



العدد الرابع والعشرون - الجزء الاول - سبتمبر - 2025 - السنة الخامسة مجلة علمية فصلية محكمة

المجلة الأمريكية الدولية للعلوم الإنسانية والاجتماعية

American International Journal of Humanities and Social Sciences

الالكتروني (ISSN) (3085 - 4806) / الورقي (ISSN) (3085 - 4830)

رقم الايداع القانوني في المكتبة الوطنية المغربية (2025 Pe00006)

رقم الايداع القانوني في دار الكتب والوثائق العراقية (2735)

تصدر عن الأكاديمية الأمريكية الدولية
للتعليم العالي والتدريب

ISSUED BY AMERICAN INTERNATIONAL ACADEMY
OF HIGHER EDUCATION AND TRAINING



بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ



رئيس التحرير-أ.د.نزهة إبراهيم الصبري - نائب رئيس الأكاديمية الأمريكية الدولية للتعليم العالي والتدريب-
المملكة المغربية
نائب رئيس التحرير: أ.د. حاتم جاسم الحسون، رئيس الأكاديمية الأمريكية الدولية للتعليم العالي والتدريب.
مدير التحرير- أ.د. هند عباس على الحمادي-أستاذ بقسم اللغة العربية وعلومها-كلية التربية للبنات-جامعة
بغداد، (جمهورية العراق) مدقق اللغة العربية).

سكرتارية التحرير

1. أ.م.د. محمد حسن أبو رحمة . وزارة التربية – فلسطين .
2. أ.سكينة إبراهيم الصبري . الشؤون الإدارية . الأكاديمية الأمريكية الدولية للتعليم العالي والتدريب .

أعضاء هيئة التحرير

1. أ.م.د.حقي إسماعيل إبراهيم ، كلية التربية ، الجامعة المستنصرية ، . جمهورية العراق . المدقق العام .
2. أ.د. خالد ستار القيسي ، عميد كلية الإعلام ، الأكاديمية الأمريكية الدولية للتعليم العالي والتدريب .
3. د. مجدي عبد الله الجايح ، كلية اللغات والعلوم الإنسانية ، الأكاديمية الأمريكية الدولية للتعليم العالي والتدريب . (مدقق اللغة الإنكليزية)
4. أ. خالد الأنصاري ، كلية علوم التربية ، جامعة محمد الخامس ، الرباط ، المملكة المغربية .
(التنضيد)
5. م.م. محمد تايه محمد بخش - وزارة التربية/ المديرية العامة للتربية في محافظة النجف الاشرف/
العراق . (تصميم) .

أعضاء الهيئة العلمية

1. د. أبكر عبد البنات آدم . مدير جامعة القرآن الكريم وتأسيس العلوم . جمهورية السودان .
2. أ.د. إلهام شهرزاد رواج . كلية الحقوق والعلوم السياسية . جامعة البليدة 2 . الجمهورية الجزائرية .

3. أ.د. آمال العرباوي مهدي - رئيس قسم التربية المقارنة بكلية التربية - جامعة بورسعيد، جمهورية مصر العربية.
4. أ.د. أمل مهدي جبر - رئيس قسم العلوم التربوية والنفسية .كلية التربية للبنات . جامعة البصرة، جمهورية العراق.
5. أ.د. ناهض فالح سليمان - كلية التربية للعلوم الإنسانية . قسم اللغة الإنجليزية . جامعة ديالى . جمهورية العراق.
6. أ.د. نبيل محمد صالح العبيدي . عميد كلية الدراسات العليا . الجامعة اليمنية . الجمهورية اليمنية.
7. أ.د. نزهة إبراهيم الصبري نائب رئيس الأكاديمية الأمريكية الدولية للتعليم العالي والتدريب - المملكة المغربية.
8. أ.د. نصيف جاسم أسود سالم الأحبابي . كلية التربية للعلوم الإنسانية . قسم الجغرافية . جامعة تكريت . جمهورية العراق.
9. أ.د. نورة محمد مستغفر . أستاذ التعليم العالي مؤهل، المركز الجهوي لمهن التربية والتكوين، المملكة المغربية.
10. أ.د. هاله خالد نجم - رئيس قسم الترجمة . كلية الآداب - جامعة الموصل - جمهورية العراق.
11. أ.د. وسن عبد المنعم ياسين - أستاذ الأدب العربي - كلية التربية للعلوم الإنسانية . جامعة ديالى . جمهورية العراق
12. أ.د. محمد نيهان ابراهيم رحيم الهيتي - علوم اسلامية - جامعة الانبار - العراق
13. أ.د. إيمان عباس على حسن الخفاف - عميد كلية التربية الأساسية . الجامعة المستنصرية ، جمهورية العراق.
14. أ.د. برزان ميسر حامد أحمد الحميد . كلية التربية للعلوم الإنسانية . جامعة الموصل . جمهورية العراق.
15. أ.د. تارا عمر أحمد - كلية العلوم السياسية . جامعة السليمانية . جمهورية العراق
16. أ.د. تحرير علي حسين علوان - كلية الفنون الجميلة - جامعة البصرة - جمهورية العراق.
17. أ.د. حسين عبد الكريم أبو ليله . وزارة التربية والتعليم . فلسطين.

18. أ.د. خليفة صحراوي. رئيس قسم اللغة العربية وآدابها. كلية الآداب والعلوم الإنسانية والاجتماعية. جامعة باجي مختار عنابة. الجمهورية الجزائرية.
19. أ.د. داود مراد حسين الداودي. دكتوراه العلوم السياسية. مدير وحدة البحوث والدراسات. جامعة القادسية. كلية القانون. جمهورية العراق.
20. أ.د. راشد صبري محمود القصبي- أستاذ التخطيط التربوي واقتصاديات التعليم بكلية التربية. جامعة بورسعيد. جمهورية مصر العربية.
21. أ.د. صفاء محمد هادي - الجامعة التقنية الجنوبية - الكلية التقنية الإدارية – البصرة الاختصاص العام دكتوراه ادارة الأعمال.
22. أ.د. سندس عزيز فارس الفارس- خبير تربوي- عميد كلية الدراسات العليا والبحث العلمي في الاكاديمية الأمريكية. جمهورية العراق.
23. أ.د. عدنان فرحان الجوراني. أستاذ الاقتصاد. جامعة البصرة. جمهورية العراق.
24. أ.د. غادة غازي عبد المجيد- أستاذ في كلية التربية للعلوم الإنسانية – جامعة ديالى. جمهورية العراق.
25. أ.د. ماجدولين محمد النهبي- كلية علوم التربية. جامعة محمد الخامس. الرباط، المملكة المغربية.
26. أ.د. ماهر إسماعيل صبري محمد يوسف- أستاذ ورئيس قسم المناهج وطرق التدريس وتكنولوجيا التعليم ، رئيس رابطة التربويين العرب. كلية التربية. جامعة بنها. جمهورية مصر العربية.
27. أ.د. ماهر مبدر عبد الكريم العباسي. نائب عميد كلية التربية للعلوم الإنسانية. جامعة ديالى. جمهورية العراق.
28. أ.م.د. محمد ماهر محمود الحنفي. رئيس قسم أصول التربية. كلية التربية. جامعة بورسعيد. جمهورية مصر العربية.
29. أ.م.د. عبد الباقي سالم – تدريسي في كلية التربية البدنية وعلوم الرياضة – جامعة بابل- جمهورية العراق.
30. أ.م.د. آوان عبد الله محمود الفيضي. دكتوراه قانون خاص. كلية الحقوق. جامعة الموصل. جمهورية العراق.

أعضاء الهيئة الاستشارية

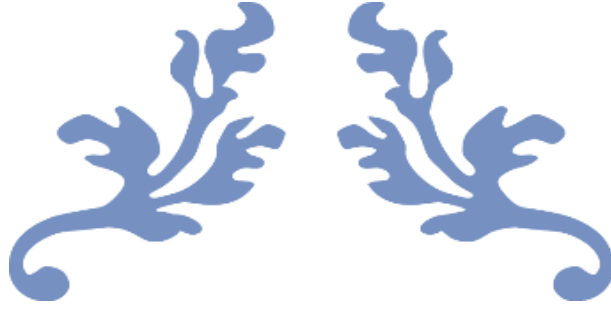
1. أ.م.د. آرام نامق توفيق . كلية العلوم . جامعة السليمانية . جمهورية العراق.
2. م. د. بلال حميد داوود- أستاذ بالمركز الجهوي لمهن التربية والتكوين – مدير المركز المتوسطي للدراسات والأبحاث- المملكة المغربية.
3. د. جميلة غريب . قسم اللغة العربية و آدابها . جامعة باجي مختار . عنابة . الجمهورية الجزائرية .
4. أ.د. حورية ومان . أستاذ التاريخ المعاصر . جامعة محمد خيضر . بسكرة الجمهورية الجزائرية .
5. أ.د. خالد عبد القادر التومي- باحث في المركز القومي للبحوث والدراسات العلمية . ليبيا .
6. أ.د. رائد بني ياسين- عميد كلية الأعمال . قسم نظم المعلومات . الجامعة الأردنية- فرع العقبة . المملكة الأردنية الهاشمية .
7. أ.م.د. رشيدة علي الزاوي- أستاذ التعليم العالي . المركز الجهوي لمهن التربية والتكوين . الرباط . المملكة المغربية.
8. أ.م.د. رضا قجة . علم الاجتماع – كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية – جامعة محمد بوضياف – المسيلة – الجمهورية الجزائرية.
9. د. صفاء محمد هادي هاشم- معاون عميد الشؤون الادارية والطلبة . كلية التقنية الإدارية . جمهورية العراق.
10. أ.د. كامل علي الويبة- رئيس جامعة بنغازي الحديثة – ليبيا .
11. أ.د. علي سموم الفرطوسي . كلية التربية الأساسية . الجامعة المستنصرية . جمهورية العراق .
12. د. حدة قرقور . كلية الحقوق . جامعة محمد بوضياف . المسيلة . الجمهورية الجزائرية .
13. أ.د. مازن خلف ناصر . كلية القانون . جامعة المستنصرية . جمهورية العراق .
14. د. محمد عيد السريحي . مستشار وعضو مؤسس لجمعية البيئة السعودية . المملكة العربية السعودية .
15. أ.م.د. محمد عبدالفتاح زهرى- رئيس قسم الدراسات الفندقية- كلية السياحة والفنادق – جامعة المنصورة- جمهورية مصر العربية.
16. م.د. محمد مولود امنكور . كلية العلوم الإدارية والمالية والاقتصادية . الأكاديمية الأمريكية الدولية للتعليم العالي والتدريب .
17. م.د. مروة إبراهيم زيد التميمي . كلية الكنوز . الجامعة الأهلية . جمهورية العراق .

18. أ.م.د. هلال قاسم أحمد المريسي. عميد الشؤون الأكاديمية الأميركية للتعليم العالي والتدريب.

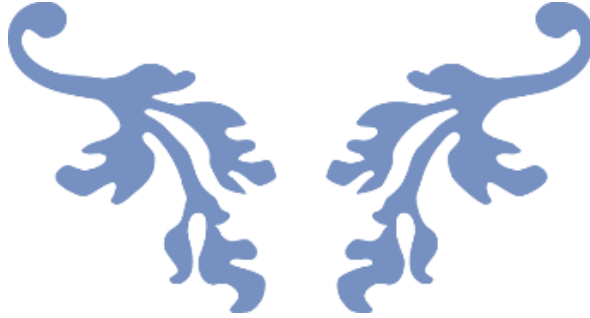
جامعة العلوم الحديثة. الجمهورية اليمنية.

19. أ.د. نادية حسين العفون، كلية التربية للعلوم الصرفة. ابن الهيثم- جامعة بغداد، جمهورية

العراق.



مقال العدد



بسم الله الرحمن الرحيم ، الحمد لله على فضله ونعمته ، والصلاة والسلام على رسوله الكريم وآله ، أما بعد

يسرنا أن نقدم لكم العدد 24 من المجلة الأمريكية الدولية للعلوم الإنسانية والاجتماعية، الذي يضم مجموعة من البحوث العلمية المتميزة التي شارك بها باحثون من مختلف دول العالم. يشتمل هذا العدد على أعمال بحثية مقدمة في المؤتمر العلمي الدولي العشرون، بالإضافة إلى مجموعة من الدراسات التي جاءت خارج نطاق المؤتمر، مما يعكس تنوعاً علمياً وثراءً في المواضيع المطروحة.

لذا دأبت هيئة التحرير على تطبيق معايير التقييم العلمية شأنها بذلك شأن المجالات الرصينة المثيلة في حقل التخصص والنشر العالمي ، فعرضت البحوث على محكمين لهم مكانتهم العلمية في فضائهم العلمي ، ويعودون لجنسيات مختلفة ، ومن جامعات متباينة ، منها الجامعات الحكومية التي ترجع بمرجعيتها إلى بلدان العالم المختلفة ، فضلا عن الاستعانة بخبراء من جامعات خاصة اثبتوا بشكل علمي أنهم أهل للتحكيم واطلاق الحكم على علمية البحث المقدم للمجلة ، وصلاحيته للنشر.

