

---

**Selfie- liking and its relationship to some personality Traits  
among a sample of university students**

Bushra Othman Ahmad, (PHD)

Ministry of Higher Education and Scientific Research - Psychological  
Research Center

[Bushra.19742@yahoo.com](mailto:Bushra.19742@yahoo.com)

**DOI:** <https://doi.org/10.31973/aj.v1i142.1837>

**Abstract:**

The aim of the present study is to identify the level of selfie- liking among students of Baghdad University and recognize the differences between males and females, and the correlation between selfie- liking and the personality traits. A random sample of (135) University students has been selected (64males and 61 females), selfie- liking (6 items) and narcissism (8items) scales responding according to 5-Likert scale ranging from (strongly agree- strongly disagree). And Loneliness (6 items), and attention- seeking(4items), and self-centered behavior(5items) scales responding according to 5- Likert scale ranging from (always- never). The results showed that the level of selfie- liking is high among the research sample, and that there are significant differences in selfie- liking, due to the gender, with high level for females., and that there is high correlation between the two variables. After conducting a regression analysis, it was found that the narcissistic personality trait and self-centered behavior made the greatest contribution to the selfie- liking among Baghdad University students.

**Keywords:** Selfie liking, personality traits, Narcissism, attention-seeking, Self –centered behavior, Loneliness, University instructors.

## حب التقاط صور السيلفي وعلاقته ببعض سمات الشخصية لدى طلبة الجامعة

م. د بشرى عثمان احمد

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي - مركز البحوث النفسية

## (مُلخَصُ البَحْث)

هدفت الدراسة إلى معرفة مستوى حب التقاط صور السيلفي لدى طلبة جامعة بغداد، وقياسه على وفق متغيرالجنس. وإيجاد العلاقة بين حب التقاط صور السيلفي وبعض سمات الشخصية (الانرجسية، والوحدة النفسية، وسلوك البحث عن الانتباه، وسلوك التمرکز حول الذات). واختيرت عينة عشوائية مكونة من (١٣٥) طالب وطالبة بواقع (٦٤) ذكور و (٧١) إناث، وتم تبني وترجمة واستعمال مقياس حب التقاط صور السيلفي Selfie- liking scale ومقاييس سمات الشخصية المتمثلة بالانرجسية، وسلوك البحث عن الانتباه، ومقياس السلوك المتمركز حول الذات، ومقياس الوحدة النفسية، الذي تم اعدادها من قبل (Charoensukmongkol، ٢٠١٦)، يتألف مقياس حب التقاط صور السيلفي من (٦) فقرات، ومقياس الانرجسية من (٨) فقرات، والاستجابة على وفق تدرج خماسي يتراوح ما بين (اتفق تماما (٥) - لا اتفق تماما (١))، أما مقياس الوحدة النفسية فيتكون من (٦) فقرات، ومقياس البحث عن الانتباه (٤) فقرات، ومقياس سلوك التمرکز حول الذات (٥) فقرات، والاستجابة على وفق تدرج خماسي يتراوح ما بين (دائما (٥) - ابدأ (١))، وتوصلت النتائج الى حب التقاط صور السيلفي هو عال لدى عينة البحث، وانه هناك فروق ذات دلالة في حب التقاط صور السيلفي، يعزى الى متغير الجنس، ولصالح الإناث، والتوصل الى وجود علاقة ارتباطية بين حب التقاط صور السيلفي وسمات الشخصية المحددة في الدراسة، وبعد اجراء تحليل الانحدار بين متغيرات الدراسة تبين أن السمة الشخصية الانرجسية والسلوك المتمركز حول الذات والمساهمة في حب التقاط صور السيلفي لدى طلبة جامعة بغداد .

**الكلمات المفتاحية:** حب التقاط صور السيلفي، سمات الشخصية، الانرجسية، البحث عن الانتباه، السلوك المتمركز حول الذات، الوحدة النفسية، طلبة الجامعة.

## مشكلة البحث

مع التطورات والتغيرات السريعة في تقنيات الاتصالات، تغيرت أنماط الحياة وعملية التنشئة الاجتماعية للأفراد داخل المجتمع. إن القول بأن "الوسيلة هي رسالة، يطرح McLuhan (١٩٦٤)، إلى أي مدى تؤثر الأدوات التي نستعملها على رسائلنا وتأثير رسائلنا على الحياة الاجتماعية. وجادل بالقول، أن كل تقنية اتصال جديدة تخلق مساحة حياة جديدة وأن تدفق الأشياء يتغير في هذه المساحة. بمعنى آخر، أصبحت تقنيات الاتصالات تشكل أساسًا لجميع شرائح الحياة في المدارس والفصول الدراسية وأماكن العمل وحتى المنازل. وهذا يعني أن العوامل التكنولوجية تلعب دورًا حيويًا في تكوين النظام الثقافي وتضغط علينا في عالمنا الخاص. (Seyfi & Arpaci, 2016, p.144)

أدى انتشار وسائط التواصل الاجتماعي بشكل كبير إلى توفير قدر لا يصدق من الوقت الذي يخصصه الناس لهذا النوع من الوسائط. وأصبحت منتجات الوسائط الجديدة مجرد عناصر لا غنى عنها في حياتنا. وأحد هذه العناصر هو السيلفي، والذي أصبح جزءًا أساسيًا من حياتنا. لقد تحول إلى الأكثر استعمالًا في تطبيقات وسائل التواصل الاجتماعي وفي الإعلانات التجارية والدعاية السياسية والعلاقات الأسرية وفي إدراك الآخر وجعل نفسك مفهومًا للآخرين.

يمكننا القول إنه يشكل البنية الأساسية لثقافة القرن الحادي والعشرين. وأصبح القول المشهور لأندي وار هول Andy Warhol حقيقياً" في أنه سيكون الجميع في تطبيقات السيلفي في المستقبل مشهورًا لمدة ١٥ دقيقة" بشكل فعلي. لأن التعليقات التي يتم الإدلاء بها على صور السيلفي ومشاركة هذه الصور فجأة تضع الأفراد في موقف يتحدث به من الجميع. لهذا السبب، يدرك الأفراد السيلفي على أنه أبعد من مجرد كونها صورة، انه مكان مهم إذ يكونون متواجدين فيه بأنفسهم في هذه الحياة. لذا فإن دراسة تأثيرات هذا التطبيق، الذي يبدو أنه متواجد في حياتنا إلى الأبد، على شخصية الفرد وسماته المختلفة أمر ضروري. (Seyfi & Arpaci, 2016, p.144)

ولعل صور "السيلفي" آخر هذه الصرعات التكنولوجية التي غيرت المفاهيم الاجتماعية، والعلاقات الفردية، كما أنتج هذا النمط الجديد من التكنولوجيا الحديثة هوسا غير مسبوق من طرف الأفراد به، كونه أصبح موضة العصر الجديد، وظاهرة انتشرت بشكل واسع جدا خاصة بين فئة الشباب في الآونة الأخيرة، وكان التطور التكنولوجي ودخول الهواتف الذكية عالمنا، وتطور وسائل التواصل الاجتماعي، التأثير الكبير في ظهور ما يعرف بظاهرة السيلفي، أو عصر السيلفي الذي أصبح موضة بين الشعوب، وادمان بين شعوب أخرى، فأصبح يشكل هاجس الجميع منذ ظهوره، فلم تعد السيلفي مجرد صورة عفوية يلتقطها

الشخص لنفسه، بل هناك تقنيات وصرعات جديدة له، ولعل فئة الشباب هي الأكثر استعمالاً لهذه التقنية الحديثة، إذ لاقت رواجاً واسعاً في أوساطهم، مما جعلها تؤثر عليهم بصفة عامة، وعلى العلاقات الاجتماعية لديهم وعلى خصائص الشخصية وتكويناتها بصفة خاصة، لذا لا بد من طرح التساؤل الآتي :

هل هناك علاقة ما بين سلوك التقاط صور السيلفي وبعض سمات الشخصية المتمثلة بالانرجسية والسلوك المتمركز حول الذات والبحث عن الانتباه والوحدة النفسية؟ .  
**أولاً: أهمية البحث والحاجة إليه :**

لعل المنتبغ للظواهر المرتبطة بانتشار التكنولوجيا، لا يمكن له أن يغفل عن ظاهرة انتشرت بشكل كبير، وأصبحت عنواناً لأحداث اليوم التي يواجهها مستعملو التكنولوجيا، ولعل أبرز هذه الظواهر (ظاهرة السيلفي)، والتي تعني أن يلتقط الشخص لنفسه صورة في مكان ما، أو وضعية معينة، ووفقاً لموقع "ويكيبيديا" فإن الصورة الملتقطة ذاتياً هي صورة شخصية يلتقطها صاحبها لنفسه باستعمال آلة تصوير، أو باستعمال هاتف ذكي مجهز بآلة رقمية، ثم ينشرها على الشبكات الاجتماعية (فيسبوك، تويتر، انستغرام، وغيره...) لأسباب متنوعة، ولا تقتصر هذه الظاهرة على فئة عمرية محددة بل انتشرت لتضم أغلب الفئات العمرية على اختلاف مواقعهم ومراكزهم، فشملت البسطاء، ومشاهير الفن، والأدب والسياسة. وفقاً لقاموس Oxford Dictionary ، تشير صورة السيلفي إلى التقاط الفرد لصورة فوتوغرافية ذاتياً لنفسه (أو مع أشخاص آخرين)، و تلتقط بكاميرا خاصة أو بكاميرا الهاتف المحمول ممسوكة بعصا السيلفي أو موجهة نحو المرأة، ويتم مشاركتها عادةً عبر وسائل التواصل الاجتماعي المختلفة (Sorokowski et al, 2015)

