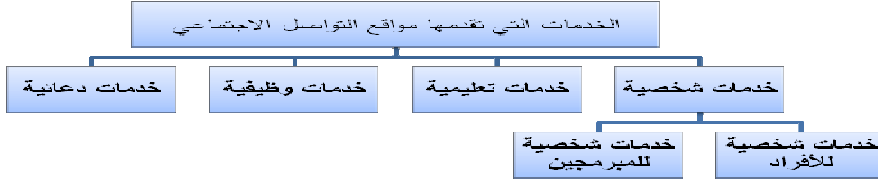
ويحتوي موقع YouTube علي صفحات شخصية خاصة للمستخدمين تعرف باسم القنوات Channels ، وهي صفحات تحتوي علي بياناتهم الشخصية ومقاطع الفيديو التي يفضلوها، وبالنسبة إلي نوعية العلاقات الاجتماعية في الموقع ، فهناك نوعان رئيسيان: الأول هو الاشتراك في

قنوات المستخدمين subscriptions والثاني هو طلبات الصداقة Friendships، وكذلك فإن اليوتيوب YouTube يمكن المستخدمين من تكوين مجموعات نقاش Groups تحتوي علي مجموعة متنوعة من الموضوعات ومقاطع الفيديو يتم مناقشتها أو التعليق عليها (رضا عبد الواحد أمين، ٢٠٠٩، ٥٢٠،

ويعتبر من أشهر المواقع استخداماً في مصر (الفييس بوك، تويتر ، اليوتيوب)

الخدمات التي تقدمها مواقع التواصل الاجتماعي :-

المتابع والمستخدم للمواقع الاجتماعية يجدها تشترك في خصائص / خدمات أساسية ، بينما تتميز بعضها عن الأخرى بمميزات تفرضها طبيعة الموقع ومستخدميه ، ومن أبرز تلك الخدمات كما يوضحها وائل مبارك (٢٠١٠) ، عمرو أسعد (٢٠١١) محمد البسيوني (٢٠٠٩) :



شكل (٢) يوضح الخدمات التي تقدمها مواقع التواصل الاجتماعي

## ١- خدمات شخصية

### ١- خدمات شخصية للأفراد :

#### أ- إنشاء ملف / صفحة شخصية (Profile Page)

تتيح مواقع التواصل الاجتماعي لكل مستخدم بإنشاء ملف/صفحة شخصية مجاناً، وتعد تلك الصفحة بمثابة الدخول لعالم الشخص، فمن خلالها تتعرف على أسم الشخص ، والمعلومات الأساسية عنه مثل: الاسم، البريد الإلكتروني، الجنس، تاريخ الميلاد ، البلد ، الاهتمامات، والصورة الشخصية بالإضافة إلى غيرها من المعلومات والنشاطات .

فضلا عن أن الملفات الشخصية تساعد على توضيح الحالة النفسية التي يشعر بها المستخدمون سواء كانت هذه الحالة ضغط عصبى ،إشتياق وحنين إلى الوطن...إلى آخره ، كما أن معظم الأفراد يستخدمون هذه الصفحة لمعرفة معلومات عن أصدقائهم الجدد حيث تقوم الصداقة بين الأعضاء المتشابهين في الصفات والهوايات والأفكار أو وجود أصدقاء مشتركة فيما بينهم ، وهى الصفحة التي يقضى فيها المستخدم معظم وقته على الأراجح(نرمين زكريا خضر، ٢٠٠٩ ،ص ٣٨)

#### ب- توطيد العلاقات/الأصدقاء(Friends/Connections)

الأصدقاء هم بمثابة الأشخاص الذين يتعرف عليهم الشخص لغرض الاجتماع مع أصدقاء جدد والتواصل مع الأصدقاء القدامى، ومواقع التواصل الاجتماعي تطلق مسمى "صديق" على هذا الشخص المضاف لقائمة الأصدقاء .

ج- إرسال الرسائل (Send Message)

توفر هذه الخاصية إمكانية إرسال رسالة مباشرة للشخص، سواء كان فى قائمة الأصدقاء لديه أو لم يكن، وسواء كان موجوداً بالفعل ( Online ) عن طريق الشات Chat أو لم يكن موجوداً ( Offline ).

د- ألبومات الصور ( Photo Albums )

تتيح مواقع التواصل الاجتماعي لمستخدميها إنشاء عدداً لا نهائياً من الألبومات ، ورفع مئات الصور بها وإتاحة مشاركة هذه الصور مع الأصدقاء للإطلاع والتعليق عليها.

#### ١- ٢. الخدمات الشخصية التقنية المقدمة للمبرمجين :

تقدم مواقع التواصل الاجتماعي بيئة تطوير متكاملة تخدم المطورين والمبرمجين ، لإنشاء تطبيقات إنترنت غنية باستخدام أدوات ولغات البرمجة ولندكر منها (أدوات التصميم ومنها HTML, CSS, Photoshop , لغات البرمجة ومنها PHP , JavaScript XML , HTML , Ajax , AS , Js , قواعد بيانات ومنها MySQL -SQL- SQL Server- Access-Oracle )

#### ٢- خدمات تعليمية:

أن مواقع التواصل الاجتماعي لها دور وأهمية كبيرة بالنسبة للمثقفين والمتعلمين حيث تمكنهم من الحصول على أحدث الاتجاهات الثقافية والتجارية وقد تكون أحدث من الكتب والدوريات ، بغرض جمع المعلومات واكتساب الخبرة، ولذا تسعى مواقع التواصل الاجتماعي بتقديم العديد من التطبيقات / الخدمات التعليمية ومثال ذلك :

إضافة الكتب والمجلات العلمية،والباب تعليمية أشبه بالواقع الافتراضى وخدمة البحث عن المعلومات ، كما يمكن إضافة المقررات الإلكترونية.

#### ٣- خدمات وظيفية :

كثير من مواقع التواصل الاجتماعي تتيح خاصية إنشاء مجموعات اهتمام (Groups)، وتبنى تلك المجموعة بمسمى معين وأهداف محددة ، ويوفر الموقع لمالك المجموعة والمنظمين إليها مايلى:

- توفير مساحة أشبه ما تكون بمنتهى حوار مصغر وألبوم صور مصغر .
- إتاحة خاصية تنسيق الاجتماعات عن طريق ما يعرف بـ Events أو الأحداث ودعوة أعضاء تلك المجموعة له ومعرفة عدد الحاضرين .
- عرض بعض الأعمال الخاصة بالمستخدم لإتاحة فرصة الحصول على الوظيفة المناسبة أو حتى مجرد تسهيل إنجاز عمل أو مهمة ما ومن أشهرها موقع LinkedIn .

#### ٤- خدمات دعائية :

مفهوم الدعاية والإعلان قديما كان يتمحور حول المجلات والصحف والتلفزيون ومع التطور التكنولوجى الهائل ظهر مفهوم الإعلام الجديد وهو ما يطلق عليه "الإعلام الديناميكي

التفاعلى" وهو يجمع بين النص والصوت والصورة فى ملف واحد ، ولعبت التقنية دوراً مهماً فى إضافة التفاعلية إلى هذا النوع من الإعلام ، حيث أصبح بإمكان المستفيد التفاعل مع الإعلام وقراءاته والتعليق عليه ، فمثلاً الصحف الإلكترونية E- newspapers إحدى أدوات الإعلام الجديد ، حيث تتيح للقارئ التفاعل مع النص وطرح آراء كثيرة ومتعددة حوله والخروج بمجموعة من الرؤى والأفكار ، حول الموضوع الواحد مما يثرى الحوار والنقاش حول مواضيع الصحف الإلكترونية وتفاعل القراء معها .

### خصائص مواقع التواصل الاجتماعي :

تتميز مواقع التواصل الاجتماعي بعده خصائص منها:

1. خاصية الدوام: حيث إن كل ما يقوم به الفرد من أحاديث وتعليقات متبادلة مسجله على الموقع ويمكن للأفراد الرجوع إليها بعد دقائق أو أيام أو حتى سنين من تسجيلها وهذا عكس محادثات الأفراد العادية التي تحدث في نطاق الاجتماعيات الحياتية فالكلمات التي يتبادلها الأفراد عادة ما تكون لحظية وغير مسجلة فلا يستطيع الفرد استرجاعها بعد اللحظة التي قيلت فيها (دانا بوند ترجمة مصطفى محمود ، ٢٠٠٩، ص١٠).
٢. خاصية البحث: وهي قابلية البحث عن أصدقاء ذوى اهتمامات وعقليات متشابهة وهو ما لا يمكن عمله في الحياة العادية (محمد على البسيونى، ٢٠٠٩، ص١٢).
٣. ان سر نجاح مواقع التواصل الاجتماعية هي قدرتها على تصنيف أعضائه وليس مجرد ربطهم ببعض ، ولقد استطاعت مواقع التواصل الاجتماعي أن تجمع في موقع واحد كل مميزات التواصل الاجتماعي على الانترنت مثل " الشات - و المنتديات - المدونات " بل وأضافت إليها الكثير (Sara Hebert,2008,45).
٤. التكرارية: بمعنى انه من السهل نسخ صورة أو تعليق أو مقال أو فيديو ما على الانترنت لموقع آخر بدون تغيير أى من ملامحه.
٥. تتيح مواقع التواصل الاجتماعي لجميع المستخدمين مساحة افتراضية ، لتدوين الذكريات التي مرت في حياتهم (محمود عبد الستار خليفة، ٢٠٠٩، ص٣٠).
٦. كما تتيح مواقع التواصل الاجتماعي ساحات للتعبير عن الرأى والمشاركة مع الآخرين.
٧. كما بها خاصية الجمهور الغير مرئي وهي خاصية من المهم إدراكها والتنبه إليها فعندما يتحدث الفرد إلى صديق أو زميل في الحياه اليومية غالباً ما يكون من السهل معرفة من باستطاعته إدراك أو سماع المحادثة الجارية ، وعلى العكس فى المواقع الاجتماعية (دانا بوند ترجمة مصطفى محمود ، ٢٠٠٩، ص١٠).

