

الدوافع النفسية لسلوك السيلفي وعلاقتها بكل من العوامل الستة للشخصية (نموذج هيكساكو) وتقدير الذات لدى طلاب كلية التربية جامعة الزقازيق

د. أميرة محمد بدر محمد سلامة عوف
مدرس علم النفس التربوي - كلية التربية جامعة الزقازيق

الملخص

اهتم البحث بدراسة العلاقة بين الدوافع النفسية لسلوك السيلفي والعوامل الستة للشخصية (نموذج هيكساكو) وتقدير الذات لطلاب كلية التربية جامعة الزقازيق، فضلاً عن الفروق في الدوافع في ضوء النوع والفرقة الدراسية، وتكونت العينة النهائية من (٩٧٢) طالباً وطالبة بالفرقة الثانية والرابعة بكلية التربية طبق عليهم مقياس الدوافع النفسية للسيلفي (اعداد الباحثة)، ومقياس العوامل الستة للشخصية اعداد (Ashton & Lee, 2009) (ترجمة وتعريب الباحثة)، ومقياس تقدير الذات لـ (مجدى الدسوقي، ٢٠٠٤)، ولقد أسفرت نتائج البحث عن وجود فروق ذات دلالة احصائية بين الذكور والاناث في دافع جذب الانتباه لصالح الذكور، ودافع التسلية والمتعة لصالح الاناث، وقد وجدت مسارات دالة بين كل دافع من الدوافع النفسية للسيلفي (الخمس)، وكل من العوامل الستة للشخصية وتقدير الذات.

الكلمات المفتاحية: الدوافع النفسية للسيلفي – العوامل الستة للشخصية (نموذج هيكساكو)

– تقدير الذات.

Psychological motivations of Selfie behavior and its relationship to each of the six factors of personality (HEXACO model) and self-esteem among students of the Faculty of Education, Zagazig University

Preparation

Dr: *Amira Mohamed Badr Mohamed*

Teacher Educational Psychology

Faculty of Education- Zagazig University

The study examined the relationship between Psychological motivations of Selfie behavior and the six factors of the personality (HEXACO model) and the self-esteem of the students of the Faculty of Education, Zagazig University, as well as the differences in

motives in stage and gender. The final sample consisted of (972) students in the second and fourth grades of the Faculty of Education, according to the psychological motivation scale of the selfie (the researcher's preparation), the six factors of the personality (Ashton & Lee, 2009) Translation and localization of the researcher, And the self-esteem scale (Magdy El-Desouki, 2004), the search results indicated that there were statistically significant differences between males and females in the motives to attract attention of the differences in favor of males and entertainment, fun and spending spare time in favor of females, and found significant paths between each of the motive of the psychological motivation of selfie (five), and both each of the six factors of personality & Self-esteem.

Keywords: Psychological Motivation of Selfie Behavior - Six Personality Factors (HEXACO Model) - Self Esteem

مقدمة:

تحظى أنشطة مواقع التواصل الاجتماعي بشعبية كبيرة بين أفراد المجتمع، وقد قامت صناعة بأكملها على سبيل المثال (عصى السيلفي – وتطبيقات فلاتر الصور عبر الهاتف) لتُكرس وتُعزز من قدرة ورغبة المستخدمين على التقاط ونشر الصور الذاتية، ولكن على الرغم من النمو الهائل للبحوث حول السلوكيات المرتبطة بمواقع التواصل الاجتماعي إلا أنها لا تزال متأخرة عن متابعة التقدم المتزايد حول استخدام التطبيقات، وذلك للكشف عن العوامل الداخلية والشخصية التي تلعب دوراً في وسائل الإعلام الاجتماعية (Barry., Reiter, Anderson,., Schoessler,) (& Sidoti, , 2017, p.1).

وفي العصر الرقمي فإن التصوير الذاتي يُمكن أي شخص من إنتاج عمل فني تشكيلي غريزي، فهناك رغبة قوية في تمثيل الذات في مواجهة عدسة الكاميرا،

فالمضغط للتصوير يوجه الفرد مباشرة إلى أول عملية أساسية لتعريف الذات، من خلال تحديد الجانب المظلم فى الصورة يمكن للفرد فصل نفسه عما لا يحبه (Nuñez, 2013, p.51)

وتعنى الصور تمثيل الشخص لذاته، فعندما يصور الشخص صورة ذاتية لتصور من هو، فهو يفعل ذلك لسببين رئيسيين هما فهم نفسه بشكل أفضل، والتعبير عن نفسه للآخرين من خلال تمثيل موضوعى لذاته، فالصور الذاتية تسمح له أن يرى نفسه كما يراه الآخرون، وتسمح برؤيته كما يراه الآخرون وكما يرغب فى رؤيته للآخرين، فأى صورة يلتقطها تقول شيئاً عنه، أو عن عائلته، أو أصدقائه، ومهنته، واهتمامه، ونمط حياته وكل ذلك يعكس جوانب مهمة منه كشخص (Suler, 2015, p.1 ..)

فالصور الشخصية هي أداة فعالة للعرض الذاتى، وفي هذا الصدد فالسيلفى لا يعكس شخصية الأفراد فحسب، بل ينفرد أيضاً بتفريد مفهوم الذات المثالى، فصور السيلفى (الصور الذاتية) سهل التلاعب بها من خلال الانخراط فى العرض الذاتى وتحرير الصور الشخصية (Shin, , Kim, Im, & Chong, 2017, p.139).

ولقد اكتسب نشر المستخدمين للصور السيلفى للتعبير عن شخصياتهم بشكل خاص، وأنماط الحياة وتفضيلاتهم الكثير من الإهتمام فى الصحافة منذ #hashtag selfish hashtag selfie، حيث فى عام (٢٠١١) تم الإبلاغ عن عدد الصور الذاتية التي يتم التقاطها يومياً من قبل مستخدمي الهواتف الذكية لتكون ما يقرب من (٩٣) مليون صورة ذاتية (Sung,., Lee,., Kim, & Choi, 2016, p. 262)، إلا إنه على الرغم من ازدياد شعبية الصور الذاتية فى وسائل الاعلام الاجتماعية إلا انه لا يعرف الا القليل عن كيف تعكس الصور الذاتية لأصحابها سمات الشخصية، وكيف يحكم الناس علي شخصية الآخرين من صورهم الشخصية (Charoensukmongkol (2016, p.2)، كما أشار (Qiu, etal, 2015, p.443).

أنه لم يتم اكتشاف السمات الشخصية المرتبطة بالسيلفي عبر البحوث السابقة، وعلي الرغم من مخاوف المجتمع حول سمات الشخصية السلبية المرتبطة بالصور الذاتية لا تزال الأدلة التجريبية في هذا المجال محدودة.

وقد أشار (Qiu et al (2015, p.447 إلى أنه من الصعب الحكم على السمات الشخصية من خلال الصور الذاتية الشخصية بدقة وذلك لعدة أسباب منها أن الصور الشخصية تسمح للأفراد بالسيطرة الكاملة على مظهرهم، فيمكن للأفراد بسهولة تغيير تعبيرات وجوههم والاتصال بالعين لتبدو مختلفة عن الصور الطبيعية، وغالباً ما يتم اتخاذ قرار بمشاركة الصور السيلفي عبر مواقع التواصل الاجتماعي، وبذلك يدرك الفرد التوقعات والمرغوبية الاجتماعية عن الصور؛ ومن ثم يمكن التلاعب بالصور الذاتية لتقديم صورة اجتماعية إيجابية.

إلا أن هناك عدداً من البحوث تناول سمات الشخصية في علاقتها بالرموز الخاصة بالسيلفي، فقد توصلت نتائج بحث (Paris & Pietschnig (2015 إلى ارتباط الاتجاهات السلبية نحو السيلفي سلبياً بالعاطفية والانبساطية، كما تنبأت العاطفية والانفتاح على الخبرة بالتقاط السيلفي، كما تنبأ عدد الصور المنشورة بالانبساطية، في حين توصلت نتائج بحث (Qiu, Lu, Yang, Qu & Zhu, (2015 ان الانبساطية لم ترتبط بأي رمز من رموز السيلفي، كما تنبأت الاشارات الايجابية للسيلفي بالعاطفية والمقبولية والانفتاح على الخبرة، ووجه البطة يشير إلى العصابية، كما توصلت نتائج بحث (Kim, & Chock, 2017) ان الانبساطية ارتبطت ايجابياً بنشر الصور الفردية والجماعية، كما ارتبطت المقبولية بسلوك نشر الصور الجماعية، بينما لم يرتبط الضمير الحى بنشر الصور الفردية أو الجماعية، كما توصلت نتائج بحث (Sorokowska, Oleszkiewicz, Frackowiak,

(Pisanski, Chmiel, & Sorokowski, 2016) إلى ارتباط عدد الصور المنشورة بعامل الانبساطية.

وبالإضافة إلى سمات الشخصية يُعبّر أيضاً عن الصور السيلفي من خلال منصات التواصل الاجتماعي مثل الفيسبوك، والانستجرام، والتويتتر، والسناشات عن الاحتياجات والرغبات المُدرّكة من خلال سعي الفرد لفهم لماذا يتخذ صوراً ذاتية، فعندما يتشارك الفرد صورته الذاتية يتبادر في ذهنه ربما كان عن قصد وربما عن غير قصد لمن أنشئ هذه الصورة؟، وإلى من يريد أن تظهر له هذه الصورة؟، ما هي ردود الفعل التي يرغب في الحصول عليها؟ فيمكن أن ينشر صورته الذاتية لغرض أنه يريد أن يُعرف الآخرين عن ابداعاته كمصور، أو يترك الآخرون يرون من هو، أو يتواصل بشكل أعمق مع الأشخاص الذين يعرفهم بالفعل مثل العائلة أو الأصدقاء، أو ربما كطريقة لمقابلة أفراد جدد، أو قد يصبح بديلاً للعيش في العالم الحقيقي، عندما يشعر الناس بفقدان الاتصال مع الآخرين، فهم يحاولون تكوين علاقات أكثر رضاً عنها، وتأكيد الهوية، وتعزيز إيجابي للذات في الفضاء السيبراني Cyber space بصورة أكثر مثالية من حيث التوازن والتكامل لذاته في الحياة الحقيقية وعبر الانترنت (Holiday, Lewis, Nielsen, Anderson, & Elinzano, 2016, pp. 16, 20, 20; Suler, 2015, p.178)، فاحتياجات ودوافع الأفراد من العوامل المهمة والمُنبئة باستخدام وسائل الاعلام الاجتماعي حيث تفرض نظرية الاستخدامات والاشباعات The uses and Gratification theory أن الأفراد يستخدمون وسائل الإعلام لإشباع رغباتهم الاجتماعية والنفسية (kim & chock, 2016, p.463).

وقد توصلت نتائج بحث (Boursier, & Manna (2018) إلى أن الذكور أكثر إدراكاً للسيلفي فيما يتعلق بالجاذبية الذاتية، ومن أكثر مستويات التوقعات ارتباطاً بالسيلفي هي كونه عادة وممارسة يومية أو كممارسة عصرية، بينما أقل مستويات التوقعات ارتباطاً هي النظر إلي السيلفي باعتباره ذو جوانب جنسية، في حين لم توجد فروق بين الذكور والاناث في التوقعات المرتبطة بالعلاقات او الصداقة،

كما أضاف أن المؤلفات والابحاث العلمية اشارت إلى أن هناك دوافع مختلفة ومتضاربة لسلوك السيلفي، ولم يتم وضع أي أدوات تفسيرية يُمكن أن تساعد في تفسير سلوك السيلفي لدي المراهقين ومدى تأثيرها علي الذات.

كما ترى الباحثة أنه إذا كانت صور السيلفي تشبه الصور الفوتوغرافية في كونها مجرد وسيلة لتسجيل الذكريات الخاصة بالفرد، فلماذا يشعر الفرد بالحاجة الملحة لمشاركتها مع مئات وآلاف الأصدقاء والغرباء عبر الإنترنت؟ ومن ثم فهناك دوافع تقف خلف نشر الصور عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

ودعم ذلك ما اشار إليه (Campbell, 2016, P.3) بأنه لا بد من تساؤل علماء النفس عن ماهية الآثار المترتبة في هذا العصر الجديد على تصوير السيلفي ونشره عبر مواقع التواصل الاجتماعي سواء الفيسبوك أو الانستجرام بما في ذلك المزاج وتقدير الذات. وكذلك ما أشار إليه كل من (Bevan, 2017, p.494; Ridgway & Clayton, 2016, Pp2-3; Sung, et al, 2016, p.263) بأنه على الرغم من شعبية التقاط ونشر الصور الذاتية إلا أنها في البحث الأكاديمي لازالت دراستها محدودة للغاية، حيث أن هناك كمية محددة من البحوث التي تناولت كيفية تلاعب الأفراد بعرض الذات عبر مواقع التواصل الاجتماعي، وكيفية إدراك الأفراد لأولئك الذين يتخذون صور شخصية، وفهم الجوانب المحددة لهذا السلوك اجتماعياً وكذلك شخصياً.

وقد اختلفت نتائج البحوث في تحديد أفضلية الدوافع التي تدفع الافراد لالتقاط ونشر صور السيلفي فقد أشار (Biolcati, & Passini, 2018) إلى ان الافراد ينشرون صور سلفى بصورة أساسية للتوثيق، بينما ينشرون لدوافع الترفيه والتواصل وجذب الانتباه بصورة متوسطة، في حين توصلت نتائج بحث

(Krishnamurthy, 2013) إلى أن نسبة (٦٨,٣٥%) ينشروا السيلفى من أجل التغلب على الملل، بينما نسبة (٦٥,٨٣%) ينشرون السيلفى للتعبير عن أنفسهم، ونسبة (٦٠,٨٣%) ينشرون السيلفى لجذب الانتباه، بينما أشار نسبة (٢١,٦٦%) أنهم ينشرون السيلفى لتعزيز الثقة بالنفس، ونسبة (١١,٦٦%) يلتقطون السيلفى لأنه يُمثل متعة، بينما توصلت نتائج بحث (Bij de vaate, etal. 2018) إلى أن الحفظ والتسجيل احتلت أولى الدوافع لنشر والتقاط السيلفى، بينما توصلت نتائج بحث (Balakrishnan, etal., 2017) إلى أن الثقة بالنفس هي أولى الدوافع المرتبطة بالسيلفى وأخرها المطابقة الذاتية، كما توصلت نتائج بحث (Magc, 2017) إلى أن الدوافع الأساسية لالتقاط السيلفى تتمثل فى القضاء على الملل والحاجة للاتصال والتواصل ثم التعبير عن النفس، بينما جذب الانتباه لا يمثل أحد الدوافع النفسية للسيلفى.

وفى اطار ارتباط الدوافع النفسية للسيلفى بسمات الشخصية فقد توصلت نتائج بحث (Etgars, & Amichai-Hamburger, 2017) إلى ارتباط استحسان الذات (كدافع مرتبط بسلوك السيلفى) سلبياً بالضمير الحى والاستقرار العاطفى والانفتاح على التجارب، بينما ارتبط التسجيل والحفظ بكل من المقبولية والانبساطية، كما توصلت نتائج بحث (Biolcati, & Passini, 2018) إلى ارتباط النرجسية ايجابياً بدافع جذب الانتباه.

هذا ويعبر السيلفى عن الدوافع، فيستخدم الأفراد السيلفى أيضاً كمرآة لتعكس صورة الذات التى لديهم بعقولهم، ويريدون أن يراها الآخرون، فالتكنولوجيا أتاحت للأفراد التقاط صور شخصية تجعل من الممكن للأشخاص إعادة التقاط صور عدة مرات حسب حاجاتهم إلى الظهور أمام العالم (As cited (Warfield, 2014) in Ablooshi, 2015, p.5)

فالافراد لديهم الخيار فى الصورة التى يُقدمونها عن أنفسهم للآخرين، حيث يكشف الأفراد عن تقديرهم لذواتهم من خلال عدد من الإشارات تمتد من المظهر العام إلى موقف الجسم وحتى عناوين البريد الالكترونى الخاصة بهم، فتصف النفس على

انها ذات تقدير ذات مرتفع بما يرتبط بها من مظهر ايجابي صحي، مبتسم، أو نشيط ، ففى بعض الأحيان قد يكون الفرد ببساطة غير مُدرك للصورة التى ينقلها للآخرين عن نفسه، وفى حالات أخرى قد لا يكون قادر على تقديم نفسه بشكل متواصل، فتقدير الذات ليس تجربة داخلية أو خبرة داخلية بل تجربة وخبرة الشخص للتصرف وحمل إشارات اجتماعية فى عالمنا الاجتماعى (Zeigler- Hill, 2013, p.154, p.157).

ولقد اتخذت الكثير من وسائل الإعلام الاجتماعية اتجاه او موقف من صور السيلفي كترغبة قوية فى الحصول على ردود فعل إيجابية من الآخرين أو كمؤشر على تدني تقدير الذات أو الرغبة فى تعزيز عمليات التقييم من الآخرين (Barry et al, 2017, p.2).

وفى اطار العلاقة بين الدوافع النفسية للسيلفي وتقدير الذات، فقد توصلت نتائج بحث (Alblooshi, 2015) إلى أن المستوى المنخفض لتقدير الذات ارتبط بالتقاط السيلفي لتعزيز الثقة بالنفس، فى حين توصل بحث (Sorokowska, et al., 2016) إلى أن عدد مرات نشر الصور عبر مواقع التواصل الاجتماعى لم ترتبط بتقدير الذات، وأيضاً توصلت نتائج بحث (Campbell, 2016) أنه لا يوجد تأثير لنوع الصورة على تقدير الذات، بينما توصلت نتائج بحث (Shin, et al, 2017) إلى أن مشاركة الصور الشخصية يمكن أن يؤدي الى انخفاض تقدير الذات، بينما توصل نتائج بحث (Etgars, & Amichai-Hamburger., 2017) إلى ارتباط استحسان الذات سلبياً بتقدير الذات، فى حين توصل بحث (Biolcati, & Passini, 2018) إلى وجود مسار سلبى دال احصائياً بين تقدير الذات ودافع الترفيه وجذب الانتباه والاعجابات التى يتلقاها الفرد، فى حين لا يوجد مسار بين تقدير الذات ودافع الاتصال والتواصل، كما وجد تأثير موجب للترجسية على دافع جذب الانتباه ، بينما توصل بحث (Wang, Yang, & Haigh, 2017) إلى عدم ارتباط تقدير الذات

بنشر الصور السيلفي، في حين توصلت نتائج بحث (Barry, et al, 2017) إلى ارتباط تقدير الذات بعدد المتابعين للصفحة، وكم الاعجابات على الصور المنشورة، في حين توصلت نتائج بحث (Barry, Doucette, , Loflin,., Rivera-Hudson, & Herrington, 2017) إلى عدم ارتباط تقدير الذات بالصور السيلفي الملتقطة أو المنشورة، كما توصلت نتائج بحث (Wang, Wang, Liu,, Xie, Wang., & Lei, 2018) أن تأثيرات نشر الصور السيلفي على تقدير الذات غير دالة.

وفي اطار البحوث التي تناولت الفروق بين الذكور والاناث في سلوك السيلفي (الالتقاط و النشر) اتفقت نتائج بحوث كل من (Biolcati, & Passini, 2018; Boursier, & Manna, 2018; Dhir, Pallesen, Torsheim, & Andreassen, 2016; Sorokowski, , Sorokowska, Frackowiak, Karwowski, Rusicka, & Oleszkiewicz, 2016; Sorokowska et al. 2016) على أنه توجد فروق ذات دلالة احصائية بين الذكور والاناث في سلوك نشر السيلفي لصالح الاناث، واختلفت معها نتائج بحوث كل من (Arpaci, Baloğlu, Kim & chock, 2016; Kesici, 2018; Barry, et al, 2017) التي اتفقت على أنه لا توجد فروق بين الذكور والاناث في سلوك نشر السيلفي، في حين توصل بحث (Biolcati, & Passini, 2018) إلى عدم وجود فروق بين الذكور والاناث في الدوافع المرتبطة بالنشر، كما ارتبط دافع جذب الانتباه بنشر الصور الشخصية فقط، كما اتفقت نتيجة بحث كل من (Dhir, et al., 2016; Magc, 2017) على أنه توجد فروق بين الذكور والاناث في سلوك قص الصور واستخدام الفلاتر لصالح الاناث مقارنة بالذكور.

ومن ثم ترى الباحثة أنه من خلال العرض السابق أنه على مدى العقود الماضية تمت الكثير من البحوث التجريبية حول مواقع التواصل الاجتماعي إلا ان هناك ندرة في المقالات العلمية التي تركز على العوامل المحفزة (الدافعة) لقرارات الأشخاص لالتقاط ومشاركة الصور الذاتية مع أصدقائهم ومعارفهم عبر الانترنت، بينما تم التحقق من بعض العوامل في الأدب الحالي، إلا أن هناك فجوة كبيرة بين

شعبية هذه الممارسة وما نفهمه عنها على وجه التحديد، كما أن نتائج البحوث لا تزال غير واضحة بشكل العلاقة بين السمات الشخصية و الدوافع النفسية للسيلفي؛ مما يستوجب معه تناول هذه العلاقة بالدراسة.

ويتضح مما سبق ما يلي :

- أهمية دراسة ظاهرة عصرية مجتمعية وهي سلوك السيلفي وما يرتبط به من متغيرات نفسية مثل سمات الشخصية وتقدير الذات.
- أهمية دراسة الدوافع الموجهه لسلوك الانسان بصفة عامة وخاصة المرتبطة بسلوك السيلفي، حيث ندرت دراستها على مستوى الدراسات الاجنبية، وعدم تواجد دراسات عربية تناولته في حدود ما اطلعت عليه الباحثة.
- عدم الاتساق في نتائج الدراسات والبحوث بشأن الفروق بين الذكور والاناث في سلوك نشر الصور السيلفي، وكذلك أفضلية الدوافع النفسية للسيلفي، وعلاقتها بتقدير الذات وعدم تمكن الباحثة من الحصول على دراسات عربية في هذا الجانب، مما دفع الباحثة إلى دراستها.
- معظم ما تم تناوله من بحوث سابقة تتعلق بعلاقة ظاهرة السيلفي بسمات الشخصية اقتصر على دراسة سلوكياته فقط (الالتقاط سواء الفردي أو الجماعي) والنشر بالاضافة إلى رموز السيلفي، ولم تتناول بحوث الدوافع المرتبطة به مع سمات الشخصية إلا القليل؛ مما يستدعي معها تناوله.

من العرض السابق يمكن صياغة مشكلة البحث الحالية في الأسئلة التالية .

1. ما هو ترتيب الدوافع النفسية لسلوك السيلفي من وجهة نظر طلاب كلية التربية جامعة الزقازيق؟

٢. هل توجد فروق بين تكرارات استجابات طلاب كلية التربية المذكور والانات فى درجة التقاطهم الصور السيلفى (الفردية، والجماعية)، ونشرها، وتحريرها؟
٣. هل تختلف الدوافع النفسية للسيلفى باختلاف النوع (ذكور- اناث) لطلاب كلية التربية؟
٤. هل تختلف الدوافع النفسية للسيلفى باختلاف ناشرى الصور عبر مواقع التواصل الاجتماعى وغير الناشرين من طلاب كلية التربية جامعة الزقازيق؟
٥. هل تختلف الدوافع النفسية للسيلفى باختلاف محررى صور السيلفى وغير المحررين من طلاب كلية التربية جامعة الزقازيق؟
٦. هل تختلف الدوافع النفسية للسيلفى باختلاف الفرقة الدراسية (ثانية- رابعة) لطلاب كلية التربية؟
٧. هل توجد علاقة ارتباطية بين الدوافع النفسية للسيلفى والعوامل الستة للشخصية (نموذج هيكساكو) لدى طلاب كلية التربية؟
٨. هل توجد علاقة بين الدوافع النفسية للسيلفى وتقدير الذات لدى طلاب كلية التربية؟
٩. هل يوجد مسارات دالة بين الدوافع النفسية للسيلفى وكل من العوامل الستة للشخصية (نموذج هيكساكو) وتقدير الذات؟

أهداف البحث

التعرف على ترتيب الدوافع النفسية للسيلفى من وجهة نظر طلاب كلية التربية جامعة الزقازيق.

الكشف عن الفروق بين تكرارات استجابات طلاب كلية التربية الذكور والانات فى درجة التقاطهم الصور السيلفى الفردية والجماعية ونشرها وتحريرها
الكشف عن اختلاف الدوافع النفسية للسيلفى بين الذكور والانات من طلاب كلية التربية.

فحص اختلاف الدوافع النفسية للسيلفى بين الناشرين صور السيلفى عبر مواقع التواصل الاجتماعى وغير الناشرين.

تناول اختلاف الدوافع النفسية للسيلفى بين محررى صور السيلفى وغير المحررين من طلاب كلية التربية جامعة الزقازيق.

فحص الفروق فى الدوافع النفسية للسيلفى باختلاف الفرقة الدراسية (ثانية- رابعة) لطلاب كلية التربية.

دراسة العلاقة الارتباطية بين الدوافع النفسية للسيلفى والعوامل الستة للشخصية (نموذج هيكساكو) لدى طلاب كلية التربية.

دراسة العلاقة الارتباطية بين الدوافع النفسية للسيلفى وتقدير الذات لدى طلاب كلية التربية.

الكشف عن مسار (تأثير) العوامل الستة للشخصية (نموذج هيكساكو) وتقدير الذات (كمتغيرين مستقلين) على الدوافع النفسية للسيلفى (كمتغير تابع).

أهمية البحث

- التعمق فى بحث سلوك السيلفى وهى ظاهرة عصرية منتشرة بصورة كبيرة ليس على المستوى المحلى فحسب بل عالمياً، فالصورة يمكنها التعبير بصورة أكثر بكثير من الكلمات.
- التأصيل النظرى لمتغير سمات الشخصية الستة حيث يعتبر أحدث النماذج النظرية للشخصية بعد العوامل الخمسة الكبرى وتوضيح الفرق بينهما، والاسهام فى قياسه وان كان من خلال ترجمة المقياس المعد لذلك.
- قد تفيد ما تُسفر عنه نتائج البحث الحالى فى فهم سلوك السيلفى ودوافعه.
- كما تتمثل الأهمية التطبيقية للبحث فيما تقدمه من أدوات جديدة للقياس (مقياس الدوافع النفسية للسيلفى) فى البيئة العربية
- وإذا افترضنا أن الدوافع تلعب دوراً أساسياً فى تحديد سلوك الأفراد، فيمكن القول بأن المقياس المعد فى هذا البحث يمكن أن يكون له قيمة خاصة للباحثين فى تشخيص العوامل المسببة لسلوك السيلفى.

مصطلحات البحث:**الدوافع النفسية لسلوك السيلفى****psychological Motivation of Selfie behavior**

المحركات الداخلية المرتبطة بالتقاط الفرد صوراً بنفسه عبر الهاتف الذكى من خلال الكاميرا الأمامية أو كاميرا الويب ومشاركتها عبر مواقع التواصل الاجتماعى لإشباع رغباته، وتتكون من خمسة محركات وهى الحفاظ وتسجيل اللحظات، التسلية والمتعة وقضاء وقت الفراغ، الانتماء والتواصل، تعزيز الثقة بالنفس، جذب الانتباه.

دافع الحفظ وتسجيل اللحظات

Motive to Save and record moments

ويمثل موجه لسلوك السيلفي لتسجيل الأحداث المميزة في الحياة والمواقف والمناسبات والاهتمامات التي يمر بها الفرد.

دافع الانتماء والتواصل

Motive to Affiliation and communication

يمثل موجه لسلوك السيلفي لاكتساب والحفاظ على الآخرين وإعادة الاتصال بهم بغرض توسيع شبكة العلاقات الاجتماعية.

دافع جذب الانتباه

يمثل موجه لسلوك السيلفي للفت نظر الآخرين والاستحواذ على اهتمامهم للاعجاب والاعتراف به.

دافع التسلية والمتعة وقضاء وقت الفراغ

Motive to Entertainment, fun and spending spare time

ويمثل موجه لسلوك السيلفي لتمضية الوقت وشغله والتسلى مع الأصدقاء وادخال السرور على النفس الذي يُذهب الهموم، ويُخفف من مستوى الاجهاد والتوتر الذي يشعر به الفرد.

دافع تعزيز الثقة بالنفس

ويمثل موجه لسلوك السيلفي لتقبل الفرد لذاته وتعزيز قدرته على مواجهة المواقف الاجتماعية دون خوف، وتعبيره عن نفسه بكل وضوح وجرأة.

وتقاس الدوافع النفسية للسيلفى اجرائياً بالدرجة التى يحصل عليها الطالب فى المقياس المُعد لذلك.

العوامل الستة للشخصية (نموذج هيكساكو) :

(Six Personality Factors HEXACO Model)

هو نموذج يتكون من ستة مكونات وهى (الصدق والتواضع - العاطفية - الإنبساطية - المقبولية - الضمير الحى - الانفتاح على الخبرة). وقد تم اكتشافه من خلال الدراسات المعجمية لهيكل الشخصية التي تجري فيها تحليلات العوامل للتقييم الذاتى أو تصنيف الأقران للصفات الوصفية للشخصية المألوفة باللغة، وتتمثل مكوناته فى (Ashton &, Lee, 2009, p.340; Lee &, Ashton, 2004, pp.330-336).

١- **الصدق والتواضع: (H) Honesty and humility** ويتضمن سمات الاخلاص والتواضع والانصاف وتجنب الجشع، ويقيس الميل إلى حُسن النية فى علاقة الفرد بالآخرين، والتواضع، وتجنب الغش والخداع، وعدم الاهتمام بحياسة الثروة أو السلع الفاخرة او المناصب الاجتماعية العالية، وتشير الدرجة المنخفضة إلى التظاهر بالحب من أجل الحصول على المكاسب، و الاستعداد للربح عن طريق الغش أو السرقة، بينما تشير الدرجة المرتفعة إلى عدم الرغبة فى التلاعب بالآخرين، أو الاستمتاع بعروض الثروة والامتيازات، أو اعتبارات الوضع الاجتماعى.

٢- **الانفعالية (E) Emotionality** وتتضمن سمات مثل الخوف والقلق والاعتمادية والحساسية، يُقيم الميل إلى تجربة الخوف، والقلق فى المواقف المختلفة، والحاجة إلى الدعم العاطفى من الآخرين، والشعور بعلاقات عاطفية مع الآخرين، وتشير الدرجات المنخفضة إلى انخفاض الشعور بالخوف، والصلابة والشجاعة، وعدم

الحساسية بالألم الجسدى، ومواجهة الصعوبات بثقة، والقدرة على التعامل مع المشكلات دون أى مساعدة، بينما تشير الدرجات المرتفعة إلى مشاركة الصعوبات مع أولئك الذين يشعر الفرد معهم بالراحة، وانشغاله حتى بالمشاكل الصغيرة، و تجنب الألم الجسدى، والحساسية.

٣- **الانبساطية Extroversion (X)**: وتتضمن سمات مثل تقدير الذات الاجتماعية والجرأة الاجتماعية والاجتماعية والحيوية، وتُقيم ميل الفرد لأن يكون مثير في حديثه مع الآخرين ويمتلك الثقة في المواقف الاجتماعية، ويستمتع بالمحادثات الاجتماعية، ويتسم بالحماس والطاقة، وتشير الدرجات المرتفعة إلى التحمس أثناء الحديث مع الآخرين، والقدرة على التحدث مع الغرباء، والاستمتاع بالزيارات والحفلات، والشعور بالبهجة والديناميكية، بينما تشير الدرجات المنخفضة إلى الخجل في المواقف الاجتماعية والميل إلى الأنشطة الفردية.

٤- **المقبولية Agreeable (A)**: وتتضمن سمات التسامح واللطف والمرونة والصبر، ويقيس رغبة الفرد في الشعور بالثقة والرضا تجاه من تسببوا له بالضرر، وأن يكون الفرد معتدلاً ومُتساهلاً في التعامل مع الآخرين، وقدرته على التوصل إلى حل وسط والتعاون مع الآخرين، وأن تتماسك أعصابه عند تعامله مع الآخرين، وتشير الدرجة المنخفضة إلى حمل الفرد ضغينة ضد أولئك الذين أساءوا إليه، والتقييم الناقد للآخرين والمجادلة، والعصبية، حين تشير الدرجات المرتفعة إلى عدم الحكم على الآخرين بسهولة، والثقة في الآخرين، وإعادة تأسيس علاقات ودية مع من قدموا لهم الاساءة، وتقبل اقتراحات الآخرين.

٥- **الضمير الحى (C) Conscientiousness** يتضمن سمات التنظيم والاجتهاد والكمالية والحكمة، ويُقيم الميل إلى تنظيم الفرد لمحيط المادى، واجتهاده بالعمل، واهتمامه بالتفاصيل وإجادة الاداء إلى اعلى مستوى من الاتقان، والبصيرة والترث، وتشير الدرجات المرتفعة إلى الترتيب، والاستعداد لبذل النفس فى سبيل العمل، والدوافع القوية لتحقيق الاهداف، والنظر فى عواقب الأمور، بينما تشير الدرجات المنخفضة إلى الاهمال والعشوائية فى أداء الأعمال، وعدم الانضباط، وارتكاب الأخطاء فى المهام، والاندفاع وعدم التريث.

٦- **الانفتاح على الخبرة (O) Openness to Experience** ويتضمن سمات التقييم الجمالى والاستقصاء، والابداع، وغير المألوفية، وتشير إلى تمتع الفرد بالتذوق الفنى والفضول، وتفضيل الأعمال الابتكارية، وتقبل الأشياء الغريبة، وتشير الدرجات المرتفعة إلى تقدير مختلف أشكال الفن والطبيعة، والبحث عن حلول جديدة للمشكلات، وتقبل كل ماهو جديد، بينما تشير الدرجات المنخفضة إلى الميل المنخفض لتقدير الأعمال الفنية والفضول .

وتقاس العوامل الستة للشخصية اجرائياً بالدرجة التى يحصل عليها الطالب بكل عامل بمقياس (Ashton& Lee, 2009) للعوامل الستة للشخصية ترجمة وتعريب الباحثة.

تقدير الذات Self- esteem: بأنه تقدير عام يضعه الفرد لنفسه وبنفسه مُتضمناً الإيجابيات التي تدعو لاحترام ذاته والسلبيات التي لا تقلل من شأنه بين الآخرين، وكلما ارتفع تقدير الفرد لذاته كان الفرد ناجحاً من الناحية الاجتماعية. ويتحدد إجرائياً : بالدرجة التي يحصل عليها الطالب على دليل تقدير الذات (إعداد : هودسون 1994 Hudson، تعريب: مجدي الدسوقي، ٢٠٠٤).

محددات الدراسة : تتمثل في :

العينة: تم اشتقاقها من طلاب الفرقة الثانية والرابعة من طلاب كلية التربية موزعين على شعب دراسية مختلفة.

- الأدوات المستخدمة في جمع المعلومات المرتبطة بهدف البحث والمتمثلة في مقياس الدوافع النفسية للسيلفي، ومقياس العوامل الستة للشخصية، ومقياس تقدير الذات.

- تم تطبيق أدوات البحث في الفصل الدراسي الأول للعام الجامعي ٢٠١٨/٢٠١٩ .

الاطار النظري:

مفهوم السيلفي

أشار كل من (Pinatacan, & Castronuevo, 2015, p.65) أن كلمة السيلفي (Selfie) دخلت اللغة الانجليزية من خلال منتدى استرالي عبر الانترنت عام (٢٠٠٢) وبحلول عام (٢٠١٣) فإن قاموس اكسفورد حدد رسمياً كلمة السيلفي بأنها تعنى صورة يلتقطها الفرد بنفسه، والتي عادة ما يتم التقاطها بواسطة هاتف ذكي أو كاميرا ويب وتحميلها عبر موقع الويب الخاص بوسائل التواصل الاجتماعي، كما أعلن أن كلمة عام (٢٠١٣) هي السيلفي بعد أن كشف باحثون اللغة عن زيادة بنسبة ١٧٠٠٠٪ في استخدامه على مدى عام واحد).

فالسيلفي له تاريخ طويل ولكن في السنوات القليلة الماضية أصبحت هذه الظاهرة أكثر بروزاً بسبب تطور الكاميرات الأمامية للهواتف الذكية والأجهزة

اللوحية بشكل سريع، بالإضافة إلى النزعة الثقافية لتقديم الذات عبر الانترنت وخاصة بمواقع التواصل مثل الفيس بوك والانستجرام والسناپشات (Paris, &, Pietschnig, 2015, p.2).

فقد عرف (Qiu,et al, (2015, p.443) السيلفي بأنه صور ذاتية يلتقطها الأفراد بأنفسهم باستخدام كاميرا رقمية أو هاتف ذكي، كما ميز (Katz &, Crocker (2015, p.1867) بين سلوكي السيلفي وهي التقاط السيلفي ونشره، حيث أن التقاط السيلفي هو عمل خاص، بينما نشر الصور الشخصية هو أمر عام، وبالتالي تُثار أسئلة ومخاوف حول كيفية ادراك الآخرين للصورة ونوع التعليقات التي سيحصل عليها الفرد.

وقد أشار (Detweiler (2018) إلى أنه عند نشر السيلفي عبر الانترنت فإن الفرد يجعل لحظاته الخاصة عامة، لدرجة أن تصبح الصور استفتاء عام تُمكن الأصدقاء من التصويت على مظهر الفرد بالصورة واعطاء التعليقات، وحتى توجيهها الى الآخرين؛ ومن ثم تتأرجح لحظات الفرد الخاصة بسرعة تجاه الملكية العامة، إلا انها قد تكون مدمرة عندما تفضل مشاركته في توليد أنواع الاهتمامات التي يسعى اليها، وقد يُعرض نفسه لأحكام وحشية أكثر بكثير مما هو صحى، وقد يكيف هويته للتوافق مع المعايير الاجتماعية المعمول بها بالفعل على Instagram أو Snapchat أو twitter فمثلاً أحد خواص Instagram هو تطوير احساس قوى ورائع بالجماليات أو الفكاهة باستخدام Snapchat أو جدارة الخبر باستخدام twitter.

وقد دعم ذلك ما طرحه (Eckel, Ruchatz, &, Wirth (2018, p.6) بأن الجزء الأخير من تعريف السيلفي هو وظيفة الصور الشخصية كصورة تحادثية أو متصلة عبر وسائل التواصل الاجتماعي، وبالتالي فإن ممارسة تبادل الصور الذاتية هي في صميم شكل جديد من أشكال التصوير الشخصي الذي لم يعد خاصاً، كالصور التي يتم تخزينها في البوم الصور الشخصية، وهذا المعيار الأساسى عند تعريف

السيلفي الذي يتميز بالرغبة في تأطير الذات في صورة يتم مشاركتها مع جمهور عبر الانترنت وداخل ثقافة الشبكة العنكبوتية.

ولقد طرحت Johari (as cited in Suler, 2015, p. 13) مقالة في علم النفس الفوتوغرافي يصف نشر الصور الفوتوغرافية بأنه مخطط مرئى يصور المجموعات الأربعة المحتملة ما هو معروف وغير معروف للفرد عند مشاركة صورته الذاتية مع شخص آخر:-

١. هناك أشياء عنك تعرفها أنت والشخص الآخر عند النظر إلى الصورة، وهذا الوضع يساعد على تأكيد الذات.

٢. هناك أشياء تخصك تعرفها عند النظر إليها، في حين أن الشخص الآخر لا يعرفها. وسوف تحتاج إلى كشف السر الخاص بك لشخص آخر يفهمك بشكل أفضل.

٣. هناك أشياء يعرفها عنك الشخص الآخر بمجرد النظر للصورة، بينما أنت لا تعرفها في هذا السيناريو سوف تتعلم المزيد عما يخصك والذي يمثل تفسير أعمى إذ شارك الشخص ما يرونه عنك في الصورة الذاتية.

