

العوامل الخمس الكبرى للشخصية وعلاقتها باستخدام مواقع التواصل الاجتماعي

شريف عبدالرحمن السعودي¹، رقية مصبح المطرفي²، الزهراء محمد
الحسيني²، شمة مصبح المقبالي²

¹أستاذ مساعد في القياس والتقويم - كلية الآداب والعلوم الإنسانية، قسم علم النفس - جامعة
الشرقية - سلطنة عُمان

²طالبة بكالوريوس الإرشاد النفسي - كلية الآداب والعلوم الإنسانية - قسم علم النفس - جامعة
الشرقية سلطنة عُمان

¹Sharif.Alsoudi@asu.edu.om

قبول البحث: 2021/3/25

مراجعة البحث: 2021/3/21

استلام البحث: 2021/3/14

DOI: <https://doi.org/10.31559/EPS2021.9.3.6>



العوامل الخمس الكبرى للشخصية وعلاقتها باستخدام مواقع التواصل الاجتماعي

شريف عبدالرحمن السعودي¹، رقية مصبح المطرفي²، الزهراء محمد الحسيني²، شمة مصبح المقبالي²
¹أستاذ مساعد في القياس والتقويم- كلية الآداب والعلوم الإنسانية- قسم علم النفس- جامعة الشرقية- سلطنة عُمان
²طالبة بكالوريوس الإرشاد النفسي- كلية الآداب والعلوم الإنسانية- قسم علم النفس- جامعة الشرقية- سلطنة عُمان
Sharif.Alsoudi@asu.edu.om

استلام البحث: 2021/3/14 مراجعة البحث: 2021/3/21 قبول البحث: 2021/3/25 DOI: <https://doi.org/10.31559/EPS2021.9.3.6>

الملخص:

هدفت هذه الدراسة إلى الكشف عن طبيعة العلاقة بين العوامل الخمس الكبرى للشخصية، واستخدام مواقع التواصل الاجتماعي، على عينة مكونة من (528) طالباً وطالبة من جامعة الشرقية في سلطنة عُمان، موزعين حسب النوع الاجتماعي، والمستوى الدراسي، والكلية العلمية، باستخدام مقياسين هما: مقياس درجة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، وقائمة العوامل الخمسة الكبرى للشخصية (BFI-10)، إذ أشارت النتائج إلى أن درجة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي كانت في المستوى المتوسط بمتوسط حسابي (2.41) ونسبة مئوية (48%)، في حين كانت سمة المقبولية هي السمة الأكثر شيوعاً لدى عينة الدراسة، يلها سمات الانفتاحية، ويقظة الضمير، وكانت سمات الانبساطية والعصابية هما الأقل شيوعاً، كما وأشارت النتائج إلى وجود علاقة ارتباطية سلبية بين درجة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي والسمات الشخصية: المقبولية، يقظة الضمير، الانبساطية، وعلاقة ارتباطية موجبة مع السمات: الانفتاحية، والعصابية، وأشارت نتائج تحليل الانحدار الخطي المتعدد المعياري إلى أن السمات الشخصية فسرت ما يقارب (27%) من التباين في درجة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، وأن جميع السمات الشخصية كان لها دلالة إحصائية في التنبؤ بدرجة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي. الكلمات المفتاحية: العوامل الخمس الكبرى للشخصية: مواقع التواصل الاجتماعي: الشخصية الإنسانية.

المقدمة:

تعد دراسة الشخصية الإنسانية من أهم المواضيع التي تناولها علم النفس، وأكثرها تعقيداً، إلا أنه يبقى أكثر مواضيع علم النفس حيوية، وقد تناولت العديد من النظريات هذا المجال؛ مما أدى إلى تعدد طرق قياسه طبقاً للمنظور الذي تتبناه كل من هذه النظريات. كذلك تعددت وتنوعت المفاهيم حول الشخصية وماهيتها، إذ ظهر العديد من النظريات والتفسيرات التي حاولت التعبير عن مفهوم الشخصية الإنسانية. إذ يشير ريكمان (Ryckman, 2008) بأنها مجموعة من الخصائص الفردية التي تنظم سلوك الفرد وتفاعله مع الموجودات من حوله، ولها تأثير ملموس في دافعية الفرد وطريقة تفكيره وفهمه للأشياء من حوله. ويرى ايزنك (Eysenck, 2013) بأن الفروقات الفردية تسهم في تشكيل نمط شخصية الفرد، وتوجهاته، والتنبؤ بطريقة تفاعله واستجابته مع المثيرات من حوله، كما يُنظر إليها بأنها الأفكار والانفعالات التي تميز طريقة الفرد في التكيف مع العالم المحيط به (Santrock, 2011).

يعد نموذج العوامل الخمسة الكبرى للشخصية الذي طوره كوستا وماكري (Costa & McCare, 1985) من أهم النماذج والتصنيفات التي فسرت سمات الشخصية الإنسانية في الوقت الحاضر، إذ لاقى قبولاً كبيراً من الباحثين وعلماء النفس، ويعد أكثر نماذج الشخصية انتشاراً في مجال علم الشخصية، وعلم النفس الاجتماعي، وعلم النفس الصناعي، وعلم النفس الإكلينيكي (Rosellini & Brown, 2011)، ويهدف النموذج إلى تصنيف السمات الشخصية في خمس فئات أساسية، ويمتاز هذا النموذج بالثبات النسبي (Saucier, 2002)، ويشتمل على خمس سمات هي:

