



استراتيجيات تقديم الذات لدى طلبة الدراسات العليا*

الباحثة و سناء مؤيد يوسف د. فؤاد محمد فريخ

جامعة الانبار - كلية التربية للعلوم الانسانية-

المستخلص

يشير العلماء الى أن استراتيجيات تقديم الذات تعطي الفرد نظرة ثاقبة إلى طبيعة التفاعل الشخصي، إذ يقوم الفرد في الموقف بأكثر من دور ومع كل دور تختلف استراتيجياته في تقديم الذات، أي أن الفرد عليه ان يقدم نفسه بطرق مختلفة وفقاً لما يقوم به من أدوار وكل ذلك من اجل ان ينظر إلينا الآخرون على أننا أكفاء فنقدم لهم المساندة ونبدي المجاملات ونركز على نقاط قوة ذواتنا، الا ان بعض هذه الأدوار والاستراتيجيات قد تكون مرغوبة وبعضها الآخر غير مرغوب فيه. استهدف البحث الحالي التعرف على استراتيجيات تقديم الذات السائدة لدى عينة من طلبة الدراسات العليا، كما حاول البحث الحالي التعرف على دلالة الفرق في استراتيجيات تقديم الذات على وفق بعض المتغيرات الديمغرافية (النوع والتخصص). ولتحقيق اهداف البحث الحالي اعتمد الباحثان المنهج الارتباطي وعمدا الى إعداد مقياس ملائم لاستراتيجيات تقديم الذات والذي تكون من (٣٥) فقرة موزعة على خمسة مجالات هي (التخويف ، القبول ، التوسل ، ترقية الذات ، التمثيل). بعد ان تحقق الباحثان من الخصائص السايكومترية للمقياس التي تتمثل بالصدق والثبات، تمت معالجة البيانات إحصائياً باستخدام الوسائل الاحصائية الملائمة. اشارت نتائج البحث الحالي الى التفاوت في استخدام استراتيجيات تقديم الذات حيث حلت استراتيجية التمثيل او المثالية اولاً، في حين جاءت استراتيجية التوسل اخيراً. كما اشارت النتائج الى انه هناك فروقا ذات دلالة احصائية في متغير استراتيجيات تقديم الذات بين الذكور والاناث ولجميع الاستراتيجيات، بينما لم تكن هناك فروقا ذات دلالة احصائية بين الافراد على وفق متغير التخصص. في ضوء نتائج البحث الحالي خرج البحث الحالي بمجموعة من التوصيات منها اقامة محاضرات و دورات وانشطة تقوم بتقديم الوعي باستراتيجيات تقديم الذات والتنوع في استخدامها حسب المواقف الحياتية.

الكلمات المفتاحية: استراتيجيات تقديم الذات-طلبة الدراسات العليا

* بحث مستل من رسالة ماجستير



The Strategies of Self-Presentation for the Postgraduate Students

Researcher Wasnaa M. Yousef

Dr. Fuaad M. Freh

***College of Education for Humanities- University of Anbar**

Email:Ed.fuad.muhammad@uoanbar.edu.iq

Abstract

The scientists refer that self-presentation strategies give the individual an insight into the nature of personal interaction, where the individual in a specific situation acts more than one role and with each role his/ her strategies are differed in self-presentation, that is, the individual has to present himself/ herself in different ways according to his/her roles and all this can serve the purpose that others look at us as competent. So, we give them support, and show courtesy and focus on ourselves' strengths. However, some of these roles and strategies may be desirable and others are undesirable. The current research aimed to identify the strategies of self-presentation prevailing among a sample of postgraduate students. it also tried to investigate the self-presentation according to some demographic variables (gender, field of study). To achieve the aims of the research, the researchers adopted the correlative method, and prepared appropriate measurement to measure the self-presentation strategies which consisted of (35) items divided into five dimensions that are (intimidation, acceptance, supplication, self-promotion, acting). The researchers examined the psychometric properties (reliability and validity) of the scale. The data were statistically calculated by using the appropriate statistical methods. The results indicated that there was a disparity in the use of self-presentation strategies, where the representation or idealism strategy was in the first rank, while the supplication strategy was in the last rank. The results indicated that there were statistically significant differences in the variables of self-presentation strategies between males and females and for all strategies, while there were no statistically significant differences between the participants according to the specialization variable. In light of the results of the current study, the researchers came out with a set of recommendations, including the establishment of lectures, training courses and activities that provide awareness of the self-presentation strategies, and the diversity in their use according to the life situations,

Keywords: self-presentation strategies, Postgraduate Students



مشكلة البحث:

تُعَدُّ مرحلة الدراسات العليا أحد الركائز الأساسية لتطور المجتمعات وتقدمها وذلك بسبب قدرتها على تهيئة الطاقات البشرية المتخصصة التي تسهم بشكل فعال في تطوير حركة البحث العلمي والتقني، والذي يعد من أهم المستلزمات الضرورية لبناء الصرح الحضاري والنهوض الشامل في الخطط والكفاءات العلمية والإنسانية لأي مجتمع.

وكون الباحثان (الأول) تدريسي لهذه الشريحة منذ زمن والباحث الثاني طالبة دراسات عليا ومن خلال بعض الملاحظات اليومية أثناء فترة التدريس والدراسة فقد لاحظا ان طبيعة العلاقات الجديدة التي تحدث بين الطلاب والأساتذة الجامعيين وزملاء الدراسة مع بداية العام الدراسي تتسم ببعض المشكلات تتعلق بكيفية فهم ذواتهم وتقديمها للآخرين بطريقة تولد انطباعاً جيد عنهم لكون الطالب لديه بعض المخاوف من التقييمات السلبية والانطباعات غير السارة نحوه، وان فشل الفرد في تحقيق ذلك قد يؤدي إلى فشل تلك العلاقات وبالتالي يقود بعض الاضطرابات النفسية وعدم اتزانه وتوافقه مع نفسه ومع الآخرين.

ويشير وليامز (Williams, 2000) إلى أن استراتيجيات تقديم الذات تختلف وفقاً للدور الذي يقوم به الأفراد، كما انها تعطي الفرد نظرة ثاقبة إلى طبيعة التفاعل الشخصي، إذ يقوم الفرد في الموقف بأكثر من دور ومع كل دور تختلف استراتيجياته في تقديم الذات، أي أن الفرد عليه ان يقدم نفسه بطرق مختلفة وفقاً لما يقوم به من أدوار ولكي ينظر إلينا الآخرون على أننا أكفاء فنقدم لهم المساندة ونبدي المجاملات ونركز على نقاط القوة، وان بعض هذه الأدوار والاستراتيجيات التي تستخدم قد تكون مرغوبة وبعضها الآخر غير مرغوب فيها.

عندما يتعرض الفرد لمواقف جديدة فإنه يستخدم عملية تقديم الذات، فمثلاً عندما يلتقي شخصان لأول مرة يحاول كل منهما أن يقدم نفسه للآخر بطريقة حسنة ويحاول كل منهم نقل انطباع إيجابي للطرف الآخر، وذلك عن طريق اتباع نمط معين من الحركة، طرح الأفكار التي تثير الانتباه، وقد يتحكم الفرد في نبرة صوته وحتى انفعالاته، كل ذلك من اجل كسب المزيد من القوة والتأثير أو حتى بعض الاستحسان، او ربما يكون اتباع الفرد لتلك التقنيات النفسية من اجل مصلحة ذاتية، لكن هذا يختلف حسب تنوع المواقف والاهداف. ومن هنا نقول بأن الأنشطة التي يمارسها الأفراد وأن اختلفت وتباينت إلا أنها تصب في شيء

واحد وهو تقديم الذات الذي يعرفه العالم جوفمان (Goffman, 1959) بأنه جميع الأنشطة التي يمارسها الأفراد أثناء محاولتهم للتحكم بانطباعات الآخرين عنه.

ومن هنا تصاغ مشكلة البحث الحالي في الاجابة على التساؤلات الاتية:

- ماهي الاستراتيجيات السائدة في تقديم الافراد لذواتهم وخصوصا طلبة الدراسات العليا.

أهمية البحث:

يعد الإنسان كائناً اجتماعياً يرغب التواجد وسط جماعة ويكون متفاعلاً معهم ومتفاعلين معه ويسعى الإنسان منذ ولادته إلى تكوين علاقات اجتماعية مع الآخرين تساهم في نموه النفسي السوي، ومن هذه العلاقات الاجتماعية وعملية التفاعل مع الآخرين تتشكل الذات الاجتماعية لدى الإنسان.

اذ يظهر الفلاسفة أهمية دراسة الحياة الاجتماعية حيث اشار (الفارابي) أن الإنسان بحاجة الى ان يتفاعل مع الآخرين ليحقق السلوك الاجتماعي الذي يتم بين الأفراد، حيث يؤكد كل من (الفارابي) و(أرسطو) ان الإنسان يوجد لديه اساس فطري نفسي للحياة الاجتماعية ونظراً لأن مفهوم الذات لا يتكون خارج محيط التفاعل الاجتماعي، فالهوية الشخصية تتكون وتستمر خلال التفاعل مع الآخرين، ولكي يستمر مفهوم ذات معينة لدى الفرد لابد أن يبذل جهداً في تقديم ذاته بطريقة تجعل الآخرين يتصرفون بطريقة تدعم هذا المفهوم سواء كان الفرد يعي هذا الجهد أو لا يعيه، وهو ما يطلق عليه إدارة الانطباع Impression (Management) (العنزي، ٢٠٠١، ١٨٥).

يعتبر مصطلح تقديم الذات الذي لم يظهر في قواميس علم النفس إلا في بداية الستينات من القرن الماضي عندما نشر العالم جوفمان (Goffman) عام (١٩٥٩) كتابه "تقديم الذات في الحياة اليومية" حيث اعتبر تقديم الذات ظاهرة اجتماعية ونشاطاً يتم تشكيله من خلال مجموعة من العوامل الشخصية او الموقفية بناءً على الآخرين وأعتبره عاملاً مهماً في التفاعل الاجتماعي، ومنذ ذلك الحين اثار موضوع تقديم الذات اهتماماً ملحوظاً لدراسات ميدانية متنوعة في مساحات واسعة من فروع علم النفس، وبعد ذلك اتسعت دائرة البحث العلمي حول تقديم الذات والتي خرجت عن نطاق علم النفس الاجتماعي كعلاقات تفاعلية بين الأفراد في مجالات أخرى في علم النفس الإرشادي وعلم النفس العيادي، وإدارة



السلوك التنظيمي، حيث ان تقديم الذات لدى كل إنسان تعني التعبير عن نفسه وكيانه وتشمل أيضاً المعاني الحسية وغير الحسية التي تختزن في كيانه الخاص به وهذه الذات تحتاج إلى الكيفية التي يعبر بها صاحبها، وهناك اختلاف بين الأفراد في عرض ذواتهم وهذا الاختلاف مرده إلى ما يريد كل منهم أن يعرض عنه، ولأي درجة يمكن أن يفصح ودرجة الصدق التي يتمتع بها فالبعض يتعاملون بصدق وشفافية وتصارح ويستوي عندهم الظاهر مع الباطن، أما البعض الآخر غالباً ما يلجؤون إلى نوع من الغموض والضبابية في التعبير عن أنفسهم، وقد يتم إيصال أكثر من رسالة عنهم وبعضهم يكون عرضهم لذواتهم خارج نطاق الرقابة والانفلتات في القيم وتغلب عليهم صفة العدوانية والعنف فلا وزن لديهم لما يتكلمون به.

لذا يمكن القول أن عدم تقديم الذات بصورة صحيحة فإن ذلك يؤدي الى وضع حاجز بينه وبين المجتمع من حوله وبالتالي نفور الناس من حوله وتعطل مصالحه في بعض الاحيان، بكلمة اخرى قدرة الفرد على ايصال ذاته للناس يشوبها التشويه وتتعرش العلاقات الاجتماعية وتتقطع طرق التواصل بينه وبين الآخرين، لذلك فان أهميه دراسة موضوع تقديم الذات لها من الاهمية بمكان من تأثيرها المباشر في اندماج الفرد مع المجتمع بشكل جيد- هذا ان قدم الفرد ذاته بشكل سوي ومناسب- وكسب المحبة وثقة الآخرين وإيصال الانطباع بشكل جيد، حيث يجب ان نضع في الحسبان أن لكل فرد يمتلك طريقة معينة في تقديم ذاته، وهي تختلف من فرد إلى آخر وكل ما تم عرض الفرد لذاته بصورة صحيحة كان أكثر انسجاماً مع المجتمع ونجح في إيصال انطباع إيجابي عنه، وكلما استخدم وسائل لعرض ذاته بطريقة غير مقبولة عاش بعزلة عن الناس والمجتمع من حوله، وان جوفمان يرى أن طريقة تعاملنا مع الآخرين أحياناً تشبه طريقة تعامل الممثلين على المسرح والتعبير عن آرائهم بـ(الملابس _ طريقة التحدث _ الإشارات _ الإحياءات)، وأننا نقدم أنفسنا للآخرين بأدوار محدده تتماشى مع الدور الذي نضعه لأنفسنا، والبحث عن طرق يفسر منها الآخرون سلوكياتنا ومن اجل ايجاد التغيير المناسب لسلوكياتهم نحونا، لذا فإننا نعمل باستمرار على تدقيق التصرفات والسلوكيات للمعنى الرمزي عندنا لمعرفة الكيفية التي نقدم بيها ذواتنا للآخرين بشكل دقيق (القره غولي، ٢٠١٢، ١٠٢).

