

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة عبد الحميد بن باديس

كلية العلوم الاجتماعية

قسم العلوم الإنسانية

شعبة علوم الإعلام والاتصال

أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه (ل.م.د) في علوم الإعلام والاتصال

تخصص: تكنولوجيا وسائل الإعلام و المجتمع

الموسومة بـ:

الشباب الجزائري والهوية الافتراضية

دراسة ميدانية لعينة من مستخدمي موقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك

إشراف الأستاذ:

د. بلحزري بلوفة

إعداد الطالبة

كسيرة أسمهان

أعضاء لجنة المناقشة

الصفة	مؤسسة الانتماء	الرتبة	اسم ولقب الأساتذة
رئيسا	جامعة مستغانم	أستاذة محاضرة - أ -	خالدي أمينة
مقررا ومؤظرا	جامعة مستغانم	أستاذ محاضر - أ -	بلحزري بلوفة
مناقشا	جامعة مستغانم	أستاذ محاضر - أ -	صالح فلاق شبرة
مناقشا	جامعة معسكر	أستاذ التعليم العالي	جيلاني كوبيبي معاشو
مناقشا	جامعة وهران 1	أستاذ محاضر - أ -	غمشي بن عمر

السنة الجامعية 2017/2018

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

(وَقُلْ رَبِّ زِدْنِي عِلْمًا)

صدق الله العلي العظيم

سورة طه: من الآية 114

شكر وتقدير

الحمد لله كثيرا نحمده ونشكره على عونه الكبير وفضله الجليل في توفيقه لنا لإتمام هذا العمل المتواضع، والصلاة والسلام على سيد الأولين والآخرين نبينا محمد صلى الله عليه وسلم.
أما بعد

نتوجه بالشكر الجزيل والتقدير الكبير إلى الأستاذ المشرف على هذا العمل "بلضري بلوفة" الذي سعى وبكل أمانة علمية وعملية إلى توجيهنا الوجهة السليمة والصحيحة في البحث.

إلى كل من ساعدني وساندني لإنجاز هذا العمل وأشكر كل من قدم لي يد العون من قريب أو من بعيد، أساتذة قسم علوم الإعلام والاتصال على رأسهم رئيس القسم أ. العربي بوعمامة، وكذا الأساتذة الأفاضل أ. قريد سمير، أ. رضا بن تامي، الأستاذة وهيبة بوزيفي، الأستاذ .

كما أتقدم بالشكر الجزيل والامتنان إلى السادة الأفاضل أعضاء لجنة المناقشة على قبولهم قراءة هذا العمل وإبداء ملاحظاتهم وتصويباتهم القيمة.

وإلى كل من كان له بصمة في هذا العمل المتواضع نتقدم بشكرنا العميق والجزيل.

أسمهان كسيرة

الإهداء

الحمد لله رب العالمين، حمدا كثيرا طيبا يليق بجلاله وجمه وعظيم سلطانه، الحمد لله الذي وفقني لإنجاز هذا العمل المتواضع فالله الحمد والشكر.

إلى أطيّب روائح الريحان الوالدين الكريمين، أطال الله في عمرهما وخاصة الوالدة العزيزة التي لم تبخل عليا بدعواتها وصلواتها ولولا رضاها ودعواتها لما نجحت، شكرا أمي أحبك وأتمنى أن تكوني دائما معي، إلى أعلى ما لدي في الوجود الأخت الحنونة التي تقف بجانبني في كل حالاتي حفظها الله لي، وزوجها الغالي، آلاء قرّة عيني الملاك الصغير والأخ حسين الذي لم يتوانى يوما في مساندي في مشواري الدراسي ، وإلى كل العائلة الكريمة، وإلى الأصدقاء والزملاء والزميلات في الدراسة: سهام، نريمان، صارة و الكتكوتة ماريتا يولا، محمد الأمين بلعربي، بن عيشة عبد الكريم، سعيدة بن عمار، كريمة قلاعة، الحاج فارس.

إلى كل من وسعهم قلبي ولم ويسعهم قلبي

ملخص الدراسة:

تهدف هذه الدراسة إلى مناقشة مفهوم الهوية وطرح أهم الإشكالات المرتبطة بها، والتعرف على معالم الهوية الجديدة التي يقدمها الإعلام الجديد، بحيث تلعب مواقع التواصل الاجتماعي دورا رئيسيا على الهوية فهي الخطوة الأولى التي تمكن المستخدمين من معرفة الأشخاص الذين يتواصلون فيما بينهم وبالتالي فهم وتقييم هذا التفاعل، ويعتبر الحديث عن الهوية من بين أهم القضايا التي يطرحها استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، ذلك أنها تعتبر غامضة نوعا ما إذا ما عدنا إلى محددات الهوية التي اعتدنا عليها في العالم الفيزيائي، وتعتبر الصفحات الشخصية وشبكات الأصدقاء التي يقوم المستخدم بخلقها جوهر مواقع التواصل الاجتماعي. فبعد التسجيل عبر الانترنت يكون المستخدم مطالبا بخلق صفحته الشخصية التي تحدد هويته والتي تتنوع حسب طبيعة الموقع.

ومع زيادة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي من قبل مختلف الفئات أصبح موضوع الهوية من أهم القضايا التي أثارها هذا الاستخدام، ففي الوقت الذي يفضل البعض تجسيد هويته الحقيقية على الشبكات فإن البعض يتجه اتجاها آخر بانتحال الشخصيات أو خلق هويات جديدة ولأغراض مختلفة.

فهوية الفرد تختفي في ظل التفاعلات داخل المجتمعات الافتراضية لتحل محلها الهوية الافتراضية، والتي عن طريقها يكون أكثر تفاعلا ونشاطا، ومشاركة في المجتمع الافتراضي عنه في المجتمع الواقعي، وذلك عائد لخصائص المجتمع الافتراضي الذي يركز على التواصل الفكري وليس المظهر. ففي العالم الافتراضي تتمحي خصائص الحضور الفيزيائي وتختفي العناصر الظاهرية كاللباس واللون والجنس وغيرها، ويعرف الفرد من خلال عنوانه البريدي واسمه المستعار، أي الصورة الرمزية التي يقدمها للغير، والتي لا تعكس في أغلب الأحيان هويته الحقيقية.

Abstract:

The current study deals with some principles on the identity concepts, thus, our interest in this thesis takes into account the focus on the identity problematic and the pinpoints of the new identity debate aroused by the new media.

As far as the social networking sites and their important role are concerned, such a state is identifying, activating, producing effect on each other and finally evaluating this interaction.

Yet the debate on the identity requires the most important issues as raised by social networking sites, considered as little bit ambiguous comparing to the identity pinpoint we're used to while dealing with the real world, since the personal pages and friends "networks of the users" own creation are the pillars of the social networking sites.

As soon as, the registration via internet is well done, the user is invited to create his own personal page through which he identifies himself, such an identity that varies according to the nature of the site.

Consequently to the intensive use of social networking sites by different groups, hence forth, the debate on the identity issue has become more and more important.

While some groups prefer to show their real identity, others opt for another way and prefer to hide behind false personalities for different purposes.

As a matter of fact, the individual's identity disappears in the interactions within virtual communities, leaving place to the virtual identity to be more active and produces effect in the virtual than the real life, as a part of the virtual community nature, which gives more interest and focus on intellectual communication rather than physical appearances standing on clothes, color, sex and so on..

Individuals are identified according to their e-mail and their pseudonyms, that's to say their symbolic image provided to others instead of their real identity.

Résumé:

Vivant une grande mobilité et un grand enthousiasme par l'intérêt croissant que suscite à chaque fois le thème de l'identité, voir ses paradoxes, la présente étude nous invite via des portes grandes-ouvertes à identifier les repères de la nouvelle identité véhiculée par les nouveaux médias ou les réseaux sociaux jouent un rôle phénoménal, seuil de tout utilisateur visant à connaître d'autres personnes, communiquer et faire partie d'une interaction qui ne cesse de prendre de l'ampleur, en sus de son rôle a évaluer cette interaction.

Le débat sur l'identité est dans le centre des préoccupations qui concernent les utilisateurs des sites des réseaux sociaux, vu son caractère ambigu relativement aux repères de l'identité en usage dans notre monde réel, les pages personnelles et les réseaux d'amis créés par l'utilisateur demeurent la pierre angulaire des sites des réseaux sociaux.

Dés la création d'un compte sur l'internet, l'internaute est invité à créer sa propre page qui détermine son identité et qui varie suivant la nature du site.

Plus l'utilisation des sites des réseaux sociaux par les différentes couches de la société s'accroît, plus le sujet de l'identité devient des plus en plus polémique, au moment où certains utilisateurs préfèrent ôter la voile sur leur propre identité, d'autres ont tendance à l'usurpation des personnalités et la création de nouvelles identités pour des finalités différentes.

L'identité de l'individu submerge dans l'océan des interactions des sociétés virtuelles, en cédant la place à l'identité virtuelle, qui devient à la fois un fin et moyen permettant à l'individu plus actif et plus coopérant dans le monde virtuel que dans sa propre société réelle ; un tel comportement est issu des caractères de la société virtuelle qui favorise l'interaction intellectuelle au détriment des apparences, le monde virtuel a déclaré la mort de sa présence physique en se libérant de toutes les éléments concrets, habits, couleurs, sexes, etc..., seules le e-mail de l'internaute et son pseudonyme, en d'autres termes l'image symbolique que fait transmettre au tiers, et qui ne reflète pas souvent sa propre identité.

فهرس الجداول

الرقم	العنوان	الصفحة
01	توزيع وحدات العينة حسب الجنس	157
02	فئات أعمار المبحوثين	158
03	المستوى التعليمي للمبحوثين	160
04	الحالة الاجتماعية للمبحوثين	162
05	الأصل الجغرافي للمبحوثين	164
06	مدة استخدام المبحوثين لموقع التواصل الاجتماعي الفايسبوك	166
07	الفروق في مدة استخدام المبحوثين لموقع الفايسبوك حسب متغير الجنس	171
08	الفروق في مدة استخدام المبحوثين لموقع الفايسبوك حسب متغير السن	173
09	الاسم الذي يختاره المبحوثين لاستخدام موقع الفايسبوك	176
10	الفروق في الاسم الذي يختاره المبحوثين لاستخدام موقع الفايسبوك حسب متغير الجنس	179
11	تغيير الاسم باستمرار أم المحافظة عليه	181
12	أسباب اختيار المبحوثين لأسمائهم الحقيقية عبر موقع الفايسبوك	182
13	نظرة الشباب إلى الذين يستخدمون أسمائهم الحقيقية	184
14	أسباب اختيار المبحوثين لأسماء مستعارة عبر موقع الفايسبوك	186
15	نظرة الشباب إلى الذين يستخدمون أسماء مستعارة	188
16	الفروق في اختيار الاسم الحقيقي والمستعار حسب متغير الجنس	190
17	السن المصرح به من طرف المبحوثين	191
18	الفروق في استخدام المبحوثين لسنهم الحقيقي حسب متغير السن	192
19	أسباب إخفاء السن الحقيقي من قبل المبحوثين	194
20	الفروق في أسباب تصريح المبحوثين بسنهم حسب متغير الجنس	195

197	مدى حقيقة التصريح بالجنس	21
198	الموطن المستخدم في الصفحة من قبل المبحوثين	22
199	طبيعة الوظيفة المسجلة في الصفحة	23
201	طبيعة الصورة المستخدمة في الصفحة	24
202	الفروق في استخدام المبحوثين لصورهم الحقيقية حسب متغير الجنس	25
203	الفروق في استخدام المبحوثين لصورهم الحقيقية حسب متغير السن	26
204	أسباب استخدام صورة مستعارة من قبل المبحوثين	27
206	نظرة الشباب إلى الذين يستخدمون صورهم الحقيقية	28
208	نظرة الشباب إلى الذين يستخدمون صوراً مستعارة	29
210	طبيعة اللغة المستخدمة في الصفحة	30
213	الفروق في طبيعة اللغة المستخدمة من قبل المبحوثين حسب متغير المستوى التعليمي	31
215	استخدام أكثر من صفحة على موقع الفايسبوك	32
216	كيفية استخدام الصفحة من طرف المبحوثين	33
218	أهداف استخدام موقع الفايسبوك	34
221	الفروق في أهداف استخدام المبحوثين لموقع الفايسبوك حسب متغير الجنس	35
223	العامل الذي يحدد علاقة المستخدم بالآخرين	36
224	المعيار الذي على أساسه يختار المبحوثين أصدقائهم في الموقع	37
226	تغيير المبحوثين للصفحة	38
227	عدد المرات التي يتم فيها تغيير الصفحة	39
229	لماذا يتم تغيير الصفحة	40
230	هل الهوية المستخدمة عبر موقع الفايسبوك تحمل معلومات حقيقية	41
231	شعور المبحوثين بتناقض شخصيتهم في الواقع مع الفايسبوك	42

233	طبيعة علاقة المبحوثين مع أصدقائهم في الموقع	43
235	انعكاس هوية المبحوثين عبر موقع الفايسبوك	44
238	شعور المبحوثين بتفاعلهم في علاقاتهم الافتراضية أكثر من علاقاتهم الحقيقية	45
240	العلاقات الاجتماعية المفضلة لدى المبحوثين	46
243	شعور المبحوثين بتواصل المستخدم عبر موقع الفايسبوك وهو خلف هوية افتراضية	47

شكر

إهداء

ملخص الدراسة باللغة العربية

ملخص الدراسة باللغة الانجليزية

ملخص الدراسة باللغة الفرنسية

مقدمة

أ-ج

الفصل الأول:

موضوع الدراسة وإجراءاته المنهجية

- 1- إشكالية الدراسة.....5
- 2- فرضيات الدراسة.....8
- 3- أسباب اختيار الموضوع.....8
- 4- أهداف الدراسة.....9
- 5- أهمية الدراسة.....10
- 6- مفاهيم الدراسة.....10
- 7- الدراسات السابقة.....15
- 8- المنهج وأدوات جمع البيانات.....29
- 9- منهج الدراسة.....29
10. نوع الدراسة.....31
11. مجتمع البحث وعينة الدراسة.....32
12. تقنيات البحث.....35
13. مجالات الدراسة.....39

الفصل الثاني:

مواقع التواصل الاجتماعي: المدخل والنظريات

أولاً: مواقع التواصل الاجتماعي: المدخل والنظريات

1. تعريف مواقع التواصل الاجتماعي.....43
 2. نشأة وتطور مواقع التواصل الاجتماعي.....48
 3. خصائص مواقع التواصل الاجتماعي.....51
 4. أنواع مواقع التواصل الاجتماعي.....54
 5. خدمات مواقع التواصل الاجتماعي.....54
 6. مواقع التواصل الاجتماعي وخصوصية المجتمع الجزائري.....56
- ثانياً: النظريات المفسرة لمواقع التواصل الاجتماعي.....58
1. نظرية الاستخدامات والاشباع.....58
 2. نظرية التواء.....65
 3. نظرية التفاعلية الرمزية.....66
 4. نظرية انتشار المستحدثات.....71
 5. النظرية وثنائية الأثر في شبكات التواصل الاجتماعي.....80

الفصل الثالث:

حفريات في المجتمع الافتراضي والهوية الافتراضية

- أولاً: حفريات في المجتمع الافتراضي.....85

85.....	1. المجتمع الافتراضي ودلالات المفهوم.....
90.....	2. أنواع المجتمعات الافتراضية.....
92.....	3. سمات المجتمعات الافتراضية.....
97.....	4. مراحل تشكل المجتمعات الافتراضية.....
98	ثانيا: حفريات في الهوية الافتراضية.....
98	1. البحث في ماهية الهوية.....
101	2. الهوية من منظور بعض المداخل المعرفية.....
104	3. أنواع الهوية.....
107	4. وظائف الهوية.....
109	5. الهوية الافتراضية: المفهوم والأنواع.....
114.....	6. الشبكات الاجتماعية والهوية الافتراضية.....
131	7. العوامل الكامنة وراء تشكل الهوية الافتراضية.....
134.....	9. تمظهرات المجتمع الافتراضي وانعكاساته على الهوية الحقيقية.....
139.....	8. العلاقات الافتراضية ومستقبل العلاقات الواقعية.....

الفصل الرابع:

الإطار التطبيقي

146.....	أولاً: عرض وتحليل البيانات الميدانية.....
224.....	ثانياً: النتائج في ضوء تساؤلات الدراسة.....
234.....	* خاتمة.....

236..... * قائمة المراجع

251..... * الملاحق

* مقدمة عامة:

تعد مواقع التواصل الاجتماعي من أهم أساليب الاتصال الحديثة التي ظهرت في العقود الأخيرة، والتي ساهمت في إظهار تغيرات جذرية خاصة على مستوى الاتصال الاجتماعي بين الأفراد والجماعات، حيث أصبحت من أكثر المواقع انتشارا في الأوساط الاجتماعية وذلك نظرا لتعدد الخدمات التي تتيحها والتطبيقات التي توفرها للمستخدم. فنجدها حملت الكثير من التغيرات خاصة في أنماط الاتصال وذلك في ظل تحول الفضاء العام للاتصال، ومن بين الرهانات التي تحققها هذه المواقع تمكين الفاعلين من تجاوز الاكراهات المرتبطة بالواقع والتي تتمثل في التخلص من الحضور الجسدي والمكاني للتحول إلى سياقات اتصالية جديدة افتراضية بالدرجة الأولى، إذ يحدث التواصل بين المستخدمين تزامنيا مع صور وأسماء تصنع هويته عبر رموز افتراضية. حيث نجد أن الفيسبوك من بين أكثر المواقع استخداما خاصة لدى فئة الشباب الذين وجدوا ضالتهم فيه من خلال المساحات الافتراضية الواسعة للتعبير عن أفكارهم وآرائهم واتجاهاتهم وحتى مشاكلهم، ولذلك من خلال إنشاء صفحات خاصة بهم بهدف تحقيق التواصل والتفاعل الاجتماعي.

فموضوع الهوية قديم متجدد يرتبط بالوجود البشري وأصالته، فالإنسان هو كثير التساؤل لأنه دائما في تغير، ويرتبط وجود الذات البشرية وجوهرها وانتمائها. فالهوية من أبرز النقاشات الاجتماعية في الوقت الراهن على أساس اعتبارها قاعدة لاستقرار الفضاء الاجتماعي. فنحن نبحث عن الذات السوسولوجية التي تشكل التفاعل بين الذات والمجتمع، والذات بعد الحداثة غير ثابتة إذ تشكل الهويات المتعددة الجوانب والأوجه والقوالب متعددة لذات إنسانية واحدة بأوجه متعددة بتعدد السياقات الدلالية الاجتماعية والنفسية التي يحياها الفرد ويتردد عليها عبر موقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك.

إذ يمثل هذا الموقع الفضاء الافتراضي الذي يجد فيه الشباب الجزائري مساحة للتعبير عن ذاته من خلال خلق هوية خاصة به تعكس تمثلاته وشخصيته الواقعية وتصوره لهوية

معينة تمكنه من تبني خلفيات تشكل هويته الافتراضية. والتي من خلالها نحاول الكشف عن إنتاج وتشكيل هذه الهوية لدى الشباب الجزائري عبر موقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك. ومن أجل الوصول إلى فهم دقيق لهذا الموضوع اعتمدنا خطة للدراسة مقسمة إلى مقدمة عامة و أربعة فصول وخاتمة، أما الفصل الأول فعنوانه موضوع الدراسة وإجراءاته المنهجية والذي يشمل الإشكالية، تساؤلات الدراسة، فرضيات الدراسة، أسباب اختيار الموضوع، أهداف الدراسة، أهمية الدراسة، مفاهيم الدراسة، الدراسات السابقة، المنهج وأدوات جمع البيانات، منهج الدراسة ونوعيتها، مجتمع البحث وعينة الدراسة، تقنيات البحث ومجالات الدراسة.

والفصل الثاني المعنون بمواقع التواصل الاجتماعي: المدخل والنظريات وهو مقسم بدوره إلى مبحثين، تضمن المبحث الأول سبعة عناصر أساسية هي مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي، نشأة وتطور مواقع التواصل الاجتماعي، خصائص مواقع التواصل الاجتماعي، أنواعها وخدمات مواقع التواصل الاجتماعي وكذا مواقع التواصل الاجتماعي وخصوصية المجتمع الجزائري. أما المبحث الثاني تضمن خمسة عناصر أساسية تتمثل في النظريات المفسرة لمواقع التواصل الاجتماعي، نظرية الاستخدامات والشباعات، نظرية التراء، نظرية التفاعلات الرمزية، نظرية انتشار المستحدثات و كذا ثنائية الأثر لشبكات التواصل الاجتماعي.

ثم الفصل الثالث فقد خصص للمجتمع الافتراضي والهوية الافتراضية وقسم هو الآخر إلى مبحثين، المبحث الأول: حفريات في المجتمع الافتراضي، تضمن المجتمع الافتراضي ودلالات المفهوم، أنواع المجتمعات الافتراضية، خصائصها ومراحل تشكل هذه المجتمعات. أما المبحث الثاني فقد ركزنا فيه على الهوية الافتراضية، من خلال البحث عن ماهية، الهوية من منظور بعض المداخل المعرفية، أنواعها، وظائفها، الهوية الافتراضية: المفهوم والأنواع، الشبكات الاجتماعية والهوية الافتراضية والعوامل الكامنة وراء تشكل الهوية الافتراضية وكذا العلاقات الافتراضية ومستقبل العلاقات الواقعية.

أما الفصل الرابع خصص لعرض وتحليل البيانات الميدانية وصولاً إلى استخلاص النتائج المتعلقة بتساؤلات وفرضيات الدراسة وتوضيح دلالاتها بالنسبة لأهداف الدراسة.

الفصل الأول:

موضوع الدراسة وإجراءاته المنهجية

1. الإشكالية
2. تساؤلات الدراسة
3. فرضيات الدراسة
4. أسباب اختيار الموضوع
5. أهداف الدراسة
6. مفاهيم الدراسة
7. الدراسات السابقة
8. منهج الدراسة
9. أدوات جمع البيانات
10. نوع الدراسة
11. مجتمع البحث وعينة الدراسة
12. تقنيات البحث
13. مجالات الدراسة

1. الإشكالية:

تعتبر شبكات التواصل الاجتماعي أحد أهم مبتكرات القرن الحادي والعشرين في عالم الاتصالات. فلقد كشفت العقود الأخيرة عن ظهور أوعية اتصالية ساهمت في إحداث تغييرات جوهرية على أكثر من صعيد من مناحي الحياة البشرية؛ لاسيما من حيث إعادة هندسة بنيتها التواصلية والتفاعلية، ولا شك أن التطور التقني وما صاحبه من تدفق معلوماتي؛ كان باعثا على التغيير في وتيرة وأشكال أ نماط الاتصال والتفاعل ليس فقط على مستوى الجماعات والأفراد، وإنما على مستوى الهيئات والمؤسسات أيضا.

ولا ريب أن التحول في نمط التواصل بين الأفراد في ظل مجتمع شبكي افتراضي؛ من نمط تواصل كلاسيكي إلى نمط رقمي، يكون قد فتح آفاقا جديدة للتفاعل. إنه الأفق التواصلية الذي سهل من مهمة التواصل بين الأفراد في زمن عابر للقارات، والذي قدم إنذارا لوسائل التواصل الكلاسيكية إيذانا بحلول نموذج جديد في عالم الاتصال، وإنه الفضاء الذي قلص من حجم التواصل الشخصي المباشر وكرّس لعادات تواصلية من نوع جديد بعثت على انتشار مدونة من التصورات والممارسات تحمل في طياتها رموزا ثقافية جديدة.

يستطيل الحديث عن أوعية التواصل المتاحة اليوم على شاكلة الهواتف النقالة واللوحات الالكترونية وما أسفرت عنه تكنولوجيا الاتصالات، إلى الحديث عمّا يصاحب هذه الوسائل من تطبيقات مثل شبكات التواصل الاجتماعي (الفيسبوك- التويتر - الفايبر - وفليكر - تمبلر - بلارك - أوركوت - ماي سبيس - ميكسي - هاي فايف) ناهيك عما ستسفر عنه إرهابات الاختراعات في خضم التواصل الافتراضي مستقبلا.

فمع ظهور الجيل الثاني للويب، ظهر "الفيسبوك" كأحد التطبيقات التي قدّمت خدمات مستحدثة للمستخدمين من حيث تمكينهم من الانخراط في المجتمعات الافتراضية بما يسمح بنسج علاقات اجتماعية واسعة النطاق. ولعل مثل هذا الطرح، سيدفعنا مجددا إلى الخوض في مفهوم الهوية؛ هذا المفهوم الذي كان وسيظل محل نقاش لدى سواد عظيم من المنظرين. فلقد كان من الطبيعي إذا؛ أن يشهد موضوع الهوية الافتراضية ذلك الاهتمام الذي يبحث في

مدى ارتباط شبكات التواصل الاجتماعي بالتأثيرات التي تمارسها على الفرد في خضم التحولات التي آلت إليها المجتمعات في أشكالها التواصلية. و لذلك كله؛ يواجه م وضع الهوية الافتراضية رهانات حقيقية، خاصة في ظل التحديات الراهنة التي أضحت تأثيراتها بارزة، لاسيما على مستوى تداولات المستخدمين من الشباب والفئات المختلفة بال مجتمع الجزائري لفضاء الفيسبوك، وما يصاحب هذا الاستخدام من إشكاليات وتأثيرات على الهوية الفردية الحقيقية.

وإذا كانت الهوية في حركة دائبة من التطور والتغير، فإن ذلك يعني أنها عرضة للهدم والبناء من جديد. أما الوضعيات والتبادلات الاجتماعية؛ فهي من سيحمل الهوية على إعادة صياغة نفسها وإحداث تغييرات عميقة على مستوى السلوك البشري.

إن الانفتاح اللامحدود و المتسارع على ما تقدمه منظومة الاتصال الرقمي من بدائل، قد يعمل على تغيير في ملامح هوية المستخدم، حيث أضحت هوية هذا الأخير مبنية على خلفيات وسياقات لها من العلاقة ما يتعدى المحلي إلى ال عالمي في إطار الحراك التداولي للغة والمصطلحات والرموز والإشارات. وبمعنى آخر، فإن تأثيرات الشبكات الاجتماعية الرقمية قد منحت دلالات جديدة من التداولات بين الأشخاص التي تختلف تماما عن سياقات الاتصال الشخصي، بل وساهمت أيضا في تغيير ملامح التواصل على مستوى العلاقات الاجتماعية.

إن اعتماد الأفراد، المجتمعات والهيئات والمؤسسات والمنظمات اليوم على تقنيات المعلوماتية كأوعية بديلة عن الوسائط الكلاسيكية في التواصل والبحث عن المعلومة، قد هيأ إمكانية التواصل الشخصي بطابع آخر تجاوز فيه المستخدمون نسق حدود الزمان والمكان، إلا أن هؤلاء المستخدمين لا يعدون أن يكونوا مجرد ذوات مستهلكة لمجموعة من الرسائل والمضامين ضمن فضاء يجمع بين عالمين متقاربين ومتباعدين في الحين ذاته، بل لا يعدون أن يكونوا إلا مجرد آليات ساهمت في تكريس منظور هوياتي جديد؛ انصهر فيه الواقعي بالافتراضي. وإن ذلك ليستدعي التأمل بعمق في استعمالات هذه الشبكات والتعامل

معها كمنظومة علائقية لها أبعادها ومآلاتها في إنتاج رمزية ال محتوى الذي ينتج وره و يتداولونه فيما بينهم.

ولو أننا أمعنا النظر في أشكال الهويات التي يظهر بها مستخدمو "الفايسبوك"، لألفينا كثيرا منها مبطناً تحت هويات مجهولة، وبعضها الآخر يظهر بشكل صريح، ولكن ذلك لم يمنع من تفشي ظاهرة لعبة الأقنعة والإخفاء التي يمارسها هؤلاء المستخدمون. إذا؛ إن تقاوم ظاهرة التستر عن الهوية الحقيقية لدى مستخدمي "الفايسبوك" سواء أكانوا من جنس الذكور أو الإناث، وظهورهم بخلفية هويات مستعارة تحت ألقاب وأسماء وصور وبيانات (السن والجنس والمهنة وغيرها)، ورموز لا علاقة لها بهويتهم الفيزيائية والحقيقية، يدفعنا إلى إعادة النظر في إشكاليات تُحَقِّق في القوة التي أضحت فيها المستعار هو من يؤطر لتصورات المستخدمين. وعليه؛ فإن مسألة تقمص الأفراد لهويات افتراضية ورمزية وعدم الجروح إلى إظهار هويتهم الصريحة والحقيقية ضمن فضاء الفايسبوك، قد أتاحت فرص تبني هويات متعددة، وإن لذلك خلفية تكون قد انبثت إما على خلفيات ذاتية تدرأ عنهم الحرج في استخدام أسمائهم وألقابهم وصورهم الشخصية الصريحة وتجعلهم يتمتعون بهامش أوفر من الخصوصية والحرية في المشاركة والطرح والنقد، أو لدوافع احترازية تمكنهم بأن يبقوا بعيدين عن الأضواء أو لأسباب أخرى مجهولة؛ ولا يمكن أن تتجلى إلا بعد دراسة وتحليل. وعليه؛ سنسعى من خلال هذه الدراسة إلى التقصي عن العوامل والمعايير التي يستند إليها الشباب الجزائري في بناء هوية افتراضية ضمن مواقع التواصل الاجتماعي "الفايسبوك"، مع الأخذ بعين الاعتبار؛ أن هذا الاستخدام توطئه ثقافة تهيمن عليها القيم، الوموز، المعاني الصور والتمثلات. ومن هنا ستتأسس استخدامات شبكات التواصل الاجتماعي من طرف الشباب لـمجال يفتح أمامهم بابا نحو تجارب جديدة بالطريقة التي يرغبون بها ويحددونها وه و ما يطلق عليه اسم البناء الاجتماعي للهوية الافتراضية ضمن الفضاء السيبراني.

إن هذه المقدمات لتستدعي في تحليلاتها دون شك طرح إشكاليات عدة، يتمثل

جوهرها في البحث عن إجابة للإشكال الرئيس الآتي:

ما خلفيات تبني الشباب الجزائري لهوية رمزية افتراضية ضمن فضاء "الفايسبوك"؟
وفي محاولة لمفصلة تنوعات تراكيب هذه الإشكالية؛ سيقودنا سؤال الهوية الافتراضية إلى
البحث :

2- تساؤلات الدراسة:

- 1- عن ماهية سمات وخصائص اشباعات الهوية الافتراضية ضمن فضاء الفايسبوك؟
- 2- وما العوامل والخلفيات الكامنة وراء تبني الشباب الجزائري لهوية افتراضية؟
- 3- كيف ينظر مستخدمو الفايسبوك إلى ذواتهم في خضم مجتمع افتراضي يسمح
بالتخفي خلف ستار هوية رمزية؟
- 4- أيمن لنا أن نعتبر تخفي المستخدم خلف هوية افتراضية مجالا لكشف حقيقة هويته؟
وتأكيدا على ضرورة انتقاء الاحتمالات الممكنة، نقترح كإجابة مؤقتة الفرضيات الأربعة
الآتية:

2. الفرضيات

- * يتميز موقع التواصل الاجتماعي الفايسبوك بسمات تقدم للمستخدم اشباعات لا يمكن
الحصول عليها إلا في كنف هوية افتراضية.
- * هنالك عوامل وخلفيات ذاتية تدفع بالشباب الجزائري إلى الانخراط خلف هوية افتراضية؟
- * يشعر مستخدمو الفايسبوك في خضم هوية رمزية أنهم في مركز يسمح لهم بممارسة
حريتهم المطلقة في التعبير.
- * تشكل ظاهرة تخفي مستخدمي الفايسبوك من الشباب الجزائري خلف هوية افتراضية
منبرا للتعبير عما لا يستطيعون التعبير عنه صراحة في العلن.

3. أسباب اختيار الموضوع:

تتنوع الأسباب التي دعت إلى اختيار هذا الموضوع بعينه دون سواه، فمنها ما هو متعلق
بأسباب ذاتية وأخرى موضوعية. ويمكن تلخيص أهم هذه الأسباب فيما يلي:

1.3 الأسباب الموضوعية:

- الأهمية الكبيرة التي تكتسبها الهوية وارتباطها بالتحديات الجديدة خاصة في ظل الإعلام الجديد.
- تأثير الإعلام الجديد خاصة مواقع التواصل الاجتماعي على هوية الشباب.
- تعلق الشباب الجزائري بالعالم الافتراضي.
- تأثير التفاعل اليومي عبر الانترنت على هوية الشباب.
- مساهمة موقع الفايسبوك في ظهور العديد من المصطلحات الجديدة.
- معرفة مدى إرتباط الشباب بتكوين علاقات افتراضية داخل الشبكات الاجتماعية.
- أسباب خلق الشباب هوية افتراضية مغايرة لهويتهم الحقيقية.

2.3 الأسباب الذاتية:

- الرغبة الشخصية في دراسة الموضوع.
- الفضول العلمي للتعرف على طبيعة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وأهميتها لدى الشباب وانعكاساتها على هويتهم.
- الرغبة في معرفة أهم الأسباب الكامنة وراء إخفاء الشباب الجزائري لهويتهم الحقيقية.
- تسليط الضوء على أهم سمات موقع التواصل الاجتماعي الفايسبوك.

4. أهداف الدراسة:

تساهم أهداف الدراسة في حصر إطار الدراسة وتحديد مجالاتها، وفي تعيين الأسلوب الأمثل للحصول على البيانات، وكذلك في اختيار المنهج ووضع خطة مفصلة للدراسة. وتهدف هذه الدراسة إلى:

- ✓ محاولة البحث عن أهمية التفاعل الافتراضي والكشف عن أبعاد الهوية الافتراضية.
- ✓ التعرف على أهم المعايير والخلفيات التي تدفع بالشباب الجزائري إلى بناء هويته الافتراضية عبر موقع التواصل الاجتماعي.

✓ التوصل إلى معرفة سمات الهوية الافتراضية والحدود الفاصلة بينها وبين الهوية الحقيقية.

✓ تحديد طبيعة العلاقات الاجتماعية التي تتشكل في خضم المجتمعات الافتراضية وأثرها على العلاقات الحقيقية داخل المجتمع.

✓ الكشف عن الانعكاسات المترتبة جراء استخدام الفيسبوك في كنف هوية رمزية.

5. أهمية الدراسة:

لا تتطلع الدراسة الحالية إلى إعادة بعث مفهوم الهوية الذي أخذ الكثير من البحث والتمحيص من قبل الباحثين والمختصين في المجال الاجتماعي، بقدر ما تسعى للإشارة إلى التغيرات الحاصلة في المجتمع ومدى تأثير هذه التغيرات على مستوى هوية الشباب، وهذا ما يدعوا إلى فهم مواصفات العالم الافتراضي الذي يفرض هامشا من الحرية، إذ يلج فيه الشباب إلى عالم الواقع بمنظار جديد يشبع فيه ذاتيته، لذلك تتطلع الدراسة إلى البحث في مختلف المعايير والخلفيات التي يتخذها الشاب الجزائري في تحديده للهوية الافتراضية.