٤. هناك أشياء كشفت عنك في الصورة لا تعرفها أنت ولا الشخص الآخر يعرفها يعبر هذا السيناريو الرابع أن ليس كل شيء عنا ملحوظ لا لنا أو للآخرين، ولذلك من خلال مناقشة الذات مع الآخرين فقد تكشف ما هو مخفياً من جانب هويتنا، مما ينتج عنه مدى فائدة دعوة الآخرين لتفسير صورنا الذاتية.

ومن ثم فالصور السيلفي هي صور ذاتيه سريعة بواسطة كاميرا هاتف ذكي وتوزيعها على الفور إلى شبكة اجتماعية مرئية فورية للتواصل لمعرفة أين نحن وماذا

نفعل؟ وما نعتقده عن أنفسنا وما ن فكر فيه بشكل مُراقب من قبل الآخرين (Ablooshi, 2015, p.2).

ويعرف (Charoensukmongko, 2016, p.) السيلفي بأنه هو صورة ذاتية التقطت باستخدام كاميرا رقمية أو هاتف ذكي، تمثل رغبة وميل قوى لدي المراهقين في السنوات الأخيرة فعالباً يحملون كاميرات علي مسافة ذراع ويوجهونهم نحو انفسهم لالتقاط صور في كل مكان تقريباً، وبشكل أكثر تحدياً أصبح التقاط صور السيلفي نشاطاً شائعاً يُقدم الناس من خلاله أنفسهم للجمهور وغالباً ما يتم تحميل الصور الذاتية على مواقع شبكات التواصل الاجتماعي (SNS) مثل الفيس بوك والانستجرام ومشاركتهم بين الاصدقاء في شبكاتهم.

وقد أشار كل من (Houghton, Joinson, Caldwell, & Marder, 2013, p.7; Wang, et al. 2017, p.275) إلى أن السيلفي هو أحد أنواع كشف الذات عبر الانترنت فالكشف لا يحدث فقط من خلال الوسائط النصية، ولكن يتم ايضاً من خلال الصور الفوتوغرافية. ويمكن اعتبار سلوك نشر الصور الشخصية أو نشر الصور الجماعية نوع من سلوك الافصاح الذاتي.

بل ان المصور الذاتي self portration يلعب أدواراً مختلفة (المؤلف – الموضوع – المتفرج من نفسه) في الوقت نفسه، فقبول المؤلف (أننى أنشئ نفسي) وقبول الموضوع (نعم أنا – أنا على ما يرام كما أنا) وقبول المتفرج من نفسه (المشاهد) (أنا بالنظر إلى نفسي أستطيع أن أرى نفسي) كل هذه التصريحات تعنى موقف القبول منها (Nuñez,2013,p.99).

كما تحتوي صور السيلفي علي إشارات فريدة غير متوفرة في أنواع أخرى من الصور علي سبيل المثال، بسطة الوجه Facial expression هو تعبير وجهي يتكون من خلال دفع الشفاه إلي الخارج وإلي الأعلى لإعطاء مظهر الشفاه الكبيرة، والذي غالباً ما يشاهد في الصور الشخصية وليس أنواع أخرى من الصور، مثل هذه الأشارات

قد تكشف عن شئ جديد وهو التعبير الشخصي في الصور (Qiu, et al, 2015, p.443).

بالإضافة إلى ذلك فإن التقاط السيلفي أكثر من مجرد أخذ صورة حيث يمكن أن يشتمل على تحرير اللون والتباين وتغيير الخلفيات وإجراء تأثيرات أخرى قبل تحميل الصورة على مواقع التواصل الاجتماعي وهو ما أدى إلى زيادة شعبية هذا السلوك (Balakrishnan, & Griffiths, 2018, Pp.1-2).

وقد اشتهرت برامج التحرير والفلتر للصور من أبرزها تطبيق السناب شات فهو تطبيق لمشاركة الصور الذي يسمح للمستخدمين بالتقاط الصور بأجهزتهم المحمولة أو الرسم عليها أو إضافة نص، ومشاركتها مع الأصدقاء، حيث يوفر السناب شات وسطاً مثيراً للاهتمام لدراسة ممارسات السيلفي، وما يجعل السناب شات مختلفاً عن معظم تطبيقات مشاركة الصور الأخرى، هو أن يمكن اختيار المدة التي يمكن للمشاهد خلالها رؤية الصورة بحد أقصى (١٠) ثوان قبل أن تختفي، وهذا يعطى للمرسل والمتلقى بأن هذه التفاعلات مؤقتة في الوقت الحالي، مما تعكس كيفية ظهور المستخدمين في وقت معين دون عواقب بعيدة المدى (Katz& Crocker, 2015, p.1862).

كما تسمح الفلاتر المدمجة في هواتفنا الذكية بتغيير مظهرنا، حيث تتوفر ميزة تنعيم البشرة وتصغير الوجه وتوسيع العين بلمسة زر واحدة تجعلك وكأنك تبدو كرسوم كاريكاتيري، كما يتيح (Face App) للمستخدمين بتصوير أنفسهم في سن الشيخوخة أو محاولة للتمييز بين الجنسين، ففي العصر الرقمي أصبح أجسامنا قابلة للتعديل بشكل كامل، ومن ثم فقدرتنا على التلاعب بالصور بما في ذلك وجهنا وأجسامنا تضعنا في وضع محفوف بالمخاطر، أو عن طريق

(BITmojis) هو تطبيق يسمح للصور الشخصية أن تأتي في جميع الأشكال والانواع والاحجام متضمنة "مذهلة أو أحبها" بالإضافة الى تحويل الوجه الى دجاجات أو قرد او أى شكل (Detweiler, 2018).

وبشكل عام تختلف الآراء حول ما إذا كانت ثقافة الصور الشخصية ضعيفة أو شرعية وقوية مما يعني أن الأمر متروك لك لتشكيل مستقبل هذه العادة؟ فاسأل نفسك هل صورتي الشخصية للتسلية أم تحتاج إلي تعليقات فكل شئ تشاركه علي الشبكات الاجتماعية يكشف شئ ما عنك (Peek, 2014)، وقد يستاء الآباء باعتباره إلهاء غير ضروري أو مضيعة للوقت، ولكن من الحكمة أن يعترف البالغون بأهميتها كوسيلة تواصل متنامية، فالبعض يفضل كتابة الرسائل وآخرون يجرون مكالمات هاتفية، بينما يفضل الجيل القادم النص بصرياً، كما أن السهولة التي تتمكن بها من التقاط الصور الفوتوغرافية يجعلها مغرية، فقد تم منح المراهقين رخصة للنشر دون اطار أخلاقي مصاحب، فهل من العدل القاء اللوم على المراهقين لاساءة استخدام أدوات لم تكن موجودة في طفولة آبائهم؟ فالجميع الآن يشارك في عالم يسميه عالم الاجتماع "ارفينج جوفمان" Erving Goffman "فنون ادارة الانطباع" ففي الوقت الحاضر يفترض أننا جميعا متواجدون في جميع الاوقات، ونتوقع استجابة فورية، فقد تنتهي العلاقة اذا فشل الفرد في الاستجابة للدراما الخاصة بالانترنت مع أصدقائه في الوقت المناسب، والانسحاب في كثير من الاحيان من تلك الدائرة الاجتماعية قد يؤدي الى حذف الفرد من بيئات الدردشة الجماعية (Detweiler, 2018)، بل إن فكرة مشاركة الأفراد والشباب لمعلومات أكثر مع الآخرين عن أنفسهم ضارين بعرض الحائط مبدأ الخصوصية يُدعمها مؤسس شركة فيس بوك، فشباب اليوم مختلفين، فالاعراف والمعايير الاجتماعية تغيرت حول الخصوصية حيث يشارك الشباب الآخرين عبر نطاق واسع من المجتمع (Boyd, 2014, p. 56).

الدوافع النفسية للسيلفي

قد يثير انتشار أنشطة السيلفي أسئلة تتعلق بالعوامل النفسية التي تدفع إلى ذلك السلوك، حيث يوفر السيلفي نوع فريد ومتعدد الأوجه من العرض الذاتي، فهي تسمح للأفراد بعرض جوانب محددة من قوتهم على شبكاتهم الاجتماعية في البيئة العنكبوتية، فالبيئة التفاعلية عبر الانترنت تمكن الأفراد من تقديم انفسهم بصورة أكثر انتقائية (kim & chock, 2016, p.561).

كما خلص كل من (Katz & Crocker, ; Suler, 2015, pp7-8) إلى أن سلوك السيلفي يشمل مجموعة متنوعة من الاستراتيجيات والنوايا، في حين أن معظم الدراسات تشير إلى أن هناك سبب واحد رئيسي لانتاج السيلفي، في حين دافع عن ذلك "كاتز وكوكر" حيث وجدوا أن هناك في الواقع مجموعة متنوعة من الدوافع تقف خلف اتخاذ صوراً شخصية ذاتية، ولم يُمنح هذا الاقتراح أهمية كافية، فمن يقومون باللتقاط الصور الذاتية يفكرون في سبب رغبتهم في أن تبدو الصورة بطريقة معينة، فهم لديهم الفرصة لتحديد كيف يريدون التعبير عن انفسهم في الصورة، فالفرصة للتفكير في انفسهم لالتقاط صورة، يحقق فهماً أفضل لمشاعرهم وصفاتهم الشخصية، كما تساعد عملية التحكم في التصوير في إدارة الجوانب الأكثر إشكالية من انفسهم فقد يبدو الفرد في أحد الصور مبالغ في تضخيم الشعور أو سمه من سماته، بل تمتد هذه العملية أيضاً إلى ما بعد الالتقاط إلى معالجة الصورة، وذلك باستخدام برامج الفوتوشوب، والتركيز على طرق للتعبير عن شخصيتهم يمكن أن يجعل الصورة ممثلة أكثر دقة للذات.

كما عدّد (Barry, et al. (2017, p.2) الدوافع التي تقع خلف نشر صور شخصية عبر مواقع التواصل الإجتماعي فى نية عرض المظهر الجسدي للشخص أو الانتماء أو قد يكون أكثر صلة بالانرجسية.

بينما أشار (Holm, & Samahita, (2016, p.1) إلى أن المدافع وراء تصوير أو التقاط الصور السيلفي هو الصورة الاجتماعية، حيث يمثل الرغبة في توثيق الذات كما تؤثر الدوافع الاجتماعية للتصوير علي كيفية تصوير الشخص لنفسه في صورة السيلفي.

وقد اهتم (Boursier, & Manna (2018, p.1) بتحديد توقعات المراهقين الايطالين حول سلوك السيلفي تمتد أعمارهم من (١٤ - ١٩) سنة، وقد تمثلت بعض هذه التوقعات فى:

- **الرغبة الجنسية:** - يعزز فكرة أن الجنس هو عنصر مهم في الصور الشخصية، وفي كثير من الاحيان يتم تحفيز مشاعر الاثارة التي يمكن أن تكون مشتركة مع الشريك.
- **تعزيز الثقة بالنفس:** يُسلط الضوء علي أن ملتقطى وناشرى الصور السيلفى تزداد استقلاليتهم وتحسن أوضاعهم بين الآخرين وبالتالي زيادة ثقتهم من خلال الصور الذاتية.
- **التقدير ذاتي:** تركز علي الكيفية التي يستخدم فيها المراهق ويلتقط السيلفي لاطهار أجزاء من نفسه أو جانب معين من الذات للعالم . كما توصلت نتائج بحث (Ablooshi (2015 إلى أن اسباب التقاط السيلفي تتمثل فى الترفيه نسبة (١٥%) من أفراد العينة ، بينما اشار نسبة (١٠%) من المشاركين لتعزيز الثقة بالنفس، ونسبة (٦,٣%) للظهور بمظهر جيد ، ونسبة (٤,٦%) ينشروا السيلفي لتمضية الوقت، وآخرين بنسبة (٤,٣٨%) ينشروا السيلفي لشعورهم

بتحسن عندما يتلقوا اعجاب، ونسبة (٣٪) ينشر السيلفي لاطهار اسلوبهم، بينما عدد لا يُذكر من الأفراد وهم نسبة (٠.٨٢٪) ينشر صور ذاتيه لمجرد أن كل شخص يعرفه يفعل ذلك.

بينما توصلت نتائج بحث (Kearney (2018, Pp.15-16 بأن هناك خمسة اشباكات تفسر سلوك السيلفي الأولى منها (٢٧,٣٧٩٪) من اجمالى التباين وهو السلوك الباحث عن الاهتمام ويتضمن نشر السيلفي بهدف الحصول على اعجاب الآخرين، وتلقى التعزيز الايجابي وردود الفعل من خلال الاعجابات فى التعليقات ومشاركاتها، حيث يهدف السيلفي الى تطوير الصورة الذاتية الأكثر ملاءمة التى تعرض قيم الشخص واهتماماته، يليه الهروب بنسبة (٩,٨٢٩٪) الذى يتمثل فى جرف الانتباه عن القلق أو للتحرر من القلق، ونشرها كتنويح عن الواقع، والتخلص من الروتين اليومي، يليه الترفيه بنسبة (٦,٥٦٦) ويتمثل فى نشر صوراً ذاتية لتقديم المتعة أو للقضاء على الملل، أما العادة فهى تشير إلى نشر صوراً ذاتية كسلوك منتظم يتم اجراؤه دون وعى تقريباً كجزء من نمط وأسلوب حياة الفرد، ويمكن أن يستخدم لفترة من الوقت أو عندما لا يكون للشخص اى شىء يقوم به، يليه تسجيل اللحظة (وقت الحفظ) بنسبة (٤,٩٧٠٪) وفيها يتم نشر صور ذاتية لتوثيق جانب معين من حياة الشخص ووقته ومكانه أو حدث، فقد تطورت وسائل الاعلام لتصبح طريقة سهلة الاستخدام لتسجيل حياة الشخص الشخصية والتفكير فى الذكريات يليه الاتصال بنسبة (٤,٠٥١٪) من التباين، وفيها يتم استخدام السيلفي لبناء أو الحفاظ على العلاقات فالصور الشخصية بيان شخصى وبالتالي تجعل من السهل على الشخص ان يكشف عن المعلومات المناسبة لبناء العلاقات، كما يمكن للصور الشخصية أن تشكل بداية لمحادثة من أجل تحقيق احتياجات الاتصال، وعند مقارنة المتوسطات تبين أن

كل من الحفظ (٥,١٤)، والترفيه (٤,٨) هما أعلى متوسطات الاشباعات فى جميع صفحات التواصل الاجتماعى.

فى حين توصلت نتائج بحث (Sung, et al. (2017) إلى أن دوافع سلوك السيلفى تتمثل فى (٤) عوامل نفسية، حيث يفسر جذب الانتباه (٢١,٨٤%) من التباين، بينما يمثل العامل الثانى الاتصالات ويفسر (١٩,٦٦%) من التباين، بينما المكون الثالث هو الحفظ ويمثل (١٨,٥٤%) من التباين، واخيراً المكون الرابع الترفيه، ويفسر (١١,٣٨%) من التباين، كما توصلت النتائج إلى علاقة إيجابية بين جميع دوافع نشر السيلفى وتكرار سلوك النشر، ماعدا دافع الحفظ، وكذلك ترتبط النرجسية بسلوك النشر، وقد تنبأ كل من جذب الانتباه والاتصال والترفيه والنرجسية بتكرار سلوك النشر ولم يتنبأ العمر والجنس بسلوك تكرار نشر السيلفى.

كما توصلت نتائج بحث (Diefenbach, & Christoforakos, 2017, p.10) إلى الدوافع النفسية والفوائد المدركة لالتقاط صور السيلفى، وعواقبها على المستوى الفردي والمجتمعي، حيث تمثلت الفائدة المتفق عليها بنسبة (٦٢%) فى (الترويج الذاتى والاستقلالية والمعنى والعلاقات)، بينما أعلن الآخرون بالبحث حول عواقب صور السيلفى من تهديدات حول تقدير الذات.

ومن خلال الاطلاع على الاطار النظرى والبحوث السابقة أمكن تحديد الدوافع النفسية لسلوك السيلفى والأكثر تكراراً فيها كما يلي :

دافع الحفظ وتسجيل اللحظات

إن دافع " الحفظ " يُعبر عن التقاط الأفراد صوراً ذاتيه ينشرونها عبر مواقع التواصل الاجتماعى لتوثيق الأحداث الخاصة بهم والمناسبات فى حياتهم، ومع الزيادة السريعة فى قدرات الهاتف الذكي بما فى ذلك زيادة جودة ودقة الكاميرات المخصصة

ازدادت رغبة الفرد في التقاط صور فوتوغرافية لتوثق جانب معين من حياته أو جانب مثير أو حدث أو لحظة خاصة (Sung, et al ,2016, p.263).

وقد توصلت نتائج بحث (Holiday, et al. (2016, p. 184 إلى أن أهم الدوافع المحفزة لسلوك السيلفي هي الوظيفة التذكارية والاتصال، فهي تمثل دافع قوى لتسجيل الذكريات لأغراض شخصية كما هو الحال بالنسبة للسياسيين والناشطين فيما يتمثل بالسير الذاتية لهم، كما أن موضوع التواصل هو دافع بارز بين الأفراد الذين يتخذون ويتبادلون الصور الشخصية، وعلى الرغم من أن أقوى الدوافع لديهم للانخراط في أخذ ومشاركة صور السيلفي هو تسجيل الذكريات إلا أنهم يريدون بشدة مشاركة نسخة حياتهم مع أشخاص آخرين وإخبار قصتهم، وهؤلاء الأفراد ليسوا مهتمين بخلق محادثة، والأهم من ذلك أنهم يعتقدون أن صور السيلفي تؤصل لذاتهم فهم يريدون أن يروا قصتهم للعالم، وأن يعرف الآخرون من هم، وما يفكرون فيه وما يشعرون به لأنهم بحاجة لأن يشعروا بالتغذية الراجعة.

دافع الانتماء والتواصل

توفر صور السيلفي فرصة للأفراد لتقديم أنفسهم كجزء من المجموعة الاجتماعية، والقاء الضوء على العلاقات الاجتماعية المرغوب فيها (kim & chock, 2016, p.561).

فوجود الفرد في مظهر في صورة له عبر مواقع التواصل الاجتماعي له تأثير إيجابي على العلاقة الحميمة والمودة والجاذبية الاجتماعية، كما وجدت دراسة حديثة (Bakkhshi etal, 2014) تناولت الاندماج الاجتماعي عبر وسائل الاعلام الاجتماعي مع المحتوى البصري حيث فحصوا دور الوجه في الصورة على الانستجرام من خلال تحليل العلاقة بين وجه الصورة في البروفايل وعدد من يُحب ويُعلق على

الصورة فقد وجد في المتوسط، أن صورة الوجه تميل إلى الحصول على ابداءات الاعجاب بنسبة (٣٢ - ٣٨٪) من التعليقات (Kim, 2015, pp2-3, p.15).

وقد توصلت نتائج بحث (Saslow., Muise, Impett., & Dubin (2013) أنه كلما شعر الأفراد بأنهم أكثر ارتياحاً وقرباً في علاقاتهم مع أزواجهم أو أصدقائهم كانوا أكثر نشرًا صوراً علي بروفييل الفيس بوك، كما أن النوع لا يؤثر وليس وسيط في هذه العلاقة .

في حين أشارت نتائج بحث (Houghton, et al. (2013 إلى أن زيادة نشر الصور الفردية الذاتية ترتبط بانخفاض درجات الدعم، بينما تكرر نشر صور الأصدقاء يرتبط بزيادة الدعم كما أن زيادة تكرار تناول صور الذات والعائلة من قبل أحد الاقارب كان مرتبطاً بزيادة في الدعم، وبذلك توصلت النتائج بشكل عام إلى أن تكرار مشاركة الصور يؤثر في مستويات الدعم والحميمية فمشاركة المزيد من الصور العائلية مرتبط بشكل ايجابي بالدعم، في حين مشاركة الشركاء المزيد من الصور للأصدقاء مرتبط بشكل سلبي بالألفة بين الزوجين.

وأيد ذلك ما توصلت اليه نتائج بحث (Saslow ,et al. (2013, p.412 بأن الأفراد الذين هم أقل رضى عن علاقاتهم ينشرون صوراً شخصية كاستراتيجية عرض ذاتي للظهور بسعادة أكبر في علاقاتهم مع الآخرين، كما توصلت نتائج بحث (Berryman (2014 إلى ارتباط الوقت الذي يقضيه الطالب علي مواقع التواصل الاجتماعي إيجابياً بالحاجة إلى الانتماء ولا يرتبط بالوحدة النفسية أو القلق الاجتماعي، بينما توصلت نتائج بحث (Ridgway, & Clayton (2016 إلى ارتباط نشر الصور عبر الانستجرام ارتباطاً إيجابياً وذو دلالة احصائية مع الصراعات في العلاقات وكذلك مع نواتج العلاقات السلبية، كما توصلت نتائج بحث (Katz & Crocker (2015, p.1866 إلى أن السيلفى زودت الأفراد بمنصة عامة

لاستكشاف المشكلات وحصد التعليقات الايجابية من شبكة دعم لم يشعروا بها في البيئة المادية المحلية.

دافع جذب الانتباه

يحدث السلوك الباحث عن الانتباه عادة عندما يتصرف الناس بطريقة تهدف إلى جعل الآخرين يهتمون بك، وبشكل عام فالاشخاص الذين لديهم دافع جذب الانتباه يميلون إلى حب صور السيلفي ويعتبرونه مهم في تمكينهم من نشر صورهم الذاتية علي مواقع التواصل الإجتماعى لجذب ردود فعل إيجابية من أقرانهم، كما يرتبط السلوك المتمحور حول الذات بالاعجاب بالذات وبشكل عام يميل الأفراد الذين لديهم سلوك ذاتي التركيز على رعاية أنفسهم أكثر من غيرهم، ويفكرون في احتياجاتهم بدلاً من فهم الآخرين والتعاطف معهم، ويتوقعون أن يفهمهم الآخريين، حيث بدأ المجتمع في الأونة الأخيرة في التعبير عن القلق من التقاط صور شخصية حيث يعتبر عملاً أنانياً لأنه يجعل الأفراد يفكرون كثيراً في مظهرهم في الصور ويفشلون في التفكير في أشخاص آخريين من حولهم (Charoensukmongkol, 2016, p.10).

فالتقاط ونشر الصور السيلفي قد يشير إلى نرجسية خالصة وهو سعى الفرد إلى الإهتمام والهوس وحلمه لمواجهة تقدير الذات المنخفض، وقد تكون الصور استفزازية تمثل طريقة مؤكدة لإطلاق النار لجذب الجمهور عبر الإنترنت وخاصة بالنسبة للإناث التي تسعى للحصول على انتباه الذكور، فالسيلفي يشير إلى الطريقة الودودة والدافئة للتعبير عن جزء من الذات على الفور (Suler, 2015, p. 17).

دافع التسلية والمتعة وقضاء وقت الفراغ

أشار (Detweiler 2018) إلى إن أخذ أو التقاط الصور الشخصية هو فعل

مُفرح حقاً، فقد ترغب في الشعور بلحظة خاصة من الانتصار أو الفوز أو المتعة أو الاسترخاء، وقد تكون مجرد تذكير لنا، ويرغب الفرد في تثبيت عقله في وقت يبعث له الارتياح العميق، لطالما كانت الصور الفوتوغرافية وسيلة للاحتفال بالمناسبات المختلفة كالفرح والتخرج وولادة مولود جديد وغيرها من التحولات الرئيسية في الحياة، بل إن المراهقين يشعرون بالحرية عندما يسخروا من أنفسهم أو أن يُغيروا من صورهم الذاتية بكل أنواع الرسومات الكاريكاتيرية الموضوعة على الصورة، ولديه شعور بالتلقائية والتمتع باللعب في الصور الذاتية، ومن خلال "السناب شات" يمكن تغيير المزاج والمظهر، فالسخرية من انفسنا واخراجنا من الاطار الخاص بنا هو جزء من لعبة السناب شات على الوسائط الاجتماعية

وقد خلص بحث (Chen, Mark, & Ali (2016) بأن مشاركة الصور الذاتية عبر الهاتف الذكي يمكن أن يُخفض من مستوى التوتر، حيث توصل البحث إلى أن اخذ صور بقصد زيادة سعادة الفرد يمكن أن يزيد من التأثيرات الإيجابية وخاصة الصور التي تهدف إلى تعزيز السعادة عبر التعبير عن الذات (المبتسمة) Selfies، وعلاوة على ذلك فإن ارسال الصور إلى الآخرين يجعلهم أقل إثارة ويصبحوا أكثر هدوءاً .

دافع تعزيز الثقة بالنفس

إن السيلفي هو سلاح ذو حدين، بالنسبة لبعض الأفراد فإن نشر صور السيلفي هو ثقة بالنفس وتعزيزها وبالنسبة للآخرين السيلفي هو السبب الذي يجعل الأفراد يشعرون بالسوء نحو أنفسهم وعن حياتهم ومعيشتهم ولديهم انعدام للأمان حول مظهره (Ablooshi, 2015, p.15).

وعندما يعتقد الفرد بأنه غير جذاب ومحبوب؛ يلجأ إلى تعزيز ذاته من خلال اقناع ذاته بأنه يمتلك مهارات التصوير الفوتوغرافي اللازمة لالتقاط صوراً أكثر ايجابية أفضل من غيرها، وقد يُبالغ الفرد في تصوير السيلفي لينظر الى صورته

الذاتية بايجابية، عندها يكون السيلفي خاضعاً للتحيز المواتي للذات Sylvia, (Nicholas, Daniel & Joyce, 2016, p. 589).

كما أشار (Ablooshi (2015, pp.7, 16 إلى أن بعض الأفراد يلتقطون السيلفي وينشرونها علي وسائل التواصل الاجتماعي كوسيلة لتلقي التأكيد الذاتي من الآخرين، فبعض الناس يعترفون بأنهم يستخدمون صور السيلفي لتعزيز الثقة بالنفس، حيث ينشرون صوراً ذاتية للحصول علي تعليقات واعجابات إيجابية مما يجعلهم يشعرون بشكل أفضل عن أنفسهم، فالصور الذاتية هي واحدة من الأدوات القوية التي تساعد الشخص علي الشعور بالرضا عن نفسه، ولديها القدرة علي زيادة الثقة بالنفس.

العلاقة بين الدوافع النفسية للسيلفي والعوامل الستة للشخصية (نموذج هيكساكو).

بحلول أوائل عام (٢٠٠٠) تم إجراء دراسات معجمية في كثير من اللغات، ومن المثير للاهتمام أن النتائج أظهرت بعض أوجه التشابه بين اللغات، وأن سمات الشخصية البشرية يمكن تصنيفها إلي ست مجموعات رئيسية داخل كل مجموعة عدد من السمات تُعطى ملخص كامل لشخصية الانسان، في كل من هذه اللغات المتنوعة، كما أن هناك ثلاثة من العوامل التي تم الحصول عليها من اللغات المختلفة كانت متطابقة تقريباً في المحتوى والتي تعبر بوجه عام عن الصفات التي تُعرف العوامل وتمثل في (الانبساط – الضمير الحي – الفكر/الابداع المقابل للانفتاح علي الخبرة)، ومع ذلك لوحظ تنوع العامل الأخير عبر الدراسات المختلفة مما يشير إلي عدم وجود اتفاق حول الصفات التي تمثل الفكر الخيال، بالإضافة إلي عامل آخر وهو (الصدق والتواضع) Honesty Humility الذي يرتبط فقط بشكل متواضع بالعوامل الخمسة الكبرى، ويطلق علي هذا الإطار ذو الأبعاد الستة نموذج (هيكساكو

HEXACO) كما أن بعض خصائص السمات تُظهر علاقات قوية إلى حد كبير مع أبعاد هيكساكو عن تلك التي يُظهرها نموذج العوامل الخمسة، ومع ذلك تميل بعض الاختلافات أيضاً إلى التكرار عبر اللغات (Ashton, 2013, p.72)، وقد تم تسمية النموذج بمسمى (Hexaco) على أساس الحرف الأول من كل عامل باللغة الانجليزية، حيث تشير (H) إلى عامل الصدق والتواضع، (E) للانفعاليه، (X) للانبساطية، (A) للمقبولية، (C) للضمير الحي، (O) للانفتاح على الخبرة (Ashton & Lee, 2008, p. 1217)

ولقد أشار كل من (Ashton, 2013; Ashton & Lee, 2007, p.153) و (Ashton., Lee, & De Vries, , 2014, p.141; (Lee & Ashton, 2004, p.336) إلى محتوى العوامل الستة بنموذج هيكساكو الملاحظ في الدراسات المعجية و السمات الضيقة تحت كل عامل وفوائد وتكاليف المستويات العالية منها كما بجدول (١):

جدول (١)

عوامل نموذج هيكساكو والسمات الضيقة أسفل كل عامل وتكاليف وفوائد المستويات المرتفعة منها.

العامل	السمات المتضمنة تحت هذا العامل	وصف السمات الطبقية ضمن العامل	السمة المشتركة بين السمات الضيقة لهذا العامل	تكاليف المستوي العالي	منافع المستويات العالية
الصدق والتواضع Honesty-Humility	الصدق والاخلاص والتواضع والإنصاف مقابل الغداع والجشع، والتكبر، والنفاق، والتفاخر، التباهي،	sincerity- الاخلاص يقيس الميل ليكون الفرد حقيقياً (حسن النية) في العلاقات مع الآخرين، وتشير الدرجة المنخفضة تظاهر الافراد بالحب من أجل الحصول على المصالح الشخصية، بينما الافراد ذوي الدرجات العالية ليس لديهم الرغبة في التلاعب بالآخرين. يقيس الميل لتجنب Fairness-الانصاف الغش والفساد وذوى الدرجات المنخفضة لديهم استعداد للربح عن طريق الغش والسرقة بينما ذوي الدرجات المرتفعة ليس لديهم الرغبة	الميل لعدم الاستغلال أو الاستفادة من الآخرين، علي سبيل المثال شخص صادق يميل الي تجنب التلاعب أو خداع الآخرين ويميل الشخص العادل لتجنب الغش أو السرقة من	ومن المفترض أن مستويات عالية من الصدق والتواضع ترتبط بانخفاض الفرص لتحقيق مكاسب شخصية من	يكتسب التعاون والمساعدة المتبادلة وعدم الاعتداء من الآخرين

العامل	السمات المتضمنة تحت هذا العامل	وصف السمات الطبقية ضمن العامل	السمة المشتركة بين السمات الضيقة لهذا العامل	تكاليف المستوي العالي	منافع المستويات العالية
		<p>للاستفادة من الأفراد الآخرين أو المجتمع ككل. Greed Avoidance - تجنب الجشع؛ يُقِيم الميل إلى عدم الاهتمام بحيارة الثروة الهائلة أو السلع الفاخرة أو مناصب اجتماعية عالية، وذوى الدرجات المنخفضة يميلون إلى الاستمتاع بعروض الثروة والامتيازات، بينما ذوى الدرجات المرتفعة لا يحركهم المال أو اعتبارات الوضع الاجتماعى.</p> <p>Modesty - التواضع؛ يُقِيم الميل إلى التواضع وذوى الدرجات المنخفضة يعتبروا أنفسهم متفوقين ويحق لهم الامتيازات مقارنة بالآخرين، فى حين أن ذوى الدرجات المرتفعة يعتبرون أنفسهم أفراد عاديين دون أى مطالبة بمعاملة خاصة لذاتهم.</p>	<p>الآخرين، والشخص المتواضع يميل إلى عدم الشعور بأنه يحق له استغلال الآخرين كما يميل إلى أن يكون غير طماعاً وإلى عدم الشعور بالاغراء فى الكسب على حساب الآخرين.</p>	<p>استغلال الآخرين وقتدان المكاسب المحتملة التي تنتج عن استغلال الآخرين</p>	
	<p>التسامح و اللطف المرونة والصبر مقابل المزاج السئ، المشاكسة، العناد</p>	<p>ويقيس رغبة Forgivingness التسامح الفرد فى الشعور بالثقة والرضا تجاه من تسببوا له بالضرر، ويميل الأفراد ذوى الدرجات المنخفضة فى حمل ضغينة ضد أولئك الذين أساءوا اليهم، فى حين أن ذوى الدرجات المرتفعة عادة ما يكونوا مستعدين للثقة بالآخرين ولاعادة تأسيس علاقات ودية بعد أن تم التعامل معهم بشكل سئ.</p> <p>وتقيس Gentleness اللطف (الرفقة) وجود ميل إلى أن يكون الفرد معتدلاً ومتساهلاً فى التعامل مع أشخاص آخرين، ويميل الأفراد ذوى الدرجات المنخفضة أن يكونوا ناقدين فى</p>	<p>الصفح هو نزعة لمواصلة التعاون أو لاستئناف التعاون) مع الآخرين الذين قد أستغلوا بطريقة ما : علي سبيل المثال الشخص المتسامح يميل إلى عدم الاستمرار في الضغينة على المظالم الماضية، فهو شخص لطيف</p>	<p>مكاسب من التعاون والمساعدة المتبادلة، وترتبط بزيادة الفرض لتحقيق مكاسب شخصية من التعاون</p>	

العامل	السمات المتضمنة تحت هذا العامل	وصف السمات التطبيقية ضمن العامل	السمة المشتركة بين السمات الضيقة لهذا العامل	تكاليف المستوي العالي	منافع المستويات العالية
		<p>تقييمهم للآخرين، في حين ان ذوى الدرجات المرتفعة يترددون في الحكم على الآخرين بقسوة.</p> <p>تقيس استعداد الفرد Flexibility المرونة إلى التوصل الى حل وسط والتعاون مع الآخرين، فالافراد منخفضى الدرجة يعتبروا عنيدين وعلى استعداد للمجادلة، في حين أن ذوى الدرجات المرتفعة يتجنبون الحجج ويستوعبون اقتراحات الآخرين حتى عندما تكون اقتراحاتهم غير معقولة.</p> <p>يقيس النزعة للحفاظ Patience الصبر على الهدوء مع الآخرين بدلاً من الغضب بسرعة (الذين يفقدون أعصابهم بسرعة)، وبذلك فدوى الدرجات المنخفضة يميلوا الى فقدان أعصابهم بسرعة على خلاف ذوى الدرجات المرتفعة لديهم مستوى عالى من السيطرة على شعورهم بالغضب.</p>	<p>يميل إلى عدم الانتقام بقسوة، وشخص مرن يميل إلى التعاون علي الرغم من وجود قدر من عدم الانصاف</p>		<p>المتبادل علي المدى الطويل مع الآخرين</p>
	<p>تشمل الخوف، والقلق، الاعتمادية، الحساسية، أو العاطفة، مقابل الشجاعة، القسوة، الاستقلالية</p>	<p>يُقيم الميل إلى Fearfulness الخوف تجربة الخوف، ويتسم الافراد المنخفضين بالشعور بخوفاً قليل من الجرح وهم أكثر صلابة وشجاعة، وغير حساسين للألم الجسدى، في حين ذوى الدرجات المرتفعة يميلوا الى تجنب الألم الجسدى.</p> <p>Anxiety القلق</p> <p>ويشير الى الشعور بالقلق فى سياقات متعددة، ويشعر الافراد ذوى الدرجات المنخفضة من القلق بضغط قليل فى مواجهة الصعوبات، فى حين أن الافراد ذوى الدرجات المرتفعة يميلوا الى الانشغال حتى بمشاكل صغيرة نسبياً.</p>	<p>الاتجاه نحو تعزيز بقاء النفس أو الأقارب علي سبيل المثال الشخص الخائف يميل إلى تجنب المخاطر الجسدية، ويميل الشخص القلق إلى القلق بشأن الأضرار المحتملة والشخص المعتمد على الآخرين يطلب المساعدة والدعم</p>	<p>ان المستوي المرتفع من العاطفة يرتبط بانخفاض الفرص لتحقيق مكاسب غالباً ما ترتبط بمخاطر للشخص واقاربه</p>	<p>تتمثل فى استمرار حياة الفرد الشخصية</p>

العامل	السمات المتضمنة تحت هذا العامل	وصف السمات التطبيقية ضمن العامل	السمة المشتركة بين السمات الضيقة لهذا العامل	تكاليف المستوى العالي	منافع المستويات العالية
		<p>تقيس حاجة Dependence الاعتمادية : المرء للدعم العاطفي من الآخرين ، وذوى الدرجات المنخفضة يرغبوا في مشاركة الصعوبات التي تواجههم مع اولئك الذين سيقدّمون التشجيع لهم ويريجونهم ، بينما ذوى الدرجات المنخفضة يشعرون بالثقة والقدرة على التعامل مع المشاكل دون أى مساعدة أو تضحية .</p> <p>وتقيس Sentimentality الحساسية : الميل للشعور بعلاقات عاطفية مع الآخرين ، ويشعر ذوى الدرجات المرتفعة بملامسة الآخرين ملامسة عاطفية قوية وحساسة عاطفية ، فى حين يشعر ذوى الدرجات المنخفضة بالعاطفة القليلة عندما يقولون وداعاً أو كرد فعل فى مواجهة مخاوف الآخرين .</p>	فى أوقات الحاجة ، والشخص الحساس يميل إلى الشعور بالتعاطف والالتزام تجاه العائلة والأصدقاء		
يعزز المكاسب ذات الطابع الاجتماعي (اي الوصول إلى الإصدقاء والحلفاء والزملاء)	التعبيرية والجرأة الاجتماعية والاجتماعية والحيوية فى مقابل الخجل السلبية ، الانسحابية الانطوائية الهدوء	<p>يُقيم الميل Expressiveness التعبيرية لأن يكون الفرد مثير ودراماتيكي فى اسلوب الحديث مع الآخرين ، وذوى الدرجات المنخفضة يميلوا إلى الحركة أثناء الكلام ، فى حين يميل ذوى الدرجات المرتفعة إلى اتباع اسلوب درامى أثناء التحدث .</p> <p>Social Boldness الجرأة الاجتماعية : يقيم الراحة والثقة فى المواقف الاجتماعية وذوى الدرجات المنخفضة يشعرون بالخجل وعدم الراحة فى مواقف القيادة ، أو عند التحدث فى مكان عام ، بينما الأفراد ذوى</p>	النزوع إلى الانخراط بنشاط فى المساعي الاجتماعية على سبيل المثال فاحترام الذات يُشعر الفرد بأنه ذو شعبية ، والشخص الجري اجتماعياً يميل إلى قيادة الآخرين ، ويميل الشخص المؤنس إلى	الوقت ، ومخاطر من البيئة الاجتماعية	

العامل	السمات المتضمنة تحت هذا العامل	وصف السمات التطبيقية ضمن العامل	السمة المشتركة بين السمات الضيقة لهذا العامل	تكاليف المستوي العالي	منافع المستويات العالية
		<p>الدرجات المرتفعة مستعدون للتعامل مع الغرباء وعلى استعداد للتحديث داخل مجموعات اجتماعية.</p> <p>تُقيم الميل Sociability الاجتماعية للاستمتاع بالمحادثات الاجتماعية والتفاعل الاجتماعي والحفلات، وذوى الدرجات المنخفضة يميلوا إلى الأنشطة الانفرادية، وعدم البحث عن محادثات، في حين أن الأفراد ذوى الدرجات المرتفعة يتمتعوا بالحديث والزيارات والاحتفال مع الآخرين.</p> <p>تقيم البهجة Liveliness الحيوية والحماس والطاقة التي يتميز بها المرء ويميل الأفراد ذوى الدرجات المنخفضة إلى عدم الشعور بالبهجة أو الديناميكية، في حين أن ذوى الدرجات المرتفعة يشعرون بالتفاؤل والمعنويات المرتفعة.</p>	<p>تكوين صداقات والتفاعل بشكل متكرر معهم، والشخص الحيوي يميل إلى اظهار الهمم والحماس.</p>		
الضمير الحي Consciousness	التنظيم الاجتهاد الكمالية الحكمة	<p>يُقيم الميل Organization التنظيم لاتباع النظام خاصة في المحيط المادي للفرد، وذوى الدرجات المنخفضة يميلوا إلى الإهمال والعشوائية في حين أن ذوى الدرجات المرتفعة مرتبين ويفضلون نهج منظم للمهام.</p> <p>ذوى الدرجات Diligence - الاجتهاد المرتفعة لديهم ميول للعمل بجد واجتهاد ويمتلكون اخلاقيات العمل وهم على استعداد لبذل أنفسهم في سبيل العمل.</p> <p>بينما ذوى الدرجات المنخفضة لديهم القلق من الانضباط الذاتي ولا يحركهم دوافع قوية لتحقيق اهدافهم. - الكمالية</p>	<p>الميل للانخراط في المساعي ذات الصلة بالمهام بنشاط، علي سبيل المثال الشخص المنظم يميل إلى ترتيب محيطه المادي، ويميل الشخص الدؤوب إلى العمل بجد طوال الوقت، تدفع الفرد إلى الانتباه إلى التفاصيل،</p>	<p>زيادة التكاليف من حيث الطاقة المستهلكة والوقت، وفي بعض الحالات مخاطر طبيعية وبيئية واجتماعية</p>	<p>مكاسب مادية (بمعني - تحسين استخدام الموارد) وانخفاض المخاطر، يعزز المكاسب المادية أو الاقتصادية بالإضافة</p>

العامل	السمات المتضمنة تحت هذا العامل	وصف السمات التطبيقية ضمن العامل	السمة المشتركة بين السمات الضيقة لهذا العامل	تكاليف المستوي العالي	منافع المستويات العالية
		<p>يقيم ميل الفرد لأن perfectionism يكون شامل ومهتم بالتفاصيل ويميل ذوى الدرجات المرتفعة إلى أن يهتموا بعدم وجود أخطاء وإجراء تحسينات فى الأعمال المكلفين بها ، بينما ذوى الدرجات المنخفضة يهملون التفاصيل ويرتكبون بعض الأخطاء فى المهام المكلفين بها .</p> <p>الميل الى التداول -prudence- الحكمة بعناية وتشبيط الاندفاع ، ويميل ذوى الدرجات المنخفضة الى الاندفاع وعدم النظر فى عواقب الامور ، فى حين أن ذوى الدرجات المرتفعة ينظرون بعناية إلى الخيارات ويتوخون الحذر ومتحكمين ذاتياً بانفسهم.</p>	والحكمة تجعل الفرد يفكر فى الخيارات بعناية.		إلى تعزيز الصحة والسلامة
	تشمل الجمالى والاستقصاء ، والابداع وغير المألوف أو التقليدى مقابل السطحية	<p>الجمالى Aesthetic ويشير إلى تمتع الفرد بالتذوق الفنى والجمالى ، وذوى الدرجات المنخفضة لا يميلون إلى تقدير الأعمال الفنية أو عجائب الطبيعة ، فى حين أن ذوى الدرجات المرتفعة لديهم تقدير قوى لمختلف أشكال الفن والجمال الطبيعى .</p> <p>الفضول Inquisitiveness ويقيس الميل لطلب المعلومات حول أى تجربة سواء بالعالم الطبيعى أو بالعالم البشرى ، وذوى الدرجات المرتفعة لديهم ميل قوى للفضول حول العلوم الطبيعىة أو البشرية .</p> <p>الابداع Creativity يشير الى تفضيل الفرد للابتكار والتجربة ، ويتسم ذوى</p>	نزعة الفرد للمشاركة الفعالة فى المساعي ذات الصلة بالافكار، علي سبيل المثال الفرد الذي يُقدر الجمال يميل إلى التفكير فى الجمال الفنى / الطبيعى ، والفرد الفضولي يميل إلى البحث عن فهم العالم البشرى / الطبيعى الشخصي ، المبدع	الوقت والطاقة ، المخاطر الناجمة من البيئة الاجتماعية والطبيعية	المكاسب المادية والاجتماعية (بمعنى الناجمة عن الاكتشافات)

العامل	السمات المتضمنة تحت هذا العامل	وصف السمات الطبقية ضمن العامل	السمة المشتركة بين السمات الضيقة لهذا العامل	تكاليف المستوى العالي	منافع المستويات العالية
		<p>الدرجات المنخفضة بامتلاك ميول منخفضة للفكر، بينما ذوي الدرجات المرتفعة يبحثون عن الافكار بنشاط وعن حلول جديدة للمشكلات والتعبير عن أنفسهم بفن.</p> <p>غير المألوف Unconventionality والتي تقيس المدى لتقبل الاشياء الغريبة، وذوي الدرجات المنخفضة يتجنبون الاشياء غريبة الاطوار أو غير المعيارية، في حين أن الأفراد ذوي الدرجات المرتفعة يتقبلون الأفكار التي قد تبدو غريبة.</p>	<p>يميل إلى توليد افكار جديدة وغير التقليدية والغريبة</p>		

وقد أشار (Ashton, et al. (2007, p.1517 إلى تعريف هذه السمات الضيقة الأوجه باعتبارها تمثل جوانب متميزة، ولكنها ذات صلة بمحتوي العوامل المعجمية التي تم الحصول عليها من مختلف اللغات وذلك استناداً على عينة من طلاب الجامعات الاسترالية والكندية وقد تم اختيار هذه الصفات وفقاً لعدد من المعايير وهي: أن تكون العناصر الموجودة داخل أحد الأوجه (السمات الضيقة) لنفس العامل مشتركة نسبياً إلى حد كبير، وأن تكون الصفات في السمات الضيقة المختلفة لنفس العامل متداخله بشكل معتدل، بالإضافة إلى أن الصفات التي تمثل العوامل المختلفة تكون مترابطة على نحو ضعيف، وأن يكون هناك توازن بين العبارات المصاغة بشكل إيجابي والمصاغة بشكل سلبي.