أصبحت كلمة سيلفي "selfie" كلمة طنانة وتوجه شائع وكبير بين العديد من الشباب والمراهقين في السنوات الأخيرة. وفي أيامنا هذه، غالباً ما نرى الأشخاص، وخاصة الشباب والمراهقين، وهم يحملون الكاميرات في أنفُسهم و يوجهونها نحو أنفسهم لالتقاط الصور في كل مكان تقريباً. وبشكل أكثر تحديداً، أصبح التقاط الصور الشخصية (السيلفي) نشاطاً شائعاً، يقدم الناس من خلاله أنفسهم للجمهور أو عامة الناس. وعادة ما يقومون بتحميل صور السيلفي التي يلتقطونها على مواقع الشبكة الاجتماعية Social networking sites (SNS)، مثل الفيسبوك Facebook، والانستغرام Instagram، وسناب شات Snap chat، وغيرها من مواقع التواصل الاجتماعي، ومشاركتها بين الأصدقاء في هذه المواقع. على الرغم من أن التقاط الأشخاص لصورهم الخاصة أو رسم صوراً ذاتية يرجع تاريخه إلى العصور القديمة ضمن العملية التاريخية، إلا أن هناك العديد من الآراء المختلفة حول الاستعمال الأول لتقنيات أجهزة الهاتف المحمول، ومع ذلك، قبل أن يتم التعرف عليه

جيداً في الولايات المتحدة، تم تحديد كلمة سيلكا "Selca" في كوريا الجنوبية في عام ٢٠١١. Selca هي كلمة مركبة تجمع بين "self" و "camera" ، مما يدل على الصورة الذاتية للشخص. (Kwon & Kwon,2011, p.660).

وفي عام ٢٠١٤ نشرت الجمعية الأمريكية للطب النفسي (APA) مقالاً تصنف فيه هوس السيلفي (selfitis) كاضطراب عقلي جديد ((Vincent 2014، ادعى المقال أن هوس السيلفي هو الرغبة القهرية لدى الفرد لالتقاط صور لنفسه ونشرها على وسائل التواصل الاجتماعي كوسيلة للتعويض عن تدني تقدير الذات وملء الفجوة في العلاقة الحميمة لديه (Balakrishnan & Griffiths,2018,p.722).

وأشارت الى أن هناك ثلاثة مستويات لهذا الاضطراب وهو المستوى الخفيف (التقاط الفرد للصور بنفسه ثلاث مرات على الأقل يوميًا دون نشرها على مواقع التواصل الاجتماعي)، الحاد (التقاط صور لذاته ثلاث مرات على الأقل يوميًا و نشر كل صورة من الصور على وسائل التواصل الاجتماعي)، والمزمن (حالة لا يمكن التحكم بها في النقاط الصور ذاتيا على مدار الساعة ونشرها على مواقع التواصل الاجتماعي أكثر من ست مرات في اليوم). وأعيد نشر القصة على العديد من المواقع الإخبارية في جميع أنحاء العالم ولكن سرعان ما تبين أن القصة كانت مجرد خدعة. ومع ذلك ، مثلما بدأ البحث التجريبي في إدمان الانترنت، بعد نشر معايير خادعة للإدمان على الإنترنت من قبل إيفان جولدبيرج في عام ١٩٩٥ (Widyanto and Griffith,2010) فان نفس الشيء حدث مع موضوع اضطراب السيلفي. (Balakrishnan & Griffiths,2018, pp. 722-723).

وصف كل من (Ma et al.2017) النقاط صور السيلفي من حيث نظرية تقديم الذات self- presentation، والتي يتم تطبيقها للتأثير على الآخرين. إذ تمت الإشارة الى أن النقاط صور السيلفي ليس فعلا او سلوكاً مستقلاً لأنه يأخذ أبعاداً أخرى عندما يتم مشاركتها عبر وسائل التواصل الاجتماعي. مثل هذه السلوكيات تمكن ملتقطي صور السيلفي من تقديم أنفسهم بطريقة مسيطر عليها. والتي أصبحت في السنوات الأخيرة، نشاطاً شائعاً بشكل لا يصدق على الإنترنت في كثير من الأحيان عند مشاركتها عبر مواقع التواصل الاجتماعي، والتي أصبحت وسيلة جديدة للتعبير عن الذات والتمثيل الذاتي (Ma et al,2017, p.139).

وغالبا ما يتم نشر صور السيلفي على منصات التواصل الاجتماعي المستعملة وذلك كإشارة لتقديم الذات (Papachaisi, 2010; Mehdizadeh, 2010). وقد تم التوصل الى أن الدافع للتعبير عن الذات وحرية التحكم تعد مؤشرات قوية عن الشخصية (Gosling et al., 2002)، فقد توفر صور السيلفي صورة أفضل عن السمات الشخصية لأصحابها

مقارنة بالصور الأخرى. ومع ذلك، فقد أظهرت الدراسات أن الأفراد يكونوا قلقين بشأن صورة الذات الخاصة بهم على الإنترنت و يعتمدون الى معالجة تقديمهم للذات لإنشاء صورة للذات مرغوبة اجتماعيًا. قد تم التوصل إلى أنهم يعززون ذواتهم والحصول على ردود فعل إيجابية عن طريق شبكات التواصل الاجتماعي عبر صور الملف التعريفي الشخصي (Qiu et al., 2015, p.444).

ومن ناحية أخرى، فإن نظرية المقارنة الاجتماعية Social comparison theory (Festinger, 1954)، ونظرية التصنيف الاجتماعي Social rank theory (Gilbert, 2000)، التي تؤكد على دور البيئة الاجتماعية في تفسير سلوك النشر عبر مواقع الشبكة الاجتماعية (SNS)، والتي تعني ضمنا ان الأفراد ينتمون الى مجموعات من الأقران يتصفون بدرجة عالية من المنافسة والمقارنة الاجتماعية بين الاعضاء هم الأكثر احتمالا في التقاط صور السيلفي ونشرها في تلك المواقع ليجعلوا أنفسهم أكثر براعة من اقرانهم (Tandoc, Ferrucci & Duffy, 2015, p. ١٤٢).

وعمل كل من Goffman and Mezirow بالتركيز على الأصل السلوكي لهذه الظاهرة. بعد تأثرهم بنظرية الأسس الأخلاقية Moral foundations theory ، إذ يركز Goffman (1959) على الطريقة التي نقدم بها أنفسنا او ذواتنا في الحياة اليومية، بينما يؤكد Mezirow (1991) على الكيفية التي نقيم بها ذاتنا لأنفسنا عن طريق ردود فعل الأقران، وذلك بسبب رغبتنا في أن نكون جزءًا من مجتمع أقراننا. ويشير Duver (2015)، إلى أن هذه الأفكار مناسبة للرابط الحديث لأفراد الجيل الحالي الذين ينخرطون في التواصل الاجتماعي من خلال "selfie" ، ويريدون من الآخرين رؤيتهم فعليًا. وفي الوقت الحالي، من الصعب جدًا دمج مفهوم السيلفي في تعريف واحد، لأن أغراضه وأهدافه تتغير باستمرار. ومع ذلك، يمكن تعريفه بمصطلح عام على أنه تصوير الأفراد لأنفسهم بأنفسهم (Seyfi & Arpaci, 2016, p. 145).

ويؤكد Carpenter (2012)، أنه عادة ما تعكس صور السيلفي انطباعات محددة عن الذات عن طريق المظاهر الجسمية للأفراد وأساليب التصوير. ونتيجة لذلك، يشير Weiser (2015)، الى انه يقضي بعض الأفراد وقتا وجهدا كبيرا في تعديل أو تحسين صور السيلفي التي يلتقطونها حتى يظهرون بشكل مثير للإعجاب قبل نشرها على هذه المواقع. وعلى الرغم من أن صور السيلفي تسمح للأفراد بتعزيز كشف الذات، إلا أن هناك بعض الانتقادات المتعلقة ببعض الخصائص الشخصية غير الصحية أو السلبية المرتبطة بهذا النوع من السلوك (Weiser, 2015, p. ٤٧٨).

وفي هذا المجال، انتقد عدد من الصحفيين أن التقاط الصور الشخصية الذاتية (السيلفي) على أنه سلوك أناني، لأنه يميل الناس كثيرا الى الاهتمام بمظهرهم في الصور وهذا يجعلهم أحيانا يتجاهلون الأشخاص المحيطين بهم. وهذا ما أشار إليه عدد من الباحثين، الى أنه في الوقت الذي يسمح فيه التقاط مثل هذه الصور للأفراد بالترويج لأنفسهم لعامة الناس، والادمان على التقاط صور السلفي قد يتسبب في تطوير الافراد للسلوكيات غير الصحية مثل النرجسية، والانانية، وقد يؤثر سلبا على علاقاتهم مع الاخرين (Sorokowski et al., 2015, p. ١٢٤).

