

الفروق بين الجنسين في سلوك استخدام الفيسبوك لدى عينة من طلاب جامعة سوهاج

سلوى السيد محمد السيد (*)

المخلص:

هدفت الدراسة الحالية إلى محاولة الكشف عن الفروق بين الذكور والإناث في سلوك استخدام الفيسبوك، وتكونت عينة الدراسة من (١٦٤) طالبا و(١٦٦) طالبة من طلبة جامعة سوهاج، وقد شملت أدوات الدراسة على استبيان سلوك مستخدمي الفيسبوك (إعداد الباحثة)، وقد أشارت البيانات الأولية إلى أنه يوجد اختلاف بين الذكور والإناث في استخدام بعض تطبيقات الفيسبوك مثل عدد الأصدقاء فالذكور لديهم أكثر من ٣٠٠ صديق بنسبة ٦٢,٢% ، مقابل ٢٥,٣% من الإناث، ونشر الصور (الشخصية) فالإناث لم تنشر صوراً لأنفسهن بنسبة ٨٥.٥%، مقابل ٤,٩% للذكور، وكذلك التطبيق المفضل للإناث يتمثل في (الرسائل، ثم نشر الأحداث، ثم الصور)، أما بالنسبة للذكور تأتي (التعليقات أولا، ثم الرسائل، ثم الجروبات) وأشارت النتائج إلى وجود فروق دالة إحصائياً بين الذكور والإناث عند مستوى دلالة (٠,٠١) على متغير الذات الزائفة من أبعاد تقديم الذات، وعلى بعد إدمان الفيسبوك في اتجاه الإناث؛ كما أشارت النتائج إلى وجود فروق بين الذكور والإناث عند مستوى دلالة (٠,٠٥) على متغير الذات الحقيقية من أبعاد تقديم الذات، والدرجة الكلية لاستبيان سلوك مستخدمي الفيسبوك.

(*) هذا البحث من رسالة الماجستير الخاصة بالباحثة، وهي بعنوان: [العوامل الخمسة الكبرى للشخصية وعلاقتها بسلوك مستخدمي الفيسبوك]، تحت إشراف: أ.د. بانسيه مصطفى حسان - كلية الآداب - جامعة سوهاج & د. محمود عبد العزيز قاعود - كلية الآداب - جامعة سوهاج

Gender difference in Facebook behavior use among sample of Sohag University students

Abstract:

This study aimed to detecting the differences between males and females in the behavior of using Facebook. The sample of The study consisted of (164) males and (166) females students from Sohag university. This study used The behavior of Facebook users questionnaire (by researcher) and The results of the study showed there are differences between males and females in some Facebook applications such as Number of friends, males have more than 300 friend 62,2% compared to 25,3% of females, and females did not publish pictures of themselves by 85.5%, compared to 4,9% for males, and also the preferred application for females is (Messages, posting events and pictures) As for males (comments, messages, and groups) and There are a statistically significant differences between (males and females) on false self, real self, addiction to face book and total score of behavior of facebook users questionnaire for females.

Key Words: Gender difference ; Facebook behavior;
Sohag University students.

مقدمة:

أصبحت مواقع التواصل الاجتماعي جزءاً من حياتنا اليومية وانتشر استخدامها بشكل سريع، وحازت على اهتمام العديد من الأفراد في كافة أنحاء العالم، ولم يقتصر استخدامها على شريحة عمرية أو طبقة اجتماعية محددة. ويعد الفيسبوك من أشهر مواقع التواصل الاجتماعي تأسس عام ٢٠٠٤ على يد طالب أمريكي في جامعة هارفرد "Harvard" يدعى مارك زوكربيرج "Mark Zuckerberg" وبدأ الفيسبوك كفكرة بسيطة تقوم على إنشاء موقع إلكتروني يجمع طلبة هارفرد في شكل شبكة تعارف تهدف إلى تعزيز التواصل بين الطلبة خلال دراستهم، والإبقاء على علاقاتهم بعد التخرج، وكان الاشتراك في الفيسبوك قاصراً على جامعة هارفرد، ثم انتقل إلى جميع الجامعات الأخرى، ثم المدارس الثانوية، ثم الشركات، وكان التحول عام ٢٠٠٦؛ حيث فتح أبوابه أمام أي شخص يمتلك بريد إلكتروني صالح (مريم نومار، ٢٠١٢، ٥٥؛ مصعب قتلوني، ٢٠١٢، ٩٣).

ويملك الفيسبوك العديد من المزايا التي تساعد المستخدمين على التواصل مع أصدقائهم، وتقديم معلومات حول أنفسهم، وأماكن وجودهم وذلك من خلال الصور الشخصية، وتحديثات الحالة، وتحميل الصور ومقاطع الفيديو، وتشير الأبحاث الحديثة إلى أن الشباب يقدمون جوانب مختلفة من ذواتهم على الإنترنت مثل الذات الحقيقية، والمثالية، والزائفة؛ والفيسبوك أكثر مواقع التواصل الاجتماعي شعبية، حيث وصل عدد مستخدميه إلى ١,١١ مليار مستخدم في جميع أنحاء العالم، وهو ما يمثل تقريباً ١٦٪ من سكان العالم (Michikyan, Subrahmanyam & Dennis, 2014, 179).

وقد أدى انتشار مواقع التواصل الاجتماعي - خاصة الفيسبوك - بين الشباب إلى العديد من التساؤلات مثل هل يختلف استخدام تطبيقات الفيسبوك باختلاف النوع (ذكور- إناث)، فقد أشارت دراسة ماهاجان (Mahajan, 2013) إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الذكور والإناث في استخدام الفيسبوك. بينما أشارت دراسة سامي شناوي، ومحمد عباس (٢٠١٤) أشارت إلى إنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الذكور والإناث على الفترة الزمنية لاستخدام الفيسبوك.

