

العلاقة بين نمط شخصية الفتاة الجامعية و استخدامها لموضوعات الفيسبوك

إعداد

سلوى حسن البنا محمد

إشراف

أ.د / فاطمة يوسف القليني

أستاذ الاجتماع الاعلامى بكلية البنات

جامعة عين شمس

أ.د/ حسن عماد مكاوى.

أستاذ الاعلام بكلية الاعلام

جامعة القاهرة

أ.د/ عالية عبد العال

أستاذ الاجتماع الاعلامى بكلية البنات - جامعة عين شمس

المقدمة:

تُعد شبكات التواصل الاجتماعي الإلكترونية من أشكال التواصل الحديثة على المجتمع وقد لاقت إقبالاً شديداً و رواجاً في استخدامها ، حيث انتشرت ثقافة استخدامها و إدماجها في حياة الأفراد اليومية بشكل سريع و لم يقتصر استخدامها على شريحة عمرية أو طبقة اجتماعية محددة و إنما حازت على تفضيل الأفراد على اختلاف مستوياتهم التعليمية و الاجتماعية و الاقتصادية بل و أصبحت مصدر إعلامي و معلوماتي و اتصالي يعتمد عليه العديد من المستخدمين.

إلا أن هذا الاستخدام يختلف من مستخدم لآخر وفقاً لسماته الشخصية و الذاتية مما يستدعي التعرف على العلاقة بين الأنماط المختلفة للشخصية في التعامل مع هذا النمط الاتصالي الجديد . و يعد الفيسبوك من أشهر مواقع التواصل الاجتماعي في مصر وفقاً للإحصائيات (Arab Social Media Report,2014) لذا ستعتمد الدراسة عليه كمثال لمواقع التواصل الاجتماعي الإلكترونية .

و قد قام البحث بالتركيز على الفتاة حيث تعتبر الفتاة من الركائز الهامة لإستقرار المجتمعات و الحفاظ على قيمها و عاداتها و ثقافتها. فبهن تتمايز المجتمعات . و يعد تطور الفتاة فكرياً و مهارياً و ثقافياً عنصراً هاماً في تقدم و تطور المجتمعات ، مما يستدعي فهم أنماط الشخصية و علاقتها بأنماطها الإتصالية المختلفة خاصة في ظل التطورات التكنولوجية الإتصالية المتلاحقة للوقوف على الإحتياجات النفسية و الاجتماعية ، مما يُمكن من توجيه إستراتيجيات أو برامج مدروسة موجهة للفتاة تفيدها في حياتها العملية و الأسرية .

مشكلة البحث:

تتلخص مشكلة البحث في محاولة التعرف على مدى ارتباط نمط شخصية الفتاة باستخداماتها المختلفة لموضوعات الفيسبوك و الأنشطة التي يقدمها لمستخدميه و ذلك في محاولة لفهم و رصد واقع اتصالي معاصر يستلزم في جزء منه التعرف على من يستخدم ماذا ؟ من خلال هذه المواقع الاجتماعية ، و ما الذي تتيحه هذه المواقع لإشباع الإحتياجات الخاصة لمختلف أنماط الشخصيات؟.

أهمية البحث :

وتتبع أهميه البحث من:

- ١- قصور الدراسات الإعلامية العربية التي تهتم بداسة أنماط الشخصية و علاقتها بالاستخدامات المختلفة لمواقع التواصل الاجتماعي.
- ٢- التركيز على الفتاة المصرية في ظل التطورات التكنولوجية الإتصالية المتلاحقة و محاولة فهم انماطها الاتصالية الجديدة و دوافع لجوئها لإستخدام مواقع التواصل الاجتماعي.
- ٣- أهمية فهم و رصد الواقع الاتصالي و الإعلامي الجديد للوقوف على جوانبه المختلفة و رسم صورة متكاملة مما يمكن من توجيه استراتيجيات أو برامج مدروسة موجهة للفتاة تفيدها في حياتها العملية و الأسرية مما يعكس بدوره على المجتمع ككل.

و يقوم البحث على اختبار فرض مفاده:

توجد علاقة دالة احصائيا بين شخصية الفتاة و كل من (حجم شبكتها على الفيسبوك، كثافة استخدام الفيسبوك، استخدام المواضيع المختلفة للفيسبوك و الإشتراك في المجموعات المختلفة للفيسبوك).

التعريفات الإجرائية للبحث:

الفتاة : و هي الفتاة قى سن الشباب ، و قد حددتها الباحثة في هذه الدراسة بأنها الفتاة الجامعية سواء في الجامعات (الحكومية –الخاصه – أو جامعة الأزهر) على اختلاف التخصصات .
موضوعات الفيسبوك: و يقصد بها الإمكانات المختلفة التي يتيحها الفيسبوك لمستخدميه .

نوع البحث و الإجراءات المنهجية:

ينتمى هذا البحث إلى البحوث الوصفية التي تستخدم منهج المسح بالعينة .

العينة:

لجأت الباحثة في هذه الدراسة إلى استخدام أسلوب العينة الحصصية وهي ضمن أنواع العينات غير الاحتمالية. ويعتمد البحث على عينة من الفتيات الجامعيات - حيث من المفترض ان تكون على قدر واعي من استخدام التكنولوجيا - ممن يمتلكون حساب على الفيسبوك على إختلاف التخصصات الأدبية والعلمية من أنظمة تعليمية مختلفة (حكومية-خاصة-أزهر) و يبلغ حجم العينة ٣٠٠ فتاة . وتم تطبيق الإستمارة فى الفترة من (٢٠١٥/٢/٨ و حتى ٢٠١٥/٤/٨) . وتم اختيار ثلاث نظم تعليمية مختلفة لإتاحة الفرصة لتباين العينة اجتماعياً واقتصادياً وتعليمياً وهي فرصة للتعرف على الفتاة المصرية بمختلف خلفياتها البيئية والثقافية بشكل يثرى نتائج الدراسة.

أدوات جمع البيانات

قامت الباحثة بتصميم صحيفة استبيان ميدانية لجمع البيانات عن طريق المقابلة الشخصية . تم تحكيماها من أساتذة الإعلام والاجتماع و علم النفس (١).

