

# مجلة البحوث الإعلامية

مجلة علمية محكمة تصدرها كلية الإعلام بجامعة الأزهر



رئيس مجلس الإدارة: أ.د/ محمد المحرصاوي - رئيس جامعة الأزهر.

رئيس التحرير: أ.د/ غانم السعيد - عميد كلية الإعلام، جامعة الأزهر.

نائب رئيس التحرير: أ.د/ رضا عبدالواجد أمين - أستاذ الصحافة والنشر ووكيل الكلية.

مساعدو رئيس التحرير:

أ.د/ عرفه عامر - الأستاذ بقسم الإذاعة والتلفزيون بالكلية

أ.د/ فهد العسكر - وكيل جامعة الإمام محمد بن سعود للدراسات العليا والبحث العلمي (المملكة العربية السعودية)

أ.د/ عبد الله الكندي - أستاذ الصحافة بجامعة السلطان قابوس (سلطنة عمان)

أ.د/ جلال الدين الشيخ زيادة - عميد كلية الإعلام بالجامعة الإسلامية بأم درمان (جمهورية السودان)

مدير التحرير: د/ محمد فؤاد الدهراوي - مدرس العلاقات العامة والإعلان، ومدير وحدة الجودة بالكلية

د/ إبراهيم بسيوني - مدرس بقسم الصحافة والنشر بالكلية.

سكرتارية التحرير: د/ مصطفى عبد الحى - مدرس بقسم الصحافة والنشر بالكلية.

أ/ رامى جمال - مدرس مساعد بقسم الصحافة والنشر بالكلية.

مدقق لغوي: أ/ عمر غنيم - مدرس مساعد بقسم الصحافة والنشر بالكلية.

سكرتير فني: أ/ محمد كامل - مدرس مساعد بقسم الصحافة والنشر بالكلية.

- القاهرة- مدينة نصر - جامعة الأزهر - كلية الإعلام - ت: ٠٢٢٥١٠٨٢٥٦

- الموقع الإلكتروني للمجلة: <http://jsb.journals.ekb.eg>

- البريد الإلكتروني: [mediajournal2020@azhar.edu.eg](mailto:mediajournal2020@azhar.edu.eg)

المراسلات:

● العدد الرابع والخمسون - الجزء الثاني - ذوالقعدة ١٤٤١هـ - يوليو ٢٠٢٠ م

● رقم الإيداع بدار الكتب المصرية ٦٥٥٥

● الترقيم الدولي للنسخة الورقية: ٢٦٨٢-٢٩٢ X

● الترقيم الدولي للنسخة الإلكترونية: ٩٢٩٧-١١١٠

## قواعد النشر

تقوم المجلة بنشر البحوث والدراسات ومراجعات الكتب والتقارير والترجمات وفقاً للقواعد الآتية:

- يعتمد النشر على رأي اثنين من المحكمين المتخصصين في تحديد صلاحية المادة للنشر.
- ألا يكون البحث قد سبق نشره في أي مجلة علمية محكمة أو مؤتمراً علمياً.
- لا يقل البحث عن خمسة آلاف كلمة ولا يزيد عن عشرة آلاف كلمة... وفي حالة الزيادة يتحمل الباحث فروق تكلفة النشر.
- يجب ألا يزيد عنوان البحث -الرئيسي والفرعي- عن ٢٠ كلمة.
- يرسل مع كل بحث ملخص باللغة العربية وآخر باللغة الانجليزية لا يزيد عن ٢٥٠ كلمة.
- يزود الباحث المجلة بثلاث نسخ من البحث مطبوعة بالكمبيوتر.. ونسخة على CD، على أن يكتب اسم الباحث وعنوان بحثه على غلاف مستقل ويشار إلى المراجع والهوامش في المتن بأرقام وترد قائمتها في نهاية البحث لا في أسفل الصفحة.
- لا ترد الأبحاث المنشورة إلى أصحابها.... وتحفظ المجلة بكافة حقوق النشر، ويلزم الحصول على موافقة كتابية قبل إعادة نشر مادة نشرت فيها.
- تنشر الأبحاث بأسبقية قبولها للنشر.
- ترد الأبحاث التي لا تقبل النشر لأصحابها.

## الهيئة الاستشارية للمجلة

١. أ.د/ على عجوة (مصر)  
أستاذ العلاقات العامة وعميد كلية الإعلام الأسبق بجامعة القاهرة.
٢. أ.د/ محمد معوض. (مصر)  
أستاذ الإذاعة والتلفزيون بجامعة عين شمس.
٣. أ.د/ حسين أمين (مصر)  
أستاذ الصحافة والإعلام بالجامعة الأمريكية بالقاهرة.
٤. أ.د/ جمال النجار (مصر)  
أستاذ الصحافة بجامعة الأزهر.
٥. أ.د/ مي العبدالله (لبنان)  
أستاذ الإعلام بالجامعة اللبنانية، بيروت.
٦. أ.د/ وديع العززي (اليمن)  
أستاذ الإذاعة والتلفزيون بجامعة أم القرى، مكة المكرمة.
٧. أ.د/ العربي بوعمامة (الجزائر)  
أستاذ الإعلام بجامعة عبد الحميد، بجامعة عبد الحميد بن باديس بمستغانم، الجزائر.
٨. أ.د/ سامي الشريف (مصر)  
أستاذ الإذاعة والتلفزيون وعميد كلية الإعلام، الجامعة الحديثة للتكنولوجيا والمعلومات.
٩. أ.د/ خالد صلاح الدين (مصر)  
أستاذ الإذاعة والتلفزيون بكلية الإعلام -جامعة القاهرة.
١٠. أ.د/ محمد فياض (العراق)  
أستاذ الإعلام بكلية الإمارات للتكنولوجيا.
١١. أ.د/ رزق سعد (مصر)  
أستاذ العلاقات العامة (جامعة مصر الدولية).

## محتويات العدد

- التعرض للقضايا الاقتصادية عبر وسائل الإعلام الرقمي وعلاقته بمستوى الثقة في الأداء الاقتصادي لدى الجمهور المصري  
أ.م.د. جيهان سيد أحمد يحيى  
٥٠٧
- 
- استخدامات المراهقين للفيس بوك وتصوير الذات (السيلفي) وعلاقتها بالسمات الشخصية النفسية لديهم  
أ.م.د. إلهام يونس أحمد  
٥٦٣
- 
- واقع استخدام صحافة المواطن لدى طلبة قسم الإعلام بجامعة الملك خالد: تطبيقات وسائل التواصل الاجتماعي أنموذجاً  
د. عبدالله علي العسيري  
٦٣٧
- 
- أثر جودة الخدمة الإلكترونية المقدمة في كسب الولاء الإلكتروني للعملاء (دراسة تطبيقية على مجموعة المصرية للاتصالات)  
د. إنجي كاظم مصطفى  
٦٧١
- 
- واقع الجودة الشاملة في المؤسسات الإنتاجية وسبل تطويرها من وجهة نظر خبراء العلاقات العامة والمتخصصين: دراسة تطبيقية  
د. شيماء عبدالعاطي سعيد صابر  
٧٧٧
- 
- علاقة فيديوهات الأحداث الإرهابية على (يوتيوب) بمستوى الأمن الاجتماعي لدى المراهقين العاديين وذوي الإعاقة  
د. مروى عبد اللطيف محمد  
٨١١

- استخدام مواقع التواصل الاجتماعي والميل للانتحار لدى المراهقين والشباب بالمجتمع المصري «دراسة ميدانية»  
٨٨٣ د. إيمان صابر صادق شاهين
- 
- العوامل المؤثرة في تشكيل الرقابة الاجتماعية والذاتية لدى المراهقين وعلاقتها بإدراكهم لمسئولية استخدام مواقع شبكة الويب  
٩٢٩ د. مؤمن جبر عبد الشافي
- 
- موقف الصحف الإثيوبية والإريترية من قضية المصالحة الوطنية «دراسة تحليلية مقارنة»  
١٠٢٥ د. إيمان بالله ياسر
- 
- مشاركة طلاب المرحلة الثانوية للصحف المدرسية الإلكترونية وعلاقته بمنظومة القيم الاجتماعية لديهم (دراسة ميدانية)  
١١١٥ د. انتصار السيد محمد محمود زايد
- 
- مشاركة طلاب المرحلة الثانوية في البرلمان المدرسي وعلاقتها بتنمية الوعي السياسي والقانوني لديهم  
١١٧٥ د. زينهم حسن علي
- 
- محددات الخطاب الصحفي في ثورتي ٢٣ يوليو ١٩٥٢ و ٢٥ يناير ٢٠١١ «دراسة تحليلية مقارنة»  
١٢٤٥ نشوى محمد حفني إبراهيم

ISSN- O	ISSN- P	نقاط المجلة (يوليو 2020)	نقاط المجلة (مارس 2020)	اسم الجهة / الجامعة	اسم المجلة	القطاع	م
2682- 292X	1110- 9207	7	6.5	جامعة الأهرام	مجلة البحوث الإعلامية	الدراسات الإعلامية	1
2314- 873X	2314- 8721	7	6	الجمعية المصرية للعلاقات العامة	مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط	الدراسات الإعلامية	2
2536- 9393	2536- 9393	5	5	جامعة الأهرام الكندية	المجلة العربية لبحوث الإعلام و الإتصال	الدراسات الإعلامية	3
2366- 9891	2366- 9891	4	4	Cairo University	مجلة إتحاد الجامعات العربية لبحوث الإعلام و تكنولوجيا الإتصال	الدراسات الإعلامية	4
2536- 9237	2536- 9237	3.5	3.5	جامعة جنوب الوادي	المجلة العلمية لبحوث الإعلام و تكنولوجيا الإتصال	الدراسات الإعلامية	5
2367- 0407	2367- 0407	6.5	3.5	اكاديمية الشروق	مجلة البحوث و الدراسات الإعلامية	الدراسات الإعلامية	6
2366- 9131	2366- 9131	6.5	3	جامعة القاهرة - مركز بحوث الرأي العام	المجلة العلمية لبحوث العلاقات العامة والإعلان	الدراسات الإعلامية	7
2366- 914X	2366- 914X	6.5	3	جامعة القاهرة - مركز بحوث الرأي العام	المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتلفزيون	الدراسات الإعلامية	8
2366- 9168	2366- 9168	6.5	3	جامعة القاهرة - مركز بحوث الرأي العام	المجلة العلمية لبحوث الصحافة	الدراسات الإعلامية	9
1110- 6836	1110- 6836	6.5	3	جامعة القاهرة - مركز بحوث الرأي العام	المجلة المصرية لبحوث الإعلام	الدراسات الإعلامية	10
1110- 6844	1110- 6844	6.5	3	Cairo University, Center of Public Opinion Research	المجلة المصرية لبحوث الرأي العام	الدراسات الإعلامية	11

- يطبق تقييم مارس 2020 للمجلات على كل الأبحاث التي نشرت فيها قبل 1 يوليو 2020
- يطبق تقييم يونيو 2020 للمجلات على كل الأبحاث التي سنكشر فيها بدء من 1 يوليو 2020 و حتى صدور تقييم جديد في يونيو 2021
- المجلات التي لم تتقدم بطلب إعادة تقييم سيظل تقييم مارس ٢٠٢٠ مطبقا على كل الأبحاث التي سنكشر بها وذلك لحين صدور تقييم جديد في يونيو 2021
- يتم إعادة تقييم المجلات المصرية دورياً في شهر يونيو من كل عام ويكون التقييم الجديد سارياً للسنة التالية للنشر في هذه المجلات



استخدامات المراهقين لفيس بوك وتصوير الذات (السيافي)  
وعلاقتها بالسمات الشخصية النفسية لديهم

- **Uses Of Face book And Selfies And Its  
Relationship with Some Psychological Traits  
Among Adolescents**

أ.م.د. إلهام يونس أحمد

الأستاذ المساعد ورئيس قسم الإذاعة والتلفزيون- بالمعهد الدولي  
العالي للإعلام- أكاديمية الشروق.

[elhamyounis@hotmail.com](mailto:elhamyounis@hotmail.com)

## ملخص الدراسة

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على أنماط ودوافع استخدام المراهقين للفييسبوك وتصوير الذات السيلفي، واختبار العلاقة بين استخدامات تصوير الذات السيلفي وبعض السمات الشخصية للعينة، والتي تمثلت في (النرجسية، صورة الجسد، تقدير الذات)، والتعرف على الفروق بين السمات الشخصية ومعدل تصوير الذات السيلفي طبقاً للنوع (الذكور، الإناث). واعتمدت الدراسة على نظريات نفسية مثل: (نظرية السلوك المخطط لاختبار متغير النرجسية- النظرية المعرفية السلوكية لتفسير وإدراك صورة الجسد- نظريات وايت وروزنبرج لقياس تقدير الذات)، بالإضافة إلى مدخل الاستخدامات والإشباع، وتكونت عينة الدراسة من (٤٥٠) مفردة من طلاب الفرقة الأولى بالمعهد الدولي العالي للإعلام- أكاديمية الشروق، وتم سحبها بالطريقة العمدية الحصصية غير الاحتمالية، وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج؛ من أهمها: وجود علاقة بين السمات النفسية ومعدل تصوير الذات- ارتفاع مستوى النرجسية لدى الذكور أكثر من الإناث والتقارب الشديد بينهما في مستوى الرضا عن صورة الجسد وتقدير الذات. الكلمات المفتاحية: الفييس بوك- تصوير الذات السيلفي- النرجسية- صورة الجسد- تقدير الذات.

## Abstract

This Study aims to measure The Uses of Adolescents of Facebook and Selfies and The Effects Of These Uses On Psychological Traits (Narcissism-Body Image-Self Esteem) And To examine The Relationship Between Selfies On Facebook And These Psychological Traits According To Gender

Theoretical Framework: -

The Theory of Planned Behavior T.P.B-Perception of Body Image Theory- White and Rosenberg Theory for Self Esteem and Uses and Gratification Theory

Sample:- The sample was purposive quota sample and consisted of 450 students enrolled in the first year in the highest international institute of mass communication El- Shourouk Academy

**Results:**

Positive Co-Relation is proved Between Psychological Traits (Narcissism-Body Image-Self Esteem) And Selfies on Facebook

There are Statistically significant differences between Males and Females in The Narcissism Level, But They are almost the same In Self-esteem level and Body Image

**Key words:** Facebook, Selfie, Narcissism, Body Image, Self-Esteem.



أعطت التكنولوجيا الحديثة اضطرابات قد تصل في بعض الأحيان إلى الإدمان بداية بإدمان الهواتف الذكية smart phones ووصولاً لإدمان مواقع التواصل الاجتماعي social media ؛ وقد تدخلت في حياتنا اليومية دون أن نعي؛ فأصبحنا جيل التطبيقات الذكية وتطبيقات الذكاء الاصطناعي، والهواتف ذات الكاميرات عالية الجودة والدقة. وقد يبدو للبعض أن التطور التقني الذي يتسم به عصرنا الحالي له إسهامات ناصعة على حياة المواطنين؛ إلا أن هذا التطور يحمل معه العديد من الأضرار والسلبيات التي وصلت إلى حد الاضطرابات النفسية والسلوكية والاجتماعية، فمع زيادة سرعات الإنترنت وكثرة استخدام مواقع التواصل الاجتماعية خلال الأعوام القليلة الماضية زاد انتشار التصوير الذاتي (selfie) بالتوازي مع زيادة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، فوفقاً لإحصائيات الإنترنت العالمية وكما ذكر (Basile & Linne ٢٠١٤) أن أكثر من ٢٢ مليون مراهق يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي عام ٢٠١٣ وقد أطلق عليهم حسب وصف دراسته Digital Citezens<sup>(١)</sup> وإن بلغت هذه الإحصائية الآن أغسطس ٢٠١٩ إلى حوالي ٤,٥ مليار مواطن، بما يقرب من نصف سكان الكرة الأرضية.

فقد أصبح تصوير الذات السيلفي ظاهرة عالمية أو هوساً عالمياً يمارسه الجميع من كل الفئات العمرية؛ وصارت الصورة الذاتية السيلفي في كل وقت وحين، وحتى داخل غرفة العمليات، فإن حدث التصوير الفوتوغرافي الرقمي أصبح وسيلة لتناقل الأخبار والأحداث فور وقوعها، وقد يدفع الكثيرون حياتهم في بعض الأحيان بسبب المغالاة والتهور في التقاط الصور الذاتية أو السيلفي؛ لأنهم يعتقدون أنها ستكون مميزة.

ويتطلب ذلك دراسة وبحث العوامل والمتغيرات المتعددة التي تؤثر في هذه الظاهرة في محاولة لترسيخ مفهوم التربية الاعلامية لتوعية الأفراد بكيفية تجنب سلبيات التكنولوجيا الحديثة.

## مشكلة الدراسة:

أشارت العديد من الدراسات المتخصصة<sup>(١)</sup> (Barry et al, ٢٠١٤) أن الصورة الذاتية قفزت من عام ٢٠٠٤ حتى عام ٢٠١٢ من ١٧٪ إلى ٤٧٪ عبر الصفحات الشخصية، ويتراوح أعمارهم ما بين ١٨-٤٣ من معتادي نشر الصور الذاتية السيلفي. وقد ذكر (Acquisiti & Gross, ٢٠٠٦)<sup>(٢)</sup> أن مواقع التواصل الاجتماعي تم إنشاؤها لتحقيق غرض التواصل الاجتماعي على مستوى تقنية شبكة الإنترنت، وسد احتياج الأفراد لعمل علاقات وإعادة التواصل فيما بينهم خلال فترات العمر المختلفة.

وأشارت دراسة (Weiser, ٢٠١٥)<sup>(٤)</sup> أن تكرار الصور الذاتية السيلفي ومحاولات الحصول على الاهتمام والإعجاب من الآخرين يظهر جانبًا من النرجسية والاستعراضية، إذ يسعى المراهقون دائمًا لالتقاط أكثر من ٢٠٠ صورة ذاتية سيلفي على مدار اليوم حتى يصل للصورة المثالية perfect image، ويرجع ذلك للإدراك الإيجابي لشكل صورة الجسم لديهم.

وقد أوضحت دراسة (Millivojevic & Ercegovac, ٢٠١٤)<sup>(٥)</sup> استقراء الظاهرة ومدى ارتباطها بالتكنولوجيا الحديثة التي أسفرت عن سلبيات كثيرة تؤثر على تشكيل شخصية الفرد، وكيفية تأثيرها على الجوانب النفسية والاجتماعية والقواعد والمعايير الأخلاقية.

وفي ضوء النتائج والتجارب العالمية التي تم عرض جزء منها؛ فقد تبته التربويون لأهمية مواقع التواصل الاجتماعي ودورها في صقل شخصية الطلاب وتمييزها، وبخاصة أن الدراسات التي أجريت في فبراير ٢٠١٩ أكدت أن بالنسبة لموقع فيس بوك: ( "Facebook"<sup>٦)</sup>

- تتزايد كل عام نسبة المستخدمين لفيس بوك عالميًا لتصل إلى ٢,١٢١ بليون عالميًا.
- عدد المستخدمين لفيس بوك بشكل يومي في المملكة السعودية تصل نسبتهم إلى ٧٨٪ وعددهم ٢,١٠٠,٠٠٠ مستخدم؛ وهي أكبر ثاني مستخدم للفيس بوك يوميًا بعد مصر على مستوى الدول العربية.
- نسبة مستخدمي الهواتف المحمولة والتابلت لتطبيق فيس بوك تصل إلى ٩٦٪، وعدد النشطاء يوميًا بلغ أكثر من ٢,٢٤٠ مليون مستخدم هذا العام، أمّا عن نسبة مستخدمي أجهزة الكمبيوتر قد بلغ عددهم أكثر من ٥٨٠ مليون مستخدم بنسبة ٢٥٪، تصدرت مصر دول المنطقة العربية، في استخدام وسائل التواصل

الاجتماعي "فيسبوك، وتويتر"، حيث كشف تقرير حديث أعده جهاز التعبئة العامة والإحصاء، بالتعاون مع اللجنة الإحصائية للأمم المتحدة، والذي اعتمد في بياناته على تقارير وسائل التواصل الاجتماعي العربي، من كلية محمد بن راشد الحكومية، حيث أشار إلى أن عدد مستخدمي "فيسبوك" في مصر تجاوز ٣٤,٥ مليون مستخدم، وأن الفترة من يونيو/ حزيران ٢٠١٤ إلى يناير/ كانون الثاني ٢٠١٧ فقط، شهدت دخول ١٤ مليون مستخدم جديد، وأن نسبة الشباب المستخدمين لـ "فيسبوك" في سن أقل من ٣٠ عامًا، تصل إلى ٦٥,٨٪ من إجمالي المستخدمين، يزيد فيهم الذكور على الإناث؛ وهذه الأرقام والإحصاءات في تزايد مستمر مما قد يؤدي إلى العديد من الآثار الاجتماعية والنفسية، لذلك دعت الضرورة البحثية بدراسة تأثير هذا الاستخدام على العوامل الشخصية والنفسية لدى المراهقين.

#### أهمية الدراسة:

١. قلة، بل محدودة الظاهرة في الدراسات الاعلامية العربية التي اهتمت بفحص المتغيرات والعوامل المؤثرة في ظاهرة التصوير السيلفي، وكذلك التأثيرات النفسية الناتجة والمسببة لهذه الظاهرة.
٢. ركزت الدراسات الأجنبية على المتغيرات النفسية للظاهرة ولم تتطرق إلى الجانب الإعلامي والأخلاقي فيها.
٣. الانتشار الكبير لهذه الظاهرة مما يستلزم دراستها علميًا ومنهجيًا.

#### أهداف الدراسة:

تهدف هذه الدراسة إلى :

١. التعرف على أنماط استخدام المراهقين من عينة الدراسة Face book ودوافع هذا الاستخدام.
٢. استخدامات تصوير الذات السيلفي على face book .
٣. دراسة العلاقة بين استخدامات تصوير الذات السيلفي والسمات الشخصية للعينة والتي تمثلت (الترجسية، صورة الجسد، تقدير الذات).
٤. تأثير الدوافع النفسية والطقوسية في معدل التصوير الذاتي السيلفي.
٥. التعرف على الفروق بين السمات الشخصية ومعدل تصوير الذات السيلفي طبقًا للنوع (الذكور، الإناث).

## الجانب الفكري للدراسة: تعريف المتغيرات علمياً:

### أولاً: تصوير الذات السيلفي Selfie:

اعتمد هذا المصطلح في عام ٢٠١٣ من قبل أكسفورد، وكما أوضحها قاموس "أكسفورد" هي الصورة التي يأخذها الفرد لنفسه عن طريق كاميرا الهاتف ويتم عرضها على مواقع التواصل الاجتماعي، وتكون مقبولة في المناسبات؛ ولكنها أمر غير ضروري لنشرها بصفة دائمة<sup>(٧)</sup>.

وعرّفت (Rutledge, ٢٠١٣)<sup>(٨)</sup> الصور الذاتية السيلفي أنها "الاتصال المرئي للأفراد لسرد خبراتهم والسياق اليومي، من خلال عرض صورهم الشخصية اليومية لتقييم وتعزيز الذات لديهم عن طريق رمزية (Like) أو تعليق على الصورة (Comment) أو القابلية للإعجاب Likeability أو القابلية للتصديق Believability، فهي من خصائص الصور الذاتية السيلفي.

### المفاهيم المرتبطة بالصور الذاتية السيلفي:

#### ١. تصوير الذات الحقيقية Real Selfie:

أخذت الصور الوهمية "الفوتوشوب" رواجًا كبيرًا على شبكات التواصل الاجتماعي، وأصبح البحث عن الذات الحقيقية المعروضة ومدى مصداقيتها على الشبكات الاجتماعية أمرًا يتعلق بزمان ومكان التصوير وطريقة التواجد الجسدي للفرد Real physical self، وهنا نبحث عن القصدية في التصوير وطريقة العرض؛ فنجد أن الكثير من الصور الذاتية الحقيقية المنشورة تشير إلى "من أنا - ما عملي - ومدى إنجازاتي"، حيث توضح جانب من العظمة Grandiose .

#### ٢. تصوير الذات الافتراضية Virtual Selfie:

إن الصورة الذاتية الافتراضية هي النسخة الأكثر حداثة من اللوحات الفنية والصور التقليدية الممتلئة في الأدب والفن؛ ومن المعروف أن Rembrandt أنتج أكبر عدد من الصور الذاتية المرسومة Selfie Portrait<sup>(٩)</sup>، وتتيح مواقع التواصل الاجتماعي إمكانية تحويل الهوية الحقيقية Real Identity إلى هوية افتراضية Virtual Identity؛ وذلك لتقديم أنفسنا بطريقة أكثر مثالية، حيث إن تعديل الصورة والسعي إلى الكمالية سمة مميزة للصور الافتراضية الوهمية غير المعبرة عن العلامة الذاتية الحقيقية للفرد Real Selfie Branding، وبالتالي تبعد الفرد عن الواقع بحثًا عن المثالية<sup>(١٠)</sup>.

## خصائص الصورة الذاتية (السيلفي):

من خلال رصد طرق التقديم والعرض الذاتي، تبين أن الصورة الذاتية ليست فقط طريقة فردية أو اجتماعية؛ بل امتدت لتشمل الأعمال التجارية والتسويقية والمنظمات المجتمعية، حتى أطلق عليها عملية الاتصال السيلفي Selfie Communication Process، حيث يتم تسويق أنفسنا مهنيًا فيما يسمى التسويق الشخصي الاجتماعي Personal Social Marketing، وهو تسويق موجه بهدف ترويج أنفسنا عن طريق مواقع التواصل الاجتماعي، وتعتمد الصور الذاتية على خصائص؛ منها:

### ١- القابلية للإعجاب Like ability:

حيث أخذت رمزية الإعجاب "like" انتشارًا واسعًا على ساحات التواصل الاجتماعي، بما يعكس حاجة الفرد أن يكون شخصًا محبوبًا؛ وذلك استنادًا إلى المستوى الثالث من مثلث "ماسلو" للحاجات، وهو الحاجة إلى الانتماء المرتبط بحاجة الفرد أن يكون محبوبًا، وغالبًا ما ينعكس على تقدير الذات<sup>(١١)</sup>، وتعد القابلية للإعجاب شكلاً من أشكال التواصل الذاتي self-communication من المستقبل مع الصورة الذاتية عبر مواقع التواصل الاجتماعي<sup>(١٢)</sup>.