### ثانياً العوامل الخمسة الكبرى للشخصية :

في بداية الثمانينيات حظي نموذج العوامل الخمسة الكبرى للشخصية باهتمام بالغ من الباحثين حيث أكدت دراسات كوستا وماكري (١٩٨٥ - ١٩٨٩ ) ، وديجمان (١٩٩٠) علي أن نموذج العوامل الخمسة يمثل بنية الشخصية ، وقد أطلق جولدرج علي هذه الأبعاد "العوامل الخمسة

الكبري " The Big Five Factors " إذا أكد ان كل عامل منها عبارة عن عامل مستقل تماماً عن العوامل الأخرى ، بحيث تلخص هذه العوامل مجموعة كبيرة من سمات الشخصية المميزة ، فيندرج تحت العاملين الأول والثاني (الانبساط والموافقة) السمات ذات الطابع التفاعلي ، في حين يصف العامل الثالث (يقظة الضمير) المطالب السلوكية والتي تحكم في الدوافع ، ويرتبط العامل الرابع (العصابية) بالسمات المرتبطة بالانفعال، ويصف العامل الخامس (التفتح للخبرات) التكوين العقلي للفرد ، ومدى عمقه ونوعيته ، بالإضافة إلى الخبرة الذاتية (جمال السيد تفاعلة ، ٢٠٠٦ ، ٦٤) .

نخلص من ذلك إلى أن نموذج العوامل الخمسة الكبري للشخصية قد أستمد مكانته ونشأته التاريخية من تكامل جهود الباحثين أصحاب كل من المنحي اللغوي ، ومنحي الاستخبارات ، ويعد هذا النموذج نقطة تحول في علم نفس الشخصية ، إذ يقدم تمثيلاً ملائماً لبنية الشخصية ، و أبعادها التي كانت متناثرة عبر التراث الخاص بنظريات الشخصية ، فهذا النموذج لا هو شديد الاتساع مثل نموذجي كاتل ، وجيلفورد ، ولا هو شديد الضيق مثل نموذج : أيزنك ، أنه نموذج يشمل هذه الأبعاد ، وينظمها في إطار متناسق ومتكامل يسمح بإزالة أوجه اللبس والغموض التي أحاطت بمجال سمات الشخصية لمدة زمنية طويلة ، ويجب في الوقت نفسه عن العديد من التساؤلات التي شغلت أذهان الباحثين المهتمين بدراسة السمات حول تحديد السمات الأساسية للشخصية

كما توصل مجموعة من الباحثين إلى عزل خمسة عوامل أساسية في الشخصية من المتغيرات النفسية الغير مرتبطة مباشرة بقائمة كاتل ، ثم قام كوستا وماكري ببناء مقياس يعد أول اداه موضوعية تهدف إلى قياس العوامل الأساسية الكبري للشخصية ، التي تم استخراجها من عدد كبير من استخبارات الشخصية ويتضمن كل عامل من هذه العوامل الخمسة مجموعة من السمات ، وقد نشرت هذه القائمة في اصلها الانجليزي عام (١٩٨٩) ثم صدرت الطبعة الثانية منها (١٩٩٢)

#### قائمة كوستا وماكري McCrae & Costa

يذكر ماكري وكوستا McCrae & Costa (١٩٩٦ : ٥٣) ان نموذج العوامل الخمسة الكبري للشخصية يصف بنية سمات الشخصية ، وهو منظومة مفاهيمية ترتبط بالعديد من التصورات المفاهيمية الجوهرية التي طرحتها نظريات الشخصية ، ويقدم نطاقاً شاملاً لتنظيم جميع سمات الشخصية ، كما قدمت عدة بحوث أدلة علي صدق هذا النموذج عبر عدد كبير من لغات العالم معززة لفكرة العالمية في الشخصية (علي كاظم ، ٢٠٠١ ، ٢٨١)

وقد أوضح وايت وآخرون (White et al ,2004 ,1520) أن هذا النموذج بني علي مسلمات نظرية السمات ، حيث يتسم الأشخاص بالفروق الفردية الثابتة عبر الزمن والمشتقة عبر المواقف ، وهو يتضمن أنماطاً من التفكير والوجدان ، كما أوضح بيدمونت وأيكوك ( Piedmont& Aycock , 1060 , 2007) أن عوامل الشخصية في ضوء هذا النموذج تختلف باختلاف الثقافات.

ويعد نموذج العوامل الخمسة الذي قدمه " ماكري و كوستا" McCrae & Costa من أكثر نماذج الشخصية انتشاراً في الوقت الحالي، حيث يقدم أطاراً عاماً وشاملاً للفروق بين الأفراد في

الأساليب الدافعية، والانفعالية، واللبين شخصية، والخبرانية (McCrae&Costa,2002,67)  
(هشام حبيب، ٢٠١٢، ٨٩)

ويتضمن هذا النموذج خمسة أبعاد (سمات): الانبساطية Extraversion، العصابية Neuroticism، الانفتاح علي الخبرة Openness، الموافقة Agreeableness، الضمير الحي Conscientiousness ويتضمن كل بعد مجموعة من السمات الفرعية كما أوضحها كوستا وماكري.

#### • أولاً العصابية (N) :-

يتميز الشخص العصابي بعدة خصائص فهو يشعر بالقلق ويعاني من الإحباط ويستجيب بقوة كبيرة لكل أنواع المثيرات ويجد صعوبة في العودة الي الاتزان الانفعالي إذا ما أختل، ومرتفعو العصابية عادة يميلون للشك والشعور بالذنب، والارتباك، والشعور بالتشاؤم، والعدائية، وانخفاض تقدير الذات، (عبد الله جاد محمود، ٢٠٠٦، ٥٩)

#### • ثانياً الانبساطية :

يقيس هذا العامل قوة التفاعلات الاجتماعية، ومستوي النشاط، والحاجة للإثارة، والقدرة علي الابتهاج والمرح والمرتفع علي هذا العامل (اجتماعي، بولبق، ومتفائل، و مرح، ولديه توجه نحو الآخرين، بينما المنخفض متحفظ، ومنعزل، وغير مرح، وخامل، وخجول (هشام حبيب، ٢٠١٢، ١٤٧)

#### • ثالثاً التفتح للخبرات:

ويحدد هذا العامل في ضوء الفضول والسعي وراء خبرات وأفكار جديدة وتقديرها، ويعكس النضج العقلي والاهتمام بالثقافة وحب الفن والجماليات والمشاعر و الأفكار والقيم والاستقلالية في الحكم والتفوق، وحب الاستطلاع وسرعة البديهة والسيطرة والطموح، وتشير الدرجة المرتفعة إلي خيالي وابتكاري، ويبحث عن المعلومات الثقافية والتعليمية، أما المنخفض تقليدي، وغير تخيلي، ولديه ميول ضيقة (عبد المنعم الدردير، ٢٠٠٤، ١٦٨)، فيمثل هذا العامل الجانب المعرفي في عوامل الشخصية، فهو مرتبط بمفهوم الحاجة إلي الفهم عند " موراي " ومفهوم الجمود عند " روكتش " (علي مهدي كاظم، ٢٠٠١، ٢٨٩)

#### • رابعاً يقظة الضمير :-

وهي مجموع السمات الشخصية التي تركز علي ضبط الذات والترتيب في السلوك والالتزام في الواجبات (مازن ملحم، ٢٠١٠، ٦٣٢)، كما يشير (McCrae&Costa,1992,15:16) ان صاحبها يكون فرداً واعياً وحي الضمير وجاداً وذا عزم وإرادة قوية ويتميز بالتصميم علي الفعل والانجاز، ويتسم أصحاب الدرجة المرتفعة علي هذا العامل بأنهم ذوو هدف، ومحددون، ويتسمون بالمحافظة علي الوقت، ولديهم دافعية مرتفعة لأداء العمل، ويتميزون كذلك بالإخلاص، والصدق، اما أصحاب الدرجة المنخفضة علي هذا العامل فيتسمون بافتقار الصدق والاندفاعية، والتخلي عن المسئولية، وفقدان الهدف، والإهمال، واللامبالاة (Truxillo et al.,2006,270)

#### • خامساً الطيبة أو الموافقة:-

يشير سبيرت وكرايمر (Seibert&Kraimer,2001,3) إلي ان الطيبة هي توجه الفرد الذي يمتد من رقة القلب وطيبة الطبيعة والثقة إلي الشك والوقاحة ، أي أنه يتناول الدرجة التي يكون عليها الأفراد متعاونين ومتحمسين مقابل غير متحمسين وعدائين (أبو المجد إبراهيم الشوريجي، ٢٠٠٩، ٢٢٤) ، والدرجة المرتفعة تشير إلي أن الأفراد يكونون أهلاً للثقة ، ويتميزون بالود والتعاون ويحترمون مشاعر وعادات الآخرين ، ويحترمون عهودهم معهم، والدرجة المنخفضة تدل علي العدوانية وعدم التعاون

#### دراسات سابقة: استخدام مواقع التواصل الاجتماعي و الشخصية.

**دراسة Acquisti Gross (٢٠٠٥):** هدفت الدراسة إلي قياس الدرجة التي يظهر فيها المستخدمون بياناتهم الشخصية للآخرين ، وقد تم تحليل عينة قوامها ٥٤٠؛ صفحة شخصية لمستخدمي موقع فيس بوك Facebook ، وقد توصلت الدراسة إلي عدة نتائج من أهمها تحتوي نسبة ٩٠٫٨٪ من الصفحات الشخصية للمستخدمين علي صور، تعبر نسبة ٨٠٪ منها علي هويتهم ، كما تظهر نسبة ٨٧٫٨٪ من المستخدمين توارخهم ، وهواتفهم الشخصية بنسبة ٣٩٫٩٪ وقد شجع الموقع المستخدمين بما أتاحه من خصائص إلي نشر بيانات دقيقة عنهم ، مثل كتابة أسمائهم الحقيقية بنسبة ٨٩٪.