ولقد تحققت الأبحاث الحديثة من الأداء / الخصائص السيكومترية لمقياس هيكساكو وترجم إلى لغات أخرى وهي (الهولندية - الإيطالية واللغة الانجليزية)، وتشير هذه النتائج إلى تمتع المقياس بخصائص جيدة (Ashton, et al, 2007, p.1517).

العلاقة بين العوامل الخمسة الكبرى للشخصية ونموذج هيكساكو والاختلاف بينهما .

يذكر كل من (Ashton, et al. 2014, p.141; Ashton & lee, 2007, p. 162; Ashton, Lee, & Goldberg, 2007,P.1516; De Vries., Lee, & Ashton, 2008, p.142) أن (E) في نموذج هيكساكو تُمثل الانفعاليه Emotionality وليس الانبساطية Extraversion التي تشمل سرعة التأثر بالنقد والحساسية، والقلق، والعاطفة أو الانفعال في مقابل الخوف، والقسوة، والاستقلالية، وعدم الانفعال، ويشترك هذا العامل في بعض محتوياته مع عامل العصابية Neuroticism (مثال: القلق)، ولكنه يفتقر إلى الجوانب العصابية وبدلاً من ذلك يحتوى على السمات المرتبطة بالانفعاليه، والتي ترتبط بعيد المقبولية في العوامل الخمسة الكبرى للشخصية؛ ومن ثم فإنه يفتقر إلى الدلالات غير المرغوب فيها وغير المرضية من التسمية التي يطلق عليها العصابية Neuroticism ويتم وصفها بشكل أفضل باسم الانفعاليه Emotionality استناداً إلى هذه النتائج، وتتمثل صفات المقبولية في السلمية واللطف والصبر في مقابل سرعة التهيج او الاستثارة والعند، والمشاكسة، وتشارك المقبولية في بعض محتوياتها النموذج الكلاسيكي للعوامل الخمسة الكبرى للشخصية (مثل: الرقة) ولكنه يفتقر إلى العلاقة العاطفية في جوانب هذا العامل وبدلاً من ذلك يُمثل (في قطبها المنخفض) السمات المرتبطة بالغضب والتي ترتبط بعامل العصابية في العوامل الخمسة الكبرى للشخصية، وبذلك فإن محتوى عامل المقبولية في نموذج هيكساكو تم نقله بشكل متزامن مع المحتوى المرتبط بـ "التهيج أو سرعة الاستثارة" أو "المزاج"؛ وبذلك لأن محتوى عامل المقبولية في نموذج هيكساكو يتضمن القطبين الايجابى والسلبي، بينما في نموذج العوامل الخمسة الكبرى للشخصية محتواه مُرتبط بالقطب الايجابى والسلبي للاتزان الانفعالي. كما تم استخدام الانفتاح على الخبرة بدلاً من الفكر/

الخيال بهدف تلخيص اتساع المحتوى الذي يحدد هذا العامل ويتضمن الخيال الفني، والفضول الفكري، والابداع، وغير التقليدية.

وفي اطار العلاقة بين العوامل الستة للشخصية ودوافع السيلفي فقد تنبأ بحث Baiocco, Chirumbolo, Bianchi, Ioverno, Morelli & Nappa (2017) بسلوك السيلفي من سمات الشخصية الست بعد التحكم في كل من النوع والعمر والتوجه الجنسي، ويتضمن سلوك السيلفي التقاط ونشر الصور الذاتية، حيث توصلت النتائج إلى انخفاض الصدق والتواضع وارتفاع الانفعاليه وكذلك الانبساطية يُنبأ بالصور السيلفي الفردية، وانخفاض الصدق والتواضع وارتفاع الانفعاليه يُنبئ بالسيلفي مع الشريك، وقد توصلت النتائج إلى أن السيلفي الفردي أكثر تكرار في نشره لدى الإناث (٦٦,١%) بينما الذكور (٥٥%)، كما انه لدى المراهقين بنسبة (٦٨,١%) عن صغار البالغين (٥٤,٨%)، كما أن الصدق والتواضع والإنفتاح على الخبرة ارتبط بصورة سلبية مع جميع أنواع السيلفي، بينما السيلفي الشخصى ارتبط بصورة ضعيفة مع الانبساطية ، بينما ارتبط بعامل الصدق والتواضع بصورة متوسطة وإيجابية، كما توصلت النتائج إلى ارتباط عامل الصدق والتواضع بصفة عامة بمستوى منخفض من نشر السيلفي.

كما توصلت نتائج بحث Vardeman, (2017) إلى أن العلاقة بين متوسط درجات الانبساطية والنشر كانت هامشية وغير قوية، كما نشرت الإناث صوراً ذاتية على وسائل التواصل الاجتماعي بشكل ملحوظ أكثر من الذكور، وقد توصل البحث إلى أن الأفراد الانبساطيون يميلون إلى تجميع أكبر عدد من الأفراد عبر مواقع التواصل الاجتماعي عن الإنطوائيين ، فالإنبساطية وحدها لا تؤثر على تكرار نشر السيلفي إلا من خلال تزايد عدد المتابعين، في حين توصلت نتائج بحث Guo, , Liu,., Ding, Hu, , Zhen, Liu, , & Jiang, (2018) أنه لا توجد فروق في نشر الصور السيلفي بين الذكور والاناث وان كان الذكور أكثر التقاطاً مقارنة بالاناث، كما ارتبطت الانبساطية بسلوك نشر الصور السيلفي.

اهتم بحث (2015) Paris, & Pietschnig بالكشف عن العلاقة بين (سيلفي السفر) كنوع من أنواع السيلفي والسمات الشخصية وتقدير الذات، وباستخدام تحليل الانحدار اسفرت النتائج عن ارتباط الاتجاهات السلبية نحو السيلفي ارتباطاً سلبياً بالانفعاليه والانبساطية، بينما تنبأت المقبولية بسيلفي السفر ايجابياً ، بينما لم توجد أي علاقة دالة احصائياً بين أبعاد الاتجاه نحو السيلفي والعوامل الشخصية، كما تنبأت الانفعاليه والانفتاح علي الخبرة بالتقاط السيلفي في مناظر تقليدية بينما ارتبط الانفعاليه مع السيلفي المرتبط بالتغير في البيئة، كما أن عدد الصور السيلفي المنشورة عبر مواقع التواصل الاجتماعي تنبأ بإيجابية الانبساطية، كما لم توجد علاقة بين السيلفي كسلوك أو اتجاه وبين تقدير الذات.

كما هدفت بحث (2015) Qiu, et al. عما إذا كان من الممكن اصدار أحكام شخصية غير معرفية من خلال الصور الشخصية، وقد توصلت النتائج إلى عدم ارتباط الانبساطية بأي من رموز السيلفي، بينما ارتبط الكاميرا المرتفعة بالمقبولية، ووجه البطة بالعصابية والانفعال الإيجابي بالمقبولية، وارتبط تحرير الصور بالعمر، وكذلك ارتبط وجه البطة والانفعال الايجابي وحجم الجسم والوضع بالنوع؛ ومن ثم فإن صور السيلفي تعكس السمات الشخصية لأصحابها فقد تنبأت اشارات السيلفي الإيجابية بكل من الانفعاليه والمقبولية والانفتاح علي الخبرة، بينما وجه البطة تنبأ بالعصابية والموقع في الخلفية تنبأ بالضمير الحي.

وقد توصلت نتائج بحث (2016) kim & chock إلى ارتباط المقبولية والضمير والانفتاح علي الخبرة سلبياً بالنشر والتحرير، بينما ارتبطت النرجسية والعصابية والحاجة إلي الشهرة إيجابياً ، وقد ارتبطت الانبساطية إيجابياً بنشر الصور الشخصية الفردية والجماعية، بينما لم يرتبط بسلوك تحرير الصور الشخصية، كما ارتبطت المقبولية بسلوك نشر الصور بصورة جماعية، ولم ترتبط بنشر الصور بصورة

فردية أو جماعية، كما ارتبط الضمير الحي سلبياً بسلوك تحرير الصور ولم يرتبط بسلوك نشر السيلفي بصورة فردية أو جماعية، كما ارتبطت الحاجة إلي الشهرة بسلوك السيلفي (بمفردة - مع جماعة) بينما لم توجد علاقة دالة إحصائياً بين الحاجة للانتماء وسلوك السيلفي (النشر - التحرير).

كما اهتم بحث Sorokowska, et al. (2016) بالخصائص النفسية المرتبطة بنشاط نشر الصور عبر السيلفي، وهل ترتبط الانبساطية وتقدير الذات بسلوك نشر السيلفي المختلفة، وقد توصلت النتائج إلي إقرار المشاركين بنشر ومشاركة الصور الذاتية (من ١٠ إلي ٦٥٠) صورة شخصية خلال الشهر السابق، ويتضمن (٠ - ٣٥٠) صورة شخصية بمفردهم بمتوسط حسابي = (٤٢,٩)، و (٠ - ١٠٠) صورة سيلفي مع الشريك بمتوسط حسابي (١,٤٨)، وقد تم الكشف عن العلاقة بين نشر صور السيلفي والسمات الشخصية لكل نوع علي حده، وتوصلت النتائج إلي ارتباط عدد الصور المنشورة (الذاتية - والجماعية) إيجابياً بالانبساطية، كما ارتبطت عدد مرات نشر الصور عبر مواقع التواصل الاجتماعي مع الشريك بالانبساطية.

وقد توصلت نتائج بحث (Etgar, & Amichai-Hamburger 2017, p.1) إلى ان استحسان الذات كأحد دوافع السيلفي ارتبط سلبياً بالضمير والاتزان الانفعالي والانفتاح على التجارب وتقدير الذات، بينما ارتبطت التوثيق بالمقبولية والانبساطية، وقد توصلت النتائج إلى ارتباط استحسان الذات سلبياً بمعدل تكرار الاعجابات على الصورة السيلفي، ولم يرتبط دافع الانتماء أو التوثيق بتكرار فحص الاعجابات على الصور السيلفي، ولم ترتبط النرجسية بأى من الدوافع، بينما ارتبطت تقدير الذات سلبياً بدافع استحسان الذات، كما ارتبط تقدير الذات ايجابياً بالنرجسية، كما ارتبطت الانبساطية بدافع التوثيق والنرجسية وتقدير الذات، كما ارتبطت عدد مرات تكرار الاعجابات على الصور بعدد مرات رفع الصور على مواقع التواصل الاجتماعي.

الدوافع النفسية للسيلفي وتقدير الذات.

تساعد الصور الذاتية الفرد على فهم نفسه بشكل أفضل، بحيث يكون أقل عرضة للتبعية، ووفقاً للتصورات المدركة من قبل الآخرين، فالصور الذاتية هي محاولة لوضع الفرد نفسه في موقف موضوعي تجاه نفسه، فهو يحفز "مراقبة الذات" فقد تكون اثبات تجربة في فهم كيف يراك الآخرون، فالفرد يمكن أن يتعلم الكثير عن نفسه من الصور الذاتية التي يلتقطها بنفسه كتجربة في التعبير الشخصي واستكشاف الهوية، ولكن يمكن أن يتغير هذا المسعى عندما ينشر الصورة لأشخاص آخرين أو انه التقطتها خصيصاً لشخص آخر، فهناك فرصة جيدة للتعلم عند مشاركة الصور مع الآخرين في علم النفس كمفهوم (Looking Glass Self) "النظر في المرآة" الذي يشير إلى أن هوية الأفراد تتطور من تصورات الآخرين لهم، فالأفراد بحاجة إلى ردود فعل من الآخرين لتأكيد وجودهم، ولعرفة أن ما يفعلوه مهم واكتشاف أشياء جديدة عن شخصيتهم، ففي بعض الأحيان يروننا كما نرى أنفسنا، وفي أحيان أخرى يروننا وفقاً لمعتقداتهم وتوقعاتهم، وأحياناً يعتقد الفرد أنها صحيحة ويقبل تصوراتهم على أنها صحيحة على الرغم من أنها قد تكون ليست كذلك، فمن خلال مناقشة الصور الشخصية مع الآخرين يمكن اكتشاف التناقضات والاختلافات بين مفهوم الفرد لذاته وأفكار الآخرين عنه، ومن ثم يُمكن أن تساعد مشاركة الصور الفرد في فهم من هو في علاقته بالآخرين وكذلك في فهم نفسه (Suler, 2015, Pp. 11-12)

وقد أشار Edward (2016 , p.39) أن هناك درجة كبيرة من القصد عندما يتعلق الأمر بنشر صور شخصية فهو يبحث عن معني منها، سواء كانت الصور سخيفة أو تعكس بشكل انتقائي اظهار انفسنا من خلال إظهار جزء معين من الجسم، وما إلي ذلك، فالقيمة المضافة من الفلاتر والرسومات والتطبيقات أو تحرير الصور

يستخدمها الأفراد لتصفية صورهم قبل نشرها، ومن ثم فهي تُقدم بيان حول النفس من خلال تقديم رسالة إلي اللاوعي حول أصالة النفس وللآخرين عبر وسائل التواصل الاجتماعي.

فاستخدام وسائل الإعلام الاجتماعية المختلفة قد تؤثر علي تقدير الذات بشكل مختلف، وبالمثل فإن مدي مشاهدة أو نشر صور سيلفي فردية (ذاتية) أو جماعية علي مواقع التواصل الاجتماعي قد يكون له أيضاً تأثير مختلف علي تقدير الذات (Wang et al, 2017, p. 275).

وقد توصلت نتائج بحث (Ablooshi (2015) إلى أن الأفراد ذوي المستوي المنخفض من تقدير الذات يلتقطون (٦,٦١)٪ من الصور السيلفي، بينما الأفراد ذوي المستوي الطبيعي من تقدير الذات يلتقطون (٧,٩٥)٪ من الصور السيلفي، بينما الأفراد ذوي المستوي المرتفع من تقدير الذات يلتقطون نسبة (٨,١٥)٪ من الصور السيلفي في المتوسط، كما أن الأفراد ذوي المستوي المنخفض من تقدير الذات ينشرون (٠,٨٨)٪ من الصور السيلفي، والأفراد ذوي المستوي الطبيعي ينشرون (٠,٢٠٣)٪ من الصور السيلفي بينما ذوي المستوي المرتفع من تقدير الذات ينشرون (١,٣٦)٪ ومن ثم فإن أكثر الصور السيلفي يتم نشرها بواسطة مرتفعي تقدير الذات، كما أن الأفراد ذوي المستوي المنخفض من تقدير الذات ينشروا ويلتقطوا السيلفي لتعزيز ثقتهم بانفسهم بصورة أكبر من الأفراد ذوي المستوي المرتفع من تقدير الذات، كما توصلت النتائج إلى أن الأفراد منخضسي تقدير الذات يلتقطوا في المتوسط (٦) صور سيلفي بالاسبوع، والأفراد مرتفعي تقدير الذات يلتقطوا (٨) صور سيلفي بالاسبوع.

كما أشار (Peek (2014) إلى أن الصور السيلفي لديها القدرة علي زيادة تقدير الفرد لذاته والرفاهية النفسية من خلال تلقي ردود فعل إيجابية علي ملف الشبكة الاجتماعية، ونظراً لأن الأفراد يتحكمون في كيفية تصويرهم في ملفهم الشخصي علي الشبكة الاجتماعية فإنهم قادرون علي زيادة تقدير ذاتهم أثناء تقديم

رؤيه ذاتيه إيجابية للآخرين، في حين يذكر عالم النفس (Jill weber) أن هناك خطراً من أن تقدير الفرد لذاته قد يرتبط بالتعليقات والاعجابات التي قد يحصل عليها عندما يقوم بنشر صوراً ذاتيه ولا تعتمد على شخصيته أو على أساس ما تبدو عليه من ناحية أخرى.

في حين أشار (Barry, et al. (2017,p.9) إلى أن عدم وجود ارتباط بين تقدير الذات ومشاركة الصور الشخصية يمكن تفسيره وفقاً لدراسة (Forest & Wood, 2012) بأن الأفراد ذوي تقدير الذات المنخفض لم يختلفوا عن الأفراد ذوي تقدير الذات المرتفع في كمية استخدام الفيس بوك والأشكال الأخرى من وسائل التواصل الاجتماعي باعتبارها طريقه أقل تهديداً للتعبير عن أنفسهم بطرق مريحة ومرغوبه؛ ومن ثم فالأفراد ذوي تقدير الذات المنخفض لديهم نفس الاستعداد لذوي تقدير الذات المرتفع لنشر السيلفي عبر وسائل التواصل الاجتماعي لأنها توفر بديلاً للكشف عن الذات بطريقة آمنة ويمكن ضبطها والسيطرة عليها.

في حين توصلت نتائج بحث (Campbell, (2016) إلى أنه لا يوجد تأثير لنوع الصورة المنشورة (ذاتية جذابة- صورة مؤيدة لسلوك اجتماعي) على تقدير الفرد لذاته، ودعم ذلك مع ما توصلت إليه نتائج بحث (Barry, et al. (2017) إلى أن عدد / إجمالي السيلفي المنشور لا يرتبط بكل من تقدير الذات والاهتمام بالمظهر الجسدي/المادي، وكذلك لم يرتبط تقدير الذات بنشر الصور غير السيلفي عبر مواقع التواصل الاجتماعي، كما لم توجد فروق بين الذكور والإناث في نشر صور السيلفي، كما توصلت النتائج إلى ارتباط تقدير الذات بعدد المتابعين للصفحة، وكم الاعجابات على الصور المنشورة، وعدم ارتباط تقدير الذات بكل من إجمالي السيلفي المنشور أو السيلفي الملتقط اسبوعياً، كما وتوصلت نتائج بحث (Sorokowska, et al. 2016) أيضاً إلى أنه لا توجد علاقة ذات دلالة بين عدد الصور المنشورة وتقدير

الذات لكل من الذكور والاناث، كما أن الانبساطية لدي الذكور ارتبطت ارتباطاً ذو دلالة بكل من تقدير الذات، ودعمتها أيضاً نتائج بحث (Wagn, et al. 2018) فى أن التأثيرات المباشرة لنشر صور السيلفى على تقدير الذات غير دالة، بينما توصلت نتائج بحث (Shin, et al. 2017) إلى أن مشاركة الصور الشخصية يؤدي إلى وانخفاض تقدير الذات للمتقني السيلفى.

ومن ثم تستخلص الباحثة مما سبق الاستخلاصات التالية، وتصاغ الفروض منها كما يلي:

١- اختلفت نتائج البحوث السابقة الخاصة بترتيب الدوافع النفسية للسيلفى، حيث اتفقت نتائج بحثى كل من (Bij de Biolcati, & Passini, 2018)؛ (Vaate, et al., 2018)؛. على أن التوثيق والحفظ يحتل أولى الدوافع المرتبطة بسلوك السيلفى، بينما اتفقت نتائج بحثى كل من (Krishnamurthy, 2013; Magc, 2017) على أن التغلب على الملل أهم الدوافع الأساسية المرتبطة بسلوك السيلفى، كما اتفقت نتائج بحثى كل من (Biolcati, & Passini, 2018; Boursier, & Manna, 2018) على أن دافع جذب الانتباه يمثل أدنى الدوافع ارتباطاً بسلوك السيلفى، بينما توصل (Magc, 2017) الى أنه لا يمثل أحد الدوافع النفسية للسيلفى، فى حين توصلت نتائج بحث (Krishnamurthy, 2013) إلى أن تعزيز الثقة بالذات يُمثل أدنى الدوافع النفسية للسيلفى واختلف ذلك مع نتائج بحث Balakrishnan, (2018) & Griffiths الذى توصل إلى أن المطابقة الذاتية تُمثل أدنى الدوافع النفسية للسيلفى، فى حين توصل بحث Maheswair & Evangelin, (2017) إلى أن معظم الأفراد ينظرون الى السيلفى باعتباره أداة أو وسيلة ترفيهية؛ ومن ثم يمكن صياغة الفرض الأول على النحو التالي: تتباين استجابات طلاب كلية التربية جامعة الزقازيق حول ترتيب الدوافع النفسية للسيلفى.

- ٢- نظراً لعدم وجود بحوث في حدود ما اطلعت عليه الباحثة تناولت الفروق بين الذكور والاناث في تكرارات استجابات درجة التقاط صور السيلفي الفردية سوف يتم صياغة الفرض الثاني كما يلي: لا تختلف تكرارات استجابات الطلاب في درجة التقاط صور السيلفي الفردية باختلاف النوع (الذكور/ الاناث)
- ٣- نظراً لعدم وجود بحوث في حدود ما اطلعت عليه الباحثة تناول الفروق بين الذكور والاناث في تكرارات استجابات درجة التقاط صور السيلفي الجماعي سوف يتم صياغة الفرض الثالث كما يلي: لا تختلف تكرارات استجابات الطلاب في درجة التقاط صور السيلفي الجماعية باختلاف النوع (ذكور/ اناث).
- ٤- وفي ضوء ما اسفرت عنه نتائج البحوث في اتفاق نتائج كل من (Biolcati, & Passini, 2018; Boursier, & Manna, 2018; Dhir, Pallesen, Sorokowska, Frackowiak, Torsheim, & Andreassen, 2016; Karwowski, Rusicka, & Oleszkiewicz, 2016; Sorokowska et al. 2016; لصالح الاناث في سلوك نشر السيلفي، وتناقضت معهما نتائج بحوث كل من Arpaci, Baloglu, & Kesici, 2018; Barry, et al, 2017; kim & chock, 2016; Maheswair,& Evangelin,2017; Priya, Venkatesan, Vijayalakshmi, 2018) التي اتفقت على أنه لا توجد فروق بين الذكور والاناث في سلوك نشر السيلفي؛ ومن ثم نظراً لاختلاف نتائج البحوث صياغة الفرض الرابع كما يلي: لا تختلف تكرارات استجابات الطلاب في نشر الصور السيلفي باختلاف النوع (ذكور/ اناث).

- ٥- نظراً لاتفاق البحوث التي اطلعت عليها الباحثة وهما بحثى (Dhir, et al. 2017; Magc, 2016) بشأن وجود فروق بين الذكور والاناث فى سلوك التحرير واستخدام الفلاتر لصالح الاناث، فى حين اختلفت معهم نتيجة بحث (Maheswair, &, Evangelin, 2017) الذى توصل الى عدم وجود فروق بين الذكور والاناث فى تحرير الصور واستخدام البرامج والاختلاف فقط فى نوع البرامج المستخدمة لكل من النوعين فى تحرير الصور ونوع الفلاتر المستخدمة. ومن ثم يمكن صياغة الفرض الخامس على النحو التالى: تختلف تكرارات استجابات الطلاب فى تحرير الصور السيلفى باختلاف النوع لصالح الاناث.
- ٦- نظراً لأن دراسة سلوك السيلفى لازال حديثاً بالبحث العلمى وما ترتب عليه من محدودية البحوث التى تناولت الفروق فى الدوافع النفسية للسيلفى بين الذكور والاناث، حيث اختلفت نتائج بحث (Boursier, & Manna, 2018) التى توصلت الى أن الذكور أكثر ادراكاً للسيلفى فيما يتعلق بالجاذبية الذاتية، فى حين لا توجد فروق فى التوقعات المرتبطة بالصدقة بين الذكور والاناث، بينما توصلت نتائج بحث (Saleem, Adeeb, Zaffar, &, Mustapa, 2016) الى وجود فروق فى الدوافع النفسية للسيلفى لصالح الاناث، بينما توصلت نتائج بحث (Biolcati., & Passini, 2018) الى أنه لا توجد فروق بين الذكور والاناث فى الدوافع النفسية للسيلفى، ومن ثم يمكن صياغة الفرض السادس كما يلى: لا تختلف الدوافع النفسية للسيلفى باختلاف النوع (ذكور- اناث).
- ٧- ونظراً لعدم وجود بحوث فى حدود ما اطلعت عليه الباحثة تناول الاختلاف بين الناشرين وغير الناشرين للصور عبر مواقع التواصل فى الدوافع النفسية للسيلفى الفردية سوف يتم صياغة الفرض السابع كما يلى: لا تختلف الدوافع

النفسية للسيلفي باختلاف النشر (الناشرين وغير الناشرين) للصور عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

٨- ونظراً لعدم وجود بحوث في حدود ما اطلعت عليه الباحثة تناول الاختلاف بين المحررين وغير المحررين للصور عبر مواقع التواصل في الدوافع النفسية للسيلفي الفردية سوف يتم صياغة الفرض الثامن كما يلي: لا تختلف الدوافع النفسية للسيلفي باختلاف التحرير (محرر/ غير محرر) للصور عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

٩- نظراً لما توصلت إليه نتائج بحث (Priya, Venkatesan, & Vijayalakshmi, 2018) على أنه لا توجد فروق بين الذكور والانات في سلوك السيلفي يرجع إلى العمر، في حين توصلت نتائج بحث (Dhir, et al. 2016) إلى وجود فروق بين الكبار والصغار في العمر في سلوك الالتقاط والنشر والتحرير لصالح الصغار في العمر، ومن ثم يمكن صياغة الفرض التاسع كما يلي: لا تختلف الدوافع النفسية للسيلفي باختلاف الفرقة الدراسية (الفرقة الثانية/ الفرقة الرابعة).

١٠- إن معظم ما تم تناوله من بحوث سابقة ركز على علاقة سمات الشخصية بسلوك السيلفي (الالتقاط- النشر) أو التنبؤ بالسمات من خلال الرموز المختلفة الدالة على سلوك السيلفي (بوز البطة، الانفعالات الايجابية) كما في بحوث (Kim& Chock, 2017; Paris&, Pietschi, 2015; qui et al, 2016; Sorokowska et al, 2015) في حين أغفلت جانب مهم آخر

مرتبط بسلوك السيلفي وهي الدوافع والمحركات والموجهات لممارسة هذا السلوك وعلاقتها بسمات الشخصية، حيث تناولها في حدود ما اطلعت عليه الباحثة بحث (Etgar&, Amichai-Hamburger, 2017) الذى توصلت نتائجه إلى ارتباط استحسان الذات كأحد دوافع السيلفي سلبياً بالضمير الحى والاستقرار العاطفى والانفتاح على الخبرة، بينما ارتبط التوثيق بكل من المقبولية والانبساطية ومن ثم نظراً لقلة البحوث السابقة المرتبطة بهذا الجزء، يستدعى معه تناول هذه العلاقة وبالتالي يمكن صياغة الفرض العاشر كالتالى. توجد علاقة دالة احصائياً بين الدوافع النفسية للسيلفي والعوامل الستة للشخصية (نموذج هيكساكو).

١١- نظراً لاقتصار معظم البحوث السابقة فى تناولها لعلاقة تقدير الذات بالسيلفي على سلوك الالتقاط والنشر، ونوع الصورة، وعدد المتابعين على الصفحة، وكم الاعجابات كما فى بحوث (Barry, et al. (2017); Barry, et al. (2017); Campbell, (2016).; Shin,et al. (2017); Sorokowska,et al. (2018)). Wang, et al. (2016) فى حين تناولت بحوث قليلة فى حدود ما اطلعت عليه الباحثة العلاقة بين تقدير الذات والدوافع النفسية للسيلفي وهى (Albooshi, (2015); Etgar&, Amichai-Hamburger (2017) حيث توصل الأول فيها إلى ارتباط تقدير الذات ايجابياً بدافع تعزيز الثقة بالنفس، بينما توصل الثانى إلى ارتباط استحسان الذات سلبياً بتقدير الذات، ومن ثم يمكن صياغة الفرض الحادى عشر كما يلى. لا توجد علاقة ارتباطية دالة احصائياً بين الدوافع النفسية للسيلفي وتقدير الذات.

١٢- لم تتواجد دراسات تناولت تأثير سمات الشخصية على الدوافع النفسية للسيلفي، ما عدا سمة النرجسية حيث تناولها العديد من البحوث كسمة أساسية مميزة لمستخدمي السيلفي وأحدها هو (Saleem, et al., 2016) الذي توصلت نتائجه إلى وجود مسار دال احصائياً موجب بين النرجسية والدوافع النفسية للسيلفي (جذب الانتباه- التواصل- الترفيه- التوثيق) يمكن صياغة الفرض الثاني عشر على النحو التالي: لا يوجد مسار دال احصائياً بين العوامل الستة للشخصية والدوافع النفسية للسيلفي.

١٣- ونظراً لأن الباحثة توصلت إلى بحث واحد في حدود ما اطلعت عليه تناول مسار العلاقة بين تقدير الذات والدوافع النفسية للسيلفي، حيث توصلت نتائج بحث (Biolcati., & Passini, 2018) إلى وجود مسار دال سلبي بين تقدير الذات وكل من دافع الترفيه وجذب الانتباه، في حين يوجد مسار غير دال بين تقدير الذات ودافع الاتصال والتواصل؛ ومن ثم يمكن صياغة الفرض الثالث عشر كالتالي: يوجد مسار دال احصائياً بين تقدير الذات والدوافع النفسية للسيلفي.

الطريقة والاجراءات:

- منهج البحث: استخدمت الباحثة المنهج الوصفي (الارتباطي/ والمسحي)

- عينة البحث:

- عينة البحث: طبق البحث على ١.١٢٩ طالباً وطالبة وقد تبين أن نسبة ٨٦,٠٩٣% يلتقطون صور سيلفي من أفراد العينة ممثلون بعدد (٩٧٢) من إجمالي عدد

أفراد العينة، فى حين كانت نسبة ١٣,٩٠٦% غير ملتقطين ممثلين بعدد (١٥٧) طالباً وطالبة، مما يتضح معه ارتفاع نسبة عدد أفراد ملتقطى الصور السيلفى لدى طلاب كلية التربية مقارنة بغير الملتقطين، كما أن نسبة الناشرين ضمن عينة البحث (٩٧٢) كانت ٥٦,٧%، بينما مثل غير الناشرين نسبة مئوية ٣٤,٣%، كما أن النسبة المئوية لمحرفى الصور كانت ٤٩,٩% بينما نسبة أفراد العينة غير المحرفين للصور فهى ٥٠,١%، كما كانت أكثر مواقع التواصل الاجتماعى استخداماً فى نشر الصور السيلفى هى الواتس أب بنسبة مئوية ٦٧,٧% من اجمالى عينة البحث يليها الانستجرام بنسبة ١٨,٤%، وعندما طلب من أفراد عينة البحث تحديد درجة التقاطهم صور فردية وصور جماعية ونشر الصور مع كتابة أعدادها خلال اسبوع مضى، وبلغ متوسط عدد الصور الملتقطة بصورة فردية خلال اسبوع مضى ٨,١، بينما عدد الصور الملتقطة بصورة جماعية ٩,٩٨، ومتوسط عدد الصور المنشورة خلال اسبوع ٢,٢٦، وكانت أكثر تلميحات او رموز السيلفى تكراراً وأعلى نسبة مئوية (٥١,٤%) هى رمز (ضحة Cheese) يليها رمز (طوق الورد) بنسبة مئوية ٢٤,٦%، بالاضافة إلى طرح سؤال متعلق بترتيب الدوافع النفسية للسيلفى من (١ - ٥) من وجهة نظر الطالب، وقد تم تطبيق البحث على عينة الملتقطين مع استبعاد غير الملتقطين للصور السيلفى والتي تمثلت فى (٩٧٢) طالباً وطالبة بكلية التربية جامعة الزقازيق مقسمين بالفرقة الثانية وعددهم (٥١٧) طالباً وطالبة بنسبة (٥٣,١٨%) وعدد (٤٥٥) طالباً وطالبة بالفرقة الرابعة بنسبة (٤٦,٨١%)، كما انهم مقسمين إلى (١١٧) من الذكور بنسبة (١٢,٠٣%)، وإناث عددهم (٨٥٥) بنسبة (٨٧,٩٦%)، وقد امتدت أعمار العينة الكلية من (١٨ - ٢٣,٦) عاماً بمتوسط حسابى (٢٠,٣١)، وانحراف معيارى قدره (١,١٢٣).

جدول (٢)

العينة الأساسية موزعة على الشعب المختلفة بالفرقة الثانية والرابعة

الفرقة الثانية			الفرقة الرابعة		
العدد	الشعبة	م	العدد	الشعبة	م
٢٠٠	انجليزي عام	١	١١٢	انجليزي عام	١
٦١	علم نفس	٢	٣٠	علم نفس	٢
٣١	رياضة	٣	٦	تاريخ	٣
٥٢	بيولوجي	٤	١٢	تربية خاصة	٤
١٠	فيزياء	٥	٥٢	رياضة عام	٥
١٢٨	أساسي علوم	٦	١٠٩	أساسي عربي	٦
٣٥	كيمياء	٧	٩٧	أساسي مواد	٧
			٣٧	أساسي علوم	٨
٥١٧	الإجمالي		٤٥٥	الإجمالي	

- أدوات البحث:

- مقياس الدوافع النفسية للسيلفي (اعداد الباحثة)

اعدت الباحثة مقياس الدوافع النفسية للسيلفي بعد الاطلاع على مقياس (Selfitis Behavior Scale) الذي أعده (Balakrishnan, & Griffiths, 2018) والمكون من الأبعاد (الثقة بالنفس- المقارنة الاجتماعية- المطابقة الذاتية- التعزيز البيئي- جذب الانتباه- تعديل المزاج)، ومقياس (Selfie Motive Scale) الذي أعده (Bij de Vaate, et al. 2018) ويتضمن أبعاد (تبادل المعلومات التعبيرية-

الاستخدام الاجتماعي- المرور المعتاد للوقت- الجمهور الخيالي الاسترخاء- الهوية والضغط الاجتماعي- الترفيه- الاحتفاظ باللحظات) ومقياس (Selfie Liking) إعداد (Charoensukmongkol, 2016)، ومقياس (Motivations for selfies on SNSs) والذي تتمثل أبعاده في (الحفظ- التواصل- جذب الانتباه- الترفيه) اعداد (Sung etal.2016)، كما تم الاستعانة بمقياس Identity Motivations for Barker, & Rodriguez. (2019) المسمى ب (Selfies).

وقد تم اعداد مقياس الدوافع النفسية لسلوك السليفي مكون من (٥٨) مفردة موزعة على الأبعاد الخمسة وجميعها موجبة التقدير، وقد تم تطبيقه على عينة استطلاعية مشتقة بطريقة عشوائية من طلاب وطالبات بالفرقة الثانية والفرقة الرابعة بكلية التربية جامعة القازيق، وتكونت من (١٧٣) طالباً وطالبة، تمتد أعمارهم من (١٩) إلى (٢٣.٤٠) سنة بمتوسط عمري (٢٠.٥٦٨٨) سنة، وانحراف معياري قدره (١.١٠٥) منقسمين إلى ذكور عددهم (٣٤) بنسبة (١٩.٦٥%)، واثنا عشر عددهم (١٣٩) ونسبتهم (٨٠.٣٤%)، بالفصل الدراسي الأول للعام الدراسي ٢٠١٨/٢٠١٩ .