اذ تعتبر الانطباعات الأولى من الموضوعات التي حظيت باهتمام كبير منذ مدة طويلة ولكنها مهمة على وجه الخصوص في عالم اليوم، ففي العصور القديمة كان الناس



يعيشون في مجتمعات شبه مغلقة وفي نفس المكان الذي ولدوا فيه حيث يختلطون اجتماعياً مع أشخاص عرفوهم طوال حياتهم أما الآن فنحن نعيش في عصر ينتقل فيه الناس من مدينة الى اخرى ويغيرون وظائفهم من وقت لآخر ويكوّنون صداقات وعلاقات اجتماعية جديدة، وقد يصل الامر الى اننا نتفاعل مع شخص جديد كل يوم في مواقف مختلفة، وبناءً على هذا التفاعل فإن هؤلاء الأشخاص سيكوّنون رأياً يجعلهم يقررون هل حصلنا على إعجابهم أم لا (وايت، ٢٠٠٨، ٢٠).

اذ يحاول الأفراد في الغالب أن يقدموا انطباعاً جيداً عندما يقابلون شخصاً لأول مرة، لذلك نجدهم يستخدمون دائماً الكثير من الأنماط السلوكية اللفظية ولغة الجسد المناسبة التي تبدي اهتماماً للحديث الذي يدور بينهم وكل ذلك من اجل الحصول على الانطباع الجيد، ومن السلوكيات اللفظية المستخدمة تكرار جمل الاعجاب والتقدير والموافقة لأراء وأفكار الآخرين، اما السلوكيات غير اللفظية مثل اختيار الملابس الجذابة والتناسق فيما بينها التي تكون مقبولة اجتماعياً وترتيب الشعر والايامات الاجتماعية، الا ان هناك اختلافات ثقافية بين المجتمعات في طريقة التعبير عن تلك الانماط السلوكية اللفظية وغير اللفظية، وفي هذا السياق أكدت دراسة (العتوم، ٢٠٠٩، ١٣٦-١٣٥) إلى وجود تلك الفروق الثقافية بين المجتمعات في معاني السلوكيات اللفظية ودلالاتها، وان الانطباع الأول مهم إذ يرى الغرب ان الانطباع الأول يدوم حيث الثواني الخمسة الأولى في أي لقاء أو مقابلة مهمة اكثر من الدقائق الخمس التالية لهذا فإن الاهتمام بالتفاصيل يؤدي إلى اختلاف كبير من ناحية الاهتمام بالمظهر من ناحية الملابس الأنيقة وبشاشة الوجه وتصفيف الشعر وعندما يقدم الفرد نفسه بشكل حقيقي، ستروق لشخص آخر أكثر مما يكن متصنعاً وأن إعطاء انطباعاً أولياً جيداً هو علامة على الاحترام وهي حقيقة من حقائق الحياة (ابو النصر، ٢٠١٢، ١٣٧).

اذ يحكم تقديم الذات دافعين اولهما دافع ارضاء الآخرين وثانيهما من اجل تثبيت صورة الفرد الاجتماعية أي (مركزه الاجتماعي) ويمثل تقديم الذات الهوية التي يقدمها للعالم ولأنفسنا من خلال الملبس، والمظهر، ونبرة الصوت، وانتقاء الكلمات ومجموعة السلوكيات فعند ظهور الأفراد الى الآخرين لإعطاء هوية تعريفية لشخصياتهم وذواتهم تطرح التساؤلات لهؤلاء الأفراد ولنا كيف سنظهر أمام الآخرين؟ وكيف سنبدو؟ وكيف سنتصرف؟ وقد تحسس الباحثان أهمية ذلك، يعني أن هناك صفة بين ذواتنا وبين الآخرين في محتوى اجتماعي



معين يحكمه الموقف، وبما أن الأفراد لا يستطيعون التفاعل بعضهم مع بعض الا بعد أن يقوم أحدهم بتعريف نفسه للآخر. حيث انه لا يمكن أن يقال لشخصين اثنين بأنهما صديقان حميمان ما لم يفش كل منهما معلومات شخصية حول نفسه للآخر، فالإفصاح عن الذات يسهم في الرضا عن العلاقة (دخيل، ٢٠١٤، ٥٥).

تؤثر شخصية الفرد في اسلوب تقديمه لذاته فالفرد يقدم ذاته لجذب انتباه الآخرين ولتحقيق نوعاً من المرغوبة الاجتماعية فهو يقدم ذاته للحصول على الاستحسان الاجتماعي من الآخرين أو خوفاً من تقييمهم السلبي (Farrari & Diaz, 2007,34)، وقد حاز الاهتمام بالجانب المعرفي الذي يعتبر من الجوانب المهمة في فهم وتفسير الشخصية الانسانية حيث يعتبر الاتجاه المعرفي واحد من الاتجاهات المهمة في علم النفس وأكثر اتجاه نشط الذي يتناول العديد من جوانب النشاط العقلي والبناء المعرفي للإنسان (عليان، ١٩٩٨، ٢٦).

ختاماً يمكن تلخيص الاهمية النظرية للبحث الحالي في:

- ١- تناولها طلبة الدراسات العليا والذين يمثلون شريحة مهمة في المجتمع وقمة الهرم التعليمي وهم يسهمون في عملية التطوير والتحديث.
 - ٢- إن هذه الدراسة تلقي الضوء على مستوى طلبة الدراسات العليا في استراتيجيات تقديم الذات، وقد تصبح وسيلة تشخيصية وتنبؤية بما يكون عليه سلوك وشخصية طالب الدراسات خلال مدة دراسته.
 - ٣- إن الطلبة في كثير من الأحيان يقومون بتقديم انفسهم لأساتذتهم وزملائهم في بداية الفصل الدراسي لتكوين علاقات جديدة وتقديم انطباعات جيدة عن أنفسهم وهذه العملية تحدث بشكل دائم في الحقل التربوي.
- اما الاهمية التطبيقية للدراسة الحالية فتكمن في كونها تشكل إضافة علمية في مجال علم النفس الاجتماعي وعلم النفس المعرفي في المكتبة العراقية، قد تكون مفيدة لمراكز إعداد وتدريب وتأهيل الطلبة من حيث الارتقاء بمستوى شخصيات الطلبة، وما يزيد من أهمية الدراسة قلة الدراسات التي تناولت هذا المفهوم (حسب علم الباحثان) وقد يكون مرجعاً جديداً يفيد الباحثين الجدد.

أهداف البحث: Aims

يهدف البحث الحالي الى التعرف على:

١. استراتيجيات تقديم الذات السائدة لدى طلبة الدراسات العليا.
٢. دلالة الفروق في استراتيجيات تقديم الذات المفضلة لدى طلبة الدراسات العليا تبعاً لمتغيري:

أ . النوع (ذكور / إناث)

ب. التخصص (علمي / انساني)

فرضيات البحث: Hypotheses

١. لا توجد فروق دالة احصائياً عند مستوى الدلالة ($\alpha=0.05$) بين المتوسط الفرضي لمقياس استراتيجيات تقديم الذات ومتوسط درجات عينة البحث لدى طلبة الدراسات العليا تعزى إلى استراتيجيات تقديم الذات.
٢. لا توجد فروق دالة احصائياً عند مستوى الدلالة ($\alpha=0.05$) بين متوسطي درجات عينة البحث في مقياس تقديم الذات لدى طلبة الدراسات العليا تعزى إلى:

أ. النوع (ذكور / إناث)

ب. التخصص (علمي / انساني)

حدود البحث: يتحدد مجال البحث بطلبة الدراسات العليا (الماجستير والدكتوراه) من الذكور و الإناث في جامعة الانبار للعام الدراسي (٢٠١٧ / ٢٠١٨) .

سادساً : تحديد المصطلحات: Definition of the Terms**١. تقديم الذات : Self-Presentation:**

تمّ تعريف مفهوم تقديم الذات تعريفات عدة نورد منها الاتي:

- عرفه جوفمان (Goffman, 1959) بأنه: جميع الأنشطة التي يمارسها الأفراد أثناء محاولتهم للتحكم بانطباعات الآخرين عنهم. (Goffman. 1959:4).
- عرفه جونز و بتمان (Jones & pittman, 1982) بأنه: عبارة عن أساليب يستخدمها الفرد اما ان تكون تعبيرات شفوية او سلوكا لأحراز انطباعات لدى الآخرين فإن هذه الانطباعات تتطلب مجهوداً من هؤلاء الأفراد لترك اثر لدى الآخرين (Stong, & teal, 1997)



- عرفه الحريري (٢٠١٥) : ان تقديم الذات هي القدرة على استخدام عبارات الترحيب والمجاملة بكفاءة عالية (الحريري، ٢٠١٥ ، ٧٥) .

ويعرفه الباحثان على انه: عملية إدارة الانطباع التي يستخدمها الأفراد لتنظيم الانطباعات التي يشكلها الآخرون عليه عن طريق استخدام سلوك محدد والتي يكون له أثراً مهماً في التفاعل الاجتماعي وتقدير الذات.

اما التعريف الاجرائي لتقديم الذات فيمكن تعريفه على انه الصورة التي يقدم بها طلبة الدراسات العليا انفسهم للآخرين ونقاس بأنها الدرجة الكلية التي يحصل عليها على مقياس استراتيجيات تقديم الذات بإبعاده (ترقية الذات، التوسل، التمثيل، التخويف، القبول) المعد لهذا الغرض.

الإطار نظري والدراسات سابقة

حظي مفهوم الذات self-concept باهتمام عدد كبير من العلماء والباحثين في مجال علم النفس والصحة النفسية على حد سواء وذلك لأنها - من وجهة نظرهم - تعتبر المحور الاساس في بناء الشخصية الانسانية والاطار المرجعي لفهمها (العاسمي والضبع، ٢٠١١، ١٩)، وبرزت العديد من المفاهيم الخاصة بهذا المفهوم كان اخرها مفهوم اساليب تقديم الذات الذي ظهر في العقود الاخيرة من القرن الحالي.

اشارت الادبيات النفسية الاجنبية الى هذا المفهوم من زوايا مختلفة، بينما لم تتعرض الدراسات العربية بشكل واضح وجلي الى هذا المفهوم، حيث يمثل سلوك تقديم الذات للتأثير في انطباع الآخرين الظاهرة الأكثر تكراراً في الحياة الواقعية، وهي من أهم حقائق التفاعل الاجتماعي، ويحدث تقديم الذات في الحياة اليومية بصورة دقيقة في تعبيرات الوجه، او نوع الموضوعات التي يطرحها الفرد في نقاشاته، وابسط أشكال تقديم الذات هو الجانب الذي يتعلق بالمظهر الخارجي مثل : لبس نوع معين من الألوان وصنع الشعر ووضع مواد تجميلية على الوجه... إلخ. تجدر الاشارة الى ان كل من الذكور والاناث يبذلون الكثير من الوقت والمال من اجل الظهور بشكل جذاب ومن ثم التأثير في الآخرين بطريقة غير مباشرة وتقديم ذواتهم بطريقة لائقة وذلك لان تقديم الذات مرتبط بوجود الآخرين او الوعي بهم، فما دام الفرد يعي وجود الآخرين ويفكر فيما سيعتقدون عنه فإنه سيمارس تقديم ذاته سواء كان واعياً بذلك او لم يكن، اي أنه يرتبط بالجانب العام من الذات وما يعتقد الفرد ان الآخرين يدركونه فيه

كشخص (العنزي، ٢٠٠١، ١٨٦)، بكلمة أخرى ان التمييز بين الذات الخاصة والذات العامة مهم لفكرة تقديم الذات، ويشير سلينكير و ويجولد (Schlenker, 1990) إن العقلية الاجتماعية للواعين بذاتهم الخاصة تختلف بدرجة عن الواعين بذاتهم العامة، حيث يتعلق الوعي بالذات العامة بصورة الفرد لدى الناس، وتخيله لردود افعالهم لذاته، فالأفراد المرتفعون في الوعي بالذات العامة يكون توجههم خارجياً، ويهتمون بالتواجد مع الناس، ويتصفون بأنهم: - كثيري التركيز على المظهر الخارجي، والاعتقاد بان هذا المظهر مهم وجوهري للتفاعل الاجتماعي بطريقة سهلة وفعالة.

- يولون أهمية كبرى للمظاهر الاجتماعية في مقابل المظاهر الشخصية.
- أكثر حساسية لآراء الآخرين لأنهم يتأثرون بصورة كبيرة بالرفض الممكن والمحتمل.

حيث اشار العديد من العلماء المهتمين بهذا الجانب الى غائية تقديم الذات، وفي هذا المجال يذكر سلينكير (Shehker) ان تقديم الذات ماهي الا أنشطة غرضية موجهة، ويعد اسلوب تقديم الذات هو الطريقة التي يستخدمها الفرد في ممارسته للأنشطة المختلفة من أجل تكوين انطباع معين لدى الآخرين، كما يشير اركين (Arkin) ان الأشخاص غالباً ما يحاولون خلق انطباع إيجابي عن ذواتهم لدى الآخرين، بغض النظر عن كون هذا الانطباع صحيحاً او غير صحيح، وذكر ان تقديم الذات هي محاولة لتشكيل انطباعات الناس عنا من اجل كسب الاستحسان والقبول والتأثير، ويهتم بعض الأفراد بنقل انطباع مرغوب للآخرين لأهداف عديدة منها جذب تعاطف شخص آخر او للحصول على مكسب معين (مثال على ذلك وظيفة مرموقة)، اما في المواقف الأقل أهمية من ذلك، فإن الأفراد يرغبون في إظهار الجانب المقبول في شخصياتهم والذي يحبه ويحترمه بل ويعجب به الآخرون، حيث يعد كل من نيل القبول والاستحسان محاولة لنقل انطباع بأننا محبوبين، وعملية تزكية الذات هذه هي محاولة نقل انطباع بالكفاءة الشخصية هما هدفين من أهداف التفاعل الاجتماعي بشكل واضح. (العاسمي والضبع، ٢٠١١، ١٢٢).