6- الدراسات السابقة:

للدراسات السابقة دور مهم لإرساء معالم مشروع أي بحث علمي باعتبارها مرجعية معرفية يمكن الاستفادة من أرصدة تنوعات مناهجها وتوجهاتها وطرائق معالجتها وتأتي أهمية الدراسات السابقة أيضا، انطلاقا من كونها تشير إلى الأبحاث التي تناولت نفس المجال الخاص بالمشكلة التي يقوم بدراستها الباحث، بحيث تمثل بالنسبة للمشكلة المطروحة قاعدة معرفية أولية خاصة من حيث نتائجها. ولذلك تظهر أهميتها أكثر في تطوير المشكلة العلمية والمساعدة على صياغة الإطار النظري الذي يعد نقطة انطلاق لبحث جديد. كما تعد الدراسات السابقة ذات أهمية في البحث العلمي لأنها تبصر الباحث بموضوعه وتكشف له أوجه التشابه والاختلاف بين الدراسات من حيث الهدف من الدراسة، المناهج المعتمدة، مفردات وأنواع العينات، أدوات جمع البيانات وأيضا من حيث المتغيرات التي بحثت فيها تلك الدراسات وكذا نتائجها.

ومن هذا المنطلق يأتي عرضنا لمجموعة من الدراسات الجزائرية التي تناولت الهوية الافتراضية ومواقع التواصل الاجتماعي كمتغيرين للدراسة الحالية، ونهدف من خلال ذلك إلى تكوين رؤية واضحة لموضوع الدراسة، والاستفادة مما قدمته دراسات الباحثين الآخرين. وبما أن الدراسة الحالية تتناول موضوعا حديثا كثر حوله الجدل والاهتمام من قبل الباحثين والمفكرين والمتمثل في الهوية الافتراضية، فقد وجدنا بعض الدراسات التي تناولت بالبحث بعض جوانب موضوع دراستنا، والتي يمكن استعراضها ومناقشتها وبيان علاقتها بالدراسة الحالية فيما يلي:

6-1. الدراسة الأولى:

بعنوان "دوافع استخدام الهوية الافتراضية في الشبكات الاجتماعية وأثرها على الفرد - دراسة استكشافية لعينة من مستخدمي الفايبيوك أنموذجا، مذكرة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال تخصص وسائل الإعلام والمجتمع للطالبة "ريحانة بلوطي" سنة 2014-2015. استهلتها الطالبة بالتعريف بالموضوع وتقديمه ثم طرحت إشكالية مفادها: ما هي دوافع استخدام الهوية الافتراضية على الشبكات الاجتماعية؟ وما أثرها على الفرد؟ وتفرعت هذه الإشكالية إلى عدة تساؤلات خاصة بالاستخدامات وبالاشباعات والتي تمثلت فيما يلي: ما هو المقصود بالهوية الافتراضية؟، ما هي عادات تعرض الجزائريين لموقع الفايبيوك؟، ما هي أنماط وطرق استخدام الهوية الافتراضية في الشبكات الاجتماعية -تحديدا جمهور الفايبيوك؟، ما هي دوافع استخدام الهوية الافتراضية في الشبكات الاجتماعية؟، ما هي الاشباعات المحققة من وراء استخدام الهوية الافتراضية في الشبكات الاجتماعية؟، ما هو الأثر الذي يحدثه استخدام الهوية الافتراضية في التواصل داخل الشبكات الاجتماعية على مستوى الفرد؟ و هل الهوية الافتراضية هي محاكاة للهوية الحقيقية والعالم الافتراضي انعكاس للعالم الحقيقي عبر شبكات التواصل؟ وتهدف الدراسة حسب ما تمت الإشارة إليه إلى :

* التوصل إلى معرفة أسباب ودوافع استخدام الفرد للهوية الافتراضية في تواصله عبر الشبكات الاجتماعية.

* التعرف على تطبيقات الويب 2.0 والوسائل الاتصالية الحديثة ومنها إعلام الشبكات الاجتماعية أو الإعلام الاجتماعي.

* التعرف على ماهية المجتمع الافتراضي والحدود الفاصلة أو الحدود الرابطة بينه وبين المجتمع الحقيقي.

* التعرف على مفهوم الشبكات الاجتماعية ودورها وتفعيل الحياة الاتصالية للأفراد والمجتمعات.

* محاولة التوصل إلى معرفة الهوية الافتراضية والحدود بينها وبين الهوية الحقيقية لمستعمل الشبكات الاجتماعية.

* الكشف عن الإشباع الحقيقي من وراء استخدام بيانات هوية افتراضية لدى جمهور الشبكات الاجتماعية.

* معرفة الأثر المترتب عن استخدام الفرد لهوية افتراضية في تواصله مع غيره في شبكات التواصل الاجتماعي سواء بالإيجاب أو بالسلب على مستوى هويته الحقيقية وتعاملاته مع الأفراد داخل المجتمع الذي يعيش فيه.

وتتدرج هذه الدراسة ضمن إطار الدراسات الوصفية التي تتمحور بالأساس حول دوافع استخدام الهوية الافتراضية في الشبكات الاجتماعية، ومعرفة الإشباع المحققة من وراء إخفاء الهوية الحقيقية في التواصل مع الآخرين والوصول إلى معرفة أثرها على الفرد، أما منهج الدراسة فقد اعتمدت الباحثة على المنهج الوصفي الذي يهدف إلى وصف ظاهرة استخدام الهوية الافتراضية في الشبكات الاجتماعية بطريقة كمية واستخلاص مجموعة من النتائج بناء على المعلومات المحصل عليها من أفراد العينة.

أما الأداة التي استخدمتها الباحثة في هذه الدراسة تمثلت في الاستبيان من خلال طرح الاستمارة كأداة لجمع البيانات حول موضوع دوافع استخدام الهوية الافتراضية في الشبكات الاجتماعية، وتم توزيع 200 استمارة على مستخدمي الفايسبوك.

وقد توصلت الباحثة إلى مجموعة من النتائج نذكر منها ما لها علاقة بموضوعنا

والمتمثلة في:

ينخرط المستخدمون في الفايسبوك مع المجموعات الافتراضية المختلفة والتي تكون ذات توجه متنوع لديهم بنسبة 21.21%، ويستخدم أكثر من نصفهم أسماء مستعارة أو مركب من اسم حقيقي وآخر مستعار وتكون دلالات هذه الأسماء مختلفة إما حروف مختصرة لأسمائهم أو مقتبسة من أسماء شخصيات مشهورة فنياً أو تاريخياً أو رياضياً. كما يوفر المبحوثون بياناتهم المتمثلة في السن، الجنس، مكان العمل والإقامة، والمستوى الدراسي وغيرها. وقد تتطابق مع بيانات هويتهم الحقيقية وقد تختلف عنها، لذا يخفي بعضهم سنه وجنسه من الظهور على الجداريات الخاصة بهم خوفاً من المضايقات والإحراج أو بداعي رفض المبدأ أساساً وبعضهم مبرره التسلية والترفيه.

كما يلجأ 74.21% إلى عدم وضع صورهم الحقيقية على الفايسبوك خاصة الإناث منهم نظراً للخوف من قرصنة واختراق حساباتهم أو تجنباً للمضايقات التي تلحقهم من الجنسين. وبالتالي كان مبرر المبحوثين الأساسي في عدم التصريح بهويتهم الحقيقية والتواصل من خلال استخدام هوية افتراضية هو الخوف من القرصنة والاختراق قم تجنب المضايقات والإحراج وبدافع الحرية في التواصل وكذا التواصل دون أن يتعرف عليهم الغير.

أما عن أثر الهوية الافتراضية على الفرد فانقسمت إلى شقين أحدهما إيجابي وتمثله ثلاث أبعاد حيث مكنت الفرد من الحديث بكل حرية أثناء التواصل مع الغير دون التخلي عن القيم والمبادئ الاجتماعية التي يملكها، وساعدت في تعزيز الأخلاق المحمودة. أما

جانبا السلبى فىتمثل فى بعد واحد هو التوقع فى الشخصىة الافتراضىة والتقليل من العلاقات الاجتماعىة بىن الأفراد فى الأسرة الواحدة.¹

أوجه الاستفادة:

تناولت هذه الدراسة الهوية الافتراضىة وهو صلب الموضوع التى تم طرحه فى هذه الدراسة، فهى إذا تتفق مع الدراسة الحالىة فى الوقوف على دوافع استخدام الهوية الافتراضىة فى التواصل الرقمى مع الأفراد.

الدراسة الثانىة:

بعنوان: "الهوىة الافتراضىة : الخصائص والأبعاد" دراسة استكشافىة على عىنة من المشتركىن فى المجتمعات الافتراضىة من إعداد الأستاذة "باىوسف مسعودة" بجامعة قاصدى مریاح بورقلة ، وهى دراسة نشرت فى مجلة العلوم الإنسانىة والاجتماعىة على خلفىة الملتقى الدولى الأول حول الهوية والمجالات الاجتماعىة فى ظل التحولات السوسىوتقافىة فى المجتمع الجزائرى يومى 28/27 أكتوبر 2010. وسعت هذه الدراسة إلى البحث فى إشكالىة علاقه الهوية الافتراضىة بالهوىة الحقیقىة وكىف یتفاعل الأفراد داخل المجتمع الافتراضى؟ وأبعاد هذا التفاعل على الحىة الواقعىة؟ وانبثقت عن هذه الإشكالىة التساؤلات الآتىة:

- 1- ما هى خصائص المجتمعات الافتراضىة التى یسعى الأفراد إلى الانتماء إليها؟
- 2- ما هى دوافع الأفراد للانخراط فى المجتمعات الافتراضىة؟
- 3- هل تعتبر الهوية الافتراضىة انعكاسا للهوىة الحقیقىة للأفراد أم انفصالا عنها؟
- 4- هل تسعى الهوية الافتراضىة إلى الانسلاخ عن قىم المجتمع ومعاىبره أم تراعىها داخل المجتمع الافتراضى؟

¹ ریحانة بلوطى، دوافع استخدام الهوية الافتراضىة فى الشبكات الاجتماعىة وأثرها على الفرد -دراسة استكشافىة لعىنة من مسخدمى الفایس بوك أنموذجا، مذكرة مكملة لنیل شهادة الماجستىر فى علوم الإعلام والاتصال، جامعة الحاج لخضر باتنة، 2015، 2014.

5- كيف ينظر الأفراد لهوياتهم الافتراضية وتفاعلهم في المجتمع الرقمي؟
وكانت أهداف الدراسة الأساسية هي : التعرف والتعريف بالمجتمع الافتراضي و الكشف
عن بعض ملامح الهوية الافتراضية وأبعاد التفاعل الرقمي.

واقترضت طبيعة الدراسة إلى استخدام المنهج الوصفي الذي يهدف إلى استكشاف
الظروف المحيطة بالظاهرة، من خلال استمارة رقمية، اشتملت على 60 مفردة والتي تم
تصميمها بواسطة خدمات موقع مستندات **جوجل docs-google**، حيث تم نشر الرابط
في منتديين ومجموعتين بريديتين وعلى موقع الفايسبوك، ومن أهم النتائج التي توصلت إليها
الدراسة:

1- يفضل الأفراد المبحوثين الانضمام إلى أكثر من مجتمع افتراضي كما أنهم يفضلون
المجتمعات الافتراضية ذات البعدين العربي والعالمي وذات الطابعين الثقافي العام، وهو ما
يعكس سعي أفراد العينة للانفتاح على المجتمعات الإنسانية الأخرى خارج الإطار المحلي أو
الوطني مع تمسكهم بالهوية العربية، كما يسعون للانخراط في مجتمعات افتراضية ذات هوية
محددة تنعكس على الشعارات المشتركة بين الأعضاء.

2- إن الانضمام إلى المجتمعات الافتراضية كان يدفع الحوار وتبادل الآراء الدرجة الأولى،
مما يؤكد سعي الأفراد إلى إثبات الذات ونشر الأفكار، كما أنه تحكمه الرغبة ووجود الراحة
والتقبل والانسجام مع قيم الفرد وأفكاره.

3- تمثل الهوية الافتراضية عند غالبية الأفراد انعكاسا لهوياتهم الحقيقية وهو ما يفسر
تصريحهم ببياناتهم الحقيقية حول السن والجنس والمواصفات ووضع صورهم الحقيقية، كما
يحاول البعض ربطها بالهوية الحقيقية عن طريق الاسم المستعار الذي يكون له دلالات
شخصية غالبا وكذا وضع صور رمزية واتخاذ شعارات تحمل التوجه الفكري أو توجه آخر.

4- هناك عوامل تزيد من فعالية الأفراد داخل المجتمعات الافتراضية وتزيد من تمسكهم بها،
كما تعمل على إثبات هوية الأفراد وإظهار قدراتهم منها تقلدهم منصب في هذه المجتمعات
وحصولهم على تقدير أو وسام اعترافا بمجهوداتهم.

5- يرى الغالبية أنهم عن طريق الهوية الافتراضية يكونون أكثر تفاعلا ونشاطا ومشاركة وأحسن تصرفا في المجتمع الافتراضي عنه في المجتمع الحقيقي، وذلك لخصائص المجتمع الافتراضي الذي يركز على التواصل الفكري وليس على المظهر والانطباعات الأولى مثلما هو موجود في المجتمع الواقعي، كما أنه أكثر تلقائية وصراحة لانعدام تعقيدات الاتصال المباشر الاجتماعية كالقيام ببعض الترتيبات أو العادات والمراسيم أو النفسية كالشعور بالخجل أو الارتباك وغيرها، إلا أن القدرة على إخفاء الهوية يعتبره الأفراد أمرا سلبيا ينقص من مصداقية الهويات الافتراضية ويشجع على اختراق الحدود الدينية والأخلاقية.¹

تتشابه هذه الدراسة مع الدراسة الحالية في كونها تهتمان بالهوية الافتراضية على شبكة الانترنت، في حين تركز الدراسة على تعريف الهوية الافتراضية وأبعادها، أما دراستي تبحث عن خلفيات تبني الشباب الجزائري لهوية رمزية افتراضية ضمن فضاء "الفايسبوك".

أوجه الاستفادة:

في حين أن هذه الدراسة تطرقت بالتحليل والشرح إلى تأثير الشبكات على العلاقات الاجتماعية ومنها العيش في بيئة افتراضية ما تتولد عنه الهوية الافتراضية. كما درست هذه الظاهرة على اعتبارها ظاهرة اجتماعية.

الدراسة الثالثة:

أجرها "دحماني سمير" بعنوان: "أثر شبكة الانترنت لدى الشباب في ظل العولمة الإعلامية"، وهي رسالة ماجستير نوقشت بقسم علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر سنة 2008-2009، تمحورت إشكالية الدراسة حول تساؤل مركزي مفاده: هل يمكن أن يكون لاستخدام شبكة الانترنت أثر على الهوية لدى الشباب الجامعي الجزائري في ظل العولمة الإعلامية؟ وأي اتجاهات تحملها هذه الفئة نحو ذلك ونحو هويتهم الثقافية؟ وكانت

¹أبايوسف مسعودة، الهوية الافتراضية الخصائص والأبعاد، دراسة استكشافية على عينة من المشتركين في المجتمعات الافتراضية، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، العدد خاص بالملتقى الدولي الأول حول: الهوية والمجالات الاجتماعية في ظل التحولات السوسيوثقافية في المجتمع الجزائري، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، 2013.

أهداف الدراسة الأساسية تتمثل في دراسة أثر استخدام شبكة الانترنت على اتجاهات الشباب الجامعي نحو العناصر المكونة لهويتهم الثقافية في مجتمعهم، الوقوف على العلاقة الارتباطية بين تأثير استخدام الانترنت على الهوية الثقافية لدى الشباب وبين المتغيرات الفردية والاجتماعية المختلفة للعينة وكذا التعرف على جملة الأسباب التي ساهمت في تأثير الانترنت على الهوية لدى الشباب.

ولتحقيق هذه الأهداف قام الباحث بطرح مجموعة من الأسئلة من بين أهمها:

هل يمكن لاستخدام الانترنت أن يؤثر على هوية الشباب الجزائري المستخدم لها أي هوية المستخدم الثقافية، حسب ما تحمله هذه الفئة من اتجاهات نحو ذلك، ومن خلال اتجاهاتها نحو عناصر هويتها الثقافية؟، ما هي العوامل التي يمكن أن تكون قد ساهمت في تأثير استخدام الانترنت على الهوية الثقافية لدى الشباب؟

وللإجابة عن هذه التساؤلات لجأ الباحث إلى منهج المسح من خلال استخدام العينة العرضية كان عدد أفرادها 340 فرداً، وقد صنفت هذه الدراسة ضمن الدراسات الوصفية، ومن بين أدوات البحث الذي استعملها الملاحظة المقصودة والمنظمة والتي وظفت أثناء تطبيق الاستمارة.

وتوصل الباحث إلى عدة نتائج هامة نذكر من بينها:

- 1- خاصية الهوية الثقافية مستمرة ديناميكية ومتغيرة بالإضافة إلى أنها متناقلة من جيل إلى آخر ، يعي عناصرها كل جيل تناقلت إليه، وهي تحمل التميز والإنفراد عن الآخر وتأخذ شكل المناعة كلما ظهر هناك تهديد يمس خصوصيتها.
- 2- هناك ما يهدد الهوية الثقافية من الخارج، ومن خلال الشبكة إذ تعتبر هذه الأخيرة أداة من أدوات العولمة الثقافية، كما أن الشباب الجامعي مدرك لهذه الأهداف الخفية والمستترة ، من خلال ما تحمله من مضامين واعتبارها أداة من أدوات الاختراق الثقافي للمجتمع.
- 3- الشباب الجامعي يحمل اتجاهات إيجابية وقوية نحو عناصر هويته الثقافية، وكل ما يمثل التمسك بها، وهي راسخة عندهم ولم تتأثر بالانترنت.

4- التأكيد على ضرورة حماية الهوية الثقافية المحلية وهذا في إطار الهوية العربية الإسلامية، وهي ضرورة تملئها مستجدات العصر، ما يفرض علينا ضرورة تحصين ثقافتنا.¹
أوجه الاستفادة من الدراسة:

تلقي هذه الدراسة مع شعب وحيثيات موضوع دراستنا "الشباب الجزائري والهوية الافتراضية" - دراسة ميدانية لعينة من مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي - الفايسبوك- في المحور الجوهري الذي يبحث في تراكيب استخدام الشباب الهوية الافتراضية في التواصل داخل الشبكات الاجتماعية، وقد أبرزت نتائجها "أثر شبكة الانترنت لدى الشباب في ظل العولمة الإعلامية"، العديد من النقاط التي ستفيدنا في دراستنا من حيث التركيز على أهم الآثار الناتجة عن استخدام الشباب لموقع الفايسبوك وأهم ما تركته خاصة على مستوى الهوية الفردية.

الدراسة الرابعة:

الباحث "مريم نريمان نومان"، دراسة حول استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية وتأثيره في العلاقات الاجتماعية، دراسة عينة من مستخدمي موقع الفايسبوك في الجزائر، وهي مذكرة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال تخصص الإعلام تكنولوجيا الاتصال الحديثة، جامعة الحاج لخضر، باتنة، 2011، 2012، الجزائر.

هدفت الدراسة إلى التعرف على الدور الكبير الذي تلعبه تكنولوجيا الاتصال في حياة الأفراد وبالتحديد مواقع الشبكات الاجتماعية ومدى تأثيرها في العلاقات الاجتماعية بالإضافة إلى كشف سبب انتشار العلاقات الافتراضية على حساب العلاقات الحقيقية. وإلى الكشف عن أثر استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية في العلاقات الاجتماعية من خلال دراسة عينة من مستخدمي موقع الفايسبوك في الجزائر، وانطلقت من طرح التساؤلات التالية:

¹ دحمانى سمير، أثر شبكة الانترنت لدى الشباب في ظل العولمة الإعلامية، دراسة مسحية لعينة من الطلبة الجامعيين مستخدمي الجامعيين مستخدمي الانترنت بالجزائر العاصمة، رسالة لنيل شهادة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر، 2008، 2009.

- 1- ما هي عادات وأنماط استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لدى الجزائريين؟
 - 2- ما هي الدوافع والحاجات التي تكمن وراء استخدام الجزائريين لموقع الفايسبوك؟
 - 3- كيف يؤثر استخدام الفايسبوك على العلاقات الاجتماعية لدى الجزائريين؟
- استخدمت الدراسة المنهج الوصفي واعتمدت على الملاحظة والاستبيان كأداتين لجمع البيانات، وجه الاستبيان إلى عينة قصدية من المستخدمين الجزائريين لموقع الفايسبوك وقوامها 280 مفردة، كما تكون الاستبيان من ثلاث محاور، تناول المحور الأول عادات وأنماط استخدام الفايسبوك لدى الجزائريين وضم 12 سؤالاً، والمحور الثاني حول الدوافع والحاجات التي تكمن وراء استخدام الجزائريين لموقع الفايسبوك وضم 11 سؤالاً، والمحور الثالث حول الفايسبوك والعلاقات الاجتماعية وضم 16 سؤالاً.

توصلت الدراسة إلى النتائج التالية:

- توصلت الدراسة إلى أن 72.07% من أفراد العينة يشاركون في المجموعات الافتراضية تتقدمها المجموعات الثقافية بنسبة 39.57% والمجموعات الترفيهية 25.76% والاجتماعية بنسبة 18.40%.

- كما توصلت الدراسة إلى أن أغلب المبحوثين يدخلون لموقع الفايسبوك بهويتهم الحقيقية بنسبة 66.03% فيما يدخل 33.33% بهوية مستعارة، ويستخدم هؤلاء الهوية الحقيقية حتى يجدهم معارفهم بنسبة 60.57% فيما يستخدمها 39.42% حتى يحظوا بثقة المتعاملين معهم.

- أما مستخدمي الهوية المستعارة فيستخدمونها بدافع التصرف بكل حرية في الموقع بنسبة 57.77% ويستخدمها بنسبة 23.33% خوفاً من أن يتعرف الآخرون على هويتهم الحقيقية فيما يستخدمها 18.88% حتى يتقمصوا شخصية غير شخصيتهم.

- نجح موقع الفايسبوك في تجسيد ثقافة الكترونية تواصلية جديدة بين الأفراد أنتجت مشاعر جديدة حيث أصبح الأفراد يتواصلون عن طريق الفايسبوك أكثر من تواصلهم وجهاً لوجه

وأصبحوا يقضون وقتا أكثر في الحديث مع أصدقائهم فيسمح لهم ذلك بنقل آرائهم واتجاهاتهم والتعبير عن مشاعرهم بطريقة أفضل.

- يؤثر استخدام موقع الفايسبوك على التفاعل الاجتماعي للمستخدم مع عائلته وأصدقائه معارفه، ففضاء وقت طويل في تصفح الموقع ووضع المشاركات والرد على التعليقات يجعل المستخدم ينسى نفسه مع تراجع المشاركة في مختلف النشاطات الاجتماعية.

- مواقع الشبكات الاجتماعية تتيح للمستخدم فضاء آخر للتفاعل ضمن مجتمع افتراضي يقوم من خلاله ببناء علاقات افتراضية مع أشخاص قد يجمعه بهم علاقات قرابة وصداقة في الواقع أو أشخاص يبادلونهم نفس الاهتمام.

- ساهم موقع الفايسبوك في توسيع العلاقات الاجتماعية والحفاظ عليها، فقد نجح هذا الموقع في أن يجمع عددا كبيرا من أصدقاء المدرسة والرفاق وسهل التواصل مع الأقارب خاصة منهم الذين يقطنون في مناطق بعيدة.¹

أوجه الاستفادة:

كما اتفقت هذه الدراسة مع الموضوع الحالي في العديد من النقاط الجوهرية المتمثلة في بحثها عن طبيعة استخدام موقع التواصل الاجتماعي الفايسبوك و تطرقت بالتحليل والشرح إلى تأثير الشبكات على العلاقات الاجتماعية ومنها العيش في بيئة افتراضية ما تتولد عنه الهوية الافتراضية. كما ركزت فيها على التأثير المجمل على العلاقات الاجتماعية ككل.

الدراسة الخامسة:

"إبراهيم بعزير"، بعنوان مننديات المحادثة والدرشة الالكترونية دراسة في دوافع الاستخدام والانعكاسات على الفرد والمجتمع، مذكرة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال، جامعة بن يوسف بن خدة، الجزائر، 2007، 2008، طرح الباحث الإشكالية الآتية: ما هي دوافع استخدام مننديات المحادثة الالكترونية، وما هي انعكاساتها على الفرد والمجتمع.

¹ مريم نريمان نومار، استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية تأثيره في العلاقات الاجتماعية، دراسة عينة من مستخدمي موقع الفايسبوك في الجزائر، مذكرة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال، جامعة الحاج لخضر، باتنة، 2011، 2012.

هدفت الدراسة إلى تحديد دوافع الاستخدام المفرط لمنتديات الدردشة الالكترونية من طرف الجزائريين من خلال إبراز السمات العامة لهم، وتبيان مكانة هذه الوسيلة من خلال التعرض لها وبالتالي الكشف عن الانعكاسات والتأثيرات المختلفة على الفرد والمجتمع، تحديد طبيعة العلاقات الاجتماعية التي تتشكل في خضم العلاقات الافتراضية، وأثرها على العلاقات الحقيقية، وعلى تفاعل الفرد مع المحيط الاجتماعي.

واستخدم الباحث المنهج المسحي الذي يعتبر واحدا من المناهج الأساسية في البحوث الوصفية، وقد اعتمد على الاستبيان والملاحظة كأداتين لجمع البيانات، وجه الاستبيان إلى عينة قصدية من مستخدمي منتديات المحادثة الالكترونية وقوامها 220 مفردة.

وقد توصل الباحث إلى النتائج التالية:

- معظم المبحوثين يفضلون العلاقات الافتراضية المباشرة 73% أكثر من العلاقات الافتراضية عبر الانترنت 20.05%.

- غالبية المستجوبين لا يشعرون بالوحدة والعزلة عن المحيط الاجتماعي بفعل المحيط الاجتماعي بفعل الدردشة، لكن مع الإشارة إلى وجود نسبة هامة 27.05% ممن يشعرون بالوحدة مرتبطة بشكل مباشر بنسبة استخدام منتديات الدردشة.

- هناك نسبة معتبرة ممن يحسون بالألفة والانتماء إلى الجماعة الافتراضية (جماعة المدرشين) أكثر من جماعتهم الأولية.

- تعتبر منتديات الدردشة فضاء للتفاعل والاتصال عن بعد، الشيء الذي أدى إلى نشأة علاقات كثيرة، منها ما بقي افتراضيا ومنها ما تحول إلى علاقة حقيقية مباشرة وتجسد في الواقع، ولذلك فهي أداة لإقامة روابط بين الأفراد ولتشكيل النسيج الاجتماعي.¹

¹ إبراهيم بعزیز، منتديات المحادثة والدردشة الالكترونية ،دراسة في دوافع الاستخدام والانعكاسات على الفرد والمجتمع ، مذكرة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال، جامعة بن يوسف بن خدة الجزائر، 2007، 2008.

أوجه الاستفادة من الدراسة:

تتقاطع مع الدراسة التي نحن بصدد إعدادها في جزئية المحادثة الالكترونية على اعتبار أن لتواصل عبر الشبكات الاجتماعية أساسه التخاطب مع الطرف الآخر وهذا يتطلب منه تجسيد هوية خاصة به سواء كانت حقيقية أم افتراضية. كما نجدها قد درست المجتمع الافتراضي وجزئية المقارنة بين الاتصال الافتراضي والاتصال الحقيقي.

الدراسة السادسة:

"نوال بركات"، حول انعكاسات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على نمط العلاقات الاجتماعية، دراسة ميدانية على عينة من المستخدمين الجزائريين، أطروحة دكتوراه علوم في علم الاجتماع، تخصص علم اجتماع الاتصال والعلاقات العامة، جامعة محمد خيضر بسكرة، 2015، 2016، طرحت الباحثة الإشكالية الآتية: ما هي عوامل وانعكاسات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على نمط العلاقات التي تربط المستخدمين الجزائريين مع محيطهم الاجتماعي؟ وتفرعت إلى التساؤلات التالية:

- 1- ما هي طبيعة استخدام الجزائريين لمواقع التواصل الاجتماعي؟
 - 2- ما هي عوامل إقبال الجزائريين على استخدام مواقع التواصل الاجتماعي؟
 - 3- ما هي انعكاسات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على نمط العلاقات الأسرية والقريبة الجزائرية؟
 - 4- ما هي انعكاسات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على نمط علاقات الجيرة في المجتمع الجزائري؟
 - 5- ما هي انعكاسات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على نمط العلاقات الاجتماعية بين زملاء الدراسة و/ أو العمل في المجتمع الجزائري؟
- هدفت الدراسة إلى تحديد أسباب إقبال الجزائريين على استخدام مواقع التواصل الاجتماعي ومعرفة انعكاسات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على نمط العلاقات الاجتماعية في المجتمع الجزائري.

استخدمت الدراسة المنهج الوصفي واعتمدت على الملاحظة البسيطة المباشرة والاستبيان كأداتين لجمع البيانات، وجه الاستبيان إلى عينة قصدية من المستخدمين الجزائريين لموقع الفايسبوك وقوامها 1000 مفردة، ومن أهم النتائج المتوصل إليها نذكر:

1- لقد شكلت بعض العلاقات والروابط الاجتماعية لدى العديد من المستخدمين بديلا متميزا عن العلاقات الواقعية بكل أبعادها، حيث أنه وفي عالم افتراضي كامل يعبر فيه المستخدم على ما يجول في خاطره بحرية مطلقة، وفي عالم افتراضي كامل يسعى المستخدم لإبراز تواجده وإبداء رأيه وللحصول على المعلومات والأخبار وتمضية الوقت.

2- استطاعت مواقع التواصل الاجتماعي أن تمد المستخدمين بقنوات جديدة للمشاركة في الأنشطة الاجتماعية وروابط جديدة لتكوين نمط علاقات اجتماعية تتميز بالافتراضية اللامحدودة يختلف نمطها عن تلك العلاقات الاجتماعية الواقعية.

في ختام عرضنا لمجمل الدراسات السابقة التي لها علاقة بموضوع الدراسة الحالية نجدها قد تناولت في مجملها استخدام مواقع التواصل الاجتماعي والهوية الافتراضية، كما ركزت بعض الدراسات على تأثير هذه المواقع خاصة الفايسبوك وانعكاساتها على الفرد والمجتمع .

وقد سلطت الدراسات السابقة الضوء على بعض الجوانب المتعلقة بموضوع الدراسة الحالية حيث أكدت بعضها على بعض النقاط أهمها: تأثيرات الانترنت عموما في المجتمع من خلال الخدمات التي توفرها، ودوافع استخدام الفايسبوك ومعرفة انعكاسات وتأثيرات ذلك على العلاقات الاجتماعية خاصة منها الافتراضية، كما تتفق الدراسة الحالية مع الدراسات السابقة في تناول شبكات التواصل الاجتماعي كمواضيع هامة فرضت نفسها أما العديد من الباحثين في وقتنا الحالي.

وبالتالي الدراسات السابقة تتقاطع مع موضوعنا الحالي في جزئية الهوية الافتراضية التي تعد من الجزئيات المهمة في هذا البحث. إلا أنها تختلف عنها في تطرقنا إلى محاولة معرفة الدوافع الكامنة وراء اللجوء إلى استخدام الهوية الافتراضية في الشبكات الاجتماعية وتجاوز

ذلك إلى معرفة الأثر المترتب عن هذا الاستخدام على الفرد خاصة على مستوى العلاقات الاجتماعية الواقعية منها والافتراضية. كما أن بعضها تتقاطع معها في المدخل النظري للدراسة ما دفعنا إلى الاستزادة أكثر من خلال توظيف بعض الدراسات المشابهة من حيث النظرية المستخدمة والتي ساعدتنا في ضبط وصياغة الجانب النظري خاصة بإحالتنا للعديد من المراجع المهمة وفي بناء الجانب النظري و لدعم الجانب التطبيقي في كيفية جمع البيانات والأرقام الإحصائية لخدمة النتائج النهائية للموضوع محل الدراسة.

كما تعد الدراسات السابقة التي تم التطرق إليها بمثابة مصدر يتناول الموضوع المطروح بالتالي مكنت من توظيف الرصيد المعرفي وحتى المنهجي المستخدم في التأسيس والاقتراس منها بالإضافة فقد ساهمت هذه الدراسات المعروضة في توجيه الباحثة في الرواق المعرفي بطريقة تضمن الوصول إلى نتائج يمكن القول عنها أنها تحمل الصبغة العلمية الأكاديمية.

7- المنهج وأدوات جمع البيانات:

7-1. منهج البحث:

إن اختيار المنهج المراد إتباعه من طرف الباحث لانجاز بحثه يعتبر من أهم العناصر للقيام ببحث ناجح، وفي هذا الصدد يعرف **موريس أنجرس** المنهج على أنه: "عبارة عن مجموعة من العمليات المنظمة قصد الوصول إلى أهداف معينة".¹ كما يمكننا القول بأن منهج البحث هو "طريقة موضوعية يتبعها الباحث لدراسة ظاهرة من الظواهر بقصد تشخيصها وتحديد أبعادها ومعرفة أسبابها وعلاجها والوصول إلى نتائج عامة يمكن تطبيقها".² "وما دامت مناهج البحث متعددة ومتنوعة فإنه يتحتم على الباحث اختيار المنهج المناسب الذي يخدم بحثه بطريقة علمية ومنهجية سليمة، وكما نعلم بأن هناك العديد من

¹ موريس أنجرس، منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية، تدريبات علمية، ترجمة بوزيد صحراوي، كمال بوشرف، سعيد سعنون، دار القصبية للنشر، الجزائر، 2004، ص 56.

² محمد شفيق، البحث العلمي الخطوات المنهجية لإعداد البحوث الاجتماعية، القاهرة، المكتب الجامعي الحديث، 1998، ص 156.

الدراسات في العلوم الاجتماعية والثقافية وكل دراسة تتطلب مناهج معينة من أجل الوصول إلى الأهداف المسطرة في بداية البحث".¹

"فالباحث ملزم باختيار نوع المنهج الذي يصب فيه تحليل معطياته وعلى هذا الأساس اعتمدنا في بحثنا على المنهج الوصفي التحليلي، حيث يعتمد فيه الباحث على التحليل بجمع البيانات الدقيقة وذلك للخروج بتعميمات وكذا جمع الحقائق وتفسيرها واستنباط كل النتائج أي تصوير الواقع الاجتماعي وتحليله، بحيث يعرفه الباحث ون بأنه: "وصف ظاهرة معينة ماثلة في الوضع الراهن، فيقوم بتحليل خصائص تلك الظاهرة والعوامل المؤثرة فيها".²

"بحيث يركز المنهج الوصفي التحليلي على وصف الظاهرة أو طبيعة مجتمع معين أو سلوك أفراد و يدرس العلاقة الموجودة بين المتغيرات".³

ويمكن تعريفه أيضا على أنه: "أسلوب من أساليب التحليل المتمركز على معلومات كافية ودقيقة عن ظاهرة أو موضوع محدد من خلال فترة أو فترات زمنية معلومة وذلك من أجل الحصول على نتائج عملية ثم تفسيرها بطريقة موضوعية وبما ينسجم مع المعطيات الفعلية للظاهرة".⁴

"ويهتم المنهج الوصفي بدقة بذكر الخصائص والمميزات للشيء الموصوف معبرا عنه بصورة كمية وكيفية، ويعرف هذا المنهج على أنه طريقة من طرق التحليل والتفسير بشكل علمي، للوصول إلى أغراض محددة لوضعية اجتماعية معينة، أو هو طريقة لوصف

¹ سمير محمد حسن، بحوث الإعلام: الأسس والمبادئ، القاهرة، عالم الكتب، 1995، ص 13.