واستفادت الباحثة من توجيهاتهم وإرشاداتهم فى إعادة صياغة بعض الأسئلة، ووضع بدائل أخرى يمكن اختيارها من قبل المبحوث، وكذلك فى غلق الأسئلة، وعدم تركها مفتوحة بقدر الإمكان، لتحديد إجابات المبحوثين بشكل يسهل التعامل معه إحصائياً، ولتذكير المبحوث أولفت نظره لإحدى الاختيارات التي قد لا يستطيع أن يعبر عنها بشكل واضح ، وكذلك للتأكد من مدى ملائمة العبارات واستخدام الكلمات المناسبة لقياس المتغيرات المختلفة، كما تم إجراء (pre test) للتأكد من الفهم الجيد لمضمون الأسئلة والقدرة على الإجابة بشكل واضح وذلك لعينة قوامها (٣٠ مبحوث)، وتم إجراء التعديلات اللازمة، ولإختبار ثبات الاستمارة تم إعادة تكرار تطبيق الإستمارة على (١٠%) من أفراد العينة أى (٣٠ مبحوثاً) بعد أسبوعين من تطبيقهم الأول لها، وتم تطبيق معامل الارتباط بيرسون لإختبار مدى ثبات الإستمارة و بلغ معامل الثبات (٩١%) وهو معامل ثبات مرتفع يدل على صلاحية الإستبيان للتطبيق.

واشتملت الإستمارة على مقياس للشخصية سامويل جوزلينج Samuel D Gosling الذى قام بتصميمه عام ٢٠٠٣، وكذلك أسئلة تتعلق بحجم الشبكة، كثافة الاستخدام و موضوعات الفيسبوك المستخدمة.

أسلوب تحليل البيانات:

بعد الإنتهاء من جمع بيانات الدراسة الميدانية، تم ترميز البيانات وإدخالها إلى الحاسب الآلى، ثم معالجتها وتحليلها، واستخراج النتائج الإحصائية باستخدام برنامج " الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية " SPSS " Statistical Package for the Social Science . تم اللجوء إلى المعاملات والاختبارات الإحصائية التالية في تحليل بيانات الدراسة:

(١) أ.د/شيماء ذو الفقار أستاذ الاعلام بكلية الاعلام جامعة القاهرة.

أ.د/عادل عبد الغفار أستاذ الاعلام بكلية الاعلام جامعة القاهرة و عميد كلية الاعلام جامعة بنى سويف.

أ.د/وائل عبد البارى أستاذ الاعلام بكلية البنات جامعة عين شمس.

د/هيام شاهين أستاذ علم النفس المساعد بكلية البنات جامعة عين شمس.

د/ الأميرة سماح فرج المدرس بكلية الاعلام جامعة القاهرة.

د/سحر شعرواوى أستاذ علم النفس بكلية البنات جامعة عين شمس.

د/رانيا ماهر مدرس علم النفس بكلية البنات جامعة عين شمس.

د/علاء الشامى مدرس الاعلام بكلية البنات جامعة عين شمس.

- ١- التكرارات البسيطة والنسب المئوية. المتوسطات الحسابية والإنحرافات المعيارية.
- ٢- معامل ارتباط بيرسون (Person Correlation Coefficient) لدراسة شدة واتجاه العلاقة الارتباطية بين متغيرين من نوع الفئة أو النسبة (Interval Or Ratio).

الفيسبوك النشأة و الخصائص:

صمم موقع الفيسبوك بهدف تقوية العلاقات الموجودة فعلياً بين الأفراد و خلق أشكال أعمق من التفاعل بينهم و ذلك على عكس مواقع التواصل الاجتماعية الأخرى التي أنشأت بهدف التعارف بين الغرباء لهدف معين أو أنشأت بغرض التنافس مع شبكات أخرى . حيث كانت بداية الفيسبوك عام ٢٠٠٤ في جامعة هافارد بهدف تواصل الطلاب الذين يعرفون بعضهم البعض بصورة مسبقة فكان دخولهم الشبكة بأسمائهم و صورهم الحقيقية و عمل الفيسبوك على ايجاد مزيد من التعارف و اضافة نوع من الالفة و الحميمية بين هؤلاء الطلاب بعضهم ببعض ، و بحلول عام ٢٠٠٥ سُمح لطلاب الثانوى الدخول فى الشبكة (Kirkpatrick,2010:12). و بذلك فإن شبكة الفيسبوك نشأت كشبكة محلية ليس لها هدف فى منافسة مواقع التواصل الأخرى و لا تهدف أيضاً إلى انضمام الغرباء ، إلا أن سهولة استخدامها و تفاعل و نشاط مستخدميها و تفاعلهم معها -حيث أنهم جميعاً من فئة الشباب - أدى إلى ذبوع صيتها و انتشار استخدامها بصورة لم يتوقعها حتى من قام بإنشائها. مما أدى إلى أنه بحلول عام ٢٠٠٦ يضع أهداف جادة للموقع حيث يرى أن الفيسبوك أداة و هو لا يهدف أن يزداد الوقت الذى يمضيه المستخدمين لمتابعة الموقع بقدر حرصه على أن يحققوا خلال هذا الوقت الإستفادة القصوى لفهم العالم من حولهم و اكتساب خبرات جديدة (Kirkpatrick,2010:10). وهكذا وضع Mark Zuckerberg رؤيته لأهداف الموقع و عمل على تطويره و متابعته لتحقيق هذا الهدف .

و قد نجح موقع الفيسبوك فى أن يصبح أكبر شبكة اجتماعية إلكترونية مما دعا سافرانك Safranek عام ٢٠١٢ إلى القول " بأن لو اعتبرنا الفيسبوك مدينة من المدن لأصبحت ثالث أكبر مدينة من حيث عدد السكان خلفاً للصين و الهند " و قد بلغ مستخدمى الفيسبوك بحلول مارس ٢٠١٤ إلى ٨٠٢ مليون مستخدم نشط بصورة يومية (Investor.fb.com,2014) .