اما اهم النظريات التي تناولت استراتيجيات تقديم الذات وعملت على تفسيرها تفسيراً علمياً فيمكن ايجازها بالشكل الاتي:



- نظرية النموذج الدرامي: Dramaturgical model

حيث قدم العالم ارفن جوفمان (Erving Goffman, 1959) بنشر كتابه الموسوم (عرض الذات في الحياة اليومية). قام جوفمان Goffman بتقديم نموذج لتقديم الذات ١٩٥٩ واطلق عليه النموذج الدرامي Dramaturgical model، والذي من خلاله يرى انه لا يوجد فرق كبير بين المسرح وبين الحياة اليومية التي نمر بها وان مصطلح المسرح استخدم للتشبيه وذلك من اجل فهم اكثر لتفاصيل حياتنا المتشعبة.

يرى جوفمان ان الواجهة المسرحية تتكون من أثاث وديكور وكواليس وموضوعات يزود بها المشهد وجميع الأشياء التي تحتويها خشبة المسرح والتي تظهر بشكل نهائي من خلال الاخراج المسرحي، أما الواجهة الاخرى والتي اطلق عليها "الواجهة الشخصية" والتي تتضمن موضوعات وادوات معبرة مثل انماط الكلام وتعبيرات الوجه والمظهر الشكلي والحركات والايماءات الجسدية، يقوم الفرد بتقديم ذاته للآخرين كما يقدم الممثل شخصيته على خشبة المسرح بشكل محدد مرتكزا في ذلك على خلق انطباع معين لدى المتلقي من خلال محاولته بالتحكم في الانطباعات التي يشكلها الآخرون عنه، ومن خلال هذا النموذج الدرامي الذي أشار إليه "جوفمان" يمكننا أن نفسر الاختلاف في استخدام استراتيجيات تقديم الذات من موقف لآخر وان كل فرد يستخدم تقنية او عدة تقنيات وحسب ما يتناسب مع طبيعة الموقف الاجتماعي وهي كالتالي:

١. **تقنية المناجاة:** يقوم الفرد بأداء الدور بحيث يتحدث بمفرده مباشرة مع الجمهور ليعبر بتلقائية عن مشاعره.

٢. **تقنية المناجاة العلاجية:** يقوم الفرد بتمرين لإجراء حوارات ثنائية مع نفسه تهدف إلى إخراج ما هو مخفي من مشاعر وافكار لم يصل إليها بالظروف العادية.

٣. **تقنية تقديم الذات:** ان هذه التقنية تستخدم غالباً قبل بداية العرض، وفيها يُسأل الفرد بأن يتحدث عن نفسه، ويقوم بتصوير المواقف التي تكون جزء من حياته اليومية ويخبر الجماعة بما يراه مهماً من الموضوعات، وخلال تقديمه لنفسه يطلب المخرج منه أن يتحدث عن علاقاته كما يراها ويقدم اقتراحاته لحل المشكلة التي هو بصدها.

٤. تقنية تقديم الآخرين: تقوم هذه التقنية اثناء عرض الفرد وتقديمه لنفسه بعرض فكرة في نمط العلاقة التي يتبناها الفرد مع الآخرين، كما ويدعو المخرج إلى تقديم الآخرين المشاركين له.

– نظرية التفاعل الرمزي: Symbolic interrelation

هناك الكثير من المنظرين الذين ساهموا في صياغة نظرية التفاعل الرمزي ولهم دور كبير في تحديد ملامحها ومنهم جوفمان (Goffman 1959) وسترايكر Stryker، وهيربرت ميد وبلومر Bulmer، وهيرمان والعديد من المنظرين الذين ساهموا في وضع نظرية التفاعل الرمزي، الا ان ستريكر (Stryker) برز بصفته احد المفكرين في نظرية التفاعل الرمزي الجدد حول مفهوم جوفمان عن تقديم الذات، وكانت ابرز نشاطاته في هذا السياق انه اضاف بعداً جديداً هو : البعد الهرمي البارز للذات (Salience Hierarchy) الذي يعني أن الذات تتألف من عدة جوانب مرتبة حسب الاهمية لدى الأفراد، وأن تميز وإظهار جانب من ذاته اكثر من الجوانب الأخرى يقف حسب الموقف الذي يواجهه، فمثلاً عندما يتعرض الفرد لموقف اجتماعي يتطلب منه أن يكون جاداً ووقوراً، كأن يكون في مقابلة رسمية او اجتماع عمل ففي هذه الحالة ستظهر الذات الوقورة أكثر من غيرها، وحين يقتضي منه أن يكون فرحاً ومسوراً في موقف اخر، فهنا سيبرز جانب آخر من ذاته ويحل محل الجانب الوقور مثلاً في الموقف السابق وذلك لأنها لم تعد ملائمة للموقف الجديد هذا يشير بوضوح الى انه – وحسب وجهة نظر التفاعل الرمزي- الى انه لا توجد ذات ثابتة على وجه واحد يصلح لجميع المواقف الاتصالية – التفاعلية التي يتعرض لها الأفراد، بل أن هناك وجوها متعددة للذات محكومة حسب طبيعة الموقف الاجتماعي الذي يجد الفرد نفسه فيه، وهذا الترتيب للذات يعطي للفرد في الواقع حرية اختيار كبيرة في تقديم نفسه للآخرين بطرق متعددة ومختلفة (ساري، ٢٠٠٦، ٢٤).

من العلماء الذين اسهموا اسهاماً فاعلاً ايضاً في نظرية التفاعل الرمزي هو "جورج هيربرت ميد" (George. H. Med) حيث بدأ "ميد" بتحليل السمة المتميزة للتفاعل البشري وأشار الى أن هذه الخاصية تتطوي على ترجمة أحداث ورموز وافعال الأفراد المتبادلة، وقام "ميد" أيضاً بالتركيز على فهم التفاعل المتبادل والذات الاجتماعية داخل المجتمع خاصة أن



المجتمع بدأ يعيش أعلى مستويات التصنع والتحضر الشكلي وابتعد نوعاً ما عن نزعات الإصلاح العلمية والوعي الإنساني الذاتي (القرة غولي، ٢٠١٢، ١٣٥ - ١٣٦).

أشار ميد الى وجود فرقٍ جوهريٍّ ما بين الایماءات والرموز، إذ يعتبر الایماء ردة فعل اجتماعي يأتي نتيجة الاستجابة لمؤثرهما، أما الرمز فيعبر عن معنى ان الإنسان وحده الذي يستطيع أن يستخدم الرموز، فالتفاعل الرمزي يقصد به الاتصال بالمعاني والحصول على الاستجابة التي ترتبط بتوقعات ما سيقوم به الأفراد الآخريين، وعندما يعرف الفرد هذه الایماءات والرموز والاستجابات للآخريين وكيف تتفاعل استجابة ذاته، فهنا ستصبح لذاته معنى ودلالة رمزية (عثمان، ٢٠٠٨، ١٢٠).

أما "جوفمان Goffman فقد كان جل اهتمامه وتركيزه على طريقة تأثير الآخريين في السلوك الذي يبديه الفرد نفسه امام الآخريين من اجل تصور آرائهم وهو ما اطلق عليه "رموز الآخريين"، وكل ذلك يخدم عملية الاستجابة لهم سواء كانت هذه الاستجابة سلبية ام ايجابية، كما قسم سلوك الأفراد الى قسمين:

- الأول هو "السلوك المحتال" وهو ذلك السلوك الذي يُعطي انطباعاً لا يعبر عنه ولا يمثل حقيقته وكذلك يعتمد الى اخفاء بعض الجوانب في سلوكه والتي يرى انها سلبية بينما يظهر جوانب أخرى أكثر مرغوبية اجتماعياً.

- الثاني فقد اطلق عليه "السلوك الادعائي" وفي هذا النوع من السلوك يعتمد الفرد الى اعطاء انطباعٍ عن سلوكه وشخصيته ونفسه لا يكون له صلة بواقعها اي أنه يقوم بسلوك غير موجود لديه حتى يصل لغاياته ومبتغاه من الناس الآخريين (عمر، ١٩٨٢، ٢٠٧).

هناك بعض المفاهيم الرئيسية التي اشارت اليها النظرية والتي يرى الباحثان انه من الاهمية بمكان الإشارة اليها من اجل اعطاء صورة واضحة عن هذه النظرية ومنها:

مفهوم التفاعل الذي عده جوفمان بأنه سلسلة متبادلة ومستمرة بين الأفراد انفسهم وبين الجماعات الاجتماعية التي ينتمون اليها وكذلك بين جماعة وأخرى، يبدو ان هذا التفاعل مهم جداً من اجل ايضاح الصور التي يسعى الفرد من خلالها الى تقديم ذاته، اشارت النظرية الى اهمية هذا التفاعل بغض النظر عن الالية التي يقدم بها الفرد ذاته وهو ما تم التطرق اليه سابقاً:



١- المرونة ويقصد بها قدرة الفرد على التصرف بطرق مختلفة ضمن ظروف محددة وبطريقة محددة وفي وقت محدد، الملاحظ هنا ان الفرد يقوم بهذه السلوكيات بطريقة فعالة على الرغم من اختلاف المواقف.

٢- الرموز ويراد بها مجموعة الاشارات واللغة المصطنعة التي يميل الفرد الى استخدامها اثناء التفاعل مع الآخرين من اجل تيسير عملية التواصل. تمثل هذه السمة خاصية متميزة في الفرد الذي يسعى الى تقديم ذاته بطريقة فعالة، كما اشار كل من "ميد" و "بلومر" الى هذا المفهوم على انه يمثل "اللغة" و "المعاني" على حد سواء، بينما نرى ان هذا المفهوم لدى جوفمان يمثل مفهوم "الانطباعات والصور الذهنية".

٣- وعي الذات ويعني قدرة الفرد على تمثيل وتشرب الدور او مجموعة الادوار، وان التوقعات التي يحملها الافراد عن السلوكيات التي تقوم بها تعتبر بمثابة نصوص يجب علينا فهمها وادراكها كي نكون اكثر قدرة على تمثيلها كما يرى جوفمان، غير ان وعي الذات عند "ميد" هي النظام الديناميكي لمجمل المفاهيم والاهداف والقيم التي تحدد الطريقة التي يسلك بها الآخرين، وانها حصيلة تفاعل عاملين رئيسيين هما العامل النفسي والعامل الاجتماعي. يشير العامل النفسي الى خصوصية الفرد وشخصيته، بينما يشير العامل الاجتماعي الى مؤثرات البنية الاجتماعية المحيطة بالفرد (القره غولي، ٢٠١٢: ١٣٦).

- نظرية جونز وبيتمان: (Jones & Pittman 1982)

ذكر جونز وبيتمان ان استراتيجيات تقديم الذات تعبر عن اساليب قد تكون تعبيرات شفوية او سلوكية لتشكيل انطباعات معينة لدى الآخرين، ويتطلب تشكيل الانطباع هذا مجهوداً من هؤلاء الأفراد لترك أثر/ اثار ايجابية لدى الآخرين.

قدم جونز وبيتمان هذه الأساليب والاستراتيجيات في شكل أبعاد مختلفة أطلق عليها استراتيجيات تقديم الذات يستخدمها الأفراد في المواقف المختلفة وهي:

١- التخويف أو التهجم : Intimidation

وهي استراتيجية يستخدمها بعض الأفراد من أجل تخويف الآخرين وعدم إتاحة الفرصة لهم، وايدائهم مادياً ومعنوياً بطرق مباشرة وغير مباشرة يوصف الشخص الذي يستخدم هذه الاستراتيجية بانه شخص لا يرحم كل من يقف في طريق غاياته وحاجاته، وهذا النوع من الأفراد يعتبر مصدر خطر من قبل الآخرين ويتم تجنبه، وتتضمن هذه الاستراتيجية



السلوكيات التالية: إظهار الغضب والتهديدات والتسبب بالألم والضيق والأذى للأفراد، والتقليل من شأنهم .

٢- القبول أو الاستحسان : Ingratiation

هي تلك الاستراتيجية التي يميل الافراد الى استخدامها ليتم قبولهم بين الآخرين والنظر إليهم على انهم أشخاصا محبوبين ويتركون انطباعا إيجابيا لديهم، ان أفراد هذه الاستراتيجية يمتلكون الجاذبية والمرح وكذلك الحذر-كما أشار الى ذلك جونز- وذلك لان استخدام هذا الاسلوب او هذه الاستراتيجية قد يؤدي الى اعتقاد الآخرين ان الشخص الذي يستخدم هذه الاستراتيجية هو شخص متملق، تتضمن هذه الاستراتيجية السلوكيات التالية: مدح الآخرين، تقديم الخدمات والعطايا للأفراد، وتدعيم وتشجيع ما يقومون به من أعمال.

٣- التوسل : Supplication

هي تلك الاستراتيجية التي يميل بعض الافراد الى استخدامها كأسلوب لتقديم ذواتهم معتمدين على إظهار مصادر ضعفهم وعجزهم بغية الحصول على الشفقة والعطف من الآخرين ومن ثم الوصول إلى أهدافهم عن طريق تقديم العون والمساعدة لهم، وأشار جونز الى هذه الاستراتيجية تحكمها معايير اجتماعية شتى ومبادئ أخلاقية، فمن غير اللائق أن ترى أشخاصا عاجزين و طالبين للعون دون ان تقدم لهم المساعدة اللازمة، كما يشير "جونز" الى ان الافراد الذين يتبنون هذه الاستراتيجية يبذلون جهداً ويتبعون وسائل كثيرة من أجل إقناع الآخرين بعجزهم سواء اكان ذلك عن طريق الكلام الصريح أو المظهر الخارجي.

٤-ترقية الذات : Self _promotion

هي الاستراتيجية التي يستخدمها بعض الأفراد من اجل عرض مهاراتهم وقدراتهم العقلية والشخصية والاجتماعية والتي يمكن من خلالها ان يحقق هؤلاء الأفراد الاحترام وينالوا التقدير من الآخرين ويسعون الى تعزيز انفسهم ومكانتهم أمام الآخرين من خلال السلوك الايجابي الذي يتبعونه، وتعني أيضاً تسامي الفرد بذاته واعتقاده في قدراته على إنجاز الأعمال التي يقوم بها بدقه متناهية، ويشير "جونز" الى أن الأفراد هنا يتمتعون بالإيثار والالتزام والإيجابية تجاه مشاكل الآخرين.