**دراسة Steinfield، Ellison، Lampe (٢٠٠٦):** هدفت الدراسة إلي التعرف علي طبيعة استخدامات طلاب الجامعة لموقع فيس بوك Facebook ورصد التغيرات التي حدثت في استخدامات الطلاب للموقع وذلك علي فترتين زمنيتين متباعدتين ، وقد أجريت الدراسة الأولي علي عينة من الطلاب قوامها ١٤٠٠ طالب ، ثم أجريت الدراسة الثانية علي عينة قوامها ١٠٨٥ طالباً وذلك بعد فترة ٦ أشهر من إجراء الدراسة الاولي ، وقد توصلت الدراسة أن نسبة ٧٠٪ من الطلاب تستخدم موقع فيس بوك Facebook حوالي ٣٠ دقيقة يومياً و إن نسبة ٢١٪ تستخدمه لأكثر من ساعة في اليوم ، كما توصلت الدراسة أيضاً ان الكثير من الطلاب يستخدم موقع فيس بوك Facebook للتواصل مع الأصدقاء القدامي ، بينما يستخدم قليل منهم الموقع لبناء علاقات اجتماعية جديدة ، كما يري الطلاب أن موقع فيس بوك Facebook قد قدمهم في صورة إيجابية للآخرين ، كما تشير الدراسة الثانية إلي ارتفاع نسبة استخدام الطلاب لموقع فيس بوك Facebook إلي ٩٥٫٥٪.

**دراسة Boyd (٢٠٠٧)** هدفت الدراسة إلي التعرف علي استخدام و اسلوب تفاعل الطلاب مع المستخدمين الآخرين في مواقع التواصل الاجتماعي ، وقد اجريت الدراسة علي ملاحظة سلوك عينة قوامها ٣٠ طالب من مستخدمي موقع ماي سبيس خلال عامين ، كما أجريت مقابلات متعمقة معهم وقد توصلت الدراسة إلي عدة نتائج من أهمها انضم الشباب إلي موقع ماي سبيس Myspace ، لأن أصدقائهم هم من قاموا بدعوتهم للانضمام إلي الموقع ، كما بينت الدراسة ان الشباب يتصفح الصفحات الشخصية لأصدقائهم للتعرف علي ما يضعونه من بيانات مقبولة اجتماعية لدي الجميع

، كما بينت الدراسة ايضا ان الشباب يسعي إلى مخاطبة أصدقائهم في موقع ماي سبيس Myspace ، ولذلك فهم يظهرن جوانب من شخصياتهم في الموقع .

**دراسة Nyland (٢٠٠٧)** هدفت الدراسة إلى التعرف علي الاشباعات المتحققة من استخدام مواقع التواصل الاجتماعية ومقارناتها بالاشباعات المتحققة من الاتصال الشخصي والبريد الإلكتروني ، وقد اجريت الدراسة علي عينة من طلاب الجامعة قوامها ٣٤٠ طالب بواقع ٥٤% من الذكور و ٤٦% من الإناث وقد توصلت الدراسة إلي أن نسبة ٩٢% من الطلاب تستخدم موقع فيس بوك Facebook باعتباره من المواقع التي حققت شعبية واسعة لدي مستخدمي شبكة الانترنت وذلك بمعدل استخدام يصل إلي ٢,٧ مرة في اليوم الواحد ، كما أوضحت الدراسة أيضاً ان الوقت الذي يقضيه الطلاب في استخدام هذه النوعية من المواقع من ١٠ إلي ١٩ دقيقة يومياً بنسبة ٢٩,٤ ، وأقل من ١٠ دقائق يومياً بنسبة ٣٨,٩ % ، كما أوضحت الدراسة ان مواقع التواصل الاجتماعية تعمل علي تلبية فرص الاشباعات لدي الطلاب أكثر من الاتصال الشخصي ، أي أنها الأكثر ملائمة في تحقيق الإشباعات لديهم ، كما أستطاعت هذه النوعية من المواقع في تحقيق إشباعات التسلية أكثر من البريد الإلكتروني .

**دراسة Lange (٢٠٠٧)** : هدفت الدراسة إلي التعرف علي استخدامات الأطفال والشباب لموقع يوتيوب YouTube وذلك فيما يتعلق بتبادل مقاطع الفيديو الشخصية ، وتعليقات المستخدمين حولها ، ومدى إظهار المستخدمين لجوانبهم الشخصية في تلك المقاطع ، وقد اعتمدت الدراسة علي أسلوب الملاحظة الشخصية علي عينة من مستخدمي موقع يوتيوب YouTube قوامها ٥٤ مستخدماً ، تتراوح أعمارهم ما بين ٩ إلي ٤٣ عاماً وقد توصلت الدراسة إلي عدة نتائج من أهمها يرسل المستخدمون تعليقات حول مقاطع الفيديو الشخصية للمستخدمين الآخرين بهدف بناء علاقات اجتماعية معهم ، كما يري المستخدمون أيضاً أن التعليقات المثمرة حول مقاطع الفيديو تدفعهم إلي التجاوب مع المستخدمين الآخرين عن طريق قراءة تلك التعليقات أو ارسال ردود عليها أو طرح تساؤلات في صفحات المستخدمين الآخرين أو المشاهدة والاشتراك في ملفات الفيديو لهؤلاء المستخدمين ، كما بينت الدراسة ان المستخدمون لا يحبذون الكشف عن هويتهم الشخصية للآخرين في مقاطع الفيديو وذلك حفاظاً علي أمنهم الشخصي ورغبتهم في البعد عن الأشخاص المزعجين في الموقع .

**دراسة Passerini , Hiltz , Dwyer (٢٠٠٧)** هدفت الدراسة إلي قياس العلاقة بين خصوصية المستخدمين وثقتهم في موقعي فيس بوك Facebook وماي سبيس Myspace وتفاعلهم الاجتماعي مع المستخدمين الآخرين عبر الشبكة ، وقد اجريت الدراسة علي عينة قوامها ٦٩ مستخدماً بموقع فيس بوك Facebook و ٤٨ مستخدماً بموقع ماي سبيس Myspace ، وقد توصلت الدراسة إلي عدة نتائج منها توجد فروق داله إحصائياً بين معدل استخدام الباحثين لموقعي فيس بوك Facebook وماي سبيس Myspace ، حيث تستخدم نسبة ٥٥% من الباحثين موقع فيس بوك Facebook يومياً ، بينما تستخدم نسبة ٦٠% من الباحثين موقع ماي سبيس Myspace يومياً



، كما يظهر مستخدمو موقع فيس بوك Facebook أسماءهم الحقيقية ، ويريدهم الإلكتروني بنسبة مثلت ١٠٠٪ و ٩٤٪ علي التوالي ، فيما تظهر نسبة ٦٦,٧ ٪ و ٤٠٪ أسماءها الحقيقية ويريدوا الإلكتروني في موقع ماي سبيس Myspace كما أوضحت الدراسة أيضا ان المبحوثين يستخدموا موقع ماي سبيس لمقابلة أشخاص جدد بنسبة مثلت ٥٤٪ في مقابل نسبة ٢٧٪ لمستخدمي موقع فيس بوك Facebook ، كما أنهم يرون أن موقع ماي سبيس Myspace قد ساعدهم في تدعيم وبناء علاقاتهم الاجتماعية مع مستخدمين جدد في الشبكة ، رغم تأكيد المبحوثين علي عدم ثقتهم في موقع ماي سبيس Myspace .

**دراسة Richter ، Strater (٢٠٠٧)** هدفت الدراسة إلي التعرف علي الدرجة التي يظهر بها طلاب الجامعة بياناتهم الشخصية في موقع فيس بوك Facebook للمستخدمين الآخرين وقد اجريت الدراسة علي ٤٥ طالب حيث اجريت مقابلات متعمقة معهم ، وقد توصلت الدراسة إلي انه يتصفح المستخدمون صفحاتهم الشخصية في موقع فيس بوك Facebook مرة علي الأقل يوميا ، ويحدثون بياناتهم الشخصية من مرة واحدة إلي ثلاث مرات في الأسبوع ، كما أوضحت الدراسة ان نسبة ٦٧٪ من الطلاب تظهر بياناتها الشخصية لجميع المستخدمين دون سبب واضح ومحدد لإظهار تلك البيانات ، كما أوضحت الدراسة انه توجد علاقة ايجابية بين الصور الشخصية لمستخدمي موقع فيس بوك Facebook وقدرة هذه الصور في التعبير عنهم.