1. **الانفتاحية (Openness):** ترتبط سمة الانفتاحية بالسمات التي تركز على أهمية الانفتاح على خبرات الآخرين ومشاعرهم، وتعكس مدى النضج العقلي للفرد، ومدى التسامح والسلام لدى الأفراد (Douglas et al., 2016). كما ترتبط أيضاً بالدافعية الإيجابية في التعاون مع الآخرين، والرغبة في اكتشاف الذات، والابتكار، والاستقلالية في البحث عن المعلومات، كما أن أصحاب هذا العامل يحبون الفن، وليست لديهم توجهات نحو السياسة. (Soldz & Vaillant, 1999)
 2. **الانبساطية (Extraversion):** يتمتع أصحاب سمة الانبساطية باتجاهات إيجابية نحو تقدير الإنجازات، والتفاعلات الاجتماعية، وتقدير العادات الاجتماعية، كما يتمتعون بقدرة عالية من النشاط، والتحفيز الذاتي بينما يتجنبون الهدوء والتحفيز والانطواء، كما أن حضورهم الاجتماعي قوي جداً، ويعملون على توسيع دائرتهم الاجتماعية بشكل فعال. (Roccas et al., 2002)
 3. **العصابية (Neuroticism):** وتسمى أحياناً الذهانانية، وتتضمن مدى عدم التوافق بين السمات الانفعالية لدى الفرد، ويمتاز الأفراد أصحاب سمة العصابية بقدرة عالية من الإحساس بعدم الأمان، الحزن، الاكتئاب، القلق، العدائية والاندفاع، ويرتبط أصحاب سمة العصابية بشكل سلبي بتقدير الذات، والايمان بقدراتهم الأدائية، والضبط الذاتي. (Judge et al., 2002)
 4. **يقظة الضمير (Consciousness):** يتميز أصحاب سمة يقظة الضمير بالنجاح، المثابرة، الإخلاص، تحمل المسؤولية، التفاني، والتنظيم (Roccas et al., 2002). كما أنهم يتصرفون بحكمة في المواقف الحياتية المختلفة، ويلتزمون بالواجبات وفقاً لما تمليه عليهم ضمائرهم، وقيمهم الأخلاقية. (McCrae & Costa, 1989)
 5. **المقبولية (Agreeableness):** تعبر المقبولية لدى الأفراد عن السمات التي تركز على مراعاة رغبات الآخرين، واحترام مشاعرهم واستيعابهم، يميل أصحاب سمة المقبولية بشكل إيجابي نحو التفاعل الاجتماعي، وتكوين صداقات قوية مع الآخرين، وعلاقات أسرية ناجحة، وتكون صفاتهم الشخصية مرنة، مثل: عدم التعصب لرأيهم، ويؤثرون الآخرين على أنفسهم. كما أن أصحاب هذه السمة لديهم ميل سلبي نحو الأنانية، وعدم التسامح والعدوانية. (Ozer & Benet, 2006)
- تتميز الشخصية البشرية بأن لها صفة التأثر بما حولها، ومما لا شك فيه بأن تطوّر الحضارة البشرية الحالية، وظهور شبكة المعلومات أعطى الشخصية البشرية مجالاً كبيراً للتأثر. إذ أن الشخصية هي نتاج التفاعل بين الأفراد، وما يحيط بهم من متغيرات، لذا فإن مواقع التواصل الاجتماعي أثرت بشكل كبير على شخصية الإنسان، حيث ازدادت فرص التفاعل مع الآخرين، مع تطوّر شبكة المعلومات في التفاعل مع الآخرين، بالإضافة إلى زيادة فرص تبادل المعلومات، ومتابعة الآخرين، وخلق فرص عمل افتراضية (Jones & Fox, 2009). ويمكن تعريف مواقع التواصل الاجتماعي بأنها الصفحات التي تتيح للمستخدم إنشاء ملف شخصي يحتوي العديد من الصفات التي يستطيع عرضها على الآخرين، والتعامل بهذه الشخصية الافتراضية مع باقي الأشخاص (Jenkins, 2008).
- يحتل الاتصال مكانة محورية في حياة البشر وأسباب رفاهيتهم، وقد أتاحت تكنولوجيا الإعلام والاتصال فرصاً جديدة في مجال التواصل فتعددت أشكاله ووسائله وتأثيراته، ويعد التواصل ظاهرة اجتماعية تقوم على علاقة متبادلة بين طرفين أو أكثر بأساليب وأدوات مختلفة، سواء كانت إلكترونية من خلال مواقع التواصل الاجتماعي عبر الإنترنت، أو عن طريق الاتصال المباشر بين الأفراد، وأتاحت مواقع التواصل الاجتماعي على شبكة الإنترنت عصرًا جديدًا من الاتصال الفعال بين أفراد المجتمع، إذ جذبت هذه المواقع الملايين من المستخدمين، وأصبحت جزءاً من الممارسات اليومية للأفراد والمجتمعات، لا سيما طلاب الجامعات نظراً لإقبالهم المتزايد على استخدام وسائل التكنولوجيا الحديثة، ورغبتهم المتواصلة في تكوين شبكة من العلاقات مع أفراد من مجتمعات مختلفة.
- تشير الإحصاءات إلى أن واحداً من بين شخصين من سكان العالم يستخدم مواقع التواصل الاجتماعي، إذ يبلغ عدد مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي (3.8) مليار مستخدم في العالم، بما يمثل نحو (50%) من سكان العالم (Routley, 2018). وفي سلطنة عُمان أظهرت نتائج استطلاع حول استخدام وسائل التواصل الاجتماعي الذي أجراه المركز الوطني للإحصاء والمعلومات في شهر مارس (2019) أن نسبة (94%) من العُمانيين ممن يبلغون ثمانية عشر سنة، وأكثر يمتلكون أو يستخدمون حسابات على مواقع وسائل التواصل الاجتماعي، وأن أكثر هذه الوسائل انتشاراً هو تطبيق "الواتس أب" الذي يستخدمه (93%) من مرتادي مواقع التواصل الاجتماعي يليه "يوتيوب" بنسبة (71%)، ثم "أنستجرام" بنسبة (50%). كما وأشار الاستطلاع إلى أن المتوسط اليومي لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي بلغ (6) ساعات يومياً، وأن أكثر الأوقات استخداماً لوسائل التواصل الاجتماعي هي الفترة من الساعة الثامنة مساءً إلى الثانية عشرة صباحاً. أما عن أسباب استخدام وسائل التواصل الاجتماعي فجاء التواصل مع الأهل والأصدقاء أهم الأسباب بنسبة (91%)، يليه التعرف على الأخبار، والأحداث الجارية بنسبة (47%)، ويعتقد أكثر من نصف العُمانيين (52%) أن استخدام وسائل التواصل الاجتماعي له أثر إيجابي بدرجة أو بأخرى على حياتهم الاجتماعية والعملية. في حين يرى (48%) منهم وجود أثر سلبي لهذه المواقع. (المركز الوطني للإحصاء والمعلومات، 2019)

الدراسات السابقة:

وبالنظر إلى العلاقة بين درجة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، وعوامل الشخصية الخمسة الكبرى، فقد أظهرت العديد من الدراسات بأن بعض السمات تتأثر بشكل أكبر من السمات الأخرى، مثل: العصبية، الانفتاحية والانبساطية (Zywica & Danowski, 2008). وفيما يلي عرضاً لمجموعة من هذه الدراسات:

