

Dealing with the social media content and its relationship with personality Five-Factors' of Sudanese psychologists

Mohamed MohamedAlhadi Suliman

Elsir Ahmed Suliman

University of Hail || KSA

Abstract: The study aims to investigate the relationship between the styles of dealing with social media content and personality Five-Factor the Sudanese psychologist. The researchers used the style of dealing with social media, and the Five-Factor Inventory Costa & McCrae. The researchers applied the tools to a sample of 300 (males and females) Sudanese psychologist. The collected data analyzed statistically by SPSS. The results showed positive styles of Sudanese psychologist dealing with social media content and showed a high levels of positive of the Sudanese psychologist, and showed a significant relationship between styles of dealing with social media and (Extraversion, Conscientiousness) of the Sudanese psychologist, and no significant relationship between styles of dealing with social media and (Neuroticism, Extraversion, Openness to experience, Agreeableness, sex, age, social media). Finally, the researchers gave some recommendations depending on the research results.

Keywords: styles of dealing with social media content, personality Five-Factor, Sudanese psychologist

التعامل مع محتوى رسائل وسائط التواصل الاجتماعي وعلاقته بعوامل الشخصية الكبرى لدى الأخصائيين النفسيين السودانيين

محمد محمد الهادي سليمان

السر أحمد سليمان

جامعة حائل || المملكة العربية السعودية

الملخص: هدفت الدراسة إلى التعرف على التعامل مع محتوى وسائط التواصل الاجتماعي وعلاقته بعوامل الشخصية لدى عينة مكونة من 300 من مختصي علم النفس السودانيين. ولتحقيق ذلك الهدف استخدم الباحثان المنهج الوصفي الارتباطي. وقد تم استخدام قائمة التعامل مع وسائط التواصل الاجتماعي من إعداد السر سليمان وعثمان فضل السيد، وقائمة العوامل الخمسة الكبرى للشخصية لكوستا وماري. وتم تحليل البيانات إحصائياً بواسطة أساليب التحليل الإحصائي المناسبة التابعة لبرنامج SPSS وأفادت النتائج الآتي: يتسم تعامل الأخصائيين النفسيين السودانيين مع مواقع التواصل بالإيجابية، توجد علاقة طردية موجبة بين التعامل مع محتوى مواقع التواصل وعاملي (الانبساطية والإنقاذ) ولا توجد علاقة مع عوامل (العصابية والتفتح للخبرة والقبول) ولا توجد علاقة مع (العمر، النوع، مكان الإقامة، الحالة الزوجية، نمط استخدام الوسائط). وتمت مناقشة النتائج بناءً على الإطار النظري والبحوث السابقة، وقدم الباحثان مجموعة من التوصيات والمقترحات البحثية التي تثرى الميدان العلمي.

الكلمات المفتاحية: التعامل مع محتوى وسائط التواصل الاجتماعي، عوامل الشخصية، مختصي علم النفس السودانيين

المقدمة.

بدأ استخدام الإنترنت في عام 1974م بصورة محدودة جداً، وتشير الإحصائيات إلى أنه في عام 2000 لم يكن هناك سوى 400 مليون مستخدم في عموم العالم وفي عام 2015م بلغ عدد مستخدمي الإنترنت في العالم 3.2 مليار من المستخدمين. والسبب في ذلك ظهور العديد من الوسائل التي تم استخدامها في التواصل بين البشر والتي أطلق عليها وسائل التواصل الاجتماعي (Social Media) (Careless, 2015,22). وتطورت تقنيات الاتصال المستندة على الحاسب الآلي والإنترنت تطورا متسارعا، وأفرزت العديد من الوسائل الاتصالية مثل فيس بوك، تويتر، واتس اب، يوتيوب، سناب شات، تلغرام، انستغرام وغيرها. وقد استقطبت هذه الوسائل العديد من الأفراد والمجتمعات حول العالم، الذين تتضاعف أعدادهم بصورة مطردة بتغير الثواني والدقائق وهذه الوسائل يتم من خلالها تبادل الرسائل المحتوية على المكالمات الصوتية، والكتابات النصية، والصور والأشكال والرسوم الكاريكاتورية، وأفلام الفيديو، والمقاطع المختلفة، وساعدت هذه الوسائل بعض ممن يعانون صعوبات في التواصل المباشر (الانطواء، الرهاب الاجتماعي) في خلق تواصل بديل واشباع دوافع مثل حب الاستطلاع حتى في الموضوعات التي يصعب الحديث عنها في التواصل المباشر مثل الجنس والدين والسياسة وغيرها بل والتحول الى نجوم أحيانا، كما ساهمت في ضعف النشاط الاجتماعي لأشخاص كانوا فاعلين اجتماعيا في السابق، ونظراً لعدم القدرة على السيطرة عليها وخطورة ما تنقله من مواد تتضمن تأثيرات سلبية فإن محطة الدفاع الأخيرة تتمثل في وعي الأفراد المستقبلين والمشاركين في النظر للمحتويات ونقدها واتخاذ القرارات المتعلقة بنشرها أو الرد عليها أو حججها لذا فإنه لا بد من التعرف على العوامل المؤثرة في التفاعل الاجتماعي من خلالها ومن ضمنها العوامل المرتبطة بالشخصية.

مشكلة الدراسة:

يعد أبرز المتغيرات العصرية الحديثة التطورات الرقمية الحديثة وما يرتبط بها من ثورة معلوماتية ماثورة عبر العديد من الوسائل والتطبيقات وأصبح الانسان المعاصر يقضي كثير من وقته في استخدام الوسائل المختلفة أي ان سلوكه اليومي اصبح مرتبطا بها بشكل كبير ونتج عن ذلك قلة النشاط الاجتماعي خارج الوسائل للكثير من الناس وظهور كثير من الافراد بمظهر النشطين اجتماعياً بعكس وضعهم في الحياة الاجتماعية الفعلية وذلك لما توفره مواقع التواصل الاجتماعي من تفاعل من وراء حجاب لذلك، وظهرت بعض التشخيصات في الإصدارات الأخيرة من التصنيف الدولي والتصنيف الأمريكي لاضطرابات نفسية ترتبط باستخدام الإنترنت لذا تبرز تساؤلات كثيرة حول دور أبعاد شخصية الإنسان في تفاعله مع تلك المتغيرات، ولذا فلا بد من بحث العلاقات بين المتغيرات النفسية والسلوكية المختلفة ووسائل التواصل الاجتماعي ومن ضمنها عوامل الشخصية.