**دراسة Hargittai (٢٠٠٨)** هدفت الدراسة إلي تحليل استخدام طلاب الجامعة لمواقع الشبكات الاجتماعية مثل فيس بوك Facebook و ماي سبيس Myspace و زانجا Xanga و فيرنديستر Friendster ، وقد اجريت الدراسة علي عينة من طلاب الجامعة قوامها ١٠٦٠ طالب، وقد توصلت الدراسة إلي ان استخدام الإناث لمواقع التواصل الاجتماعي أكثر من الذكور، كما يستخدم طلاب الجامعة الذين يعيشون مع أهلهم مواقع التواصل الاجتماعي بدرجة أقل من الطلاب الذين يعيشون بمفردهم، كما اوضحت النتائج ان الطلاب يقضون أوقاتهم علي تلك المواقع للتواصل مع الأصدقاء والمعارف.

**دراسة Campbell ، Buffardi (٢٠٠٨)** هدفت الدراسة إلي التعرف علي ملامح النرجسية في الصفحات الشخصية لطلاب الجامعة في مواقع التواصل الاجتماعي ، وذلك بتحليل ١٢٩ صفحة شخصية في موقع فيس بوك وقد أوضحت الدراسة ان للشخصيات النرجسية جاذبية لصفحاتهم الشخصية وعدد ماينشر علي حائطهم ، وعدد أصدقائهم ، كما بينت الدراسة ارتباط نرجسية الطلاب أصحاب الصفحات الشخصية في الموقع بجاذبية صورهم الشخصية.

**دراسة Park ، Lee ، Shim (٢٠٠٨)** هدفت الدراسة إلي قياس الفروق الشخصية في استخدام الصور في مواقع التواصل الاجتماعي وارتباط ذلك بتشكيل وعي الطلاب الذاتي ، وقد اجريت الدراسة علي عينة من مستخدمي موقع سايبورد Cyworld من طلاب جامعات كوريا الجنوبية قوامها ٢٣١ طالب ، وقد توصلت الدراسة إلي ان طلاب الجامعة يقومون بنشر صورهم في صفحاتهم الشخصية في الموقع أكثر من الاتجاه إلي كتابة تعليقات نصية ، كما بينت الدراسة ان

الوعي الذاتي للطلاب يرتبط ارتباطاً إيجابياً بالمعدلات المرتفعة لنشر الصور، والرد على التعليقات حول الصور، والتخلص من بعضها في صفحاتهم.

**دراسة Skinstad (٢٠٠٨)** هدفت الدراسة إلى تحليل اتجاهات الشباب نحو موقع فيس بوك Facebook، وقد أجريت مقابلات متعمقة مع ١١ طالباً، تتراوح أعمارهم ما بين ١٩ إلى ٢٥ عاماً، وقد توصلت الدراسة إلى أن الطلاب يرون موقع الفيس بوك Facebook هو موقع اجتماعي يستخدمه طلاب الجامعة للتواصل مع أصدقائهم، كما يرون أن موقع الفيس بوك Facebook موقع يتسم بالشفافية، وذلك لأنه أتاح للطلاب الفرصة للتعرف على جميع الجوانب الشخصية لمعارفهم، كما أنهم يرون رغم أهميته في حياتهم إلا أنها شبكة اجتماعية ضعيفة، وذلك لأنه بمجرد عدم استخدام الموقع يفقد المستخدمون القدرة على التواصل مع الآخرين بسهولة

**دراسة Karl ، Peluchette (٢٠٠٨)** هدفت الدراسة إلى تحليل استخدامات طلاب الجامعة لصفحاتهم الشخصية في مواقع التواصل الاجتماعية وطبيعة المحتويات التي ينشرونها، وقد أجريت الدراسة على عينة من طلاب الجامعة قوامها ٤٣٣ مفردة، يصل متوسط أعمارهم إلى ٢١,٢ عاماً وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج من أهمها تمتلك نسبة أكثر من ٨٠٪ من الطلاب على الأقل صفحة شخصية في عدة مواقع مثل فيس بوك Facebook، كما أن أكثر من ٥٠٪ يتصفحون صفحاتهم الشخصية على الأقل مرة واحدة في اليوم، كما يضع الذكور صوراً وتعليقات غير لائقة أكثر من الإناث اللاتي يتجهن أكثر إلى وضع محتويات ذات طبيعة حاملة رومنسية، كما بينت الدراسة أن الغالبية من المستخدمين يشعرون بالارتياح عند تصفح الصفحات الشخصية للأصدقاء والزلاء والأهل.

**دراسة Waltherl ، Heide & all (٢٠٠٨)** هدفت الدراسة إلى الكشف عن تأثير الرموز التي يضعها الأصدقاء في الصفحات الشخصية للآخرين في خلق انطباعات جيدة عن أصحاب تلك الصفحات، وقد أجريت الدراسة على عينة من طلاب الجامعة قوامها ٣٨٩ طالب وقد توصلت الدراسة إلى أن جاذبية صور الأصدقاء التي توضع في الصفحات الشخصية للآخرين في الموقع تؤثر إيجاباً في جاذبية أصحاب تلك الصفحات، كما أن الكلمات التي تحتوي على مجاملات من الأصدقاء في الصفحات الشخصية للآخرين، قد حسنت من الجاذبية الاجتماعية و مصداقية أصحاب تلك الصفحات.

**دراسة Jin-Ling,Linda, Da-Jun Zahang (٢٠١٢)** لقد أفترض أن العوامل الخمسة الكبرى في الشخصية ترتبط بالاستخدام الشخصي لمواقع التواصل الاجتماعي، الهدف من هذه الدراسة هو البحث عن العلاقة بين العوامل الخمسة الكبرى في الشخصية، والرجسية، وتقدير الذات، والدافع العاطفي وبين استخدام الأفراد لخصائص معينة في مواقع التواصل الاجتماعي، وقد تم جمع تقارير ذاتية من ٢٦٥ من طلاب الجامعات في الصين من مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي، وقد أظهرت النتائج أن عوامل الشخصية تلعب دوراً هاماً في كيفية استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، خاصة الانبساطيين فهم أكثر استخداماً لوظائف التواصل عبر مواقع التواصل

الاجتماعي مثل تحديث الحالة كوسيلة للتعبير عن الذات بينما من يمتازون بالموافقة وجدوا أنهم أكثر تعليقاً علي الحساب الشخصي للآخرين ، كما أن الأشخاص الأكثر تقديراً للذات وجدوا أنهم أيضاً أكثر تعليقاً علي الصفحات الشخصية للآخرين ، كما أن الأكثر انفتاحاً للخبرات كانوا أكثر استخداماً للألعاب علي مواقع التواصل الاجتماعي .

**دراسة Sophia Xenos ، Tracii Ryan (٢٠١٢)** إن الشعبية التي يتمتع بها الفيس بوك والتي لا مثيل لها قد أثارت العديد من التساؤلات حول تأثيره علي اجتماعية الافراد ، ولأن الفيس بوك ظاهرة اجتماعية حديثة يوجد القليل من النظريات النفسية المتعلقة باستخدامه ، وقد بدأت الابحاث في التعرف علي نوعية مستخدمي الفيس بوك ، إلا أن هذه الدراسة متعلقة بالفئة الطلابية ، وتهدف لمعرفة كيف تؤثر الشخصية علي استخدام الفيس بوك من عدمه ، وتتكون العينة من ١٣٢٤ من مستخدمي الانترنت الاستراليين (١١٥٨ من مستخدمي الفيس بوك و١٦٦ من غير مستخدمي الفيس بوك) تتراوح أعمارهم من ١٨ إلي ٤٤ سنة ، خضع المشاركون لاستبيان عبر الانترنت ، ضم كل من "العوامل الخمس الكبرى في الشخصية ، والنجسية ، والخجل ، والوحدة الاجتماعية والعاطفية" واستكمل مستخدمي الفيس بوك استبيان آخر عن استخدام الفيس بوك ، وقد بينت الدراسة النتائج التالية : أن مستخدمي الفيس بوك أكثر انفتاحاً وندرجية ولكنهم أقل يقظة للضمير ووحدة اجتماعية عن غير المستخدمين ، علاوة علي ذلك فإن معدل استخدام الفيس بوك وطريقة استخدام خصائصه قد تباينت نتيجة لخصائص الشخصية .

**دراسة Moss Rowe، David John (٢٠١٢) وآخرون** تم استخدام عينة عامة مكونة من ٣٠٠ فرد (٩٧ ذكر ، ٢٠٧ اناث تتراوح أعمارهم من ١٨ إلي ٦٣ ، ٧٠٪ من أوروبا ، ٢٠٪ من جنوب امريكا ، ١٠٪ من اسيا) من ثلاث قارات مختلفة ، وتم تطبيق مقياس للشخصية ( العصابية ، الانبساطية ، التفتح للخبرات ، الموافقة ، يقظة الضمير ، الاجتماعية ، والاحتياج المعرفي للمعلومات) علي الاستخدام الاجتماعي والمعلوماتي لكل من الفيس بوك ، وتويتر ، وتم دراسة العمر والنوع أيضاً ، ووضحت الدراسة ارتباط الشخصية بالاجتماعية والبحث عن المعلومات ، كما يختلف الاستخدام باختلاف النوع والعمر ، كما اوضحت ان الهدف من استخدام الفيس بوك وتويتر مختلف باختلاف الشخصية .