وكذلك دراسة ألواي، رانس، وقريشي، وكمب (Alloway, Runac,) (Quresh & Kemp, 2014) أشارت إلى أن الإناث تقضي المزيد من الوقت يوميًا على الفيسبوك، وسجلت الإناث درجات أعلى بكثير من الذكور في استخدام أنشطة الفيسبوك.

ودراسة هون وتشوا (Hon & chua, 2015) أشارت النتائج إلى أن الإناث أكثر استخداماً للفيسبوك من الذكور، وأن الطلاب "الوحيدون" أكثر استخداماً للفيسبوك حيث إنه يمكنهم من تحقيق ذواتهم ويتعاملون معه على أنه قناة أساسية للبقاء على اتصال مع الأهل، والأصدقاء، والترفيه والبحث عن معلومات.

كما هدفت دراسة لكوريا، وهنسلي، وزونيجا (Correa, Hinsley & zuniga 2010) إلى بحث العلاقة بين الشخصية واستخدام وسائل الاتصال الاجتماعي وتأثير العمر والنوع في هذه العلاقة وأشارت النتائج إلى أن الإناث والذكور الانبساطيين أكثر تواتراً في استخدام الشبكات الاجتماعية، وأيضاً الذكور الحاصلين على درجة مرتفعة في العصابية يكونون أكثر استخداماً للشبكات الاجتماعية.

وأشارت نتائج دراسة لونغ، وجاكسون، وزونج، وسو (Wang, Jackson, zhang & Su 2012) أن الذكور يميلون إلى أن يكون لديهم عدد كبير من الأصدقاء ولعب الألعاب، أما الإناث يميلون إلى نشر صورهم، وتحديث الحالة.

ودراسة ناصر المويصري، سميرة المذكوري، سعود الحربي (٢٠١٦) عدم وجود فروق بين الذكور والإناث على متغير إدمان الإنترنت.

وفي ضوء ما سبق نجد أن هناك تناقضاً واضحاً في بعض من نتائج الدراسات السابقة فالبعض يشير إلى وجود فروق مثل دراسة ماهاجان (Mahajan, 2013)، ودراسة هون وتشوا (Hon & chua, 2015) فحين يرى البعض عدم وجود فروق بين الذكور والإناث في سلوك استخدام الفيسبوك مثل دراسة سامي شناوي، ومحمد عباس (٢٠١٤) ودراسة ناصر المويصري، سميرة المذكوري، سعود الحربي (٢٠١٦)، وكذلك قلة الدراسات - في حدود علم الباحثة- وفي جمهورية مصر العربية بصفة خاصة التي حاولت الكشف عن الفروق بين الذكور والإناث في سلوك استخدام الفيسبوك.

مشكلة الدراسة:

تأتي مشكلة الدراسة الحالية كمحاولة للكشف عن الفروق بين الذكور والإناث في سلوك استخدام الفيسبوك لدى عينة من طلاب جامعة سوهاج، وتتمثل هذه المشكلة في محاولة الإجابة على التساؤل التالي:
(١) هل توجد فروق دالة إحصائياً بين الذكور والإناث في سلوك استخدام الفيسبوك لدى عينة من طلاب جامعة سوهاج؟

أهداف الدراسة: تهدف هذه الدراسة إلى:

(١) الكشف عن الفروق بين الذكور والإناث في سلوك استخدام الفيسبوك لدى عينة من طلاب جامعة سوهاج.

الأهمية النظرية والتطبيقية للدراسة:

يمكن الوقوف على أهمية الدراسة الحالية في النقاط التالية:

- تنبع أهمية الدراسة الحالية من أهمية المشكلة التي تتصدى لها هذه الدراسة وهي الكشف عن الفروق بين الذكور والإناث في سلوك استخدام الفيسبوك مما يسهم في فهم وتفسير سلوك استخدام الشباب للفيسبوك، كم أن الدراسات العربية في حدود علم الباحثة قليلة نسبياً في هذا الموضوع.
- كما تكمن أهمية الدراسة أيضاً في أنها تهتم بشريحة هامة في المجتمع (الشباب الجامعي) الذين يمثلون الدعامة الأساسية التي يقوم عليها تقدم المجتمع وتطوره، كما أنهم يشكلون النسبة الكبرى من مستخدمي الفيسبوك.
- يمكن أن تفيد نتائج هذه الدراسة المهتمين ببعض البيانات والمعلومات المفيدة التي يمكن أن تساعد في وضع برامج إرشادية للأسرة والطالب لاستخدام الفيسبوك.

مفاهيم الدراسة:

سلوك استخدام الفيسبوك:

- السلوك: هو أي نشاط (جسمي أو لفظي أو عقلي أو انفعالي أو اجتماعي) يصدر من الكائن الحي كاستجابات لمثيرات معينة (عبد الفتاح دويدار، ١٩٩٩، ٩).

- الفيسبوك (facebook): ويعرفه قاموس الإعلام والاتصال (Dictionary of Media and Communication) على أنه : موقع خاص بالتواصل الاجتماعي أسس عام ٢٠٠٤م، ويتيح نشر الصفحات الخاصة (Profiles)، للأشخاص (مريم نومار، ٢٠١٢، ٥٥).
- ويعرف الفيسبوك: بأنه من أهم مواقع التشبيك الاجتماعي، حيث يسمح بتكوين علاقات بين المستخدمين، وتمكينهم من تبادل المعلومات، والملفات، والصور الشخصية، ومقاطع الفيديو، والتعليقات، وكل هذا يتم في عالم افتراضي يقطع حاجز الزمان والمكان (مروة نذير، ٢٠١٥، ٨٩).