### ٢- القابلية للتصديق Believability:

تقديم الصورة الذاتية ترتبط بمدى مصداقية النص والرسالة المكتوبة، حيث تعد مصداقية الصورة الذاتية هي استجابة تقييمية من المتلقي أو المشاهد للصورة، ويتوقف على تصور المتلقي لمصداقية المصدر وفقًا لخبراته وثقة المصدر<sup>(١٣)</sup>.

## استخدامات تصوير الذات (Selfie):

### ١. تصوير الذات (Selfie) كأداة جنسية:

يمكن أن تكون طريقة العرض الذاتي في حد ذاتها عند المراهقين تحمل الغواية والإغراء؛ فقد أشارت إحدى الدراسات<sup>(١٤)</sup> أن ٤٠٪ من الصور للمراهقين تحمل طابعًا جنسيًا، حيث يظهر المراهقون الأوضاع الأكثر نشاطًا والأكثر إثارة بدينية بعرض العضلات وارتداء الملابس المخصصة لذلك، في حين أن المراهقات تحمل صورهن أغراض الاستعراض الجسدي؛ بهدف الترويج لأنفسهن أو تبادلها مع الأصدقاء.

### ٢. تصوير الذات السيلفي كعلامة مميزة للذات Self-branding:

لقد أنتجت ظاهرة تصوير الذات السيلفي ما يسمى بالعلامة الذاتية للفرد التي ترتبط بتغيير السلوك واختيار وانتقاء نوعية الاتصال بين الأفراد عبر مواقع التواصل

الاجتماعي.

٣. تصوير الذات (Selfie) أداة تدعم الثقة بالنفس Self- confidence:

الثقة بالنفس هي قدرة الفرد على أن يستجيب استجابات توافقية تجاه المثيرات وإدراكه تقبل الآخرين له وتقبله لذاته بدرجة مرتفعة<sup>(15)</sup>، فالأفراد يستخدمون الصور الذاتية لتعزيز الثقة بالنفس لديهم؛ ويظهر ذلك في متابعة عدد التعليقات الإيجابية<sup>(16)</sup>.

ثانياً النرجسية : Narcissism :

تعتبر النرجسية من المفاهيم النفسية التي لاقت اهتماماً كبيراً من طرف العديد من علماء النفس؛ وكانت بدايات استخدام هذا المصطلح منحصرًا في الطابع المرضي، وفيما بعد اتضح أنها لا تمس الجانب الباثولوجي فقط؛ بل هي سمة في الشخصية تتواجد لدى جميع الأفراد بدرجات متفاوتة<sup>(17)</sup>.

لقد استعير المصطلح من أسطورة نرسييس (نرجس) الذي نظر إلى صورته في الماء فعشق ذاته وثم كان موته.

واستخدم مصطلح النرجس Narcissis لأول مرة في الطب النفسي من جانب "هافلوك إليس" ١٨٩٨ Havelock Ellis ، حيث ذكر أن هذا المصطلح يشير إلى اتجاه الفرد للتعامل مع جسده كموضوع جنسي<sup>(18)</sup>، ولكنه ما لبث أن تغير كلياً ليشير إلى الإعجاب بالذات self- admiration.

وقد ذكر Dewall, Buffardi ,Campbell (٢٠١١) <sup>(١٩)</sup> أن الأشخاص النرجسين الذين يتداولون كلما " أنا، me, mai, je " يحبون الحديث عن أنفسهم وعن صورتهم الإيجابية؛ فاستعمالهم لهذه الضمائر تكون بدافع تعزيز إيجابيات النفس وجذب الانتباه بالطرق المختلفة، فهي تعويض داخلي للنرجسية المتواجدة عند هؤلاء الأشخاص.

سمات النرجسية:

١. الاستعراضية Exhibitionism: تتمثل في رغبة الفرد في أن يكون مركز اهتمام الآخرين، ومعجباً دائماً بذاته، ويعشق جسده من أجل الحصول على الإعجاب من الآخرين.
٢. الغرور Vanity: وهو اعتقاد بأنه متميز وأفضل من الآخرين.
٣. السلطة Authority: وهو شعور الفرد بقدرته على التأثير في الآخرين ولديه القدرة على القيادة والتحكم وحب السلطة.

٤. التفوق Superiority: شعور الفرد بالاستحقاق في أن يكون ناجحًا ومتقدمًا.
٥. الاستغلالية Exploitative: هو استغلال الفرد للآخرين في تلبية حاجاته الخاصة.
- وقد ذكر علماء النفس أن النرجسية تنقسم إلى نمطين-

النرجسية السويّة Narcissism Healthy والنرجسية المرَضِيَّة Pathological Narcissism .

### ثالثًا صورة الجسم Body Image:

يعرف «Shelder» صورة الجسد على "أنها صورة جسمنا التي نشكلها في ذهننا والتي لها أهمية كبرى في تكوين شخصيتنا"، ويشير "Collings" إلى وجود أربعة مكونات متضمنة في بنية صورة الجسم وهي: المظاهر المعرفية والانفعالية والسلوكية والإدراكية، ويرى "Slade" صورة الجسم بأنها "الصورة الذهنية التي يكونها الفرد عن جسمه ككل، بما فيها الخصائص الفيزيائية والوظيفية والتي بدورها تسهم في تقييمه لذاته، وتتضمن صورة الجسم إدراكًا لشكل الجسم وحجمه وحدوده والارتباطات الداخلية لأجزائه، وتتبع صورة الجسم لدينا من مصادر شعورية ولا شعورية تمثل مكونًا أساسيًا في مفهومنا عن ذاتنا<sup>(٢٠)</sup>.

وتعتبر صورة الجسم مكونًا هامًا من مكونات تقدير الذات، وأن أي تغيير في صورة الجسم يؤثر على تقدير الذات والصحة النفسية والاجتماعية<sup>(٢١)</sup>.

### رابعًا: تقدير الذات:

يعتبر تقدير الذات الحجر الأساسي الذي يقوم عليه تحديد الشخصية، خاصة بالنسبة للمراهق الذي يسعى دائمًا لإيجاد نفسه وتقديرها وتحقيقها.

وقد وضع الإطار المفاهيمي عالميًا لتقدير الذات باعتباره واحدًا من التقييمات الإيجابية والسلبية للفرد، ويرتبط ذلك بالرضا وعدم الرضا على الذات.

فقد تعددت التعريفات الخاصة بتقدير الذات فهناك جهود مستمرة لوضع تعريف واضح لهذا المفهوم الحساس منذ عام ١٩٦٥ فقد عرّفه كل من : Coopr Smith ، ١٩٦٧ إبراهيم أبو زيد ١٩٨٧، علاء كفاني ١٩٨٩، مجدي الدسوقي ٢٠٠٦، بأنه "تقييم يضعه الفرد لنفسه وبف نفسه، ويتضمن اتجاهات الفرد الإيجابية والسلبية نحو الذات أي: الحكم الشخصي للفرد بالاستحقاق أو عدمه، والذي يتم التعبير عنه في الاتجاهات التي يحملها الفرد تجاه نفسه.

وعرّفه Rosenberg ١٩٧٩، بأنه تقدير الذات باعتباره اتجاهًا Attitude لدى الفرد

نحو ذاته سواء أكان هذا الاتجاه موجباً أم سالباً، أي: هو التقييم الانفعالي الذي يكونه الأفراد لذواتهم، والذي يمتد بشكل عام من الاستحسان إلى عدم الاستحسان، ويشير إلى مدى اعتقادهم بنجاحهم Salsmi ٢٠١١ .،

وعرّفه محمد إبراهيم عيد ٢٠٠٢: بأنه يحتل مكانة محورية لدى علماء النفس يمكن من خلاله الكشف عن السواء واللاسواء وعن الطاقات الكامنة.

#### الدراسات السابقة:

بناءً على العرض السابق لمتغيرات الدراسة؛ تم تحديد محاور الدراسات السابقة طبقاً لهذه المتغيرات، فجاءت المحاور كما يلي:

١. الدراسات التي تناولت ظاهرة تصوير الذات (selfie).
٢. الدراسات التي تناولت النرجسية وعلاقتها بتصوير الذات السيلفي.
٣. الدراسات التي تناولت صورة الجسم وعلاقته بتصوير الذات السيلفي.
٤. الدراسات التي تناولت تقدير الذات وعلاقته بتصوير الذات السيلفي.
٥. الدراسات التي تناولت استخدامات الفيس بوك وتأثيراته المتنوعة.

#### أولاً: الدراسات التي تناولت ظاهرة تصوير الذات (selfie):

1- Chea, J. (2017) <sup>(22)</sup>: Virtual make over: Selfie-taking and social media use increase selfie –editing frequency through social comparison.

وقد أوضحت هذه الدراسة السلوكيات التكرارية في تصوير الذات السيلفي، ويتضمن أيضاً سلوكيات تكرار وتعديل الصور الذاتية، وهدفت الدراسة إلى رصد سلوكيات الالتقاط والنشر عبر مواقع التواصل الاجتماعي، وأجريت دراسة استقصائية على عينتين عبر الإنترنت في "كوريا" من مستخدمي الهواتف الذكية من الإناث اللاتي تتراوح أعمارهن بين ٢٠-٣٩ عاماً، وبلغ حجم العينة (١٠٦٤)، وشملت العينة الثانية (٧٨٢)، وأظهرت نتائج الدراسة:

١. وجود علاقة ارتباطية بين تكرار الصورة الذاتية السيلفي ومستويات الوعي الذاتي.
٢. ارتباط الاستخدام المفرط لمواقع التواصل الاجتماعي بزيادة تعديل ونشر الصور السيلفي.



٣. المقارنات الاجتماعية بالمشاهير لها تأثير غير مباشر على تعديل الصورة.
٤. الأفراد يخطرطنون في المقارنة الاجتماعية، وماينتج عن ذلك من إعادة ضبط الصورة الذاتية رغبة في المثالية.
٥. أوضحت الدراسة كذلك أن استراتيجيات العرض الذاتي تكشف لنا الطريقة التي يرانا بها الآخرون، وتوضح لنا سوابق سلوكيات العرض عبر مواقع التواصل الاجتماعي، فالتحديث الدائم للصور الذاتية يعتبر سلوكًا قهريًا يصعب السيطرة عليه، حيث تعتبر ظاهرة تصوير الذات نوعًا من الإدمان السلوكي.

2- Sosin, I., Chuev, Y., Goncharova, (2017)<sup>(23)</sup>: Integrated identification of new substantial gadget addiction: with selfie-mania phenomenon model

بحثت هذه الدراسة ظاهرة تصوير الذات السيلفي كنوع جديد من الإدمان، وأطلق عليه هوس السيلفي Selfie Mania وشملت عينة الدراسة (١٥٧) طالبًا، وتوصلت الدراسة إلى النتائج التالية:

١. إن سلوكيات تصوير الذات السيلفي وانتشار هذه الظاهرة تتفق مع المعايير التشخيصية للإدمان.
٢. إن التحديث الدائم للصورة الذاتية السيلفي يعتبر سلوكًا قهريًا يصعب السيطرة عليه.
٣. إن الالتقاط الدائم للصور نتيجة رغبة وسواسية من الملتقط - Obsessive Craving .ing
٤. أكدت الدراسة أن الأضرار النفسية والعصبية والسلوكية الناتجة من الإقلاق عن ظاهرة الالتقاط والتصوير وصرح بها إدمانًا وله أعراض انسحابية، وأطلق ما يسمى Selfie deprivation syndrome .

3- KIM, J., K (2015)<sup>(24)</sup>: Relationship between selfie practice and cultural characteristics: independent and interdependent self-construal's dissertations

اقترحت هذه الدراسة سوابق ممارسات سلوكية لنشر الصور الذاتية السيلفي وتتمثل في المعيار الشخصي ونية الفرد في النشر وكذلك النرجسية، واعتبرت هذه

المتغيرات حديثة لابد من دراستها تجريبياً لبحث علاقتها بالتصوير الذات السيلفي.

### وتوصلت إلى النتائج التالية:

١. اقترحت الدراسة نموذجاً قائماً على نظرية السلوك المخطط لدراسة سلوكيات نشر الصورة الذاتية السيلفي على مواقع التواصل الاجتماعي.
٢. إن الموقف تجاه نشر الصور الذاتية معيار شخصي، والسيطرة السلوكية المحسوسة والنرجسية هي المحددات الهامة لهذا السلوك.

ثانياً: الدراسات التي تناولت العلاقة بين النرجسية وتصوير الذات السيلفي:

1- Halpern, D, James, E, K & Carrli, C(2017)<sup>25</sup>: The online ideal. persona Vs the Jealousy effect : two explanations of why selfies are associated with lower quality romantic relationships:

ناقشت هذه الدراسة مستويات النرجسية؛ حيث يتميز الأشخاص النرجسيون بتكرار الصور الذاتية بشكل يومي، مما يؤدي إلى ارتفاع مستويات النرجسية، وكذلك هدفت هذه الدراسة إلى الكشف عن ظاهرة تصوير الذات السيلفي وعلاقتها بالنرجسية، وأوضحت الدراسة العلاقة الإيجابية بين استخدام مواقع التواصل الاجتماعي بصفة عامة والنرجسية.

وأسفرت كذلك عن النتائج التالية:

١. توجد علاقة ارتباطية بين التقاط الصور الذاتية selfies والدوافع الذاتية الإيجابية.
٢. توجد علاقة ارتباطية موجبة بين نشر والتقاط الصور الذاتية السيلفي وزيادة مستويات النرجسية لدى معتادي التصوير الذاتي.

2- Mc Cain, J., L. ,Borg, Z, G, Rothenberg,A,H,churillo,K,M,: Weiler, P & Campbell ,W, K (2016) <sup>(26)</sup>Personality and Selfies : Narcissism and the Dark Triad

أوضحت هذه الدراسة العلاقة بين سلوكيات ودوافع نشر والتقاط الصور الذاتية وأنماط النرجسية السوية والمرضية يشمل الثلاث المظلم لسمات الشخصية (النرجسية السيكوباتية، الميكيفيلية، تقدير الذات).

وتوصلت الدراسة إلى النتائج التالية:

١. توجد علاقة ارتباطية موجبة بين النرجسية وزيادة نشر الصور الذاتية السيلفي.
٢. كما توجد علاقة ارتباطية موجبة بين النرجسية وزيادة التقاط الصور أيضاً.
٣. كما توجد علاقة ارتباطية موجبة بين النرجسية ودوافع التقاط وعرض الذات المبالغ فيه على مواقع التواصل الاجتماعي.
٤. لا توجد علاقة بين النرجسية المرضية والتقاط الصور الذاتية السيلفي.
٥. لا توجد علاقة بين تقدير الذات والتقاط الصور الذاتية السيلفي.

3- Fox & Rooney (2015)<sup>27</sup>: The dark triad and trait self-objectification as predictors of men's Use and self-presentation behaviors on Social networking sites. Personality and individual differences.

هدفت هذه الدراسة إلى استطلاع أشكال العرض البصري للصور الذاتية السيلفي، والتعرف على استجاباتهم السلوكية على مواقع التواصل الاجتماعي، وركزت الدراسة على العرض الذاتي والصور السيلفي، واشتملت الدراسة على عينة من (٨٠٠) رجل تتراوح أعمارهم بين ١٨-٤٠ من الولايات المتحدة ممن أكملوا استطلاع الرأي عبر الإنترنت.

وتوصلت إلى مجموعة من النتائج، من أهمها:

١. أكدت الدراسة أن الأفراد الذين يقضون ساعات طويلة في تصوير الذات السيلفي تتسم سلوكياتهم بالنرجسية.
  ٢. كما أكدت أن الأفراد وخاصة الرجال معتادي نشر الصور الذاتية لهم على مواقع التواصل أكثر ميلاً في المستقبل بأن تصبح شخصيتهم تتسم بالتهور.
- كما أوضح الباحثون أن المبالغة في نشر الصور الذاتية بشكل منتظم تعتبر سلوكيات معادية للمجتمع.

4- Weiser (2015):<sup>(28)</sup> Me : Narcissism and its facets as predictors of selfie-posting frequency.

أشارت الدراسة إلى السمات المزاجية والدوافع النفسية ذات الصلة بنشر الصور الذاتية، وهدفت الدراسة إلى الكشف عن العلاقة بين النرجسية وسمات المزاجية التي تميز وجهات النظر حول تكرار نشر الصور الذاتية السيلفي، ومحاولات الحصول على

الاهتمام والإعجاب من الآخرين عبر مواقع التواصل الاجتماعي بالإضافة إلى تلك الجوانب الاستعراضية (القيادة، السلطة)، وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج؛ أهمها:

١. هناك علاقة بين جوانب النرجسية ونشر الصور الذاتية.
  ٢. أظهرت الدراسة أن جانب السلطة مؤشر قوي لنشر الصور الذاتية.
- 5- Milivojevic, Ercego Vac(2014), selfie or virtual mirror to new Narcissism<sup>(29)</sup>

- توصلت هذه الدراسة إلى مجموعة من النتائج؛ من أهمها :
١. إن تصوير الذات السيلفي يعني النرجسية أي العشق العميق للذات.
  ٢. رصدت الدراسة انعكاسات الذات الفردية ومدى ارتباطها ببعض الاضطرابات النفسية.
  ٣. الشخص الكثير تصوير ذاته وعرضها على مواقع التواصل الاجتماعي هو في حقيقة الأمر نرجسي هستيري.
  ٤. الشخص كثير الالتقاط للصور يسعى دائمًا إلى الكمال؛ وقد دَعَمَ هذه الظاهرة انتشار وتداول الهواتف الذكية.

6- Sorokowski, (2014)<sup>(30)</sup>: Selfie posting behavior are associated with narcissism among me.

دَعَمَت هذه الدراسة علاقة النرجسية بنشر الصور الذاتية لدى عينة من الرجال؛ وتوصلت إلى النتائج التالية:

١. الكشف عن العلاقة بين سلوكيات نشر الصور الذاتية السيلفي والنرجسية لدى عينة الدراسة.
٢. حددت الدراسة فئات الصور الذاتية كما يلي:
  - سيلفي للنفس own Selfie .
  - سيلفي مع الشريك Selfie with a romantic partner .
  - سيلفي المجموعة group Selfie .

وأوضحت أنه لا توجد علاقة ارتباطية بين نشر الصور الذاتية السيلفي وسلوكيات النرجسية لدى الإناث، على الرغم من كونهن أكثر نشرًا للصور الذاتية عن الذكور.

### ثالثًا: الدراسات التي تناولتها العلاقة بين صورة الجسم وتصوير الذات السيلفي:

1- Mclean et. al, (2015): Photoshopping the selfie: self-photo editing and photo investment are associated with body dissatisfaction in adolescent girls. <sup>(31)</sup>

١. أشارت هذه الدراسة إلى أن التفاعل مع مواقع التواصل الاجتماعي قد تؤدي إلى نتائج سلبية منها عدم الرضا عن صورة الجسم واتباع نظام غذائي معين.
٢. إن المراهقات اللاتي ينشرن صورهن الذاتية بشكل منتظم أكثر اهتمامًا بالشكل والوزن والرضا عن صورة الجسم واتباع نظام غذائي متوازن.
٣. إن المراهقات اللاتي يقمن بنشر صورهن الذاتية أكثر عرضة لتعديل صورهن ومشاركة هذه الصور.

2- Ridgway, Clayton, (2015) <sup>(32)</sup>: Instagram unfiltered exploring association of body image satiation Instagram # selfie posting and negative romantic relationship outcomes.

- هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على المسببات والنتائج المرتبطة بنشر الصور الشخصية على الإنستجرام وعدم الرضا عن صورة الجسم والنتائج السلبية للعلاقات العاطفية؛ وتوصلت الدراسة إلى النتائج التالية:
١. إن الرضا عن الجسم مرتبط بشكل متتالٍ مع زيادة نشر الصور الذاتية.
  ٢. إن مستخدمي الإنستجرام يقومون بتعزيز الرضا عن صورة الجسم من خلال تعديلات الصور الذاتية السيلفي الموجودة على تطبيقات الصور.
  ٣. تساعد الدراسة في وضع أساس للاتجاهات المحتملة بشأن الصورة الذاتية المنشورة على الإنستجرام.

3- Dutta, et al. (2016): Attitudes toward selfie taking in school-going adolescents: an exploratory study<sup>(33)</sup>.

- أوضحت هذه الدراسة العلاقة بين الاتجاهات نحو الصور الذاتية ومدى قبول صورة الجسم لدى عينه من المراهقين.
- وتوصلت إلى مجموعة من النتائج؛ من أهمها:

١. توجد علاقة ارتباطية موجبة بين اتجاهات تكرار وعرض وتعديل الصور الذاتية ومستويات الرضا عن صورة الجسم لدى عينة الدراسة.
٢. وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الذكور والإناث لصالح الإناث.
٣. إن ٥٤٪ من الذكور و ٤٢,٦٪ من الإناث من عينة الدراسة ينشرون صورهم الذاتية بشكل منتظم.

رابعًا: الدراسات التي تناولت العلاقة بين تقدير الذات وتصوير الذات السيلفي:

1- Murphy, (2014) Selfie Esteem. us .Catholic <sup>(34)</sup>

التي أو وضحت أن المراهقات أكثر اهتمامًا بالمعايير الجمالية والمقارنة عن المراهقين من الذكور؛ وبالتالي تشعرن بانخفاض في تقديرهن لذواتهن، حيث يتلقين رسائل تقييمية سلبية من قبل المتابعين.

2- Barry et. al, (2015): Let Me take a Selfie: <sup>(35)</sup>

التي أشارت إلى أن هناك علاقة بين نشر الصور الذاتية السيلفي على الإنترنت وتقدير الذات والندرجسية، وأوضحت الدراسة التي طبقت على عينة (١٢٨) طالبًا جامعيًا تتراوح أعمارهم بين ٤٣-١٨ النتائج التالية:

١. الأفراد ذوو تقدير الذات المنخفض نسبة كبيرة من صورهم الذاتية السيلفي تبرز المظهر البدني.
٢. الأفراد ذوو تقدير الذات المنخفض يميلون أكثر لنشر صور ذاتية selfie لتعزيز تقديراتهم الذاتية لأنفسهم.

3-Shin, et. al (2017)<sup>(36)</sup>: Selfie and Self: The Effect of Selfies on Self-

Esteem and Social Sensitivity, Personality and Individual Differences

التي أوضحت أن ظاهرة أخذ الصور الذاتية السيلفي ومشاركتها واسعة الانتشار في الحياه اليومية، كما ركزت الدراسة على فحص تأثير الصور الذاتية على الأفراد الذين أخذوا وشاركوا صورهم الذاتية السيلفي، وأسفرت عن النتائج التالية:

١. وجود علاقة بين تجربة الصورة في حد ذاتها ومفهوم الذات لدى معتادي أخذ الصور الذاتية.
٢. توجد علاقة ارتباطية بين أخذ وحفظ الصورة الذاتية دون نشر وتدني تقدير الذات.

#### 4- Wang, et. Al, (2017): Let Me Take a Selfie Exploring The Psychological Effect of Posting and Viewing Selfie and Groupie Media <sup>(37)</sup>

وقد أوضحت هذه الدراسة سلوكيات لاحقة لتكرار مشاهدة الصور الذاتية السيلفي وعلاقتها بتقدير الذات والرضا عن الحياة وهدفت لدراسة الآثار النفسية لنشر وعرض الصور على مواقع التواصل الاجتماعي وأسفرت عن النتائج التالية:-

١. وجود علاقة إرتباطية سالبة بين سلوك تكرار مشاهدة الصور الذاتية السيلفي وتدنى تقدير الذات.
٢. وجود علاقة إرتباطية موجبة بين تكرار مشاهدة وعرض صور المجموعات groupie وزيادة تقدير الذات لديهم.

#### خامساً: الدراسات التي تناولت استخدامات الفيس بوك وتأثيراته المتنوعة:

١. نجلاء المصليحي (٢٠١٥)<sup>(٣٨)</sup>: "الفيس بوك ورأس المال الاجتماعي في مصر"؛ هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على مدى تأثير الفيس بوك على العلاقات الاجتماعية في المجتمع المصري والوقوف على الجوانب السلبية والإيجابية لاستخدامه؛ وأشارت النتائج إلى أن ٦٤,٢٪ من إجمالي العينة يشعرون عبر الفيس بوك بأنهم جزء من مجتمع أكبر محلياً كان أو عالمياً تعدى الحدود الجغرافية والسياسية والاجتماعية والثقافية، وتجاوز الحدود الضيقة للفرد، وأن غالبية أفراد الدراسة أشاروا إلى أن استخدامهم للفيس بوك ساعدهم على الانخراط في العديد من النشاطات التي تسهم بشكل أو بآخر في تدعيم العلاقات الاجتماعية عبر آليات للتعرف، وتعميق التفاعلات من أجل التحرر من أسر المؤسسات المجتمعية وقيودها الثقافية والسياسية والأمنية والإدارية والدينية المألوفة التي تتحكم في حياتهم.
٢. عبد الكريم سعودي (٢٠١٤)<sup>(٣٩)</sup> "إدمان الفيس بوك وعلاقته بالتوافق الأسري للطلاب الجامعي"؛

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على التوافق الأسري للطلاب الجامعي في جامعة "بشار" في الجزائر، وأشارت النتائج إلى وجود علاقة سلبية دالة إحصائياً بين إدمان استخدام الفيس بوك والتوافق الأسري، حيث إن إدمان استخدام الفيس بوك يؤثر سلباً على التوافق الأسري للطلاب الجامعي، كما يؤثر في الاتصال الشخصي وجهًا لوجه، وفي تفاعل المستخدمين مع أسرهم وأصدقائهم، مما يؤدي إلى الانسحاب الملحوظ من التفاعل الاجتماعي، وهذا ما يعني تعزيز عوامل الاكتئاب لدى مدمني الاستخدام،

وتفتت علاقاتهم الإنسانية غير السوية.

