

## استخدام الفايسبوك وعلاقته بسمة العصابية

### Facebook use and its relationship with the neuroticism Feature

رزيقة بن عبد المومن<sup>1</sup>

كلية علوم الاعلام والاتصال، [benabdelmoumen.razika@univ-alger3.dz](mailto:benabdelmoumen.razika@univ-alger3.dz)

تاريخ الاستلام: 2020/03/16؛ تاريخ القبول: 2020/05/19

ملخص: يتخذ البحث الحالي من نموذج العوامل الخمسة للشخصية مدخلا لفهم الدور الذي تلعبه عملية التواصل عبر الشبكات الاجتماعية، كما يسعى لدراسة جانب مهم من هذا الاهتمام؛ يرتبط بمحاولة فهم استخدام الشبكات الاجتماعية "الفايسبوك" وعلاقتها ببعض سمات الشخصية "العصابية" وقد توصلت النتائج إلى أن الفايسبوك يعتبر بيئة ملائمة للعصابية وللمستخدمين غير الراضين عن الاتصالات وجها لوجه.  
الكلمات المفتاحية: العصابية؛ سمات؛ الشخصية؛ الفايسبوك.

**Abstract :** The current research of the five-factor personality model takes an entry point for understanding the role played by social networking. It also seeks to study an important aspect of this attention; associated with trying to understand the use of social networks "Facebook" and its relationship with some personality traits " neuroticism "

The findings have found that Facebook is an environment for the gang and users who are not satisfied with face-to-face communications.

**Keywords:** Neuroticism ; Features; personality ;Facebook

## 1. مقدمة وإشكالية البحث.

يعتبر التواصل أحد أهم المهام الرئيسية في الشبكات الاجتماعية، إلا أن الدوافع التي تدعو لاستخدامها تختلف من شخص إلى آخر، فالمستخدم غالبا ما نجده يبحث عن أفراد وجماعات لهم نفس الاهتمامات والأفكار والآراء داخل الجماعات التي ينتمي لها. وقد شكلت الامكانيات التي تمنحها الانترنت للمستخدمين أحد أهم الانشغالات العلمية التي انصب اهتمام الباحثين نحوها ومحاولة التنبؤ بها.

عادة ما تستعمل المتغيرات الديموغرافية كالسن والوضعية الاجتماعية ونوع الجنس وغيرها من المتغيرات لتفسير الاختلافات بين الأفراد في البحوث الاجتماعية والاتصالية، كما استعملت الخصائص السيكلوجية أيضا لاستكشاف الاختلافات في رغباتهم وإشباعاتهم عند استخدامهم لوسائل الاعلام والاتصال (Rubin, 1983). وهو توجه مبني على فكرة رئيسية مفادها أن الأفراد الذين يتمتعون باستعدادات سيكلوجية مختلفة يبحثون عبر مختلف الوسائط الاتصالية لإشباع حاجاتهم بشكل مختلف. ولذلك يكون من المفيد البحث في علاقة بعض سمات الشخصية كسمة العصابية باستخدام الشبكات الاجتماعية.

وفي الوقت الذي نجد فيه أن السمات السيكلوجية قد بحثت بشكل واسع في علاقتها بالوسائط الاتصالية "التقليدية" فإن البحث في العلاقة بين السمات السيكلوجية والشبكات الاجتماعية الافتراضية بدأ يطفو نحو السطح شيئاً فشيئاً؛ وعليه فإن البحث الحالي يتخذ من نموذج العوامل الخمسة للشخصية مدخلا لفهم الدور الذي تلعبه عملية التواصل عبر هذه الشبكات. وبناءً على أهمية الشخصية وأنماطها في بناء سلوك الفرد؛ فإن الافتراض الرئيسي لهذا البحث هو:

هناك علاقة بين سمة الشخصية (العصابية) واستخدام الفرد للشبكات الاجتماعية (الفايسبوك)

## 2. أدبيات البحث والتحديد المفاهيمي.

### 1.2 سمات الشخصية

تعد الشخصية من المواضيع التي لاقَت اهتمام الباحثين في مختلف المجالات عبر العصور، وتعمق فيها أبرز علماء النفس بمختلف مدارسهم وتوجهاتهم، وهو مجال يتم فيه دراسة الفرد بكل جوانبه والعوامل المؤثرة في نموه. واختلفت تعريف الشخصية باختلاف روادها والاتجاهات العلمية المتعددة.