### فروض الدراسة :

يختلف استخدام مواقع التواصل الاجتماعي باختلاف انماط الشخصية الخمسة الكبرى (العصابية ، الانبساطية ، الموافقة ، يقظة الضمير، التفتح للخبرات) لدي طلاب الجامعة.

### إجراءات الدراسة:

أولاً: عينة الدراسة :

تكونت عينة الدراسة من ٦٠٠ طالب وطالبة من طلاب جامعة المنصورة من مختلف الفرق الدراسية بكلية جامعة المنصورة.

ثانياً: الأدوات المستخدمة في الدراسة :

#### ١. مقياس استخدام مواقع التواصل الاجتماعي :- إعداد الباحثة

تكون المقياس من المحاور التالية :

أ- تحديد أو تنظيم (إعدادات الخصوصية الخاصة بالطالب) على مواقع التواصل الاجتماعي.

ب- الوظائف والتطبيقات المستخدمة من قبل الشباب على مواقع التواصل الاجتماعي.

ثبات مقياس مواقع التواصل الاجتماعي بطريقة ألفا كرونباخ وإعادة التطبيق:

قامت الباحثة بحساب معاملات ثبات مقياس مواقع التواصل الاجتماعي لدى طلاب الجامعة (الأبعاد ، والمقياس ككل ) باستخدام معامل الثبات " ألفا كرونباخ Alpha Cronbach " ، وإعادة التطبيق، حيث طبق الاختبار على عينة من طلاب الجامعة ، بلغ عددهم (٦٠) طالب وطالبة ، وبعد رصد النتائج و إجراء المعالجة الإحصائية كانت قيم معامل الثبات كما هي موضحة بالجدول التالي :

جدول (١) معاملات ثبات أبعاد مقياس مواقع التواصل الاجتماعي باستخدام طريقة ألفا كرونباخ وإعادة التطبيق

الأبعاد	عدد المفردات	معامل الثبات	
		إعادة التطبيق	ألفا كرونباخ
إعدادات الخصوصية	١٠	,٨٣	,٦٧
الوظائف والتطبيقات	١٨	,٨٧	,٦٥
المقياس ككل	٣٢	,٨٧	,٦٢

ثانياً قائمة العوامل الخمسة الكبرى للشخصية:

استخدمت الباحثة قائمة العوامل الخمسة الكبرى للشخصية من إعداد كوستا وماكري (١٩٩٢) (Costa&McCrae,1992) ترجمة بدر الأنصاري (١٩٩٧) تعديل رضا عبدالرازق جبر (٢٠٠٨).

تتكون القائمة الأصلية من ٦٠ مفردة موزعة على خمسة عوامل تشمل العصابية ، والانبساطية ، والانفتاح على الخبرة ، والمسايرة أو المقبولية ، ويقظة الضمير .

يحتوي كل عامل على (١٢) مفردة ، تم توزيعها بطريقة دورية يحدد المفحوص درجة انطباق المفردة عليه باختيار بديل واحد من خمسة بدائل هي (غير موافق على الإطلاق ، غير موافق ، محايد ، موافق ، موافق جداً) .

وتكونت القائمة في صورتها النهائية من (٥٥) مفردة بعد حذف (٥) مفردات نتيجة التحليل

العالمي

### ثبات مقياس العوامل الخمسة الكبرى للشخصية بطريقة ألفا كرونباخ وطريقة إعادة الاختبار:

قامت الباحثة بحساب معاملات ثبات مقياس العوامل الخمسة الكبرى للشخصية لدى عينه من طلاب الجامعة (الأبعاد، والمقياس ككل) باستخدام معامل الثبات "ألفا كرونباخ Alpha Cronbach" ١، وإعادة التطبيق حيث طبق الاختبار علي عينه من طلاب جامعة المنصورة، بلغ عددهم (٦٠) طالب وطالبة.

وبعد رصد النتائج وإجراء المعالجة الإحصائية كانت قيم معاملات الثبات كما هي موضحة بالجدول التالي

جدول (٢) معاملات ثبات مقياس العوامل الخمسة الكبرى للشخصية (الأبعاد، والمقياس ككل) بطريقة ألفا كرونباخ وإعادة التطبيق

الأبعاد	عدد المفردات	معامل الثبات	
		ألفا كرونباخ	إعادة التطبيق
يقظة الضمير	١٦	٠,٨٤	٠,٧٩
العصابية	١١	٠,٨٣	٠,٨٨
الانبساطية	١٠	٠,٧٨	٠,٨٧
الانفتاح على الخبرة	٩	٠,٨٢	٠,٨٤
الطيبة	٩	٠,٦٢	٠,٧١
المقياس ككل	٥٥	٠,٩٥	٠,٩٥

يتضح من جدول (٢) أن معاملات ثبات أبعاد مقياس العوامل الخمسة الكبرى للشخصية

ثالثاً الأساليب الإحصائية المستخدمة في الدراسة :

قامت الباحثة باستخدام الأساليب الإحصائية لمعالجة البيانات واختبار صحة الفروض باستخدام برنامج SPSS والتي تتمثل في التالي :

- المتوسطات - اختبار (ت) - التكرارات والنسب المئوية

### نتائج الدراسة :

يتضح من الجداول (٣، ٤، ٥، ٦، ٧) النتائج المتعلقة بالفرض الاول الذي ينص علي انه يختلف استخدام مواقع التواصل الاجتماعي باختلاف انماط الشخصية الخمسة الكبرى (العصابية، الانبساطية، الموافقة، يقظة الضمير، التفتح للخبرات) لدي طلاب الجامعة.

<sup>1</sup> تم عمل التحليل الإحصائي باستخدام البرنامج الإحصائي SPSS

جدول











يتضح من الجداول (٣)، (٤)، (٥)، (٦)، (٧) السابقة إن استخدام الافراد للتطبيقات و الادوات الموجودة علي مواقع التواصل الاجتماعي تختلف من فرد إلي آخر.

كما يتضح من جدول (٣) ان الشخصية العصابية تستخدم إعدادات الخصوصية أكثر من الافراد ذات العوامل الاخرى ، حيث أنها لا تسمح إلا للأصدقاء فقط (التي جاءت الاستجابات عليها بنسبة ١٠٠٪) أن يروا حسابها الشخصي ، فالاصدقاء فقط هم من يستطيعوا ان يروا الصور الخاصة بها ، والفيديوهات ، والتحديثات الاخيرة الخاصة بها ، وكذلك الحائط الخاص بهذه الشخصية العصابية، مع العلم انها تقوم بتحديث الحالة الخاصة بها أكثر من مرة في اليوم (٦١٪) حتي لا يعرف أحد الحالة المزاجية لديها، حيث انها تتسم بالخجل والحرج والارتباك عند الظهور أمام الآخرين

كما تبين الدراسة ان الشخصية العصابية تستخدم خاصية المنع ، والخصوصية للمعلومات ، كما انها تستخدم تنبيهات البريد الالكتروني بنسبة (١٠٠٪)، كما انها لا تظهر بريدها الالكتروني ، ولا رقم الهاتف الخاص بها وتتفق هذه النتائج مع فاطمة الزهراء السيد وبسنت العقباوي (٢٠١٢) في معرفة المستخدم لتطبيقات الموقع وإدراكه لأهميتها .

وترجع الباحثة ذلك إلي كون الشخصية العصابية تتسم بالقلق والتوتر، وشعورها الدائم بإنخفاض في تقديرها لذاتها، وقلقها الاجتماعي الدائم

وعند النظر إلي قيام الشخصية العصابية بالتعليق علي الآخرين أو صورهم نجد انها كانت الاستجابة الاكثر لصالح أقل من مرة في الشهر بنسبة (٦٨٪)، كما كانت نسبة النشر علي حائط الآخرين كانت أيضاً لصالح أقل من مرة في الشهر بنسبة ١٠٠٪، وهذا عكس مراجعتها للحائط الخاص بها وتغير الحالة الخاصة بها فكانت لصالح أكثر من مرة في اليوم الواحد بنسبة (٦١٪ ، ٥٠٪)، ويتفق ذلك مع ما جاءت به (Rose et al,2009) ، وتفسر الباحثة ذلك ان العصابيون يفضلون التحكم في المعلومات المنشورة عنهم ، وهذا ما اتاحته هذه التقنية من امكانية للدقة انها لا تترك مساحة للآخرين بتكوين انطباعات شخصية عنها فلذلك فهي تغير الحالة الخاصة بها يومياً، وهذا يفسر لماذا هي تفضل النشر في المجموعات وليس علي صفحات الاصدقاء .

وتفضل الشخصية العصابية محادثة الآخرين عبر الرسائل وليس الحائط الخاص بها خوفاً من الاحراج وهذا يختلف مع دراسة فاطمة الزهراء السيد وبسنت العقباوي (٢٠١٢).

ونجد ان أكثر استخدام تفضله الشخصية العصابية هو الاشتراك في مجموعات (٥٠٪) وذلك لاحتياجها للدعم الاجتماعي ، يليها الحائط بنسبة (٣٠٪) ، وذلك لمعرفة الانطباعات الشخصية للآخرين .