أشار Hess(2015)، إلى أنه يتم استعمال صور سيلفي في كل من الأماكن الخاصة والعامة، فضلا عن ذلك، يعد سلوك السيلفي ليس مجرد التقاط صورة وإنما يشمل تحرير اللون والتباين، وتغيير الخلفيات، وإضافة تأثيرات أخرى على الصورة، قبل تحميلها على منصة التواصل الاجتماعي. أدت هذه الخيارات المضافة واستعمال التحرير المتكامل إلى زيادة شعبية سلوك التقاط الصور السيلفي، إذ يشير (Liuubiniene & Keturakis ٢٠١٤)، الى أنه يمكن للمستعملين مراقبة إبداعات صورهم الشخصية على أنها صورة معكوسة جميلة لهم. وازداد وبشكل ملحوظ في السنوات الأخيرة شراء البضائع المرتبطة بأخذ صور سيلفي (مثل عصا صور السيلفي لتحسين نطاق الصور) (Flaherty and Choi, 2016, p.1).

وقد شمل البحث في الدراسات التي تناولت سلوك السيلفي في العديد من المجالات المختلفة. درس الباحثون سلوك السيلفي في علاقته ببعض المتغيرات مثل الجنس والعرق (Allburry.2015)، واستعمالها في السياق السياسي (Deller and Baishya.2015)، وصور السيلفي العسكرية (Dishy.2017)، وصور السيلفي لوسائل الترف (Marwick ٢٠١٥)، وعلاقة سلوك السيلفي ببعض سمات الشخصية (Choi et al. 2017؛ Qiu et al. ٢٠١٥). وفي إطار دراسته على وفق متغير الجنس، وجد كل من Fox and Rooney (٢٠١٥) ان الذكور يميلون الى تقرير نشر صور السيلفي بشكل متكرر واعلى من الإناث. ومع ذلك، اكتشف كل من سوركوفسكي وزملاءؤه Sorokowski et al. (٢٠١٥) ان الاناث اكثر نشرا لصور السيلفي من الذكور. أما من حيث العمر، وجد Weiser (٢٠١٥) ان كبار السن يميلون إلى تقرير نشر صور السيلفي بشكل متكرر واعلى من الشباب، إلا أنه وفي الآونة الأخيرة تنامت مخاوف المجتمع لارتباط بعض خصائص الشخصية السلبية بالسيلفي، وهذا ما أشارت إليه عدد من الدراسات، منها العمل الرائد في هذا المجال كانت للدراسة التي أجراها كل من Fox and Rooney (٢٠١٥)، إذ ركزت على ارتباط حب التقاط صور السيلفي بالنرجسية Naracissim، والميكافيليا

Psychopathy، والسيكوباتية Mechiavellianism، وقد أطلقوا عليها بسمات الشخصية الثلاثية المظلمة والمرتبطة بالتقاط صور السيلفي. إذ تتميز الميكافيلية بالرغبة في تلبية احتياجات الفرد مع مراعاة القليل للأخلاق، وتتميز النرجسية بالإحساس بالعظمة والهيمنة والاستحقاق الذي يجعل الأفراد ينظرون إلى أنفسهم على أنهم متفوقون على الآخرين، والشخصية السيكوباتية بالافتقار إلى التعاطف والسلوكيات الاندفاعية وسلوك البحث عن الانتباه، بغض النظر عن التكلفة التي يتحملها الآخرون، وتبع هذا البحث الأول، بحوث أخرى من قبل كل من Sorokowski et al (2015) and Weiser (٢٠١٥) في استكشاف العلاقة بين التقاط صور السيلفي والنرجسية. استعملوا عينات من بولندا والولايات المتحدة. وفي البحث الذي أجري من قبل كل من Qiu, et al (٢٠١٥)، تم استكشاف العلاقة بين السمات الخمس الكبرى للشخصية وسلوك التقاط صور السيلفي لدى عينة من الصينيين، منها أن لنشر صور السيلفي ارتباط بسمات الشخصية القبول agreeableness والانبساطية extraversion، والتي تعكس حب اختلاط الأفراد بالآخرين، لذلك فإن الأفراد الذين يحبون تطوير العلاقات الاجتماعية مع الآخرين يميلون إلى أن يكون لديهم دافع كبير لالتقاط صور السيلفي (Fox & Rooney, 2015, p.161; Sorokowski et al, (2015, p.123; Qiu et al, 2015, p.443)). الشخصية في صور السيلفي تختلف عن تلك الموجودة في أنواع أخرى من الصور. فضلاً عن أن صور السيلفي تحتوي على أعلى إشارات فريدة لا تتوفر في أنواع أخرى من الصور. على سبيل المثال، وجه البطة duck face، وهو تعبير الذي يتم إجراؤه عن طريق دفع الشفتين للأمام وللأعلى لإعطاء مظهر شفاه كبيرة، وغالباً ما يتم رؤيته في صور السيلفي ولكن ليس في أنواع أخرى من الصور. قد تكشف مثل هذه الإشارات تعبيراً جديداً للشخصية في الصور. لذلك، (Qiu et al, 2015, p443).

أظهرت الدراسات السابقة أن الصور تحتوي على إشارات حقيقية ذات علاقة بالشخصية. ركز كل من Neslter et al. (2012) على مجموعة من الصور المحددة، ووجدوا أن الانبساط مرتبط بجاذبية الوجه، والانفتاح على الخبرة يرتبط بحجم الشفاه، ويرتبط حيوية الضمير بأنوثة الوجه. هذه الإشارات تتعلق بشكل أساسي بميزات الوجه، ولا يمكن تغييرها عند التقاط الصور (Neslter et al., 2012, p.695)). بينما استعملت دراسات أخرى صوراً عفوية التقطها المشتركين بالتجربة، ووجدت أن الانبساط كان مرتبطاً بالبهجة والابتسام، بينما ارتبطت النرجسية بالجاذبية والملابس البراقة والمكياج، فضلاً عن ذلك، تكون وقفة المنبسطون بطريقة أكثر نشاطاً بينما وقفة الانطوائيين بطريقة أكثر توتراً في الصور الملتقطة لكامل الجسم (Borkenau et al. 2009, p.703; Naumann et

al., 2009, p.1666; Vazire et al., 2008, p. 1439). وبالمقارنة مع الأنواع الأخرى من الصور، تمنح صور سيلفي الأفراد مزيداً من الحرية في التحكم في رؤية وجههم والتعبير العاطفي وموضع الكاميرا. لذلك، قد تحتوي على إشارات جديدة، مثل وجه البطة وارتفاع الكاميرا، والتي لا تتوفر في الصور القياسية أو الاعتيادية.

وبالنظر الى العديد من البحوث السابقة التي ربطت بين سمات الشخصية والتقاط صور السيلفي والتي بحثت على نطاق واسع، فإن الهدف من هذه الدراسة هو تقديم المزيد حول هذا الموضوع باستعمال عينة من الشباب (طلبة الجامعة)، وعلى وجه الخصوص، يتناول البحث الحالي الخصائص الشخصية للأفراد التي لها ارتباط بحب التقاط السيلفي يركز الباحث في الدراسة الحالية، على أربع خصائص للشخصية قد ترتبط بحب التقاط صور السيلفي، تتضمن: (١) النرجسية، (٢) والشعور بالوحدة النفسية (٣) وسلوك البحث عن الانتباه، (٤) وسلوك التمرکز حول الذات.

#### أهداف البحث :

١. مستوى حب التقاط صور السيلفي لدى طلبة جامعة بغداد .
٢. مستوى حب التقاط صور السيلفي لدى طلبة جامعة بغداد على وفق متغير الجنس.
٣. العلاقة بين حب التقاط صور السيلفي وبعض سمات الشخصية (النرجسية، والوحدة النفسية، وسلوك البحث عن الانتباه، وسلوك التمرکز حول الذات).

#### حدود البحث

تحدد البحث الحالي بطلبة جامعة بغداد للعام الدراسي (٢٠١٨-٢٠١٩)، الدراسة الصباحية للتخصصين العلمي والإنساني، ومن كلا الجنسين (ذكور - إناث).

#### تحديد المصطلحات

أولاً: السيلفي **Selfie**.

McCullough et al(2002) محرر قاموس أوكسفورد الانجليزي(٢٠١٣)

كلمة السيلفي هو "توجه ظاهري تصاعدي هائل - للصورة التي يلتقطها المرء بنفسه، وعادة ما يتم التقاطها بهاتف ذكي أو كاميرا ويجب مشاركتها عبر وسائل التواصل الاجتماعي". ويعرف حب التقاط السيلفي في هذه الدراسة على أنه شعور الأفراد بأنهم مرتبطون عاطفياً بالتقاط صور السيلفي ودمجها في أنشطتهم اليومية. وإن أخذ هذه الصور هو نشاط مهم في حياتهم.

#### التعريف الإجرائي:

عينة ممثلة لمحتوى النطاق السلوكي لمفهوم حب التقاط صور السيلفي المتضمنة في الأداة ويعبر عنها بدرجة لأغراض هذا البحث .