أسئلة الدراسة:

بناء على ما سبق؛ يمكن صياغة مشكلة الدراسة في التساؤلات التالية:

- 1- ما طبيعة تعامل الأخصائيين النفسيين السودانيين مع محتوى وسائل التواصل الاجتماعي؟
- 2- هل توجد علاقة بين التعامل مع محتوى وسائل التواصل الاجتماعي وعوامل الشخصية لدى الأخصائيين النفسيين السودانيين؟
- 3- هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين عوامل الشخصية (العصابية، الانبساطية، التفتح للخبرة، القبول، الإتقان) لدى الأخصائيين النفسيين السودانيين تبعاً للمتغيرات (العمر، النوع، مكان الإقامة، الحالة الزوجية)؟.

فرضيات الدراسة:

تفترض الدراسة الآتي:

- 1- يتعامل الأخصائيون النفسيون السودانيون مع محتوى رسائل وسائط التواصل الاجتماعي بإيجابية.
- 2- توجد علاقة طردية بين التعامل مع محتوى رسائل التواصل الاجتماعي وعوامل الشخصية الخمسة الكبرى لدى الأخصائيين النفسيين السودانيين.
- 3- توجد فروق ذات دلالة إحصائية في التعامل مع محتوى رسائل التواصل الاجتماعي للأخصائيين النفسيين السودانيين تبعاً للمتغيرات (العمر، النوع، مكان الإقامة، الحالة الزوجية).

أهداف الدراسة:

تسعى الدراسة إلى تحقيق الأهداف التالية:

- 1- الكشف عن الطريقة التي يتعامل بها الأخصائيون النفسيون مع محتوى وسائط التواصل الاجتماعي.
- 2- قياس عوامل الشخصية الخمسة الكبرى لدى الأخصائيين النفسيين السودانيين.
- 3- تحديد مستوى العلاقة ونوعيتها بين عوامل الشخصية (العصبية، الانبساطية، التفتح للخبرة، القبول، الاتقان) لدى الأخصائيين النفسيين السودانيين ونوعية تعاملهم مع محتوى وسائط التواصل الاجتماعي.
- 4- علاقة التعامل مع مواقع التواصل الاجتماعي بالمتغيرات (العمر، النوع، مكان الإقامة، الحالة الزوجية).

أهمية الدراسة:

أولاً- الأهمية العلمية للدراسة فيما يلي:

- 1- يتناول البحث عوامل الشخصية الخمسة الكبرى مع طرق التعامل مع محتوى مواقع التواصل الاجتماعي وكيف تؤثر عوامل الشخصية في تحديد كيفية التعامل مع مواقع التواصل الاجتماعي.
- 2- يتناول البحث دراسة متغير التعامل مع محتوى وسائط التواصل الاجتماعي والتي أصبحت تمثل حضوراً كبيراً لدى المجتمعات وتوسعت استخداماتها لحد كبير، وذلك نظراً لتطور أجهزة الهواتف المحمولة وأجهزة الحواسيب اللوحية وتطور التطبيقات والبرامج التي يتم استخدامها في التواصل الاجتماعي وتوسع أعداد مستخدمي هذه الوسائل حول العالم حتى أصبحت تنافس التواصل البشري المباشر.
- 3- قد تفيد النتائج في المساهمة في طرح موضوع التعامل مع محتوى رسائل التواصل الاجتماعي وعلاقتها بأبعاد الشخصية لنقاش علمي يثري الجوانب العلمية ويسهم في تطوير التطبيقات التقنية التي تتناول الجوانب النفسية ويشجع الباحثين بالاهتمام بالبحوث المتعلقة بهذا الموضوع المتطور بشكل متسارع.

ثانياً- الأهمية التطبيقية للدراسة فيما يلي:

- 1- يمكن الاستفادة من نتائج البحث في تصميم برامج إرشادية لتقليل الاستخدام السالب لمواقع التواصل الاجتماعي وتعزيز الاستخدام الإيجابي.
- 2- يمكن الاستفادة من نتائج البحث في تطوير وسائل تقديم الخدمة النفسية (الإرشاد النفسي وتقديم الاستشارات) عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

حدود الدراسة:

تقتصر الدراسة على الحدود الآتية:

- الحدود الموضوعية: عوامل الشخصية والطريقة التي يتعامل بها الأخصائيون النفسيين مع محتوى وسائط التواصل الاجتماعي.
- الحدود البشرية: العينة من الأخصائيين النفسيين في مجموعات الجمعية النفسية.
- الحدود المكانية: جمهورية السودان
- الحدود الزمنية: تم إجراء البحث خلال العام الجامعي 2021.

مصطلحات الدراسة:

- عوامل الشخصية الخمسة الكبرى: العوامل الخمسة الكبرى للشخصية: هي خمسة عوامل أساسية لوصف الشخصية الإنسانية، يُمثل كل منها تجميعاً لمجموعة من السمات المتناغمة، توصل إليها العلماء والباحثون في ميدان الشخصية من خلال الأدلة العلمية للبحوث التجريبية، وهي: العصابية، والانبساطية، والمقبولية (الطيبة)، ويقظة الضمير، والانفتاح على الخبرة.
- ومن ناحية إجرائية يعني بها الباحثان الدرجات النهائية التي يتم الحصول عليها من المفحوصين بعد تطبيق قائمة عوامل الشخصية الخمسة الكبرى لكوستا وماري.
- التعامل مع محتوى وسائط التواصل الاجتماعي: المقصود بها الطرق التي يستخدمها أفراد العينة في التفاعل مع ما تتضمنه الرسائل التي يتم بثها عبر وسائط التواصل الاجتماعي من حيث الاطلاع عليها والاستيثاق من صحة محتواها، ونشرها أو عدمه.
- ومن ناحية إجرائية يعني بها الباحثان الدرجات النهائية التي يتم الحصول عليها من المفحوصين بعد تطبيق قائمة التعامل مع محتوى رسائل التواصل الاجتماعي عليهم (سليمان، 6، 2017).

2- الإطار النظري الدراسات السابقة.