يعود استخدام مصطلح الشخصية إلى زمن الاغريق وهي القناع، حين كان الممثل المسرحي يضع القناع على وجهه عند أدائه لدور شخصيات معينة بغية إيضاح الصفات المميزة التي يتطلبها ذلك الدور على المسرح (kala,1990)، فالشخصية جاءت من الفعل "الشخص أي الظهور أمام الآخرين" (فائق، 2003، ص.347) وعليه فإنه يتضح من خلال التعريفين أن

الشخصية في السابق كان يقصد بها المظهر ولكن تغير ذلك وأصبح علماء النفس يطلقون مفهوم الشخصية على سلوك الفرد.

تعددت النظريات التي بحثت في الشخصية مثل: نظرية الأنماط، نظرية التحليل النفسي للشخصية، النظرية السلوكية، نظرية التعلم الاجتماعي،... وغيرها من النظريات ومعظمها اعتمدت على التحليل العاملي ومن أبرزها: نظرية Cattell و Eysenck "فنظرية Cattell تأخذ بالعوامل الأولية التي تجرد من التحليل مباشرة، أما نظرية Eysenck فتأخذ بالعوامل الراقية أو عوامل الدرجة الثانية أو أكثر. إذا ما وجد أن العوامل الأولية مرتبطة ببعضها بشكل قوي مما يجعل \_ حسب Eysenck \_ تحليلها عامليا أمرا ضروريا، لأن هدف التحليل العاملي الاختزال بقدر الامكان إلى عوامل قليلة مقارنة بـ Cattell " (الرويتع والشريفي، 2002، ص.471) وفي العنصر الموالي سنعرض أحد أشهر نماذج التحليل العاملي وهو نموذج العوامل الخمسة للشخصية.

## 2.2 نموذج العوامل الخمسة الكبرى للشخصية The big five personality .

اطلق تسمية big five على هذا النموذج لأنه يتضمن خمسة عوامل كبرى تصف الشخصية وهي العصابية، الانبساط، الانفتاح على الخبرة، الانسجام وبقظة الضمير. يعتبر هذا النموذج واحد من ضمن أحدث النماذج التي تم تطويرها لوصف الشخصية كما يظهر "إمكانية أن يكون ضمن أكثر النماذج تطبيقا من الناحية العلمية في مجال علم النفس الشخصية" (Digman, 1990, p.423)

يتكون النموذج من خمسة سمات أساسية كما تم ذكرها في الأعلى وهي تسمى الأوجه التي تصف أبعاد شخصية الفرد، وبما أن البحث الحالي يهتم بسمة العصابية على وجه الخصوص سنفصل قليلا في هذه السمة.

ظهر عامل العصابية مبكرا في دراسات الشخصية مثل دراسة Cattell وهي "الصفة المجردة التي تميز الأعصابية (Neuroses) والعصاب هو الاضطراب الحقيقي والحالة العيانية للشخص المكروب والدرجات المرتفعة على بعد العصابية تشير إلى عدم الثبات الانفعالي والتقلب ورد للفعل الانفعالي المفرط، أي أن المرتفعين في هذا البعد يميلون إلى المبالغة في استجاباتهم الانفعالية ولديهم صعوبة في العودة إلى الحالة السوية بعد مرورهم بالخبرات الانفعالية" (عبد الخالق، 1987، ص.394) كما أن الشخص العصابي لديه " خبرات غضب عالية، واشمئزاز وحزن وارتباك، وانفعالات سلبية" (Costa & McCrae, 1995, p.314)

### 3.2 الفايسبوك كشبكة اجتماعية

يُعد الفايسبوك من أكثر الشبكات الاجتماعية استخداما في السنوات الأخيرة، فهو عبارة عن صمغ اجتماعي كما أشار إليه (Kalpidou & others (2011).