ويتضح من جدول (٤) ان الشخصية الانبساطية علي عكس الشخصية العصابية حيث انها لا تستخدم إعدادات الخصوصية مثلما تستخدمها الشخصية العصابية حيث أن الشخصية الانبساطية تسمح لكل الاصدقاء والشبكات بإن يروا صفحاتها الشخصية ومحتوياتها من صور وفيديوهات وتحديث للحالة ، وقد يرجع ذلك إلي كون الشخصية الانبساطية تتسم بمحبتها للآخرين ، كما أنها لا تستخدم خاصية المنع ، ولا الخصوصية للمعلومات ، كما أنها تظهر بريدها

الإلكتروني للأخرين، ولكن عند النظر إلى إمكانية إظهار أرقام هواتفهم، فإن النتائج قد تتباين فنسبة ٧٣٪ لا يحبذون إظهار أرقامهم علي الرغم من وجود ٢٧٪ يحبذون إظهار أرقام هواتفهم

وعند النظر للوظائف التي تستخدمها الشخصية الانبساطية فانها تقوم بالتعليق علي صور الآخرين، ومراجعة الصور الخاصة بها كانت لصالح الاجابة أكثر من مرة في اليوم، كما جاءت نسبة النشر علي حائط الآخرين (٩٢٪)، وتغير الحالة الخاصة بهم بنسبة (٧٣٪) لصالح أكثر من مرة واحده في اليوم، وهذا يرجع إلي كون الشخصية الانبساطية تتسم بالاحتياج الي أناس حولهم ليتم التحدث معهم، كما انه محب للسيطرة، والسيادة، والزعامة، والتنافس، التكلم دون التردد، واثق من نفسه

كما ان الشخصية الانبساطية تفضل الحائط أكثر عند محادثة الآخرين علي عكس الشخصية العصابية، وعند ترتيب أكثر استخدام تفضله الشخصية الانبساطية علي مواقع التواصل الاجتماعي نجد انها تفضل الحائط والمجموعات كل منها بنسبة (٢٤٪)، يليها المناسبات، ونشر الصور بنسبة (١٨٪)، ثم أماكن التسوق بنسبة (٨٪)، ثم تسجيل الملاحظات بنسبة (٦٪) ويتفق ذلك مع دراسة (Jin- Ling ,Linda ,Da – Jun Zahan(٢٠١٢)

يتضح من جدول (٥) أنه يوجد ارتباط عكسي بين يقظة الضمير واستخدام مواقع التواصل الاجتماعي، حيث ان الشخصية ذات يقظة الضمير نجد انها شخصية تقدر قيمة الوقت فلذلك فهي لا تستغرق وقت طويل في تصفح صفحاتها علي مواقع التواصل الاجتماعي، لذلك فقد جاءت أغلب نتائجها كما هو مبين بالجدول (٥) بأن النسب المرتفعة بها كانت لصالح البديل (ليس لدي علم) في المفردات الخاصة بإعدادات الخصوصية

وعند النظر علي الوظائف والتطبيقات المستخدمة علي مواقع التواصل الاجتماعي، نجد انها انحازت إلي البديل أقل من مرة في الشهر، كما يتضح من الجدول ان الأشخاص ذو يقظة الضمير يفضلون الرسائل عند محادثة الآخرين، كما أن أكثر استخدام تفضله علي مواقع التواصل الاجتماعي كان لصالح الملاحظات بنسبة ٨٠٪، وهذا يرجع إلي كونها شخصية تتسم بالحنز، وانها ذو أهداف واضحة .

يتضح من جدول (٦) ان الشخصية المتفتحة للخبرات بطبعها شخصية تحب التجديد ولكنها لا تهتم بالكيفية أو التقنية المستخدمة في هذه المواقع، فهي لا تبحث عن كيفية التصميم، ولكنها مستخدمة للتقنيات، فلذلك فنجد ان أغلبية الاستجابات علي المفردات موضوع الدراسة كانت النسبة الأكبر كما هي مبينة بالجدول (٦) لصالح لا أعلم كيفية استخدامها.

فنجد ان المتفتح للخبرات يقوم بالتعليق علي صور الآخرين مرتين في الشهر بنسبة (٥٣٪)، كما انه ينشر علي حائط الآخرين مرتين في الشهر بنسبة (٦١٪)، كما انه يقوم بمراجعة الحائط الخاص به مرة أسبوعياً بنسبة (١٠٠٪)، كما بينت الدراسة انه يقوم بتغيير status الخاص به مرة واحدة في اليوم بنسبة (٦٥٪)، كما انه يقوم بالنشر علي حائط الآخرين "سواء الاصدقاء، أو المجموعات عشوائياً" بنسبة (٥٥٪)، كما انه يقوم بإرسال الرسائل عشوائياً بنسبة (٧٦٪)، كما بينت

الدراسة ان المتفتح للخبرات يفضل المحادثة مع الاخرين عبر الحائط بنسبة (١٠٠٪)، كما وجدت الدراسة ان أكثر استخدام يفضل المتفتح للخبرات هو اماكن التسوق بنسبة (٣٢٪).

يتضح من جدول (٧) ان نتائج الاشخاص ذات المستوى العالي في الموافقة متفقة إلى حد ما مع نتائج الشخصية المنبسطة، حيث كانت النتائج المتعلقة بالمحور الخاص بإعدادات الخصوصية كانت النسب الأكبر كما هي مبينة بالجدول لصالح كل الأصدقاء والشبكات، وقد يرجع ذلك إلى طبيعة الشخصية ذات الموافقة، حيث انها شخصية ودودة مع الاخرين، محبة للاخرين.

كما بينت الدراسة ان الشخصية العالية في الموافقة لاتستخدم خاصية المنع، ولا الخصوصية للمعلومات، كما بينت الدراسة انها لا تظهر بريدها الالكتروني، ولا ارقام هواتفها الخاصة بهم، كما أنهم لا يستخدمون تنبيهات البريد الالكتروني، كما بينت الدراسة ان هذه الشخصية تقوم بالتعليق علي صور الاخرين بنسبة (٧١٪)، والنشر علي حائط الاخرين بنسبة ٧٩٪ لصالح أكثر من مرة واحدة في اليوم، كما انه يقوم بمراجعة الحائط الخاص به أكثر من مرة واحدة في اليوم بنسبة (٨٦٪)، كما انه يغير حاله الخاصة به أكثر من مرة واحدة في اليوم بنسبة ٧٩٪، كما بينت الدراسة انه ينشر أكثر علي حائط الأصدقاء، كما انه يقوم بإرسال رسائل خاصة للأصدقاء، كما بينت الدراسة انه يفضل الحائط عند محادثة الاخرين، وان أكثر استخدام يفضله علي مواقع التواصل الاجتماعي هو الاحداث events بنسبة (٤٣٪)

وتتفق دراسات كل من ( Jin- Ling (٢٠١٢) ; Sophia Xenos ، Tracii Ryan (٢٠١٢) ; Linda ,Da – Jun Zahan Moss Rowe ، David John ; (٢٠١٢) ) ان معدل استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وطريقة استخدام خصائصها قد تباينت نتيجة لخصائص الشخصية. ولكن اختلفت نتائج الدراسة الحالية مع نتائج بعض الدراسات السابقة في بعض خصائص الاستخدام من اعدادات الخصوصية والوظائف والتطبيقات ومعدل الاستخدام، وقد يرجع ذلك إلى اختلاف طبيعة مجتمع الدراسة الحالية، عن مجتمعات الدراسات السابقة.

جدول (٨) المتوسطات لعوامل الشخصية الخمسة ودرجاتهم علي مقياس استخدام مواقع التواصل الاجتماعي (ن: ٤٤)

الموافقة	التفتح للخبرات	يقظة الضمير	الانسيابية	العصابية	الانماط	
					المفردة	المتوسط
٣,٤٢	٢,٢٨	1.29	٣,٩٧	٤	مدة الاستخدام	
٢٦٢,٤٠	٩١,١٢	18.45	٢٧٧,٢٧	129,77	عدد الأصدقاء	
٢٥,٢٩	١٥,٣٤	1.20	٤٥,٩٧	٤١,١١	عدد المجموعات	
١٤,٨٦	١٣,٧٥	0.63	٢٢,٠٤	5,56	عدد البومات الصور	
٣٨١,٢٥	٣٧١,٧٩	5.72	٤٣٨,٤٠	69,34	عدد الصفحات المشترك	
١٠,٤٥	...	0.06	٢٥,٣١	.000	المجموعات انشأتها بنفسك	
١٦,٣٦	١٦,٣١	2.63	١٩,٩٧	1,02	الاحداث التي حضرتها	

يتضح من جدول (٨): أعلى مدة لاستخدام مواقع التواصل كانت لصالح العصابيين حيث بلغ متوسط الزمن الذي استخدمته عينه العصابيين (٤) ساعة، بينما كان أقل مدة لاستخدام مواقع التواصل كانت لصالح بعد يقظة الضمير بمتوسط (1.29) ساعة، وقد يرجع ذلك لاحتياج الشخصية العصابية لدعم اجتماعي واختلفت النتائج الحالية مع الدراسات السابقة في مدة الاستخدام وقد يرجع ذلك لاختلاف مجتمع لآخر في تقدير أهمية الوقت مثل دراسة Lampe، Steinfield، Ellison (٢٠٠٦) ان نسبة الاستخدام اليومي لموقع الفيس بوك Facebook يتراوح ما بين ٣٠ دقيقة إلي ساعة فأكثر، بينما وجدت دراسة Nyland (٢٠٠٧) انه يستخدم موقع Facebook بمعدل يصل إلي ٢,٧ مرة في اليوم الواحد، كما ان الوقت الذي يقضيه الطلاب في هذه النوعية من المواقع من ١٠ إلي ١٩ دقيقة يوميا، كما يوجد نسبة من الطلاب تستخدمه لاقل من ١٠ دقائق يوميا.