أولاً- الإطار النظري:

2-1-1- أبعاد الشخصية والعوامل الخمسة الكبرى:

لقد سميت هذه الأبعاد بالخمسة الكبرى لأن كل بعد يندرج تحته ويصنف عدد كبير من العوامل النوعية. ووجد علماء النفس والباحثين في مجال الشخصية الحاجة الماسة إلى نموذج وصفي أو تصنيف يشكل الأبعاد الأساسية للشخصية الإنسانية عن طريق تجميع الصفات المرتبطة معاً، وتصنيفها تحت نمط أو بُعد أو عامل مستقل يمكن تعميمه عبر الأفراد ومختلف الثقافات. وجاءت أبحاث كل من "كاتيل، كليفورد، أيزنك، نورمان، جولديبرج، جون، ديكمان، كوستا وماكري، وزوكرمان" باستخدام منهج التحليل العاملي بهدف الوصول إلى الأبعاد أو العوامل الأساسية للشخصية (الأنصاري، 213، 1997). وقام العديد من علماء النفس ومنهم، كلاكس (1926) Klages، وبومغارتن (1933) Baumgarten، وألبورت وأودبيرت (1936) Allport and Odbert، بالتصنيف العلمي للصفات الشخصية بالاستناد إلى اللغة المألوفة كمصدر لذلك وبدأوا العمل باستخراج المفردات ذات الصلة بالشخصية من معاجم اللغة. واستخرج ألبورت وأودبيرت عام 1936 من قواميس اللغة قائمة تتضمن 17953 كلمة من مفردات اللغة الإنكليزية لوصف الشخصية وتمييز سلوك كل فرد عن الآخر، وقام كاتيل Cattel بمراجعة تلك

القائمة وحذف حوالي 99% من العبارات وأبقى على 35 سمة فقط، واعتقد أن كل شخص يمتلك هذه المجموعة من السمات وسمائها بالسمات السطحية. وبمساعدة المنهج التحليل العاملي توصل كاتيل فيما بعد إلى تحديد ستة عشر عاملاً أساسياً 16 Factors Personality عرفت اختصاراً بـ (PF16) اعتبرها سمات مصدرية اعتمدها في دراساته التي استخدمت فيها استخبارات الشخصية (عبد الخالق، 2015)، وإن ما توصل إليه كاتيل حث الآخرين إلى معاينة التركيب البعدي لتقدير السمات، وتوصل نورمان (Norman, 1967) إلى تحديد خمسة أبعاد للشخصية وهي: الانبساطية، والطيبة أو المقبولية، وحيوية الضمير أو يقظة الضمير، والعصابية، والتفتح للخبرات، مستخدماً التحليل العاملي لقائمة الصفات، وأطلق كوليبرك (Goldberg, 1981) تسمية العوامل الخمسة الكبرى (The Big Five Factors) على تلك الأبعاد. ولم يكن اختيار التسمية ليعكس ضخامتها الجوهرية، بل ليؤكد على المدى الواسع الذي تشمله هذه الأبعاد (McAdams, 1990). وفي منتصف الثمانينات من القرن الماضي، بدأ إجراء الأبحاث على عوامل الخمسة الكبرى بشكل متزايد وأكدت جميعها على تماسكها وثباتها واستقرارها. (الحسيني، 85، 2012) وقام كوليبرك في عام (1992) بسلسلة من دراسات التحليل العاملي لتنقية وتطوير الصفات لتمثل مجالات العوامل الخمسة باختيار ما هو مناسب من الصفات لكل العامل من تلك العوامل بشكل فريد لوضع المقياس المناسب له. وأظهرت هذه المقاييس اتساقاً داخلياً عالياً جداً، والعوامل الخمسة للشخصية تشمل كلا من:

- 1- العصبية Neuroticism: تشمل (القلق، الاكتئاب، الغضب، الخوف، توهم المرض، تقلب المزاج، القابلية للمرض، الشعور بالذنب، الاندفاع) ويوصف هذا العامل عامة بأنه متصل يقابل بين عدم الاستقرار الانفعالي والاستقرار.
- 2- الانبساط Extraversion يشمل (الدفء أو المودة، توكيد الذات، النشاط، البحث عن الإثارة، الانفعالات الإيجابية). ولهذا العامل قطب مقابل هو الانطواء.
- 3- التفتح للخبرة Openness to experience يشمل (الخيال، جمالي، التعبير عن الانفعالات بشكل أقوى من الآخرين، التفتح العقلي، تجديد الأنشطة والهوايات بشكل مستمر، ميل لإعادة النظر للقيم الاجتماعية والسياسية والدينية، حب الاستطلاع، الجسارة أو الجرأة)
- 4- القبول Agreeableness يشمل (الثقة، الحب، التعاطف، الصداقة، التعاون، الإيثار، التواضع)
- 5- الإلتقان Conscientiousness يشمل (الافتقار أو الكفاءة، التنظيم، الإلتزام بالواجبات، الطموح، الاجتهاد) (عبد الخالق، 241، 2015).

2-1-2- وسائط التواصل الاجتماعي:

التواصل الاجتماعي هي كل الأجهزة والمواقع التي تسمح لمستخدميها بمشاركة المعلومات عالمياً، وتستخدم المواقع في إزالة المسافات الافتراضية بين المشاركين للتجمع وطرح ومشاركة المعلومات، (برونكس، 56، 2017) عن طريق الرسائل الصوتية المسموعة، والرسائل المكتوبة، والرسائل المرئية، (سليمان، 7، 2017) وأحدثت شبكات التواصل الاجتماعي تأثيرات عميقة في حياة الملايين من مستعملي الإنترنت، وسواء كانت التأثيرات إيجابية أو سلبية، فإن تلك الشبكات صارت من تقاليد حياتهم اليومية التي لا يستغنون عنها، ولعل هناك من تدهمه حالات الاكتئاب والاضطراب النفسي إذا ابتعد عنها لأيام معدودات، ولعل الأمر صار يتعلّق بنمط حياة وليس مجرد إدمان وسيلة تكنولوجية. (عبد الغفار، 24، 2015). ومن أشهر وسائط التواصل الاجتماعي ما يلي:

أ- فيسبوك (Facebook):

انطلق كنتاج لموقع فيس ماتش في جامعة هارفارد، وقد أسسه مارك زوكربيرق (Mark Zuckerberg) وآخرون في جامعة هارفارد. ومقر الفيسبوك في الولايات المتحدة الأمريكية وانطلق في 4 يناير من عام 2004، ويتفرع منه تطبيق ماسنجر، ويتوفر بالعديد من اللغات، والتي تصل إلى أكثر من سبعين لغة. وتشير الإحصاءات بداية عام 2017م إلى وجود 156 مليون مستخدم للفيسبوك في العالم العربي (عبد الغفار، 14، 2015)

ب- تويتر (Twitter):

بدأ تويتر في عام 2006م وأسسها جاك دروسي (Jack Dorsey) وآخرون، ومقره في الولايات المتحدة الأمريكية، ويعمل على خدمة التدوين المصغر من خلال كتابة رسالة واحدة لا تتجاوز المائة وأربعين حرفاً، وتعرف باسم التغريدات. أصبح موقع تويتر متوفر باللغة العربية منذ مارس 2012، ويقدر عدد حسابات تويتر في البلدان العربية في مطلع عام 2017م 16.3 مليون حساب (عبد الغفار، 14، 2015).