د. أميرة محمد بدر محمد سلامة عوف الدوافع النفسية لسلوك السيلفي وعلاقتها بكل من العوامل الستة للشخصية

- ثبات المقياس :

جدول (٣)

معاملات ثبات ألفا كرونباخ لمقياس الدوافع المرتبطة بسلوك السيلفي

الانتماء والتواصل		تعزيز الثقة بالنفس		جذب الانتباه		التسلية والمتعة وقضاء الاوقات		الحفظ وتسجيل اللحظات	
معامل	رقم	معامل	رقم	معامل	رقم	معامل	رقم	معامل	رقم
ألفا	المفردة	ألفا	المفردة	ألفا	المفردة	ألفا	المفردة	ألفا	المفردة
٠,٨٣٥	٤٨	٠,٧٧٠	٣٢	٠,٨٥٥	٢٦	٠,٥٩٤	٩	٠,٨٢٦	١
٠,٨٣٧	٤٩	٠,٧٧١	٣٣	٠,٨٢٩	٢٧	٠,٥٩٦	١٠	٠,٦٨٣	٢
٠,٨٢١	٥٠	٠,٧٧١	٣٤	٠,٨٤١	٢٨	٠,٥٩٩	١١	٠,٧٠٩	٣
٠,٨٢١	٥١	٠,٧٩٣	٣٥	٠,٨٣٨	٢٩	٠,٦٢١	١٢	٠,٧٢٧	٤
٠,٨٢٠	٥٢	٠,٧٧٢	٣٦	٠,٨٦٢	٣٠	٠,٥٩٧	١٣	٠,٦٨٩	٥
٠,٨٢٨	٥٣	٠,٧٧١	٣٧	٠,٨٨٧	٣١	٠,٥٩٩	١٤	٠,٦٩٠	٦
٠,٨٣٢	٥٤	٠,٧٧٢	٣٨			٠,٥٩١	١٥	٠,٦٩٦	٧
٠,٨٢٢	٥٥	٠,٧٦٩	٣٩			٠,٦٠٠	١٦	٠,٦٩٢	٨
٠,٨٢٨	٥٦	٠,٧٧١	٤٠			٠,٥٩٠	١٧		
٠,٨٣٧	٥٧	٠,٨١٥	٤١			٠,٥٩٤	١٨		
٠,٨٣٧	٥٨	٠,٧٦٨	٤٢			٠,٥٩٧	١٩		
		٠,٧٦٥	٤٣			٠,٥٨١	٢٠		
		٠,٧٦٦	٤٤			٠,٦٢٤	٢١		
		٠,٧٧٣	٤٥			٠,٦٦٠	٢٢		
		٠,٧٧٠	٤٦			٠,٥٩٦	٢٣		
		٠,٨١٦	٤٧			٠,٥٨٧	٢٤		
						٠,٦١٩	٢٥		

الانتماء والتواصل		تعزيز الثقة بالنفس		جذب الانتباه		التسلية والمتعة وقضاء الاوقات		الحفظ وتسجيل اللحظات	
معامل	رقم المفردة	معامل	رقم المفردة	معامل	رقم المفردة	معامل	رقم المفردة	معامل	رقم المفردة
ألفا		ألفا		ألفا		ألفا		ألفا	
٠,٨٤٢	معامل ألفا العام للبعد	٠,٧٨٧	معامل ألفا العام للبعد	٠,٨٧٦	معامل ألفا العام للبعد	٠,٦١٧	معامل ألفا العام للبعد	٠,٧٣٩	معامل ألفا العام للبعد

ويتضح من الجدول رقم (٣) أن قيمة معامل ألفا للبعد الفرعي في حالة حذف كل مضردة أقل من أو يساوي معامل ألفا العام للبعد الفرعي الذي تنتمي إليه، وكانت قيمة معامل ألفا لمقياس دوافع السيلفي ككل هي (٠,٨٦٨) ما عدا المضردات (١ - ١٢ - ٢١ - ٢٢ - ٢٥ - ٣١ - ٣٥ - ٤١ - ٤٧)، وبذلك تم حذفهم ليصبح معامل ثبات الفا كرونباخ لبعد الحفظ وتسجيل اللحظات (٠,٨٢٦)، وبعد التسلية والمتعة وقضاء أوقات الفراغ (٠,٧٣٢)، وبعد جذب الانتباه (٠,٨٨٧) ودافع تعزيز الثقة بالنفس (٠,٩٠٤) ليصبح معامل الثبات الكلي للمقياس (٠,٩١٦).

- ثبات الأبعاد الفرعية والثبات الكلي لمقياس الدوافع النفسية للسيلفي بطريقة التجزئة النصفية.

تم حساب ثبات الأبعاد الفرعية والثبات الكلي لمقياس دوافع السيلفي بطريقة التجزئة النصفية فكانت النتائج كما بالجدول التالي .

جدول (٤)

معاملات ثبات الأبعاد الفرعية والثبات الكلي لمقياس الدوافع النفسية للسيلفي

م	أبعاد الدوافع النفسية للسيلفي	معامل الثبات	
		ألفا كرونباخ	التجزئة النصفية
			معامل الارتباط
١	الحفظ وتسجيل اللحظات	٠,٨٢٦	٠,٦٨٤
٢	التسلية والمتعة وقضاء أوقات الفراغ	٠,٧٣٢	٠,٤٢٨
٣	جذب الانتباه	٠,٨٨٧	٠,٧٥٤
٤	تعزيز الثقة بالنفس	٠,٩٠٤	٠,٧٢٠
٥	الانتماء والتواصل	٠,٨٤٢	٠,٦٥٥
	المقياس ككل	٠,٩١٦	٠,٦٦٩

- صدق المقياس -

١- التحليل العاملي الاستكشافي للمقياس

تم اجراء التحليل العاملي الاستكشافي باستخدام طريقة المكونات الأساسية والتدوير المتعامد Varimax باستخدام معيار تحديد العوامل من خلالها يصبح العامل جوهرياً وفق محك كايزر اذا كانت قيمة الجذر الكامن Eigenvalue أكبر من الواحد الصحيح أو تساويه، وقد حُدد معيار التشبع الجوهري للمفردة بالعوامل أو المكونات وفق محك (أكبر من أو يساوي ٠,٣)، وذلك بعد حذف المفردات غير الثابته، وقد قاد تحليل (٤٩) مفردة إلى الحصول على ستة عوامل تفسر نسبة مقدارها ٥٥,٨١٢ % من التباين الكلي للمفردات وهي نسبة مقبولة من التباين المفسر.

كما قدرت قيمة اختبار كايزر وماير أولكن (٠,٧٦٢) وهي أيضاً مؤشراً على صلاحية المقياس واحترامه لشروط التحليل العاملي. ما يشير إلى كفاية العينة (عزت عبد الحميد حسن، ٢٠١٦، ٤٧٢).

جدول (٥)

مصنوفة العوامل لقياس الدوافع النفسية للسيلفي بعد التدوير مع حذف التشبعات غير الدالة ونسبة التباين والنسبة التراكمية للتباين المفسر.

العوامل المفردات	التشبع على العامل الأول	التشبع على العامل الثاني	التشبع على العامل الثالث	التشبع على العامل الرابع	التشبع على العامل الخامس	التشبع على العامل السادس
٢				٠,٦٥٢		
٣				٠,٥٨٤		
٤				٠,٦١٢		
٥				٠,٦٦٠		
٦				٠,٦٤٦		
٧				٠,٧١٩		
٨				٠,٧٢٨		
٩					٠,٧١٠	
١٠					٠,٥٢١	
١١					٠,٤٧٢	
١٢					٠,٤٤٩	
١٤		٠,٥٧٦				
١٥				٠,٢٨٤		
١٦					٠,٤٢١	
١٧					٠,٧٠٩	
١٨					٠,٦٠١	
١٩						٠,٤٧٥
٢٠					٠,٤٦١	
٢٢					٠,٤٩٨	
٢٤					٠,٥٩١	
٢٦						٠,٦٩٨
٢٧						٠,٨١٣

د. أميرة محمد بدر محمد سلامة عوف الدوافع النفسية لسلوك السيلفي وعلاقتها بكل من العوامل الستة للشخصية

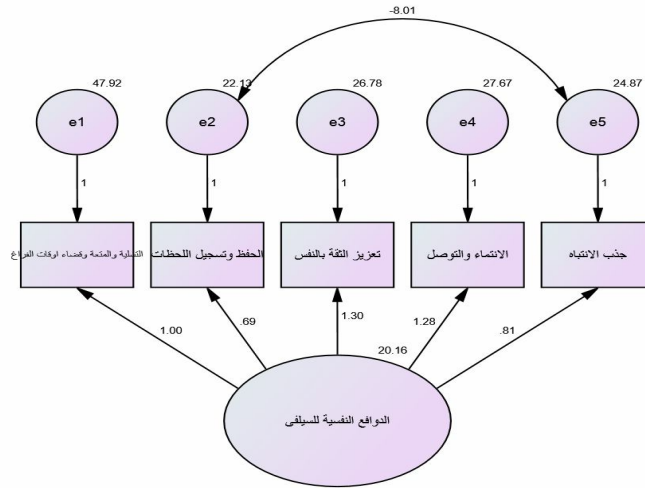
					٠,٧٩٧	٢٨
					٠,٧٨٨	٢٩
					٠,٧١٠	٣٠
					٠,٤٣٩	٣٢
			٠,٣٦٠			٣٣
			٠,٤٧٤			٣٤
			٠,٦٥٥			٣٦
			٠,٧٧٥			٣٧
			٠,٦٥٤			٣٨
			٠,٥٥٦			٣٩
			٠,٥٤٥			٤٠
			٠,٤٢٨			٤٢
			٠,٤٢٦			٤٣
			٠,٣٧٥			٤٤
٠,٧٥٠						٤٥
٠,٧٤٤						٤٦
				٠,٤٢٣		٤٨
				٠,٦٨٩		٤٩
				٠,٨٢١		٥٠
				٠,٦٠٤		٥١
				٠,٦٥١		٥٢
				٠,٤٤٩		٥٣
				٠,٣١٩		٥٤
				٠,٥٤٤		٥٥
				٠,٤٥٩		٥٦
				٠,٣٣٩		٥٧
				٠,٥٧٦		٥٨
٣,٩٦٦	٤,٠٥٥	٤,٢٨٠	٤,٣٤٢	٤,٧٦٣	٥,٩٤٢	النسبة الكاملة
٨,٠٩٢	٨,٢٧٦	٨,٧٣٦	٨,٨٦٢	٩,٧١٩	١٢,١٢٦	نسبة التباين
٥٥,٨١٢	٤٧,٧١٨	٣٩,٤٤٢	٣٠,٧٠٧	٢١,٨٤٥	١٢,١٢٦	النسبة التراكمية للتباين للفسر

وبذلك يتضح من الجدول رقم (٥) تشبع المفردات بقيم أعلى من ٠,٣ على ستة عوامل، حيث يمثل مؤشر تشبع مقبول وهو الذى يعتمد عليه البحث الحالى، وحيث أن العامل الأخير تشبعت به مفردتين فقط وهما رقما (٤٥)، (٤٦)، ونظراً لتشبع العامل السادس بمفردتين سوف يتم حذفه والبقاء على العوامل الخمسة الأخرى، حيث يذكر (عزت عبد الحميد حسن، ٢٠١٦، ص. ٤٦٤) أنه يجب الا ينخفض عدد المتغيرات المشبعة تشبعاً دالاً احصائياً بكل عامل عن ثلاثة مفردات ويصبح التشبع دال احصائياً عندما لا يقل عن (٠,٣) وبذلك قامت الباحثة بحذف المفردتين (٤٥،٤٦) بمقياس الدوافع النفسية للسيلى لتكون عدد المفردات المثلثة للمقياس والمشبعة على خمسة عوامل هي (٤٧ مفردة)، وقد قدرت النسبة التراكمية المفسرة لدوافع السيلى (٤٧,٧١٨%) وهى مؤشر مقبول احصائياً فى التحليل العاملى.

ومن أجل تسمية العوامل تم ترتيبها وفق أعلى تشبع إلى أقل تشبع لتسهيل تسميتها حيث أفرزت النتائج عن أن العبارة (تجذب ملاحظة الآخرين المحيطين بى) وتدور معظم عبارات هذا العامل حول لفت انتباه الآخرين كدافع للسيلى؛ ولذلك سوف تسمى الباحثة هذا العامل بدافع جذب الانتباه، بينما أعلاها تشبع بالعامل الثانى هى العبارة (توطد علاقتى بأصدقائى) وتدور معظم فقراته حول تمكين الفرد من تكوين علاقات مع الآخرين والتواصل معهم، وتكوين صداقات جديدة؛ ولذلك سوف تسمى الباحثة هذا العامل بدافع الانتماء والتواصل، بينما أعلاها تشبع بالعامل الثالث هى العبارة (تُمكننى من زيادة قدرتى على تقييم نفسى) وتدور معظم فقراته حول ثقة الفرد بذاته والرضا عن مظهره ولذلك سوف تسمى الباحثة هذا العامل بدافع تعزيز الثقة بالنفس، بينما أعلاها تشبع بالعامل الرابع هى العبارة (لتسجيل اهتماماتى وهواياتى) وتدور معظم فقراته حول توثيق الأماكن واللحظات وتخليد المواقف؛ ولذلك سوف تسمى الباحثة هذا العامل بدافع الحفظ وتسجيل اللحظات، بينما أعلاها تشبع بالعامل الخامس هى العبارة (لشغل أوقات فراغى) وتدور معظم فقراته حول التسلية مع الاصدقاء وتجريب فلاتر الصور والترويج عن

النفس؛ ولذلك سوف تسمى الباحثة هذا العامل بدافع التسلية والمتعة وقضاء أوقات الفراغ.

٢- صدق التحليل العاى التوكيدى للمقياس



شكل (١): نتائج التحليل العاى التوكيدى لمقياس الدوافع النفسية للسيلفي

باستخدام برنامج الأموس (Amos, 22.00)

جدول (٦).

الأوزان الانحدارية المعيارية واللامعيارية لمقياس الدوافع النفسية للسيلفي

الأوزان الانحدارية المعيارية	الأوزان الانحدارية اللامعيارية			العامل الكامن
	القيمة الحرجة	الخطأ المعيارى	التشبع	
التشبع	ومستوى الدلالة	لتقدير التشبع	١,٠٠	التسلية والمتعة وقضاء أوقات الفراغ
٠,٥٤٤				

٠,٧٣٧	**٦,٣١٧	٠,٢٠٢	٠,١,٢٧٦	الانتماء والتواصل
٠,٧٤٩	**٦,٣٦٠	٠,٢٠٥	١,٣٠٥	تعزيز الثقة بالنفس
٠,٥٤٩	**٥,١٩٨	٠,١٣٢	٠,٦٨٨	الحفظ وتسجيل اللحظات
٠,٥٨٧	**٥,٤٤٥	٠,١٤٨	٠,٨٠٦	جذب الانتباه

يتضح من الجدول (٦) أن جميع تشبعتات أبعاد مقياس الدوافع النفسية للسيلفي دالة احصائيا عند مستوى دلالة (٠,٠١)؛ مما يدل على الصدق العاملي لمكونات المقياس.

جدول (٧)

مؤشرات حسن المطابقة لمقياس الدوافع النفسية للسيلفي

المؤشر	الاسم المختصر للمؤشر	قيمة المؤشر	المدى المثالي للمؤشر
اختبار مربع كاي	X^2	٧,٧٦٥	أن تكون غير دالة
درجات الحرية	Df	٤	
نسبة مربع كاي	X^2/df	١,٩٤١	٥-١
مؤشر حسن المطابقة	GFI	٠,٩٨٢	١-٠
مؤشر حسن المطابقة المصحح بدرجات الحرية	AGFI	٠,٩٣٣	١-٠
مقياس معلومات أكايك	AIC	٢٩,٧٦٥	أن تكون قيمة المؤشر أقل من أو تساوي نظيرتها للنموذج المشيع (٣٠)
اتساق مقياس معلومات أكايك	CAIC	٧٥,٤٥٢	أن تكون قيمة المؤشر أقل من أو تساوي نظيرتها للنموذج المشيع (٩٢,٢٩٩)
الصدق الزائف المتوقع	ECVI	١٧٣	أن تكون قيمة المؤشر أقل من أو تساوي نظيرتها للنموذج المشيع (١٧٤)
مؤشر المطابقة المعياري	NFI	٠,٩٦٣	١-٠
مؤشر حسن المطابقة المقارن	CFI	٠,٩٨١	١-٠

د. أميرة محمد بدر محمد سلامة عوف الدوافع النفسية لسلوك السيلفي وعلاقتها بلك منه العوامل الستة للشخصية

١-٠	٠,٩٠٩	RFI	مؤشر المطابقة النسبي
١-٠	٠,٩٨٢	IFI	مؤشر المطابقة التزايدى
٠,١-٠	٠,٠٧٤	RMSEA	جذر متوسط مربع خطأ الاقتراب

٣- صدق المحك للمقياس

للتحقق من صدق المحك لمقياس دوافع السيلفي تم تطبيق مقياس دوافع نشر السيلفي عبر مواقع التواصل الاجتماعي لـ (Sung, et al. 2016) المكون من (١٩) مفردة ويتضمن أربعة أبعاد وهم (جذب الانتباه، التواصل، التسجيل، الترفيه)، وقد أسفرت نتائج البحث عن وجود معامل ارتباط قدره (٠,٦٩٤) لدى عينة قدرها (١٧٣) وهو دال احصائياً عند مستوى دلالة (٠,٠١).

جدول (٨)

معاملات الارتباط بين أبعاد مقياس الدوافع النفسية للسيلفي والمقياس المحك (Sung, et al. 2016)

مقياس دوافع نشر السيلفي عبر مواقع التواصل الاجتماعي Motivations for posting selfies on SNSs				المقياس
الترفيه Entertainment	التسجيل Archiving	التواصل Communication	جذب الانتباه Attention Seeking	الأبعاد
			***,٧١٧	جذب الانتباه
		**٠,٤٩١		الانتماء والتواصل
	**٠,٦٤٣			الحفظ والتسجيل اللحظات السعيدة
**٠,٥٠٣				التسلية والمتعة وقضاء أوقات الفراغ

- كما تم حساب معاملات الارتباط بين الدرجة الكلية للمقياس المحك وجوانب أو أبعاد مقياس الدوافع النفسية للسيلى المستخدم بالبحث الحالى فكانت النتائج كما بالجدول التالى:

جدول (٩).

يوضح معاملات ارتباط الدرجة الكلية لمقياس دوافع السيلى المحك مع أبعاد مقياس دوافع السيلى الحالى.

أبعاد الدوافع النفسية للسيلى	الحفظ والتسجيل	التسلية والمتعة وقضاء وقت الفراغ	جذب الانتباه	تعزيز الثقة بالنفس	الانتماء
الدرجة الكلية للمقياس المحك	***.٤٨٦	***.٥٢٨	***.٢١٢	***.٥٥٧	***.٥٨٧

يتضح من الجدول (٩) أن جميع جوانب مقياس دوافع السيلى المستخدم بالبحث الحالى ترتبط ارتباطاً دال احصائياً عند مستوى دلالة (٠.٠١) مع الدرجة الكلية لمقياس دوافع السيلى المحك مما يعبر عن صدق جوانب المقياس الحالى.

- الاتساق الداخلى للمقياس

جدول (١١)

معاملات ارتباط مفردات مقياس دوافع السيلى بالبعد الذى تنتمى إليه.

الحفظ وتسجيل اللحظات		التسلية والمتعة وقضاء الاوقات		جذب الانتباه		تعزيز الثقة بالنفس		الانتماء والتواصل	
رقم المفردة	معامل الارتباط	رقم المفردة	معامل الارتباط	رقم المفردة	معامل الارتباط	رقم المفردة	معامل الارتباط	رقم المفردة	معامل الارتباط
٢	***.٧٠٨	٩	***.٥٧٨	١٩	***.٦٠٢	٢٢	***.٦٧٥	١٤	***.٥٧٨
٣	***.٦٦٦	١٠	***.٥١٢	٢٦	***.٧٧٠	٢٤	***.٦٢٤	٤٨	***.٥٦٢
٤	***.٥٩٠	١١	***.٤٣٠	٢٧	***.٨١٤	٢٦	***.٦٧٢	٤٩	***.٥٧٣
٥	***.٦٧١	١٣	***.٧٤٤	٢٨	***.٨١٩	٢٧	***.٧٣٠	٥٠	***.٧٤٠
٦	***.٧١٠	١٦	***.٤٧٠	٢٩	***.٨٠٧	٢٨	***.٧٤٩	٥١	***.٧١٣
٧	***.٧٠٦	١٧	***.٦٤٠	٣٠	***.٧٤٣	٢٩	***.٧٤٩	٥٢	***.٧١٤

د. أميرة محمد بدر محمد سلامة عوف الدوافع النفسية لسلوك السيلفي وعلاقتها بكل من العوامل الستة للشخصية

الحفظ وتسجيل اللحظات		التسلية والمتعة وقضاء الاوقات		جذب الانتباه		تعزيز الثقة بالنفس		الانتماء والتواصل	
رقم المفردة	معامل الارتباط	رقم المفردة	معامل الارتباط	رقم المفردة	معامل الارتباط	رقم المفردة	معامل الارتباط	رقم المفردة	معامل الارتباط
٨	٠,٧٧٠	١٨	٠,٥٩٤	٣٢	٠,٦٤١	٤٠	٠,٦٩٥	٥٣	٠,٦٢٥
١٥	٠,٥١٦	٢٠	٠,٥٧٤	٥٨	٠,٦٢٢	٤٢	٠,٦٩٧	٥٤	٠,٥٥٧
		٢٢	٠,٥٣٨			٤٣	٠,٧٦٠	٥٥	٠,٦٩٤
		٢٤	٠,٦١٢			٤٤	٠,٧٣٩	٥٦	٠,٦٤٣
								٥٧	٠,٥١٨

الصورة النهائية لقياس الدوافع النفسية للسيلفي: بعد اجراءات كل من الثبات والصدق والاتساق الداخلى للمقياس تم حذف المفردات أرقام (١- ١٢ - ٢١ - ٢٢ - ٢٥ - ٣١ - ٣٥ - ٤١ - ٤٥ - ٤٦ - ٤٧) كونها غير دالة، لتصبح الصورة النهائية للمقياس مكونة من (٤٧) مفردة موزعين على خمسة أبعاد على النحو التالي كما بالجدول (١٢):

جدول (١٢)

أسماء العوامل المكونة للمقياس وتوزيع العبارات المشبعة بها والتي استخلصت بطريقة المكونات الرئيسية.

م	اسم العامل	العبارات	عدد العبارات
١	دافع جذب الانتباه	١٩-٢٦-٢٧-٢٨-٢٩-٣٠-٣٢-٥٨	٨
٢	دافع الانتماء والتواصل	١٤-٤٨-٤٩-٥٠-٥١-٥٢-٥٣-٥٤-٥٥-٥٦-٥٧	١١
٣	دافع تعزيز الثقة بالنفس	٢٣-٣٤-٣٦-٣٧-٣٨-٣٩-٤٠-٤٢-٤٣-٤٤	١٠
٤	دافع الحفظ وتسجيل اللحظات	٢-٤-٥-٦-٧-٨-١٥	٨
٥	دافع التسلية والمتعة وقضاء أوقات الفراغ	٩-١٠-١١-١٢-١٦-١٧-١٨-٢٠-٢٣-٢٤	١٠

- مقياس العوامل الستة للشخصية اعداد/ (2009) Ashton & Lee تعريب وترجمة الباحثة.

أعد هذا المقياس Ashton & Lee, (2009) وهو يمثل نسخة قصيرة من مقياس lee & Ashton, (2004) ويتكون من (٦٠) مفردة موزعة على ستة أبعاد وهم (الصدق والتواضع- الانفعاليه- الانبساطية- المقبولية(مقابل الغضب)- الضمير الحى- الانفتاح على الخبرة) كل عامل يتضمن عشرة مفردات، تم تطبيقه على عينة من طلاب الجامعة والبالغين من أفراد المجتمع، وقد تم حساب ثباته باستخدام ألفا كرونباخ للابعاد فامتدت (٠,٧٧ - ٠,٨٠)، كما تم حسابه أيضاً باستخدام الاتساق الداخلى وامتدت القيم من ٠,٢٥ إلى ٠,٢٩، كما تم حساب الصدق باستخدام التحليل العاملى للمكونات الرئيسية بطريقة التدوير المتعامد، وقد توصلت النتائج الأولية قبل التدوير إلى عشر عوامل امتد الجذر الكامن لها من (١,٢٨ - ٧,٠٥) إلا أن نسبة التباين المفسر للعوامل الستة الأولى ٣٧,٤٪ وبعد التدوير تم الحصول على ٦ عوامل، كما امتد الصدق التقارى للمقياس من (٠,٨٧ - ٠,٩٣)، وأيضاً تم حساب معاملات الارتباط بين العوامل الخمسة للشخصية الممثلة بمقياس (NEO-FFI) ومقياس العوامل الستة فكانت على التوالى للعوامل التالية مع ما يقابلها بالنموذج الأخرى الانبساطية- المقبولية- الانفتاح على الخبرة- العصابية- الضمير الحى (٠,٧٤ - ٠,٥٧ - ٠,٨ - ٠,٥٣ - ٠,٧٥)، وقد امتدت الاستجابة على عبارات المقياس (لا اوافق بشدة- اوافق بشدة) وهو خماسى الاستجابة، ويحتوى المقياس على عبارات موجبة التقدير وأخرى سالبة التقدير وتشمل العبارات أرقام (١٢ - ٢٤ - ٣٠ - ٤٢ - ٤٨ - ٦٠ - ٤١ - ٣٥ - ٥٣ - ٥٩ - ١٠ - ٢٨ - ٤٦ - ٥٢ - ٩ - ١٥ - ٢١ - ٥٧ - ١٤ - ٢٠ - ٢٦ - ٣٢ - ٤٤ - ٥٦ - ١ - ١٩ - ٣١ - ٤٩ - ٥٥) (Ashton & lee, 2009, p.342)، وللتحقق من الخصائص السيكومترية للمقياس بالبحث الحالى تم تطبيقه على عينة استطلاعية مكونة من (١٧٣) طالباً وطالبة مشتقة بطريقة عشوائية من طلاب وطالبات بالفرقة الثانية والفرقة الرابعة بكلية التربية جامعة الزقازيق، تمتد أعمارهم من (١٩) إلى (٢٣,٤٠) سنة بمتوسط عمرى (٢٠,٥٦٨٨) سنة، وانحراف معيارى

د. أميرة محمد بدر محمد سلامة عوف الدوافع النفسية لسلوك السيلفي وعلاقتها بكل من العوامل الستة للشخصية

قدره (1,105) منقسمين إلى ذكور عددهم (34) بنسبة (19.65%)، وإناث عددهم (139) ونسبتهم (80.34%).

- ثبات المقياس:

جدول (13)

معاملات ثبات ألفا كرونباخ لمقياس العوامل الستة للشخصية (هيكساكو)

الانفعاليه		الانفتاح على الخبرة		الضمير الحي		المقبولية		الانبساطية		الصدق والتواضع	
معامل ألفا	رقم المفردة	معامل ألفا	رقم المفردة	معامل ألفا	رقم المفردة	معامل ألفا	رقم المفردة	معامل ألفا	رقم المفردة	معامل ألفا	رقم المفردة
0,547	5	0,521	1	0,591	2	0,522	3	0,658	4	0,564	6
0,496	11	0,578	7	0,547	8	0,552	9	0,711	10	0,502	12
0,524	17	0,478	13	0,590	14	0,601	15	0,649	16	0,593	18
0,546	23	0,578	19	0,594	20	0,561	21	0,676	22	0,594	24
0,521	29	0,552	25	0,600	26	0,550	27	0,663	28	0,523	30
0,495	35	0,598	31	0,556	32	0,648	33	0,646	34	0,647	36
0,576	41	0,493	37	0,601	38	0,529	39	0,635	40	0,509	42
0,557	47	0,528	43	0,566	44	0,568	45	0,678	46	0,562	48
0,501	53	0,500	49	0,584	50	0,557	51	0,656	52	0,551	54
0,564	59	0,529	55	0,525	56	0,577	57	0,672	58	0,523	60
0,561	معامل ألفا العام للبعد	0,564	معامل ألفا العام للبعد	0,603	معامل ألفا العام للبعد	0,596	معامل ألفا العام للبعد	0,688	معامل ألفا العام للبعد	0,587	معامل ألفا العام للبعد

ويتضح من الجدول رقم (13) أن قيمة معامل ألفا للبعد الفرعي في حالة

حذف كل مفردة أقل من أو يساوي معامل ألفا العام للبعد الفرعي الذي تنتمي إليه،

ما عدا المفردات (١٠ - ١٥ - ٣٣ - ٧ - ١٩ - ٣١ - ١٨ - ٢٤ - ٣٦ - ٤١ - ٥٩) حيث كانت قيم معامل ألفا لهذه المفردات حال حذفها أعلى من الثبات الكلي للعامل الذي تنتمي إليه المفردة؛ وبذلك تم حذفهم

ب- ثبات الأبعاد الفرعية لمقياس العوامل الستة للشخصية بطريقة التجزئة النصفية.

تم حساب ثبات الأبعاد الفرعية بطريقة التجزئة النصفية فكانت النتائج كما بالجدول التالي .

جدول (١٤)

معاملات ثبات الأبعاد الفرعية لمقياس العوامل الستة للشخصية (هيكساكو)

٤	أبعاد مقياس العوامل الستة للشخصية	معامل الثبات	
		ألفا كرونباخ	التجزئة النصفية
		معامل الارتباط	معامل الثبات
١	الصدق والتواضع	٠,٦٧١	٠,٧٠٠
٢	الانبساطية	٠,٧١١	٠,٧١٩
٣	المقبولية	٠,٦٥٨	٠,٧١٢
٤	الضمير الحي	٠,٦٠٣	٠,٥٩٣
٥	الانفتاح على الخبرة	٠,٦٤٩	٠,٥٩٧
٦	الانفعالية	٠,٥٨٦	٠,٦٤٣

- صدق المفردات

تم حساب صدق مفردات مقياس العوامل الستة للشخصية عن طريق حساب معامل الارتباط بين درجة المفردة والدرجة الكلية للعامل الذي تنتمي إليه المفردة في حالة حذف درجة المفردة من الدرجة الكلية للعامل التي تنتمي إليه، باعتبار أن بقية مفردات البعد محكاً للمفردة، وكانت حدود دلالة معامل الارتباط الجدولية عند مستوى (٠,٠٥) هي (٠,١٥٩)، وعند مستوي (٠,٠١) هي (٠,٢٠٨) (فؤاد البهي السيد، ١٩٧٣، ص ١٧٠).

جدول (١٥)

معاملات ارتباط درجات المفردات بالعامل (في حالة حذف درجة المفردة من الدرجة الكلية للعامل الذي تنتمي إليه)

الانفتاحية		الانفتاح على الخبرة		الضمير الحى		المقبولية		الانسيابية		الصلق والتواضع	
معامل الارتباط	رقم المفردة	معامل الارتباط	رقم المفردة	معامل الارتباط	رقم المفردة	معامل الارتباط	رقم المفردة	معامل الارتباط	رقم المفردة	معامل الارتباط	رقم المفردة
**٠,٢٠٢	٥	**٠,٣٢٣	١	**٠,٢١٢	٢	**٠,٤٣٩	٣	**٠,٣٩٤	٤	**٠,٢٥٦	٦
**٠,٣٧٤	١١	٠,٠٩٠	٧	**٠,٢٩٨	٨	**٠,٣٤٦	٩	٠,٠٥٦	١٠	**٠,٤٨٠	١٢
**٠,٣٠٣	١٧	**٠,٤٥٠	١٣	**٠,٢٣٤	١٤	٠,١٥٧	١٥	**٠,٤٣٢	١٦	٠,١٤١	١٨
**٠,٢٠١	٢٣	٠,٠٩٢	١٩	**٠,٢١١	٢٠	**٠,٣٠٥	٢١	**٠,٢٩٢	٢٢	٠,١٠٢	٢٤
**٠,٢٦٢	٢٩	**٠,٢٠٠	٢٥	**٠,١٧٣	٢٦	**٠,٣٥٣	٢٧	**٠,٣٦٦	٢٨	**٠,٢٨٠	٣٠
**٠,٣٧٤	٣٥	٠,٠٠٠	٣١	**٠,٣٦١	٣٢	٠,٠٦٣	٣٣	**٠,٤٤٢	٣٤	٠,٠٢٣	٣٦
٠,٠٩٢	٤١	**٠,٤١٥	٣٧	**٠,١٧٧	٣٨	**٠,٤١٩	٣٩	**٠,٥١٠	٤٠	**٠,٤٥٠	٤٢
**٠,١٥٩	٤٧	**٠,٢٨٩	٤٣	**٠,٣٢٤	٤٤	**٠,٢٨٠	٤٥	**٠,٢٨٣	٤٦	**٠,٢٦٤	٤٨
**٠,٣٦٥	٥٣	**٠,٣٧٧	٤٩	**٠,٢٤٤	٥٠	**٠,٣٢٥	٥١	**٠,٣٩٦	٥٢	**٠,٣٠٦	٥٤
٠,١٤٢	٥٩	**٠,٢٨٣	٥٥	**٠,٤٤٨	٥٦	**٠,٢٤٣	٥٧	**٠,٣١٢	٥٨	**٠,٤١٤	٦٠

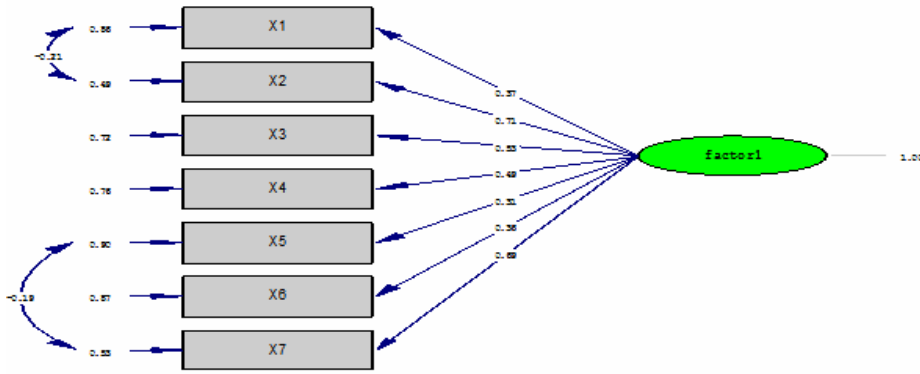
يتضح من الجدول (١٥) أن جميع معاملات ارتباط كل مفردة بالبعد الذي تنتمي إليه بعد حذف المفردة دال احصائياً عند مستوى دلالة (٠,٠١) ماعدا المفردات أرقام (٢٦- ٣٨- ٢٥- ٤٧- ٢٣) فهي دالة عند مستوى دلالة ٠,٠٥ اما المفردات أرقام (٧- ١٠- ١٥- ١٨- ١٩- ٢٤- ٣١- ٣٦- ٣٣- ٤١- ٥٩) فهم غير دالين احصائياً مما ينبغي حذفهم.

- صدق التحليل العاملي التوكيدي للمقياس.

تم اجراء التحليل العاملي التوكيدي لكل عامل على حده من العوامل الستة الكبرى للشخصية.

- عامل الصدق والتواضع.

تم حساب صدق المقياس عن طريق إجراء التحليل العاملي التوكيدي لمصفوفة معاملات الارتباط بين مفردات عامل الصدق والتواضع (X1-X7) عن طريق اختبار نموذج العامل الكامن العام حيث افترض أن جميع العوامل المشاهدة لمقياس الصدق والتواضع تنتظم حول عامل كامن واحد (factor1) باستخدام برنامج (الليزرل) اصدار ٨.٨ وأسفرت النتائج على الآتي :



Chi-Square=20.35, df=12, P-value=0.06079, RMSEA=0.064

شكل (٢): نتائج التحليل العاملي التوكيدي لعامل الصدق والتواضع

حيث يوضح الشكل (٢) المسار التخطيطي تشعبات المتغيرات المشاهدة السبعة بالعامل الكامن factor1 وهي تلك المقادير قرينة الأسهم الخارجة من العامل الكامن factor1 والمتجهة إلى المتغيرات المشاهدة (X1-X7)، أما القيم قرينة الأسهم المتجهة إلى المتغيرات المشاهدة من جهة اليسار في المسار التخطيطي فإنها توضح تباينات الخطأ في تقدير هذه المتغيرات المشاهدة، والواحد الصحيح الموضوع بجوار سهم المتجه إلى factor1 من جهة اليمين يوضح معامل ارتباط المتغيرات المستقلة في النموذج وهو هنا عامل واحد هو العامل الكامن لذلك معامل الارتباط يساوي واحداً

صحيحاً، كما يشير إلى انه قد تم اضافة مؤشرات تعديل من النوع الثانى التى تقترح اضافة خطأ التغير بشكل سهم منحنى بين بعض المتغيرات المشاهدة (عزت عبد الحميد حسن، ٢٠١٦ ب، ص ١١٩)

جدول (١٦)

نتائج التحليل العاملى التوكيدى لعامل الصدق والتواضع وتشبعات الأبعاد بالعامل الكامن العام وقيمة "ت" والخطأ المعيارى

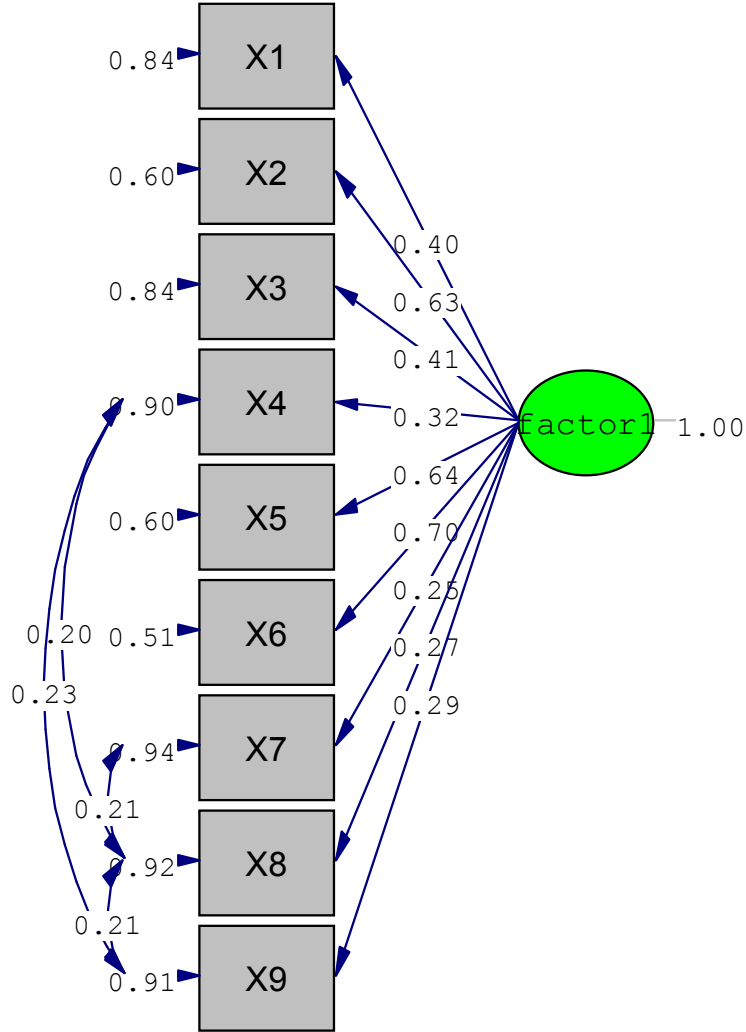
مفردات عامل الصدق والتواضع	التشبع بالعامل الكامن	الخطأ المعيارى لتقدير التشبع	قيمة "ت" ودلالاتها الإحصائية
٦	٠,٣٧٤	٠,٠٨٩٢	**٤,١٩٤
١٢	٠,٧١٥	٠,٠٧٩٦	**٨,٩٧٤
٣٠	٠,٥٣١	٠,٠٧٩٨	**٦,٦٤٨
٤٢	٠,٤٨٧	٠,٠٨٠٧	**٦,٠٣٠
٤٨	٠,٣١٣	٠,٠٨٨١	**٣,٥٥٨
٥٤	٠,٣٥٩	٠,٠٨٣٠	**٤,٣٢٢
٦٠	٠,٦٨٦	٠,٠٧٩١	**٨,٦٧٣

يتضح من الجدول (١٦) أن نموذج العامل الكامن الواحد قد حظى على قيم جيدة لمؤشرات حسن المطابقة، وأن معاملات الصدق السبعة (التشبعات) دالة إحصائياً عند مستوى (٠,٠١) لعينة البحث . ويمكن القول أن نتائج التحليل العاملى التوكيدى قدمت دليلاً قوياً على صدق البناء التحتى أو الكامن لعامل الصدق والتواضع وهو عبارة عن عامل كامن عام واحد تنتظم حوله المفردات السبع (عزت عبد الحميد حسن، ب، ٢٠١٦، ص. ١٢٢) .

