

تطور الاستقلال المعرفي مستنداً الى نظرية "بيكرت"
وعلاقته بالترويج الذاتي لدى المراهقين والراشدين
The Development Of Cognitive Autonomy
According to Beckert Theory And Its
Relationship to Self-Promotion Among
Adolescents and Adults

أ.م.د رنا زهير فاضل محمد

Assistant Professor :Rana Zuhair Fadihel

Mohamad

قسم العلوم التربوية والنفسية / كلية التربية للعلوم الإنسانية –
جامعة تكريت

dr.rana.z.fadeil@tu.ed.iq

تطور الاستقلال المعرفي مستنداً الى نظرية "بيكرت" وعلاقته بالترويج الذاتي لدى المراهقين والراشدين

أ.م.د. رنا زهير فاضل محمد

الملخص:

هدف البحث الحالي الى الكشف عن تطور الاستقلال المعرفي لدى المراهقين والراشدين تبعاً لمتغيري العمر (١٥، ١٧، ١٩، ٢١) والجنس (الذكور والاناث) فضلاً عن التعرف على درجة الترويج الذاتي للمراهقين والراشدين تبعاً لمتغيري العمر والجنس، كما هدف البحث الكشف عن طبيعة العلاقة الارتباطية ما بين الاستقلال المعرفي والترويج الذاتي لدى المراهقين والراشدين تبعاً لمتغيري العمر والجنس، ولتحقيق اهداف البحث اتبعت الباحثة المنهج الوصفي الارتباطي، للدراسات التطورية المستعرضة، وقد شملت العينة على (٢٠٠) طالب وطالبة، مناصفة بين الجنسين، ممن يمتلكون الاعداد المشمولة بالبحث، من طلبة (الرابع، والسادس) الاعدادي. وطلبة (الثاني والرابع) كلية وتحقيقاً لأهداف البحث، قامت الباحثة بأعداد اداتي البحث الحالي لكل من مقياس الاستقلال المعرفي بأبعاده الخمسة والذي ضم (٦٤) فقرة وببدائل إجابة (خماسية)، ومقياس الترويج الذاتي الذي تكون من (٣٢) فقرة وببدائل إجابة (رباعية) وباستعمال الحقيبة الإحصائية (SPSS) للعلوم الاجتماعية والنفسية، توصل البحث الى انه يتخذ الاستقلال المعرفي مساراً تطورياً لدى المراهقين والراشدين تبعاً لتطور العمر ولم تشير النتائج الى وجود فروق دالة إحصائية تبعاً لمتغير الجنس، هذا وقد اشارت النتائج الى ظهور الترويج الذاتي لدى الاعداد المشمولة بالبحث، ويزداد بتقدم العمر، وكما اشارت النتائج الى وجود علاقة ارتباطية موجبة ما بين متغيري البحث الحالي. وهذا قد خرج البحث بعدد من الاستنتاجات والتوصيات والمقترحات.

الكلمات المفتاحية: الاستقلال المعرفي ، الترويج الذاتي ، المراهقين ، الراشدين.

Abstract:

The current research aims to reveal the development of cognitive Autonomy among adolescents and adults according to the variables of age (15, 17, 19, 21) and gender (males and females), in addition to identifying the degree of self-promotion among adolescents and adults according to the variables of age and gender. The research also aims to reveal the nature of the correlational relationship between cognitive Autonomy and self-promotion among adolescents and adults according to the variables of age and gender. To achieve the research objectives, the researcher followed the descriptive correlational approach for cross-sectional developmental studies. The sample included (200) male and female students, equally divided between the sexes, who represent the ages covered by the research, from students in (fourth and sixth) preparatory school. (Second and Fourth) College Students To achieve the research objectives, the researcher prepared the current research tools for each of the cognitive Autonomy scale with its five dimensions, which included (64) items with (five) answer alternatives, and the self-promotion scale, which consisted of (32) items with (four) answer alternatives. Using the statistical package (SPSS) for social and psychological sciences, the research concluded that cognitive Autonomy takes a developmental path among adolescents and adults according to the development of age, and the results did not indicate the presence of statistically significant differences according to the gender variable. The results indicated the emergence of self-promotion among the ages included in the research, and it increases with age, and the results also indicated the presence of a positive correlation between the two variables of the current research. This led the research to produce a number of conclusions, recommendations and proposals.

Keywords: Cognition Autonomy , Self-Promotion , Adolescents , Adult

الفصل الأول

مشكلة البحث

ساهم التنوع الكمي والنوعي لمصادر الحصول على المعرفة وتعدد قنواتها، من حيث اتفاق أو اختلاف تياراتها الفكرية والثقافية والاجتماعية وغيرها، الى ان تلقي بظلالها لتربك عملية الاستقلال المعرفي لدى الافراد، اذ جعلها تتأرجح ما بين هذه التوجهات الفكرية المختلفة، التي باتت، تستقي معارفها ومعلوماتها من التقنيات التكنولوجية والمعلوماتية المعاصرة، أو بين التوجهات الفكرية الناتجة عن مؤسسات التنشئة الاجتماعية، والتي تتفق او تعترض على ما يقدم للجيل الحالي من أفكار ومبادئ وعادات وتقاليد، زادت من حجم التحديات الفكرية، لمصادر بناء المفاهيم الشخصية الخاصة بالمراهقين والشباب، للتححرر من تحيز التبعية الفكرية للآخرين، وطريقة تشكيل نمط استقلالهم الفكري وتبلوره، على نحو يسهم في مواجهة المشكلات كافة والمساعدة باتخاذ القرارات المناسبة لها.

وثمة عواقب عدة لفشل، أو خلل الاستقلال المعرفي في حياة الفرد، ناتجة عن عدم تربية الأبناء على الاستقلالية المعرفية منذ الطفولة، والتدخل الدائم في حياتهم وخياراتهم، والحماية الزائدة لهم، أو فرض قيود بشكل يؤثر سلباً عليهم عند اتخاذهم القرارات، اذ يواجه معظم المراهقون والشباب مشكلات حياتية تتطلب ان يختاروا خيار واحد من بين عدة خيارات أخرى عديدة متاحة، وهنا قد يصعب الاختيار بما يناسبهم، مما يجعلهم قد لا يدركون مدى خطورة بعض القرارات التي يتخذونها، التي قد لا يمكنهم التمييز بينها (Thompson, 2006: 14-16) ففي أحيان كثيرة قد يتخذوا قرارات مصيرية وهم لا يعرفون ان كانت لصالحهم ام لا. فقط لان معظم افراد المجتمع يتجه نحو هذا التوجه المعرفي، مما يجعلهم ينساقوا لا ارادياً نحو تبني وجهة نظرهم بطريقة غير مستقلة معرفياً، ودون اجراء عملية تقييم ذاتي ومعرفي، لهذه القرارات، بتأثير العقل الجمعي للأسرة أو الجماعة الاقران او غيرهم (Cartledge.etal, 1985: 134 - 135)

هذا وتمثل قدرة المراهق الحكم على التقييم الذاتي، احد مصادر التنبؤ بالاستقلال المعرفي، وان أي نقص فيها، يمكنه عرقلة المسار التطوري للاستقلال المعرفي في العديد من مكوناته، ويعطي مؤشرات سلبية عنه (Demetriou, 2003: 155). وبهذا الصدد فإن معظم الادبيات والدراسات النفسية تصف فترة المراهقة المتأخرة، بأنها فترة الضغوطات والتحديات التي تتطلب اتخاذ إجراءات أو سلسلة قرارات، تتفاوت في أولوياتها منها على سبيل المثال لا الحصر، اختيار كلية أو تخصص، والتخطيط لعمل أو مهنة تناسب القدرات والإمكانات، واختيار شريك الحياة الامر الذي يتطلب، التركيز على الاستقلالية المعرفية للاقترب من أدوار الراشدين. (Beckert, 2007: 580). وبهذا الصدد فقد كشفت بعض الدراسات التتبعية الطويلة، انخفاضاً واضحاً في القدرة على اتخاذ القرار والقدرة التقييمية الذاتية المستقلة في سنوات (11, 12, 13) سنة والتي ترتفع لتحسن في سن (18) سنة (Quatman, et al, 2001: 93-95). ولطالما ان المراهقون والشباب مقبلون على سياقات اجتماعية واكاديمية ومهنية تؤهلهم للانخراط في سوق العمل والمهنة ومتطلباتها المختلفة (البنداري، ٢٠١٧: ١٣٨) فهم غالباً ما يسعون الى اظهار الافضل في قدراتهم وامكاناتهم ومهاراتهم الفردية والترويج لذواتهم بأفضل صورة، لأجل الحصول على فرصة عمل، من خلال تطبيق مفاهيم التسويق على الافراد لأنفسهم في سوق العمل أو المهنة. أن فكرة الترويج للذات، تتطلب عرض نواحي الخبرات والمهارات، لأجل التأثير على الآخرين واقناعهم بما لديه من إمكانيات تميزه عن الآخرين بصورة اكثر جاذبية وحرفية، إذ ليس من اليسير الحصول على وظيفة أو عمل في ظل ارتفاع نسبة البطالة، بازدياد عدد الخريجين، ممن لديهم شهادات اكاديمية، وفي ظل ظروف اقتصادية صعبة محلياً وعالمياً، الامر الذي ينبغي ان يكون المراهق أو الراشد، قادراً على المنافسة في ظل الاعداد الكبيرة المنافسة له من المتقدمين للعمل أو الوظائف المحدودة (أبو نبعة، ٢٠٠١: ٣٥٢ - ٣٥٤). إلا ان إشكالية ترويج الذات، هو انه من السهل ان يروج الفرد لمنتج او يتكلم عنه لدى الناس، لكن تجد من الصعب ان يتكلم أو يروج لنفسه وامكاناته، لأن هذا السلوك غالبا ما يفهم خطأً لذ فإن الكثير من الأشخاص المتقدمين للعمل، غالبا ما ينفر من فكرة الترويج الذاتي، إذ يعده البعض، كونه يمثل جزء

من تخيم الذات، أو المبالغة بإظهارها، كالتفاخر بها أو التباهي، والذي يعد امر مستهجن لدى الكثيرين، وأن هذه الرؤية للترويج، غالباً ما تكون سبباً في تردد أو تجنب الأفراد القيام بترويج شخصي أو أي نشاط تسويقي لتقديم الذات، كونها تعد بمثابة انتهاكاً واضحاً لصورة التواضع الذاتي، وشكل من اشكال الغطرسة احياناً، ونظراً لذلك نجد تعقد آلية الترويج الذاتي، في الموازنة بين تحدث الفرد عن ما يملكه من مقومات شخصية إيجابية، وبين ما قد يثيره الترويج الشخصي، من سخط الآخرين ورفضهم له، تلك المعضلة التي غالباً ما عرقلت أو اصابته، في نجاح أو فشل قصص الأفراد، ممن أجادوا الترويج لأنفسهم، أو ممن اخفقوا بذلك، على الرغم مما لديهم من معلومات أو مهارات أو كفاءات منافسة في سوق العمل والحياة عموماً (Lindeman, 2019: 220 – 222). إن فكرة المبالغة في اظهار الكفاءات الفردية عادة ما تشوه المعلومة، المتعلقة بالأداء الفعلي، فتؤدي بالمروج الى استنتاجات غير دقيقة، أو اتخاذ قرارات غير صائبة. وبذلك تتجسد مشكلة البحث الحالي فيما ما طرحه "بيكرت" في دراسته، كون معظم الأطر النظرية والدراسات السابقة قد ركزت في توجهات على الاستقلال السلوكي والاستقلال الانفعالي، وتجاهلت الاستقلال المعرفي، مبررة ذلك بأن انفعالات الشخص المستقل معرفياً تكون مستقلة أيضاً، الامر الذي يقوده الى تطوير مهارات التفكير المستقل لديه (Beckert, 2007: 581). فضلاً عن ذلك، فإن الاستقلال المعرفي، لم ينل الاهتمام الكافي، في الادبيات والدراسات السابقة، ولا سيما في الدراسات التتبعية والتطويرية منها كونه يعد مطلباً نمائياً، حرجاً على المراهق اجتيازه، وهو ليس أزمة مرحلية، بل هو من اساسيات متطلبات البلوغ والنضوج، ويمثل درجة من درجات التحكم الذاتي، والسيطرة الذاتية على مجريات الأمور والظروف، من ناحية أخرى فإن الإشكالية تكمن في طبيعة حجم التحديات المتنوعة التي تواجه المراهق والراشد في الخصائص النمائية، بفعل تأثير متغيرات اجتماعية وثقافية واقتصادية متنوعة أثرت في طرائق تفكيرهم ومعارفهم، استجابة لمتطلبات النمو للاستقلال المعرفي، فالتساؤل يكمن في معرفة الكيفية لنمو الاستقلال المعرفي أو تناقصه بتقدم العمر؟ وكيف تتم عملية الترويج للذات للمراهقين والراشدين،

كركن رئيس في عملية البحث عن عمل ومدى معرفتهم بالكفايات اللازمة لعرض الذات أو الأفكار والمؤهلات والتسويق لها؟.

مما تقدم تتحدد مشكلة البحث الحالي في نقص المعلومات عن المراهق والراشد في الكشف عن طبيعة تطور الاستقلال المعرفي وعلاقته بالترويج الذاتي لديهم.
أهمية البحث:

نال علم النفس المعرفي والاجتماعي درجة من الأهمية البحثية الملحوظة في العقدين الأخيرين إذ أصبح تركيز الضوء من قبل الباحثين على تنمية الأفكار المستقلة وتحمل المسؤولية للمراهقين باتخاذ القرار، دون الاتكال على المصادقة الاجتماعية المفرطة، وإدراك الاعتماد على الذات، والتحكم بحياته من خلال امتلاك مجموعة مهارات وقدرات، تؤهله لأخذ المبادرة، لتحديد الأهداف الشخصية وتطويرها في اطار استقلاله الذي يعد مهمه من المهام النمائية الضرورية، التي تتطلب من المراهق اجتيازها، لتحقيق مرحلة الرشد وبلوغها، ونيل الدور الاجتماعي والمكانة المناسبة فهو لا يحدث في وقت محدد عمرياً .

وانما يحدث من خلال مراحل نمو الانسان وتطوره، ويمكن الاستدلال عنه، كونه معلم نمائي للمراهقة السوية، ويتخذ صور متعددة، ترتبط بالعمليات المعرفية، والتي تتضح مع تقدم العمر واكتساب الخبرات والمعارف، وتتحدد فيها هوية الذات على نحو تدريجي فتصبح المشاعر والسلوك والمعارف منظمة ومستقلة ذاتياً (الخطيب، ١٩٩٣: ٣٢ - ٣٤)

وان القدرة على اتخاذ الاستقلال المعرفي، يتطلب دعم الاسرة والمدرسة، بتوفيرهم للفرص امام الطلبة، والسماح لهم باتخاذ القرارات المستقلة والدفاع عنها، وعادة ما ينظر الى الاستقلالية الذاتية المعرفية على نحو إيجابي كونها من مؤشرات سمات الصحة النفسية، وعامل وقائي لها للشعور بالكفاءة، وتقدير الذات، ويتداخل مع الشعور بالازدهار النفسي، فقد أظهرت دراسة (مجيد، ٢٠٢٣) الى وجود علاقة ارتباطية طردية ما بين الاستقلال المعرفي، والازدهار النفسي لدى الطلبة (مجيد، ٢٠٢٣: ١٧٧).

كما وتوصلت دراسات أخرى الى ان استقلالية المعارف والقدرة على التقييم الذاتي والتفكير التقويمي ترتبط بتطور المراهق، وتقديره الذاتي، (Hair & Grazian, 2003: 972) وقد يكون من المثير للاهتمام، ان التفكير التقويمي، تعد من اهم مؤشرات نواحي الاستقلالية المعرفية (كرين، ١٩٩٦: ١٠٥) وذلك ان مستقبل المجتمعات، يعتمد نجاحها، على توفير الطرائق الكفيلة بأن يصبح المراهقين مؤثرين وفاعلين اجتماعيا ومهنيا ومشاركين للراشدين في بعض ادوارهم الاجتماعية والمهنية (Larson 1993: 113)، وعادة ما تلعب الشخصية المستقلة معرفيا دورا رئيسيا في انتقاء الاشخاص للمجالات الاكاديمية والمهنية المختلفة التي تناسب إمكاناتهم وقدراتهم وخصائصهم الفردية المميزة، والتي تتطلب ترويج، من خلال انشائهم لرسائل ترويجية ذاتية تهدف لحصول هذه الفئة العمرية من المراهقين والشباب على حد سواء، على انتباه أو انصات الشركات او القطاعات، إذ يشكل الترويج الذاتي في أبسط صوره، عملية لفت الانتباه، الى الامكانيات، و المواهب، و الإنجازات، كونه يسلط الضوء على نجاح الافراد ليؤكد حضورهم في مجال تخصصهم.