ج- واتساب (WhatsApp):

أسسه في عام 2009م كل من بريان أكتون (Brian Acton) وزميله جان كوم، واستحوذت عليه بعد ذلك شركة فيسبوك في العام 2014، ويستخدمه حوالي 2 مليار شخص حول العالم، وهو تطبيق مراسلة فورية، وعن طريقه يمكن إرسال الرسائل المكتوبة والرسائل الصوتية، والصور، ومقاطع الفيديو والمستندات بالإضافة إلى مكالمات الصوت والفيديو ويمكن انشاء مجموعات يبلغ عدد أعضائها 256 عضو ويتميز بالشفير الكامل وغياب الإعلانات ويتميز كذلك بسهولة انشاء الحسابات عليه اذ يكفي فقط رقم جوال أو هاتف تستقبل عليه رسالة أو مكالمة بدون بريد الكتروني أو كلمة سر.

د- إنستغرام Instagram:

هو تطبيق مجاني لتبادل الصور وشبكة اجتماعية أيضاً، وأطلق في أكتوبر عام 2010 ومستحوذ حالياً من فيسبوك، ويتيح للمستخدمين التقاط صورة وإضافة فلتر رقمي إليها ثم مشاركتها في مجموعة متنوعة من خدمات الشبكات الاجتماعية وشبكة إنستغرام نفسها.

هـ- سناب شات Snapchat:

تطبيق لتسجيل وبث ومشاركة الرسائل المصورة وضعها إيفان شبيغل وبوبي ميرفي، ثم طلبة جامعة ستانفورد. عن طريق التطبيق، يمكن للمستخدمين التقاط الصور، وتسجيل الفيديوهات، وإضافة نص ورسومات، وإرسالها إلى قائمة التحكم من المتلقين. ومن المعروف أن هذه الصور ومقاطع الفيديو المرسله على أنها "لقطات". يعين المستخدمين مهلة زمنية لعرض لقطاتهم من ثانية واحدة إلى عشر ثواني، وبعد ذلك سوف يتم حذف الرسائل من جهاز المستلم وتحذف من الخوادم الخاصة بسناب شات.

و- يوتيوب YouTube:

هو موقع ويب يسمح لمستخدميه برفع التسجيلات المرئية مجاناً ومشاهدتها على الموقع (بدل التنزيل) ومشاركتها والتعليق عليها وغير ذلك بالإضافة لخدمة البث المباشر. أسس موقع يوتيوب تشاد هيرلي وستيف تشين وجاود كريم عام 2005 وتم شراءه بواسطة قوقل في العام 2006، وتوسعت استخداماته بشكل كبير في مجالات التعليم والترفيه والأخبار.

وتشير الإحصاءات إلى الارتفاع المضطرد في أعداد مستخدمي وسائط التواصل الاجتماعي، وخاصة الشباب، فقد أفادت الدراسات أن 64% من مستخدمي وسائط التواصل الاجتماعي في البلدان العربية هم تحت عمر ال 30 عاماً (weedo.tech, 2017,23). ويشكل طلبة الجامعات 90% من مرتادي مواقع التواصل الاجتماعي، ويستغرقون ما

بين ثلاثين دقيقة إلى أربع ساعات يومياً في استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي (خليوي، 33، 2017). ويستقبل موقع اليوتيوب أكثر من نصف مليون زائر شهرياً، كما يدخل تويتر نصف مليون مستخدم يومياً، وعلى الرغم من استخدام 10% من سكان العالم للفيسبوك، فلا يزال تعداد مستخدميه أكبر من تعداد أية دولة فيما عدا الهند والصين (برونكس، 56، 2017). وترجع أسباب الانجذاب لي مواقع التواصل الاجتماعي إلى:-

- 1- توفر للمستخدمين إطلاق رغباتهم الدفينة كُلمها والتعبير عنها بطرحها مع مَنْ يرغب من خلال الدردشة والتي تقدم فرصة للتخلص من القيود المجتمعية.
- 2- الافتقاد إلى السند العاطفي عند المراهقين يجعلهم يلهثون وراء الإشباع الوهمي، واللذة المؤقتة من خلال الدردشة مع أناس لا يعرفون عنها شيئاً.
- 3- تنوع الخيارات وعدم وضوح الهدف، فالدخول قد يكون لا هدف له، لكن المُتصفحين ينجرون من موقعٍ إلى آخر.
- 4- التخلُّص من القلق النفسي وضغوطات الحياة الصَّعبة التي يُعانها الشباب وخصوصاً في ظلّ البطالة
- 5- إنَّ غرف الدردشة وسيلة للتفريغ الانفعالي وتفريغ شحنات الغضب والكبت والعدوانية، فلا رقيب ولا حسيب ولا حدود للزمان والمكان.
- 6- التخلُّص من القلق النفسي وضغوطات الحياة الصَّعبة التي يُعانها الشباب وخصوصاً في ظلّ البطالة (مختار، 221، 2018)
- 7- الجرأة علي مخاطبة الجنس الاخر والتي قد تكون مفقودة لضعف المهارات الشخصية وضعف الثقة في الذات أو مقيدة اجتماعياً في التواصل الواقعي المباشر (الطيبار، 195، 2014).

ثانياً- الدراسات السابقة:

- دراسة سليمان، والسيد (2017) وهدفت إلى التعرف على التعامل مع محتوى وسائط التواصل الاجتماعي وعلاقته بالقدرة على التفكير الناقد لدى عينة مكونة من 400 طالب وطالبة من جامعة حائل السعودية. ولتحقيق ذلك الهدف استخدم الباحثان المنهج الوصفي الارتباطي. وقد صمم الباحثان قائمة التعامل مع وسائط التواصل الاجتماعي، واختاروا مقياس واطسون-جليسر المختصر، وتأكدوا من صلاحيتها، ومن ثم تم تطبيقهما على عينة من طلاب وطالبات جامعة حائل المسجلين في المستويين الأول والثاني في العام الجامعي 2016/2017م. وتم تحليل البيانات إحصائياً بواسطة أساليب التحليل الإحصائي المناسبة التابعة لبرنامج ال(SSPS)، وأفادت النتائج إلى ما يلي: يتعامل طلاب جامعة حائل مع محتوى وسائط التواصل الاجتماعي تعاملًا إيجابياً. ويتمتع طلاب جامعة حائل بقدرة مرتفعة على التفكير الناقد. وتوجد علاقة طردية بين التعامل مع محتوى وسائط التواصل الاجتماعي والقدرة على التفكير الناقد (سليمان، وفضل السيد 1، 2017).
- دراسة قدورة (2017) هدفت إلى التعرف على العلاقة بين استخدام مواقع التواصل الاجتماعي والصحة النفسية وبعض سمات الشخصية لدى طلاب جامعة الجزيرة السودان واستخدمت الدراسة الأدوات الآتية: استبانة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي من إعداد الباحثة، ومقياس الصحة النفسية للشباب من إعداد القريطي، والشخص (1992) واختبار أيزنك للشخصية (1975) وتكونت عينة الدراسة من (404) طالباً وطالبة من جامعة الجزيرة توصلت الدراسة إلى أن مستوى استخدام طلاب جامعة الجزيرة لمواقع التواصل الاجتماعي جاء بدرجة متوسطة، مستوى الصحة النفسية لدى طلاب جامعة الجزيرة مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي يتميز بدرجة مرتفعة، وجود علاقة ارتباطية سالبة دالة إحصائياً بين استخدام مواقع التواصل الاجتماعي