٣. سميرة بالعربي (٢٠١٣)<sup>(٤٠)</sup> "دور شبكات التواصل الاجتماعي في زيادة التفاعل في الوسط الجامعي":

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على دور الفييس بوك كأحد شبكات التواصل الاجتماعي في زيادة التفاعل في الوسط الجامعي؛ وأشارت النتائج إلى أن ٥٠٪ من أفراد عينة الدراسة يقضون ما بين ساعة إلى ثلاث ساعات يوميًا على موقع التواصل الاجتماعي فييس بوك، في حين أن ٤٤٪ منهم يقضون أكثر من ٤ ساعات يوميًا على هذا الموقع، وهو ما يعني أن معظم الباحثين يقضون وقتًا كبيرًا في استخدام الفييس بوك وهو أحد مظاهر الإدمان، وأشارت نتائج الدراسة إلى أن كثرة الوقت المستخدم للفييس بوك قد قلل من تفاعل أفراد الدراسة الأكاديمي والمتعلق بدراساتهم، وأدى إلى مشاكل متعلقة بحياتهم اليومية.

٤. عبدالهادي علي (٢٠١٤)<sup>(٤١)</sup> "دراسة النتائج الاجتماعية والأكاديمية المترتبة على استخدام طلاب الجامعة مواقع التواصل الاجتماعي فييس بوك":

هدفت الدراسة إلى التعرف على العلاقة بين استخدام الفييس بوك وبين رأس المال الاجتماعي المتضمن (شعور الطلاب بالرضا عن الحياة، شعور الطلاب بالثقة الاجتماعية، شعور الطلاب بالانتماء، الأداء الأكاديمي، المشاركة السياسية، المشاركة المدنية)؛ وقد دلّت النتائج على وجود علاقة ارتباط طردي موجب بين استخدام الفييس بوك وبين تنمية الحفاظ على هيكل رأس المال الاجتماعي للطلاب المشاركين في عينة الدراسة، إضافة إلى وجود علاقة ارتباط طردي موجب بين استخدام الأفراد للفييس بوك وبين كل من: الرضا عن الحياة، والثقة الاجتماعية، والمشاركة المدنية، والمشاركة السياسية، كما أشارت النتائج إلى عدم وجود أية علاقة معنوية سالبة بين استخدام الفييس بوك وبين الأداء الأكاديمي للطلاب.

5. Ferrel, 2011:..A functional Role of Face book: Psychological and Social needs :(42)

أجريت هذه الدراسة في جامعة أوكلاهوما بالولايات المتحدة الأمريكية، وهدفت إلى التحقق من دوافع استخدام الفييس بوك، وقد دلّت النتائج على أن المستبعدين اجتماعيًا أسرع في الدخول إلى موقع الفييس بوك وأطول مدة استخدام من الأفراد غير المستبعدين اجتماعيًا، وبرّر الباحث تلك النتيجة بأن الفييس بوك يساعد في الحد



من الظلم الاجتماعي، كما أن الفيس بوك قد يساعد في حفظ التوازن لدى الأفراد في حياتهم وفي الموازنة بين الحاجات النفسية والتفاعلات الاجتماعية.

#### 6. Alomgir hossaim, (2018) Effects of Uses and Gratification of Social media use the Facebook case with Multiple Mediator analysis<sup>(43)</sup> :

وتهدف هذه الدراسة إلى توضيح الأنماط المتعددة لاستخدام فيس بوك، ومعرفة الإشباع التي تتحقق من وراء الاستخدامات الجديدة؛ وكشفت النتائج أن الاستخدامات والإشباع لها تأثير مباشر على كيفية الاستخدام، بالإضافة إلى عادات المستخدمين وسماتهم الشخصية التي تؤدي دورًا مهمًا كمتغيرات وسيطة تؤثر على العلاقة بين الاستخدامات والإشباع المتحققة.

وبيّنت الدراسة أيضًا أن الإشباع المختلفة مثل الإشباع الاجتماعي، الإشباع بالمحتوى، الإرضاءات المتعددة هي القوى المحركة للتبؤ بالنوايا السلوكية للمستخدمين، وتمثلت الآثار المباشرة للاستخدام في: الترفية - قضاء وقت الفراغ - البحث عن المعلومات - تقديم الذات - الحضور الاجتماعي - والتفاعل الاجتماعي.

٧. نيرمين خضر (٢٠٠٩)<sup>(٤٤)</sup> "الآثار النفسية والاجتماعية لاستخدام الشباب المصري لمواقع الشبكات الاجتماعية" دراسة على مستخدمي موقع الفيس بوك:

وهدفت الدراسة إلى التعرف على الآثار النفسية والاجتماعية المترتبة على استخدام الشباب المصري لمواقع الشبكات الاجتماعية ممثلة بالفيس بوك؛ وشملت عينة الدراسة الشباب الجامعي بجامعة "القااهرة" والجامعة "البريطانية" بالقااهرة، وتوصلت الدراسة إلى أن تصفح ألبومات الصور الخاصة بالأصدقاء يأتي على رأس قائمة الأنشطة التي يمارسها المبحوثون على موقع الفيس بوك بنسبة ٧٦,٥٪ من إجمالي العينة، كما جاء دافع التسلية والترفيه على رأس قائمة دوافع استخدام طلاب الجامعة لموقع الفيس بوك.

#### أوجه الاستفادة من الدراسات السابقة:

تم عرض الدراسات السابقة طبقًا لمتغيرات الدراسة، وسيتم عرض أوجه الاستفادة منها كذلك:

١. تناولت بعض الدراسات ثقافة العرض الذاتي وظاهرة تصوير الذات، فقد أوضحت دراسة sosin (٢٠١٦) أن ظاهرة تصوير الذات السيلفي بشكل واضح، حيث اعتبرتها نوعًا جديدًا من الإدمان وأطلقت عليه self – mania.

٢. وأوضحت دراسة Murray ٢٠١٥ أن الصورة الذاتية السيلفي وسيلة قوية للتعبير عن الذات لدى المراهقين، وطريقة لصنع لقطات أكثر إبداعاً تعبر عن ذات الشخص في مواقف مختلفة.
٣. وقد اتفقت الدراسات التي تناولت متغير النرجسية عن وجود علاقات ارتباطية بين مستويات النرجسية ونشر الصور الذاتية؛ لذا اهتمت هذه الدراسة بفحص العلاقة بين النرجسية وتصوير الذات.
٤. أكدت الدراسات التي تناولت متغير صورة الجسم أن الرضا عن صورة الجسم مرتبط بالصور الذاتية السيلفي للمشاهير والشخصيات العامة، وأن تكرار النشر والتعديل جزء هام في اتجاهات المراهقين نحو الصور الذاتية؛ لذا تسعى هذه الدراسة إلى دراسة العلاقة بين صورة الجسم وتصوير الذات السيلفي.
٥. وأكدت كذلك الدراسات التي تناولت العلاقة بين تقدير الذات وتصوير الذات السيلفي، حيث إنها أثبتت أن مستوى تقدير الذات مؤشر كبير لرغبة الفرد في نشر وتعديل الصور الذاتية على مواقع التواصل الاجتماعي، لذا تحاول الدراسة التحقق من هذه العلاقة.
٦. تناول المحور الخامس من الدراسات السابقة استخدامات الفيس بوك المتنوعة والتأثيرات الناتجة عنه، وتتفق هذه الدراسة إلى حد ما مع أهداف الدراسات التي سبق عرضها في هذا المحور؛ إلا إنها أضافت قياس علاقة الاستخدام بالسمات النفسية وكذلك استخدام تصوير الذات السيلفي على موقع فيس بوك لدى عينة من المراهقين، وهذه الدراسة هي الأولى عربياً- في حدود معرفة الباحثة واطلاعها- التي سعت للتعرف على هذا الهدف.
- ولذلك أفادت الدراسات السابقة في مجملها في صياغة فروض ومتغيرات الدراسة، وكذلك مقاييس الدراسة وبناء استبانة الدراسة ومقارنة النتائج.

### الإطار النظري للدراسة:

#### أولاً: النظريات النفسية المفسرة لمتغيرات الدراسة:

١. النظرية المفسرة للنرجسية وعلاقتها بتصوير الذات:

#### نظرية السلوك المخطط<sup>(45)</sup> (The Theory of Planned Behavior (T.P.B):

هي نظرية حول العلاقة بين المواقف والسلوك تؤكد على قاعدة النية قبل أداء السلوك؛ لكن تتطرق إلى الحالات التي لا يسيطر فيها الفرد على كل العوامل التي

تؤثر على الأداء الفعلي للسلوك، فتؤكد على أن حدوث السلوك الفعلي يتناسب مع مقدار السيطرة التي يمارسها الفرد على سلوكه وقوة نوايا هذا السلوك، فوفقاً لهذه النظرية يسترشد سلوك الفرد من خلال ثلاثة أنواع من الاعتبارات<sup>(٤٦)</sup>:

١. المعتقدات حول النتائج المحتملة للسلوك، وتقييم أهمية هذه النتائج بالنسبة للفرد (المعتقدات السلوكية).
٢. المعتقدات عن وجود العوامل التي يمكن أن تسهل أو تعيق تأدية السلوك والقوة المتصورة لهذه العوامل (معتقدات التحكم).
٣. المعتقدات حول توقعات الآخرين المعيارية من الفرد والدافع للامتثال لهذه التوقعات (المعتقدات المعيارية).

وتبحث نظرية السلوك المخطط في تفسيرها لظاهرة تصوير الذات السيلفي على سوابق سلوكيات النشر؛ لذا افترضت أن النرجسية هي إحدى أسباب انتشار هذه الظاهرة، وأن الموقف تجاه نشر الصور الذاتية السيلفي معيار شخصي تتحكم فيه النرجسية كمحدد هام لنية الفرد في نشر صورة السيلفي على مواقع التواصل الاجتماعي<sup>(٤٧)</sup>.

## ٢. النظرية المفسرة لمتغير صورة الجسد:

تستخدم النظرية المعرفية السلوكية لتفسير وإدراك صورة الجسد Perception Of Body Image بالاعتماد على المكونات المعرفية والسلوكية؛ حيث تبدأ الإثارة الداخلية لصورة الجسد بشكل نمطي في الصور الذاتية ثم تحدث إثارة بديلة (سلوك تعديل الصورة)، وهنا يظهر مصطلح الجمالية Aesthetically وتظهر معه حساسية الفرد أو مستوى رضاه عن صورته النهائية، وهذا من خلال عملية الانتباه الانتقائي Selective Attention الذي يعني التركيز على جوانب معينة في الجسم سعياً للوصول إلى الرضا الكامل عن صورة الجسد، وهنا تظهر ثلاث صور مختلفة (الصورة الواقعية، الصورة المثالية، الصورة المشوهة)، وغالباً ما يحدث تفاوت بين الصورة الواقعية والصورة المثالية، وهذا ما يؤدي إلى أفكار سلبية عن الذات تؤثر في تقدير الذات، وهذا ما أكدته "Veale" في النموذج الذي قدمه.

## ٣. النظريات المفسرة لتقدير الذات وعلاقته بتصوير الذات:

تعددت واختلفت النظريات التي تفسر تقدير الذات؛ وهذا الاختلاف كان مرتبطاً بالمدارس التي ينتمي إليها أصحابها، والنظريات التي قامت بتفسير الذات كالتالي:

## ١- نظرية وايت white:

قد وضعها "وايت" عام ١٩٦٣ عندما وجد أن تقدير الذات هو الأساس في الكفاءة والقدرة، وبذلك يمكن النظر إليه على أنه مكون نمائي يغطي دورة الحياة من الطفولة إلى الرشد، وأن تقدير الذات يرتبط بقدرة وكفاءة الفرد على تحمل القلق والوجع وهذا ما يسميه قوة الأنا (ego strong) إذ أن العلاقة بين القلق والقدرة هي علاقة تبادلية<sup>(٤٨)</sup>.

## ٢- نظرية روزنبرج:

وضع "روزنبرج" عام ١٩٦٥ هذه النظرية من خلال دراسته للفرد وارتقاء سلوكه تقييمه لذاته في ضوء العوامل المختلفة التي تشمل المستوى الاقتصادي والاجتماعي والديانة وظروف التنشئة الوالدية<sup>(٤٩)</sup>، ويرى بندر<sup>(٥٠)</sup> أن "روزنبرج" وضع ثلاثة مستويات للذات، هي:

١. الذات الحالية أو الموجودة: وهي كما يرى الفرد ذاته ويتفاعل بها.
  ٢. الذات المرغوبة: وهي الذات التي يرغب الفرد أن يكون عليها.
  ٣. الذات المتقدمة: وهي صور الذات التي يحاول الفرد أن يوضحها أو يعرفها للآخرين ويسلط "روزنبرج" الضوء على العوامل الاجتماعية.
- فلا أحد يستطيع أن يصنع تقديرًا لذاته والإحساس بقيمتها إلا من خلال الآخرين. ولذلك يوضح "روزنبرج" أن تقدير الذات هو اتجاه الفرد نحو الذات والذي يختلف عن اتجاهاته نحو الموضوعات الأخرى.

## ثانيًا: مدخل الاستخدامات والإشباع:

خلال الأربعينات من القرن العشرين<sup>(٥١)</sup> أدى إدراك عواقب الفروق الفردية والتباين الاجتماعي على السلوك المرتبط بوسائل الإعلام إلى بداية منظور جديد للعلاقة بين الجماهير وهذه الوسائل؛ وكان ذلك تحولًا من رؤية الجماهير على أنها عنصر سلبي غير فعال، إلى رؤيتها على أنها فعالة في انتقاء أفرادها لرسائل ومضمون مفضل من وسائل الإعلام.

ويذهب إدلستاين "Edelstein" وزملاؤه إلى أن تأسيس نموذج "الاستخدامات والإشباع" جاء كرد فعل لمفهوم "قوة وسائل الإعلام الطاغية" ويضفي هذا النموذج صفة الإيجابية على جمهور وسائل الإعلام، فمن خلال هذا المنظور لا تعد الجماهير مجرد مستقبلين سلبيين لرسائل الاتصال، وإنما يختار الأفراد بوعي وسائل الإعلام

التي يرغبون في التعرض إليها، ونوع المضمون الذي يلبي حاجاتهم النفسية والاجتماعية من خلال قنوات المعلومات والترفيه المتاحة.

### فروض النظرية:

وصلت بحوث الاستخدام والإشباع إلى حالة من النضج بعد مراحل من التطور، فقد تبلورت العديد من الافتراضات الأساسية لهذه النظرية في دراسة الاتصال الجماهيري، ومما لا شك فيه أن ما قدمه "كاتز" وزملاؤه عام ١٩٧٤م، قد أسهم بشكل أساسي في نضج هذه النظرية، وبلورة افتراضاتها الأساسية، فقد قدّم كل من "الياهو كاتز e.katz" و"بلومر blumer" وجورفيتش gurvitch" وصفاً لمدخل الاستخدامات والإشباع كما يلي:

١. يقوم الفرد باختيار الوسيلة الإعلامية التي يتوقع أن تشبع حاجاته.
٢. يمكن الاستدلال على المعايير الثقافية السائدة في مجتمع ما من خلال التعرف على استخدامات الجمهور لوسائل الاتصال، وليس من خلال محتوى الرسائل فقط.
٣. الجمهور نشيط وله أهداف محددة من استخدامه لوسائل الإعلام.
٤. الجمهور على وعي تام بنفسيته، وهو قادر على تحديد اهتماماته ودوافعه من استخدام وسائل الإعلام لإشباع احتياجات معينة<sup>(٥٢)</sup>.

فالعلاقة بين الاستخدام والإشباع يرى فيها "كاتز" أن لدى كل فرد عددًا من العوامل الاجتماعية والنفسية التي تولد حاجات معينة للفرد، من خلال خبرة الفرد يبدأ في رسم توقعاته عن تلبية وسائل الإعلام لهذه الحاجات مقارنة بمصادر أخرى لإشباع هذه الحاجات؛ فيترتب على ذلك اتخاذ قرار بالاختيار بين وسائل الإعلام والمصادر الأخرى، نتيجة للتعرض يتم إشباع بعض الحاجات بجانب نتائج أخرى كامنّة؛ وهو يؤدي مرة أخرى إلى نشوء حاجات أو توقعات جديدة تبدأ من التفاعل مع العناصر الاجتماعية والنفسية، وهكذا تتم دورة العلاقة بين نشوء الحاجة وقرار الفرد بالتعرض إلى وسائل الإعلام أملاً في إشباعها.

### نقد النظرية:

تطورت الأبحاث الخاصة بالاستخدامات والإشباع خلال السبعينات وما بعدها، وبعد أن قدمت النظرية استراتيجية جديدة لدراسة وتفسير استخدامات الجمهور وإشباعاته؛ ازداد إدراك الباحثين بعد ذلك بأهمية الاستخدام النشط لجمهور المتلقين،

باعتباره عاملاً وسيطاً في إحداث الأثر، سواء كان كبيراً أو محدوداً، وعلى الرغم من تطور أساليب البحث والاستقصاءات المنهجية والموضوعية في هذا المجال، إلا أن صوراً من النقد وجهت لهذه النظرية وتطبيقاتها؛ ومن أمثلتها ما يلي:

- يشعر بعض النقاد أن نموذج الاستخدامات والإشباعات أقل من أن يكون نظرية مستقلة بذاتها، وما هو إلا صياغة معادة محدودة لجوانب معينة من نظريات التأثير الانتقائي، ويشيرون إلى حقيقة أن الافتراض الرئيس هنا هو أن احتياجات الأفراد والمكافآت التي يحصلون عليها من معلومات، وهذه أساساً رواية مبسطة لنظرية الفروق الفردية.
- عدم التحديد الواضح لمفهوم "النشاط activity" الذي يتصف به جمهور المتلقين في علاقته بالاستخدام والإشباع.
- لعل أقوى الانتقادات الموجهة لنظرية الاستخدامات والإشباعات تكمن في الطابع الوظيفي لهذا المدخل، وهو ما يعني بتكريس الوضع القائم، ومن سلبيات ذلك أن صناع القرار يمكنهم التذرع بأن التنظيم الحالي لوسائل الإعلام تنظيم وظيفي بالنسبة لأفراد الجمهور يحقق لهم ما يريدونه، ومن ثم لا ضرورة لأي تغيير في هذا التنظيم، كما تخدم هذا النظرية منتجي المضمون الهابط الذين يدعون أن هذا المضمون ما هو إلا الاحتياجات الفعلية لأعضاء الجمهور، ومن ثم فلا حاجة لتغيير هذا المضمون.
- تركز النظرية على أسس وظيفية، تهتم بما تحققه وسائل الإعلام من وظائف، وذلك من منظور فرد يستخدم الرسائل الإعلامية؛ في حين أن الرسائل الإعلامية قد تحقق وظائف لبعض الأفراد، وتحقق اختلالاً وظيفياً للبعض الآخر؛ ولذا فكل الانتقادات الخاصة بالوظيفية تنطبق على النظرية.
- لا تصلح نظرية الاستخدامات والإشباعات للتعميم، لأن الاستخدامات والإشباعات من وسائل الإعلام تختلف باختلاف الثقافات والعوامل الديموغرافية.

#### مدى ارتباط الدراسة بمدخل الاستخدامات والإشباعات:

- أن نظرية الاستخدامات والإشباعات تحقق ثلاثة أهداف رئيسية؛ وهي: السعي إلى اكتشاف كيف يستخدم الأفراد وسائل الإعلام التقليدية والحديثة، وذلك بالنظر إلى الجمهور النشط الذي يستطيع أن يختار ويستخدم الوسائل التي تشبع حاجاته وتوقعاته، ويطبق هذا الهدف على الدراسة في معرفة كيفية

- استخدام أفراد العينة Facebook ومدى اشتراكهم في جروبات خاصة، وكذلك مدى استخدامهم لظاهرة تصوير الذات السيلفي على Facebook
- شرح دوافع التعرض لوسيلة معينة من وسائل الإعلام والتفاعل الذي يحدث نتيجة هذا التعرض؛ ويطبق هذا الهدف على الدراسة في معرفة الدوافع النفسية والطقوسية التي تدفع أفراد العينة لاستخدامهم Facebook & Selfie.
  - تأكيد نتائج استخدام وسائل الاتصال بهدف فهم عملية الاتصال الجماهيري؛ ويطبق هذا الهدف على الدراسة في معرفة استخدامات أفراد العينة للفييس بوك والإشباعات المتحققة منه، مع تحليل إحدى هذه الاستخدامات وهو تصوير الذات السيلفي في ضوء المتغيرات النفسية الشخصية والتي تمثلت في النرجسية وصورة الجسد وتقدير الذات

### الإجراءات المنهجية:

**منهج الدراسة:** تعتمد الدراسة الراهنة على منهج المسح: حيث يندرج تحت البحوث التي تسعى لرصد آراء المراهقين فيما يتعلق بموضوع الدراسة.

**مجتمع الدراسة:** يتحدد مجتمع الدراسة في الطلاب المقيدين بالفرقة الأولى- تخصص الإعلام بأكاديمية الشروق، خلال العام الجامعي ٢٠١٩/٢٠٢٠، وفيما يلي مبررات الاختيار:

١. ينتمي الطلاب المقيدون بالفرقة الأولى إلى مرحلة المراهقة المتأخرة كما حددها حامد زهران ٢٠٠٥<sup>(٥٣)</sup>، مرحلة المراهقة المتأخرة من ١٨:٢٠ عامًا، وقد ذكرت العديد من الدراسات انتشار هذه الظاهرة في الفئة العمرية وموضوع الدراسة.

٢. أوضحت دراسة Takkac tulgar ٢٠١٧<sup>(٥٤)</sup> أن تصوير الذات السيلفي شكل تقييمي للذات على مستوى المرحلة الجامعية؛ لذا ركزت الدراسة الحالية على هذه المرحلة.

### عينة الدراسة:

تنتمي عينة الدراسة إلى العينات العمدية الاحتمالية التي يعتمد الباحث في اختيارها على خبرته ومقدرته على تحديد العينة التي يرى أنها الأنسب لدراسته، وهي من نوع العينة العمدية الحصصية التي تعتمد على الاختيار المتعمد لمجموعة من الأفراد تنطبق عليهم شروط مجتمع البحث (المراهقين)، الذين أثبتت العديد من

الدراسات كثرة إقبالهم على شبكات التواصل الاجتماعي، ولذلك تم اختيار العينة من هؤلاء الطلاب وبلغ عددهم (٤٥٠) مفردة من طلاب الفرقة الأولى لإعلام الشروق (شعبة عامة).

جدول (١) توزيع عينة الدراسة طبقاً للنوع

المتغيرات	ك	%
نوع		
ذكر	١٠٩	٢٤,٢
أنثى	٣٤١	٧٥,٨
الإجمالي	٤٥٠	١٠٠

**أدوات الدراسة:** قامت الباحثة بعد اطلاعها على طرق وأدوات القياس بالدراسات السابقة وعلى الأطر النظرية المرتبطة بمتغيرات الدراسة الحالية بإعداد:

١. استمارة استبانة لقياس استخدامات الطلاب لـ Facebook والإشباع المتحققة منه، مع تحليل ظاهرة تصوير الذات السيلفي كإحدى هذه الاستخدامات في ضوء بعض المتغيرات الشخصية، من خلال بعض المقاييس الموجودة في نفس الاستبانة، كما يلي:

١. مقياس الدوافع النفعية والطقوسية من الدراسات السابقة
٢. مقياس تصوير الذات selfie إعداد نورة أحمد ٢٠١٨
٣. مقياس النرجسية Narcissism إعداد نورة أحمد ٢٠١٨
٤. مقياس صورة الجسم body image إعداد زينب شقير ٢٠٠٢
٥. مقياس تقدير الذات Self Esteem إعداد محمد إبراهيم عيد ٢٠٠٢

#### أولاً: مقياس الدوافع النفسية، وتنقسم إلى دوافع نفعية ودوافع طقوسية:

**دوافع نفعية:** وهي تستهدف التعرف على الذات واكتساب المعلومات والخبرات وجميع أشكال التعليم بوجه عام، وتعكسها نشرات الأخبار والبرامج التعليمية والثقافية.

**دوافع طقوسية:** وهي التي تستهدف تضييع الوقت والاسترخاء والألفة مع الوسيلة، والهروب من المشكلات.

**ثانياً: مقياس تصوير الذات السيلفي (نورا أحمد ٢٠١٨):** ويهدف إلى قياس استخدامات تصوير الذات السيلفي على مواقع التواصل الاجتماعي على عينة الدراسة، واشتمل المقياس على:



- ١ . دوافع تصوير الذات السيلفي Selfie Motivations .
- ٢ . سلوكيات تصوير الذات السيلفي Selfie Behaviors ، وتنقسم هذه السلوكيات إلى سلوكيات تكرارية في تصوير الذات السيلفي- وسلوكيات تكرار تعديل الصور- ممارسات النشر والعرض الذاتي على مواقع التواصل وعبر شبكات الإنترنت  
Sharing Selfie Image

ويتكون المقياس من ٢٨ عبارة تقيس مدى استخدامات تصوير الذات السيلفي من قبل المراهقين، ويتضمن تصوير الذات الحقيقي ١٤ عبارة من رقم ١-١٤، وتصوير الذات الافتراضي ١٤ عبارة من العبارة رقم ١٥-٢٨.

وقد قدرت الاستجابات من خلال مقياس "ليكرت" الثلاثي واسترشدت معدة المقياس في بنائه ببعض الدراسات التي اهتمت بقياس تصوير الذات السيلفي مثل استبانة Etgar & Amichai Hamburger<sup>(٥٥)</sup>، واستبانة Mclean, Sian. A, et al<sup>(٥٦)</sup> ٢٠١٥ ومقياس Alblooshi<sup>(٥٧)</sup> ٢٠١٥.

#### ثالثاً: مقياس النرجسية (نورا أحمد 2018):

ويهدف إلى الكشف عن مستوى النرجسية كسمة من سمات الشخصية وأحد الإشباعات التي تحققها ظاهرة تصوير الذات السيلفي، والتي تبرز في مرحلة المراهقة وتظهر في شكل (الاستعراضية - الغرور - السلطنة - التفوق - الاستغالية )، وتألف المقياس من (٢٥) عبارة تقيس مستوى النرجسية، وقد قدرت الاستجابة على هذه المفردات من خلال مقياس "ليكرت" بدءاً من (موافق - محايد - غير موافق)، واسترشدت معدة المقياس بعدد كبير من الدراسات الأجنبية والعربية لتحديد أبعاد هذا المقياس، ومنها:

- ١ . مقياس Raskin&Terry<sup>(٥٨)</sup> ١٩٨٨ .
- ٢ . مقياس Pincus & Amself<sup>(٥٩)</sup> ٢٠٠٩ .
- ٣ . مقياس محمد أحمد سعيان<sup>(٦٠)</sup> ٢٠٠٨ .