² أحمد بن مرسل، مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال، الجزائر، ديوان المطبوعات الجامعية، 2003، ص 291.

³ أحمد بدوي، مناهج البحث في الاتصال والرأي العام والإعلام الدولي، دط، دار القبة للطباعة والنشر التوزيع، بدون بلد، 1998، ص 291.

⁴ محمد عبيدات وآخرون، منهجية البحث العلمي: القواعد والمراحل والتطبيقات، عمان، دار وائل للنشر، 1999، ص 46.

الظاهرة المدروسة وتصويرها كميًا عن طريق جمع معلومات مقننة عن المشكلة وتصنيفها وتحليلها وإخضاعها للدراسة الدقيقة".¹

نوع الدراسة:

"وعليه تنتمي هذه الدراسة إلى البحوث الوصفية التي تستهدف وصف خصائص وظروف مشكلة الدراسة وصفا دقيقا وشاملا معتمدا في هذا على جمع الحقائق وتحليلها وتفسيرها لاستخلاص النتائج، ودلالات نصل منها إلى تعليمات بشأن الظاهرة المدروسة، وبصفة عامة فالبحث الوصفي يهدف إلى وصف ظواهر أو وقائع أو أشياء معينة من خلال جمع الحقائق والمعلومات والملاحظات الخاصة بها، بحيث يرسم ذلك كله صورة واقعية لها، هذا وقد لا تكتفي تلك البحوث بمجرد وصف الواقع وتشخيصه، وتهتم بتقرير ما ينبغي أن تكون عليه الأشياء أو الظواهر موضوع البحث".²

وتستهدف البحوث الوصفية وصف خصائص وظروف مشكلة الدراسة وصفا دقيقا وشاملا معتمدا في هذا على جمع الحقائق وتفسيرها لاستخلاص النتائج ودلالات نصل منها إلى تعليمات بشأن الظاهرة المدروسة.

وبناء على ما تقدم تبين لنا بأن المنهج الوصفي التحليلي هو الذي يخدم موضوعنا بصورة مباشرة لأنه يهدف إلى وصف وتحليل أثر الهوية الافتراضية على الشباب الجزائري.

وعليه فإننا من خلال استخدام المنهج الوصفي نعد إلى وصف ظاهرة خلفيات تبني الشباب الجزائري لهوية افتراضية في شبكات التواصل الاجتماعي بطريقة كمية من خلال ما نقوله من مادة معرفية كيفية إلى لغة أرقام تمكننا من إخضاع الظاهرة للدراسة الكمية واستخلاص مجموعة من النتائج بناء على المعلومات المحصل عليها من أفراد العينة، وهذا

¹ صلاح الدين شروخ، منهجية البحث العلمي، دط، دار العلوم للنشر والتوزيع، عنابة، 2003، ص 150.

² صالح محمد الفوال، مناهج البحث في العلوم الاجتماعية، دط، مكتبة غريب، القاهرة، 1982، ص 35.

يمكننا من إصدار تعميم كلي للظاهرة فيما بعد، وبيان خصائصها والدوافع والأسباب التي تتحكم في ذلك بالإضافة إلى الغاية المحققة من وراء استخدامهم للهوية الافتراضية بدلا عن الهوية الحقيقية في التواصل عبر الشبكات الاجتماعية.

واعتماد المنهج الوصفي في الدراسة يعود بالدرجة الأولى إلى اعتباره أحد الأشكال الخاصة بجمع المعلومات عن الأفراد وسلوكياتهم وانعكاسات تلك السلوكيات على حياتهم كما يعتبر الشكل الرئيسي والمعياري لجمع المعلومات خاصة عندما تشمل الدراسة عينة كبيرة ومنتشرة بالشكل الذي يصعب الاتصال بمفرداتها، وهو ما نحتاجه في هذه الدراسة حيث يسمح هذا المنهج بدراسة عدد كبير من المتغيرات في وقت واحد مثل السمات العامة والاجتماعية الديمغرافية، وكذلك أنماط السلوك التواصلية وطبيعة استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية وبالتالي يتيح لنا معرفة انعكاسات هذا الاستخدام على الهوية لدى الشباب الجزائري.

7-1. مجتمع البحث وعينة الدراسة:

"مجتمع البحث في لغة العلوم الإنسانية هو مجموعة منتهية أو غير منتهية من العناصر المحددة مسبقا والتي تركز عليها الملاحظات، كما يعرف على أنه مجموعة عناصر لها خاصية أو عدة خصائص مشتركة، تميزها عن غيرها من العناصر الأخرى التي يجري التقصي أو البحث عنها. ونظرا لاستحالة دراسة كل مجتمع البحث في العلوم الإنسانية يلجأ الباحث دوما إلى العينة كأسلوب لإجراء الدراسة بدلا من المجتمع الكلي والتي تعرف على أنها "عبارة عن مجموعة جزئية من مجتمع البحث يتم اختيارها بطريقة معينة، وإجراء الدراسة عليها من ثم استخدام تلك النتائج وتعميمها على كامل مجتمع الدراسة الأصلي".¹

¹ محمد عبيدات وآخرون، البحث العلمي، أدواته وأساليبه، دط، دار الفكر للطباعة والنشر والتوزيع، عمان، 1998، ص

تتميز بحوث الإعلام والاتصال بتعاملها مع قاعدة معرفية كبيرة يكون أساسها الجمهور الذي يتسم باتساع انتشاره الزمني والمكاني، فانطلاقا من طبيعة موضوع الدراسة التي تبحث في الهوية الافتراضية لدى الشباب الجزائري.

إن طبيعة الدراسة وما تحمله من خصوصيات نجدها قد فرضت علينا اختيار أفراد العينة على أسس ومعايير علمية ومنهجية محددة للوصول إلى مجموعة من التحليلات والبيانات تم جمعها بأدوات محددة.

حيث "تعرف العينة على أنها جزء من مجتمع الدراسة الذي يتم جمع البيانات الميدانية منه، وهي تعتبر كجزء من الكل، بمعنى أنها تؤخذ مجموعة من أفراد المجتمع، على أن تكون ممثلة لمجتمع البحث، فالعينة إذا هي جزء معين أو نسبة معينة من أفراد المجتمع الأصلي، ثم تعمم نتائج الدراسة على المجتمع كله".¹

"وعليه فقد اخترنا عينة غير احتمالية قصدية وهي التي يقوم فيها الباحث باختيار مفرداتها بطريقة تحكمية لا مجال فيها للصدفة، بل يقوم هو شخصيا بانتقاء المفردات الممثلة أكثر من غيرها لما يبحث عنه من معلومات وبيانات، وهذا لإدراكه المسبق ومعرفته الجيدة لمجتمع البحث ولعناصره الهامة التي تمثله تمثيلا صحيحا، وبالتالي لا يجد صعوبة في سحب مفرداتها بطريقة مباشرة".²

وفي دراستنا هذه اعتمدنا على العينة القصدية أين يختار الباحث عمدا الأفراد المبحوثين بما يتناسب مع تحقيق هدف بحث معين، حيث يقوم الباحث باختيار مفردات عينة المبحوثين في ضوء انطباق سمات أو خصائص معينة عليهم، وتستبعد المفردات التي لا تتوفر فيها هذه السمات، هذا النوع من العينات لا يخضع إلى قوانين الإحصاء ولا إلى الصدفة بل إلى مواصفات يضعها الباحث للغرض الذي يخدم بحثه، سنحاول أن نجعلها

¹ رشيد زرواتي، منهج وأدوات البحث العلمي في العلوم الاجتماعية، دط، دار الهدى للطباعة والنشر والتوزيع، عين مليلة الجزائر، 2007، ص 334.

² أحمد بن مرسللي، مرجع سبق ذكره، ص 197.

ممثلة لمجتمع البحث قدر الإمكان وذلك بإتباع الإجراءات المعمول بها في مثل هذا النوع من العينات.

وبما أن دراستنا تقتصر على مستخدمي موقع التواصل الاجتماعي -الفايسبوك- فقد اخترنا العينة القصدية أين يقوم الباحث باختيار مفرداتها بطريقة تحكيمية ومباشرة. حيث بلغ عدد المفردات في هذه الدراسة 150 حيث تم التركيز تحديدا على فئة الشباب دون غيرها من الفئات الاجتماعية الأخرى وهذا لكونهم الأكثر استخداما للفايسبوك في الجزائر، وكما تم التوجه هنا إلى شباب من وسط و شرق وغرب الجزائر لإجراء الدراسة عليه وهذا تماشيا مع سهولة تنقل الباحثة و الوصول لهذه الفئة بهذه المناطق ولقد تم استثناء ولايات الجنوب الجزائري تبعا لبعدها المسافة إضافة إلى عدم وجود إمكانيات للوصول إلى تلك الفئة هناك. كما توزع حجم العينة في هذه الولايات التي تم اختيارها على النحو الآتي: 32 مفردة بولاية عنابة، 20 مفردة بولاية الجزائر العاصمة، 16 مفردة بولاية سطيف، 36 مفردة بولاية مستغانم، 30 مفردة بولاية معسكر، 16 مفردة بولاية وهران.

وفيما يتعلق بالخصائص السوسيو ديمغرافية للعينة:

- فمن حيث متغير الجنس نجد الإناث 89 مفردة و فئة الذكور 61 مفردة.
- أما من حيث متغير السن فنجد: فئة 18-23 (89)، 24-29 (35)، 30-35 (16)، 35 فما فوق (10).
- أما من حيث متغير المستوى التعليمي فنجد: المتوسط (0)، الثانوي (10)، جامعي(111)، دراسات عليا (29).
- أما من حيث الحالة الاجتماعية فنجد: أعزب (108)، متزوج (28)، مطلق (11)، أرمل (03).
- أما من حيث متغير الأصل الجغرافي فنجد: المنطقة الحضرية (92)، المنطقة شبه حضرية (50)، المنطقة الريفية (08).

7- 2 تقنيات البحث:

"للبحث العلمي أدواته التي تساعد الباحث في بحثه، وترتبط هذه الأدوات بموضوع البحث والمنهج المستخدم في الدراسة، ويتوقف نجاح الباحث إلى حد كبير على استخدام أدوات البحث، فعليه الإحاطة جيدا بالأدوات و الطرق التي يستخدمها للوصول إلى نتائج مرضية بأقل وقت وجهد وتكاليف".¹

"وهناك الكثير من الوسائل التي تستخدم للحصول على البيانات ويمكن استخدام عدد من هذه الوسائل معا في البحث لتجنب عيوب إحداها ولدراسة الظاهرة من كافة الجوانب وعموما يتعين أن تقيم الأدوات المختلفة لجمع البيانات في ضوء كفاءة كل منها في القيام بالوظيفة التي اختيرت لها ويمكن حصرها فيما يلي: الاستمارة (الاستبيان) ، المقابلة، الملاحظة،تحليل المحتوى، التحليل الإحصائي، التجريب".²

وعليه، من أجل أن تكون المقاربة المنهجية الوصفية على مستوى معين وكبير من الدقة والبعد العلمي الموضوعي قمنا بتوظيف واستخدام أداة الاستمارة (الاستبيان) إضافة إلى الملاحظة كأداة مساعدة للاستبيان الذي يتمظهر - أي هذه الأخيرة - من خلال تفرغ البيانات والمعطيات الميدانية وذلك وفقا و تماشيا مع تنظيم المتغيرات والمؤشرات، وتحويلها إلى بيانات رقمية في شكل جداول إحصائية بسيطة بهدف قراءتها قراءة تحليلية نقدية وذلك بتحويل الأرقام إلى جملة من الدلالات الإحصائية تسم ح لنا بتوخي التفسير والفهم الصحيحين.

¹ محمد شفيق، البحث العلمي: الخطوات المنهجية لإعداد البحوث الاجتماعية، المكتب الجامعي الحديث ، دط، القاهرة، 1998، ص 186.

² محمد الصاوي، محمد مبارك، البحث العلمي: أسسه وطريقة كتابته، المكتبة الأكاديمية، دط، القاهرة، 1996، ص 26.

7-1.2 الاستبيان:

يعتبر الاستبيان تقنية أساسية في جمع المعلومات التي يتطلبها البحث الميداني، وبناء على طبيعة الموضوع فإنه يفرض علينا نوع الأدوات المناسبة لذلك، لهذا سوف يكون اعتمادنا على أداة الاستمارة التي "تعرف بأنها أداة من أدوات البحث العلمي، معدة لجمع البيانات بهدف الحصول على إجابات عن مجموعة من الأسئلة و الاستفسارات المكتوبة في نموذج أعد لهذا الغرض ويقوم المبحوثين بتسجيل إجاباتهم بأنفسهم، أو هي أداة تتكون من مجموعة من الأسئلة توجه أو ترسل أو تسلم إلى الأشخاص الذين يتم اختيارهم لموضوع الدراسة، ليقوموا بتسجيل إجاباتهم على الأسئلة الواردة بعد ذلك للباحث".¹

ولقد تمت الاستعانة بتقنية الاستمارة التي يتسنى لنا من خلالها الكشف عن خلفيات تبني الشباب الجزائري لهوية رمزية افتراضية ضمن فضاء "الفايسبوك".

ومن حيث تصميم اشتملت هذه الأداة على أربعة محاور تتماشى وفقا للأسئلة المطروحة وذلك لإيجاد إجابات موضوعية ودقيقة، والتي تضمنت بدورها أسئلة مفتوحة ومغلقة، حرصنا على ترتيبها وتوضيحها وإعطائها الصيغة المباشرة دون وضع الفرد المستجوب في حالة من الغموض وتم تحكيمها من قبل أساتذة محكمين² مختصين في مجال علوم الإعلام والاتصال قبل عملية التوزيع النهائية، وتضمنت الاستمارة 29 سؤالاً موزعاً على المحاور الآتية:

البيانات الشخصية: وتضمنت المتغيرات التالية: الجنس، السن، المستوى الجامعي، ال حالة الاجتماعية، الأصل الجغرافي.

¹ رشيد زرواتي، تدريبات على منهجية البحث العلمي في العلوم الاجتماعية ، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2008، ص 182.

² الأساتذة المحكمين هم: الأستاذ الدكتور تمار يوسف/ أستاذ وباحث بكلية الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر، الدكتور فلاق أحمد/ أستاذ محاضر بجامعة الجزائر 3، الأستاذ الدكتور قريد سمير، أستاذ محاضر بجامعة عنابة، الأستاذة الدكتورة رشيدة سبتي/ أستاذة محاضرة بجامعة الجزائر 3، الدكتورة وهيبة بوزيفي/ أستاذة محاضرة بجامعة الجزائر 3.

المحور الأول: وتضمن هذا المحور مجموعة من الأسئلة للتعرف على سمات الهوية الافتراضية عبر موقع التواصل الاجتماعي الفايسبوك والذي شمل على ثمانية عشر (18) سؤالاً.

المحور الثاني: وفي هذا المحور قدمنا مجموعة من الأسئلة التي تر بتبط بالعوامل الكامنة وراء تكوين هوية افتراضية، والذي احتوى على عشرة (05) أسئلة.

المحور الثالث: وتضمن هذا المحور مجموعة من الأسئلة المتعلقة بالخلفيات المعتمدة في تكوين هوية افتراضية لدى الشباب، والذي احتوى على ثمانية (08) أسئلة.

تم توزيع 200 استبيان، وبعد الفرز والتنظيم تحصلنا 150 استبيان، وذلك على إثر استبعاد (37) استبيان بسبب عدم إتمام المبحوثين الإجابة عن الأسئلة المطروحة بالإضافة إلى (13) استبيان لم نتمكن من استرجاعها، وتأكيداً لذلك لم يتم تسليم الاستبيان للمبحوثين إلا بعد التأكد من أنهم مستخدمين نشيطين على موقع الفايسبوك.

7-2-2. الملاحظة المباشرة:

تعرف الملاحظة على أنها عملية مراقبة أو مشاهدة الظواهر والمشكلات والأحداث ومكوناتها المادية والبيئية، متابعة سيرها واتجاهاتها وعلاقتها، بأسلوب علمي منظم ومخطط بقصد تفسير وتحديد العلاقة بين المتغيرات والتنبؤ بسلوك الظاهرة وتوجيهها لخدمة أغراض الإنسان وتلبية احتياجاته".¹

حيث تعرف "الملاحظة من إحدى أهم الطرق العلمية للكشف عن كينونة الظواهر بصفة دقيقة عن طريق المشاهدة الدقيقة، من أجل الوصول إلى الخصائص والعوامل

¹ محمد محمود الذنبيات وآخرون، منهجية البحث العلمي، القواعد والمراحل والتطبيقات ، ط2، دار وائل للنشر، بيروت، 1999، ص 07.

المتحكمة في الظاهرة كما تتطلب الوقوف على الأشياء والتمعن فيها بواسطة استخدام مختلف الحواس".¹

"تعد الملاحظة كأداة ثانية مساعدة إلى جانب أداة الاستبيان التي اعتمدنا عليها كأداة رئيسية في جمع البيانات وهدفها يتمثل في أنها تفيد في التعرف على مدى التناقض الذي قد يحدث بين تصريح المبحوث وبين حقيقة مشاعره و آرائه وردود فعله و سلوكاته، كما تساعد في التعرف على معلومات جديدة لم يفكر فيها الباحث من قبل".²

وعليه تعتبر الملاحظة أداة هامة لجمع البيانات واستسقاء المعلومات المناسبة حيث تسمح بمعرفة سمات الهوية الافتراضية عبر موقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك وكذا التعرف على مواقف الشباب مباشرة أثناء تعامله م مع الاستمارة، ولتدعيم نتائج بحثنا قمنا بتوظيف الملاحظة كأداة ثانية وهذا من أجل مشاهدة الواقع على ما هو عليه أو في الطبيعة بهدف إنشاء الواقع العلمي.

وللإجابة عن تساؤلات الدراسة الخاصة بالبيانات الشخصية وتحليل البيانات التي تم جمعها، قمنا بتفريغ وتحليل هذه البيانات من خلال برنامج التحليل الإحصائي SPSS(Statistical Package for social Sciences).

8- مجالات الدراسة:

يعد تحديد مجالات الدراسة من الخطوات المنهجية التي لا يمكن إغفالها في أي دراسة فمن خلالها يتم التعرف على المنطقة الجغرافية التي أجريت بها الدراسة والأفراد المبحوثين - عينة الدراسة- الذين تضمنهم البحث بالإضافة إلى الفترة الزمنية التي أجريت فيها الدراسة،

¹ عناية غازي، منهجية إعداد البحث العلمي، دار المناهج للنشر والتوزيع، الأردن، 2008، ص 202.

² محمد الفاتح حمدي، استخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة وانعكاساتها على قيم الشباب الجامعي، رسالة لنيل شهادة الماجستير في أصول الدين، كلية العلوم الاجتماعية والعلوم الإسلامية، جامعة باتنة، 2009، 2008، ص 179.

"وقد اتفق كثير من الباحثين على أن لكل دراسة مجالات رئيسية ثلاث وهي المجال المكاني، المجال البشري والمجال الزمني".¹ وهي كالاتي في الدراسة التالية:

8-1- المجال المكاني:

المجال المكاني هو المنطقة الجغرافية التي يستخدمها الباحث في أخذ عينة الدراسة حيث يساعده في تحديد دراسته، و الذي حصرناه بين شرق و وسط غرب ولاية الجزائر (الجزائر العاصمة، عنابة، سطيف، مستغانم، وهران ومعسكر) وعن الأماكن التي فيها توزيع الاستبيان على الشباب فقد تمثلت في مقاهي الانترنت، الجامعات والشوارع.

8-2- المجال البشري:

المجال البشري هو مجتمع الدراسة، أي عدد الأفراد المشتركين في موضوع البحث ومشكلته. وفي هذه الدراسة شمل الشباب الجزائري المستخدم لموقع التواصل الاجتماعي- الفايسبوك - .

8-3- المجال الزمني:

نقصد بالمجال الزمني "الوقت أو المدة التي يحتاجها الباحث لجمع بياناته الميدانية، أو الفترة الزمنية التي استغرقتها الدراسة الميدانية، وقد تمت هذه الدراسة وفق مراحل متتابعة حيث قمنا بتصميم وصياغة الاستبيان الذي تم اعتماده في الدراسة وتطبيقه على العينة المختارة، وعرضه على الأستاذ المشرف ليبيدي ملاحظاته وتوجيهاته، ثم تم عرض الاستبيان على أساتذة محكمين كل في تخصصه".²

وبعد تصحيح الاستبيان وتعديله وفق الملاحظات والتوجيهات، قمنا بإجراء الدراسة الميدانية، وهي توزيع الاستبيان على منطقة الوسط، الشرق والغرب الجزائري حيث شملت: الجزائر العاصمة، عنابة، سطيف، معسكر، مستغانم و وهران. ابتداء من تاريخ 2017/09/10 إلى غاية تاريخ 2018/01/27.

¹ محمد شفيق، مرجع سبق ذكره، ص 211.

² أنظر الملحق رقم 01 والملحق رقم 02.

وقد تمت في مرحلة موازية للمرحلة الأخيرة عملية ترميز البيانات، وتفريغها وإدخالها مباشرة للبرنامج الإحصائي للعلوم الاجتماعية SPSS وهذا بالنسبة للبيانات الشخصية فقط لنباشر بعدها عملية تحليل هذه البيانات خلال المدة من 2018/02/01 إلى غاية تاريخ أواخر شهر جوان 2018، ثم تم التعليق على البيانات وتحليلها من أجل الوصول إلى نتائج متعلقة بالإجابة على أسئلة وفرضيات الدراسة وتحقيق أهدافها.

9. تحديد المفاهيم:

يعتبر تحديد المفاهيم إحدى الخطوات الهامة التي يحتاجها الباحث في إجراءات دراسته بهدف إرساء المحددات الخاصة التي تظهر حاجته إليها. وتتجلى أهم المفاهيم الأساسية لهذه الدراسة فيما يلي:

1- مفهوم الهوية الافتراضية:

لقد أحدثت تكنولوجيا الاتصال الكثير من المفاهيم والممارسات، التي ساهمت في بروز تغيرات اجتماعية خاصة على المستوى الفردي، مما نتج عنه استحداث فضاء افتراضي وعلاقات افتراضية وجماعات افتراضية وكذا هويات افتراضية، والتي تطرح إشكالات مفاهيمية خاصة على مستوى الوجود الافتراضي للفرد.

"حسب موسوعة الويب "webopedia" الهوية الافتراضية هي الشخصية التي يتم إنشاؤها من طرف المستخدم الذي يعمل كصلة وصل بين الشخص الطبيعي والشخص الظاهري. وحسب هذا التعريف فإن الهوية الافتراضية هي السمات والمواصفات التي يقدمها الفرد الطبيعي للآخرين عبر الانترنت، فتكون عملية الاتصال بين ثلاثة أطراف وهي: الشخص العادي والهوية الافتراضية والأشخاص الآخرين".¹ أما الأستاذ الصادق رابح فيعرف الهوية الافتراضية في دراسته عن الانترنت كفضاء لتشكل الذات، على أنها "الهوية التي تتجلى في

¹ بايوسف مسعودة، الهوية الافتراضية: الخصائص والأبعاد، دراسة استكشافية على عينة من المشتركين في المجتمعات الافتراضية، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، العدد خاص بالملتقى الدولي الأول حول: الهوية والمجالات الاجتماعية في ظل التحولات السوسيوثقافية في المجتمع الجزائري، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، 2013، ص 396.

المنتديات الحوارية وغرف الدردشة الانترنيتية، وهي هوية يسعى الفرد غالبا من خلالها إلى التلاعب بهويته بهدف دفع محاوريه والمتفاعلين معه إلى التعامل معه على أساس أن هذه الهوية المتخيلة هي هويته الفعلية. حيث تسعى الهوية الافتراضية في غالب الأحيان لتحقيق رغبات وتطلعات أفضتها الحياة الفعلية ومنعتها من التحقق " ¹، لذلك نجد الشباب يسعى إلى بناء و تشكيل هوية افتراضية تحمل ملامح خاصة به. وهذا ما أشار إليه " **Turkle** بأن العالم الافتراضي أصبح مكانا يسمح للأفراد بتجريب العديد من الهويات، كما يجب على الفرد عند ولوجه لهذه المجتمعات أن يشكل هوية بواسطة طرق ووسائل أتاحت له ووضعت تحت تصرفه" ²، إذ سمح هذا العالم للشباب بتكوين هوية افتراضية واسعة المعالم تجسد شخصيته الافتراضية.

* المفهوم الإجرائي:

نقصد بالهوية الافتراضية في دراستنا هذه مجموع الصفات والدلالات والأشكال والسمات والرموز والبيانات التي يستخدمها الشباب في تعاملهم ضمن موقع الفيسبوك، وتمثيلهم لهويتهم نحو أنفسهم ونحو الآخرين، والتفاعل معهم داخل المجتمع الافتراضي.

2- مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي:

مواقع التواصل الاجتماعي هي كيانات اجتماعية يتفاعل عبرها الأفراد والتي توفر لهم خاصية الاتصال والتواصل عبر الفضاء الافتراضي الذي يمكنهم من تكوين علاقات اجتماعية تفاعلية.

إذ تعرف على أنها "مواقع إلكترونية تتيح للأفراد خلق صفحة خاصة بهم يقدمون فيها لمحة عن شخصيتهم أمام جمهور عريض أو محدد وفقا لنظام معين يوضح قائمة لمجموعة

¹ البشير ربح، السؤال عن الهوية: في التأسيس والنقد والمستقبل ، ط1، كلمة للنشر والتوزيع، تونس، 2016، ص،ص 458،459.

² تومي فضيلة، نبيلة بوخيزة، الهويات في مواجهة تقانة المجتمع الشبكي المخلة: حسابات مستخدمي الفيسبوك أنموذجا دراسة استكشافية، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة محمد بوضياف، المسيلة، العدد 21، ديسمبر 2015، ص25.

من المستخدمين الذين يتشاركون معهم في الاتصال، مع إمكانية الإطلاع على صفحاتهم الخاصة أيضا والمعلومات المتاحة، علما أن طبيعة وتسمية هذه الروابط تختلف وتتنوع من موقع إلى آخر".¹ كما يمكنهم من تكوين صداقات عبر نطاق غير محدود حول العالم. كما تعتبر مواقع التواصل الاجتماعي أنها "مواقع تتيح تبادل المعلومات والأفكار والثقافات والتعارف بين أناس يتشاركون في الفكر والثقافة والتوجه والميولات، إذ تتيح هذه المواقع التواصل بين المستخدمين في بيئة افتراضية وتسمح لمستخدميها بالتسجيل وخلق هوية افتراضية."² والتي يتم من خلالها التواصل ما بين المستخدمين الذين تجمعهم روابط اجتماعية و ثقافية.

* المفهوم الإجرائي:

هي مجموعة من المواقع التي تتيح للشباب التواصل ضمن المجتمع الافتراضي ويتم من خلالها نقل الأفكار والتجارب وتبادل الخبرات والمعارف بينهم في إطار من التواصل والتفاعل المستمر.

3- مفهوم المجتمع الافتراضي:

في ظل التطور التكنولوجي والتغيرات التي صاحبت هذا التطور، والتي أدت إلى تغيير نمط الحياة الاجتماعية للفرد من خلال التواجد ضمن كينونة حياة رقمية في فضاء افتراضي، فوجد الفرد نفسه من تمثلات المجتمع الطبيعي الواقعي إلى تمثلات رقمية غيرت من انتمائه الفكري والجسمي والسلوكي حتى، وذلك من خلال خلق فضاء افتراضي يعكس الحياة الواقعية.

ويعرف محمد منير حجاب المجتمع الافتراضي بأنه "مجتمع يتكون من أشخاص متباعدين جغرافيا، ولكن الاتصال والتواصل بينهم يتم عبر الشبكات الاجتماعية، وينتج بينهم نتيجة لذلك نوع من الإحساس والولاء والمشاركة. وتعبير آخر، فإن المجتمع الافتراضي

¹ مريم نريمان نومار، مرجع سبق ذكره، ص 44.

عبارة عن تجمعات اجتماعية شبكية في إطار نسيج من العلاقات الشخصية في الفضاء السيبراني¹.

- ونجد الدكتور نديم منصور يعرفه على أنه "مجموعة من الأفراد الذي يتشاركون عبر شبكة الانترنت لفترة زمنية لتحقيق غاية أو هدف أو هواية، من خلال علاقة اجتماعية افتراضية تحدها منظومة تكنو - اجتماعية"².

* المفهوم الإجرائي:

تجمعات اجتماعية افتراضية يتواصل عبرها الشباب لفترة زمنية وغاية محددة من أجل إشباع اهتمامات معينة تفترض بناء علاقات اجتماعية افتراضية، يتقاربون ويتواصلون عبر الكمبيوتر والوسائط التواصلية المتاحة، كالهاتف النقال والصفائح الالكترونية وهلم جرا من إفرازات التقنية.

4- الشباب :

"الشباب مرحلة عمرية محددة من بين مراحل العمر، وحالة نفسية مصاحبة تمر بالإنسان وتتميز بالحيوية وترتبط بالقدرة على التعلم ومرونة العلاقات الإنسانية وتحمل المسؤولية وتعتبر مرحلة الشباب من أهم مراحل الحياة إذ فيها يكتسب الشباب مهاراته الإنسانية، وهي مجموعة المهارات الاجتماعية والبدنية والنفسية اللازمة له، لتدبير شؤونه وتنظيم علاقاته بالآخرين"³.

إذ "تمثل فئة الشباب مرحلة تكيف طويلة ومتواصلة تهدف إلى بناء هوية اجتماعية وإيجاد مكان داخل المجتمع في نفس الوقت الذي تربط فيه هذه المكانة بدبلوم أو موقع مهني ومن

¹ كلثوم ببيمون، السياقات الثقافية الموجهة للهوية الرقمية في ضوء تحديات المجتمع الشبكي من التداول الافتراضي إلى الممارسة الواقعية، مجلة إضافات، العددان 33، 34 شتاء، ربيع 2016، ص 76.

² نديم منصور، سوسيولوجيا الانترنت، ط1، منتدى المعارف، بيروت، 2014، ص 21.

³ محمد محمود المهدي: ممارسة مهنة الخدمة الاجتماعية في رعاية الشباب. الإسكندرية، المكتب الجامعي الحديث، 2002، ص ص 272 - 273.

خلال هذا التكيف فالشباب ينوعون خبراتهم الاجتماعية أين يظهر من خلال ذلك توجه يتميز بتناقض واضح لشباب اليوم: الاستقطاب والتجانس"¹.

وفي حقيقة الأمر يختلف الباحثون في تحديد مفهوم الشباب بسبب اختلاف توجهاتهم الفكرية والعلمية، ولهذا لا نجد تعريفاً موحداً لهذا المفهوم. بل عدة مفاهيم متباينة ما بين المنظور الزمني، البيولوجي، النفسي والاجتماعي.

فمن المنظور الزمني "فهو الذي يعتبر الشباب مرحلة عمرية، تتراوح ما بين (15-30)

وهي المرحلة التي يكتمل فيها النمو الجسمي والعقلي على نحو يجعل المرء قادراً على أداء وظائفه المختلفة"².

ومن **المنظور البيولوجي**، "يميل أصحاب هذا الاتجاه إلى تحديد مرحلة الشباب على أساس اكتمال نمو البناء العصوي والوظيفي للمكونات الأساسية لجسم الإنسان، سواء كانت عضوية داخلية أو خارجية".

أما من **المنظور النفسي**، "فيرى أنصار هذا الاتجاه أن الشباب ليس مرحلة عمرية تتحدد

بسن معينة، وإنما حالة نفسية لا علاقة لها بالعمر الزمني، فأنت شاب بمقدار ما تشعر بالحيوية والحماس، والحركة والطموح والأمل في الحياة، وأهمية الدور المناط بالفرد، وهذا الاتجاه يعكس نظرة الإنسان للحياة، فبمقدار ما يشعر أنه يتمتع بالحيوية والشباب، وبمقدار ما يستطيع أن يولد في الآخرين الرغبة في العمل والحياة يكون شاباً، وحين يخفق في ذلك يشعر باليأس والإحباط والرغبة في الهروب من الحياة، وهذه بدايات مرحلة الشيخوخة"³.

فمن المنظور السوسولوجي تمثل فئة الشباب ظاهرة اجتماعية، تشير إلى مرحلة من

العمر تعقب مرحلة المراهقة، وتبدو خلالها علامات النضج الاجتماعي، والنفسي،

¹ عبد العالي دبله: مدخل إلى التحليل السوسولوجي. الجزائر، دار الخلدونية للنشر والتوزيع، 2011، ص 83.

² ماجد الزيود، الشباب والقيم في عالم متغير، دط، دار الشروق للنشر والتوزيع، عمان، 2005، ص 46.

³ المرجع نفس، ص 46.

والبيولوجي واضحة ويعد الشباب من أكثر الشرائح الاجتماعية تفاعلا مع التغيير الحادث في المجتمع¹، ففترة الشباب تبدأ حينما يحاول بناء المجتمع تأهيل الشخص لكي يحتل مكانة اجتماعية، ويؤدي دورا أو أدوارا في بنائه، وتنتهي حينما يتمكن الشخص من احتلال مكانته وأداء دوره في السياق الاجتماعي وفقا لمعايير التفاعل الاجتماعي.²

* المفهوم الإجرائي:

الشباب الجزائري المستخدم لموقع التواصل الاجتماعي الفايسبوك وهو فئة اجتماعية توجد في مرحلة عمرية والتي حددناها حسب هذه الدراسة من 18 إلى 40 سنة والذين يقطنون بشرق وسط وغرب الجزائر، ويتميز أفراد هذه الفئة ببعض المميزات والخصائص النفسية والاجتماعية والثقافية التي تجعلهم يختلفون عن الفئات الاجتماعية الأخرى.

¹ سامية الساعاتي، الشباب العربي والتغير الاجتماعي، القاهرة، الدار المصرية اللبنانية، 2003، ص 15.

² ماجد الزيود، المرجع السابق، ص 46.