٥- التمثيل : Exemplification

وهي استراتيجية يميل بعض الافراد الى استخدامها لكسب ثقة الآخرين بهم عن طريق تقديم نفسه إنه شخص مثالي ومحب لهم وهو خير من يقدم المشورة والنصيحة لهم وصادق ومضحي بنفسه تجاه الآخرين، تجدر الإشارة الى أن هؤلاء الافراد يتمتعون بالقيادة ويتوقعون المكافأة على سلوكهم، ويؤكد "جونز" أن الأفراد الذين يتبنون هذه الاستراتيجية من اجل تقديم ذواتهم يسعون جاهدين ويتفانون كثيرا من اجل كسب ثقة الآخرين، كما يعملون على اقناع الآخرين بانهم محط ثقة وذوي نوايا حسنة (Stong, & teal, 1997). اذ يشير "جونز" ان جميع هذه الاستراتيجيات محفوفة بالمخاطر، ولكن التودد والتخويف تعد أكثر الاستراتيجيات خطراً، فالفرد الذي يكثر من التودد يخاطر بان ينظر إليه على أنه متملق، كما أن محاولة تخويف الآخرين يمكن أن تقود الأفراد الى النظر لهذا الفرد على انه غير كفؤ، كما ان هناك عدد من الاستراتيجيات لتقديم الذات التي ترتبط بالجماعة، حيث تشق الذات دوراً مهماً من خلال مكانتها الاجتماعية المكتسبة بحكم عضويتها في جماعة، ومن ثم تتولد دافعية لدى الأفراد للارتباط بالجماعات التي تتمتع بمكانه اجتماعية إيجابية، ومن اجل توضيح المخاطر لكل استراتيجية قام "جونز" بعمل ملخص لهذه الاستراتيجيات والسلوك ومن ثم العائد المتوقع والمخاطر، (Stong, & teal, 1997). والجدول (١) يوضح ذلك.



جدول رقم (١)

توضح استراتيجيات تقديم الذات، مخاطرها والعائد المتوقع

الاستراتيجية	السلوك	العائد المتوقع	المخاطر
التخويف	التهجم ، التهديد	ان ينظر له كشخص خطير	قد ينظر له كشخص متسلط ومخادع
القبول	العطف، المجاملة	ان ينظر له كشخص محبوب	قد يوصف بالتملق
التوسل	التماس المساعدة	ينظر له كشخص عاجز وضعيف وقليل الحيلة	قد ينظر له كشخص متكل ولا يستحق المساعدة
ترقية الذات	عرض للمهارات والانجازات	ينظر له كشخص ذو كفاءة ويملك قدرات عالية	قد ينظر له بانه متباهي ولا يقبل من البعض
التمثيل	التضحية بالذات	ينظر له كشخص ودود و يمتلك اخلاق طيبة	قد ينظر له كشخص منافق

اعتمد الباحثان على نظرية (Stong, & teal, 1997) لكونها الاقرب الى الجانب التطبيقي والعملية وسهولة تطبيقها وفي ضوء هذه النظرية تم اعداد اداة البحث لكونها الانسب مع اهداف البحث الحالي .

استراتيجيات تقديم الذات وعلاقتها بالنوع:

هناك العديد الدراسات اوضحت ان كل من الذكور والاناث يستخدمون اساليب خاصة لتقديم ذاتهم يتناسب حسب طبيعة الاهداف التي تحظى باهتمام الرجل او المرأة، فعادة يميل الاناث الى الاهتمام بالاهداف العاطفية والاجتماعية اما الذكور يكون اهتمامهم بالاهداف الاجرائية ذات طابع السيطرة والسيادة (الدمنهوري، ٢٠١٢ ، ٢٧٦)، حيث اشارت دراسة كيم واخرون (Kim et. al. 2003, 90)، الى ان اسلوب التقاخر يحمل طابع الصفات غير الموضوعية مثل التقليل من شأن الآخرين وتأکید الشخص على القوة والكفاءة والابداء بعدم الحاجه عادة ما يرتبط بالاناث، وفي الوقت نفسه يعرضن انفسهن على انهن افضل من



الآخرين، اما اسلوب المفارقة الفعالة والموضوعية ذات طابع الارادة والعزيمة عادة ما يرتبط بالذكور فهي تظهر للأفراد الذين يلجؤون الى التعبيرات الايجابية فهم يميلون على التأكيد لمجهودهم الخاص بهم ومسؤوليتهم تجاه وظائفهم.

وفي دراسة ليري وآخرون (Leary et. 1999) بين ان الجنس الطرف الآخر يقوم بتحديد كميته القبل وادراك الآخر بإمكاناته وقدراته، وغالبا الافراد يقومون بالاهتمام بشكل اكبر بتكوين انطباعات جيدة عن انفسهم خصوصا عند التعامل مع الجنس الآخر، ويرجع ذلك لأسباب عديدة منها:

- ان طريقة التفاعل والتعامل التي تحصل مع الجنس الآخر يحقق نوع من المكافأة الاجتماعية والتي لا تتحقق مع فرد من نفس الجنس.
- يقوم الافراد احيانا بالتمييز في التعامل مع الجنس الآخر وذلك يتيح لهم فرصة للتعاطف في المشاعر وظهور الاساليب الخاصة لتقديم الذات.
- يحاول الافراد غالبا تكوين انطباع مناسب لدى الجنس الآخر، وان هذه الانطباعات قد تكون السبب الرئيسي في عملية تأكيد الذات والتي تنطلق من فكرة ان الافراد مرغوبين ومقبولين اجتماعيا وجنسيا لدى الجنس الآخر، وهذه العملية من الصعب ان تتحقق في حال تعامل الفرد مع شخص من نفس الجنس.
- ان للجاذبية الجسدية دورا مهما في طريقة تقديم الذات، فالذكور يقومون بتقديم انفسهم للإناث صاحبات الجاذبية والقبول بطريقة تختلف عن تقديمهم للإناث الاقل جاذبية، حيث ان جاذبية المرأة لها تأثير كبير على سلوك الرجل ويصدقون الرجال المرأة متجاهلين سمات شخصية اخرى تكون موجودة بدرجات اقل (الدمنهوري وعابدين ، ٢٠١٢ ، ٢٧٧)، وان الذكور يفضلون استخدام التكتيكات الخاصة بالسيطرة المباشرة (التوجيهية والتي يقوم بها الفرد بتوجيه الآخرين) اكثر من الاناث حيث يفضلن التعبير عن مصالحهن الشخصية والاكثر من استخدام الضمائر الشخصية اثناء الكلام.

العوامل الشخصية التي تسهم في تقديم الذات:

ان الاشخاص يسعون الى تحسين الصورة التي يظهرون بها امام الآخرين للتأثير بآراء الآخرين تجاههم، وان العديد من الابحاث كشفت ان هنالك العديد من الخصائص



الشخصية التي من الممكن ان تساهم في ادارة الانطباعات التي تتكون عند الآخرين وتحسين طريقة تقديم الذات منها:

- الوعي الذاتي (Self-Consciousness):

اوضح باويمستر (Baumwister, 1989) ان المستويات العالية من الوعي الذاتي ترتبط بميل الفرد للتركيز على نفسه ومحاولة تقديم ذاته بصورة ايجابية، فالوعي الذاتي يعزز الإحساس لدى الفرد بأنه ملاحظ او مراقب من قبل الآخرين، فيتشكل هنا لدى الفرد حافز لتقديم ذاته بشكل ايجابي لخلق صورة ايجابية لدى الناس.

- تقدير الذات (Self Esteem):

ان مستوى تقدير الذات واستقرارها له تأثير في عملية تقدير الذات فقد اوضح "تركات وشنايدر" (Turkat & Schneider, 1975) ان الاشخاص الذين لديهم مستويات عالية من تقدير الذات يميلون الى الاعتراف بوجود الناس من حولهم ولكن لا يبدون أي اهتمام لتقديرات أولئك الاشخاص ويميلون الى استخدام الاستراتيجيات التوكيدية بشكل اكبر من أولئك الذين يتسمون بمستويات منخفضة من الاحترام الذاتي والذين يميلون الى استخدام الاستراتيجيات الدفاعية التي تهدف الى حماية الذات او استعادة الهوية الذاتية التي تتعرض للتهديد في المواقف الاجتماعية، فهم يميلون الى خلق صورة مرغوبة عن انفسهم فيميلون للتصرف بشكل حذر عند الاتصال بالآخرين (Mazeikiene , et. al., 2010, 355).

- الثقة بالنفس (Self Confidence):

وضح باويمستر (Baumeister, 1989) ان الاشخاص الواثقين بأنفسهم لا يميلون الى استخدام الاساليب الدفاعية اثناء عملية تقديم الذات، على العكس من ذلك فالأشخاص غير الواثقين من انفسهم يميلون الى استخدام الاساليب الدفاعية بنجاح في المواقف العامة والمقلقة لتجنب المسؤولية الشخصية في المواقف الفاشلة. وقام "باسل" (Bussl, 1986, 543) بالإشارة الى ان الهدف من تقديم الذات في مثل هذه المواقف ليس التلاعب بالآخرين (اي لغاية الشخص في ربح معين اجتماعيا او اقتصاديا) وان الهدف من ذلك هو ان يشكل الشخص انطباعا معيناً عن نفسه عندما لا يستطيع ان يعتمد على سلوكه التلقائي، وعندما لا تكون لديه مهارات اجتماعية كافية.



الدراسات سابقة

أولاً: الدراسات العربية

١. دراسة (الشختور، ٢٠٠٨):

الباحث	عنوان الدراسة	اهداف الدراسة	ادوات الدراسة	عينة الدراسة
الشختور ٢٠٠٨ مصر	فعالية برنامج ارشادي لتنمية الذكاء الوجداني في تحسين التفكير الخلقى واستراتيجيات تقديم الذات لدى المراهقين.	التعرف على فاعلية البرنامج الارشادي لتنمية مهارات الذكاء الوجداني لدى المراهقين ويهدف الى توظيف مهارات الذكاء الوجداني في حياتهم بشكل عام من خلال معرفة اثره في تحسين التفكير الخلقى واستراتيجيات تقديم الذات.	_ مقياس الذكاء الوجداني اعداد الباحث _ مقياس استراتيجيات الذات اعداد الباحث	٦٠ طالبا تتراوح اعمارهم ما بين ١٤ - ١٦ سنة
الوسائل الاحصائية		نتائج الدراسة		
اختبار مات ويتي لحساب دلالة الفروق		ان تنمية مهارات الذكاء الوجداني يرتبط ايجابيا باستراتيجيات تقديم الذات الايجابية وهي ترقية الذات والقبول والحظوة من الاخرين والمثالية ويرتبط سلبيا بالتخويف والتوسل.		

٢. دراسة (العاسمي والضبع، ٢٠١١):

الباحث	عنوان الدراسة	اهداف الدراسة	ادوات الدراسة	عينة الدراسة
العاسمي والضبع ٢٠١١ دمشق	استراتيجيات تقديم الذات وعلاقتها بالقلق الاجتماعي لدى طلاب	تعرف العلاقة بين استراتيجيات تقديم الذات والقلق الاجتماعي، وكشف الفروق لدى افراد العينة في استراتيجيات تقديم الذات باختلاف عده متغيرات ومعرفة	_ مقياس استراتيجيات تقديم الذات _ مقياس القلق	٣٠٠ طالبا وطالبة تتراوح



الجامعة.	اكثر استراتيجيات تقديم الذات استخداما لدى افراد العينة.	الاجتماع	اعمارهم بين ٢٢-١٨ سنة
الوسائل الاحصائية			نتائج الدراسة
_الاختبار التائي لعينتين مستقلتين _معامل ارتباط بيرسون			وجود علاقة ارتباطية موجبة ذات دلالة احصائية في كل من استراتيجيات التوسل، التهجم، والقلق الاجتماعي لدى افراد العينة ،ووجود علاقة ارتباطية سالبة ذات دلالة احصائية بين استراتيجية الحظوة وترقية الذات والمثالية ، . كما اشارت الى الاشخاص الذين لديهم قلق اجتماعي النتائج منخفض كانوا اكثر استخداما لاستراتيجيات التوكيدية ،بينما مرتفعي القلق الاجتماعي الاستراتيجيات الدفاعية.

٣. دراسة (الدمنهوري ، ٢٠١٢):

الباحث	عنوان الدراسة	اهداف الدراسة	ادوات الدراسة	عينة الدراسة
الدمنهوري ٢٠١٢ مصر	اساليب تقديم الذات لدى طلاب المرحلة الثانوية في ضوء المرغوبية الاجتماعية والخوف من التقييم السالب.	الكشف عن اساليب تقديم الذات التي يتبعها الطلاب لتقديم ذاتهم لمعلمهم والتعرف على الفروق بين الذكور والاناث في اساليب تقديم الذات و مدى الاختلاف في اساليب تقديم الذات التي يتبعها الطلاب وفق مغير المرغوبية الاجتماعية والخوف من التقييم السالب.	_ مقياس اساليب تقديم الذات اعداد_ مقياس المرغوبية الاجتماعية	١٣٢ طالبا وطالبة تتراوح اعمارهم بين ١٨-١٥ سنة



الوسائل الاحصائية	نتائج الدراسة
الاختبار التائي لعينتين مستقلتين	وجود فروق دالة احصائيا في تقديم الذات تبعا لاختلاف مستويات المرغوبة الاجتماعية ووجود فروق دالة احصائيا في تقديم الذات تبعا لاختلاف مستويات الخوف من التقييم السالب ، وعدم وجود فروق دالة احصائيا في درجات تقديم الذات تبعا لاختلاف التفاعل بين مستويات المرغوبة الاجتماعية.