#### رابعاً: مقياس صورة الجسم (إعداد زينب شقير، 2002):

ويهدف إلى دراسة تطور وارتقاء صورة الجسد كأحد الإشباعات التي تحققها ظاهرة التصوير السيلفي لدى الإناث بشكل كبير في مرحلة المراهقة بما في ذلك (طول الجسم - القامة - الوزن ....)، وتم عمل المقياس بصورة ثلاثية (موافق - محايد - غير موافق).

### خامساً: مقياس تقدير الذات (إعداد محمد إبراهيم عيد 2002):

ويعتبر مقياس تقدير الذات أحد المقاييس الفرعية الهامة التي تعكس المكون النفسي للفرد، والذي يتضمن العديد من العوامل، مثل: (قوة الأنا- الاتزان الانفعالي-تقدر الذات- المعنى من الحياة- التوكيدية- الإبداع)، وتم قياسه أيضاً بطريقة ثلاثية.

#### إجراءات الصدق والثبات:

#### أولاً: بالنسبة للمقاييس المستخدمة:

##### أ. صدق المقاييس:

تم الاعتماد على مقاييس نفسية محكمة- نظراً لطبيعة الدراسة من حيث كونها دراسة بينية تربط بين الإعلام الجديد متمثلاً في استخدامات المراهقين من طلاب الجامعة لـ Facebook ، مع تحليل أحد هذه الاستخدامات وهو التصوير الذاتي في ضوء المتغيرات النفسية والسمات الشخصية (الترجسية وصورة الجسد وتقدير الذات)، والتي تم قياسها بمقاييس طبقت على دراسات في الصحة النفسية كلية التربية جامعة عين شمس، وقام كل باحث بتحكيم المقياس الذي وضعه من مجموعة من الخبراء لإبداء رأيهم ومقترحاتهم فيما يتعلق بوضوح وملائمة المفردات المستخدمة، وإضافة أية مفردات أخرى يرون ضرورتها وحذف أية مفردات غير ملائمة، وقاموا أيضاً بقياس الصدق العاملي للمقاييس، وكذلك الاتساق الداخلي بين العبارات.

#### وانقسم قياس الثبات إلى شقين:

أولاً: ثبات الاستمارة في مجملها: والذي بلغ بقياس معامل ألفا كرونباخ إلى ٧٩٪.

ثانياً: ثبات المقاييس، والذي تم قياسه من قبل مُعدِّيه كما يلي:

ثبات مقياس تصوير الذات السيلفي الذي بلغ باستخدام معامل ألفا كرونباخ ٨٧٪.

ثبات مقياس الترجسية الذي بلغ باستخدام معامل ألفا كرونباخ ٨٥٪.

ثبات صورة الجسد الذي بلغ باستخدام معامل ألفا كرونباخ ٨٥٪.

ثبات مقياس تقدير الذات الذي بلغ باستخدام معامل ألفا كرونباخ ٧٢٪.

ثانياً: صدق الاستمارة:

تم عرض الاستمارة على مجموعة من المحكمين لإبداء الرأي والتعديل<sup>(١١)</sup>.

## تساؤلات الدراسة:

١. ما مدى وجود حساب على Facebook لدى أفراد العينة؟.
٢. كيفية تسمية الحساب (اسم حقيقي، اسم مستعار)؟.
٣. أسباب استخدام الاسم المستعار؟.
٤. ما حجم الاشتراك في جروبات الـ Facebook (منظومة الاتصال الرقمي)؟.
٥. ما طبيعة استخدامات عينة الدراسة للـ Facebook؟
٦. ما دوافع هذه الاستخدامات؟
٧. مدى استخدام عينة الدراسة لتصوير الذات السيلفي؟
٨. ما معدل قبول أو رفض أفراد العينة لعبارات مقياس تصوير الذات السيلفي بنوعيه الحقيقي والافتراضي؟
٩. ما معدل قبول أو رفض أفراد العينة لعبارات مقياس النرجسية بأبعادها الخمسة (الاستعراضية، الغرور، التفوق، السلطة، الاستغلالية)؟
١٠. ما معدل رضا أفراد العينة عن صورة الجسد؟
١١. ما مستوى تقدير الذات لدى أفراد العينة؟

## فروض الدراسة:

- الفرض الأول: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين تصوير الذات السيلفي بنوعيه (الحقيقي والافتراضي)؛ والنرجسية بأبعادها الخمسة (الاستعراضية، الغرور، السلطة، التفوق، الاستغلالية).
- الفرض الثاني: هناك علاقة ذو دلالة إحصائية بين تصوير الذات السيلفي بنوعيه (الحقيقي والافتراضي)؛ وصورة الجسد.
- الفرض الثالث: هناك علاقة ذو دلالة إحصائية بين تصوير الذات السيلفي بنوعيه (الحقيقي والافتراضي)؛ وتقدير الذات (المرتفع والمنخفض).
- الفرض الرابع: هناك علاقة ذو دلالة إحصائية بين السمات الشخصية (النرجسية وصورة الجسد) ومستوى تقدير الذات طبقاً لمعدل تصوير الذات السيلفي بنوعيه (الحقيقي والافتراضي).
- الفرض الخامس: هناك علاقة ذو دلالة إحصائية بين دوافع استخدام الفيس بوك؛ ومعدل تصوير الذات السيلفي بنوعيه (الحقيقي والافتراضي).

الفرض السادس: هناك فروق في السمات الشخصية للعينة (النرجسية وصورة الجسد وتقدير الذات) وكذلك معدل تصوير الذات السيلفي على Facebook طبقاً للنوع.

جدول (١) متغيرات الدراسة

متغيرات تابعة	متغيرات وسيطة	متغيرات مستقلة
مستوى تقدير الذات	تصوير الذات السيلفي	النرجسية
	النوع (ذكور-إناث)	صورة الجسد
		دوافع استخدام الـ Facebook

#### المعالجة الإحصائية للبيانات:

بعد الانتهاء من جمع بيانات الدراسة، تم إدخالها -بعد ترميزها- إلى الحاسب الآلي، ثم جرت معالجتها وتحليلها واستخراج النتائج الإحصائية باستخدام برنامج «الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية» والمعروف باسم SPSS اختصاراً لـ: Statistical Package for the Social Sciences، وذلك باللجوء إلى المعاملات والاختبارات والمعالجات الإحصائية التالية:

١. التكرارات البسيطة والنسب المئوية.
٢. المتوسط الحسابي والانحراف المعياري.
٣. الوزن المثوي الذي يحسب من المعادلة :  
الوزن المثوي = (المتوسط الحسابي X ١٠٠) ÷ الدرجة العظمى للعبارة.
٤. الوزن المثوي، الذي يحسب بالنقاط الترجيحية استناداً إلى الأوزان النسبية لقيم المتغير مثل: موافق (١)، محايد (٢)، معارض (٣) عبر القسمة الحسابية على القيم المحددة.
٥. معامل ارتباط بيرسون (Pearson Correlation Coefficient) لدراسة شدة واتجاه العلاقة الارتباطية بين متغيرين من مستوى المسافة أو النسبة (Interval Or Ratio)، وقد اعتبرت العلاقة ضعيفة إذا كانت قيمة المعامل أقل من ٠,٣٠، ومتوسطة ما بين ٠,٣٠-٠,٧٠، وقوية إذا زادت عن ٠,٧٠.
٦. اختبار «ت» لقياس الفروق بين المتوسطات.

## النتائج العامة للدراسة:

## أولاً: النتائج البسيطة:

جدول رقم (٢) مدى وجود حسابات على Face book

التكرار والنسبة	ك	%
نعم	٤٣٥	٩٦,٧
لا	١٥	٣,٣
الإجمالي	٤٥٠	١٠٠

تشير بيانات الجدول السابق إلى أن ٩٦,٧٪ من إجمالي العينة البالغ عددها (٤٥٠) مفردة لديها حسابات على الفيس بوك كأحد تطبيقات مواقع التواصل الاجتماعي.

وهناك مجموعة من العوامل وراء إقبال المراهقين على شبكات التواصل الاجتماعي:

١. أنها وسيلة مريحة للغاية تمكن الشباب المراهق أن يستعملها في كل الأماكن.
  ٢. الهروب<sup>(٦٢)</sup>: حيث توفر الهروب من الواقع الحقيقي إلى العالم الافتراضي؛ فالإنسان الانطوائي يجد لنفسه أصدقاء في هذا العالم الافتراضي، حيث يتجنب هذا الشخص المواجهة مع الآباء والأصدقاء في العالم الحقيقي.
  ٣. إخفاء الهوية<sup>(٦٣)</sup> أو (اللااسمية): هي أن مستخدم تلك الخدمات بإمكانه أن يخبئ كل معلوماته الشخصية؛ وهذا يجعله يعبر عن أشياء لم يكن من الممكن أن يقولها عادة.
  ٤. الملل والفراغ والوحدة: فقد أثبتت العديد من الدراسات أن عددًا كبيرًا من المستخدمين لهذه الشبكات يرتاد مواقعها لهدف الترفيه عن النفس وتمضية وقت الفراغ.
- وتتفق هذه النتيجة مع مجموعة من الدراسات العربية التي طبقت على الشباب العربي:

١. دراسة مناور الراجحي، ٢٠١٦<sup>(٦٤)</sup> التي توصلت إلى أن ٩٢,٩٪ من أفراد العينة يستخدمون الفيس بوك بشكل يومي في دولة الكويت.
٢. دراسة منصور، ٢٠١٢<sup>(٦٥)</sup> التي كشفت وأكدت احتلال Facebook المرتبة الأولى في استخدام شبكات التواصل بنسبة ٧٢,٤٪ في دولة الأردن.

٣. دراسة عبد الصادق، ٢٠١٤<sup>(٦٦)</sup> والتي كشفت أن عينة الشباب الجامعي البحريني يفضل اليوتيوب في المرتبة الأولى يليها Facebook .
٤. دراسة جرار، ٢٠١١<sup>(٦٧)</sup> والتي أكدت أن ٧٥٪ من الشباب الجامعي الأردني عينة الدراسة يستخدمون موقع Facebook يوميًا بمعدل مرتفع .
٥. دراسة نيرمين خضر، ٢٠٠٩<sup>(٦٨)</sup> التي أكدت ارتفاع نسبة طلاب جامعة القاهرة والجامعة البريطانية الذين يستخدمون Facebook إلى أكثر من ٩٪ .
٦. دراسة آلاء رشيد، ٢٠١٣<sup>(٦٩)</sup> والتي أكدت ارتفاع نسبة اشتراك طلاب الجامعات الأردنية في Facebook إلى ٩٩,٦٪، وأن أكثر الأوقات تفضيلاً لارتياح هذا الموقع من ٩ - ١٢ مساءً .
٧. دراسة سامح الشريف، ٢٠١٦<sup>(٧٠)</sup> والتي أكدت أن النسبة الأكبر من المبحوثين من الشباب المصري يتفاعلون يوميًا مع مواقع التواصل الاجتماعي وبخاصة Face-book وذلك بنسبة ٩٢,٨٪ بشكل يعكس أن ارتياح الفيس بوك أصبح عادة اتصالية يومية لدى قطاعات كبيرة من الشباب المصري والعربي .
٨. دراسة فريدة عباس، ٢٠١٨<sup>(٧١)</sup> والتي أسفرت عن أن ٨٦,٥٪ من إجمالي عينة الدراسة يستخدمون مواقع Facebook بصفة دائمة يوميًا في دولة الجزائر .
- دراسة حنون نزهة، ٢٠١٧<sup>(٧٢)</sup> والتي أكدت ارتفاع نسبة استخدام موقع Facebook عن باقي مواقع التواصل الاجتماعي لدى الشباب الجامعي الجزائري .

## جدول رقم (٣)

## هل حسابك باسمك أم باسم مستعار

التكرار والنسبة	ك	%
نعم باسمي	٤٢١	٩٦,٨
لا باسم مستعار	١٤	٣,٢
الإجمالي	٤٣٥	١٠٠

وقد أشار ٩٦,٨٪ من إجمالي مستخدمي الفيس بوك من عينة الدراسة إلى أنهم يتعاملون مع صفحاتهم بالاسم الحقيقي .

لقد أدى إنتشار استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وعلى رأسها الفيسبوك إلى توحيد بروتوكولات التواصل والتفاعل بين رواده وتوحيد أشكال التعامل مع التكنولوجيا، فبمجرد أن يصبح للمستخدم حساب على الشبكة حتى لو

كان الحساب باسم مستعار ووهمي تنشأ له هوية رقمية ومنصة إلكترونية؛ حيث استطاع الـ Facebook أن يجمعهم في بوتقة واحدة للتفاعل والتواصل المباشر وإدراك الدور من خلال الاشتراك في لغة الاختصارات، والاشتراك في نفس فرص الاستخدام والتواصل، والذي يشكل لهم هويتهم الافتراضية<sup>(٧٣)</sup>، فيهدف في العمق إلى بناء ما يسميه "Habermas" الفضاء العمومي الذي عرف حراكًا كبيرًا خاصة مع الشباب والمراهقين ومنهم عينة الدراسة.

وتختلف هذه النتيجة مع ما توصل إليه مناوور الراجحي (٢٠١٦) والذي أسفرت نتائج دراسته عن أن ثلثي العينة من طلاب وطالبات جامعة الكويت يستخدمون Facebook بأسماء مستعارة؛ وذلك يعكس رغبتهم في الشعور بالأمان والحرية في التعبير عن آرائهم والتعامل مع الآخرين، في ظل عدم الإعلان عن هوياتهم أو أسمائهم الحقيقية، وقد تمثلت هذه الآراء في التعليقات على المنشورات.

واتفقت مع دراسة آلاء رشيد (٢٠١٣) التي توصلت إلى أن نسبة بسيطة من العينة تلجأ للاسم المستعار وأن أكثر التفاعلات التي يقوم بها أفراد العينة للمنشور Post هي الإعجاب Like وأقلها هي المشاركة Share، وأن أكثر الوسائط تفاعلًا هي "النص" Text يليها الصورة ثم الصوت ثم الرسوم المتحركة ثم الفيديو.

#### جدول رقم (٤)

أسباب استخدام الاسم غير الحقيقي على الفيس بوك

التكرار والنسبة	ك	%
لحماية خصوصيتي	٤	٢٨,٦
لإعطاء نفسي مزيداً من الحرية للكتابة أو وضع ملفات فيديو	٤	٢٨,٦
ليصبح اسم شهرة	٤	٢٨,٦
اسم معروف لدى الجميع	٢	١٤,٣
جملة من أجابوا		١٤

أمَّا بالنسبة لأفراد العينة الذين يتعاملون مع صفحاتهم باسم مستعار والذين بلغت نسبتهم ٢, ٣٪ من إجمالي مستخدمي الفيس بوك، حيث بلغ عددهم (١٤) مفردة من إجمالي (٤٣٥)، فقد أكدوا أن حماية الخصوصية وحرية التعامل مع صفحاتهم ومنحهم اسم شهرة هي الأسباب الرئيسة وراء استخدام اسم مستعار، وقد اتفقت هذه النتيجة مع مناوور الراجحي الذي أكد أن أفراد عينته يفضلون الاسم المستعار بنسبة ٦٦٪ لأسباب ترجع إلى رغبتهم في الشعور بالأمان والحرية في التعبير عن آرائهم والتعامل

مع الآخرين في ظل عدم الإعلام عن هوياتهم أثناء التعليقات على المنشورات.

جدول رقم (٥) حجم الاستخدام بالساعة يوميًا

التكرار والنسبة	ك	%
من ساعة إلى ساعتين	١٠٠	٢٣
من ساعتين إلى ٣ ساعات	٩١	٢٠,٩
أكثر من ٣ ساعات	٢٤٤	٥٦,١
الإجمالي	٤٣٥	١٠٠

وبلغ حجم الاستخدام اليومي المكثف (أكثر من ٣ ساعات) نسبة كبيرة من عينة الدراسة؛ حيث وصل إلى ٥٦,١٪ بإجمالي عدد (٢٤٤) مفردة من (٤٣٥) (إجمالي مستخدمي الفيس بوك)، واتفقت هذه النتيجة مع عدد كبير من الدراسات العربية التي بحثت أنماط استخدام الشباب الجامعي لمواقع التواصل الاجتماعي وخاصة "Facebook":

دراسة الراجحي (٢٠١٦) عن الشباب الكويتي، دراسة منصور (٢٠١٢) عن الشباب الأردني، دراسة عبد الصادق (٢٠١٤)، من الشباب البحريني، دراسة جرار (٢٠١٢) عن الشباب الأردني أيضًا وكذلك دراسة آلاء رشيد (٢٠١٣) عن الشباب الأردني، دراسة سامح الشريف عن الشباب المصري، دراسة فريدة عباس (٢٠١٨) عن الشباب الجزائري، ودراسة حنون نزهة ٢٠١٧ عن الشباب الجزائري.

وقد اتفقت معظم الدراسات في أن الوقت الأكثر تفضيلاً من ٩-١٢ مساءً يوميًا وتتلخص أسباب إقبال المراهقين<sup>(٧٤)</sup> على استخدام الـ Facebook فيما يلي:

أن مواقع التواصل الاجتماعي كأحد التطبيقات الإلكترونية نمت بسرعة كبيرة من حيث الانتشار والشعبية بين المراهقين وخصوصًا Facebook، Twitter، Whatsap، وفيها يلتقي الأعضاء مكونين مجتمعًا افتراضيًا، وقد تفوق الفيس بوك عليهم جميعًا لقدرته على الجمع بين غرف المحادثة والصور ومساحات الكتابة والتعليق، بجانب البريد الذي يستخدم لبناء وتدعيم العلاقات والترويج للأفكار والآراء والمشاعر؛ لذلك فهو يمثل مجموعة متنوعة من أساليب التفاعل بين المستخدمين مما سهل على المراهقين الخروج عن المألوف في الحوارات وتبادل الملفات المختلفة وإقامة علاقات بين الجنسين دون ضوابط ولا قيود، وهناك كذلك مجموعة من الإيجابيات المترتبة على استخدام مواقع التواصل الاجتماعي منها جروبات البنوك والمجمعات ومراكز المعلومات - توفير



التواصل والتفاعل الاجتماعي - نشر الثقافة - توفير الوقت والجهد في الحصول على المعلومات .

ويضاف إلى السلبيات المترتبة على كثرة استخدام المراهقين لمواقع التواصل الاجتماعي: العزلة الاجتماعية والاضطراب النفسي والتوحد مع العالم الافتراضي، والاعتقاد بأن المعلومات على الشبكة دوماً محمية، وتصدير الإباحية بدعوى الحرية، وانتشار جرائم التزوير والتلصص بالإضافة إلى الأمراض الصحية.

جدول رقم (٦) ما مدى الاشتراك في جروبات على الفيس بوك

التكرار والنسبة	ك	%
أشترك في كل جروبات الأصحاب	٦١	١٤
أشترك في بعضها	٣٤٤	٧٩,١
لا أشترك	٣٠	٦,٩
الإجمالي	٤٣٥	١٠٠

تشير بيانات الجدول السابق إلى إقبال عينة الدراسة مستخدمي الفيس بوك على الاشتراك في بعض الجروبات بنسبة ٧٩,١٪، وأن الاشتراك في كل الجروبات بلغت نسبته ١٤٪، وهذه نسب توضح ارتفاع الرغبة في الاتصال الرقمي لدى المراهقين من أفراد العينة.

لقد أصبح التواصل في المجموعات (التواصل الرقمي) فضاءً مفضلاً للعديد من الفئات الاجتماعية المختلفة وبخاصة الشباب؛ حيث إن التواجد فيها يتيح الربط بين العديد من المجموعات والأفراد ذات الاهتمام الواحد، فهو ينطلق من مبدأ قبول الآخر المختلف، فضاءً عصريًا يجتمع ويشترك فيه الجميع على اختلاف توجهاتهم وهوياتهم الدينية والحضارية، والذي يعبر عن ميل الأفراد والرغبة في التجمع في فضاء واسع وعقد مقارنات ونقاشات داخل كل مجموعة، وتتم من خلال هذه الانتماءات مجموعة من العمليات الاجتماعية والتوجيهية للمواقف والآراء؛ فتتكون مرجعيات أو خلفيات معرفية وبيئية أو سياسية أو رياضية .. تقوم بدور وظيفي في تنشيط عملية التفاعل بين الأعضاء<sup>(٧٥)</sup>، وفي ظل هذه الأوضاع أصبحت لجماعات الإنترنت بعدًا أساسيًا في الحياة اليومية للإنسان، حيث تواصل الجماعات نموها في كل مكان، ويصبح لها دور فعال في الواقع الاجتماعي؛ ولذلك فهي تشكل "النموذج الاجتماعي الجديد" والتي تجمع بين العالمية والفردية والاجتماعية<sup>(٧٦)</sup>.

جدول رقم (٧) ما طبيعة استخدام الفييس بوك

التكرار والنسبة	ك	%
متابعة الأخبار	٢٥٢	٥٧,٩
التواصل مع الأصحاب	١٣٠	٢٩,٩
نشر الصور	٥٨	١٣,٣
حاجات متنوعة	٧	١,٦
عمل شير	٦	١,٤
أملك بعض الصفحات وأتابعها	٤	٠,٩
مشاهدة فيديوهات قصيرة	٢	٠,٥
لا أفتح كثيرًا	٢	٠,٥
عمل فقط	٢	٠,٥
جملة من أجابوا	٤٣٥	

وقد حدد مستخدمو الفييس بوك من أفراد العينة والذين بلغ عددهم (٤٣٥) مفردة من إجمالي (٤٥٠) أن متابعة جميع أنواع الأخبار هي الاستخدام الرئيس للفييس بوك بالنسبة لهم وذلك بنسبة ٥٧,٩٪، تليها التواصل مع الأصحاب بنسبة ٢٩,٩٪، ثم نشر الصور بنسبة ١٣,٣٪.

وتتفق هذه النتيجة مع مناوور الراجحي الذي أكد أن أفراد عينته يعتبرون Facebook هو نافذتهم على العالم الخارجي لمعرفة الأخبار ثم التواصل مع الأصدقاء، واتفقت كذلك مع عدد كبير من الدراسات العربية التي تناولت طبيعة استخدام الشباب العربي لموقع Facebook، وطبقًا لإحدى الدراسات<sup>٧٧</sup> تلخصت الفوائد المترتبة على استخدام Facebook أنها: تتيح للمراهق فرصة التخلص من القلق والشعور بالوحدة بنسبة ٤٦٪، وملء وقت الفراغ ونسيان المشاكل والتواصل والدردشة بنسبة ٢٦٪، يليها منفعة التعليم بنسبة ٢٠٪، بينما ذكر حوالي ٨٪ من عينة الشباب الجزائري أن الفييس بوك يحقق إشباع للرغبات الجنسية المكبوتة والشعور بالمتعة؛ أي يعتبرونها وسيلة للتفيس عن المكبوتات.

جدول رقم (٨) دوافع استخدام Facebook لدى أفراد العينة

النقاط الترجيحية	غير موافق		محايد		موافق		درجة الموافقة العبارة	
	%	ك	%	ك	%	ك		
٣٥٥,٥	٣,٤	١٥	٣٢,٠	١٣٩	٦٤,٦	٢٨١	زيادة المعرفة	الدوافع النفسية
٣٤٦,٥	٨,٢	٣٦	٢٩,٧	١٢٩	٦٢,١	٢٧٠	نافذتي على العالم الخارجي	
٣٤٣,٠	١١,٠	٤٨	٢٧,٦	١٢٠	٦١,٤	٢٦٧	مناقشة الآراء المطروحة مع الآخرين	
٣٣٨,٧	١٠,١	٤٤	٣٠,٨	١٣٤	٥٩,١	٢٥٧	الحصول على معلومات غير متوافرة على مواقع أخرى	
٣٢٦,٠	١١,٠	٤٨	٣٥,٤	١٥٤	٥٣,٦	٢٣٣	معرفة عناوين أصدقاء الطفولة	
٣١٦,٣	١٦,١	٧٠	٣٣,١	١٤٤	٥٠,٨	٢٢١	الإعلان عن أمور تخصني أو تخص عملي	
٢٩٩,٨	١٧,٤	٧٦	٣٨,٩	١٦٩	٤٣,٧	١٩٠	الإعلان عن إنجازات مؤسستي	
٢٩٩,٣	١٥,٤	٦٧	٤١,٨	١٨٢	٤٢,٨	١٨٦	معارف وعلوم	
٢٩٤,٠	٢٠,٧	٩٠	٣٧,٢	١٦٢	٤٢,١	١٨٣	الفضول في التعرض	
٢٦٨,٧	٢٥,٢	١١٠	٤٢,٨	١٨٦	٣٢,٠	١٣٩	تحفيزي لتعلم بعض اللغات الأجنبية	
٢١٤,٠	٤٩,٧	٢١٦	٣٥,٤	١٥٤	١٤,٩	٦٥	الشعور بالأمان والاطمئنان	
٤٠٠,٧	٠,٥	٢	١٥,٢	٦٦	٨٤,٣	٣٦٧	للترفيه والتسلية	الدوافع الطغوسية
٣٩١,٧	٣,٢	١٤	١٥,٧	٦٨	٨١,١	٣٥٣	لقضاء وقت الفراغ والقضاء على الملل	
٣٤٧,٣	٣,٧	١٦	٣٥,٤	١٥٤	٦٠,٩	٢٦٥	لأبقى على اتصال مع الأصدقاء القدامى	
٣٠١,٢	١٦,٣	٧١	٣٩,٨	١٧٣	٤٣,٩	١٩١	الانتقال إلى واقع افتراضي جديد	
٢٨٦,٨	٢٧,١	١١٨	٣٢,٠	١٣٩	٤٠,٩	١٧٨	لعمل صداقات جديدة والبقاء على اتصال معها	
٢٤١,٢	٣٥,٦	١٥٥	٤١,٦	١٨١	٢٢,٨	٩٩	لتحقيق مكانة ما في المجتمع	
٢١١,٧	٥٢,٢	٢٢٧	٣٣,١	١٤٤	١٤,٧	٦٤	مصادقة الجنس الآخر	
			٤٣٥				جملة من أجابوا	

جدول رقم (٩) المقياس التجميعي للدوافع

غير موافق		محايد		موافق		درجة الموافقة الدوافع
%	ك	%	ك	%	ك	
١٧,١	٨٢٠	٣٥	١٦٧٣	٤٧,٩	٢٢٩٢	الدوافع النفسية
١٩,٨	٦٠٣	٣٠,٤	٩٢٥	٤٩,٨	١٥١٧	الدوافع الطقوسية
١٨,٢	١٤٢٣	٣٣,٢	٢٥٩٨	٤٨,٦	٣٨٠٩	القيمة التجميعية للدوافع

انقسمت دوافع استخدام أفراد العينة لتطبيق Facebook كأحد تطبيقات التواصل الاجتماعي إلى دوافع نفسية وأخرى طقوسية تعبر عنها مجموعة من العبارات كما هي موضحة بالجدول رقم (٨):

وقد تفوقت هذه العبارات في الدوافع النفسية:

١. زيادة المعرفة: حيث ارتفعت النقاط الترجيحية لهذا الدافع وحصل على المركز الأول في الدوافع النفسية لاستخدام Facebook بمعدل ٣٥٥,٥ نقطة ترجيحية.
  ٢. نافذتي على العالم الخارجي: وحصل هذا الدافع على المركز الثاني في الدوافع النفسية بنقاط ترجيحية ٣٤٦,٥ نقطة.
  ٣. مناقشة الآراء المطروحة مع الآخرين: وحصل هذا الدافع على المركز الثالث بنقاط ترجيحية ٣٤٢ نقطة.
  ٤. الحصول على معلومات غير متوافرة على مواقع أخرى: وحصل هذا الدافع على المركز الرابع بإجمالي نقاط ترجيحية بلغت ٣٢٨ نقطة.
- ومن الدوافع الطقوسية الخاصة بأفراد العينة والتي اعتاد رواد الفييس بوك استخدامه من أجلها:
١. للترفيه والتسلية: حيث حصل على المركز الأول في الدافع الطقوسية والعامية بإجمالي نقاط ترجيحية ٤٠٠,٧ نقطة.
  ٢. لقضاء وقت الفراغ والقضاء على الملل: وارتفعت النقاط الترجيحية لهذا الدافع ووصلت إلى ٣٩١,٧، وحصل على المركز الثاني في الدوافع الطقوسية بشكل عام.
  ٣. لأبقى على اتصال مع الأصدقاء القدامى: حصل هذا الدافع على المرتبة الثالثة وسط الدوافع الطقوسية بإجمالي نقاط ترجيحية ٣٤٧,٣.
  ٤. الانتقال إلى واقع افتراضي جديد: حصل على ترتيب متوسط بإجمالي نقاط ترجيحية وصلت إلى ٣٠١,٢ نقطة.