إذ تعد عملية امتلاك الفرد لمهارة الترويج للذات بشكل فعال، ميزة مهمة، وضرورة في أيامنا هذه إذ أصبحت، الحاجة ماسة ، وقائمة على التسويق للذات وتقديمها بشكل لم تكن يوماً، أوسع مما هي عليه الان في ظل انتشار، شبكات التواصل الاجتماعي، واتساع أنماط العمل والشركات والوظائف، الأمر الذي بات من الضرورة فيه الترويج للقدرات والمهارات الذاتية، سيما ممن يحاولون، ممارسة العمل من منازلهم، وممن لا يمكنهم اللقاء بالمدراء أو الزبائن وجهاً لوجه او العكس، الأمر الذي يتطلب استثمار الوقت للتعريف بالقيمة الذاتية والمضمون الشخصي، وغالبا ما يشكل الترويج الذاتي، الرغبة الطبيعية للأشخاص في استحواذ اعجاب الآخرين، وكسب ثقتهم، الأمر الذي ينتج عنه تعزيز الثقة بالنفس، وتحسين المشاعر الإيجابية للحالة النفسية، لذا يقدم الأشخاص ذواتهم بالطريقة التي يتصوروا بأنها الطريقة الامثل لكسب ود الآخرين وتقديرهم (الحيائية وآخرون ٢٠١٩: ٢٩٧-٢٩٨) وعموماً، لابد ان يدرك المراهق أو الراشد قيمته كشخص، ورأس ماله البشري، قبل البدء بترويج ذاته وتسويقها من خلال رؤيته لتشكيل هويته الشخصية، بأن

يكون لديه الاستعداد والقدرة لبناء السمعة التي يرغب بها، وان يقدم نفسه للآخرين بمظهر الشخصية المهنية أو الاحترافية، ذلك بأن يعرف قيمته الواقعية، والأيمان بقدراته الشخصية وما يملكه من مهارات ومميزات ومواهب متفردة، تجعله مختلفاً عن منافسيه، هذا يعني ان يتمكن من ان يروج لنفسه كخبير أو فاهم في مجاله بالجمع بين حديثه عن مهاراته و إمكاناته، وبين تقديمه لمعلومات مفيدة في ميدان العمل وكيفية تحسينه لواقع العمل، ويتطلب القدرة على تطور الذات فضلاً عن تحلية بالقدرة على التفاوض والاقناع وبناء الثقة المتبادلة مما يجعل الطرف الآخر يشعر بتأثيره من خلال عملية التواصل الذكي والفعال، لإيصال رسالة معينة للطرف الآخر للتأثير عليه في رؤية الأمور كما ترغب بها (الجابر، ٢٠٢٠: ٩٨ - ١٠٣) وغالباً ما تلعب لغة الجسد دوراً كبيراً للغاية في ذلك بأن تكون مفتاحاً للتأثير وأقناع الآخرين، فضلاً على الثقة بالذات والاعتزاز بالنفس، والقدرة على التعامل مع الضغوطات والصعوبات، فيكون قادراً على الثبات رغم التحديات، ليصل الى تحقيق أهدافه لدى الآخرين (حمود، ٢٠١٥: ٧٧). ومما تقدم يمكن للباحثة ان تحدد أهمية بحثها النظرية والتطبيقية في النقاط الآتية:

١. يتناول البحث الحالي، الجوانب المعرفية في الاستقلال المعرفي، لتعزيز ادبياته النظرية ومنطلقاته الفكرية.
٢. يشكل البحث الحالي إضافة جديدة، على حد علم الباحثة في الدراسات العراقية، في ميدان علم النفس التطوري.
- نظراً لتناوله لمفهومين حديثين، يرتبطان بالبنية المعرفية والاجتماعية للمراهقين والراشدين، وهي تشكل نتاج النقلات التطورية والتكنولوجية، ومتطلبات الحصول على عمل وتداعياته، الامر الذي يسهم في عبور المراهقين الى مرحلة الرشد والشباب، أو اعاقتهما.
٣. تناوله لشرائح مهمة من شرائح المجتمع، متمثلة بطلبة الإعدادية والجامعة ، والذين يتمتعون بخصائص وقدرات عقلية واجتماعية ووجدانية وجسدية مميزة عن باقي فئات المجتمع.

٤. يقدم البحث الحالي أدوات لقياس الاستقلال المعرفي والترويج الذاتي، وتطبيقها على عينات محلية ، في بحوث لاحقية .
٥. يمكن ان تؤسس على نتائج هذا البحث قاعدة بيانات معرفية للقيام باعداد برامج ارشادية وتدريبية ، فضلاً عن الخطط التعليمية في تنمية القدرات والمهارات للمراهقين والراشدين ممن لديهم إخفاقات في الاستقلال المعرفي والترويج الذاتي .
٦. قد يفتح المجال لبحاث جديد فيما يتعلق بابعاد الاستقلال المعرفي ، فضلاً عن البحث في الترويج لمهارات الذات والتسويق لها .

اهداف البحث:

يهدف البحث الحالي التعرف على:

١. الاستقلال المعرفي لدى المراهقين والراشدين تبعاً لمتغيري (العمر، الجنس):
 - أ- للأعمار (15 , 17 , 19 , 21) سنة
 - ب- للجنس (ذكور ، اناث)
٢. دلالة الفروق الإحصائية في الاستقلال المعرفي لدى المراهقين والراشدين تبعاً لمتغيري (العمر ، والجنس):
 - أ- للأعمار (15 , 17 , 19 , 21) سنة
 - ب- للجنس (ذكور ، اناث)
٣. الترويج الذاتي لدى المراهقين والراشدين تبعاً لمتغيري (العمر ، الجنس)
 - أ- للأعمار (15 , 17 , 19 , 21) سنة
 - ب- للجنس (ذكور ، اناث)
٤. العلاقة الارتباطية بين الاستقلال المعرفي والترويج الذاتي لدى المراهقين والراشدين تبعاً لمتغيري (العمر ، الجنس).
 - أ. للأعمار (15 , 17 , 19 , 21) سنة
 - ب. للجنس (ذكور ، اناث)

حدود البحث:

يتحدد البحث الحالي بالمراهقين المتواجدين في المدارس الإعدادية في مركز مدينة سامراء ، والراشدين من طلبة كليات جامعة تكريت للدراسات الصباحية وللعماد الدراسي (٢٠٢٣ - ٢٠٢٤).

تحديد المصطلحات:

١. الاستقلال المعرفي (Cognitive Autonomy) وعرفه كلا من

"ستينبرغ" (Steinberg, 1999): وهو يمثل القدرة على التفكير والشعور، واتخاذ القرار، بسيطرة الحكم الذاتي بعيداً عن تأثير الآخرين، وتمكنه من تنقية أفكاره، فيكون قادراً على اتخاذ القرارات بشكل يجنبه المجازفة (Steinberg, 1999: 276).
بيكرت (Beckert, 2007): قدرة الفرد أو الافراد على التفكير لأنفسهم، وحكم ذاتهم بذاتهم، ويتضمن ابعاد خمسة هي: التفكير التقويمي، واتخاذ القرار، والتعبير عن الرأي، والموازنة بين الآراء، والتقييم الذاتي (Beckert, 2007: 581).
وقد تبنت الباحثة تعريف (بيكرت، ٢٠٠٧) بوصفه تعريفاً نظرياً، كون سيتم الاعتماد على نظريته في اعداد مقياس الاستقلال المعرفي.

وتعرف الباحثة الاستقلال المعرفي اجرائياً: هو الدرجة الكلية التي يحصل عليها المستجيب من خلا اجاباته على جميع فقرات المقياس، بمكوناته الخمس.

٢. الترويج الذاتي: (Self- Promotion): عرفه كلا من

ايرفنج كوفمان (Irving Goffman, 1959):

هو الأساليب أو الاستراتيجيات، المستخدمة من قبل الفرد، تجعله يبدو جذاباً للآخرين، عن طريق التحكم في الانطباعات التي يكونها عنه لدى الآخرون، من خلال سلوكه في ابراز قدراته وكفاءاته، بالتعبير عنها بعبارات، والفاظ بهدف جذب الانتباه والتأثير عليهم بما يملكه من صفات وإمكانات ومهارات خاصة (Coffman, 1959: 110).
ايركن (Arkin, 1980): هو السلوك الذي ينخرط الفرد فيه، للتأثير على الآخرين، والذي يوحي بالكفاءة والخبرة، في بيئة العمل، اثناء عملية التفاعل الاجتماعي، بغرض تقديم مظهر واثق، لشخص لديه قدرات غير عادية (Arkin, 1980: 161).

وقد تبنت الباحثة تعريف كوفمان (Coffman, 1959) تعريفا نظريا لاعتماها نظريته في اعداد مقياس الترويج الذاتي.

وتعرف الباحثة الترويج الذاتي اجرائيا: بأنه الدرجة الكلية التي يحصل عليها المستجيب من اجابته على جميع فقرات المقياس.

٣. مرحلة المراهقة: (Adolescen)

عرفها وكبيديا (Wikipedia):

انها مرحلة من النمو الفاصلة ما بين الطفولة والرشد، وتعد فترة انتقالية، تحدث فيها مجموعة تغيرات جسمية ونفسية واجتماعية ومعرفية وانفعالية، تبدأ بالبلوغ الجنسي، وهي غالبا ما تتراوح ما بين (١٠-١٩ او ٢١) عام وهي تختلف في بدايتها ونهايتها من فرد لآخر، ومن مجتمع لآخر، وهي فترة حاسمة وفريدة من نوعها في النمو الإنساني (https://ar.wikipedia.org).

٤. مرحلة الرشد: (Adult)

عرفها وكبيديا (Wikipedia):

تمثل مرحلة نمو مهمة في حياة الانسان تقع ما بين عمر التاسعة عشر ، ونهاية الخامسة والستون وتضم ثلاث مراحل هي : مرحلة الرشد المبكر ، ومرحلة الرشد الوسطى ومرحلة الرشد المتأخر ، ومن مطالب النمو في هذه المرحلة هي بداية العمل الفعلي في المهنة التي اختارها الفرد ، فضلا عن اختيار شريك الحياة الزوجية ، وغيرها . وتنتمى المرحلة بالنشاط والحيوية والاقبال على الحياة . (https://ar.wikipedia.org)

الفصل الثاني : إطار نظري ودراسات سابقة:

ستقوم الباحثة بالتركيز على استعراض بعض الأطر والنماذج النظرية، التي استند اليها البحث الحالي، لتوضيح متغيراته المفاهيمية المتناولة فيه وكالاتي:

المحور الأول: الاستقلال المعرفي (Cognitive Autonomy)

- استعراض بعض وجهات النظر المفسرة لتطور الاستقلال المعرفي:

لقد وردت كلمة "الاستقلالية" على وفق المفاهيم النفسية بتعميمات واشكال متعددة، وضعت لبيان مدى قدرة الفرد حكم ذاته بذاته، سيما وان أصل اشتقاقها، هو من مفردة

لاتينية (Autos) تعني الذات (Beckert , 2007:579). وهي تعود تحديدا لمفاهيم التنظيم الذاتي المنضبط، من غير تأييدات مجتمعية مساندة لاستقلاليتها. هذا وان طبيعة نمو الاستقلالية وتطورها، لا يحدث في وقت محدد من العمر، وانما يحدث على وفق مسار نمو الانسان وتطوره عبر سنوات الطفولة فالمراهقة فالرشد (Brandy, 2008: 79).

ويشكل "ارك ركسون" منعطفا واضحا في تقديمه لمفهوم الاستقلالية وتطورها، بأن عدها المرحلة الثانية، من مراحل تطور النمو النفسي للشخصية، مطلقا عليها (بمرحلة الاستقلالية مقابل الشك والخجل) (Autonomy Versus Shame and doubt) وتقع هذه المرحلة ما بين عمر (١٨ شهر حتى السنة الثالثة) من عمر الطفل البايولوجي الى حين وصله الاستقلالية (Erikson, 1963: 247) في الوقت الذي يرى فيه "ستينبرغ" ان طبيعة التغيرات البيولوجية والاجتماعية والمعرفية المرافقة للمراهق، هي التي دعت له لاهتمام بتنمية إحساس المراهق بالاستقلالية، مشيرا الى ان مجمل التغيرات البدنية لمرحلة المراهقة المبكرة، تستوجب تغيرات مرافقة في العلاقات الشخصية ، تتطلب قدرا من الاستقلالية العاطفية والمعرفية، والقدرة على اتخاذ القرارات وحل المشكلات، والتحرر من تبعية الطفولة، بذلك يطرح "ستينبرغ" الاستقلالية من منظور أوسع واشمل من التفردية او الاعتمادية، على نحو جوهري، في إشارة منه الى ان الاستقلالية يرافقها قدرة المراهق على إدارة مسؤولياته في غياب الرقابة الوالدية، او البالغين المحيطين به، ويعكس القدرة على التفكير المستقل، واتخاذ القرارات الخاص بهم ((Sterinberg, 1998: 91)) هذا واستمر انشغال النظريات النفسية بدراسة الاستقلالية، فقد تطرقت نظرية تقرير الذات او تحديدها (Self-Determination theory) الى قضية الاستقلالية، كونها الدليل لفهم نوعية السلوك المنظم، ومعرفة الكيفية لتطورها أو تدهورها، في ظل تطرقها لركائز ثلاث تتناول، عملية الاعتماد على الذات والاستقلال عن الآخرين، فضلا عن الذاتية، والحرية الشخصية. (Rayan & Deci , 2006: 1561) في حين يفترض "كاردنر" (Gardner, 1998) بأن المستقل معرفيا، يتميز بالقدرة على تقدير الذات، والاعتماد

على الذات، والكفاءة الذاتية، التي تمكنه من عملية تحليل المشكلات وتركيز جهودهم لحلها في ظل منظور التوجه الذاتي (Gardener, 1993: 495).

في حين يرى زيمر (Zimmer, 2001) الاستقلالية في ظل ثلاث مراحل نمائية تطويرية تبدأ بالاستقلال سلوكيا وهو يقع في مرحلة الطفولة، والذي يظهر بصورة تنظيم الذات، وثم يليه الاستقلال انفعاليا والذي يقع بمرحلة المراهقة المبكرة، محققا المقدره على ضبط الذات، ومن ثم يرتقي الى مستوى الاستقلال المعرفي، في مرحلة المراهقة المتأخرة، وصولا لمرحلة الرشد، والذي ينال الفرد به أعلى مرتبة من التفكير والتأمل، وتنفيذ مهارات التقييم الذاتي، ويعد مؤشرا لاكتساب مهارات معرفية وذهنية مناسبة ، وبذلك يأخذ الاستقلال اشكال عدة عبر مراحل النمو الإنساني، سواء كانت سلوكية أو انفعالية أو معرفية (Zimmer, et, al, 2003: 177) أذ يجد "زيمر" بأن التفكير المستقل واتخاذ القرارات، دون اعتمادية على المصادقة الاجتماعية المفرطة، يمثل الإحساس بالتحكم الذاتي وبالمعتقدات والمشاعر التي اختارها الفرد مؤشرا لنمو الاستقلالية وتطورها.

- النموذج بيكرت (Beckert) في الاستقلال المعرفي:

قدم "بيكرت" (٢٠٠٥) إنموذجه النظري للاستقلال المعرفي، موضحاً بأن هنالك جوانب مستقلة للاستقلال المعرفي يمكن تحديدها، على نحو منفصل تماما عن الاستقلالية السلوكية والاستقلالية الانفعالية، من خلال ما قام به من ممارسات بحثية، ودراسات، عن موضوع الاستقلال الذي نتج عنه تقديمه لمصطلح حديث يتضمن الاستقلال المعرفي، كبديل اكثر شمولية من المصطلحات الأخرى المرتبطة بالاستقلالية، او مكملها، كونه يضم عناصر معرفية، تمثل تحليلا مفاهيمياً للاستقلال المعرفي، نتج عنها تحديده لخمس ابعاد (Beckart, 2005; 300) وفيما يلي عرض لهذه الابعاد الخمسة وكالاتي:

ابعاد الاستقلال المعرفي "لبيكرت"

١. التفكير التقويمي (Evaluative Thinking):

يمثل احد مكونات الاستقلالية المعرفية، وهو قدرة المراهق على التأمل في أفكاره، وعواطفه وقدرته على استعمال التحليل، والاختيار الذاتي على نحو افضل (Reiser,)

12: 2007) وتؤكد الأبحاث المعرفية بمجملها على ان مرحلة المراهقة، تمتاز بتغيرات جسدية معرفية وغيرها، ينعكس اثرها على التفكير التقويمي، والذي يرتبط بقدره المراهق على تحليل المواقف وتأملها، ومحاولة التحكم بها ومراقبتها، مع تقدم العمر، إذ غالباً ما يكون الفرد غير ناضج بما فيه الكفاية خلال المراهقة المبكرة، فالقشرة الدماغية المسؤولة عن التفكير المعقد، هي الجزء الأكبر من الدماغ، الا انها تعد الجزء الأبطأ خلالها، فهي اخر جزء ينضج من الدماغ، وهي المسؤول الوظيفي عن تنظيم الأفكار وتقييم أفعال الفرد لذاته، ويعتقد علماء الاعصاب، ان نموها لا يكتمل حتى عمر الخامسة والعشرين عاما، وبذلك فأن معظم المراهقين، اقل قدرة على التفكير التقويمي للأحداث المحيطة بهم، مقارنة بالراشدين (Giedd et, al, 1999: 862).

٢. صوت أو التعبير عن الآراء (Voicing Opinions):

يمثل القدرة التواصلية للتفاعلات الناجحة بين المراهقين أو الراشدين، للتعبير عن الآراء بطرق مناسبة سلمية، للتأثير في إدراكات الآخرين، وينطوي أيضا في الرضا عن العلاقات البين شخصية، (أي بين الفرد وذاته) وهذه القدرة في التعبير عن الآراء، تتباين بين المراهقين والراشدين، وتسهم في تطوير علاقات إنسانية صحية، تيسر النمو الاجتماعي والعاطفي من خلال التعبير عن المشاعر، فضلا عن انها تسهم في تشكيل الهوية الشخصية لديهم (Thompson, 2006: 13-14).

٣. اتخاذ القرارات (Decision Making):

تعد عملية صنع القرار، بمثابة التفكير بعمق لأجل الاختيار المناسب لحالة معينة، تحتاج الى قرار معين من خلال الأخذ بنظر الاعتبار بالعواقب المحتملة، الناتجة عن وجود خيارات متعددة، وعادة ما تتطلب هذه العملية، مهارات في التفكير التحليلي والتقويمي، مع الأخذ بنظر الاعتبار القدرة على تقييم الاحتمالات ودراسة الأفكار المطروحة، وغالبا ما يقرر المراهقون اكتشاف العواقب الذاتية لديهم، بدلا من امعان النظر في الأدلة المحتملة لردود افعالهم، وهم عادةً ما يركزون على ردود الافعال الاجتماعية الايجابية المقبولة لأقرانهم، خلال عملية تفاعلات الاقران الاجتماعية (Peers Social Interactions) عندما يتطلب منهم اتخاذ قرارات المخاطرة، بدلا من التركيز على النتائج

السلبية، المترتبة عليهم، اذ غالبا ما يشاع عن المراهق مغامرته باتخاذ قرارات تعد خطرة بنتائجها، لا سيما ممن تقع أعمارهم تحت سن السادسة عشرة، كونهم اقل نضجا فكريا واجتماعيا وانفعاليا وغيرها، مقارنة بالراشدين (Berger, 1998: 12-13).