- أجرى كيركابرون وآخرون (Kircaburun et al., 2020) دراسة هدفت إلى التحقق من مدى تأثير السمات الشخصية على دوافع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، وأنواع هذه المواقع لدى الطلاب الجامعيين، على عينة مكونة من (1008) طالباً جامعياً، تتراوح أعمارهم بين (17-32) سنة بمتوسط (20) سنة، وأشارت النتائج إلى أن هناك مجموعة من الدوافع المختلفة وراء استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، وأن الطلاب يختلفون في دوافعهم نتيجة تباينهم في سماتهم الشخصية، وأن هناك ارتباطاً إيجابياً بين استخدام مواقع التواصل الاجتماعي والسمات الشخصية: العصبية والمقبولية، وارتباطاً سالباً بين استخدام مواقع التواصل الاجتماعي والسمات الشخصية: الانبساطية، وبقطة الضمير، والانفتاحية.
 - وقام وايت وآخرون (Whaite et al., 2018) بدراسة هدفت إلى تقصي العلاقة بين خصائص الشخصية باستخدام نموذج سمات الشخصية الكبرى، واستخدام وسائل التواصل الاجتماعي، والعزلة الاجتماعية، على عينة مكونة من (1768) شاباً من الولايات المتحدة الأمريكية، تتراوح أعمارهم بين (19-32) سنة، وأظهرت نتائج الدراسة وجود ارتباط لوجستي منظم بين السمات الشخصية، ومدى استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، إذ كان هناك ارتباطاً عالياً بين درجة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وسمة العصبية، في حين كان الارتباط منخفضاً لدى سمة الانبساطية، ومتوسطاً مع بقية السمات.
 - وأجرت قدورة (2017) دراسة هدفت إلى الكشف عن العلاقة بين استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وبعض سمات الشخصية والصحة النفسية لدى طلاب جامعة الجزيرة في السودان، إذ تكونت عينة الدراسة من (404) طالباً وطالبة، تم اختيارهم بالطريقة العشوائية الطبقية، وأشارت النتائج إلى وجود علاقة ارتباطية سلبية بين استخدام مواقع التواصل الاجتماعي والصحة النفسية، بالإضافة لوجود علاقة سلبية بين درجة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي والسمات الشخصية (الانطوائية، والانبساطية)، كما وأشارت النتائج لعدم وجود فروق في مستوى استخدام مواقع التواصل الاجتماعي تعزى إلى متغيرات: النوع الاجتماعي، والتخصص العلمية، ومكان السكن.
 - وفي دراسة قام بها محمود وفاروق (Mahmood and Farooq, 2016) هدفت إلى التعرف على تأثير بعض المتغيرات الشخصية على إدمان الفيس بوك، استخدمت الدراسة مقياس (برغن) لإدمان الفيس بوك، ومقياس العوامل الخمس الكبرى للشخصية، وتكونت العينة من (150) طالباً في قسم العلوم الإدارية، حيث أظهرت النتائج وجود علاقة ارتباطية موجبة بين الانبساطية، والعصبية، والانفتاح وإدمان استخدام الفيس بوك، أيضاً أثبتت الدراسة وجود علاقة ارتباطية سالبة بين إدمان الفيس بوك والتحصيل الأكاديمي.
 - أجرى الموافي وآخرون (2014) دراسة هدفت إلى التعرف على استخدامات طلاب الجامعة لمواقع التواصل الاجتماعي وعلاقته بالعوامل الخمسة الكبرى في الشخصية. وتكونت عينة الدراسة من (600) طالباً جامعياً في جامعة المنصورة، وأظهرت نتائج الدراسة بأن أعلى استخدام لمواقع التواصل الاجتماعي كان لدى العصابيين، في حين كان أقل استخدام لدى سمة يقظة الضمير، وكانت درجة الاستخدام متوسطة ومتقاربة لدى السمات الشخصية الأخرى.
 - وقامت كوربا وآخرون (Correa et al., 2013) بدراسة هدفت إلى دراسة العلاقة بين بعض سمات الشخصية الخمسة الكبرى واستخدام مواقع التواصل الاجتماعي، لدى عينة مكونة من (1432) طالباً في جامعة تكساس، وأظهرت نتائج الدراسة وجود علاقة ارتباطية موجبة بين استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وسمتي: الانفتاحية والعصبية، وأشارت نتائج تحليل الانحدار أن السمات الشخصية فسّرت ما يقارب (13%) من التباين في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، لهذا تعد السمات الشخصية متنبئ جيد باستخدام مواقع التواصل الاجتماعي.
 - وأخيراً أجرى هوجس وآخرون (Hughes et al., 2012) دراسة هدفت إلى مقارنة نوع موقع التواصل الاجتماعي (الفيسبوك، وتويتر) وفقاً للسمات الشخصية، على عينة مكونة من (300) مراهقاً أمريكياً، وأشارت نتائج الدراسة إلى وجود علاقة بين سمات الشخصية، ونوع مواقع التواصل الاجتماعي، وأن الأفراد ضمن سمتي: الانفتاحية والانبساطية يميلون أكثر نحو استخدام (تويتر)، في حين كان هناك تفضيل لدى السمات الشخصية: العصبية، يقظة الضمير، المقبولية نحو استخدام موقع (فيسبوك).
- يتضح من الدراسات السابقة التي استهدفت العلاقة بين السمات الشخصية الخمسة الكبرى، واستخدام مواقع التواصل الاجتماعي أنها كانت على الأغلب دراسات أجنبية، مقارنة بالدراسات التي أجريت في البيئة العربية، وأن الدراسات التي أجريت في البيئة العربية تناولت بعض سمات الشخصية وليس جميعها، ولم تستخدم أي من الدراسات العربية قائمة العوامل الخمس الكبرى للشخصية المختصرة (BFI-10)، كما يتضح أيضاً أن جميع الدراسات أشارت لوجود علاقة بين السمات الشخصية، واستخدام مواقع التواصل الاجتماعي، إلا أنها اختلفت في طبيعة العلاقة وفقاً للسمات الشخصية الخمسة، وتأتي هذه الدراسة للتحقق من طبيعة العلاقة بين السمات الشخصية الخمسة الكبرى، واستخدام مواقع التواصل الاجتماعي لدى طلاب جامعة الشرقية في سلطنة عُمان.

مشكلة الدراسة وأسئلتها:

أصبحت مواقع التواصل الاجتماعي ظاهرة عالمية واسعة الانتشار، استطاعت أن تجعل الشباب عامة وطلاب الجامعات بصفة خاصة يتلقون بها بشكل كبير؛ نظراً للخدمات المتعددة التي أتاحها، والتي تتعلق بالدرجة الأولى باهتماماتهم وتطلعاتهم. لاحظ فريق البحث من خلال الملاحظة اليومية أن نسبة انتشار ظاهرة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي تزداد يوماً بعد يوم بين طلاب الجامعة، وفي جميع مرافق الجامعة، وأحياناً أثناء المحاضرات، حيث أصبحت مواقع التواصل الاجتماعي جزءاً من الممارسات اليومية الضرورية لطلاب الجامعة، وأن هناك تفاوتاً بين طلاب الجامعة في درجة استخدام هذه المواقع، لذا فإن الكشف عن طبيعة العلاقة بين استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، والسمات الشخصية، يؤدي إلى التعرف على أسباب هذا التفاوت في الاستخدام، لا سيما تلك التي تعود إلى تباين الطلاب في سماتهم الشخصية، ومن هنا جاءت هذه الدراسة لدراسة العلاقة بين السمات الشخصية الخمسة الكبرى، واستخدام مواقع التواصل الاجتماعي لدى طلاب جامعة الشرقية في سلطنة عُمان، وتسعى الدراسة إلى الإجابة عن الأسئلة الآتية:

1. ما سمات الشخصية الخمس الكبرى الأكثر شيوعاً لدى طلاب جامعة الشرقية؟
2. ما مستوى وطبيعة استخدام وسائل التواصل الاجتماعي لدى طلاب جامعة الشرقية؟
3. هل توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين العوامل الخمس الكبرى للشخصية واستخدام مواقع التواصل الاجتماعي؟

أهمية الدراسة:

• الأهمية النظرية:

تكتسب الدراسة أهميتها من كونها تستهدف ظاهرة اجتماعية تزايد باستمرار من يوم إلى آخر والمتمثلة في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي بين طلاب الجامعة، والذي قد يصل أحياناً إلى مرحلة الإدمان، وفي كونها تستهدف علاقة هذه الظاهرة بالسمات الشخصية لديهم، كما أن الفئة العمرية المستهدفة (طلاب الجامعات) هي من أهم فئات المجتمع، وأكثرها حيوية، وفي المقابل أكثرها استخداماً لمواقع التواصل الاجتماعي.

• الأهمية العملية:

1. توفير مقاييس نفسية ذات خصائص جيدة؛ لقياس المتغيرات المستهدفة في الدراسة وهي: استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، العوامل الخمس الكبرى للشخصية.
2. الكشف عن طبيعة العلاقة بين السمات الشخصية ودرجة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، وإمكانية التنبؤ بدرجة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في ضوء السمات الشخصية.
3. الاستفادة من نتائج الدراسة وتوصياتها في تصميم برامج ارشادية وتدريبية لطلاب الجامعات، تساعد في تقليل من سمات العصبية لديهم، وتوعيتهم بالاستخدام الأمثل لمواقع التواصل الاجتماعي.

أهداف الدراسة:

تسعى الدراسة إلى تحقيق الأهداف الآتية:

1. معرفة السمات الشخصية الخمس الكبرى الأكثر شيوعاً لدى طلاب جامعة الشرقية.
2. تقصي درجة وطبيعة استخدام طلاب جامعة الشرقية لمواقع التواصل الاجتماعي.
3. الكشف عن العلاقة بين درجة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي والسمات الشخصية.
4. الكشف عن مقدار التنبؤ بدرجة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في ضوء السمات الشخصية.

حدود الدراسة:

- الحدود المكانية: جامعة الشرقية في سلطنة عُمان.
- الحدود الزمانية: الفصل الدراسي الأول من العام الدراسي (2020/2021).
- الحدود البشرية: طلاب جامعة الشرقية المسجلين خلال العام الدراسي (2020/2021).
- الحدود الموضوعية: دراسة العلاقة بين السمات الشخصية الخمسة الكبرى، واستخدام مواقع التواصل الاجتماعي.