وقد اتفقت النتائج التي توصلت إليها الدراسة فيما يخص دوافع استخدام الفيس بوك لدى عينة من الشباب المراهقين مع ما توصلت إليه عدد من الدراسات التي طبقت على الشباب العربي:

حيث توصل مناور الراجحي (٢٠١٦) إلى أن الفضول وحب المعرفة هو الأبرز في الدوافع؛ ويضاف إليه الترفيه والتسلية بالنسبة للشباب الكويتي.

في حين توصل عبد الصادق (٢٠١٤) إلى أن دافع التعرف على آراء الآخرين والحصول على المعلومات هو الدافع الأبرز بالنسبة للشباب البحريني.

وقد أكدت نيرمين خضر (٢٠٠٩) نفس النتيجة حيث احتل دافع التسلية والترفيه المركز الأول بين أفراد عينتها من الشباب المصري، وتفوق عليه دافع خلق صداقات جديدة والتواصل مع الآخرين وتطوير العلاقات الاجتماعية بالنسبة للشباب المصري.

وأكد كذلك سامح الشريف (٢٠١٦) أن المشاركة الاجتماعية مع الأصدقاء والأقارب

والمعارف هو أكثر دوافع استخدام Facebook، حيث جاء في صدارة دوافع الاستخدام

بنسبة ٦٨,٥٪، يليه معرفة الأحداث المحلية والإقليمية بنسبة ٥٨,٣٪، ثم التسلية

والترفيه وقضاء وقت الفراغ بنسبة ٤١,٥٪ بالنسبة للشباب المصري؛ وبالنسبة

للشباب الجزائري توصلت فريدة صغير عباس (٢٠١٨) إلى أن دافع البقاء على اتصال

مع الأصدقاء ومعرفة أخبارهم، يليها التعرف على أشخاص ثم إعادة التواصل مع

الأصدقاء القدامى هي الدوافع الرئيسية لاستخدام الـ Facebook، بينما جاء التسلية

والترفيه في نهاية قائمة الدوافع حيث بلغت نسبته ١,٥٪.

واتفقت مع هذه النتيجة كذلك الباحثة الجزائرية سليمة قاسي (٢٠١٨) حيث أكدت

أن دوافع خلق الصداقات الجديدة والانفتاح على العالم والبحث عن الأخبار والمعرفة

من أهم الدوافع، بينما التسلية والترفيه جاء في مركز متأخر من قائمة الدوافع.

جدول رقم (١٠) مدى استخدام أفراد العينة لتصوير الذات على موقع Facebook

التكرار و النسبة	ك	%
دائمًا	٢٤١	٥٥,٤
أحيانًا	١٥٤	٣٥,٤
لا	٤٠	٩,٢
الإجمالي	٤٣٥	١٠٠

تشير بيانات الجدول السابق إلى أن ٩٠,٨٪ من إجمالي عينة الدراسة يمارسون ظاهرة التصوير الذاتي selfie بدرجات مختلفة (دائماً ٤,٥٥٪، أحياناً ٤,٣٥٪). بينما بلغت نسبة من لا يمارسون هذه الظاهرة ٩,٢٪ فقط من إجمالي العينة.

جدول رقم (١١) مقياس تصوير الذات selfie بنوعيه الحقيقي والافتراضي

النقاط الترجيحية	غير موافق		محايد		موافق		درجة الموافقة العبارة
	%	ك	%	ك	%	ك	
٣٢٨,٣	٤,٨	١٩	٢٧,٤	١٠٨	٦٧,٨	٢٦٨	أشعر بالرضا عندما يترك الآخرون تعليقات إيجابية على صورتي الذاتية السيلفي.
٣١٩,٢	٧,٣	٢٩	٢٨,٦	١١٣	٦٤,١	٢٥٣	أشعر بالرضا عندما أحصل على إعجاب على صورتي الذاتية السيلفي.
٣١٤,٨	٧,٨	٣١	٣٠,٢	١١٩	٦٢	٢٤٥	أوثق لحظات حياتي بالصور.
٣١٣,٣	٨,٦	٣٤	٢٩,٩	١١٨	٦١,٥	٢٤٣	أفضل الصور الجماعية التي تجمعني بالأصدقاء والأسرة.
٢٩٧,٣	٨,٦	٣٤	٣٨	١٥٠	٥٣,٤	٢١١	عادة أرى نفسي جميلاً عندما ألتقط صورة ذاتية لنفسي.
٢٩٢,٥	١٣,٧	٥٤	٣٣,٧	١٣٣	٥٢,٦	٢٠٨	أضع صورتي الذاتية "السيلفي" كصورة رئيسية على حساباتي الشخصية على مواقع التواصل الاجتماعي.
٢٨٦,٨	١٠,٩	٤٣	٤٠,٢	١٥٩	٤٨,٩	١٩٣	أشعر بحالة جيدة عندما ألتقط أو أنشر صورة ذاتية.
٢٨٤,٨	١٤,٧	٥٨	٣٦,٢	١٤٣	٤٩,١	١٩٤	أشعر بالرضا عندما يشارك صورتي الذاتية أحد الأصدقاء.
٢٨١	٩,١	٣٦	٤٥,٦	١٨٠	٤٥,٣	١٧٩	أرصد إنجازاتي ونجاحاتي ومناسباتي بصورة وأقوم بنشرها.
٢٦٨,٢	١٨	٧١	٤٠,٢	١٥٩	٤١,٨	١٦٥	أحدث صورة الملف الشخصي على مواقع التواصل الاجتماعي بصورتي السيلفي.
٢٥٩,٣	٢٠	٧٩	٤٢	١٦٦	٣٨	١٥٠	أعبر عن ذاتي من خلال الصور الذاتية.
٢٣٦,٧	٢٥,٦	١٠١	٤٦,١	١٨٢	٢٨,٣	١١٢	صورتي انعكاساً لواقعي.
٢٢٣	٣٠,٤	١٢٠	٤٦,٦	١٨٤	٢٣	٩١	أستخدم صورتي الذاتية في المحادثات اليومية.
٢٠٤	٣٥,٧	١٤١	٤٩,١	١٩٤	١٥,٢	٦٠	أسجل حياتي اليومية بصور ومقاطع فيديو لايف وأنشرها على حساباتي الخاصة.

تصوير الذات السيلفي الحقيقي

٣٣١,٨	٥,٦	٢٢	٢٤,٦	٩٧	٦٩,٨	٢٧٦	أختار الصور الأكثر جمالية ومثالية وأنشرها على حساباتي الخاصة.
٣١٧,٨	٩,٤	٣٧	٢٦,٥	١٠٥	٦٤,١	٢٥٣	ألتقط الكثير من الصور حتى أصل الى الصورة المثالية.
٢٩٤,٨	١٠,١	٤٠	٣٧,٢	١٤٧	٥٢,٧	٢٠٨	أظهر ملابسي في المناسبات الخاصة والمهمة بصورة منشرة.
٢٨٨,٣	١٢,٤	٤٩	٣٧,٥	١٤٨	٥٠,١	١٩٨	أظهر بشكل أكثر مثالية وقبول اجتماعي.
٢٧٩,٥	١٢,٢	٤٨	٤٢,٣	١٦٧	٤٥,٥	١٨٠	أظهر شكلي الجديد ومكان تواجدي من خلال صورتي الذاتية المنشورة.
٢٧٨,٧	١٣,٤	٥٣	٤١	١٦٢	٤٥,٦	١٨٠	أختار الأماكن الغربية للتصوير (الغوص، الجبال، صالة الألعاب).
٢٤٦,٨	٢٦,١	١٠٣	٤٠,٢	١٥٩	٣٣,٧	١٣٣	أنشر صورتي الذاتية السيلفي مع قصة تمثلني أو نص مكتوب عليها.
٢٣٧,٢	٢٤,٨	٩٨	٤٦,٨	١٨٥	٢٨,٤	١١٢	أعرض صوري على مواقع التواصل كالنجوم والشخصيات العامة.
٢٣٤,٣	٢٦,١	١٠٣	٤٦,٤	١٨٤	٢٧,٣	١٠٨	أنشر صوري في الأماكن العلمية والمؤتمرات لإظهار مستوى ثقافي وعلمي معين.
٢٣٠,٧	٢٧,١	١٠٧	٤٧,١	١٨٦	٢٥,٨	١٠٢	أختار أماكن التصوير الراقية لإظهار مستوى معيشي معين.
٢١٨,٨	٣٨,٢	١٥١	٣٨,٢	١٥١	٢٣,٦	٩٣	أختار المواضع الجسمية للتصوير لإظهار الجمالية الجسدية.
٢١٨,٢	٣١,٦	١٢٥	٤٧,٤	١٨٧	٢١	٨٣	أريد أن يعرف أصدقائي أحداث يومي من خلال الصور والفيديوهات اللايف.
١٩٤,٥	٤٢,٥	١٦٨	٤٤,٨	١٧٧	١٢,٧	٥٠	أظهر مستوى معيشي معين لأحصل على متابعين أكثر.
١٠٣,٣	٧,١	٢٨	٣٧	١٤٦	٥٥,٩	٢١	أعدل صوري قبل نشرها.
٤٣٥						جملة من أجابوا	

تصوير الذات السيلفي الافتراضي

جدول رقم (١٢) المقياس المجمع لتصوير الذات السيلفي بنوعيه الحقيقي والافتراضي

الترار والنسبة	ك	%
منخفض من (٢٨ - ٤٧) درجة	٣٥	٨,٨
متوسط من (٤٨ - ٦٥) درجة	١٧٧	٤٤,٨
مرتفع من (٦٦ - ٨٤) درجة	١٨٣	٤٦,٤
الإجمالي	٣٩٥	١٠٠

يهدف هذا المقياس إلى الكشف عن سلوكيات (تصوير الذات السيلفي) ومدى

تأثيرها على المراهقين، ويتكون من (٢٨) عبارة وينقسم إلى:

١. تصوير الذات الحقيقي ويشتمل على العبارات من ١-١٤.

٢. تصوير الذات الافتراضي ويشتمل على العبارات من ١٥-٢٨.

وكما هو واضح من جدول (١٢) فقد حصل المبحوثون طبقاً لمدى توافقتهم مع

عبارات المقياس على درجات تتراوح بين ٢٨-٨٤، وتم تقسيمهم كما يلي:

١. من ٦٦-٨٤ معدل مرتفع في الموافقة على عبارات المقياس وبلغ نسبتها ٤,٤٦٪.

٢. من ٤٨-٦٥ معدل متوسط في الموافقة على عبارات المقياس وبلغ نسبتها ٨,٤٤٪.

٣. من ٢٨-٤٧ معدل منخفض في الموافقة على عبارات المقياس وبلغ نسبتها ٨,٨٪.

وكما هو واضح من النسب المئوية السابقة ارتفاع معدل التصوير الذاتي السيلفي

بنوعيه الحقيقي والافتراضي، والموافقة على دوافع هذا التصوير وكذلك سلوكيات

النشر الذاتي وتعديل الصورة، لقد أصبح نشر الصور الذاتية الشخصية على مواقع

التواصل الإجتماعي جزءاً هاماً من التجربة الاجتماعية اليومية لمستخدمي الإنترنت؛

لعرض شخصياتهم وأنماط حياتهم، وقد حدد هذا المقياس عدة عناصر:

أولاً: الدوافع السلوكية لنشر الصور(تم التعبير عنها بعبارات متعددة) والتي اشتملت على:

١. جذب الانتباه attention seeking.

٢. التفاعل والتواصل مع الآخرين interaction and communication.

٣. أرشفة الصور الذاتية Archiving.

٤. وسيلة للترفيه والتسلية entertainment.

ثانياً: سلوكيات التصوير نفسها (تم التعبير عنها بعبارات متعددة )، واشتملت على

مواقف التصوير وأماكنه والهدف منه.

ثالثاً: سلوكيات تعديل الصورة (تم التعبير عنها بعبارات متعددة)، والتي اشتملت على

معدل التعديل والهدف منه.

وكما سبق في تجميع الاستجابات على عبارات المقياس: بلغت الموافقة على العبارات

التي تقبى العناصر السابقة ٢, ٩١٪ (ما بين مرتفع ومتوسط).

وقد أشارت العديد من الدراسات أن هناك شكل جديد من الإدمان السلوكي هو

إدمان الهواتف الذكية، ولوحظ أن المراهقين هم أكثر عرضة له؛ وأن تصوير الذات



السيلفي عند المراهقين يعتمد على الإيماءات التعبيرية في الوجه ومشاعر انفعالية، ذلك كون مرحلة المراهقة هي مرحلة التجريب والاستكشاف وبناء الهوية، وأن أخذ الصورة ونشرها هي تجربة في حد ذاتها للمراهقين.

ومن خلال تحليل بيانات المقياس تبين الآتي:

١. ارتفاع معدل التصوير بدافع جذب الانتباه وإبراز النواحي الجمالية والمثالية في عبارة "أختار الصور الأكثر جمالية ومثالية وأنشرها على صفحتي" وذلك بنقاط ترجيحية بلغت ٣٣١,٨.

٢. ارتفاع معدل تجريب الصور في المرأة حتى الوصول إلى المثالية وذلك في عبارة "ألتقط الكثير من الصور حتى أحصل على الصورة المثالية" وذلك بنقاط ترجيحية بلغت ٣١٧,٨.

٣. أن هذه الفئة العمرية عادة ما تقارن بأقرانهم لذلك ينتظروا "Like, Com-ment, Share"، وذلك في عبارة "أشعر بالرضا عندما أحصل على إعجاب على صورتي الذاتية السيلفي"، والتي حصلت على نقاط ترجيحية ٣١٩,٢، وكذلك عبارة "أشعر بالرضا عندما يترك الآخرون تعليقات إيجابية على صورتي الذاتية، والتي حصلت على نقاط ترجيحية ٣٢٨,٣ وهي أعلى عبارة حققت نقاط ترجيحية في المقياس كله.

وباقى العبارات الـ(٢٨) في مقياس الذات السيلفي الحقيقي والافتراضي تعكس أن

أفراد العينة لديهم هوس التصوير السيلفي المتكرر على موقع Face book

وتتفق هذه النتيجة مع "Sosin, ٢٠١٧" والتي فحصت ظاهرة تصوير الذات السيلفي كنوع جديد من الإدمان وأطلقت عليه Selfie-Mania، وكذلك دراسة Chea, ٢٠١٧، والتي أوضحت السلوكيات التكرارية في تصوير الذات السيلفي -Selfia-Taking-Frequency، ويتضمن أيضاً سلوكيات تكرار وتعديل الصور الذاتية تكون بهدف الوصول للمثالية التي تنشأ نتيجة تكرار المقارنات الاجتماعية سواء مع أقرانهم أو مع المشاهير.

## مقياس النرجسية .

جدول رقم (١٣) مقياس النرجسية بأبعادها الخمسة (الاستعراضية- الغرور- السلطة- التفوق- الاستغلالية)

العبارة	درجة الموافقة		موافق		محايد		غير موافق		النقاط
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	
الاستعراضية	أستعن بالآخرين من أجل تحقيق ما أريد.	١٣٦	٣٤,٤	١٦٧	٤٢,٣	٩٢	٢٣,٣	٢٥٠,٢	
	أحب أن أكون محور الاهتمام.				٤٤,٣	١٠,٧	٢٧,١	٢٣٦,٢	
	يريجني أن أكون محط أنظار الآخرين.	٧٤	١٨,٧	١٥٢	٣٨,٥	١٦٩	٤٢,٨	٢٠٦,٣	
الغرور	أعتمد على الآخرين لإنجاز ما يهمني.	٤٨	١٢,٢	١٠٥	٢٦,٦	٢٤٢	٦١,٢	١٨١,٢	
	أتعرف على أفكار الآخرين بسهولة.	١٦٣	٤١,٣	١٧٩	٤٥,٣	٥٣	١٣,٤	٢٧٠,٢	
	طريقتي في الحديث تجذب انتباه الآخرين.	١٥٥	٣٩,٢	١٨٢	٤٦,١	٥٨	١٤,٧	٢٦٥,٣	
	أتحكم في الأفكار التي تشغلني.	١٢٢	٣٠,٩	١٧٩	٤٥,٣	٩٤	٢٣,٨	٢٤٢,٨	
	أشعر أنني شخص استثنائي.	١٢٣	٣١,١	١٧١	٤٣,٣	١٠١	٢٥,٦	٢٤٢,٢	
	كل الأشخاص يحبون الاستماع لكلامي.	٩١	٢٣,٠	٢٤١	٦١,١	٦٣	١٥,٩	٢٣٢,٥	
	أتميز بصفات جمالية نادرة.	٩٦	٢٤,٣	١٩٣	٤٨,٩	١٠٦	٢٦,٨	٢٢٧,٨	
	من الصعب أن أقع في خطأ.	٣٥	٨,٨	٩٧	٢٤,٦	٢٦٣	٦٦,٦	١٧١,٢	
	أفضل أن أكون قائداً في كل الأحوال.	٧٦	١٩,٣	١٣٦	٣٤,٤	١٨٣	٤٦,٣	٢٠٥,٠	
	ولدت لأكون قائداً.	٦٦	١٦,٧	١٢٦	٣١,٩	٢٠٣	٥١,٤	١٩٦,٧	
السلطة	يصفني الآخرون بالتكبر والتعالي.	٦٢	١٥,٧	١٢١	٣٠,٦	٢١٢	٥٣,٧	١٩٣,٢	
	لدي رغبة كبيرة في السيطرة على الآخرين.	٤٤	١١,٢	١٠٦	٢٦,٨	٢٤٥	٦٢,٠	١٧٨,٧	
	من السهل التلاعب بالآخرين.	٤٥	١١,٤	٧٠	١٧,٧	٢٨٠	٧٠,٩	١٧٣,٣	
	أهتم بحقوق الآخرين عليّ.	٣٩	٩,٨	٦٧	١٧,٠	٢٨٩	٧٣,٢	١٦٨,٨	
	أنزعج من تقوق الآخرين.	٢٢	٥,٦	٦٦	١٦,٧	٣٠٧	٧٧,٧	١٥٧,٣	
	أطلب من الآخرين أن يعترفوا بجميلي عليهم.	٢٤	٦,١	٥٦	١٤,٢	٣١٥	٧٩,٧	١٥٧,٠	
	أحب التباهي على الآخرين.	١٦	٤,١	٤٥	١١,٣	٣٣٤	٨٤,٦	١٤٩,٨	
	أسعى دائماً لأكون مميزاً.	٢٦٧	٦٧,٦	١٠٩	٢٧,٦	١٩	٤,٨	٣٢٧,٨	
	ستثبت الأيام أنني شخص مميز، عظيم، ناجح.	٢٣٩	٦٠,٥	١٣٠	٣٢,٩	٢٦	٦,٦	٣١٢,٧	
	لا أتحمل الفشل والهزيمة.	٢١٨	٥٥,٢	١١٧	٢٩,٦	٦٠	١٥,٢	٢٩٦,٥	
التفوق	أشعر بمتعة عندما يعجب بي الآخرون.	٢٠٣	٥١,٤	١٤٠	٣٥,٤	٥٢	١٣,٢	٢٩٠,٣	
	لا أفتنع حتى أحصل على ما أريد.	١٨٢	٤٦,١	١٢٦	٣١,٩	٨٧	٢٢,٠	٢٧٤,٠	
	أحب أن أكون الأول في كل شيء.	١٥٢	٣٨,٤	١٦١	٤٠,٨	٨٢	٢٠,٨	٢٥٩,٨	
	أستطيع أن أجعل أي شخص يصدق ما أقوله.	١٣٥	٣٤,٢	١٥٣	٣٨,٧	١٠٧	٢٧,١	٢٤٧,٢	
	أصف نفسي كشخصية قوية وعظيمة.	١١٣	٢٨,٦	١٦٦	٤٢,٠	١١٦	٢٩,٤	٢٣٤,٧	
	يمكن للناس أن يتعلموا أشياء كثيرة من.	٩٤	٢٣,٨	٢٣٧	٦٠,٠	٦٤	١٦,٢	٢٣٣,٨	
	أشعر أنني عبقرى.	٥٧	١٤,٤	١٧٩	٤٥,٣	١٥٩	٤٠,٣	١٩٩,٥	

٣١٧,٣	٤,٨	١٩	٣٢,٩	١٣٠	٦٢,٣	٢٤٦	أنا راض عن نفسي جدًا.	الاستغلاية
٢٦٦,٧	١٧,٢	٦٨	٤٢,٠	١٦٦	٤٠,٨	١٦١	متأكد أنني شخص رائع لأن الآخرين يخبرونني بذلك.	
٢٥٥,٨	١٠,١	٤٠	٥٧,٠	٢٢٥	٣٢,٩	١٣٠	أشعر أنني شخص ناجح.	
٢١٢,٣	٣٩,٧	١٥٧	٣٩,٥	١٥٦	٢٠,٨	٨٢	لا أقبل أن يرفض طلبي أحد.	
١٩٦,٠	٤١,٠	١٦٢	٤٦,١	١٨٢	١٢,٩	٥١	لدي قدرات تفوق قدرات الآخرين.	
٤٣٥							جملة من أجابوا	

جدول رقم (١٤) المقياس التجميعي للترجسية بأبعادها الخمسة

غير موافق		محايد		موافق		درجة الموافقة	مقياس الترجسية
%	ك	%	ك	%	ك		
٣٨,٦	٦١٠	٣٧,٩	٥٩٩	٢٣,٥	٣٧١		الاستعراضية
٢٦,٧	٧٣٨	٤٤,٩	١٢٤٢	٢٨,٤	٧٨٥		الغرور
٦٦,٦	٢٣٦٨	٢٢,٣	٧٩٣	١١,١	٣٩٤		السلطة
١٩,٥	٧٧٢	٣٨,٥	١٥١٨	٤٢	١٦٦٠		التفوق
٢٢,٦	٤٤٦	٤٣,٥	٨٥٩	٣٣,٩	٦٧٠		الاستغلاية
٣٥,٧	٤٩٣٤	٣٦,٢	٥٠١١	٢٨,١	٣٨٨٠		القيمة التجميعية لمقياس الترجسية بأبعادها الخمسة

جدول رقم (١٥) المقياس التجميعي للترجسية بشكل عام

%	ك	التكرار والنسبة
٢٣,٥	٩٣	منخفض من ( ٥٨ - ٣٥ ) درجة
٦٣,٣	٢٥٠	متوسط من ( ٨٢ - ٥٩ ) درجة
١٣,٢	٥٢	مرتفع من ( ١٠٥ - ٨٣ ) درجة
١٠٠	٣٩٥	الإجمالي

وكما هو واضح من جدول (١٥) فقد حصل المبحوثون طبقاً لمدى توافقهم مع

عبارات المقياس على درجات تتراوح بين ٣٥-١٠٥، وتم تقسيمهم كما يلي:

١. من ١٠٥-٨٣ معدل مرتفع في الموافقة على عبارات المقياس وبلغ نسبتها ١٣,٢٪.
٢. من ٨٢-٥٩ معدل متوسط في الموافقة على عبارات المقياس وبلغ نسبتها ٦٣,٣٪.
٣. من ٥٨-٣٥ معدل منخفض في الموافقة على عبارات المقياس وبلغ نسبتها ٢٣,٥٪.

وكما هو واضح من بيانات الجدول التجميعي لاستجابات المبحوثين على العبارات التي تقيس مستوى النرجسية لديهم؛ اتضح ارتفاع مستوى النرجسية لدى المراهقين من أفراد العينة بشكل مجمل ما بين مرتفع ومتوسط، حيث بلغت النسبة مجمعة ٧٦,٥٪.