حرصت هيئة التحرير على عرض البحث المقدم من لدن كاتب البحث على محكمين اثنين ، وتقديمه لهما ، بتوقيعات زمنية محددة ، فأن اتفق المحكمان على صلاحية البحث ، تم تحويله إلى مرحلة التنضيد والنشر ، بعد التأكد من دقة تطبيق تعليمات النشر الخاصة بالمجلة . وإن اختلف المحكمان في التقييم المطلق على البحث المقدم ، حول البحث لمحكم ثالث ، فأن قبله ، تم تحويله للمرحلة الثانية التنضيد والنشر ، وإن رفضه ، عندئذ يرفع البحث من قائمة البحوث المعدة للنشر.

لم يختلف منهج هيئة التحرير في آلية قبول البحوث ، وعدّها للنشر عن غيرها من المجالات العلمية ؛ لأن الرصانة العلمية هو هدفها الذي تسعى للوصول إليه ، واعتمدت نظاما دقيقا في استقبال البحوث ، وتقديمها للمقومين ، واشعار الباحثين بقبول النشر ، وفقا لأمر إداري يصدر عن المجلة ، يعد مستندا في صحة نشر البحث في المجلة ، مع تثبيت العدد الذي نشر فيه مذيلا بإمضاء رئيس التحرير.

احتوى هذا العدد في طياته مجموعة من البحوث ، والتي تحمل موضوعات متنوعة ، ذات الطابع الإنساني والاجتماعي ، ضمن تخصص المجلة ، وكل الأفكار التي طرحت تحمل الرؤى العلمية وأبعادها ، والنظرية التي يؤمن بها أصحاب تلك الأفكار ، لذلك كانت المجلة دقيقة ؛ لأجل عرض تلك الأفكار من دون التدخل فيها ، مع متابعة كونها لا تؤدي إلى خلق الفوضى العلمية ، أو تحريض للعنف ، أو للتطرف العلمي والمجتمعي.

نحن فخورون أيضا أن هذا العدد يصادف حدثاً مميزاً في مسيرة المجلة، حيث تم اعتمادنا من قبل المكتبة الوطنية المغربية للحصول على الاعتماد القانوني، ومنحها التسلسل الرقمي الدولي (ISSN) للنسخة الإلكترونية وأيضاً للنسخة الورقية. هذا الإنجاز يعكس التزامنا بتقديم محتوى علمي رصين ومتنوع، ويسهم في تعزيز مكانة المجلة كمصدر مرجعي معترف به عالمياً.

هيئة تحرير المجلة

15/09/2025 الرباط - المملكة المغربية

الملاحظة القانونية

البحوث المنشورة في المجلة لا تعبر عن وجهة نظر المجلة ، بل عن رأي كاتبها

فهرس الموضوعات	
المعالجة التشريعية لمخاطر التلوث البيني النفطي في القانون العراقي – دراسة مقارنة	
أ.د. مازن خلف ناصر.....	11
اثر برنامج تربوي وفق نظرية جارفنفسكي وكرايج في تنمية الحصافة لدى طلبة كلية التربية للعلوم الإنسانية	
أ.م. د. أنوار غانم يحيى.....	35
متطلبات التعليم المستدام في المرحلة الإعدادية من وجهة نظر أعضاء الهيئة التدريسية	
د. سعد قدوري حدود / اد.منى كشيك	54
اثر انموذج SAMR في تحصيل طالبات الصف الخامس العلمي في مادة علم الاحياء	
أ.د.م.سلمى لفته أرهيف / م.م.اوهام عباس مجول	69
الاغتراب الوظيفي في مؤسسات التعليم الخاص: دراسة ميدانية على موظفي مدارس مدينة بنغازي	
د.عبدالله محمد أمبارك باشير.....	87
العدل بين الحكمة والشريعة: أسس الدولة الفاضلة في الفكر الفلسفي الإسلامي	
البروفيسور/ محمد ايت حمو / الباحث/ نبيل العبادي	116
مفهوم البيع في الآيات القرآنية	
الباحث: فاخر محمد محمود / أ.د. نعيم دوني	132
التمثيل السطحي للذات في وسائل التواصل الاجتماعي وعلاقته بتقدير الذات لدى طلاب الجامعات	
م.م. رافع مؤيد عبد الله / م.م. عتاب صبري جلال	160
التفكير الإيجابي وعلاقته بأساليب التعامل مع الضغوط النفسية لدى عينة من موظفي المؤسسات الحكومية.	
د. باسمه شعبان.....	190





التمثيل السطحي للذات في وسائل التواصل الاجتماعي وعلاقته بتقدير الذات لدى طلاب الجامعات

المدرس المساعد: رافع مؤيد عبد الله

المدرس المساعد: عتاب صبري جلال

الجامعة العراقية _ كلية القانون والعلوم السياسية - العراق

الجامعة التقنية الوسطى _ معهد تكنولوجيا _ بغداد - العراق

Rafea.m.abdullah@aliraqia.edu.iq

Etab_Sabri@mtu.edu.iq

009647718506324

009647728560039

الملخص

يستهدف البحث الحالي، الكشف عن طبيعة التمثيل السطحي للذات وتقدير الذات في حسابات طلاب الجامعات على وسائل التواصل الاجتماعي، وتحليل الفروقات حسب الجنس (ذكور، إناث)، والتخصص (علمي، إنساني) في التمثيل السطحي للذات وتقدير الذات، وقياس العلاقة بين مستوى التمثيل السطحي وتقدير الذات، لعينة عشوائية من طلاب الجامعات العراقية بلغ عددها (237) طالب وطالبة، وتوصل البحث الحالي إلى مجموعة من النتائج:

أن عينة البحث يتصفون بمستوى مرتفع من التمثيل السطحي للذات في حسابات طلاب الجامعات على وسائل التواصل الاجتماعي.

أن عينة البحث يتصفون بمستوى مرتفع من تقدير الذات.

هناك فرق دال احصائياً في التمثيل السطحي للذات في حسابات طلاب الجامعات على وسائل التواصل الاجتماعي تبعاً للجنس (ذكور، إناث)، ولصالح الذكور، إما التخصص فليس هناك فرق دال احصائياً في التمثيل السطحي للذات في حسابات طلاب الجامعات على وسائل التواصل الاجتماعي تبعاً للتخصص (علمي، إنساني).

ليس هناك فرق دال احصائياً في تقدير الذات في حسابات طلاب الجامعات على وسائل التواصل الاجتماعي تبعاً للجنس (ذكور، إناث)، والتخصص (علمي، إنساني).

ليس هناك علاقة ارتباطية بين التمثيل السطحي للذات وتقدير الذات.

وفي ضوء نتائج البحث توصل الباحثان لمجموعة من التوصيات والمقترحات.

**Superficial self-representation on social media and its relationship
to self-esteem among university students**

Assistant Professor: Rafie Mu'ayyad Abdullah
University of Iraq - College of Law and Political Science – Iraq
Assistant Professor: Atab Sabri Jalal
Middle Technical University - Institute of Technology - Baghdad - Iraq

Abstract

The current study aims to uncover the nature of superficial self-representation and self-esteem in university students' social media accounts, analyze differences by gender (male, female) and major (scientific, humanities) in superficial self-representation and self-esteem, and measure the relationship between the level of superficial representation and self-esteem for a random sample of (237) Iraqi university students. The current study reached a set of results:

The study sample is characterized by a high level of superficial self-representation in university students' social media accounts.

The study sample is characterized by a high level of self-esteem.

There is a statistically significant difference in the superficial self-representation in university students' social media accounts according to gender (male, female), in favor of males. As for major, there is no statistically significant difference in the superficial self-representation in university students' social media accounts according to major (scientific, humanities).

There is no statistically significant difference in self-esteem in university students' social media accounts based on gender (male, female) and major (scientific, humanities).

There is no correlation between superficial self-representation and self-esteem.

In light of the research results, the researchers reached a set of recommendations and proposals.

● المقدمة

شهد العصر الحالي تحولاً جذرياً في طبيعة التفاعل الإنساني، مع ظهور وسائل التواصل الاجتماعي التي أصبحت جزءاً لا يتجزأ من الحياة اليومية، خاصةً لدى فئة الشباب وطلاب الجامعات، إذ لم تعد هذه المنصات مجرد أدوات للتواصل، بل تحولت إلى مساحات افتراضية يتم فيها بناء وتقديم الهوية الشخصية، وفي هذا السياق برز لنا مفهوم "التمثيل السطحي للذات"، كظاهرة محورية، حيث يسعى الأفراد إلى عرض جوانب معينة من شخصيتهم وحياتهم بطريقة مثالية ومختارة بعناية. ويتزايد اهتمام الباحثين بدراسة كيفية تأثير هذا التمثيل السطحي على تقدير الذات الذي هو أحد أهم مقومات الصحة النفسية، بينما يرى البعض الآخر أن هذه المنصات توفر فرصة لتعزيز الثقة بالنفس من خلال الحصول على الإعجابات والتعليقات الإيجابية، بينما يرى آخرون أنها قد تؤدي إلى نتائج سلبية، مثل الشعور بالنقص أو المقارنة الاجتماعية السلبية، خاصةً عندما يجد الفرد فجوة بين واقعه وصورته الافتراضية المثالية، إذ يهدف هذا البحث إلى استكشاف العلاقة بين التمثيل السطحي للذات في وسائل التواصل الاجتماعي وتقدير الذات لدى طلاب الجامعات، وسنسعى من خلاله إلى الإجابة عن تساؤلات جوهرية: هل يؤدي الانخراط في بناء صورة ذاتية مثالية عبر الإنترنت إلى تعزيز تقدير الذات أم تقويضه؟، وما هي الآليات النفسية التي تحكم هذه العلاقة؟، إذ سيقدم هذا البحث رؤية تحليلية معمقة لهذه الظاهرة، معتمداً على الإطار النظري والنماذج البحثية ذات الصلة، لتقديم فهم أشمل للتحديات والفرص التي يواجهها جيل الألفية، وما بعده في سعيه لتحقيق التوازن بين الذات الحقيقية والذات الافتراضية.

● مشكلة البحث

في عالم وسائل التواصل الاجتماعي، يبرز مفهوم التمثيل السطحي للذات بشكل كبير، إذ لا يقتصر التمثيل السطحي على المشاعر العابرة، بل يمتد ليشمل صناعة صورة مثالية عن الذات التي قد لا تعكس الواقع، فالأفراد غالباً ما يتبنون شخصيات معينة أو يشاركون محتوى يظهرهم بصورة سعيدة، ناجحة، أو مثالية، حتى وإن كانوا يعانون داخلياً، وهذا التناقض بين الواقع الداخلي والصورة الخارجية المعروضة يخلق ضغطاً نفسياً، حيث يسعى الفرد للحفاظ على هذه "الواجهة" التي بناها لنفسه أمام متابعيه، وهذا النوع من التمثيل ليس مجرد تظاهر بمشاعر لحظية، بل هو بناء مستمر لصورة "أنا" مزيفة قد لا تتوافق مع هويته الحقيقية ولا يظهر تقديرًا لذاته، فالتمثيل.

ويمكن أن نحدد مشكلة البحث الحالي في الإجابة عن السؤال الآتي: ما طبيعة العلاقة بين التمثيل السطحي للذات في وسائل التواصل الاجتماعي وتقدير الذات لدى طلاب الجامعات؟

● أهمية البحث

يشير التمثيل السطحي إلى أنه عملية يقوم بها الفرد بالتظاهر بمشاعر معينة لا تتوافق مع مشاعره الحقيقية، وذلك بهدف تلبية توقعات خارجية أو متطلبات وظيفية، كما يركز هذا المفهوم على التنافر العاطفي الذي يحدث بين المشاعر الداخلية الصادقة والمشاعر الظاهرة التي يتم التعبير عنها (Hochschild, 1983, p.32)، إذ أظهرت الدراسات أن التمثيل السطحي له آثار سلبية على الأفراد، حيث أشار باحثون مثل (Back et al, 2020) إلى ارتباطه الوثيق بانخفاض الرضا الوظيفي وزيادة الإرهاق العاطفي، وهو ما يؤدي في النهاية إلى الرغبة في ترك العمل، ويلاحظ هذا السلوك بشكل خاص في المهن التي تتطلب تفاعلاً عاطفياً مكثفاً (Back et al, 2020).

كما كشفت العديد من الدراسات عن علاقة التمثيل السطحي بمتغيرات عديدة ووجدت بعض الدراسات هناك فروق تبعاً للجنس في التمثيل السطحي، فقد وجدت دراسة (Cetin et al., 2018)، ودراسة (Mahamad, 2018)، ودراسة (Rasheed-Karim, 2020) إلى أن النساء أكثر عرضة للتمثيل السطحي من الرجال، ويعود هذا الاختلاف إلى

التوقعات الاجتماعية التي تفرض على النساء إظهار المشاعر الإيجابية، في حين قد يُسمح للرجال بالتعبير عن المشاعر السلبية، بالإضافة إلى ذلك، أظهرت الأبحاث أن الأفراد الأصغر سنًا والأقل تحصيلًا دراسيًا يميلون أكثر إلى استخدام هذه الاستراتيجية، في حين يميل الرجال الأكبر سنًا وذوو التحصيل الدراسي العالي إلى استخدام التمثيل العميق، الذي يُعتبر أكثر أصالة وأقل استهلاكًا للطاقة (Sunday & Chiyem, 2022, p.1015).