تعريف المصطلحات:

- **العوامل الخمس الكبرى للشخصية:** هي خمسة عوامل أساسية لوصف الشخصية الإنسانية، يُمثل كل منها تجزيراً لمجموعة من السمات المتنوعة، توصل إليها العلماء والباحثون في ميدان الشخصية من خلال الأدلة العلمية للبحوث التجريبية، وهي: المقبولية، يقظة الضمير، الانفتاحية، الانبساطية، العصابية (Mc care & Costa, 1996).
- وتعرف إجرائياً بالدرجة الأعلى التي يحصل عليها الطالب على أبعاد مقياس العوامل الخمسة الكبرى للشخصية المختصر (A Brief Version of the Big Five Personality Inventory, BFI-10) من إعداد (Rammstedt & John, 2007).
- **مواقع التواصل الاجتماعي:** منظومة من الشبكات الإلكترونية التي تسمح للمشارك فيها بإنشاء موقع خاص به، و من ثم ربطه من خلال نظام اجتماعي إلكتروني مع أعضاء آخرين لديهم نفس الاهتمامات والهوايات، أو جمعه مع أصدقاء الجامعة أو الثانوية (راضي، 2003، ص 23). وتعرف درجة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي إجرائياً بأنها: الدرجة التي يحصل عليها الطالب على مقياس استخدام مواقع التواصل الاجتماعي المستخدم في الدراسة.

إجراءات الدراسة:

منهجية الدراسة:

تم استخدام المنهج الوصفي الارتباطي في الدراسة؛ لوصف وتحليل وتفسير نتائج استجابات أفراد عينة الدراسة، ودراسة العلاقة الارتباطية بين العوامل الخمس الكبرى للشخصية، ودرجة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي.

مجتمع الدراسة وعينتها:

يتكون مجتمع الدراسة من جميع طلاب جامعة الشرقية المسجلين خلال العام الدراسي (2021/2020)، والبالغ عددهم تقريباً (4295) طالباً وطالبة، منهم (751) ذكوراً، و (3536) إناثاً. في حين تكونت عينة الدراسة من (528) طالباً وطالبة، من مختلف الكليات والسنوات والمستويات الدراسية، ويوضح الجدول (1) توزيع أفراد ومجتمع عينة الدراسة.

جدول (1): توزيع أفراد ومجتمع عينة الدراسة

المتغير	المستويات	عدد أفراد المجتمع	عدد أفراد العينة	النسبة المئوية
النوع الاجتماعي	ذكور	751	76	10.1%
	إناث	3536	452	12.8%
	الأولى	1313	205	15.6%
السنة الدراسية	الثانية	1148	115	10.0%
	الثالثة	1070	128	12.0%
	الرابعة	406	42	10.3%
	الخامسة	350	38	10.9%
	الاداب	1801	210	11.7%
الكلية	الإدارة	1428	150	10.5%
	القانون	376	51	13.6%
	الهندسة	282	46	16.3%
	العلوم	400	71	17.8%
المجموع		4295	528	12.3%

أدوات الدراسة:

أولاً: مقياس العوامل الخمس الكبرى للشخصية المختصر

تم استخدام قائمة العوامل الخمس الكبرى لسمات الشخصية المختصر (A Brief Version of the Big Five Personality Inventory, BFI-) من إعداد (Rammstedt & John, 2007). ويتكون المقياس من (10) فقرات خماسية التدرج على مقياس ليكرت (1 غير موافق بشدة، 5 موافق بشدة)، تقيس خمس سمات للشخصية هي: المقبولية (Agreeableness)، يقظة الضمير (Consciousness)، الانفتاحية (Openness)، الانبساطية (Extraversion)، العصابية (Neuroticism). بواقع فقرتين لكل سمة، إحداها إيجابية والأخرى عكسية (سلبية)، إذ تتراوح الدرجة على كل سمة بين (10-2)، وليس للمقياس درجة كئيبة.

نتائج الدراسة ومناقشتها:

أولاً: النتائج المتعلقة بالسؤال الأول ومناقشتها

للإجابة عن السؤال الأول: "ما سمات الشخصية الخمس الكبرى الأكثر شيوعاً لدى طلاب جامعة الشرقية؟" تم حساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية، على العوامل الخمس الكبرى للشخصية، وكانت النتائج كما هو موضح في جدول (3).

جدول (3): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية على مقياس العوامل الخمس الكبرى للشخصية

المستوى	الرتبة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	البُعد
مرتفع	1	1.39	8.19	المقبولية
مرتفع	3	1.54	7.49	يقظة الضمير
مرتفع	2	1.57	7.61	الانفتاحية
متوسط	5	1.28	5.98	الانبساطية
متوسط	4	1.79	6.05	العصابية

يلاحظ من الجدول (3) أن سمة الشخصية الأكثر شيوعاً لدى أفراد عينة الدراسة هي سمة المقبولية، بمتوسط حسابي (8.19)، تليها سمة الانفتاحية، بمتوسط حسابي (7.61)، ثم سمة يقظة الضمير، بمتوسط حسابي (7.49)، وكانت سمات العصابية والانبساطية هما الأقل، بمتوسط حسابي (6.05، 5.98) على التوالي.

وتتفق هذه النتيجة مع دراسة (Whaite et al., 2018) ودراسة (Correa et al., 2013)، ويمكن تفسير تمتع طلاب جامعة الشرقية بدرجة عالية من المقبولية (الطيبة) من خلال الصفات التي يتحلّى بها الطلاب الجامعيون مثل: الكفاءة الذاتية والتعاطف مع الآخرين، والميل لمساعدة الآخرين، بالإضافة إلى أن مظاهر النمو تكتمل لدى الطالب الجامعي، مما يمكنه من السعي نحو الاستقلالية، وتصبح لديه القدرة على تكوين العلاقات المشبعة بالثقة والاحترام، وكذلك يمكن تفسير الدرجات المرتفعة على سمة يقظة الضمير إلى أن الطالب في هذه المرحلة يصبح مؤهلاً لاستغلال طاقاته وإمكانياته؛ مما يولد لديه الشعور بالمسؤولية، والقدرة على الضبط الذاتي، والتفكير قبل القيام بأي فعل، وفيما يخص الدرجات المرتفعة أيضاً على سمة الانفتاحية، فقد تعزى إلى أن الطلاب في هذه المرحلة يميلون لاكتشاف اهتماماتهم وميولهم، بالإضافة لقدرتهم على الاستكشاف والابتكار والاستنتاج، وينظرون إلى العالم كمكان للتعلّم، والاطلاع على تجارب وخبرات حياتية جديدة، أما فيما يخص الدرجات المتوسطة على سمة العصابية، والذي يدل على انخفاض مستوى القلق والاكتئاب والعدوانية لديهم، لا سيما بوجود دراسة سابقة على نفس مجتمع الدراسة (السعودي، قيد النشر) أثبتت أنهم يتمتعون بمقدار مرتفع من الصحة النفسية، وتقدير الذات، وفيما يخص الدرجات المتوسطة أيضاً على سمة الانبساطية فقد تعزى إلى تعرض الطلاب إلى العديد من الضغوط أثناء الفترة الماضية بسبب التعليم عن بُعد، والتباعد الاجتماعي المرافق لجائحة كورونا، مما أثر بشكلٍ لم يمكنهم من ممارسة السلوكيات الاجتماعية الخاصة بهذه السمة مثل: المشاركة الاجتماعية، والحديث بكثرة.