وتعد النرجسية سمة من سمات الشخصية في مرحلة المراهقة لاعتبارها مهمة في المرحلة، كما تعد ضرورة لنمو الفرد في جميع مراحلها، وتظهر في شكل السمات الخمسة، واعتمد مقياس النرجسية كما هو موضح بالجدول على قياس هذه السمات أو المحاور الخمسة للنرجسية وهي: (الاستعراضية-الغرور- والسلطة- التفوق- الاستغلالية)، وقد اختلفت استجابات المبحوثين للعبارات التي تقيس كل بعد:

١. بالنسبة لبُعد الاستعراضية: تفوقت عبارة «أستعين بالآخرين من أجل تحقيق ما أريد»، حيث بلغ إجمالي النقاط الترجيحية لها ٢٥٠,٢.
٢. بالنسبة لبُعد الغرور: تفوقت عبارة «أتعرف على أفكار الآخرين»، حيث حصلت على نقاط ترجيحية بلغت ٢٧٠.
٣. بالنسبة لبُعد السُّلطة: تفوقت عبارة «أفضل أن أكون قائداً»، حيث بلغت النقاط الترجيحية لها ٢٠٥.
٤. وبالنسبة لبُعد التفوق: تفوقت عبارة «أسعى أن أكون مميّزاً»، حيث حصلت على نقاط ترجيحية بلغت ٣٢٧,٨.
٥. وبالنسبة لبُعد الاستغلالية: تفوقت عبارة «أنا راض عن نفسي جداً»، حيث حصلت على نقاط ترجيحية بلغت ٣١٧,٣.

وعند مقارنة القيم التجميعية للأبعاد المختلفة لمقياس النرجسية يتضح أن بُعد التفوق برز عن باقي الأبعاد؛ حيث وافق ٤٢٪ من أفراد العينة على عباراته، يليه الاستغلالية بنسبة ٣٩,٩٪، ثم الغرور بنسبة ٢٨,٤٪، وفي المجمل يدل هذا المقياس على توافر صفات النرجسية بدرجات كبيرة عند أفراد العينة، وتتفق هذه النتيجة مع ما توصل إليه Basile & Linne (٢٠١٤)<sup>(٧٨)</sup>، والذي أوضح أن الصور الذاتية للمراهقين تتسم بالطابع النرجسي وتعبّر عن هويتهم، وكيفية عرض أنفسهم على مواقع التواصل الاجتماعي.

واتفقت كذلك مع (٧٩)٢٠١٤ Milivojvic&Ercegovac الذي أكد أن معتادي الصور السيلفي هم أشخاص نرجسيون عاشقون لذاتهم، ومن خلال تحليل مضمون صفحاتهم

الشخصية على مواقع التواصل الاجتماعي المختلفة تم رصد حالات فردية تؤكد أن معتادي السيلفي نرجسيون.

### مقياس صورة الجسد

جدول رقم (١٦) مقياس صورة الجسد

الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	غير موافق		غير متأكد		موافق		درجة الموافقة	العبارة
			%	ك	%	ك	%	ك		
٦٦,٥	٠,٨٧	١,٩٩	٣٧,٧	١٤٩	٢٥,١	٩٩	٣٧,٢	١٤٧	هناك الكثير من معالم جسدي أود لو تتغير.	
٦٥,٦	٠,٨١	١,٩٧	٣٤,٢	١٣٥	٣٤,٩	١٣٨	٣٠,٩	١٢٢	أشعر من وقت لآخر بتغيرات في معالم جسدي.	
٦١,١	٠,٧٨	١,٨٣	٤٠,٣	١٥٩	٣٦,٢	١٤٣	٢٣,٥	٩٣	معظم أصدقائي يبدون في مظهر أفضل مني.	
٦٠,٩	٠,٨٣	١,٨٣	٤٤,١	١٧٤	٢٩,١	١١٥	٢٦,٨	١٠٦	عندما أنظر للمرأة أشعر بتغير في مظهري وملامح جسدي عما أتوقعه.	
٦٠,٦	٠,٧٩	١,٨٢	٤١,٥	١٦٤	٣٥,٢	١٣٩	٢٣,٣	٩٢	معظم أصدقائي يشعرون بالراحة والرضى أكثر مني لمظهرهم المقبول.	
٥٩,٧	٠,٨٠	١,٧٩	٤٤,٨	١٧٧	٣١,١	١٢٣	٢٤,١	٩٥	أفكر كثيرًا فيما يحدث لي من تغيرات في مظهري أو معالم جسدي.	
٥٦,٥	٠,٨١	١,٧٠	٥٢,٩	٢٠٩	٢٤,٦	٩٧	٢٢,٥	٨٩	أشعر بعدم الارتياح عندما أتحدث مع الآخرين لتغير جسدي عنهم.	
٥٦,١	٠,٧٩	١,٦٨	٥١,٩	٢٠٥	٢٧,٨	١١٠	٢٠,٣	٨٠	غالبًا ما أقارن مظهري وملامح جسدي بالآخرين.	
٥٥,٩	٠,٨٢	١,٦٨	٥٤,٧	٢١٦	٢٢,٨	٩٠	٢٢,٥	٨٩	عادة ما ينتابني شعور بانني لا أصلح لشيء لأنني أقل كفاءة.	
٥٥,٥	٠,٧٨	١,٦٧	٥٢,٧	٢٠٨	٢٨,١	١١١	١٩,٢	٧٦	الناس من حولي لهم أصدقاء أكثر مني من نفس الجنس بسبب مظهرهم الشخصي.	
٥٥,٣	٠,٦٦	١,٦٦	٤٤,٨	١٧٧	٤٤,٦	١٧٦	١٠,٦	٤٢	مظهري أقل جاذبية.	
٥٢,٧	٠,٧٧	١,٥٨	٥٩,٣	٢٣٤	٢٣,٥	٩٣	١٧,٢	٦٨	مفهومني عن جسدي ونفسي منخفض وغامض.	
٥٢,٢	٠,٧٦	١,٥٧	٦٠,٠	٢٣٧	٢٣,٣	٩٢	١٦,٧	٦٦	أشعر بأن زملائي أفضل مني في مظهرهم الجسدي.	
٥١,٦	٠,٧٨	١,٥٥	٦٣,٠	٢٤٩	١٩,٠	٧٥	١٨,٠	٧١	أشعر أن مستوى أدائي منخفض بسبب تغير في جسدي.	

٥١,٦	٠,٧٨	١,٥٥	٦٣,٣	٢٥٠	١٨,٥	٧٣	١٨,٢	٧٢	تقتي بنفسي ضعيفة بسبب مظهري أو معالم جسدي.
٥١,٢	٠,٧٥	١,٥٤	٦٢,٠	٢٤٥	٢٢,٣	٨٨	١٥,٧	٦٢	في بعض الأحيان لا يتناسب تفكيري مع حجم جسمي.
٥١,١	٠,٧٥	١,٥٣	٦٢,٥	٢٤٧	٢١,٦	٨٥	١٥,٩	٦٣	أشعر بأن طولي لا يتناسب مع جسمي.
٥٠,٨	٠,٧٧	١,٥٢	٦٤,٨	٢٥٦	١٨,٠	٧١	١٧,٢	٦٨	أشعر بعدم تناسق بين ملامح وجهي (الأنف، العين، الفم، الأذن).
٥٠,٧	٠,٧٤	١,٥٢	٦٢,٨	٢٤٨	٢٢,٣	٨٨	١٤,٩	٥٩	لا يعجبني المظهر الذي أبدو عليه.
٤٩,٠	٠,٧٦	١,٤٧	٦٩,٣	٢٧٤	١٤,٢	٥٦	١٦,٥	٦٥	أشعر بعدم التناسق بين حجم وجهي وباقي أعضاء جسمي.
٤٧,٢	٠,٧٠	١,٤٢	٧٠,٦	٢٧٩	١٧,٢	٦٨	١٢,٢	٤٨	بضائقتي رؤية نفسي في المرآة.
٤٧,٠	٠,٧٢	١,٤١	٧٢,٦	٢٨٧	١٣,٧	٥٤	١٣,٧	٥٤	أفضل العمل بمفردي بسبب شكلي المختلف عن الناس.
٤٦,٩	٠,٦٨	١,٤١	٧٠,٤	٢٧٨	١٨,٥	٧٣	١١,١	٤٤	ليست لي شعبية بين الناس لاختلافي عنهم جسميًا.
٤٦,٠	٠,٦٦	١,٣٨	٧١,٩	٢٨٤	١٨,٢	٧٢	٩,٩	٣٩	رؤية الناس لي تسبب لهم بعض المضايقات.
٤٥,٤	٠,٦٧	١,٣٦	٧٤,٧	٢٩٥	١٤,٤	٥٧	١٠,٩	٤٣	لي صداقات قليلة بسبب اختلاف شكلي وملامحي عنهم.
٤٥,١	٠,٦٣	١,٣٥	٧٣,٢	٢٨٩	١٨,٢	٧٢	٨,٦	٣٤	أرفض الذهاب للأماكن العامة حتى لا يراني أحد.
٣٩٥									جملة من أجابوا

جدول رقم (١٧) المقياس التجميعي لمعدل رضا أفراد العينة عن صورة الجسد

الترار و النسبة	ك	%
منخفض من ( ٢٦ - ٤٣ ) درجة	٢٣٧	٦٠
متوسط من ( ٤٤ - ٦١ ) درجة	١١٣	٢٨,٦
مرتفع من ( ٦٢ - ٧٨ ) درجة	٤٥	١١,٤
الإجمالي	٣٩٥	١٠٠

وكما هو واضح من جدول (١٧) فقد حصل المبحوثون طبقاً لمدى توافقهم مع عبارات المقياس على درجات تتراوح بين ٢٦-٧٨، وتم تقسيمهم كما يلي:

١. من ٦٢-٧٨ معدل مرتفع في الموافقة على عبارات المقياس وبلغ نسبتها ١١,٤٪.

٢. من ٤٤-٦١ معدل متوسط في الموافقة على عبارات المقياس وبلغ نسبتها ٢٨,٦٪.

٣. من ٢٦-٤٣ معدل منخفض في الموافقة على عبارات المقياس وبلغ نسبتها ٦٠٪.

وكما هو واضح من البيانات السابقة ارتفعت نسبة عدم الرضا عن صورة الجسد لدى المراهقين من أفراد العينة؛ حيث بلغت ٦٠٪، يليها معدل الرضا بشكل متوسط حيث بلغت ٢٨,٦٪، أمّا أفراد العينة الذين يتمتعون بمستوى مرتفع من الرضا عن صورة الجسد فبلغت نسبتهم ١١,٤٪ فقط من إجمالي العينة بما يعادل ٤٥ فردًا فقط.

ويرى Slade<sup>(٨٠)</sup> ١٩٨٨ أن مصطلح صورة الجسد يعني "الصورة المرسخة في أذهاننا عن أنفسنا ككل من صورة وشكل ومشاعرنا تجاه شخصيتنا ومختلف أجزاء الجسم"، بينما يرى Schilder ١٩٣٥ أنها "صورة الجسد الخاصة بنا والتي يتم تشكيلها في الذهن"، أي أنها "الطريقة التي يظهر بها الجسم لأنفسنا"، بينما Hence & Rosen يعرفها على أنها "الصورة الذهنية للفرد وتقييمه لمظهره وتأثير المعتقدات والتصورات والاتجاهات الخاصة بالفرد على السلوك".

ويشير cash Thomas ١٩٩٧ إلى أهمية عنصر التقييم والتقدير للذات والمظهر الخاص بالفرد لشعوره بالارتياح أو عدم الرضا عن جسده، وأن آراء ومعتقدات الشخص عن جسده عناصر أساسية لتكوين صورته عن الجسد Bell&rushtorth ٢٠٠٨، كما أن عدم الرضا عن صورة الجسد وهو بناء معقد وتقييم سلبي لوزن وشكل الفرد، وقد اقترح كل من Lerner and Skinner, Sorell تجربة توضح أن جسد الفرد الواحد يتأثر بمجموعة من العوامل الثقافية والتنموية والبيولوجية والتاريخية، وأن تحديد التأثير النسبي لهذه السياقات على رضا الجسد عن الصورة مقابل عدم الرضا أمر معقد، ومن المرجح أن يختلف من شخص لآخر، فإن عدم الرضا عن صورة الجسد يؤثر على مجموعة واسعة من الأفراد من النساء والرجال على حد سواء، بما في ذلك أولئك الذين لديهم مستويات منخفضة من تقدير الذات ومن هم مرضى اضطراب الأكل<sup>(٨١)</sup>.

وبالنظر إلى بيانات الجدول السابق ارتفعت حالة عدم الرضا عن الجسد والتي تعكسها عبارات:

١. "هناك الكثير من معالم جسمي أود لو تتغير": والتي حصلت على وزن نسبي ٦٦,٥٪.

٢. " أشعر من وقت لآخر بتغييرات في معالم جسمي " : والتي حصلت على وزن نسبي ٦٥,٥٪.

٣. "معظم أصدقائي يبدون في مظهر أفضل مني" : والتي حصلت على وزن نسبي ٦١,١٪.

وهذا يعكس حالة من عدم الرضا عن صورة الجسد منتشرة بين أفراد العينة. وقد أوضحت الدراسات أن حالة عدم الرضا عن صورة الجسد تؤثر على مجموعة واسعة من الأفراد خاصة أولئك الذين لديهم مستويات منخفضة من تقدير الذات؛ وغالبًا لا يسعون للحصول على معلومات بشأن أساليب التغذية السليمة، وهذا يترتب عليه إصابتهم بعدة أمراض نفسية، وقد فسر العلماء حالة عدم الرضا عن صورة الجسد في ضوء معرفة المكونات الأساسية لصورة الجسد، والتي تشمل المكون الإدراكي والمعرفي والوجداني والسلوكي.

أمَّا عن تشكيل الصورة السلبية أو عدم الرضا عن الجسد والمزاج السيء، بالإضافة إلى الإفراط في الاهتمام بالمظهر وتوثيق هذا الاهتمام بالصورة الذاتية، وذلك لكون صورة الجسد تؤدي دورًا هامًا في الشخصية، فالجسم هو أرض الملتقي بين السيكولوجيا والفيزيولوجيا، فإن مظهر الجسم وصورته وصحته عوامل هامة في إحساس الفرد بالأمان وتقدير الذات<sup>(٨٢)</sup>، وهي أيضًا صورة ذهنية (إيجابية أو سلبية) يكونها الفرد عن جسمه وتعلن عن نفسها من خلال مجموعة من الميول السلوكية التي تظهر مصاحبة لتلك الصورة<sup>(٨٣)</sup>.

وبالنظر إلى نتائج الدراسات الأجنبية فيما يتعلق بمتغير صورة الجسد أوضحت دراسة Ridgway & Clayton ٢٠١٥<sup>(٨٤)</sup> أن الرضا عن صورة الجسد مرتبط بشكل متناهي مع زيادة نشر الصور الذاتية السيلفي على مواقع التواصل الاجتماعي وبخاصة الإنستجرام، وأشارت نفس الدراسة إلى أن مستخدمي الإنستجرام يقومون بتعزيز الرضا عن صورة الجسم من خلال الصور الذاتية السيلفي الموجودة على تطبيقات الصورة.





١٧٨,٨	٢٩,٣	١١٦	٣٥,٢	١٣٩	١٨,٥	٧٣	١٧,٠	٦٧	٤- حياتي بلا هدف أو غرض على الإطلاق.
٢٤٤,٨	٦,٨	٢٧	١٧,٥	٦٩	٤٢,٥	١٦٨	٣٣,٢	١٣١	٦- أشعر أنني موفق فيما أقوم به من عمل.
٢٣٤,٨	٦,٦	٢٦	١٧,٠	٦٧	٤٨,٦	١٩٢	٢٧,٨	١١٠	١٠- لدي قدرة فائقة على تنظيم أفكارى والتعبير عنها.
٢٦٥,٣	٦,١	٢٤	١٧,٧	٧٠	٣٢,٩	١٣٠	٤٣,٣	١٧١	١١- يضيق صدري دون سبب واضح.
٢٣٢,٧	١٢,٧	٥٠	٢٦,٣	١٠٤	٢٨,١	١١١	٣٢,٩	١٣٠	١٣- أشعر بالوحدة حتى ولو كنت في وسط الآخرين.
٢٤٠,١	٨,٤	٣٣	١٨,٥	٧٣	٤١,٢	١٦٣	٣١,٩	١٢٦	١٤- حياتي مليئة بأشياء مثيرة وآمال طيبة.
١٧٢,٤	٣٤,٢	١٣٥	٢٩,٣	١١٦	٢٢,٣	٨٨	١٤,٢	٥٦	١٥- حياتي فارغة لا يملؤها إلا اللأْس.
١٥٨,٣	٤٠,٠	١٥٨	٣١,٤	١٢٤	١٨,٠	٧١	١٠,٦	٤٢	١٧- أشعر أنني ليس لي قيمة.
٢٧٨,١	٥,٤	٢١	١١,٦	٤٦	٣٥,٧	١٤١	٤٧,٣	١٨٧	١٨- أنا راض تماماً عن قدرتي على مواجهة ما يطرأ.
١٧٤,٢	٢٢,٣	٨٨	٣٦,٢	١٤٣	٣٠,١	١١٩	١١,٤	٤٥	١٩- مزاجي ثابت تقريباً طوال اليوم.
١٧١,٦	٣٦,٧	١٤٥	٢٩,٩	١١٨	١٨,٢	٧٢	١٥,٢	٦٠	٢٠- أشعر أنني أقل من الآخرين في معظم الأحوال.
٢٤٣,٦	٩,٤	٣٧	٢٣,٨	٩٤	٣٠,٩	١٢٢	٣٥,٩	١٤٢	٢١- الحياة بطبيعتها مليئة بالخطر والتهديد.
١٩٩,٤	٣٠,١	١١٩	٢٧,١	١٠٧	١٧,٧	٧٠	٢٥,١	٩٩	٢٢- أتمنى لو كنت أحترم نفسي أكثر من ذلك.
٣٩٥									جملة من أجابوا

تقدير الذات المنخفض

جدول رقم (١٩) المقياس التجميعي لتقدير الذات

لا تتطبق علي إطلاقاً		تتطبق علي قليلاً		تتطبق علي إلى حد ما		تتطبق علي كثيراً		درجة الموافقة	مقياس تقدير الذات
ك	%	ك	%	ك	%	ك	%		
٦٦٦	١٨,٧	٨٧٣	٢٤,٦	١٠٥٢	٢٩,٦	٢٧,١	٩٦٤	٢٧,١	تقدير الذات المرتفع
٩٧٩	١٩,١	١٢٧٠	٢٤,٧	١٥٢٠	٢٩,٦	٢٦,٦	١٣٦٦	٢٦,٦	تقدير الذات المنخفض
١٦٤٥	١٨,٩	٢١٤٣	٢٤,٧	٢٥٧٢	٢٩,٦	٢٦,٨	٢٣٣٠	٢٦,٨	القيمة التجميعية لتقدير الذات

جدول رقم (٢٠) المقياس التجميحي لمعدل استجابات المبحوثين لمقياس تقدير الذات

النكرار والنسبة	ك	%
منخفض من (٢٢ - ٤٤) درجة	٢٧	٦,٨
متوسط من (٤٥ - ٦٦) درجة	٢٩٠	٧٣,٥
مرتفع من (٦٧ - ٨٨) درجة	٧٨	١٩,٧
الاجمالي	٣٩٥	١٠٠

وكما هو واضح من جدول (٢٠) فقد حصل المبحوثون طبقاً لمدى توافقهم مع عبارات المقياس على درجات تتراوح بين ٢٢-٨٨، وتم تقسيمهم كما يلي:

١. من ٦٧-٨٨ معدل مرتفع في الموافقة على عبارات المقياس وبلغ نسبتها ١٩,٧٪.
٢. من ٤٥-٦٦ معدل متوسط في الموافقة على عبارات المقياس وبلغ نسبتها ٧٣,٥٪.
٣. من ٢٢-٤٤ معدل منخفض في الموافقة على عبارات المقياس وبلغ نسبتها ٦,٨٪.

وكما هو واضح من بيانات الجدول السابق ارتفاع نسبة أفراد العينة الذين حصلوا على معدل متوسط من تقدير الذات؛ حيث بلغت نسبتهم 73.5%، وتكمن مشكلة مواقع التواصل الاجتماعي وتأثيراتها على معدل الرضا عن صورة الجسد؛ وبالتالي تقدير الذات أصبحت مشكلة عالمية فلا يمكننا إنكار العلاقة بين مواقع التواصل الاجتماعي وصورة الجسد وتقدير الذات، وعلى الرغم من إجراء المزيد من البحوث والدراسات والتي أفرزت العديد من الإحصائيات الأكثر إثارة للقلق، فالأمر كل يوم يزداد سوءاً مع استمرار الهوس بإدمان السوشيال ميديا وعلاقتها بمشكلكتي صورة الجسد وتقدير الذات، وبالأخص بين الفتيات من المراهقات والشابات، وعملية المقارنة الاجتماعية والتطلع نحو المزيد، والنزعة الاستهلاكية، والسعي نحو الكمال من أجل جني الإعجاب.

وتعتبر مواقع التواصل الاجتماعي وسيلة لتلبية احتياجات تقدير الذات بين أفراد المجتمع، كما أنها توفر فرصة للأفراد الذين يعانون من انخفاض تقدير الذات للمشاركة في السلوك العام، مما يؤدي إلى انخفاض القلق الاجتماعي Social Anxiety<sup>(٨٥)</sup>.

وتقدير الذات يرتبط باستجابات وردود أفعال الآخرين على مواقع التواصل الاجتماعية، حيث أثبتت بعض الدراسات وجود ارتباط بين تقدير الذات وسلوك الأفراد على مواقع التواصل الاجتماعي، حيث إنها تعزز الذات لديهم كأفراد يمتلكون

القدرة على تقديم الذات وتحديد الطريقة التي يرغبون بها في تقديم أنفسهم، فإنهم يتلقون الدعم الاجتماعي أو ردود الفعل الاجتماعية الإيجابية التي لم يكتسبها الأفراد في أي مكان آخر، حيث التعليقات الإيجابية التي تعزز تقدير الذات لديهم<sup>(٨٦)</sup>، وقد انقسم تقدير الذات إلى:

### تقدير ذات مرتفع- تقدير ذات منخفض:

وبالنظر إلى بيانات الجدول رقم (١٨)؛ نجد تفوق عبارات تقدير الذات المرتفع عن عبارات تقدير الذات المنخفض، وذلك طبقاً للنقاط الترجيحية التي حصلت عليه العبارات فمثلاً:

١. حصلت عبارة «أقبل نفسي كما هي»: حيث حصلت على نقاط ترجيحية بلغت ٣، ٣١٠.

٢. تليها عبارة «أشعر بالرضا عن نفسي»: حيث حصلت على نقاط ترجيحية بلغت ١، ٣٠٥.

٣. تليها عبارة «أنا راض تماماً عن قدرتي على مواجهة ما يطرأ»: حيث حصلت على نقاط ترجيحية ١، ٢٧٨.

### بينما في عبارات تقدير الذات المنخفض:

أعلى نقاط ترجيحية بلغت ٣، ٢٦٥ وحصلت عليها عبارة «يضيق صدري دون سبب واضح»، يليها عبارة «الحياة بطبيعتها مليئة بالغدر والتهديد» حيث حصلت على نقاط ترجيحية بلغت ٦، ٢٤٣، ثم عبارة «أشعر بالوحدة حتى ولو كنت في وسط الآخرين» والتي حصلت على نقاط ترجيحية ٧، ٢٣٢.

وتتفق هذه النتيجة مع ما توصلت إليه بعض الدراسات الأجنبية التي درست نفس المتغير فتوصلت دراسة (Varnali, ٢٠١٥)<sup>(٨٧)</sup> إلى أن الأشخاص الذين يعانون من انخفاض تقدير الذات يميلون إلى أن يكونوا أكثر انخراطاً في اتجاه التقاط صور شخصية؛ فضلاً عن استخدام وسائل التواصل الاجتماعي للتوسط بين تفاعلهم الشخصي من أجل تلبية احتياجات تقدير الذات.

بينما دراسة (Murphy-Gill<sup>(٨٨)</sup>, ٢٠١٤) أوضحت أن المراهقات أكثر اهتماماً بالمعايير الجمالية والمقارنة عن المراهقين من الذكور، وبالتالي يشعرون بانخفاض في تقدير الذات.

### ثانياً: اختبارات الفروض:

**الفرض الأول:** توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين تصوير الذات السيلفي بنوعيه (الحقيقي والافتراضي)؛ والنجسية بأبعادها الخمسة (الاستعراضية . الغرور . السلطة . التفوق . الاستغلالية).

#### جدول رقم (٢١)

العلاقة بين تصوير الذات السيلفي بنوعيه الحقيقي والافتراضي والنجسية بأبعادها الخمسة

القيمة التجميعية لمقياس تصوير الذات السيلفي	تصوير الذات السيلفي الافتراضي	تصوير الذات السيلفي الحقيقي	تصوير الذات السيلفي النرجسية بأبعادها الخمسة
قيمة بيرسون	قيمة بيرسون	قيمة بيرسون	
**٠,٣٣٦	**٠,٣٥٧	**٠,٢٥٠	الاستعراضية
**٠,٤٧٧	**٠,٤٩٥	**٠,٣٦٨	الغرور
**٠,٣٨٨	**٠,٣٧١	**٠,٣٣٨	السلطة
**٠,٤٤٤	**٠,٤٤٦	**٠,٣٦٢	التفوق
**٠,٣٩٢	**٠,٣٥٥	**٠,٣٦٥	الاستغلالية
**٠,٥١٢	**٠,٥٠٩	**٠,٤٢٣	القيمة التجميعية لمقياس النرجسية بأبعادها الخمسة

\*\* دال إحصائياً عند مستوى معنوية ٠,٠١ ودرجة ثقة ٩٩٪

يتضح من بيانات الجدول السابق وجود ارتباط خطي دال إحصائياً بين النرجسية بأبعادها الخمسة كمتغير مستقل وتصور الذات السيلفي بنوعيه الحقيقي والافتراضي كمتغير تابع؛ حيث بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون ٥١٢ عند مستوى معنوية ٠,٠١ ودرجة ثقة ٩٩٪ وهي قيمة دالة إحصائياً.

وتتفق هذه النتيجة مع كثير من الدراسات الأجنبية التي درست النرجسية كمتغير مستقل يؤثر على معدل التصوير الذاتي السيلفي على الفيس بوك؛ حيث يتميز النرجسيون بتكرار الصور الذاتية بشكل يومي وذلك كما ذكر Halpern (٢٠١٧)<sup>(٨٩)</sup>، حيث أشارت دراسته إلى وجود علاقة ارتباطية موجبة بين معدل نشر وتعديل الصور الذاتية وارتفاع مستوى النرجسية.