وقام فاندنيرف VanDerver عام ٢٠١١ بعمل كتاب يشتمل على الخصائص و الأنشطة التى يقدمها الفيسبوك لمستخدميه منها أنه يقدم الخدمة مترجمة إلى ٦٦ لغة، القابلية لخلق صفحة مدعمة بالصورة و المعلومات الشخصية، كما يتيح الفيسبوك امكانية البحث أو دعوة أو اضافة الاصدقاء إلى قائمة الاصدقاء، امكانية حذف الافراد و منع آخرين من التواصل ، إمكانية الانضمام للمجموعات ذات الاهتمامات المختلفة و متابعة اخبارها و انشطتها، إمكانية إرسال رسائل خاصة فى الصندوق الحوارى و كذلك إمكانية الكتابة على الصفحة العامة و التى تتاح رؤيتها لجميع الاصدقاء، إمكانية عمل محادثة خاصة مع أكثر من فرد فى صندوق حوارى واحد، يتيح مكالمات الصوت و الفيديو، يتيح الحائط معلومات حديثة عن الأخبار العامة و اخبار الأصدقاء المتجددة ، يتيح الفيسبوك عمل تاج لأصدقاء لإدماجهم فى خبر معين أو صورة معينة و لفت نظرهم لها، إمكانية تحميل و تبادل الصور و الفيديوهات ، إمكانية خلق أحداث خاصة و دعوة الأفراد لها ، إمكانية إنشاء مجموعات خاصة أو صفحات ذات إهتمامات معينة.

وبهذا يتضح خدمات الفيسبوك لمستخدميه و التى تلاحظ الباحثة أنهه تلبى تطورات احتياجاتهم المتنوعة لدعم تفاعلاتهم المختلفة . و بعد استعراض نشأة الفيسبوك و أهدافه و خصائصه سوف أقوم بعرض عن واقع الفيسبوك فى المنطقة العربية بصفة عامة و مصر بصفة خاصة .

الفيسبوك فى المنطقة العربية و مصر :

أظهرت الإحصائات الخاصة بأعداد مستخدمى الفيسبوك فى الوطن العربى أنه بحلول عام ٢٠١٢ أى بعد ثمانى سنوات فقط من ظهور موقع الفيسبوك وصل عدد المستخدمين إلى ٤٣ مليون مستخدم فى العالم العربى ، ليرتفع إلى ٥٤,٥ مليون مستخدم فى عام ٢٠١٣ و بحلول عام ٢٠١٤ وصل عدد مستخدمى الفيسبوك إلى ٨١ مليون مستخدم (Arab Social Media Report,2014) . و قد وجد

العديد من الباحثين (Salem,F and Mourtada.R., 2011;Ghannam,2012) أن أعمار المستخدمين في العالم العربي تتراوح ما بين ١٥-٢٩ سنة وهو ما يعكس مدى الحاجة الملحة لهذه الأداة لتلك الفئة العمرية (الشباب) و التي تتزايد بشكل كبير من عام إلى آخر. وتعد مصر الدولة الأكبر في عدد مستخدمي الفيسبوك في العالم العربي، حيث بلغ عدد المستخدمين نسبة الربع تقريبا من اجمالي المستخدمين في الدول العربية بالإضافة إلى أنها سجلت النسبة الأعلى في نسبة المستخدمين الجدد (Arab Social Media Report,2014). وتحتل مصر المركز ١٧ عالميا لعدد مستخدمي الفيسبوك. أما بالنسبة لأعمار المستخدمين فمن بين ١٦ مليون مستخدم في مصر هناك ١٢ مليون منهم تحت سن ٣٠ عاما، كما يمثل الذكور نسبة ٦٢% من اجمالي المستخدمين (eMarketing Egypt, August 2013). و تعكس هذه الاحصائيات مدى قوة الوسيلة كأداة اتصالية في المجتمع و خاصة مع النمو المتزايد في عدد المستخدمين من فئة الشباب.و سوف يتناول الجزء التالي العلاقة بين الشخصية و موضوعات الفيسبوك و كذلك الدوافع المختلفة لإستخدام الفيسبوك .

الفيسبوك و علاقته بالشخصية:

لمحاولة التعرف على الإستخدامات المختلفة للفيسبوك و كيف يُستخدم كأداة لإرضاء بعض الاحتياجات، و يجب التعرف أولا على مستخدمى الفيسبوك. بمعنى آخر يجب الإجابة على تساؤل من يفعل ماذا على الفيسبوك. و ما أعنيه هنا "بمن" يتعلق بنمط الشخصية. و قد أكد كل من أماشى و فينيتزى Amichai- Hamburger and Vinitzky (2010:1290) على أنه يصعب معرفة ماذا يحدث على صفحات الإنترنت بدون معرفة السمات المميزة لشخصية المستخدمين. و قد اهتمت العديد من الدراسات بدراسة العلاقة بين الشخصية و استخدام الفيسبوك و سوف أقوم بعرض أهم ما توصلت إليه، إلا أننى أبدأ أولا بالسمات الشخصية الخمسة و التي اعتمدت عليها غالبية الدراسات للتمييز بين أنماط الشخصية المختلفة.

قام كل إيرنست و رايمون Ernest Tupes and Raymond Christal عام ١٩٦١ بتمييز الانماط الشخصية فى خمسة انماط مميزة و أطلق عليها The Big Five Factors و هذا التصنيف تميز بعدم التداخل بين الصفات المختلفة لكل نمط بعضها ببعض فضلا عن سهولة تحديد الطابع الغالب على شخصية الفرد باستخدام مقاييس الشخصية. و قد خضع هذا التصنيف لعدة إضافات وتعديلات سواء فى الصفات التى يميز بها كل نمط أو الكلمة المستخدمة نفسها لوصف نمط الشخصية. و سوف أقوم بعرض هذه الأنماط و صفاتها المميزة وفقا لما اتفقت عليه غالبية الدراسات الاجتماعية و الإعلامية

١- الشخصية المنفتحة Openness و هى الشخصية التى تتميز بالفضول ، تفتح الذهن، الخيال، الثقافة ، الذكاء و الحساسية .

٢- الشخصية الحذرة Conscientiousness و تتميز بتحمل المسؤولية و الحذر ، النظام ، العمل الدؤوب ،التخطيط و وضع اهداف .

٣- الشخصية الانبساطية Extraversion و هى الشخصية الاجتماعية ، المتكلمة، النشطة ، الحازمة و تميل إلى معاشره الافراد و ان تكون فى جماعة.

٤- الشخصية التوافقية Agreeableness و تتميز بالمرونة ، الثقة ، حسن الخلق، التعاون ، التسامح و المجاملة .