٤. دراسة (داغر ، ٢٠١٣):

الباحث	عنوان الدراسة	اهداف الدراسة	ادوات الدراسة	عينة الدراسة
داغر ٢٠١٣ دمشق	تقديم الذات والتسامح كمتغيرات منبئة الرضا الزوجي لدى عينة من المتزوجين حديثا.	الكشف عن استراتيجيات تقديم الذات التي يستخدمها المتزوجين حديثا لتقديم ذواتهم وكشف عن مدى الفروق كل من تقديم الذات والتسامح بالرضا الزوجي وفقا لمتغيري الجنس ، والكشف عن الفروق بين مرتفعي ومنخفضي الزواجي في تقديم الذات والتسامح.	_ مقياس اساليب تقديم الذات _ مقياس التسامح الزواجي _ مقياس الرضا الزواجي	١٢٣ زوجا وزوجة

الوسائل الاحصائية	نتائج الدراسة
T-test_ معامل ارتباط بيرسون	وجود فروق ذي دلالة احصائية في استراتيجيات تقديم الذات تبعا لمتغير الجنس لصالح الاناث بمستوى المرتفع للتسامح ووجود فرق ذي دلالة احصائية في الفروق بين مرتفعي ومنخفضي الرضا الزوجي في تقديم الذات والتسامح تبعا لمصالح مرتفعي الرضا الزوجي وكذلك اظهرت نتائج الدراسة بانه توجد فروق ذات دلالة احصائية في استراتيجيات تقديم الذات التي يستخدمها المتزوجين حديثا لتقديم ذواتهم.

٥. دراسة (غريب ، ٢٠١٧):



الباحث	عنوان الدراسة	اهداف الدراسة	ادوات الدراسة	عينة الدراسة
غريب ٢٠١٧ مصر	اساليب تقديم الذات واستراتيجيات حل الصراع في ضوء انماط التعلق الوجداني لدى المقبلين على الزواج: دراسة تنبؤية	دراسة انماط تتعلق بالمقبلين على الزواج من الجنسين واثرها في تحديد نوعية اساليب تقديم الذات والاستراتيجيات الخاصة بحل الصراع لديهم	_ مقياس اساليب تقديم الذات _ مقياس استراتيجيات حل الصراع _ مقياس انماط التعلق	٢٤٠ فردا ذكور واناث يتراوح اعمارهم بين ٢٢-٢٧ سنة.
الوسائل الاحصائية		نتائج الدراسة		
_ الاختبار التائي لعينة واحدة _ الاختبار التائي لعينتين مستقلتين _ معامل ارتباط بيرسون		وجود علاقة دالة احصائيا بين ابعاد كلا من اساليب تقديم الذات واستراتيجيات حل الصراع وانماط التعلق، وعدم وجود فروق دالة احصائيا بين متوسطات درجات الذكور والاناث على كلا من ابعاد مقياسي تقديم الذات وانماط التعلق الراشدين، كما لم تسفر عن وجود فروق بين متوسطات درجات الذكور والاناث على ابعاد مقياس استراتيجيات حل الصراع ووجود قدرة تنبؤية للأنماط التعلق بأبعاد مقياسي تقديم الذات وحل الصراع.		

ثانياً: الدراسات الأجنبية :

١. دراسة (Ellison, 2006):

الباحث	عنوان الدراسة	اهداف الدراسة	ادوات الدراسة	عينة الدراسة
Ellison ,et.al 2006	استراتيجيات تقديم الذات لدى عينة من المشاركين في التعارف عن طريق الانترنت.	الكشف عن كيفية عرض المشاركين انفسهم وبأي اساليب يقدمونها من اجل العثور على شريك.	مقياس استراتيجيات تقديم الذات.	٢٤ فردا

الوسائل الاحصائية	نتائج الدراسة
	اظهرت النتائج ان المشاركين يقومون بتقديم انفسهم من خلال انترنت عن طريق تقديم الذات المثالية خالية من العيوب وذلك من اجل تكوين صورة مثالية عن ذاتهم في ذهن الشخص الاخر.

٢. دراسة (Carter & Sanna, 2006):

الباحث	عنوان الدراسة	اهداف الدراسة	ادوات الدراسة	عينة الدراسة
Carter & Sanna 2006	استراتيجيات تقديم الذات في حالة الفشل او النجاح في الحياة اليومية.	الكشف عن كيفية تقديم الافراد انفسهم في حال النجاح او الفشل في الحياة اليومية كولومبيا.	مقياس استراتيجيات تقديم الذات.	٥٨٣ طالبا وطالبة.
الوسائل الاحصائية	نتائج الدراسة			
الاختبار التائي لعينة واحدة ولعنتين مستقلتين معامل ارتباط بيرسون	هناك فروق ذو دلالة احصائية بين الذكور والاناث في تقديم ذاتهم في حالات النجاح والفشل وكذلك اظهر ان الذكور والاناث الفاشلين يقدمون انفسهم بصورة سلبية للآخرين.			

٣. دراسة (Safhi & Teleb , 2016) :

الباحث	عنوان الدراسة	اهداف الدراسة	ادوات الدراسة	عينة الدراسة
Safhi & Teleb 2016	المقارنة في استراتيجيات تقديم الذات بين الطلاب ضعيفي البصر	تكييف مقياس تقديم الذات في البيئة العربية التعرف على الفروق بين المعاقين وغير المعاقين على ضوء متغير	مقياس تقديم الذات SPT	114 طالبا وطالبة للمجموعة الاولى البالغ اعمارهم ١٥.٩٥

١٥٣ طالبا وطالبة		تقديم الذات التعرف على دلالة الفروق على وفق متغيري الجنس ودرجة الاعاقة.	والطلــــــــلاب الطبيعيين.	
للمجموعة الثانية البالغ اعمارهم ١٧.٢٥				
نتائج الدراسة			الوسائل الاحصائية	
اشارت النتائج الى النسخة العربية تتمتع بخصائص سيكو مترية جيدة، كما اشارت النتائج الى تفوق الطلاب من ذوي الابصار الطبيعي بشكل ملحوظ على الطلاب ضعاف البصر في استراتيجيات تقديم الذات، كما تفوق الذكور من فئة ضعاف البصر في استراتيجيات تقديم الذات على الاناث من نفس الفئة.			التحليل العاملي	

يلاحظ مما تقدم في الدراسات السابقة وجود نقاط تشابه واختلاف بين الدراسة الحالية والدراسات السابقة، ويمكن تلخيص ذلك من خلال النقاط الآتية:

• من حيث عنوان الدراسة:

تناولت معظم الدراسات العربية والاجنبية موضوع تقديم الذات من خلال ربطها
بعدة متغيرات ومنها: الذكاء الوجداني، القلق الاجتماعي، المرغوبة الاجتماعية، التسامح
الزواجي، الرضا الزواجي، استراتيجيات حل الصراع، واخيرا انماط التعلق، اما الدراسة الحالية
سوف يتم ربط متغير تقديم الذات بمتغير التمايز النفسي.

● من حيث اهداف الدراسة:

اختلفت الدراسات السابقة وتباينت حسب اهدافها، فبعضها استهدف التعرف على طبيعة العلاقة بين استراتيجيات تقديم الذات وبعض المتغيرات مثل القلق الاجتماعي كما في دراسة العاسمي والضبع (٢٠١١) ، والبعض الاخر ركز على الكشف عن اهم النتائج للفروق بين الطلاب والطالبات في اساليب تقديم الذات كدراسة اللوغانى (٢٠١٠)، والبعض الاخر من الدراسات والادبيات ركز اهتمامه على كيفية تقديم الافراد لذواتهم وانفسهم مثل دراسة الدمنهورى (٢٠١٢)، ودراسة Ellison (٢٠٠٦) ودراسة Carter&sanna (٢٠٠٦)،

وهناك دراسات حاولت معرفة اثر بعض المتغيرات في عملية تقديم الذات كدراسة الشختور (٢٠٠٨)، في حين استهدفت دراسات اخرى التعرف على الاستراتيجيات التي يستخدمها الأزواج لتقديم ذوات بعضهم للبعض الاخر كما في دراسة داغر (٢٠١٣) .

• من حيث ادوات الدراسة:

اختلفت الادوات التي تم استخدامها في الدراسات السابقة حسب طبيعة الاهداف المرسومة وعينات البحث المستخدمة في كل دراسة، فبعض الدراسات عمدت الى بناء مقاييس لتقديم الذات، في حين عمدت اخرى الى إعداد وتكييف مقاييس تم استخدامها في دراسات سابقة بعد ان تم استخراج صدقها وثباتها للتلائم مع العينة والاهداف المرسومة. اما في الدراسة الحالية فسوف يتم إعداد مقياس استراتيجيات تقديم الذات لأسباب ومبررات علمية سوف يتم ذكرها في الفصل الثالث عند الحديث عن منهجية البحث وادوات الدراسة.

• من حيث عينة الدراسة:

من خلال تتبع العينات المستخدمة في الدراسات السابقة نرى ان هناك تنوعا واختلافا في عينات الدراسات وبما يخدم بشكل مباشر اهداف تلك الدراسات، ففي الوقت الذي تم اختيار عينة من طلبة الجامعة كما في دراسة (العاسمي والضبع، ٢٠١١)، نجد ان دراسات اخرى مثل دراسة (الدمهوري، ٢٠١٢) عمدت الى اختيار عينة من طلبة المرحلة الثانوية. في حين كانت العينة في دراسة (الشختور، ٢٠٠٨) من المراهقين. تجدر الاشارة الى ان بعض الدراسات التي تناولت متغير تقديم الذات عمدت الى اختيار عينات بعيدة عن الوسط الأكاديمي كما في دراسة (داغر، ٢٠١٣) ودراسة (غريب، ٢٠١٧) اللتان اختارا فيها عينات من المتزوجين حديثا او المقبلين على الزواج. اما الدراسة الحالية فقد تم اختيار عينة من طلبة الدراسات العليا لتكون عين البحث الرئيسية.

• من حيث الوسائل الاحصائية للدراسة:

تعددت الوسائل الاحصائية التي تم استخدامها في الدراسات السابقة لتحليل البيانات واستخراج النتائج الا ان اشهر هذه الوسائل كانت الاختبار التائي لعينة واحدة ولعينتين، معامل ارتباط بيرسون، ومربع كاي، والتحليل العاملي في المقاييس التي عمد الباحثون الى بناء مقاييس، اما في البحث الحالي فلن نخرج عن هذا الاطار وسوف نقوم بتحليل نتائجها باستخدام نفس الوسائل الاحصائية ماعدا التحليل العاملي.



• من حيث نتائج الدراسة:

تباينت الدراسات السابقة من حيث النتائج التي وصلت اليها، وذلك لاختلاف الاهداف التي وضعت لكل دراسة، وكانت نتائج بعض الدراسات متشابهة من حيث وجود فروق بين الذكور والاناث ووجود فروق دالة احصائيا بين تقديم الذات والمتغيرات الاخرى. تمت الاستفادة من نتائج اغلب الدراسات السابقة المذكورة انفا في دعم نتائج هذا البحث من حيث الاتفاق او عدم الاتفاق مع النتائج التي توصل اليها البحث الحالي.

منهجية البحث وإجراءاته

منهج البحث (The Approach of the Research)

اعتمد الباحثان المنهج الوصفي الارتباطي الذي يستهدف وصف الظواهر النفسية بشكل عام وذلك عن طريق جمع البيانات وتحليلها والتعرف على طبيعة العلاقة فيما بينها، حيث يعتمد هذا المنهج على دراسة متغيرات البحث كما هي لدى أفراد العينة، ومن ثم وصف الظاهرة وصفاً دقيقاً والتعبير عنها تعبيراً كمياً كيفياً، ولهذا عدة مزايا اما التعبير الكمي فيعطي وصفاً رقمياً يوضح مقدار هذه الظاهرة أو حجمها ودرجات ارتباطها مع الظواهر الأخرى، فيما يعتمد التعبير الكيفي الى وصف الظاهرة وتوضيح خصائصها (عبيدات ، ١٩٩٦ ، ٢٨٦).

مجتمع البحث (Population of the Research)

تحدد مجتمع البحث الحالي بطلبة الدراسات العليا (دكتوراه / ماجستير) في جامعة الانبار للعام الدراسي (٢٠١٧ / ٢٠١٨) والبالغ عددهم (٣٩٦) طالباً وطالبة وفقاً لإحصائية رئاسة جامعة الانبار / قسم التخطيط والمتابعة، والجدول رقم (٢) يوضح ذلك.



جدول رقم (٢)

مجتمع البحث

ت	الكلية	المقبولين ٢٠١٧/٢٠١٨			
		ماجستير		دكتوراه	
		ذكور	اناث	ذكور	اناث
١	الآداب	٢٨	١٠	٢٢	٥
٢	الإدارة والاقتصاد	٣	-	١	-
٣	التربية البدنية وعلوم الرياضة	١٠	-	٧	١
٤	التربية للبنات	-	٢٩	-	-
٥	التربية للعلوم الإنسانية	٤٢	٢١	٦	٤
٦	التربية للعلوم الصرفة	١١	١٤	-	-
٧	الزراعة	٣١	٧	٨	-
٨	الطب	١	٣	-	-
٩	العلوم	١٢	١٩	١٧	٩
١٠	العلوم الإسلامية	١٧	٦	٣	-
١١	القانون والعلوم السياسية	٨	٤	-	-
١٢	الهندسة	١٣	٩	-	-
١٣	علوم الحاسوب وتكنولوجيا المعلومات	٧	٨	-	-
المجموع		١٨٣	١٣٠	٦٤	١٩
		٣٩٦			

عينة البحث: (Research Sample)

يقصد بعينة البحث هي الجزء الذي يتم اختياره من مجمل مجموع المجتمع

الذي تجري الدراسة عليه، ويقوم الباحث باختيارها باستخدام اساليب مختلفة منها ما يكون



عشوائياً أو عمدياً طبقاً لأسلوب وظروف إجراء الدراسة، استخدم الباحثان في هذه الدراسة الطريقة الطبقيّة العشوائية وذلك للأسباب التالية:

١. اشارت الادبيات النفسية الى ان استخدام هذا النوع من العينات هو الاكثر ملائمة في البحوث التربوية والنفسية (أبو زينه، ٢٠٠٧، ١٠٣).
٢. ان الخطأ العيني في حالة العينة الطبقيّة العشوائية أقل من الخطأ في العينات الأخرى قام الباحثان باختيار (٢٠٠) طالب وطالبة ممن هم في مرحلة الدراسات العليا في جامعة الانبار للسنة الدراسية (٢٠١٧/٢٠١٨) أي بنسبة (٥٠.٥١ %) من المجتمع الكلي ليمثلوا عينة البحث الاساسية، والجدول (٣) يوضح ذلك.