وكذلك دراسة McCain (٢٠١٦)<sup>(٩٠)</sup> التي أوضحت قوة العلاقة بين النرجسية والتقاط الصور الذاتية على مواقع التواصل والصفحات الشخصية لأفراد العينة، وكذلك دراسة Fox & Romney (٢٠١٥)<sup>(٩١)</sup> التي أكدت أن مدمني الصور الذاتية

السيلفي والذين يقضون الساعات في تعديل صورهم الشخصية قد اتسمت سلوكياتهم بالنرجسية.

وعند تحليل هذه النتيجة من منظور النظرية العلمية التي استُخدمت لدراسة هذا المتغير وهي نظرية السلوك المخطط The Theory Of Planned Behavior والتي نصّت على أن النرجسية أحد أسباب انتشار ظاهرة تصوير الذات السيلفي على مواقع التواصل الاجتماعي، كما نصّت على أن الموقف تجاه نشر الصور الذاتية السيلفي معيار شخصي تتحكم فيه النرجسية كمتغير مستقل ومحدد هام لنية الفرد في نشر صورته الذاتية على مواقع التواصل الاجتماعي.

ومن هذا المنطلق؛ فقد تطابقت فروض هذه النظرية مع نتيجة فرض الدراسة، وأن متغير النرجسية متغير مستقل يرتبط ارتباطًا خطيًا بمعدل تصوير الذات السيلفي لدى أفراد عينة الدراسة.

الفرض الثاني: هناك علاقة ذو دلالة إحصائية بين صورة الجسد وتصور الذات السيلفي بنوعيه (الحقيقي والافتراضي).

#### جدول رقم (٢٢)

العلاقة بين تصوير الذات السيلفي بنوعيه الحقيقي والافتراضي وصورة الجسد

تصوير الذات السيلفي	تصوير الذات السيلفي الحقيقي	تصوير الذات السيلفي الافتراضي	القيمة التجميعية لمقاس تصوير الذات السيلفي
صورة الجسد	قيمة بيرسون	قيمة بيرسون	قيمة بيرسون
صورة الجسد	**٠,١٩٥	**٠,٢٥٤	**٠,٢٤٨

\*\* دال احصائيا عند مستوى معنوية ٠,٠١ ودرجة ثقة ٩٩٪

يتضح من بيانات الجدول السابق وجود ارتباط خطي موجب دال إحصائياً بين معدل الرضا عن صورة الجسد عند أفراد العينة كمتغير مستقل ومعدل تصوير الذات السيلفي بنوعيه الحقيقي والافتراضي كمتغير تابع؛ حيث بلغت قيمة معامل بيرسون ٢٤٨، وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى معنوية ٠,٠١ ودرجة ثقة ٩٩٪.

واتفقت هذه النتيجة مع نتائج بعض البحوث الأجنبية، حيث أشارت دراسة Mclean et al., ٢٠١٥<sup>(٩٢)</sup> إلى وجود علاقة ارتباطية قوية بين استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وبين التبعات السلبية لحالة عدم الرضا عن صورة الجسد واضطرابات

الأكل لدى المراهقات.

وكذلك تشير دراسة Chua & Chang, ٢٠١٦<sup>(93)</sup> إلى أن مرحلة المراهقة تتميز بالإحساس الزائد بالجمال والمثالية؛ لذا تقوم المراهقات بتعديل الحالة الشخصية والصور الذاتية السيلفي بشكل دائم، كما أظهرت الدراسة أن مواقع التواصل الاجتماعي عززت مفهوم الجمال والمثالية للمراهقات، وأصبحن أكثر إدراكاً لصورة الجسم الإيجابي، وأسفرت نتائج الدراسة عن وجود فجوة بين المعتقدات الذاتية والمعايير المثالية للجمال عند المراهقات بالمقارنة مع قريناتهن مما أدى إلى انخفاض تقدير الذات لديهن وزيادة تعديل الحالة والصور الذاتية والسعي إلى الجمالية.

وعند تحليل نتيجة هذا الفرض من منظور النظرية العلمية التي استخدمت لدراسة هذا المتغير وهي النظرية المعرفية السلوكية التي تنص على أن الأفراد يبدؤون في التفكير في اتخاذ الصور الذاتية نتيجة إثارة داخلية، وبعد الالتقاط تحدث عملية الانتباه الانتقائي لمكونات الصورة، فتحدث سلوكيات تعديل الصورة التي تهدف إلى الوصول إلى الصورة المثالية أو حالة الرضا عن الصورة، وعند تطبيق فرض النظرية على نتيجة هذا الفرض نجد أنهما متطابقتان؛ حيث إن معدل تصوير الذات السيلفي بنوعيه الحقيقي والافتراضي يرتبط ارتباطاً خطياً بمعدل الرضا عن صورة الجسد كمتغير مستقل، وهذا ما أكدته نموذج Veale في النظرية المعرفية السلوكية.

الفرض الثالث: هناك علاقة ذو دلالة إحصائية بين تصوير الذات السيلفي بنوعيه (الحقيقي والافتراضي)؛ وتقدير الذات (المرتفع والمنخفض).

جدول رقم (٢٣)

العلاقة بين تصوير الذات السيلفي بنوعيه الحقيقي والافتراضي وتقدير الذات

تقدير الذات	تصوير الذات السيلفي الحقيقي	تصوير الذات السيلفي الافتراضي	القيمة التجميعية لمقياس تصوير الذات السيلفي
تقدير الذات المرتفع	قيمة بيرسون **٠,٣٦٨	قيمة بيرسون **٠,٣٧١	قيمة بيرسون **٠,٤٠٤
تقدير المنخفض	قيمة بيرسون **٠,٤٠٩	قيمة بيرسون **٠,٤٥٣	قيمة بيرسون **٠,٤٧٢
القيمة التجميعية لمقياس تقدير الذات	قيمة بيرسون **٠,٤١١	قيمة بيرسون **٠,٤٣٩	قيمة بيرسون **٠,٤٦٥

\*\* دال إحصائياً عند مستوى معنوية ٠,٠١ ودرجة ثقة ٩٩٪

تشير بيانات الجدول السابق إلى وجود علاقة ارتباط خطي معدل تصوير الذات السيلفي كمتغير مستقل ومستويات تقدير الذات كمتغير تابع، وهو ارتباط دال إحصائيًا عند مستوى معنوية ٠,١، ودرجة ثقة ٩٩٪. وبلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون ٤٦٥.

وتتفق هذه النتيجة مع نتائج بعض الدراسات الأجنبية التي درست هذا المتغير، حيث أسفرت نتائج دراسة Shin<sup>(٩٤)</sup>, ٢٠١٧ عن وجود علاقة بين تجربة الصورة في حد ذاتها ومفهوم الذات لدى معتادي أخذ الصور الذاتية السيلفي، حيث توجد علاقة ارتباطية بين أخذ وحفظ الصورة الذاتية السيلفي دون نشر وتدني تقدير الذات.

وكذلك أكدت دراسة Barry et al<sup>(٩٥)</sup>, ٢٠١٥ أن الأفراد ذوي تقدير الذات المنخفض نسبة كبيرة من صورهم الذاتية تبرز المظهر البدني، وأنهم يكونون على استعداد لنشر الصور الذاتية السيلفي لتعزيز تقدير الذات لديهم، وأنه لا توجد علاقة ارتباطية واضحة بين مستويات تقدير الذات وعدد ونشر مشاركات الصور الذاتية لديهم.

وعند تحليل نتيجة هذا الفرض من منظور النظريات العلمية المفسرة لمتغير تقدير الذات كمتغير تابع يتأثر بمتغيرات النرجسية والرضا عن صورة الجسد كمتغيرات مستقلة واللذان يؤثران كذلك في معدل تصوير الذات السيلفي على Facebook كما اتضح من تحليل الفروض السابقة، وهذه النظريات هي: (نظرية وايت- نظرية روزنبرج).

فقد أكد "وايت" أن تقدير الذات هو الأساس في الكفاءة والقدرة والرضا عن الجسد، وهو مكون نمائي يغطي دورة الحياة من الطفولة إلى الرشد، والعلاقة تبادلية بينه وبين معظم المتغيرات الشخصية (مثل النرجسية ومستوى الرضا عن الجسد). وطبقًا لنموذج "وايت" فإن نتيجة الفرض الخاص بالدراسة والتي أثبتت وجود ارتباط خطي قوي بين تقدير الذات والتصوير السيلفي، والذي يتأثر بدوره بالنرجسية وصورة الجسد؛ مما يؤكد أن متغير تقدير الذات متغير تابع يتأثر بالمتغيرات المستقلة (النرجسية وصورة الجسد)، واللذان يؤثران بدورهما في معدل تصوير الذات السيلفي كمتغير وسيط.

وعند تحليل نتائج هذا الفرض من منظور نموذج "روزنبرج" الذي وضع ثلاثة مستويات للذات، هي:

١. الذات الحالية أو الموجودة.

٢. الذات المرغوبة.



## ٣. الذات المتقدمة أو المثالية.

حيث يرى "روزنبرج" أن لا أحد يستطيع أن يضع تقديرًا لذاته بعيدًا عن الآخرين، وهذا ما أكدته الدراسة من خلال أن تقدير الذات يتأثر بالدعم الخارجي للصور الذاتية على Facebook والذي تمثل في "Positive Comment&, Like".

الفرض الرابع: هناك علاقة ذو دلالة إحصائية بين السمات الشخصية للمبحوثين (الانرجسية وصورة الجسد) ومستوى تقدير الذات طبقًا لمعدل تصوير الذات السيلفي بنوعيه (الحقيقي والافتراضي) على موقع Facebook.

جدول رقم (٢٤)

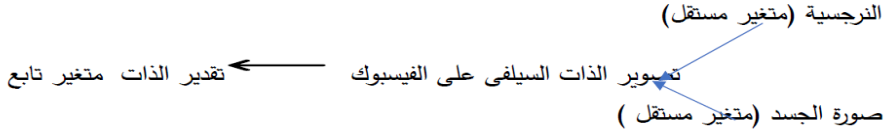
العلاقة بين السمات الشخصية وتقدير الذات طبقًا لمعدل تصوير الذات السيلفي

القيمة التجميعية لمقياس تصوير الذات السيلفي	تصوير الذات السيلفي الافتراضي	تصوير الذات السيلفي الحقيقي	تصوير الذات السيلفي
قيمة بيرسون	قيمة بيرسون	قيمة بيرسون	
**٠,٥١٢	**٠,٥٠٩	**٠,٤٢٣	القيمة التجميعية لمقياس الانرجسية بأبعادها الخمسة
**٠,٢٤٨	**٠,٢٥٤	**٠,١٩٥	صورة الجسد
**٠,٤٦٥	**٠,٤٣٩	**٠,٤١١	القيمة التجميعية لمقياس تقدير الذات

\*\* دال إحصائيًا عند مستوى معنوية ٠,٠١ ودرجة ثقة ٩٩٪.

تشير بيانات الجدول السابق إلى أن هناك ارتباط خطي موجب قوي بين المتغيرات الشخصية والمتمثلة في (الانرجسية بأبعادها الخمسة- وصورة الجسد والتي تمثل متغيرات مستقلة)، ومعدل تصوير الذات السيلفي على Facebook كمتغير تابع؛ حيث بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون مع الانرجسية ٥١٢، وقيمة معامل ارتباط بيرسون مع صورة الجسد ٢٤٨، وهي قيم دالة إحصائيًا عند مستوى معنوية ٠,٠١ ودرجة ثقة ٩٩٪، وكذلك هناك ارتباط خطي موجب وقوى بين معدل تصوير الذات السيلفي (كمتغير مستقل في هذه الحالة) ومستوى تقدير الذات الذي يعد المتغير التابع في الدراسة حيث بلغت قيمة معامل الارتباط بيرسون ٤٦٥، وهي قيمة دالة إحصائيًا عند مستوى معنوية ٠,٠١ ودرجة ثقة ٩٩٪.

وهذه النتيجة الإجمالية التي توصلت لها الدراسة تتفق مع نتائج العديد من الدراسات الأجنبية التي تم عرضها والتي درست نفس المتغيرات لتصبح العلاقة بين المتغيرات كما يلي :



وكما هو واضح من الشكل أن المتغيرات المستقلة المتمثلة في السمات الشخصية: (الترجسية، صورة الجسد) يؤثران في معدل تصوير الذات السيلفي على Facebook كمتغير تابع في علاقته مع السمات الشخصية ومتغير وسيط والذي يؤثر مع المتغيرات المستقلة في تقدير الذات كمتغير تابع بشكل عام.

الفرض الخامس: هناك علاقة ذو دلالة إحصائية بين دوافع استخدام الفيس بوك؛ ومعدل تصوير الذات السيلفي بنوعيه ( الحقيقي والافتراضي).

جدول رقم (٢٥)

العلاقة بين دوافع استخدام الفيس بوك ومعدل التصوير الذاتي السيلفي

القيمة التجميعية لمقياس تصوير الذات السيلفي	تصوير الذات السيلفي الافتراضي	تصوير الذات السيلفي الحقيقي	تصوير الذات السيلفي المتغيرات	
			دوافع نفعية	دوافع استخدام الفيس بوك
قيمة بيرسون	قيمة بيرسون	قيمة بيرسون	دوافع نفعية	دوافع استخدام الفيس بوك
**٠,٣٠٠	**٠,٢٥٢	**٠,٣٠١	دوافع نفعية	دوافع استخدام الفيس بوك
**٠,٤١٦	**٠,٣٦٩	**٠,٣٩٦	دوافع طقوسية	دوافع استخدام الفيس بوك
**٠,٣٩١	**٠,٣٣٨	**٠,٣٨٣	دوافع كلية	دوافع استخدام الفيس بوك

\*\* دال إحصائياً عند مستوى معنوية ٠,٠١ ودرجة ثقة ٩٩٪

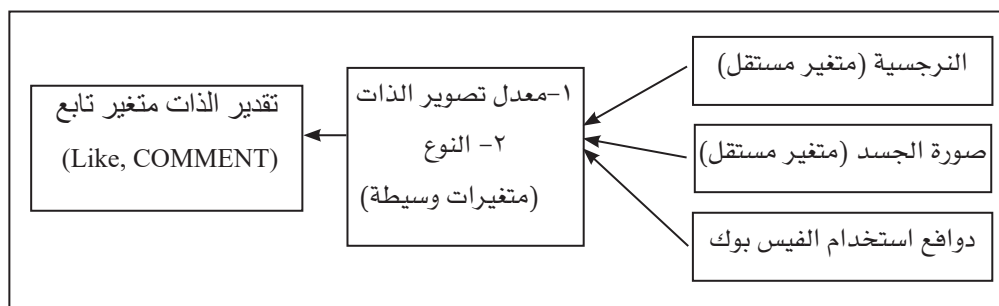
تشير بيانات الجدول السابق إلى أن هناك ارتباط خطي بين دوافع استخدام Facebook بنوعيهما (النفعية والطقوسية) كمتغير مستقل ومعدل التصوير الذاتي السيلفي بنوعيه الحقيقي والافتراضي كمتغير تابع، وكما هو واضح من بيانات الجدول السابق أن قيمة معامل الارتباط الخطي في الدوافع الطقوسية بلغت ٤١٦،

عند مستوى معنوية ٠,١ , ودرجة ثقة ٩٩٪، بينما بلغت في الدوافع النفسية ٣، وهي أيضًا دالة إحصائيًا عند نفس مستوى المعنوية ودرجة الثقة. وهذا يؤكد أن العادات والأنماط السلوكية لعينة الدراسة تتحكم في سلوك التصوير الذاتي السيلفي لديهم على Facebook بدرجة قوية، واتفقت هذه النتيجة مع Kathryn<sup>(٩٦)</sup> وPounder<sup>(٩٧)</sup> ٢٠١٦، والتي توصلت إلى أن الدوافع الطقوسية متمثلة في: (البحث عن الترفيه، والسعادة، وقضاء وقت الفراغ مع الأصدقاء) من أكبر دوافع استخدام السيلفي على مواقع التواصل الاجتماعي، يضاف إليها الرغبة في زيادة تقدير الذات من الآخرين من خلال متابعة عدد "LIKE"، وكذلك "Comment" وبخاصة التعليقات الإيجابية.

وتتفق هذه النتيجة مع رحاب يحيى<sup>(٩٧)</sup> ٢٠١٩ والتي أكدت أن دوافع انتشار سلوكيات التصوير السيلفي هي جذب الانتباه، التواصل، حفظ الذكرى، الترفيه والتسلية.

كما تتفق مع ما توصل إليه (هاني البطل، وسونيا السيد، ٢٠١٦)<sup>(٩٨)</sup> واللذان توصلا إلى أن دوافع الترفيه والتسلية وتقدير الذات وحب الظهور هي أهم دوافع التصوير السيلفي على مواقع التواصل الاجتماعي.

وعند تحليل هذا الفرض من منظور المدخل العلمي الذي يفسره وهو مدخل "الاستخدامات والإشباعات" لوجدنا أن الدوافع الطقوسية والنفسية اللذان يؤثران بشكل كبير في معدل تصوير الذات السيلفي على Facebook يرتبط ارتباطًا وثيقًا بالفرض الرئيس لمدخل الاستخدامات والإشباعات وهو "أن الفرد يقوم باختيار الوسيلة الإعلامية التي يتوقع أن تشبع احتياجاته"، والاحتياج هنا قد عبّرت عنه الفروض السابقة والذي تمثل في تقدير الذات عبر Like & Comment، وهو النموذج الذي تقدمه هذه الدراسة:



وهنا اعتبرت الدوافع بنوعها (الطقوسية والنفسية) كذلك متغيرات مستقلة تؤثر في معدل تصوير الذات مثل المتغيرات الشخصية (المرجسية و صورة الجسد ) بينما

تقدير الذات متغير تابع.

الفرض السادس: هناك فروق في السمات الشخصية للعينة (الانرجسية وصورة الجسد وتقدير الذات) وكذلك معدل تصوير الذات السيلفي على Facebook طبقاً للنوع.

جدول رقم (٢٦)

الفروق في السمات الشخصية للعينة (الانرجسية وصورة الجسد وتقدير الذات) وكذلك معدل تصوير الذات السيلفي على Facebook طبقاً للنوع

المتغيرات	المجموعات	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الخطأ المعياري	قيمة ت	مستوى المعنوية
القيمة التجميعية لمقياس الانرجسية	أنثى	٢٩٧	٦٥,٤٩	١١,٦٥	٠,٦٨	٥,١٩٦	٠,٠١ دال إحصائياً
	ذكر	٩٨	٧٢,٩١	١٣,٩٢	١,٤١		
القيمة التجميعية لمقياس تصوير الذات السيلفي	أنثى	٢٩٧	٦١,٧٩	١٠,٠٠	٠,٥٨	٤,٢٥٠	٠,٠١ دال إحصائياً
	ذكر	٩٨	٦٦,٨٨	١١,٠٣	١,١١		
القيمة التجميعية لمقياس صورة الجسد	أنثى	٢٩٧	٤١,١٩	١٣,٦٠	٠,٧٩	١,٤٦٩	٠,١٤٣ غير دال إحصائياً
	ذكر	٩٨	٤٣,٥٦	١٤,٦٥	١,٤٨		
القيمة التجميعية لمقياس تقدير الذات	أنثى	٢٩٧	٥٧,٧٩	١٠,٤٨	٠,٦١	١,١٤١	٠,٢٥٥ غير دال إحصائياً
	ذكر	٩٨	٥٩,٢١	١١,٣٩	١,١٥		

درجة الحرية = ٣٩٣ لكل مجموعة

تشير بيانات الجدول السابق إلى :

- ارتفاع مستوى الانرجسية عند الذكور أفراد العينة أكثر من الإناث؛ حيث ارتفعت قيمة الانحراف المعياري لديهم إلى ١٣,٩٢ والمتوسط الحسابي إلى ٧٢,٩١، وبلغت قيمة ت ٥,١٩٦ وهي دالة إحصائياً عند درجات حرية ٣٩٣.
- ارتفاع معدل تصوير الذات السيلفي عند الذكور أكثر من الإناث بفروق طفيفة؛ حيث ارتفعت قيمة الانحراف المعياري لديهم إلى ١١,٠٣ مقابل ١٠ عند الإناث، وقيمة المتوسط الحسابي بلغت ٦٦,٨٨ مقابل ٦١,٧٩ لدى الإناث، وبلغت قيمة ت ٤,٢٥٠ وهي دالة إحصائياً عند درجات حرية ٣٩٣.
- التقارب الشديد بين الذكور والإناث في مستوى الرضا عن صورة الجسد، حيث بلغ الانحراف المعياري عند الذكور ١٤,٦٥ بفروق طفيفة عن الإناث التي بلغت

١٣, ٦٠، وكذلك في المتوسط الحسابي الذي بلغ عند الذكور ٤٣, ٥٦ بفروق طفيفة عن الإناث والتي بلغت ٤١, ١٩؛ ولذا جاءت قيمة  $t = ١, ٤٦٩$  وهي غير دالة إحصائيًا.

٤. التقارب الشديد بين الذكور والإناث في مستوى تقدير الذات؛ حيث بلغت قيمة الانحراف المعياري عند الذكور ١١, ٣٩ بفروق طفيفة عن الإناث التي بلغت ١٠, ٤٨، وكذلك في المتوسط الحسابي الذي بلغ عند الذكور ٥٩, ٢١ بفروق طفيفة عن الإناث والتي بلغت ٥٧, ٧٩، ولذلك بلغت قيمة  $t = ١, ١٤١$  وهي غير دالة إحصائيًا.

وعند مقارنة نتائج هذا الفرض مع نتائج الدراسات الأجنبية نلاحظ أن:

اختلفت نتيجة الدراسة مع Weiser, ٢٠١٥ الذي توصل إلى وجود علاقة ارتباطية بين النرجسية والنوع لصالح الإناث، ووجود علاقة ارتباطية بين تصوير الذات والنوع لصالح الإناث أيضًا، على الرغم من تفوق الذكور على الإناث في بُعد الاستغالية.

واختلفت كذلك نتيجة الدراسة مع Sorokowski, 2015 والذي توصل إلى أنه لا توجد علاقة ارتباطية بين نشر الصور وسلوكيات النرجسية لدى الإناث؛ بمعنى أنه لا توجد فروق بين الذكور والإناث في مستوى النرجسية أو معدل نشر الصور الذاتية.

وبالنسبة للنتيجة الخاصة بصورة الجسد أشارت دراسة Mclean, ٢٠١٥ إلى وجود علاقة ارتباطية قوية بين استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وبين التبعات السلبية لحالة عدم الرضا عن صورة الجسد لدى الإناث أكثر من الذكور، وكذلك دراسة Chua, Chang, ٢٠١٦ والذي أوضح أن مرحلة المراهقة تتميز بالإحساس الزائد بالجمال لدى المراهقات بشكل أكبر من الذكور؛ وهذا يتبعه سلوك تعديل الصور الذاتية بشكل دائم لدى الإناث أكثر من الذكور، وهذا عكس ما توصلت إليه نتيجة الدراسة؛ حيث أثبتت عدم وجود فروق بين الجنسين في مستوى الرضا عن صورة الجسد.

وفيما يتعلق بتقدير الذات أوضحت دراسة Murphy-Gill, ٢٠١٤ أن الإناث أكثر اهتمامًا بالمعايير الذاتية أكثر من الذكور، وبالتالي يشعرون بانخفاض تقدير الذات بشكل واضح عن الذكور، وهذا عكس ما توصلت إليه نتيجة الدراسة؛ حيث أثبتت عدم وجود فروق بين الجنسين في مستوى تقدير الذات.

## النتائج العامة للدراسة:

## أولاً: النتائج البسيطة:

## أكدت الدراسة:

١. أن ٩٦,٧٪ من إجمالي العينة البالغ عددها (٤٥٠) مفردة لديها حساب على Facebook.
٢. أن ٩٦,٨٪ يتعاملون مع حساباتهم عبر Facebook باسمهم الحقيقي وأن باقي العينة تختار الاسم المستعار؛ لحماية الخصوصية وإعطاء المزيد من الحرية للكتابة، أو لجعله اسم شهرة.
٣. بلغ حجم الاستخدام اليومي أكثر من ٣ ساعات.
٤. وأن ٧٩,١٪ يفضلون التواصل في مجموعات (التواصل الرقمي).
٥. وأن استخداماتهم للـ Facebook تمثلت في ثلاثة عناصر رئيسية: متابعة الأخبار- التواصل مع الأصدقاء- نشر الصور الذاتية.
٦. وبالنسبة لدوافع الاستخدام: تفوقت الدوافع الطقوسية على الدوافع النفعية؛ حيث برزت دوافع (الترفيه والتسلية- قضاء وقت الفراغ والقضاء على الملل- البقاء على اتصال مع الأصدقاء)، وحصلت على المراكز الأولى في النقاط الترجيحية، يليها (زيادة المعرفة- نافذة على العالم-مناقشة الآراء المطروحة).
٧. وقد أكد ٩٠,٨٪ من أفراد العينة أنهم يمارسون ظاهرة تصوير الذات السيلفي بدرجات مختلفة (٥٥,٤٪ دائماً، و٣٥,٤٪ أحياناً)، وبلغت نسبة من لا يمارسون ٩,٢٪.
٨. وبالنسبة لمقياس تصوير الذات تم تقسيمه إلى تصوير حقيقي وتصوير افتراضي، وقد أوضحت عبارات النوعين أن نسبة كبيرة من أفراد العينة لديهم هوس السيلفي على الفيس بوك، سواء بدافع جذب الانتباه أو التواصل مع الآخرين، أو أرشفة الصور أو الترفيه وعرض الإمكانيات المتنوعة.
٩. بالنسبة لمقياس النرجسية: تبين من خلال تحليل بيانات المقياس تفوق بُعد التفوق؛ حيث وافق على عباراته حوالي ٤٢٪ من إجمالي حجم العينة، يليه الاستغالية بنسبة ٣٩,٩٪، ثم الغرور بنسبة ٢٨,٤٪، وهذا في المجمل يؤكد توافر مستوى مرتفع من النرجسية لدى أفراد العينة.

١٠. بالنسبة لصورة الجسد ارتفعت حالة عدم الرضا عن صورة الجسد لدى المراهقين من أفراد العينة والتي عكستها عبارات كثيرة حصلت على أوزان نسبية كبيرة.
١١. بالنسبة لتقدير الذات: تبين من تحليل بيانات المقياس وجود نسبة ١٩,٧٪ لديها تقدير ذات مرتفع، تليها نسبة ٧٣,٥٪ لديها تقدير ذات متوسط.