٥- الشخصية ذات الثبات الانفعالى و يطلق عليها ايضا الشخصية العصابية Emotional Stability و تتميز بالشعور بالقلق، الاحباط، الغضب ، العاطفية ، عدم الشعور بالامان و الميل إلى الشعور بالاكتئاب.

وقد قام العديد من الباحثين بالاعتماد على هذا النموذج للتمييز بين الانماط المختلفة للشخصية (Ross et al, 2009; Amichai-Hamburger and Vinitzky, 2010; Seidman, 2013; Ryan and Xenos, 2011; Correa, Hinsley and De Zuniga, 2010; Back et al.2010; Vazire and Gosling 2004; Gosling et al.2007; Bachrach et al., 2012,Lönnqvist et al

(2014). و سوف اقوم بالاعتماد على هذا التصنيف للتمييز بين أنماط الشخصية المختلفة لمستخدمي الفيسبوك.

و لقياس تلك الانماط تم تصميم العديد من المقاييس و من أشهرها مقياس (FFM) The Five Factor Model و يتكون من ٤٤ جملة لقياس الانماط الخمسة ، مقياس (NEO-PI-R) و يتكون من ٢٤٠ جملة ، The Finland National Character Survey و يتكون من ٣٠ عبارة . و اعتمدت دراسات اخرى على مقاييس (IPIP) The International Personality Item Pool و اختصار بعض العبارات التي تقيس الابعاد المختلفة من الشخصية ، كما اعتمدت دراسات أخرى على مقياس (TIPI) The Ten Item Personality Inventory و الذي يشتمل على ١٠ عبارات لقياس انماط الشخصية المختلفة و سوف تعتمد الدراسة على هذا المقياس نظرا لمناسبته من حيث الطول و فعاليته في التطبيق و دقة نتائجه. وهو مقياس صممه Samuel D Gosling الباحث في مجال علم النفس بجامعة تكساس الأمريكية عام ٢٠٠٣ و قد اعتمدت عليه العديد من الدراسات الإعلامية.

و سوف اقوم باستعراض لأهم نتائج الدراسات التي تناولت العلاقة بين نمط الشخصية و استخدام أنشطة الفيسبوك المختلفة.

تناولت عدة دراسات العلاقة بين استخدامات الفيسبوك و الشخصية . حيث قام (Ross Et al (٢٠٠٩ بتطبيق الاستبيان على عينة من ٩٧ طالباً كندياً حيث وجدوا أن الأفراد أصحاب الدرجات الاعلى في صفة الانبساطية يميلون بقوة إلى المشاركة و الانضمام إلى مجموعات الفيسبوك Groups كما أن الفيسبوك لم يغنهم عن الأنشطة الواقعية التي يقومون بها. كما لم يجدوا علاقة بين عدد الاصدقاء و الشخصية الانبساطية ، و قد تعارضت هذه النتيجة مع ما توصلت إليه دراسة Amichai-Hamburger and Vinitzky(2010) و التي طبقت

على ٢٣٧ طالباً إسرائيلياً حيث لم يجدوا علاقة بين أصحاب الشخصية الانبساطية و الانضمام إلى مجموعات الفيسبوك بينما وجدوا علاقة قوية بين الشخصية الانبساطية و زيادة عدد الاصدقاء . و ربما يرجع سبب التضارب التام بين نتيجة الدراستين إلى أسلوب جمع البيانات حيث اعتمدت الدراسة الأولى على التقرير الذاتي للشخصية كما يرى الفرد نفسه بينما اعتمدت الدراسة الثانية على تحليل بيانات البروفایل للأفراد المشتركين في الدراسة . و بصفة عامة فإن الاعتماد على تحليل بروفایل الفيسبوك فقط ليس كافياً لتحديد شخصية الفرد فموضوعات الفيسبوك متعددة كما أن الاعتماد على التقرير الذاتي للشخصية ممكن أن يشوبه عدم الدقة و التحيز و محاولة التجميل . لذلك رأيت الباحثة أن استخدام المقاييس المعتمدة لتحديد ملامح الشخصية هو اجراء يتلافى عيوب الطريقتين السابقتين.

و من النتائج التي توصل لها (Amichai-Hamburger and Vinitzky(2010 أن أصحاب الشخصية الانبساطية لا يهتمون بوضع معلومات عن أنفسهم على صفحة البروفایل حيث يعتمدون على علاقاتهم بشبكتهم الواقعية فهم لا يحتاجون إلى تعريف انفسهم على عكس أصحاب الشخصية الانطوائية (الذين تتخض لديهم صفة الانبساطية) فهم يهتمون بعرض معلومات و صور على البروفایل كنوع من تقديم أنفسهم للآخرين و ربما يرجع هذا إلى الرغبة في الشعور بالاجتماعية ، حيث أن أصحاب هذه الشخصية قلقون دائماً من التفاعل مع الافراد واقعياً و ربما يسد الفيسبوك هذه الفجوة الاجتماعية لديهم.

كما قام كل من (Ryan and Xenos(2011 بتطبيق استبيان على عدد يقدر بـ (١٣٢٤) مبحثاً استرالى الجنسية ممن تتراوح أعمارهم بين (١٦-٤٤) سنة من مستخدمي الفيسبوك لإيجاد العلاقة بين نمط الشخصية و استخدامهم للفيسبوك و تتميز هذه الدراسة بتناولها لعينة كبيرة و متنوعة و ليست مقتصرة على فئة الطلاب كما هو شائع في دراسات الاعلام الجديد ، و وجدت الدراسة علاقة قوية بين أصحاب الشخصية الانبساطية و استخدام صندوق الحوار الخاص للتداول مع الاصدقاء و كذلك ظهرت علاقة قوية بين استخدامهم لحائط الفيسبوك (Wall) من متابعة و اعجاب و تعليق.

و في دراسة كل من (Bachrach et al (2012 وُجدت علاقة قوية بين أصحاب الشخصية الانبساطية و التعبير عن الحالة (Updating Status) المستمر على صفحاتهم على الفيسبوك و قد قاموا بتطبيق الاستبيان إلكترونياً على ١٨٠,٠٠٠ من مستخدمي الفيسبوك .