والصحة النفسية، وجود علاقة ارتباطية سالبة دالة إحصائياً بين استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وبعض سمات الشخصية، عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في درجة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي نتيجة لتفاعل مستوى الصحة النفسية ونوع السمات الشخصية، عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في درجة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي تعزى إلى كل من النوع ونوع الكلية، وجود فروق ذات دلالة إحصائية في درجة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي تعزى للفصل الدراسي لصالح الفصل الدراسي السابع، عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في درجة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي تعزى لمكان السكن، وجود فروق ذات دلالة إحصائية في الصحة النفسية تعزى لمستوى استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لصالح الطلاب منخفضي الاستخدام، وجود فروق ذات دلالة إحصائية في بعض سمات الشخصية تعزى لمستوى استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لصالح الطلاب منخفضي الاستخدام.

- دراسة المساوي (2017)، الاتجاهات نحو استخدام أدوات التواصل الاجتماعي وعلاقته بالعوامل الخمسة الكبرى للشخصية لدى طلبة جامعة إب هدفت الدراسة إلى معرفة الاتجاهات. والفروق في الاتجاه وفقاً لمتغيري الجنس والتخصص نحو استخدام أدوات التواصل الاجتماعي كما هدفت إلى معرفة العلاقة بين الاتجاه نحو استخدام أدوات التواصل الاجتماعي والعوامل الخمسة الكبرى للشخصية، واستخدام الباحثان المنهج الوصفي الارتباطي، كما تكون مجتمع الدراسة من طلاب وطالبات جامعة أب، تم اختيار عينة عشوائية تكونت من (783) طالبا وطالبة، ولتحقيق أهداف الدراسة قام الباحثان بإعداد مقياس للاتجاه نحو استخدام أدوات التواصل الاجتماعي على شبكة الإنترنت، كما استخدم مقياس العوامل الخمسة الكبرى للشخصية من أعداد كوستا وماكري تعريب بدر الأنصاري. وتوصلت الدراسة للعديد من النتائج لعل أبرزها: اتجاهات طلبة جامعة أب إيجابية نحو استخدام أدوات التواصل الاجتماعي، كما توصلت إلى وجود فروق في الاتجاه نحو استخدام أدوات التواصل الاجتماعي تعزى لمتغير التخصص، وذلك لصالح التخصصات الإنسانية. وقد ظهرت النتائج أن هناك علاقة موجبه ذات دلالة إحصائية عند مستوى 0.01 بين الاتجاهات نحو استخدام أدوات التواصل الاجتماعي وبعدي الانبساطية والانفتاح على الخبرة (الصفاءة) والطبية (الوداعة) وبقظة الضمير (التفاني)، وتوصلت إلى علاقة سالبة بين الاتجاهات نحو استخدام أدوات التواصل الاجتماعي وعامل العصابية (المساوي، 2017).

التعليق على الدراسات السابقة:

تناولت الدراسات السابقة متغير التعامل مع وسائل التواصل مع عدد من المتغيرات (الشخصية، تقدير الذات، التعبير عن الذات، التوافق النفسي، التفكير الناقد، الاكتئاب، القلق). ولذلك تتفق الدراسة الحالية مع بعض الدراسات السابقة في أحد المتغيرين، فهي تتفق مع دراسات في التعامل مع وسائل التواصل الاجتماعي وتتفق مع دراسات أخرى في تناول جوانب الشخصية، وتختلف معها في عدم تناول المتغيرين مع بعضهما، مما يعطي أهمية وضرورة للدراسة الحالية. ومن جانب آخر فالدراسة الحالية تتميز بعينة متنوعة من حيث العمر والمستوى التعليمي.

3- منهجية الدراسة وإجراءاتها.

منهجية الدراسة:

استخدم الباحثان المنهج الوصفي الارتباطي نظراً لملاءمته لمشكلة البحث، وذلك وفق الإجراءات التالية:

عينة البحث:

تكونت عينة البحث من مختصي علم النفس على وسائل التواصل الاجتماعي الخاصة بالجمعيات والروابط الخاصة بالجمعية النفسية السودانية، تراوحت أعمار افراد العينة ما بين (22) و(56) عاما، و89 من الذكور و211 من الإناث. وتفاوت مؤهلاتهم الدراسية كما هو مبين في الجدول رقم (1).

جدور رقم (1) المؤهلات الدراسية لعينة البحث

| المتغير | بكالوريوس | دبلوم عالي | ماجستير | دكتوراه | المجموع |
|---------|-----------|------------|---------|---------|---------|
| العدد | 118 | 8 | 116 | 58 | 300 |

أدوات البحث:

استخدم الباحثان قائمة التعامل مع محتوى وسائل التواصل الاجتماعي، وقائمة العوامل الخمسة الكبرى للشخصية، وفيما يلي تبين لكيفية تصميم القائمة والتأكد من صلاحيتها، وكيفية التأكد من صلاحية المقياس. أولاً: قائمة التعامل مع محتوى وسائل التواصل الاجتماعي: تم استخدام قائمة من إعداد السر سليمان، وعثمان فضل السيد، وتهدف القائمة للكشف عن طبيعة تعامل الأفراد مع المحتوى المنشور عبر وسائل التواصل الاجتماعي وذلك من خلال ثمانية مستويات للاستجابة وهي:

1. مستوى الاستجابة الصفرية المتمثل في تجاهل محتويات الرسائل وعدم الاهتمام بقراءتها.
 2. مستوى استجابة الإرسال فقط: أي استقبال الرسائل وعدم الاهتمام بقراءتها ولكن يقوم الفرد بإعادة إرسالها للآخرين عبر وسائل التواصل الاجتماعي التي يستخدمها.
 3. مستوى استجابة القراءة فقط: أي استقبال الرسائل المنشورة عبر وسائل التواصل الاجتماعي وقراءة محتوياتها والاكتفاء بذلك فقط.
 4. مستوى استجابة القراءة وإعادة الإرسال: أي استقبال الرسائل المنشورة عبر وسائل التواصل الاجتماعي وقراءة محتوياتها وإعادة إرسالها للآخرين عبر وسائل التواصل الاجتماعي التي يستخدمها الفرد.
 5. مستوى استجابة القراءة والفحص المتمثل في النقد الداخلي لمحتوى الرسالة والاكتفاء بذلك فقط.
 6. مستوى استجابة القراءة والفحص والإرسال: أي القراءة والفحص المتمثل في النقد الداخلي لمحتوى الرسالة ومن ثم إعادة إرسالها بعد التأكد من سلامتها.
 7. مستوى استجابة القراءة والفحص والاستيثاق: أي القراءة والنقد الداخلي للمحتوى والرجوع للمصادر للتأكد من صدق وصحة المعلومات الواردة في الرسالة.
 8. مستوى استجابة القراءة والفحص والاستيثاق والإرسال: أي القراءة والنقد الداخلي والرجوع للمصادر للتأكد من صدق وصحة المعلومات الواردة في الرسالة وإعادة إرسالها بعد التأكد من صحتها.
- وتتكون القائمة من ثمانية أبعاد، وكل بعد يحتوي على أربع فقرات، وبذلك أصبحت القائمة في صورتها النهائية مكونة من 32 فقرة، منها (24) فقرة موجبة و(8) فقرات مصاغة بطريقة سلبية. ويجاب عليها بإحدى البدائل الخماسية (ينطبق عليّ تماماً، ينطبق عليّ، قد ينطبق وقد لا ينطبق عليّ، لا ينطبق عليّ، ولا ينطبق عليّ تماماً). وتقدر الدرجات في الفقرات المصاغة بطريقة إيجابية بإعطاء الإجابة بـ "ينطبق عليّ تماماً" (4) درجات، و"ينطبق عليّ" (3) درجات، وقد ينطبق وقد لا ينطبق عليّ (2)، لا ينطبق عليّ (1)، ولا ينطبق عليّ تماماً (صفراً)، والعكس صحيح في الفقرات المصاغة بطريقة سلبية. ويتم تصحيح القائمة بصورة كلية تجاه ارتفاع التعامل الأمثل مع محتوى رسائل التواصل الاجتماعي (سليمان، 4، 2017)

الصدق الظاهري:

ومن أجل التأكد من الصدق الظاهري تم عرض القائمة على (7) من المحكمين من أعضاء هيئة التدريس المتخصصين في علم النفس، واتفق المحكمون بصورة عامة على صلاحية القائمة وتمت الاستفادة من ملاحظاتهم العامة. وللتحقق من الصدق البنائي قام الباحثان بتطبيق القائمة على عينة مكونة من 100 من مجتمع البحث لحساب معامل ارتباط الفقرات مع الدرجة الكلية للقائمة ولمعرفة ثبات القائمة استخدم الباحثان طريقة التجزئة النصفية من خلال معادلة «سبيرمان- براون» ومعادلة «جتمان» وطريقة تحليل التباين من خلال «معادلة ألفا» فكشف هذا الإجراء عن النتائج المبينة في الجدول رقم (2).

الجدول رقم (2) يبين معاملات ثبات قائمة التعامل مع محتوى وسائط التواصل الاجتماعي

| المعادلة | سبيرمان- براون | جتمان | الفاكرونباخ |
|--------------|----------------|-------|-------------|
| معامل الثبات | 0.926 | 0.919 | 0.919 |

يلاحظ من الجدول رقم (2) أنّ جميع معاملات الثبات مرتفعة الأمر الذي يشير إلى صلاحية القائمة لتحقيق أهداف البحث الحالي.

ثانيا- قائمة العوامل الخمسة الكبرى في الشخصية:

تم استخدام قائمة " كوستا، وماكري " للعوامل الخمسة الكبرى للشخصية (NEO-FFI-S) وتعتبر أول أداة موضوعية تهدف إلى قياس العوامل الأساسية الكبرى للشخصية بواسطة مجموعة من البنود (60 بندا)، تم استخراجها عن طريق التحليل العاملي لوعاء بنود مشتقة من عديد من استخبارات الشخصية وكانت الصيغة الأولى للقائمة والتي ظهرت عام 1989 تتكون من 180 بندا، أجريت عليها دراسات كثيرة وعلى عينات سوية متنوعة تراوحت أعمارهم من 21 إلى 65 عاما، ثم أدخلت عليها بعض التعديلات بغية اختزال عدد بنود إلى ان صدرت الصيغة الثانية للقائمة في عام 1992، والتي تتكون من 60 بندا وتشتمل على خمسة مقاييس فرعية هي: العصبية، والانبساط، التفتح للخبرة، القبول، الإلتقان). ويضم كل مقياس فرعي 12 عبارة، يجاب عن كل منها باختيار بديل من خمسة بدائل. وقام بدر محمد الأنصاري بإعداد النسخة العربية وتطبيقها على المجتمع الكويتي (الأنصاري، 212، 2002). تم عرض القائمة على عدد من المحكمين لقياس الصدق الظاهري ثم تطبيقها على عينة استطلاعية بلغت 100 مفحوص وتم التوصل إلى النتائج التالية:

الجدول رقم (3) معامل الثبات لقائمة عوامل الشخصية الخمسة الكبرى

| م | البعد | سبيرمان- براون | جتمان | الفاكرونباخ |
|---|---------------|----------------|-------|-------------|
| 1 | العصبية | 0.808 | 0.803 | 0.803 |
| 2 | الانبساطية | 0.741 | 0.795 | 0.741 |
| 3 | الافتح للخبرة | 0.781 | 0.721 | 0.791 |
| 4 | القبول | 0.69 | 0.69 | 0.68 |
| 5 | الإلتقان | 0.766 | 0.703 | 0.777 |

يلاحظ من الجدول رقم (3) أنّ جميع معاملات الثبات مرتفعة الأمر الذي يشير إلى صلاحية المقياس لتحقيق أهداف البحث الحالي

4- عرض النتائج ومناقشتها.

- نتيجة الفرض الأول: ينص الفرض الأول للبحث على أنه: يتعامل الأخصائيون النفسيون السودانيون مع محتوى رسائل وسائط التواصل الاجتماعي بإيجابيه.. ومن أجل اختبار صحة هذا الفرض قام الباحثان باستخدام الاختبار التائي لعينة واحدة كما هو مبين في الجدول رقم (4).

جدول رقم (4) يبين الاختبار التائي لعينة واحدة لمعرفة التعامل مع محتوى رسائل التواصل الاجتماعي

| المتغير | العينة | الوسط الفرضي | المتوسط الحسابي | الانحراف المعياري | القيمة التائية | درجة الحرية | القيمة الاحتمالية |
|-----------------------------|--------|-----------------|--------------------|----------------------|-------------------|----------------|----------------------|
| التعامل مع وسائل التواصل | 300 | 79.06333 | 78.7300 | 12.88174 | 106.307 | 299 | 0.000 |

يلاحظ من الجدول (4) أن القيمة التائية بلغت (106.307) عند قيمة احتمالية بلغت (0.000)، وهي قيمة دالة إحصائياً، وهذا الأمر الذي يشير إلى نتيجة تحقق صحة الفرض الأول. وتتفق مع النتيجة التي توصل إليها سليمان (2017) بالتعامل الإيجابي لطلاب جامعة حائل مع وسائل التواصل الاجتماعي، وتختلف مع دراسة قدوره (2017) بأن استخدام طلاب جامعة الجزيرة السودان لوسائل التواصل بدرجة متوسطة (قدوره، 2017)، وترجع هذه النتيجة إلى ارتفاع مستوى التعليم لدي افراد العينة. ولفاعلية وأهمية وسائل التواصل الاجتماعي وقيامها بوظائف تواصلية اجتماعية وإعلامية وتعلمية.