جدول رقم (٣)

عدد افراد عينة البحث موزعين على وفق الجنس والتخصص

ت	التخصص	الجنس		المجموع
		ذكور	اناث	
١	علمي	٦٠	٣٦	٩٦
٢	انساني	٦٣	٤١	١٠٤
	المجموع	١٢٣	٧٧	٢٠٠

أدوات البحث:

بما ان اداة البحث تعد الطريقة الموضوعية او المقننة للقياس لذا تطلب توافر مقياس يتمتع بالخصائص السيكمترية لتحقيق اهداف البحث، ومن اجل اكمال اجراءات الدراسة الحالية قام الباحثان بأعداد اداة لقياس استراتيجيات تقديم الذات. بعد الاطلاع على عدد من الادوات التي استخدمت في الكثير من البحوث والدراسات السابقة العربية منها والاجنبية عمد الباحثان الى تبني مقياس (العاسمي والضبع، ٢٠١١) لتقديم الذات وذلك للأسباب التالية:

١. حداثة هذا المقياس وتطبيقه على عينه متشابهة تقريبا مع عينة البحث الحالي، فقد تم تطبيقه على طلبة الجامعة-الدراسات الاولى.
٢. سهولة تطبيقه ووضوح فقراته.

طريقة تصحيح المقياس:

يقصد بتصحيح المقياس الحصول على الدرجة الكلية للمفحوص، حرص الباحثان ان تكون تعليمات المقياس بسيطة وواضحة ودقيقة تتماشى مع اهداف المقياس وطبيعة العينة،



وقد وضحا ان المعلومات التي سيتم الحصول عليها لأغراض علمية فقط، وان الاجابة يجب ان تعبر عن الراي بصدق وامانة. يتألف المقياس من (٣٦) فقرة موزعة على خمسة ابعاد هي: التخويف، القبول، التوسل، ترقية الذات، التمثيل. اعتمد الباحثان على طريقة ليكرت الخماسي في توزيع بدائل المقياس وهي: (أبداً ، نادراً، أحياناً، الى حد ما ، غالباً) ، واعطيت له الدرجات (١ ، ٢ ، ٣ ، ٤ ، ٥) لل فقرات الموجبة والعكس في حالة الفقرات السالبة للاستجابات، علما ان طريقة التصحيح هذه والاوزان التي اعطيت هي نفسها التي كانت متبعة في دراسة (العاسمي والضيع، ٢٠١١ ، ٢٣) .

التطبيق الاستطلاعي للمقياس:

تم تطبيق المقياس في صورته التجريبية الاولى على عينة استطلاعية من طلبة الدراسات العليا للتحقق من مدى وضوح وملاءمة تعليمات المقياس وطريقة الاجابة عن الفقرات وفهمهم لها ومحاولة التعرف على الصعوبات التي تواجههم في وضوح الاسئلة واللغة ولحساب الوقت المستغرق للإجابة عن فقرات مقياس. بلغ عدد افراد هذه العينة (١٠) بواقع (٥) ذكور و (٥) اناث. بعد تحليل البيانات المستحصلة من هذه الدراسة الاستطلاعية تبين ان فقرات المقياس وتعليماته كانت واضحة لأفراد العينة، كما اشارت النتائج ان الوقت المستغرق للإجابة على المقياس تتراوح بين (١٢ - ١٦ دقيقة) وبمتوسط مقداره (١٤) دقيقة.

صدق الاداة:

وقد تحقق الصدق في المقياس الحالي من خلال الطرائق الآتية:

الصدق الظاهري Face Validity :

لتحقيق هذا النوع من الصدق تم عرض فقرات المقياس وتعليماته بصيغتها الاولى والبالغ عددها (٣٦) على مجموعة من المحكمين من ذوي الاختصاص في مجال التربية وعلم النفس والبالغ عددهم (١٠) محكمين من اجل إبداء ارائهم في مدى صلاحية الفقرات واعطاء التعديلات المناسبة او حذف فقرات او اضافته فقرات يرونها مناسبة لقياس متغير تقديم الذات حسب التعريف والاطار النظري الذي تم تبنيه في هذه الدراسة. بعد تحليل البيانات اشار المحكمون الى ضرورة إجراءات تعديلات طفيفة على الفقرات (٣، ٢، ٤، ١٠، ٧، ٢١، ١٩، ١٨، ١٣، ٢٤، ٢٥، ٢٦، ٣٢، ٢٨، ٣٥) لذلك قام الباحثان باجراء هذه



التعديلات. كما اشارت النتائج الى ان الفقرة رقم (٧) في البعد الاول (التخويف) لم تكن صالحة بناءً على اراء أكثر من (٨٠%) من المحكمين لذلك تم استبعادها ليصبح المقياس بصورته النهائية (٣٥).

التحليل الإحصائي لفقرات مقياس استراتيجيات تقديم الذات:

أ- تمييز الفقرات:

ان حساب القوة التمييزية للفقرة تعتبر من اهم خصائصها القياسية في المقاييس النفسية المرجعية المعيار لأنها تؤثر عن قدرة فقرات المقياس على الكشف عن الفروق الفردية بين الافراد في السمة او الخاصية التي يقوم على اساسها القياس النفسي (Ebel, 1972, 399) ويقصد بالقوة التمييزية للفقرات مدى قدرة الفقرة على التمييز بين ذوي المستويات العليا والدنيا من الافراد بالنسبة للسمة التي تقيسها الفقرة.

وبعد تطبيق المقياس على افراد العينة البالغ عددهم (٢٠٠) طالب وطالبة وتصحيح استمارات الإجابة، ولاستخراج القوة التمييزية لفقرات المقياس رتب درجات افراد العينة من اعلى درجة كلية الى اقل درجة كلية وحددت المجموعتان المتطرفتان بالدرجة الكلية وبنسبة (٢٧ %) من كل مجموعة. يقترح " كيلي " Kelly ان يكون عدد افراد كل مجموعة من المجموعتين المتطرفتين في الدرجة الكلية عند حساب القوة التمييزية لفقرات بنسبة (٢٧ %) من افراد العينة.

بلغ عدد الأفراد في كل مجموعة (٥٤) طالباً وطالبة في المجموعة العليا، و (٥٤) طالباً وطالبة في المجموعة الدنيا. من اجل حساب دلالة الفروق بين متوسطي المجموعتين في درجات كل فقرة من فقرات المقياس، تم استخدام الاختبار التائي (t-test) لعينتين مستقلتين، على أساس أن القيمة التائية المحسوبة تمثل القوة التمييزية للفقرة. عُدت القيمة التائية مؤشراً لتمييز كل فقرة من خلال مقارنتها بالقيمة الجدولية عند مستوى دلالة (٠.٠٥) ودرجة حرية (١٠٦) التي كانت (١,٩٨). اشارت نتائج التحليل الاحصائي الى أن جميع الفقرات مميزة والجدول (٤) يوضح ذلك.

جدول رقم (٤)

معاملات تمييز فقرات مقياس استراتيجيات تقديم الذات بأسلوب المجموعتين المتطرفتين

رقم الفقرة	المجموعة العليا		المجموعة الدنيا		القيمة التائية المحسوبة	الدالة
	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري		
1	3,89	0,33	2,86	0,35	14,74	دالة
2	3,74	0,44	2,69	0,35	13,63	دالة
3	4,25	0,90	3,10	0,84	6,84	دالة
4	3,61	1,14	2,54	0,81	5,63	دالة
5	4,21	1,02	2,87	0,74	7,79	دالة
6	4,26	0,83	2,96	0,83	8,12	دالة
7	4,27	1,01	2,87	0,75	8,13	دالة
8	4,33	0,85	2,98	0,83	8,33	دالة
9	4,58	0,50	3,86	0,35	8,67	دالة
10	3,36	0,48	2,16	0,43	13,63	دالة
11	4,46	0,89	3,05	0,82	8,54	دالة
12	4,01	1,15	2,99	0,80	5,34	دالة
13	3,70	1,33	2,02	0,84	10,94	دالة
14	3,69	0,42	2,65	0,46	11,49	دالة
15	3,68	0,47	2,75	0,28	12,40	دالة
16	3,98	0,14	3,07	0,48	13,18	دالة
17	3,44	0,50	2,64	0,20	10,81	دالة
18	3,99	0,14	3,08	0,42	15,16	دالة
19	4,05	1,01	2,04	0,80	16,04	دالة
20	3,87	1,09	2,82	0,63	6,06	دالة
21	4,67	0,58	3,95	0,70	5,8	دالة
22	4,26	0,90	2,99	0,84	7,55	دالة



دالة	9,21	0,72	3,00	0,73	4,30	23
دالة	4,50	0,73	2,19	1,53	3,23	24
دالة	9,42	0,73	3,03	0,71	4,34	25
دالة	4,10	0,53	2,80	1,01	3,44	26
دالة	8,88	0,79	2,97	0,79	4,32	27
دالة	13,52	0,85	2,12	1,04	3,88	28
دالة	9,18	0,80	2,07	1,31	3,44	29
دالة	8,95	0,74	2,98	0,74	4,26	30
دالة	10,95	0,82	2,85	0,68	4,45	31
دالة	5,44	0,76	2,32	1,26	3,42	32
دالة	7,79	0,78	2,87	0,82	4,07	33
دالة	13,38	0,67	2,76	0,64	4,46	34
دالة	6,15	0,84	2,47	1,03	3,59	35
دالة	12,40	0,73	2,96	0,64	4,61	36

ب- علاقة درجة الفقرة بالدرجة الكلية للمقياس:

يتفق المتخصصون في مجال القياس النفسي على أهمية الصدق في فقرات المقاييس النفسية لأن صدق المقياس يعتمد في الأساس على صدق فقراته، ويمكن استعمال الصدق المنطقي للفقرة في تقدير تمثيلها للسمة المراد قياسها، غير أن الصدق التجريبي من خلال ارتباط الفقرة بالدرجة الكلية أكثر دقة من صدقها الظاهري لأنه يكشف على أن الفقرة تقيس المفهوم نفسه الذي تقيسه الدرجة الكلية، بمعنى أن الفقرات متجانسة في قياس ما أعدت لقياسه، أي أن كل فقرة تهدف إلى قياس الوظيفة نفسها التي تقيسها الفقرات الأخرى، فضلاً عن أن استبعاد الفقرات التي يكون ارتباطها ضعيفاً بالدرجة الكلية يؤدي إلى زيادة صدق المقياس وثباته.

ولغرض التحقق من صدق فقرات مقياس البحث الحالي، اعتمد الباحثان على الدرجة الكلية للمقياس باعتباره محكاً داخلياً يمكن من خلاله استخراج معاملات صدق فقرات المقياس وذلك في حالة عدم توافر محك خارجي، وتم استخدام معامل ارتباط بيرسون (Pearson Correlation Coefficient) ، حيث كانت الاستمارات الخاضعة للتحليل بهذا الأسلوب

(٢٠٠) استمارة وهي ذات الاستمارات التي خضعت للتحليل الإحصائي في ضوء أسلوب المجموعتين المتطرفتين، وتبين أن جميع معاملات الارتباط كانت دالة إحصائياً عند مستوى دلالة (٠.٠٥) ودرجة حرية (١٩٨) والجدول (٥) يوضح ذلك.

جدول رقم (٥)

معاملات ارتباط درجة الفقرة بالدرجة الكلية لمقياس استراتيجيات تقديم الذات

ت	قيمة معامل الارتباط	ت	قيمة معامل	ت	قيمة معامل
١	٠.٤٩	١٣	٠.٣٨	٢٥	٠.٤٣
٢	٠.٤٣	١٤	٠.٤٤	٢٦	٠.٤٢
٣	٠.٣٩	١٥	٠.٤٧	٢٧	٠.٤٤
٤	٠.٤٦	١٦	٠.٣٨	٢٨	٠.٣٦
٥	٠.٤١	١٧	٠.٤٥	٢٩	٠.٤٦
٦	٠.٣٧	١٨	٠.٤٢	٣٠	٠.٤٨
٧	٠.٣١	١٩	٠.٣٨	٣١	٠.٤٠
٨	٠.٢٧	٢٠	٠.٣٧	٣٢	٠.٣٨
٩	٠.٣٦	٢١	٠.٤١	٣٣	٠.٣٦
١٠	٠.٤١	٢٢	٠.٤٠	٣٤	٠.٤٢
١١	٠.٣٢	٢٣	٠.٣٦	٣٥	٠.٤٣
١٢	٠.٣٧	٢٤	٠.٤١	٣٦	٠.٤٢

ج. علاقة درجة الفقرة بدرجة المجال الذي تنتمي اليه:

لتحقيق ذلك تم استخراج العلاقة الارتباطية بين درجة كل فقرة من فقرات مقياس استراتيجيات تقديم الذات والدرجة الكلية للمجال الذي تنتمي اليه وذلك بالاعتماد على درجات أفراد العينة والبالغة (٢٠٠) استمارة. أشارت نتائج التحليل الإحصائي الى ان معامل الارتباط الى ان جميع الفقرات كانت ذات معامل ارتباط عالٍ وإنها جميعاً ذات دلالة إحصائية عند موازنتها بالقيمة الجدولية والبالغة (١,٩٦) عند مستوى دلالة (٠,٠٥) وبدرجة حرية (١٩٨) والجدول (٦) يوضح ذلك.