**ثانياً: سمات الشخصية:**

ألبرت (Allport، ١٩٦٣): بأنها نظام نفسي عصبي يتميز بالتعميم والتمركز، ويختص بالفرد ولديه القدرة على نقل العديد من المنبهات المتعادلة وظيفياً، وعلى الخلق والتوجيه المستمرين لأشكال متعادلة من السلوك التعبيري والتوافقي، والسمة عنده لها وجود حقيقي في الفرد بمعنى أن السمات هي الحقائق النهائية للتنظيم النفسي في الشخصية .

كاتل (Cattle، ١٩٥٠): بأنها مجموعة ردود الأفعال والاستجابات التي يربطها نوع من الوحدة التي تسمح لهذه الاستجابات التنبؤ بما سيفعله الفرد، وأن توضع تحت اسم واحد، ومعالجتها بالطريقة ذاتها في معظم الأحوال. والسمة عنده كذلك، هي جانب ثابت نسبياً من خصائص الشخصية وهي بعد عاملي يستخرج بواسطة التحليل العاملي للاختبارات، أي الفروق بين الأفراد وهي عكس الحالة .

ايزنك (Eysenck، ١٩٥٣): مجموعة من الأفعال السلوكية التي تتغير معاً، وتعد السمات عنده مفاهيم نظرية أكثر منها وحدات حسية .

جيفورد (Guilford، ١٩٥٩): جانب يمكن تمييزه، وذو دوام نسبي على أساسه يختلف الفرد عن غيره . (عبد الخالق، ١٩٨٧، ص ٦٥-٦٦)

وتعرفها الباحثة إجرائياً: عينة ممثلة لمحتوى النطاق السلوكي لمفهوم (الانرجسية، والوحدة النفسية، وسلوك البحث عن الانتباه، والسلوك المتمركز حول الذات)، المتضمنة في أدوات البحث ويعبر عنها بدرجة لأغراض هذا البحث .

**ثانياً : الإطار النظري****المقدمة**

مع التطورات والتغيرات السريعة في تقنيات الاتصالات، تغيرت أنماط الحياة وعملية التنشئة الاجتماعية للأفراد داخل المجتمع. جادل ماكلوهان (Mcluhan(1969، أن كل تقنية اتصال جديدة تخلق مساحة حياة جديدة وأن تدفق الأشياء يتغير تبعاً لهذه المساحة. بمعنى أنه أصبحت تقنيات الاتصالات تشكل أساساً لجميع شرائح الحياة في المدارس والفصول الدراسية وأماكن العمل وحتى المنازل. وهذا يعني أن العوامل التكنولوجية تلعب دوراً حيوياً في تكوين النظام الثقافي وتضغط علينا في عالمهم الخاص في (Seyfi & Arpaci, 2016, p.144).

أدى تعميم وانتشار وسائط التواصل الاجتماعي في أثناء السنوات العشر الماضية إلى توفير قدر لا يصدق من الوقت الذي يخصصه الناس لهذا النوع من الوسائط. أصبحت منتجات الوسائط الجديدة مجرد عناصر لا غنى عنها في حياتنا. واحد هذه العناصر هو السيلفي. والذي أصبح جزءاً أساسياً من حياتنا. لقد تحول إلى الأكثر استعمالاً في تطبيقات

وسائل التواصل الاجتماعي وفي الإعلانات التجارية والدعاية السياسية والعلاقات الأسرية وفي إدراك الآخر وجعل نفسك مفهوماً للآخرين. (Seyfi & Arpaci, 2016, p.144)

يمكننا القول إنه يشكل البنية الأساسية لثقافة القرن الحادي والعشرين، ومن خلال التطورات التي حدثت في تقنيات الاتصالات، تغيرت عمليات التقييم الذاتي للأشخاص وتطورت. بدأ الناس الآن في دمج ذواتهم بمشاعر الإعجاب المقدمة من المجتمع من خلال مشاركتهم صورهم السيلفي على وسائل التواصل الاجتماعي، وبالتالي تأثير ذلك على سماتهم الشخصية.

### السيلفي وإدراك الذات Selfie and self- perception.

لقد كان مفهوم الذات موضوعاً للعديد من العلوم مثل علم النفس وعلم الاجتماع والعلوم التربوية. خاصة مع التطورات في تقنيات الاتصالات في السنوات الأخيرة، فقد اكتسبت مكانة مهمة في علوم الاتصال أيضاً. وفقاً لـ (Oyserman, 2004)، يبحث مفهوم الذات الإجابة عن الأسئلة، مثل "من أنا؟" و "أين أنتمي؟" للذات دور مهم للغاية في صنع القرار، ودوافع وسلوكيات الأفراد. (Hagger & Chatzisarantis, 2005, p.71) أما بالنسبة لـ (Purkey, 1970) فيعرف مفهوم الذات بأنه "نظام معقد وديناميكي لمعتقدات الفرد عن نفسه" ويرى (Yavuzer, 2001)، بأنه الطريقة التي ينظر بها الفرد إلى نفسه، وفكرته عن من وما هو، وهويته. ولا تتألف الذات فقط من تصورات الفرد وتوقعاته، وإنما آراء الآخرين المهمين في حياته، كأصدقائه، وعائلته، والمدرسين، إلخ، حوله وحول سلوكياتهم تجاهه. وبمعنى آخر كلما تقترب صورة الذات Self- image، الذات التي يتم إدراكها (كيف يرى نفسه) من الذات المثالية Ideal self (كيف يريد أن يكون) يزداد تقدير الفرد لذاته، أما (Baymur, 1994)، الذات هي قوة داخلية، تقوم بالملاحظة والحكم والتقييم والإدارة من خلال تنظيم سلوكياتنا. وبالنسبة لصور السيلفي، فإن القوة الداخلية التي تراقبنا تكون منفتحة للتأثيرات الخارجية وأصبحت أسهل في التلاعب بها. هنا، يتم تشكيل الفوضى بين تصور الفرد الحقيقي للذات وإدراكه المثالي للذات، لأن مشاركة صور السيلفي عبر وسائل التواصل الاجتماعي وإعجابهم بها والتعليق عليها يؤثر بشكل مباشر على التقييم الذاتي للشخص (Seyfi & Arpaci, 2016, pp, 145-146).

ومن الواضح أن أدوات الاتصال تتغير وتوجه نظر الناس إلى الذات. وفقاً للدراسة التي أجراها (Deniz, 2012)، لتحديد العلاقة بين وسائل التواصل الاجتماعي وإدراك الذات لدى طلبة المدارس الثانوية؛ يشارك الطلاب بطريقة أو بأخرى بعض المعلومات المتعلقة بالأشياء التي يقدرونها ويولونها أهمية بالنسبة لهم، في حساباتهم على وسائل التواصل الاجتماعي، تظهر الدراسة أن تصور المشاركين للذات في الشبكات الاجتماعية هو إيجابي.

ويعرض الطلاب ملفاتهم الشخصية الواقعية في الشبكات الاجتماعية دون أي تردد. ويمكنهم بسهولة من مشاركة المعلومات الحقيقية والصور الخاصة بهم. وبناء عليه ، يولي معظم الطلاب الاهتمام للصورة لتكون جيدة لهم ولأنفسهم ؛ ويكونون سعداء عندما يعجب اصداقائهم بصورهم (Seyfi & Arpaci,2016, p.146).

### السيلفي وإستراتيجيات تقديم الذات self presentation (الذات على المسرح)

يرتبط التقليد النظري للذات بعالم الاجتماع القرن العشرين، إيرفينج جوفمان، في كتابه المؤثر "تقديم الذات في الحياة اليومية" (١٩٥٦) يستعمل الفكرة المجازية للدراما لتقديم مفهوم فريد لتشكيل الهوية في دراسة التفاعل الانساني.

يبني التحليل المسرحي إطارًا لفهم التفاعل الإنساني، إذ يتصرف الأفراد كـ "ممثلين مسرحيين" على خشبة المسرح (Goffman, 1956). أثناء التفاعل، يُنظر إلى الأفراد على أنهم "أشخاص مؤدّين" من أجل تركيز الانتباه على الانطباع الذي يريدون إيصاله بأنفسهم للآخرين. وصف جوفمان عملية التغيير والتبديل في السلوك والعرض الانتقائي لبعض الخصائص "بإدارة الانطباع". يتم استعماله بشكل عام عندما يكون الممثل واعيا الى انه ملاحظ من الجمهور، ومن ثم يؤدي نشاطه التمثيلي لأولئك الذين يشاهدونه عن طريق إبراز بعض السلوكيات وإخفاء سلوكيات أخرى ليتناسب مع قواعد معينة وآداب السلوك الاجتماعي. (Swihart et al,2017, p.43).

جرى تضمين العوامل المساندة لمعالجة انطباع الجمهور على خشبة المسرح، وفقاً للوضع الاجتماعي والمظهر الخارجي وطريقة التفاعل. على سبيل المثال، يحافظ ضابط الشرطة على مظهر احترافي مهني، فضلا عن ارتداء الزي الرسمي؛ أمام الجمهور، إذ ينقل هذا العرض للضابط على أنه فرد كفء ومحترف. يدعي جوفمان (١٩٥٦) أنه من أجل توليد تصور ثابت للذات، يجب على المرء الحفاظ على روتين ثابت من الأداء، لأن الفشل في القيام بذلك يدل على خسارة هذا المظهر الخارجي. (Nesvadba,2017,p.5).