الإطار النظري:

موقع الفيسبوك Facebook:

يعد الفيسبوك واحد من أهم مواقع الشبكات الاجتماعية الأكثر شهرة التي أنشئت كمنتدى لطلاب الجامعات، ولا تزال تستخدم بشكل كبير من قبل الطلاب الجامعيين، يقدم الفيسبوك الإشباع للعديد من الاحتياجات الشخصية والاجتماعية المختلفة، فهو يجعل من الممكن للأشخاص البقاء على اتصال مع الأصدقاء القدامى والحاليين كذلك نشر أو إلقاء نظرة على الصور، وتكوين صداقات جديدة، والترفيه، ومشاركة معلومات حول الذات، ومعرفة المزيد عن المناسبات أو الأحداث الاجتماعية (Tosun, 2012, 1510-1511).

١. نشأة موقع الفيسبوك:

في فبراير ٢٠٠٤ أنشأ مارك زوكربيرج الفيسبوك وهو في غرفته في السكن الجامعي في جامعة هارفارد، وأعطاه اسم "فيسبوك" ومعناه كتاب "الوجوه" في إشارة إلى الكتب المطبوعة المعروفة بكتب الوجوه، والتي كانت توزع على الطلبة لمساعدتهم في التعرف على زملائهم في الصف (مصعب قتلوني، ٢٠١٢، ٩٣).

وفي غضون شهر واحد من إنشائه كان نصف عدد طلاب جامعة هارفارد مشاركون فيه وبحلول عام ٢٠٠٥ وصل إلى أكثر من ٨٠٠ كلية وجامعة وشبكات المدارس الثانوية، وفي عام ٢٠٠٦ واصل الفيسبوك توسعه مما سمح بالوصول إليه أكثر من ٢٢,٠٠٠ من شبكات المنظمات التجارية، وآخر توسيع للشبكة حدث في ٢٠٠٦، وهذا التوسع السريع سمح لأي شخص فوق سن

ال١٣ باستخدامه مع بريد إلكتروني صالح (Wilson, Gosling & Graham 2012,206).

٣. النظريات المفسرة لسلوك استخدام الفيسبوك:

تتعدد النظريات والنماذج التي تفسر استخدام الفيسبوك منها ما يلي:

• **نموذج الاستخدامات والإشباعات Approach Gratification & uses**

يعد نموذج الاستخدامات والإشباعات أحد النماذج النظرية التي ظهرت في مرحلة ما يسمى بالتأثيرات المعتدلة لوسائل الإعلام ويعتمد مدخل الاستخدامات والإشباعات على فكرة مفادها أن استخدامات الأفراد لنفس الرسالة يمكن أن تختلف باختلاف الأهداف التي يسعى هؤلاء الأفراد لتحقيقها، كما أن تأثيرات وسيلة إعلامية معينة ترتبط إلى حد كبير بالاختلافات القائمة بين الأفراد في تعاملاتهم مع الوسيلة، ومن ثم فإن حاجة الأفراد ورغبتهم، وتوقعاتهم تعد جميعا متغيرات وسيطة بين الرسائل الإعلامية وتأثيرات تلك الرسائل (أسامة المدنى، ٢٠٠٩، ٦١٤).

ويقوم مدخل الاستخدامات والإشباعات حسب ما حددها كل من كاتز، وبلومر، وجورفيتش (Kats, Blumer & Guervits) على أن حاجات الأفراد التي تحتاج إلى إشباع عن طريق استخدام وسائل الإعلام أو غيرها هي :

- الحاجات المعرفية Cognitive Needs : وهى الحاجات المرتبطة بالمعلومات والمعارف ومراقبة وفهم البيئة المحيطة وهى تشبع الحاجة إلى حب الاستطلاع والاكتشاف
- الحاجات الوجدانية Affective Needs : وهى الحاجات المرتبطة بتقوية الخبرات الجمالية، والبهجة، والعاطفة لدى الأفراد والسعي للحصول على البهجة والترفيه من الدوافع العامة التي يتم إشباعها عن طريق وسائل الإعلام فهي مرتبطة بالنواحي العاطفية والمشاعر.
- حاجات الاندماج الشخصي Personal Integrative of needs : وهى الحاجات المرتبطة بتقوية شخصية الأفراد من حيث المصادقية والثقة، وتحقيق الاستقرار الشخصي، ومركز الفرد الاجتماعي، وتنبع هذه الحاجات من حاجة الأفراد إلى تحقيق الذات.

- حاجات الاندماج الاجتماعي Social Integrative of needs: وهي الحاجات المتعلقة بالتواصل مع العائلة والأصدقاء والعالم الخارجي، وهي حاجات تتبع من حاجة الفرد للانتماء للجماعة.
- حاجات الهروب Escapist needs: وهي الحاجات المرتبطة برغبة الفرد في الهروب وإزالة التوتر، والرغبة في تغيير المسار بعيدا عن الآخرين، فهي تعكس كل ما هو مرتبط بالترفيه، والتسلية، والتي تدخل ضمن الحاجة إلى التخلص من العزلة، والإحساس بالضيق والملل، وعدم الشعور بالوحدة (حسن المطيري، ٢٠١٣، ١٣-١٤؛ نشوى البربري، ٢٠١٥، ٢٠٩).

• نموذج العامل المزدوج (الثنائي) لاستخدام الفيسبوك:

The dual-factor model of face book use

ووفقا "لنادكارني، وهوفمان" (٢٠١٢) أن الدافع لاستخدام الفيسبوك في المقام الأول يرجع لاثنتين من الحاجات النفسية الاجتماعية وهما: الحاجة إلى الانتماء، والحاجة إلى تقديم الذات، فالحاجة إلى الانتماء هي الدافع الأساسي للتواصل والتوافق مع الآخرين، والحصول على القبول الاجتماعي، أما تقديم الذات فيعد عملية مستمرة من إدارة الانطباع ويمكن لهذين العاملين أن يعملوا معا، ولكن يمكن أن يكون كل منهما الدافع لاستخدام الفيسبوك (Nadkarni & Hofmann, 2012, 245).