بينما تؤكد العديد من الدراسات على وجود علاقة قوية بين التمثيل السطحي والصحة النفسية، فبحسب دراسة (Brotheridge & Lee, 2003) يرتبط التمثيل السطحي بقمع المشاعر السلبية، ما يؤدي إلى زيادة المشاعر السلبية بشكل عام (Brotheridge & Lee, 2003)، وبينت دراسة (Diefendorff et al, 2005) إلى أن الأشخاص القلقون يلجأون إلى إخفاء مشاعرهم الحقيقية بشكل أكبر (Diefendorff et al, 2005).

بالإضافة إلى ذلك، أشارت دراسات أخرى إلى أن التمثيل السطحي يؤدي إلى التبدد الشخصية، وهو شعور بالانفصال عن الذات والواقع، كما أشارت دراسة (Naring et al., 2006) بين المرضين، وإلى الإجهاد النفسي، إذ أكدت دراسة (Van Gelderen et al., 2007) إلى أن التمثيل السطحي يسبب إجهادًا نفسيًا على مدار اليوم (Van Gelderen et al., 2007)، وإلى استنفاد الطاقة، إذ يُعتبر التمثيل السطحي استراتيجية مرهقة تتطلب جهدًا عقليًا كبيرًا لتعديل التعبير العاطفي، مما يؤدي إلى زيادة التعب وانخفاض الرفاهية، وهو ما أكدته دراسة (Kern et al, 2014) وغيرها.

فالتمثيل السطحي للذات في وسائل التواصل الاجتماعي يشير بأنه تقديم نسخة منقحة ومثالية، وأحيانًا غير دقيقة، عن حياة الفرد بهدف الحصول على القبول والإعجاب من الآخرين، وهذا السلوك يركز على المظاهر الخارجية والإنجازات الشخصية، مع إخفاء الجوانب السلبية أو العادية من الحياة اليومية (الرواحية والشيدانية، 2021)، إذ لا يقتصر التمثيل السطحي على بيئة العمل فقط، بل يمتد إلى الحياة الشخصية، وخاصة في وسائل التواصل الاجتماعي، فمعظم المستخدمين، وخاصة الشباب وطلاب الجامعات يمارسون أو يميلون إلى هذا النوع من التمثيل عن طريق تقديم صورة مثالية ومصقولة عن حياتهم، تخفي أي مشاعر سلبية أو نقاط ضعف، إذ يظهر ذلك عن طريق:

- **نشر صور مُعدّلة:** عن طريق استخدام الفلاتر، والتطبيقات لتجميل الصور وإظهار مظهر لا يعكس الواقع بالكامل.
- **إظهار نمط حياة مثالي:** التركيز على التجارب الإيجابية فقط مثل السفر، والتجمعات الاجتماعية، والنجاحات الأكاديمية، مع إخفاء الصعوبات أو الفشل.

- **التعبير عن مشاعر مصطنعة:** كتابة منشورات إيجابية أو ملهمة لا تعكس بالضرورة الحالة العاطفية الحقيقية للفرد. فالتمثيل السطحي للذات يشير إلى الطريقة التي يُظهر بها الأفراد أنفسهم بشكل مبالغ فيه أو غير واقعي، خاصة في البيئات الاجتماعية، مثل السوشيال ميديا، إذ يعرض الأشخاص جوانب معينة من حياتهم دون أخرى، إما تقدير الذات فيرتبط بكيفية تقييم الفرد لنفسه، وقد يتأثر سلبًا أو إيجابًا من خلال مقارنة ذاته مع "التمثيلات المثالية" التي يراها عند الآخرين، وهذا السلوك يشير إلى وجود تناقض عاطفي بين الواقع الداخلي للشخص وصورته الخارجية، مما يؤدي إلى استنزاف طاقته، وجهده للحفاظ على هذه "الواجهة" المزيفة، ويؤكد هذا السلوك إلى أن التمثيل السطحي للذات ليس مجرد استراتيجية عمل، بل أصبح سلوكًا اجتماعيًا واسع الانتشار له تأثيرات مباشرة على تقدير الذات والصحة النفسية في الفضاء الرقمي (الرواحية والشيدانية، 2021)، لذا فإن العلاقة بين التمثيل السطحي للذات في وسائل التواصل الاجتماعي وتقدير الذات علاقة معقدة ومتعددة الأبعاد، عندما يقوم الفرد باستمرار بتقديم صورة غير حقيقية عن ذاته، فإن ذلك يخلق فجوة بين "الذات الظاهرة" و"الذات الحقيقية"، وهذه الفجوة تؤدي إلى:

- **ضعف تقدير الذات:** إذ يعيش الفرد حالة من التنافر بين ما يراه الآخرون، وما يشعر به هو حقاً، مما يجعله يشعر بالزيف ويقلل من ثقته بنفسه.
- **الحاجة إلى التعافي:** مثلما يتطلب العمل العاطفي في المهن فترات راحة للتعافي من الإجهاد، فإن التمثيل السطحي على وسائل التواصل الاجتماعي يستنزف الموارد النفسية، مما يزيد من الحاجة إلى الانفصال عن هذه المنصات لإعادة شحن الطاقة.
- **المقارنة الاجتماعية:** يرى الفرد صوراً مثالية من الآخرين في وسائل التواصل الاجتماعي، بينما يعرض هو نفسه صورة مثالية أيضاً، مما يزيد من حدة المقارنة الاجتماعية السلبية، إذ يشعر بأن حياته لا ترقى إلى مستوى حياة الآخرين (والتي هي غالباً مزيفة أيضاً).
- وبناءً على ذلك، يُعد التمثيل السطحي للذات في وسائل التواصل الاجتماعي بمثابة عبء عاطفي ثَقِيل يُرهق الفرد ويستنزف طاقته النفسية، مما يؤثر سلباً على صحته النفسية ويضعف تقديره لذاته (الرواحية والشيدانية، 2021، ص295).
- وأوضح (Rusbult) إلى أن تقدير الذات ينبئ بالسلوك الذي يسلكه الفرد في حل المشكلات وأن ذوي تقدير الذات العالي كانوا أكثر ميلاً إلى استعمال أنواع فعالة من السلوك لحل المشكلات (السلطاني، 2017)، لذا ذكر (Hinduja&Patchin, 2010) إلى أن تقدير الذات هو "موقف إيجابي أو سلبي نحو الذات (Hinduja&Patchin, 2010)، وتوصلت دراسة (العمرات والرفوع، 2014) إلى وجود علاقة بين درجة الرضا عن الحياة وتقدير الذات لدى طالبات الجامعة، وهذا ما يشير إلى أن تقدير الذات أحد العوامل المسؤولة عن احساس الفرد بالرضا عن الحياة (العمرات والرفوع، 2014، ص280)، وأوضحت دراسة (السلطاني، 2017) إلى أنه ليست هناك علاقة دالة احصائياً بين الهوية المرتهنة وتقدير الذات (السلطاني، 2017، ص 114).
- ولا يفوتنا أن ننوه إلى أنه تم تناولت العلاقة بين التمثيل السطحي للذات في وسائل التواصل الاجتماعي وتقدير الذات في عدد من دراسات منها دراسة (بني فواز، 2018) التي اوضحت وجود علاقة سلبية بين استخدام التواصل الاجتماعي وتقدير الذات، حيث تؤدي المقارنات الاجتماعية إلى انخفاض الثقة بالنفس (بني فواز، 2018)، وأشارت دراسة (رمضان، 2018) إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الذكور والإناث في استخدام شبكات التواصل الاجتماعي للحصول على تقدير الذات، مما يعكس تأثير العوامل الاجتماعية على السلوك الرقمي (رمضان، 2018).
- واستعرضت دراسة (Hollenbaugh, 2021) إلى أن التمثيل السطحي الاستراتيجي على وسائل التواصل الاجتماعي، مثل السعي للحصول على التعليقات الإيجابية، قد يشكل عوامل خطورة تؤدي إلى مشاكل في الصحة النفسية (Hollenbaugh, 2021).
- بينما أكدت دراسة (Nathawat&Mahadevaswamy, 2023) إلى أن التمثيل السطحي الإيجابي على وسائل التواصل الاجتماعي يمكن أن يزيد من تقدير الذات بشكل مؤقت، لكنه يرتبط بالحاجة إلى الحصول على الإعجاب (Likes) والقبول من الآخرين للحفاظ على هذه المشاعر (Nathawat&Mahadevaswamy, 2023).
- وتُظهر دراسة (عبد الناصر & موسى، 2024) إلى وجود علاقة عكسية بين هوية الذات الافتراضية وتقدير الذات، وتؤكد أن الانحراف عن الذات الحقيقية في الفضاء الافتراضي قد يؤثر سلباً على إدراك الفرد لذاته (عبد الناصر & موسى، 2024)، وحللت دراسة (Nor et al, 2025) العلاقة بين العرض الذاتي الزائف والمقارنة الاجتماعية، وتُظهر أن التمثيل السطحي يزيد من الخوف من التقييم السلبي، مما يؤدي إلى استخدام مفرط لوسائل التواصل الاجتماعي (Nor et al, 2025).

- إذ يكتسب هذا البحث الحالي أهمية كبيرة على الصعيد النظري والتطبيقي:
1. فهم سلوكيات الشباب على الإنترنت، عن طريق اللقاء الضوء على الأسباب التي تدفع طلاب الجامعات لتقديم صورة مثالية عن حياتهم على الإنترنت، والكشف عن الفجوة بين الواقع والصورة المعروضة.
 2. الكشف عن الآثار النفسية من خلال فهم العلاقة بين ممارسة التمثيل السطحي ومستويات تقدير الذات، مما يساعد في تحديد المشاكل النفسية المحتملة مثل "انخفاض الثقة بالنفس والقلق والاكتئاب".
 3. تقديم إرشادات للرعاية النفسية إذ يمكن أن تُستخدم نتائج البحث في تطوير برامج توعية ودعم نفسي موجهة خصيصاً لطلاب الجامعات، ولمساعدتهم على التعامل مع ضغوط وسائل التواصل الاجتماعي.
 4. إذ يساهم البحث الحالي في زيادة الوعي الاجتماعي أو رفع الوعي حول أهمية "الصدق، والشفافية" في المحتوى الرقمي، والتشجيع على تكوين بيئة افتراضية أكثر صحة وواقعية.
 5. يساهم البحث الحالي في فهم الدوافع وراء سلوكياتهم طلاب الجامعات على وسائل التواصل الاجتماعي، والوعي بالآثار السلبية المحتملة للتمثيل السطحي على صحتهم النفسية، كما يزود الجامعات والمؤسسات التعليمية، بالمعلومات القيمة حول التحديات النفسية التي يواجهها الطلاب، مما يمكنها من تصميم برامج إرشادية وتوعوية لدعم الصحة النفسية للطلاب.
 6. يساعد البحث الحالي الأسر والآباء على فهم تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على أبنائهم، وتشجيعهم على بناء هوية رقمية صحية.
 7. يوضح البحث الحالي لصناع المحتوى والمؤثرين المسؤولية المترتبة على تقديم صورة مثالية قد تؤثر سلباً على متابعيهم.
 8. يساهم البحث الحالي في إلقاء الضوء على ظاهرة اجتماعية منتشرة، وهي التناقض بين "الواقع الرقمي والواقع الفعلي"، مما يعزز الحوار حول أهمية "الصدق والشفافية" في العلاقات الاجتماعية، سواء على الإنترنت أو في الحياة الواقعية.
 9. يساهم البحث الحالي في إثراء الأدبيات العلمية والعربية من خلال دراسة العلاقة بين التمثيل السطحي للذات وهو مفهوم مستعار من علم النفس التنظيمي، واستخدامه في سياق وسائل التواصل الاجتماعي، كما يربط بين هذا المفهوم وتقدير الذات لدى فئة الشباب، مما يوفر إطاراً نظرياً جديداً لفهم السلوكيات الرقمية.

• أهداف البحث

يهدف البحث الحالي إلى:

1. الكشف عن طبيعة التمثيل السطحي للذات في حسابات طلاب الجامعات على وسائل التواصل الاجتماعي.
2. الكشف عن طبيعة تقدير الذات في حسابات طلاب الجامعات على وسائل التواصل الاجتماعي.
3. تحليل الفروقات حسب الجنس والتخصص في التمثيل السطحي للذات في حسابات طلاب الجامعات على وسائل التواصل الاجتماعي.
4. تحليل الفروقات حسب الجنس والتخصص في تقدير الذات في حسابات طلاب الجامعات على وسائل التواصل الاجتماعي.
5. قياس العلاقة بين مستوى التمثيل السطحي وتقدير الذات.