ثانياً: النتائج المتعلقة بالسؤال الثاني ومناقشتها

للإجابة عن السؤال الثاني: "ما مستوى وطبيعة استخدام وسائل التواصل الاجتماعي لدى طلاب جامعة الشرقية؟" تم حساب المتوسطات الحسابية، والانحرافات المعيارية، والمستوى لفقرات مقياس درجة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، وكانت النتائج كما هو موضح في جدول (4).

جدول (4): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لفقرات مقياس درجة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي

المستوى	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	الفقرات
مرتفع	1.11	3.12	استخدامي لمواقع التواصل الاجتماعي يخلصني من الشعور بالوحدة
منخفض	0.92	1.65	أشاهد أفلام العنف والقتال على مواقع التواصل الاجتماعي
مرتفع	1.17	3.25	أشعر بأن الحياة بدون مواقع التواصل الاجتماعي مملة
متوسط	1.13	2.16	استخدامي لمواقع التواصل الاجتماعي أبعدني عن زملائي وأسرتي
متوسط	1.18	2.85	استخدامي لمواقع التواصل الاجتماعي يجعلني أكثر ثقة بنفسني
منخفض	0.69	1.43	أعرض للخداع من قبل آخرين عبر مواقع التواصل الاجتماعي
مرتفع	0.86	3.93	استخدامي لمواقع التواصل الاجتماعي يزيد من حصليتي المعرفية
متوسط	1.26	2.56	يشكو أفراد أسرتي من كثرة استخدامي لمواقع التواصل الاجتماعي
متوسط	1.10	2.01	أفضل التواصل عبر مواقع التواصل الاجتماعي عن التواصل مع الأسرة
متوسط	1.21	2.03	تعجبي العلاقات التي تتجاوز بعض القيود عبر مواقع التواصل الاجتماعي
متوسط	1.13	2.65	أستخدم مواقع التواصل الاجتماعي أثناء المحاضرات
مرتفع	1.21	3.30	أعبر عن رأيي بحرية عبر مواقع التواصل الاجتماعي

متوسط	1.04	2.74	التواصل عبر مواقع التواصل الاجتماعي يساعدني في حل مشكلاتي
منخفض	0.72	1.31	مواقع التواصل الاجتماعي تتسبب في غيابي المتكرر عن المحاضرات
متوسط	1.20	2.83	عندما أغلق أحد مواقع التواصل الاجتماعي أجد رغبة قوية في العودة إليه
مرتفع	1.29	3.21	أشعر بالندم بعد قضاء وقت طويل في استخدام أحد مواقع التواصل الاجتماعي
متوسط	1.14	2.15	استخدامي لمواقع التواصل الاجتماعي يصيبني بالانطواء والانعزال
متوسط	1.32	2.65	استخدامي لمواقع التواصل الاجتماعي يعوضني عن غياب الأصدقاء
متوسط	1.21	2.23	استخدامي لمواقع التواصل الاجتماعي يؤثر سلباً في تحصيلي الدراسي
متوسط	1.36	2.97	أشعر بأن استخدامي لمواقع التواصل الاجتماعي أثر على نظام نومي
متوسط	1.26	2.45	أعاني من آلام في يدي ورفيبي من متابعة مواقع التواصل الاجتماعي
منخفض	1.10	1.79	تلهيني متابعة مواقع التواصل الاجتماعي عن الأكل
منخفض	0.79	1.34	أشاهد المقاطع الإباحية على مواقع التواصل الاجتماعي
منخفض	0.68	1.32	أتعرض للتنمر من آخرين على مواقع التواصل الاجتماعي
متوسط	0.51	2.41	الكلبي

يتضح من الجدول (4) أن درجة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في المستوى المتوسط بمتوسط حسابي (2.41)، ونسبة مئوية بلغت (48%)، وأن الأداء كان مرتفعاً على الفقرات: التعبير عن الآراء، زيادة الحصيلة المعرفية، التخلص من الشعور بالوحدة، في حين كان الأداء منخفضاً على الفقرات التي تحمل في طياتها الممارسات والاستخدامات السلبية لمواقع التواصل الاجتماعي، مثل: مشاهدة الأفلام الإباحية، مشاهدة أفلام العنف، التغيب عن المحاضرات، التعرض للتنمر، ويوضح الجدول (5) طبيعة استخدام طلاب جامعة الشرقية لمواقع التواصل الاجتماعي.

جدول (5): التكرارات والنسب المئوية لطبيعة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي

الفئات	العدد	النسب المئوية	الفئات	العدد	النسب المئوية
موقع التواصل			ساعات الاستخدام		
تويتر	114	21.6%	أقل من ساعتين	53	10.0%
فيسبوك	13	2.5%	2-4 ساعات	129	24.4%
واتس اب	358	67.8%	4-6 ساعات	183	34.7%
يوتيوب	154	29.2%	أكثر من 6 ساعات	163	30.9%
سناب شات	191	36.2%	وقت الاستخدام		
انستجرام	318	60.2%	6 صباحاً - 2 مساءً	37	7.0%
غرض الاستخدام			2 مساءً - 10 مساءً	196	37.1%
علمية وثقافية	328	62.1%	10 صباحاً - 6 صباحاً	71	13.4%
سياسية	36	6.8%	في أي وقت	224	42.4%
تجارية	120	22.7%	درجة الاستخدام		
اجتماعية	420	79.5%	منخفض	94	17.8%
ترفيهية	373	70.6%	متوسط	345	65.3%
رياضية	48	9.1%	مرتفع	61	11.6%
أخرى	11	2.1%	مفرط	28	5.3%

ويشير الجدول (5) إلى أن أكثر مواقع التواصل الاجتماعي استخداماً من قبل الطلاب هو (واتس اب) بنسبة (68%) يليه (انستجرام) بنسبة (60%)، وأقلها استخداماً هو (الفيسبوك) بنسبة (2.5%)، وأن أكثر أغراض استخدام مواقع التواصل الاجتماعي انتشاراً هي الاجتماعية (80%)، الترفيهية (71%)، الثقافية والعلمية (62%)، وأقلها انتشاراً هي الأغراض السياسية (7%)، وأن معظم الطلاب يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي لأكثر من ساعتين يومياً، وأن (42%) يستخدمونها في أي وقت من اليوم، و(37%) يستخدمونها من الساعة الثانية مساءً لغاية الساعة العاشرة مساءً، وأخيراً ووفقاً لنتائج مقياس درجة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي كان (65%) من الطلاب يستخدمونها بمستوى متوسط، و(5%) فقط بشكلٍ مفرط.

وتدل هذه النتيجة على أن الطلاب يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي ضمن الحد المعقول دون إفراط، إذ بلغ نسبة الطلاب الذين كان لديهم إفراط في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي (5%) فقط من مجموع عينة الدراسة، وتتفق هذه النتيجة مع نتائج دراسة (قدورة، 2017)، ولتفسير هذه النتيجة لا بد من الإشارة إلى بُعدين للاستخدام هما: البُعد الكمي، ويتعلق بالفترة الزمنية للاستخدام، وكان منخفضاً، وقد يعزى هذا الانخفاض إلى أن أفراد عينة الدراسة هم من الطلاب الجامعيين، إذ أن الوقت المخصص لديهم لاستخدام هذه المواقع يكون أقل من الفئات الأخرى ممن هم في

مستواهم العمري؛ بسبب انشغالهم بالأنشطة والمهام الدراسية، لا سيما في ظل التعليم عن بُعد، والذي يتطلب عادةً وقت أطول للدراسة من التعليم الوجاهي.