ويعد تقديم الذات الدافع الثاني لاستخدام الفيسبوك حيث يساعد الفيسبوك المستخدمين في إدارة وتقديم ذواتهم، وتستخدم أنشطة الفيسبوك مثل نشر الصور، والمعلومات الشخصية، ومحتوى الحائط في تقديم الذات، فمواقع الشبكات الاجتماعية توفر مكان فريد للمستخدمين لتقديم ذواتهم (Koseoglu, 2015, 40).

❖ نموذج التعويضي للإنترنت:

يفترض هذا النموذج أن مواقف الحياة السلبية التي يتعرض لها الفرد تكون الدافع وراء استخدام الفرد للإنترنت للتخلص من المشاعر السلبية، فالمبدأ الأساسي لنموذج الاستخدام التعويضي يكمن في رد فعل الفرد تجاه وضعه السلبي في الحياة والذي يعوضه عن طريق استخدام تطبيق الإنترنت، فالنموذج التعويضي لاستخدام الإنترنت يستند إلى دوافع نفسية واجتماعية لم يتم

إشباعها في الحياة الواقعية، على سبيل المثال فالأشخاص الذين يشعرون بالقلق الاجتماعي، والذين يجدون صعوبات في التفاعل الاجتماعي في الحياة الواقعية، يلجأون لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي، حيث يشعرون بأمان أكثر لعدم كشف هويتهم الاجتماعية (Kardfelt-Winther, 2014,352-353).

الإجراءات المنهجية للدراسة:

أولاً: منهج الدراسة:

اعتمدت الدراسة الحالية علي استخدام المنهج الوصفي المقارن لاعتباره المنهج المناسب لطبيعة هذه الدراسة.

ثانياً: عينة الدراسة:

تكونت عينة الدراسة من (٣٣٠)، (١٦٦ إناث، ١٦٤ ذكور) من طلاب جامعة سوهاج بالكليات المختلفة النظرية والعملية بمتوسط عمري (٢٠,٦٦) وانحراف معياري بلغ (١,١٠).

جدول (١)

وصف عينة الدراسة حسب النوع ومتوسط العمر

النوع	العدد	النسبة المئوية	متوسط العمر	الانحراف المعياري
الذكور	١٦٤	% ٤٩.٧	٢٠.٧٥	١.١٤
الإناث	١٦٦	% ٥٠.٣	٢٠.٥٧	١.٠٥
المجموع	٣٣٠	% ١٠٠	٢٠.٦٦	١.١٠

ثالثاً: أدوات الدراسة:

❖ استبيان سلوك مستخدمي الفيسبوك (إعداد / الباحثة).

أعد هذا المقياس باتباع الخطوات التالية:

- مراجعة الإطار النظري الذي تناول سلوكيات استخدام الفيسبوك ، والدراسات السابقة التي تناولت استخدام الفيسبوك وعلاقته ببعض المتغيرات المعرفية والاجتماعية والسلوكية.
- ثم تم وضع العبارات في صورتها الأولية.
- ثم عرضها على المحكمين.

ويتكون المقياس من استمارة بيانات أولية من ١٢ بند توضح مدة وشدة استخدام تطبيقات الفيسبوك ، ومن (٤٠) عبارة تقيس ثلاثة أبعاد هي

(التفاعل الاجتماعي " ١٢ فقرة"، تقديم الذات " ١٦ فقرة"، إيمان الفيسبوك " ١٢ فقرة")، يتم الإجابة عليها من خلال مقياس متدرج على ثلاث استجابات (دائماً / أحياناً / نادراً)، يُعطى الطالب (ثلاثة درجات) للاستجابة بـ "دائماً"، و(درجتان) للاستجابة بـ "أحياناً"، و(درجة واحدة) للاستجابة بـ "نادراً"، وأعلى درجة للمقياس (١٢٠) وأدنى درجة (٤٠).

الخصائص السيكومترية للمقياس:

وتم التحقق من الخصائص السيكومترية للمقياس من خلال عمليات الصدق والثبات على عينة استطلاعية تمثلت في (١٥٠) طالباً من طلاب جامعة سوهاج بفرقها الأربع.

أولاً: صدق المقياس

الصدق التمييزي (صدق المقارنة الطرفية):

وللتحقق من الصدق التمييزي لفقرات استبيان سلوك مستخدمي الفيسبوك وأبعاده الفرعية، تم ترتيب درجات العينة الاستطلاعية (ن = ١٥٠) ترتيباً تنازلياً، ثم قامت الباحثة بمقارنة درجات المجموعتين المتطرفتين في الأداء على المقياس حيث تم تحديد (٣٧) استمارات تمثل الأفراد ذوي الدرجات العليا و(٣٧) استمارات تمثل الأفراد ذوي الدرجات الدنيا، وفيما يلي توضيح لتلك النتائج:

جدول (٢)

المتوسط (م) والانحراف المعياري (ع) لاستبيان سلوك مستخدمي الفيسبوك وأبعاده الفرعية

وقيمة (ت) للرُبع الأعلى والرُبع الأدنى (ن=٧٤)

الأبعاد	المقياس	م	ع	درجة الحرية	قيمة (ت)	الدلالة
بُعد التفاعل الاجتماعي	الرُبع الأعلى	٣٠.٨٦	١.٦٥	٧٢	**٢١.٠٢	دال عند مستوى ٠.٠١ في اتجاه الرُبع الأعلى
	الرُبع الأدنى	٢٢.٣٧	١.٨١			