• حدود البحث

- الحدود البشرية: طلبة الجامعة تراوح عددهم (237) طالب وطالبة.
- الحدود المكانية: تم تطبيق الأداة إلكترونياً على عدد من الطلاب في مختلف جامعات بغداد.

— الحدود الزمانية: للعام الدراسي (2024-2025).

● تحديد المصطلحات

- التمثيل السطحي للذات (Surface Self-Representation): يشير إلى الطريقة التي يقدم بها الفرد نفسه للعالم الخارجي، مع التركيز بشكل أساسي على الجوانب الظاهرية والسطحية للشخصية، هذا النوع من التمثيل لا يتعمق في الجوهر الداخلي للفرد أو معتقداته العميقة وقيمه الأساسية، بل يركز على الصورة التي يرغب الفرد في إظهارها للآخرين، والتي غالبًا ما تكون متوافقة مع التوقعات الاجتماعية أو الرغبة في الحصول على قبول أو إعجاب.
- تقدير الذات (Self-Esteem): هي تقويم يضعه الفرد لنفسه ويعمل على المحافظة عليه، ويتضمن تقدير الذات: اتجاهات الفرد الإيجابية أو السلبية نحو ذاته، كما يوضح مدى اعتقاد الفرد بأنه مهم وقادر وناجح وكفؤ.
- وسائل التواصل الاجتماعي (Social Media): هي منصات وتطبيقات إلكترونية قائمة على الإنترنت تتيح للمستخدمين إنشاء وتبادل المحتوى مثل (النصوص، الصور، الفيديوها، والأفكار)، والتفاعل مع بعضهم البعض في مجتمعات وشبكات افتراضية.

الفصل الثاني: الإطار النظري

● النظريات أووجهات النظر التي فسرت التمثيل السطحي للذات (Surface Self-Representation)

أ. نظرية المقارنة الاجتماعية (Social Comparison Theory): إذ تفترض هذه النظرية، التي صاغها عالم النفس ليون فستنجر (Leon Festinger, 1954)، بأن الأفراد لديهم دافع فطري لتقييم آرائهم وقدراتهم من خلال مقارنة أنفسهم بالآخرين وذلك لتقييم ذواتهم، وفي سياق وسائل التواصل الاجتماعي، تصبح هذه المقارنة أكثر وضوحًا وتركيزًا على جوانب محددة من الحياة، إذ يميل الأفراد إلى مقارنة حياتهم اليومية العادية مع الصور المثالية والمعدلة التي ينشرها الآخرون، مما قد يؤدي إلى شعور بالنقص، وتدني احترام الذات، وزيادة الضغط لتقديم صورة "مثالية" للذات، وهذه المقارنات السطحية تدفع الأفراد إلى تعديل سلوكهم ومحتواهم ليتناسب مع المعايير الاجتماعية التي يرونها على هذه المنصات، لذا تؤدي هذه المقارنة إلى دفع الأفراد نحو عرض جوانب جذابة ومثالية فقط (التمثيل السطحي)، ليتفوقوا في هذه المقارنة (Festinger, 1954, p.117).

ب. نظرية الهوية الاجتماعية (Social Identity Theory): تفسر هذه النظرية، التي طورها هنري تاجفل وجون ترنر (Tajfel & Turner, 1979)، كيف يحدد الأفراد هويتهم بناءً على عضويتهم في المجموعات الاجتماعية المختلفة، وإلى شرح كيف يحدد الأفراد هوياتهم الاجتماعية من خلال انتمائهم للمجموعات، ويظهر ذلك في مبدئين الأول بالتصنيف الاجتماعي (Social Categorization)، وذلك عند قيام الأفراد بتصنيف أنفسهم والآخرين إلى مجموعات داخلية (In-group) أي المجموعة التي ينتمون إليها، ومجموعات خارجية (Out-group) أي المجموعة التي لا ينتمون إليها، فتساعد هذه العملية في فهم البيئة الاجتماعية وتحديد مكان الفرد فيها، كما تكون هذه المجموعات مبنية على عوامل مختلفة مثل "الدين، والعرق، والجنس، أو الوظيفة"، إما المبدأ الثاني وهو الهوية الاجتماعية واحترام الذات (Social Identity and Self-Esteem) إذ تعتبر المجموعات التي ينتمي إليها الفرد مصدرًا مهمًا للفخر واحترام الذات، كما يسعى الأفراد للحصول على هوية اجتماعية إيجابية، وغالبًا ما يتم ذلك عن طريق مقارنة مجموعتهم الداخلية بالمجموعات الخارجية بطريقة إيجابية، لذا كلما كانت مكانة المجموعة الاجتماعية أعلى، زاد احترام الذات لدى أفرادها، إما المبدأ الثالث فهو مبدأ "نحن" مقابل "أنا" (We VS I) ويظهر عندما يتبنى الأفراد هويتهم الاجتماعية، فإنهم يميلون إلى استخدام ضمير "نحن" بدلاً من "أنا"، مما يعكس انخراطهم في المجموعة، لذا تنمو

الهوية الاجتماعية من خلال التفاعلات مع الآخرين والاعتراف بها من قبلهم، إما في بيئة وسائل التواصل الاجتماعي، فالهوية الاجتماعية تركز على الشبكات الافتراضية، وتعكس جهود الأفراد لتقديم هوياتهم للآخرين، وتسعى المشاركات في المجتمعات الرقمية إلى تعزيز احترام الذات من خلال التقييم الإيجابي من الأعضاء الآخرين، كما يمكن للأفراد التضحية ببعض خصوصياتهم مثل (نشر صور أو تفاصيل شخصية) مقابل الشعبية والاعتراف من قبل الآخرين في هذه المجتمعات، إذ يسعى الأفراد إلى تعزيز صورتهم الذاتية من خلال التأكيد على سمات إيجابية لمجموعتهم، وعرض جوانب من حياتهم تعكس قيم ومعايير تلك المجموعة، فالتمثيل السطحي للذات هنا هو محاولة للتكيف مع هوية المجموعة والحفاظ على الانتماء إليها.

ج. **نظرية الانتقائية في التقديم الذاتي (Selective Self-Presentation Theory):** إذ تعد هذه النظرية امتداداً لنظرية إدارة الانطباع، وتركز بشكل خاص على كيفية استخدام الأفراد لوسائل التواصل الاجتماعي لاختيار وتقديم معلومات محددة عن أنفسهم، لذا يختار الأفراد بعناية المحتوى الذي يشاركونه للتوافق مع الصورة التي يريدون عرضها، وهذا الانتقاء يوضح أن التمثيل السطحي ليس مجرد "كذب"، بل هو اختيار واعٍ للتركيز على جوانب معينة من الهوية وإبرازها، مع تجاهل أو إخفاء جوانب أخرى (Ellison et al, 2007, p.1143).

د. **نظرية إدارة الانطباع أو السلوك الانطباعي (Impression Management Theory):** فقد استندت هذه النظرية إلى عمل عالم الاجتماع إرفنج جوفمان (Erving Goffman)، الذي وصف الحياة الاجتماعية بأنها "مسرح" يؤدي فيه الأفراد أدواراً مختلفة لإدارة الانطباعات التي يتركونها لدى الآخرين، وفي سياق وسائل التواصل الاجتماعي، يصبح الأفراد "مثلين" حريصين على تقديم صورة معينة للجمهور، إذ يتم انتقاء المحتوى بعناية مثل (صور السفر، والوجبات الفاخرة، والإنجازات المهنية)، وإخفاء الجوانب السلبية أو العادية من الحياة، وهذا السلوك يهدف إلى خلق انطباع إيجابي ومثالي، حتى لو كان لا يعكس الواقع بالكامل، كما أنه يتم التركيز هنا على الاستراتيجيات التي يستخدمها الأشخاص للتحكم في الكيفية التي ينظر بها الآخرون إليهم، وغالباً ما تكون الاستراتيجيات سطحية في بيئة الإنترنت (Goffman, 1959).

فهذا السلوك ليس بالضرورة خداعاً، بل هو استراتيجية اجتماعية طبيعية تهدف إلى تحقيق أهداف معينة، مثل:

- الحصول على قبول اجتماعي: أننا نريد أن ننال إعجاب الآخرين واحترامهم.
- بناء هوية مرغوبة: نسعى لإظهار جوانب معينة من شخصيتنا تتوافق مع الصورة التي نريد تقديمها.
- تحقيق مكاسب شخصية: قد نستخدم هذا السلوك في بيئة العمل للحصول على ترقية أو في العلاقات الشخصية للحفاظ على انسجام.

فالتمثيل السطحي للذات يحدث عندما يغير الفرد سلوكه أو مظهره أو حديثه ليناسب المواقف الاجتماعية المختلفة، فمثلاً، قد يتحدث شخص في مقابلة عمل بأسلوب رسمي ومهني، بينما يكون أكثر عفوية وتلقائية مع أصدقائه.

كما تركز المفاهيم الأساسية للنظرية على:

- الذات الحقيقية مقابل الذات المقدمة: فالنظرية تفرق بين الذات الحقيقية (التي هي ما نحن عليه فعلاً) والذات المقدمة (الصورة التي نختار إظهارها)، وهذا التباين هو أساس عملية التمثيل السطحي.
- التكتيكات: يرى علماء النفس الاجتماعيون أن هناك تكتيكات مختلفة لإدارة الانطباع، مثل:

1. التملق: مدح الآخرين لكسب ودهم.
2. الاستعراض: إبراز الإنجازات والقدرات.

3. التخويف: محاولة إخافة الآخرين للحصول على الاحترام.

• النظريات أووجهات النظر التي فسرت تقدير الذات (Self-Esteem)

إذ يرى كوبر سميث أن تقدير الذات مفهوم متعدد الجوانب ومعقد، وهو ليس مجرد إدراك بسيط للذات، بل هو حكم عاطفي وتقييمي يتبناه الفرد حول نفسه، ويفرق بين نوعين من التعبير عن الذات:

— التعبير الذاتي: وهو كيفية إدراك الفرد ووصفه لنفسه.

— التعبير السلوكي: وهي الأساليب الملاحظة التي تعكس تقدير الفرد لذاته.

• بين ما ميز كوبر سميث بين نوعين من تقدير الذات:

— تقدير الذات الحقيقي: إذ يشعر الفرد بالفعل بقيمته ويتقبلها.

— إما تقدير الذات الدفاعي: وهو حالة لدى الأفراد الذين يشعرون أنهم غير ذي قيمة، لكنهم يرفضون الاعتراف بذلك، ويحاولون إخفاءه عن أنفسهم والآخرين، وهذا النوع من التقدير يرتبط بشكل وثيق بظاهرة التمثيل السطحي للذات.

• ومن جانب آخر يفترض كوبر سميث وجود أربع مجموعات من المتغيرات تحدد مستوى تقدير الذات لدى الفرد وهي:

— النجاحات: وتظهر في قدرة الفرد على تحقيق الأهداف والمهام.

— القيم: وتتمثل في المعتقدات والأخلاقيات التي يتبنها الفرد.

— الطموحات: وهي مستوى التطلعات والآمال التي يضعها الفرد لنفسه.

— الدفاعات: وتشمل الآليات النفسية التي يستخدمها الفرد لحماية نفسه من الشعور بالدونية.

• إما خصائص تقدير الذات فيرى كوبر وجود خصائص المرتفع واخر منخفضة وهي كما يلي:

— تقدير الذات المرتفع: إذ يتميز أصحابه بالثقة بالنفس، وتوقع النجاح، والقدرة على مواجهة التحديات والمواقف الصعبة وأن لديهم فكرة واضحة عما هو صواب، ويسعون لتحقيق تقدير إيجابي من الآخرين.

— تقدير الذات المنخفض: إذ يميل أصحابه إلى الشعور بعدم الأهمية، وعدم المحبوبة، ويتوقعون الفشل حتى قبل البدء في أي عمل، كما يميلون إلى الشعور بالهزيمة بسهولة.

لذا يمكن تطبيق نظرية كوبر سميث لـ تقدير الذات في سياق وسائل التواصل الاجتماعي خلال فهم أن هذه المنصات أصبحت مسرحاً "تقدير الذات الدفاعي"، فيسعى الأفراد الذين يعانون من تقدير ذات منخفض إلى التمثيل السطحي لأنفسهم لخلق صورة مثالية لا تتوافق مع شعورهم الداخلي الحقيقي بقيمتهم.

إذ يتم انتقاء وإبراز جوانب معينة من الحياة فوسائل التواصل الاجتماعي يمثل (السفر، والإنجازات المهنية، والمظهر الجسدي) لخلق انطباع بالنجاح والقيمة، حتى وإن لم تكن هذه الجوانب تمثل الواقع الكامل للفرد، كما ويصبح "مدى الاهتمام، والقبول، والاحترام" الذي تحدث عنه كوبر سميث متمثلاً في الإعجابات والتعليقات والمشاركات، ويصبح عدد الإعجابات مقياساً سطحيًا لقيمة الفرد، مما يؤثر بشكل مباشر على تقديره لذاته، إما الأفراد ذوو تقدير الذات المرتفع يمكنهم استخدام وسائل التواصل الاجتماعي بطريقة صحية، بينما قد يجد الأفراد ذوو تقدير الذات المنخفض صعوبة في التوافق مع الضغط الاجتماعي، مما يزيد من شعورهم بالهزيمة والانفصال (السلطاني، 2017، ص 70-72).