٤. التقييمات الذاتية (Self Evaluations):

ويمثل القدرة على الحكم على القيمة الذاتية الفردية، وهو ينطوي على تقدير الكفاءة الذاتية الفردية وتصنيفها من خلال تحديد نقاط الضعف والقوة فيها، وغالبا ما يستخدم تقييم الذات لوصف المعتقدات الشخصية في مجالات معنية تضم الجوانب المعرفية، والسلوكية، والأكاديمية، والاجتماعية، او جوانب تحقيق اهداف معنية، او الجوانب البدنية والجاذبية الشخصية، والتي بالإمكان استثمارها لتحقيق قضية تخص اهداف المراهق الأساس، كأن يحقق انجازات اكااديمية افضل أو الالتحاق بسوق العمل او غيرها (Bridges & Zaff, 2001: 15-17) وبذلك تشكل قدرة المراهقين على تقييم قدراتهم ومهاراتهم، من المهام الأساس لتطوير التفكير المستقل لديهم، بدلاً من الاتكال على الآخرين، في تقرير المصير الذاتي، وتقدير الذات، إذ اشارت الدراسات الاكاديمية، الى ان تقييم الذات يتحسن، بفعل التطور النهائي الذي يمر به المراهقون، نتيجة اكتسابهم المعارف، وتحسين الصورة الذهنية للذات لديهم، نتيجة التطور المعرفي نظرا لتطور معتقداتهم الذاتية عن انفسهم (Peetsma & Roede, 2005: 209-211).

٥. الموازنة أو المقارنة بين الآراء (Comparative Validation):

وتتمثل في التحولات النوعية التي تحدث للفرد لا سيما المراهق، تمكنه من حسم خياره من بين عدة خيارات مطروحة له، والتي تشير الى القدرة على المقارنة والموازنة بين الأفكار أو الأشياء المتاحة، باستخدام عمليات ذهنية معقدة، لغرض مقارنة الأفكار المتاحة من قبل الآخرين، ووزن تأثيرها في نمط اختياره (Beckert, 2007: 881-882).

المحور الثاني: الترويج الذاتي (Self-Promotion)

مقدمة:

يُرد مفهوم "ترويج الذات" (Self-Promotion) بتسميات وعناوين متعددة، فتارةً ما يُرد تحت مسمى "تسويق الذات" (Self-Marketing)، أو تقديم الذات (Self-Presentation) وتارةً أخرى يُرد بمسمى "علامة الذات أو العلامة الشخصية" (Personal or Self - Branding) أو "بالإعلان عن الذات" (Self - Advertisement)، وعلى الرغم من أن معظم الدراسات والبحوث، في هذا المجال، قد تطرقت للمصطلحات العلمية هذه على نحو متبادل في كثير من الأحيان، إلا أن بعضهم، قد اتخذ من هذه التسميات، مثار جدل كبير بين الباحثين، من حيث اعتقاد معظمهم بأنه على الرغم من هذا التعدد والتنوع الاصطلاحي، لهذه المفاهيم السابقة الذكر، إلا أنها تمثل عدة وجوه لعملية واحدة، لذا غالباً ما يميلوا لاستخدامها على نحو مترادف، وفي الواقع أن هذه المصطلحات تلتقي في نواحٍ، وتختلف وتتباين عن بعضها البعض الآخر في نواحٍ أخرى.

ويشكل تسويق الذاتي، المظلة الأشمل، والتي يتفرع منها باقي الاصطلاحات المتمثلة بـ (الترويج، والعلامة، والإعلان، والتقديم) الذات وغيرها، وهو يمثل أحد المواضيع الحديثة في أدبيات التسويق عموماً، والذي يرمز إلى الكيفية، التي يمكن للأفراد، أن يسوقوا لأنفسهم في وسط ما، لتحقيق التقبل والشهرة، وتعد هذه العملية التسويقية الشخصية من الأمور المعقدة نظراً لارتباطها بسلوكيات الأفراد، وتتطلب مجموعة وسائل وأساليب متنوعة، منها أنها ترتبط بثقة الفرد وقدراته، وتمتعه بالقدرة على التفاوض وإقناع الآخرين، فضلاً عن امتلاكه لقدر من الذكاء الشخصي، الذي يمكنه من هندسة الذات، من أجل الوصول إلى تحقيق الترويج الذاتي إلى الفئة المستهدفة، لذاته وقدراته والتأثير فيهم، لدرجه جذبه لانتباههم اليه، لينال تفضيلاتهم مقارنة بغيره من الأفراد (المصري، ٢٠٠٦: ٧٨-٨٩) فترويج الذات، يتطلب أحد نواحي الذات الخاصة بالعلاقات العامة (Public Relation) أو (Publicity) بين

الأشخاص وهي تسهم بتشكيل صورة مرغوبة اجتماعياً عن الذات، لتقديمها للآخرين فهي تمثل أداة فاعلة لتحريك المشاعر، وتفاعلها مع انطباعات الآخرين، لذا غالباً ما يطلق عليها "بالتحكم بالانطباع او الانطباعات" (Impression management) والذي أشار اليه "شلينكر" (Schlenker, 1980)، كونه محاولة للتحكم أو السيطرة على الصورة التي يسقطها الشخص، اثناء التفاعلات والعلاقات الاجتماعية العامة، ويبدو انه ينظر الى التحكم بالانطباع، كونه يشكل الفكرة الاوسع للنتائج المتعلقة بترويج الذات، كونه يتحكم بالدوافع الترويجية للذات، والملائمة للوصول الى الأهداف الخاصة (Leary & Kowalski, 1990:36)

استعراض بعض النظريات المفسرة للترويج الذاتي:

١. نظرية إدارة الانطباع (Impression Management Theory):

قدم عالم الاجتماع "السوسيولوجي" "إرفينغ كوفمان" (Erving Goffman) نظريته هذه في الترويج للذات ضمن كتابه (تقديم الذات في الحياة اليومية) (The Presentations of Self In Everyday Life) إذ يعد أول من ساهم في ابتكار مصطلح الترويج الذاتي (Self - Promoting)، والذي عادة ما يستعمل وعلى نحو مماثل لمصطلحات تسويق الذات او تقديمها والذي يعد في جوهره، ووفقاً لنظريته إدارة الانطباع، بأن الشخص باندفاعه نحو تحقيق أهدافه وطموحاته الخاصة، يلجأ لتغيير فكرة الآخرين عنه أو التأثير عليهم، إذ تتمحور مفاهيم هذه النظرية، حول رغبة الأشخاص في سعيهم لتقديم انفسهم أو التسويق لها، في ضوء الطرائق التي ترضي غاياتهم وتوجهاتهم الانية والمستقبلية، باستخدام طرائق التواصل اللفظية او غير اللفظية، في محاولة التحكم برود أفعال الآخرين عنهم، بتقديم صورة تتوافق مع نواياهم وأهدافهم العلمية إذ قدم "كوفمان" مفهوماً يتمثل بالتركيز على الكيفية التي يقدم بها الأشخاص انفسهم، ويسوقوا لها في ظل ظروف الحصول على العمل، للتأثير على انطباعات الآخرين وإدارتها، بآلية إدارة الشخص، وضبطه للانطباع عنه، ضمن عملية تحديد ما يميزه كفرد عن باقي الافراد، في السعي نحو مواءمة السلوكيات، بجعلها مفهومة ومقبولة واكثر جاذبية للآخرين، اثناء عمليات التفاعل الاجتماعي (زايتلن، ١٩٨٩: ٣١٧-٣١٨) هذه العملية

التي يحاول الفرد بموجبها التأثير على آراء الآخرين، والسعي لفرض هويته الشخصية، والتسويق لها في ظل فاعلية التواصل الاجتماعي، ذلك بتقديم الافراد معلومات عن ذواتهم، أو صورة عن انفسهم بمراعاة مطابقة الافراد لتوقعات الجمهور المستهدف وتخميناته أو متطلباته، كما وانها تتضمن محاولات لان يبني الافراد صوره عن ذواتهم، لخلق هوية خاصة بهم تستحوذ على انطباعات مرغوبة في اذهان الآخرين عنهم، (Vijayabann.et al, 2018: 693 -694) وهي تشكل نمطاً من المحاولات الواعية، للتحكم بالانطباع، بفعل دور العوامل الترويجية للذات، في إيصال الانطباعات الصحيحة، التي تزيد من احتمالية الحصول على نتائج مرغوبة، وتجنب النتائج غير مرغوب بها، وبذلك تسهم بتهيئة ظروف عمل جيدة للفرد (Bolino, 1999: 84) هذا ويتميز "كوفمان" بالتوغل بطبيعة البنية الديناميكية السيكلوجية، للفرد في ظل الميدان التفاعلي الحيوي، الذي يمثل مدخلاً سوسيولوجياً، متطوراً لفهم السلوك الاجتماعي، وتحليل التفاعلات الاجتماعية، في مسار تناوله لمختلف الظواهر الاجتماعية، على وفق استخدام خشة التمثيل المسرحي الرمزي، لاستكشاف أبعاد الأدوار المتنوعة للسلوك الإنساني، في محاولة السيطرة نفسياً واجتماعياً على انطباعات الآخرين، من خلال السعي لإخفاء الجوانب السلبية، وإظهار النواحي الإيجابية، لحماية صورة الذات، والترويج لها على افضل صورة بشكل يتناسب مع مكانة الدور الذي يلعبه الفرد المروج لنفسه وهو ما اطلق عليه "كوفمان" (بالأداء) في ظل عملية الانخراط بأنشطة، تحكمها قواعد وقوانين اجتماعية، صانعة للترويج الذاتي، تتناغم مع التفاعلات الرمزية المؤثرة على إدارة الانطباعات المقبولة ما بين المرسل والمستقبل والتي تتناسب مع حماية الصورة الترويجية الإيجابية للذات وفي مسار هذا الأداء المسرحي، يقدم الافراد انفسهم ويسوقون لها، على وفق نسق من الأدوار التي يؤدونها في الحياة الاجتماعية، في مختلف توجهاتها وتقاطعاتها، إذ يعد الفرد "مثلاً" يتحلى بالمقدرة على اختيار الدور الذي يؤديه، ويروج لذاته بشكل يتوافق مع طبيعة المتطلبات المجتمعية، في اظهار ذاته على نحو مرغوب فيه، لتعزيز فرص نيل المقبولية الترويجية، من خلال عمل الافراد باجتهاد على تحسين تسويقهم الخاص، على نحو مقبول دون افراط أو تفريط في سياق هذا التفاعل، بتقديم

صورة عن انفسهم ، تناسب الغايات التفاعلية القائمة، على مبدأ التوافق مع المجتمع ومتطلباته (Goffman, 1959: 4-6) وبذلك فإن نظرية "كوفمان" تستند على مسلمة أو افتراض قائم على اثر (المظاهر السطحية) التي يتم انشاؤها في ظل التفاعلات الاجتماعية، باستعراض الذات والتسويق لها أو تقديمها بافضل صورة ذاتية، بمحاولة دفاعية نشطة من اجل التأثير على الانطباعات الخارجية للآخرين، بأي شكل من الاشكال الترويجية للذات (Reynolds & Herma, 2003: 630).

٢. نظرية تقديم الذات الاكتسابية الوقائية:

Acquisitive and Protective Self-Presentation

ويطلق عليها بنظرية "روبرت آركن" (Robert m. Arkin) نسبة لمُنظَرها، الذي يمثل أحد "سايكولوجي الذات المعرفية" (Cognitive Self- Psychology) مشيراً الى إفتراض أساس نظري يستند الى ان تقديم الذات أو الترويج لها، يحدث بفعل نمطين الا وهما: نمط تقديم الذات الاكتسابي (Acquisitive) وفيه يقدم الفرد ذاته على وفق هذا النمط لغاية اكتساب الاستحسان الاجتماعي ورضا الآخرين، لينال النتائج الإيجابية المحتملة للعلاقات الاجتماعية، فضلاً عن المتعة والبهجة نتيجة الروابط الاجتماعية بالآخرين، وعادة ما يمثل هذا النمط أساس معظم التعاملات والتواصلات الاجتماعية لتقديم الذات إيجابياً قدر المستطاع، في حين يشير نمط تقديم الذات الوقائي (Protective) الذي فيه يتم تجنب الاستهجان الاجتماعي والرفض ويتباين هذا النمط عن النمط السابق، في كونه يتم تجنب الآخرين لنيل الحماية والوقاية المجتمعية والنفسية إذ يسعى الافراد فيه، لتجنب الفشل والخسارة في العلاقات وذلك لملازمة بعض التحديات الاجتماعية، لمعظم العلاقات الإنسانية بالمجمل (Arkin, 1987: 188-190) وان كلا النمطين في تقديم الذات والترويج لها، وجدت، لتوضح سير التباينات في ردود الأفعال لدى الافراد اجمالاً لدرأ المخاطر الاجتماعية وتطويقها، وخلق انطباعات تعود عليهم بالأمان والراحة النفسية، وتجنب الاستهجان من قبل الآخرين (Arkin, 1981: 3) وقد أشار "اركن" الى ان كلا من توجهات الأهداف وسياق الموقف

التفاعلي فضلا عن خصائص شخصية المروج ومهاراته الاجتماعية ، تعد متغيرات مؤثرة في طبيعة نمطي تقديم الذات والترويج لها (Arkin, 1980:39)

مناقشات الإطار النظري:

مما تقدم من استعراض للمدخل النظري لمتغيري البحث الحالي، تود الباحثة التقدم بمناقشها له وكما يلي:

تباينت وجهات النظر الأدبية، في تناولها لمفهوم "الاستقلال"، عموماً في الوقت الذي يرى بعض المنظرين انه يمثل حرية الاختيار، والسعي نحو الأهداف والتحرر من التبعية للكبار او الوالدين، بالاعتماد جزئياً او كلياً على علاقة المراهق بممثلي السلطة الاسرية أو كرد فعل أو استجابة لهم، كفك الارتباط، والتبعية الطفولية لهم مع الوالدين، والحرية في تنفيذ الاختيارات ومتابعة تنظيم سلوكيات الفرد ومعارفه، في حين ينظر اليه معظم علماء النفس، لاسيما المنظرين والمتخصصين بالدراسات النمائية، في تقديمهم للاستقلالية، كونها مرحلة تقع ضمن مراحل النمو النفسي والشخصي والاجتماعي في نظرياتهم التطورية، ولعل من ابرزها المنظر "ارك ركسون" الذي يشكل الاستقلال مفهوماً مركزياً تطورياً لديه والذي يختلف عن ما طرحه كلا من "ستينبرغ و زايمر" في مفهوم الاستقلالية السلوكية و الانفعالية، الا انه اختلف معه في الاستقلال الوظيفي، إذ أضاف بدلاً منه الاستقلال القيمي، الذي يمثل أكثر من مجرد القدرة على مقاومة الضغوط، التي تفرضها متطلبات المحيطين، انما يعني وجود منظومة مبادئ ومعايير تحدد الصواب والخطأ في القرارات المصيرية، وبالمقابل فإن طبيعة مفهوم الاستقلال المعرفي، قد ارتبط بـ"بيكرت" حصراً، والذي قدم نموذجاً للاستقلال المعرفي، كبديل لمفهوم الاستقلال السلوكي والانفعالي، إذ عد الأخيران قاصران في التطرق للجوانب المعرفية، في الاستقلال من خلال الدراسات التي قام بها، فضلاً عن ان "بيكرت" قد تعامل مع الاستقلال المعرفي، كونه يمثل خمسة ابعاد في حين يختلف "بيكرت" مع "ارك ركسون" الذي ينظر الأخير للاستقلال كونه يمثل أزمة من أزمات النمو للشخصية في مرحلة الطفولة، فضلاً عن تعامله مع الاستقلالية، من خلال عرض "اركسون" لمفاهيم نظرية متعددة كمعالم نمائية بارزة في مرحلة المراهقة والرشد والشيخوخة.

ويمثل التوجه المعرفي في الاستقلال النفسي المتغير الأساسي في البحث الحالي ، بارتكازه الى البنى المعرفية للمراهق والراشد، المتعلقة بالتفكير والتقويم واتخاذ القرارات والتعبير عن الرأي، والموازنة بينها في ضوء البناء المعرفي الفردي، بعيداً عن آراء الآخرين.

وبذلك فقد تبنت الباحثة نظرية "بيكرت" للاستقلال المعرفي، اذ تعد هذه النظرية رائدة في تناولها لمفهوم الاستقلال المعرفي، على نحو مبتكر وأوسع شمولاً، بأبعادها الخمس المكونة للمفهوم الا وهي: التفكير التقويمي، والتقويم الذاتي، واتخاذ القرار، والحكم على الآراء، والتعبير عن الرأي. موازنة بالنظريات الأخرى، في قياس الاستقلال المعرفي في البحث الحالي وتفسيره.

اما فيما يتعلق، بالمتغير الثاني للبحث الحالي، الا وهو الترويج الذاتي، ومن خلال ما تم عرضه، فإن ترويج الذات أو التحكم بإدارة الانطباع أو تقديم الذات أو التسويق لها ، بتعدد مسمياته المفاهيمية وفقاً لمنطلقاته النظرية، بتعدد وجهات النظر التي فسرتها، كونه مفهوماً نشأ في رحاب علم الاجتماع ومن ثم تناوله منظرو علم النفس، ومن ثم شاع في مجالات علم النفس الاجتماعي وسيكولوجية الشخصية والذات ثم اقتبسه علماء من مجالات أخرى علمية متنوعة، منها على سبيل المثال، مجال إدارة الاعمال والاقتصاد وغيرهم، هذا وتعد نظرية "كوفمان" النظرية الأكثر شيوعاً، فهي من أوائل النظريات التي وضعت لتفسير الترويج الذاتي، وكيفية تقدم الفرد لإمكاناته وقدراته والترويج لها في سوق العمل أو الحياة عموماً، في حين اختلفت عن نظرية "اركن" الذي سعى للترويج للذات، على وفق نمطين باكتساب استحسان الناس ورضاهم او بالترويج لها عبر وقاية الفرد وتجنبه الآخرين، وقد تبنت الباحثة نظرية "كوفمان" للترويج الذاتي في البحث الحالي، كونها نظرية شاملة بتفسير المفهوم وقياسه موازنة بالنظريات الأخرى.