- نتيجة الفرض الثاني: توجد علاقة طردية بين التعامل مع محتوى رسائل التواصل الاجتماعي والعوامل الشخصية (العصابية، الانبساطية، التفتح للخبرة، القبول، الإتقان) لدى الأخصائيين النفسيين السودانيين. ولاختبار صحة هذا الفرض قام الباحثان باستخدام معامل ارتباط، بيرسون والجدول (5) يبين النتيجة.

الجدول (5) معامل ارتباط بيرسون لمعرفة العلاقة بين مستوى التعامل مع محتوى رسائل التواصل الاجتماعي

وعوامل الشخصية الخمسة الكبرى

| م | العامل | العينة | الارتباط | القيمة الاحتمالية | الاستنتاج |
|---|---------------|--------|----------|-------------------|---------------|
| 1 | العصابية | 300 | -0.068 | 0.238 | لا توجد علاقة |
| 2 | الانبساطية | 300 | 0.123 | 0.0333 | توجد علاقة |
| 3 | التفتح للخبرة | 300 | 0.069 | 0.233 | لا توجد علاقة |
| 4 | القبول | 300 | 0.1098 | 0.057 | لا توجد علاقة |
| 5 | الإتقان | 300 | 0.184 | 0.001 | توجد علاقة |

يتضح من الجدول رقم (5) أن وجود علاقة بين التعامل مع وسائل التواصل الاجتماعي وكل من بعدي (الانبساطية، الإتقان). وعدم وجود علاقة مع أبعاد (العصابية، التفتح للخبرة، القبول). وهي نتيجة تحقق صحة الفرض الثاني جزئياً. وترجع النتيجة إلى أن عامل الانبساطية يتضمن التفضيل للمواقف الاجتماعية والتعامل معها، فالدرجة المرتفعة تدل على الأفراد ومرتفعي الانبساطية يكونون نشطين وباحثون عن الجماعة (كاظم، 2001). وهذه العوامل مهمة للمشاركة في التواصل الاجتماعي. كما يتضمن عامل الإتقان بتميز الفرد هنا بالافتقار والكفاءة، الانجاز، التأني أو الروية، ضبط الذات. كما يتميز بالأمانة، الإيثار، التسامح، التعاطف، التعاون، التواضع والجدية، والدقة، والرحمة، الصدق، الوفاء. (كاظم، 271، 2001). وهي مهمة لعملية التحقق والاستيثاق من رسائل مواقع التواصل الاجتماعي.

وتتفق النتيجة في بعد الانبساط مع ما توصلت اليه أسماء خليوي وتختلف معها في بعد العصابية (خليوي، 34، 2017) وتتفق مع ما توصل اليه حارث المساوي في الأبعاد (العصابية والانبساطية والانفتاح علي الخبرة) واختلفت معها في بعدي القبول والإحسان، وتتفق النتيجة مع ما توصلت اليه سوسن قدوره حول وجود فروق في التعامل مع وسائل التواصل ترجع إلى الشخصية (قدوره، 23، 2017). ويرجع الباحثان الفروق في الاتقان إلى أن هذه السمة تتضمن الترتيب والدقة وهو ما يتناسب مع التحقق من محتوى الرسالة قبل إعادة ارسالها أو التعامل معها.

• نتيجة الفرض الثالث: توجد فروق ذات دلالة إحصائية في التعامل مع محتوى رسائل التواصل الاجتماعي لدى الأخصائيين النفسيين السودانيين تبعاً للمتغيرات (العمر، النوع، مكان الإقامة، الحالة الزوجية).

الجدول رقم (6) يبين التعامل مع وسائل التواصل والمتغيرات (العمر، النوع، مكان الإقامة، الحالة الزوجية)

| المتغير | العدد | المتوسط الحسابي | الانحراف المعياري | القيمة التائية | درجة الحرية | القيمة الاحتمالية | الاستنتاج |
|---|--------------|-----------------|-------------------|----------------|-------------|-------------------|--------------------------|
| النوع/ التعامل مع وسائل التواصل | ذكر | 81.1932 | 12.84645 | 1.848 | 298 | 0.066 | |
| | انثي | 78.1801 | 12.85323 | | | | |
| مكان الإقامة/ التعامل مع وسائل التواصل | داخل السودان | 78.9790 | 13.11438 | 0.222 | 298 | 0.519 | جميعها غير دالة إحصائياً |
| | خارج السودان | 79.3871 | 12.04276 | | | | |
| وسائل التواصل المستخدمة/ التعامل مع وسائل التواصل | واتساب فقط | 80.2877 | 11.52350 | 0.933 | 298 | 0.407 | |
| | متعددة | 78.6696 | 13.28886 | | | | |

وبالنسبة للعمر تم استخدام تحليل التباين احادي الاتجاه كما هو موضح في الجدول رقم (7).

الجدول رقم (7) التعامل مع وسائل التواصل والعمر

| مصدر التباين | مجموع المربعات | مربع المتوسطات | درجة الحرية | قيمة f | القيمة الاحتمالية |
|------------------|----------------|----------------|-------------|--------|-------------------|
| ما بين المجموعات | 3484.289 | 63.351 | 3 | 0.944 | 0.589 |
| داخل المجموعات | 16372.841 | 67.102 | 296 | | |
| المجموع | 19857.130 | | 299 | | |

ويلاحظ عدم وجود فروق دالة إحصائية وبالتالي عدم تحقق الفرض الثالث أي عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في التعامل مع محتوى رسائل التواصل الاجتماعي لدى الأخصائيين النفسيين السودانيين. تبعاً للمتغيرات (العمر، النوع، مكان الإقامة، الحالة الزوجية، نوع وسائل التواصل المستخدمة). وتتفق مع ما توصلت اليه قدوره (2017) حول عدم وجود فروق ترجع للنوع في التعامل مع وسائل التواصل الاجتماعي (قدوره، 2017). ويرجع الباحثان هذه النتيجة إلى الانتشار السريع للأجهزة الذكية وتضمنها للكثير من التطبيقات التواصلية التي أصبحت شائعة لدى قطاع كبير من المجتمع بغض النظر عن الفروق في للمتغيرات (العمر، النوع، مكان الإقامة، الحالة الزوجية، نوع وسائل التواصل المستخدمة). التي توجد بينهم وإلى التعلم الاجتماعي والتعلم بالملاحظة، بالإضافة إلى جانب المسيرة الاجتماعية فيما يتعلق بالتعامل مع الأجهزة الحديثة والتطبيقات.