قد يتسبب عدم الاتساق في تطور دور متناقض للذات، مع اكتشاف الجمهور معلومات تتحدى مصداقية المؤدي (Aerni,2014, p.10). والنتيجة هي تصوير فاشل للصورة المبنية المرغوبة. وعادة ما يختلف سلوك الممثل في خشبة المسرح الخلفية، إذ لا يكون هناك حاجة إلى الأداء. وإنه "مكان مرتبط بأداء معين. الاستفادة من المثال المذكور أعلاه لضابط الشرطة، هو / هي قادرة على الاسترخاء في بيئة وراء الكواليس، وعدم الاضطرار إلى ارتداء الزي الرسمي أو التصرف بطريقة متوقعة اجتماعيا، لأنه ليس هناك حضور أو مشاهدين. (Nesvadba,2017,p.5-6).

وفي نفس الاتجاه طور روي باوميستر (Roy Baumeister, 1982, 1987)، نظرية في علم النفس الاجتماعي، لتحليل مدى واسع من السلوك البشري المشكل للظاهرة الاجتماعية، ويشير باوميستر أن تقديم الذات " سلوك يستهدف منه توصيل بعض المعلومات حول الذات أو بعض من صورة الذات على الآخرين ". وينتج عن هذا السلوك نوعين من الدوافع كما أشار إليها باوميستير:

#### ١ ارضاء الجمهور: Audience amuse

وهدفه هو مطابقة ما يعرضه الفرد من الذات مع توقعات الآخرين وتفضيلاتهم، بغرض الحصول على اعجابهم، ومعيار تحديد ما يتم عرضه من الذات هو الجمهور، ومن ثم سيكون مشروطا باختلاف الواقف والجمهور. ويعد هذا الدافع شكلا من أشكال " ادارة انطباع" الآخرين عن الفرد، عن طريق ما يظهره لهم من نفسه ليجعلهم يكونون انطباعا محددًا. (Baumeister & Debra, 1987, p.77).

#### ٢ بناء الذات Self- construction:

هدفه مطابقة ما يقدمه الفرد عن نفسه مع التصور النموذجي عن ذاته. أي أن تتطابق ذاته المرجوة مع ذاته الفعلية. ويكون هذا الدافع مشروطا بتصوير المرء لذاته النموذجية. يعمل الفرد على تقديم الذات في شبكات التواصل الاجتماعي من خلال الملفات الشخصية والمدونات وصور السيلفي، فالاصدقاء والمتابعون على هذه الشبكات هم بمثابة الجمهور الذي يعرض الفرد جزء من ذاته أمامهم أما لغرض ادارة انطباعهم عنه، أو لغرض إقناعهم وإقناع نفسه بأنه بالفعل على الصورة التي يود أن يكون عليها. (عثمان، ٢٠١٧، ص ٦-٧) ويشير كل من (Diefenbach & Christoforakos, 2017)، أن سلوك السيلفي هو أحد أشكال السلوك التي يقدم فيها الفرد ذاته عن طريق شبكات التواصل الاجتماعي، وذلك لأنها متمركزة حول الذات، وأكثر أنواع الدوافع المرتبطة بسلوك السيلفي هو دافع إرضاء الذات أو إدارة الانطباع.

أشار كل من جونز وبيتمان (Jones & Pittman, 1982)، الى خمس استراتيجيات شائعة لتقديم الذات وهي (التودد Ingratiation، وترويج الذات Self-promotion، والترهيب أو التخويف Intimidation، والأمثلة Exemplification، والاستجداء Supplication)، وإضاف ميرزباخر (Merzbacher)) نوعين آخرين من الاستراتيجيات وهي ( غمط النفس Understatement، وكشف الذات Self-disclosure) (عثمان، ٢٠١٧، ص ٧-٨). ويجادل كل (Diefenbach & Christoforakos, 2017)، بان السيلفي يصلح لتنفيذ استراتيجيتين فقط منهما :

ترويج الذات: المتمثل بسعي المرء لأن يجعل الآخرين يرونه بأنه شخص ذو جدارة (ذكاء، موهبة، كفاءة..)، وذلك عن طريق إظهار المرء لقدراته وانجازاته وتباهيه وافتخاره بها كشكل من أشكال الدعاية أو الترويج للذات.

كشف الذات: النقيض من استراتيجية الترويج للذات، فلا يعمل الفرد على تقديم ذاته (الملمعة) وإنما يكشف بعض المعلومات عن نفسه وما يمكن أن يكون جديراً بالتعاطف منها كشكل من أشكال البوح والانفتاح (عثمان، ٢٠١٧، ص ٧-٨).

### خصائص الشخصية المرتبطة بشدة نشر صور السيلفي النرجسية

تعرف الطبعة الخامسة من الدليل التشخيصي والإحصائي للاضطرابات العقلية (DSM-5)، الذي نشرته الجمعية الأمريكية للطب النفسي (٢٠١٣)، النرجسية بأنها "الإعجاب بالذات الذي يتميز بالميول نحو الأفكار العظيمة، والمواهب المتخيلة، والاستعراضية، والاسلوب الدفاعي رداً على النقد، والعلاقات الشخصية التي تتميز بمشاعر الاستحقاق والاستغلال وقلّة التعاطف. "يميل الأفراد النرجسيون إلى تطويع وجهات نظر إيجابية نحو الذات، والصفات الوراثية، الذي يتضمن الذكاء والجاذبية الجسمية و السلطة أو القوة (Emmons,1987; Mehdizadeh,2010). يمكن لخصائص النرجسية أن تفسر سبب هوس بعض الأفراد بالنقاط صور السيلفي، ويميل النرجسيون في الأساس إلى القلق بشأن المظهر الجسمي (Bleske- Recheck, Remiker, & Baker, 2008)، يحبون اللبس وتزيين أنفسهم بطرائق استغزالية وجذابة للانتباه وإفراط في تقدير جاذبيتهم في عيون الآخرين، وبسبب هذا السلوك، يميل النرجسيون إلى الاستمتاع بالنقاط صور سيلفي. وأن القيام بذلك يسمح لهم بالتحكم الكامل في كيفية ظهورهم في الصور. عادةً ما تكون صور السيلفي صور مجملّة بشكل جيد تسعى إلى التأثير على الآخرين. وهذا ما أشار إليه (Weiser,2015)، تتضمن صور سيلفي عادةً العناصر الأكثر وضوحاً للتفاخر والانتشار الذاتي. يمكن أن يكون النقاط صور السيلفي بمثابة مناورة نفسية جديدة يمكن من خلالها للأفراد النرجسيين تحقيق دوافعهم بسهولة. علاوة على ذلك، يميل النرجسيون إلى التعلق بشكل كبير بالنقاط صور السيلفي لأنه يمكنهم من تحميلها على مواقع التواصل الاجتماعي المختلفة SNSs، مما يسمح لهم بإرضاء رغبتهم في الانخراط في سلوك تعزيز الذات. (Sorokowski et al., 2015, p.125).

تشير الدراسات السابقة، بأن هناك دليل واضح على الصلة بين الصور Selfies والنرجسية. على سبيل المثال، وجدت دراسة (Fox and Rooney,2015)، في البداية علاقة قوية بين النرجسية وعدد صور السيلفي التي تم نشرها. وركزت الدراسة التي قام بها

Weiser(2015) على ثلاثة أبعاد فرعية من النرجسية، بما في ذلك القيادة/ السلطة، والاستعراضات الكبرى او المفرط، والاستحقاق/ الاستغلال؛ وجد أن تواتر نشر صور السيلفي كان مرتبطاً بشدة بأبعاد القيادة/ السلطة والاستعراضية المفرطة. استعمل Sorokowski et al (2015) أربعة مقاييس فرعية من النرجسية، تضمنت الاكتفاء الذاتي Self- sufficiency، والغرور Vanity، والقيادة Leadership، وطلب الإعجاب admiration demand؛ ووجدوا أن الصلة بين الدرجات الإجمالية للنرجسية ونشر صور السيلفي الخاصة بهم كانت أقوى عند الذكور مقارنة بالإناث ( Sorokowski et al., 2015, p.125).

### سلوك البحث عن الانتباه. Attention-seeking behavior.

فضلا عن الارتباط الذي قد يكون لدى النرجسية مع حب التقاط صور السيلفي ، تجادل الدراسة بأن ارتباطها يمكن أن يقدم بشكل غير مباشر عن طريق سلوك يرتبط ارتباطاً وثيقاً بالنرجسية، بما في ذلك سلوك البحث عن الانتباه والسلوك المتمركز حول الذات. أولاً، يحدث السلوك الباحث عن الانتباه عادة عندما يتصرف الأشخاص بطريقة تهدف إلى جعل الآخرين ينتبهون إليهم. وفي الواقع، يرتبط سلوك البحث عن الانتباه بالسلمات النرجسية نظراً لأن كونه مركز الاهتمام يحقق هدف كونه مركز القوة والتأثير ( DeWall, Buffardi, Bonser, & Campbell, 2011)، واقترح Weiser (2015) أن يكون النرجسيون متحمسين لجذب انتباه الآخرين وإعجابهم للحفاظ على وجهات نظرهم للذات المتضخمة. على الرغم من أن هذا السلوك يحدث عادة عند الأطفال، إلا أنه طبيعي أيضاً عند البالغين. وفي كثير من الحالات، يمكن أن يؤدي السعي وراء الانتباه إلى سلوك منتج (وذلك، بالعمل الجاد للحصول على اعتراف أو اطراء من الآخرين). ومع ذلك، فإن البحث عن الاهتمام المفرط يمكن أن يؤثر على الصحة النفسية لبعض الأفراد، وقد يتسبب ذلك في الانخراط في بعض السلوكيات غير المناسبة (Angstman & Rasmussen, 2011, p.125).