دراسات سابقة:

نظراً لافتقار البيئة العربية والمحلية للدراسات ذات الصلة للكشف عن العلاقة الارتباطية البنائية بين متغيري البحث الحالي مع بعضهما وافتقارها الى الدراسات التطورية

النمائية لطبيعة المتغير الأول فإنه قد تم الاقتصار على الدراسات التي تناولت متغيري الدراسة الحالية وعلاقتهما بمتغيرات أخرى نفسية لم تتناولها الدراسة الحالية وكما يأتي:

أولاً: دراسات سابقة تناولت الاستقلال المعرفي:

١. دراسة بيكرت (Beckart ,2007)

فحص التطور المفاهيمي والفائدة المحتملة لمقياس الاستقلال "A Conceptual Investigation and Instrument Development Cognitive Autonomy and Self-Evaluation In Adolescence"

سعت الدراسة التعرف على تطور البناء المفاهيمي لمقياس الاستقلال المعرفي، فضلاً عن التأكد من العلاقة الارتباطية أو المستقلة بين ابعاده، وحساب مؤشرات الصدق والثبات للمقياس، على عينات من طلبة المرحلة الثانوي للصفوف (السابع، والتاسع، والحادي عشر) فضلاً عن طلبة المرحلة الأولى من الجامعة، والكشف عن دلالة الفروق احصائياً في مكونات مقياس الاستقلال المعرفي، وقد طبقت الأداة على عينة تضم (٨٥٢) طالب وطالبة، باستخدام مقياس "بيكرت" (CASE)، وبذلك أظهرت النتائج: ان مقياس الاستقلال المعرفي يضم مكوناته الخمس وهناك علاقة ارتباطية عالية بينهم وتوجد هنالك فروقاً دالة إحصائية في الاستقلال المعرفي لصالح طلبة الجامعة مقارنة بالمرهقين الذي يمثلون طلبة المدارس الثانوية (Beckart, 2007: 578-594).

٢. دراسة لي وخرون (Lee et al ,2009)

العلاقة مابين التوجهات القيمية الثقافية الفردية والجمعية ، والاستقلالية الانتقالية The Relationship Between Individualistic, Collectivistic and Transitional Cultural Value Orientations and Adolescents Autonomy and Identity Status .

أجريت الدراسة في تايوان، هدفت الى الكشف عن الفروق الفردية في طبيعة توجهات القيم الثقافية، والاستقلالية المعرفية، وحالات الهوية أو أوضاعها لدى طلبة الثانوية، ممن يسكنون الريف والمدينة من كلا الجنسين، وقد ضمت العينة (٧٨١) طالباً وطالبة. وأشارت النتائج الى وجود فروقاً بين الذكور والاناث في طبيعة الإفصاح عن

الآراء، والتقييم الذاتي كما وظهرت فروقا دالة ما بين طلبة الريف والمدينة في التفكير التقويمي ولصالح طلبة الريف (Lee et al,2009: 1007) .

٣. دراسة بن الحسين ولشارولبانا ٢٠١٩

Cognitive Autonomy) ماليزيا (Differences among Adolescents In Malaysia)

سعى البحث الى الكشف عن الاختلافات في مجالات الاستقلال المعرفي ما بين المراهقين، وقد تمت الدراسة في (ماليزيا) شارك، في هذه الدراسة مراهقين من طلاب المرحلتين المتوسطة والثانوية بولاية (قدح) (Keddah)، اجابت عينة البحث التي تكونت من (٩٤) طالب وطالبة، على مقياس الاستقلال المعرفي "لبيكرت" (CASE)، وتمت مقارنة النتائج على أساس متغيرات الجنس والمرحلة العمرية، وقد أبرزت النتائج الى ان طلاب المدارس الثانوية، قد سجلوا درجات اعلى على مقياس الاستقلال المعرفي، مقارنة بطلبة المدارس المتوسطة في المجالات الخمس للمقياس، وقد تم تصنيف الاناث في المدارس المتوسطة بأنهن، أعلى في مستوى الاستقلالية المعرفية (التفكير التقويمي، وصنع القرار أو اتخاذه)، مقارنة بالذكور

٤. دراسة جادوسوفا وآخرون (Gajdosova et.al , 20003)

Chang es In Cognitive Autonomy during early Adolescence"

هدفت الدراسة التي تمت في (سلوفاكيا)، الى الكشف عن التغيرات النمائية التطورية في الاستقلال المعرفي لدى المراهقين في الاعمار ما بين (١١-١٣) سنة، على عينة تضم (٤٩٧)، وتم تطبيق المنهج الطولي في الدراسة الوصفية التتبعية، وباستخدام الوسائل الإحصائية تم التوصل الى ان مكونات الاستقلال المعرفي تتخذ مسارا تطوريا بتقدم العمر وبمرور الزمن، وقد وجدت فروق دالة إحصائية في مستوى التغيرات التطورية في الاستقلال المعرفي لدى المراهقين في كافة ابعاده، في حين حقق زيادة في بعد اتخاذ القرار، فقد لوحظ ارتفاع في درجته، عند معظم افراد العينة من المراهقين بتقدم العمر،

وكما لوحظ ان الفتيات المراهقات حققن مستويات اعلى بالاستقلال المعرفي مقارنة بالمراهقين من الذكور (Gajdosova, et,al, 2022: 32-42)

ثانياً: دراسات تناولت الترويج الذاتي

١. دراسة شوكر (Shuker, 2010): حالة متعددة من تسويق (الترويج) الذات ما بين الاعمار (١٦-١٩) عام لدى طلبة الجامعة " Amulti-Case Study of Self-marketing amongst to University"

هدفت الدراسة الى فهم كيفية ترويج الطلبة لمهاراتهم الاكاديمية والشخصية، في سياق التقديم للحصول على مقعد جامعي، فضلاً عن التعرف على الممارسات والأساليب والمعلومات، والمواقف التي تميزوا بها، لأجل ترويج الذات، وقد اشارت النتائج الى ان كل مؤسسة اكاديمية، كان لها وضع معايير متميزة فيما يتعلق بترويج الذات، كون تلك المؤسسات تشكل هدفاً دائماً من قبل، الطلبة وعبر استراتيجيات وسياسات للترويج عن انفسهم، من خلال الإعلان عن انفسهم، والتسويق الشخصي لهم في ضوء أدائهم على المجموعة مقابلات واختبارات واستنتاجات وغيرها

٢. دراسة "منصور" (٢٠١٩) أساليب تقديم الذات، وأنماط التعلق والهناء النفسي لمنبئات الإدمان الفيسبوك لدى عينة من الطلبة الدراسات العليا:

هدفه من الدراسة التحقق من وجود علاقات ارتباطية ما بين درجات طلبة الدراسات العليا في ابعاد الفيسبوك، وابعاد كلا من أساليب تقديم الذات، وأنماط التعلق، والهناء النفسي، ومدى إمكانية التنبؤ بدرجات ادمان الفيسبوك لدى طلبة الدراسات العليا، من درجاتهم في كل من أساليب تقديم الذات، وأنماط التعلق، والهناء النفسي، وشملت العينة على (٣٨٠) طالب وطالبة، وقع اختيارهم من طلبة الدراسات العليا في كلية العريش، وتراوح أعمارهم بين (٢٣-٣٧) عام وتم تطبيق أدوات البحث التالية على العينة، مقياس ادمان الفيسبوك اعداد Andreassen Torsheim, Brunborg & Pallesen (2012) ومقياس أساليب تقديم الذات اعداد (Rosenberg, 2009) ومقياس الخبرة في علاقات وثيقة (لقياس أنماط التعلق) اعداد (Rom & Alfasi 1995) ومقياس الهناء النفسي اعداد (Ryff & Keyes, 1995) وقد اسفرت النتائج عن تباين النسب

المئوية لمدمني، وغير مدمني الفيس بوك، فقد بلغت النسبة المئوية لمدمني الفيسبوك (٢٠%) في حين بلغت النسبة المئوية لغير مدمني الفيس بوك (٨٠%) وأشارت النتائج أيضاً الى عدم وجود، فروق دالة إحصائية بين الطلاب والطالبات مدمني الفيس بوك ووجود علاقة ارتباطية موجبة ما بين أساليب تقديم الذات والهناء النفسي وادمان الفيس بوك وقد اسهم ابعاد كلا من اساليب تقديم الذات وانماط التعلق بنسبة دالة إحصائياً، في متغير ادمان الفيس بوك (منصور، ٢٠١٩: ١٠٦٥ - ١٠٠٥)

موازنة الدراسات السابقة:

بعد استعراض الدراسات السابقة على وفق محورها لذا ستم عملية مناقشتها، في ضوء كل دراسة من حيث الأهداف، والعينة، والأدوات، والنتائج، ومدى نقاط الاختلاف والاتفاق بينهما، ومدى الإفادة منها في الدراسة الحالية، مع الإشارة الى نقاط التميز والاضافة في البحث الحالي عن نظائره من الدراسات السابقة وكالاتي:

لقد تباينت الدراسات السابقة ذات العلاقة بالمحور الأول لمتغير الاستقلال المعرفي، في أهدافها، بين التعرف على مكونات الاستقلال المعرفي مثل دراسة (بيكرت، ٢٠٠٧) التي هدفت الى معرفة العلاقة الارتباطية ما بين المكونات الخمس لمقياس الاستقلال المعرفي، وفي نمو الاستقلال المعرفي لصالح الاعمار الأكبر وما بين التعرف على العلاقة الارتباطية ما بين متغير الاستقلال المعرفي، ومتغيرات أخرى، مثل دراسة (لي واخرون، ٢٠٠٩) التي سعت الى معرفة درجة العلاقة ما بين الاستقلالية المعرفية، وتوجهات القيم الفردية والجماعية، وبين التعرف على التباينات والمتغيرات في الاستقلالية المعرفية لما جاء في دراسة (بن الحسين ولشار ولوبانا، ٢٠١٩) والتي هدفت الى معرفة درجة الاختلافات بين المراهقين في الاستقلال المعرفي وعلى وفق الثقافة الماليزية، ودراسة (جادوسوفا، واخرون، ٢٠٢٣) التي هدفت الى معرفة التغيرات النمائية في الاستقلال المعرفي على وفق الدراسات الطولية خلال المراهقة المبكرة حصراً، ومعرفة أي من الابعاد تظهر لدى الذكور مقارنة بالإناث، على وفق الثقافة (السلوفاكية). اما نواحي الاتفاق ما بين دراسات الاستقلال المعرفي، فمن الواضح انها اتفقت تماماً في اعتمادها على نظرية (بيكرت) واستنادهم عليها وعلى مكوناتها، فلم تخرج أي دراسة عن هذا

الإطار النظري لبكرت. اما فيما يتعلق بالعينات فقد تباينت ما بين مراهقين وطلبة كليات راشدين ويتباين اهداف الدراسات وفيما يتعلق بأدوات القياس المعتمدة في الدراسات السابقة، فقد تم بنائها او اعدادها، او طبقا للإطار النظري للمنظر "بيكرت" فقد اتفقت جميع الدراسات السابقة في اعتمادها على نظرية "بيكرت" وجميع الأدوات المستخدمة في الدراسات السابقة قد تم بنائها أو اعدادها طبقا لنظرية "بيكرت". اما فيما يتعلق بمتغير الترويج الذاتي فقد تباينت اهداف الدراسات السابقة التي تناولت ترويج الذات ما بين فهم التغيرات التطورية في كيفية الترويج الذاتي للطلبة في سياق تقديم السيرة الذاتية لهم لغرض الحصول على مقعد جامعي كما جاء في دراسة (شوكر، ٢٠١٠) وما بين الكشف عن طبيعة العلاقة الارتباطية بين درجات الطلبة على تقديم الذات عبر صفحات الفيس بوك ودرجاتهم على مقياسي أنماط التعلق والهناء النفسي كما جاء في دراسة (منصور، ٢٠١٩). هذا وقد تباينت اعمار العينات ما بين عمر (١٦-١٩) كما في دراسة (شوكر، ٢٠١٠) وبين عمر (٢٣ - ٣٧) في دراسة منصور (٢٠١٩). اما عن أدوات القياس المعتمدة في الدراسات السابقة لهذا المتغير فقد تباينت ما بين بناء واعداد وعلى وفق مسلمات نظرية كوفمان.

اما عن نقاط الاتفاق أو الاختلاف مع الدراسات السابقة بخصوص المتغير الأول (الاستقلال المعرفي) فإن الدراسة الحالية لم تخرج عن الإطار العام للدراسات السابقة، فقد تم الاعتماد على نظرية "بيكرت" كإطار نظري، وكموجه في اعداد أداة القياس، وقد اتفق البحث الحالي مع معظم الدراسات السابقة باتباعها المنهج الوصفي في منهجية البحث إلا انه قد تميز عنهم في اتباعه المنهج التتبعي للدراسات التطورية المستعرضة، فضلا عن تميزه بأهدافه فقد سعى البحث الحالي الى الكشف عن المسار التطوري للاستقلال المعرفي تبعا للأعمار (١٥، ١٧، ١٩، ٢١) والتعرف على طبيعة العلاقة الارتباطية ما بين الاستقلال المعرفي والترويج الذاتي لدى المراهقين والراشدين. ولا توجد دراسة سابقة قد تناولت المسار التطوري او طبيعة العلاقة الارتباطية هذه على حد علم الباحثة، ولا سيما دراسة عراقية لم تتناول متغير الاستقلال المعرفي على نحو تطوري، وفقا لنظرية "بيكرت"

الفصل الثالث: منهجية البحث واجراءاته:

سيتضمن هذا الفصل عرضاً للإجراءات التي اتبعت لتحقيق اهداف البحث الحالي، بدأ من تحديد منهج البحث ومجتمعه، واختيار عينته الممثلة له، وعرض خطوات اداتي قياس متغيري البحث، وكيفية التحقق من خصائصها السايكومترية، فضلاً عن تحديد الوسائل الإحصائية وعلى النحو الاتي :

١. منهج البحث:

اعتمدت الباحثة المنهج الوصفي ذو الدلالة الارتباطية الذي يسعى الى تحديد الوضع، ودراسة الظاهرة ووصفها وصفاً دقيقاً (ملحم، ٢٠٠٠: ٢١٩) كمياً وكيفياً فضلاً عن التعرف على العلاقات بين الحقائق المتصلة بالظاهرة المدروسة من اجل الوصول الى فهم معمق للظاهرة وليس مجرد، الوقوف على وصفها وتقديرها ينبغي ان تكون عليه الظواهر في ضوء قيم ومعايير معينة (الكيلاني والشريفي، ٢٠٠٧: ٢٨) هذا وتعد الدراسات التطورية النمائية هي من أهم أنواع الدراسات الوصفية، والبحث الحالي ينتمي اليها، كونها تتناول التغيرات التي تحدث نتيجة مرور الزمن على الظاهرة أو موضوع الدراسة (عودة و ملكاوي، ١٩٩٢: ١١٢) واعتمدت الباحثة الدراسات المستعرضة التي تتدرج تحت احد أنواع الدراسات التطورية (الآلوسي وخان، ١٩٨٣)

٢. مجتمع البحث:

يشير مجتمع البحث، الى جميع مفردات الظاهرة قيد الدراسة، فهو يشمل جميع الأشخاص أو الأشياء موضوع مشكلة البحث، والمجتمع قد يكون أفراداً أو أنشطة تربوية او عملية (الجابري، ٢٠١١: ٢٥٤) تألف مجتمع البحث الحالي، من المراهقين المتواجدين في المدارس الحكومية ضمن مرحلة الدراسة الإعدادية للصفوف (الرابع و السادس) في مركز قضاء سامراء، هذا وأجرت الباحثة حصراً لمفردات مجتمع البحث، فأوضح ان تعداد الطلبة والطالبات في المدارس الإعدادية للأعمار (١٥، ١٧) سنة قد بلغ (٧٤٨٣) طالباً وطالبة بواقع (٤٢٦٣) طالب و (٣٢٢٠) طالبة موزعين على وفق (٢٣) مدرسة اعدادية في حين بلغ عدد الراشدين للأعمار (١٩-٢١) المتواجدين في كليات جامعة تكريت من طلبة المرحلتين (الثانية والرابعة) للتخصصات العلمية والإنسانية،

ضمن الدراسات الحكومية الصباحية اذ ضم المجتمع على كليتين بواقع كلية لكل تخصص , وقد بلغ عدد تعداد طلبة الكلية العلمية ممن يمثلون المرحلتين (الثانية والرابعة) بواقع (٥٦٦٨) طالباً وطالبة في حين قد بلغ تعداد طلبة الكلية الإنسانية ممن يمثلون المرحلتين (الثانية والرابعة) بواقع (٨٨٣٤) طالباً وطالبة.

٣. عينة البحث:

يقصد بعينة البحث هي جزء من المجتمع الذي تجري عليه الدراسة يتم اختيارها على وفق قواعد خاصة، كي تمثل المجتمع الأصلي، تمثيلاً صحيحاً (عريفج وآخرون، ١٩٩٠: ١٠٨) وكلما كانت عينة البحث، ممثلة للمجتمع الأصلي، كلما تمكنا من تعميم نتائج البحث/ على المجتمع الأصلي (التميمي، ٢٠٠٩: ٩٩) هذا وقد شملت عينة البحث على (٢٠٠) طالب وطالبة من طلبة الصفوف (الرابع والسادس) الاعدادي ومن طلبة الصفوف (الثاني والرابع كلية) , والذين تم سحبهم على وفق الطريقة الطبقية العشوائية من المجتمع الأصلي، بواقع (٥٠) طالب وطالبة، مناصفة بين الذكور والاناث على وفق الاعداد الأربعة المشمولة بالبحث الحالي.