كما يعتبر الفايسبوك من أكثر شبكات التواصل الاجتماعي استخداما وحسب الباحثة Stéphane Hugon فإن " أغلبية المستخدمين يستخدمون مواقع الشبكات الاجتماعية ليس لمحتوياتها، وإنما لقدرتها على إنتاج روابط، منظومين في ذلك على الحاضر وعلاقات القرب...أنا...أصدقائي...مجموعتي بحيث لا يبحث الأفراد عن التنشئة بنماذج كائنة وإنما للوجود أو بالأحرى للبروز، تصبح الشبكة أداة لتسليط الضوء على العلاقة الحميمة ما يسمح لهم ببناء هويتهم على الخط (Torloting, 2006, p.12)

### 3 منهجية البحث

#### 1.3 منهج البحث

إن أهم محك يحدد اختيار استراتيجية معينة للبحث هو التساؤل الأولي الذي يطرحه الباحث في بحثه، فالبحث بهذا المعنى هو سيرورة تساؤل واكتشاف لا يخطط فيها لأي شيء مسبقاً، بل نجدها في كثير من الأحيان يعبر عن قلق وجودي يراود الباحث" (لوصيف، 2007، ص.123) وبناءً على ذلك فإن البحث الحالي يندرج ضمن الدراسات الامبريقية ويتخذ من نموذج العوامل الخمسة الكبرى للشخصية اطار للتحليل.

#### 2.3 فرضيات البحث

ف: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين استخدام الفاييبوك وسمة العصابية لدى مستخدمي الشبكات الاجتماعية.

#### 3.3 ميدان البحث

تم تصميم استمارة إلكترونية تتكون من ثلاثة أجزاء، الجزء الأول يتعلق بالمعلومات الديموغرافية والجزء الثاني يتعلق بمقياس دوافع استخدام الاتصال عبر وسيط الكمبيوتر والجزء الأخير يتعلق بمقياس العوامل الخمسة الكبرى للشخصية، وبما أن البحث الحالي مهتم بسمة العصابية اقتصر هذا الجزء ببند هذه السمة.

بلغ عدد المستجوبين الذين أكملوا الاجابة على الاستمارة 130 مستخدم، وصلت إليهم الاستمارة بطريقة عرضية. بلغ متوسط سن العينة 24,21، بحيث مثلت الإناث نسبة 56,9% أما الذكور فنسبتهم 43,1%

### جدول(1): توزيع أفراد العينة حسب السن.

السن	
24,21	المتوسط
11	القيمة الدنيا
51	القيمة العليا
7,25	الانحراف المعياري

### 4.3 أدوات القياس

اعتمدنا في البحث الحالي في عملية جمع البيانات على مقياسين. المقياس الأول "دوافع استخدام الاتصال عبر وسيط الكمبيوتر" لـ Papacharissi & Rubin (2000) والمقياس الثاني هو مقياس NEO PI-R لـ Costa & McCrae(1992)

- وصف مقياس "دوافع استخدام الاتصال عبر وسيط الكمبيوتر" لـ Papacharissi & Rubin (2000)

يتكون مقياس "دوافع استخدام الاتصال عبر وسيط الكمبيوتر" من 45 بندا، يقيس دوافع الأشخاص لاستخدام الانترنت، ويقاس مجموع من العلاقات الشخصية (الرفقة، المودة، التحكم) والإعلام (الترفيه، العادة، والمعلومات والتفاعل الاجتماعي، الهروب، المراقبة، تمرير الوقت، الاسترخاء)

والانترنت(قياس الزمن، الراحة الاقتصادية، والحاجة التعبيرية) (Papacharissi & Rubin , 2000,p.9)، وخيارات الاجابة تكون وفقا لمقياس ليكارت من معارض (1) إلى بالضبط(5)

يعتبر معامل ألفا كرونباخ من أهم التقنيات الاحصائية لقياس الاتساق الداخلي وثبات المقياس، وذكر (Papacharissi & Rubin (2000 أنه مقياس ثابت وصادق، وبالفعل تم قياس ألفا كرونباخ في البحث الحالي لمقياس دوافع الاتصال عبر وسيط الكمبيوتر كالتالي:

$$\alpha=.88$$

#### • وصف مقياس العوامل الخمسة للشخصية

يتمتع نموذج العوامل الخمسة للشخصية بالدعم الكبير، وأصبح يستخدم على نطاق واسع في بحوث الشخصية على الرغم من أنه لم يكن مقبولا عالميا (Block,1995)، ولعل السبب يعود لأنه يعد من الأدوات الطويلة جدا بالنسبة للعديد من الأغراض البحثية لذا يتم عادة استخدام الأدوات القصيرة.