الأبعاد	القياس	م	ع	درجة الحرية	قيمة (ت)	الدلالة
بُعد تقديم الذات	الرُّبِيع الأعلى	٤٢.١٨	١.٤١	٧٢	**٢٦.٠٠	دال عند مستوى ٠.٠١ في اتجاه الرُّبِيع الأعلى
	الرُّبِيع الأدنى	٣٢.٤٠	١.٨٠			
بُعد إدمان الفيسبوك	الرُّبِيع الأعلى	٣١.٦٢	١.٥٣	٧٢	**٣٩.٤٢	دال عند مستوى ٠.٠١ في اتجاه الرُّبِيع الأعلى
	الرُّبِيع الأدنى	١٧.٤٥	١.٥٥			
المقياس الكلي	الرُّبِيع الأعلى	٩٨.٤٣	٢.٩٥	٧٢	**١٨.٣٩	دال عند مستوى ٠.٠١ في اتجاه الرُّبِيع الأعلى
	الرُّبِيع الأدنى	٧٧.٧٠	٦.١٨			

يتضح من الجدول (٢) وجود فروق دالة إحصائياً بين درجات الرُّبِيع الأعلى ودرجات الرُّبِيع الأدنى لدى أفراد العينة بما يشير إلى تمتع المقياس بدرجة جيدة من الصدق.

ثانياً: ثبات المقياس:

(١) معامل ثبات ألفا كرونباخ:

تم حساب ثبات استبيان سلوك مستخدمي الفيسبوك، باستخدام معامل ثبات ألفا كرونباخ ضمن حزمة البرامج الإحصائية المعروفة باسم spss، وفيما يلي توضيح لتلك النتائج:

جدول (٣)

معامل ثبات ألفا كرونباخ لاستبيان سلوك مستخدمي الفيسبوك وأبعاده الفرعية لدى العينة الاستطلاعية الكلية (ن=١٥٠)

الأبعاد	التفاعل الاجتماعي	تقديم الذات	إدمان الفيس بوك	المقياس الكلي
معامل ثبات ألفا كرونباخ	٠.٥٠	٠.٤٩	٠.٨٣	٠.٧١

يشير جدول (٣) إلى تمتع الاستبيان بدرجة ثبات مقبولة.

رابعاً: الأساليب الإحصائية المستخدمة بالدراسة:

للتحقق من صحة فروض الدراسة قامت الباحثة بعمل التحليلات الإحصائية باستخدام التحليلات الإحصائية Excel وحزمة البرامج الإحصائية Statistical Package For Social Sciences المعروفة باسم الـ S.P.S.S وتم استخدام الطرق والأساليب الإحصائية المناسبة وهي:

١- المتوسط - الانحراف المعياري : وذلك بهدف وصف خصائص عينة الدراسة الحالية ووصف متغيرات الدراسة.

٣- معامل ألفا كرونباخ : يستخدم للتحقق من ثبات أدوات الدراسة.

٤- اختبار " T. test " : للتعرف على دلالة الفروق بين المجموعات.

نتائج الدراسة:

تحليل البيانات الأولية لاستخدام تطبيقات الفيسبوك:

فيما يلي تستعرض الباحثة استخدام عينة الدراسة الكلية لبعض تطبيقات الفيسبوك، وتم تحليل البيانات من خلال النسب المئوية والتكرارات.

جدول (٤)

وصف عينة الدراسة الكلية حسب عدد الأصدقاء

العينة الكلية		الإناث		الذكور		عدد الأصدقاء
النسبة المئوية	العدد	النسبة المئوية	العدد	النسبة المئوية	العدد	
٣١.٨ %	١٠٥	٥٠ %	٨٣	١٣.٤ %	٢٢	أقل من ١٥٠
٢٤.٥ %	٨١	٢٤.٧ %	٤١	٢٤.٤ %	٤٠	من ١٥٠ إلى ٣٠٠
٤٣.٦ %	١٤٤	٢٥.٣ %	٤٢	٦٢.٢ %	١٠٢	أكثر من ٣٠٠

يوضح الجدول (٤) عدد الأصدقاء فالنسبة للذكور فإن ٦٢,٢ % لديهم " أكثر من ٣٠٠ صديق" مقابل ٢٥,٣ % من الإناث، يليها ٢٤,٤ % من الذكور لديهم "من ١٥٠ إلى ٣٠٠ صديق" مقابل ٢٤,٧ % من الإناث، ثم يليها ١٣,٤ % من الذكور لديهم "أقل من ١٥٠ صديقاً" مقابل ٥٠ % من الإناث.

جدول (٥)

وصف عينة الدراسة الكلية حسب عدد مرات نشر الصور لنفسه

العينة الكلية		الإناث		الذكور		نشر صور لنفسك
النسبة المئوية	العدد	النسبة المئوية	العدد	النسبة المئوية	العدد	
٠.٦%	٢	٠.٦%	١	٠.٦%	١	مرة أو أكثر يوميًا
١١.٥%	٣٨	١.٨%	٣	٢١.٣%	٣٥	مرة أو أكثر أسبوعيًا
٢٥.٢%	٨٣	٤.٨%	٨	٤٥.٧%	٧٥	مرة أو أكثر شهريًا
١٧.٣%	٥٧	٧.٢%	١٢	٢٧.٤%	٤٥	مرة أو أكثر سنويًا
٤٥.٥%	١٥٠	٨٥.٥%	١٤٢	٤.٩%	٨	لم أنشر صورًا لنفسي