بشكل عام، نظراً لأن الأشخاص الذين لديهم سلوك البحث عن الانتباه يرغبون في الانخراط في سلوك يهدف إلى جذب انتباه الآخرين، فإنهم يميلون إلى حب التقاط صور السيلفي ويدركون أن القيام بذلك على أنه عمل مهم لأنه يمكنهم من نشر هذه الصور على مواقع التواصل الاجتماعي SNS لجذب والحصول على تعليقات إيجابية من أقرانهم.

### السلوك المتمركز حول الذات. Self-centered behavior.

هناك سلوك آخر مرتبط بالنرجسية وقد يرتبط أيضاً بحب التقاط صور السيلفي هو السلوك المتمركز حول الذات. عموماً، يميل الأفراد ذوو السلوك المتمركز حول الذات إلى الاهتمام أكثر بأنفسهم أكثر من اهتمامهم بالآخرين. ويميلون إلى التفكير في احتياجاتهم

ورغباتهم الخاصة، وبدلاً من محاولة فهم الآخرين أو التعاطف معهم، يتوقعون أن يفهمهم الآخرون. بشكل خاص، نظراً لأن الأفراد يميلون إلى التركيز بشكل رئيسي على أنفسهم عند التقاط صور السيلفي، فقد يرتبط هذا الاتجاه بالسلوك المتمركز حول الذات الذي يظهره. بدأ المجتمع مؤخراً في التعبير عن القلق من أن التقاط صور السيلفي قد يعتبر فعلاً أنانياً لأنه يجعل الناس يهتمون كثيراً بمظهرهم في الصور ويفشلون في التفكير في الآخرين من حولهم. وهذه جاءت متسقة مع دراسة (Fox and Rooney, 2015) بشأن هذه الحجة، حيث أظهرت أن الأشخاص الذين ينشرون صور السيلفي بانتظام على الشبكات الاجتماعية تميل إلى إظهار عدم التعاطف. (Charoensukmongkol, 2016, p.3)

### الشعور بالوحدة النفسية. Loneliness.

عُرِفَ الشعور بالوحدة النفسية بأنه "مستوى من العلاقات الاجتماعية الأولية أقل من المستوى المرغوب أو المتحقق، وتتضمن المشاعر المضطربة، والضيق، وإدراك لأوجه القصور في تلك العلاقات الاجتماعية". يعد الشعور بالوحدة خاصية شخصية مرتبطة مع التقاط صور السيلفي لأن الأبحاث السابقة أظهرت أنها تميل إلى الارتباط بقوة بكثافة الأنشطة على مواقع التواصل الاجتماعي SNS، لاسيما نشر المعلومات ومشاركتها ( Lou et al, 2012, p. ١٠٦). و نظراً لأن التقاط صور السيلفي هو نشاط يستهدف إلى تعزيز الكشف عن الذات والتواصل الاجتماعي على مواقع التواصل الاجتماعي، لذلك يمكن اعتباره مهماً لأولئك الذين يعانون من الشعور بالوحدة النفسية. وبشكل أكثر تحديداً، قد يستمتع الأشخاص بأخذ صور سيلفي لتقليل الشعور بالوحدة لأن نشر صور سيلفي على هذه المواقع SNSs والحصول على ردود أفعال من أصدقائهم يساعد على تعزيز الكشف عن الذات والتواصل الاجتماعي. فضلاً عن ذلك جادل كل من (Steinfeld et al, 2008, p. ٤٣٨)، بأن حب التقاط صور السيلفي يمكن أن يتسبب في تطوير الأفراد علاقات سطحية مع الآخرين، والتي يمكن أن تخلق المزيد من الشعور بالوحدة. يتم دعم هذه الحجة من خلال بحث يشير إلى أن المشاركين الذين ذكروا أنهم نشروا المزيد من صور السيلفي تميل إلى الحصول على درجة أقل في مقياس الألفة (Steinfeld et al, 2008, p. ٤٣٨).

### ثالثاً: إجراءات البحث

#### أولاً: مجتمع البحث

لقد تحقق مجتمع البحث الحالي بطلبة جامعة بغداد للعام الدراسي (٢٠١٨-٢٠١٩)، الدراسة الصباحية للتخصصين العلمي والإنساني، ومن كلا الجنسين (ذكور - إناث) والبالغ عددهم (١٥٣٤٩) طالب وطالبة.

## ثانياً: عينة البحث

اشتملت عينة البحث الحالي على عينة من طلبة جامعة بغداد بلغ عددهم (١٣٥) بواقع (٦٤) ذكر، و(٧١) انثى، تم اختيارهم بطريقة عشوائية.

## ثالثاً: أداة البحث

جرى تبني مقياس حب النقاط صور السيلفي Selfie- liking scale ومقاييس سمات الشخصية المتمثلة بالانرجسية، وسلوك البحث عن الانتباه، ومقياس السلوك المتمركز حول الذات، ومقياس الوحدة النفسية، الذي تم اعدادها من قبل (Charoensukmongkol, 2016, p.7)، تمت ترجمة فقرات مقياس حب النقاط صور السيلفي ومقياس سمات الشخصية من اللغة الانكليزية إلى اللغة العربية، والتأكد من سلامة صياغة فقرات المقياس لغوياً، وذلك عن طريق عرضه على أحد الاختصاصيين في اللغة العربية. بعد ذلك تم ترجمة المقياس مرة أخرى من اللغة العربية الى اللغة الانكليزية، وذلك للتأكد من أن الترجمة العربية للمقياس تعكس المعنى الفعلي والحقيقي لفقرات المقياس الأصلي، ومن ثم تم الحصول على نسخة أولية مترجمة. يتألف مقياس حب النقاط صور السيلفي من (٦) فقرات، ومقياس الانرجسية من (٨) فقرات، والاستجابة وفق تدرج خماسي (٥-١) اتفق تماماً، اتفق، اتفق الى حد ما، لا أتفق، لا أتفق تماماً، وتعطى الدرجات كالاتي (٥-٤-٣-٢-١)، أما مقياس الوحدة النفسية فيتكون من (٦) فقرات، ومقياس سلوك البحث عن الانتباه (٤) فقرات، ومقياس سلوك التمرکز حول الذات (٥) فقرات، والاستجابة وفق تدرج خماسي (دائماً، غالباً، احياناً، نادراً، ابداً)، وتعطى الدرجات كالاتي (٥-٤-٣-٢-١).

**صدق المقياس :** و تم التحقق من خلال :

**صدق المحكمين :** عرض المقياس على محكمين في مجال العلوم النفسية و التربوية بغية التحقق من وضوح الفقرات و صياغتها و ملائمتها للغرض الذي وضعت لأجله ، و كانت نسبة اتفاق المحكمين (١٠٠%) و لجميع الفقرات.

**صدق البناء :** و قد تحقق من خلال إيجاد معاملات ارتباط درجة الفقرة بالدرجة الكلية للمقياس، و الجدول (١) و (٢) و (٣) و (٤) و (٥)، توضح النتائج.

جدول (١) علاقة الفقرة بالدرجة الكلية لمقياس حب النقاط صور السيلفي

معامل الارتباط	تسلسل الفقرة	معامل الارتباط	تسلسل الفقرة	معامل الارتباط	تسلسل الفقرة
0.906	5	0.923	3	0.874	1
0.900	6	0.907	4	0.931	2

جدول (٢) علاقة الفقرة بالدرجة الكلية لمقياس النرجسية

معامل الارتباط	تسلسل الفقرة	معامل الارتباط	تسلسل الفقرة
0.856	5	0.883	1
0.859	6	0.843	2
0.786	7	0.832	3
0.854	8	0.797	4

جدول (٣) علاقة الفقرة بالدرجة الكلية لمقياس الوحدة النفسية

معامل الارتباط	تسلسل الفقرة	معامل الارتباط	تسلسل الفقرة
0.835	4	0.829	1
0.751	5	0.815	2
0.778	6	0.772	3

جدول (٤) علاقة الفقرة بالدرجة الكلية لمقياس سلوك البحث عن الانتباه

معامل الارتباط	تسلسل الفقرة	معامل الارتباط	تسلسل الفقرة
0.822	3	0.865	1
0.872	4	0.839	2

جدول (٥) علاقة الفقرة بالدرجة الكلية لمقياس سلوك التمركز حول الذات

معامل الارتباط	تسلسل الفقرة	معامل الارتباط	تسلسل الفقرة
0.887	4	0.888	1
0.754	5	0.770	2
		0.850	3

وقد أظهرت نتائج التحليل الإحصائي من إن معاملات الارتباط درجة الفقرة بالدرجة الكلية للمقياس جميعها دالة و عند مستوى دلالة (٠.٠٠١) و الذي يعد مؤشرا لصدق البناء. الثبات : وتم التحقق منه بطريقة الاتساق الداخلي (الفا كرونباخ) للمقاييس، إذ طبق المقياس على عينة قوامها (٣٠) طالب/ة جامعي، و أسفرت النتائج عن معاملات الثبات الآتية و كما موضح في الجدول (٦)

جدول (٦) معامل الثبات

معامل الفا كرونباخ	المقياس
0.816	حب التقاط صور السيلفي
0.794	النرجسية
0.798	الوحدة النفسية
0.829	سلوك البحث عن الانتباه
0.813	سلوك التمركز حول الذات

## عرض النتائج ومناقشتها

أولاً: التعرف على مستوى حب التقاط صور السيلفي لدى طلبة جامعة بغداد .