و كما يبدو من نتائج الدراسات المختلفة فإن أصحاب الشخصية الانبساطية يستخدمون الفيسبوك بصورة نشطة و فعالة و ايجابية و يركزون على الأنشطة المختلفة التي يتيحها الفيسبوك بصورة أكبر إلى حد ما من اهتمامهم بعرض أنفسهم على البروفائل ، هو ما اتفق عليه ايضا (Correa et al (2010 في دراستهم عن العلاقة بين انماط الشخصية و استخدام وسائل التواصل الاعلامى على ٩٥٩ من المبحوثين الامريكيين ممن يتراوح اعمارهم بين (١٨-٨٤) سنة حيث وجدوا علاقة ارتباطية قوية بين استخدام موضوعات الفيسبوك المختلفة و اصحاب الشخصية الانبساطية.

و فيما يتعلق بأصحاب الشخصية ذات الثبات الانفعالى (العصابية) و التي يسيطر على أصحابها مشاعر القلق و الميل إلى الاكتئاب. وجدت (Rose et al (2009 أن الأفراد الذين سجلوا معدلاً مرتفعاً في العصابية يفضلون متابعة الحائط بينما هؤلاء الذين سجلوا معدلاً منخفضاً يفضلون تحميل الصور الشخصية على البروفائل، و قد تعارضت هذه النتيجة أيضاً و بصورة كلية مع ما توصل له Amichai-Hamburger and Vinitzky(2010 حيث وجد أن أصحاب الثبات الانفعالى الأعلى يفضلون نشر صورهم بصورة أكبر من أصحاب الثبات الانفعالى الأدنى . كما وجد (Seidman (2013 -في دراسته التي قام بها على ١٨٤ طالب عبر الاستبيان الالكتروني - علاقة قوية بين أصحاب الشخصية العصابية و استخدام الفيسبوك للبحث عن المعلومات وكذلك الرغبة في الشعور بالانتماء كنوع من التعويض و البحث عن البديل للواقع الاجتماعى الذى يهابوا التعامل معه ، و مع ذلك فإن النتائج أظهرت عدم تفضيلهم توجيه دعوات للآخرين خوفاً من تعرضهم للرفض ، و يتضح من هذه النتائج أن أصحاب هذه الشخصية حائرون بين الرغبة في التواصل مع الآخرين و في نفس الوقت الخوف من التعرض لأشياء قد تزعجهم. فى حين وجد (Corea et al (2010 ان أصحاب الشخصية العصابية قليلا ما يستخدمون وسائل التواصل الاجتماعى .

و ربما يحتاج البحث العلمى المزيد من الدراسات فى هذا الصدد للحصول على مؤشرات واضحة لاستخدام أصحاب الشخصية العصابية للموضوعات المختلفة للفيسبوك .

أما بالنسبة لأصحاب الشخصية التوافقية و الذين يتصفون بالتسامح و مساعدة الآخرين ، و فقال (Seidman (2013 فإنهم لا يستخدمون الفيسبوك للبحث عن المعلومات و إنما للبحث عن القبول من الآخرين و لاستمرار العلاقات و للشعور بالانتماء. و قد أظهرت نتائج دراسة Lönqvist et al (2014 أن أصحاب الشخصية التوافقية من الذكور أكثر ميلا إلى اكتساب صداقات من الجنس الآخر و البحث عن نيل القبول منهم، على عكس أصحاب الشخصية التوافقية من الاناث حيث وجدت علاقة ارتباطية عكسية بين كون الشخصية توافقية و اكتساب صداقات من الجنس الآخر على الفيسبوك. حيث طبقت هذه الدراسة على ٥٠٣١ مبحوثاً فنلندياً بمتوسط عمر ٣٣ سنة .

فى حين أكد كل من (Ross et al (2009 و (Bachrach et al (2012 عدم وجود أى علاقة بين استخدامات الفيسبوك المختلفة و هذا النمط من الشخصية إلا أن نتائج دراسة Amichai-Hamburger and Vinitzky (2010 كشفت عن وجود علاقة بين اصحاب الشخصية التوافقية و استخدام الفيسبوك و لكنها لم تحدد بدقة أى مواضيع الفيسبوك تلك التى وجدت العلاقة معها . و يظهر من هذا محدودية و قصور المعلومات المتوفرة عن استخدامات التوافقيين لمواضيع الفيسبوك و معرفة أيها أكثر تفضيلاً عن غيرها.

و فيما يتعلق بأصحاب الشخصية المنفتحة الذى يتميز اصحابها بالفضول و حب المعرفة و المغامرة أجمع العديد من الباحثين (Amichai-Hamburger and Vinitzky, 2010; Correa, Hinsley and De Zuniga, 2010) على أنه كلما كانت الشخصية منفتحة كلما زاد استخدامها للفيسبوك و بمختلف موضوعاته التى يتيحها . كما أكدت نتائج دراسة Lönqvist et al (2014 وجود علاقة بين كون الشخصية منفتحة و زيادة أعداد الأصدقاء من الجنس الآخر.

و على الجانب الآخر لم تؤكد (Ross (2009 وجود أى نوع من العلاقات.

وأخيراً فيما يتعلق بالشخصية الحذرة و التى يتميز أصحابها بالنظام و الدقة و الانجاز فى اعمالهم أكد (Amichai-Hamburger and Vinitzky (2010 على وجود علاقة بين أصحاب الشخصية الحذرة

و اكتساب الاصدقاء و لكنهم نادرا ما ينشرون صورهم الشخصية . و على الجانب الآخر وجد Seidman (2013) عدم وجود علاقة بين أصحاب هذه الشخصية و استخدام الفيسبوك للبحث عن المعلومات أو التواصل مع الاخرين أو البحث عن القبول من الاخرين. و ربما تعكس النتائج عدم ارتياح اصحاب تلك الشخصية للتعامل مع الأدوات الاجتماعية الالكترونية.