جدول رقم (٦)
ارتباط الفقرة بالمجال الذي تنتمي اليه قيم معاملات

التخويف او		القبول		ترقية الذات		التمثيل او		التوسل	
ت	معامل الارتباط	ت	معامل الارتباط	ت	معامل الارتباط	ت	معامل الارتباط	ت	معامل الارتباط
١	٠,٦٤	١	٠,٦٧	١	٠,٥٩	١	٠,٤٩	١	٠,٥٨
٢	٠,٧١	٢	٠,٧٥	٢	٠,٦٤	٢	٠,٦٥	٢	٠,٦٨
٣	٠,٥٥	٣	٠,٦٤	٣	٠,٥٩	٣	٠,٥٤	٣	٠,٧٠
٤	٠,٦٥	٤	٠,٧٦	٤	٠,٥١	٤	٠,٧٦	٤	٠,٧٧
٥	٠,٥٨	٥	٠,٦٤	٥	٠,٦٤	٥	٠,٥٠	٥	٠,٦٠
٦	٠,٥٨	٦	٠,٦٧	٦	٠,٦٧	٦	٠,٦١	٦	٠,٧٢
٧	٠,٧٠	٧	٠,٦٤	٧	٠,٥٨	٧	٠,٧١	٧	٠,٥٨
						٨	٠,٥٤		

د. علاقة المجال بالمجالات الاخرى وعلاقته بالدرجة الكلية للمقياس:

لإيجاد العلاقة بين درجات الافراد على كل مجال والدرجة الكلية للمقياس تم احتساب معامل ارتباط بيرسون، كذلك عمد الباحثان إلى ايجاد العلاقة بين المجالات بعضها مع البعض الآخر، وذلك لان ارتباطات المجالات الفرعية بالدرجة الكلية للمقياس هي قياسات اساسية للتجانس، لا نها تساعد على تحديد مجال السلوك المراد قياسه. تم استخدام بيانات العينة والبالغة (٢٠٠). بعد تحليل البيانات احصائيا اشارت النتائج الى أن معاملات ارتباط درجة كل مجال بالدرجة الكلية للمقياس فضلاً عن علاقة المجالات بعضها بالبعض الاخر كانت دالة احصائياً، والجدول (٧) يوضح ذلك.

جدول رقم (٧) مصفوفة الارتباطات الداخلية

المجالات	الدرجة الكلية للمقياس	التخويف او التهجم	القبول	ترقية الذات	التمثيل او المثالية	التوسل
الدرجة الكلية للمقياس	-	٠,٤٧	٠,٤١	٠,٤٤	٠,٤١	٠,٤٦
التخويف او التهجم		-	٠,٤٨	٠,٤٢	٠,٤٤	٠,٤٠
القبول			-	٠,٤١	٠,٤٧	٠,٤١
ترقية الذات				-	٠,٥٨	٠,٥١
التمثيل او المثالية					-	٠,٤١

يتبين من الجدول اعلاه بأن جميع الارتباطات سواء كانت بين المجالات بعضها مع البعض الآخر أو ارتباطها بالدرجة الكلية لمقياس استراتيجيات تقديم الذات وباستعمال معامل ارتباط بيرسون كانت ذات دلالة احصائية عند مستوى دلالة (٠.٠٥) وبدرجة حرية (١٩٨) حيث القيمة الجدولية تساوي (١.٩٦).

ثبات الاداة : Reliability

يعد الثبات من الخصائص القياسية الأساسية للمقاييس النفسية مع اعتبار تقدم الصدق عليه، لأن المقياس الصادق يعد ثباتاً ، فيما قد لا يكون المقياس الثابت صادقاً، ويمكن القول أن كل اختبار صادق هو ثابت بالضرورة، ان الهدف من حساب الثبات هو تقدير أخطاء المقياس واقتراح طرائق للتقليل من هذه الأخطاء، ويمكن التحقق من ثبات المقاييس والاختبارات النفسية بعدة طرق منها ما يقيس الاتساق الخارجي وهي طريقة اعادة الاختبار (Test Retest) والذي يسمى بمعامل الاستقرار عبر الزمن ، وطريقة الصور المتكافئة (Equivalent Forms) والتي تعتمد على اعداد صورتين متكافئتين للمقياس من حيث خصائص الفقرات وطبيعتها (Ebel , 1972 , 412) ومنها ما يقيس الاتساق الداخلي وهي التجزئة النصفية (Spilt-Half) وكذلك طريقة تحليل التباين (Analysis of



(Variance)، ولحساب الثبات طبق المقياس على عينة مكونة من (٤٠) طالباً وطالبة، اختيروا بطريقة عشوائية من طلبة الدراسات العليا في جامعة الانبار.

وقد تم حساب الثبات بطريقتي اعادة الاختبار والفا كرونباخ وكما يأتي:-

• طريقة إعادة الاختبار Test-Retest Method

لاستخراج الثبات بهذه الطريقة، تم اعادة تطبيق المقياس على عينة من افراد البحث بلغ عددها (٤٠) مستجيباً وبواقع (٢٠) من الاناث و (٢٠) من الذكور، وهم من نفس الافراد الذين تم تطبيق المقياس عليهم في المرحلة الاولى، بعد تحديد اسمائهم بإعطائهم رموز معينة، وكانت الفترة الزمنية بين التطبيقين الاول والثاني اكثر من اسبوعين بفترة بسيطة، وهي فترة مناسبة لا عادة الاختبار على نفس العينة كما يرى اغلب الباحثين، ثم حسب بعد ذلك معامل ارتباط بيرسون بين درجات الافراد في التطبيقين الاول والثاني وقد بلغ (٠.٨٣) ويعد هذا المعامل عالياً.

• طريقة ألفا كرونباخ:

تعتمد هذه الطريقة على اتساق أداء الفرد من فقرة إلى أخرى، ولأجل استخراج الثبات بهذه الطريقة تم استخدام معادلة ألفا كرونباخ، بعد تطبيق مقياس استراتيجيات تقديم الذات بصورته النهائية على نفس عينة التحليل الاحصائي اشارت النتائج الى قيمة معامل الثبات هي (٠,٨١).

عرض النتائج ومناقشتها

الهدف الاول: التعرف على استراتيجيات تقديم الذات لدى طلبة الدراسات العليا

لجامعة الانبار

للتعرف على هذا الهدف قام الباحثان بتطبيق مقياس استراتيجيات تقديم الذات على عينة البحث البالغة (٢٠٠) طالب وطالبة من طلبة الدراسات العليا. وقد تم استخراج المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لدرجات عينة البحث ولكل استراتيجية من استراتيجيات تقديم الذات، وعند معرفة دلالة الفرق بين المتوسطات الحسابية والمتوسط الفرضي لكل استراتيجية، تبين أن الفروق كان دالة إحصائياً عند مستوى (٠,٠٥)، إذ تبين ان القيم التائية المحسوبة

لكل استراتيجية من هذه الاستراتيجيات كانت اكبر من القيمة التائية الجدولية البالغة (١,٩٦)، وبدرجة حرية (١٩٩)، والجدول (٨) يوضح ذلك.

جدول رقم (٨)

الوسط الحسابي والانحراف المعياري والقيمة التائية لعينة البحث

استراتيجيات تقديم الذات	العينة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	المتوسط الفرضي	القيمة التائية t		الدالة (٠,٠٥)
					المحسوبة	الجدولية	
التخوف	٢٠٠	٢٤,٢٧	٣,١٥	٢١	١٤,٦٦	١,٩٦	دالة
القبول	٢٠٠	٢٨,١٢	٢,٩٧	٢١	٣٣,٨٨	١,٩٦	دالة
ترقية الذات	٢٠٠	٢٧,٨٧	٣,٤٢	٢١	٢٨,٣٢	١,٩٦	دالة
المثالية	٢٠٠	٣١,٧٦	٣,٣٦	٢١	٣٢,٦٣	١,٩٦	دالة
التوسل	٢٠٠	٢٢,٥٤	٢,٦٥	٢١	٨,١٩	١,٩٦	دالة

كما اشارت النتائج الى ان عينة البحث اختلفت في تفضيل استخدام استراتيجية عن اخرى، ففي حين جاءت استراتيجية التمثيل او المثالية اولاً، حلت استراتيجية التوسل اخيراً. من اجل اختبار دلالة الفرق في تفضيل عينة البحث لاستخدام استراتيجية دون اخرى، قام الباحثان باختبار دلالة الفروق احصائياً باستخدام الاختبار التائي لعينة واحدة وكانت نتائج التحليل الاحصائي كما يأتي (انظر الجدول اعلاه):

١. جاءت استراتيجية (التمثيل او المثالية) بالمرتبة الاولى حيث كانت القيمة التائية المحسوبة لها (٣٢,٦٣) اكبر من القيمة الجدولية البالغة (١,٩٦) عند مستوى دلالة (٠,٠٥) ودرجة حرية (١٩٩)، وهذا يعني ان هذه الاستراتيجية هي السائدة لدى عينة البحث.
٢. جاءت استراتيجية (القبول) بالمرتبة الثانية إذ كانت القيمة التائية المحسوبة لها (٣٣,٨٨) اكبر من القيمة الجدولية البالغة (١,٩٦) عند مستوى دلالة (٠,٠٥) ودرجة حرية (١٩٩)، وهذا يعني ان هذه الاستراتيجية هي الثانية لدى عينة البحث.
٣. جاءت استراتيجية (ترقية الذات) بالمرتبة الثالثة إذ كانت القيمة التائية المحسوبة لها (٢٨,٣٢) اكبر من القيمة الجدولية البالغة (١,٩٦) عند مستوى دلالة (٠,٠٥) ودرجة حرية (١٩٩)، وهذا يعني ان هذه الاستراتيجية هي الثالثة لدى عينة البحث.



٤. جاءت استراتيجية (التخويف) بالمرتبة الرابعة إذ كانت القيمة التائية المحسوبة لها (١٤,٦٦) اكبر من القيمة الجدولية البالغة (١,٩٦) عند مستوى دلالة (٠,٠٥) ودرجة حرية (١٩٩)، وهذا يعني ان هذه الاستراتيجية هي الرابعة لدى عينة البحث.

٥. جاءت استراتيجية (التوسل) بالمرتبة الخامسة إذ كانت القيمة التائية المحسوبة لها (٨,١٩) اكبر من القيمة الجدولية البالغة (١,٩٦) عند مستوى دلالة (٠,٠٥) ودرجة حرية (١٩٩)، وهذا يعني ان هذه الاستراتيجية هي الخامسة لدى عينة البحث.

الهدف الثاني: التعرف على دلالة الفروق الاحصائية في استراتيجيات تقديم الذات لدى طلبة الدراسات العليا تبعا لمتغيري النوع (ذكور - اناث) والتخصص (علمي - انساني).
أ. تبعا للنوع (ذكور - اناث)

للتعرف على هذا الهدف تم استخراج الوسط الحسابي والانحراف المعياري لكل من الذكور والاناث ولكل استراتيجية من خلال استجاباتهم على مقياس استراتيجيات تقديم الذات بعد تحليل البيانات احصائيا، اشارت النتائج الى الاتي:

١. وجود فروق ذات دلالة احصائية بين الذكور والاناث في استراتيجية التخويف ولصالح الذكور كون القيمة التائية المحسوبة البالغة (٥,٩١) أكبر من القيمة التائية الجدولية البالغة (١,٩٦) عند مستوى دلالة (٠,٠٥) ودرجة حرية (١٩٨).

٢. وجود فروق ذات دلالة احصائية بين الذكور والاناث في استراتيجية القبول ولصالح الذكور كون القيمة التائية المحسوبة البالغة (١٢,٢٤) أكبر من القيمة التائية الجدولية البالغة (١,٩٦) عند مستوى دلالة (٠,٠٥) ودرجة حرية (١٩٨).

٣. وجود فروق ذات دلالة احصائية بين الذكور والاناث في استراتيجية ترقية الذات ولصالح الذكور كون القيمة التائية المحسوبة البالغة (١١,٧٥) أكبر من القيمة التائية الجدولية البالغة (١,٩٦) عند مستوى دلالة (٠,٠٥) ودرجة حرية (١٩٨).

٤. وجود فروق ذات دلالة احصائية بين الذكور والاناث في استراتيجية المثالية ولصالح الذكور كون القيمة التائية المحسوبة البالغة (١٢,٨١) أكبر من القيمة التائية الجدولية البالغة (١,٩٦) عند مستوى دلالة (٠,٠٥) ودرجة حرية (١٩٨).

٥. وجود فروق ذات دلالة احصائية بين الذكور والاناث في استراتيجية التوسل ولصالح الذكور كون القيمة التائية المحسوبة البالغة (٥,٧٥) أكبر من القيمة التائية الجدولية البالغة (١,٩٦) عند مستوى دلالة (٠,٠٥) ودرجة حرية (١٩٨) انظر جدول (٩).