٤. اداتا البحث:

تحقيقاً لأهداف البحث الحالي، اقتضى البحث الى توفير اداتين تتوافر فيهما، مجمل الخصائص السايكومترية لمتغيري البحث الأساس وعلى النحو الآتي:

أولاً: مقياس الاستقلال المعرفي:

أ. تحديد المفهوم

اطلعت الباحثة على العديد من الدراسات السابقة الأجنبية والعربية والمحلية، منها دراسة كلا من دراسة "بيكرت، ٢٠٠٧" و"حماد، ٢٠١١" و"الستاوي، ٢٠١٩" و"مجيد، ٢٠٢٣" ووجدت الباحثة ان معظم الدراسات السابقة قد اعتمدت على مفهوم "بيكرت" في تصورات النظرية وابعاده. وبعد مراجعتها للمقاييس ذات العلاقة بموضوع بحثها، عمدت الباحثة الى اعداد أداة بحثها، في ضوء تبنيها لمفهوم الاستقلال المعرفي "بيكرت، ٢٠٠٧" الذي قدم تصورات النظرية للمفهوم، بوصفه متغيراً يحدد بالجوانب المعرفية في رسم ملامح الاستقلالية والذي يضم

ابعاده الخمسة المتمثلة باتخاذ القرارات، التفكير التقويمي، التقويم الذاتي، التعبير عن الرأي، الموازنة بين الآراء.

ب. صياغة الفقرات:

قامت الباحثة بصياغة فقرات المقياس بما يتناسب مع البنية المعرفية والعمر الزمني لكل من المراهقين والراشدين في البيئة العراقية لذلك حرصت الباحثة على اعداد فقرات المقياس، واضحة الفكرة ومناسبة لعينة البحث الحالي، فقد تم صياغة (٧٠) فقرة موزعة على وفق خمسة ابعاد بواقع (١٤) فقرة لكل بعد.

ج. صلاحية الفقرات:

قامت الباحثة بعرض المقياس بصورته الأولية، على عروض المحكمين في تخصص علم نفس النمو، وقياس التقويم ، للتأكد من صلاحية الفقرات، والبالغ عددهم (١٠) محكمين لأبداء آراءهم في سلامة الفقرات، وملائمتها للأبعاد ، واجراء أي تعديل على فقرات المقياس، في حال الحاجة الى تعديل، في ضوء استجابات الخبراء، وتم الاعتماد على قيمة مربع كاي، لمعرفة صلاحية الفقرات، وقد اعتمدت نسبة اتفاق (٨٠%) فما فوق من المحكمين محكماً لقبول الفقرة، كما إشارات الى ذلك الدراسات السابقة ويعدها "بلوم" نسبة مقبولة لقبول الفقرة (بلوم وآخرون، ١٩٨٣: ١٢٦) وفي آراء الخبراء تم استبعاد (٦) فقرات لعدم دلالتها الإحصائية وعدم حصولها على نسبة الاتفاق المعتمدة.

وضوح الفقرات والتعليمات: -

من اجل التعرف على وضوح الفقرات وتعليمات المقياس، لغرض الكشف عن الفقرات الغامضة أو غير الواضحة، ولحساب الوقت المستغرق في الإجابة من قبل المستجيب على الفقرات، تم تطبيق مقياس الاستقلال المعرفي، على عينة عشوائية تألفت من (٤٠) طالب وطالبة من كافة الأعمار المشمولة بالبحث، وبذلك قد اصبح المقياس مكون من (٦٤) فقرة موزعة على خمسة ابعاد (١٢) فقرة لكل الأبعاد، عدا بعدي اتخاذ القرارات، والتفكير التقويمي، فقد ضم كلاً منهما (١٤) فقرة، وبهذا اصبح المقياس جاهزاً للتطبيق على عينة التحليل الاحصائي.

التحليل الاحصائي لفقرات مقياس الاستقلال المعرفي:-

تعد عملية التحليل الاحصائي للفقرات، خطوة ضرورية للكشف عن الخصائص السايكو مترية لفقرات المقياس حسب الخطوات الآتية:

١- القوة التمييزية للفقرات:

يشير "ايل، Ebel" الى ان الغاية من تحليل الفقرات، هو الإبقاء على الفقرات ذات الخصائص الجيدة، وذا يؤدي زيادة صدق المقياس وثباته (Ebel, 1972:392) ولحساب معامل تمييز الفقرات للمقياس، اختارت الباحثة أسلوب المجموعتين الطرفيتين، بعد تطبيق المقياس على عينة التحليل الاحصائي البالغة (٢٠٠) طالب وطالبة من جميع الاعداد المشمولة بالبحث الحالي وتم ترتيب درجاتهم على المقياس، تنازلياً من اعلى درجة الى ادنى درجة للمقياس ككل، واعتمدت نسبة (٢٧%) لتثل المجموعة من الدرجات العليا و(٢٧%) لتمثل المجموعة من الدرجات الدنيا، وباستخدام الاختبار التائي (T-test) لعينتين مستقلتين، لاختبار دلالة الفروق بين متوسطي درجات المجموعتين العليا والدنيا، وعدت القيمة التائية المحسوبة مؤشراً، لتمييز كل فقرة، وذلك بمقارنتها بالقيمة الجدولية البالغة (١،٩٦) عند مستوى دلالة (٠،٠٥) ودرجة حرية (١٠٦) وتبين ان جميع الفقرات دالة إحصائية عند مقارنه القيمة التائية المحسوبة، بالقيمة التائية الجدولية.

٢- صدق فقرات مقياس الاستقلال المعرفية:-

يعد صدق الفقرات، مؤشراً على قدرتها لقياس المفهوم الذي اعدت من اجله، ذلك من خلال ارتباطها بمحك خارجي او داخلي وفي حالة عدم توفر محك خارجي فأن الدرجة الكلية للاختبار تعد افضل محك داخلي، يمكن الاعتماد عليه (Anastasi, 1978: 211)

أ- علاقة درجة الفقرة بالدرجة الكلية للمقياس:-

تمثل الفقرة الجانب الصغير من المحتوى الذي يقيسه المقياس، وكلما كانت درجة الارتباط عليهما فيما بينهما، دل ذلك على تجانس الفقرة في قياسها للمفهوم الذي يمثل المقياس ككل (الزوبعي، ١٩٨١:٣٦) ولغرض ارتباط درجة الفقرة

بالدرجة الكلية للمقياس استعملت الباحثة معامل ارتباط بيرسون، وقد تراوحت قيم الارتباط ما بين (٠,٢٤٠ - ٠,٤٥٤) وقد تبين ان جميع القيم التائية لمعاملات الارتباط، كانت اعلى من القيمة التائية الجدولية البالغة (٠,١٣٩) عند مستوى دلالة (٠,٠٥) ودرجة حرية (١٩٨) ، وعند مقارنتها بالقيمة الحرجة لمعامل الارتباط ، بذلك تعد هذه النتيجة ان جميع فقرات المقياس البالغة (٦٤) فقرة هي صادقة.

ب- ارتباط درجة الفقرة بالدرجة الكلية للبعد الذي تنتمي اليه:-

ولغرض حساب العلاقة الارتباطية بين درجة كل فقرة في المقياس والدرجة الكلية للمجال الذي تنتمي اليه لكل فرد من افراد تنمية التحليل الاحصائي، استعملت الباحثة معامل ارتباط بيرسون لحسابها، قد تبين ان جميع القيم التائية لمعاملات الارتباط قد تراوحت ما بين (٠,٢٤٥ - ٠,٥٦٢) وهي كانت بذلك اعلى من القيمة التائية الجدولية البالغة (٠,١٣٩) عند مستوى دلالة (٠,٠٥) وبدرجة حرية (١٩٨) وهذا يعني ان جميع الفقرات للمقياس صادقة.

ج- حساب علاقة درجة ارتباط مجالات المقياس فيما بينها:-

يشكل ارتباط ابعاد المقياس الفرعية وعلاقتها بالدرجة الكلية، من المؤشرات الضرورية للتجانس، كونها مفيدة في تحديد السلوك المراد قياسه (Anastasi, 1976: 55)، وللتحقق من ارتباط ابعاد مقياس الاستقلال المعرفي، فيما بينها، استعملت الباحثة معامل ارتباط بيرسون، بين الدرجة الكلية لكل بعد من الابعاد الخمسة والدرجة الكلية على المقياس، والجدول (١) اظهر ان جميع قيم معاملات الارتباط لأبعاد المقياس، فيما بينها كانت ذات دلالة إحصائية، لدى مقارنتها بالقيم الحرجة لمعامل الارتباط البالغة (٠,١٣٩) وعند مستوى دلالة (٠,٠٥) وبدرجة حرية (١٩٨) ، مما يشير الى ان مجالات المقياس منسقة فيما بينها في قساس نفس الخاصة.

جدول (١)

قيم معاملات الارتباط بين مجالات مقياس الاستقلال المعرفي

المجالات	اتخاذ القرارات	الموازنة بين الآراء	التقييم الذاتي	التعبير عن الرأي	التفكير التقويمي
اتخاذ القرارات	1	0,456	0,574	0,411	0,510
الموازنة بين الآراء		1	0,533	0,472	0,535
التقييم الذاتي			1	0,540	0,614
التعبير عن الرأي				1	0,653
التفكير التقويمي					1

الخصائص السايكومترية للمقياس:

١. صدق المقياس: يشكل صدق المقياس من الخصائص الأساسية في اعداد

المقاييس الصالح لقياس السمة التي وضع من اجلها المقياس (الزوبعي، ١٩٨١:

٣٩) وقد تحققت الباحثة من الصدق من خلال إيجاد نوعين من الصدق هما:

أ- الصدق الظاهري:

وتم التحقق من هذا النوع من الصدق، من خلال عرض المقياس على

مجموعة من المحكمين في مجال العلوم التربوية والنفسية للحكم على مدى

تمثيل فقرات المقياس للمفهوم المقياس، ونتيجة للفحص الظاهري للمقياس،

من قبل المحكمين، عد المقياس، صادقا وشكلاً مضموناً.

ب- صدق البناء:

قد تم التحقق من هذا النوع من الصدق في المقياس الحالي، من خلال عدة

مؤشرات هي: حساب القوة التمييزية للفقرات، وارتباط درجة كل فقرة في

المقياس بالدرجة الكلية للمقياس، ارتباط درجة الفقرة بالدرجة الكلية للمكون

الذي تنتمي اليه الفقرة، وحساب علاقة درجة ارتباط ابعاد فيما بينها، وفي ضوء هذه المؤشرات، تحققت الباحثة من متطلبات صدق البناء للمقياس

٢. ثبات المقياس:

يشير الثبات الى اتساق الدرجات التي جمعت من الافراد انفسهم، عندما يعاد تطبيق المقياس عليهم، في محاولة اخرى او بظروف متغيرة اخرى، او عندما يختبر افراد العينة، بفقرات متكافئة او متساوية، فالثبات بهذا المعنى الى مدى قياس الاختبار للمقدار الحقيقي للسمة التي يهدف لقياسها في الظروف المتباعدة، ودرجات الاختبار تكون ثابتة (علام، ٢٠٠٠: ١٣١) وقد تحققت الباحثة من ثبات المقياس بطريقتين هما:

أ. طريقة اعادة الاختبار: (Test-Retest Method)

لحساب الثبات في البحث الحالي، قامت الباحثة بتطبيق المقياس على عينة تضم (٥٠) طالب وطالبة، وقع الاختيار عليهم عشوائياً، مع اعادة تطبيقه على ذات العينة، بفواصل زمني بلغ (١٥) يوماً بين التطبيقين وباستعمال معامل ارتباط "بيرسون" بلغ معامل الثبات المستخرج بهذه الطريقة (٠,٨٤) ويعد معامل ثبات مقبول.

ب. معامل الفاكرونباخ للاتساق الداخلي:

تمتاز الطريقة هذه بإمكانية الوثوق بنتائجها، كونها قائمة على حساي الارتباط بين درجات جميع فقرات المقياس، على فرض ان الفقرة عبارة عن مقياس قائم بذاته ويؤشر معامل اتساق اداء الفرد، اي التجانس بين فقرات المقياس (عودة، ٢٠٠٠: ٢٥٤) وبالاعتماد على نتائج التطبيق لمقياس الاستقلال المعرفي، والمطبق على (١٠٠) طالب وطالبة، استخرج معامل الاتساق الداخلي بطريقة (الفاكرونباخ) اذا بلغت قيمته (٠,٧٨) وهو معامل ثبات مقبول، إذ أشار "علام، ٢٠٠٠" الى ان معامل الثبات المعتدل يجب ان يتجاوز قيمته (٠,٧٠) (علام، ٢٠٠٠: ١٦٧).

مقياس الاستقلال المعرفي بصيغته النهائية:

بعد ان تم التحقق من إجراءات الصدق والثبات للمقياس اصبح المقياس يضم (٦٤) فقرة، موزعة على وفق خمس مجالات، ببدائل استجابات خماسية متدرجة وهي (تتطبق دائماً، تتطبق علي غالباً، تتطبق علي احياناً، تتطبق علي نادراً، لا تتطبق علي ابدأً) بحسب الاوزان (١,٢,٣,٤,٥) على التوالي لل فقرات الايجابية، وبعكسه لل فقرات السلبية على التوالي، وقد سجلت اعلى درجة على المقياس تراوحت ما بين (٦٤ - ٣٢٠) وبمتوسط نظري مقداره (١٩٢) درجة، وبذلك اصبح المقياس جاهزا للتطبيق.

ثانياً: مقياس الترويج الذاتي (Self-Promotion):

بعد الاطلاع على دراسات سابقة اجنبية وعربية ومحلية منها دراسة (شوكر، ٢٠١٠) ودراسة (منصور، ٢٠١٩) ودراسة (سعد ونجف، ٢٠٢٣) وجدت الباحثة ان معظم الدراسات السابقة، قد انطلقت من نظرية إدارة الانطباع "لكوفمان Goffman" بوصفها النظرية المتبناة في البحث الحالي لمفهوم الترويج الذاتي، وبعد مراجعة الباحثة لادوات القياس ذات العلاقة بموضوع بحثها، قامت الباحثة بإعداد أداة بحثها في ضوء تبنيها لمفهوم كوفمان في الترويج الذاتي.

أ. صياغة الفقرات:

قامت الباحثة بصياغة فقرات المقياس بما يتناسب مع البنية المعرفية والعمر الزمني لكل من المراهقين والراشدين في البيئة العراقية لذلك حرصت الباحثة على اعداد فقرات المقياس، واضحة الفكرة ومناسبة لعينة البحث الحالي، فقد تم صياغة (٣٧) فقرة بتدرج رباعي.

ب. صلاحية الفقرات:

قامت الباحثة بعرض المقياس بصورته الأولية، على عروض المحكمين في تخصص علم نفس النمو، وقياس التقويم ، للتأكد من صلاحية الفقرات، والبالغ عددهم (١٠) محكمين لأبداء آراءهم في سلامة الفقرات، وملائمتها للأبعاد ، واجراء أي تعديل على فقرات المقياس، في حال الحاجة الى تعديل، في ضوء استجابات الخبراء، وتم الاعتماد على قيمة مربع كاي، لمعرفة صلاحية الفقرات، وقد اعتمدت

نسبة اتفاق (٨٠%) فما فوق من المحكمين محكماً لقبول الفقرة، كما إشارات الى ذلك الدراسات السابقة ويعدها "بلوم" نسبة مقبولة لقبول الفقرة (بلوم وآخرون، ١٩٨٣: ١٢٦) وفي آراء الخبراء تم استبعاد (٥) فقرات لعدم دلالتها الإحصائية وعدم حصولها على نسبة الاتفاق المعتمدة.

وضوح الفقرات والتعليمات: -

من اجل التعرف على وضوح الفقرات وتعليمات المقياس، لغرض الكشف عن الفقرات الغامضة أو غير الواضحة، ولحساب الوقت المستغرق في الإجابة من قبل المستجيب على الفقرات، تم تطبيق مقياس الاستقلال المعرفي، على عينة عشوائية تألفت من (٤٠) طالب وطالبة من كافة الأعمار المشمولة بالبحث، وبذلك قد اصبح المقياس مكون من (٣٢) فقرة بتدرج رباعي.

التحليل الاحصائي لفقرات مقياس الترويج الذاتي: -

تعد عملية التحليل الاحصائي للفقرات، خطوة ضرورية للكشف عن الخصائص السايكومترية لفقرات المقياس حسب الخطوات الآتية:

٣- القوة التمييزية للفقرات:

يشير "ايبل، Ebel" الى ان الغاية من تحليل الفقرات، هو الإبقاء على الفقرات ذات الخصائص الجيدة، وذا يؤدي زيادة صدق المقياس وثباته (Ebel, 1972:392) ولحساب معامل تمييز الفقرات للمقياس، اختارت الباحثة أسلوب المجموعتين الطرفيتين، بعد تطبيق المقياس على عينة التحليل الاحصائي البالغة (٢٠٠) طالب وطالبة من جميع الاعمار المشمولة بالبحث الحالي وتم ترتيب درجاتهم على المقياس، تنازلياً من اعلى درجة الى ادنى درجة للمقياس ككل، واعتمدت نسبة (٢٧%) لتمثل المجموعة من الدرجات العليا و(٢٧%) لتمثل المجموعة من الدرجات الدنيا، وباستخدام الاختبار التائي (T-test) لعينتين مستقلتين، لاختبار دلالة الفروق بين متوسطي درجات المجموعتين العليا والدنيا، وعدت القيمة التائية المحسوبة مؤشراً، لتمييز كل فقرة، وذلك بمقارنتها بالقيمة الجدولية البالغة (١,٩٦) عند مستوى

دلالة (٠,٠٥) ودرجة حرية (١٠٦) وتبين ان جميع الفقرات دالة إحصائية عند مقارنه القيمة التائية المحسوبة، بالقيمة التائية الجدولية.