أما الجانب الآخر وهو البُعد النوعي المتعلق بطبيعة الاستخدام، والذي يفسر أيضاً في ضوء طبيعة عينة الدراسة (طلاب الجامعة)، حيث أظهر نسبة كبيرة من الطلاب أن استخدامهم كان للأغراض العلمية والثقافية، وكذلك الاجتماعية للتواصل مع الأصدقاء والأقارب، أي أن معظم استخداماتهم تركزت على الجوانب الإيجابية لمواقع التواصل الاجتماعي، ومن جانب آخر ابتعدوا عن الاستخدامات والممارسات السلبية لمواقع التواصل الاجتماعي، حيث كانت استجابات الطلاب منخفضة على فقرات مقياس درجة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي الخاصة بالسلوكات السلبية، مثلاً: مشاهدة أفلام العنف والقتال (1.65)، التأخر والغياب عن المحاضرات (1.31)، مشاهدة المقاطع الإباحية (1.34)، التعرض أو ممارسة التنمر والابتزاز (1.32)، الانتهاء عن الأكل (1.79).

ثالثاً: النتائج المتعلقة بالسؤال الثالث ومناقشتها

للإجابة عن السؤال الثالث: "هل توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين العوامل الخمس الكبرى للشخصية واستخدام مواقع التواصل الاجتماعي؟" تم حساب معاملات الارتباط (بيرسون) بين الدرجات على مقياس استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، والدرجات الفرعية لكل سمة على مقياس العوامل الخمس الكبرى للشخصية، وكما هو موضَّح في الجدول (6).

جدول (6): معاملات ارتباط بيرسون بين السمات الشخصية ودرجة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي

المقياس	مواقع التواصل	المقبولية	يقظة الضمير	الانفتاحية	الانبساطية	العصابية
مواقع التواصل	1	-0.31**	-0.51**	0.05	-0.04	0.27**
المقبولية		1	0.40**	0.14**	0.06	-0.25**
يقظة الضمير			1	0.12*	0.10*	-0.35**
الانفتاحية				1	0.04	-0.15**
الانبساطية					1	-0.13**
العصابية						1

**معامل ارتباط دال إحصائياً عند مستوى دلالة (0.01).

*معامل ارتباط دال إحصائياً عند مستوى دلالة (0.05).

ويتضح من الجدول (6) وجود علاقة ارتباطية سلبية ودالة إحصائياً بين درجة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، والسمات الشخصية: المقبولية ويقظة الضمير، في حين كانت العلاقة موجبة ودالة إحصائياً مع سمة العصابية، وكانت هناك علاقة منخفضة موجبة مع سمة الانفتاحية، وعلاقة منخفضة سالبة مع سمة الانبساطية. وفيما يخص الارتباطات بين السمات الشخصية فقد كان هناك معاملات ارتباط سالبة ودالة إحصائياً بين جميع السمات مع سمة العصابية، في حين كانت معاملات الارتباط موجبة ودالة إحصائياً بين السمات الأخرى، باستثناء وجود علاقة ضعيفة بين سمي الانفتاحية ويقظة الضمير مع سمة الانبساطية.

كما تم استخدام تحليل الانحدار الخطي المتعدد المعياري (Standard Multiple Linear Regression) للتنبؤ بمتغير درجة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي من خلال متغير سمة الشخصية، إذ تم بداية التحقق من أهم شروط هذا التحليل وهي: التوزيع الطبيعي للقيم المعيارية للبواقي، حيث بلغت قيمة مستوى الدلالة لاختبار كولموغوروف-سميرنوف (Kolmogorov-Smirnov) (0.25) وبالتالي فإن البواقي تتبع التوزيع الطبيعي، ويوضَّح الجدول (7) نتائج تحليل التباين الأحادي، ومعامل الارتباط المتعدد؛ للتحقق من دلالة نموذج التنبؤ، فيما يوضَّح الجدول (8) نتائج تحليل الانحدار المتعدد المعياري.

جدول (7): نتائج تحليل التباين الأحادي ومعامل الارتباط المتعدد للتحقق من دلالة نموذج التنبؤ

المصدر	مجموع المربعات	درجة الحرية	متوسط المربعات	قيمة F	الدلالة
النموذج	20769.50	5	4153.90	37.07	0.00
الخطأ	58497.47	522	112.06		
المجموع المعدل	79266.97	527			
متوسط المتغير التابع	57.92			R ²	0.28
معامل الارتباط المتعدد R	0.53			المعدل R ²	0.27

يلاحظ من الجدول (7) وجود دلالة احصائية للنموذج المستخدم للتنبؤ بدرجة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، وبالتالي وجود فروق ذات دلالة إحصائية في أداء أفراد عينة الدراسة على مقياس درجة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي تعزى للاختلاف في السمات الشخصية. وبلغ مربع معامل الارتباط المتعدد المعدل والذي يعبر عن نسبة التباين المشترك بين المتغير التابع والمتغيرات المستقلة من خلال مربع معامل الارتباط المتعدد (R^2) تساوي (0.27)، أي أن السمات الشخصية تفسر (27%) من التباين في درجة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، وتشير هذه القيمة إلى أن حجم التأثير (Effect Size) مرتفعاً، وفقاً لما أشار إليه (Cohen, 1992) حيث يعتبر حجم التأثير قليلاً إذا كان بين (0.02-0.12)، ومتوسطاً إذا كان بين (0.13-0.25)، ومرتفعاً إذا كان أكبر من (0.26).

جدول (8): نتائج تحليل الانحدار المتعدد المعياري

المتغير	معامل الانحدار غير المعياري	معامل الانحدار المعياري	الخطأ المعياري	قيمة ت	دلالة ت Sig
ثابت الانحدار	86.21		5.11	16.88	0.000
المقبولية	-2.51	-0.14	0.73	-3.41	0.001
يقظة الضمير	-6.72	-0.42	0.68	-9.87	0.000
الانفتاحية	1.99	0.13	0.60	3.33	0.001
العصابية	1.46	0.11	0.56	1.82	0.014
الانبساطية	-1.62	-0.09	0.72	-1.48	0.037

يتضح من الجدول (8) أن جميع السمات الشخصية كان لها قدرة على التنبؤ بدرجة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، إذ كانت مستوى دلالة جميع قيم (ت) أقل من (0.05)، وكانت السمات: الانفتاحية، والعصابية تتنبأ بشكل إيجابي بدرجة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، في حين تنبأت السمات: المقبولية، يقظة الضمير، الانبساطية بشكل سلبي بدرجة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، أي أن درجة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي تزداد لدى ذوي السمات العصابية، والانفتاحية، وتقل لدى ذوي السمات: المقبولية، ويقظة الضمير، والانبساطية، وعليه يمكن استخلاص معادلة التنبؤ بدرجة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي باستخدام معاملات الانحدار غير المعيارية كالآتي:

$$\text{درجة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي} = 86.21 - (2.51) \text{ المقبولية} - (6.72) \text{ يقظة الضمير} + (1.99) \text{ الانفتاحية} + (1.46) \text{ العصابية} - (1.62) \text{ الانبساطية}$$