إذ تم حساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لأفراد عينة البحث على مقياس حب التقاط صور السيلفي، وللتعرف على دلالة الفرق الاحصائي بين المتوسط الحسابي والفرضي تم استعمال الاختبار التائي t-test لعينة واحدة، واتضح ان هناك فروقاً دالة احصائياً، وذلك عن طريق مقارنة القيم التائية المحسوبة بالجدولية البالغة (١.٩٦) عند مستوى (٠.٠٥) ودرجة حرية (١٣٤) والجدول (٧) يبين ذلك

جدول (٧) الاختبار التائي لعينة واحدة للتعرف على الفرق بين الوسطين الحسابي والفرضي

المقياس	المتوسط	الانحراف المعياري	درجة الحرية	الوسط الفرضي	التائية المحسوبة	التائية الجدولية	الدلالة
حب التقاط صور السيلفي	23.192	6.924	134	18	8.713	1.96	دال

وتشير النتيجة أعلاه ان لدى عينة البحث مستوى عال من حب التقاط صور السيلفي والهدف الثاني: التعرف على مستوى حب التقاط صور السيلفي لدى طلبة جامعة بغداد على وفق متغير الجنس. إذ تم حساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لدرجات العينة واستخراج القيمة التائية لعينتين مستقلتين، والجدول (٨) يبين ذلك

جدول (٨) الاختبار التائي لعينتين مستقلتين للتعرف على الفروق في حب التقاط صور

السيلفي وفق متغير الجنس

المقياس	الجنس	العدد	المتوسط	الانحراف المعياري	درجة الحرية	التائية المحسوبة	التائية الجدولية	الدلالة
حب التقاط صور السيلفي	اناث	71	26.0141	4.274	133	5.505	1.96	دال
	ذكور	64	20.0625	7.921				

وتشير النتيجة الى أن هناك فروقاً ذات دلالة في حب التقاط صور السيلفي لدى طلبة

جامعة بغداد يعزى الى متغير الجنس (ذكور واناث) ولصالح الإناث.

الهدف الثالث: التعرف على العلاقة بين حب التقاط صور السيلفي وبعض سمات الشخصية (النرجسية، والوحدة النفسية، وسلوك البحث عن الانتباه، وسلوك التمركز حول الذات) . ولتحقيق هذا الهدف، تم استخراج معامل ارتباط بيرسون بين الدرجات الكلية التي حصل عليها أفراد عينة البحث على مقياس حب التقاط صور السيلفي ودرجاتهم على مقاييس

سمات الشخصية) النرجسية، والوحدة النفسية، وسلوك البحث عن الانتباه، وسلوك التمركز حول الذات)، والجدول (١٠) يوضح ذلك.

جدول (٩) الارتباط البسيط بين حب التقاط صور السيلفي وبعض سمات الشخصية (النرجسية، والوحدة النفسية، وسلوك البحث عن الانتباه، وسلوك التمركز حول الذات)

سمات الشخصية	النرجسية	الوحدة النفسية	سلوك البحث عن الانتباه	سلوك التمركز حول الذات
حب التقاط صور السيلفي	0.824	0.370	0.317	0.266
معامل الارتباط				

ومن خلال الجدول أعلاه يتبين أن هناك علاقة ارتباطية دالة احصائياً بين حب التقاط صور السيلفي وسمات الشخصية (النرجسية، والوحدة النفسية، وسلوك البحث عن الانتباه، وسلوك التمركز حول الذات)، ولمعرفة فاعلية كل سمة من سمات الشخصية المذكورة في حب التقاط صور السيلفي، وإجراء تحليل الانحدار المتعدد، والجدول (١٠) يوضح ذلك.

جدول (١٠) تحليل الانحدار للتعرف على الدلالة الإحصائية وإسهام سمات الشخصية في

حب التقاط صور السيلفي

مصدر التباين	مجموع المربعات s.of.s	درجة الحرية D.F	متوسط المربعات M.S	القيمة الفائية F	الدلالة sig
الانحدار	4443.66	4	1110.91	72.890	0.05
المتبقي	1981.31	130	15.241		
الكلية	6424.99	134			

من خلال الجدول أعلاه يتبين أن سمات الشخصية بمجموعها تسهم بدلالة احصائية في حب التقاط صور السيلفي لدى طلبة جامعة بغداد، إذ بلغت القيمة الفائية المحسوبة لتحليل تباين الانحدار (٧٢.٨٩) وهي أعلى من الفائية الجدولية البالغة (٢.٣٧) عند مستوى (٠.٠٥) ودرجة حرية (١٣٠،٤). وللتعرف على الإسهام النسبي لكل سمة من سمات الشخصية في حب التقاط صور السيلفي فقد تم استخراج معامل (بيتا Beta) والجدول (١١) يوضح ذلك.

ومن خلال الجدول (١١) يتبين أن للنرجسية وسلوك التمركز حول الذات لها إسهام دال احصائياً في حب التقاط صور السيلفي وإن نسبة إسهام النرجسية كان أعلى من التمركز حول الذات، إذ بلغت معامل بيتا للنرجسية (٠.٨٣)، وسلوك التمركز حول الذات (٠.١٧)، وعند تربيع هذه القيم نجد أن النرجسية تبلغ (٠.٦٩)، والتمركز حول الذات (٠.٠٣). مما

يشير إلى أن (٠.٧٢) التغيير في حب التقاط صور السيلفي يرجع إلى النرجسية وسلوك التمرکز حول الذات.

جدول (١١) معامل بيتا للإسهام النسبي ودلالاتها الاحصائية

الدالة	T المحسوبة	قيمة بيتا	معامل التحديد	الارتباط المتعدد	السمة
دال	15.240	0.829	0.962	0.832	النرجسية
غير دال	1.512	0.115			الوحدة النفسية
غير دال	0.362	0.035			سلوك البحث عن الانتباه
دال	1.917	0.168			سلوك التمرکز حول الذات

#### مناقشة النتائج:

بالنسبة لنتيجة الهدف الأول المتمثل بالدرجة العالية لحب التقاط صور السيلفي لدى عينة البحث يمكن تفسيره الى انه اصبحت تقنيات الاتصالات المختلفة تشكل أساسا لجميع شرائح المجتمع، بما فيها فئة الشباب، سواء في المدارس والفصول الدراسية أو الجامعية، وأماكن العمل، وحتى في المنازل..الخ، والتي تلعب دورا حيويا في تكوين النظام الثقافي، وعليه تغيرت عمليات التقييم الذاتي للأفراد أنفسهم وتطورت تبعا للتغيرات في تقنيات الاتصالات المختلفة، حيث بدأ الأفراد بدمج ذواتهم بمشاعر الإعجاب المقدمة من قبل الجميع، والى الرغبة باستثارة اهتمام الآخرين ولفت الانتباه والرغبة في رفع المكانة النفسية والشعور بالانتماء الى جماعة ما، والتعارف الاجتماعي من خلال مشاركتهم لصور السيلفي التي يلتقطونها لأنفسهم عبر وسائل التواصل الاجتماعي، والتي أصبحت اداة مهمة للغاية لتمكينهم من التعبير عن أنفسهم، وهذا ما أكدت عليه العديد من الدراسات منها ( Hess,2015, p.1626; Roberts & koliska,2017,p.10 ; Moon et al,2016, p.23; Gabriel, 2014, p.١٠٤).

أما نتيجة الهدف الثاني، هذا ما يمكن تفسيره وفقا لما أشار إليه (Allbery,2015) ، إلى أن جميع الإناث يسعين جاهدات للحصول على صورة منسقة تكون فيها الذات الجميلة والجذابة والمتوازنة مع بعض التأكيدات على الاصاله وهذا يمكن تحقيقه عن طريق التقاط صور السيلفي من خلال إبراز جوانب معينة من المظهر الخارجي، وإخفاء جوانب أخرى،

وهذا ما جرت الإشارة إليه في استخدام استراتيجية إدارة الانطباع من أجل جذب أكبر قدر من الإعجابات والتعليقات.