الفصل الثاني: مواقع التواصل الاجتماعي: المدخل والنظريات

أولاً: مواقع التواصل الاجتماعي: المدخل والنظريات

1. تعريف مواقع التواصل الاجتماعي
2. نشأة وتطور مواقع التواصل الاجتماعي
3. خصائص مواقع التواصل الاجتماعي
4. أنواع مواقع التواصل الاجتماعي
5. خدمات مواقع التواصل الاجتماعي
6. مواقع التواصل الاجتماعي وخصوصية المجتمع الجزائري

ثانياً: النظريات المفسرة لمواقع التواصل الاجتماعي

1. نظرية الاستخدامات والاشباع
2. نظرية الثراء
3. نظرية التفاعلية الرمزية
4. نظرية انتشار المستحدثات
5. النظرية وثنائية الأثر في شبكات التواصل الاجتماعي

أولاً: مدخل إلى مواقع التواصل الاجتماعي

1. تعريف مواقع التواصل الاجتماعي:

تعد مواقع التواصل الاجتماعي من بين الفضاءات الرقمية التي فرضت نفسها كوسيط اتصالي وإعلامي هام يدخل في صلب الحياة اليومية للأفراد في مختلف المجتمعات، التي أصبحت لا تتخذ من هذه المواقع مجرد مصدر للمعلومات وإنما باتت في حد ذاتها أسلوب حياة افتراضي موازي للعالم الواقعي.

وقد ارتبط ظهور مواقع التواصل الاجتماعي بظهور الجيل الثاني من الويب 2.0 الذي أحدث بحق ثورة عالم الانترنت وشكل ما أصبح يعرف بالمجتمع الافتراضي، وقبل الخوض في مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي وأطرها النظرية نود رفع اللبس عن إشكالية في التسمية فقد شاع لدى الكثير من الباحثين مصطلح الشبكات الاجتماعية للدلالة عن مواقع التواصل الاجتماعي وهو خلط لا بد من توضيحه فمصطلح الشبكات الاجتماعية إلى مفهومين مختلفين الأول مفهوم سوسيولوجي وثاني تكنولوجي متعلق بظهور الانترنت وتطبيقاتها الحديثة، فمن نظرة سوسيولوجية يرى الباحث ان و اسرمان و فوست أن الشبكة الاجتماعية هي مجموعة من العلاقات بين وحدات اجتماعية، بينما يحيل مصطلح الشبكات الاجتماعية إلى مجموعة نوع جديد من المواقع الالكترونية مثل الفايسبوك والتويتير وغوغل بلوس¹.

ولقد تعددت واختلفت التعريفات التي قدمها الباحثون حول مواقع التواصل الاجتماعي، حيث نجد بعض الباحثين يشيرون إلى أنها " مجموعة الشبكات الافتراضية الموجودة على شبكة الانترنت والتي تمكن الجماهير من التواصل مع الآخرين وتبادل النقاشات حول الموضوعات السياسية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية والخاصة، وتختلف طبيعتها من شبكة لأخرى، فبينما توجد بعض الشبكات التي تتيح إمكانية التعرف على الأصدقاء

¹ هوارى حمزة، مواقع التواصل الاجتماعي وإشكالية الفضاء العمومي، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، العدد 20، سبتمبر 2015، ص 224.

وتكوين الصداقات عبر العالم، فإن الأخرى بإمكانها إرفاق ملفات الفيديو المصورة حول الموضوعات المختلفة ليتبادل الأفراد الحديث والتعليقات والنقاشات حولها على نطاق واسع".¹

وكما "تعرف مواقع التواصل الاجتماعي بأنها منظومة من الشبكات الالكترونية التي تسمح للمشارك فيها بإنشاء موقع خاص به، ومن ثم ربطه عن طريق نظام اجتماعي الكتروني مع أعضاء آخرين لديهم الاهتمامات والهويات نفسها".² و يشار إليها أيضا بلأنها "مواقع على الانترنت تمكن المستخدم من إنشاء ملف تعريف وبناء شبكة شخصية تربطه مع الآخرين وبمجموعات متنوعة".³ ومن أبرز الباحثين الذين قاموا بتعريف مواقع التواصل الاجتماعي نجد: ويرى **خالد المقدادي** على أنها "المواقع الالكترونية التي توفر فيها تطبيقات الانترنت خدمات لمستخدميها تتيح لهم إنشاء صفحة معروضة للعامة ضمن موقع أو نظام معين، وتوفر وسيلة اتصال مع معارف منشئي الصفحة أو مع غيره من مستخدمي النظام وتوفر خدمات لتبادل المعلومات بين مستخدمي ذلك الموقع أو النظام عبر الانترنت".⁴ وعرفت **أمانى مجاهد** بأنها "مواقع ويب تسمح لمستخدميها بإنشاء صفحات ومساحات خاصة ضمن الموقع نفسه، ومن ثمة التواصل مع الأصدقاء ومشاركة المحتويات والاتصالات".

أما **شريف اللبان** فيعرفها على أنها "خدمات توجد على شبكة الويب تتيح للأفراد بناء بيانات شخصية عامة أو شبه عامة خلال نظام محدد، ويمكنهم وضع قائمة لمن يرغبون

¹ رضا أمين، الإعلام الجديد، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، مصر، ط1، 2015، ص 108.

² نفس المرجع نفسه، ص 111.

³ Lisa Dawley, Social network knowledge construction emerging virtual world pedagogy, boise state university, Idaho,USA, 2009, p 111.

⁴ سلمى بن سعيد، الإعلام الجديد والتحول المجتمعي "الفايسبوك نموذجا"، مجلة باحثون، العدد الأول، المغرب، ص 55.

في مشاركتهم الاتصال، ورؤية قوائمهم أيضا للذين يتصلون بهم، وتلك القوائم التي يصنعها الآخرون خلال النظام"¹.

و نجد أيضا **طاهر أبو زيد** هي " منظومة من الشبكات الالكترونية التي تسمح للمشارك فيها بإنشاء حساب خاص به ومن ثمة ربطه من خلال نظام اجتماعي الكتروني مع أعضاء آخرين لديهم نفس الاهتمامات والهويات أو جمعه مع أصدقاء الجامعة أو الثانوية"².

تعد شبكات التواصل الاجتماعي مواقع تتيح تبادل المعلومات والأفكار والثقافات والتعارف بين أناس يتشاركون في الفكر والتوجه والميولات. كما أنها كيانات تتكون من أشخاص ومؤسسات اجتماعية ترتبط فيما بينها بروابط تفاعلية متبادلة. "ويستعمل لفظ الشبكة الاجتماعية لدلالة على مواقع الانترنت التي تسمح لمستخدميها بالتسجيل وخلق هوية افتراضية. ويطلق على هذه المواقع صفة اجتماعية لأنها تسمح بتبادل الرسائل العامة والخاصة بين المشاركين التي قد تتضمن فيديوهات وصور وألعاب بهدف إمكانية توسيع دائرة الأصدقاء والعلاقات"³.

"حيث شكلت مسألة المصطلح اهتماما أساسيا لدى الباحثين منذ سنة 2007، خاصة عندما اتفق بعض الباحثين على أن الفايسبوك والتويتر والمواقع الشبيهة بها لا تمثل شبكات اجتماعية، بل مواقع الكترونية أي منظومات مؤسسة تكنولوجية"⁴ لا تتيح التواصل الاجتماعي بقدر ما تسمح للفرد بإدارة علاقاته الاجتماعية القديمة، دون أن يصبح التواصل نوعا مخصوصا من الاستخدامات لكل هذه التطبيقات.

¹ سلمى بن سعيد، الإعلام الجديد والتحول المجتمعي "الفايسبوك نموذجا"، مجلة باحثون، العدد الأول، المغرب، ص 55
² نضال عبد الله بربخ، اعتماد النخبة السياسية الفلسطينية على شبكات التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات أثناء العدوان الإسرائيلي على غزة، دراسة ميدانية في محافظات غزة، رسالة ماجستير، كلية الآداب، غزة، 2015، 2014، ص 79.

³ سلمى بن سعيد، المرجع نفسه، ص 55.

⁴ الحمامي الصادق، مرجع سبق ذكره، ص. ص 56، 60.

"الشبكات الاجتماعية مفهوم أساسي من مفاهيم علم الاجتماع يحيل على العلاقات المنتظمة التي تجمع أفراداً أو منظمات، ويتشكل حول هذه المفهوم حقل معرفي يسمى تحليل الشبكات الاجتماعية"¹. وعلى هذا النحو فإن مصطلح مواقع الشبكات الاجتماعية يميز الشبكات الاجتماعية الافتراضية الرقمية عن الشبكات الاجتماعية الواقعية التي يتناولها بالدراسة على الاجتماع.

ومن أهمها الفايسبوك الذي يسمح "بتكوين الأصدقاء الجدد والتعرف على زملاء الدراسة حول العالم أو الانضمام إلى مجموعات مختلفة على شبكة الويب، ويمكن المشتركين في الموقع من الاشتراك في شبكة أو أكثر على الموقع مثل المدارس أو أماكن العمل أو المناطق الجغرافية، أو المجموعات الاجتماعية، وهذه الشبكات تتيح لمستخدمين الاتصال بالأعضاء الذين هم في نفس الشبكة، ويمكن لهم أن يضيفوا أصدقاء لصفحاتهم ويتيحوا لهم رؤية صفحاتهم الشخصية"².

وهذا الموقع المجاني "أسره" مارك زوكربيرج" وذلك في عام 2004م، عندما كان طالبا في جامعة هارفارد الأمريكية، وكان مشهورا بولعه الشديد بالانترنت، وكان هدفه أن يقوم بتصميم موقع يجمع زملائه في الجامعة ويمكنهم من تبادل أخبارهم وصورهم وآرائهم، ويسهل عملية التواصل بينهم، دون أن يفكر في إنشاء موقع تجاري يجتذب الإعلانات وسرعان ما لقي هذه الموقع رواجاً بين طلبة جامعة هارفارد واكتسب شعبية واسعة بينهم الأمر الذي شجعه إلى توسيع قاعدة من يحق لهم الدخول إلى الموقع لتشمل طلبة جامعات أخرى أو طلبة مدارس ثانوية يسعون إلى التعرف على الحياة الجامعية، واستمر موقع الفايسبوك قاصراً على طلاب الجامعات والمدارس الثانوية لمدة سنتين، وفي سبتمبر

¹ الحمادي الصادق، الميديا الجديدة: الايستمولوجيا والاشكاليات والسياقات، سلسلة البحوث، المنشورات الجامعية بمنوبة، تونس ، 2013، ص 12.

² رضا أمين، مرجع سبق ذكره، ص 113.

2006م قرر " زوكربيرج " أن يفتح أبواب موقعه أمام كل من يرغب في استخدامه، وكانت النتيجة طفرة كبيرة في عدد مستخدمي الموقع".

وفي "أكتوبر 2007م اشترت شركة مايكروسوفت حصة في الفايسبوك نسبتها 1,6% بقيمة 240 دولار، حيث قدرت قيمة الموقع آنذاك بنحو 15 مليون دولار.

وتبلغ القيمة السوقية للموقع الآن مائة مليار دولار أمريكي، ويستخدم الفايسبوك مليار نسمة حول العالم وفقا لما صرح " زوكربيرج" في أكتوبر 2012م¹.

ويعد موقع الفايسبوك "واحدا من أهم مواقع التشبيك الاجتماعي، وهو لا يمثل منتدى اجتماعيا فقط وإنما أصبح قاعدة تكنولوجية سهلة بإمكان أي شخص أن يفعل بواسطتها ما يشاء"².

ويعرف قاموس الإعلام والاتصال dictionary of media and communications الفايسبوك: "على أنه موقع خاص بالتواصل الاجتماعي أسس عام 2004 ويتيح نشر الصفحات الخاصة profiles، وقد وضع في البداية لخدمة طلاب الجامعة وهيئة التدريس والموظفين لكنه اتسع ليشمل كل الأشخاص"³.

كما يعرف موقع الفايسبوك أيضا على أنه "موقع على شبكة الانترنت لتكوين الأصدقاء الجدد والتعرف على أصدقاء الدراسة حول العالم أو الانضمام إلى مجموعات مختلفة على شبكة الويب، يتيح لمستخدميه إضافة أصدقاء لصفحاتهم كما يتيح لهم رؤية صفحات أصدقائهم الشخصية"⁴، فللفايسبوك والمواقع الشبيهة له هي مواقع شبكات اجتماعية أي منظومة تكنولوجية تمثل نوعا من التطبيقات المنوعة تتشكل بواسطتها استخدامات خاصة

¹ رضا أمين، مرجع سبق ذكره، ص. ص 113، 115.

² عباس مصطفى صادق، الإعلام الجديد: المفاهيم والوسائل والتطبيقات، مرجع سبق ذكره، ص 218.

³ Marcel Danesi. **Dictionary Of Media and Communication**, Library of Congress Cataloging-in-Publication Data, United States of America. 2009, p117.

⁴ محمد الحفيظ، كيف تؤثر وسائل الإعلام؟، دار وهج للحياة والنشر والتوزيع، الرياض، 2010، ص38.

تسمح للفرد بتقديم نفسه واستعراض ذاته وتنظيم شبكاته الاجتماعية وإقامة وإدارة علاقاته مع الآخرين".¹

يعتبر موقع الفاييسبوك "واحدا من أهم مواقع التشبيك الاجتماعي، وهو لا يمثل منتدى اجتماعيا فحسب بل أصبح أيضا قاعدة تكنولوجية سهلة بإمكان أي شخص أن يفعل بواسطتها ما يشاء، وتتطلب العضوية فيه امتلاك الفرد لمهارات بسيطة في استخدام الانترنت تمكنه من دخول الموقع، خاصة أن التسجيل مجاني ومفتوح للجميع، حيث لا يتطلب إنشاء حساب عليه أكثر من ايميل أو رقم هاتف صالح يتلقى المستخدم بعدها ربطا أو رقما سريا لتفعيل الاشتراك، ذلك أن الموقع لا يتيح الدخول إلا لأعضائه".²

"فلانترنت أنتج بذلك ظاهرة اجتماعية و أنشأ مجتمعا إنسانيا جديدا يتكون من الإنسان والآلة ويحقق الشروط الاجتماعية ويضيف خصائص أخرى إلى المجتمع الإنساني في خضم فضاء رقمي يتميز بصفات حضارية ومعرفية جديدة. إنه وسيط اتصالي بالآخرين هدفه التواصل وتحسين العلاقات الاجتماعية. ومن خلال ذلك تنشأ علاقات اجتماعية تتخطى حدود الزمان والمكان وتسمح بتحقيق التفاعل والتواصل الاجتماعيين عبر خلق فضاءات اتصالية افتراضية لم تكن موجودة من قبل كغرف الدردشة والصفحات والمجموعات".³

2. نشأة وتطور مواقع التواصل الاجتماعي:

"أول من استخدم مصطلح مواقع التواصل الاجتماعي هو الأنثروبولوجي الأمريكي "جون بيرنز" عام 1954، وذلك للتعبير عنها من خلال علاقات الأفراد ببعضهم البعض، عندما أصبحت هذه الروابط والتفاعلات معقدة وسببت خلط داخل الاتصالات، فالشبكة

¹ Ellison Nicole, Steinfield Charles et Lampe Cliff , the benefits if facebook friends , "social capital and college students", use of online social network sites, in journal of computer-mediated communication, volume 12, issue4, july 2007, pp 1143,1168.

² عباس مصطفى صادق، مرجع سبق ذكره، ص 218 .

³ عميرات أمال، نشر المضامين الإعلامية عبر الإعلام البديل، مجلة الإذاعات العربية، تونس، العدد1، 2016، ص 24.

الاجتماعية هي ممثلة للعلاقات الاجتماعية القائمة داخل المجتمع، والتواصل الاجتماعي هو العصب النابض لهذه المواقع".

وقد " بدأت ظاهرة المواقع الاجتماعية تنتشر مع موقع الدرجات الست على Sixdegress.com عام 1997 لإتاحة الفرصة بوضع ملفات شخصية للمستخدمين على الموقع وكذلك إمكانية التعليق على الأخبار الموجودة على الموقع وتبادل الرسائل مع باقي المشتركين. وهذه المواقع اتبعت أسلوبا مغايرا ببساطة عن طريق الارتباط مع البعض عبر عناوين البريد الالكتروني. وفي نهاية العقد التاسع أصبحت الملفات الشخصية هي الخاصة المحورية لمواقع التواصل الاجتماعي، حيث أتاحت للمستخدمين تكوين قوائم من الأصدقاء والبحث عن مستخدمين آخرين لهم نفس الاهتمامات. وبهذا تضمنت مواقع تلك الشبكات الملفات الشخصية للمستخدمين وخدمة وإرسال الرسائل الخاصة لمجموعة من الأصدقاء".¹

"ويمكن أن نصف مواقع التواصل الاجتماعي بأنها تركيبة اجتماعية إلكترونية تتم صناعتها من أفراد أو جماعات أو مؤسسات، وتتم تسمية الجزء التكويني الأساسي مثل الفرد الواحد باسم العقدة، بحيث يتم إيصال هذه العقد بأنواع مختلفة من العلاقات كتشجيع فريق معين أو الانتماء لشركة ما، أو حمل جنسية لبلد ما في هذا العالم، وقد تصل هذه العلاقات لدرجات أكثر عمقا كطبيعة الوضع الاجتماعي أو المعتقدات أو الطبقة التي إليها الفرد".

و"عند الحديث عن نشأة وتطور مواقع التواصل الاجتماعي تجدر الإشارة إلى مرحلتين أساسيتين فالمرحلة الأولى هي مرحلة الجيل الأول للويب Web1.0 والمرحلة الثانية هي الجيل الثاني Web 2.0 وأكثر مواقع التواصل الاجتماعي المعروفة حاليا ظهرت أغلبها خلال الجيل الثاني، فبالنسبة إلى:

¹ ربحانة بلوطي، دوافع استخدام الهوية الافتراضية في الشبكات الاجتماعية وأثرها على الفرد، مرجع سبق ذكره، ص. 49، 50.

- **الجيل الأول**: يشير إلى Web1.0 إلى شبكة المعلومات الموجهة الأولى التي وفرها عدد قليل من الناس لعدد كبير جدا من المستخدمين تتكون أساسا من صفحات ويب ثابتة وتتيح مجال صغير للتفاعل.

ويمكن وصف الجيل الأول للويب Web1.0 بالمرحلة التأسيسية لمواقع التواصل الاجتماعي، حيث ظهرت في السبعينات من القرن العشرين بعض المواقع الالكترونية الاجتماعية من النوع البدائي وكانت قوائم البريد الالكتروني Bulletin Board Systems (BBS) من أوائل التقنيات التي سهلت التواصل والتفاعل الاجتماعي، وأتاح هذا التفاعل للمستخدمين تطوير علاقات ثابتة وطويلة الأمد مع الآخرين وغالبا ما يكونوا بأسماء مستعارة، وفي منتصف التسعينات من القرن العشرين بدأت مواقع التواصل الاجتماعي بشكلها الحديث بالظهور مدفوعة بالطبيعة الاجتماعية للبشر وحاجاتهم للتواصل وتكوين العلاقات الاجتماعية بمختلف أنماطها.¹

- **الجيل الثاني**: ويمتاز بظهور الويب 2.0 الذي يشير إلى مجموعة من التطبيقات على الويب (مدونات، مواقع المشاركة، الوسائط المتعددة...) تركز بالأساس على التفاعل والاندماج والتعاون، ويمكن أن نؤرخ لهذه المرحلة بانطلاق موقع **Friendster** في كاليفورنيا سنة 2002 من قبل **Jonat han Abrams**، ثم موقع ماي سبايس **Myspace** سنة 2003، الذي مكن مستخدميه من وضع معلوماتهم الشخصية **profile** وقائمة أصدقاء وكذا تصفحها، غير أن ما تجدر الإشارة إليه هو أن هذه الخدمات في عدد من المواقع التي سبقت موقع **Myspace** وبالتحديد خدمة المعلومات الشخصية **.Profiles**

¹ نوال بركات، انعكاسات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على نمط العلاقات الاجتماعية، مرجع سبق ذكره، ص

3. خصائص مواقع التواصل الاجتماعي:

يؤكد كل من " بويد وإليسون D. Boyd & B.Ellison " أن مواقع التواصل الاجتماعي هي خدمات تتيحها شبكة الانترنت وتسمح للمستخدمين بما يلي:

- بناء ملف شخصي عام أو شبه عام ضمن إطار محدد.
- تظهر لائحة المستخدمين الذين يتشاركون مع بعضهم.
- تعرض قائمة الاتصال وما قام به الآخرون داخل نفس النظام.¹

نذكر أهم الخصائص التي تميز مواقع التواصل الاجتماعي في النقاط التالية:

3-1- الملفات الشخصية أو الصفحات الشخصية:

تعتبر الآلية التي يستطيع المستخدم من خلالها إبراز وجوده في هذا العالم الافتراضي فهذه الصفحات عادة ما تمكننا من التعرف الأولي على هوية المستخدم "معرفة المعلومات الأساسية عنه كالجنس، تاريخ الميلاد، البلد، الاهتمامات والصور الشخصية، بالإضافة إلى غيرها من المعلومات"² تشكل لدينا انطبعا عن ذات الفرد، حيث " يعد الملف الشخصي بوابة للدخول لعالم الشخص، أين يمكن مشاهدة نشاطه ومعرفة من هم أصدقائه وما هي الصور الجديدة التي وضعها إلى غير ذلك من النشاطات"³ وهذه الصفحات مثلما يمكن أن تعبر عن الذات الحقيقية للفرد مثلما يمطن أن يقوم من خلالها المستخدم بابتداع شخصية لا أساس لها في الواقع.

¹ نوال بركات، المرجع السابق، ص 146.

² ليلي أحمد جرار، الفايستوك والشباب العربي، ط 1، مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع، الكويت، الإمارات، مصر، الأردن، 2012، ص 41.

³ المرجع نفسه، ص 41.

3-3 - الترابط:

"تتميز مواقع التواصل الاجتماعي بأنها عبارة عن شبكة اجتماعية مترابطة مع بعضها البعض، وذلك عبر الوصلات والروابط التي توفرها صفحات تلك المواقع والتي تربط المستخدم بمواقع أخرى للتواصل الاجتماعي أيضا"¹.

3-4- التفاعلية:

"وسائل الإعلام الاجتماعية تؤمن وتوفر قواعد ومنصات تفاعلية على شبكة الانترنت عالميا من خلال مشاركة المستخدمين في التعليق على المحتوى وتأمين وسيلة للتواصل مع المستخدمين الآخرين والجمهور"².

إذا فالتفاعل هنا يمكن أن يكون على نطاقين ويكون هذا من جهة على صعيد ما يتم نشره من مضامين عبر مختلف صفحات الفايسبوك، حيث يتم التفاعل من خلال إبداء الإعجاب والتعليقات والدخول في النقاش مع الآخرين حول الأفكار التي تم طرحها، ومن جهة أخرى يتم هذا التفاعل بين المستخدمين وبين الأشخاص الآخرين من خلال الاتصال الشخصي الافتراضي الذي يتم عادة من خلال المحادثات الالكترونية التي من المحتمل أن تقوم بتوطيد العلاقات الاجتماعية للفرد مع أقدمية التواصل.

3-6- المجموعات:

"تتيح كثير من مواقع التواصل الاجتماعي خاصية إنشاء مجموعات ذات اهتمام مشترك، حيث يمكن لأي مستخدم إنشاء مجموعة بمسمى معين وأهداف محددة، ويوفر الموقع الاجتماعي لمالك المجموعة أو المسؤول عنها أو المسير لها والمنضمين إليها مساحة أشبه ما تكون بمنتهى حوار مصغر وألبوم صور مصغر كما تتيح خاصية تنسيق الاجتماعات عن طريق ما يعرف بإنشاء المناسبات أو الأحداث ودعوة أعضاء تلك

¹ خالد غسان يوسف المقدادي، ثورة الشبكات الاجتماعية: ماهية مواقع التواصل الاجتماعي وأبعادها التقنية،

الاجتماعية، الاقتصادية، الدينية والسياسية على الوطن العربي والعالم، مرجع سبق ذكره، ص 27.

² عامر ابراهيم القندلجي، الإعلام والمعلومات والانترنت، ط1، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، الأردن، 2013، ص

المجموعة لها".¹ وعلى سبيل المثال لا الحصر نجد مجموعات خاصة بالطلبة الجامعيين وأخرى خاصة بالنساء وأخرى تتعلق بالرياضة أو السياسة، فالاهتمام والمصلحة المشتركة هي الرابط الفعلي بين أعضاء أي مجموعة.

3-7-المحادثة:

"تعمل الشبكات الاجتماعية من خلال البرامج والأدوات التي توفرها على تحقيق تبادل المحتوى والآراء والأفكار والخبرات ووجهات النظر بين جمهور المستخدمين".² فهذه الشبكات لها دور في تجسيد نمط من أنماط التواصل الهامة والذي يتمثل في الحوار الافتراضي الذي يتم من خلال المحادثات الالكترونية التي لا تعتمد فقط على النص بل تتعدى ذلك إلى إمكانية استخدام الصوت والصورة، فهذه الشبكات هي وسيلة تيسر التواصل والتفاعل بين المستخدمين.

3-8-المشاركة:

"وسائل المواقع الاجتماعية تشجع المساهمات وردود الفعل من الأشخاص المهتمين، حيث إنها تطمس الخط الفاصل بين وسائل الإعلام والجمهور".³

3-9-التحكم في المحتوى المعروض:

"عندما تدخل أي موقع إلكتروني عادي فإن أول ما سيظهر في صفحات الموقع هو ما يريده أصحاب الموقع أن يظهر للجميع، أصحاب الموقع هم من يتحكمون في المحتوى وأنت ما عليك إلا الإذعان والتسليم أو مغادرة الموقع إن كان المحتوى لا يعجبك، هذا في حالة المواقع العادية، أما عندما تقوم بزيارة موقع تواصل اجتماعي لأول مرة ستجد صفحة تطلب منك التسجيل لتتمكن من الدخول، صفحة فارغة من المحتوى سوى بعض المربعات

¹ المرجع نفسه ، ص 149.

² المرجع نفسه، ص 341.

³ المرجع نفسه، ص 26.

المخصصة لتضع فيها اسمك وبياناتك، ربما أردت أن تستكشف نوعية محتويات هذا الموقع الضخم وطبيعة المقالات والكتابات التي فيه كي تقرر هل تسجل فيه أم لا¹.

3- 10 الكونية:

"أي تخطي حدود الزمان والمكان"². هذا إضافة إلى العديد من المميزات التي توفر خدمات على مستوى عدة أصعدة كالجانب التسويقي والإعلاني مثلا.

4. أنواع مواقع التواصل الاجتماعي:

4-1. الشبكات الاجتماعية الشخصية:

"يتبادل في هذا النوع من الشبكات الاجتماعية فردا واحدا معلوماته الشخصية مع أصدقائه ومثال ذلك موقع **Nearbie** الذي يتيح لكل مستخدم إمكانية طرح ونشر الأحداث والمناسبات الاجتماعية وربطها بزمان معين وذلك حفظا للذكريات"³.

4-2. الشبكات الاجتماعية المهنية:

"وهي من الأنواع الأكثر أهمية وهي تربط أصدقاء العمل بشكل احترافي وأصحاب الأعمال والشركات وتتضمن ملفات شخصية للمستخدمين تشتمل على سيرتهم الذاتية وما قاموا به في سنوات دراستهم وعملهم"⁴ وكما تبين المجالات المهنية والمؤسسات التي قاموا بالعمل فيها، ومن أشهر هذه الشبكات نجد شبكة لينكد إن LinkedIn.

5. خدمات مواقع التواصل الاجتماعي:

"كان ظهور مواقع التواصل الاجتماعي قفزة بارزة وواضحة المعالم في حياة الاتصال الإنساني، حيث استطاعت في فترة وجيزة أن تحجز لها مكانا في حياة الأفراد من خلال

¹ عامر ابراهيم القندلجي ، المرجع نفسه، ص 151.

² حسن عماد مكايي، ليلي حسين السبي، الاتصال ونظرياته المعاصرة، ط3، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 2002، ص. 107، 108.

³ فريال مهنا، علوم الاتصال والمجتمعات الرقمية، الطبعة الأولى، دار الفکر، دمشق، 2002، ص148 .

⁴ مروى عصام صلاح، الإعلام الإلكتروني: الأسس وآفاق المستقبل، ط1، دار الإحصاء العلمي للنشر والتوزيع، الأردن، 2015، 247.

استخدامها في العديد من مجالات الحياة متجاوزة بذلك دورها التواصلي الأول وهذا نظرا للخدمات التي توفرها نذكر منها:

- ✓ إعطاء المعلومات المختلفة والحصول عليها من خلال خدمات الملفات التي يتم تواجدها داخل مواقع التواصل المختلفة والمتنوعة في شتى المجالات.
- ✓ التعاون والتشارك في حل المشكلات واتخاذ القرارات.
- ✓ التعليم والتعلم والتدريب وتبادل الخبرات.
- ✓ التعبير عن المشاعر والأفكار والآراء وإسداء وتلقي النصح والإرشاد والتوجيه حول مختلف المواضيع مثل المواضيع ذات الصبغة الطبية¹.
- ✓ المحادثة الفورية سواء مع قائمة الأصدقاء الذين يعرفهم أو من خلال تكوين صداقات جديدة عبر مواقع التواصل، والرسائل الخاصة والبريد الإلكتروني، والفيديو والتدوين ومشاركة الملفات وغيرها.
- ✓ الممارسات السياسية: حيث أصبحت مواقع التواصل الاجتماعي تشكل الفضاء الذي يقوم فيه المستخدم بالمشاركة السياسية عن طريق إبداء آرائه وتوجهاته، ومختلف الممارسات كعملية الاستفتاء حول العديد من القضايا عب تلك المواقع.
- ✓ التسويق والإعلان: حيث أصبحت مختلف المؤسسات الاقتصادية تعتمد على مواقع التواصل الاجتماعي في الترويج والدعاية لمختلف منتجاتها عن طريق الومضات الإشهارية المتنوعة، كما أصبحت توفر المحيط الذي تقوم من خلاله بمختلف العمليات التسويقية فساهمت بذلك في تعزيز التسويق الإلكتروني الذي كان موجودا من قبل.
- ✓ التسلية وممارسة الهويات: فمواقع التواصل الاجتماعي أصبحت تشكل المتنفس الذي يقوم من خلاله المستخدم بقضاء وقت فراغه من خلال مختلف مواقع الألعاب والتسلية، بالإضافة إلى ذلك أصبحت هذه الأخيرة تتيح للفرد إمكانية اشتراكه في اللعبة مع أفراد

¹ ربحانة بلوطي، دوافع استخدام الهوية الافتراضية في الشبكات الاجتماعية وأثرها على الفرد، مرجع سبق ذكره، ص

آخرين ومباشرة، ومن جهة أخرى أصبحت تشكل البيئة التي يقوم من خلالها المستخدم بممارسة مختلف هوياته واهتماماته¹.

فضلا على وجود خدمات أخرى على غرار:

* خدمة التعارف والصدافة:

"وهو أهم أوجه استخدامات الشبكات الاجتماعية وهي بداية كل مستخدم في إقامة علاقات اجتماعية من خلال الشبكة"²، فهذه الأخيرة التي من الممكن أن تقوم بدور فعال في توسيع الروابط الاجتماعية للفرد هذه العلاقات التي تتعدى حدود الوجود المادي للأشخاص وكذا تتجاوز عامل الزمن والاختلاف في الثقافات.

* خدمة الوسائط المتعددة:

"تمتلك مواقع التواصل الاجتماعي خاصية الاشتغال على مجموعة من الوسائط المتعددة على غرار النص، الفيديو، الصور والصوت، حيث يمكن للمستخدم الاستفادة من هذه الخيارات عبر هذه المواقع"³ والتي من أبرزها تحقيق الاتصال المتزامن الذي تجاوز حدود الزمان والمكان.

6. مواقع التواصل الاجتماعي وخصوصية المجتمع الجزائري :

"إن المنتبغ لآخر التطورات يلاحظ أن مواقع التواصل الاجتماعي أصبحت من أهم العوامل التي يقوم عليها التركيز في حياة الشباب الجزائري خاصة في وقتنا الحالي، وثمة علاقة وطيدة بين ازدياد الإقبال على هذه القنوات وسرعة التغيير في المستويين الثقافي والروحي القيمي لديهم، وأولئك الذين يجهلون التاريخ جهلا تاما فقط، يمكن أن يعتقدوا أن القيم التي يحملونها بطيئة على التغيير، أو أن بإمكانهم قهر التكنولوجيا بهذه القيم، ذلك أن

¹ المرجع نفسه، ص 52.

² ياس خضير البياتي، الإعلام الجديد: الدولة الافتراضية الجديدة، ط1، دار البداية ناشرون وموزعون، عمان، 2014، ص 379.

³ عامر ابراهيم القندلجي، الإعلام والمعلومات والانترنت، مرجع سبق ذكره، 339.

التكنولوجيا ليست مجرد آلات خرساء من المعدن والبلاستيك بل هي قبل كل شيء مجال ثقافي أخلاقي يمتلك قدرة غير محدودة اليوم على الانتشار"¹.

فإذا كانت مواقع التواصل الاجتماعي في الجزائر ما زالت إلى حد الآن تثير ضجة إعلامية كبيرة، ذلك لأنها تمثل الطريق المستقبلية السريعة للمعلومة وتجسد عددا من التغيرات التي خلقتها وما زالت تخلقها وهي عديدة ، ومن أهمها: "التغيرات في المجال السياسي، فليستخدام الجزائريين لمواقع التواصل الاجتماعي فتح الباب للممارسة السياسية في الفضاء الافتراضي، فالشأن السياسي أصبح متغير أساسي بالنسبة للمواقع الاجتماعية، إذ أنها ساهمت في تأرجح التفاعلات السياسية بين عالمين الأول هو العالم الواقعي والثاني هو العالم الموازي المتمثل في المواقع الاجتماعية المنتشرة عبر الفضاء الرمزي"².

فمن خلال هذه المواقع أصبح بإمكان الأفراد أن يفتحوا باب النقاش حول العديد من المسائل والقضايا السياسية التي كانوا مغيبين عنها في وسائل الإعلام التقليدية، فلقد أتيحت لهم الفرصة بشكل أكبر من ذي قبل في عملية تأسيس وبناء الرأي العام وبهذا تم إدماج هؤلاء الأفراد في الوضع الراهن لمجتمعهم وبالتالي زاد اهتمامهم بقضايا الشأن العام وهذا ما أدى في نهاية المطاف إلى رفع مستوى المشاركة السياسية لديهم، حتى وإن كانت هذه المشاركة تجد لها صدى في العالم الافتراضي أكثر من الواقعي.

ومن أبرز التغيرات ما كان يرتبط بالجانب الاجتماعي الذي عرف جدلية بين الباحثين من حيث تأثير الشبكات الرقمية على العلاقات الاجتماعية، إذ تباينت الآراء بين اتجاهين، فمن هؤلاء الباحثين من يرى بأن مثل هذه العوالم الافتراضية ساهمت في تعزيز وتقوية العلاقات بين الأفراد وتوسيعها من ناحية أخرى، بينما يرى آخرون بأن هذه الشبكات هي عامل يساهم في انتشار العزلة الاجتماعية، وهذا ما نوه إليه العديد من الباحثين فيما يختص

¹ نوال بركات، انعكاسات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على نمط العلاقات الاجتماعية، مرجع سبق ذكره، ص 279.

² المرجع نفسه، ص 279.