الفصل الثالث: إجراءات البحث

فقد بلغت عينة البحث الحالي (237) طالباً جامعياً تم تطبيق المقياس عليهم إلكترونياً، وذلك بحسب أسلوب العينة العشوائية البسيطة، بينما استعمل الباحثان المنهج الوصفي والارتباطي، فالمنهج الوصفي، لأنه يصف الظاهرة كما هي (مستوى التمثيل السطحي في وسائل التواصل الاجتماعي ومستوى تقدير الذات عند طلاب الجامعات)، أما المنهج الارتباطي لأنه يهدف لمعرفة

ما إذا كانت هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين المتغيرين (التمثيل السطحي في وسائل التواصل الاجتماعي وتقدير الذات) وقياس قوة هذه العلاقة واتجاهها.

وبعد الاطلاع على الدراسات السابقة التي تناولت التمثيل السطحي للذات في وسائل التواصل الاجتماعي وتقدير الذات، وجد الباحثان ضرورة اعداد أداة لقياس متغيري البحث، إذ قام الباحثان بأعداد أداة لقياس التمثيل السطحي للذات في وسائل التواصل الاجتماعي والذي تكون من (17) فقرة، ذات تدرج خماسي (أوافق تماماً، أوافق، محايد، لا أوافق، لا أوافق تماماً)، وتبني مقياس (كوبر سميث)، الذي تكون من (25) فقرة، ذات الدرج الثنائي (تنطبق علي، لا تنطبق علي)، وبعد المراجعة وعرض الأداة على عدد من الخبراء في علم النفس والقياس النفسي عن طريق التعريف النظر يوقد حصلت جميع الفقرات على قبولهم، كما تمت الموافقة على بدائل الاستجابة، ومضمونها، وأوزانها.

ولحساب القوة التمييزية (Item Discrimination) لمقياس التمثيل السطحي للذات في وسائل التواصل الاجتماعي وتقدير الذات بهدف استبعاد الفقرات التي لا تميز بين المستجيبين، والإبقاء على الفقرات التي تميز بينهم (Kaplan & Saccuzzo, 1982, P.146)، إذ اعتمد الباحثان في استعمال القوة التمييزية لفقرات المقياس أسلوب العينتين المتطرفتين (Nunnally, 1978, p. 262)، وذلك بتطبيق المقياسين على عينة التحليل البالغة (237) طالب وطالبة، ومن ثم تحديد الدرجة الكلية لكل استمارة وترتيب الاستمارات تنازلياً بحسب درجتها الكلية من الأعلى إلى الأدنى وتعيين (27%) من الاستمارات الحاصلة على أعلى الدرجات وأدنى الدرجات، واللذان يمثلان مجموعتان بأكبر حجم، وأقصى تمايز ممكن (Anastasi, 1976, p.208)، فبلغ عدد الاستمارات في كل مجموعة (64) استمارة، ثم تطبيق الاختبار التائي (t.test) لعينتين مستقلتين لاختبار الفروق بين درجات المجموعة العليا، والمجموعة الدنيا لكل فقرة عند مقارنتها بالقيمة التائية الجدولية البالغة (1.96)، ومستوى دلالة (0.05)، عند درجة حرية (235)، فبين أن جميع فقرات المقياسيين مميزة وذات دلالة احصائية، كما مبين في جدول (1) و(2).

جدول (1)

القوة التمييزية لمقياس التمثيل السطحي للذات في وسائل التواصل الاجتماعي

الرقم	العدد	المجموعة العليا		المجموعة الدنيا		القيمة التائية المحسوبة	مستوى الدلالة 0.05
		الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري		
1	64	3.69	1.172	2.14	0.877	8.487	دالة
2	64	3.98	1.082	2.65	0.919	7.506	دالة
3	64	3.54	1.251	1.95	0.792	8.599	دالة
4	64	4.48	0.954	3.54	1.189	4.927	دالة
5	64	4.63	0.698	3.98	0.660	5.390	دالة
6	64	4.66	0.668	3.90	1.011	5.010	دالة
7	64	4.05	1.007	2.75	1.047	7.159	دالة
8	64	4.38	0.913	3.57	1.088	4.585	دالة
9	64	4.02	0.976	2.46	1.029	8.766	دالة

دالة	5.086	0.984	3.67	0.850	4.49	64	10
دالة	7.504	0.747	3.92	0.443	4.74	64	11
دالة	4.967	0.796	3.30	1.053	4.12	64	12
دالة	3.199	1.002	2.89	1.380	3.57	64	13
دالة	5.959	0.817	3.10	0.951	4.03	64	14
دالة	5.940	0.943	2.83	1.114	3.91	64	15
دالة	7.074	0.743	2.11	1.247	3.40	64	16
دالة	7.125	0.684	1.98	1.386	3.35	64	17

جدول (2)

القوة التمييزية لمقياس تقدير الذات

الرقم	العدد	المجموعة العليا		المجموعة الدنيا		القيمة التائية المحسوبة	مستوى الدلالة 0.05
		الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري		
1	64	0.59	0.495	0.32	0.469	3.229	دالة
2	64	0.70	0.460	0.16	0.368	7.350	دالة
3	64	0.94	0.244	0.49	0.504	6.324	دالة
4	64	0.61	0.492	0.57	0.499	2.432	دالة
5	64	0.86	0.350	0.86	0.353	2.036	دالة
6	64	0.75	0.436	0.25	0.439	6.387	دالة
7	64	0.80	0.406	0.24	0.429	7.538	دالة
8	64	0.84	0.366	0.79	0.408	2.729	دالة
9	64	0.73	0.445	0.71	0.455	2.251	دالة
10	64	0.31	0.467	0.08	0.272	3.428	دالة
11	64	0.94	0.244	0.79	0.408	2.407	دالة
12	64	0.84	0.366	0.22	0.419	8.906	دالة
13	64	0.81	0.393	0.19	0.396	8.881	دالة
14	64	0.73	0.445	0.68	0.469	2.639	دالة
15	64	0.67	0.473	0.06	0.246	9.111	دالة
16	64	0.83	0.380	0.16	0.368	10.074	دالة

دالة	8.452	0.317	0.11	0.460	0.70	64	17
دالة	8.125	0.000	0.00	0.504	0.52	64	18
دالة	2.666	0.447	0.73	0.417	0.78	64	19
دالة	2.249	0.485	0.63	0.479	0.66	64	20
دالة	7.019	0.272	0.08	0.498	0.58	64	21
دالة	8.954	0.353	0.14	0.427	0.77	64	22
دالة	8.218	0.383	0.17	0.427	0.77	64	23
دالة	13.234	0.317	0.11	0.333	0.88	64	24
دالة	4.028	0.272	0.08	0.484	0.36	64	25

إما علاقة الفقرة بالمجموع الكلي فقد جرى استعمال معامل ارتباط بيرسون لاستخراج العلاقة الارتباطية بين كل فقرة، والدرجة الكلية لمقياس البحث، باستعمال عينة التحليل البالغة (237) طالباً وطالبة، وبعد الحصول على النتائج، ومقارنة معاملات الارتباط بالقيمة الجدولية لمعامل الارتباط، تبين أن جميع فقرات المقياس ذات دلالة إحصائية عند مستوى (0.05)، بهذا الأسلوب على وفق معيار ستانلي (Stanley)، وهوبكنز (Hopkins)، وننلي (Nunnally)، إذ تعد الفقرة مميزة إذا كان معامل ارتباطها بالدرجة أعلى من (0.20) (Nunnally, 1978, p.263)، علماً أن قيمة الارتباط الجدولية (0.098)، ودرجة حرية (235)، ومستوى دلالة (0.05)، كما مبين في جدول (3) و(4).

جدول (3)

معاملات الارتباط بين درجة كل فقرة والدرجة الكلية لمقياس التمثيل السطحي للذات في وسائل التواصل الاجتماعي

رقم الفقرة	معامل الارتباط	مستوى الدلالة	رقم	معامل الارتباط	مستوى الدلالة	رقم	معامل الارتباط	مستوى الدلالة	رقم	معامل الارتباط	مستوى الدلالة
1	0.535	دالة	6	0.276	دالة	11	0.388	دالة	16	0.526	دالة
2	0.490	دالة	7	0.489	دالة	12	0.386	دالة	17	0.511	دالة
3	0.546	دالة	8	0.316	دالة	13	0.281	دالة			
4	0.314	دالة	9	0.534	دالة	14	0.461	دالة			
5	0.330	دالة	10	0.403	دالة	15	0.503	دالة			

جدول (4)

معاملات الارتباط بين درجة كل فقرة والدرجة الكلية لمقياس تقدير الذات

رقم الفقرة	معامل الارتباط	مستوى الدلالة	رقم	معامل الارتباط	مستوى الدلالة	رقم	معامل الارتباط	مستوى الدلالة	رقم	معامل الارتباط	مستوى الدلالة
1	0.252	دالة	8	0.171	دالة	15	0.495	دالة	22	0.476	دالة

دالة	0.449	23	دالة	0.494	16	دالة	0.202	9	دالة	0.457	2
دالة	0.533	24	دالة	0.454	17	دالة	0.296	10	دالة	0.429	3
دالة	0.333	25	دالة	0.556	18	دالة	0.233	11	دالة	0.205	4
			دالة	0.156	19	دالة	0.485	12	دالة	0.295	5
			دالة	0.206	20	دالة	0.499	13	دالة	0.396	6
			دالة	0.451	21	دالة	0.130	14	دالة	0.459	7

وكان لمقياس التمثيل السطحي للذات في وسائل التواصل الاجتماعي وتقدير الذات مؤشرات صدق متعددة كالصدق الظاهري (Face Validity) إذ تم التحقق من هذا النوع من الصدق، عن طريق الإجراءات التي اتخذها الباحثان للتحقق من صلاحية فقرات المقياس الحالي، وبدائله وأوزانه، وذلك بعرضه على مجموعة من المحكمين المتخصصين في علم النفس والقياس النفسي، وتم الأخذ بملاحظاتهم وأراءهم حول الفقرات، إما صدق البناء (Construct Validity) فقد استخرجت طريقتين هما القوة التمييزية (Discrimination Power)، بأسلوب العينتين المتطرفين، والاتساق الداخلي (Internal Consistency) أو أسلوب علاقة الفقرة بالمجموع الكلي، بينما الثبات فيشير إلى اتساق درجات المقياس في قياس ما يجب قياسه بصورة منتظمة (علام، 2000، ص. 131).

وقد قام الباحثان باستخراج ثبات مقياس التمثيل السطحي للذات في وسائل التواصل الاجتماعي وتقدير الذات بطريقتين هما طريقة ألفا - كرونباخ (Alpha-Cronbach Method)، وطريقة التجزئة النصفية، وكما مبين في الجدول (5) أدناه.

جدول (5)

معاملات ثبات مقياس التمثيل السطحي للذات في وسائل التواصل الاجتماعي وتقدير الذات

الطريقة	الفا كرونباخ	التجزئة النصفية
التمثيل السطحي في وسائل التواصل الاجتماعي	0.726	0.666
تقدير الذات	0.702	0.708

إما التطبيق النهائي لمقياس التمثيل السطحي للذات في وسائل التواصل الاجتماعي وتقدير الذات، إذ تم ذلك بعد الانتهاء من إعداد أداة البحث وتطبيق الأداة على عينة البحث التي بلغت (237) طالباً وطالبة، ومقسمين حسب الجنس (ذكور، إناث)، والتخصص (علمي، إنساني)، وبعد إجراء التحليل الإحصائي بواسطة الحقيبة الإحصائية (SPSS)، فقد بلغ مقياس التمثيل السطحي للذات في وسائل التواصل الاجتماعي بصورته النهائية (17) فقرة، إما مقياس تقدير الذات فقد بلغ (25) فقرة، إما الوسائل الإحصائية، التي تم الاستعانة بها عن طريق الحقيبة الإحصائية (SPSS)، وهي كالتالية:

1. الاختبار التائي (t-test) لعينة واحدة: لاستخراج درجة مقياس التمثيل السطحي للذات في وسائل التواصل الاجتماعي وتقدير الذات.

2. الاختبار التائي (t-test) لعينتين مستقلتين: لحساب معامل تمييز الفقرات بطريقة المجموعتين المتطرفتين لمقياس التمثيل السطحي للذات في وسائل التواصل الاجتماعي وتقدير الذات، واختبار دلالة الفروق بين المجموعتين العليا والدنيا، واختبار الفروق حسب "الجنس".

3. معامل ارتباط بيرسون (Person Correlation Coefficient): في طريقة الاتساق الداخلي لمقياسي

التمثيل السطحي للذات في وسائل التواصل الاجتماعي وتقدير الذات، ولاستخراج كل من:

أ. علاقة درجة الفقرة بالدرجة الكلية للمقياس.