تتمثل أهم نتائج البحث في الآتي:

- يتعامل الأخصائيون النفسيون السودانيون مع محتوى رسائل وسائط التواصل الاجتماعي بإيجابيه.
- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين التعامل مع وسائل التواصل الاجتماعي وكل من الأبعاد (الانبساطية، الاتقان) على مقياس العوامل الخمسة الكبرى.
- لا توجد علاقة بين التعامل مع وسائل التواصل الاجتماعي وكل من الأبعاد (العصابية، التفتح للخبرة، القبول).
- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في التعامل مع محتوى رسائل التواصل الاجتماعي لدى الأخصائيين النفسيين السودانيين. تبعاً للمتغيرات (العمر، النوع، مكان الإقامة، الحالة الزوجية).

التوصيات والمقترحات.

بناءً على النتائج التي تم التوصل إليها يوصي الباحثان ويقترحان الآتي:

- 1- رفع الوعي بأهمية الاستخدام المناسب لمواقع التواصل الاجتماعي واضرارها النفسية والنفسية.
- 2- تصميم برامج لرفع كفاءة المختص النفسي في اعداد المواد (نص، صور، فيديو....) ذات المحتوى النفسي لنشرها في مواقع التواصل للاستفادة من وسائل التواصل الاجتماعي في رفع الوعي النفسي.
- 3- بناء تطبيقات الكترونية لتقديم خدمات الإرشاد النفسي الإلكتروني للاستفادة من الانتشار الواسع لخدمات الإنترنت.
- 4- بناء تطبيقات الكترونية لتقديم خدمات المتابعة في العلاج النفسي للاستفادة من الانتشار الواسع لخدمات الإنترنت.
- 5- تصميم برامج تدريبية لإدارة الوقت بشكل مناسب.
- 6- يقترح الباحثان إجراء دراسات في الموضوعات الآتية:
 1. التعامل مع وسائل التواصل الاجتماعي وعلاقته بأبعاد الشخصية بين طلاب الجامعات.
 2. التعامل مع وسائل التواصل الاجتماعي وعلاقته بالتفكير الناقد لدى اختصاصي علم النفس السودانيين.
 3. الاثار النفسية والجسمية الناتجة عن سوء استخدام مواقع التواصل الاجتماعي.

قائمة المراجع

أولاً- المراجع بالعربية:

- الأنصاري، بدر محمد (2002). المرجع في مقاييس الشخصية تقنين على المجتمع الكويتي. القاهرة: دار الكتاب الحديث.
- بروكس، هوق، وقويتا، رافي (2017) وسائل التواصل الاجتماعي وتأثيرها على المجتمع. ترجمة: عبد الفتاح، عاصم سيد. القاهرة: المجموعة العربية للتدريب والنشر.
- الحسيني، هشام حبيب (2012). العوامل الخمسة للشخصية وجبهه جديدة لدراسة وقياس بنية الشخصية. القاهرة: مكتبة الأنجلو المصرية.
- خليوي، أسماء فراج (2017). الاضطرابات النفسية المرتبطة باستخدام مواقع التواصل الاجتماعي لدى طلبة الجامعة، مجلة الجامعة الإسلامية للدراسات التربوية والنفسية، مجلد 25، العدد 4، الصفحات 61- 101

- سليمان، السر أحمد محمد؛ والسيد، عثمان فضل (2017). "التعامل مع محتوى وسائط التواصل الاجتماعي وعلاقته بالتفكير الناقد لدى طلاب جامعة حائل". مجلة التربية جامعة الأزهر، كلية التربية العدد 174، المجلد 2: الصفحات 166 – 195
- الطيار، فهد بن علي (2014). شبكات التواصل الاجتماعي وأثرها على القيم لدى طلاب الجامعة "تويتر نموذجاً"، المجلة العربية للدراسات الأمنية والتدريب، مج 31، ع 61، الصفحات 193-226..
- عبد الخالق، أحمد محمد. (2015). علم نفس الشخصية. القاهرة: مكتبة الأنجلو المصرية.
- عبد الغفار، فيصل محمد. (2015). شبكات التواصل الاجتماعي. عمان: الجنادرية للنشر والتوزيع.
- قدورة، سوسن حسن علي. (2017). استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقته بالصحة النفسية وبعض سمات الشخصية لدى طلاب جامعة الجزيرة السودان - رسالة مقدمة لنيل درجة دكتوراه الفلسفة في علم النفس التطبيقي علم النفس التربوي.
- كاظم، علي مهدي (2001)، نموذج العوامل الخمسة الكبرى في الشخصية، مؤشرات سيكومترية عن البيئة العربية المجلة المصرية للدراسات النفسية، المجلد الحادي عشر، العدد (30)، ص 277
- مختار، وفيق صفوت. (2018). الأطفال والشباب وإدمان الإنترنت. الجيزة: أطلس للنشر والإنتاج الإعلامي.
- المساوي، حارث محمد محسن؛ وعبد العزيز محمد ابن حسين. (2017). "الاتجاهات نحو استخدام أدوات التواصل الاجتماعي وعلاقته بالعوامل الخمسة الكبرى للشخصية لدى طلبة جامعة إب." المجلة الدولية التربوية المتخصصة: دار سمات للدراسات والأبحاث المجلد 6، العدد 11 الصفحات 30 – 44.

ثانياً- المراجع بالإنجليزية:

- Careless, Erin J. (2015). Social Media for Social Justice, Journal of Teaching and Learning, Vol. 10, No. 1, pp 13-26.
- Edosomwan, Simeon; Kouame, Doriane; Watson, Jonelle; Seymour, Tom (2011). The History of Social Media and its Impact on Business, The Journal of Applied Management and Entrepreneurship, Vol. 16, No. 3.
- John, Oliver P. and Srivastava, Sanjay (1999). The Big-Five Trait Taxonomy: History, Measurement, and Theoretical Perspectives. Handbook of personality: Theory and research (2nd ed.). New York: Guilford.
- Pattanapichet, Fasawang & Wichadee, Saovapa (2015). Using Space in Social Media to Promote Undergraduate Students' Critical Thinking Skills. Turkish Online Journal of Distance Education-TOJDE. Vol. 16, No. 4, PP 38-49.
- Schultz, D. P & Schultz, S. E. (2005). Theories of Personality. Belmont, CA: Thomson Wadsworth