بالمجتمع الجزائري وخاصة في ظل الاستخدام المفرط لهذه الشبكات في الهواتف الذكية التي خلق عالما خاصا لكل فرد على حدا، والشباب الجزائري هنا ليس بمنأى عن هذا النمط من التأثير.

ثانيا: النظريات المفسرة لمواقع التواصل الاجتماعي

1- نظرية الاستخدامات والاشباع:

"تهتم نظرية الاستخدامات والاشباع بدراسة الاتصال الجماهيري دراسة وظيفية منظمة، وتتحصر رؤيتها للجماهير على أنها فعالة في انتقاء رسائل ومضمون وسائل الاتصال خلافا للنظرية المبكرة كنظرية الآثار الموحدة أو الرصاصة السحرية التي ترى الجماهير عبارة عن كائنات سلبية ومنفصلة تتصرف بناء على نسق واحد، فأسلوب الأفراد أمام الانترنت عموما وأمام مواقع التواصل الاجتماعي خصوصا أكثر قوة من المتغيرات الاجتماعية والشخصية".¹

"فخلال عقد الأربعينات من القرن العشرين أدى إدراك عواقب الفروق الفردية والتباين الاجتماعي على إدراك السلوك المرتبط بوسائل وتكنولوجيا الإعلام والاتصال إلى بداية ظهور منظور جديد للعلاقة بين المستخدمين والوسائل التكنولوجية الجديدة، وكان ذلك تحولا من رؤية المستخدمين على أنهم عنصر سلبي غير فعال إلى رؤيتهم على أنهم فاعلين في انتقاء الرسائل والمضمون المفضل مثل الوسائط الاتصال الحديثة والتي من أهمها المواقع الاجتماعية".²

"فلم يعد السؤال المطروح ماذا تفعل الوسيلة بالمستخدم؟ بل ماذا يفعل المستخدم بالوسيلة؟ ولماذا يستخدمها وما هي الإشباعات التي يحققها؟ وتتطوي هذه الأسئلة عن انتقال موضوع التأثير من مضمون الوسيلة التكنولوجية الحديثة إلى السياق الاتصالي برمته، فمنبع

¹ محمد منير حجاب، المعجم الإعلامي، ط1، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، د.س، ص 584.

² حسن عماد مكاي، ليلي حسين السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة، ط4، دار المصرية اللبنانية، القاهرة، مصر، 2004، ص 239.

الإشباع التي يحصل عليها المستخدم من الوسائل التكنولوجية الحديثة قد يتعلق بالمضمون الخاص بالرسالة أو بالتعرض للوسيلة بحد ذاتها أو بالوضعية الاتصالية الخاصة المرتبطة بوسيلة ما".

"وتعرف نظرية الاستخدامات والإشباع بأنها "دراسة جمهور وسائل الإعلام الذين يتعرضون بدوافع معينة من أجل إشباع حاجات فردية معينة" فهذا التعريف يركز على الجمهور والتعرض المقصود من أجل تحقيق الإشباع المرغوب فيه".¹

"ويمكننا تلخيص الفرضيات الأساسية للنظرية مثلما قدمها " كاتز Katz" وزملاءه، وتماشيا مع موضوع الدراسة الحالية فيما يلي:

- مستخدم وسائل التكنولوجيا الحديثة (مستخدم مواقع التواصل الاجتماعي) نشط، يتسم بالإيجابية والفاعلية ويرتبط استخدامه لمواقع التواصل الاجتماعي بأهداف محددة لديه.
- يختار المستخدم من الوسائل والمواقع الاجتماعية تلك التي يحصل منها على إشباع رغبته وحاجاته.
- تتنافس مواقع التواصل الاجتماعي مع وسائل الاتصال الحديثة الأخرى لإشباع احتياجات المستخدم مثل الاتصال الشخصي أو المؤسسات الرسمية أو الأكاديمية وغيرها، وتتأثر العلاقة بين المستخدم والمواقع الاجتماعية بعوامل بيئية عديدة لديه.
- المستخدم قادر على تحديد اهتماماته واحتياجاته ودوافع تعرضه لوسائل الاتصال الحديثة والعوامل التي أدت به إلى استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، وبالتالي يختار الوسائل والمواقع التي تشبع حاجاته ورغبته.
- يمكن استخدام وسائل الاتصال الحديثة الأنساق والمعايير الثقافية السائدة في المجتمع ويتحدد في ضوء ذلك أن المستخدم هو الذي يحدد طبيعة استخدامه للمحتوى في يرغب فيه. وهنا، إذا كان المحتوى الذي يرغب فيه المستخدم إيجابي يخدم المستخدم في حد ذاته، فإن

¹ مرزوق عبد الحكيم العادلي، الإعلانات الصحفية دراسة في الاستخدامات والإشباع، ط1، دار الفجر، القاهرة، مصر 2004، ص 109.

الاستخدام الإيجابي لمواقع التواصل الاجتماعي، وبالتالي الانعكاسات ستكون إيجابية،
والعكس صحيح".¹

أما عناصر نظرية الاستخدامات والاشباع فتتمثل في:

- "افتراض الجمهور النشط: يرى " هوويت **Howit**" أن النظريات القديمة اعتبرت المستخدم متلقيا سلبيا أمام قوة الرسالة وتأثيرها الفعال، حتى ظهر مفهوم المستخدم العنيد الذي يبحث عما يريد أن يتعرض إليه ويتحكم في اختيار الوسائل التي تقدم هذا المحتوى. أعاد هذا الافتراض النظرية التي كانت تنظر للمستخدم باعتباره متلقيا سلبيا لا حول له ولا قوة ويسهل التأثير عليه، وأصبح ينظر إليه على أنه مستخدم نشيط ينتقي ويختار ما يهمله من وسائل الاتصال ورسائلها ليشبع حاجاته في النهاية. وبالتالي فإن مستخدم مواقع التواصل الاجتماعي يختار وينتقي تلك المواقع التي تجذبه وتتيح له الاستفادة أكثر من خدماتها وتنوعها وتعددتها، من أجل أن يحقق إشباعاته من استخدامها لها.

- الأصول الاجتماعية والنفسية لاستخدام وسائل الإعلام والاتصال: أدى ظهور مفهوم الإدراك الانتقائي المرتكز على الفروق الفردية إلى افتراض أن الأنماط المختلفة من الأفراد يختارون الأنشطة بأنفسهم ويفسرون وسائل الإعلام والاتصال بطرق متنوعة ومتباينة، أي أن العوامل النفسية يمكن أن تؤدي إلى وجود حوافز، وأن تحدد أصولا كثيرة من استخدامات وسائل الإعلام والاتصال".²

"وقد قدمت العديد من الدراسات الدليل الإمبريقي على دور العوامل الديموغرافية والاجتماعية في التعرض والاستخدام لوسائل الإعلام والاتصال مثل ارتباط هذا التعرض بالنوع، العمر، المهنة، والمستوى التعليمي والاجتماعي والاقتصادي".³

¹ حسن عماد مكاوي، ليلي حسين السيد، مرجع سبق ذكره، ص 243.

² حمدي حسن، الوظيفة الإخبارية لوسائل الإعلام، دار الفكر العربي، القاهرة، مصر، 1999، ص 21.

³ حسن عماد مكاوي، ليلي حسين السيد، المرجع نفسه، ص 244.

ومن خلال هذه الدراسة التي تشمل مختلف الفئات العمرية والمستويات التعليمية والحالات الاجتماعية لمستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي الجزائريين، وبالتالي سنحدد من خلالها ارتباط تلك المتغيرات بطبيعة استخدام المواقع الاجتماعية وكذا انعكاسات ذلك الاستخدام على الهوية الافتراضية للمستخدمين الشباب.

- "دوافع تعرض واستخدام الجمهور لوسائل الإعلام والاتصال: توجد وجهات نظر متباينة لدراسة دوافع تعرض واستخدام الجمهور لوسائل الإعلام والاتصال، ولكن بوجه عام فإن معظم دراسات الاتصال تقسم دوافع التعرض إلى فئتين هما:

✓ دوافع نفعية: تستهدف التعرف على الذات، واكتساب المعرفة والمعلومات والخبرات وجميع أشكال التعلم بوجه عام.

✓ دوافع طقوسية: وتهدف تفضية الوقت والاسترخاء والصدقة والألفة مع الوسيلة والهروب من المشكلات.

- التوقعات من وسائل الإعلام والاتصال: يرى " كاتز Katz" أن التوقعات هي الإشباع التي يبحث عنها المستخدم".¹

"وبذلك فالتوقعات تساهم في اختيار الوسائل والمضامين، وتختلف توقعات الأفراد من

وسائل الاتصال وفقا للفروق الفردية وكذلك وفقا لاختلاف الثقافات، ويرى **ولبر شرام**

W. Shramm في هذا الشأن أن الإنسان يختار إحدى وسائل الإعلام والاتصال المتاحة التي يضمن أنها سوف تحدث له الإشباع النفسي المطلوب".

- "التعرض لوسائل الإعلام والاتصال: أشارت دراسات عديدة إلى وجود ارتباط بين البحث عن الإشباع والتعرض لوسائل الإعلام والاتصال، ويعبر زيادة تعرض المستخدمين بوجه عام لمواقع التواصل الاجتماعي عن نشاطهم، وقدرتهم على اختيار المعلومات التي تلبي احتياجاتهم".²

¹ حمدي حسن، المرجع نفسه، ص 23.

² نوال بركات، مرجع سبق ذكره، ص 39.

- إشباعات وسائل الإعلام والاتصال: تعد إشباعات وسائل الإعلام والاتصال بمثابة المحصلة التي تترتب على استخدامات الجمهور لها، وتتوقف الإشباعات التي تتحقق لدى مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي وفقا لنوع الموقع والخدمات التي يوفرها ونوع المضمون المقدم وطبيعة الظرف الاجتماعي الذي تم فيه الاتصال. وتشمل هذه "الإشباعات:

- ✓ إشباعات توجيهية: تتضمن الحصول على المعلومات وتأكيد الدافع.
- ✓ إشباعات اجتماعية: يقصد بها شبكة علاقاته الاجتماعية.
- ✓ إشباعات العملية: وهي لا ترتبط بخصائص محتوى عملية الاتصال، بل تتعلق بطبيعة عملية الاتصال ذاتها واختيار نوعية الوسيط الذي يتم التعرض إليه وتشمل: إشباعات شبه توجيهية مثل الشعور بالمتعة وتجديد النشاط والنوع الثاني إشباعات شبه اجتماعية كالتخلص من الملل وعدم الشعور بالوحدة والشعور بالتواجد مع الآخرين".¹

الإشباعات المحققة في ظل الإعلام الجديد:

- استكشاف كل ما هو جديد في العالم الخارجي، حيث كشفت إحدى الدراسات الميدانية التي أجريت عام 1995 أن 90% من مستخدمي الانترنت يكتفون بعمليات تصفح واستعراض واكتشاف المواقع المختلفة والجديدة عليها، وأشارت دراسة أخرى إلى أن الإثارة التي يشعر بها مستخدمي الانترنت عند اكتشافهم لأبعاد ملامح ذلك الإعلام الجديد تشبع حاجاتهم للهو والترفيه.

- البحث عن المعلومات، حيث أظهرت إحدى الدراسات أن 73% من مستخدمي الانترنت يبحثون عن المعلومات في مختلف مجالات الحياة، وتستطيع شبكة الويب إشباع الاحتياجات المعرفية لدى المستخدمين بما توفره من مواقع معلوماتية مختلفة.

¹ نوال بركات، المرجع السابق، ص 41.

-الاستمتاع والتسلية، حيث تبين أن 57% من مستخدمي شبكة الويب يقومون بذلك للترفيه والتسلية.

-الاتصال بالآخرين، حيث تستخدم شريحة كبيرة من مستخدمي الانترنت هذه الوسيلة للدخول في مختلف أشكال الاتصال، وتوجد تطبيقات مختلفة للاتصال الإنساني عبر الانترنت.

-تحقيق الوجود الافتراضي، وهو من الإشباعات التي يمكن تحقيقها من استخدام شبكة الويب، ويعني الوجود الافتراضي شعور المستخدم في التواجد في بيئة افتراضية¹.
"حسب "رايس Rice" و "وليمز Williams" فإن الإعلام الجديد يعتبر ساحة خصبة لاختبار العديد من النظريات والنماذج، ومنها نظرية الاستخدامات والإشباعات، وبالإضافة إلى مقالات العديد من الباحثين في هذا المجال من أمثال " ستورفر Storver" و "قرانت Graint" بين 1994-1996 التي أشارت إلى مدى ملائمة نظرية الاستخدامات والإشباعات لبحوث الإعلام الجديد، ويقترح "رفايلي Rafaeli" و "نيوهاجن Wewhagen" أن نظرية الاستخدامات والإشباعات ستكون صالحة للاستخدام خاصة في ظل تحويلة الانترنت".

"وتوقع "ورجيريرو Ruggiero" أن الانترنت ستساهم في العديد من التحولات مما يؤدي إلى تغيرات عميقة في عادات المستخدمين، إلى جانب الأدوار الشخصية والاجتماعية، ومع التحول السريع في هذه العادات والأدوار خاصة، كان " Ruggiero " محقا في توقعاته، حيث أن التفاعل الشخصي مع الأصدقاء والعائلة والاتصال المهني تحول من العالم الفيزيائي إلى كيان على الانترنت نظرا لازدياد شعبية مختلف مواقع التواصل الاجتماعي.

¹ رضا عبد الواحد أمين، النظريات العلمية في مجال الإعلام الإلكتروني ، د.ط، منتدى سور الأزيكية ، 2007، ص.ص.80،81،82.

ويرى كل من " جينيفر و جون راك " أن مواقع التواصل الاجتماعي هي أماكن افتراضية تلبي حاجات مجموعات محددة من الأشخاص، وبالتالي خلقت هذه المواقع مجتمعا أين الكثيرون غير قادرين على إيجاد حاجاتهم خارج بيئة الانترنت¹. ويعتبر تطبيقنا لنظرية الاستخدامات والإشباع في دراستنا لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي ذو أهمية معتبرة، حيث من الممكن التوصل إلى أكثر العوامل لفتا بالنسبة لنظرية الاستخدامات والإشباع والتي لها علاقة باستخدام مواقع التواصل الاجتماعي، حيث أن من عوامل الاستخدام والإشباع الرئيسية الخاصة بمواقع التواصل الاجتماعي مثل تكوين الصداقات، التسلية، التعريف بالذات، الحصول على المعلومات، إضافة إلى عوامل أخرى تتمثل في البحث عن المعلومات، التسلية والترفيه، إلى جانب الحاجات الاجتماعية وهي الأكثر انتشارا.

حيث تعتبر الاستخدامات الاجتماعية لمواقع التواصل الاجتماعي من أهم الاستخدامات المتعلقة بتطبيق الاستخدامات والإشباع، فالأغلبية الأشخاص الذين يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي يميلون إلى التعرف على أشخاص جدد، وكذا الحفاظ على علاقاتهم السابقة، وكذا خلق الشعور بالانتماء للمجتمع، ومنه تكوين شبكة من العلاقات الاجتماعية الافتراضية قد تختلف أو تتكامل مع العلاقات الواقعية للمستخدمين.

ولقد كشفت العديد من الدراسات التي لها علاقة بالاستخدامات والإشباع بأن مستخدمو مواقع التواصل الاجتماعي يستخدمونها لتحقيق إشباع اجتماعية بالدرجة الأولى وذلك للحفاظ على العلاقات القائمة والتعرف على أصدقاء جدد، ويميل المستخدمون إلى استخدام مواقع التواصل الاجتماعي اجتماعيا نظرا للتفاعلية اللامحدودة التي توفرها، حيث يمكن من خلالها إرسال وتلقي الرسائل والمستجدات وتحديثات الأخبار العاجلة من رسائل

¹ رضا عبد الواحد أمين، المرجع السابق، ص.ص 40،41.

التبليغ، والتفاعلية تخصص لصاحب الحساب أو للمشاركين معه على موقعه صفحة تستعرض آخر المستجدات.

2- نظرية الثراء:

تعد نظرية الثراء من أبرز نظريات الاتصال فنراء وسيلة الاتصال يكمن من خلال عملية رجع الصدى المباشر للمستخدم لهذه الوسيلة.

حيث "تختلف وسائل الاتصال من حيث قدرتها على إزالة الغموض وتحقيق متطلبات الفهم ونقل البيانات، ويمكن تصنيف هذه الوسائل من الأكثر ثراء إلى الأقل ثراء بناء على مجموعة من العوامل:

(1) وجود رد فعل فوري يجعل المشاركين في عملية الاتصال يتوصلون إلى الفهم المشترك".¹

(2) "استخدام مجموعة من الرموز لتوصيل المعاني والمشاعر.

(3) استخدام اللغة الطبيعية لتوصيل المعاني.

كما تفرق هذه النظرية بين وسائل الاتصال من حيث درجة ثرائها على أساس قدرتها على تحقيق أكبر قدر من التفاعل بين الوسيلة والجمهور.

"ووفقا لهذه المحددات فإن الانترنت كوسيط حامل للصحافة الالكترونية تنطوي على كثير

من عوامل الثراء من حيث إمكانية فورية رجع الصدى وسهولته، ومن حيث تعدد الأشكال

الإعلامية التي يمكن من خلالها توصيل الرسالة الاتصالية من المصدر إلى المستقبل

بالإضافة إلى ذلك فإن الفضاء السبيري غير المحدود بقضي على إشكالية المساحة، ويقدم

خلفيات توضيحية، وموضوعات ذات صلة تشرح وتفسر وتوضح أبعاد الفكرة الإعلامية التي

تؤديها الرسالة الاتصالية".²

¹ رضا عبد الواحد أمين، المرجع السابق، ص 115.

² المرجع نفسه، ص 116.

وعلى إثر هذا فنظرية ثراء الوسيلة تكمن في قدرة الفرد على استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وتأثير هذا الاستخدام على تبني هوية افتراضية تمكنه من التواصل مع غيره من المستخدمين.

3- نظرية التفاعلية الرمزية:

تعتبر التفاعلية الرمزية من أحد أهم المدارس الاجتماعية والتي نشأت التفاعلات الرمزية في الولايات المتحدة الأمريكية، واهتمت بالدرجة الأولى بالغة والفرد والفاعل. حيث تنطلق التفاعلية الرمزية من رؤيتها للمجتمع على أنه "عملية ولا تنظر إليه على أنه مجرد نسق أو تنظيم أو بناء ثابت، وتدخل كل فرد في المجتمع في علاقة ترابط وتداخل وثيقة، بحيث تبدأ الحياة الاجتماعية وتتكل من خلال التفاعل الاجتماعي. وتؤثر التنظيمات والقواعد والقيم الاجتماعية في الأفراد وفي نفس الوقت تتأثر بهم، على اعتبار أن أفراد المجتمع هم الذين شكلوها وقاموا برعايتها والحفاظ عليها، إذن فهي تسعى إلى دراسة الفرد وسلوكه في المجتمع داخل الجماعة التي تحتضنه من الأخذ بعين الاعتبار عملية التفاعل والتبادل الذي يحصل بين الفرد وذاته وبين بيئته أو بين الجماعة والمجتمع الذي يعيش فيه".¹

كما تعتبر التفاعلية الرمزية "التفاعل الاجتماعي هو وحدة التحليل الأساسية لعلم الاجتماع، وتركز على الذات كموضوع للدراسة، لذلك يبقى الباحث موجها نحو دراسة الجوانب الداخلية للسلوك الإنساني والتي تتمظهر في شكل بارز خلال التفاعل والاتصال الرمزي بين الأفراد. فهي تعتبر المجتمع على أنه يمثل نشاطا متوصلا لتفاعلات اجتماعية متباينة، فهي تركز على العلاقات بين الأشخاص عوض التركيز على المجتمع ككل. كما

¹ رايح كعباش، الاتجاهات الأساسية في علم الاجتماع ، ب ط، مخبر بحث علم اجتماع الاتصال للبحث والترجمة، جامعة قسنطينة، الجزائر، ص 186.

يعطي هذا الاتجاه أهمية كبيرة للغة ووظيفتها داخل المجتمع، لأنها هي التي تتيح الفرصة للأفراد لفهم وإدراك الأبنية الاجتماعية".¹

"ينفق علماء الاجتماع وعلماء النفس الاجتماعي على أن الاتصال لم يكن ممكنا بين البشر دون الاتفاق على معان موحدة لرموز الموجودة في البيئة، ويترتب على هذا الاتفاق التشابه في الاستجابات بين الناس، فيزداد التفاعل بينهم بازدياد خبراتهم الاتصالية المرتبطة بإدراك هذه الرموز ومعانيها، ويعتبر إدراك الرمز وتحديد المعنى هو العملية العقلية التي بنظر الأفراد من خلالها إلى الأشياء والأشخاص في المواقف الاتصالية المختلفة، وفي هذا الإطار يتم الربط بين العمليات العقلية وعمليات الاتصال الإنساني، ولذلك تهتم التفاعلية الرمزية بطبيعة اللغة والرموز في شرح عملية الاتصال في إطارها الاجتماعي، حيث تتحدد الاستجابات من خلال نظام الرموز والمعاني الذي يبينه الفرد للأشياء والأشخاص والموقف، وبالتالي كلما اتضح إطار المعاني المشتركة، كلما تشابهت الاستجابات في عمليات التفاعل الاجتماعي المختلفة ويعمل ذلك أيضا على زيادة قدرة الفرد على توقع استجابات الآخرين نحو الأشياء أو الأشخاص أو المواقف المختلفة في إطار الثقافة الواحدة نتيجة لإدراك الفرد للمعاني المشتركة في إطار هذه الثقافة"²

"فالرمز الدال هو المعنى المشترك، وهو يتطور في سياق عملية التفاعل، التي تتلخص هي ذاتها في سعي البشر لتحقيق نتائج عملية في التعاون فيما بينهم. ويصف ميد شيئا سببها بالعلاقة الحميمة التي تنشأ بين شخصين، حيث تتطور في سياق تفاعلها اليومي لغة خاصة بهما تقريبا، وهذا عنده ما يجري في الواقع بصورة عامة. فالتفاعل الاجتماعي يولد المعاني والمعاني تشكل عالمنا، وهذا يعني أننا نخلق عالمنا بما نخلع عليه من معان، فقطعة الخشب هي قطعة خشب، غير أنها في حياتنا اليومية تصبح منضدة، تعني الدور

¹ المرجع نفسه، ص 186.

² محمد عبد الحميد، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، ط3، عالم الكتب، 2004، ص 315.

الذي تلعبه قطعة الخشب تلك في عملية تفاعلنا، أي ذلك الشيء الذي نأكل عليه، أو تلك التي نعمل عليها أو التي نحمي بها أنفسنا ضد هجمات الشرطة، وهكذا، وكما أن تلك المعاني تتغير وتتطور فإن العالم يتغير أيضا ويتطور"¹. ونجد في هذا السياق هيربرت ميد "يؤكد على ضرورة تفاعل الكيانات البشرية بلغة الرموز، والتي من أهمها اللغة التي هي من صنع الإنسان الذي يقوم بهذا التفاعل ويعطيه معنى، وبذلك تتوفر لديه قابلية الاستمرار والتواصل في الحياة الاجتماعية عبر المعاني والرموز المشتركة والمتبادلة بين أعضاء مجتمعه"².

وقد "ساهم جورج هيربرت ميد مساهمة كبيرة في إرساء دعائم الاتجاه التفاعلي الرمزي الذي يعد من مؤسسي هذه النظرية، وقد تأثر هذا الاتجاه بالفلسفة النفعية ولذلك جاء اهتمامه مركزا على تحليل الوحدات الاجتماعية الصغرى، يدرس الأفراد في المجتمع ومفهومهم عن المواقف والمعاني والأدوار وأنماط التفاعل، حيث يضع الأفراد أنفسهم مكان الآخرين من أجل التعرف على أفكارهم وأهدافهم، وقد تبنى هذا المنظور الشخصية أو الذات كوحدة أساسية للتحليل في الدراسات السوسولوجية. كما يهتم بدراسة التفاعل بين الأفراد والجماعات في المجتمع ويؤكد على العمليات الاجتماعية بتركيزه على الفعل أكثر من تركيزه على الأبنية الاجتماعية والنظم الاجتماعية"³. "الفرد هو الذي يقوم بصياغة وتشكيل العالم الذي يعيش فيه عن طريق عملية التفاعل الاجتماعي بواسطة الرموز، لأن بؤرة اهتمام التفاعلية الرمزية يتمحور حول مفهوميين جوهريين يتمثلان في الرموز والمعاني، وبذلك تعتمد التفاعلية

¹ إيان كريب، النظرية الاجتماعية: من بارسونز إلى هابرماس، ترجمة محمد حسين غلوم، مراجعة محمد عضفور، ب ط، عالم المعرفة، الكويت، 1999، ص 120.

² رايح كعباش، المرجع السابق، ص. ص 189، 190.

³ المرجع نفسه، ص 187.

الرمزية على وجهة نظر الفاعل وتفسيراته للحقيقة الاجتماعية، فالأفراد يأتون سلوكياتهم وفقا لتفسيرهم لمعاني عالمهم الاجتماعي"¹.

ويعتقد قوفمان أن "الفاعل في المجتمع يعاين وينقل ويجذب باستمرار، ويصف وضعية وجود الفرد وسط أفراد آخرين في المجتمع بالقول عندما يوضع الفرد في حضور أشخاص آخرين، فإن هؤلاء الأفراد يبحثون عن الحصول على معلومات تخصه، أو يقومون بتبليغه بالمعلومات التي تكون بحوزتهم، فهؤلاء يقلقون من نظامه الاجتماعي والاقتصادي، قلقون من الفكرة التي يصنعها عن نفسه من كفاءته، من نزاهته وقضايا أخرى كثيرة، وهذه المعلومات لا يبحث عنها لذاتها، ولكن لأسباب عملية فهذه المعلومات تساهم في تحديد الوضعية، من خلال تمكين الآخرين من توقع ما ينتظره منه شريكه منهم، وبالتالي ما يمكن أن ينتظرهم"².

ووفقا لهذا صاغ بلومر فرضياته في إطار التفاعلية الرمزية على النحو التالي:

- 1 إن البشر يتصرفون حيال الأشياء على أساس ما تعنيه تلك الأشياء لهم.
- 2 هذه المعاني هي نتاج للتفاعل الاجتماعي في المجتمع الإنساني.
- 3 وهذه المعاني تُحور وتُعدل ويتم تداولها عبر عملية تأويل يستخدمها كل فرد في تعامله مع الإشارات التي يواجهها.³

وحسب "جورج ميد G.Mead عالم النفس الاجتماعي فإن الذات الفردية والجماعية تتشكل من خلال طبيعة الحياة الاجتماعية والمجتمعية التي نعيش فيها واعتبارها (الذات) شيئا محيرا وأداة الاتصال الفردي والجماعي مع الآخرين، ولكن داخل كل ذات فردية يوجد نشاط، إبداع وفرص تعبير عن ذلك كله عن طريق أنماط وأساليب اتصال، كما سعى

¹ المرجع نفسه، ص 187.

² بوجمعة رضوان، الاتصال التقليدي في الجزائر، ط1، دار الطباعة والنشر والتوزيع الفائز، قسنطينة، 2010، ص 59.

³ إيان كريب، النظرية الاجتماعية: من بارسونز إلى هابرماس، امرجع سبق ذكره، ص 119.

"بلومر" وغيره من أنصار التفاعلية الرمزية، بأن يوضحوا العلاقة بين الفرد والنسق أو النظام الاجتماعي الذي يوجد فيه الفرد، وذلك عن طريق تحليل أنماط الاتصال البشري وتشكيل أفعال وسلوكيات وردود أفعال الأفراد أنفسهم،¹ كما تتضح أهمية مقارنة التفاعل الرمزي من خلال تحليلات أصحاب هذه النظرية المعاصرين الذين طرحوها لدراسة الأنماط الجديدة لوسائل الاتصال الإعلامي والجماهيري من أمثال: **كيناس Kniesucs** و **هال Hall** و **ودينكان Duncan** الذي حاول أن يطور نظرية التفاعلية الرمزية من خلال تحليله لعملية الاتصال ودورها في النظام الاجتماعي وخاصة عندما حدد دور الاتصال في المجتمع من خلال تركيزه على إقناع الآخرين بقبولهم أو تأييدهم لنظم أو سياسات أو قيم أو اتجاهات وآراء وأفكار معينة".²

وعلى الرغم من إسهامات **Blumer** في توضيح عملية بناء الفرد لذاته من خلال عملية التفاعل والتواصل مع الآخرين، إلا أن إسهامات **Goffman** و **Stryker** في هذا المجال تبقى من الإسهامات المميزة في نظرية التفاعلية الرمزية، فنجد **قوفمان** يولي عناية خاصة لتوضيح الأساليب التي يسلكها الفرد في أدائه دوره أثناء تفاعله، إذ يتعلم الفرد كيف يقدم نفسه للآخرين في هذه المواقف بالطريقة نفسها التي يتعلمها الممثل من خلال إتباعه النصوص المكتوبة، وقد طور **Stryker** بصفته أحد أبرز مفكري التفاعلية الرمزية الجدد مفهوم **قوفمان** للذات القائم على المرونة والديناميكية وعلى تعدد الجوانب التي تتألف منها، مضيفا بعدا جديدا هو البعد التراتبي البارز للذات، فالذات تتألف من عدة جوانب مرتبة حسب أهميتها للفرد، وبروز جانب من ذاته أكثر من غيره إنما يتوقف على متطلبات الموقف ومقتضياته، إذ لا توجد ذات ثابتة على وجه واحد للفرد تصلح لجميع المواقف الاتصالية التفاعلية، بل هناك وجوه متعددة للذات محكومة بطبيعة المواقف الاجتماعية

¹ حسين خريف، المدخل إلى الاتصال والتكيف الاجتماعي، ط1، مخبر علم اجتماع الاتصال، جامعة منتوري، قسنطينة، الجزائر، 2005، ص.ص، 33، 32.

² حسين خريف، المرجع السابق، ص 34.

المختلفة التي يجد الفرد نفسه فيها (الذات الأخلاقية، الذات الوقورة، الحزينة، المتدينة، المتمرده...) هذا الترتيب للذات يعطي الفرد في الواقع حرية اختيار كبيرة وواسعة في تقديم نفسه للآخرين بطرق مختلفة.¹

وهكذا تقدم لنا التفاعلية الرمزية إطارا نظريا عاما، وانطلاقا من التحليل الذي قمنا به يمكننا إسقاط هذه النظرية على الدراسة الحالية، كونها تفسر طبيعة التفاعل الاجتماعي للفرد مع غيره عن طريق استخدام مواقع التواصل الاجتماعي والدور الذي يؤديه من خلال اندماجه في المجتمع الافتراضي، ومن هنا تساعدنا الركائز الأساسية لهذه النظرية على معرفة المعاني والرموز التي تنتجها المواقع الاجتماعية بالنسبة للفرد ثم المجتمع، وكيف يصبح الفرد ذات أو فاعل، أي هو الذي يصدر الرموز والقيم التي تنتجها مواقع التواصل الاجتماعي.

4 نظرية انتشار المستحدثات:

ظهرت هذه النظرية متأثرة بنظرية تدفق المعلومات على مرحلتين الذي قدمها "لازرسفيلد" وزملائه، وقد انبثقت من نموذج التأثير الاجتماعي الذي أكد على دور البيئة الاجتماعية في التأثير على سريان المعلومة وقبولها، فهذه النظرية تستهدف بالدرجة الأولى متلقي الاتصال.

إذ "يعد مدخل نشر وتبني الأفكار المستحدثة من أهم المداخل النظرية التي تساعد في فهم طبيعة استخدام الجمهور للصحافة وكافة وسائل الإعلام بشكل عام، ونمطا جديدا من أنماط التعامل الإنساني عبر وسائل الاتصال، وتعد الصحافة الالكترونية نمطا اتصاليا مستحدثا تلعب النخبة دور كبير في تبنيه وانتشاره".² ويعرف "روجرز **Rogers**" الانتشار

¹ نوال بركات، انعكاسات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على نمط العلاقات الاجتماعية، مرجع سبق ذكره، ص 45.

² رضا عبد الواحد أمين، مرجع سبق ذكره، ص 105.

أنه عبارة عن انتقال الأفكار والتكنولوجيا والممارسات الجديدة من مصادر ابتكارها إلى الناس وهو مرتبط بالتجديدات والمبتكرات"¹

ويطلق "مفهوم الأفكار المستحدثة على فكرة معينة أو موضوع ما يدرك من قبل الفرد على أنه جديد"² ويرى " روجرز" "بأن نشر وتطور الأفكار المستحدثة يمثل أساسا التغيير الاجتماعي مهما كانت ردود فعل الفرد اتجاه هذه المستحدثات، ويعتمد نشر الأفكار وتبنيها على الاتصال المباشر وغير المباشر انطلاقا من التغيير الاجتماعي الذي يعد أحد أهم نتائج العملية الاتصالية"³

وتسعى هذه النظرية إلى "اختبار فرضية أن التعرض الانتقائي للأفراد يجعلهم يختارون المعلومات التي تؤيد اتجاهاتهم الراهنة، وقد تم إجراء عدة دراسات أخرى على النظرية، حتى توصل كل من "لويس دونهو وتبتون" **Donohew & Tipton** إلى وجود عوامل أخرى يمكنها التأثير في اختيار الرسالة، ذلك أنه ربما تظهر معايير أكثر أهمية من مجرد رغبة المتلقي في تحصيل معلومات تديمية مساندة لاتجاهاته، كتوظيف المعلومات لإشباع مصلحة حقيقية أو فائدتها في موضوع ما، والتماسها للترفيه، والحاجة للتوزيع أو حتى لأسباب تتعلق بخصائص شخصية"⁴

"فالتغيير الاجتماعي عملية منظمة تتم بواسطتها تغيير بنية ووظائف النظام الاجتماعي، وتتم عملية التغيير الاجتماعي بثلاثة مراحل:

- مرحلة خلق أو إنتاج شيء ما يمكن اعتباره جديدا أو مختلفا.
- مرحلة نشر أو إيصال هذا الشيء الجديد (المستحدث) لأفراد النظام الاجتماعي.
- مرحلة النتائج الفردية أو الجماعية التي تظهر إما من قبول المستحدث أو رفضه.

¹ حسن عماد مكاي، نظريات الاتصال المعاصرة، ط1، دار المصرية اللبنانية، القاهرة، 1998، ص 112.

² رضا عبد الواجد أمين، المرجع نفسه، ص 105.

³ حسن عماد مكاي، المرجع نفسه، ص 113.

⁴ منال هلال المزاهرة، نظريات الاتصال، ط1، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، 2012، ص 408.

والمرحلة الأخيرة هي التي تحدد حدوث التغيير الاجتماعي أم لا، وبغض النظر عن الموقف من الشيء المستحدث، فإنه يمكن تصنيف النتائج التي تظهر في الفئات التالية:

1- نتائج وظيفية أو غير وظيفية، وهذا الأمر يعتمد على كون المستحدث المراد نشره في النظام الاجتماعي قد لاقى قبولا أم لا.