بينما وجدت دراسات كل من (Karl، Peluchette (٢٠٠٨)؛ Richter، Strater (٢٠٠٧) Souza وديك Dick (٢٠٠٨) ان الطلاب يستخدمون موقع Facebook بمعدل يصل إلي مرة واحدة يوميا

أن أعلى عدد أصدقاء كانت لصالح الانبساطيين حيث بلغ متوسط عدد الاصدقاء (٢٧٧, ٢٧)، بينما كان اقل عدد أصدقاء علي مواقع التواصل الاجتماعي لصالح يقظة الضمير بمتوسط حسابي (١٨,٤٥).

كما يتضح من جدول (٢٥) أن أعلى اشتراكا في المجموعات كانت لصالح الانبساطيين حيث بلغ متوسط عدد المجموعات (٤٥,٩٧)، بينما كان اقل عدد مجموعات علي مواقع التواصل الاجتماعي لصالح يقظة الضمير بمتوسط حسابي (١,٢٠).

أعلى عدد ألبومات الصور كانت لصالح الانبساطيين حيث بلغ متوسط عدد البومات الصور (٢٢,٠٤)، بينما كان اقل عدد ألبومات الصور علي مواقع التواصل الاجتماعي لصالح يقظة الضمير بمتوسط حسابي (٠,٦٣) ويتفق ذلك مع دراسات (Acquisti، Gross (٢٠٠٥)؛ Hiltz، Dwyer، Passerini (٢٠٠٧)؛ Andon (٢٠٠٧) ان الطلاب يضعون صورهم في مواقع التواصل الاجتماعي لإبراز جاذبيتهم الشخصية بهدف التفاعل مع المستخدمين الآخرين وبالتالي فهم أكثر في عدد الاصدقاء.

أعلى عدد الصفحات المشترك بها كانت لصالح الانبساطيين حيث بمتوسط (٤٣٨,٤٠)، بينما كان اقل عدد للصفحات المشترك بها علي مواقع التواصل الاجتماعي لصالح يقظة الضمير بمتوسط حسابي (٥,٧٢).

أن أعلى عدد للمجموعات التي انشأها بنفسه كانت لصالح الانبساطيين حيث بلغ متوسط عدد المجموعات التي انشأها الشخصية الانبساطية (٣٥,٣١)، بينما كان اقل عدد للمجموعات التي انشأها بنفسه علي مواقع التواصل الاجتماعي لصالح المتفتح للخبرات بمتوسط حسابي (٠٠,٠٠) وهذا يؤكد ما توصلت له الباحثة من كون الشخصية المتفتحة للخبرات تستخدم مواقع التواصل

الاجتماعي من اجل الاستخدام فقط وليس الدخول في كيفية التعامل مع هذه التطبيقات وتسخيرها بما تحتاجه هذه الشخصية .

أن أعلى عدد الاحداث التي حضرها كانت لصالح الانبساطيين . دراسة Lee، Paris، Serry (٢٠١٠) حيث بلغ متوسط عدد الاحداث (١٩,٩٧)، بينما كان اقل عدد الاحداث علي مواقع التواصل الاجتماعي لصالح العصابية بمتوسط حسابي (١,٠٢) ، وقد يرجع ذلك لكون الشخصية العصابية خجولة بطبعها ، كما انها تفتقد للاجتماعية والتعامل مع الاخرين لذلك لا تحضر أي مناسبات أو اجتماعات مع الاخرين .

وتفسر الباحثة حصول الانبساطيين علي متوسطات درجات عالية في عدد الاصدقاء ، والاشترك في مجموعات ، وانشأ عدد من المجموعات بنفسها ، وحضور عدد من الاحداث ، ونشر الصور ، والاشترك في الصفحات المختلفة إلي كون ان الشخصية الانبساطية تتميز بالميل إلي الصداقة مع الاخرين ، والاجتماعية حيث انها شخصية تحب الحفلات ، مغرمة بالبحث عن الاثارة ، والمواقف المثيرة ، والاماكن المزدحمة والصاخبة ، في حين جاءت اقل متوسطات الدرجات لصالح يقظة الضمير ، وتفسر الباحثة ذلك الي قلة مدة الاستخدام لمواقع التواصل الاجتماعي لهذا النمط من الشخصية ، فهي شخصية محافظة للوقت ومقدرة لأهميته .

وتتفق نتائج الدراسة الوصفية مع نتائج دراسة Moss Rowe ، David John (٢٠١٢) ان الهدف من استخدام الفيس بوك وتويتر مختلف باختلاف الشخصية .

## المراجع

### المراجع العربية :

١. أبو المجد إبراهيم الشوريحي (٢٠٠٩): أثر تعليمات كشف الكذب في الاستجابة والبنية العاملة لكل من قائمة العوامل الخمسة الكبرى للشخصية ومقياس الكذب لدي طلاب الدبلوم الخاصة في التربية ، مجلة كلية التربية بالزقازيق ، الجزء الثاني ، العدد (٦٣) ، أبريل ، ٢١٧ - ٢٤٧ .
٢. أحمد عطوان محمد (٢٠١١): شبكات التواصل الاجتماعي (المفاهيم - الاستخدام - التكنولوجيا) ، وحدة التعليم الإلكتروني ، جامعة المنصورة ، العدد السابع ، نوفمبر .
٣. بدر الأنصاري (١٩٩٧): مدي كفاءة قائمة العوامل الخمسة الكبرى للشخصية في المجتمع الكويتي ، مجلة دراسات نفسية ، المجلد (٧) ، العدد (٢) ، أبريل، ٢٧٧- ٣١٠
٤. بدر الأنصاري (٢٠٠٠): قياس الشخصية ، القاهرة ، دار الكتاب الحديث .
٥. جمال السيد تفاحة (٢٠٠٦): مهارات ادارة الوقت وعوامل الشخصية ونمط السلوك لدي عينة من طلاب الدراسات العليا ، مجلة البحوث النفسية والتربوية ، كلية التربية ، جامعة المنوفية ، العدد الثالث ، السنة الحادية والعشرون ، ص ص ٥٥ : ٨٧ .
٦. جمال مختار (٢٠٠٨) : حقيقة الفيس بوك عدو ام صديق ، متروبول للطباعة والنشر .
٧. حسنين شفيق (٢٠١١): وكالات الانباء والانترنت، القاهرة ، دار فكر و فن .

٨. دانا بوند ، ترجمة مصطفى محمود (٢٠٠٩) : الشباب مواقع الانترنت الاجتماعية ، دور شبكة الانترنت في الحياة الاجتماعية للمراهقين ، القاهرة ، الهيئة العامة .
٩. رضا عبد الواحد أمين (٢٠٠٩) : استخدامات الشباب الجامعي لموقع يوتيوب علي شبكة الانترنت ، المؤتمر الدولي الأول لقسم الاعلام بجامعة البحرين (الإعلام الجديد ،تكنولوجيا جديدة لعالم جديد) مملكة البحرين .
١٠. رنا محفوظ حمدي (٢٠١٠) : "الويكي" Wiki أحد التقنيات المستخدمة في التعليم الإلكتروني ، مجلة التعليم الإلكتروني ، العدد السادس ، الجزء الثاني ، يوليو .
١١. رنا محفوظ حمدي (٢٠١٠) : خدمة تويتر "Twitter" أحد أساليب نشر التعليم الإلكتروني ،مجلة التعليم الإلكتروني ، العدد السادس ، يوليو .
١٢. عبد الله جاد محمود (٢٠٠٦) : التوافق الزواجي في علاقته ببعض عوامل الشخصية والذكاء الإنفعالي ، مجلة كلية التربية ، جامعة المنصورة ، العدد ٦٠ ، يناير ، ٥٣ : ١١٠ .
١٣. عبد المنعم الدردير (٢٠٠٤) : أساليب التفكير لستيرنبرج Sternberg لدي طلاب كلية التربية بقنا وعلاقتها بأساليب التعلم لبيجز Biggs وبعض خصائص الشخصية ، في : عبد المنعم الدردير (٢٠٠٥) : دراسات معاصرة في علم النفس المعرفي ، الجزء الأول ، ١٣٥ - ٢٦٧ ، القاهرة ، عالم الكتب .
١٤. عصام منصور (٢٠٠٩) : المدونات الالكترونية :مصدر جديد للمعلومات ، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام ، كلية الاعلام ، جامعة القاهرة ، العدد الخامس ، يولية .
١٥. علي مهدي كاظم (٢٠٠١) : أنموذج العوامل الخمسة الكبرى في الشخصية ، مؤشرات سيكومترية في البيئة العربية ، المجلة المصرية للدراسات النفسية ، المجلد الحادي عشر ، العدد (٣٠) ، أبريل ، ٢٧٧ - ٢٩٩ .
١٦. عمرو محمد أسعد (٢٠١١) : العلاقة بين استخدام الشباب المصري لمواقع الشبكات الاجتماعية وقيمهم المجتمعية ، رسالة دكتوراه غير منشورة ، جامعة القاهرة ، كلية الاعلام .
١٧. فيصل أبو عيشة (٢٠١٠) : الإعلام الإلكتروني ، عمان ، دار النشر والتوزيع .
١٨. مازن ملحم (٢٠١٠) : الشعور بالوحدة النفسية وعلاقتها بالعوامل الخمسة للشخصية : دراسة ميدانية علي عينة من طلبة جامعة دمشق ، مجلة جامعة دمشق للعلوم التربوية والنفسية ، المجلد ٢٦ ، العدد الرابع ، ٦٢٥ - ٦٦٩ .
١٩. محمد عبد الحميد (٢٠٠٧) : الاتصال والإعلام علي شبكة الانترنت ، القاهرة ، عالم الكتب .
٢٠. محمد عبد الحميد (٢٠٠٩) : المدونات الاعلام البديل ، القاهرة ، عالم الكتب .
٢١. محمد علي البسيوني (٢٠٠٩) : دولة الـ Facebook ، القاهرة ، عالم الكتب .
٢٢. محمود عبد الستار خليفة (٢٠٠٩) : الجيل الثاني من خدمات الإنترنت : مدخل إلي دراسة الويب ٢.٠ والمكتبات ٢.٠ ، ورقة بحث موجودة في cybrarians journal ، دورية إلكترونية فصلية ، محكمة متخصصة في مجال المكتبات والمعلومات ، العدد ١٨ ، مارس .
٢٣. نرمين زكريا خضر (٢٠٠٩) : الأثار النفسية والاجتماعية لاستخدام الشباب المصري لمواقع الشبكات الاجتماعية : دراسة علي مستخدمي موقع Facebook ، جامعة القاهرة ،كلية الاعلام ، مؤتمر الأسرة والإعلام وتحديات العصر، ١٥ - ١٧ فبراير .