و بمراجعة نتائج الدراسات التي تناولت دراسة العلاقة بين نمط الشخصية و استخدام الفيسبوك وجدت الباحثة عدة مآخذ منها أن غالبية الدراسات تتداخل لديها التمييز بين دوافع استخدام الفيسبوك و علاقته بالشخصية و بين استخدام مواضيع الفيسبوك المختلفة كأدوات و علاقته بالشخصية . كما اعتمدت اغلبية الدراسات على التقارير الذاتية للشخصية لجمع البيانات و قد تكون هذه الطريقة يشوبها بعض التحيز من قبل المبحوثين . بالاضافة إلى الاعتماد شبه الكامل على بيانات البروفايل و ما يحتويه من معلومات متجاهلين ما يوفره الفيسبوك من موضوعات أخرى . كما لم تفرق الدراسات بين اصدقاء الفيسبوك (كونه صديق، جار، من العائلة، معارف، أو حتى مجهولين) . فقد تختلف قوائم الاصدقاء و أنواعها و كثافتها وفقا لنمط الشخصية . هذا بالاضافة إلى عدم وجود معلومات عن العلاقة بين كثافة الاستخدام و انماط الشخصية المختلفة، و اخيرا لم توجد معلومات عن الفروق بين الجنسين وفقا لنوع الشخصية في استخدام الفيسبوك. فما يزال هذا المجال البحثي يحتاج لمزيد من الدراسات لتطوير الاساليب المنهجية المختلفة للتعرف على ما يوفره الفيسبوك للأفراد و ما يحتاجه الافراد من وسائل التواصل الاجتماعي الالكترونية.

نتائج البحث :

أ – العلاقة بين نمط شخصية الفتاة و حجم شبكتها على الفيسبوك.

جدول(١) يوضح العلاقة بين نمط شخصية الفتاة و حجم شبكتها على الفيسبوك

حجم الشبكة		حجم الشبكة نمط الشخصية
مستوى المعنوية	معامل ارتباط بيرسون	
٠,٠٠٨	**٠,١٥٣	الشخصية الانبساطية
٠,٠٩١	٠,٠٩٨-	الشخصية التوافقية
٠,٠٠٩	**٠,١٥٠-	الشخصية الحذرة

٠,٧٤٦	٠,٠١٩	الشخصية ذات الثبات الانفعالي
٠,٨٣٩	٠,٠١٢	الشخصية المنفتحة

** دالة عند مستوى معنوية ٠,٠١

توضح بيانات الجدول السابق وجود علاقة ارتباطية طردية شديدة الارتباط بين الفتيات أصحاب الشخصية الإنبساطية وزيادة أعداد الأصدقاء على الفيسبوك و كبر حجم الشبكة . حيث بلغت قيمة معامل بيرسون ٠,١٥٣ عند مستوى معنوية ٠,٠٠٨ و هي قيمة شديدة الدلالة على قوة العلاقة.

بينما توجد علاقة ارتباطية عكسية قوية بين أصحاب الشخصية الحذرة و حجم الشبكة ، أى كلما كانت الشخصية أميل إلى سمات الشخصية الحذرة قل عدد الأصدقاء على شبكة الفيسبوك . حيث بلغت قيمة معامل بيرسون -٠,١٥٠ عند مستوى معنوية ٠,٠٠٩ و هي قيمة شديدة الدلالة على وجود علاقة عكسية قوية.

و هذه النتيجة منطقية إلى حد كبير حيث يمتاز أصحاب الشخصية الانبساطية بقدرتهم على التحدث و اقبالهم على عمل علاقات ونشاطهم الاجتماعي بينما أصحاب الشخصية الحذرة يمتازون بقدرتهم على التركيز و العمل الدؤوب و الانجاز و تنظيم الوقت فهم محددى الهدف إلى شكل كبير و قد لا يضعون من أولوياتهم توسيع دوائر معارفهم المختلفة.

و على الجانب الآخر لا توجد علاقة بين كل من أصحاب الشخصية التوافقية و المنفتحة و ذات الثبات الانفعالي و بين حجم شبكة الفيسبوك.

ب العلاقة بين نمط شخصية الفتاة و كثافة استخدام الفيسبوك.

جدول(٢) يوضح العلاقة بين نمط شخصية الفتاة و كثافة استخدام الفيسبوك

كثافة الاستخدام		كثافة الاستخدام نمط الشخصية
مستوى المعنوية	معامل ارتباط بيرسون	
٠,٥٠٢	٠,٠٣٩	الشخصية الانبساطية
٠,٢٢٨	٠,٠٧٠-	الشخصية التوافقية
٠,٢٤٨	٠,٠٦٧-	الشخصية الحذرة
٠,٢٤٠	٠,٠٦٨-	الشخصية ذات الثبات الانفعالي

٠,٩٩٨	٠,٠٠٠	الشخصية المنفتحة
-------	-------	------------------

يتضح من الجدول السابق عدم وجود علاقة ارتباطية بين كل من أنماط الشخصية المختلفة و كثافة استخدام للفيسبوك و هو ما يعنى أن هناك متغيرات أخرى ترتبط بكثافة التعرض على الفيسبوك ليس من بينها نمط شخصية الفتاة.

و تتعارض هذه النتيجة مع ما توصلت له نتائج دراسة Ryan et al (٢٠١١) التي اجرتها على عينة من المبحوثين الاستراليين حيث وجدت علاقة بين كثافة التعرض للفيسبوك و كل من أصحاب الشخصية الحذرة و أصحاب الشخصية ذات الثبات الانفعالي. ربما تعكس هذه النتائج المتباينة الحاجة إلى المزيد من الأبحاث في هذا الصدد.

ج- العلاقة بين نمط الشخصية و استخدام موضوعات الفيسبوك المختلفة.

جدول(٣) يوضح العلاقة بين نمط شخصية الفتاة واستخدام موضوعات الفيسبوك المختلفة

المنفتحة		ذات الثبات الانفعالي		الحذرة		التوافقية		الانبساطية		نمط الشخصية
مستوي المعنوية	معامل بيرسون	مستوي المعنوية	معامل بيرسون	مستوي المعنوية	معامل بيرسون	مستوي المعنوية	معامل بيرسون	مستوي المعنوية	معامل بيرسون	
٠,٥٥٦	٠,٠٣٤	٠,٦٢٨	-٠,٠٢٨	٠,٩٠٨	٧,٠٠٠	٠,٤٩١	٠,٤٠	٠,٠٠٩	*٠,١٥١*	متابعة الحائط
٠,٥٦٩	٠,٠٣٣	٠,٦٤٦	-٠,٠٢٧	٠,٣٩٠	٠,٠٥٠	٠,٢١٩	٠,٠٧١	٠,٢٣٧	٠,٠٦٨	ابداء الاعجاب
٠,١٣٧	٠,٠٨٦	٠,٣٥١	-٠,٠٥٤	٠,٠٨٥	٠,١٠٠	٠,٠١٩	-٠,١٣٥*	٠,٠١٠	*٠,١٤٩*	تحميل صور
٠,٠٠٣	*٠,١٧٢*	٠,٨٦٥	٠,٠١٠	٠,١١٠	٠,٠٩٢	٠,٢٤٨	٠,٠٦٧	٠,٠٠١	*٠,١٩٠*	كتابة اراءك
٠,٠٠٨٣	٠,١٠٠	٠,٠٥٤	٠,١١١	٠,٠٢٨	*٠,١٢٧*	٠,٩٤٢	٠,٠٠٤	٠,٠٠٦٣	٠,١٠٧	لتعليق

