



# الاتجاهات نحو استخدام أدوات التواصل الاجتماعي وعلاقته بالعوامل الخمسة الكبرى للشخصية لدى طلبة جامعة إِب

عبد العزيز محمد بن حسين\*\*

حارث محمد محسن المساوي\*

الملخص: 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، واستخدم الباحثان المنهج الوصفي الارتباطي، كما تكون مجتمع الدراسة من طلاب وطالبات جامعة أب، تم اختيار عينة عشوائية تكونت من (783) طالباً وطالبة، ولتحقيق أهداف الدراسة قام الباحثان بإعداد مقياس للاتجاه نحو استخدام أدوات التواصل الاجتماعي على شبكة الأنترنت، كما استخدم مقياس العوامل الخمسة الكبرى للشخصية من اعداد كوستا وماكري (Costa & McCrae, 1992) تعريب الانصاري [1]. وتوصلت الدراسة للعديد من النتائج لعل أبرزها: اتجاهات طلبة جامعة إِب إيجابية نحو استخدام أدوات التواصل الاجتماعي، كما توصلت إلى وجود فروق في الاتجاه نحو استخدام أدوات التواصل الاجتماعي تُعزى لمتغير التخصص، وذلك لصالح التخصصات الإنسانية. وقد أظهرت النتائج أن هناك علاقة موجبة ذات دلالة إحصائية عند مستوى 0.01 بين الاتجاهات نحو استخدام أدوات التواصل الاجتماعي وبعدي الاندساطية والانفتاح على الخبرة (الصفوارة) والطيبة (الوداعة) ويقظة الضمير (التفاني)، وتوصلت الى علاقة سالبة بين الاتجاهات نحو استخدام أدوات التواصل الاجتماعي وعامل العصبائية.

الكلمات المفتاحية: الاتجاهات، أدوات التواصل الاجتماعي، العوامل الخمسة الكبرى للشخصية.

\* ماجستير علم نفس، كلية التربية، جامعة الملك سعود

\*\* أستاذ مشارك بقسم علم النفس، كلية التربية، جامعة الملك سعود