- عامل الانبساطية

كما تم حساب صدق المقياس عن طريق إجراء التحليل العاملى التوكيدى لمصفوفة معاملات الارتباط بين مفردات عامل الانبساطية ($x_1 - x_9$) عن طريق اختبار نموذج

العامل الكامن العام حيث افترض أن جميع العوامل المشاهدة لمقياس الانبساطية تنتظم حول عامل كامن واحد (factor1) باستخدام برنامج (الليزرل) اصدار ٨.٨ وأسفرت النتائج على الآتي :



are=33.13, df=23, P-value=0.07876, RMSEA=

شكل (٣): نتائج التحليل العائلي التوكيدي لعامل الانبساطية

جدول (١٧)

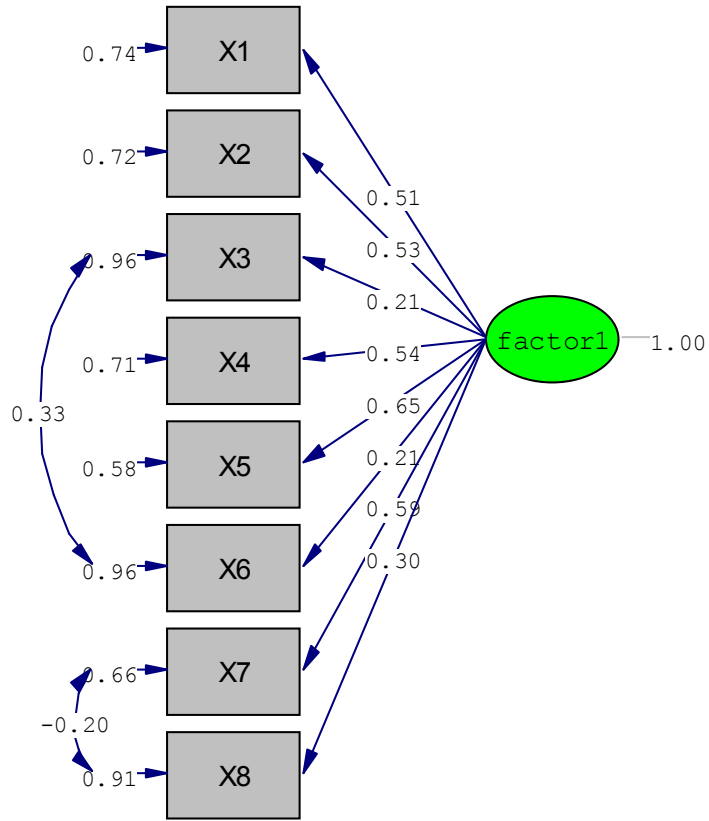
نتائج التحليل العاملي التوكيدي لعامل الانبساطية وتشبعات الأبعاد بالعامل الكامن العام وقيمة "ت" والخطأ المعياري

مفردات عامل الانبساطية	التشبع بالعامل الكامن	الخطأ المعياري لتقدير التشبع	قيم "ت" ودلالاتها الإحصائية
٤	٠,٤٠٤	٠,٠٨٤٩	**٤,٧٢١
١٦	٠,٦٣٠	٠,٠٨٠٨	**٧,٧٩١
٢٢	٠,٤٠٥	٠,٠٨٤٨	**٤,٧٧٤
٢٨	٠,٣١٧	٠,٠٨٦٤	**٣,٦٦٣
٣٤	٠,٦٣٦	٠,٠٨٠٨	**٧,٨٧٣
٤٠	٠,٧٠١	٠,٠٨٠٠	**٨,٧٦٣
٤٦	٠,٢٥٤	٠,٠٨٧٠	**٢,٩٢٣
٥٢	٠,٢٦٨	٠,٠٨٧١	**٣,٠٧٤
٥٨	٠,٢٩٢	٠,٠٨٦٨	**٣,٣٦٧

يتضح من الجدول (١٧) أن نموذج العامل الكامن الواحد قد حظى على قيم جيدة لمؤشرات حسن المطابقة، وأن معاملات الصدق التسعة (التشبعات) دالة إحصائياً عند مستوى (٠,٠١) لعينة البحث. ويمكن القول أن نتائج التحليل العاملي التوكيدي قدمت دليلاً قوياً على صدق البناء التحتي أو الكامن لعامل الانبساطية.

- عامل المقبوليه

كما تم حساب صدق المقياس عن طريق إجراء التحليل العاى التوكيدى لمصفوفة معاملات الارتباط بين مفردات عامل المقبوليه (X1-X8) عن طريق إختبار نموذج العامل الكامن العام حيث افترض أن جميع العوامل المشاهدة لمقياس المقبوليه تنتظم حول عامل كامن واحد (factor1) باستخدام برنامج (الليزرل) اصدار ٨.٨ وأسفرت النتائج على الآتى :



-Square=31.51, df=18, P-value=0.02508, RMSEA=0.06

شكل (٤): نتائج التحليل العاى التوكيدى لعامل المقبوليه

جدول (١٨)

نتائج التحليل العاى التوكيدى لعامل المقبولىة وتشبعات الأبعاد بالعامل الكامن العام وقيمة "ت" والخطأ المعيارى

مفردات عامل المقبولىة	التشبع بالعامل الكامن	الخطأ المعيارى لتقدير التشبع	قيم "ت" ودلالاتها الإحصائية
٣	٠,٥١٣	٠,٠٨٤٠	**٦,١١٣
٩	٠,٥٣١	٠,٠٨٣٦	**٦,٣٤٨
٢١	٠,٢١٢	٠,٠٨٨٣	*٢,٣٩٨
٢٧	٠,٥٣٥	٠,٠٨٣٦	**٦,٤٠٦
٣٩	٠,٦٤٥	٠,٠٨٢٠	**٧,٨٧٢
٤٥	٠,٢١٢	٠,٠٨٨٣	*٢,٤٠٠
٥١	٠,٥٨٥	٠,٠٨٤٦	**٦,٩١٨
٥٧	٠,٢٩٨	٠,٠٩١٦	**٣,٢٥٣

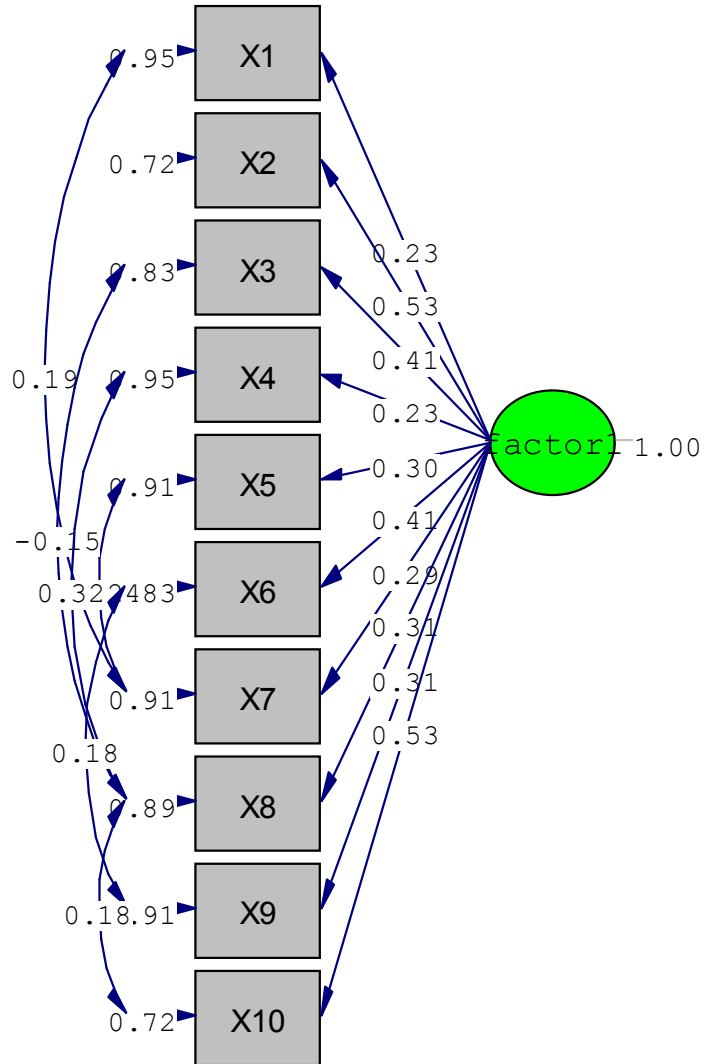
يتضح من الجدول (١٨) أن نموذج العاى الكامن الواحد قد حظى على قيم جيدة لمؤشرات حسن المطابقة ، وأن معاملات الصدق الثمانية (التشبعات) دالة إحصائياً عند مستوى (٠,٠١) لعينة البحث. ويمكن القول أن نتائج التحليل العاى التوكيدى قدمت دليلاً قوياً على صدق البناء التحتى أو الكامن لعامل المقبولىة .

- عامل الضمير الحى

كما تم حساب صدق المقياس عن طريق إجراء التحليل العاى التوكيدى لمصفوفة معاملات الإرتباط بين مفردات عامل الضمير الحى (x_1-x_{10}) عن طريق إختبار نموذج العاى الكامن العام حيث افترض أن جميع العوامل المشاهدة لمقياس

الضمير الحى تنتظم حول عامل كامن واحد (factor1) باستخدام برنامج (الليزرل)

اصدار ٨.٨ وأسفرت النتائج على الآتى :



$\chi^2=44.82$, $df=29$, $P\text{-value}=0.03062$, $RMSE$

شكل (٥): نتائج التحليل العائلى التوكيدى لعامل الضمير الحى

جدول (١٩)

نتائج التحليل العاى التوكيدى لعامل الضمير الحى وتشبعات الأبعاد بالعامل الكامن العام
وقيمة "ت" والخطأ المعيارى

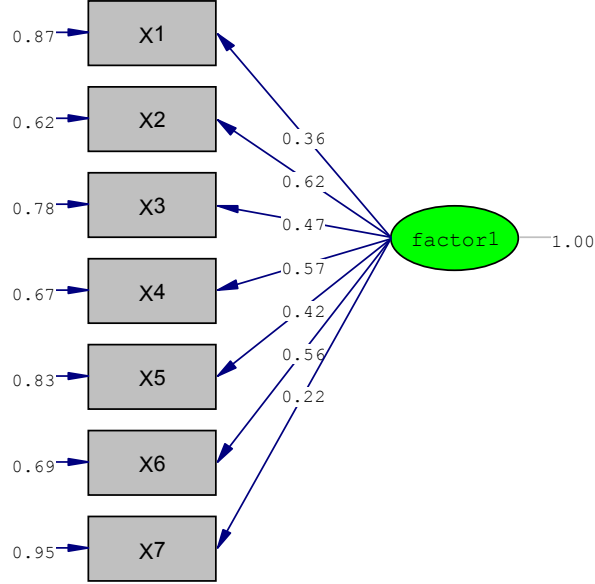
مفردات عامل الضمير الحى	التشبع بالعامل الكامن	الخطأ المعيارى لتقدير التشبع	قيمر "ت" ودلالاتها الإحصائية
٢	٠,٢٢٩	٠,٠٩٨١	*٢,٣٣٥
٨	٠,٥٢٥	٠,٠٩٥٩	**٥,٤٧٩
١٤	٠,٤٠٨	٠,٠٩٦٠	**٤,٢٤٤
٢٠	٠,٢٢٧	٠,٠٩٦٥	*٢,٣٤٦
٢٦	٠,٢٩٧	٠,٠٩٧٩	**٣,٠٣٩
٣٢	٠,٤١١	٠,٠٩٦٣	**٤,٢٧٢
٣٨	٠,٢٩٠	٠,٠٩٨٧	**٢,٩٣٧
٤٤	٠,٣٠٨	٠,٠٩٠٥	**٢,٩٣٩
٥٠	٠,٣٠٦	٠,٠٩٨٣	**٣,١١٠
٥٦	٠,٥٣٢	٠,٠٩٦٧	**٥,٥٠١

يتضح من الجدول (١٩) أن نموذج العاى الكامن الواحد قد حظى على قيم جيدة لمؤشرات حسن المطابقة ، وأن معاملات الصدق العشرة (التشبعات) دالة إحصائياً عند مستوى (٠,٠١) لعينة البحث . ويمكن القول أن نتائج التحليل العاى التوكيدى قدمت دليلاً قوياً على صدق البناء التحتى أو الكامن لعامل الضمير الحى.

- عامل الانفتاح على الخبرة

كما تم حساب صدق المقياس عن طريق إجراء التحليل العاى التوكيدى لمصفوفة معاملات الارتباط بين مفردات عامل الانفتاح على الخبرة (x_1-x_7) عن طريق إختبار

نموذج العامل الكامن العام حيث افترض أن جميع العوامل المشاهدة لمقياس الانفتاح على الخبرة تنتظم حول عامل كامن واحد (factor1) باستخدام برنامج (الليزرل) اصدار ٨.٨ وأسفرت النتائج على الآتي :



Chi-Square=14.84, df=14, P-value=0.38937, RMSEA=0.019

شكل (٦) نتائج التحليل العائلي لعامل الانفتاح على الخبرة

جدول (٢٠)

نتائج التحليل العائلي التوكيدي لعامل الانفتاح على الخبرة وتشبعات الأبعاد بالعامل الكامن العام وقيمة "ت" والخطأ المعياري

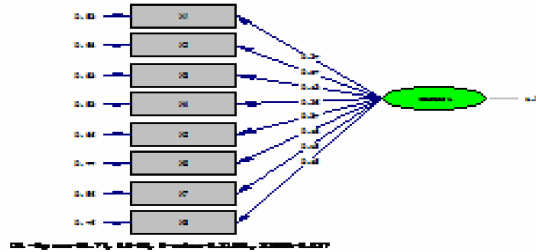
مفردات عامل الانفتاح على الخبرة	التشبع بالعامل الكامن	الخطأ المعياري لتقدير التشبع	قيمة "ت" ودلالاتها الإحصائية
١	٠,٣٥٨	٠,٠٨٩٢	**٤,٠١٢
١٣	٠,٦٢٠	٠,٠٨٦٢	**٧,١٨٨
٢٥	٠,٤٧١	٠,٠٨٦٢	**٥,٣٧٩
٣٧	٠,٥٧٢	٠,٠٨٦٥	**٦,٦١٧

مفردات عامل الانفتاح على الخبرة	التشبع بالعامل الكامن	الخطأ المعياري لتقدير التشبع	قيمة "ت" ودلالاتها الإحصائية
٤٣	٠,٤١٦	٠,٠٨٨٤	**٤,٧٠٦
٤٩	٠,٥٦١	٠,٠٨٦٦	**٦,٤٨١
٥٥	٠,٢١٨	٠,٠٩٠٦	*٢,٤٠٩

يتضح من الجدول (٢٠) أن نموذج العامل الكامن الواحد قد حظى على قيم جيدة لمؤشرات حسن المطابقة ، وأن معاملات الصدق السبعة (التشبعات) دالة إحصائياً عند مستوى (٠,٠١) لعينة البحث . ويمكن القول أن نتائج التحليل العاُملى التوكيدي قدمت دليلاً قوياً على صدق البناء التحتى أو الكامن لعامل الانفتاح على الخبرة .

- عامل الانفعاليه

تم حساب صدق المقياس عن طريق إجراء التحليل العاُملى التوكيدي لمصفوفة معاملات الارتباط بين مفردات عامل الانفعاليه (X1-X8) عن طريق اختبار نموذج العامل الكامن العام حيث افترض أن جميع العوامل المشاهدة لمقياس الانفعاليه تنتظم حول عامل كامن واحد (factor1) باستخدام برنامج (الليزرل) اصدار ٨,٨ وأسفرت النتائج على الآتى :



شكل (٧) نتائج التحليل العاُملى التوكيدي لعامل الانفعاليه

جدول (٢١)

نتائج التحليل العاملى التوكيدى لعامل الانفعاليه وتشبعات الأبعاد بالعامل الكامن العام وقيمة "ت" والخطأ المعياري

مفردات عامل العاطفي	التشبع بالعامل الكامن	الخطأ المعياري لتقدير التشبع	قيم "ت" ودالاتها الإحصائية
٥	٠,٢٧٠	٠,٠٩٥٤	**٢,٨٣٢
١١	٠,٥٦٩	٠,٠٩٥٠	**٥,٩٩١
١٧	٠,٤١٨	٠,٠٩٤٥	*٢,٤٧٦
٢٣	٠,٢٦٠	٠,٠٩٥٥	**٢,٧٢٤
٢٩	٠,٣٦٨	٠,٠٩٤٨	**٣,٨٨١
٣٥	٠,٤٨٤	٠,٠٩٤٤	**٥,١٢٨
٤٧	٠,١٨٨	٠,٠٩٥٩	*١,٩٦٤
٥٣	٠,٤٩٥	٠,٠٩٤٤	**٥,٢٤٠

يتضح من الجدول (٢١) أن نموذج العامل الكامن الواحد قد حظى على قيم جيدة لمؤشرات حسن المطابقة ، وأن معاملات الصدق الثمانية (التشبعات) دالة إحصائياً عند مستوى (٠,٠١) لعينة البحث . ويمكن القول أن نتائج التحليل العاملى التوكيدى قدمت دليلاً قوياً على صدق البناء التحتى أو الكامن لعامل الانفعاليه.

جدول (٢٢) مؤشرات حسن المطابقة لنموذج العوامل الستة للشخصية (نموذج هيكساكو)

المؤشر	الانفتاح على الخبرة	المقبولية	الضمير الحي	الانبساطية	الصدق والتواضع	الانفعاليه
X ²	اختبار كاي ^٢	١٤,٨٢٧	٣١,٥١٤	٤٤,٨٢٢	٣٣,١٣٤	٢٤,٧٦٩
Df	درجات الحرية	١٤	١٨	٢٩	٢٣	٢٠
X ² / Df	نسبة كاي ^٢	١,٠٥٩	٠,٠٨٤	١,٥٤	١,٤٤	١,٢٢٨
RMS EA	جنر متوسط مربع خطأ الاقتراب	٠,٠١٨٦	٠,٠٦٦١	٠,٠٥٦٣	٠,٠٥٠٦	٠,٠٦٣٦
ECVI	الصدق الزائف للتوقع	النموذج: ٠,٢٤٩ المشبع: ٠,٣٢٦	النموذج: ٠,٢٩٣ المشبع: ٠,٤١٩	النموذج: ٠,٥٦٣ المشبع: ٠,٦٤٠	النموذج: ٠,٤٤٨ المشبع: ٠,٥٢٢	النموذج: ٠,٣٠٤ المشبع: ٠,٣٢٦
AIC	معيار معلومات اكيك	النموذج: ٤٢,٨٢٧ المشبع: ٥٦,٠٠٠	النموذج: ٦٧,٥١٤ المشبع: ٧٢	النموذج: ٩٦,٨٨ المشبع: ١١٠	النموذج: ٧٧,١٣٤ المشبع: ٩٠	النموذج: ٥٦,٧٦٩ المشبع: ٧٢
CAIC	اتساق معيار معلومات اكيك	النموذج: ١٠٠,٩٨٣ المشبع: ١٧٢,٢٩٢	النموذج: ١٤٢,٢٧٤ المشبع: ٢٢١,٥٧٧	النموذج: ٢٠٤,٨٠ المشبع: ٣٣٨,٤٣	النموذج: ١٦٨,٥٠٧ المشبع: ٢٧٦,٨٦٨	النموذج: ١١٨,٨٠٠ المشبع: ١٧٢
NFI	مؤشر لمطابقة المعيارى	٠,٩٢٠	٠,٨٦٦	٠,٨١٦	٠,٩٠٧	٠,٩١٦
NNFI	مؤشر لمطابقة غير المعيارى	٠,٩٨٩	٠,٨٨٨	٠,٨٧٨	٠,٩٥٢	٠,٩٣٧
PNFI	مؤشر الافتقار للمطابقة المعيارى	٠,٦١٣	٠,٥٥٧	٠,٥٢٦	٠,٥٨٠	٠,٥٢٤
CFI	مؤشر حسن المطابقة المقارن	٠,٩٩٣	٠,٩٢٨	٠,٩٢١	٠,٩٦٩	٠,٩٦٥
IFI	مؤشر لمطابقة التزايدى	٠,٩٩٣	٠,٩٣١	٠,٩٢٧	٠,٩٧١	٠,٨٥٤
RFI	مؤشر لمطابقة النسبى	٠,٨٧٩	٠,٧٩٢	٠,٧١٤	٠,٨٥٥	٠,٥٢٤
RMR	جنر متوسط مربع البواقى	٠,٠٤٣٩	٠,٠٥٥٨	٠,٠٥٩٦	٠,٠٥٥٥	٠,٠٩٦٧
GFI	مؤشر حسن المطابقة	٠,٩٧٦	٠,٩٥٦	٠,٩٥٠	٠,٩٥٩	٠,٩٢٤
AGFI	مؤشر حسن المطابقة	٠,٩٥٢	٠,٩١٢	٠,٩٠٦	٠,٩٢٠	٠,٤١٥

المؤشر	المصحح بدرجات الحرية	الانفتاح على الخبرة	المقبولية	الضمير الحى	الانبساطية	الصدق والتواضع	الانفعاليه
PGFI	مؤشر الاقتدار لحسن المطابقة	٠,٤٨٨	٠,٤٧٨	٠,٥٠١	٠,٤٩٠		

- صدق المحك.

لقد تم استخدام مقياس العوامل الخمسة الكبرى للشخصية كمحك للعوامل الستة للشخصية، وذلك باستخدام قائمة العوامل الخمسة الكبرى للشخصية NEO-FFI-S اعداد (Costa & McCRAE, 1992) ترجمة وتعريب: بدر الانصارى (١٩٩٧) وذلك للكشف عن مدى الارتباط بين كل من عوامل (الانبساطية، المقبولية، الضمير الحى، الانفتاح على الخبرة، الصدق والتواضع) بنموذج العوامل الستة للشخصية وبين العوامل الخمسة الكبرى (الانبساطية، المقبولية، الضمير الحى، الانفتاح على الخبرة، العصابية) وكانت النتائج كما بالجدول رقم (٢٣):

جدول (٢٣) معاملات الارتباط بين العوامل الخمسة الكبرى للشخصية وكل من (الانبساطية، المقبولية، الضمير الحى، الانفتاح على الخبرة، الصدق والتواضع) بالعوامل الستة للشخصية.

العوامل الستة للشخصية (نموذج هيكساكو)						العوامل الخمسة الكبرى للشخصية	
الانفتاح على الخبرة	الصدق والتواضع	الانبساطية	المقبولية	الضمير الحى	الانفتاح على الخبرة		
	٠,٢٦٣**						العصابية
		٠,٢٥٠**					الانبساطية
			٠,١٦٨**	٠,٤٠٩**			الضمير الحى
				٠,٢١٠**	٠,٢٢٧**		المقبولية
٠,٢٣٥**						الانفتاح على الخبرة	

من ثم يتضح من جدول (٢٣): أنه يوجد ارتباط دال احصائياً عند مستوى دلالة (٠,٠١) بين كل من (الانبساطية، الضمير الحي، المقبولية، الانفتاح على الخبرة) ضمن نموذج العوامل الخمسة الكبرى للشخصية وما يماثلهما ضمن العوامل الستة الكبرى للشخصية، كما ارتبط عامل المقبولية ضمن العوامل الخمسة الكبرى للشخصية بعامل الصدق والتواضع وهو ما اتفق عليه ما أسفرت عنه نتائج بحث (Babarovic & Sverko, 2013) الذي توصل الى ارتباط المقبولية بكلا النموذجين ارتباط ضعيف وارتباطها ضمن العوامل الخمسة بعامل الصدق والتواضع، كما اتفقت هذه النتيجة مع نتيجة بحث (Ashton & Devries, 2014: pp 149-150) الذي توصل إلى ارتباط الصدق والتواضع سلبياً بالعصابية وايجابياً مع المقبولية.

- الاتساق الداخلي للمقياس -

جدول (٢٤)

معاملات ارتباط مفردات كل عامل من العوامل الستة بالدرجة الكلية للعامل الذي ينتمي إليه.

الانفعاليه		الانفتاح على الخبرة		الضمير الحي		المقبولية		الانبساطية		الصدق والتواضع	
معامل	رقم المفردة	معامل الارتباط	رقم المفردة	معامل الارتباط	رقم المفردة	معامل الارتباط	رقم المفردة	معامل الارتباط	رقم المفردة	معامل الارتباط	رقم المفردة
**٠,٤٦٠	٥	**٠,٤٧٧	١	**٠,٣٧٢	٢	**٠,٥٨٧	٣	**٠,٥٥٤	٤	**٠,٥٠٧	٦
**٠,٦٠٨	١١	**٠,٦٥٦	١٣	**٠,٥٧١	٨	**٠,٥٧٠	٩	**٠,٦١٥	١٦	**٠,٦٦٧	١٢
**٠,٥٠٩	١٧	**٠,٥٩٩	٢٥	**٠,٤٦٤	١٤	**٠,٤٩٣	٢١	**٠,٤٧٨	٢٢	**٠,٦٠٢	٣٠
**٠,٤٣٦	٢٣	**٠,٦٤٣	٣٧	**٠,٤٢٢	٢٠	**٠,٥٨٠	٢٧	**٠,٥٢٤	٢٨	**٠,٦٣٣	٤٢
**٠,٥٠٤	٢٩	**٠,٥١٦	٤٣	**٠,٣٦٠	٢٦	**٠,٦٢٨	٣٩	**٠,٦٢٥	٣٤	**٠,٤٦٧	٤٨
**٠,٥٧٢	٣٥	**٠,٦٥٠	٤٩	**٠,٥٤٤	٣٢	**٠,٤٩٣	٤٥	**٠,٦٣٩	٤٠	**٠,٥٦٦	٥٤

الانفعاليه		الانفتاح على الخبرة		الضمير الحى		المقبولية		الانبساطية		الصدق والتواضع	
معامل	رقم	معامل	رقم	معامل	رقم	معامل	رقم	معامل	رقم	معامل	رقم
الارتباط	المفردة	الارتباط	المفردة	الارتباط	المفردة	الارتباط	المفردة	الارتباط	المفردة	الارتباط	المفردة
**٠,٣٦٩	٤٧	**٠,٤١٩	٥٥	**٠,٣٨٦	٣٨	**٠,٥٦٢	٥١	**٠,٤٧٤	٤٦	**٠,٦٢٥	٦٠
**٠,٥٦٧	٥٣			**٠,٥٠٧	٤٤	**٠,٤٥٥	٥٧	**٠,٥٤٤	٥٢		
				**٠,٤٣٥	٥٠			**٠,٥٠٢	٥٨		
				**٠,٦١٠	٥٦						

يتضح من الجدول (٢٤) أن جميع معاملات ارتباط المفردات بكل عامل تنتمى إليه دالة احصائياً عند مستوى دلالة (٠.٠١) مما يدل على الاتساق الداخلى لمقياس العوامل الستة للشخصية (نموذج هيكساكو).

الصورة النهائية لمقياس العوامل الستة للشخصية (نموذج هيكساكو)

الصورة النهائية لمقياس العوامل الستة للشخصية: بعد اجراءات كل من الثبات والصدق والاتساق الداخلى لمقياس العوامل الستة للشخصية، تم حذف المفردات أرقام (١٠ - ١٥ - ٣٣ - ٧ - ١٩ - ٣١ - ١٨ - ٢٤ - ٣٦ - ٤١ - ٥٩) لكونهم غير دالين؛ ليصل عدد مفردات المقياس فى صورته النهائية إلى (٤٩) مفردة موزعين على ستة أبعاد، وقد تم توضيح أرقام مفردات كل عامل عند طرح التحليل العاملى التوكيدى لكل عامل.

- دليل تقدير الذات (اعداد/مجدى الدسوقى، ٢٠٠٤).

ثبات وصدق الصورة الأصلية للمقياس:

أعد هذا الدليل هودسون (1994) Hudson وذلك لمقياس تقدير الذات لدى الفرد، ويتكون الدليل من (٢٥) عبارة، ويجب المفحوص على كل عبارة باستجابة واحدة من بين سبع اختيارات هى: أبداً، نادراً جداً، قليلاً جداً، أحياناً، مرات كثيرة، معظم الوقت،

كل الوقت، وقد تم فحص تكافؤ الصورتين العربية والاجنبية، حيث تم استخراج معامل الارتباط بين درجات المفحوصين على الصورتين فبلغ (٠,٩٦٤)، وهو معامل مرتفع يشير الى تكافؤ الصورتين عبر اللغتين، كما تم حساب الصدق التلازمي بحساب معامل الارتباط بين الدرجات التي حصل عليها طلاب وطالبات الجامعة (ن = ٥٠) في دليل تقدير الذات واختبار تقدير الذات للمراهقين والراشدين اعداد عادل عبد الله (١٩٩١) فتم التوصل إلى معامل ارتباط قدره (٠,٩٣٢) مما يدل على صدق تلازمي مرتفع للدليل، كما تم حساب الصدق التمييزي فكانت قيمة النسبة الحرجة هي (٢٣,٢٨) لطلاب المرحلة الجامعية وهي دالة عند مستوى دلالة (٠,٠١)، مما يشير إلى قدرة الدليل على التمييز بين ذوى التقدير المرتفع للذات والتقدير المنخفض، كما تم حساب ثبات الدليل من خلال اعادة اجراؤه مرة اخرى بفاصل زمنى قدره شهر فكان (٠,٨٧١) لطلاب المرحلة الجامعية، بينما كان معامل ثبات ألفا كرونباخ (٠,٨٤) لطلاب المرحلة الجامعية (مجدى الدسوقي، ٢٠٠٤، ص ص ١٠ - ١٤)، وللتحقق من خصائصه السيكومترية بالبحث الحالى تم تطبيقه على عينة استطلاعية مكونة من (١٧٣) طالباً وطالبة مشتقة بطريقة عشوائية من طلاب وطالبات بالفرقة الثانية والفرقة الرابعة بكلية التربية جامعة الزقازيق، تمتد أعمارهم من (١٩) إلى (٢٣,٤٠) سنة بمتوسط عمرى (٢٠,٥٦٨٨) سنة، وانحراف معيارى قدره (١,١٠٥) منقسمين إلى ذكور عددهم (٣٤) بنسبة (١٩,٦٥٪)، واثاث عددهم (١٣٩) ونسبتهم (٨٠,٣٤٪).

- ثبات الدليل -

جدول (٢٥)

معاملات ثبات ألفا لكرونباخ لمقياس تقدير الذات

معاملات ألفا لكرونباخ لمقياس تقدير الذات									
رقم المفردة	معامل ألفا	رقم المفردة	معامل ألفا	رقم المفردة	معامل ألفا	رقم المفردة	معامل ألفا	رقم المفردة	معامل ألفا
١	٠,٦٩٢	٧	٠,٦٩١	١٣	٠,٦٧٩	١٩	٠,٦٨٢	٢٥	٠,٦٩٥
٢	٠,٦٩٨	٨	٠,٧٠٨	١٤	٠,٦٩٢	٢٠	٠,٧١١		
٣	٠,٦٨٧	٩	٠,٦٩٩	١٥	٠,٦٨٥	٢١	٠,٧١٩		
٤	٠,٦٨٩	١٠	٠,٦٨٥	١٦	٠,٧٢٢	٢٢	٠,٦٨٢		
٥	٠,٧٠٧	١١	٠,٦٧٦	١٧	٠,٦٩٨	٢٣	٠,٧٤٣		
٦	٠,٦٩٤	١٢	٠,٦٩١	١٨	٠,٧١٩	٢٤	٠,٧١٤		
معامل ألفا العام للبعد									٠,٧٠٧

ويتضح من الجدول (٢٥) أن قيمة معامل ألفا للمقياس في حالة حذف كل مفردة أقل من أو يساوي معامل ألفا العام للمقياس، وكانت قيمة معامل ألفا لمقياس تقدير الذات هي (٠,٧٠٧) ما عدا المفردات (٢٤، ٢٣، ٢١، ٢٠، ١٨، ١٦، ٨)، وبذلك تم حذفهم ليصبح معامل ثبات ألفا لكرونباخ للمقياس ككل (٠,٨١٧) وقد كانت قيمة معامل الثبات بطريقة التجزئة النصفية للمقياس (٠,٨٢٤) بمعامل ارتباط بين النصفين قدره (٠,٧٠١).

- صدق الدليل -

تم حساب صدق دليل تقدير الذات من خلال حساب معامل ارتباط المفردة بالدرجة الكلية للمقياس في حالة حذف المفردة، كما بالجدول (٢٦).

جدول (٢٦)

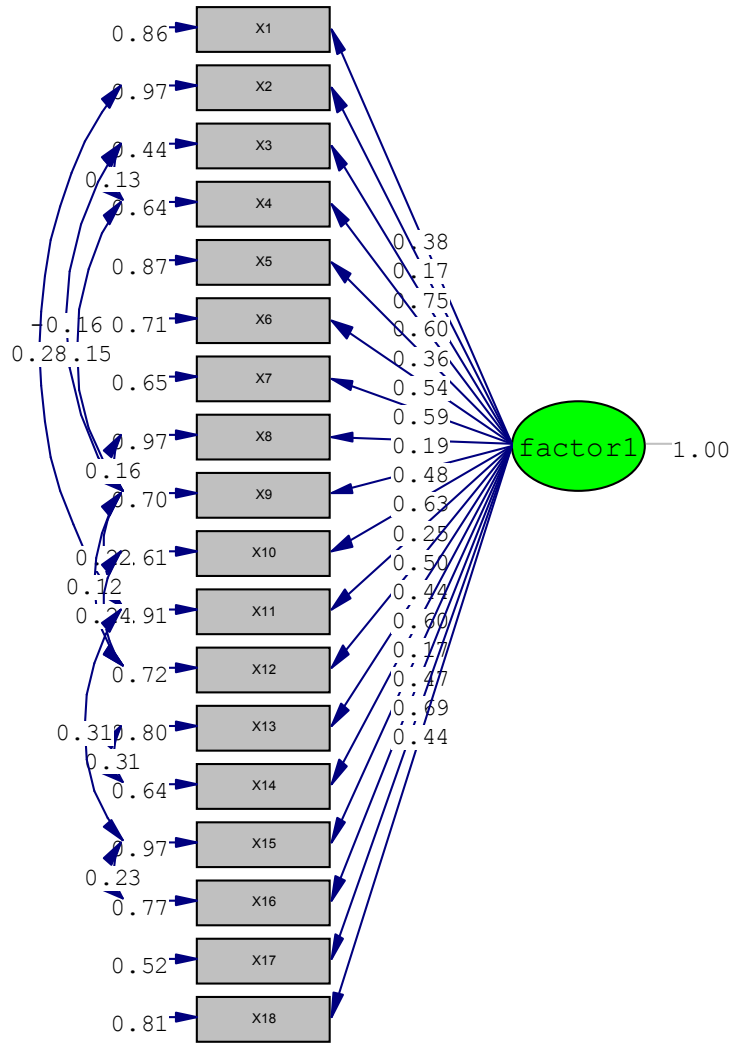
معاملات ارتباط درجات المفردات بالدرجة الكلية للدليل (في حالة حذف درجة المفردة من الدرجة الكلية للدليل)

صدق مفردات مقياس تقدير الذات									
رقم المفردة	معامل الارتباط	رقم المفردة	معامل الارتباط	رقم المفردة	معامل الارتباط	رقم المفردة	معامل الارتباط	رقم المفردة	معامل الارتباط
١	**٠,٣٤٨	٧	**٠,٤٠٥	١٣	**٠,٥٦٧	١٩	**٠,٥٠٦	٢٥	**٠,٣٢٤
٢	**٠,٢٦٦	٨	٠,١١١	١٤	**٠,٣٢٥	٢٠	٠,٠٨١		
٣	**٠,٤٩١	٩	**٠,٢٥١	١٥	**٠,٤٥٩	٢١	٠,١٢٢		
٤	**٠,٤٤٦	١٠	**٠,٤٧٥	١٦	٠,١١٨	٢٢	**٠,٥٣٩		
٥	**٠,٢٠٢	١١	**٠,٦٢٣	١٧	**٠,٢٥٦	٢٣	٠,٠١٨		
٦	**٠,٣٧٥	١٢	**٠,٣٥٥	١٨	٠,٠٥٠	٢٤	٠,٠٢٥		

ويتضح من الجدول رقم (٢٦) أن قيمة معامل ارتباط المفردة بالمقياس في حالة حذف كل مفردة من المقياس دال احصائياً عند مستوى دلالة (٠,٠١)، (٠,٠٥)، ما عدا المفردات (٨،١٦،١٨،٢٠،٢١،٢٣،٢٤)، فقد كانت غير دالة احصائياً وبذلك تم حذفهم.

- تم حساب الصدق باستخدام التحليل العاملي التوكيدي

تم حساب صدق المقياس عن طريق إجراء التحليل العاملي التوكيدي لمصفوفة معاملات الارتباط بين مفردات مقياس تقدير الذات (x1-x18) عن طريق إختبار نموذج العامل الكامن العام حيث افترض أن جميع العوامل المشاهدة لمقياس تقدير الذات تنتظم حول عامل كامن واحد (factor1) باستخدام برنامج (الليزرل) اصدار ٨.٨ وأسفرت النتائج على الآتي :



Square=291.59, df=124, P-value=0.00000, RMSEA=0.08

شكل (٨): نتائج التحليل العاى التوكيدى لدليل تقدير الذات

جدول (٢٧) .

نتائج التحليل العاملي التوكيدي لدليل تقدير الذات

قيم "ت" ودلالاتها الإحصائية	الخطأ المعياري لتقدير التشبع	التشبع بالعامل الكامن	مفردات مقياس تقدير الذات
**٤,٨٤٢	٠,٠٧٨٦	٠,٢٨٠	١
*٢,٠٩٠	٠,٨١٢	٠,١٧٠	٢
**١٠,٦٨٩	٠,٠٧٠٠	٠,٧٤٩	٣
**٧,٩٦٠	٠,٠٧٥٦	٠,٦٠٢	٤
**٤,٥٥١	٠,٠٧٨٩	٠,٣٥٩	٥
**٧,١٩٥	٠,٠٧٥٢	٠,٥٤١	٦
**٧,١٩٨	٠,٠٧٣٩	٠,٥٩٠	٧
*٢,٢٦٢	٠,٠٨١٩	٠,١٨٥	٨
**٦,٣٧٦	٠,٠٧٥٩	٠,٤٨٤	٩
**٨,٥٨٣	٠,٠٧٢٩	٠,٦٢٦	١٠
**٣,٠٩٧	٠,٠٧٩٨	٠,٢٤٧	١١
**٦,٦٥٨	٠,٠٧٥٨	٠,٥٠٥	١٢
**٥,٦٩١	٠,٠٧٧٧	٠,٤٤٢	١٣
**٨,١٥٦	٠,٠٧٣٦	٠,٦٠١	١٤
*٢,٠٨٥	٠,٠٨١١	٠,١٦٩	١٥
**٦,١٨١	٠,٠٧٦٨	٠,٤٧٤	١٦
**٩,٧٤٨	٠,٠٧٠٩	٠,٦٩١	١٧
**٥,٦٦٨	٠,٠٧٧٥	٠,٤٣٩	١٨

يتضح من الجدول (٢٧) أن نموذج العامل الكامن الواحد قد حظى على قيم جيدة لمؤشرات حسن المطابقة ، وأن معاملات الصدق دالة إحصائياً عند مستوى (٠,٠١) لعينة البحث . ويمكن القول أن نتائج التحليل العاى التوكيدى قدمت دليلاً قوياً على صدق البناء التحتى أو الكامن لمقياس تقدير الذات (عزت عبد الحميد حسن، ٢٠١٦، ص.١٢٢) .