يوضح الجدول (٥) عدد المرات التي ينشر فيها أفراد العينة صورًا لأنفسهم، وأشارت النتائج إلى أن نسبة الذكور الذين ينشرون صورًا لأنفسهم " مرة أو أكثر شهريًا" بلغت ٤٥,٧% وهي تحتل المرتبة الأولى يليها "مرة أو أكثر سنويًا" بنسبة ٢٧,٤% ثم يليها " مرة أو أكثر أسبوعيًا" بنسبة ٢١,٣%، يليها "لم أنشر صورًا لنفسي" بنسبة ٤,٩%، "ثم مرة أو أكثر يوميًا" بنسبة ٠,٦%، أما على مستوى الإناث " لم أنشر صورًا لنفسي" تحتل المرتبة الأولى بنسبة ٨٥,٥%، ثم يليها "مرة أو أكثر شهريًا" بنسبة ٧,٢%، ثم " مرة أو أكثر سنويًا" بنسبة ١٧,٣%، ثم " مرة أو أكثر أسبوعيًا" بنسبة ١١,٥%، ثم يليها "مرة أو أكثر يوميًا" بنسبة ٠,٦%.

جدول (٦)

وصف عينة الدراسة الكلية حسب التطبيق المفضل على الفيسبوك

العينة الكلية		الإناث		الذكور		التطبيق المفضل
النسبة المئوية	العدد	النسبة المئوية	العدد	النسبة المئوية	العدد	
٦.٤ %	٢١	٣.٦ %	٦	٩.١ %	١٥	الحائط
١٣.٣ %	٤٤	١٨.١ %	٣٠	٨.٥ %	١٤	الصور
١٦.٧ %	٥٥	١٤.٥ %	٢٤	١٨.٩ %	٣١	التعليقات
٢٠.٣ %	٦٧	٢٢.٩ %	٣٨	١٧.٧ %	٢٩	الرسائل
١٥.٨ %	٥٢	١٤.٥ %	٢٤	١٧.١ %	٢٨	الجروبات
١٧.٩ %	٥٩	٢٠.٥ %	٣٤	١٥.٢ %	٢٥	نشر الأحداث
٩.٧ %	٣٢	٦ %	١٠	١٣.٤ %	٢٢	تطبيقات أخرى

يوضح الجدول (٦) التطبيق المفضل بالنسبة لأفراد العينة، واحتلت "الرسائل" ٢٢,٩ % بالنسبة للإناث مقابل ١٧ % للذكور، يليها "نشر الأحداث" بنسبة ٢٠,٥ % بالنسبة للإناث، مقابل ١٥,٢ % من الذكور، ثم "التعليقات" بنسبة ١٨,٩ % للذكور، و ١٤,٥ % للإناث، ثم يليهم الجروبات بنسبة ١٧,١ % للذكور، مقابل ١٤,٥ % للإناث، ثم "الصور" بنسبة ١٨,١ % للإناث، و ٨,٥ % للذكور، ثم تطبيقات أخرى.

تشير البيانات الأولية إلى أنه يوجد اختلاف بين الذكور والإناث في استخدام بعض تطبيقات الفيسبوك مثل عدد الأصدقاء فالذكور لديهم أكثر من ٣٠٠ صديق بنسبة ٦٢,٢ %، مقابل ٢٥,٣ % من الإناث، ونشر الصور (الشخصية)، فالإناث لم تنشر صوراً لأنفسهن بنسبة ٨٥.٥ %، مقابل ٤,٩ % للذكور، وكذلك التطبيق المفضل للإناث يتمثل في (الرسائل، ثم نشر الأحداث، ثم الصور)، أما بالنسبة للذكور تأتي (التعليقات أولاً، ثم الرسائل، ثم الجروبات)، ويتفق ذلك مع دراسة ماهاجان (Mahajan, 2013) التي أشارت إلى وجود فروقاً ذات دلالة إحصائية بين الذكور والإناث في استخدام الفيسبوك، ودراسة ونج، وجاكسون، وزونج، وسو (Wang, Jackson, zhang & Su 2012) التي أشارت إلى

أن الذكور يميلون إلى أن يكون لديهم عدد كبير من الأصدقاء ولعب الألعاب، أما الإناث يميلون إلى نشر صورهم، وتحديث الحالة.

وربما يرجع ذلك الاختلاف بين الذكور والإناث إلى ثقافة المجتمع السوهاجي، والتي تتم من خلال أساليب التنشئة الاجتماعية وخاصة التي تستخدمها الأسرة تفرض على الإناث بعض القيود خلافا للذكور في الظهور والتعامل مع الآخرين، مما يجعلهن لا يفضلن الكشف عن ذواتهن من خلال عرض صورهن الشخصية، أو أن تستخدم بعض تطبيقات الفيسبوك بحرية تامة، فالإناث في المجتمع السوهاجي تعاني من بعض القيود الاجتماعية والثقافية التي تجعلها تخشى التعبير عن أفكارهن بحرية خوفا من الانتقادات التي يمكن أن يتعرضن لها، وقد يعتبر الفيسبوك أداة تنفيس وهروب من الواقع، ووسيلة بالنسبة للإناث لقضاء أوقات الفراغ، دون الكشف عن أنفسهن، أما الذكور فالثقافة الاجتماعية تمنحهم حرية أكبر ودرجة مراقبة أقل، وبالتالي فالذكور أكثر تحملا وثقة بالنفس، فنشر الصور الشخصية يعد وسيلة لتقديم ذواتهم والتعبير عنها.