جدول رقم (٩)

الاوراط الحسابية، الانحرافات المعيارية، والقيم التائية المحسوبة لاستراتيجيات

تقديم الذات لدى الذكور والاناث

استراتيجيات تقديم الذات	النوع	العدد	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	القيمة التائية		مستوى الدلالة (٠.٠٥)
					المحسوبة	المحسوبة	
التخوف	ذكور	١٢٣	٢٥,٣٢	٢,٧١	٥,٩١	١.٩٦	دالة
	اناث	٧٧	٢٣,٢١	٢,٠٣			
القبول	ذكور	١٢٣	٣٠,١١	٢,٣٤	١٢,٢٤	١.٩٦	دالة
	اناث	٧٧	٢٦,١٣	٢,٠٥			
ترقية الذات	ذكور	١٢٣	٣٠,١١	٢,٧٦	١١,٧٥	١.٩٦	دالة
	اناث	٧٧	٢٥,٦٢	٢,٤٠			
المثالية	ذكور	١٢٣	٣٤,٠٣	٢,٣٧	١٢,٨١	١.٩٦	دالة
	اناث	٧٧	٢٩,٤٨	٢,٥٦			
التوسل	ذكور	١٢٣	٢٣,٥٥	٢,٢٦	٥,٧٥	١.٩٦	دالة
	اناث	٧٧	٢١,٥٣	٢,٦٤			

ب . تبعا للتخصص (علمي - انساني)

للتعرف على هذا الهدف تم استخراج الوسط الحسابي والانحراف المعياري لكل من افراد التخصصين العلمي والانساني ولكل استراتيجية من استراتيجيات تقديم الذات من خلال استجاباتهم على المقياس المعتمد في هذه الدراسة (مقياس استراتيجيات تقديم الذات) بعد تحليل البيانات احصائيا، اشارت النتائج انه لا توجد فروق ذات دلالة احصائية في جميع



استراتيجيات تقديم الذات بين افراد التخصصين العلمي والانساني عند مستوى دلالة (٠,٠٥) ودرجة حرية (١٩٨) والجدول (١٠) يوضح ذلك

الجدول رقم (١٠)

الايوساط الحسابية، الانحرافات المعيارية، والقيم التائية المحسوبة لاستراتيجيات

تقديم الذات لدى افراد التخصص العلمي والانساني

استراتيجيات تقديم الذات	التخصص	العدد	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	القيمة التائية		مستوى الدلالة (٠.٠٥)
					المحسوبة	المحسوبة	
التخويف	علمي	٩٦	٢٨,٠٩	٣,٤٣	١,٥١	١.٩٦	غير دالة
	انساني	١٠٤	٢٧,٤٤	٢,٦١			
القبول	علمي	٩٦	٢٨,٤٧	٣,١٤	١,٦٧	١.٩٦	غير دالة
	انساني	١٠٤	٢٧,٧٧	٢,٧٥			
ترقية الذات	علمي	٩٦	٢٨,٥٩	٣,٨٩	١,٦٧	١.٩٦	غير دالة
	انساني	١٠٤	٢٧,٨٠	٢,٧٢			
المثالية	علمي	٩٦	٣٢,٥٧	٣,٣٥	١,٤١	١.٩٦	غير دالة
	انساني	١٠٤	٣١,٩٤	٢,٩٣			
التوسل	علمي	٩٦	٢٢,٧٨	٢,٢١	١,٢٩	١.٩٦	غير دالة
	انساني	١٠٤	٢٢,٣٠	٢,٩٥			

تفسير النتائج ومناقشتها:

تشير نتيجة الهدف الاول الى ان عينة البحث تميل الى استخدام استراتيجيات مختلفة ومتباينة لتقديم ذاتهم للآخرين، وانهم أكثر ميلا لاستخدام استراتيجية التمثيل او المثالية. تتفق نتيجة هذا الهدف مع دراسة (العاسمي والضبع، ٢٠١١). يمكن تفسير هذه النتيجة في إطار النظرية المتبناة والتي تشير الى ان الافراد وخاصة ذوي التعليم الجيد يميلون الى استخدام استراتيجية المثالية من اجل كسب ثقة الآخرين بهم عن طريق تقديم انفسهم على انهم محبوبون



للخير ويسعون الى تقديم النصح والمشورة والمحاولات الجادة الى اقناع الآخرين على انهم محط ثقة وذوي نوايا حسنة.

وجاءت نتيجة الهدف الثاني لتشير الى وجود فروق ذات دلالة احصائية في تقديم الذات على وفق متغير الجنس في استراتيجية التخويف، ولصالح الذكور وقد يعزى ذلك الى طبيعة الذكور وما يمتلكون من فروق واضحة في البنية الجسدية وطبيعتهم البشرية، وهذا ما تؤكد عليه النظرية المتبناة في هذه الدراسة، من قيام الفرد (الذكور خاصة) بإجراءات لكي يظهر سطوته وقوته في وجه من يكلمه او يتعامل معه في الوسط الاجتماعي، إذ يميل الفرد الى استخدام هذه التقنية من اجل التحريض على تخويف الآخرين بهدف زيادة قوته وكفاءته الذاتية والشخصية.

كما اشارت النتائج الى وجود فروق ذات دلالة احصائية على وفق متغير الجنس في استراتيجية القبول ولصالح الذكور، وقد يعزى ذلك الى أن استراتيجية القبول تحتاج الى قوة وجراة ونوع من التقرب الذي قد يعده البعض احياناً بنه تملقاً، وان الذكور بشكل عام هم يمتلكون الجراءة للقيام بذلك بحكم الطبيعة الاجتماعية التي تسمح لهم بذلك ولا تتيح ذلك للإناث الا في اضيق الحدود، يبدو ان النظرية المتبناة تؤكد ذلك. كذلك فان طبيعة التغير المجتمعي خاصة في الظروف الراهنة تحتاج من الفرد مرونة وقد يحتاج احياناً الى مدح الآخرين من اجل كسب ودهم وتعاطفهم.

كما اشارت النتائج الى وجود فروق ذات دلالة احصائية على وفق متغير الجنس في استراتيجية ترقية الذات ولصالح الذكور. قد يعزى ذلك الى ان الذكور يسعون بشكل اكبر لترقية الذات لانهم بشكل عام هم المسؤولون عن ادارة الامور بشكل عام، وكما ذكر في النظرية ان الأفراد يسعون الى تعزيز انفسهم ومكانتهم أمام الآخرين وذلك من اجل عرض مهاراتهم وقدراتهم العقلية والشخصية والاجتماعية والتي يمكن من خلالها ان يحقق هؤلاء الأفراد الاحترام وينالوا التقدير من الآخرين. كذلك اشارت نتائج الدراسة الحالية الى انه لا توجد فروق ذات دلالة احصائية في استراتيجية تقديم الذات على وفق متغير التخصص، ويرى الباحثان ان ذلك امر طبيعي وذلك بسبب طبيعة العينة المدروسة المتمثلة بطلبة الدراسات العليا.



التوصيات:

من خلال النتائج التي توصلت اليها الدراسة الحالية فان للباحثان مجموعة من التوصيات اهمها:

١. اقامة محاضرات ودورات وأنشطة تقوم بتقديم الوعي باستراتيجيات تقديم الذات والتنوع في استخدامها حسب المواقف الحياتية.
٢. على وزارة التعليم ان تقوم بالعناية ببرامج تنمية جانب مهارات تقديم الذات ومدى اسهامه في تنمية الثقة بالنفس والتفاعل الاجتماعي والوصول الى الاهداف.
٣. تعزيز طبيعة وطرق التفاعل الاجتماعي بين الطلبة مهما كان مستواهم الدراسي سواء اكان ذلك على مستوى الدراسات الاولى ام العليا مما قد يساعد بشكل فاعل على تعزيز السلوكيات الاجتماعية الايجابية لديهم.

المقترحات:

يرى الباحثان انه وبعد النتائج واتمام الإطار النظري والاطلاع على دراسات سابقة فإن موضوع الدراسة مازال بحاجة الى دراسات موسعة على صعيد المجتمع العراقي بشكل عام وليس على صعيد المجتمع الأكاديمي فقط، لذا يقترح الباحثان إجراء المزيد من الدراسات النفسية في هذا المجال ومنها:

١. اجراء دراسات اخرى حول موضوع استراتيجيات تقديم الذات يتناول متغيرات اخرى لم يتطرق لها مثل: (مفهوم الذات، ادارة وتشكيل الانطباع، تقبل الذات).
٢. اجراء دراسات اخرى لاستراتيجيات تقديم الذات على مجتمعات لم يتم تطبيق الدراسة عليها وفئات مختلفة منهم مثل: (المدراء، فئة الموهوبين والطلبة المتميزين، طلبة المراحل الاولى في الكليات).
٣. اجراء دراسة مقارنة حول موضوع استراتيجيات تقديم الذات لدى فئات من ذوي الاعاقات المختلفة.
٤. دراسة الفروق في استراتيجيات تقديم الذات لدى الطلاب على وفق بعض المتغيرات الديمغرافية منها المستوى الاجتماعي والاقتصادي.
٥. اجراء دراسة حول الصحة النفسية للفرد ومدى بتقديم الذات.

قائمة المصادر

❖ المصادر والمراجع العربية:

١. ابو النصر ، مدحت محمد (٢٠١٢): ادارة وتنظيم الاجتماع كمدخل لتطوير العمل بالمنظمات ، ط ١ ، المجموعة العربية للعلوم للتدريب والنشر .
٢. ابو زينه، فريد (٢٠٠٧): الطرق الاحصائية في التربية والعلوم الانسانية ، دار الفرقان للنشر والتوزيع ، عمان ، الاردن .
٣. داغر، اروى احمد (٢٠١٣): تقديم الذات والتسامح لمتغيرات منبئه بالرضا الزوجي لدى عينة من المتزوجين حديثا ، كلية التربية ، جامع دمشق ، سوريا .
٤. الحريري، رافدة (٢٠١٥): مدخل الى تربية الطفل ، الطبعة الاولى، دار الفكر العربي للنشر والتوزيع، الاردن .
٥. ساري، حلمي خضر (٢٠٠٦): سلوك الافراد، التعارف عبر الانترنت دراسة الابعاد النفسية والاجتماعية من منظور التفاعلية الرمزية، مجلة العلوم التربوية، قطر، عدد ١٠ .
٦. دخيل، دخيل ابن عبدالله (٢٠١٤) : المهارات الاجتماعية للمفهوم و للوحدات والمحددات ، ط ١ ، كتبة فهد الوطنية .
٧. الدمنهوري ، ناجي قاسم (٢٠١٢): اساليب تقديم الذات لدى طلاب المرحلة الثانوية في ضوء المرغوبة الاجتماعية والخوف من التقييم السالب ، مجلة كلية التربية ، الإسكندرية، مصر .
٨. الشختور ، سامية خليل (٢٠١٠): فعالية برنامج إرشادية لتنمية الذكاء الوجداني في تحسين التفكير الخلقى واستراتيجيات تقديم الذات لدى المراهقين ، رسالة دكتوراه غير منشورة ، كلية التربية جامعة الزقازيق ، مصر .
٩. العاسمي ، رياض والضبع فتحي (٢٠١١): استراتيجيات تقدير الذات وعلاقتها بقلق الاجتماعي لدى طلبة الجامعة و مجلة كلية التربية ، الزقازيق ، مصر .
١٠. عثمان ، ابراهيم عيسى (٢٠٠٨): النظرة المعاصرة في علم الاجتماع ، ط ١ ، دار الشروق للنشر والتوزيع .
١١. عبيدات، ذوقان (١٩٩٦): استراتيجيات التدريس في القرن الحادي والعشرين ، دليل المعلم والمشرف التربوي، دار الفكر ، الاردن .



١٢. العتوم، عدنان يوسف (٢٠٠٩) : علم النفس الاجتماعي، الطبعة الاولى، اثناء النشر والتوزيع، الاردن .
 ١٣. عمر معن خليل (١٩٨٢): نقد الفكر الاجتماعي ، ط١ ، دار الافاق الجديد للنشر والتوزيع، بيروت.
 ١٤. غريب ، ايناس محمود (٢٠١٧) : اساليب تقديم الذات واستراتيجيات حل الصراع في ضوء انماط التعلق الوجداني لدى المقبلين على الزواج ، مجلة كلية التربية ، جامعة طنطا ، مصر .
 ١٥. العنزي، فلاح محروث (٢٠٠١): مدخل الى علم النفس الاجتماعي المعاصر ، ط١ : مطبعة التقنية للافست ، الرياض .
 ١٦. القره غولي، حسن احمد سهيل والعكلي، جبار وادي باهض (2012): سيكولوجية الوعي الذاتي والإقناع الاجتماعي ، ط١ بغداد : دار الكتب والوثائق
- ❖ المصادر والمراجع الاجنبية :

17. Bussl, A. (1986). **Social behavior and personality**. Now York : Hills day .
18. Baumeister .R .Tice, D. Hutton, D. (1989). **Self-presentational motivations and personality differences in self-esteem**, journal of personality, 53 (3): 547-579.
19. Carter,S.E&sannd,L.J.(2006).are we as good as we think observer perception of indirect self-presentation as asocial in fluenece tactic, social fnefluence , 3, 185-207.
20. Ebel, R. L. (1972). **Essentials of Educational Measurement**. New Jersey: Edgewood Cliffs prentice – all.
21. Ellison, N., Heino, R., & Gibbs, J. (2006). **Managing impressions online: Self-presentation processes in the online dating environment**. Journal of Computer Mediated Communication, 11, 415-441.
22. Farrari, J .R. & Diaz –Morales. J.F. (2007). **Perceptions of self-concept and self-presentation by procrastinators: further evidence**.the Spanish journal of psychology .10, 1, 91. 96.
23. Goffman, Erving. (1959). **the Presentation of Self in Everyday Life**. Doubleday: Garden City, New York.



24. Kim, J. Kim, M. Kim, K. Shin, H. (2003). **Influence of self-construal on the perception of different self-presentation style in Korea.** Asian journal of social psychology. 6(2): 89-101.
25. Leary, M. R., & Tchividjian, B. R. **The social psychology of shyness: A self-presentational model.** In J, T. Tedeschi (Ed.) **Impression management theory and social psychology.** Research. New York: Academic Press, 1981.
26. Mazeikiene , A. pele chiene , v . peleckis, K. (2010) . **The main factors determining the choice of self-presentation strategies in negotiations and business meetings,** vistas terrain teorigain parklike, 11 (4): 353-361.
27. Safhi, M. & Teleb. **A comparison of self-presentation tactics between visually impaired and sighted students.**
28. Stong, S & teal, (1997): **It he Implication of Cognitive style for the management of student Supervision Relationship,** Education Psychology. Jones, Pittman (1982), toward a genres, theory of strategic self-presentation.
29. Turkat , D. & Schneider ,D .(1975) . **Self-presentation following success or failure: deferrer self-esteem models,** journal of personality and individual differences, 43 (1):127-135.
30. Williams .F. (2000). **Self –presentation and performance.** University of taxes pares.