جدول (٢٨) مؤشرات حسن المطابقة لدليل تقدير الذات

المؤشر	قيمة المؤشر	القيمة المثلى للمؤشر
قيمة كا ^٢	٢٩١,٥٨٩	أن تكون غير دالة
درجة الحرية	١٢٤	
نسبة كا ^٢	٢,٣٥١	٥-١
جذر متوسط مربع خطأ الاقتراب	٠,٠٨٨٦	٠,١-٠
اتساق معيار معلومات أكيك	النموذج: ٥٨٠,٧٩٤ المشبع: ١٠٥٢,٢١٣	أن تكون قيمة النموذج أقل من أو يساوى قيمة النموذج المشبع
مؤشر المطابقة المعيارى	٠,٨٥٤	١-٠
مؤشر المطابقة غير المعيارى	٠,٨٨٩	١-٠
مؤشر الافتقار للمطابقة المعيارى	٠,٦٩٢	١-٠
مؤشر المطابقة المقارن	٠,٩١٠	١-٠
مؤشر المطابقة التزايدى	٠,٩١١	١-٠
مؤشر المطابقة النسبى	٠,٨١٩	١-٠
جذر متوسط مربع البواقى	٠,٠٩٢٠	٠,١-٠
مؤشر حسن المطابقة	٠,٨٤١	١-٠
مؤشر حسن المطابقة المصحح بدرجات الحرية	٠,٢٨١	١-٠
مؤشر الافتقار لحسن المطابقة	٠,٦١٠	١-٠

يتضح من جدول (٢٨) أن جميع مؤشرات المطابقة للنموذج تقع فى المدى المثالى لكل مؤشر.

المعالجة الإحصائية :

تم حساب بعض المؤشرات الإحصائية الوصفية لعينة البحث في متغيرات البحث وكانت النتائج كما بالجدول (٢٩) الذي يوضح قيم معاملات الالتواء والتفرطح، وذلك للتحقق من اعتدالية التوزيع لعينة البحث في كل من دوافع السيلفي والعوامل الستة للشخصية وتقدير الذات.

جدول (٢٩).

اعتدالية التوزيع التكراري لدرجات كل من دوافع سلوك السيلفي والعوامل الستة للشخصية وتقدير الذات.

الخطأ المعياري لمعامل التفرطح	الخطأ المعياري لمعامل الالتواء	الالتواء	الانحراف المعياري	المتوسط	العدد	متغيرات البحث
٠,١٧	٠,١٩٣-	٠,٠٧٨	٠,١٤٩-	١٥,٤٦٩	٨٨,١٨١٣	٩٧٢ تقدير الذات
٠,١٧	٠,٣٧٤-	٠,٠٧٨	٠,٣٨٩	٦,٠٢٥٦	١٨,٥٩٠٥	٩٧٢ جذب الانتباه
٠,١٧	٠,١٠٤-	٠,٠٧٨	٠,٣٣٦-	٨,٢٥٧	٣٦,١٦٨٧	٩٧٢ الانتماء
٠,١٧	٠,١٩٧-	٠,٠٧٨	٠,٠٩٢	٨,٢٠٩	٢٩,٩١٦٧	٩٧٢ تعزيز الثقة بالنفس
٠,١٧	٠,٠٥٠	٠,٠٧٨	٠,٣٥٧-	٥,٣١٠	٢٨,٩٨٢٥	٩٧٢ الحفاظ
٠,١٧	٠,١٦٨-	٠,٠٧٨	٠,٠٣٧	٦,٨٨٩	٢٩,٠٧٢٠	٩٧٢ التسلية
٠,١٧	٠,٣٦٠	٠,٠٧٨	٠,١٥٢-	٢٥,٥٢٣	١٤٢,٧٣	٩٧٢ دوافع السيلفي
٠,١٧	٠,٥٥٧-	٠,٠٧٨	٠,٠٧٨-	٤,٨٥١	٢٢,٣٣٨٥	٩٧٢ الصدق والتواضع
٠,١٧	٠,٥٩٢	٠,٠٧٨	٠,٠٤٤-	٤,٦٢١	٣٠,١٣٤	٩٧٢ الانبساطية

مستفريات البحث	العدد	المتوسط	الانحراف المعياري	الالتواء	الخطأ المعياري للالتواء	الخطأ المعياري للتفطح	الخطأ المعياري لمعامل التفطح
المقبولية	٩٧٢	٢٦,٢٠٣	٤,٢٥٤	-٠,٠٠٤	٠,٠٧٨	٠,٠٣٩	٠,١٧
الضمير الحي	٩٧٢	٣٢,٣٧٤٥	٤,٩٨٠	٠,٠٣٩	٠,٠٧٨	٠,٢٨١	٠,١٧
الانفتاح على الخبرة	٩٧٢	٢٢,٨٦٢٢	٣,٩٣٨	-٠,٠٠٦	٠,٠٧٨	٠,١٥٥	٠,١٧
الانفعالية	٩٧٢	٢٩,٥٥٨	٤,٩١٩	-٠,٣٢٢	٠,٠٧٨	٠,٠٩٥	٠,١٧

يتضح من الجدول (٢٩) أن حدود كل من معاملات الالتواء والتفطح تقترب من المدى (٣ إلى ٣) وعليه فإن البيانات أقرب إلى اعتدالية التوزيع.

للتحقق من فروض البحث استخدمت الباحثة الأساليب الاحصائية الآتية:

التكرارات والنسب المئوية - معامل ارتباط بيرسون - اختبار كاي - اختبار (ت) - تحليل المسار.

نتائج البحث ومناقشتها وتفسيرها

نتائج الفرض الأول ومناقشته وتفسيره

ينص الفرض الأول على أنه " تتباين استجابات طلاب كلية التربية جامعة الزقازيق حول ترتيب الدوافع النفسية للسيلفي، واختبار صحة هذا الفرض تم استخدام التكرارات والنسب المئوية وكانت النتائج موضحة كما في الجدول التالي :

جدول (٣٠)

التكرارات والنسب المئوية لدوافع ممارسة سلوك السيلفي

الاختيار	الدوافع	التكرار	النسبة المئوية
الأول	الحفظ وتسجيل اللحظات	٥٣٢	%٥٤,٧٣
	التسلية والمتعة وقضاء وقت الفراغ	٢٣٠	%٢٣,٧
	جذب الانتباه	٣٣	%٣,٤
	تعزيز الثقة بالنفس	٦٨	%٧
	الانتماء والتواصل	١١٤	%١١,٧
الثاني	الحفظ وتسجيل اللحظات	٢٤٩	%٢٥,٦
	التسلية والمتعة وقضاء وقت الفراغ	٣٢٤	%٣٣,٣
	جذب الانتباه	٣٥	%٣,٦
	تعزيز الثقة بالنفس	١٠٣	%١٠,٦
	الانتماء والتواصل	٢٧٠	%٢٧,٨
الثالث	الحفظ وتسجيل اللحظات	١٠٩	%١١,٢
	التسلية والمتعة وقضاء وقت الفراغ	٢٣٠	%٢٣,٧
	جذب الانتباه	١٣٣	%١٣,٧
	تعزيز الثقة بالنفس	١٨٣	%١٨,٨
	الانتماء والتواصل	٣٠٤	%٣١,٣
الرابع	الحفظ وتسجيل اللحظات	٤٣	%٤,٤
	التسلية والمتعة وقضاء وقت الفراغ	١٥٣	%١٥,٧
	جذب الانتباه	٧٠	%٧,٢
	تعزيز الثقة بالنفس	٥٣٧	%٥٥,٢
	الانتماء والتواصل	١٦٤	%١٦,٩
الخامس	الحفظ وتسجيل اللحظات	٣٩	%٤
	التسلية والمتعة وقضاء وقت الفراغ	٣٥	%٣,٦
	جذب الانتباه	٧٠١	%٧٢,١

الاختيار	الدوافع	التكرار	النسبة المئوية
	تعزيز الثقة بالنفس	٨١	٨,٣%
	الانتماء والتواصل	١٢٠	١٢,٣%

يتضح من الجدول (٣٠) أن أكثر الدوافع الممثلة والمفضلة لدى عينة البحث لالتقاط صور السيلفي هي دافع الحفاظ وتسجيل اللحظات كاختيار أول بنسبة مئوية مرتفعة (٥٤,٧٣%) وكأختيار خامس احتل نسبة مئوية منخفضة (٤%) بينما أقل الدوافع تفضيلاً من قبل عينة البحث هي دافع جذب الانتباه حيث احتل نسبة مئوية مرتفعة كاختيار خامس (٧٢,١%) بينما احتل اختياره كترتيب أول نسبة مئوية منخفضة (٣,٤%)، ومن ثم يتضح أنه من خلال التكرارات والنسب المئوية أن ترتيب الدوافع النفسية للسيلفي على التوالي (الحفظ وتسجيل اللحظات/ التسلية والمتعة وقضاء وقت الفراغ/ الانتماء والتواصل/ تعزيز الثقة بالنفس/ جذب الانتباه) مما يعبر عن صحة هذا الفرض، وقد اتفقت نتيجة هذا البحث مع نتيجة بحوث كل من (BIJ de vatte, etal.2018; Biolcatia&Passini, 2018; Boursier&Manna, 2018) واختلفت مع نتيجة بحوث كل من (Balakrishnan & Griffiths. 2018; Krishnamurthy, 2013; Magc, 2018; Maheswair,& Evangelin, 2017) ويمكن تفسير ذلك من خلال أن سلوك حفظ الصور الفوتوغرافية بوجه عام في الاعياد والمناسبات والرحلات عادة قديمة وليست بالجديدة، فالشركائيات اجتماعية مدفوعة منذ فترة طويلة بالحاجة إلى الموافقة وتأكيد الذات، وتعود الرغبة في التمثيل التصويري للذات إلى اللوحات القديمة المرسومة باليد على جدران الكهوف، وفي عالم سريع الخطى من التكنولوجيا المتغيرة باستمرار، يمكن القول أن الصورة السيلفي هي مجرد تطور طبيعي لتلك الصور القديمة. والتي ظهرت بصورة كبيرة بعد انتشار أجهزة المحمول وما حدث بها من تقنيات متطورة وسريعة

يُمكن استغلالها، وهو ما جعله يحتل الترتيب الأول من حيث الدوافع والاعلى نسبة مئوية مقارنة بالدوافع الأخرى، كما يمكن تفسير احتلال التسلية والمتعة وقضاء وقت الفراغ المرتبة الثانية بين الدوافع حيث انتشار التطبيقات المختلفة للصور السيلفي برامج (السناب شات، SNOW، B612، Youcame Perfect) التي مكنت من اضافة فلاتر مميزة على الصور من حيث درجة نقاء الصورة واطافة بعض الأشكال المضحكة عليها؛ مما جعلها طريقة مسلية وفي نفس الوقت ممتعة ويمكن استغلالها في قضاء وقت الفراغ، بالاطافة الى استحداث تطبيقات جديدة كل فترة بشكل متزايد مما يدفع الافراد لتجربتها ومقارنتها بالتطبيقات الأخرى في التحسينات التي تظهرها على الصور، كما يمكن تفسير احتلال الانتماء والتواصل المرتبة الثالثة بين الدوافع النفسية للسيلفي حيث أن السيلفي وسيلة متميزة لبناء والحفاظ على العلاقات من خلال التعليقات على الصور وردود أفعال الآخرين، والتي قد تؤدي إلى علاقة أقوى من التفاعلات وجهاً لوجه، واحتلت المرتبة الثالثة لأنها قد تتحقق من خلال العلاقات المباشرة وجهاً لوجه إلا ان السيلفي يعمقها بشكل أكثر منه، بينما احتل تعزيز الثقة بالنفس المرتبة الرابعة حيث أن الثقة بالنفس يكافح الأفراد من أجل الحصول عليها، حيث توحى الصور الذاتية بأن الأفراد في حاجة للتأكيد الذاتي، ويعتبرون السيلفي وسيلة لتعزيز ذاتهم، ويمكن تفسير احتلاله للمرتبة الرابعة لأن هذا الدافع قد لا يتضح ويفهم كغرض لممارسة السيلفي لعدد كبير من الأفراد والدليل على ذلك النسبة المئوية لعدد أفراد العينة الذين اختاروه كاختيار أول (٧٪) وهي نسبة منخفضة، وكاختيار ثاني (١٠،٦٪)، ويعتقدوا أن هناك وسائل أخرى أكثر جدوى من السيلفي وهي أفعاله وسلوكياته مع الآخرين في عالمه الحقيقي وليس من خلال

صورة تم ادخال عليها تعديلات وفلترت مما يوحي بأنه مزيفة، البعض، بينما تفسر الباحثة اتخاذ دافع جذب الانتباه أدنى الدوافع ممارسة من قبل عينة البحث لأن من يفعل ذلك عادة هم الذكور وبنسبة قليلة جداً مقارنة بالاناث وهم يمثلون بوجه عام نسبة منخفضة ١٢٪ من اجمالي عينة البحث.

نتائج الفرض الثاني ومناقشته وتفسيره

ينص الفرض الثاني على أنه " لا تختلف تكرارات استجابات الطلاب في درجة التقاط صور سيلفي فردية باختلاف النوع (الذكور/ الاناث)، ولاختبار من صحة هذا الفرض تم استخدام التكرارات والنسب المئوية واختبار كاي، وكانت النتائج موضحة كما في الجدول التالي

جدول (٣١)

الجدول المتقطع للنوع * درجة التقاط صور سيلفي فردية

النوع * درجة التقاط الصور السيلفي بصورة فردية					
الاجمالي	إلى أي درجة تلتقط صور سيلفي لنفسك				
	بدرجة كبيرة	بدرجة متوسطة	بدرجة قليلة		
٩٠	١	١	٨٨	التكرار	الذكور
%١٠٠,٠	%١,١	%١,١	%٩٧,٨	النسبة المئوية للتكرار داخل النوع الواحد	
%١٦,٣	%١٤,٣	%٧,٧	%١٦,٦	النسبة المئوية للتكرار داخل درجة الاستجابة الواحدة	
%١٦,٣	%٠,٢	%٠,٢	%١٦,٠	النسبة المئوية للتكرار بالنسبة للمجموع الكلي	
٤٦١	٦	١٢	٤٤٣	التكرار	الاناث
%١٠٠,٠	%١,٣	%٢,٦	%٩٦,١	النسبة المئوية للتكرار داخل النوع	

د. أميرة محمد بدر محمد سلامة عوف الدوافع النفسية لسلوك السيلفي وعلاقتها بكل من العوامل الستة للشخصية

				النوع الواحد		
%٨٣,٧	%٨٥,٧	%٩٢,٣	%٨٣,٤	النسبة المئوية للتكرار داخل درجة الاستجابة الواحدة	اجمالي	
%٨٣,٧	%١,١	%٢,٢	%٨٠,٤	النسبة المئوية للتكرار بالنسبة للمجموع الكلي		
٧	١٣	٥٣١	٥٣١	التكرار		
%١,٣	%٢,٤	%٩٦,٤	%٩٦,٤	النسبة المئوية للتكرار داخل النوع الواحد		
%١٠٠,٠	%١٠٠,٠	%١٠٠,٠	%١٠٠,٠	النسبة المئوية للتكرار داخل درجة الاستجابة الواحدة		
%١,٣	%٢,٤	%٩٦,٤	%٩٦,٤	النسبة المئوية للتكرار بالنسبة للمجموع الكلي		

يمثل الجدول (٣١) جدول متقطع أو جدول التكرار المزدوج الذي يحتوى على عينتى الذكور والاناث فى صفوف، واستجابات متغير درجة التقاط صور سيلفى فردية موزعة فى أعمدة، وفى كل خلية متقاطعة بين المتغيرين يوجد أربعة أرقام وهى: يشير الرقم الأول فيها إلى التكرار، والرقم الثانى يشير إلى النسبة المئوية للتكرار داخل النوع الواحد (ذكوراً، اناث)، والرقم الثالث يشير إلى النسبة المئوية للتكرار بالنسبة لدرجة استجابة الفرد لالتقاط صور سيلفى فردية (بدرجة قليلة/ بدرجة متوسطة/ بدرجة كبيرة) والرقم الرابع يشير إلى النسبة المئوية بالنسبة لمجموع الاستجابات الكلى لأفراد العينة (عزت عبد الحميد محمد حسن، ٢٠١٦، ص. ٤٨٩)

جدول (٣٢)

قيمة اختبار كاي^٢

الدلالة	درجات الحرية	القيمة	
٠,٦٨٦	٢	٠,٧٥٤	ارتباط بيرسون كاي ^٢

٠,٦٣٨	٢	٠,٨٩٧	النسبة الاحتمالية
٠,٥٤٥	١	٠,٣٦٦	الارتباط الخطي
		٥٥١	عدد الحالات المتاحة

يتضح من الجدول (٣٢). نتائج اختبار (كا^٢) ومستوى دلالتها الاحصائية، حيث أن قيمة كا^٢ المحسوبة تساوى (٠,٧٥٤) وهى غير دالة احصائية، مما يشير إلى عدم وجود فروق ذات دلالة احصائية بين تكرارات استجابات كل من الذكور والاناث فى درجة التقاط صور سلفى فردية، مما يعبر عن صحة هذا الفرض، وقد اختلفت مع نتيجة بحث Baiocco, Chirumbolo, Bianchi, Ioverno, Morelli & (2017) Nappa, الذى توصلت نتائجه إلى أن السيلفى الفردى أكثر تكرار لدى الإناث (٦٦,١ %) بينما الذكور (٥٥ %)، وسوف يتم عرض التفسير مع الفرض التالى:

نتائج الفرض الثالث ومناقشته وتفسيره

ينص الفرض الثالث على أنه " لا تختلف تكرارات استجابات الطلاب فى درجة التقاط صور السيلفى الجماعية باختلاف النوع (ذكور/ اناث)، ولا اختبار صحة هذا الفرض تم استخدام التكرارات والنسب المئوية واختبار كا^٢، وكانت النتائج موضحة كما فى الجدول التالى :

نتائج الفرض الثالث ومناقشته وتفسيره

ينص الفرض الثالث على أنه " لا تختلف تكرارات استجابات الطلاب فى درجة التقاط صور السيلفى الجماعية باختلاف النوع (ذكور/ اناث)، ولا اختبار صحة هذا الفرض تم استخدام التكرارات والنسب المئوية واختبار كا^٢، وكانت النتائج موضحة كما فى الجدول التالى

جدول (٣٣) الجدول المتقطع للنوع* درجة التقاط صور سيلفي جماعية

الاجمالي	تلتقط صور سيلفي جماعية إلى درجة					
	كبيرة بدرجة	متوسطة بدرجة	قليلة بدرجة			
١٠٩	٢	١	١٠٦	التكرار	ذكور	النوع
%١٠٠,٠	%١,٨	%٠,٩	%٩٧,٢	النسبة المئوية للتكرار داخل النوع الواحد		
%١٢,٣	%١٤,٣	%٥,٦	%١٢,٤	النسبة المئوية للتكرار داخل درجة الاستجابة		
%١٢,٣	%٠,٢	%٠,١	%١١,٩	النسبة المئوية للتكرار بالنسبة للمجموع الكلي		
٧٨٠	١٢	١٧	٧٥١	التكرار	إناث	
%١٠٠,٠	%١,٥	%٢,٢	%٩٦,٣	النسبة المئوية للتكرار داخل النوع الواحد		
%٨٧,٧	%٨٥,٧	%٩٤,٤	%٨٧,٦	النسبة المئوية للتكرار داخل درجة الاستجابة		
%٨٧,٧	%١,٣	%١,٩	%٨٤,٥	النسبة المئوية للتكرار بالنسبة للمجموع الكلي		
١٤	١٨	٨٥٧	٨٥٧	التكرار	الاجمالي	
%١,٦	%٢,٠	%٩٦,٤	%٩٦,٤	النسبة المئوية للتكرار داخل النوع الواحد		
%١٠٠,٠	%١٠٠,٠	%١٠٠,٠	%١٠٠,٠	النسبة المئوية للتكرار داخل درجة الاستجابة		
%١,٦	%٢,٠	%٩٦,٤	%٩٦,٤	النسبة المئوية للتكرار بالنسبة للمجموع الكلي		

جدول (٣٤) اختبار قيمة كا^٢

مستوى دلالة الطرفين	درجات الحرية	القيمة	
٠,٦٦٥	٢	٠,٨١٥	ارتباط بيرسون كا ^٢
٠,٦١٢	١	٠,٩٨١	النسبة الاحتمالية
٠,٨١٨	١	٠,٠٥٣	الارتباط الخطى
		٨٨٩	عدد الحالات المتاحة

يتضح من الجدول (٣٤). نتائج اختبار (كا^٢) ومستوى دلالتها الاحصائية، حيث أن قيمة كا^٢ المحسوبة تساوى (٠,٨١٥) وهى غير دالة احصائية، مما يشير إلى عدم وجود فروق ذات دلالة احصائية بين تكرارات استجابات كل من الذكور والاناث فى درجة التقاط صور سيلفى جماعية، وفى حدود ما اطلعت عليه الباحثة لم تتواجد بحوث او دراسات سابقة تناولت هذه الفروق.

ويمكن تفسير كل من الفرض الثانى والفرض الثالث بأن ظاهرة السيلفى هى توجه عصرى مجتمعى برز من خلال انتشار الكاميرا الرقمية ومواقع التواصل الاجتماعى وتطبيقاته المختلفة من عصا السيلفى إلى برامج التحرير المختلفة (مثل سناب شات، b612)، ويمارسها جميع الشباب سواء الاناث أو الذكور طالما أن الجميع يمتلك الان موبايل ذو كاميرا أمامية، فهو يستغل جميع الظروف والأوقات بقدر ما تسمح به لالتقاط صور جماعية مع أصدقائه بالجامعة أو صور فردية عند تواجده بمفرده أو بالمنزل، وهى عملية لن تكلفه الكثير الرفع الكاميرا فى مواجهة الوجه الضغط على زر الكاميرا، بالاضافة إلى الفوائد المترتبة على هذه العملية من التغلب على الملل والسعادة والفرحة.

نتائج الفرض الرابع ومناقشته وتفسيره

ينص هذا الفرض الرابع على أنه " لا تختلف تكرارات استجابات الطلاب في نشر الصور السيلفي باختلاف النوع (ذكور/إناث) ، ولا اختبار صحة هذا الفرض تم استخدام التكرارات والنسب المئوية واختبار كاي^٢، وكانت النتائج موضحة كما في الجدول التالي

جدول (٣٥) الجدول المتقطع للنوع* هل تنشر صور السيلفي؟

الجدول المتقطع للنوع* هل تنشر صور السيلفي؟				
اجمالي	السيلفي صور تنشر هل			
	لا	نعم		
١١٧	٢٧	٩٠	التكرار	النوع
%١٠٠,٠	%٢٤,١	%٧٦,٩	النسبة المئوية للتكرار داخل النوع الواحد	
%١٢,٠	%٦,٤	%١٦,٣	النسبة المئوية للتكرار في الموافقة أم لا على نشر الصور السيلفي	
%١٢,٠	%٢,٨	%٩,٣	النسبة المئوية للتكرار بالنسبة للمجموع الكلي	
٨٥٥	٣٩٤	٤٦١	التكرار	النوع
%١٠٠,٠	%٤٦,١	%٥٣,٩	النسبة المئوية للتكرار داخل النوع الواحد	
%٨٨,٠	%٩٣,٦	%٨٣,٧	النسبة المئوية للتكرار في الموافقة أم لا على نشر الصور السيلفي	
%٨٨,٠	%٤٠,٥	%٤٧,٤	النسبة المئوية للتكرار بالنسبة للمجموع الكلي	
٤٢١	٥٥١	٥٥١	التكرار	الاجمالي
%٤٣,٣	%٥٦,٧	%٥٦,٧	النسبة المئوية للتكرار داخل النوع الواحد	

النسبة المئوية للتكرار في الموافقة أم لا على نشر الصور السيلفي	%١٠٠,٠	%١٠٠,٠	%١٠٠,٠
النسبة المئوية للتكرار بالنسبة للمجموع الكلي	٥٦,٧	٥٦,٧	%٤٣,٣

يمثل الجدول (٣٥) جدول متقطع أو جدول التكرار المزدوج الذي يحتوى على عينتى الذكور والاناث فى صفوف، واستجابات متغير نشر صور السيلفي (نعم/لا) موزعة فى أعمدة، وفى كل خلية متقاطعة بين المتغيرين يوجد أربعة أرقام وهى: يشير الرقم الأول فيها إلى التكرار، والرقم الثانى يشير إلى النسبة المئوية للتكرار داخل النوع الواحد (ذكور أ، اناث)، والرقم الثالث يشير إلى النسبة المئوية للتكرار بالنسبة للاستجابة الواحدة (نعم أ، لا)، والرقم الرابع يشير إلى النسبة المئوية بالنسبة لمجموع الاستجابات الكلى لأفراد العينة (عزت عبد الحميد محمد حسن، ٢٠١٦، ص. ٤٨٩).

جدول (٣٦)

اختبار قيمة كا^٢

الدالة	درجات الحرية	القيمة	
٠,٠٠٠	١	٢٢,١٨٣	ارتباط بيرسون كا ^٢
٠,٠٠٠	١	٢١,٢٥٦	النسبة الاحتمالية
٠,٠٠٠	١	٢٢,٦٠٥	الارتباط الخطى
		٩٧٢	عدد الحالات المتاحة

يتضح من الجدول (٣٦). نتائج اختبار (كا^٢) ومستوى دلالتها الاحصائية، حيث أن قيمة كا^٢ المحسوبة تساوى (٢٢,١٨٣) وهى دالة احصائية، مما يشير إلى وجود فروق ذات دلالة احصائية بين تكرارات استجابات كل من الذكور والاناث فى سلوك نشر الصور السيلفي، وبالتأمل فى الجدول (٨) للنتائج نجد أن الفروق بوجه عام لصالح الذكور ذوو النسبة المئوية الأعلى للتكرار (٧٦,٩%) مقارنة بالاناث ذوى النسبة المئوية الأقل للتكرار (٥٦,٧%) مما يعبر عن عدم صحة الفرض.

وقد اختلفت نتيجة البحث الحالي عما توصلت إليه نتائج بحوث كل من (Arpaci, Balogu&, Kesici, 2018; Barry etal. 2017; Biolcati &,Passini, 2018; Dhir Pallesen, Torsheim, & Andreassen, 2016; Kim &, Chock, 2016; Maheswair,&, Evangelin,2017; Priya, Venkatesan, Vijayalakshmi, 2018; Sorokowska et al. 2016; Sorokowski, , Sorokowska, Frackowiak, Karwowski, Rusicka, & Oleszkiewicz, 2015)

ويمكن تفسير ذلك بأننا بمجتمع شرقى ذكوري، ما يسمح للذكور قد لا يتاح بنفس الدرجة للإناث، حيث يُسمح للذكور بنشر صورهم الشخصية عبر مواقع التواصل الاجتماعي دون أدنى لوم بل يعتبر هذا السلوك لهم متاح وطبيعي، بينما هناك عدة محاذير من أن تضع الفتاة وتنشر صورها عبر مواقع التواصل الاجتماعي خوفاً من استغلال صورها بصورة سيئة أو التلاعب بالصور باستخدام برامج الفوتوشوب من ابدال مما يُسئ الى سمعتها، ومواجهتها بعض المشاكل مثل الابتزاز والتحرش الالكتروني أو ما شابه ذلك.

نتائج الفرض الخامس ومناقشته وتفسيره

ينص هذا الفرض الخامس على أنه " تختلف تكرارات استجابات الطلاب في تحرير الصور السيلفي باختلاف النوع لصالح الاناث، ولاختبار صحة هذا الفرض تم استخدام التكرارات والنسب المئوية واختبار كاي، وكانت النتائج موضحة كما في الجدول التالي:-

جدول (٣٧)

الجدول المتقطع للنوع* هل تحرر صور السيلفي قبل نشرها؟

الاجمالي	هل تحرر الصور السيلفي قبل النشر			
	لا	نعم		
١١٧	٣٤	٨٣	التكرار	ذكور
%١٠٠,٠	%٢٤,١	%٧٠,٩	النسبة المئوية للتكرار داخل النوع الواحد	
%١٢,٠	%٧,٠	%١٧,١	النسبة المئوية للتكرار في الموافقة أم لا على تحرير الصور السيلفي قبل نشرها	
%١٢,٠	%٣,٥	%٨,٥	النسبة المئوية للتكرار بالنسبة للمجموع الكلي	
٨٥٥	٤٥٣	٤٠٢	التكرار	اناث
%١٠٠,٠	%٥٣,٠	%٤٧,٠	النسبة المئوية للتكرار داخل النوع الواحد	
%٨٨,٠	%٩٣,٠	%٨٢,٩	النسبة المئوية للتكرار في الموافقة أم لا على تحرير الصور السيلفي قبل نشرها	
%٨٨,٠	%٤٦,٦	%٤١,٤	النسبة المئوية للتكرار بالنسبة للمجموع الكلي	
%٩٧٢	٤٨٧	٤٨٥	التكرار	الاجمالي
%١٠٠,٠	%٥٠,١	%٤٩,٩	النسبة المئوية للتكرار داخل النوع الواحد	
%١٠٠,٠	%١٠٠,٠	%١٠٠,٠	النسبة المئوية للتكرار داخل الاستجابة الواحدة	
%١٠٠,٠	%٥٠,١	%٤٩,٩	الاجمالي	

جدول (٣٨)
اختبار قيمة كاً

الدلالة	درجات الحرية	القيمة	
٠,٠٠٠	١	٢٣,٥٥٩	ارتباط بيرسون كاً
٠,٠٠٠	١	٢٢,٦١٢	النسبة الاحتمالية
٠,٠٠٠	١	٢٤,٢٠٨	الارتباط الخطى
		٩٧٢	عدد الحالات المتاحة

يتضح من الجدول (٣٨) عرض نتائج اختبار كاً ومستوى دلالتها الاحصائية، حيث أن قيمة كاً المحسوبة تساوى ٢٣,٥٥٩ وهى دالة احصائية عند مستوى دلالة (٠,٠١)؛ مما يشير إلى وجود فروق ذات دلالة احصائية بين تكرارات استجابات كل من الذكور والاناث فى سلوك تحرير الصور السيلفى، وبالتأمل فى الجدول (٣٧) للنتائج نجد أن الفروق بوجه عام لصالح الذكور ذوو النسبة المئوية الأعلى للتكرار (٧٠,٩٪) مقارنة بالاناث ذوى النسبة المئوية الأقل للتكرار (٤٧٪) مما يعبر عن عدم صحة الفرض.

وقد اختلفت نتائج البحث الحالى مع نتائج بحوث كل من (Dhir, et al. 2017; Magc, 2017; Maheswair,& Evangelin, 2016)؛ ويمكن تفسير ذلك بأن الذكور تسعى دوماً للفت انتباه الاناث عبر مواقع التواصل الاجتماعى، وأقرب وسيلة للتواصل تكون من خلال ما ينشره من صور أو صورته الافتتاحية بالبروفيل الشخصى لمواقع التواصل الاجتماعى ومدى جاذبيتها وقدرتها على لفت واثارة انتباه الآخرين وخاصة الاناث، ويستخدم فى ذلك برامج الفوتوشوب والتحرير

وذلك لابرار وسامة الوجه والعضلات المفتولة، وهو ما أوضحته ايضاً النتيجة السابقة بأنهم أكثر نشرأ لصور السيلفى عن الاناث، وغالبأ ما يرتبط النشر بالتحرير.

نتائج الفرض السادس ومناقشته وتفسيره

ينص هذا الفرض السادس على أنه " لا تختلف الدوافع النفسية للسيلفى باختلاف النوع (ذكور- اناث)، ولا اختبار صحة هذا الفرض تم استخدام المتوسطات الحسابية واختبار(ت) ، وكانت النتائج موضحة كما فى الجدول التالى :-

جدول (٣٩)

دلالة الفروق بين متوسطات درجات الذكور والاناث

فى الدوافع المرتبطة بالسيلفى

الدلالة	درجات الحرية	قيمة ت	النسبة الفائية	الانحراف المعياري	المتوسط	العدد	الدافع
٠,٠١	١٤٥,٣٨٧	٣,١٨١	١,١٥٧	٦,٣٣٣	٢٠,٣٢٤	١١٧	ذكور
				٥,٩٤٦	١٨,٣٥٣	٨٥٥	إناث
غير دالة	٩٧٠	٠,٧٧٩	٣,٤٥٤	٧,٥٠٤	٣٦,٧٢٦	١١٧	ذكور
				٨,٣٥٦	٣٦,٩٢٤	٨٥٥	إناث
غير دالة	٩٧٠	١,٧٧٦	٠,٤٥٠	٨,١٧١٢	٣١,١٧٩٥	١١٧	ذكور
				٨,٢٠٣	٢٩,٧٤	٨٥٥	إناث
غير دالة	٩٧٠	٠,١٣١	٠,٢٠٥	٥,٢٣٩	٢٩,٠٤٢٨	١١٧	ذكور
				٥,٣٢٢	٢٨,٩٧٤	٨٥٥	إناث
٠,٠٥	٩٧٠	٢,٥٠٢-	٠,٠٣٨	٦,٩٩٩	٢٧,٥٨١	١١٧	ذكور
				٦,٨٥٣	٢٩,٢٧٦	٨٥٥	إناث

يتضح من الجدول (٣٩). عدم وجود فروق بين الذكور والاناث فى كل من دوافع الانتماء والتواصل وتعزيز الثقة بالنفس والحفظ وتسجيل اللحظات بين الذكور والاناث، ووجود فروق ذات دلالة احصائية بين الذكور والاناث فى جذب

الانتباه لصالح الذكور، وفي دافع التسلية والمتعة وقضاء وقت الفراغ لصالح الاناث، مما يعبر عن صحة الفرض جُزئياً، وقد اتفقت نتائج هذا البحث مع كل من (Boursier & Manna, 2018; Sorokowski, et al. 2015)، واختلفت مع نتائج بحثى كل من (Biolcati & Passini, 2018; Saleem, et al,2016)، ويمكن تفسير ذلك من خلال أن الإناث يقضين وقت فراغ أطول من الذكور حيث ينشغل الذكور فى اعباء اخرى فى التحاقهم بالعمل أثناء فترة الدراسة لتلبية متطلباتهم من ملابس ومصروف يومية بخلاف الإناث اللاتي لازلن تعتمدن على أسرهن فى أمورهن المادية؛ ومن ثم فتتوفر لدى الإناث فترة من الوقت تقضيها فى التسلية والاستمتاع فى التقاط الصور ونشرها بعد قضاء يومها الجامعى، كما يمكن تفسير أن دافع جذب الانتباه لصالح الذكور تعتبر منطقية حيث أن غالبية الذكور يسعوا إلى لفت نظر الاناث إليهم لنيل اعجابهن حتى يستطيعوا كسب محبتهن، ويستخدم كل ذكر المميزات التى يمتلكها، ولكن أهم هذه المميزات هى المظهر الجسدى له من القامة الطويلة وعرض المنكبين والعضلات المفتولة والمظهر العام هم أكثر ما يؤثر فى المرأة منذ الوهلة الأولى قبل بداية أى حوار، ويجعلها أكثر تقبلاً له، وهو ما يظهر فى صور الذكور المنشورة عبر مواقع التواصل الاجتماعى فى البروفايل الشخصى.

نتائج الفرض السابع ومناقشته وتفسيره

ينص هذا الفرض السابع على أنه " لا تختلف الدوافع النفسية للسيلفى باختلاف النشر (الناشرين وغير الناشرين) للصور عبر مواقع التواصل الاجتماعى، ولاختبار صحة هذا الفرض تم استخدام المتوسطات الحسابية واختبار(ت) ، وكانت النتائج موضحة كما فى الجدول التالى:

جدول (٤٠) دلالة الفروق بين متوسطات درجات الناشرين وغير الناشرين فى الدوافع

النفسية للسيلفى

الدلالة	درجات الحرية	قيمة ت	النسبة الفائية	الانحراف المعياري	المتوسط	العدد	الدافع	
							نعم	لا
٠,٠١	٩٢٨,٥٥١	٩,٩٦٥	٥,٢٢٥	٥,٩٥٨	٢٠,١٧٧	٥٥١	نعم	جذب الانتباه
							لا	٤٢١
٠,٠١	٨٢٢,٢٩٦	٥,٨٠٨	٧,٥٧٨	٧,٥٩٧	٣٧,٥١٥	٥٥١	نعم	الإنتماء
							لا	٤٢١
٠,٠١	٨٦٠,٦٩٨	٤,٨٥٧	٤,٩٢٦	٧,٧٩٢	٣١,٠٣٤٥	٥٥١	نعم	تعزيز الثقة
							لا	٤٢١
٠,٠٥	٩٧٠	٢,٢٥٦	٠,٠١٣	٥,١٩٢	٢٩,٣١٧	٥٥١	نعم	الحفظ
							لا	٤٢١
٠,٠١	٩٧٠	٤,٦٧٥	٠,٠٠٨	٦,٧٦	٢٩,٩٦٥	٥٥١	نعم	تسليية ومتعة
							لا	٤٢١

يتضح من الجدول (٤٠) أنه توجد فروق ذات دلالة احصائية فى دوافع السيلفى المختلفة (جذب الانتباه - الانتماء - تعزيز الثقة بالذات - الحفظ والتسجيل - التسليية والمتعة) لصالح الناشرين، وفى حدود ما اطلعت عليه الباحثة لم تتواجد بحوث تناولت مثل هذه الفروق؛ مما يعنى عدم صحة الفرض، وتعتبر هذه النتيجة منطقية حيث يوفر نشر الصور عبر مواقع التواصل الاجتماعى المختلفة مزايا مثل لفت نظر وانتباه الاصدقاء على صفحة التواصل الاجتماعى، كما تزداد معها قدرة الصورة على تعميق أواصر العلاقات بينها وبين الآخرين حيث تبرز حياة الفرد الشخصية وما يمر به من أحداث أو مواقف بصورة علنية مما يجعلها صفحة مفتوحة أو كتاب مفتوح لمن يُريد أن يُوطد علاقته به فى حالة نشر صورة شخصية لها وفى حالة نشر صورة جماعية مع الأصدقاء فهى تعبر عن مدى حبه لهم والانتماء إليهم مما يوطد علاقته بزملائه أكثر، كما يكتسب الثقة بالذات من خلال كم الاعجابات، والتعليقات الايجابية على ما ينشره من صور شخصية له أو صور جماعية تجمعهم بأصدقائه، كما يستمتع الأفراد

د. أميرة محمد بدر محمد سلامة عوف الدوافع النفسية لسلوك السيلفي وعلاقتها بكل من العوامل الستة للشخصية

بقضاء أوقاتهم على مواقع التواصل الأتماعى من خلال متابعة التعليقات والردود الإيجابية على ما يتم نشره من صور.

نتائج الفرض الثامن ومناقشته وتفسيره

ينص هذا الفرض الثامن على أنه " لا تختلف الدوافع النفسية للسيلفى باختلاف تحرير (محرر/ غير محرر) الصور السيلفى قبل نشرها عبر مواقع التواصل الاجتماعى ولا اختبار صحة هذا الفرض تم استخدام المتوسطات الحسابية واختبار(ت) ، وكانت النتائج موضحة كما فى الجدول التالى :

جدول (٤١)

دلالة الفروق بين متوسطات درجات المحررين وغير المحررين فى الدوافع النفسية للسيلفى.