نتائج فرض الدراسة ومناقشتها: وينص الفرض على:

"توجد فروق دالة إحصائية بين الذكور والإناث في سلوك استخدام الفيسبوك لدى عينة من طلاب جامعة سوهاج."
للتحقق من صحة الفرض السابق، ومعرفة مستويات الدلالة واتجاهها في اتجاه أي من مجموعتي الدراسة (الذكور، والإناث)، وذلك على استبيان سلوك مستخدمي الفيسبوك، قامت الباحثة باستخدام الاختبار التائي "T-test"، لاختبار دلالة الفروق بين مجموعتين غير متجانستين، والعرض التالي يوضح ما تم التوصل إليه من نتائج:

جدول (٧)

المتوسطات (م) والانحرافات المعيارية (ع) وقيم (ت) لدى مجموعتي الدراسة الذكور (ن= ١٦٤) والإناث (ن= ١٦٦) على استبيان سلوك مستخدمي الفيسبوك

المتغير	العينة	ن	م	ع	قيمة " ت "	مستوى الدلالة
التفاعل الاجتماعي	الذكور	١٦٤	٢٥.٢٥	٣.٧٤	٠.٤٥ -	غير دال
	الإناث	١٦٦	٢٥.٤٣	٣.٥٦		
طريقة عرض الذات	الذكور	١٦٤	١٦.٥٧	٢.٥٥	٠.٤٠ -	غير دال
	الإناث	١٦٦	١٦.٤٦	٢.٦٠		
الذات المثالية	الذكور	١٦٤	٦.٢٥	١.٤٥	١.٢٦ -	غير دال
	الإناث	١٦٦	٦.٤٥	١.٤٣		
الذات الحقيقية	الذكور	١٦٤	٦.٦٢	١.٦٢	٢.٢٢ - *	دال عند ٠.٠٥ في اتجاه الإناث
	الإناث	١٦٦	٧.٠٠	١.٤٥		
الذات الزائفة	الذكور	١٦٤	٦.٣٥	١.٥٠	٦.٠٥ **	دال عند ٠.٠١ في اتجاه الإناث
	الإناث	١٦٦	٥.٣١	١.٦١		
الدرجة الكلية لتقدير الذات	الذكور	١٦٤	٣٥.٨١	٤.٧٧	١.١٠ -	غير دال
	الإناث	١٦٦	٣٥.٢٣	٤.٧٣		
إدمان الفيسبوك	الذكور	١٦٤	٢٢.١٧	٥.٢٧	٤.٣٢ - **	دال عند ٠.٠١ في اتجاه الإناث
	الإناث	١٦٦	٢٤.٦٩	٥.٣١		
الدرجة الكلية للاستبيان	الذكور	١٦٤	٨٣.٢٣	١٠.١٨	١.٩٨ - *	دال عند ٠.٠٥ في اتجاه الإناث
	الإناث	١٦٦	٨٥.٣٦	٩.٢٤		

أبعاد تقدير الذات

*دال عند مستوى ٠.٠٥ **دال عند مستوى ٠.٠١
د. ح = ٣٢٨ مستوى الدالة عند ٠.٠٥ = ١.٩٦٠ عند ٠.٠١ = ٢.٥٧٦

يشير الجدول (٧) إلى وجود فروق بين مجموعتي الدراسة (الذكور، والإناث) عند مستوى دلالة (٠.٠١) على متغير الذات الزائفة من أبعاد تقديم الذات، وعلى بُعد إدمان الفيسبوك في اتجاه الإناث؛ كما أشارت النتائج إلى وجود فروق بين مجموعتي الدراسة عند مستوى دلالة (٠.٠٥) على متغير الذات الحقيقية من أبعاد تقديم الذات، وعلى الدرجة الكلية لاستبيان سلوك مستخدمي الفيسبوك في اتجاه الإناث.

مناقشة فرض الدراسة:

وجدت الدراسة الحالية فروق دالة إحصائياً بين الذكور والإناث على أبعاد تقديم الذات (الذات الزائفة عند مستوى دلالة (٠.٠١) والذات الحقيقية عند مستوى دلالة (٠.٠٥) ، وبعد إدمان الفيسبوك، والدرجة الكلية لاستبيان سلوك مستخدمي الفيسبوك) لصالح الإناث.

وتتسق نتائج الدراسة الحالية مع بعض نتائج الدراسات السابقة مثل دراسة ألواي، رانس، وقريشي، وكيمب (Alloway, Runac, Quresh & Kemp, 2014) التي أشارت إلى أن الإناث تقضي المزيد من الوقت يومياً على الفيسبوك، ودراسة هون وتشوا (Hon & chua, 2015) أشارت إلى أن الإناث أكثر استخداماً للفيسبوك من الذكور، ودراسة لونج، وجاكسون، وزونج، وسو (Wang, Jackson, zhang, & Su 2012) توصلت إلى أن الذكور يميلون إلى أن يكون لديهم عدد كبير من الأصدقاء ولعب الألعاب.

أشارت نتائج الدراسة الحالية إلى أن الإناث أكثر ارتباطاً بمستويات عالية من تقديم الذات من خلال استخدام تطبيقات الفيسبوك، التي تسمح لهن بتقديم أنفسهن، فقد يستخدمن الفيسبوك لتقديم ذواتهن الزائفة أو الحقيقية وربما يرجع ذلك إلى طبيعة البيئة الاجتماعية والثقافية في المجتمع السوهاجي، وهي بيئة محافظة وتحترم العادات والتقاليد، فنجد هناك عدد لا بأس به من الطالبات الجامعيات بسوهاج يدعن الصورة التقليدية القديمة (وهي ضرورة التخفي، ومن العيب أن تكشفن للآخرين عن ذاتهن الحقيقية كنوع من الحماية ضد ضغوط الجماعة) وبعضهن تجاوزن هذه الأزمة لاعتبارات في تنشئتهن وكشفنا عن ذواتهن الحقيقية.