٠,٤٩ ٦	٠,٠٣٩	٠,٤٨ ٢	٠,٠٤ ١	٠,٨٢ ٩	٠,٠١٣-	٠,٥٩ ٤	٠,٠٣١-	٠,٩٩ ١	٠,٠٠١	انشاء صفحات
٠,٣٧ ٠	٠,٠٥٢	٠,٣٦ ٨	- ٠,٠٥ ٢	٠,٠٣ ٦	- ٠,٠١٢١ *	٠,١٦ ٥	٠,٠٨٠-	٠,٦١ ٩	٠,٠٢٩	ممارسة الالعاب
٠,٣١ ٤	٠,٠٥٨	٠,٥٦ ٧	- ٠,٠٣ ٣	٠,٦٤ ٥	٠,٠٢٧	٠,٠٠ ٣	*٠,١٧٢ *	٠,٣١ ٥	٠,٠٥٨	رسائل خاصة
٠,٢٠ ١	٠,٠٧٤	٠,٧٩ ٦	٠,٠١ ٥	٠,٥٦ ٤	٠,٠٣٣	٠,٥٨ ٠	٠,٠٣٢	٠,٠٠ ١	*٠,٢٠٠ *	تحديث صورة البروفائل

** دالة عند مستوى معنوية ٠,٠١

* دالة عند مستوى معنوية ٠,٠٥

يوضح الجدول وجود علاقة ارتباطية قوية بين أصحاب الشخصية الانبساطية و عدة موضوعات من الفيسبوك مثل (متابعة الحائط و ما به من مستجدات/ و تحميل الصور الشخصية /كتابة الآراء و التعليقات /تحديث صورة البروفايل)

أما بالنسبة لأصحاب الشخصية المنفتحة فوجدت علاقة ارتباطية قوية بنهم و كتابه الآراء و التعليقات. و فيما يتعلق بالشخصية التوافقية وجدت علاقة عكسية بينهم و بين تحميل الصور و علاقة طردية قوية بينهم و بين ارسال رسائل على صندوق الحوار الخاص.

و على الجانب الآخر وجدت علاقة طردية قوية بين اصحاب الشخصية الحذرة و التعليق على المنشورات و علاقة عكسية قوية بينهم و بين ممارسة الالعاب.

د-العلاقة بين شخصية الفتاة والمجموعات المفضلة لديها.

جدول (٤)

يوضح العلاقة بين نمط شخصية الفتاة و المجموعات المفضلة لديها

المنفتحة		ذات الثبات الانفعالي		الحذرة		التوافقية		الانبساطية		نمط الشخصية
مستوي المعنوية	معامل بيرسون	مستوي المعنوية	معامل بيرسون	مستوي المعنوية	معامل بيرسون	مستوي المعنوية	معامل بيرسون	مستوي المعنوية	معامل بيرسون	
٠,٦٣ ٤	- ٠,٠٢٨	٠,٩٤ ٩	٠,٠٠٤-	٠,٨٥ ١	- ٠,٠١ ١	٠,٩٥ ٥	- ٠,٠٠٣	٠,٤٥ ٩	٠,٤٣-	١-اجتماعية
٠,٤٧ ٦	- ٠,٠٤١	٠,٠٧ ٦	٠,١٠٢-	٠,٤٩ ٥	- ٠,٠٤ ٠	٠,٦٦ ٦	- ٠,٠٢٥	٠,٦٨ ٣	٠,٠٢٤	٢- ترفيهية

٠,٨١ ٨	٠,٠١٣	٠,٣٤ ٤	٠,٠٥٥	٠,٦٣ ٨	٠,٠٢ ٧	٠,٠٩ ٩	- ٠,٠٩٥	٠,٠٦ ٠	٠,١٠٩	٣- سياسية
٠,٠٣ ٨	٠,١٢٠ *	٠,٠٧ ٦	٠,١٠٣-	٠,٦٠ ٧	٠,٠٣ ٠	٠,٠٣ ٩	- ٠,١١٩ *	٠,٤٨ ٦	- ٠,٠٤٠	٤- تعليمية
٠,٧٦ ٣	- ٠,٠١٨	٠,٩٠ ٣	٠,٠٠٧	٠,٥٤ ٥	٠,٠٣ ٥	٠,٨٧ ٦	- ٠,٠٠٩	٠,٤٢ ٠	٠,٠٤٧	٥- مهنية
٠,٦٠ ٦	٠,٠٣٠	٠,٩٦ ٦	٠,٠٠٣-	٠,٦٠ ٥	٠,٠٣ ٠	٠,٤٧ ١	- ٠,٠٠٤ ٢	٠,٥٨ ٣	٠,٠٣٢	٦- أسرية
٠,١٦ ٣	- ٠,٠٨١	٠,٠٠ ٣	*٠,١٧١ *	٠,١١ ٦	٠,٠٩ ١	٠,٤١ ٧	٠,٠٤٧	٠,٩٨ ٤	- ٠,٠٠١	٧- دينية
٠,٨٥ ٤	٠,٠١١	٠,٤٨ ٩	٠,٠٤٠-	٠,٦١ ٢	٠,٠٢ ٩	٠,٤١ ٧	٠,٠٤٧	٠,٥٥ ٣	٠,٠٣٤	٨- أصدقاء
٠,١١ ٦	- ٠,٠٩١	٠,٦٤ ٥	٠,٠٢٧	٠,٢٧ ٠	٠,٠٦ ٤	٠,٩١ ٧	- ٠,٠٠٦	٠,٠٣ ٠	٠,١٢٥ *	٩- نسائية
٠,٥٥ ٨	- ٠,٠٣٤	٠,٤١ ٣	٠,٠٤٧	٠,٣٢ ٦	٠,٠٥ ٧	٠,٣٨ ٠	٠,٠٥٢	٠,٨٤ ٩	٠,٠١١	١٠- أخرى تذكر

توضح بيانات الجدول وجود علاقة بين اصحاب الشخصية الانبساطية و الانضمام الى المجموعات النسائية و في الوقت الذي وجدت فيه علاقة طردية بين اصحاب الشخصية المنفتحة و المجموعات التعليمية وجدت علاقة عكسية بين اصحاب الشخصية التوافقية و بين هذه المجموعات كما وجدت علاقة طردية قوية بين اصحاب الشخصية ذات الثبات الانفعالي و الانضمام للمجموعات الدينية.