2- نتائج مباشرة وغير مباشرة، وهذا يعتمد على كون التغيير الاجتماعي حدث نتيجة الاستجابة الفورية للمستحدث، أو نتيجة لآثار التي نجمت عن المستحدث".¹

3- نتائج ظاهرة ونتائج كامنة، وتعتمد على كون المستحدث مدركا ومقصودا من قبل أفراد النظام الاجتماعي أم لا".²

ويرى أصحاب هذه النظرية "بأن وسائل الإعلام والاتصال أكثر فاعلية في خلق معرفة حول المبتكرات، بينما تكون قنوات الاتصال الشخصي أكثر فاعلية في تشكيل المواقف حول فكرة جديدة، وهذا يتضح تماما في حصول الناس على معلومات عن الأفكار الجديدة وقدرتهم على التعرف عليها، لكن ذلك لا يعني تقبلهم لتلك الآراء ويكون للاتصال الشخصي الدور الأساسي في تشكيل مواقف هؤلاء عن الأفكار الجديدة"³

"وتتحدد عملية نشر الأفكار المستحدثة بأنها عملية تداول الاتصال بشأن فكرة ما من خلال قنوات معينة، ومن خلال فترة من الوقت بين أفراد ينتمون لنظام اجتماعي".

"بينما تتحدد عملية تبني المستحدثات بوجه عام بأنها العملية العقلية التي يمر من خلالها الفرد منذ علمه بالابتكار وحتى تبنيه له، وتتم هذه العملية بخمس مراحل رئيسية، هي:

- مرحلة الوعي بالفكرة.

- مرحلة الاهتمام.

- مرحلة التقييم.

¹ رضا عبد الواحد أمين، المرجع السابق، ص 106.

² المرجع نفسه، ص 107.

³ مي العبد الله، نظريات الاتصال، دط، دار النهضة العربية، لبنان، 2010، ص 273.

- مرحلة التجريب.

- مرحلة التبني.

وتوجد عدة محددات تؤثر في تبني المستحدثات بوجه عام، منها ما يتعلق بالمستحدث نفسه، ومنها ما يتعلق بالفرد¹:

أولاً: عوامل ترتبط بالشئ المستحدث:

الفائدة النسبية:

"يعرف روجرز الفكرة الحديثة أو الأسلوب المستحدث بأنها درجة تفوقها على غيرها من الأفكار أو الأساليب السابقة."²

الملائمة:

"وهي درجة إدراك الفرد للمستحدث بأنه ينسجم مع قيمه وخبراته السابقة، وكذلك مع حاجاته الحالية من هذا المستحدث، والمستحدث الذي لا يتوافق مع الأمور السابقة لا ينتشر بسهولة، وفي هذه الحالة يتعين تغيير نظام القيم السائد في المجتمع، وهو أمر يتطلب الكثير من الجهد."³

التعقيد:

"فكلما كانت الأفكار أو الممارسات المستحدثة سهلة نسبياً في الفهم أو الاستخدام من قبل الفرد، كلما كانت عملية انتشارها وكذلك تبنيها أسرع وأفضل، غير أن فكرة التعقيد قد تختلف من شخص لآخر، ومن مرحلة عمرية لأخرى، فاستخدام الكمبيوتر وتصفح مواقع شبكات الويب مثلاً يتطلب بعض المهارات قد تبدو غير معقدة لجيل الشباب، وقد تبدو معقدة لأجيال غير متمرسية على استخدام التكنولوجيا الحديثة."⁴

¹ رضا عبد الواحد أمين، مرجع سبق ذكره، ص 107.

² حسن عماد مكاي، عاطف عدلي العبد، نظريات الإعلام، مركز بحوث الرأي العام، القاهرة، 2007، ص 279.

³ رضا عبد الواحد أمين، المرجع السابق، ص 108.

⁴ المرجع نفسه، ص 108.

القابلية للتقسيم والتجزئة:

"بعض الأفكار والأساليب المستحدثة يمكن تقسيمها وتجربتها مجزأة، وكلما نجح الفرد في تجربة جزء ينتقل بسهولة إلى أجزاء تالية، وبعض الأفكار والأساليب الأخرى تكون غير قابلة للتجزئة، وقد استخلص روجرز أن الأفكار والأساليب المستحدثة التي يمكن تجربتها مجزأة تكون أسرع في التبني للأفراد والمجتمعات من الأفكار والأساليب التي لا يمكن تجزئتها".¹

التكلفة:

"وهي أحد الأبعاد الداخلة في تكوين الميزة النسبية، إذ أن أي خدمة أو منتج جديد يتطلب تكلفة مادية أكبر تصبح عملية تبنيه تبدو أبطأ لو كان المستحدث المراد تبنيه يتطلب إنفاقاً أقل، ومن هنا كان لانخفاض أسعار أجهزة الكمبيوتر، وانخفاض تكلفة الدخول على شبكة الويب أثر كبير في ظهور الصحف الإلكترونية وتطورها".²

قابلية التداول:

"يقصد بها سهولة نشر وتداول الفكرة أو الأساليب المستحدثة بين الأفراد، وقد لوحظ أنه كلما كانت النتائج المترتبة على تبني الفكرة واضحة جلية للعيان، كلما كان قبول الآخرين وتبنيهم لها سهلاً ميسوراً".³

الفعل الجماعي:

"تتطلب أغلب المستحدثات اتخاذ قرار التبني شكل فردي، غير أن بعض المستحدثات تتطلب اتخاذ قرار على المستوى الجماعي. ويشير الباحثون إلى أنه ينبغي التركيز على بعض الخصائص تبعا للمرحلة التي تمر بها عملية التبني:

- ففي مرحلة الإدراك والمعرفة يجب التركيز على خاصيتي البساطة والملائمة.
- وفي مرحلة الإقناع يجب التركيز على خاصيتي الفائدة النسبية و وضوح الآثار والنتائج.

¹ حسن عماد مكاي، عاطف عدلي العبد، نظريات الإعلام، مركز بحوث الرأي العام، القاهرة، 2007، ص 279.

² رضا عبد الواحد أمين، سبق ذكره، ص، ص 109.

³ حسن عماد مكاي، عاطف عدلي العبد، المرجع نفسه، ص 380.

- أما في مرحلة اتخاذ القرار فيجب التركيز على إمكانية خاصية التجريب".¹

ثانياً: عوامل خاصة بالفرد:

- مدى ثقة الفرد في قدرته على استخدام المستحدث والاستفادة منه.
- من العوامل المؤثرة على تبني المستحدثات ما يتعلق برؤية الفرد لقدراته وثقته بها، وإيمانه بقدرته على تبني المستحدث واستخدامه، لأن الفرد قبل أن يجرب استخدام مستحدث فإنه عادة ما يسأل نفسه عن مدى قدرته على استخدام هو الاستفادة منه.
- الدوافع الوقتية:

"تعد الدوافع الوقتية من أقوى العوامل النفسية نحو تبني المستحدثات، ذلك أن بعض الأفراد يحبون أن يكونوا الأوائل عادة في استخدام المستحدثات، سواء كانت أفكار جديدة، أو آليات جديدة، أو حتى لو كانت صيحة جديدة في عالم الأزياء، وعندما تبدأ الأغلبية في تبني ذلك المستحدث فإن قيمته الرمزية كمستحدث بالنسبة لفئة المتبنين الأوائل تتخفض ويبدوون في البحث عن مستحدث جديد وهكذا".

- قيم ومعتقدات الفرد وتصورات الخاصة:

"حيث تحدد القيم والمعتقدات أنماط السلوك الموجودة عند أفراد المجتمع، وهي كذلك مقاييس وإرشادات لأفراد المجتمع لإتباع² السلوك المسموح به، وقد أثبتت البحوث والتجارب التي أجريت على عملية انتشار المستحدثات تتأثر بشكل كبير بهذه المعايير، وقد وجد أن بعض المعايير قد تقف حائلاً دون انتشار بعض الأفكار الجديدة، وقد يساعد البعض منها على تسريع هذه العملية، ويمكن تصور أن هذه القيم والمعايير تتدرج في مقياس نموذجي بين التقليد والحداثة، والمعايير الحديثة وفقاً لذلك يمكن أن تتضمن التقدم نحو التجديد والتطور والتغيير، ولهذا يمكن الاستنتاج أن المجتمع الحديث الذي تسوده هذه المعايير يمكن أن يتصف باتجاهه الإيجابي نحو التغيير، ووجود التطور التكنولوجي مع انتشار

¹ رضا عبد الواحد أمين، المرجع السابق، ص، ص 109، 110.

² المرجع نفسه، ص 111.

التخصصات الدقيقة، وانتشار العلاقات المنطقية، والانفتاح على الخارج، والتساهل في دخول الأفكار الجديدة، والقدرة على تصور أنفسهم في أماكن غيرهم، وهو ما يعرف بالقدرة على التقمص الوجداني"¹.

"وتتوافر لدى بعض الأفراد قدرة التأثير على اتجاهات وسلوكيات الآخرين يسمون قادة الرأي، النخبة، الصفوة، وهم يمثلون نمطا من أنماط القيادة غير الرسمية في المجتمع، ويكتسبون مصداقية الرأي والسلوك الذين يؤثران بهما على الأفراد من خلال عدد من المميزات"²:

- 1) القدرة على التواصل مع وسائل الإعلام المختلفة ومصادر المعلومات.
 - 2) الانفتاح على العالم الخارجي، والتعامل معه ومع الأنماط الأخرى من العلاقات الاجتماعية.
 - 3) التمتع بمراكز اجتماعية عالية، ومستوى تعليمي مرتفع غالبا، غير أنه يمكن التغاضي عن هذه الميزة في بعض الأحيان.
 - 4) القدرة على التواصل مع دعاة التغيير الرسميين أكثر من زملائهم.
 - 5) التمتع بروح تجديدية تقبل كل ما هو جديد، وعلى ابتكار الأفكار الجديدة.³
- هذه النظرية التي قدمها "روجرز وشوميكور" حيث قدمت هذه النظرية عدد من المراحل التي يمر بها المبتكر قبل انتشاره في أي نظام اجتماعي بترتيب محدد، كما قدمت أيضا عدد من الخصائص التي قد يكون لها الأثر الإيجابي والسلبي في تبني المبتكرات في الأنظمة الاجتماعية".

¹ رضا عبد الواحد أمين، المرجع السابق، ص 111.

² المرجع نفسه، ص 112.

³ المرجع نفسه، ص 113.

مرحلة تبني الأفكار:

"تتميز هذه المرحلة بالثبات النسبي، فالفرد قد انتهى إلى قرار بتبني الفكرة المستحدثة بعد إن اقتنع بجدواها وفوائدها"¹.

أ. **مرحلة الوعي بالفكرة:** "وتتمثل هذه المرحلة في إحساس الفرد بوجود الفكرة أي شيء جديد من حوله لأول مرة، والتي تنتج من خبر جديد أو معلومة تخص حصول تغيير في إحدى المجالات الاجتماعية أو حدوث إشارات تنبأ بوجود اختراع أو اكتشاف جديد".

ب. **مرحلة الاهتمام:** "في هذه المرحلة يتولد لدى الفرد رغبة في التعرف على وقائع الابتكار والسعي إلى المزيد من المعلومات عنه، حيث يبدي نوع من الاهتمام اتجاه المستحدثات أو الأشياء الجديدة كالتفكير في الوصول إليها أو امتلاكها أو التعامل معها"².

ج. **مرحلة التقييم:** "في هذه المرحلة يزيد الفرد ما تجمع لديه من معرفة حول الابتكار وهنا يحاول تقييم هذه المستحدثات بناء على أفكار مسبقة يستنتجها من مواقف الآخرين أو أفكار شخصية ناتجة عن اهتمامه بها".

د. **مرحلة التجريب:** "يسعى الفرد إلى تجريب المستحدثات أو اكتشافها، وتسمى كذلك بمرحلة الاحتكاك، أين يستحضر المستخدم أفكاره ومواقفه السابقة التي مرت بالوعي بالفكرة الجديدة والاهتمام والتقييم، ويحاول مقارنتها بموقفه الذي ينتج أثناء تجريبه للمستحدث من أجل الوصول إلى موقف محدد حتى يتسم بالقبول أو الرفض"³.

هـ. **مرحلة التبني:** "يتحدد من خلال هذه المرحلة حدوث التغيير النفسي والسيكولوجي بغض النظر عن الموقف من الشيء المستحدث، ويشمل مفهوم التبني أفكار إيجابية أو سلبية ومواقف جديدة تتعلق بالتوقعات اتجاه المستحدث"⁴.

¹ حسن عماد مكاي، عاطف عدلي العبد، مرجع سبق ذكره، ص 381.

² محمد عبد الحميد، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، دط، عالم الكتب، 1997، ص 60.

³ المرجع نفسه، ص 61.

⁴ المرجع نفسه، ص 61.

فئات المتبنين:

وقد قسمت النظرية المتبنين للمبتكرات إلى فئات عدة حسب الفترة الزمنية التي يحتاجونها لتبني أي مبتكر.

1. المبتكرون: " وهم من المغامرين الذي يمتلكون مصادر مالية ويقبلون على كل ما هو جديد".

2. المتبنون الأوائل: " وهم من يجدون مميزات إستراتيجية نسبية في تبني كل ما هو جديد ومبتكر، وهم غالبا ما يكونون من قادة الرأي في مجتمعاتهم".

3. الأغلبية المتقدمة أو المبكرة: " وهم من المستخدمين التابعين للمستخدمين الأوائل، المتبنون الأوائل، وهم يمتازون بالحدز في تعاملهم مع كل ما هو جديد أو مبتكر".

4. الأغلبية المتأخرة: " وهم ممن يتبنون الجديد أو المبتكر عندما لا يجدون من تبنيه أية خسائر".

5. المتفاعلون أو المتخلفون: " وهم غالبا ما يكونون من المهمشين اجتماعيا، وليس لديهم أي رأي قيادي أو أي ميل للقيادة أو عملية اتخاذ القرار".¹

وعلى إثر هذا فنظرية انتشار المبتكرات تسمح للمتلقي بالتعرف على المبتكر الجديد الذي يتمثل في مواقع التواصل الاجتماعي والتي تسهل الانفتاح على المحيط الخارجي، فهي وسيلة اتصالية تساعد على نشر الأفكار المستحدثة وتبني أفكار جديدة من خلال خلق هوية جديدة افتراضية تساعده على التواصل مع أفراد مجتمعه وحتى مع العالم الخارجي وبالتالي تبني أنماط جديدة وانعكاس ذلك على سلوك الفرد. وفي مجال هذه الدراسة هناك عدة متغيرات تؤدي إلى تبني أفكار ومستحدثات تجعل المستخدم يتأثر بها بطريقة مباشرة وأخرى غير مباشرة.

¹ منال هلال المزاهرة، مرجع سبق ذكره، ص.ص 310،311.

5. النظرية وثنائية الأثر في شبكات التواصل الاجتماعي:

إن تأثيرات الشبكات الاجتماعية تتجلى في شتى مجالات الحياة الاجتماعية، فهي تظهر من خلال تغيير سلوكيات واتجاهات الأفراد في المجتمع، إيجابيا وسلبيا، تؤثر في كلتا الحالتين على حياة الفرد والأسرة والمجتمع عموما.

التأثيرات السلبية:

هناك دراسات وبحوث أقامها العديد من الباحثين الاجتماعيين والأطباء في مجال علم النفس والطب أيضا، استنتجوا من خلالها أن هناك العديد من التأثيرات السلبية. لقد أكد ماكس هوركيمر Max Horkheimer و تيودور أدورنو Theodor Adorno أكدا أن عصر التكنولوجيا هو عصر الهيمنة وتصنيع الثقافة وإخضاعها لقانون المنفعة التي يترتب عنه مايلي:

1. تهديد القيم الاجتماعية والهوية الوطنية:

"يجزم الجميع بأن التكنولوجيا الحديثة قد ساهمت في القضاء على أواصر الأخوة والعلاقات الأسرية، بعد أن صارت أغلبية الأفراد يفضلون الجلوس أمام شاشة الحاسوب وأن يبحروا في العالم الافتراضي لاسيما الفايسبوك عوضا عن الجلسات العائلية والمسامرات الليلية بين أفراد الأسرة الواحدة. فنحن نظن أن مواقع التواصل الاجتماعي قد وجدت لتحد من المسافات، والحال أنها تهدد العلاقات الاجتماعية وتحد من المقابلات، بعد أن أصبح من السهل الاتصال بالشخص المطلوب عبر الفايسبوك أو السكايب، عوضا عن اللقاء به وجها لوجه، بسبب تعدد التزاماتنا خلال حياتنا اليومية".¹

"فبعد أن كانت العائلة هي النواة الأولى للمجتمع تليها المدرسة، تحولت مواقع التواصل الاجتماعي إلى منافس رسمي لهذين الطرفين".²

¹ اتحاد إذاعات الدول العربية، عصر الميديا الجديدة، سلسلة بحوث ودراسات إذاعية، 2016، ص 74، ص 75.

² المرجع نفسه، ص 75.

2. الترويج للإشاعات:

من جهة أخرى تساهم مواقع التواصل الاجتماعي في انتشار الشائعات والمعلومات المغلوطة بطريقة سريعة، مقارنة بوسائل الاتصال التقليدية، وهو ما يساهم أحيانا في خلق بلبلة أو تهديد الأمن العام للبلاد.

"لهذا يجب الاهتمام بتوعية مستعملي مواقع التواصل الاجتماعي، لاسيما وأنه يتم تضخيم الخبر كلما انتقل من موقع إلى آخر ومن حائط إلى آخر، باعتبار أن المواقع تتيح للفرد إمكانية التماور حول الموضوع. ذلك أن القليل من الأشخاص هم الذين يسعون إلى التثبت من المعلومة قبل نشرها، فيما يلجأ البقية إلى تبادل المعلومة دون التثبت من صحة الخبر. بل إن البعض أصبح يثق بمواقع التواصل الاجتماعي ويتجاهل المعلومات التي تنشرها وسائل الإعلام التقليدية".¹

3. التأثيرات الإيجابية:

"من أهم التأثيرات الإيجابية لشبكات التواصل الاجتماعي أنها تركز القيم، لأن وسائل الاتصال، كما أثبتته الدراسات الميدانية، لا تغير آراء الناس ومواقفهم بقدر ما تدعمها، لأن العلاقات الاجتماعية هي أساس تكوين هذه الآراء والمواقف، والإعلام يبني على ذلك ويكرس ما أنتجته تلك العلاقات الاجتماعية ويعززها".

"إلى جانب قيام شبكات التواصل الاجتماعي بدور التنشئة الاجتماعية، بما أنها سبيل إلى اكتساب قيم المجتمع وثقافته، وعلى هذا النحو تعتبر مختلف وسائل الاتصال الالكترونية مؤسسات اجتماعية تقدم مواد ثقافية مختلفة، فتكون بذلك بمثابة الناقل الذي يساهم في إحداث الألفة مع المحيط".

وتعمل مختلف الشبكات الاجتماعية الالكترونية على تحقيق الانسجام وتعزيز الترابط الاجتماعي، فهي تجعل من الفرد يحس بالانتماء إلى المجتمع الذي تربطه صفات

¹ اتحاد إذاعات الدول العربية، المرجع السابق، ص 77.

مشتركة، كالقيم والثقافة واللغة والتاريخ والرقعة الجغرافية، لا سيما في المجتمعات التي تتباين من حيث اللغة والمعتقد، فيبرز دور هذه الوسائل الاتصالية في مجال الترابط الاجتماعي ودعمه. إلى جانب هذه المواقع في توسيع المحيط، فقد ساهمت في تحقيق الترابط بين أفراد المجتمع داخليا والاهتمام بما يجري من أحداث خارجية، وبذلك تعمل هذه المواقع على توسيع المحيط الاجتماعي في المجتمعات ولو افتراضيا، حيث إنه محيط ضيق في الواقع.

"كما أن مختلف شبكات التواصل الاجتماعي تمكن الفرد من الانتقال إلى العالم الرمزي الخيالي، مما يجعله يبتعد عن ضغوطات الواقع، فيجد التعويض في هذه المنظومة الرمزية الخيالية ويتمكن من الهروب عبر هذه المواقع من مختلف الضغوطات ليجد بعض الراحة ولو ظرفيا".¹

وعلى العموم تؤدي مختلف هذه المواقع الالكترونية إلى التواصل الاجتماعي وتكريس العلاقات الاجتماعية بين أفراد المجتمع خاصة المتباعدين منهم مكانيا، "فقد كرست هذه المواقع الرؤية الأوضح، وهو مصطلح يشير إلى مضاعفة علاقات الفرد بغيره، وكذلك إتاحة التحدث بكل حرية والتعبير عن مختلف الآراء بصراحة، والخوض في مواضيع يتعذر الحديث عنها عبر الاتصال الشخصي، حيث إن إخفاء الهوية ييسر ذلك. وتساعد هذه المواقع الأفراد الذين يعانون من الخجل والانطواء، على تجاوز حدود حياتهم الاجتماعية الضيقة وتوطيد علاقاتهم مع أفراد المجتمع المحيط بهم والتعرف على أفراد آخرين. كما أن خاصية التفاعلية التي تتميز بها هذه المواقع الالكترونية فقد نتج عنها ما يطلق عليه "الاتصال الفائق"، بحيث تعد هذه المواقع كوسيط اتصالي فائقة الحدود في العلاقات الشخصية بين الأفراد، ما يمكنها من توفير اتصال تزامني يحدث في نفس زمن الاتصال،

¹ اتحاد إذاعات الدول العربية، المرجع السابق، ص 84.

مع رجوع صدى قوي وفعال وتصور كمالى للمتلقى وتقييم تفاؤلى للذات بحكم غياب التواجد المادى"¹.

إن الواقع يؤكد كثرة استعمال هذه المواقع الالكترونية الرقمية، إذ أدى هذا الاستخدام الفائق إلى نشأة روابط اجتماعية جديدة وإقامة علاقات شخصية بين الأفراد وتحقيق اشباع لا تتحقق باستخدام وسائل أخرى، فالإنسان اجتماعى بطبعه يسعى دوماً إلى الاتصال والتفاعل مع محيطه الاجتماعى، وهى سمة عصر تكنولوجيا الإعلام والاتصال التى سمحت بإقامة شبكة كثيفة من العلاقات من مختلف أنحاء العالم.²

¹ المرجع نفسه، ص 85.

² اتحاد إذاعات الدول العربية ، المرجع السابق، ص 86.

الفصل الثالث:

حفريات في المجتمع الافتراضي والهوية الافتراضية

أولاً: حفريات في المجتمع الافتراضي

1. المجتمع الافتراضي ودلالات المفهوم

2. أنواع المجتمعات الافتراضية

3. سمات المجتمعات الافتراضية

4. مراحل تشكل المجتمعات الافتراضية

ثانياً: حفريات في الهوية الافتراضية

1. البحث في ماهية الهوية

2. الهوية من منظور بعض المداخل المعرفية

3. أنواع الهوية

4. وظائف الهوية

5. الهوية الافتراضية: المفهوم والأنواع

6. الشبكات الاجتماعية والهوية الافتراضية

7. العوامل الكامنة وراء تشكل الهوية الافتراضية

8. العلاقات الافتراضية ومستقبل العلاقات الواقعية

أولاً: حفريات في المجتمع الافتراضي

1. المجتمع الافتراضي ودلالات المفهوم:

يعتبر مفهوم المجتمع الافتراضي من بين المفاهيم التي ظهرت نتيجة لتطور تكنولوجيا الاتصال الحديثة وإدماجها في الحياة اليومية للأفراد، ولقد تنوعت المصطلحات أو التسميات المرتبطة بهذا المفهوم على إثر "تعدد الترجمات حول هذا المصطلح نظراً لطبيعة المفهوم الجديد فالمصطلحات الجديدة أكثر إثارة للجدل منها إلى الاتفاق لا سيما إن كان أصل المصطلح غريباً وليس أدل على ذلك من الاختلافات في ترجمة هذا المصطلح سوى طرح بعض الترجمات له. فقد ترجم المصطلح إلى الجماعات الفضائية، وهناك من يرى أن كلمة virtuel معناها خائلي و (virtuel Community) هي الجماعات الخائلية فقد اختير هنا اسم الفاعل خائل مقابل لكلمة virtuel وهناك أيضاً من ترجم مصطلح virtuel إلى مصطلح افتراضي".¹

وقد ظهر "المصطلح في صورته الإنجليزية عنواناً لكتاب "هوارد رايجولد" 1993 Rheingold" ويعني جماعة من البشر تربطهم اهتمامات مشتركة، ولا تربطهم بالضرورة حدود جغرافية أو أواصر عرقية أو قبلية أو سياسية أو دينية، يتفاعلون عبر وسائل الاتصال ومواقع التواصل الاجتماعي الحديثة، ويطورون فيما بينهم شروط الانتساب إلى الجماعة وقواعد الدخول والخروج وآليات التعامل والقواعد والأخلاقيات التي ينبغي مراعاتها. وتعبير "دي موور ووايجاند 2007 De Moor and Weigand" المجتمع الافتراضي هو نظام اجتماعي تكنولوجي² يتكون من بنيات اجتماعية شبيهة بما هو موجود في الواقع الفعلي.

¹ ربحانة بلوطي، دوافع استخدام الهوية الافتراضية في الشبكات الاجتماعية وأثرها على الفرد، مرجع سبق ذكره، ص 80.

² المرجع نفسه، ص 80.

ويعرف قاموس الإعلام والاتصال dictionary of media and communication

المجتمع الافتراضي على أنه مجموعة من الأشخاص يتفاعلون في الانترنت مثل غرف الدردشة ويتبادلون الاهتمام¹، والتفاعل يعد هنا مكونا أساسيا لقيام وتشكل مثل هذه المجتمعات الرقمية.

أ- عند الباحثين العرب:

يعرف "محمد منير حجاب" المجتمع الافتراضي بأنه: "مجتمع يتكون من أشخاص متباعدين جغرافيا، ولكن الاتصال والتواصل بينهم يتم عبر الشبكات الاجتماعية، وينتج بينهم نتيجة لذلك نوع من الإحساس والولاء والمشاركة"². حيث نجده يركز على البعد الجغرافي من خلال عملية التواصل الذي يخلق نوع من الانسجام.

ويعرف كذلك "بسيوني إبراهيم حمادة" المجتمع الافتراضي بأنه: "تجمعات اجتماعية تظهر على شبكة الانترنت تشكلت في ضوء ثورة الاتصالات الحديثة تجمع بين ذوي الاهتمامات المشتركة، يتواصلون فيما بينهم ويشعرون وكأنهم في مجتمع حقيقي". والباحث هنا يؤكد على عامل الاهتمام المشترك الذي يعد أساس بناء المجتمعات والتواصل فيما بينها.

وقد عرف المفهوم "عمرو الجويلي" بأنها: "جماعات تشكلت إثر الثورة المعلوماتية التي أتاحت الفرصة إلى تقليص التباعد الجغرافي مما أتاح الفرصة للاتصال بين أفراد يقعون عبر مسافات متباعدة يجمع بين أفرادها نوع من الإحساس بالولاء والمشاركة"³، فالشعور بالانتماء هو عامل حاسم في اندماج الأفراد في مثل هذه العوالم الرقمية.

ب- عند الباحثين الغربيين:

¹ Marcel danesi, **dictionary of media and communication**, United States of America , Library of Congress Cataloging-in-Publication Data,2009,p300.

² إبراهيم بعيز، تكنولوجيا الاتصال الحديثة وتأثيراتها الاجتماعية والثقافية، ط1، دار الكتاب الحديث، القاهرة، 2012، ص 87.

³ ريحانة بلوطي، مرجع سبق ذكره، ص 81.

يعرفه "Source Brolux" "العلاقة التي تنشأ بين مجموعة من مستخدمي منتديات
النفاش والدردشة الالكترونية وهؤلاء المستعملون يتقاسمون الأذواق والقيم والأهداف
والاهتمامات المشتركة". وهنا يؤكد الباحث على أن المجتمع الافتراضي يرتكز على العلاقات
الاجتماعية التي تبنى على أساس الدوافع والاهتمامات المشتركة التي تتفق و ميولات الفرد.
وقد أشار "Warren Mayes" إلى أن المجتمع الافتراضي "هو فضاء طبيعي يحدث
داخله تفاعل عام تترك فيه الناس مصالحهم الخاصة وينشغلوا بالقضايا ذات الطابع
الاجتماعي العام".¹ إذ يركز الباحث في هذا المفهوم على المصالح المشتركة التي تهتم
الصالح العام ويتم مناقشتها مع فرد أو أكثر في مضامين تتوافق مع اهتمامات الأفراد.
كما يعرف "شرام" Schramm المجتمع الافتراضي انه عملية تقاسم فضاء للاتصال
مع أفراد لا نعرفهم، وغالبا ما يتم هذا في الوقت الحقيقي، لكن لا يوجد فيه أناس فعليون
واتصالات حقيقية كما في الواقع أي أنها افتراضية، وهو عبارة عن جمهور من كل أنحاء
العالم جالسون أمام شاشة الكمبيوتر للتواصل مع بعضهم البعض². فهم بذلك يتفاعلون
افتراضيا ويشكلون علاقات افتراضية يتشاركون من خلالها اهتماماتهم الفعلية.
فالمجتمع الافتراضي مما سبق ذكره يشجع على التواصل والتلاحم بين مجموعة من
الأفراد المتباعدين مكانيا والمختلفين زمنيا، فهو يتيح للمستخدمين فرصا للتواصل بخصوص
هدف مشترك عن طريق المراسلات أو غرف الدردشة أو مواقع التواصل الاجتماعي.
وفي سياق متصل، يتخذ المجتمع الافتراضي سمات متميزة تجعله فضاء مثاليا للتواصل
وبخاصة بالنسبة إلى الأجيال الشابة التي أضحت الثقافة الرقمية المرتكزة على الصورة تشغل
حيزا مهما من حياتها بكل ما تحمله من رموز ودلالات، قواعد التواصل والتبادل، وعلاقات
اجتماعية، وجماعات افتراضية، والتي أوجدت نظما جديدة لإثبات الذات بعد أن أصبح جزءا

¹ Wareen Paul mayes, **unsettled post revolutionaries in the on line public sphere**, journal of social issues in south east Asia, vol 24, no 1, 2009, p 89- 121.

² إبراهيم بعزیز، المرجع السابق، ص 87.

من الحياة الاجتماعية للفرد حياة رقمية بامتياز، ما انعكس على ثقافة الشباب، وبخاصة كونهم الشريحة الأكثر تأثراً بفاعليتها، والتي أضحت أكثر ارتباطاً بما أثر في تصوراتها واتجاهاتها في الواقع.

كما يرى " هاورد راين جولد"، في كتابه الموسوم الجماعات الافتراضية، هي تجمعات اجتماعية تشكلت من خلال الانترنت من أفراد يقطنون في أماكن متفرقة في أنحاء العالم، يتواصلون مع بعضهم عبر شاشات الكمبيوتر والبريد الإلكتروني ويتبادلون المعارف والهويات، ويجمع بينهم اهتمامات مشتركة ويحدث بينهم ما يحدث في العالم الواقعي أو الفعلي من تفاعلات ولكنها ليست وجها لوجه، وهي من هذا المنطلق تجمعات مفتوحة لكل من يريد المشاركة في نشاطاتها"¹. إذ نجده يركز على البعد الجغرافي في المجتمع الواقعي على عكس المجتمع الافتراضي الذي يتم فيه التواصل عبر فضاء رمزي غير محدود زمانياً ومكانياً.

أما الباحث الاجتماعي نديم منصور، فيعرفه بأنه مجموعة من الأفراد الذي يتشاركون عبر شبكة الانترنت، لفترة زمنية لتحقيق غاية أو هدف أو هواية، من خلال علاقة اجتماعية افتراضية تحدها منظومة تكنو- اجتماعية.²

وعلى العموم، يمكننا تعريف المجتمع الافتراضي باعتباره "تجمعات اجتماعية افتراضية يتواصل عبرها الفاعلون في سياق ثقافي مفتوح لفترة زمنية وغاية محددة من أجل إشباع اهتمامات معينة تفترض بناء علاقات اجتماعية افتراضية يحددها التمازج بين العالمين الافتراضي والواقعي، والمنظومة القيمية التي تؤطرهما وتوجه سياق التفاعل بينهم".¹ ذلك أن التفاعل في ضوء المجتمع الافتراضي يتخذ وجهات متباينة، بحسب طبيعة القيم المشتركة التي يتقاسمها أطراف التواصل، والتي تحدد درجة الارتباط بينهم، استمرارية

¹ حلمي ساري، التواصل الاجتماعي، ط1، دار كنوز المعرفة للنشر والتوزيع، عمان، 2016، ص 134.

² نديم منصور، سوسيولوجيا الانترنت، منتدى المعارف، بيروت، 2014، ص 21.

علاقاتهم ونمو الشبكات التنظيمية العلائقية المتمخضة عنها والتي تسمح بنمو المجتمع الافتراضي".¹

وتعددت تعريفات المجتمع الافتراضي، "غير أن نقطة الانطلاق التي اعتمدها عدد من الباحثين للوصول إلى هذا المفهوم كانت تحديد مفهوم المجتمع الواقعي والانطلاق منه للوصول إلى هذا المجتمع الذي يحاكيه ولكن بخصائص وسمات جديدة تتيحها طبيعة الاتصال والتفاعل، ذلك أن معظم العناصر التي تميز المجتمع الواقعي صارت متوفرة في مجتمع آخر من نوع جديد يعيش في جغرافيا الفضاء الافتراضي ويتصف بقدر واضح من النظم والقواعد والأدوار بقدر من الملامح الثقافية المميزة التي تدور حول الاستخدامات المختلفة لنظم الانترنت وبمهارات جديدة، يجرى اكتسابها بطرائق عديدة مثلما يحدث في التنشئة الاجتماعية في المجتمع الواقعي"². والعلاقة هنا بين العالمين في حقيقة الأمر تخضع لجدلية لم تُحَسَم بعد بين تكامل الفضاء الافتراضي مع الواقعي وبين الانفصال عنه والدخول بالأفراد في عالم الاغتراب بعيدا عن العالم الأصلي لهم.

يعد "المجتمع الافتراضي مظهرا لهيكله اجتماعية من نوع جديد، برزت بوصفها نتيجة حتمية لمتطلبات عصر المعلومات، وبأشهر هذا الهيكل الاجتماعي الجديد بالنفاذ بصورة تدريجية إلى كيان المجتمعات المعاصرة، وبمستويات تعتمد على حد كبير على حجم سيادة توظيف أدوات الاتصال والمعلومات فيها، الذي أفرز مفهوم الشبكات الاجتماعية التي تسري خلالها كافة أنماط الاتصال بين الأفراد والكيانات الاجتماعية الموجودة في المجتمع الرقمي الجديد"³.

إن المجتمع الافتراضي "لم يكن ليظهر فجأة، ولكن حدث نتيجة عدد من العوامل التي مهدت لظهوره أهمها الانترنت وتشكل الفضاء الافتراضي، ومع ذلك فإن هذا المجتمع لم

¹ المرجع نفسه، ص 21.

² نوال بركات، مرجع سبق ذكره، ص 264.

³ حسن مظفر الرزو، الفضاء المعلوماتي، ط1، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، 2007، ص 243.