وتتفق هذه النتيجة مع العديد من الدراسات السابقة مثل دراسة (قدورة، 2017)، ودراسة (Correa et al., 2013)، ودراسة (Hughes et al., 2012)، ودراسة (Kircaburun et al., 2020)، ودراسة (Mahmood & Farooq, 2016)، ودراسة (Whaite et al., 2018)، وقد تعزى العلاقة الإيجابية بين سمة العصابية واستخدام مواقع التواصل الاجتماعي إلى أن الأفراد العصبيين-والذين يتصفون بالقلق، والاكتئاب، وانخفاض تقدير الذات- يميلون أكثر لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي نتيجة سوء التكيف مع البيئة المحيطة، ومع أفراد المجتمع، إذ تفضل هذه الفئة التفاعل مع المجتمعات الافتراضية المتمثلة في مواقع التواصل الاجتماعي، باعتباره أقل تهديداً من التفاعل الواقعي مع الآخرين، وفي هذا الصدد يشير (العصبي، 2010) إلى أن الأفراد يستخدمون الإنترنت من أجل التواصل الاجتماعي، والحاجة إلى التنشئة الاجتماعية، وبحثون عن الأشخاص المشابهين لهم ليتواصلوا معهم، وكذلك يرى (النوبي، 2010) أن الأفراد الذين يعانون من مشكلات أو ضغوط نفسية مثل الشعور بالوحدة والاكتئاب، يتبنون إدراكات سلبية عن كفاءتهم الاجتماعية ويفضلون الاندماج الاجتماعي من خلال الإنترنت لأنه أكثر أماناً وأقل خطراً بالنسبة لهم، وفيما يخص العلاقة الإيجابية أيضاً مع سمة الانفتاحية، بالرغم من عدم دلالتها الإحصائية، إلا أنها قد تعزى إلى رغبة الأفراد المستمرة في هذه السمة للاكتشاف، وحب الاستطلاع لديهم، وتقديرهم للفنون يدفعهم باتجاه استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لاشباع هذه الرغبات، واكتشاف العالم الافتراضي، وتوظيف هذه المواقع للبحث عن اهتماماتهم الفنية المختلفة.

أما بخصوص العلاقة السلبية بين استخدام مواقع التواصل الاجتماعي والسمات الشخصية: المقبولية، ويقظة الضمير، والانبساطية، فيمكن تفسيرها من خلال الخصائص التي يتمتع بها الأفراد ضمن هذه السمات والمتمثلة في القدرة على الحفاظ على العلاقات مع الآخرين، والكفاءة الذاتية، والثقة بالنفس، ودفء المشاعر والعلاقات، والانجاز الأكاديمي، يجعلهم يميلون إلى التواصل الواقعي مع الآخرين عوضاً عن التواصل الافتراضي، ويكرسون معظم أوقاتهم للانجاز الأكاديمي وأداء مهامهم وأنشطتهم الدراسية، بدلاً من قضاء أوقات طويلة على مواقع التواصل الاجتماعي.

التوصيات:

- في ضوء النتائج التي توصلت إليها الدراسة، تم اقتراح مجموعة من التوصيات على النحو الآتي:
- تقديم برامج إرشادية، ودورات تدريبية لطلاب الجامعات تهدف إلى: التوعية باستخدام المواقع التواصل الاجتماعي، والتوعية بالآثار السلبية للافراط في استخدام هذه المواقع، تعزيز التواصل الواقعي، وتنمية المهارات الحياتية المختلفة لديهم، المساعدة على التخلص من خصائص وسمات الشخصية العصبائية، والتي قد تدعم إدمانهم على مواقع التواصل الاجتماعي.
- إجراء المزيد من الدراسات حول العلاقة بين السمات الشخصية الخمسة الكبرى مع سمات نفسية أخرى.
- إجراء دراسات مشابهة للدراسة الحالية على فئات عمرية، ومجتمعات أخرى.
- استخدام الأدوات التي تم إعدادها في الدراسة الحالية من قبل الباحثين الآخرين؛ لما تتمتع به من خصائص سيكومترية جيدة.

الشكر والتقدير:

تم إجراء هذا البحث بتمويل من وزارة التعليم العالي والبحث والابتكار في سلطنة عمان، في إطار برنامج التمويل الجماعي. بموجب اتفاقية رقم (MoHERI/BFP/UoB/01/2020).

المراجع:

أولاً: المراجع العربية:

1. راضي، زاهر (2003). استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في العالم العربي، مجلة التربية: جامعة عمان الأهلية. 1(15): 23-41.
2. السعودي، شريف (قيد النشر). العلاقة بين مستوى القيم المادية وتقدير الذات والصحة النفسية لدى طلاب جامعة الشرقية. مجلة دراسات نفسية وتربوية: جامعة قاصدي مرباح ورقلة.
3. سعودي، عبد الكريم (2014). إدمان الفيس بوك وعلاقته بالتوافق الأسري للطلاب الجامعي، دراسة على عينة من جامعة بشار. دراسات نفسية وتربوية: 19(13): 78-99.
4. العيصي، سلطان (2010). إدمان الإنترنت وعلاقته بالتوافق النفسي الاجتماعي لدى طلاب المرحلة الثانوية بمدينة الرياض، [رسالة ماجستير غير منشورة]. جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية. السعودية.
5. قدورة، سوسن (2017). استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقته بالصحة النفسية وبعض سمات الشخصية لدى طلاب جامعة الجزيرة. [رسالة دكتوراه غير منشورة]. جامعة الخرطوم. السودان.
6. المركز الوطني للإحصاء والمعلومات (2019). استطلاع الرأي حول وسائل التواصل الاجتماعي في سلطنة عُمان، متوفر عبر الرابط: <https://www.ncsi.gov.om/Pages/NCASI.aspx>
7. الموافي، فؤاد ووحيش، أحمد وزيدان، عصام ومحمد، مروة (2014). استخدامات الشباب لمواقع التواصل الاجتماعي وعلاقته بالعوامل الخمسة الكبرى في الشخصية لدى طلاب الجامعة (دراسة وصفية تحليلية لمستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي). مجلة بحوث التربية النوعية: 8(34): 138-104.
8. النوبي، محمد علي (2010). إدمان الإنترنت في عصر العولمة. دار صفاء. عمان.
9. نومار، مريم نريمان (2017). استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية وتأثيره في العلاقات الاجتماعية: دراسة عينة من مستخدمي موقع الفيسبوك في الجزائر. [رسالة ماجستير غير منشورة]. كلية علوم الإعلام والاتصال. جامعة لخضر. الجزائر.

ثانياً: المراجع الأجنبية:

1. Cohen, J. (1992). A power primer. *Psychological Bulletin*, 112: 155-159.
2. Correa, T., Bachmann, I., Hinsley, W., & De Zúñiga, G. (2013). *Personality and social media use*. In Organizations and social networking: Utilizing social media to engage consumers, IGI Global (41-61).
3. Costa, P., & McCrae, R. (1985). *The NEO Personality Inventory manual*. Odessa, FL: Psychological Assessment Resources.
4. Douglas, E., Bore, M., & Munro, D. (2016). Openness and intellect: An analysis of the motivational constructs underlying two aspects of personality. *Personality and Individual Differences*, 99(1): 242-253, <https://doi.org/10.1016/j.paid.2016.05.030>.
5. Eysenck, J. (2013). *The Structure of Human Personality*. New York: Routledge.
6. Hughes, J., Rowe, M., Batey, M., & Lee, A. (2012). A tale of two sites: Twitter vs. Facebook and the personality predictors of social media usage. *Computers in human behavior*, 28(2): 561-569, <https://doi.org/10.1016/j.chb.2011.11.001>.