٤- صدق فقرات مقياس الترويج الذاتي:-

يعد صدق الفقرات، مؤشراً على قدرتها لقياس المفهوم الذي اعدت من اجله، ذلك من خلال ارتباطها بمحك خارجي او داخلي وفي حالة عدم توفر محك خارجي فأن الدرجة الكلية للاختبار تعد افضل محك داخلي، يمكن الاعتماد عليه (Anastasi, 1978: 211)

- علاقة درجة الفقرة بالدرجة الكلية للمقياس:-

تمثل الفقرة الجانب الصغير من المحتوى الذي يقيسه المقياس، وكلما كانت درجة الارتباط عالية فيما بينهما، دل ذلك على تجانس الفقرة في قياسها للمفهوم الذي يمثله المقياس ككل (الزوبعي، ١٩٨١:٣٦) ولغرض ارتباط درجة الفقرة بالدرجة الكلية للمقياس استعملت الباحثة معامل ارتباط بيرسون، وقد تبين ان جميع القيم التائية لمعاملات الارتباط، كانت اعلى من القيمة التائية الجدولية البالغة (٠,١٣٩) عند مستوى دلالة (٠,٠٥) ودرجة حرية (١٩٨) ، وعند مقارنتها بالقيمة الحرجة لمعامل الارتباط ، بذلك تعد هذه النتيجة ان جميع فقرات المقياس البالغة (٣٢) فقرة هي صادقة.

الخصائص السايكومترية للمقياس

أ. الصدق الظاهري:

وتم التحقق من هذا النوع من الصدق، من خلال عرض المقياس على مجموعة من المحكمين في مجال العلوم التربوية والنفسية للحكم على مدى تمثيل فقرات المقياس للمفهوم المقياس، ونتيجة للفحص الظاهري للمقياس، من قبل المحكمين، عد المقياس، صادقا وشكلاً مضموناً.

ب. صدق البناء:

قد تم التحقق من هذا النوع من الصدق في المقياس الحالي، من خلال عدة مؤشرات هي: حساب القوة التمييزية للفقرات، وارتباط درجة كل فقرة في

المقياس بالدرجة الكلية للمقياس، ارتباط درجة الفقرة بالدرجة الكلية للمكون الذي تنتمي اليه الفقرة، وحساب علاقة درجة ارتباط ابعاد فيما بينها، وفي ضوء هذه المؤشرات، تحققت الباحثة من متطلبات صدق البناء للمقياس

٢. ثبات المقياس:

يشير الثبات الى اتساق الدرجات التي جمعت من الافراد أنفسهم، عندما يعاد تطبيق المقياس عليهم، في محاولة اخرى او بظروف متغيرة اخرى، او عندما يختبر افراد العينة، بفقرات متكافئة او متساوية، فالثبات بهذا المعنى الى مدى قياس الاختبار للمقدار الحقيقي للسمة التي يهدف لقياسها في الظروف المتباينة، ودرجات الاختبار تكون ثابتة (علام، ٢٠٠٠: ١٣١) وقد تحققت الباحثة من ثبات المقياس بطريقتين هما:

أ. طريقة اعادة الاختبار: (Test-Retest Method)

لحساب الثبات في البحث الحالي، قامت الباحثة بتطبيق المقياس على عينة تضم (٥٠) طالب وطالبة، وقع الاختيار عليهم عشوائياً، مع اعادة تطبيقه على ذات العينة، بفاصل زمني بلغ (١٥) يوماً بين التطبيقين وباستعمال معامل ارتباط "بيرسون" بلغ معامل الثبات المستخرج بهذه الطريقة (٠,٨٣) ويعد معامل ثبات مقبول.

ب. معامل الفاكرونباخ للاتساق الداخلي:

تمتاز الطريقة هذه بإمكانية الوثوق بنتائجها، كونها قائمة على حساب الارتباط بين درجات جميع فقرات المقياس، على فرض ان الفقرة عبارة عن مقياس قائم بذاته ويؤشر معامل اتساق اداء الفرد، اي التجانس بين فقرات المقياس (عودة، ٢٠٠٠: ٢٥٤) وبالاعتماد على نتائج التطبيق لمقياس الاستقلال المعرفي، والمطبق على (١٠٠) طالب وطالبة، استخرج معامل الاتساق الداخلي بطريقة (الفاكرونباخ) اذا بلغت قيمته (٠,٨١) وهو معامل ثبات مقبول، إذ أشار "علام، ٢٠٠٠" الى ان معامل الثبات المعتدل يجب ان يتجاوز قيمته (٠,٧٠) (علام، ٢٠٠٠: ١٦٧).

مقياس الترويج الذاتي بصيغته النهائية:

بعد ان تم التحقق من إجراءات الصدق والثبات للمقياس أصبح المقياس يضم (٣٢) فقرة، ببدائل استجابات رباعية متدرجة وهي (تنطبق دائماً، تنطبق علي غالباً، تنطبق علي احياناً، تنطبق علي نادراً، لا تنطبق علي ابدأ) بحسب الاوزان (١,٢,٣,٤) على التوالي لل فقرات الايجابية، وبعكسه لل فقرات السلبية على التوالي، وقد سجلت اعلى درجة على المقياس تراوحت ما بين (٣٢ - ١٢٨) وبمتوسط نظري مقداره (١٩٢) درجة، وبذلك اصبح المقياس جاهزا للتطبيق.

الفصل الرابع:

عرض النتائج وتفسيرها ومناقشتها:

يتضمن هذا الجزء من البحث عرضاً للنتائج التي توصل اليها البحث الحالي على وفق الأهداف المحددة، وتفسيرها ومناقشتها في ضوء الدراسات السابقة التي حصلت عليها الباحثة، فضلاً عن خصائص مجتمع البحث الحالي، ومن ثم الخروج بمجموعة من التوصيات والمقترحات والاستنتاجات. وعلى النحو الآتي:

الهدف الأول: التعرف على الاستقلال المعرفي لدى المراهقين والراشدين تبعا لمتغيري (العمر، الجنس).

أ. تبعا للأعمار (15 , 17 , 19 , 21) سنة.

تحقيقاً لهذا الهدف طبقت الباحثة مقياس الاستقلال المعرفي البالغ عدد فقراته (٦٤) فقرة على عينة البحث البالغة (٢٠٠) من المراهقين والراشدين. حيث تم استخراج الوسط الحسابي والانحراف المعياري لكل عمر. وعند معرفة دلالة الفرق بين المتوسطات الحسابية والمتوسط الفرضي، كانت النتائج كما موضحة في الجدول (٢) والشكل (١).

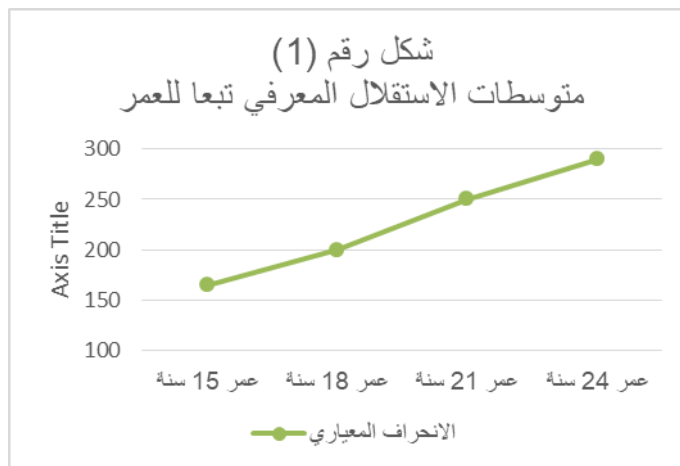
جدول رقم (٢)

متوسطات درجة الاستقلال المعرفي وانحرافاتها المعيارية والقيم التائية المحسوبة والجدولية ومستوى دلالتها

تبعا لمتغير الاعمار

مستوى الدلالة (0.05)	القيمة التائية		المتوسط النظري	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العدد	العمر بالسنوات
	الجدولية	المحسوبة					
دالة لصالح الفرضي	2,00	5,581	192	26,148	171,360	50	15 سنة
دالة	2,00	3,336	192	28,024	205,220	50	17 سنة
دالة	2,00	14,220	192	27,208	246,720	50	19 سنة
دالة	2,00	22,259	192	25,105	274,020	50	21 سنة

مما تقدم تبين ان جميع المتوسطات الحسابية للاستقلال المعرفي، لجميع الاعمار المشمولة بالبحث، هي اعلى من المتوسط الفرضي للمقياس، فيما عدا العمر (١٥) سنة، مما يدل ذلك على وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة (٠,٠٥) ولصالح متوسط درجات العينة للأعمار الأكبر.



يتبين من الجدول والشكل السابق ما يأتي:

١. ان درجة امتلاك عينة البحث للعمر (15 سنة) الاستقلال المعرفي، كانت ضعيفة لكون القيمة التائية المحسوبة البالغة (5,581) دالة إحصائية لصالح الوسط الفرض

كونها أكبر من القيمة الجدولية البالغة (2,00) عند مستوى دلالة (0,05) ودرجة حرية (49).

٢. ان درجة امتلاك عينة البحث للعمر (17 سنة) الاستقلالية كانت موجودة لكون القيمة التائية المحسوبة البالغة (3,336) دالة إحصائية كونها أكبر من القيمة الجدولية البالغة (2,00) عند مستوى دلالة (0,05) ودرجة حرية (49).

٣. ان درجة امتلاك عينة البحث للعمر (18 سنة) الاستقلالية كانت موجودة لكون القيمة التائية المحسوبة البالغة (14,220) دالة إحصائية كونها أكبر من القيمة الجدولية البالغة (2,00) عند مستوى دلالة (0,05) ودرجة حرية (49).

٤. ان درجة امتلاك عينة البحث للعمر (21 سنة) الاستقلالية كانت موجودة لكون القيمة التائية المحسوبة البالغة (22,259) دالة إحصائية كونها أكبر من القيمة الجدولية البالغة (2,00) عند مستوى دلالة (0,05) ودرجة حرية (49).

ب. تبعا للجنس (ذكور ، اناث)

بعد ان قامت الباحثة باستخراج النتائج تبعا للعمر قامت الباحثة باستخراج الوسط الحسابي والانحراف المعياري لكل من الذكور والاناث لكل عمر من الاعمار. وعند معرفة دلالة الفرق بين المتوسطات الحسابية والمتوسط الفرضي لكل من الذكور والاناث، كانت النتائج كما موضحة في الجدول (٣) والشكل (٢).

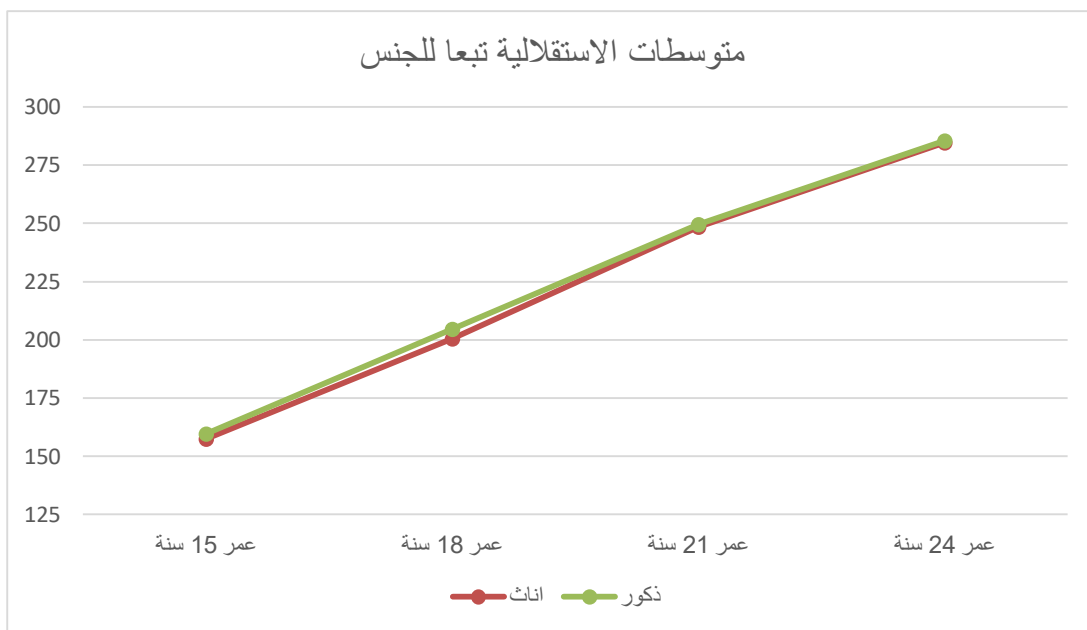
الجدول (٣)

متوسطات درجات الاستقلالية وانحرافاتها المعيارية والقيم التائية المحسوبة والجدولية مستوى دلالتهم تبعا لمتغير الجنس.

مستوى الدلالة (0.05)	القيمة التائية		المتوسط النظري	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الجنس	العدد	العمر بالسنوات
	الجدولية	المحسوبة						
دالة لصالح الفرضي	2,064	3,854	192	25,221	172,558	ذكور	25	15 سنة
دالة لصالح الفرضي	2,064	3,996	192	27,113	170,330	اناث	25	

تطور الاستقلال المعرفي مستنداً الى نظرية "بيكرت" وعلاقته بالترويج الذاتي لدى المراهقين والراشدين

17 سنة	25	ذكور	207,120	27,321	192	2,767	2,064	دالة
	25	اناث	203,668	26,560	192	2,196	2,064	دالة
19 سنة	25	ذكور	247,213	27,657	192	9,972	2,064	دالة
	25	اناث	245,690	26,822	192	10,009	2,064	دالة
21 سنة	25	ذكور	275,256	24,326	192	17,113	2,064	دالة
	25	اناث	273,578	26,111	192	15,622	2,064	دالة



الشكل رقم (٢)

متوسطات الاستقلال المعرفي تبعا للجنس

يتبين من الجدول والشكل السابق ما يأتي:

١. ان درجة امتلاك عينة بحث للعمر (15 سنة) للاستقلال المعرفي من الذكور والاناث كانت ضعيفة كون القيم التائية المحسوبة دالة إحصائية لصالح المتوسط الفرضي وهي أكبر من القيمة الجدولية البالغة (2,064) عند مستوى دلالة (0,05) ودرجة حرية (24).

٢. ان درجة امتلاك عينة بحث للعمر (17 سنة) للاستقلال المعرفي من الذكور والاناث كانت متوفرة ولكن ليس بدرجة كبيرة وقد كانت القيم التائية المحسوبة أكبر من القيمة الجدولية البالغة (2,064) عند مستوى دلالة (0,05) ودرجة حرية (24).

٣. ان درجة امتلاك عينة بحث للعمر (19 سنة) للاستقلال المعرفي المعرفية من الذكور والاناث كانت عالية كون القيم التائية المحسوبة لهم أكبر من القيمة الجدولية البالغة (2,064) عند مستوى دلالة (0,05) ودرجة حرية (24).

٤. ان درجة امتلاك عينة بحث للعمر (21 سنة) للاستقلال المعرفي المعرفية من الذكور والاناث كانت عالية كون القيم التائية المحسوبة لهم أكبر من القيمة الجدولية البالغة (2,064) عند مستوى دلالة (0,05) ودرجة حرية (24).

الهدف الثاني: التعرف على دلالة الفروق الإحصائية في الاستقلال المعرفي لدى المراهقين والراشدين تبعا لمتغيري (العمر ، والجنس).

بعد ان تم تطبيق مقياس الاستقلال المعرفي بصورته النهائية على افراد عينة البحث البالغ عددهم (200) من المراهقين والراشدين وبعد معالجة البيانات إحصائية وتحقياً لهذا الهدف استخرجت الباحثة متوسطات درجات افراد العينة على الاختبار للأعمار (15 , 17 , 19 , 21) سنة، وللجنس (ذكور واناث). وللتأكد من الفروق بين مجموعة الأعمار ومجموعة الجنس استعملت الباحثة اختبار تحليل التباين الثنائي بتفاعل وكانت النتائج كما موضحة في الجدول (٤)

الجدول (٤)

نتائج تحليل التباين بتفاعل لتعرف الفروق ذات الدلالة الإحصائية في للاستقلال المعرفي لدى عينة

البحث تبعا لمتغيري (العمر والجنس)

مصدر التباين	مجموعة المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	النسبة الفائية	الدلالة
العمر	438158,360	3	146052,787	125,410	دالة
الجنس	2342,420	1	2342,420	2,011	غير دالة
العمر * الجنس	7071,140	3	2357,047	2,024	غير دالة
الخطأ	223602,960	192	1164,599		
الكلية		199			

أظهرت نتائج تحليل التباين الثنائي المعطيات الآتية:

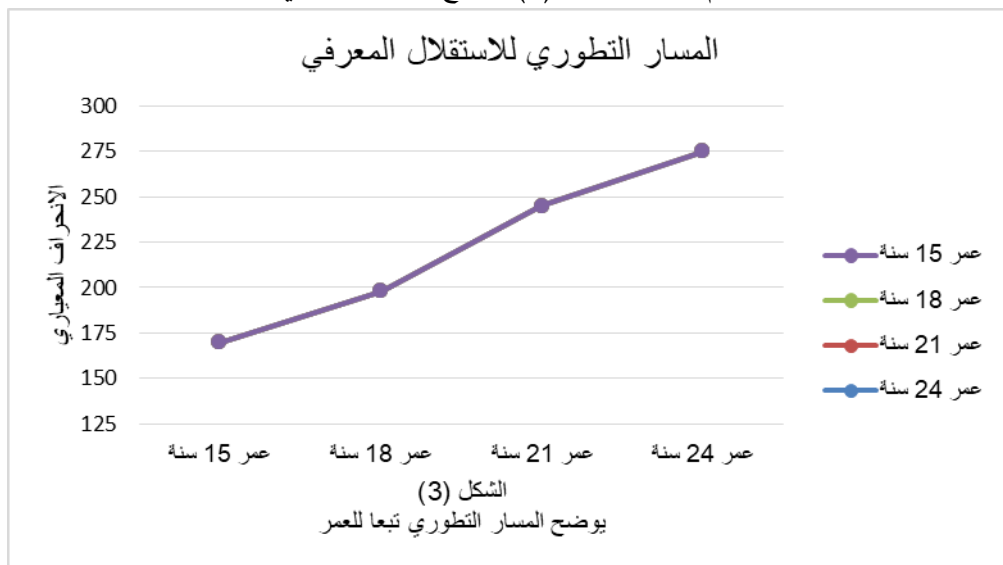
(أ) **العمر:** تبين ان قيمة النسبة الفائية المحسوبة (125,410) هي أكبر من قيمة النسبة الفائية الجدولية البالغة (2,60) عند مستوى دلالة (0,05) ودرجتي حرية (192,3) مما يدل على وجود فروق ذات دلالة إحصائية تبعا لمتغير العمر، ولمعرفة الفروق لصالح أي عمر فقد أستمع اختبار شيفيه للمقارنات البعدية فظهرت النتائج كما مبين في الجدول (٥) والشكل (٣)

الجدول (٥)

قيمة شيفيه للمقارنات البعدية للفروق بين الاعمار

الاعمار	15 سنة	18 سنة	21 سنة	24 سنة
15 سنة	-	-	-	-
17 سنة	33,46	-	-	-
19 سنة	75,36	41,50	-	-
21 سنة	102,66	68,800	27,300	-
قيمة شيفيه الحرجة (19,062)				

يتضح من الجدول أعلاه انه هناك فروقا تبعا للعمر ولصالح العمر الأكبر وهذا يعني ان التطور مستمر بتقدم العمر والشكل (٣) يوضح المسار التطوري.