ملخص لأهم النتائج:

- توجد علاقة ارتباطية قوية بين كل من أصحاب الشخصية الانبساطية و الشخصية الحذرة و زيادة عدد اصدقائهم على الفيسبوك.
- لم يثبت وجود علاقة بين أى من أنماط الشخصية المختلفة و كثافة التعرض للفيسبوك.
- وجدت علاقة طردية بين أصحاب الشخصية الانبساطية و كل من موضوعات الفيسبوك الأتية) متابعة الحائط ، تحميل الصور ، كتابة الآراء، تحديث صورة البروفايل). كما وجدت علاقة طردية بين أصحاب الشخصية التوافقية و استخدامهم للرسائل الخاصة فى المربع الحوارى بينما توجد علاقة عكسية بينهم و بين تحميل الصور الشخصية . و فيما يتعلق بأصحاب الشخصية توجد علاقة طردية بين استخدامهم لخاصية التعليق بينما وجدت علاقة عكسية بالنسبة لممارسة الألعاب. ووجدت علاقة طردية بين أصحاب الشخصية المنفتحة و كتابة الآراء . بينما لم تكشف النتائج عن أى نوع من العلاقات لذوى الشخصية ذات الثبات الانفعالي و اى من موضوعات الفيسبوك المختلفة.

- 1- **Amichai-Hamburger**, Y. and Vinitzky, G. (2010). Social network use and personality. *Computers in Human Behavior*, 26(6), pp.1289--1295.[Online]. Available at:
- 2- **Arab Social Media Report**(2014): <http://www.ArabSocialMediaReport.com/>. [Online]Available at<http://www.arabsocialmediareport.com/Facebook/LineChart.aspx?&PriMenuID=18&CatID=24&mnu=Cat#sth.ash.3F0fuWVr.dpuf> [Accessed in June 2014].
- 3- **Bachrach**, Y., Kosinski, M., Graepel, T., Kohli, P. and Stillwell, D. (2012). Personality and patterns of Facebook usage. pp.24-32.[Online]. Available at: http://www.davidstillwell.co.uk/articles/Personality_and_Patterns_of_Facebook_Usage.pdf[Accessed May 2014].
- 4- **Correa**, T., Hinsley, A. and De Zuniga, H. (2010). Who interacts on the Web?: The intersection of users' personality and social media use. *Computers in Human Behavior*, 26(2), pp.247-253.[Online] Available at:<http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0747563209001472>[Accessed June 2014].
- 5- **Das, B., & Sahoo, J. S.** (2011). Social networking sites—a critical analysis of its impact on personal and social life. *International Journal of Business and Social Science*, 2(14), 222-228.
- 6- **Ellison, N. & Dana Boyd** (2007). Social network sites: Definition, history, and scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13(1), pp.210--230.
- 7- **Ghannam, J.** (2012). Digital media in the Arab world one year after the revolutions. Centre for International Media Assistance.
- 8- **Gosling**, S. D., Rentfrow, P. J., & Swann, W. B., Jr. (2003). A Very Brief Measure of the Big Five Personality Domains. *Journal of Research in Personality*, 37, 504-528 <http://motivateengyco.pbworks.com/f/Personality+and+motivations+associated+with+Facebook+used.pdf>[Accessed June 2014]. <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0747563210000580>[Accessed June 2014].
- 9- **Investor.fb.com**, (2014). Facebook Reports First Quarter 2014 Results - Facebook. [Online] Available at: <http://investor.fb.com/releasedetail.cfm?ReleaseID=842071> [Accessed 2 Jun. 2014].
- 10- **Kirkpatrick, D.** (2010). The Facebook effect. 1st ed. New York: Simon & Schuster.
- 11- **Lönqvist**, J. E., Itkonen, J. V., Verkasalo, M., & Poutvaara, P. (2014). The five-factor model of personality and degree and transitivity of Facebook social networks. *Journal of Research in Personality*, 50, 98-101.
- 12- **Ross**, C., Orr, E. S., Siscic, M., Arseneault, J. M., Simmering, M. G., & Orr, R. R. (2009). Personality and motivations associated with Facebook use. *Computers in Human Behavior*, 25(2), 578-586.[Online]. Available at:
- 13- **Safranek**, R. (2012). The Emerging Role of Social Media in Political and Regime Change. *ProQuest Discovery Guide*, [Online] Available at: <http://pdf-release.net/389514/The-Emerging-Role-of-Social-Media-in-Political-and-Regime-Change> [Accessed May. 2014]
- 14- **Salem, F., Mourtada. R.** (2011). Facebook Usage: Factors and Analysis. Arab Social Media Report. Dubai: DSG's Governance and Innovation Program, p.4.
- 15- **Seidman**, G. (2013). Self-presentation and belonging on Facebook: How personality influences social media use and motivations. *Personality and Individual Differences*, 54(3), pp.402--407.[Online]. Available at:<http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0191886912004916>[Accessed June 2014].
- 16- **Silverstone**, R. (1999). What's new about new media. *New Media & Society*, 1(1), pp.10--12 [Online]. Available at:<http://blog.lib.umn.edu/swiss/archive/Silverstone.pdf> [Accessed Jun. 2014].
- 17- **Tupes, E. C., & Christal, R. E.** (1961). *Recurrent personality factors based on trait ratings* (No. ASD-TR-61-97). PERSONNEL RESEARCH LAB LACKLAND AFB TX.
- 18- **VanDerVeer**, E. (2011). Facebook: The Missing Manual. 1st ed. Sebastopol, CA: O'Reilly & Associates .