الدوافع	العدد	المتوسط	الإنحراف المعيارى	النسبة	قيمة ت	درجات الحرية	الدلالة
جذب الانتباه	نعم	٤٨٥	١٩,٧٠٩	٥,٨١٧	٠,٨٠٦٣	٩٧٠	٠,٠١
	لا	٤٨٧	١٧,٤٧٦	٦,٠٢٨			
الإنتماء والتواصل	نعم	٤٨٥	٣٧,٢٧٦	٧,٤٠٩	١٤,٦١١	٩٤٠,٦٦	٠,٠١
	لا	٤٨٧	٣٥,٠٦٥	٨,٨٩٤			
تعزيز الثقة بالنفس	نعم	٤٨٥	٣٠,٤٩	٧,٦٩٢	٦,٦٠٥	٩٥٧,٥٢	٠,٠٥
	لا	٤٨٧	٢٩,٣٣	٨,٦٦٢			
الحفظ وتسجيل اللحظات	نعم	٤٨٥	٢٨,٩٣٤	٥,٠٨٨	١,٩٨٣	٩٦٤,١٠٨	غير دالة
	لا	٤٨٧	٢٩,٣٣	٥,٥٢			
التسلية والمتعة وقضاء وقت الفراغ	نعم	٤٨٥	٢٩,٧٣	٦,٩٧٣	١,٤٥٢	٩٧٠	٠,٠١
	لا	٤٨٧	٢٨,٤١٤	٦,٧٤٨			

يتضح من الجدول (٤١). أنه لا توجد فروق ذات دلالة احصائية فى دافع الحفظ وتسجيل اللحظات بين المحررين وغير المحررين، بينما توجد فروق ذات دلالة احصائية فى كل من جذب الانتباه والانتماء والتواصل وتعزيز الثقة بالنفس والتسلية والمتعة وقضاء وقت الفراغ لصالح المحررين، وفى حدود ما اطلعت عليه الباحثة لم تجد بحوث تناولت هذه الفروق؛ ومن ثم فقد تحقق صحة الفرض جزئياً، ويمكن تفسير ذلك من خلال انها كلما كانت الصورة مفلترة ونقية وتم ادخال تحسينات عليها من خلال برامج الفلتره سواء الخاصة بالنتيجاتيف أو تغيير لون البشرة وزيادة الوجه جمالاً جذبت الانتباه إليها كما تمنى الآخرين مصادقة هذه الفتاة أو الفتى الذى يبدو جميلاً من خلال الصور الشخصية، كما أنه كلما ازداد جمال الصورة عزز من تقييم الفرد لنفسه تقييماً ايجابياً، بل ان برامج التحرير والفلتره وخاصة برنامج B612، والسناشات من أكثر البرامج التى يستخدمها الافراد بقصد الحصول على المتعة والتسلى من خلال الاشكال التى تُضيفها هذه البرامج على الصور من شكل كلب أو أرنب أو طوق ورد وغيرها مما يُضفى نوعاً من البهجة والسعادة على الفرد، أما الحفظ فغير دالة لانه سواء من قام بتحرير الصور أو من لم يقوم بتحرير الصور فهو يحفظها بغض النظر عن تحريرها أم لا لأنه يحتفظ بها لنفسه لاستعادتها كذكرى.

نتائج الفرض التاسع ومناقشته وتفسيره

ينص هذا الفرض التاسع على أنه " لا تختلف الدوافع النفسية للسيلفى باختلاف الفرقة الدراسية (الفرقة الثانية/ الفرقة الرابعة)، ولاختبار صحة هذا الفرض تم استخدام المتوسطات الحسابية واختبار (ت)، وكانت النتائج موضحة كما فى الجدول التالى:

جدول (٤٢)

اختبار (ت) لدلالة الفروق بين متوسطات درجات طلاب الفرقة الثانية والفرقة الرابعة في الدوافع النفسية للسيلفي.

الدافع	العدد	المتوسط	الانحراف المعياري	النسبة المئوية	قيمة ت	درجات الحرية	الدلالة
جذب الانتباه	٤٥٥	١٨,٢٧٠	٥,٧٦٩	٣,٨٥٨	١,٥٦٣-	٩٦٧,٥٣	غير دالة
	٥١٧	١٨,٨٧٢	٦,٢٣٤				
الإنتماء	٤٥٥	٣٦,١١٦	٨,٥٧٢	٤,٥٧٩	٠,١٨٤-	٩٣٢,٩٧٠	غير دالة
	٥١٧	٣٦,٢١٤	٧,٩٧٨				
تعزيز الثقة	٤٥٥	٣٠,٠٧٦	٨,٥٨٣	٤,٢٩٤	٠,٥٦٨	٩٢٧,٥٩٩	غير دالة
	٥١٧	٢٩,٧٧	٧,٨٧٠				
الحفظ	٤٥٥	٢٩,٤٢٦	٥,٢٤٢	٠,٠٣٧	٢,٤٥٤	٩٧٠	٠,٠٥
	٥١٧	٢٨,٥٩١	٥,٣٤٣				
التسلية	٤٥٥	٢٨,٨٣٣	٧,٠٣٦	٠,٤٧٤	١,٠١٥-	٩٧٠	غير دالة
	٥١٧	٢٩,٢٨٢	٦,٧٥٨				

يتضح من الجدول (٤٢): أنه لا توجد فروق ذات دلالة احصائية في كل من دافع جذب الانتباه والانتماء وتعزيز الثقة بالذات والتسلية بين طلاب الفرقة الثانية وطلاب الفرقة الرابعة ما عدا دافع الحفظ وتسجيل اللحظات فهو لصالح طلاب الفرقة الرابعة، مما يعنى تحقق صحة الفرض جزئياً، وقد اتفقت نتيجة هذا البحث جزئياً مع نتائج بحثى (Priya, Venkatesan, Vijayalakshmi, 2018)، واختلفت مع ما توصل إليه نتائج بحث (Dhir, et al. 2016).

يمكن تفسير ذلك من خلال:- أن الحفظ وتسجيل اللحظات لصالح الفرقة الرابعة حيث يسعى الطالب المقيد بهذه الفرقة إلى كثرة تسجيله للحظات السعيدة مع زملائه بالكلية حيث ان هذه السنة هي الاخيرة والتي بعد الانتهاء منها سيفارق

زملائه الذين اعتاد عليهم وصادقتهم خلال الفترة الدراسية ولن يعلم أن كان سيراهم مرة اخرى أم تظل علاقته بهم مقصورة عبر مواقع التواصل الاجتماعي؛ ومن ثم فيحاول قدر الأمكان تسجيل الأماكن التي جمعتهم سوياً ولحظاتهم السعيدة والمميزة أثناء الفترة الجامعية، وليس هذا الدافع لصالح الفرقة الثانية لأنهم حديثي الالتحاق بالكلية ومن ثم فهم لم يتمكنوا من حصر ما تحويه الجامعة من أماكن يمكن التقاط صور سيلفي بها، وكذلك لا تزال علاقاته محدودة بعدد بسيط من الزملاء خلال الفرقة الأولى بالمرحلة الجامعية.

نتائج الفرض العاشر ومناقشته وتفسيره

ينص هذا الفرض العاشر على أنه " توجد علاقة ارتباطية دالة احصائياً بين الدوافع النفسية للسيلفى والعوامل الستة للشخصية (نموذج هيكساكو)، ولتحقق من صحة هذا الفرض تم استخدام معاملات ارتباط بيرسون، وكانت النتائج موضحة كما فى الجدول التالى:

جدول (٤٣)

معاملات الارتباط بين الدوافع النفسية للسيلفى بالعوامل الستة للشخصية (نموذج هيكساكو).

الدرجة الكلية للدوافع	التسلية والمتعة	الحفظ والتسجيل	تعزيز الثقة	الإنتماء والتواصل	جذب الانتباه	دوافع السيلفى العوامل الستة للشخصية
**٠,٠٩٣-	*-٠,٠٨٢	٠,٠٢٥	٠,٠٤٢-	**٠,٠٩٦-	**٠,١٣٤-	الصدق
٠,٢٠٦	**٠,٠٦٧	**٠,٢٨٤	**٠,١٤٦	*٠,٢٥	٠,٠٠٥	الإنبساطية
٠,٠٠٢	٠,٠٣١-	٠,٠٤٣	٠,٠٣٣	٠,٠٤٣	٠,٠٩٧-**	المقبولية
٠,٠١٣-	٠,٠٩٠-**	**٠,١١٥	٠,٠٤٠	٠,٠٢٢	٠,١٤١-**	الضمير الحى
٠,٠٩٢	٠,٠١٢	**٠,٢٠٩	**٠,١٣٥	**٠,٠٧٧	٠,٠٩٨-	الإنفتاح
٠,١٨٢	**٠,٠٨٨	**٠,٢٩٤	**٠,١٤٩	**٠,٢٢٤	٠,٠٩٦-	الانفعالية

يتضح من الجدول (٤٣) انه :-

توجد علاقة دالة احصائياً سالبة بين عامل الصدق والتواضع وكل من جذب الانتباه والانتماء والتواصل والتسلية والمتعة وقضاء وقت الفراغ والدرجة الكلية للدوافع النفسية للسيلفي.

لا توجد علاقة دالة احصائياً بين عامل الصدق والتواضع وكل من دافع تعزيز الثقة بالذات ودافع الحفظ وتسجيل اللحظات.

توجد علاقة دالة احصائياً موجبة بين عامل الانبساطية وكل من دافع الانتماء وتعزيز الثقة بالذات والحفظ وتسجيل اللحظات والتسلية والمتعة وقضاء وقت الفراغ والدرجة الكلية للدوافع النفسية للسيلفي.

لا توجد علاقة دالة احصائياً بين عامل الانبساطية ودافع جذب الانتباه.

توجد علاقة سالبة دالة احصائياً بين المقبولية ودافع جذب الانتباه.

لا توجد علاقة دالة احصائياً بين المقبولية وكل من دافع الانتماء والتواصل وتعزيز الثقة بالذات والحفظ وتسجيل اللحظات والتسلية والمتعة وقضاء وقت الفراغ والدرجة الكلية للدوافع النفسية للسيلفي.

توجد علاقة سالبة دالة احصائياً بين عامل الضمير الحى وكل من دافعى جذب الانتباه والتسلية والمتعة وقضاء وقت الفراغ.

لا توجد علاقة دالة احصائياً بين عامل الضمير الحى ودافع الانتماء والتواصل وتعزيز الثقة بالنفس والدرجة الكلية للدوافع النفسية للسيلفي.

توجد علاقة دالة احصائياً بين عامل الضمير الحى ودافع الحفظ وتسجيل اللحظات .

توجد علاقة دالة احصائياً موجبة بين الانفتاح على الخبرة وكل من دافع الانتماء والتواصل وتعزيز الثقة بالنفس والحفظ وتسجيل اللحظات والدرجة الكلية للدوافع النفسية للسيلضى

توجد علاقة دالة احصائياً سالبة بين الانفتاح على الخبرة ودافع جذب الانتباه.

لا توجد علاقة دالة احصائياً بين عامل الانفتاح على الخبرة ودافع التسلية والمتعة وقضاء وقت الفراغ.

توجد علاقة موجبة دالة احصائياً بين عامل الانفعاليه وكل من الانتماء وتعزيز الثقة بالذات والحفظ وتسجيل اللحظات والتسلية والمتعة وقضاء وقت الفراغ

توجد علاقة سالبة دالة احصائياً بين عامل الانفعاليه وجذب الانتباه.

ومن ثم فقد تحقق صحة الفرض جزئياً، وقد اتفقت نتائج هذا البحث مع ما

توصل إليه بحث (Etgar&, Amichai-Hamburger (2017)

يمكن تفسير وجود علاقة سالبة بين عامل الصدق والتواضع ودافع جذب الانتباه، حيث أن دافع جذب الانتباه للفرد لا يعبر عن صفة التواضع وإنما يعبر عن تضخيم الذات والشعور بالذاتية وتضخيم الذات، كما يعبر جذب الانتباه عن صفة الغرور والتي تمثل الجانب المضاد للتواضع، ويمكن تفسير العلاقة السالبة بين عامل الصدق والتواضع ودافع الانتماء والتواصل، يمكن تفسيرها فى ضوء أن عامل الصدق والتواضع وما يتميز به من سمات وخاصة صفة التواضع يتسم بالخجل من معاملة الآخرين ومن ثم هذه السمات تمنعه من اكتساب صداقات جديدة أو توطيد علاقته بأصدقائه، وتُفسر العلاقة السالبة بين عامل الصدق والتواضع ودافع التسلية والمتعة

وقضاء وقت الفراغ بأن التسلية تكون من خلال استخدام برامج الفلتره التي تضى غير على الصورة فى الشكل الى حد ما ونظراً لأن من سمات هذا الفرد هو الاخلاص وعدم الخداع فهو يتجنب استخدام السيلفى كوسيلة لتزييف الواقع وخداع الآخرين، ويمكن تفسير عدم وجود علاقة بين عامل الصدق والتواضع ودافع تعزيز الثقة بالنفس، حيث أن هذه السمة (الصدق والتواضع) تمثل قيمة لدى الفرد ويستشعر بها فى تعزيز ثقته بنفسه ومن ثم فهو ليس فى حاجة إلى القيام بأى سلوكيات من شأنها أن تعزز ثقته بنفسه، كما أن التواضع يعلمنا الاحترام وأنا لسنا أفضل بكثير أو أسوأ من أى شخص آخر، وجميع الناس لديهم قيمة كبيرة وجميعهم ينبغى أن يعاملوا على نحو حسن) والشخص المتواضع ليس لديه نظرة سلبية نحو الذات بل رؤية دقيقة لذاته) كما أنه يمكن تفسير عدم وجود علاقة بين عامل الصدق والتواضع ودافع الحفظ وتسجيل اللحظات، أن سمة التواضع تمنع الفرد من التباهى

ويمكن تفسير العلاقة الموجبة بين عامل الانبساطية وكل من دافع الانتماء والتواصل والتسلية والمتعة وقضاء وقت الفراغ، وتعزيز الثقة بالنفس بأن الشخص الانبساطى هو متبسط، كما أنه يستمتع بالتواجد مع الناس والمشاركة فى التجمعات الاجتماعية ويستمتع للجميع، ويُعامل الآخرين كأنه يعرفهم لفترة طويلة وهو اجتماعى ودود من السهل التعامل معه بحريه، كما أنه يُقيم علاقات وصدقات بسرعة مع الغرباء، كما أنه يتسم بالقدرة التعبيرية ويكون حديثه متدفقاً ومفعماً بالحيوية والانطلاق وتدفق منه الكلمات بشكل فطرى وتلقائى كما ينظر للأشياء من حيث قيمتها المادية الواقعية ولذلك فهو يميل إلى أرشفة وتسجيل الأحداث فى محيطه المادى ونظراً لتمتعه بالمرح فهو يجذبه دافع التسلية والمتعة، حيث يتجنب الحديث عن المشاكل والأحزان وكثيراً ما يبدو سعيداً ومبتهجاً. فهو لديه روح مرح وحس فكاهى ويرى الجانب المشرق من الحياة ويتصرف ببساطة كأنه لا يهتم

كثيراً، حيث امتلاكه لسمة الانبساط تجعله فى بحث مستمر عن علاقات جديدة تزيد من شبكة علاقاته وصدقاته، ويمكن تفسير أنه لا توجد علاقة بين الانبساطية ودافع جذب الانتباه بأنه ليس فى حاجة إلى جذب انتباه الآخرين له حيث بالفعل يلتفت حوله الآخرين، كما تفسر العلاقة السالبة بين المقبولية ودافع جذب الانتباه ويمكن توضيح هذه العلاقة بأن هناك سمة فرعية للمقبولية وهى التسامح والرقية واللطف والصبر وكلما كان الفرد مقبول انخفض عنده دافع لفت انتباه الآخرين من خلال نشر أو التقاط الصور السيلفى، ودافع جذب الانتباه يعبر عن انخفاض تقبل الآخرين للفرد ومن ثم يسعى إلى زيادة تقبل الآخرين له من خلال ممارسة هذا السلوك، كما أنهم أكثر حساسية لاحتياجات ووجهات نظر الآخرين، فهم أقل عرضه للمعاناه من الرفض الاجتماعى ومن ثم فليس لديهم دافع جذب الانتباه من خلال ممارسة سلوك السيلفى، كما يمكن تفسير عدم وجود علاقة بين المقبولية وكل من الانتماء والتواصل وتعزيز الثقة بالنفس بأن صفة التسامح وتناسيه عن من تسببوا له بالأذى أو الضرر والرقية والتساهل فى معاملة الآخرين وعدم التسرع فى الحكم عليهم يكسبه بالفعل شبكة من العلاقات وتعزز من ثقته بنفسه، كما أن تقبل الآخرين له يعزز من ثقته ويرفع من مستوى ثقته فى نفسه وليس بحاجة إلى ممارسة سلوك السيلفى لرفع وتعزيز ثقته بنفسه، ويمكن تفسير عدم وجود علاقة بين المقبولية ودافع التسلية والمتعة وقضاء وقت الفراغ بأن هذه السمة تركز بشكل أساسى على علاقة الفرد بالآخرين وليس سمة التمرکز حول الذات وانشغاله بأمور ذاتية كتسليه او تقضية وقته، فالمتعة الحقيقية يستمدّها من علاقة الآخرين به، ويمكن تفسير العلاقة السالبة بين الضمير الحى وكل من دافع جذب الانتباه والتسلية والمتعة وقضاء وقت الفراغ بأن هذه السمة تدفع صاحبها إلى تنظيم واقتطاع جزء من وقته للتفكير فى أداء المهام الموكلة إليه والتخطيط لها والدقة والتنظيم وعدم إضاعة الوقت فهو عملى فى تفكيره ويعتقد أن ما يجذب الإنتباه لديه هو دقته وكفاءته واجتهاده وليس سلوك السيلفى؛ ومن ثم فهو ليس فى حاجة إلى اشارة انتباه الآخرين وإنما هو مشغول بأعماله ومخلص لها ومجتهد فيها وليس أمامه الوقت أيضاً للتسلية أو المتعة فهو

يعتبرها من طرق إضاعة وقته المنظم الذي يبذل فيه أقصى جهده لالتقان أعماله كما ينبغي أن تكون، كما أن الشخص المنظم يستشعر بقيمة الوقت وعدم إضاعته فى التسلى أو تمضيته دون هدف، كما أنه يمكن تفسير عدم وجود علاقة بين عامل الضمير الحى ودافعى الانتماء والتواصل وتعزيز الثقة بالنفس بأن الشخص ذو الضمير الحى يركز بصورة كبيرة على ذاته وأن يتمتع بالاجتهاد والحكمة والتنظيم ومعظمها سمات تركز على الذات أكثر من التركيز على علاقات الفرد الاجتماعية، كما أن ثقته فى ذاته تتمتع بها بالفعل من خلال صفات الكمالية التى تمثل التفریط فى الاتقان وبلوغ درجة الكمال والدقة فى أدائه للأعمال، كما يمكن تفسير العلاقة الموجبة بين عامل الضمير الحى ودافع الحفظ وتسجيل اللحظات حيث يمكن أن نعتبر أن تسجيل اللحظات والأوقات التى يمر بها الفرد فى حياته تمثل سمة التنظيم فالمنظم غالباً ما يحتفظ بأوراقه وادواته وأحداثه وتمثل الصور، ويمكن تفسير علاقة عامل الإنفتاح على الخبرة بدافع الإنتماء والتواصل وتعزيز الثقة بالنفس والحفظ وتسجيل اللحظات بأن هذا الشخص يثق بسرعة فى الآخرين دون شك ويصدق ما يُقال له دون أن يسأل عن اثباتات وهو يثق بالآخرين بشدة ويتعامل معهم بسهولة وبذلك يدفعه التقاط السيلفى ونشره إلى اشباع هذه السمة لديه وهى تعزيز شبكة العلاقات الاجتماعية لديه، كما يميل الشخص أو الانسان الذى يمتلك سمة الابداع بالابتعاد عن الحياة الاجتماعية والاختلاط بالناس أو القيام بنشاط اجتماعى مشترك مع الآخرين فهو يميل نوعاً ما إلى الوحدة مما يستدعى معه ممارسة نشاط السيلفى سواء الالتقاط أو النشر لتعزيز هذه الشبكة لأنها مفقودة معه فى الحياة العامة أو الواقعية كما أن من سماته التقييم الجمالى وغير المألوفيه ومن ثم فهو يسعى إلى أرشفة وتسجيل الأحداث والأماكن ويستشعر بالقيم الجمالية لها ومن ثم يدفعه السيلفى إلى اشباع هذا الجانب من شخصيته، ويستمد مُتعتة من خلال البحث والاكتشاف، كما يمكن تفسير عدم وجود علاقة بين الانفتاح على الخبرة ودافع

التسلية والمتعة حيث يستمد متعته من البحث عن الأفكار الجديدة وغير المؤلفات وابتكار الجديد فهو يمثل مصدر سعادة وتسلية بالنسبة له، وليس التقاط ونشر صور السيلفي، في حين يمثل التقاط ونشر السيلفي للحفاظ وتسجيل اللحظات للفرد المنفتح فهذا على سبيل البحث عن عدم المؤلفية والغريب من خلال تسجيل احداثه وان كانت غريبة او في اماكن غريبة او مخيفة او فعل غير مألوف ويظهر من خلال الصور، ويمكن تفسير العلاقة السالبة بين دافع جذب الانتباه وسمة الانفتاح على الخبرة بأن الأفراد الذين يملكون هذه السمة يجذب انتباههم الأفكار الجديدة وغير المؤلفات والافكار المبتكرة وهي تختلف عما يقتنع به الآخرين من التقليدية ومقاومة التغيير والتجديد وغالباً ما يستشعر بالعزلة نظراً لاختلاف أدائه ومعتقداته وسعيه نحو الاشياء غير المؤلفات والغريبة مما يجعله في عالم آخر مختلف عن الآخرين ويشعر بأنه مختلف عنه ومن ثم لا يسعى إلى جذب انتباههم فهو منشغل بأفكاره الجديدة بصورة عملية، ويمكن تفسير العلاقة الموجبة بين الانفعاليه والانتماء والتواصل وتعزيز الثقة بالنفس والحفظ وتسجيل اللحظات والتسلية والمتعة وقضاء وقت الفراغ بأن من يتسم بالانفعاليه تتمثل خصائصه في أنه حساس وراقيق وليناً، ويحرص على ألا يحرج مشاعر الآخرين ويتأذى ويُجرح بسرعه، كما انه في حاجة إلى الدعم عاطفياً من المحيطين به ومن ثم فهو ذو علاقة ايجابية بالانتماء وحساسيته وانجراحه بسهولة من النقد وعدم قدرته على تحمل الضغوط والمعاناة تجعله بحاجة إلى تعزيز ثقته بنفسه من خلال التقاط ونشر السيلفي، كما أنه يتسم بالرقية ويركز على الجودة فهو يميل إلى تسجيل أحداثه التي يمر بها والتسلي بما يبعث في نفسه الطمأنينه، كما أن من سمات هذا الفرد بانه ذو ردود فعل عاطفية يحكم على الأمور بقلبه ومشاعره وليس بالعقل والمنطق؛ ومن ثم فهو يسعى الى احتفاظه بالصور والأحداث والتسلي والمرح فهو تتضح لديه تعبيرات وجهه بسهولة (حزن او سعادة او غضب) ونظراً لأنه يهتم بمشاعر الآخرين فيحاول أن يتعاطف معهم من خلال اضاء المتعة عليهم بالتقاط صور السيلفي المبهجة له مع زملائه ونظراً لأنه يحتاج إلى أن يحصل على الاهتمام والمراعاة بشكل شخصي يحاول أن يُعزز من شبكة علاقاته من

خلال سلوك السيلفي، ويمكن توضيح العلاقة السلبية بين عامل الانفعاليه ودافع جذب الانتباه بان هذا الشخص الممارس لهذا السلوك يركز على ذاته ويجعل نفسه محط انظار الآخرين وذلك لاعتباره الشخص الأكثر استحقا بالاهتمام أو لأنه الأفضل، وهذا على النقيض من سمات الشخص العاطفي بأنه حساس تجاه اهتمامات الآخرين ودائم الاعتذار لاحتفاظه بالآخرين، كما أن الشخص الذي يدفعه التقاط السيلفي لجذب الانتباه أو بوجه عام يجد صعوبة في اظهار مشاعر التعاطف، فهو غير مُستعد لفهم مشاعر وحاجات غيره من الأفراد فشخصيته تقف عقبة بينه وبين الآخرين وتمنعه عن الاحساس بالطرف المقابل بشكل مختلف تماماً عن الشخص العاطفي.

نتائج الفرض الحادي عشر ومناقشته وتفسيره

ينص هذا الفرض الحادي عشر على أنه " لا توجد علاقة ارتباطية دالة احصائياً بين الدوافع النفسية للسيلفي وتقدير الذات، ولا اختبار صحة هذا الفرض تم استخدام معاملات ارتباط بيرسون، وكانت النتائج موضحة كما في الجدول التالي:

جدول (٤٤)

معاملات الارتباط بين الدوافع النفسية للسيلفي وتقدير الذات

معامل الارتباط مع تقدير الذات	الدوافع النفسية للسيلفي
**٠,٢٠٢-	جذب الانتباه
**٠,١٨٨	الانتماء والتواصل
٠,٠١٣	تعزيز الثقة بالنفس
**٠,٢٠١	الحفظ وتسجيل اللحظات
**٠,٠٨٦-	التسلية والمتعة وقضاء وقت الفراغ
٠,٠٥٧	الدرجة الكلية للدوافع النفسية

يتضح من الجدول (٤٤):

توجد علاقة سالبة دالة احصائياً عند مستوى دلالة (٠.٠١) بين تقدير الذات وكل من جذب الانتباه والتسلية والمتعة وقضاء وقت الفراغ.

توجد علاقة موجبة دالة احصائياً عند مستوى دلالة (٠.٠١) بين تقدير الذات وكل من دافع الانتماء والتواصل ودافع الحفظ وتسجيل اللحظات.

لا توجد علاقة دالة احصائياً بين تقدير الذات وكل من دافع تعزيز الثقة بالنفس والدرجة الكلية للدوافع المرتبطة بسلوك السيلفى؛ ومن ثم لم يتحقق صحة الفرض، وقد اختلفت النتائج عما توصل إليه بحث (Albooshi, 2015)، واتفقت مع نتيجة بحث (Etgar&, Amichai-Hamburger (2017))

ويمكن تفسير العلاقة الموجبة بين تقدير الذات ودافع الانتماء والتواصل بأن تقدير الذات له تأثير على الطريقة التي يتفاعل بها الناس مع الآخرين وقدرتهم على التأثير فيهم، فكلما كان مُقدراً لذاته زاد حبه للآخرين، وكان أكثر تعاوناً وحماساً واحتراماً لمشاعر الآخرين، كما يتسم بالاجتماعية والانبساطية، كما يستمد الفرد تقديره لذاته من أبعاد متعددة منها تقدير الذات الاجتماعي المتعلق بعلاقته بأسرته وعلاقة الآخرين به، ومن ثم فممارسة سلوك السيلفى من أجل الانتماء والتواصل هو مظهر من سمات تقدير الذات المرتفع، بينما يمكن تفسير العلاقة الموجبة بين تقدير الذات ودافع ممارسة سلوك السيلفى من أجل حفظ وتسجيل اللحظات والاحداث فيمكن تفسيره بأن صورة الذات التي يمتلكها الفرد بمثابة وسيلة اتوماتيكية أو جهاز توجيه يُرشد الفرد، ويبرمج السلوكيات التي يُمارسها، ويشكل احتفاظ الفرد بلحظات النجاح والانتصار والمناسبات ما يزيد من شعور الفرد بقيمته واعتزازه بذاته، ومن ثم زيادة ثقته بنفسه، كما يمكن تفسير العلاقة السالبة بين تقدير الذات والتسلية والمتعة وقضاء وقت الفراغ، بأن هدف الفرد الذي يسعى في الوصول اليه من هذه الممارسة يمثل عمل تافه لا يرتقى بقيمة الفرد وذاته، فتقدير المرء لذاته يعبر عن مسئولية الذاتية بمعنى أنه قادر على أن يختار نوعية الاستجابة التي يُصدرها كرد فعل

لأحداث معينة فى حياته، كما أن لديه شعور واضح بالرسالة أو الرؤية التى تُشعره بأنه جدير بالعيش وبما يفعله، وبيان رسالته الشخصية يُلخص الهدف الكلى فى حياته والسبب الرئيسى للعيش فيها، كما يساعده على تبيين الأشياء المهمة، وما الذى يريد انجازه فى حياته، وما الأهداف التى يسعى لتحقيقها، كما أن تقدير الذات شرط أساسى من شروط السلوك المُثمر والبناء وممارسة التسلية وقضاء اوقات الفراغ لن يحقق له الأهداف المهمة بالحياة، كما يمكن تفسير العلاقة السالبة بين تقدير الذات وجذب الانتباه بأنه كلما انخفض تقدير ذات الفرد ارتدى قناع يُخالف حقيقته يُظهر فيه نفسه بأنه واثق من نفسه جذاب ذو مظهر مادى متميز قادر على لفت الأنظار من حوله، بينما الفرد ذو تقدير الذات المرتفع فينبع احساسه بقيمة ذاته من داخله والشعور بالرضا عن الذات والاعتزاز بها، لكنه لا يعنى الاستعلاء على الآخرين او الاغترار بالذات، فالذين يتمتعون بتقدير ذات مرتفع لا يعتبرون أنفسهم أعلى من الآخرين، ولا يسعون لاثبات قيمة أنفسهم من خلال مقارنتهم بغيرهم، فهم يجدون متعتهم فى أن يكونوا أنفسهم، فى حين يُعبر سلوك جذب الانتباه بشئ من التفاخر والتباهى والإستعلاء، وهو ما لايمثل ذوى تقدير الذات المرتفع، بينما يمكن تفسير عدم وجود علاقة بين تقدير الذات وتعزيز الثقة بالنفس بأنها (نتيجة غير منطقية) فمن المتوقع من يعانون من انخفاض تقدير الذات يسعون جاهدين لتعزيز ثقتهم بأى سلوك، حيث أن الأفراد ذوى تقدير الذات المُتدن يُعانون من القلق والخوف ويشعرون بالدونية وأن مصيرهم ليس بأيديهم وانما بأيدي غيرهم، وهم أكثر حساسية للانتقاد من الآخرين واعتبارهم أعداء له، ومن ثم فهو يمارس سلوك السيلفى سوف تُعزز ثقته بنفسه من خلال ردود الفعل الايجابية التى يتلقاها والتعليقات الجيدة ولكن يمكن تفسيره من خلال أن الفرد منخفض تقدير الذات سوف يلجأ إلى طرق واقعية وحقيقية فى بيئته لرفع ثقته بذاته بخلاف التقاط او نشر الصور بالعالم الافتراضى.

نتائج الفرض الثاني عشر ومناقشته وتفسيره

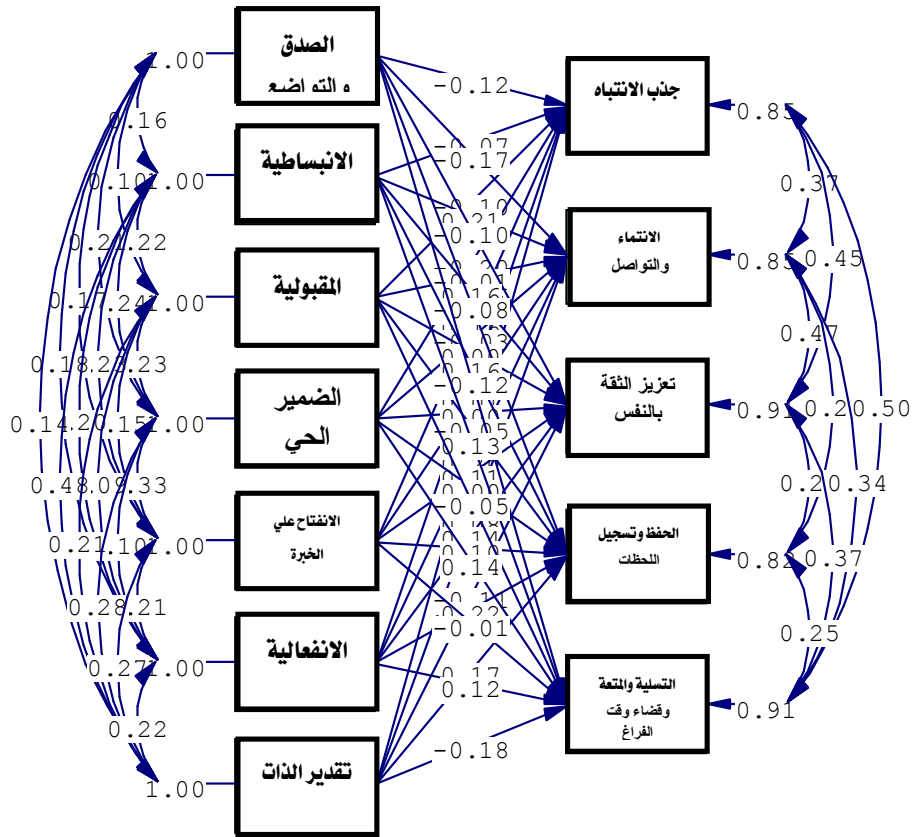
ينص الفرض الثاني عشر على أنه " لا يوجد مسار دال احصائياً بين العوامل

الستة للشخصية والدوافع النفسية للسيلى.

كما ينص الفرض الثالث عشر على " أنه يوجد مسار (تأثير مباشر) دال احصائياً بين

تقدير الذات والدوافع النفسية للسيلى، ولاختبار صحة هذين الفرضين تم استخدام

تحليل المسار، وكانت النتائج موضحة كما فى الجدول التالى:



Square=12.35, df=1, P-value=0.00044, RMSEA=0.109

شكل (٩) تحليل المسار بين كل من العوامل الستة للشخصية (نموذج هيكساكو) وتقدير الذات

الدوافع النفسية لسلوك السيلى

جدول (٤٥)

مسارات التأثير بين العوامل الستة للشخصية وتقدير الذات والدوافع النفسية للسيلفي.

التسلية والمتعة	الحفظ والتسجيل	تعزيز الثقة بالنفس	الانتماء والتواصل	دافع جذب الانتباه		
**٠,١٢-	**٠,٠٧٧-	**٠,٠٩٧-	**٠,١٧-	**٠,١٢-	التشبع	الصدق والتواضع
٠,٠٣٢	٠,٠٣٠	٠,٠٣٢	٠,٠٣١	٠,٠١٢	الخطا	
٢,٨٠-	٢,٥٢-	٢,٠١-	٥,٤٦-	٢,٧٢-	قيمة ت	
**٠,١٢	**٠,١٦	**٠,١٦	**٠,٢١	**٠,٠٦٨ -	التشبع	الانبساطية
٠,٠٣٦	٠,٠٣٤	٠,٠٣٦	٠,٠٣٥	٠,٠٣٥	الخطا	
٢,٦٦	٤,٦٢	٤,٤٨	٦,٠٣	١,٩٧-	قيمة ت	
٠,٠٥٠-	٠,٠٥٤-	٠,٠٠١٠	٠,٠١٣-	**٠,١٠-	التشبع	المقبولية
٠,٠٣٢	٠,٠٣١	٠,٠٣٢	٠,٠٣١	٠,٠٣١	الخطا	
-١,٥٥	-١,٧٨	٠,٠٣١	-٠,٤٢	-٣,٢٩	قيمة ت	
**٠,١٤	٠,٠٠٤٠	٠,٠٠١٦	-٠,٠٣٢	**٠,٢٠-	التشبع	الضمير الحي
٠,٠٣٤	٠,٠٣٢	٠,٠٣٤	٠,٠٣٣	٠,٠٣٣	الخطا	
٤,٠٧	٠,١٢	٠,٠٤٧	٠,٩٧-	٦,١٤-	قيمة ت	
٠,٠١٢	**٠,٠٩٩	**٠,١١	٠,٠٠٦٨	**٠,١٦	التشبع	الانفتاح على الخبرة
٠,٠٣٤	٠,٠٣٢	٠,٠٣٤	٠,٠٣٣	٠,٠٣٣	الخطا	
٠,٣٥	٢,٠٩	٢,٤٠	٠,١٢	٤,٨٨	قيمة ت	
**٠,١٢	**٠,٢٢	**٠,١٤	**٠,٢٠	**٠,١٣	التشبع	الانفعالية
٠,٠٣٢	٠,٠٣١	٠,٣٢	٠,٠٣١	٠,٣١	الخطا	
٢,٦٣	٧,٣٠٠	٤,١٨	٦,٤٣	٤,٢٦-	قيمة ت	
**٠,١٨-	**٠,١٧	**٠,١١-	**٠,٠٧٧	**٠,٣١	التشبع	تقدير الذات
٠,٠٣٦	٠,٠٣٥	٠,٠٣٦	٠,٠٣٥	٠,٠٣٥	الخطا	
٥,٠٢-	٤,٩٥	٢,٠٧-	٢,٢١	٨,٩٠	قيمة ت	

يتضح من الجدول (٤٥). معادلات تحليل المسار:

- دافع جذب الانتباه = - ٠,١٢ ** الصدق والتواضع - ٠,٠٦٨ * الانبساطية -
 ٠,١٠ ** المقبولية - ٠,٢٠ ** الضمير الحي + ٠,١٦ ** الانفتاح على الخبرة - ٠,١٣ **
 الانفعاليه + ٠,٣١ ** تقدير الذات.
- دافع الانتماء والتواصل = - ٠,١٧ ** الصدق والتواضع + ٠,٢١ ** الانبساطية -
 ٠,١٣ * المقبولية - ٠,٣٢ * الضمير الحي + ٠,٠٦٨ * الانفتاح على الخبرة + ٠,٢٠ **
 الانفعاليه + ٠,٧٧ * تقدير الذات.
- دافع تعزيز الثقة بالنفس = - ٠,٠٩٧ ** الصدق والتواضع + ٠,١٦ **
 الانبساطية + ٠,٠١٠ * المقبولية + ٠,٠٠١٦ * الضمير الحي + ٠,١١ * الانفتاح على
 الخبرة + ٠,١٤ ** الانفعاليه - ٠,١١ ** تقدير الذات.
- دافع التسلية والمتعة وقضاء وقت الفراغ = - ٠,١٢ ** الصدق
 والتواضع + ٠,١٣ ** الانبساطية - ٠,٠٥٠ * المقبولية + ٠,١٤ ** الضمير الحي - ٠,٠١٢ *
 الانفتاح على الخبرة + ٠,١٢ ** الانفعاليه - ٠,١٨ ** تقدير الذات.
- دافع الحفظ وتسجيل اللحظات = - ٠,٠٧٧ * الصدق والتواضع + ٠,١٦ **
 الانبساطية - ٠,٠٥٤ * المقبولية + ٠,٠٠٤ * الضمير الحي + ٠,٠٩٩ ** الانفتاح على
 الخبرة + ٠,٢٢ ** الانفعاليه + ٠,١٧ * تقدير الذات.
- ومن ثم يتضح:

- يوجد تأثير سلبي دال احصائياً عند مستوى دلالة (٠,٠١) لعامل الصدق والتواضع على جميع الدوافع النفسية للسيلفي، ماعدا دافع الحفظ وتسجيل اللحظات دال عند مستوى (٠,٠٥).

- يوجد تأثير موجب دال احصائياً عند مستوى دلالة (٠,٠١) لعامل الانبساطية على جميع الدوافع النفسية للسيلفي ما عدا دافع جذب الانتباه فتأثير عامل الانبساطية عليه سلبي دال احصائياً عند مستوى دلالة (٠,٠٥).