(ب) متغير الجنس: تبين ان قيمة النسبة الفئوية المحسوبة (2,011) لمتغير الجنس هي اصغر من قيمة النسبة الفئوية الجدولية البالغة (3,84) عند مستوى دلالة (0,05) ودرجتي حرية (192,1) مما يشير الى انه ليس هناك فروق ذات دلالة إحصائية تبعا لمتغير الجنس.

(ج) العمر * الجنس: تبين ان قيمة النسبة الفئوية المحسوبة (2,024) للتفاعل بين (العمر * الجنس) هي اصغر من قيمة النسبة الفئوية الجدولية البالغة (2,60) عند مستوى دلالة (0,05) ودرجتي حرية (192,3) مما يشير الى انه ليس هناك فروق ذات دلالة إحصائية تبعا للتفاعل بين العمر والجنس.

الهدف الثالث: التعرف على الترويج الذاتي لدى المراهقين والراشدين تبعا لمتغيري (العمر و الجنس).

أ. تبعا للأعمار (15 , 17 , 19 , 21) سنة.

تحقيقا لهذا الهدف طبقت الباحثة مقياس الترويج الذاتي البالغ عدد فقراته (32) فقرة على عينة البحث البالغة (200) من المراهقين والراشدين. حيث تم استخراج الوسط الحسابي والانحراف المعياري لكل عمر. وعند معرفة دلالة الفرق بين المتوسطات الحسابية والمتوسط الفرضي كانت النتائج كما موضحة في الجدول (٦)

الجدول رقم (٦)

متوسطات درجات الترويج الذاتي وانحرافاتها المعيارية والقيم التائية المحسوبة والجدولية ومستوى

دلالتهما تبعا للعمر

العمر بالسنوات	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	المتوسط النظري	القيمة التائية		مستوى الدلالة (0.05)
					المحسوبة	الجدولية	
15 سنة	50	78,360	12,547	80	0,924	2,00	غير دالة
17 سنة	50	90,760	14,366	80	5,295	2,00	دالة
19 سنة	50	99,460	12,307	80	11,184	2,00	دالة
21 سنة	50	108,720	12,699	80	15,991	2,00	دالة

يتبين من الجدول السابق الاتي:

١. ان درجات امتلاك عينة البحث للعمر (15 سنة) الترويج ذاتي كانت متوسطة لكون القيمة التائية المحسوبة البالغة (0,924) دالة إحصائية كونها اصغر من القيمة الجدولية البالغة (2,00) عند مستوى دلالة (0,05) ودرجة حرية (49).
٢. ان درجات امتلاك عينة البحث للعمر (17 سنة) الترويج ذاتي كانت عالية لكون القيمة التائية المحسوبة البالغة (5,295) دالة إحصائية كونها أكبر من القيمة الجدولية البالغة (2,00) عند مستوى دلالة (0,05) ودرجة حرية (49).
٣. ان درجات امتلاك عينة البحث للعمر (19 سنة) الترويج ذاتي كانت عالية لكون القيمة التائية المحسوبة البالغة (11,184) دالة إحصائية كونها أكبر من القيمة الجدولية البالغة (2,00) عند مستوى دلالة (0,05) ودرجة حرية (49).
٤. ان درجات امتلاك عينة البحث للعمر (21 سنة) الترويج ذاتي كانت عالية لكون القيمة التائية المحسوبة البالغة (15,991) دالة إحصائية كونها أكبر من القيمة الجدولية البالغة (2,00) عند مستوى دلالة (0,05) ودرجة حرية (49).

ب. تبعا للجنس (ذكور، اناث):

بعد ان قامت الباحثة باستخراج النتائج تبعا للعمر قامت الباحثة باستخراج الوسط الحسابي والانحراف المعياري لكل من الذكور والاناث ولكل عمر من الاعمار. وعند معرفة دلالة الفرق بين المتوسطات الحسابية والمتوسط الفرضي لكل من الذكور والاناث، كانت النتائج كما موضحة في الجدول رقم (٧) .

الجدول رقم (٧)

متوسطات درجات الترويج الذاتي وانحرافاتها المعيارية والقيم التائية

المحسوبة والجدولية ومستوى دلالتها تبعا لمتغير الجنس

مستوى الدلالة (0.05)	القيمة التائية		المتوسط النظري	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الجنس	العدد	العمر بالسنوات
	الجدولية	المحسوبة						
غير دالة	2,064	0,926	80	12,223	77,734	ذكور	25	15 سنة
غير دالة	2,064	0,415	80	11,913	97,012	اناث	25	
دالة	2,064	3,741	80	13,245	89,910	ذكور	25	17 سنة
دالة	2,064	4,053	80	14,024	91,365	اناث	25	

تطور الاستقلال المعرفي مستنداً الى نظرية "بيكرت" وعلاقته بالترويج الذاتي لدى المراهقين والراشدين

19 سنة	25	ذكور	98,877	12,245	80	7,708	2,064	دالة
	25	اناث	100,011	12,678	80	7,890	2,064	دالة
21 سنة	25	ذكور	107,966	13,144	80	10,637	2,064	دالة
	25	اناث	109,655	12,160	80	12,194	2,064	دالة

يتبين من الجدول رقم (٧) ما يأتي:

١. ان درجة امتلاك عينة البحث للعمر (15 سنة) الترويج الذاتي من الذكور والاناث كانت متوسطة كون القيم التائية المحسوبة غير دالة إحصائية وهي اصغر من القيمة الجدولية البالغة (2,064) عن مستوى دلالة (0,05) ورجة حرية (24).

٢. ان درجة امتلاك عينة البحث للعمر (17 سنة) الترويج الذاتي من الذكور والاناث كانت عالية كون القيم التائية المحسوبة لهم أكبر من القيمة الجدولية البالغة (2,064) عن مستوى دلالة (0,05) ورجة حرية (24).

٣. ان درجة امتلاك عينة البحث للعمر (19 سنة) الترويج الذاتي من الذكور والاناث كانت عالية كون القيم التائية المحسوبة لهم أكبر من القيمة الجدولية البالغة (2,064) عن مستوى دلالة (0,05) ورجة حرية (24).

٤. ان درجة امتلاك عينة البحث للعمر (21 سنة) الترويج الذاتي من الذكور والاناث كانت عالية كون القيم التائية المحسوبة لهم أكبر من القيمة الجدولية البالغة (2,064) عن مستوى دلالة (0,05) ورجة حرية (24).

الهدف الرابع: التعرف على العلاقة الارتباطية بين الاستقلال المعرفي والترويج الذاتي لدى المراهقين والراشدين تبعا لمتغير (العمر ، الجنس).

أ. تبعا للأعمار (15 , 17 , 19 , 21) سنة.

تحقيقا لهذا الهدف قامت الباحثة بأخذ إجابات عينة البحث على مقاسي الاستقلال المعرفي والترويج الذاتي تبعا لمتغير العمر، ثم استخدمت الباحثة معامل ارتباط بيرسون فكانت النتائج كما موضحة في الجدول (٨)

الجدول رقم (٨)

العلاقة الارتباطية بين الاستقلال المعرفي والترويج الذاتي تبعا للعمر

العمر بالسنوات	العدد	قيمة معامل الارتباط بين الاستقلال المعرفي والترويج	القيمة التائية		مستوى الدلالة (0.05)
			المحسوبة	الجدولية	

			الذاتي		
15 سنة	50	0,248	1,771	2,00	غير دالة
17 سنة	50	0,402	3,045	2,00	دالة
19 سنة	50	0,445	3,450	2,00	دالة
21 سنة	50	0,510	4,113	2,00	دالة

يبين من الجدول أعلاه الآتي:

١. ان قيمة معامل الارتباط قيم الاستقلال المعرفي والترويج الذاتي للعمر (15 سنة) قد بلغت (0,248) ولمعرفة دلالة العلاقة استخدمت الباحثة الاختيار التائي لدلالة معامل الارتباط وقد بلغت (1,771) وهي اصغر من القيمة الجدولية البالغة (2,00) عند مستوى دلالة (0,05) ودرجة حرية (48) وهذا يعني ان العلاقة طردية دالة إحصائية بين الاستقلال المعرفي والترويج الذاتي للعمر (15 سنة).

٢. ان قيمة معامل الارتباط قيم الاستقلال المعرفي والترويج الذاتي للعمر (18 سنة) قد بلغت (0,402) ولمعرفة دلالة العلاقة استخدمت الباحثة الاختيار التائي لدلالة معامل الارتباط وقد بلغت (3,045) وهي أكبر من القيمة الجدولية البالغة (2,00) عند مستوى دلالة (0,05) ودرجة حرية (48) وهذا يعني ان العلاقة طردية دالة إحصائية بين الاستقلال المعرفي والترويج الذاتي للعمر (19 سنة).

٣. ان قيمة معامل الارتباط قيم الاستقلال المعرفي والترويج الذاتي للعمر (21 سنة) قد بلغت (0,445) ولمعرفة دلالة العلاقة استخدمت الباحثة الاختيار التائي لدلالة معامل الارتباط وقد بلغت (3,450) وهي أكبر من القيمة الجدولية البالغة (2,00) عند مستوى دلالة (0,05) ودرجة حرية (48) وهذا يعني ان العلاقة طردية دالة إحصائية بين الاستقلال المعرفي والترويج الذاتي للعمر (19 سنة).

٤. ان قيمة معامل الارتباط قيم الاستقلال المعرفي والترويج الذاتي للعمر (24 سنة) قد بلغت (0,510) ولمعرفة دلالة العلاقة استخدمت الباحثة الاختيار

التائي لدلالة معامل الارتباط وقد بلغت (4,113) وهي أكبر من القيمة الجدولية البالغة (2,00) عند مستوى دلالة (0,05) ودرجة حرية (48) وهذا يعني ان العلاقة طردية دالة إحصائية بين الاستقلال المعرفي والترويج الذاتي للعمر (21 سنة).

ب. تبعا للجنس (ذكور ، اناث).

تحقيقا لهذا الهدف قامت الباحثة بأخذ إجابات عينة البحث على مقياسي الاستقلال المعرفي والترويج الذاتي تبعا لمتغير الجنس ، ثم استخدمت الباحثة معامل ارتباط بيرسون فكانت النتائج كما موضحة في الجدول (٩).

الجدول (٩)

العلاقة الارتباطية بين الاستقلال المعرفي والترويج الذاتي تبعا للجنس

العمر بالسنوات	العدد	الجنس	المتوسط الحسابي	القيمة التائية		مستوى الدلالة (0.05)
				المحسوبة	الجدولية	
15 سنة	25	ذكور	0,255	1,262	2,064	غير دالة
	25	اناث	0,221	1,089	2,064	غير دالة
17 سنة	25	ذكور	0,410	2,158	2,064	دالة
	25	اناث	0,395	2,068	2,064	دالة
19 سنة	25	ذكور	0,465	2,513	2,064	دالة
	25	اناث	0,422	2,233	2,064	دالة
21 سنة	25	ذكور	0,535	3,040	2,064	دالة
	25	اناث	0,498	2,751	2,064	دالة

يتبين من الجدول أعلاه الآتي:

١. ان قيمة معامل الارتباط بين الاستقلال المعرفي والترويج الذاتي للعمر (15 سنة) للذكور والاناث قد بلغت (0,255 ، 0,221) على التوالي، ولمعرفة دلالة العلاقة استخدمت الباحثة الاختبار التائي لدلالة معامل الارتباط وقد بلغت القيمة التائية المحسوبة (1,262 ، 1,089) على التوالي وهي اصغر من القيمة الجدولية البالغة (2,064) عند مستوى دلالة (0,05) ودرجة حرية (23) يعني ان العلاقة طردية

دالة إحصائية بين الاستقلال المعرفي والترويج الذاتي للعمر (15 سنة) ولكلا الجنسين.

٢. ان قيمة معامل الارتباط بين الاستقلال المعرفي والترويج الذاتي للعمر (17 سنة) للذكور والاناث قد بلغت (0,410 , 0,395) على التوالي، ولمعرفة دلالة العلاقة استخدمت الباحثة الاختبار التائي لدلالة معامل الارتباط وقد بلغت القيمة التائية المحسوبة (2,158 , 2,068) على التوالي وهي أكبر من القيمة الجدولية البالغة (2,064) عند مستوى دلالة (0,05) ودرجة حرية (23) يعني ان العلاقة طردية دالة إحصائية بين الاستقلال المعرفي والترويج الذاتي للعمر (17 سنة) ولكلا الجنسين.

٣. ان قيمة معامل الارتباط بين الاستقلال المعرفي والترويج الذاتي للعمر (19 سنة) للذكور والاناث قد بلغت (0,465 , 0,422) على التوالي، ولمعرفة دلالة العلاقة استخدمت الباحثة الاختبار التائي لدلالة معامل الارتباط وقد بلغت القيمة التائية المحسوبة (2,513 , 2,233) على التوالي وهي أكبر من القيمة الجدولية البالغة (2,064) عند مستوى دلالة (0,05) ودرجة حرية (23) يعني ان العلاقة طردية دالة إحصائية بين الاستقلال المعرفي والترويج الذاتي للعمر (19 سنة) ولكلا الجنسين.

٤. ان قيمة معامل الارتباط بين الاستقلال المعرفي والترويج الذاتي للعمر (21 سنة) للذكور والاناث قد بلغت (0,535 , 0,498) على التوالي، ولمعرفة دلالة العلاقة استخدمت الباحثة الاختبار التائي لدلالة معامل الارتباط وقد بلغت القيمة التائية المحسوبة (3,040 , 2,751) على التوالي وهي أكبر من القيمة الجدولية البالغة (2,064) عند مستوى دلالة (0,05) ودرجة حرية (23) يعني ان العلاقة طردية دالة إحصائية بين الاستقلال المعرفي والترويج الذاتي للعمر (21 سنة) ولكلا الجنسين.

تفسير النتائج ومناقشتها:

اشارت النتائج الى ان المراهقين الأكبر سناً، يقتربون من الراشدين في درجة استقلالهم المعرفي، وبأن عينة البحث الحالي من الاعمار المشمولة بها، يمتلكون استقلالاً معرفياً، الا انهم يتفاوتون في درجته، وتبعاً لتقدمهم بالعمر، ويمثل عمر (١٥) سنة اضعف درجة في الاستقلال معرفياً، مقارنة بالاعمار الأخرى الأكبر، وتتسق هذه النتيجة بعمومها مع المنطلق النظري المنطقي، للأدبيات المطروحة في البحث الحالي، التي أوضحت. بمحملها الى ان طبيعة الاستقلال المعرفي، يتخذ ارتفاعاً في كافة ابعاده، ويمكن تفسير هذه النتيجة في ضوء نظرية "بيكرت" المتبناة في هذا البحث، والتي تعد المراهقة تشكل مهمة نمائية حرجية، نظراً لطبيعة الازمات والصراعات النفسية والاجتماعية فضلاً عن المعرفية، والتي تظهر في بداية هذه المرحلة، وقد تستمر مع المراهق حتى نهايتها، وهي تقترب من الراشدين عند دخول المراهق في مرحلة المراهقة المتأخرة تلك الأخيرة تستدعي القيام بتخاذ قرارات مصيرية، تتعلق بطبيعة التخصص الدراسي، واختيار المهنة، الامر الذي يحتم على المراهق موازنة خياراته وتقويم أفكاره، وهو بذلك يقترب من الراشد في استقلاله المعرفي وتظهر هذه النتيجة متناغمة مع تقدم المسار التطوري للاستقلال المعرفي تدريجياً مروراً بمرحلة المراهقة وصولاً الى مرحلة الرشد، وهذه النتيجة تتفق مع دراسة كلا من (بيكرت، ٢٠٠٧) ودراسة (بن الحسين ولشار ولبنان، ٢٠١٩) ودراسة (جادو سواف، ٢٠٠٣) هذا وأشارت النتائج الى عدم وجود فروق بين الذكور والاناث في الاعمار المشمولة في البحث الحالي، في الاستقلال المعرفي، وتعزو الباحثة هذه النتيجة الى دور الانفتاح المعرفي والمعلوماتي المجتمعي الذي ساهم في تطوير توجهات إيجابية متماثلة في تنشئة الاناث وتعليمهم، والتي تقترب من التوجهات نحو الذكور في الجوانب المعرفية والتعليمية التي ساهمت في تمكين كلا الجنسين من الاستقلالية النفسية والمعرفية التي تمكنهم من ادرة قراراتهم المستقلة بأنفسهم.