تم إعداد وتصنيف وتطوير عدة أدوات لقياس الأبعاد الخمس الكبرى، وتعد أداة Costa & McCrae(1992) الأداة الأكثر شمولية. يتكون المقياس من 240 بند وخمسة أبعاد وكل بعد يتكون من 48 بند.

يعد بعد العصابية، المجال الأكثر انتشارا في مقياس السمات الذي يتناقض مع الاستقرار العاطفي وهو الاختلال أو العصابية. وقد تم قياس معامل ألفا لبعد العصابية في البحث الحالي وكان معامل ألفا كرونباخ:



$$\alpha=.75$$

#### 4. عرض نتائج البحث.

- التحليل الاحصائي الوصفي لمقياس دوافع الاتصال عبر وسيط الكمبيوتر

يتضح من خلال الجدول رقم (2) أن متوسطات بنود مقياس استخدام الفايسبوك تراوحت ما بين 2,85 و3,51 بينما الانحرافات المعيارية كانت بين 0,52 و0,69 وهو يدل على أن تشتت العينة ضعيف وبالتالي تتجه نحو الاعتدال الطبيعي وهذا يجعلنا نقول أن بنود مقياس استخدام الفايسبوك موزع توزيعا طبيعيا نسبيا.

#### جدول(2):توزيع بنود مقياس دوافع استخدام المجموعات الرياضية وأبعاده الثلاث

الانحراف المعياري	المتوسط	
.68	2,85	العلاقات الشخصية
.69	3,51	التكنولوجيا الجديدة
.52	3,10	وسائل الاعلام

- التحليل الوصفي لمقياس العوامل الخمسة للشخصية (بعد العصابية)

يتضح من خلال الجدول رقم (3) أن متوسط بعد العصابية 3,38 بينما الانحراف المعياري كان 0.35. وهو يعبر على أن بنود بعد العصابية تتجه نحو الاعتدال مما يدل على أنه موزع توزيعا طبيعيا نسبيا

### جدول (3): نتائج بنود بعد العصابية

الانحراف المعياري	المتوسط	
0.35	3,38	العصابية

### 2.4 دراسة علاقات الارتباط بين المتغيرات.

يسمح لنا التأكد من التوزيع الطبيعي للمقياسين من استخدام ارتباط برسون لدراسة علاقات الارتباط بين المتغيرات

• ف: توجد علاقة ذات دلالة احصائية بين استخدام الفايسبوك وسمة العصابية.

يبين الجدول رقم (4) أن هناك علاقة ارتباط بين استخدام الفايسبوك وسمة العصابية حيث قدر معامل الارتباط ب ( $r=0.19$  ;  $p=0.05$ ) وبالتالي توجد علاقة طردية بين سمة العصابية واستخدام الفايسبوك.

### جدول (4): علاقة الارتباط بين استخدام الفايسبوك وسمة العصابية.

العصابية	استخدام الفايسبوك	

استخدام الفايسبوك	1	.19*
العصابية	.19*	1

\*ارتباط ذو دلالة إحصائية عند مستوى 0.05 (ذو ذيلين)

## 5. مناقشة النتائج

أظهرت نتائج البحث الحالي وجود علاقة موجبة بين استخدام الفايسبوك وسمة العصابية؛ بحيث قدر معامل الارتباط ( $r=.19^*$ ) عند مستوى دلالة ( $P=.05$ ) كانت في البداية هناك بعض الشكوك حول وجود علاقة بين العصابية ونشاط مواقع الشبكات الاجتماعية (Gosling & al,2007) كما أن Wilson & al(2010) وجدوا أن الشباب العصابين لديهم مستويات أقل في استخدام مثل هذه المواقع، ربما بسبب حالة الارتياح والقلق المتعلق بتبادل المعلومات الشخصية والصور الفوتوغرافية، كما أن الاتجاه العام لتجربة سلبية تؤثر مثل الخوف والحزن والخجل والغضب والشعور بالذنب والاشمئزاز هو جوهر مجال العصابية.

جاءت النتائج في هذا البحث مغايرة لنتائج الدراسات السابقة، بحيث تبين من خلال هذه النتائج أنه توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين استخدام الفايسبوك وسمة العصابية. ولعل أحد تفسيرات هذه العلاقة أن الاتصال عبر وسيط الكمبيوتر يوفر مجموعة من الدوافع والحاجات التي تسعى العصابية إلى إيجادها والتي عجزت الاتصالات وجها لوجه من تحقيقها، وبمعنى آخر فإن أصحاب هذه السمة "العصابيين" يسعون لمعالجة العجز الاجتماعي.