كما يتيح الفيسبوك للفتاة إشباع بعض الحاجات النفسية والاجتماعية كالحاجة إلى الانتماء، والشعور بالأمن والتقبل من الآخرين، فالفيسبوك موقع

للتواصل الاجتماعي، يوفر بيئة للتواصل مع المعارف والأصدقاء، وأشخاص من بيئات وثقافات مختلفة كما يوفر خدمات (كالصداقة، الاشتراك في المجموعات) تشعر الفرد بنوع من الانتماء لجماعة معينة لها نفس الاهتمامات والآراء، وإشباع بعض الحاجات يحقق شعورًا بالمتعة والسرور، وبالتالي الإفراط في الاستخدام، قد يكون للتفيس والهروب من الواقع الذي لا يلبي احتياجاتهن، وقد تستخدم الإناث الفيسبوك كنوع من الترفيه والتسلية، وقضاء أوقات الفراغ حيث يمكنها استخدام الفيسبوك في أي وقت وأي مكان.

المراجع:

- أسامة غازي المدني. (٢٠٠٩). استخدامات الشباب السعودي الجامعي للمضمون السياسي للمدونات الإلكترونية والإشباع المتحققة منها. مجلة كلية الآداب بجامعة حلوان، (٢٦)، ٥٩٥-٦٢٨.
- حسن قطيم المطيري. (٢٠١٣). الاستخدامات السياسية لموقع التواصل الاجتماعي "تويتر" من قبل الشباب الكويتي. (رسالة ماجستير غير منشورة)، كلية الإعلام، جامعة الشرق الأوسط.
- سامي أحمد شناوي، ومحمد خليل عباس. (٢٠١٤). استخدام شبكة التواصل الاجتماعي الفيسبوك وعلاقته بالتوافق النفسي لدى المراهقين. مجلة جامعة: أكاديمية القاسمي، ١٨، (٢)، ٧٥-١١٨.
- عبد الفتاح محمد دويدار. (١٩٩٩). مناهج البحث في علم النفس، ط٢، الإسكندرية: دار المعرفة الجامعية.
- مرورة إيناس نذير. (٢٠١٥). دراسة اضطراب الشخصية لدى الراشدين مسيئي استعمال موقع التواصل الاجتماعي فيسبوك. (رسالة ماجستير غير منشورة)، كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية، جامعة البويرة: الجزائر.
- مريم نريمان نومان. (٢٠١٢). استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية وتأثيره في العلاقات الاجتماعية دراسة عينة من مستخدمي الفيسبوك في الجزائر. (رسالة ماجستير غير منشورة)، العلوم الإنسانية، جامعة الحاج لخضر- باتنة: الجزائر.
- مصعب حسام الدين قتلوني. (٢٠١٢). دور مواقع التواصل الاجتماعي "الفيسبوك" في عملية التغيير السياسي مصر نموذجاً. (رسالة

ماجستير غير منشورة)، كلية الدراسات العليا، جامعة النجاح الوطنية:
فلسطين.

ناصر شباب المويزري، سميرة حسن المذكوري، سعود نامي الحربي.
(٢٠١٦)، إدمان الإنترنت وعلاقته بالعوامل الخمس الكبرى للشخصية
لدى عينة من طلاب الجامعة بدولة الكويت. مجلة دراسات الطفولة:
جامعة عين شمس- كلية الدراسات العليا للطفولة، ١٩ (٧٠)، ٢١-
٣٥.

نشوى عبد الحليم البربري. (٢٠١٥). استخدام شبكات التواصل الاجتماعي
وعلاقته بذكاء الوجدان ومفهوم المواطنة لدى طلاب الجامعة. مجلة
كلية التربية، ٣٠ (٤)، ١٩٩ - ٢٤٧.

Alloway,T., Runac, R., Quresh, M.& Kemp,G.(2014).Is
FaceBook Linked to Selfishness? Investigating
the Relationships Among Social Media Use
Empathy and Narcissism. Social
Networking,(3),150-158.

Correa,T., Hinsley.A., & Zuniga,H. (2010).who interacts
on the web? The intersection of users personality
and social use. computers in Human Behavior, 26
(2),247-253

Hon,K.Y.,& Chua,B.S.(2015). Are lonely undergraduate
students avoiding communicating in real life but
vigorous in face book? International Journal of
humanities and social science,5(6), 43-50.

Kardefelt-Winther,D.(2014).A conceptual and
methodological critique of internet addiction
research: towards a model of compensatory
internet use. computers in human
Behavior,31,351-354.

- Koseoglu, Y.(2015). Facebook, Personality and Needs- A case from Turkey. *Journal of Emerging Trends in Educational Research and policy studies*,6(1), 40-49.
- Mahajan, R. (2013). Narcissism, loneliness and social networking site use: relationships and differences. *AP J Psychological Medicine*,14, 134-140.
- Michikyan,M, Subrahmanyam,K.,& Dennis,J.(2014). Can you tell who I am? Neuroticism ,extraversion, and online self-presentation among young adults. *Computers in Human Behavior*,33,179-183.
- Nadkarni, A.,& Hofmann, S. A.(2012). Why do people use facebook? .personality and individual differences,52, 243-249.
- Tosun, L. P.(2012). Motives for Facebook use and expressing "true self" on the Internet. *Computers in Human Behavior*,28, 1510-1517.
- Wilson,R.E., Gosling,S.D & Graham,L.T.(2012). a review of face book research in the social sciences .*psychological science*, 7(3), 203-220
- Wang,J.L., Jackson,L.A., Zhang,D.J.,& Su,Z.Q.(2012).the relationships among the big five personality factor, self –esteem, narcissism and sensation seeking to Chinese university students uses of social networking sites(Snss) *Computers in Human Behavior*,28 ,2313-2319.