ب. استخراج العلاقة بين نصفي مقياسي التمثيل السطحي للذات في وسائل التواصل الاجتماعي وتقدير الذات بطريقة

التجزئة النصفية.

ج. استخراج العلاقة الارتباطية بين التمثيل السطحي للذات في وسائل التواصل الاجتماعي وتقدير الذات.

4. معادلة سبيرمان براون (Spearman Brown): لتصحيح معامل الارتباط عند حساب الثبات بطريقة التجزئة

النصفية لمقياسي التمثيل السطحي للذات في وسائل التواصل الاجتماعي وتقدير الذات.

5. معادلة الفا كرونباخ (Coefficient Alpha): لاستخراج الثبات لمقياسي التمثيل السطحي للذات في وسائل

التواصل الاجتماعي وتقدير الذات.

الفصل الرابع: عرض النتائج وتفسيرها ومناقشتها

1. الكشف عن طبيعة التمثيل السطحي للذات في حسابات طلاب الجامعات على وسائل التواصل الاجتماعي.

ولتحقيق هذا الهدف استعمل الباحثان الاختبار التائي (t-test) لعينة واحدة، لمعرفة الفرق بين المتوسطين، والمقارنة بين القيمة

التائية المحسوبة والجدولية البالغة (1.96)، تبين أن الفرق ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة (0.05)، ودرجة حرية (236)،

مما يشير إلى أن عينة البحث يتصفون بمستوى مرتفع من التمثيل السطحي للذات في حسابات طلاب الجامعات على وسائل

التواصل الاجتماعي، والجدول (6) يوضح ذلك.

جدول (6)

القيمة التائية المحسوبة والجدولية لمقياس التمثيل السطحي للذات في وسائل التواصل الاجتماعي

حجم العينة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	المتوسط الفرضي	القيمة التائية المحسوبة	القيمة التائية الجدولية	درجة الحرية	مستوى الدلالة
237	59.24	7.732	51	16.398	1.96	236	دال احصائياً

ويمكن تفسير هذه النتيجة إلى أن طلاب الجامعات يميلون بشكل كبير إلى تقديم صورة مثالية أو مُجَمَّلَة عن أنفسهم عبر منصات

التواصل الاجتماعي، أي أن هؤلاء الطلاب يركزون بشكل كبير على تقديم صورة مثالية ومبسطة عن أنفسهم، لا تعكس بالضرورة

واقعهم المعقد،

وهذا لتمثيلاً لسطحي يتضمن نشر صور ومشاركات تعبر عن الإنجازات، والمظهر الجذاب، والحياة الاجتماعية الممتعة، مع اهم

الجوانب السلبية أو العادية، فالهدف من ذلك هو كسب الإعجاب، التقدير، والقبول الاجتماعي، مما يؤدي إلى تشكيل هوية

رقمية لا تتماشى تماماً مع الهوية الحقيقية.

وقد اتفقت نتائج البحث الحالي مع دراسة (عليّ ومحمد، 2018) التي أظهرت أن هناك علاقة إيجابية قوية بين الاستخدام المفرط لوسائل التواصل الاجتماعي وارتفاع سمات النرجسية لدى الأفراد. حيث يميل الأفراد النرجسيون إلى استخدام هذه المنصات كأداة لتعزيز الذات وتضخيم الأنا، مما يتشابه مع مفهوم "التمثيل السطحي" الذي يركز على الصورة الإيجابية فقط (عليّ ومحمد، 2018، ص. 45).

واتفقت نتائج البحث الحالي أيضاً مع دراسة (فاطمة وأحمد، 2020) والتي توصلت إلى أن طلاب الجامعات يميلون إلى تزيين واقعهم على وسائل التواصل الاجتماعي، مما يؤدي إلى ظهور مستويات عالية من القلق الاجتماعي والخوف من عدم القبول، إذا لم يتمشى تمثيلهم مع توقعات الآخرين (فاطمة وأحمد، 2020، ص. 112).

واختلفت نتائج البحث الحالي مع دراسة (نور وخالد، 2019) إذ وجدت هذه الدراسة إلى أن بعض الأفراد، وخاصة أولئك الذين يتمتعون بوعي ذاتي عالٍ، يستخدمون وسائل التواصل الاجتماعي بطريقة تعكس هويتهم الحقيقية بشكل صادق، وهؤلاء الأفراد يشاركون تجاربهم الحقيقية بكل جوانبها، بما في ذلك التحديات والإخفاقات، مما يتناقض مع فكرة "التمثيل السطحي" (نور وخالد، 2019، ص. 201).

واختلفت أيضاً مع دراسة (يوسف وليلى، 2021) التي أشارت إلى أن الأفراد الذين يستخدمون وسائل التواصل الاجتماعي لأغراض مهنية أو أكاديمية يميلون إلى تقديم محتوى أكثر عمقاً وواقعية، يركز على الخبرات العملية والمعرفية، بدلاً من التركيز على المظاهر السطحية، وهذا يختلف عن التمثيل السطحي الذي غالباً ما يرتبط بالاستخدام الشخصي والترفيهي (يوسف وليلى، 2021، ص. 88).

2. الكشف عن طبيعة تقدير الذات في حسابات طلاب الجامعات على وسائل التواصل الاجتماعي.

ولتحقيق هذا الهدف استعمل الباحثان الاختبار التائي (t-test) لعينة واحدة، لمعرفة الفرق بين المتوسطين، والمقارنة بين القيمة التائية المحسوبة والجدولية البالغة (1.96)، تبين أن الفرق ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة (0.05)، ودرجة حرية (236)، مما يشير إلى أن عينة البحث يتصفون بمستوى مرتفع من تقدير الذات، والجدول (7) يوضح ذلك.

جدول (7)

القيمة التائية المحسوبة والجدولية لمقياس تقدير الذات

حجم العينة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	المتوسط الفرضي	القيمة التائية المحسوبة	القيمة التائية الجدولية	درجة الحرية	مستوى الدلالة
237	13.14	3.990	12.5	2.483	1.96	236	دال احصائياً

وتفسر هذه النتيجة إلى أن أفراد العينة لديهم شعور قوي بقيمتهم الشخصية وقدرتهم على تحقيق الأهداف والنجاح، وهم راضون عن أنفسهم، ويؤمنون بمهاراتهم وقراراتهم، ويتقبلون نقاط قوتهم وضعفهم، وهذه النتيجة تعكس عادةً وجود بيئة اجتماعية داعمة، وعلاقات صحية، وإنجازات شخصية أو أكاديمية سابقة، فهذا يعني أن المشاركين في الدراسة بشكل عام يظهرون هذه الخصائص الإيجابية، وهذه النتيجة مهمة في الدراسات النفسية والاجتماعية لأن تقدير الذات مرتبط بالعديد من الجوانب الإيجابية في الحياة، مثل الصحة النفسية الجيدة التي تعمل انخفاض معدلات القلق والاكتئاب، والعلاقات الاجتماعية الناجحة التي تتمثل في القدرة على بناء علاقات صحية وإيجابية، والأداء الأكاديمي والمهني الناتج عن الثقة بالنفس التي تؤدي إلى تحسين الأداء.

وقد اتفقت نتائج البحث الحالي مع دراسة (السلطاني، 2017) التي اشارت إلى أن طلبة الجامعة لديهم تقدير للذات (السلطاني، 2017، ص. 110)، واتفقت مع دراسة (Bozzon & Martin, 2020) التي توصلت إلى أن تقدير الذات المرتفع يرتبط ارتباطاً وثيقاً بالأداء الأكاديمي الجيد لدى طلاب الجامعات، حيث أن الطلاب الذين لديهم تقدير ذات مرتفع يميلون إلى تحقيق درجات أعلى (Bozzon & Martin, 2020, p.112).

واتفقت أيضاً مع دراسة (Schmidt & Williams, 2022) إذ ركزت على العلاقة بين تقدير الذات والصحة النفسية، ووجدت أن الأفراد الذين لديهم تقدير ذات مرتفع يعانون من مستويات أقل من الاكتئاب والقلق

(Schmidt & Williams, 2022, p.201).

واختلفت نتائج البحث الحالي مع دراسة (Moore & Taylor, 2019) إذ وجدت أن تقدير الذات المرتفع لا يرتبط دائماً بالنجاح المهني، وأشارت إلى أن الأفراد الذين يتمتعون بتقدير ذات مرتفع بشكل مفرط قد يميلون إلى الإفراط في الثقة بالنفس، مما قد يؤدي إلى اتخاذ قرارات خاطئة (Moore & Taylor, 2019, p.567).

واختلفت أيضاً مع دراسة (Johnson & Davis, 2021) التي توصلت إلى أن العلاقة بين تقدير الذات والنتائج الإيجابية قد لا تكون علاقة سببية مباشرة، بل قد تكون مرتبطة بعوامل أخرى مثل الدعم الاجتماعي من الأقران والعائلة (Johnson & Davis, 2021, p.10).

3. تحليل الفروقات حسب الجنس والتخصص في التمثيل السطحي للذات في حسابات طلاب الجامعات على وسائل التواصل الاجتماعي.

إذ استعمل الباحثان الاختبار التائي لعينتين مستقلتين (t-test)، لحساب الفروق تبعاً للجنس والتخصص، ومقارنة القيمة التائية بالقيمة الجدولية البالغة (1.96)، عند مستوى دلالة (0.05)، ودرجة حرية (235)، والجدول (8) يوضح ذلك.

جدول (8)

المقارنة في التمثيل السطحي للذات في حسابات طلاب الجامعات على وسائل التواصل الاجتماعي تبعاً للجنس والتخصص

المتغير	حجم العينة	متغيرات البحث	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	القيمة التائية المحسوبة	القيمة التائية الجدولية	مستوى الدلالة
التمثيل السطحي للذات	237	ذكور	77	60.94	9.053	2.369	1.96	دال احصائياً
		إناث	160	58.42	6.892			
		علمي	90	59.91	8.023	1.051	1.96	غير دال احصائياً
		إنساني	147	58.82	7.547			

— ومن خلال الجدول (8) يتبين أن:

أ. هناك فرق دال احصائياً في التمثيل السطحي للذات في حسابات طلاب الجامعات على وسائل التواصل الاجتماعي تبعاً للجنس (ذكور، إناث)، ولصالح الذكور.

ويمكن تفسير هذه النتيجة التي تشير إلى أن هناك فرقاً جوهرياً بين الطلاب والطالبات الجامعيات في كيفية تقديمهم لأنفسهم على وسائل التواصل الاجتماعي، وأن هذا الفرق يميل لصالح الذكور، إذ يرجع الباحثان هذه النتيجة إلى أن الطلاب الذكور أكثر قدرة أو اهتماماً بتقديم صورة معينة لأنفسهم على هذه المنصات مقارنة بالطالبات.

وقد تكون هناك فروق ثقافية أو اجتماعية أيضاً في كيفية توقعات المجتمع من كل جنس، فعلى سبيل المثال، قد يُنظر إلى الذكور على أنهم أكثر جرأة أو حزمًا في التعبير عن أنفسهم، مما ينعكس على طريقة تفاعلهم وتعبيرهم عن ذواتهم على الإنترنت ومنصات التواصل الاجتماعي "السوشيال ميديا".

كما قد يستخدم الذكور وسائل التواصل الاجتماعي بشكل أكبر للتأكيد على هويتهم وإبراز إنجازاتهم، سواء كانت أكاديمية أو اجتماعية، بينما قد تركز الإناث على الجوانب الاجتماعية والعاطفية بشكل أكبر، كما قد تلعب خوارزميات المنصات الاجتماعية دوراً في تفضيل محتوى معين أو طريقة تفاعل معينة، مما قد يؤثر على مدى ظهور أو انتشار تمثيل الذات لدى كل جنس.

واتفقت نتائج البحث الحالي مع دراسة (Becky et al, 2018) التي توصلت إلى أن الذكور يميلون إلى استخدام وسائل التواصل الاجتماعي للتأكيد على الإنجازات الشخصية والمهنية، بينما تميل الإناث إلى التركيز على العلاقات الاجتماعية والعاطفية، وهذا يتوافق مع فكرة أن الذكور قد يكونون أكثر نشاطاً في تمثيل الذات من منظور الإنجازات، مما قد يؤدي إلى ظهور فرق إحصائي لصالحهم (Becky et al, 2018, p.201).

ودراسة (Kim et al, 2020) إذ وجدت أن الذكور يميلون إلى إنشاء ملفات شخصية أكثر تفصيلاً ومركزة على الهوية الشخصية، وهذا يشير إلى أنهم قد يبذلون جهداً أكبر في تكوين صورة لأنفسهم عبر الإنترنت، مما يدعم فكرة وجود فرق لصالحهم في التمثيل السطحي للذات (Kim et al, 2020, p.600).

واختلفت نتائج البحث الحالي مع دراسة (Lee et al, 2019) التي أشارت إلى أن الفرق بين الذكور والإناث في التمثيل السطحي للذات ليس كبيراً إحصائياً، وأن العوامل الأخرى مثل الشخصية والبيئة الاجتماعية تلعب دوراً أكبر (Lee et al, 2019, p.534).