تشير سمة العصابية إلى عدم الثبات الانفعالي والتقلب، كما أن الشخص العصابي لديه خبرات غضب عالية واشمئزاز وحزن وارتباك وانفعالات سلبية، في البداية كانت شكوك حول أن هذه الانفعالات قد تكون عبارة عوائق لاستخدام الفايسبوك؛ إلا أن نتائج البحث الحالي أكدت عكس ذلك. فالمستخدمين العصابين يستخدمون الفايسبوك بحثا عن الرفقة والانتماء؛ لأنهم من الأفراد الذين يشعرون بالقلق في الاتصال وغالبا ما تكون لديهم فرصة أقل لإيجاد الرفقة في التفاعلات وجها لوجه، وبالتالي هم يجدون أن الاتصال عبر وسيط الكمبيوتر بيئة مناسبة للبحث عن الانتماء من خلال البحث عن الرفقة، لأن حاجة البشر إلى الانتماء هي حاجة إنسانية أساسية (Baumeister & Leary,1995)

## 6. خلاصة

توصلت نتائج البحث الحالي إلى أن سمة العصابية ترتبط ايجابيا مع استخدام الفايسبوك؛ وذلك لأن الاتصالات عبر وسيط الكمبيوتر توفر مجموعة من الدوافع والحاجات التي تسعى العصابية لإيجادها والتي عجزت الاتصالات وجها لوجه عن تحقيقها. كما أن استخدام الفايسبوك يجعل العصابية تبتعد عن عزلتها من خلال الميزات التي تقدمها. كما أن الميول العصابية ومشاعر القلق لم تكن عائقا لاستخدام الفايسبوك عكس ما افترضته الدراسات السابقة.

## مراجع

الرويتع عبد الله و الشريفى حمود (2002)، صورة سعودية بمقياس أيزنك المعد للشخصية (EPQ-R) الجمعية السعودية للعلوم التربوية والنفسية(جستن)، بحوث ودراسات، اللقاء السنوي العاشر.

عبد الحميد جابر(1990)، نظريات الشخصية: البناء -الديناميات-النمو-طرق البحث، القاهرة، دار النهضة العربية.

فائق أحمد(2003)، مدخل عام لعلم النفس، مكتبة الأنجلو المصرية، القاهرة.

لوصيف، سعيد. (2008). "علاقة أنماط الزمن بالقيادة التحويلية: حالة الإطار القيادة الوسطى". أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه دولة في علم النفس التنظيمي. جامعة الجزائر.

Baumeister, R. F., & Leary, M. R. (1995). The need to belong: desire for interpersonal attachments as a fundamental human motivation. *Psychological bulletin*, 117(3), 497.

Block, J. (1995). A contrarian view of the five-factor approach to personality description. *Psychological bulletin*, 117(2), 187.

Costa Jr, P. T., & McCrae, R. R. (1995). Domains and facets: Hierarchical personality assessment using the Revised NEO Personality Inventory. *Journal of personality assessment*, 64(1), 21-50.

Costa, P. T., & McCrae, R. R. (1992). Revised NEO Personality Inventory (NEO-PIR) and NEO Five Factor Inventory (NEO-FFI) professional manual. Odessa, FL: Psychological Assessment Resources.

Digman, J. M. (1990). Personality structure: Emergence of the five-factor model. *Annual review of psychology*, 41(1), 417-440.

Gosling, S. D., Gaddis, S., & Vazire, S. (2007). Personality impressions based on facebook profiles. *Icwsn*, 7, 1-4.

Kala,J.K(1990).Introduction to Psychology. Belmont, California. Wadsworth.

Kalpidou, M., Costin, D., & Morris, J. (2011). The relationship between Facebook and the well-being of undergraduate college students. *CyberPsychology, behavior, and social networking*, 14(4), 183-189.

Papacharissi, Z., & Rubin, A. M. (2000). Predictors of Internet use. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 44, 175-196.

Rubin, A. M. (1983). Television uses and gratifications: The interactions of viewing patterns and motivations. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 27(1), 37-51.

Wilson, K., Fornasier, S., & White, K. M. (2010). Psychological predictors of young adults' use of social networking sites. *Cyberpsychology, behavior, and social networking*, 13(2), 173-177.