تكتمل صورته بعد، ذلك لأنه مرتبط بتكنولوجيا الاتصال وبمجتمع المعلومات العالمي وهذا المجتمع أخذ في التشكل و التطور بصورة سريعة جدا حيث لا يستطيع أحد التكهن بالصورة الأساسية للمجتمع الافتراضي في المستقبل، وذلك لعدة اعتبارات منها:

- سرعة التغيرات التي تطرأ على هذا المجتمع، وارتباط تحولاته بصناعة البرمجيات التي تتطور في عالمنا بشكل ملحوظ.

- كثرة المتفاعلين في السياق الافتراضي، إذ أن هذه التفاعلات بدأت على مستوى النخبوي والآن يتعامل معها كل من يجيد أساسيات التعامل مع الكمبيوتر أو كل من يملك هاتفا ذكيا أو جهازا لوحيا متصل بشبكة الانترنت.

- تفاوت أعمار المترددين على تفاعلات المجتمع الافتراضي، إذ أنه لا يرتبط بشريحة عمرية واحدة فجميع الأعمار من الطفولة حتى الشيخوخة تتفاعل في هذا السياق.

- تعدد الصور التي يتواصل بها الأفراد في التفاعلات الافتراضية ما بين غرف محادثات، مجموعات وقوائم بريدية ومنتديات ومدونات وغيرها من طرق التفاعل".¹

ولقد تجسدت المجتمعات الافتراضية وتنوعت بشكل كبير في السنوات الأخيرة مع ظهور الجيل الثاني للويب وتنوع مواقع وتطبيقات التواصل الاجتماعي وتعدد خدماتها، وأصبحت هذه المجتمعات كفضاء للشباب للتعبير عن توجهاتهم وأفكارهم وحتى التواصل مع الآخرين وإقامة علاقات اجتماعية.

2. أنواع المجتمعات الافتراضية:

تنقسم المجتمعات الافتراضية إلى عدة أنواع من بينها:

¹ نوال بركات، مرجع سبق ذكره، ص 266.

أ. لوحة رسائل الانترنت:

"هو منتدى يستطيع الناس من خلاله مناقشة الأفكار والآراء حول مختلف الموضوعات، كما يستطيع أي مستخدم طرح الموضوع الذي يريده ويعرضه للنقاش والحوار، ويبقى لكل مستخدم حرية الكشف عن هويته الشخصية وصورته الحقيقية أو التخفي باسم مستعار وصورة مصطنعة¹".

ب. غرف الدردشة:

"بعد وقت قصير من ارتفاع الفائدة من لوحات الرسائل والمنتديات، بدأ الناس يتطلعون إلى وسيلة للتواصل مع المجتمعات المحلية في الوقت الحقيقي وبشكل أسرع، لذا فإن غرف الدردشة فتحت المجال واسعا لإجراء المحادثات مع أي شخص على الانترنت وفي الوقت نفسه يمكن العثور على غرف الدردشة في كل أنواع الموضوعات، بحيث يستطيع الناس التحدث مع الآخرين الذين يتقاسمون الاهتمامات نفسها²".

ج. العوالم الافتراضية:

"العوالم الافتراضية هي الأكثر تفاعلية لجميع أشكال المجتمع الافتراضي، في هذا النوع من المجتمع الافتراضي يستطيع المستخدمون أن يعيشوا تجارب لم يعيشوها في حياتهم الواقعية. فقد يختار المستخدم أن يكون أميرا أو فارسا أو مزارعا أو حتى حيوانا في مجتمع افتراضي يصنعه هو والمستخدمون ويختار كل منهم شخصيته وأسلوبه في الحياة، إنها الحياة الثانية التي تعتبر أكثر العوالم الافتراضية شعبية على الانترنت³".

¹ نديم منصور، سوسيولوجيا الانترنت، مرجع سبق ذكره، ص 28.

² المرجع السابق، ص 29.

³ نفس المرجع، ص.ص 29، 30.

د. خدمات الشبكات الاجتماعية:

"يستطيع المستخدم من خلال شبكات التواصل الاجتماعية الالتقاء بالأصدقاء أو التعرف على أصدقاء جدد من خلال الدردشة أو إرسال الرسائل. كما يستطيع المستخدم عرض الصور والفيديو وتبادل التعليقات عليها"¹.

3. سمات المجتمعات الافتراضية:

إن أهم ما يميز هذه المجتمعات الافتراضية هي أنها متاحة للأفراد الذي يريد المشاركة في أحد مجالاتها، فالمدينة الافتراضية على حد قول "ألبرتا روبرت" **Alberta Ropert** و **ميشيل جينكنسون Jenkinson Micheal** مدينة لا تنام، فهناك دائما أفراد مشتركون في التفاعلات الافتراضية حتى في منتصف الليل ولا غرابة في ذلك، فقد أصبحت الانترنت جزءا من حياة الناس والجماعات الافتراضية بأنماطها المختلفة، وأضحت تشكل أهمية للعديد من المهتمين بالانترنت، وذلك ما دعا الباحثة "ماريا باكردييفا" **Maria Bakardjeva** إلى أن تعلن أن الحاسوب أصبح أسلوب حياة، وذلك في الفصل الذي أعدته بعنوان "التكنولوجيا في حياتنا اليومية"².

"والمجتمعات الافتراضية تقدم عدة فوائد منها: التبادل الفوري للمعلومات، وهي خاصية غير متوفرة في مجتمع الحياة الواقعية، وهذا يتيح للشباب المساهمة الفعالة في العديد من الأنشطة من بيوتهم، مثل التسوق ودفن الفواتير، والبحث عن معلومات محددة،³ وهذا فضلا على وجود جملة من "السمات التي تتميز بها هذه المجتمعات، والتي نجد من أهمها:

-العزلة والانفراد: على الرغم من الوعود الدائمة بالانفتاح على العالم، وتواصل الأفراد بمن حولهم بسهولة ويسر، ومن العجيب -كما أشار د. محمد مزيد- أن هذه المجتمعات كانت قد

¹ نفس المرجع، ص 30.

² هالة دغمان، مواقع شبكات التواصل الاجتماعي والقيم: العلاقة بين الواقعي والافتراضي، مرجع سبق ذكره، ص 207.

³ المرجع نفسه، ص 207.

أنشئت لأغراض شتى منها تخليص الناس من عزلتهم، وإن كان الإنسان في اتصال دائم بالناس من حوله فلماذا لا يلتقي بصديقه الذي يتواصل معه على الفايسبوك، من خلال اللقاء؟ لماذا أصبح المجتمع دائما مشغولا على الرغم أن سبب انشغاله عن التواصل بمن حوله هو التواصل بمن حوله؟ لماذا يطلب الابن من أمه إعداد الغذاء من على صفحتها على الفايسبوك أو تويتر وهما في نفس المنزل!.

إذا النتيجة من تطور المجتمع الافتراضي، الوصول إلى الانقطاع الجزئي عن العالم الواقعي بالتدرج إلى أن يصل إلى حد الانفصال التام، كما هو حال الكثير وليس البعض¹. -التمرد على العادات، الحميدة والتقاليد الأصيلة، والأعراف المميزة للمجتمع عن غيره، والقيم والعائلة، الدين والأخلاق، ففي المجتمعات الافتراضية: لا قانون ولا رقابة".² ويزيد هذا خاصة عند التعرض والمتابعة المستمرة لأنماط الحياة اليومية لأفراد ينتمون إلى مجتمعات غربية كما أن هذا التأثير من الممكن أن يتحقق من خلال الحوار والنقاش معهم حول العديد من الأمور وهذا من خلال التواصل الافتراضي.

➤ المرونة وانهيار فكرة الجماعة المرجعية بمعناها التقليدي، فالمجتمع الافتراضي لا يتحدد بالجغرافيا بل بالاهتمامات المشتركة التي تجمع معا أشخاصا لم يعرف كل منهم الآخر بالضرورة قبل الالتقاء الكترونيا.

➤ لا تقوم المجتمعات الافتراضية على الجبر أو الإلزام بل تقوم في مجملها على الاختيار.

➤ أنها فضاءات رحبة مفتوحة للتمرد والثورة، بداية من التمرد على الخجل والانطواء وانتهاء بالثورة على الأنظمة السياسية.

¹ محمد علي فرح، صناعة الواقع: الإعلام وضبط المجتمع، أفكار حول السلطة والجمهور والوعي والواقع ، ط1، مركز نماء للبحوث والدراسات، بيروت، 2014، ص، ص 233، 234.

² المرجع نفسه، ص 234.

- تتميز هذه المجتمعات بالعالمية، أي يشارك فيها أفراد من كل أنحاء العالم.
- تتميز باستعمال أفرادها أسماء مستعارة وهويات مستعارة.¹
- يتميز أفرادها بعدم التجانس في بعض الجوانب، فقد يكون لكل شخص مستوى معين أو مهنة تختلف عن الآخرين.
- توفر فرصا أكبر لأعضائها للتفكير بحرية، وللتعبير عن كل المواضيع.
- يتميز أفرادها بالولاء والخضوع لقواعد ومعايير هذا المجتمع.
- تتميز هذه المجتمعات باستخدام رموز ولغة خاصة بها، وهي عبارة عن إشارات ورسوم تستخدم للتعبير عن الحالات النفسية للأفراد وعلى تلميحات الوجه.
- تتميز بأن لها قواعد سلوك خاصة بها، تلزم كل منخرط جديد أن يلتزم بها وأن يحترمها، وهي تتضمن عموما بعض المواد والقوانين التي تشرح للأفراد كيفية الاستخدام، وآداب التعامل مع المدرشين الآخرين وعدم إزعاجهم، إلى غير ذلك، وهي معروفة بتسمية الايتيكت.
- تتميز بوجود تواصل مشترك بين أعضاء كل الجماعة و وجود هدف واحد، وإحساس ورؤية وانتماء².
- "تتميز بالانفتاح والتمرد إذ ينتم المجتمع الافتراضي بأنه مجتمع رحب وممتد ومفتوح لأشكال مختلفة ومتنوعة من التعبير الفردي والجماعي والمؤسسي الناجمة عن الجمعيات أو المؤسسات أو المنظمات أو الحركات الاجتماعية ومطالبها³.
- أنها غير مستقرة وسريعة التغير.
- أنها متاحة للأفراد الذين يريدون المشاركة في أحد أنماطها، حيث يجدون من يتواصل معهم في المجتمعات الافتراضية على مدار الساعة واليوم.

¹ ربحانة بلوطي، دوافع استخدام الهوية الافتراضية في الشبكات الاجتماعية وأثرها على الفرد ، مرجع سبق ذكره، ص 83.

² المرجع السابق، ص 84.

³ حلمي ساري، التواصل الاجتماعي، مرجع سبق ذكره، ص 138.

ومن سمات المجتمعات الافتراضية نجد أيضا بالإضافة إلى الخصائص الأنفة الذكر:

➤ "تتسم المجتمعات الافتراضية بدرجة عالية من اللامركزية ، فما يميز التفاعلات الافتراضية تعددية المراكز وتبادلها، لأن هذه العلاقات لا مركز لها، أي لا يوجد سلطة مركزية للأطراف المتنوعة خلال المحادثة عبر المنتديات أو غرف الدردشة أو الفايسبوك وغيرها توجه الحديث أو تقوده في اتجاه محدد، فكل فرد يستطيع أن يكون مركز جماعته في أحيان كثيرة، أو يقود الحوار مرة أو مرات عدة، ذلك أن التفاعلات الافتراضية لا يهيمن أو يحتكرها فرد من دون آخر، بل إن تبادل الأدوار في المجتمع الافتراضي تؤمنه التفاعلات الافتراضية نفسها"¹.

➤ "تنتهي المجتمعات الافتراضية عادة إلى تفكيك مفهوم الهوية التقليدي. ولا يقتصر تفكيك الهوية على الهوية الوطنية أو القومية بل يتجاوزها إلى الهوية الشخصية، لأن من يرتادونها في أحيان كثيرة يستخدمون بيانات مزيفة"²، وكما تعمل هذه المجتمعات على تفكيك الهوية الاجتماعية والدينية والوطنية، ولكن كذلك تفكيك الهوية الشخصية، فمن الممكن أن ينشئ الفرد حسابا لامرأة والعكس صحيح، أو بأسماء مستعارة، أو أكثر من حساب لنفس الشخص، ولكن في كل مجتمع من التي ينتسب إليها له شخصية مختلفة"³.

فالمجتمعات الافتراضية جعلت مستخدميها يتجاوزون حدود الزمان وحتى المكان، وساهمت في تقليص المسافات وزيادة التقارب بين الأفراد والشعوب، ولم تعد الزمكانية قائمة على هذه المحددات بل أصبحت متصلة أكثر بما أصبح يصطلح عليه بالوجود الافتراضي الذي ليس بالضرورة أن يخضع لمثل هذه الحتميات.

¹ نديم منصور، سوسيولوجيا الانترنت، مرجع سبق ذكره، ص 25.

² نوال بركات، العنوان، مرجع سبق ذكره، ص 270.

³ محمد علي فرح، المرجع نفسه، ص 243.

➤ "الهروب من الواقع، وعادة ما يكون عند القلوب الجريحة، عاطلون عن العمل،

مصابون بالاكتئاب ومنبوذون من جماعاتهم الواقعية، يبحثون عن ملاذ من مشكلاتهم وضغوطات حياتهم، وفيه من يطلب من أصدقائه الدعاء أو النصح، ومن يتبتل لله طمعا في مدده وعونه، ومن يبكي على أطلاله ويندب انكساراته وخذلان الآخرين أو خداعهم".¹ فالمجتمعات الافتراضية هي بمثابة الملجأ الذي يحقق من خلاله المستخدمون حالة الانسحاب الاجتماعي التي تحدث على إثر ما يعيشه الفرد من وضع معيشي في واقعه الحقيقي.

➤ "الافتراضية إذ يشكل الخيال لدى عدد كبير من الناس متعة فائقة قد تفوق تلك التي قد يحصلون عليها في مجتمعاتهم الواقعية أو الحقيقية، فالتفاعلات المصاحبة للخيال في الفضاء السايبري تغري الناس وتجذبهم بشكل كبير وبخاصة أولئك الذين يبحثون عن التغيير".²

"لقد نجحت مواقع التواصل الاجتماعي من خلال خصائصها التي تتيح التفاعل بين مختلف مكونات المجتمع من أن تجسد بشكل واضح معايير المجتمع الافتراضي الذي ينمو مع مختلف المحددات التي تتيحها هذه المواقع، حيث يقتضي التحليل الموضوعي القول بأن نمط العلاقات الاجتماعية على الانترنت أو استخدام مواقع التواصل الاجتماعي من أجل التواصل مع الآخرين والتفاعل معهم حول الاهتمامات أو النشاطات المشتركة في ظل عالم افتراضي هو أمر يمكن أن يقدم وسيلة ممتازة لمتابعة الهويات وتأسيس الصداقات الجديدة وتعزيز تلك المكونة أصلا في الواقع الحقيقي، وممارسة الألعاب والتسلية والتشارك بالأفكار والحوار، فالمجتمع الواقعي الحقيقي الذين يتكون من أفراد وجماعات نجحت من خلال دخولها إلى مواقع التواصل الاجتماعي أن تخلق أنماطا تواصلية جديدة، وبالتالي أوجدت

¹ محمد علي فرح، المرجع نفسه، ص 238.

² حلمي ساري، التواصل الاجتماعي، مرجع سبق ذكره، ص.ص 135، 136.

أنماطاً جديدة للعلاقات الاجتماعية¹، "فالفرد أصبح يتصل مع فرد آخر اتصالاً وسيطياً وأصبح التفاعل افتراضياً تغيب فيه حدود الزمان والمكان وتملأه الهويات الإلكترونية الافتراضية، وتحول الفرد في المجتمع الواقعي الذين بدأوا ينسحبون إلى مواقع التواصل الاجتماعي إلى أفراد افتراضيين يتفاعلون افتراضياً، وينتمون لجماعات افتراضية ويكونون علاقات افتراضية، ويشاركون في نشاطات حياتية متنوعة تدور كلها في عالم واحد هو العالم الافتراضي"².

4. مراحل تشكل المجتمعات الافتراضية:

يمر بناء المجتمع الافتراضي بمراحل عديدة هي:

1. تحديد الأفراد المشاركين في هذا المجتمع، أي تحديد جنسهم وفئاتهم وأعمارهم وطبقاتهم الاجتماعية وخلفياتهم العلمية وهوياتهم وعقيدتهم.
2. تحديد الأهداف، أي تحديد الغايات التي يسعى هؤلاء الأفراد لتحقيقها سواء كانت ثقافية أو اجتماعية أو سياسية أو ترفيهية أو اقتصادية.
3. المشاركة النشطة للأفراد في نشاطات هذا المجتمع، فالجميع يعمل والجميع يساهم في النشاطات التي يجتمعون حولها في المجتمع الافتراضي.
4. التعبئة، ينغمس المشتركون في المجتمع الافتراضي بتحقيقي أهدافهم ويشاركون سوية في نشاطات هذا المجتمع، كما أنهم يعملون بجدية على استقطاب أفراد جدد إلى مجتمعهم³.
5. زيادة عدد النشاطات التي يمارها أفراد المجتمع وذلك من خلال عرض صور وتفاعلات ورسوم وتعليقات.

¹ نوال بركات، مرجع سبق ذكره، ص 270.

² نوال بركات، العنوان، المرجع سبق ذكره، ص 270، 271.

³ حلمي ساري، التواصل الاجتماعي، ص 139.

6. التمثيل التنظيمي، أي أن يصبح لأفراد هذا المجتمع تنظيم محدد ومنظم وحضور قوي في المناسبات المختلفة¹.

ثانيا: حفريات في الهوية الافتراضية:

1 - البحث في ماهية الهوية:

"يشير لفظ الهوية إلى عدة مجالات من التفكير منها الفلسفة والميتافيزيقيا، ثم المنطق وإلى العلوم النفسية والاجتماعية. فمفهوم الهوية استعمل مصطلحا في المنطق والفلسفة وفي التصوف بالنسبة لتراثنا القديم، واستعملت في علم الاجتماع الحديث كما استعملت في الفلسفة الحديثة، وهنا نسجل ملاحظتين، الأولى تتجلى في أن فلاسفتنا القدماء اختاروا في التعبير عن اللفظ اللاتيني².

و بقدر ما يبدو مفهوم الهوية للوهلة الأولى أنه بسيط، بقدر ما أنه معقد وغامض وعصي على الإمساك، لذلك وجب علينا توضيح رؤيتنا ماذا نقصد بمفهوم الهوية، في إطار محدد يبين من ناحية وضع الهوية ضمن تعدد الهويات الفائضة، التي برزت تحت مسميات الهوية الدينية، الهوية الثقافية، الهوية القومية، الهوية المذهبية، الهوية العشائرية والطائفية، والتي أدت إلى مشكلات تتحدث عن ضياع الهوية³. والتي تختلف باختلاف المذاهب التي درستها.

وإذا ما بحثنا في المعنى اللغوي نجد أن "الهوية كلمة مشتقة من ضمير المفرد (هو) وتعني الأمر المتعلق من حيث امتيازه عن الأغيار، ويقال بالترادف على المعنى الذي يطلق عليه اسم الموجود⁴.

¹ المرجع نفسه، ص 139.

² ربحانة بلوطي، دوافع استخدام الهوية الافتراضية في الشبكات الاجتماعية وأثرها على الفرد، مرجع سبق ذكره، ص 88.

³ المرجع نفسه، ص 88.

⁴ الزهرة غمشي، الهوية الافتراضية بين الذات الأصلية والذات الزائفة قراءة في الاغتراب الذاتي للمتلاعبين بالهوية عبر الفضاءات الافتراضية، مجلة باحثون، المجلة المغربية للعلوم الاجتماعية والإنسانية، المغرب، 2017، ص 44.

ويُعرف "حليم بركات" الهوية بأنها وعي الإنسان وإحساسه بانتمائه إلى مجتمع أو أمة أو جماعة أو طبقة في إطار الانتماء الإنساني العام، إنها معرفتنا بما، وأين، ونحن، ومن أين أتينا، وإلى أين نمضي، وما نريد لأنفسنا وللآخرين، وبموقعنا في خريطة العلاقات والتناقضات والصراعات القائمة¹. وبالتالي فإدراك الإنسان بهويته وماهيته الذي من خلاله يحدد وجوده الإنساني داخل المجتمع.

ويمكن تعريف الهوية بأنها " الشفرة التي يمكن للفرد عن طريقها أن يعرف نفسه في علاقته بالجماعة الاجتماعية التي ينتمي إليها، والتي عن طريقها يتعرف عليه الآخرون باعتباره منتما إلى تلك الجماعة"². التي تحدد له المجتمع الواعي الذي ينتمي إليه. بينما "يقدم محمد عابد الجابري" مساهمة معمقة في فهمه للهوية، حيث يرى فيها كيان يصير، يتطور، وليست معطى جاهزا ونهائيا، هي تصير وتتطور إما في اتجاه الانكماش، وإما في اتجاه الانتشار، وهي تغتني بتجارب أهلها ومعاناتهم وانتصاراتهم وتطلعاتهم، وأيضا باحتكاكها سلبا وإيجابا مع الهويات الثقافية الأخرى التي تدخل معها في تغاير من نوع ما³. وتعرف الهوية أيضا "بأنها خاصية مميزة يمتلكها فرد، أو يشترك في إمتلاكها جميع أفراد مجموعة ما أو شريحة اجتماعية ما. وتتميز هوية الفرد بسمات مختلفة، لكل منها مكانتها وأهميتها، وبعض الدراسات الاجتماعية تعتبر كل سمة نوعا خاصا من أنواع الهوية⁴. إذ نجد من خلال هذا التعريف يتم التركيز على سمات الهوية التي تختلف من شخص لآخر. "فأحيانا ما يتأرجح الفرد بين ما هو واقع وما هو مرغوب فيه، فالهوية حقل متعدد الأبعاد ذو طبيعة جدلية، يضم متناقضات واختلافات، تتحرك داخل عملية صيرورة ، حيث يلاحظ

¹ ميمونة مناصرية، هوية المجتمع المحلي في مواجهة العولمة من منظور أساتذة جامعة بسكرة ، أطروحة دكتوراه في علم اجتماع التنمية، 2011، 2012، ص 08.

² المرجع نفسه، ص 96.

³ المرجع نفسه، نفس الصفحة.

⁴ محمد بن جماعة، التعددية الثقافية ومفهوم الهوية المتعددة الأبعاد، ورقة مقدمة في المؤتمر الوطني الأول للأمن الفكري (المفاهيم والتحديات)، جامعة الملك سعود، 23، 24 جمادى الأولى، مايو 2009، ص 43.

عالم الاجتماع **جون كلود كوفمان**، في كتابه ابتكار الذات أن الهوية صيرورة ذاتية للحدثة ومرتبطة تاريخيا بها. لم يكن الإنسان المندمج في مجتمع تقليدي يطرح مشكلات الهوية كما نفعل نحن اليوم، على الرغم من أنه عمليا كان يعيش فردانيته¹ التي تمثل ميزة يختلف بها إنسان عن آخر.

والهوية مفهوم له دلالاته اللغوية واستخداماته الفلسفية والاجتماعية ولنفسية والثقافية، فقد استخدم هذا المفهوم عدة أنحاء شتى للتدليل على الهوية الفردية، وهوية الأنا والهوية الجماعية والهوية العرقية والهوية الثقافية... وصولا إلى الهوية الافتراضية.

2- الهوية من منظور بعض المداخل المعرفية:

* سوسيولوجيا الهوية:

"يفسر معجم مصطلحات العلوم الاجتماعية مفهوم الهوية عموما بوصفه يشير إلى: "عملية تمييز الفرد لنفسه عن غيره". وتعنى كلمة هوية حقيقية الشيء التي تشمل على صفاته الجوهرية وتميزه عن غيره ويتميز كل مجتمع بشخصية ثقافية تتمثل في مجموع الأساليب التي يمارس بها إنسانيته وتشمل العادات والمعتقدات والفلسفة والتراث والانتاج الفني الفكري وفيها يجد الفرد وسائله المفضلة للتعبير عن ذاته".

فالهوية هي "كل ما يشخص الذات ويميزها، فالهوية في الأساس تعني التفرد، والهوية هي السمة الجوهرية العامة لثقافة من الثقافات، والهوية ليست منظومة جاهزة ونهائية، وإنما هي مشروع مفتوح على المستقبل، أنها مشروع متشابك مع الواقع والتاريخ، لذلك فإن الوظيفة التلقائية للهوية هي حماية الذات الفردية والجماعية من عوامل التعرية والذوبان".

إن هذا التصور لمفهوم الهوية يجعلنا نميز بين تأويلين لمعنى الهوية:

¹ إلياس بلكا ومحمد حراز، إشكالية الهوية والتعدد اللغوي في المغرب العربي نموذجاً ، ط 1، مركز الإمارات للدراسات والبحوث الإستراتيجية، 2014، أبو ظبي، ص.ص 18، 19.

أ- التصور الستاتيكي للهوية، الذي يرى أن الهوية عبارة عن شيء اكتمل وانتهى وتحقق في الماضي، ففي فترة زمنية معينة أو نموذج اجتماعي معين وان الحاضر ما هو إلا محاولة إدراك هذا المثال وتحقيقه.

ب- "التصور التاريخي والديناميكي للهوية الذي يرى أن الهوية شيء يتم اكتسابه وتعديله باستمرار، وليس أبدا ماهية ثابتة، أي أن الهوية قابلة للتحول والتطور، وذلك لأن تاريخ أي شعب هو تاريخ متجدد ومليء بالأحداث والتجارب، فإن الهوية الأصلية تتغير باستمرار، وتكتسب سمات جديدة، وهذا يعني أن الهوية شيء ديناميكي وهو سلسلة عمليات متتابعة كما أنها تتحول مع الزمن فهي ديناميكية، وهي ترتبط بالأثر الذي تتركه الحضارة عبر التاريخ، ويمكن النظر إلى الهوية في صورتها الديناميكية على أنها مجموعة من المقررات الجماعية التي يتبناها مجتمع ما، في زمن محدد للتعبير عن القيم الجوهرية والاجتماعية والجمالية والاقتصادية والتكنولوجية والتي تشكل في مجموعها صورة متكاملة تعبر عن ثقافة هذا المجتمع"¹.

ويعرف "معجم التفكير السوسولوجي الهوية بكونها تشير إلى قدرة فرد أو جماعة على أن يتعرف إلى ذاته ويتعرف إليه الآخرون، فهي تتضمن معنى الديمومة والتماسك داخل تعددية الرمزية والاجتماعية"².

*الهوية رؤيا فلسفية:

"الهوية هي الذاتية والخصوصية وهي جماع القيم والمثل والمبادئ التي تشكل الأساس الراسخ للشخصية الفردية أو الجماعية، وهوية الفرد عقيدته ولغته وثقافته وحضارته وتاريخه، الهوية هي ما به يكون الشيء هو مما يحقق ذاته ويحدد تميزه"³.

¹ ربحانة بلوطي، مرجع سبق ذكره، ص 89.

² Dictionnaire de la pensée sociologique, publié sous la direction de Massimo Borland, paris, presses universitaires de France, 2005, p 335.

³ Op cit, p 89.

إذ "تمثل الهوية الإطار أو القالب، الذي يشعر الإنسان أنه ينتمي إليه مع الآخرين من أبناء مجتمعه، أي هي أشبه برابطة القيمة بين أفراد المجتمع ككل أو شريحة اجتماعية معينة بحيث يرى الفرد نفسه من خلال المجتمع الذي يشاركه نفس القيم والاعتقادات والسلوك".

"فالهوية ليست مجرد انتساب إلى عرق أو دين أو إلى ثقافة معينة، حقا إن هذه العناصر تدخل جميعا في تشكيل الهوية، ولكن الهوية لا تقتصر على واحد من هذه العناصر وحدها وإنما الهوية إلى جانب مراعاة التراث في مختلف تجلياته بشكل عقلائي مستتير هي مصالح وأفق مفتوحة على المستقبل تتحقق وتتجدد بتجدد المعرفة والعلم والعمل والإنتاج والإبداع والتفاعل مع ضرورات الواقع الطبيعي والإنساني وإمكانياته المادية والمعرفية المتجددة".

"من هنا يجب أن نعترف بأن الهوية هي صفات و أحاسيس، ونمط حياة، هي في كل شيء، في الملابس والمأكول والموسيقى والفن والثقافة، في الحرية والمقاومة والصمود، ويجب أن نعترف كذلك بأنها نمط معيشي يتفاعل مع المتغيرات المحيطة به".¹

* أنثروبولوجيا الهوية:

"اتسع مفهوم الهوية في الأنثروبولوجيا ليشمل الهوية الفردية، الهوية الجماعية والهوية الثقافية وقد اعتبر الدارسون والساسة في كثير من بلاد العالم، وبصفة خاصة في عالمنا العربي يعرفون من الهوية إلا ثباتها، ولا يخاطبون فينا إلا هوية واحدة أزلية لا تتغير".

فالهوية "تتداخل من المنظور الأنثروبولوجي مع مصطلحات عديدة مثل: الخصوصية بالذات حين يكون الحديث عن القيم ومبادئ عامة وإنسانية مثلما يظهر في نقاشات حقوق الإنسان على المستويات الدولية والإقليمية والمحلية، والاعتراض بسبب المفهوم العام للخصوصية يستدعي مباشرة وجود هوية مختلفة، مما يتطلب سلوكا وردود فعل مختلفة أو حتى مقاومة لما يمكن أن يعتبر تهديدا للهوية بسبب غزو ثقافي مثلا".

¹ مخداني نسيم، الهوية، المثقف والعولمة، عدد خاص المنقذ الدولي الأول حول الهوية والمجالات الاجتماعية في ظل التحولات السوسيوثقافية في المجتمع الجزائري، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، ص 723.

"إلا أن البعض يرى صعوبة تحديد وتعيين الهوية أو الخصوصية على صعيد الواقع وبالتالي عدّ الكثير مفهوم الهوية مصطلحا إيديولوجيا أكثر منه علميا، باعتبار أن الهوية يمكن التعبير عنها أو تجسيدها من خلال الدين واللغة والدولة والوطنية أو القومية، وكل هذه الخصائص متغيرة حسب طريقة استخدامها وتوظيفها، لذلك يمكن لمجتمع واحد أن يبدل هويته حسب المراحل المختلفة تاريخيا ووفقا للظروف الحاكمة".¹

يعرفها "إتزشاد" بأنها مجموع الآثار (المكتوبة أو المحتويات السمعية أو البصرية أو رسائنا في المنتديات، أو بيانات الاتصال أو أعمال الشراء أو المعاينة...) التي نتركها خلفنا بوعي أو بغير وعي خلال إبحارنا على الشبكة ومبادلاتنا التجارية أو علاقاتنا المتبادلة في المواقع المخصصة لذلك. فالانترناتيون إذن يظهرون وجودهم (أي الوجود الافتراضي) من خلال علامات نصية، صوتية وبصرية، فإذا كانت الهوية الواقعية تستمد معناها من الوعي بالذات والتميز الفردي عن الآخرين".

3-أنواع الهوية:

تحدد أنواع الهوية حسب مجموع من العناصر والمعايير المرتبطة بها والتي يمكن من خلالها التمييز بينها كأنواع قائمة بذاتها:

1.3 الهوية الاجتماعية:

"تشير الهوية الاجتماعية إلى مجموعة المميزات التي تسمح بتعريف فرد ما أو جماعة ما على نحو اجتماعي، وهي بالتالي مجمل المعايير التي تسمح للفرد بالاستحواذ على وضعه الخاص ومركزه في إطار مجتمعه، إذ تشمل المحددات والمعايير التي ترتبط بتعريف الفرد والتعرف عليه من طرف الآخرين، والهوية الاجتماعية هي الصورة التي يكونها الآخرون عن الشخص والتي ينظرون إليه من خلالها، إذ يعيش داخل جماعة تساعده على الشعور

¹ الخنساء تومي، مرجع سبق ذكره، ص، ص 169، 170.

بوجوده وانتمائه لتكوين هويته، كما تشبع حاجياته المادية والمعنوية، فتمنحه الشعور بتقدير الذات وبالتالي يعتبر نفسه جزءاً لا يتجزأ من جماعة الانتماء".

كما يمكن تعريف الهوية الاجتماعية "بأنها الصفات التي تميز مجتمع أو جماعة ما عن غيرها من الجماعات، إن هويتنا الاجتماعية هي اشتقاق من المجموعات التي ندرك بأنفسنا أننا أعضاء فيها وبالمقابل فإن الانتماء للجماعة أو الأنا الجمعي يحمل ذات التطرف والإقصاء للآخر¹" فالهوية الاجتماعية تعبر عن كيف ينظر الآخرون إلينا وكيف نشكل ذاتنا وفقاً لما يتناسب مع ما يتطلبه الوجود والانتماء إلى الجماعة وما يتقبله المجتمع ككل.

2.3. الهوية الثقافية:

"يرتبط مفهوم الهوية الثقافية بذلك المفهوم الثقافي التاريخي الذي يتكون لدى الفرد من خلال الثقافة التي يتلقاها، فدور الثقافة بكل ما تحمله من معاني ورموز هو تكريس هوية ثقافية من خلال عملية تمثيل عاطفي واجتماعي مع عملية اندماج تاريخية ثقافية ونفسية".

"عرفت منظمة **UNESCO** الهوية الثقافية بأنها انتماء الأفراد إلى جماعة لغوية محلية أو إقليمية أو وطنية، بما لها من قيم أخلاقية وجمالية تميزها، ويتضمن ذلك أيضاً الأسلوب الذي نستوعب به تاريخ الجماعة وتقاليدها وعاداتها وأسلوب حياتها، وإحساسنا بالخضوع له والمشاركة فيه، أو تشكيل قدر مشترك منه، وتعني الطريقة التي نظهر فيها أنفسنا في ذات كلية، وتعد بالنسبة لكل فرد منا نوعاً من المعادلة الأساسية التي تقرر بطريقة قد تكون إيجابية أو سلبية السبل التي ننسب بها إلى جماعتنا والعالم بصفة عامة".²

"فالهوية الثقافية هي مجموعة المميزات الجسمانية والنفسية والمعنوية والاجتماعية والثقافية التي يستطيع الفرد من خلالها أن يعرف نفسه وأن يقدم نفسه ليتعرف الناس عليه، وحسب ما

¹ أحمد أبو زيد، سيكولوجية العلاقات بين الجماعات قضايا في الهوية الاجتماعية وتصنيف الذات ، عالم المعرفة، الكويت، 2006، ص 6.

² بودريال عبد القادر، مرجع سبق ذكره، ص 144.

أثبتته الدراسات الاجتماعية والأنثروبولوجية أن الهوية هي الإحساس بالانتماء إلى جماعة ما لها مجموعة خصائص ومميزات اجتماعية وثقافية ونفسية وتاريخية وعقائدية وإيديولوجية مشتركة ومتقاسمة بين أعضائها، ويمكن نسبهم إليها من خلالها".