7. Jenkins, H, (2008). *Convergence culture : where Old and New Media Collide*, NYU press , London.
8. Jones, S., & Fox, S. (2009). *Generations online in 2009* (pp. 1-9). Washington, DC: Pew Internet & American Life Project.
9. Judge, A., Erez, A., Bono, E., & Thoresen, J. (2002). Are measures of self-esteem, neuroticism, locus of control, and generalized self-efficacy indicators of a common core construct? *Journal of Personality and Social Psychology*, 83(3): 693-710, <https://doi.org/10.1037/0022-3514.83.3.693>.
10. Kircaburun, K., Alhabash, S., Tosuntaş, B., & Griffiths, D. (2020). Uses and gratifications of problematic social media use among university students: A simultaneous examination of the Big Five of personality traits, social media platforms, and social media use motives. *International Journal of Mental Health and Addiction*, 18(3): 525-547, <https://doi.org/10.1007/s11469-018-9940-6>.
11. Mahmood, Sh. & Farooq, U. (2016). Facebook Addiction: A Study of Big-Five Factors and Academic Performance amongst Students of IUB. *Global Journal of Management and Business Research: E Marketing*, 14(5): 55-71.
12. Mc Crae, R., & Costa, P. (1989). Reinterpreting the Myers-Briggs Type Indicator From the Perspective of the Five-Factor Model of Personality. *Journal of Personality*, 57(1): 17- 40, <https://doi.org/10.1111/j.1467-6494.1989.tb00759.x>.
13. McCrae, R., & Costa, P. (1996). Toward a new generation of personality Theories: theoretical contexts for the five-factor model, in Wiggins, J.S. (Ed), *The five-factor Model of Personality: Theoretical Perspectives*, Guilford, New York, NY, 51-87.
14. Ozer, J., & Benet-Martinez, V. (2006). Personality and the prediction of consequential outcomes. *Annual Review of Psychology*, 57(1): 401-421, <https://doi.org/10.1146/annurev.psych.57.102904.190127>.
15. Rammstedt, B. & John, O. P. (2007). Measuring personality in one minute or less: A 10-item short version of the Big Five Inventory in English and German. *Journal of Research in Personality*, 41(1): 203-212, <https://doi.org/10.1016/j.jrp.2006.02.001>.
16. Roccas, S., Sagiv, L., Schwartz, H., & Knafo, A. (2002). The Big Five personality factors and personal values. *Personality and Social Psychology*, 28(6): 789-801, <https://doi.org/10.1177/0146167202289008>.
17. Rosellini, A., & Brown, T. (2011). The NEO FiveFactor Inventory: Latent Structure and Relationships with Dimensions of anxiety and Depressive Disorders in Large Clinical Sample. *Assessment*, 18(1): 27- 38, <https://doi.org/10.1177/1073191110382848>.
18. Routley, N. (2018). *Visualizing the Social Media Universe in 2018*, Online available from: <https://www.visualcapitalist.com/social-media-universe/>.
19. Ryckman, R. (2008). *Theories of Personality*. Belmont: Thompson Wadsworth. Salama-Younes, M. (2011). Positive mental health, subjective vitality and satisfaction with life for French physical.
20. Santrock, J.(2011). *Educational Psychology*. 5th ed. New York, Mc Graw Hill
21. Saucier, G. (2002). Orthogonal Markers For Orthogonal Factors: The Case of the Big Five. *Journal of Research in Personality*, 36(1): 1- 31, <https://doi.org/10.1006/jrpe.2001.2335>.
22. Soldz, S., & Vaillant, E. (1999). The Big Five personality traits and the life course: A 45-year longitudinal study. *Journal of Research in Personality*, 33(1): 208-232, <https://doi.org/10.1006/jrpe.1999.2243>.
23. Whaite, O., Shensa, A., Sidani, E., Colditz, B., & Primack, A. (2018). Social media use, personality characteristics, and social isolation among young adults in the United States. *Personality and Individual Differences*, 124(1): 45-50, <https://doi.org/10.1016/j.paid.2017.10.030>.
24. Zywica, J., & Danowski, J. (2008). The faces of Facebookers: Investigating social enhancement and social compensation hypotheses; predicting Facebook™ and offline popularity from sociability and self-esteem, and mapping the meanings of popularity with semantic networks. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 14(1): 1-34, <https://doi.org/10.1111/j.1083-6101.2008.01429.x>.

The relationship between the Big Five personality traits and the social media use

¹Sharif Alsoudi, ²Raqiya Almataraifi, ²Alzahraa Alhussaini, ²Shama Almaqbali

¹Assistant professor, College of Arts & Humanities, Psychology department, A'Sharqiyah University, Oman.

²Counseling student, College of Arts & Humanities, Psychology department, A'Sharqiyah University, Oman.

¹Sharif.Alsoudi@asu.edu.om

Received : 14/3/2021 Revised : 21/3/2021 Accepted : 25/3/2021 DOI : <https://doi.org/10.31559/EPS2021.9.3.6>

Abstract: The study aimed to discover the nature of the relationship between the Big Five personality traits and the usage of social media. The research sample of (528) male and female undergraduates from AL Sharqiyah university in the Sultanate of Oman distributed according to gender, academic level, and scientific college. The results indicated that the use of social media platforms was at a mediocre level with an average of (2.41) and at a percentage of 48%. Moreover, the results demonstrated that agreeableness is the most common trait followed by openness to experience and conscientiousness, extraversion and neuroticism as the least common traits. Further results showed that there is a negative correlation between the degree of social media platform usage and agreeableness, and extraversion, as well as a positive correlation with openness to experience and neuroticism. In the analytical findings of the standard multiple linear regression, the data pointed that the personality traits explained up to (27%) of the variety in social media platform use and all the personality traits had a statistical significance in predicting the degree of social media use.

Keywords: Big Five personality traits; social media, personality.

References:

1. Al'esymy, Sltan (2010). Edman Alentrnt W'laqth Baltwafq Alnfsy Alajtma'y Lda Tlab Almrhlh Althanwyh Bmdynh Alryad, [Rsalh Majstyr Ghyr Mnshwrh]. Jam't Nayf Al'rbyh Ll'wlm Alamnyh. Als'wdyh.
2. Almrkz Alwtmy Llehssa' Walm'lwmam (2019). Asttla' Alray Hwl Wsa'l Altwasl Alajtma'y Fy Sltmh 'uman, Mtwfr 'br Alrabt: <https://www.ncsi.gov.om/pages/ncsi.aspx>.
3. Almwafy, F'ad Wwhysh, Ahmd Wzydan, 'sam Wmhmd, Mrwh (2014). Astkhdamat Alshbab Lmwq' Altwasl Alajtma'y W'laqth Bal'waml Alkhms Alkbra Fy Alshkshy Ldy Tlab Aljam'h (Drash Wsfyh Thlylyh Lmstkhdm Mwaq' Altwasl Alajtma'y). Mjlt Bhwth Altrbyh Alnw'yh: 8(34): 104-138.
4. Nwmar, Mrym Nryman (2017). Astkhdam Mwaq' Alshbkat Alajtma'yh Wtathyryh Fy Al'laqat Alajtma'yh: Drash 'ynh Mn Mstkhdm Mwaq' Alfysbwk Fy Aljza'r. [Rsalh Majstyr Ghyr Mnshwrh]. Klyt 'lwm Ale'lam Walatsal. Jam't Lkhdr. Aljza'r.
5. Alnwby, Mhmd 'ly (2010). Edman Alentrnt Fy 'sr Al'wlmh. Dar Sfa'. 'man.
6. Qdwrh, Swsn (2017). Astkhdam Mwaq' Altwasl Alajtma'y W'laqth Balshh Alnfsy Wb'd Smat Alshkshy Lda Tlab Jam't Aljzyrh. [Rsalh Dktwrah Ghyr Mnshwrh]. Jam't Alkhrtwm. Alswdan.
7. Rady, Zahr (2003). Astkhdam Mwaq' Altwasl Alajtma'y Fy Al'alm Al'rby, Mjlt Altrbyh: Jam't 'Man Alahlyh. 1(15): 23-41.
8. S'wdy, 'bd Alkrym (2014). Edman Alfys Bwk W'laqth Baltwafq Alasry Lltalb Aljam'y, Drash 'la 'ynh Mn Jam't Bshar. Drasat Nfsy Wtrbwyh: 19(13): 78-99.
9. Als'wdy, Shryf (Qyd Alnshr). Al'laq Byn Mstwa Alqym Almadyh Wtqdyr Aldat Walshh Alnfsy Lda Tlab Jam't Alshrqyh. Mjlt Drasat Nfsy Wtrbwyh: Jam't Qasdy Mrbah Wrqlh.