### ثانياً: نتائج اختبارات الفروض:

١. ثبوت صحة الفرض الأول والقائل بوجود علاقة ارتباطية موجبة دالة إحصائياً بين النرجسية كمتغير مستقل ومعدل تصوير الذات السيلفي بنوعيه الحقيقي والافتراضي كمتغير تابع.
٢. ثبوت صحة الفرض الثاني والقائل بوجود ارتباط خطي بين مستوى الرضا عن صورة الجسد كمتغير مستقل ومعدل تصوير الذات السيلفي بنوعيه الحقيقي والافتراضي كمتغير تابع.
٣. ثبوت صحة الفرض الثالث والقائل بوجود ارتباط خطي موجب بين تصوير الذات السيلفي كمتغير مستقل بنوعيه الحقيقي والافتراضي ومستوى تقدير الذات كمتغير تابع.
٤. وجود علاقة بين (النرجسية وصورة الجسد) كمتغيرات مستقلة ومعدل تصوير الذات السيلفي بنوعيه الحقيقي والافتراضي (كمتغير وسيط) والذي يؤثر بدوره في معدل تقدير الذات كمتغير تابع.
٥. وجود ارتباط خطي موجب بين دوافع استخدام الفيس بوك ومعدل تصوير الذات السيلفي.
٦. وعن الفروق بين الذكور والإناث في كل متغيرات الدراسة تبين أن:
  - ارتفاع مستوى النرجسية عند الذكور أفراد العينة أكثر من الإناث وهي دالة إحصائياً
  - ارتفاع معدل تصوير الذات السيلفي عند الذكور أفراد العينة أكثر من الإناث وهي دالة إحصائياً.
  - التقارب الشديد بين الذكور والإناث في مستوى الرضا عن صورة الجسد وهي غير دالة إحصائياً.

- التقارب الشديد بين الذكور والإناث في مستوى تقدير الذات وهي غير دالة إحصائيًا.

### توصيات الدراسة:

من خلال العرض السابق لمجمل النتائج التي توصلت لها الدراسة، وتفسير تلك النتائج في ضوء النظريات التي تناولت متغيرات الدراسة، إلى جانب ما تم الاطلاع عليه من الدراسات ذات الصلة بالموضوع ومتغيراته، يمكن تقديم التوصيات التالية:

١. ضرورة الاهتمام بتعليم المراهقين كيفية التعامل مع ظاهرة تصوير الذات السيلفي، وطرق العرض الذاتي المختلفة عبر مواقع التواصل الاجتماعي والصفحات الشخصية بشكل جيد، وفقًا لأهدافهم وخصائصهم ومتطلباتهم النفسية.
٢. ضرورة أن تعي الأسرة والمدرسة والنادي والمؤسسات التربوية والتعليمية أن مواقع التواصل الاجتماعي مصدر قلق للمراهقين والأطفال خاصة؛ فيما يتعلق بالمقارنة الاجتماعية مع المشاهير ونجوم المجتمع في صورة الجسد أو الأماكن التي تعكس مستوى اجتماعيًا مرتفعًا، مما يؤدي إلى إدراك سلبي لصورة الجسد ومخاطر نفسية واجتماعية، بشكل يسبب ضررًا للصحة النفسية لهم مثل (اضطراب واختلال سلوك الأكل والنوم، فقدان الشهية، الاكتئاب، العزلة الاجتماعية، ...).
٣. ضرورة تصميم برامج للتربية الإعلامية هدفها تمكين المراهقين والأطفال من إدراك كيفية التعامل مع وسائل الإعلام الحديثة، وفهم كيفية عملها، وكيفية انتقاء المحتوى الإعلامي الذي يضيف إيجابيات ويعزز سلوكيات ومواقف صحية وليس العكس.



## قائمة المراجع:

- ١- نورا أحمد (٢٠١٨)، تصوير الذات السيلفي وعلاقته ببعض المتغيرات الشخصية والنفسية لدى عينة من المراهقين، رسالة ماجستير، غير منشورة، (جامعة عين شمس: كلية التربية، قسم الصحة النفسية والإرشاد النفسي).
- 2 - Barry, c.t.,h.,Loflim et al (2015): Let me take a selfie: associations between self-photography, narcissism, and self esteem. **psychology of popular media culture** .34 pp109-121.
- 3 - Acquisiti, A.S Gross, R (2006): Imagined communities Awareness ,information sharing and privacy on the Facebook Incs.4258,pp 3658-.
- 4 - Weiser(2015): Naracissism and its facet as predictors of selfie posting frequency, department of psychology, curry college , united states ,**personality and individual differences** vol no 86,pp 477481-.
- 5 - Melanogenic, T., Ercegovac,(2014) :selfie or virtual mirror to new narcissus .**faculty of psychology and media , megatrend university** goce delceva&Belgrade , Serbia. Medijska Istrazivaja ,vol no(20)pp293312-.
- ٦ - إحصائيات السوشيال ميديا ، [www.dimofinf.net](http://www.dimofinf.net) في 30 مارس 2020.
- 7 - Oxford Dictionary of English (2013) .3.ed.**oxford university press**
- 8 - Rutledge, P.(2013): The psychology of selfies : narcissism of self exploration transmedia story telling .**psychology today.com**
- 9 - Darby A.Gieringer,2015 :-Analyzing the selfie exploring gender identity through nude photography, **M.A,dissertations thesis,University of Arkansas,little Rock United States**
- 10 - Halpern,D.,James,E.K.&Carril 2017:-the online Ideal persona Vs the jealousy effect: two explanations of why selfies are associated with lower quality romantic relationships ,**telematics and informatics VOL 34 PP114123-**
- 11 - Mcleod, S (2007): Maslow's hierarchy of Needs,Educational psychology interactive ,GA:.**Valdosta State university Retried**
- 12 - Lovas & Holloway (2009) :axis of influence: How credibility and likeability intersect to drive Success .**Morgan james publishing ISBN :New York.**
- 13 - Miclośt, Stephanie duver (2015): phenomenon of the selfie as a transmedia story telling Communication technique of disassociating with the real self ,**dissertation degree of PHD ,Colorado Technical university.**

- 14 - Tortajada, I., Arauna, N. & Martinez,i,j2013:-Advertising Stereotypes and gender representation in social networking .sites .**Joucomunicar**,4111-pp177186-
- ١٥ - فريح العنزي، (2001)، المكونات الفرعية للثقة بالنفس والخجل، دراسة ارتباطية عامدية، الكويت:مجلة العلوم الاجتماعية،المجلد 11، العدد30 ص ص 47-77.
- 16 - Albooshi, A.(2015): self –esteem levels & selfies: the relationship between self- steem levels and the number of selfies people take and post ,and the uses and gratification of taking and posting **selfies Master Theise of Mass Communication .Middle Tennesse state University**
- ١٧ - نورا أحمد، مرجع سابق ص44.
- ١٨ - عبد الرقيب البحيري، (2007)، الديناميت الوظيفية للشخصية النرجسية القاهرة، مكتبة الأنجلو المصرية ص16.
- 19 - Dewall, C.N. Buffardi, L.E, Bonser,I,Compbell,W.K.(2011):Narcissism and implicit attention seeking: evidence from linguistic analyses of social net working and **online presentation personally and individual differences p. 57**
- ٢٠ - حسين علي فايد، (2004): الرهاب الاجتماعي وعلاقته بكل من صورة الجسم ومفهوم الذات لدى طالبات الجامعة، مجلة الإرشاد النفسي، جامعة عين شمس، المجلد، العدد 18، ص4,5.
- 21 -Goldov B & Psy D et al. (2011): The effect of individualized brief medical dance /movement therapy on body Image in Women with Breast cancer **Dissertation,Agosy University /seattle. pp266351-**
- 22 -Chea, J. (2017): Virtual make over: Selfie-taking and social media use increase selfie – editing frequency through social comparison ,**journal of computer in human Behavior** ,VOL66,pp370379-
- 23 . - Sosin, I., Chuev, Y., Goncharova, O(2017): Integrated identification of new substancial gadget addiction: with selfie-mania phenomenon model, **journal ofEuropean Psychiatry-vol41.pp705706-**
- 24 -. KIM, J., K (2015): Relationship between selfie practice and cultural characteristics: independent and interdependent self-construals **dissertations,M.A,Syracuse University**
- 25 -.Halpern, D, James, E, K & Carrli, C(2017): **OP CIT**
- .McCain,J.,L.,Borg,Z,G,Rothenberg,A,H,churillo,K,M,Weiler,P&Campbell,W,K(2016): --Personality and Selfies: Narcissism and the Dark Triad ,**journal of Computer in Human Behavior**, VOL 64,PP 126133-

- 27 -.Fox & Rooney (2015):The dark triad and trait self-objectification as predictors of men's Use and self-presentation behaviors on Social networking sites. **Journal of Personality and individual differences ,VOL 76,pp161165-**
- 28 ) (Weiser (2015): Me : Narcissism and its facets as predictors of selfie-posting frequency, **department of psychology, Curry college, united states ,and individual difference.vol(86),pp477481-**
- 29 - Milivojevic, Ercego vac(2014), selfie or virtual mirror to new Narcissism ,**Faculty Culture and media Megatrend university GOCe Delceva &Belgrade,Serbi. . medjiska istrazivanja**,vol(20)pp293312-
- 30 -Sorokowski, et, at (2014): Selfie posting behavior are associated with narcissism among me , **journal of Personalityandindividualdifferencyvol(85)pp123127-**
- 31 - Mclean et al, (2015): Photoshopping the selfie: self-photo editing and photo investment are associated with body dissatisfaction in adolesn=ent girls International **journal of eating disorder..vol 48,pp11321140-**
- 32 - Ridgway, Clayton, (2015): Instgram unfiltered exploring association of body image satiation instgram # selfie posting and negatire romantic relationship outcomes, **journal of Cyberpsychology behavior social networks vol 19 pp27-**
- 33 - Dutta, et al. (2016): Attitudes toword selfie taking in school-going adolescents: an exploratory study **INDIANJournalPsychol,MED,VOL38,PP242-245.**
- 34 - Murphy- Gill,M (2014): Selfie esteem .us. **catholic journal vol.79 pp164-**
- 35 - Barry, C.T., Doucette, H., Loflin, D.C., Rivera-hudsom, N., Herrington, L.L. (2015): Let me take a selfie:-association between self-photography, narcissism and self-esteem . **journal of psychology of popular media culture vol no 34 pp109121-**
- 36 . -Shin,Y,Kim,M.,Im,C,Chang,SC, (2017):Selfie and self:the effect of selfies on self-esteem and Sociall sensitivity, **personality and individual differences VOL(111) pp 139145-**
- 37 - Wang, R., Yong, F & haigh, M. (2017): Let me take a selfie exploring the psychological effects of posting and viewing selfie and groupie social media, **journal of telematics and information VOL(34)PP247283-**

٣٨ - نجلاء رؤوف المصيلحي، (٢٠١٥): الفيس بوك ورأس المال الاجتماعي في مصر دراسة سوسيولوجية ميدانية- مجلة شئون اجتماعية -الإمارات، العدد٢٩، ص ١١١-١٤٧. متاح أون لاين على بنك المعرفة

[www.elmandouhmah.com](http://www.elmandouhmah.com)

٣٩ - عبد الكريم سعودي، (٢٠١٤): إدمان الفيس بوك وعلاقته بالتوافق الأسري للطلاب الجامعي، مجلة

دراسات نفسية وتربوية- جامعة قاصدي مرياح- الجزائر العدد ١٣، ص ص ٤١-٥٢ متاح أون لاين على

**www.elmandouhmah.com** بنك المعرفة

٤٠ - سميرة بالعربي، س. (٢٠١٣): دور شبكات التواصل الاجتماعي في زيادة التفاعل في الوسط الجامعي:

الفييس بوك نموذجًا: دراسة ميدانية على عينة من طلبة جامعة أم البواقي، مجلة الحكمة للدراسات التربوية

والنفسية عدد ٢٩ ص ص ١٦٤-١٨١ متاح أون لاين على بنك المعرفة **www.elmandouhmah.com**

٤١ - عبد المهدي علي، (٢٠١٤): دراسة النتائج الاجتماعية والأكاديمية المترتبة على استخدام طلاب الجامعة

مواقع التواصل الاجتماعي فييس بوك، مجلة التجارة والتمويل، جامعة طنطا، العدد الثاني ص ص ١٤٩-

٢٠٠ <https://dirasat.ju.edu.jo/ES/Article/FullText?issue&v=volume?13097>

available at

42 -Ferrell, J. (2011): A functional role of Facebook :psychological and social needs **Master of arts in psychology, university of central Oklahoma .online on proquest.**

43 -. Alomgir Hossaim, (2018) effects of uses and gratification of social media use the Facebook case with multiple mediator analysis.At [www.emeraldinsight.com /23991747-.htm](http://www.emeraldinsight.com /23991747-.htm).

٤٤ - نيرمين زكريا خضر، (٢٠٠٩): الآثار الاجتماعية والنفسية لاستخدام الشباب المصري لمواقع

الشبكات الاجتماعية دراسة على مستخدمين موقع فييس بوك. متاح أون لاين على بنك المعرفة **WWW.**

**elmandouhmah.com**

45 - Ajzen I.(2011): The theory of planned behavior: reaction and selfiction. *psycholog& health vol 26 no 9.*

46 -Ajzen I.,(2011):-The Theory of planned behavior: **journal of Reaction and reflections. Psychology &Health VOL 26 NO 9 PP11131127-.**

47 - Kim, E., Lee, J.A, Sungy., Choi, S.M (2017): Pedicting selfie – posting behavior on social networking sites: an extension of theory of planned behavior , **journal of computer in human behavior** ,vol no 62 , pp 116123-.

48 - نورا أحمد، مرجع سابق -

49 - Rosenberg J., Egbert N. (2011): Online impression management: personality traits and concerns for secondary goals as predictor of self presentation tactics on Facebook . *compute mediated common. Vol. no 17 pp 118-.*

50 - Bender, et at :-**op cit**

٥١ - صالحة الدماري ((٢٠١٠، الطلاب والشبكات الاجتماعية: دراسة ميدانية في استخدامات وإشباعات

طلاب كلية الفنون والإعلام بجامعة الفاتح الليبية، متاح على شبكة الإنترنت عبر الرابط التالي: **WWW.**

**darelmandoumah.com**

٥٢ - لمياء محمد عبد العزيز(٢٠١٣)، استخدامات المرأة المصرية لصحافتها الإلكترونية والإشباع المتحققة منها، دراسة ميدانية، رسالة دكتوراه، غير منشورة، (جامعة المنصورة، كلية الآداب، قسم الإعلام)، ص٨٦

٥٣ - حامد عبد السلام زهران (٢٠٠٥)، علم نفس النمو والطفولة والمراهقة، القاهرة: دار عالم الكتب، الطبعة السادسة.

54 -Takkac tugar, (2017):Selfie assessment as an alternative form of self assessment,at undergraduate level in hifher education.**Journal of Language and Linguistic Studies**, vol 13(1),321335-

55 - Etkar,S.&Amichai\_Hamburger,Y(2017).Not All selfies took Alike:Distinct selfie Motivation AreRelated to different personality characteristics **Journal of Front psychology** ,8,842

56 -McLean, Sian A:Paxton Susan J:Wertheim Eleamor H:Mafters,Jennifer 2015.Photoshoppng the Selfie:Self photo editing and photo investment are associated with body dissatisfaction in adolescent girlm International **Journal of Eating Disorder**,48.pp11321140-

57 . --Albolooshi,A.,2015.Self-Esteeem levels &Selfies:The Relationship between self-esteeem levels and the Number of selfies people Take and post, and the uses and gratifications of taking and posting selfies , **the Degree of Master of Science in Mass Communication Middle. Tennessee State University.**

58 . -Raskin.H.,Terry.B.,1998.Aprincipal-Components analysis of The narcissistic personality inventory and further evidence of its construct Validity,**Journal of personality and Social Psychology** ,154,5

59 . -Pincus,A.L,Ansell.,E.B(2009),initial construction and validation of the pathological Narcissism inventory, **journal of American Psychological Association** 21,3 pp365379-

٦٠ - محمد أحمد إبراهيم سعفران (٢٠٠٨)، مقياس النرجسية «NPS» العمليات وعبارات المقياس، المجلد 1، (القاهرة: دار الكتاب الحديث).

٦١ - أ.د. هويدا مصطفى، عميدة كلية الإعلام -جامعة القاهرة.

أ.د. خالد صلاح الدين حسن، الأستاذ بقسم الإذاعة والتلفزيون كلية الإعلام جامعة القاهرة.

أ.د. خالد جلال، أستاذ علم النفس كلية الآداب جامعة المنيا.

٦٢ - سامية الساعاتي (٢٠٠٢)، الشباب العربي والتغير الاجتماعي، (الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، ط١)، ص ١٨-٢٠.

٦٣ - أحمد محمد صالح (٢٠٠٥)، أثنوجرافيا الإنترنت، وتداعياتها الاجتماعية والثقافية والسياسية، دار النشر الإلكترونية، كتب عربية، متاح أون لاین أن [www.Kotobarabia.com](http://www.Kotobarabia.com)

٦٤ - منادر بيان الراجحي (٢٠١٦)، الاستخدامات والإشباع المتحققة من Facebook للشباب الكويتي، مجلة العلوم الاجتماعية، جامعة الكويت، مجلس النشر العلمي، مجلد ٤٤، العدد ٢ ص ص ٤٣-١٢ . متاح أون لاين على بنك المعرفة [www.DareImandoumah.com](http://www.DareImandoumah.com)

٦٥ - منصور (٢٠١٢)، دور شبكات التواصل الاجتماعي في تحقيق احتياجات الشباب الأردني، دراسة مقارنة منها النوع الاجتماعي، ورقة مقدمة للمنتدى السنوي السادس للجمعية السعودية للإعلام والاتصال «الإعلام الجديد» التحديات النظرية التطبيقية»، جامعة الملك سعود «الرياض»، أبريل ٢٠١٢ . متاح أون لاين على بنك المعرفة [www.DareImandoumah.com](http://www.DareImandoumah.com)

٦٦ - عبد الصادق، (٢٠١٤)، تأثير استخدام الشباب الجامعي البحرانية لمواقع التواصل الاجتماعي على استخدامهم وسائل الاتصال التقليدي، (المجلة الأردنية للعلوم الاجتماعية، المجلد ٧، العدد ١)، ص ص ٥٩-٣٣ . . متاح أون لاين على بنك المعرفة [www.DareImandoumah.com](http://www.DareImandoumah.com)

٦٧ - جرار، (٢٠١١)، المشاركة بموقع الفييس بوك وعلاقته باتجاهات طلبة الجامعات الأردنية نحو العلاقات الأسرية، رسالة ماجستير، غير منشورة، (كلية الإعلام، جامعة الشرق الوسط، عمان). . متاح أون لاين على بنك المعرفة [www.DareImandoumah.com](http://www.DareImandoumah.com)

٦٨ - نيرمين خضر، (٢٠٠٩)، الآثار النفسية والاجتماعية لاستخدام الشباب المصري لمواقع الشبكات الاجتماعية، دراسة على موقع Facebook، بحث مقدم إلى مؤتمر الأسرة والإعلام وتحديث العصر، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، فبراير ٢٠٠٩

٦٩ - الآء محمد رشيد (٢٠١٣)، استخدام شبكتي التواصل الاجتماعي Facebook و Twitter والإشباع المتحققة لدى طلبة الجامعات الأردنية: دراسة ميدانية عن جامعتي الأردنية والشرق الأوسط. متاح أون لاين على بنك المعرفة [www.DareImandoumah.com](http://www.DareImandoumah.com)

٧٠ - سامح محمد يوسف الشريف، (٢٠١٦)، استخدامات لشباب لمواقع التواصل الاجتماعي وعلاقته باتجاهاتهم السياسية، المركز العربي للبحوث والدراسات، آفاق سياسية، العدد ٢٩، ص ص ٧٩-٨٦ . . متاح أون لاين على بنك المعرفة [www.DareImandoumah.com](http://www.DareImandoumah.com)

٧١ - فريدة صغير عباس، (٢٠١٨)، الشباب الجزائري ومواقع التواصل الاجتماعي ثنائية الاستخدام والتفاعل: دراسة ميدانية على عينة من الشباب الجزائري، مجلة الحكمة للدراسات الإعلامية والاتصالية، دار الحكمة للنشر والتوزيع، ص ص ٢١٣-٢٢٧ . متاح أون لاين على بنك المعرفة [WWW.DareImandoumah.com](http://WWW.DareImandoumah.com)

٧٢ - حنون نزهة، (٢٠١٧)، استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وانعكاساتها على قيم المواطنة لدى الشباب الجزائري: دراسة ميدانية على عينة من مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي، جامعة العربي بن مهدي، أم البواقي، الجزائر. متاح أون لاين على بنك المعرفة [WWW.DareImandoumah.com](http://WWW.DareImandoumah.com)

٧٣ - مانويل كاستلز، (٢٠١٤)، ترجمة محمد حرفوش، سلطة الاتصال، ط١، المركز القومي للترجمة،

القاهرة، ص ٩٤ .

٧٤ -فاطمة الزهراء قمقاني، (٢٠١٧)، تأثير شبكات التواصل الاجتماعي الفيس بوك على المراهقين ورهان التربية الإعلامية، مجلة الحكمة للدراسات الاجتماعية، مؤسسة كنوز الحكمة للنشر والتوزيع، ص ص ٢٧ . متاح أون لاين على بنك المعرفة [www.Darelmandoumah.com](http://www.Darelmandoumah.com)

٧٥ -اسماء محمد محمود، (٢٠١٧): سوسيولوجيا التواصل عبر الانترنت وإنعكاس ذلك على صفحات الفيس بوك ، مجلة الحكمة للدراسات الاجتماعية ، دار الحكمة للنشر والتوزيع ، . متاح أون لاين على بنك المعرفة [www.Darelmandoumah.com](http://www.Darelmandoumah.com) ص ١٩٠ .

٧٦ - حلماية قادري(٢٠١٦) : التواصل الاجتماعي ، دار المنهجية للنشر والتوزيع ، عمان ٢٠١٦، ص . متاح أون لاين على بنك المعرفة [www.Darelmandoumah.com](http://www.Darelmandoumah.com) .

٧٧ - سليمة قاسى ،٢٠١٨:- التأثيرات النفسية والاجتماعية لاستعمال الإنترنت لدى التلاميذ والمراهقين بمدينة قسنطينة، دراسة استكشافية، مجلة العلوم الإنسانية، جامعة العربي بنى وهيدى، أم البواقي. متاح أون لاين على بنك المعرفة [www.Darelmandoumah.com](http://www.Darelmandoumah.com)

78 -Basile,D.Y,Linne,J(2014).Performances de autopresentatacion a traves de fotgrfais digitales EL caso de los adolescents de sectores populares en Facebook .Cuadernos.info,35,209. متاح أون لاين على بنك المعرفة [www.Darelmandoumah.com](http://www.Darelmandoumah.com) .217-

79 - Milivojevic,Ercegovac,2014:-selfie or virtual mirror to new Narcissus. **faculty of Culture and Media, Megatrend University, Belgrade ,Serbia.** Medijska Istrazivanja,20(2),pp 293-312

٨٠ . --آية يحيى ٢٠١٩، الصورة المثالية للجسد بين المشاهير والواقع، القاهرة-دار العربي للنشر والتوزيع، ص15 .

81 -N.Pearson,Adria.Heffner,Michelle.M.Follette,Victoria 2010:-Acceptance and Commitment Therapy Fo body image dissatisfaction.U S:New Harbringer publications p3 Retrived from:<http://libgen.io/search.php?reg=body+image&open=0&res=25&view=simple&phrase=1&column=def>

٨٢ - رشاد علي عبد العزيز، ٢٠١١، أساسيات الصحة النفسية والعلاج النفسي، القاهرة: مؤسسة المختار، ص٩ .

٨٣ - مجدي الدسوقي، ٢٠٠٦، اضطرابات صورة الجسم (الأسباب- التشخيص- الوقاية والعلاج)، القاهرة: سلسلة الاضطرابات النفسية،٢، مكتبة الأنجلو المصرية.

84 - Ridgway&Clayton,2015 ,OPCIT, PP27-

85 -.Varnali,k,2015:-self-Disclosure on social networking Sites. **Journal of Social Behavior and personality**,pp114-

- 86 -.Donchi&Moore,2004:- it 's a boy thing :the role the internet in young people psychological wellbeing - **Journal of Behaviors change** VOL 21,PP7689-.
- 87 - Varnali,2015,**OPCIT**
- 88 -. Murphy 2014,**OPCIT**
- 89 -.Halpern,et all,2017:-**OPCIT**
- 90 -. Mc Cain, J., L., Borg, Z, G, Rothenberg, A, H, churillo, K, M, Weiler, P & Campbell, W, K (2016): **OPCIT**
- 91 - Fox &Roony,2015:**OPCIT**
- 92 -Mclean,et all,2015:**OPCIT**
- 93 -Chua.,Chang,L.(2016):Follow me and like my beautifl selfie:Singapore teenage girls'engagement in self- presetation and peercomparison on social media, **journal of Computers in Human Behavior Jour**,vol55,part A,p 190197-
- 94 -. Shin, Y, Kim, M., Im, C, Chang, SC, (2017): **OPCIT**
- 95 -. Barry, c.t., h., loflim et al (2015):
- 96 -.Kathren Pounders & Christine M. Kowalczyk, 2016:-Insight into the motivation of selfie posting: Impression management and self-esteem. at [www.emeraldinsight.com/03090566-htm](http://www.emeraldinsight.com/03090566-htm)

٩٧ - رحاب يحيى أحمد، ٢٠١٩، سلوك نشر صور السيلفي على مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقته ببعض اضطرابات الشخصية لدى عينة من طلاب الجامعة: دراسة سيكومترية ونفسية. متاح على بنك المعرفة

<http://search.mandumah.com>

- 98 -.Hany Elbattal & Sonya Elsaid 2016:-Uses and Gratifications of Selfie photos and its Relationship with self objectifhcations, Self-Esteem and Personality Traits among Adolescents

في المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال، جامعة الأهرام الكندية ص ٢-٣٥.