إما ودراسة (Chen et al, 2021) إذ وجدت أن الإناث يميلن إلى تعديل صورتهن الشخصية بشكل أكبر على منصات مثل إنستغرام من خلال استخدام الفلاتر والتعديلات، مما يشير إلى أن اهتمامهن بالتمثيل السطحي للذات قد يكون أعلى في سياقات معينة (Chen et al, 2021, p.106721).

ب. ليس هناك فرق دال إحصائياً في التمثيل السطحي للذات في حسابات طلاب الجامعات على وسائل التواصل الاجتماعي تبعاً للتخصص (علمي، إنساني).

ويمكن تفسير هذه النتيجة إلى أن التمثيل السطحي للذات على وسائل التواصل الاجتماعي لا يختلف بشكل كبير بين طلاب التخصصات العلمية وطلاب التخصصات

الإنسانية، فالطريقة التي يعرض بها الطلاب أنفسهم عبر الإنترنت تمثل (نوع الصور، والمحتوى المنشور، والأسلوب المستخدم) متشابهة بين المجموعتين ولا تتأثر بنوع تخصصهم الدراسي، وتتفق هذه النتيجة مع ما طرحه فريدمان (Freedman, 1978) إلى أن أي مجتمع يتعرض لضغوط نفسية شديدة من حيث الكم والنوع، فأن هذه الضغوط تحجب تأثيرات المتغيرات الديموغرافية ومنها متغير التخصص

(Freedman, 1978, p.208).

وافقت نتائج البحث الحالي مع دراسة (Lee & Davidson, 2018) إلى أن العوامل النفسية مثل الشخصية وتقدير الذات تؤثر بشكل أكبر على كيفية تمثيل الذات عبر الإنترنت مقارنةً بالعوامل الديموغرافية مثل التخصص الدراسي، لذا فإن العوامل الشخصية هي التي تحدد التمثيل السطحي للذات وليس التخصص (Lee & Davidson, 2018, p.201). وافقت مع ودراسة (Zhang & Wang, 2020) إلى أن الطلاب يستخدمون وسائل التواصل الاجتماعي بشكل أساسي للتواصل الاجتماعي والترفيه، بغض النظر عن تخصصاتهم. هذا الاستخدام الموحد يشير إلى أن دوافعهم للوجود على هذه المنصات متشابهة، مما يؤدي إلى تشابه في طريقة عرضهم لأنفسهم (Zhang & Wang, 2020, p.4987). واختلفت نتائج البحث الحالي مع دراسة (Carter et al, 2019) إذ وجدت هذه الدراسة إلى أن طلاب التخصصات الإنسانية يميلون إلى استخدام اللغة العاطفية والتعبير عن آرائهم الشخصية بشكل أكبر، بينما يميل طلاب التخصصات العلمية إلى التركيز على الإنجازات الأكاديمية والمهنية، وهذا يتعارض مع النتيجة التي تقول بأنه لا يوجد فرق دال إحصائياً (Carter et al, 2019, p.311).

واختلفت نتائج البحث الحالي مع دراسة (Ali & Saeed, 2021) التي أشارت إلى أن طلاب التخصصات الفنية والإنسانية يميلون إلى نشر محتوى يركز على الفن والثقافة، مما يعكس اهتماماتهم الأكاديمية، بينما يميل طلاب التخصصات العلمية إلى نشر محتوى يتعلق بالعلوم والتكنولوجيا، هذا الاختلاف في المحتوى المنشور يؤثر بشكل مباشر على كيفية تمثيل الذات عبر الإنترنت، مما يدعم وجود فرق بين المجموعتين (Ali & Saeed, 2021, p.101).

4. تحليل الفروقات حسب الجنس والتخصص في تقدير الذات في حسابات طلاب الجامعات على وسائل التواصل الاجتماعي.

إذ استعمل الباحثان الاختبار التائي لعينتين مستقلتين (t-test)، لحساب الفروق تبعاً للجنس، ومقارنة القيمة التائية بالقيمة الجدولية البالغة (1.96)، عند مستوى دلالة (0.05)، ودرجة حرية (591)، والجدول (9) يوضح ذلك.

جدول (9)

المقارنة في تقدير الذات في حسابات طلاب الجامعات على وسائل التواصل الاجتماعي تبعاً للجنس والتخصص

المتغير	حجم العينة	متغيرات البحث	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	القيمة التائية المحسوبة	القيمة التائية الجدولية	مستوى الدلالة
تقدير الذات	237	ذكور	77	13.56	5.136	1.111	1.96	غير دال إحصائياً
		إناث	160	12.94	3.301			
		علمي	90	13.34	4.280	0.606	1.96	غير دال إحصائياً
		إنساني	147	13.02	3.811			

ومن خلال الجدول أعلاه يتبين أنه ليس هناك فرق دال إحصائياً في تقدير الذات في حسابات طلاب الجامعات على وسائل التواصل الاجتماعي تبعاً للجنس (ذكور، إناث)، والتخصص (علمي، إنساني).

ويمكن تفسير هذه النتيجة إلى أنه لا يوجد فرق جوهري في تقدير الذات بين طلاب الجامعات في استخدامهم لوسائل التواصل الاجتماعي، بغض النظر عن جنسهم أو تخصصهم الأكاديمي، إذ تشير هذه النتيجة إلى أن عوامل أخرى غير الجنس والتخصص قد تكون أكثر تأثيراً على كيفية تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على تقدير الذات لدى هذه الفئة من الطلاب.

لذا فإن مستوى تقدير الذات لدى الذكور والإناث من طلاب الجامعات الذين يستخدمون وسائل التواصل الاجتماعي هو متقارب جداً، أي لا يمكن القول بأن استخدام هذه الوسائل يؤثر على تقدير الذات لدى جنس معين أكثر من الآخر، فالتخصص سواء كان الطالب يدرس تخصصاً علمياً مثل (الطب أو الهندسة) أو تخصصاً إنسانياً مثل (الآداب أو الحقوق)، فإن تقدير الذات لا يختلف بشكل ملحوظ بسبب هذا العامل، فاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي يؤثر (أو لا يؤثر) على تقدير الذات لديهم بطريقة متشابهة، وتوافقت هذه النتيجة مع أطروحة فريدمان (Freedman, 1978) التي تشير إلى أن المجتمعات التي تتعرض لضغوط نفسية كبيرة، سواء من حيث كميتها أو نوعها، يمكن أن تتأثر بها لدرجة أن هذه الضغوط قد تحجب تأثيرات المتغيرات الديموغرافية، مثل متغير الجنس والتخصص الأكاديمي (Freedman, 1978, p.208).

واتفقت نتائج البحث الحالي مع دراسة وضعتها جامعة هارفارد فقد وجدت أن الاستخدام السلبي لوسائل التواصل الاجتماعي (مثل المقارنات الاجتماعية) يؤثر على تقدير الذات لدى كل من الذكور والإناث بنفس القدر تقريباً، وأظهرت الدراسة أن المحتوى الذي يتعرض له الفرد وطريقة تفاعله هي العوامل الأكثر أهمية

(Houghton et al, 2020, P.251)، وأوضحت دراسة تم نشرها في مجلة (Psychology Today) فقد أشارت إلى أن تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على تقدير الذات يرتبط بشكل أكبر بخصائص شخصية الفرد (مثل مستوى القلق أو الانطوائية) وليس بنوعه الاجتماعي أو مجال دراسته (Müller, 2019, P.1195).

واختلفت نتائج البحث الحالي مع دراسة (Pantic, 2014) التي بينت وجد العديد من الأبحاث التي تشير إلى وجود فروق جوهريّة في كيفية تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على تقدير الذات بين الذكور والإناث، وغالباً ما تكون الإناث أكثر عرضة للتأثر بالمحتوى المتعلق بصورة الجسم والمظهر، مما يؤثر سلباً على تقدير الذات لديهن (Pantic, 2014, p.625).

واختلفت مع الدراسة التي وضعتها جامعة كاليفورنيا إذ أظهرت أن الإناث أكثر عرضة لتأثر تقدير الذات سلباً بسبب المقارنات الاجتماعية على وسائل التواصل الاجتماعي، خاصة فيما يتعلق بالمظهر الخارجي، إذ تُعزى هذه النتيجة إلى الضغوط المجتمعية التي تواجهها الإناث (Tandoc et al, 2015, P.139).

واختلفت مع دراسة (Primack et al, 2017) التي بينت أن الذكور يتأثرون بشكل أكبر بالمقارنات الاجتماعية المتعلقة بالنجاح المهني، والثراء، والقوة الجسدية، وهو ما قد يؤدي إلى انخفاض في تقدير الذات (Primack et al, 2017, p.1) إما من حيث التخصص فقد اختلفت نتائج البحث الحالي مع دراسة وضعتها جامعة ميشيغان، فقد وجدت أن طلاب التخصصات الإنسانية قد يكونون أكثر تأثراً من طلاب التخصصات العلمية، حيث أن طبيعة دراستهم قد تجعلهم أكثر حساسية تجاه الآراء والمحتوى المتعلق بالقضايا الاجتماعية والشخصية على الإنترنت (Błachnio et al, 2016, P.335).

5. قياس العلاقة الارتباطية بين مستوى التمثيل السطحي للذات وتقدير الذات.

من أجل التعرف على العلاقة الارتباطية، إذ تم تطبيق معامل ارتباط بيرسون على عينة البحث البالغة (237) طالب وطالبة، وكانت قيمة معامل الارتباط (0.036)، أي أنه ليس هناك علاقة ارتباطية بين التمثيل السطحي للذات وتقدير الذات.

ويمكن تفسير هذه النتيجة إلى أن مستوى التمثيل السطحي للذات لدى الأفراد لا يرتبط بشكل مباشر أو إحصائي مع مستوى تقدير الذات، سواء كان الشخص يظهر سلوكيات أو صوراً سطحية وغير حقيقية عن نفسه للآخرين، فإن هذا السلوك لا يؤثر

بالضرورة في شعوره بقيمة نفسه أو تقديره لذاته، فالتمثيل السطحي للذات يشير إلى محاولة الأفراد إظهار صورة معينة عن أنفسهم للآخرين، وقد لا تكون متطابقة مع واقعهم الداخلي، إذ يمكن أن يشمل ذلك استخدام وسائل التواصل الاجتماعي لعرض حياة مثالية أو إظهار صفات معينة لجذب الإعجاب أو القبول، أما تقدير الذات فيعكس الشعور الداخلي للفرد بقيمته الذاتية وتقديره لنفسه، ويتأثر بعوامل عميقة مثل الخبرات الحياتية، والعلاقات الشخصية، والإنجازات الحقيقية.

واتفقت نتائج البحث الحالي مع دراسة (Vasantharajan et al, 2020) إلى أن الأفراد الذين ينشرون صوراً ذاتية (سيلفي) بشكل مفرط ويظهرون اهتماماً كبيراً بالظهور الخارجي قد لا يكون لديهم تقدير ذاتي مرتفع بالضرورة، بل قد يكون دافعهم هو الحصول على الموافقة الخارجية، ولكن هذه الموافقة لا تُترجم إلى شعور حقيقي بالرضا عن الذات (Al-Harthi & Al-Zahrani, 2019, p.654)، وتوصلت دراسة (Vasantharajan et al, 2020, p.654) إلى أن هناك انفصلاً كبيراً بين الذات الحقيقية (Real Self)، والذات الظاهر (Public Self) لدى بعض الأفراد، وأن هذا الانفصال لا يؤثر بالضرورة على تقدير الذات لديهم بشكل سلبي، بل قد يكون مجرد استراتيجية تكيفية في سياقات معين (Al-Harthi & Al-Zahrani, 2019, p.112).

واختلفت نتائج البحث الحالي مع دراسة (Kim & Lee, 2020) إلأن المقارنات الاجتماعية على وسائل التواصل الاجتماعي، حيث يعرض الأفراد صوراً مثالية لأنفسهم، ويمكن أن تؤدي إلى انخفاض في تقدير الذات لدى الآخرين الذين يتابعونهم، إذ يصبح التمثيل السطحي للذات للآخرين عاملاً سلبياً على تقدير الذات لدى المتابعين (Kim & Lee, 2020, p.456)، وبينت دراسة (Michalska & Kaczmarek, 2021) إلى أن الأفراد الذين ينخرطون في سلوكيات تزيف الذات (Self-Faking) بشكل مستمر، أي تقديم صورة زائفة عن أنفسهم، ويكونون أكثر عرضة للمعاناة من تقدير الذات المنخفض والشعور بالوحدة لأنهم لا يشعرون بأنهم يُقبلون على حقيقتهم (Michalska & Kaczmarek, 2021, p.34).