اما فيما يتعلق بالترويج الذاتي فقد أظهرت النتائج الى تمتع افراد عينة البحث بالقدرة على الترويج تبعاً للاعمار المشمولة بالبحث الحالي والتي اتخذت مسارا تطورياً بتقدم العمر من مرحلة المراهقة الى مرحلة الرشد، وتفسر هذه النتيجة في ضوء النظرية المتبناة "لكوفمان" التي ينصب جل مفاهيمها هذه النظرية المعاصرة على قضايا العناصر

المتحكمة، بالعملية التي يحاول بها الافراد السيطرة على الانطباعات التي يكونها الآخرون عنهم، والتي تخدم وظيفة الترويج الذاتي بعرض الذات بأفضل عرض لإظهار الكفاءة والمواهب وتقديم المعلومات عن الإنجازات ليظهروا بمظهر الاكفاء لتعطي انطباعات لنتائج ايجابية.

اما فيما يتعلق بمتغير الجنس فقد اشارت النتائج وجود فروق دالة احصائية لصالح متوسط درجات العينة للأعمار الأكبر وهذه النتيجة تتفق مع ما اشارت اليه بعض الدراسات الى تباين الذكور عن الاناث في طبيعة ترويجهم للذات، إذ يميل الذكور للتفاخر بإنجازاتهم عند سؤالهم عنها، بينما تميل الاناث للتقليل من شأن انجازاتهم وقدراتهن، بحكم طبيعة المجتمع وعاداته وتقاليده، فضلاً عن ان بعض المجتمعات تميل الى إخفاء صفة عقابية اجتماعية، تستخدم لوصف الاناث، بأنها استعراضية أو خارجة عن الأطر العرفية والمجتمعية، في حال تروجهن لذواتهن مقارنة الى السلوك الترويجي للذكور بأنه مؤشر ثقة بالنفس، ودليل التمتع بالصفات أو القدرات القيادية المناسبة لدور الذكور، وقد اشارت البحوث الى ان النساء غالباً ما تشعرن بالحرج عن التحدث عن قدراتهن ونجاحاتهن السابقة، على ارض الواقع (سليمان، ٢٠٢٣: ٨) كما وازهرت النتائج الى وجود علاقة ما بين الاستقلال المعرفي والترويج الذاتي، وتفسر الباحثة هذه العلاقة التي تجدها منطقية، كون المراهق او الراشد المستقل معرفياً قادر على اتخاذ القرارات بكافة النواحي الحياتية والاجتماعية والمعرفية وغيرها، يمتلك قدراً من المعرفة الضمنية على الترويج لذاته اعتماداً على قدراته الذاتية في ظل منصات مواقع التواصل الاجتماعي او عبر المقابلات المهنية المباشرة أو غيرها.

الاستنتاجات (Conclusions):

١. أسهمت النقلة الاجتماعية النوعية والقيمية المتسارعة، فضلاً عن مجمل التطورات التكنولوجية الحاصلة في المجتمع الى ان تعكس بظلالها على الادراك الإيجابي لآراء المراهقين والراشدين وقراراتهم فأصبح لهذه العناصر جميعاً، الاسهام في تحقيق استقلالهم المعرفي على نحو واضح للعيان، بتأثير التيارات الثقافية الحديثة السائدة

- مجتمعياً، والتي تشجع وتسمح لهم بحرية التعبير عن آرائهم وطموحاتهم بتأثير نمط العلاقات الاسرية الداعمة لتوجهات الأبناء المستقلة معرفياً
٢. ان فكرة الترويج للذات أصبحت مقبولة ورائجة لدى الكثير من المراهقين والراشدين وشاعت لديهم، الامر الذي جعلهم راغبين دون تردد او انكفاء في تقديم سيرتهم وانجازاتهم الذاتية على نحو يسمح للآخرين بالشعور بالقيمة الذاتية لديهم على تحقيق النجاح الترويجي للذات فالذات أصبحت بمثابة بضاعة في السوق الاجتماعي تبتغي ان يسوق لها.
٣. استهداف شريحة المراهقين والراشدين في اعمار البحث الحالي يتناسب مع طبيعة التطور الرقمي الحاصل اليوم، اذ يختلف جيل مراهقي اليوم عن أي جيل سبقه، سيما مع براعتهم الكبيرة والواضحة في استخدام المنصات الرقمية للترويج الذاتي وغيرها وذكائهم في النشاط الترويجي فهم يمثلون الفئة الأكثر تداولاً لمنصات التواصل الاجتماعي تلك التي تسمح لهم بإقامة علاقات واسعة من مختلف المجتمعات والثقافات لتعزيز تبادل المعلومات والخبرات والمهارات فيما بينهم وهذا يعد من المزايا او المؤشرات الواضحة لهذه الفئة الذين يعملون على تطوير ترويجهم لذواتهم، الامر الذي يسهم في نجاح هذا الترويج.
٤. وجود الاستقلال المعرفي يمثل مؤشر على قدرة المراهق أو الراشد التفكير والمصادقة على القرارات بشكل منفرد، بعيداً عن تأثير البالغين أو الاقران المحيطين وهو يركز على ادراك الاعتماد الذاتي الامر الذي يؤمن له القدرة على ترويج ذاته والحرية في تنفيذ الاختيارات، ومتابعة تحقيق الأهداف المستقبلية.

التوصيات (Recommendation):

- في ظل النتائج التي تم التوصل اليها، توصي الباحثة بما يأتي:
١. ضرورة تشجيع الطلبة على ممارسة التعبير اللفظي عن طريق التصريح بآرائهم والقدرة على تقويم وتقييم الأفكار على نحو مستقل دون تبعية فكرية، لأي جهة، وارشادهم باتخاذ قرارات سليمة في أجواء ديمقراطية قائمة على برامج ارشادية

- وتوجيهية، فضلا عن تضمينها في المناهج وطرائق التدريس المعاصرة لتحقيق الاستقلالية المعرفية بأفضل الطرائق واسلمها.
٢. تولي وسائل الاعلام ومؤسسات الثقافة والتربية، فضلا عن الجامعات دورها في نشر الوعي باستقلالية الأفكار والمعارف ومفاهيمها للإحساس بالهوية الفكرية وترسيخها لدى المراهقين والراشدين.
٣. ارشاد الطلبة وتعليمهم استراتيجيات تساعد على تنمية أساليب الترويج الذاتي ضمن أنشطة وندوات تثقيفية وتوجيهية تواكب متطلبات سوق العمل والمهنة.
٤. حث الطلبة على ضرورة توسيع شبكة علاقاتهم الاجتماعية، وإشراكهم في دورات تأهيلية لتعريفهم ببعض البرامج عبر منصات التواصل الإلكتروني والاجتماعي تساعد على الترويج لأنفسهم ومحتوياتهم الفكرية والمهارية وغيرها من خلالها.
٥. ضرورة إعادة النظر في الأهداف الأكاديمية الجامعية بعدم اقتصرها على المقررات التعليمية فقط، وإنما السعي الى اكساب الطلبة المهارات التي تؤهلهم للقدرة على ترويج ذاتهم في الحيات المهنية بعد التخرج.

المقترحات (Suggestion):

تقترح الباحثة ما يأتي ما يأتي:

١. اجراء دراسة تطويرية للاستقلال المعرفي على فئات عمرية أخرى اصغر عمرا من اعمار البحث الحالي.
٢. اجراء دراسات لمعرفة العلاقة بين الاستقلال المعرفي وغيره من المتغيرات منها (عادات العقل، فاعلية الذات الإبداعية، القدرة على التفاوض والاقناع، القدرة على حل المشكلات الاجتماعية، الابتزاز العاطفي، الانصياع الاجتماعي.. وغيرها).
٣. اجراء دراسات أخرى لمعرفة طبيعة العلاقة ما بين الترويج الذاتي وعلاقتها بمتغيرات أخرى كأن تكون (السلوك التنظيمي، الذكاء الرقمي، الهوية الافتراضية عبر منصات التواصل الإلكتروني والانفتاح على الخبرات، صورة الذات المدركة).

المصادر:

- أبو نبعه، عبدالعزيز، (٢٠٠١) مقومات تسويق الذات في سوق العمل دراسة تطبيقية على الموظفين بقطاع البنوك في عمان. المجلة المصرية للدراسات التجارية - مصر ٢٦ (٢)، ٣٤٩ - ٣٨٢ .
- بلوم، بنيامين وآخرون. (١٩٨٣)، تقييم تعلم الطلاب التجميعي والتكويني، جامعة شيكاغو، دار مايكجر وهيل للنشر، أمريكا.
- البندري، ايناس إبراهيم، (٢٠١٧) أساليب تشكيل الهوية لدى طلاب الجامعة، مجلة علم النفس، الهيئة المصرية العامة للكتاب، العدد (١١٢)، السنة الثلاثون، ص ١٣٧ - ١٤٨.
- الجابر، نايف بن حمد (٢٠٢٠) أدوات التسويق الذاتي التصاميم والعلامات التجارية . منتدى تواصل ، نوفمبر.
- حمود، محمد عبدالحמיד الشيخ: (٢٠١٥) التوجيه والإرشاد المهني، دار قباء الحديثة للطباعة والنشر والتوزيع .
- زابلتن، ارفينج (١٩٨٩): النظرية المعاصرة في علم الاجتماع (دراسة نقدية) ترجمة د. محمود عودة ود. إبراهيم عثمان منشورات ذات السلاسل الكويت.
- الزوبعي، عبد الجليل إبراهيم وبكر، محمد الياس والكناني، إبراهيم عبد الجليل. (١٩٨١). الاختبارات والمقاييس النفسية، وزارة التعليم العالي، دار الكتب للنشر، جامعة الموصل.
- السلطان، المصري، أحلام احمد غازي. (٢٠٠٦) العوامل الكؤثرة في نجاح التسويق الشخصي. رسالة ماجستير غير منشورة. الجامعة الأردنية.
- سليمان، رضا السيد محمد (٢٠٢٣): دور مهارات تسويق الذات كمتغير وسيط في العلاقة، بين ابعاد السلوك الإبداعي وعوامل الاندماج الوظيفي للموارد البشرية

بقطاعات وزارة المالية" مجلة البحوث الإدارية مركز الاستشارات والبحوث والتطوير بأكاديمية السادات للعلوم الإدارية، المجلد الحادي والاربعون العدد (الرابع) أكتوبر، القاهرة.

- الطائي، يوسف حليم. (٢٠٠٩) انموذج تسويق الذات، وعلاقته بمحارات التفكير الإبداعي، دراسة تحليلية لآراء عينة من المستجيبين. مجلة العزي للعلوم الإدارية والاقتصادية، المجلد (١١) العدد (٣).
- عبدالعزيز أبو نبعه (٢٠٠١): مقومات تسويق الذات في سوق العمل دراسة تطبيقية على الموظفين الجدد بقطاع البنوك في عمان، المجلة المصرية للدراسات التجارية - مجلد ٢٥، عدد (٢): ٣٨٢ - ٣٤٩.
- عريفج، سامي، ومصالح، خالد حسين، وحواشين، مفيد نجيب.(١٩٩٩). في منهاج البحث العلمي وأساليبه، ط٢، عمان، دار مجدلاوي للنشر.
- علام، صلاح الدين محمود (٢٠١٥) القياس النفسي، ط١، دار الفكر ناشرون وموزعون، عمان - الأردن.
- علام، صلاح الدين محمود(٢٠٠٠)، القياس والتقويم التربوي والنفسي (أساسياته وتطبيقاته وتوجهاته المعاصرة)، دار الفكر العربي، مصر ، القاهرة.
- عودة، احمد سليمان، وملكاوي، فتحي حسن. (١٩٩٢). اساسيات البحث العلمي في التربية والعلوم الإنسانية، ط١، الأردن، أريد مكتبة الكناني.
- مجيد، أثمار شاكر (٢٠٢٣) الاستقلال المعرفي وعلاقته بالازدهار النفسي لدى طلبة جامعة بغداد. وقائع المؤتمر الافتراضي العلمي السنوي السادس لقسم معلم الصفوف الأولى الموسوم بمشكلات الواقع المدرسي .. التشخيص والحلول، يومي ١٥-١٦/٣/٢٠٢٣. وتحت شعار بالإصلاح والعمل تبني المجتمعات.
- مدحت محمد أبو النصر(٢٠١٠): إعادة هندسة الذات "المجموعة العربية للتدريب والنشر، مصر.

- ملحم، سامي محمد. (٢٠٠٠). **منهاج البحث في التربية وعلم النفس**، ط١، عمان، دار الميسرة للنشر والطباعة.
- منال الخضر (٢٠١٠): "ظاهرة العلامة التجارية الشخصية"، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة المنوبة، تونس.
- اليعياثية، مريم والبحرانية، منى بنت عبدالله، وكاظم، علي مهدي (٢٠١٩) فاعلية برنامج تدريبي في تنمية مهارات التسويق الذاتي لدى طلبة الصف الحادي عشر في سلطنة عمان. **المجلة الدولية للدراسات التربوية والنفسية . المجلد (٥) العدد ٣ صفحة ٢٩٧ – ٣١٨.**

Sources:

- Anastasi , A. and Urbina, S (1997): **Psychological Testing**, (7th ed Neo Jersey: Prentice Hall.
- Arkin R.M (1987): **Shyness and Self – Presentation in Yardley K. and hones T. ED Self and identity Psycho social Perspective John Wily & Sons Ltd.**
- Arkin R.M ape- man A.J. & Burger J.M. (1980): Social anxiety, Self- presentation and Self – serving bias bias in causal attribution. **Jornal of Personality and Social Psychology** Vol.38 No 1PP 23 – 35.
- Arkin R.M. (1980): **Self- Presentation Styles in J.T Tedeschi ED impression Management Theory and social Psychological. Research** New York academic Press PP 311-333.
- Beckert, T.E (2005). **Fostering Autonomy in Adolescents: A Model of Cognitive Autonomy and Self-Evaluation, Paper presented at the American Association of Behavioral and Social Sciences, February 16, Las Vegas, Nevada.**
- Beckert, T.E (2007). Cognitive autonomy and Self- evaluation in adolescents: A conceptual investigation and instrument development. **North American Journal of Psychology** ,vol, N.3,P.575 – 590.
- Berger, Kathleen S (1998) .**The Developing Person Through the Life Span.4th ed**, City University of New York: Worth Publishers.

- Bolino, M., Long, D., Turnley , W.(1999). **Impression Managemet in Organizations: Critical Questions, Answers, and Areas for Future Research – Annual Review of Organizational Psychology and Organizational Behavior 3(1) 377 – 406.**
- Brandley, C.S. (2008). **The Effect of Educt of Educational Intervention on Adolescents. Identity, Cognitive Autonomy, Hope, and Educational Aspirations. A thesis of Master in Utah state university, Logan, Utah.**
- Bridges, L.,& Zaff, j.(2001). **Emotional well-being in adolescence: A review of the literature. unpublished paper prepared for the Knight Foundation by Chlld Trends, Inc, Washigton.**
- Cartledge, G, etal. (1985). **Social needs of mainstreamed students: peer and teacher perceptions. Learning Disabilities Quarterly, N.8, P.132 – 140.**
- Demetriou, A. (2003). **Mind self, and personality: Dynamic interactions from late childhood to early adulthood. Journal of Adult Development, Vol.10,N.3, 151-171.**
- Erikson, E. H (1963). **Childhood and society.** New York: Norton.
- Gardner, H. (1993). **Multiple intelligences: The theory In practice** New York: Basic Books.
- Giedd, J. N. etal. (1999). **Brain development during during childhood and adolescence: A longitudinal MRI study. Nature Neuroscience, N.2,p 861 - 863.**
- Goffman, E.(1989) **The Presentation of Self in Everyday Life.** Doubleday: Garden City, New York.
- ----- E. (1999). **Interaction Ritual. Ritual.** Pantheon: New York,.
- Hair, E. C., & Graziano, W.G.(2003). **Self-esteem, personality and achievement in high school: A prospective longitudinal study in Texas. Journal of personality, Vol .71,p. 971 – 994.**
- Lason, R.W. (1983). **Adolescents' daily experience with family and friends: Contrasting opportunity systems. Journal of Marriage and the family, Vol.45, p.739 – 750.**

- Lear M. & Kowalski R (1990): Impression management A Literature review and two Component model, **Psychological Bulletin Vol 107 No 1 PP 34-47.**
- Leary, M & Kowalski, R.(1990) Impression management A Literature review and two Component model, **psychological Bulletin . V01.(107). No(1) pp: 34 – 47.**
- Lindemann, M., Dooley, M.(2019). Women and Self promotion: testing three theories. **Journals – permissions vol. 122(1), 219-230.**
- Peetsma, T. & Roede, Van Der Veen Ewoud. (2005). Relations between adolescents' Self-evaluations, time perspectives, motivation for school and their achievement in different countries and at different ages. **European journal of Psychology of Education, Vol. 20, P.209 – 225.**
- Quatman, T. etal. (2001). Gender differences in adolescent Self-esteem: An exploration of domains. **Journal of Genetic Psychology, Vol.162,p. 93-117.**
- Rayan, RM. & Deci Edward .L.(2006). Self-Regulation and the Problem of Human Human Autonomy: **Journal of Personality, Vol.74: December.**
- Reiser, M. L.(2009). **A comparison of Cognitive Autonomy in Adolescents From a Residential, Treatment Center and Traditional High School. Master.** Master Dissertation. Utah University, Logan, Utah.
- Reynolds, L.T., & Herman- Kinney, n.j.(2003) Taking stock: **A handbook for symbolic interactionists. Handbook of Symbolic interactionism, 3-12.**
- Sternberg, R. & Kaufman, J. (1998). **Human Abilities. Annual Review of Psychology, Vol.49, p.479-502.**
- Sternberg, R.J, (1999). **The concept of creativity:** Prospects and paradigms. In R. J. Sternberg (Ed), **Handbook of creativity** (PP.3-15) Cambridge: Cambridge University Press.
- Thompson, R.A.(2006). **Cognitive Autonomy in Adolescent.** Master Dissertation. Utah University. Logan, Utah.

- Vijayabanu, C.T herasa, C., Daisy, A(2018) **mpression Management Tactics as a psychological booster for the Communication employees – Smart Pls Approach**. Revista de Psychology, Vol. 37(2) PP. 683-707.
- Zimmer- Gembeck, M.J, etal. (2003), **Autonomy Development during adolescence**. In G. R. Adams & M. Berzonsky (Eds.), Blackwell Handbook of adolescence (pp. 175-205). Oxford: Blackwell Publishers.