يمكن لخصائص النرجسية أن تفسر سبب هوس بعض الأفراد بالتقاط صور السيلفي، ويميل النرجسيون في الأساس إلى القلق بشأن المظهر الجسمي وبسبب هذا السلوك، يميل النرجسيون إلى الاستمتاع بالتقاط صور سيلفي، يحبون اللبس وتزيين أنفسهم بطرق استغزائية وجذابة للانتباه وإفراط في تقدير جاذبيتهم في عيون الآخرين، وبسبب هذا السلوك، يميل النرجسيون إلى الاستمتاع بالتقاط صور سيلفي (Halpern et al. 2016, p. 99; kaur, maheshwari and Sharma, 2018, p.56; Arpaci, 2018, P.71). أما بالنسبة للسلوك المتمركز حول الذات بشكل خاص، نظرًا لأن الأفراد يميلون إلى التركيز بشكل رئيسي على أنفسهم عند التقاط صور السيلفي، يميل الأفراد ذو السلوك المتمركز حول الذات إلى الاهتمام بأنفسهم أكثر من اهتمامهم بالآخرين. ويميلون إلى التفكير في احتياجاتهم ورغباتهم الخاصة، وبدلاً من محاولة فهم الآخرين أو التعاطف معهم، يتوقعون أن يفهمهم الآخرون. وهذا ما أكدته الدراسة التي أجريت من قبل كل من (Seyfi & Arpaci, 2016, p.143).

#### التوصيات

- على مختصي الصحة النفسية والإرشاد النفسي في الجامعة، العمل على استكشاف كيفية استخدام الشباب لصور السيلفي ووسائل التواصل الاجتماعي والتواصل الرقمي كجزء مهم من تقييم الصحة النفسية لهم، وفتح الباب للمناقشات حول تقدير الذات، صورة الجسم والعلاقات الصحية والسلامة الرقمية.
- يجب تحديد الأماكن والأوقات التي تخلو من الاستخدام للأدوات التكنولوجية في المنازل ومراكز التعلم والأماكن العامة وما إلى ذلك لتقليل تأثيرها والاعتماد عليه.
- يجب بذل المحاولات على المستويين الشخصي والمجتمعي لتقليل الاستخدام الإلكتروني المفرط لاستعادة توازن الحياة والعمل.

#### المقترحات

- إجراء تحليل الانحدار المتعدد لمعرفة تأثير متغيرات أخرى على سلوك حب التقاط صور السيلفي.
- العلاقة بين حب التقاط صور السيلفي ومتغيرات أخرى (الحاجات النفسية، وأهداف الحياة، والسمات الثقافية، والمعايير الاجتماعية).
- إجراء دراسة مماثلة تتناول عينات أخرى مختلفة مع الأخذ بنظر الاعتبار لمتغيرات ديموغرافية (العمر، والجنس، والمستوى التعليمي، والمهنة.. الخ).

## المصادر:

١. الشربيني، لطفي.(٢٠٠١). موسوعة شرح المصطلحات النفسية انجليزي- عربي، دار النهضة العربية للطباعة والنشر، بيروت.
٢. عثمان، طارق.(٢٠١٧). أكثر من صورة الدوافع النفسية للسيلفي، أوراق نماء(١٤٧)، مركز نماء للبحوث والدراسات، ١-١٥. تم استردادها من <https://www.academia.edu/31748989/>.
٣. عبد الخالق، أحمد محمد(١٩٨٧). الأبعاد الأساسية للشخصية بـ٤، دار المعرفة، الإسكندرية، مصر.
1. Aerni, M. (2014). The passionate 'sharing' of creative women: A Study of self-portrayal on Facebook and Instagram. (Masters Thesis, Stockholm University).Retrieved from <http://www.divaportal.org/smash/get/diva2:724725/FULLTEXT01.pdf>
2. Angstman, K. B., & Rasmussen, N. H. (2011). Personality disorders: Review and clinical application in daily practice. *American Family Physician*, 8, 1253–1260.
3. Arpaci, Ibrahim.(2018). The moderating effect of gender in the relationship between narcissism and selfie-posting behavior, *Personality and Individual Differences*. 134 ,71–74
4. Balakrishnan, J.,& Griffiths,MD(2018). An Exploratory Study of “Selfitis” and the Development of the Selfitis Behavior Scale. *International Journal of Mental Health and Addiction*, 16,722-736.
5. Baumeister Roy F., Hutten, Debra G. (1987). Self-presentation theory: self-construction and audience pleasing. In Goethals, George and Mullen, Brian (ed.) theories of group behavior. New york: springer –Verlag Inc. pp. 71-87.
6. Borkeu, P., Brecke, S., Möttig, C., & Paelecke, M. (2009). Extraversion is accurately perceived after a 50-ms exposure to a face. *Journal of Research in Personality*, 43(4), 703-706.
7. Charoensukmongkol, Peerayuth. (2016). Exploring personal characteristics associated with selfie-liking. *Cyberpsychology*. 10(2).1-13.
8. El-Sherbiny, Lotfi (2001), Encyclopedia of Explaining Arabic Psychological Terms, Dar Al-Nahda Al-Arabiya for Printing and Publishing, Beirut.
9. Flaherty, G. T., & Choi, J. (2016). The 'selfie' phenomenon: reducing the risk of harm while using smartphones during international travel. *Journal of Travel Medicine*, 23(2), 1–3.
10. Fox, J., & Rooney, M. C. (2015). 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*, 76, 161-165.
11. Gabriel, Fleur. (2014). Sexting, Selfies and Self-Harm: Young People, Social Media and the Performance of Self-Development. *Media International Australia incorporating Culture and Policy*. 151. 104-112.
12. Halpern, D., Valenzuela, S., & Katz, J. E. (2016). “Selfie-ists” or “Narcisselfiers”? A cross-lagged panel analysis of selfie taking and narcissism. *Personality and Individual Differences*, 97, 98–101.
13. Hess, A. (2015). Selfies| the selfie assemblage. *International Journal of Communication*, 9, 1629–1646.
14. Kaur, Sukhdeep & Maheshwari, Dr S K & Preksha, Dr. (2018). Narcissistic Personality and Selfie Taking Behavior among College Students. *International Journal of medical and health research*. 3. 56-60.
15. Kwon, Y. J. & Kwon, K. N. (2011). Self in Selca, Self-Portrait Photography, as a Model, Photographer, And Consumer. *Building Connections*, 39, 660-661.

16. Ma, J. W., Yang, Y., & Wilson, J. A. (2017). A window to the ideal self: a study of UK Twitter and Chinese Sina Weibo selfie-takers and the implications for marketers. *Journal of Business Research*, 74, 139–142.
17. Moon, J. H., Lee, E., Lee, J. A., Choi, T. R., & Sung, Y. (2016). The role of narcissism in self-promotion on Instagram. *Personality and Individual Differences*, 101, 22–25.
18. Naumann, L. P., Vazire, S., Rentfrow, P. J., & Gosling, S. D. (2009). Personality judgments based on physical appearance. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 35(12), 1661-1671
19. Nestler, S., Egloff, B., Kufner, A. C., & Back, M. D. (2012). An integrative lens model approach to bias and accuracy in human inferences: Hindsight effects and knowledge updating in personality judgments. *Journal of personality and social psychology*, 103(4), 689-717.
20. Nesvadba, Noé(2017) The presentation of self in the digital world: Goffman and the study of women's self-portrayal on istagram through selfies, A Master's Dissertation Submitted in partial fulfillment of the requirements for the award of M.A in Digital Media and Society, Loughborough University, Retrieved from <https://www.academia.edu/36582334/>
21. Qiu, L., Lu, J., Yang, S., Qu, W., & Zhu, T. (2015). What does your selfie say about you? *Computers in Human Behavior*, 52, 443–449.
22. Roberts, J., & Koliska, M. (2017). Comparing the use of space in selfies on Chinese Weibo and Twitter. *Global Media and China*, 2(2), 1–16.
23. Sorokowski, P., Sorokowska, A., Oleszkiewicz, A., Frackowiak, T., Huk, A., & Pisanski, K. (2015). Selfie posting behaviors are associated with narcissism among men. *Personality and Individual Differences*, 85, 123–127.
24. Steinfield, C., Ellison, N. B., & Lampe, C. (2008). Social capital, self-esteem, and use of online social network sites: A longitudinal analysis. *Journal of Applied Developmental Psychology*, 29, 434–445.
25. Swihart, J.D., Polack, C., Gilbert, E., Essa, I. (2017). Selfie-Presentation in Everyday Life: A Large-Scale Characterization of Selfie Contexts on Instagram, *Proceedings of the Eleventh International AAAI Conference on Web and Social Media*, 42-51
26. Tandoc, E. C., Jr., Ferrucci, P., & Duffy, M. (2015). Facebook use, envy, and depression among college students: Is facebooking depressing? *Computers in Human Behavior*, 43, 139–146.
27. Vazire, S., Naumann, L. P., Rentfrow, P. J., & Gosling, S. D. (2008). Portrait of a narcissist: Manifestations of narcissism in physical appearance. *Journal of Research in Personality*, 42(6), 1439-1447.
28. Weiser, E. B. (2015). Me: Narcissism and its facets as predictors of selfie-posting frequency. *Personality and Individual Differences*, 86, 477–481.
29. Weiten & Margaret (1994) *Psychology Applied Modern Life*, Cole PUBLISHING Company Pacific Grove, California.