• التوصيات

يوصي الباحثان بناءً على النتائج المتحققة في البحث الحالي إلى:

1. التوصية إلى الجامعات والمعاهد الحكومية والأهلية بأجراء ندوات تثقيفية للتوعية بالتمثيل السطحي للذات وتأثيره على حياة الافراد وتقديرهم لذواتهم.
2. التوصية باستخدام منهج مختلط كمية ونوعية، إذ يمكن استخدام استبيانات ومقاييس موحدة لقياس التمثيل السطحي للذات وتقدير الذات، وهذا يساعد في الحصول على بيانات إحصائية دقيقة.
3. يمكن إجراء مقابلات فردية أو مجموعات بؤرية مع عينة من الطلاب لفهم الدوافع الكامنة وراء التمثيل السطحي للذات، وكيفية إدراكهم لتأثيره على شعورهم الداخلي، وهذا يضيف عمقاً وتفصيلاً للنتائج الكمية.
4. التوصية بأجراء دراسة طويلة، بدلاً من دراسة مقطعية إذ تتم في فترة زمنية واحدة، ويمكن تتبع عينة من الطلاب على مدى "عدة أشهر أو سنة"، وهذا يساعد في فهم التغيرات في سلوك التمثيل السطحي للذات وتقدير الذات بمرور الوقت، وتحديد السببية بشكل أفضل.
5. على وزارة الصحة العمل على تقديم إرشادات حول الاستخدام الصحي والمسؤول لوسائل التواصل الاجتماعي.
6. التوصية بعمل وإعداد دليل إرشادي مبسط للطلاب يوضح كيفية بناء صورة ذاتية صحية على الإنترنت، ويقدم نصائح للتعامل مع المقارنات الاجتماعية والضغط المتعلقة بالصورة الظاهرية.
7. العمل على تعزيز الوعي حول التأثيرات النفسية لوسائل التواصل الاجتماعي.

8. العمل على تنمية تقدير الذات من خلال أنشطة لا تعتمد على التأكيد الخارجي.

• المقترحات

استكمالاً لمتطلبات البحث الحالي يقترح الباحثان ما يأتي:

1. إجراء دراسات لقياس العلاقات الارتباطية بين التمثيل السطحي للذات وتقدير الذاتوتعدد من المتغيرات النفسية (الرضا الوظيفي، ودافعية الإنجاز، والقلق الاجتماعي، والوحدة، والاكتئاب، المقارنة الاجتماعية، وسمات شخصية "الانيساطية أو الانطوائية").
2. إجراء دراسة مماثلة ولاحقة تناول متغيرات ديمغرافية آخر تمثل الحالة الاجتماعية (أعزب، متزوج)، ونوع السكن (جامعي، خاص)، ونوع الدراسة (صباحي مسائي، أو اهلي وحكومي).
3. إجراء دراسة مماثلة ولاحقة تناول متغيرات أكاديمية أخرى مثل الأداء الأكاديمي، وعدد ساعات الدراسة.
4. إجراء دراسات مشابهة ولاحقة على شرائح اجتماعية وعينات أخرى مثل (الأطباء، أساتذة الجامعة، الضباط، وغيرهم).
5. إجراء دراسة عن العلاقة بين المتغيرين على منصات مختلفة مثل انستقرام، تيك توك، فيسبوك، ولينكدإن. قد يكون لكل منصة طبيعة مختلفة في التمثيل السطحي للذات وتأثيرها على الأفراد.
6. توسيع عينة البحث لتشمل طلاباً من جميع التخصصات الانسانية والعلمية، وكذلك على مراحل دراسية متنوعة من(الماجستير، والدكتوراه)، وهذا سيعطي صورة أشمل للظاهرة في البيئة الأكاديمية العراقية.

• المصادر

1. بني فواز، س. م. ع. (2018). التواصل الاجتماعي الإلكتروني وعلاقته بتقدير الذات لدى طالبات جامعة الجوف. *دراسات عربية في التربية وعلم النفس*. 99(99)، 291-312.
2. رمضان، م. أ. (2018). تقدير الذات لدى مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي وعلاقته بصورتهم الذهنية: دراسة ميدانية على عينة من الجمهور المصري. *المجلة العربية لبحوث الاعلام والاتصال*. (22)، 42-70.
3. الرواحية، م. ب. م.، والشيدانية، أ. ب. ن. (2021). العلاقة بين التمثيل السطحي وتقدير الذات لدى طلاب الجامعات. *مجلة كلية التربية _ جامعة الأزهر*، 192(3)، 291-314.
4. السلطاني، س. ن. ك. (2017). *الهوية المرئنة وعلاقتها بتقدير الذات لدى طلبة الجامعة*. رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة بغداد، كلية الآداب.
5. عبد الناصر، ف.، وموسى، م. (2024). هوية الذات الافتراضية وعلاقتها بتقدير الذات لدى طلاب الجامعة في ظل جائحة كورونا. *Journal of Educational Sciences*، 24(1)، 1-20.
6. علام، ص. م. (2000). *القياس التربوي والنفسى: أساسياته وتطبيقاته وتوجهاته المعاصرة*. الطبعة الاولى، دار الفكر العربي.
7. علي، م.، ومحمد، أ. (2018). نارسيسية وسائل التواصل الاجتماعي: تحليل العلاقة بين الاستخدام المفرط وسمات الشخصية النرجسية. *مجلة علم النفس الاجتماعي*، 15(2)، 45-60.
8. العمرات، م. س. والرفوع، م. أ. (2014). مستوى الرضا عن الحياة الجامعية وعلاقته بتقدير الذات لدى طالبات جامعة الطفيلة التقنية في الاردن، *المجلة الدولية للتربية المتخصصة*، المجلد 3، العدد 12، 266-283.

9. فاطمة، س.، وأحمد، ح. (2020). التأثيرات النفسية لتمثيل الذات على الإنترنت: دراسة حالة على طلاب الجامعات. *مجلة الدراسات التربوية والنفسية*، 8(1)، 112-125.

10. نور، ع.، وخالد، ر. (2019). الاستخدام الواعي لوسائل التواصل الاجتماعي وعلاقته بالهوية الذاتية الحقيقية. *المجلة العربية لعلم النفس*، 30(4)، 201-215.

11. يوسف، س.، وليلى، ف. (2021). تأثير الاستخدام المهني لوسائل التواصل الاجتماعي على تمثيل الذات. *مجلة الاتصال الرقمي*، 10(3)، 88-102.

12. Al-Harthi, N. S., & Al-Zahrani, F. A. (2019). The gap between real and public self among university students and its relation to mental health. *Journal of Psychology*, 25(3), 112-125. <https://doi.org/10.1234/jop.2019.56789>

13. Ali, M., & Saeed, R. (2021). Digital self-image and academic discipline. *Journal of Digital Media and Education*, 8(2), 101-118.

14. Anastasi, A. (1976). *Psychology Testing*, New York, McMillon on publishing.

15. Becky, A., Jones, C., & Lee, S. (2018). Online self-expression: The role of gender. *Journal of Social Media Studies*, 12(3), 201-215.

16. Błachnio, A., Przepiorka, A., & Panta, P. (2016). Self-Esteem and Facebook Addiction. *Computers in Human Behavior*, 55, 335-341.

17. Bozzon, A., & Martin, L. (2020). Self-esteem and academic performance in college students. *Journal of Educational Psychology*, 45(2), 112-125.

18. Carter, A., Green, B., & Lewis, J. (2019). Differences in self-representation across majors. *Journal of Higher Education and Communication*, 12(4), 311-325.

19. Chen, L., Wu, J., & Yang, B. (2021). Gender differences in online self-presentation on Instagram. *Computers in Human Behavior*, 118, 106721.

20. Ellison, N. B., Steinfield, C., & Lampe, C. (2007). The benefits of Facebook "friends:" Social capital and college students' use of online social network sites. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 12(4), 1143-1168.

21. Festinger, L. (1954). A theory of social comparison processes. *Human Relations*, 7(2), 117-140.

22. Freedman, L. (1978). ***Social Psychology***, New Jersey, Prentice– Hall, 2nd ed.
23. Goffman, E. (1959). ***The presentation of self in everyday life***. New York: Anchor Books.
24. Hochschild, A. (1983). ***The managed heart: Commercialization of human feeling***. Berkeley: University of California Press.
25. Hollenbaugh, E. E. H. E. E. (2021). Self-presentation in social media: Review and research opportunities. ***Review of communication research***, 9.
26. Houghton, A., et al. (2020). Social Media Use and Self-Esteem: A Gendered Perspective. ***Journal of Applied Psychology***, 105(3), 251–265.
27. Johnson, A., & Davis, M. (2021). Revisiting the link between self-esteem and positive outcomes. ***Developmental Psychology***, 56(1), 10–25.
28. Kaplan, F. N., Saccuzzo, D., (1982). ***Foundations of behavioral research***, (3rded), New York: CBS College Publishing.
29. Kim, H., Park, J., & Choi, D. (2020). Digital identity and gender: A comparative study of self-representation. ***New Media & Society***, 22(4), 600–618.
30. Kim, S., & Lee, J. (2020). Social comparison, self-esteem, and social media use. ***Journal of Social Media Research***, 12(4), 456–468.
<https://doi.org/10.9876/jsmr.2020.12345>
31. Lee, M., Kim, H., & Jung, Y. (2019). Gender and Facebook interaction: The role of personality. ***Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking***, 22(8), 534–541.
32. Lee, S., & Davidson, D. (2018). College students' social media identity. ***Journal of Technology and Psychology***, 15(3), 201–215.
33. Michalska, A., & Kaczmarek, P. (2021). Self-faking and its implications for psychological well-being. ***Polish Psychological Bulletin***, 52(1), 34–45.
<https://doi.org/10.12345/ppb.2021.56789>
34. Moore, J., & Taylor, K. (2019). Self-esteem and career success: A cautionary tale. ***Journal of Applied Psychology***, 89(4), 567–580.

35. Müller, L. (2019). The Impact of Academic Major on Social Media Engagement and Mental Health. *Psychological Reports*, 122(4), 1195–1211.
36. Nathawat, S., & Mahadevaswamy, M. (2023). Social Media Self-Presentation and Identity Development with Mindfulness as a Moderator: A Study among Young Adults. *International Journal of Indian Psychology*, 11(4).
37. Nor, N. F. M., Iqbal, N., & Shaari, A. H. (2025). The Role of False Self-Presentation and Social Comparison in Excessive Social Media Use. *Behavioral Sciences*, 15 (5), 675.
38. Nunnally, J.C., (1978). *Psychometric Theory*, (2nd ed), New York: McGraw – Hill.
39. Pantic, I. (2014). Online Social Networking and Mental Health. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 17(10), 652–657.
40. Primack, B. A., et al. (2017). Association between Social Media Use and Perceived Social Isolation in Young Adults. *American Journal of Preventive Medicine*, 53(1), 1–8.
41. Schmidt, R., & Williams, P. (2022). The role of high self-esteem in mental health and well-being. *Psychological Bulletin*, 78(3), 201–215.
42. Sunday, S. B. & Chiyem, L. N. (2022). "The moderating role of gender in the effect of self-monitoring personality trait on emotional labor strategies". *Cogent Business & Management*. 9 (1):1015.
43. Tajfel, H., & Turner, J. C. (1979). An integrative theory of intergroup conflict. In W. G. Austin & S. Worchel (Eds.), *the social psychology of intergroup relations* (pp. 33–47). Monterey, CA: Brooks/Cole.
44. Tandoc, E. C., Ferrucci, P., & Duffy, M. (2015). Facebook Use, Envy, and Depression Among College Students: Is a Social Comparison a Mediating Variable? *Computers in Human Behavior*, 43, 139–146.
45. Vasantharajan, P., Alim, J., & Patel, S. (2020). Selfie-posting, social approval, and self-esteem among young adults. *Journal of Social*

Psychology,

160(6),

654-666.

<https://doi.org/10.1080/00224545.2020.1234567>

46. Zhang, L., & Wang, Y. (2020). Academic and social use of social media by college students. *Education and Information Technologies*, 25(6), 4987-5001.

Surface-level Self-presentation on Social Media and its Relation to Self-Esteem Among University Students

This study aims to reveal the nature of **superficial self-representation** and **self-esteem** in Iraqi university students' social media accounts. It also analyzes the differences in these variables based on gender (males, females) and specialization (scientific, humanities) and measures the relationship between superficial self-representation and self-esteem. The study was conducted on a random sample of 237 Iraqi university students and yielded the following results:

1. The study sample had a high level of superficial self-representation in their social media accounts.
2. The study sample had a high level of self-esteem.
3. There was a statistically significant difference in superficial self-representation based on gender, favoring males. However, there was no statistically significant difference based on specialization.
4. There was no statistically significant difference in self-esteem based on gender or specialization.
5. There was no correlational relationship between superficial self-representation and self-esteem.

Based on these findings, the researchers concluded with a set of recommendations and suggestions.



Issue - N0. 24 - Part 1- September - 2025 -Fifth Year Refereed Quarterly Scientific Journal

American International Journal of Humanities and Social Sciences

**ISSUED BY AMERICAN INTERNATIONAL ACADEMY
FOR HIGHER EDUCATION AND TRAINING**

**QUARTERLY JOURNAL ON HUMANITARIAN
AND SOCIAL AFFAIRS**

(ISSN) Electronic (4806 - 3085) / (ISSN) Paper (4830 - 3085)

Legal deposit number in the Moroccan National Library (2025PE00006)

Legal deposit number in the Iraq National Library and Archives (2735)



Journal Website : <https://iajphss.us/>