- لا يوجد تأثير لعامل المقبولية على جميع الدوافع النفسية للسيلفي، ما عدا دافع جذب الانتباه فلعامل المقبولية تأثير سلبي دال عند مستوى دلالة (٠,٠١).
- لا يوجد تأثير دال احصائياً لعامل الضمير على كل من (دافع الانتماء والتواصل - دافع تعزيز الثقة بالنفس - دافع الحفاظ والتسجيل) في حين يوجد تأثير موجب دال احصائياً (٠,٠١) لعامل الضمير الحى على دافع التسلية والمتعة وقضاء وقت الفراغ وتأثير سلبي دال احصائياً عند مستوى دلالة (٠,٠١) على دافع جذب الانتباه.
- يوجد تأثير موجب دال احصائياً لعامل الانفتاح على الخبرة عند مستوى دلالة (٠,٠١) على كل من دافع جذب الانتباه ودافع الحفاظ والتسجيل، وعند مستوى (٠,٠٥) على دافع تعزيز الثقة بالنفس، في حين لا يوجد تأثير دال احصائياً لعامل الانفتاح على الخبرة على دافعي الانتماء والتواصل والتسلية والمتعة وقضاء وقت الفراغ.
- يوجد تأثير موجب دال احصائياً عند مستوى دلالة (٠,٠١) لعامل الانفعاليه على كل من (دافع الانتماء والتواصل - تعزيز الثقة بالنفس - التسلية والمتعة وقضاء وقت الفراغ - الحفاظ والتسجيل) في حين يوجد تأثير سلبي لعامل الانفعاليه دال احصائياً عند مستوى دلالة (٠,٠١) على دافع جذب الانتباه.
- يوجد تأثير موجب دال احصائياً عند مستوى دلالة (٠,٠١) لتقدير الذات على دافع جذب الانتباه، وعند مستوى (٠,٠٥) على كل من دافعي الحفاظ والتسجيل والانتماء والتواصل، في حين يوجد تأثير سلبي لتقدير الذات دال

احصائياً عند مستوى دلالة (٠,٠١) على كل من دافع تعزيز الثقة بالنفس ودافع التسلية والمتعة وقضاء وقت الفراغ.

ومن ثم يتضح تحقق صحة الفرض الثاني عشر، وإذا اعتبرنا ان النرجسية تمثل السمة المناقضة لعامل الصدق والتواضع فيمكن القول أن نتيجة هذا البحث قد اتفقت مع ما توصلت اليه نتائج بحث (Saleem, et al.,2016)، بينما تحقق صحة الفرض الثالث عشر جزئياً، وقد اتفق جزئياً مع نتائج بحث (Biolcati, & Passini, 2018) واختلف مع بعضها الآخر.

جدول (٤٦) مؤشرات حسن المطابقة لنموذج تحليل المسارين متغيرات البحث الحالي

المؤشر	الاسم المختصر للمؤشر	قيمة المؤشر	المدى المثالي للمؤشر
اختبار مربع كاي	X^2	١٢,٣٥	أن تكون غير دالة
درجات الحرية	Df	١	
النسبة مربع كاي	X^2/df	١٢,٣٥	٥-١
مؤشر حسن المطابقة	GFI	١	١-٠
مؤشر حسن المطابقة المصحح بدرجات الحرية	AGFI	٠,٨٤	١-٠
الصدق الزائف المتوقع	ECVI	٠,١٧	أن تكون قيمة المؤشر أقل من أو تساوى نظيرتها للنموذج المشيع (٠,١٧)
مؤشر المطابقة المعياري	NFI	١	١-٠
مؤشر حسن المطابقة المقارن	CFI	١	١-٠
مؤشر المطابقة النسبي	RFI	٠,٧٦	١-٠
مؤشر المطابقة التزايدى	IFI	١	١-٠
مؤشر الافتقار لحسن المطابقة	PGFI	٠,٠١٣	١-٠
جنر متوسط مربع خطأ الاقتراب	RMSEA	٠,١١	٠,١-٠
جنر متوسط مربع البواقي	RMSR	٠,٠١٨	٠,١-٠

يتضح من جدول مؤشرات حسن المطابقة أن قيمة كاً دالة احصائياً وقد أشار (عزت عبد الحميد، ٢٠١٦ ب، ص ٣٦٢) أن مؤشر كاً يكون مقياساً مناسباً لمطابقة النموذج لحجم عينة يمتد من ١٠٠ إلى ٢٠٠ وأن الدلالة الاحصائية تكون أقل استقراراً مع حجم عينة أكبر من ٢٠٠ وينصح باستخدام مؤشرات أخرى للمطابقة بجانب هذا المؤشر، ونظراً لأن العينة بالبحث الحالى (٩٧٢) طالباً وطالبة مما أدى إلى تأثر مستوى دلالة كاً بها وأصبحت دالة إلا أن بقية مؤشرات حسن المطابقة وقعت فى المدى المثالى لها كما هو موضح بالجدول مما يعبر عن المطابقة الجيدة للبيانات.

ويمكن تفسير نتائج الفرض الثانى عشر والفرض الثالث عشر كما يلى، حيث يمكن توضيح التأثير السلبى لعامل الصدق والتواضع على جميع الدوافع النفسية للسيلفى. بأن الشخص ذو هذه السمات يتسم بالتواضع وأنه حسن النية فى علاقاته بالآخرين فلا يدفعه ممارسة سلوك السيلفى لاكتساب الاصدقاء فهو بالفعل يمتلك الاصدقاء بسبب اخلاصه وصدقه ويعتبر هذه الممارسة وسيلة لاستغلال الآخرين لتزداد شبكة علاقاته الاجتماعية ومن ثم فهو يتجنب التلاعب أو خداع الآخرين بأى سلوك يتحقق له من خلالها مصلحة ذاتية أو شخصية، كما أن المكاسب التى يحققها هذا الشخص الذى يمتلك هذه السمات هى تعاون ومساعدة الآخرين له؛ ومن ثم فهو بالفعل يمتلك شبكة من الصداقات والعلاقات مع الآخرين، بينما دافع جذب الانتباه يمثل لهذا الفرد نوع من التكبر والتفاخر وعدم التواضع من حيث الظهور ومن ثم فهو لا يمارسه، بينما يمكن تفسير التأثير السلبى لهذا العامل على دافع الحفظ وتسجيل اللحظات حيث يمكن أن يمثل هذا الدافع نوعاً من التباهى بكم الصور المنتقطة والذكريات والاحداث التى تعبر عنها الصور المحفوظة وهذه الصفات لاتعبر اطلاقاً

عن الشخص الصادق المتواضع، بل إن من سماته أيضاً تجنب حيازة السلع الفاخرة والتي قد تعتبر الصور نوعاً منها، أما فيما يتعلق بدافع تعزيز الثقة بالنفس فيمكن تفسير التأثير السلبي لهذا العامل عليه وذلك لأن الشخص المتسم بالصدق والتواضع سوف يكتسب محبة الآخرين وتقديرهم ومن ثم تزداد ثقته بنفسه ولن يدفعه ممارسة السيلفي لتعزيزها.

يمكن تفسير وجود تأثير موجب لعامل الانبساطية على جميع دوافع السيلفي ما عدا جذب الانتباه فله تأثير سلبي عليه، حيث إن من سمات الشخص الانبساطي بأنه شخص له أسلوب شيق في الحديث ويستطيع ان يجذب الآخرين من خلال أسلوبه وطريقته في الحديث؛ ومن ثم فدافع ممارسة سلوك السيلفي لكسب المزيد من الاصدقاء سوف يوجهه، حيث يمتلك المقدرة على التعامل مع الاشخاص الجدد وهو اجتماعي بطبعه، ويمكن تفسير تأثير الانبساطية على دافع التسلية والمتعة والحفظ والتسجيل بأن من سمات هذا الفرد الحيوية والحماس والبهجة ومن ثم يدفعه ممارسة سلوك السيلفي من أجل الحصول على السعادة والبهجة والتفاؤل وارتفاع معنوياته، كما أن الشخص الانبساطي سيمارس سلوك السيلفي من أجل تعزيز ثقته بنفسه فهو يستشعر باحترامه وتقديره لذاته من خلال شعبيته وتقدير الآخرين له، بينما يمكن تفسير التأثير السلبي لعامل الانبساطية على دافع جذب الانتباه حيث أن من يحتاج الى لفت انتباه الآخرين هو الشخص الانطوائي الذي لا يمتلك شبكة من العلاقات الاجتماعية او صداقات بينما الشخص الانبساطي لا يحتاج إلى جذب انتباه الآخرين فهو بالفعل يتمتع بجاذبية الآخرين نحوه لحديثه وحيويته واجتماعيته وتقدير الآخرين له.

ويمكن تفسير عدم وجود تأثير لعامل المقبولية على جميع الدوافع النفسية للسيلفي، في حين له تأثير سلبي على دافع جذب الانتباه، بأن من سمات الشخص المقبول أنه متسامح مع الآخرين ومرن ولطيف لا يغضب في تعامله مع من حوله ومن

ثم فإنه بالفعل بامتلاكه هذه الصفات لديه شبكة من العلاقات الاجتماعية، ولا يدفعه ممارسة السيلفي إلى تعزيز ثقته بنفسه فهو يتسم بالطيبة والقبول من قبل الآخرين، ويمتلك ثقة في نفسه من خلال هذه السمات التي يمتلكها فهو يمتلكها بالفعل ولا داعي لممارسة ما يدفعه لاشباعها، كما إن هذه السمات لن تدفعه لممارسة سلوك السيلفي بهدف الحفظ والتسجيل فمن يمارس ذلك هو يشعر بانخفاض تقبل الآخرين له، ولذلك فهو يحتفظ بها بغرض استعادتها وتصفحها كلما شعر بانخفاض تقبل الآخرين له؛ ليستشعر بتقبله لذاته واشباع ذلك، بينما يمكن تفسير التأثير السلبي لعامل المقبولية على دافع جذب الانتباه بأنه كلما انخفض شعور الفرد بأنه مقبول من قبل الآخرين فإنه سوف يمارس سلوكيات من شأنها أن تلفت انتباه الآخرين نحوه وهذا منطقي من خلال ممارسة سلوك السيلفي.

يمكن تفسير أنه لا يوجد تأثير لعامل الضمير الحي على دافع الانتماء والتواصل بأن من سمات هذا الشخص بأنه يركز على ذاته من حيث اتمام المهام المكلف بها وهو عملي لا يدفعه تكوين واكتساب شبكة من العلاقات فهو مجتهد ومجتهد من خلال تركيزه على أدائه، بينما لا يوجد تأثير لعامل الضمير الحي على دافع تعزيز الثقة بالنفس لأنه بالفعل انسان يتسم بمحاولة بلوغ الكمال ويحسن من مستوى أدائه وعمله إلى أعلى مستوى من الاجادة، وبأقل نسبة من الأخطاء وهو ما يستمد منه ثقته بذاته، بينما يمكن تفسير أنه لا يوجد تأثير لعامل الضمير الحي على ممارسة الفرد لسلوك السيلفي بهدف تسجيل أحداثه وذكرياته بأن الشخص ذو هذه السمة يتصف بالحكمة فهو لا يندفع إلى ممارسة سلوكيات يترتب عليها اضاعه وقته الذي يُقدره جيداً، فهو مجتهد ودؤوب يعمل طوال الوقت، بينما يمكن تفسير التأثير الموجب لعامل الضمير الحي على دافع التسلية والمتعة وقضاء وقت الفراغ بأنه نتيجة غير منطقية فهو ليس لديه وقت فراغ لقضائه، وقد يمكن تفسيره من خلال أن الشخص ذو سمة

الضمير الحى عندما يعمل يهتم بعمله جيداً ويتقنه وعندما يستشعر بالرضا عن ذاته فيما اتمه من مهام قد كلف بها، يحاول أن يكافئ نفسه بالتسلى وبعض المتعة التى يحصل عليها من خلال ممارسة سلوك السيلفى، فهو يعمل بالمثل "Blay when you blay and study when you study"، بينما يمكن تفسير العلاقة السالبة بين عامل الضمير الحى ودافع ممارسة سلوك السيلفى من أجل جذب الانتباه كما ذكرت سابقاً ان الشخص ذو الضمير الحى يركز على ذاته وأدائه وأعماله بصورة أكبر من أن يشغله لفت انتباه الآخرين له، فهو كمالى يضع هدف لذاته يربى وصوله إليه بغض النظر عن الآخرين.

يمكن تفسير ذلك بأن الشخص المنفتح على الخبرات والتجارب والأفكار غير المألوفة والغريبة يكون بطبيعته شخص متمركز حول ذاته، وغالباً ما يتسم هؤلاء الافراد بالانطوائية وعدم الاهتمام بتكوين علاقات اجتماعية، ويستشعروا بأنهم غرباء وسط من حولهم، وهى من سمات المبدعين عموماً وهى التركيز على كل ما هو جديد وغير مألوف، ومن ثم فهو لا يشغله تكوين صداقات أو علاقات، وذلك لأن الحفاظ على استمرارية هذه العلاقات، وهو ما يستلزم تفاعلات مستمرة من الأخذ والعطاء والوقت وهو ما لا يتوفر لديه فوقته مشغول بالأفكار غير التقليدية والمهام الجديدة، وهو ما أسفر أيضاً عن عدم وجود تأثير لعامل الانفتاح على الخبرة على دافع التسلية والمتعة، فسمات هذا الفرد قضاء وقته فى البحث عن المهام والافكار الغريبة، ولا يمثل له التسلية سلوك يحصل من خلاله على منتج جديد أو فكرة، فمعظم أفعاله وسلوكه من أجل الحصول على كل ما هو غريب، بينما يمكن تفسير وجود علاقة موجبة لعامل الانفتاح على الخبرة على باقى الدوافع المرتبطة بالسيلفى، حيث يمكن توضيح العلاقة الموجبة لعامل الانفتاح على الخبرة على دافع الحفاظ وتسجيل اللحظات بأن أحد السمات المميزة والضرعية لهذه السمة بأنه شخص يقدر الجمال ويتسم بالتذوق الفنى ومن ثم فهو يحاول أن يلتقط صور معبرة عن نفسه بأماكن طبيعية أو مناسبات أو بأماكن خلابة، حيث يدفعه الفن وعنصر الجمال الذى سيحصل عليه من خلال

صورة مبتكرة فريدة، كما يمكن تفسير التأثير الموجب لعامل الانفتاح على الخبرة على دافع جذب الانتباه، انه نظراً لأنه مبتكر ويبحث عن الاشياء الغريبة وغير المألوفة فهو يسعى لجذب انتباه الآخرين من خلال التقاط سلفي معبر مع ما انتجه او ابتكره للفت انتباههم لكونه مبتكر ومختلف عن الآخرين او أن يلقى تأكيد من حوله فيما ابتكره أو اخترعه، او من أجل ان يعرفه الآخرين، كالشخص المتفوق الذي يريد أن يعرفه كل زملائه بالدفعة، كما يحتاج الشخص المنفتح على الخبرة كسب ثقة وتأييد وتأكيدهم الآخرين لوجوده وتقديره لما قام باكتشافه وما انتجه من اكتشافات واختراعات قد تفيد بيئته الاجتماعية؛ مما يدفعه إلى ممارسة سلوك السيلفي لتعزيز ثقته بنفسه.

يمكن تفسير وجود تأثير موجب لعامل الانفعاليه على جميع دوافع السيلفي ماعدا دافع جذب الانتباه، بأن من سمات الشخص العاطفي بأنه قلق وخائف وفي حاجة إلى الدعم من قبل الآخرين؛ ومن ثم فهو يسعى إلى تكوين واكتساب شبكة من العلاقات من خلال ممارسة سلوك السيلفي، كما أنه نظراً لاعتماده على الآخرين بشكل كبير فهو يحاول أن يحتفظ بالصور السيلفي وخاصة الجماعية التي تجمعها بأصدقائه ليستشعر أنهم بجواره حتى لا يشعر بالقلق من فقدانهم، بالإضافة إلى أن الشخص ذو العاطفة يحاول تعزيز بقاء نفسه ونظراً لاعتماده على الآخرين وانخفاض شعوره بالاستقلالية يستشعر بأنه فاقد الثقة بذاته، وغير قادر على الاعتماد على حاله؛ ومن ثم يتخذ من سلوك السيلفي وسيلة لاشباع هذا النقص، كما أنه في وقت فراغه حتى لا يستشعر بغياب أصدقائه فهو يستمتع من خلال برامج التحرير والفلتره لصور السيلفي، والتي قد ينشرها عبر مواقع التواصل الاجتماعي للحصول على تعليقات وردود فعل ايجابية من أصدقائه وبذلك يستشعر بوجودهم معه في غيابهم، بينما يمكن تفسير التأثير السالب لعامل الانفعاليه على دافع ممارسة السيلفي من

أجل جذب الانتباه بأن من صفات هذا الفرد أنه يتسم بالحساسية التي تجعله يستشعر إلى حد ما بالخجل، ومن ثم لا يدفعه ممارسة سلوك السيلفى من أجل لفت الانظار إليه سواء بالالتقاط فى مكان عام أو نشر صور جذابة ملفته.

يمكن تفسير التأثير الموجب لتقدير الذات على كل من (دافع الانتماء والتواصل - دافع الحفظ والتسجيل - دافع جذب الانتباه) ما عدا دافعى تعزيز الثقة بالنفس والتسلية والمتعة وقضاء وقت الفراغ فله تأثير سلبى عليهما، حيث يمكن تفسير التأثير الايجابى لتقدير الذات على دافع الانتماء والتواصل بأن الشخص ذو تقدير الذات المرتفع يتجنب الرفض أو النبذ أو عدم الاستحسان من قبل الآخرين فيدفعه سلوك السيلفى الى اشباع مثل هذه الرغبات من خلال كسب أصدقاء لاستشعاره بأنه مقبول اجتماعياً؛ مما يزداد معه تقديره لذاته، كما أن امتلاك الفرد لتقدير ذات مرتفع يشعره بالجداره وأنه واثق من نفسه بدرجة معقوله وذو توجه ايجابى نحو ذاته؛ ومن ثم فهو لا يُمارس السيلفى من أجل تعزيز ثقته بذاته، حيث هناك علاقة سلبية بمعنى أنه كلما انخفض تقدير الذات للفرد سعى لتعزيز ثقته بنفسه من خلال ممارسة سلوك السيلفى، كما أن ممارسته لسلوك الحفظ وتسجيل الصور الشخصية يمثل صور من تقديره لذاته واتجاهه الايجابى نحو ذاته والاحساس بقيمته، كما يمكن تفسير التأثير السلبى لتقدير الذات على دافع التسلية والمتعة وقضاء وقت الفراغ. بأن الفرد ذو تقدير الذات المرتفع لديه التزامات نحو نفسه حتى يستشعر بقيمة نفسه، وهو ما لن يتحقق من خلال تمضية وقته بالتسلى واللعب والاستمتاع بممارسة سلوك السيلفى، فهو يمثل بالنسبة له شكل من أشكال الأعمال التافهه التى لا يستشعر من خلالها بقيمته، وإنما باتجاه سلبى نحو ذاته، حيث يترفع عن الصغائر والأمور التافهه، كما يمكن تفسير العلاقة الموجبة بين تقدير الذات وممارسة سلوك السيلفى من أجل جذب الانتباه بأن الشخص المتسم بتقدير ذات مرتفع يفتخر بذاته ويستشعر بقيمته؛ ومن ثم يحاول جذب انتباه الآخرين نحوه.

التوصيات:

- فى ظل انتشار وثورة مواقع التواصل الاجتماعى وما نتج عنه من سرعة الاتصال والتواصل بين الأفراد وغيرها من الايجابيات، إلا أن جانبها الآخر مظلّم وينتج عن الاستغلال السيئ؛ ومن ثم لا بد من نشر ثقافة حرية التعبير المرتبطة بما افرزته مواقع التواصل الاجتماعى من ظواهر رقمية (ظاهرة السيلفى) فى اطار أخلاقى وآمن.
- وفى ضوء ما توصل اليه البحث الحالى من وجود فروق بين الذكور والاناث فى تكرار النشر لصالح الذكور؛ فلا بد وعى الشباب بالتدابير الوقائية المتعلقة بالنشر الآمن للصور السيلفى عبر مواقع التواصل الاجتماعى، كما أن هذا الوعى يتم من خلال كل أسرة وولى أمر بل وعضو هيئة التدريس حول كيفية التعامل بشكل أخلاقى فيما تطرحه التكنولوجيا الحديثة من امكانيات يمكن استغلالها.
- يجب أن يعى الشباب ويدركوا ما هو مناسب وغير مناسب حول التقاط أو نشر الصور الشخصية ومشاركتها عبر مواقع التواصل الاجتماعى، وأن يكونوا على ادراك كافي بالمشكلات المرتبطة بالسيلفى، وأن يستطيعوا التمييز بين الصور الذاتية المقبولة وغير المقبولة.
- ونظراً لما توصلت اليه نتائج البحث فى أنه توجد فروق فى الدوافع النفسية للسيلفى فى الانتماء لصالح الناشرين، فينبغى متابعة الآباء مراقبة علاقات أبنائهم الالكترونية، حيث أصبحت مشاركة الصور الشخصية عبر مواقع التواصل الاجتماعى أو فى بروفييل الفرد من أكثر وسائل الجذب لاشخاص

مجهولين الهوية؛ مما يُشكل خطراً حقيقياً على تشكيل معتقدات وأفكار وثقافة وأمن الأبناء الفكرى.

- ونظراً لما توصلت إليه نتائج البحث فيما يتعلق بوجود فروق بين الذكور والاناث فى الدوافع المرتبطة بالسيلفى؛ حيث كان دافع التسلية والمتعة وقضاء وقت الفراغ لصالح الاناث، فينبغى أن تتولى المؤسسة التعليمية نشر ثقافة أهمية الوقت وادارته من خلال ندوات او بوسترات معلقة، وخاصة أن الوقت يُمثل مورد نادر سهل النفاذ ان لم يتم استغلاله جيداً، ليس هذا فحسب بل إن تصفح وكتابة التعليقات وابداء الاعجابات عبر مواقع التواصل الاجتماعى من أكثر الأنشطة التى يترتب عليها اهدار الوقت.

- نظراً لما أسفرت عنه نتائج البحث بأنه توجد فروق فى دافع تعزيز الثقة بالنفس لصالح الناشرين، ينبغى أن يكون الناشر على علم بما هو يعزز ثقته بنفسه هل ما يعرضه من صور شخصية تمثل ذاته الحقيقية أم ذاته المثالية ام ذاته الواجبه، حيث أن هذا التناقض بينهما قد ينشأ عنه القلق والاكتئاب، وأرى أنه من الأفضل للناشر عرض ذاته الواقعية، حيث قد ينقلب هذا الدافع عكسياً من خلال التعليقات والردود السلبية التى من الممكن أن تُخفض من ثقة الفرد بنفسه، ومن ثم فيجب على الفرد أن يستمد ثقته وتقديره لذاته من مواقف فعلية حقيقية فى العالم الواقعى لنفسه عبر مثابرتة لتحقيق أهدافه وطموحاته، أو علاقاته مع من حوله، وليس من خلال صورة ذاتية ليس لها مردود حقيى فى العالم الواقعى، وإنما مردودها فى العالم الافتراضى عبر الشبكة العنكبوتية.

- نظراً لما أسفرت عنه نتائج البحث الحالى من وجود فروق بين الذكور والاناث فى تحرير الصور الشخصية (السيلفى) لصالح الذكور، ومن ثم توصى الباحثة بتحويل مفهوم انعدام الخصوصية كإطار مُوجه للاندماج فى مواقع

التواصل الاجتماعي وثقافته إلى مبدأ الرقابة الذاتية الذي يقوم فيها الفرد بدور الرئيس والمرؤوس، فلا رقيب ولا ضابط على سلوك الفرد سوى وازعه الأخلاقي وشعوره بالمسئولية وقيم مجتمعه.

- عقد لقاءات ومناظرات وندوات للشباب الجامعي حول الجوانب الايجابية لظاهرة السيلفي ومضارها.

- تعاون علماء النفس والصحة النفسية لتحديد معايير الاعراض والمظاهر السلوكية التي يمكن من خلالها تشخيص ظاهرة السيلفي كونها بالمستوى الطبيعي أو المرضى، حتى يمكن لكل فرد أن يعي حالته؛ ومن ثم ضبط نفسه ويقلل من ممارستها.

- نظراً لما تسبب عنه ظاهرة السيلفي من حوادث منشرة مؤخرة وبشكل كبير، ينبغي توعية الشباب وخاصة الجامعي الذي يغمره الحماس والتهور - أحياناً لتصوير لقطات سيلفي في أماكن قد تعرضه للخطر - بالأماكن الممنوع بها التقاط السيلفي.

البحوث المقترحة

- سلوك السيلفي وعلاقته بتأكيد الذات والتمركز حول الذات .
- النرجسية وعلاقتها بالدوافع النفسية للسيلفي
- تناول الفروق في الدوافع النفسية لسلوك السيلفي حسب نوع الصورة المنشورة (شخصية/ جماعية)، وحسب موقع التواصل الاجتماعي المستخدم.
- سلوك السيلفي وإدارة الانطباع

- استراتيجيات كشف الذات المرتبطة بالدوافع النفسية للسيلى
- سلوك السلى وعلاقته باستراتيجيات تقديم الذات
- تفسير سلوك السلى فى ظل نظرية السلوك المخطط له
- تناول البحث ولكن على كليات علمية وادبية، والكشف عن اختلاف الدوافع النفسية للسيلى بين الراشدين والمراهقين.

مراجع البحث:

- بدر الانصارى (١٩٩٧). مدى كفاءة قائمة العوامل الخمسة الكبرى للشخصية فى المجتمع الكويتي، *دراسات نفسية*، (٢)٩، ص ص ٢٢٩ - ٤٠١
- عزت عبد الحميد حسن (٢٠١٦). *الإحصاء النفسى والتربوى تطبيقات باستخدام برنامج SPSS18*، القاهرة: دار الفكر العربى.
- عزت عبد الحميد حسن (٢٠١٦). *الإحصاء المتقدم للعلوم التربوية والنفسية والإجتماعية. تطبيقات باستخدام برنامج لينزل LISREL 8.8*، بنها : دار المصطفى للطباعة والنشر.
- فؤاد البهى السيد (١٩٧٣). *علم النفس الاحصائى وقياس العقل البشرى*، ط٢، القاهرة: دار الفكر العربى.
- مجدى الدسوقى (٢٠٠٤). *دليل تقدير الذات Index of Self- Esteem* : القاهرة، مكتبة النهضة العربية.

Alblooshi, A. (2015). *Self-esteem levels & selfies: The relationship between self-esteem levels and the number of selfies people take and post, and the uses and*

- gratifications of taking and posting selfies.* Master`s Thesis of science in Mass Communication, Middle Tennessee State University.
- Arpaci, I., Baloğlu, M., & Kesici, Ş. (2018). The relationship among individual differences in individualism-collectivism, extraversion, and self-presentation. *Personality and Individual Differences*, 121, 89-92.
- Ashton, M. C., & Lee, K. (2007). Empirical, theoretical, and practical advantages of the HEXACO model of personality structure. *Personality and social psychology review*, 11(2), 150-166.
- Ashton, M. C., & Lee, K. (2008). The prediction of Honesty-Humility-related criteria by the HEXACO and Five-Factor Models of personality. *Journal of Research in Personality*, 42, 5, 1216-1228.
- Ashton, M. C. (2013). *Individual differences and personality*: Academic Press. USA
- Ashton, M. C., & Lee, K. (2009). The HEXACO-60: a short measure of the major dimensions of personality. *Journal of personality assessment*, 91(4), 340-345.
- Ashton, M. C., Lee, K., & De Vries, R. E. (2014). The HEXACO honesty-humility, agreeableness, and emotionality factors: a review of research and theory. *Personality and social psychology review*, 18(2), 139-152.
- Ashton, M. C., Lee, K., & Goldberg, L. R. (2007). The IPIP-HEXACO scales: an alternative, public-domain measure of the personality constructs in the HEXACO model. *Personality and Individual Differences*, 42(8), 1515-1526.
- Baiocco R, Chirumbolo A, Bianchi D, Ioverno S, Morelli, M. and Nappa, MR. (2017) How HEXACO Personality traits Predict different selfie-Posting behaviors among

- adolescents and young adults. *Front. Psychol.*7(2080).1-9, doi: 10.3389/fpsyg.2016.02080
- Balakrishnan, J., & Griffiths, M. D. (2018). An exploratory study of “Selfitis” and the development of the selfitis behavior scale. *International Journal of Mental Health and Addiction*, 16(3), 722-736.
- Barker, V., & Rodriguez, N. S. (2019). This is who i am: The selfie as a Personal and social identity marker. *International Journal of Communication*, 13,1143–1166.
- Barry, C. T., Doucette, H., Loflin, D. C., Rivera-Hudson, N., & Herrington, L. L. (2017). “Let me take a selfie”: associations between self-photography, narcissism, and self-esteem. *Psychology of popular media culture*, 6.(1), 48. 1-13
- Barry, C. T., Reiter, S. R., Anderson, A. C., Schoessler, M. L., & Sidoti, C. L. (2017). “Let me take another selfie”: further examination of the relation between narcissism, self-perception, and instagram posts. *Psychology of popular media culture Advance online publication*. 1-19
- Berryman, C. (2014). # *Storyofmylife: personality characteristics associated with attention seeking behavior online and social media use in emerging adulthood*. Doctoral dissertation thesis college of science university of central
- Bevan, J. L. (2017). Perceptions of selfie takers versus selfie stick users: exploring personality and social attraction differences. *Computers in Human Behavior*, 75, 494-500. doi: 10.1016/j.chb.2017.05.039
- Bij de Vaate, A. J. D., Veldhuis, J., Alleva, J. M., Konijn, E. A., & van Hugten, C. H. M. (2018). Show your best self(ie): an exploratory study on selfie-related motivations and behavior in emerging adulthood. *Telematics and*

- Informatics*, 35(5), 1392-1407. doi: 10.1016/j.tele.2018.03.010
- Biolcati, R., & Passini, S. (2018). Narcissism and self-esteem: different motivations for selfie posting behaviors. *Cogent Psychology*, 5(1),1-12.
- Boursier, V., & Manna, V. (2018). Selfie expectancies among adolescents: construction and validation of an instrument to assess expectancies toward selfies among boys and girls. *Frontiers in psychology*, 9. (839),1-14
- Boyd, D. (2014). *It's complicated: the social lives of networked teens*: Yale University Press.
- Campbell, S. (2016). *Effects of self-photographs on viewer's mood, self-esteem and motivation*. Honor's Thesis , Kings University College at Western University London, Canada
- Charoensukmongkol, P. (2016). Exploring personal characteristics associated with selfie-liking. *Cyberpsychology: Journal of Psychosocial Research on Cyberspace*, 10(2),1-13. .doi. 10.5817/CP2016-2-7
- Chen, Y., Mark, G., & Ali, S. (2016). Promoting positive affect through smartphone photography. *Psychology of well-being*, 6(8), 1-16. doi:10.1186/s13612-016-0044-4
- De Vries, R. E., Lee, K., & Ashton, M. C. (2008). The dutch HEXACO Personality inventory: psychometric properties, self-other agreement, and relations with psychopathy among low and high acquaintanceship dyads. *Journal of personality assessment*, 90(2), 142-151.
- Detweiler, C. (2018). *Selfies: searching for the image of god in a digital age*: Baker Books., Brazos Press a division of Baker Publishing Group, epud
- Dhir, A., Pallesen, S., Torsheim, T., & Andreassen, C. S. (2016). Do age and gender differences exist in selfie-related

- behaviors?, *Computers in Human Behavior*, 63, 549–555.
<https://doi.org/10.1016/j.chb.2016.05.053>
- Diefenbach, S., & Christoforakos, L. (2017). The selfie paradox: Nobody seems to like them yet everyone has reasons to take them. an exploration of psychological functions of selfies in self-presentation. *Frontiers in psychology*, 8, 17, PP. 1-4
- Eckel, J., Ruchatz, J., & Wirth, S. (2018). Exploring the selfie: historical, theoretical, and analytical approaches to digital self-photography: Springer.
- Edwards, F. (2016). An investigation of attention-seeking behavior through social media post framing. Athens, *Journal of Mass Media and Communications*, 3(1), 25-44.
doi: 10.30958/ajmmc.3.1.2
- Etgar, S., & Amichai-Hamburger, Y. (2017). Not all selfies took alike: distinct selfie motivations are related to different personality characteristics. *Frontiers in Psychology*, 8(842), 1-10,
doi: 10.3389/fpsyg.2017.00842.
- Guo, M., Liu, R.-D., Ding, Y., Hu, B., Zhen, R., Liu, Y., & Jiang, R. (2018). How are extraversion, exhibitionism, and gender associated with posting selfies on we chat friends' circle in chinese teenagers?, *Personality and Individual Differences*, 127, 114-116. doi: 10.1016/j.paid.2018.01.042
- Holiday, S., Lewis, M. J., Nielsen, R., Anderson, H. D., & Elinzano, M. (2016). The selfie study: archetypes and motivations in modern self-photography. *Visual Communication Quarterly*, 23(3), 175-187.
- Holm, H., & Samahita, M. (2016). Selfies, therefore selfish? an experiment on the impact and value of a selfie. (*Working Papers*; No. 2016:8), Department of Economics, Lund Universtiy.

- Houghton, D., Joinson, A., Caldwell, N., & Marder, B. (2013). Tagger's delight? disclosure and liking behaviour in facebook: the effects of sharing photographs amongst multiple known social circles. University of Birmingham. Retrived on <https://ar.scribd.com/document/350885851/Selfie-Taking-Motivation-and-Effects-to-Self-Identity-Development>
- Katz, J. E., & Crocker, E. T. (2015). Selfies| selfies and photo messaging as visual conversation: reports from the United States, United Kingdom and China. *International Journal of Communication*, 9, 12. 1861-1872
- Kearney, A. (2018). *Uses and gratification of posting selfies on social media*. Thesis. Rochester Institute of Technology.
- Kim, J. K. (2015). *Relationships between selfie practice and cultural characteristics: independent and interdependent self-construals*. Master`S Thesis of Arts in media studies, Syracuse university
- Kim, J. W., & Chock, T. M. (2017). Personality traits and psychological motivations predicting selfie posting behaviors on social networking sites. *Telematics and Informatics*, 34(5), 560-571.
- Lee, K., & Ashton, M. C. (2004). Psychometric properties of the HEXACO personality inventory. *Multivariate behavioral research*, 39(2), 329-358.
- Magc.,C.(2017). Selfie. taking: motivation and effects to self identity development.,1-11., Retrieved from <https://ar.scribd.com/document/350885851/Selfie-Taking-Motivation-and-Effects-to-Self-Identity-Development>
- Maheswair, P&; Evangeline,G.(2017). Astudy on the selfie posting habits and perception among social media users, *IJARIE*, 3(4), 468-475

- McKenna, K. Y., Green, A. S., & Gleason, M. E. (2002). Relationship formation on the Internet: what's the big attraction?, *Journal of social issues*, 58(1), 9-31.
- Nuñez, Cristina. (2013). *The self-portrait as self-therapy*. in loewenthal, Del, (ed.) *Phototherapy and Therapeutic Photography in a Digital Age*. (95-106) Florence, KY, USA: Routledg
- Paris, C. M., & Pietschnig, J. (2015). 'But first, let me take a selfie's: Personality traits as predictors of travel selfie taking and sharing behaviors., *Tourism travel and research association a advancing tourism research Globally*, PP.1-7:https://scholarworks.umass.edu/ttra/ttra2015/Academic_Papers_Oral/
- Peek (2014). The selfie in the digital age: from social media to sexting, 31(12), *Psychiatric timest*, Retrieved from <https://www.psychiatrictimes.com/cultural-psychiatry/selfie-digital-age-social-media-sexting>
- Pinatacan, S; & Castronuevo, E. (2015) Selfie behavior and emotional intelligence among selected filipino women, *The Bedan journal of psychology*, III,pp. 65-79.
- Priya, S, Venkatesan, L, Vijayalakshmi, K. (2018). Selfie addiction among college student, *Research review International Journal of Multidisciplinary*, 3(9), pp.78-81.
- Qiu, L., Lu, J., Yang, S., Qu, W., & Zhu, T. (2015). What does your selfie say about you? *Computers in Human Behavior*, 52, pp.443-449.
- Ridgway, J. L., & Clayton, R. B. (2016). Instagram unfiltered: Exploring associations of body image satisfaction, instagram# selfie posting, and negative romantic relationship outcomes. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 19(1), pp.1-7.

- Saleem, M, Adeeb, M, Zaffar, M, &Mustapa, M.(2016). Nacrissim and selfie posting motivation among youth Pakistan: the mediating role of perceived acceptance, *Social sciences postgraduate international seminar (SSPIS)* 2016,51TH December, 2016, Editor Ramli,R.,Zaharin,N,Drani, S, Singh, P., School of Social science, USM, ISBN 978-967-11473-8-2.
- Saslow, L. R., Muise, A., Impett, E. A., & Dubin, M. (2013). Can you see how happy we are? facebook images and relationship satisfaction. *Social Psychological and Personality Science*, 4(4), 411-418.
- Sharma, S., & Sahu, D. (2013). Effect of social networking sites on self confidence. *International Journal of Information and Computation Technology*, 3(11), 1211-1216.
- Shin, Y., Kim, M., Im, C., & Chong, S. C. (2017). Selfie and self: The effect of selfies on self-esteem and social sensitivity. *Personality and Individual Differences*, 111, 139-145. doi: 10.1016/j.paid.2017.02.004
- Sorokowska, A., Oleszkiewicz, A., Frackowiak, T., Pisanski, K., Chmiel, A., & Sorokowski, P. (2016). Selfies and personality: who posts self-portrait photographs?, *Personality and Individual Differences*, 90, 119-123. doi: 10.1016/j.paid.2015.10.037
- Sorokowski, P., Sorokowska, A., Frackowiak, T., Karwowski, M., Rusicka, I., & Oleszkiewicz, A. (2016). Sex differences in online selfie posting behaviors predict histrionic personality scores among men but not women. *Computers in Human Behavior*, 59, 368-373. doi: 10.1016/j.chb.2016.02.033
- Sorokowski, P., Sorokowska, A., Oleszkiewicz, A., Frackowiak, T., Huk, A., & Pisanski, K. (2015). Selfie posting

- behaviors are associated with narcissism among men. *Personality and Individual Differences*, 85, 123-127. doi: 10.1016/j.paid.2015.05.004
- Suler, J. (2015). From self-portraits to selfies. *International Journal of Applied Psychoanalytic Studies*, 12(2), 175-180.
- Sung, Y., Lee, J.-A., Kim, E., & Choi, S. M. (2016). Why we post selfies: Understanding motivations for posting pictures of oneself. *Personality and Individual Differences*, 97, 260-265. doi: 10.1016/j.paid.2016.03.032
- Sylvia, A. W., Nicholas, O. R., Daniel, E. R., & Joyce, C. H. (2016). Selfie indulgence : Self-favoring biases in Perceptions of Selfies. *Social Psychological and Personality Science*, 7, 6, pp.588-596.
- Veena, G.& Krishnamurthy, M. (2013). Perception towards capturing selfies and its impact among students of mangalore university : Astudy. *International Journal of Digital Library Services*, 5 (4),15-25
- Walker, M. (2013). The good, the bad and the unexpected consequences of selfie obsessions, teen vogue takes a look at how we control our image on line. Retrieved from <https://www.teenvogue.com/story/selfie-obsession>
- Wang, R., Yang, F., & Haigh, M. M. (2017). Let me take a selfie: Exploring the psychological effects of posting and viewing selfies and groupies on social media. *Telematics and Informatics*, 34(4), 274-283. doi: 10.1016/j.tele.2016.07.004
- Wang, Y., Wang, X., Liu, H., Xie, X., Wang, P., & Lei, L. (2018). Selfie posting and self-esteem among young adult women: A mediation model of positive feedback and body satisfaction. *Journal of health psychology*, 00(0),1-12. 1359105318787624

د. أميرة محمد بدر محمد سلامة عوف الدوافع النفسية لسلوك السيلفي وعلاقتها بكل من العوامل الستة للشخصية

Zeigler- Hill,V.(2013). *Self- esteem*, Psychology press, USA and Canada.