٢٤. هشام حبيب الحسيني (٢٠١٢):العوامل الخمسة للشخصية : وجهة جديدة لدراسة وقياس بنية الشخصية ، القاهرة ، مكتبة الأنجلو المصرية.

٢٥. وائل مبارك (٢٠١٠):أثر الفيس بوك علي المجتمع ،السودان ،مدونة شمس النهضة .

#### المراجع الاجنبية:

26. Carlos Castillo ,Marcelo Mendoza and Barbara poblete (2011): Information Credibility on Twitter,In WWW 2011-Session: Information Credibility March 28-April 1,Hyderabad, India, p.675.
27. Catherine Dwyer ,Starr Roxxanne Hiltz ,Katia passerin(2007) :Trust and privacy concern within social Networking sites : A comparison of Facebook and MySpace , Paper presented at the proceedings of the thirteenth Americas conference on information system, keystone, Colorado, August.
28. Costa ,P.T., McCrae, R.R.&Jonsson,F.H.(2002):Validity and utility of the revised NEO personality inventory : Examples from Europe , In B.De Raad &M.Perugini (Eds),Big five assessment (pp.61-77),Toronto ,Horgrefe and Huber Publishers.
29. Costa ,P.T.,& McCrae ,R.R.(1992):Revised NEO Personality Inventory (NEO-PI-R) and NEO- Five-Factor Inventory (NEO-FFI) :Professional manual ,Florida , psychological Assessment Resources.
30. Danah Boyd (2007): Why Youth (Heart) Social Network sites :The Role of Networked publics in Teenage Social life , In: MacArthur Foundation series on Digital Learning-Youth ,Identity ,and Digital Media Volume(ed. David Buckingham) ,Cambridge,MA:MIT Press ,pp.119-142.
31. Danah M. Boyd,Nicole B.Ellison(2007):social network sites :Definition ,History and Scholarship, In Journal of Computer –Mediated communication ,Vol.12 ,No.1,October .pp.210.
32. Eszter Hargittai (2008):Whose Space? Differences among users and non users of social Network sites ,In:Journal of Computer –Mediated communication ,Vol.13 ,No.1,October .pp.276-297.
33. Jams Trier (2007):cool engagements with YouTube :part2 ,In :Journal of Adolescent & Adult Literacy ,Vol.50 ,No.70,April ,p.599.
34. Jeff Ginger(2008):The facebook project: performance and construction of Digital identity ,Unpublished M.A, Chicago: university of Illinois at urbana-Champaign
35. Joseph B. Waltherl ,Brandon van Der Heide, Sang – Yeon Kim, David Westerman ,Stephanie Tom Tong(2008):The Role of friends' Appearance and

- Behavior on Evaluations of Individuals on Facebook: Are we known by the company we keep? In: Human Communication Research , Vol.34 ,No.1,January ,pp28-49.
36. Joy Peluchette, Katherine(2008):Social Networking profiles: An Examination of student attitudes regarding use and appropriateness of content ,In Cyberpsychology & Behavior, Vol .11,No.1 , Febraury ,pp.95-97.
37. Katherine starter, Heather Richter(2007): Examining privacy and disclosure in a social Networking community, Paper presented at the symposium on usable privacy and security , pittsourgh, PA, July.
38. Laura E. Buffardi,W.Keith Campbell (2008):Narcissism and social Networking WebSites ,In personality and Social Psychology Bulletin, Vol.34 ,pp 1303-1314.
39. Laurie Charnigo, Paula Barnett-Ellis (2007):Checking out Facebook.com: The Impact of a digital trend on academic libraries , In: Information Technology and Libraries , Vol.26,No1, March, p.24.
40. Marianne Skinstad(2008):Facebook: ADigital Network of friends ,Paper presented at the 24th conference of the Nordic sociological Association, university of Aarhus ,Aarhus,14-17 August.
41. Melissa R. Walter(2008):Campaigning in the new millennium: How the new media affects college studenys' attention to and participation in political process ,Unpublished M.A. ,Alabama: university of South Alabama.
42. Minsun Shim ,Min Ju Lee,Sang Hee park (2008):Photograph use on social Network Sites among South Korean College student : the Role of public and private self-consciousness , In: Cyberpschology &Behavior .Vol.11, No.4 ,August ,pp 489-493.
43. Moises Naim (2007):The YouTube effect: Gow a technology for teenagers became a force for political economic change ,In : Foreign policy .Issue ,No.15,January/ February , p.104.
44. Nicole B.Ellison ,Charles Steinfield, Cliff Lampe(2007): The Benefits of Facebook friends: social capital and college students' use of online social Network sites, In: Journal of Computer –Mediated communication ,Vol.12 ,No.4,July,pp.1144.
45. Particia G.Lange (2007): Publicly private and privately public: social networking on YouTube , In: Journal of Computer –Mediated communication ,Vol.13 ,No.1,October .pp.361-380.

46. Piedmont ,R.L. & Aycock, W(2007):A historical analysis of the lexical emergence of the big five personality adjective descriptors , personality and individual Differences,42 ,1059-1068.
47. Ralph Gross, Alessandro Acquisti(2005):Information Revelation and privacy in online social networks (the facebook case) ,Paper presented at the ACM workshop on privacy in electronic society ,Alexandria ,Virginia.
48. Rob Nyland (2007):The gratification niches of internet social Networking ,Email, and face to face communication ,Unpublished M.A ,Hawaii ,Brigham young university.
49. Sara Hebert(2008): Digital Memorialization Collective Memory Tragedy, and Participatory Spaces ,Unpublished M.A ,Denver ,Colorado :University of Denver.
50. Seong Eun cho (2010):Cross – cultural comparison of Korean and American social network sites : exploring cultural differences in social relationships and self – presentation ,Unpublished PhD ,New Jersey , The state University of New Jersey.
51. Sherry Kinkoph Gunter(2010):Sams Teach Yourself Facebook in 10 minutes ,Indiana ,Pearson Education ,Inc, p.6.
52. Stephen P. Andon(2007): Evaluating Computer –Mediated-Communication on the University Campus:The impact of Facebook .com on the development of romantic relationships ,Unpublished M.S, Tallahassee ,Florida: The Florida state university.
53. Truxillo ,D.M.& Bauer, T.N& ComPion, M.A. (2006): A field study of the role of big five personality in applications perceptions of selections of selections fairness self ,and the hiring organization ,International Journal of selection and Assessment ,Vol. 14(3),pp.269-277.
54. White,J.K.,Hendrick,s.s.&Hendrick,c.(2004):Big five personality variables and relationship constructs ,personality and individual Differences ,37,1519-1530.
55. Zaineb De Souza ,Geoffrey N.Dick(2008):Information disclosure on Myspace – the what ,the why and the implication, In pastoral Care in Education.Vol.26, No.3,September ,pp.143-157.

## *ABSTRACT*

The study aimed to identify the correlation between the use of social networking sites and the big five factors big of personality , study also provided an analytical study of descriptive to use each type of personal (neuroticism - Extraversion – openness to experiences - consciousness - agreeableness) for social networking sites . Study sample consisted in its final form (600) of male and female students from Mansoura University researcher used the descriptive approach Correlative comparative , to study the phenomenon under study and found following results : - the results of descriptive study of patterns and personal impact on the use of social networking sites , students' grades vary for different personal styles in each of the duration of use , and the number of friends, and the number of groups , and the number of events attended , and the number of groups and pages inception by himself, as well as it's different to each other in the personal privacy settings , and functions and applications available on social networking sites