تجدر الإشارة إلى أن "مفهوم الهوية لا يقتصر على الجانب الثقافي فقط بل يتعداه ليشمل كل مجالات الحياة، فهي ذلك الكل من الرصيد المعرفي والثقافي المخزن والمشارك بين الأفراد والجماعات والذي تتم من خلاله تلك التفاعلات التي تفرز حيثيات الحياة اليومية في الواقع المعاش، والهوية الثقافية هي أيضا الرمز أو القاسم المشترك أو النمط الراسخ الذي يميز فردا أو مجموعة من الأفراد أو شعبا من الشعوب عن غيره".¹

3.3. الهوية الفردية:

"تعرف الهوية الفردية بمجموع الإشارات الواضحة وهي مزيج من الحقائق عن السيرة الذاتية التي تميز الفرد عن الآخرين، إن إلقاء الضوء على الهوية الفردية يشير إلى مفاهيم مثل: الوعي الذاتي، المشاعر والتصورات والخبرات والخطط المستقبلية المتعلقة بالفرد، وتتجذر هذه الهوية في التجارب السابقة وكذلك في سياق ثقافي تتأثر به كل العلاقات والتفاعلات فهي باستمرار يعاد إنتاجها".²

"والهوية الفردية هي ما يحمله الفرد من تصور عن ذاته، أي كيف يرى نفسه وكيف يعرّفها أو كيف يسوقها للآخرين، وهي هوية متغيرة تتطور عبر مراحل مختلفة من النمو المعرفي والإدراكي للأفراد والتي تخضع لعوامل النضج الذاتي وعامل البيئة الاجتماعية لكل ما تحمله من متغيرات، وتتشأ من خلال هذه التراكمات ما يسمى الشخصية، وهي عنصر

¹ نفس المرجع، ص 145.

² Goffman Erving , *L'ordre de l'interaction les moments et leurs hommes*, édition de minuit, Paris, 1988, p 191.

من عناصر الهوية تتيح للفرد أن يتموقع في الإطار الاجتماعي، فهي التي يسعى الفرد لبنائها، منذ مرحلة الطفولة وحتى مرحلة الشيخوخة، وتتأثر هذه العملية بالسياق الاجتماعي".

وعليه "فالهوية الفردية تعرف الشخص من شكله واسمه وصفاته وسلوكه وانتمائه المرجعي، إذ تستند إلى الاستبطان الاجتماعي حيث تنشأ من التفاعل بين الآليات النفسية والعوامل الاجتماعي، فمن جهة ينتج الشعور بالانتماء عن الميل الشخصي لإقامة الاستمرارية في حرية شخصه ذاتها.¹ فالهوية الفردية إذن هي مجموعة الأفكار والتمثلات التي نحملها في أذهاننا حول ذاتنا وعن داخلنا العميق.

4.3. الهوية الجماعية:

"تعتبر الهوية الجماعية عن هوية النحن وهي تلك الصورة التي تكونها مجموعة معينة عن نفسها، والتي تنشأ من الداخل من الأفراد باتجاه الخارج تداولها داخل المجموعة، وهي وعي يحمله الأفراد باتجاه الخارج حيث تتبع في واقع الأمر من الأفراد، كما تشمل معنى الإدراك الذاتي المشترك بين جماعة من الناس، وتميز نظرية الهوية الاجتماعية وجود روابط قوية ما بين التماهن بالجماعة واكتساب قيم الجماعة وبين مفهوم الذات، فالناس تسعى للحصول أو الحفاظ على هوية اجتماعية إيجابية ترفع من تقديرهم للذات وبالتالي فالهوية الاجتماعية تنشأ عن طريق المقارنة بين داخل الجماعة وقيمتها وعاداتها ورموزها وبين خارج الجماعة وما يمثلونه من قيم وعادات ورموز.² وهذا النمط من الهوية يقترب نوعاً ما إلى النمط السابق الذي أشرنا إليه والذي يتمثل في "الهوية الاجتماعية".

4- وظائف الهوية:

يمكن تحديد ثلاث وظائف أساسية للهوية نوجزها فيما يلي:

¹ بودريال عبد القادر، مرجع سبق ذكره، ص 146.

² أحمد زايد، سيكولوجية العلاقات بين الجماعات: قضايا في الهوية الاجتماعية وتصنيف الذات ، عالم المعرفة، العدد 326، نشر المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، الكويت، 2006، ص 36.

أ- الوظيفة المعنوية:

"للهوية دور معنوي في عملية إنتاج الذات الفردية والجماعية وتأكيد الذات الفردية والجماعية، وإعادة ترتيب علاقاتها بمحيطها من أجل إثبات وجودها وتحقيق الاستقرار فتجعلهم منتمين إلى هوية معينة يحافظون على معرفة ذاتهم ويعرفون الآخرين بها، لأن الوعي بالذات ليس إنتاجا فرديا صرفا ولكنه ينتج عن مجموعة من التفاعلات الاجتماعية التي يكون الفرد والجماعة منغمسا فيها وانعدام أو انقطاع الذات يؤدي إلى حدوث أزمة الهوية، ففي حال عزل الذات عن هويتها قد يحدث بما نسميه بانعزال الهوية الذي هو قبل كل شيء تعبير عن الإقصاء والانسلاخ عن الهوية الأصلية وتشكيل هوية جديدة".

ب- الوظيفة الاندماجية والكيفية:

"إن حقيقة أن المحيط الذي يعيش فيه الأفراد مليء بالتناقضات والتنوع وعدم التوافق والتماثل والانسجام بين مكوناته، يكون مهددا حقيقيا لوحدة وانسجام مقومات الهوية أو بين الأطراف والمكونات الثقافية المتميزة لذا ينبغي أن يكون بناء مقوماتها في تناغم مع المحيط عن طريق التفاوض، فالهوية تسعى إلى إدماج وتكييف الأفراد والجماعات مع محيطهم ومع الأوضاع المختلفة التي يوجدون فيها، فالهوية تراعي الواقع الذي نستقي منه أ لئبر قسط من مكوناتها إذ تتأسس في عملية تحقيقها وتوحيدها على المؤسسات والجماعات من أجل الاعتراف بها".

ج- الوظيفة القيمية:

"يتنعم الفرد بإسناد نفسه مميزات ذات قيمة إيجابية بناء على أنه المثالي فهو يسعى إلى إنعاش العلاقة الإيجابية مع الذات بعد حصوله على الاعتراف، فحينها تصير مبررة ومشروعة على نحو أساسي، ولأن الهوية مسألة لها قيمتها، لا يمكن أن تستخلص قيمها إلا من خلال المعايير العليا للمجتمع وللجماعة، لذلك يعمل الأفراد والجماعات على التفاوض

مع المحيط الذي يعيشون فيه لتشكيل هوية مرغوب فيها وذات قيمة لدى الآخرين فالهويات تتغير وتتصارع من أجل الاعتراف بها في مجالها العام".¹

5- الهوية الافتراضية: المفهوم والأنواع:

"إن الاتصال عبر الوسائط التكنولوجية المتعددة هو العملية التي من خلالها تتولد وتنشأ الهويات وتتعدد في بيئات الانترنت المختلفة، كما أدى الترابط العالمي لأجهزة الكمبيوتر والكتلة المتنامية من المعلومات الرقمية المتبادلة في الشبكات الاجتماعية إلى بروز فضاء جديد للاتصال، ألا وهو الفضاء الافتراضي الذي يركز على التفاعلية وعلى البناء التشاركي، وعلى تبادل الاهتمامات بين عدد غير محدد من المستخدمين، وفي هذا العالم الإلكتروني وجب التمييز بين بروز وظهور المستخدمين بهوياتهم الحقيقية أو بتلك الهويات الناشئة والتي يطلق عليها عادة "الهويات الرقمية أو الافتراضية".

"أعدت أشكال الاتصال عبر الانترنت تشكيل الرابط الاجتماعي، بابتكار طرق جديدة لذلك مما ولد تنشئة اجتماعية مختلطة سميت بالهوية الافتراضية ؛ وهي الهوية التي تكون للفرد في العالم الافتراضي"²، والتي يستتر خلفها تبعا لعدة عوامل ومسببات تختلف باختلاف شخصية كل مستخدم.

"إن الاتصال الافتراضي يوفر للتفاعل الاجتماعي العديد من إمكانيات العرض الذاتي الذي يظهر المفاوضات الهوياتية والتحويلات الدائمة والتلاعب بالذات ؛ فالحياة الافتراضية هي تجربة اجتماعية وجماعية في فضاء اجتماعي، أين تتعدد سبل تجسيد وتحقيق عملية التواصل الاجتماعي بين الأفراد المجهولين، بالإضافة إلى أن التجربة الافتراضية تسمح

¹ محمد إبراهيم، الهوية والقلق والإبداع، دار القاهرة، القاهرة، 2002، ص 37.

² Casilli Antonio-A, **Etre présent en ligne** : culture et structure des réseaux sociaux d'internet, idées économiques et sociales n °169, dossier les réseaux sociaux, septembre, 2012 , p 16 .

للأفراد المستخدمين لها بالعيش بهوية افتراضية بمجرد امتلاك أو وجود وسائل متعددة ومواقع في هذه الفضاءات الرقمية".

و"يعمل المستخدم الذي يكشف ويتفاعل وينشط في سياق المتحاورين المتخيلين اجتماعيا في شبكة الانترنت في واجهة خاصة به، على تدوين هويته عبر هذا الفضاء الرقمي من جهة، ومن جهة أخرى ينتج هوية افتراضية متصورة وخيالية من خلال تمثّل النوع، الجنسية والدين والوظيفة، والملاحظ أيضا أن هناك استخدامات كثيرة تحققها المجتمعات الافتراضية ويتوقف ذلك على أنواعها والغايات من التواصل داخلها، كما تختلف دوافعها وحاجياتها وأهدافها".

ومن هذا المنطلق، يمكن القول "أن المجتمعات الافتراضية على اختلاف أشكالها وأنواعها هي مجالات اجتماعية افتراضية تقوم على مبدأ التفاعل والتبادل المشترك بين أعضائها لكن لن يتأتى لهم تحقيق تلك الحاجيات الاجتماعية في التواصل إلا من خلال تشكيل هوياتهم وتمثّلهم في صور وبيانات رقمية لإقامة مجموعة من العلاقات الافتراضية والتي تتجسد في هذا النوع من المجتمعات".

ففي "دراسة اجتماعية معاصرة أنجزتها الباحثة الفرنسية **George Fanny**" حول الموضوع لبحث خصائص الهوية الافتراضية في ضوء الشبكات الاجتماعية، توصلت نتائج الدراسة إلى نتيجة هي أن عملية عرض الذات ليست إلا جزءا من الهوية الرقمية التي تعرض في المجتمع الافتراضي، حيث تتسج هذه الأخيرة من خلال عملية الجمع بين مجموع الرموز التي اكتسبها الفاعل ومجموع الرموز التي يتوفر منها الجهاز والتي تكون انعكاسا مباشرا للمؤشرات الثقافية التي هي عرضة لها، ويتجلى ذلك من خلال استخدام مجموع العناصر الرمزية القابلة للملاحظة على الشاشة والحاملة لمعاني معينة سواء كانت كلمات أو صور أو مقاطع فيديو ذات أبعاد دلالية تساهم في التعبير عنها، حيث تنقسم الهوية

الافتراضية إلى ثلاثة عناصر رمزية تعكس تمظهراتها في المجتمع الشبكي، تبرز ملامحها والتغيرات الحاصلة لها:

أ- **الهوية التصريحية: "Identité déclarative"** تبرز من خلال المعلومات التي يجري إدخالها من قبل صاحب الحساب مثل: الإسم، تاريخ الميلاد، الصورة... إلخ ". أي أن هذا النمط يعبر عن ما يصرح به المستخدم من بيانات أولية حول ذاته.

ب- **الهوية النشطة: "Identité agissante"** تبرز من خلال التقارير الدورية للصفحة عن نشاطات المستخدم مثل: إضافة صديق أو الانضمام إلى مجموعات معينة ". وهذا النمط يكشف عن مختلف الأفعال التي يقوم بها المستخدم عبر الفايسبوك والتي تعطي بدورها انطبعا حول هويته الاجتماعية تحديدا وحول تفضيلاته ومواقفه أيضا.

ج- **الهوية المحسوبة: "Identité calculé"** تبرز من خلال متغيرات عديدة يعدها النظام وتعرض على الصفحة، توضح عدد الأصدقاء، عدد المجموعات والتواريخ المهمة. وتسمح هذه الأبعاد الثلاثة بالتحليل الكمي لتغيرات ملامح الهوية وسياق تواجدها في الفضاء الرقمي¹.

"أنتجت مواقع التواصل الاجتماعي فضاءات لا تحكمها مرجعية التوقع بالمعنى الفيزيائي، متمثلة في الواقع الافتراضي الذي يتشكل وينتج في منصات هذه المواقع الاجتماعية من طرف المستخدمين المتفاعلين في هذا المجال، ومنه فهو بمثابة تجاوز الإكراهات الفيزيائية المرتبطة بالزمان والمكان، وهذا ما يتجسد من خلال الاشتراك والتحاور والتفاعل في هذا المجتمع الافتراضي الذي يتم بالكشف عن الهويات الحقيقية أحيانا، أو دون الاضطرار للكشف عنها في أحيانا أخرى، إن هذا النوع من التحرر دفع بالمستخدمين إلى

¹ بوردريال عبد القادر، **مواقع التواصل الاجتماعي وأثرها على الشباب الجزائري**، دراسة عينة من مستخدمي موقع الفايسبوك بولاية البليدة، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه علوم في علوم الإعلام والاتصال، كلية علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر3، 2017، 2016، ص 153.

خلق هويات افتراضية بما يتناسب وتحقيق رغباتهم وميولاتهم عن طريق التلاعب بالبيانات الشخصية".

ويحيل مصطلح الهوية الافتراضية في هذا السياق "إلى الهوية التي تنتج أو تتشكل فمواقع التواصل الاجتماعي من طرف المستخدمين والتي يفترض أن تكون بمثابة إعادة لعرض الهوية الحقيقية في الملفات الشخصية، أو انتاجا لهوية غير حقيقية تتنافى وتلك التي يكتسبها المستخدم والتي يطلق عليها الظاهرية أو الافتراضية، هذا وتتسم الهويات الناشئة في المجتمعات الشبكية بالحركية وديناميكية، يكونها الفرد في مجتمع الانترنت¹". فالهوية الرقمية من الصعب أن تتسم بالاستقرار والثبات، وإنما هي على الدوام في حالة تغير وتطور مستمرين حسب طبيعة التفاعل الاجتماعي للأفراد عبر الشبكات الاجتماعية.

"فنادرا ما يعرض المستخدمون لمواقع التواصل الاجتماعي في ملفاتهم الشخصية أسماءهم الحقيقية ومعلوماتهم الحقيقية المكونة لهويتهم الحقيقية بل يلجؤون في تشكيل الهوية الافتراضية المكلمة أو النسخة المطابقة لتلك الحقيقية، والتي يعتبرها الباحثون امتدادا تقنيا للهوية الحقيقية إلى بيانات مزيفة، فأتداء تواجد المستخدم في هذه الفضاءات الرقمية يسجل بيانات ومعلومات رقمية عن نفسه يطلبها نظام تشغيل هذه المواقع من أجل السماح له بالدخول لهذه المنصات الافتراضية، وتعد هذه الخطوة الأولى لدخول إلى المجتمع الشبكي بديناميكياته المختلفة، حيث ينشأ أو يشكل الفرد هويته الشبكية والتي يعرف بها ذاته ويتعرف عليه المستخدمون الآخرون عن طريقها، وهذا ما يمثل أساس التواصل والتفاعل داخل الشبكات، إذا هي بيانات أكثر من اعتبارها هوية".

نستج، "أن الهوية الافتراضية هي تمثل رقمي لما هو عليه الشخص في المجتمع الحقيقي أحيانا وهذا يتوقف على رغبة وميول الفرد المتمثل رقمي، ومجمل الأهداف التي يسطرها لدى هذا النوع من الشبكات، وبالتالي تعج هذه المجتمعات الافتراضية بالهويات الافتراضية والتي

¹ محمد علي رحومة، الانترنت والمنظومة التكنو-اجتماعية، بحث تحليلي في الآلية التقنية للانترنت ونمذجة منظوماتها الاجتماعية، 2005، ص 317.

يمكن أن تتطابق وتلك الهويات الحقيقية التي يمتلكها الأفراد في بيئاتهم الواقعية على غرار ملامح وصفحات الشخصيات المشهورة أو الشخصيات العامة التي تريد من خلال صفحاتها التواصل مع جمهورها، وبالمقابل لذلك نجد البعض الآخر على هذه المواقع يتمثلون رقميا لما هو متخيل ومأمول بالنسبة لهم حسب الميولات والرغبات وكذا الاحتياجات التي يرغبون في تلبيتها".

على ضوء ما سبق، "يبدو أن مضمون الهوية الافتراضية يعرف عمليات تنميط فعلي مادتها ذوات الفاعلين التي أضحت تخضع لعملية نمذجة في ظل المجتمع الشبكي وبخاصة أن سياقات التبادل المعلوماتي المتسارع والجاري عبر الشبكات الافتراضية يفتح الباب على مصراعيه لتداول عناصر بل نماذج ثقافية متعددة، وعليه يجد المستخدمون لهذا الفضاء الافتراضي أنفسهم محاطين بنماذج ثقافية متنوعة، تجعلهم في وضعية مساءلة دائمة بين ثقافة أصلية يسعون إلى الحفاظ عليها وأخرى وافدة قد تعزلهم، أو تهيمن عليهم، لتعكس مباشرة على مضامين هويتهم التي تبرز تماثلاتها في تداولاتهم الافتراضية، ومن ثمة ممارساتهم الواقعية وتطلعاتهم لأدوارهم الحضارية".

وفي سياق متصل، "يقوم الأفراد المشكلون للمجتمع الافتراضي ببناء هوية افتراضية خاصة، تكون في بعض الأحيان مطابقة للواقع وفي أحيان كثيرة مزيفة ومستعارة، ويقصد هنا بالهوية الافتراضية مجموعة المعلومات الشخصية التي تكون الذات الالكترونية، كالاسم، السن، الجنس، وغيرها من البيانات التي يقدمها المستخدمون على أساس أنها تعكس شخصيتهم وهويتهم الحقيقية، ونظرا لغياب الوجود أو الحضور الفيزيائي، فإن غالبية المستخدمين يقدمون أنفسهم بشخصيات مستعارة وهويات غير حقيقية، من خلال الإدلاء ببيانات ليست صحيحة، حول أسمائهم، جنسهم، بلدهم إلى غير ذلك، ويعمل الأفراد على تغيير هوياتهم كما يحلو لهم، ويتقمصون شخصيات عديدة، وتختلف دوافع القيام بهذا السلوك من شخص لآخر، فمنهم من يخشى أن تستغل معلوماته لأغراض معينة، وانتهاك خصوصيته، ومنهم من يريد التعرف على آراء الآخرين وأحكامهم المختلفة حول تلك

الشخصية التي اصطنعها وتقمصها. وتعتبر الانترنت بصفة عامة الفضاء الذي يوفر إمكانية تقمص الشخصيات وتبني هويات متعددة، وكما يقول "محمد رحومة" فإن الفرد قادر أن يتمثل كيفما يشاء، وكيفما توفر له التقنية المستخدمة من إمكانيات التمثيل، وهو دائما ليس هو إلا بما يقدم نفسه للآخرين، فقد يغير أو يكيّف بياناته الشخصية أو يزيّفها على كل المستويات من يدري؟¹. فالمستخدم يملك قدرة كبيرة على التحكم في بناء هويته حسب الموقف أو الوضع الاجتماعي الذي يكون متواجدا فيه".

إذ "يعتبر التركيز على الهوية والشباب من الدراسات النادرة نظرا لتشعب كلا المفهومين وتداخلهما مع مفاهيم أخرى، ضف إلى ذلك أن مسألة الهوية لدى العرب ككتلة بشرية متعددة، بحيث لا نجد هوية واحدة تجمعهم، والدليل أن لكل مجتمع قومي تاريخه الخاص به، وثقافته الفريدة المرتبطة بعاداته وتقاليده المميزة لذلك المجتمع، حتى اللهجات واللغات المتواجدة داخل دولة تصعب عملية تجميعهم وكيفية الحفاظ عليها²". فحتى في المجتمع الجزائري غالبا ما نجد الباحثين يؤكدون على وجود أزمة هوية في المجتمع الحقيقي ولا شك أن لهذا تأثيرا أيضا على تشكل الهوية في العالم الرقمي.

6- الشبكات الاجتماعية والهوية الافتراضية:

"انتشر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي عبر الانترنت في العالم، بوتيرة فاقت كثيرا من التوقعات، وأصبح الفايسبوك والتويتر ضمن السلوك اليومي لكثير من مستخدمي الانترنت سواء عبر أجهزة الكمبيوتر أو الأجهزة الدفترية، وكذلك الهواتف المحمولة. ونتيجة لقوة انتشار وسائل الإعلام الإلكتروني الذي يصفه البعض بأنه إعلام بديل، الذي أصبح فضاء

¹ إبراهيم بعزیز، منتديات المحادثة والدرشة الالكترونية، دراسة في دوافع الاستخدام والانعكاسات على الفرد والمجتمع، مذكرة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم السياسية والإعلام، جامعة الجزائر، 2007، 2008، ص 80، ص 81.

² الخنساء تومي، دور الثقافة الجماهيرية في تشكيل هوية الشباب الجامعي، أطروحة دكتوراه علوم في علم الاجتماع تخصص علم الاجتماع الاتصال، جامعة محمد خيضر بسكرة أنموذجا، 2016، 2017، ص 262.

يوميًا يضح بالمعلومات والآراء والصور والتفاصيل اليومية الاجتماعية والثقافية والاقتصادية والسياسية".

و"من المسائل المركزية التي تناولها الباحثون بالدراسة علاقة مواقع الشبكات الاجتماعية بالهوية الذاتية للفرد، فمواقع التواصل الاجتماعي تمثل مجالًا يستعرض فيه الناس أنفسهم وذواتهم في فضائهم الصغير (الجداريات)، وقد تناول الباحثون هذه الأخيرة بالدراسة والتحليل من خلال جملة المؤشرات التي يختار المستخدم إبرازها أو إخفائها والتي تكون ملمحه (كالجنس والعمر والدين والمدينة التي يعيش فيها...) ويعتمد المستخدم استراتيجيات مختلفة للظهور إلى الآخرين كاختيار صورة دون أخرى لملمحه وما يقبل أن يظهره عن حياته الخاصة وما يخفيه عن الآخرين. من هنا فإن مواقع التواصل الاجتماعي تتيح معرفة استراتيجيات بناء الهوية الذاتية من خلال دراسة التفاعل بين ما يسمى الهوية الواقعية والهوية الافتراضية¹". حيث يتم التركيز على التعمق في دراسة أنماط الهويات لمعرفة مدى إمكانية اعتبارها انعكاسًا لما هو حقيقي أو مدى قربها لما هو خيالي وزائف.

وأضافت "إليزابيث ليندر" أن "الفايسبوك بات من المواقع التي يستخدمها الناس يوميًا، وهم يكتبون ويضعون كل المعلومات التي تهمهم، إضافة إلى صورهم الشخصية وفي هذا السياق قالت الأخصائية في السياسات والشؤون الحكومية في الفايسبوك "إليزابيث ليندر"، أن موقع التواصل الفايسبوك عالم واقعي وهوية حقيقية، وخصوصًا أنه يبين نمط تفكير الشخص ومستواه الثقافي وأسلوب حياته، والكثير من التفاصيل التي تعد واقعية، وليست خيالية أو افتراضية²". فهذا الموقف إذا يدعم التكامل بين الهوية الافتراضية والواقعية حيث لا يبدي أي اختلاف بينهما، فلا تعد تلك الهوية سوى نسخة عن ذات الفرد الحقيقية.

ولقد "توصلت الباحثة الفرنسية "Georges Fanny" في دراسة اجتماعية أنجزتها حول الموضوع، لبحث خصائص الهوية الافتراضية في ضوء الشبكات الاجتماعية من خلال

¹ ربحانة بلوطي، مرجع سبق ذكره، ص 90.

² المرجع نفسه، ص 90.

عرض الهوية الافتراضية على هذه الشبكات، إلى أن عملية عرض الذات ليست إلا جزءا من الهوية الافتراضية التي تعرض في المجتمع الافتراضي، حيث تنسج هذه الأخيرة من خلال عملية الجمع بين مجموع الرموز التي اكتسبها الفاعل ومجموع الرموز التي يتوفر منها الجهاز والتي تكون انعكاسا مباشرا للمؤثرات الثقافية التي هي عرضة لها، ويتجلى ذلك من خلال استخدام مجموع العناصر الرمزية القابلة للملاحظة على الشاشة والحاملة لمعاني معينة سواء كانت كلمات، صور أو مقاطع فيديو ذات أبعاد دلالية تساهم في التعبير عنها.¹ وتمثل الهوية دورا رئيسيا في المجتمعات الحقيقية وكذا المجتمعات الافتراضية على شبكة الانترنت، ويتمثل النشاط الأساسي لها في تبادل المعلومات وهذا التبادل للرسائل بين المستخدمين الشباب هو تبادل للهويات التي أصبحت إشكالية في عالم الاتصالات الإلكترونية".

وعليه فللهوية "في الفضاء الافتراضي تحدد من خلال عنوان البريد الإلكتروني أو الاسم المستعار أو الصورة الرمزية التي يقدمها الانترنتي وغيرها من الأشياء التي قد لا تعكس هويته الحقيقية أو لا تقدم القدر الكافي من المعلومات لمعرفة حقيقته، وهو نفس ما ذهب إليه "علي محمد رحومة" حين عرف الهوية الافتراضية بأنها: السمات والمواصفات التي يقدمها الفرد الطبيعي للآخرين عبر الانترنت، فتكون عملية الاتصال تتم بين ثلاثة أطراف وليس طرفين وهي : الشخص العادي والهوية الافتراضية والأشخاص الآخرون. وهكذا يظهر أن الفرد يتمتع بقدر من الحرية في عرض هويته الافتراضية فيمكنه أن يقدم نفسه كما يشاء وعلى المحو الذي يريده وهو السلوك الذي قد يتعذر عليه في المجتمع الواقعي".²

ويعتبر "موقع الفايسبوك مساحة تفاعلية اجتماعية، وفضاء افتراضي يجمع بين عرض الذات ومراقبة الآخرين، يسمح لكل مستخدم بمعرفة شبكته وإثراء فضاءه الشخصي، إن

¹ Georges Fanny, *l'identité numérique sous emprise culturelle*, de l'expression de soi à sa standardisation, les cahiers du numérique, 2011, p,p 47,48.

² الزهرة غمشي، مرجع سبق ذكره، ص 45.

صورته الافتراضية تتأثر وتتمو من خلال المشاركات التي يتبادلها مع المستخدمين الآخرين وبالتالي فإن الأدوار الاجتماعية التي يلعبها المستخدم هي التي تحدد هويته الافتراضية التي تعتبر تمثالا لذاته على هذه الشبكة ؛ إذ يتوفر موقع الفايسبوك على خصائص ومميزات وخدمات عدة تسهل من عملية التواصل بين أعضائه مثل خاصية الإعجاب وهي خاصية متاحة بين الأصدقاء ومجموعات وصفحات الأعضاء، كما يتضمن الموقع صفحة إعدادات الخصوصية التي تحمل المعلومات والبيانات المتعلقة بالمستخدم كالصور، تحديث الحالة، المنشورات والاقباسات المفضلة، العائلة، الأصدقاء، التوجه السياسي والديني، الموقع الذي تمت زيارته، مقاطع الفيديو الذي تم إضافتها ومشاركته في الصفحة، ويمكن أن تكون هذه المعلومات متاحة لجميع المشتركين أو المستخدمين ضمن الشبكة".¹

يمكن "النظر للتغير الاجتماعي الذي يحدث في الجزائر برؤية حتمية التحول في مسارين، أولهما ما يعرف **بالحتمية التقنية**، وثانيهما، ما يعرف **بالحتمية الاجتماعية**، وإن لكلا المسارين وجهات نظر تدعم تفسيره، إلا أن التفسير الذي قدمه بعض المفكرين في اختلاف معدل التغير في كل من الثقافة المادية واللامادية، نتيجة التأثير التقني في المجتمعات يعد الأساس في التحليل الاجتماعي لتقنية الاتصال، مع احتمال حدوث تصادم بين التغير التقني والتغير الثقافي، ويترتب عليه خلل وظيفي مما يؤثر في تفكير أفراد المجتمع، وتتوتر القيم والإيديولوجيات السائدة".²

و"تبرز الحتمية الاجتماعية في مقابل الحتمية التقنية على أساس أن القوى الاجتماعية بأنواعها تمتلك زمام تطور التكنولوجيا، وتؤثر في تطويرها وتوجيهها، واشتهر في هذا

¹ Stieger Stefan, Burger Christoph, Bohn Manuel, Voracek Martin, Who commits virtual identity suicide ? differences in privacy concerns, Internet addiction, and personality between facebook users and quitters, cyber psychology, behavior, and social networking, volume 16, number, 2013, p 631.

² ساسي سفيان، تكوين الهوية الرقمية للشباب الجزائري، مقاربة سوسولوجية لاستخدام شبكات التواصل الاجتماعي، ورقة بحثية قدمت ضمن المؤتمر الرقمي الأول للإنسانيات والعلوم الاجتماعية، ص 53، ص 54.

الاتجاه، الأمريكي ليزلي وايت، والذي قدم الطرح التالي: إن النسيج الاجتماعي هو الثقافة المتقدمة بخطى التكنولوجيا، وتبنى المجتمعات البشرية ثقافيا بواسطة المادية التكنولوجية، وتبنى اجتماعيا بفعل التطور الاجتماعي، بمعنى جدلية الاجتماع/ التقنية".

و"تعد الوسائل الحديثة للاتصال عنصرا أساسا في عملية تغير المجتمع الجزائري في الفترة الحالية، وتؤدي الثقافة اللامادية التي تنتجها هذه الوسائل، كالأيديولوجيات السياسية والاجتماعية إلى تغير واسع في حياة المجتمع، أكثر من تأثير الثقافة المادية في بعدها التكنولوجي، ولكن يصعب قياس هذه التغيرات".

وعلى "الرغم من تأثير منتجات الانترنت بما فيها شبكة التواصل الاجتماعي إلا أنه لا يمكن الجزم أنها العامل الوحيد في إحداث التغير داخل المجتمع الجزائري إذ يبين الواقع تساند عوامل عدة، اقتصادية، تعليمية، وأيدي عاملة، جغرافية، تكنولوجية، قادة مخلصون، إعلام مسؤول، وإيديولوجيا موجهة، تتفاعل هذه العوامل لإحداث التغير، لذلك يصعب تحديد العامل الفاصل في التغير، بشكل ديناميكي عبر الزمن، ولكن نستطيع القول أن الثقافة فقدت السيطرة على المجال التقني، وتحولت إلى أداة تطوع ما تفرضه هذه التكنولوجيا من متطلبات، ويبرز ذلك في تقليد الحتمية التقنية ثم لاحقا في الحتمية الإعلامية".¹

"نلاحظ أن شبكة التواصل من أهم العوامل التي يقوم عليها التركيز في حياة الشباب الجزائري في وقتنا الحالي، وثمة علاقة وطيدة بين ازدياد الإقبال على هذه القنوات وسرعة التغيير في المستويين الثقافي والروحي القيمي لديهم، وأولئك الذين يجهلون التاريخ جهلا تاما فقط، يمكن أن يعتقدوا أن القيم التي يحملونها عصية على التغيير، أو أن بإمكانهم قهر التكنولوجيا بهذه القيم، ذلك أن التكنولوجيا ليست مجرد آلات خرساء من المعدن والبلاستيك بل هي قبل كل شيء مجال ثقافي وأخلاقي يمتلك قدرة غير محدودة اليوم على الانتشار".²

¹ نفس المرجع، ص 54.

² نفس المرجع، ص 57.

"وتطورت فكرة التشبيك والربط الثقافي عبر الانترنت حتى ظهر ما يعرف بالمجتمعات الافتراضية، وهي مواقع على الشبكة تمثل نقطة التقاء لمجموعة من الأشخاص يتواصلون معا من خلالها باستخدام نظم القوائم البريدية أو التراسل الفوري والمحادثة والدرشة والحوارات المطولة ومجموعات الأخبار وغيرها من أساليب التواصل الاجتماعي، ويكون القاسم المشترك بينهم قضية ذات اهتمام مشترك أو التخصص المهني أو التوافق في الهويات والاهتمامات، وبمرور الوقت تنشأ بين المشاركين أو الأعضاء في الموقع علاقات وثيقة على مستوى الفكر وعلاقات العمل والقناعات والآراء فيتشكل المجتمع التخيلي الافتراضي الخاص بقضية ما، لأنه كائن فقط على مستوى الشبكة وليس في العالم الواقعي".

وتوصلت "الباحثة" شيري توركل في كتابها الحياة على الشاشة، حيث درست المجال الاجتماعي للبيئات الالكترونية التي يستعملها كثير من المستخدمين، إلى أن "الحواسيب لا تغير حياتنا فحسب، بل تغير ذواتنا أيضا". فعلى شبكة الانترنت كما يقول "توركل" تبنى الذات وتبنى قواعد التفاعل الاجتماعي، ولا تتلقى تلقائيا، فحين نستخدم شبكة الانترنت يهني أننا نبتدع ذواتنا على نحو متواصل، فأنت ما تزعم أنك عليه، وهويتك على الحاسوب هي حصيلة حضورك المشتت، ذلك أن هويتك شديدة السيولة والتعدد إلى الدرجة التي تجعل مفهوم الهوية ذا حدود فضفاضة. وخلافا لما كانت عليه الهوية من ثبات وفردية وموثوقية، فإن الهوية على الانترنت كما ترها "توركل" متعددة وقابلة للاصطناع والمراجعة مرارا وتكرارا¹.

و"من أبرز السمات التقنية لبيئات الوسائط الشبكية أولا الطابع اللامكاني لشبكات الاتصالات التي تقلص النطاق الجغرافي، بحيث يصبح معها للأماكن التي يمكن الذهاب إليها والأشياء التي يمكن الحصول عليها من الشبكة، أهمية بالغة في تحديد الهوية، تتجاوز أحيانا أهمية المكان الذي يوجد فيه الفرد أو الذي ينحدر منه. وثانيا إن الاتصال الشبكي

¹ عبد الغني عايد، سوسيولوجيا الهوية، مرجع سبق ذكره، ص 209.

غير مجسد، ولا يتطلب حضورا مشتركا للتفاعل الروتيني بين الأشخاص. وقد كان الجسد البشري قد مثل تقليديا أساسا ثابتا نسبيا لتحديد الهوية، لكن الشبكة التي تمكن من القيام بالاتصال من دون وجود الأجساد معا في الزمان والمكان، قللت من أهميته كسمة ملازمة للهوية في التفاعل الاجتماعي".¹

"الأمر الذي يقلل من دور المظهر الخارجي والسلوك في رسم ملامح الهوية وبناء المواقف المسبقة تجاه الآخر، خلافا لما كان سائدا سابقا، ذلك أن محددات الهوية مثل الجنس ولون البشرة وشكل الجسم والسن واللباس، لا يمكن إدراكها ما لم يتطوع الآخر بكشفها، حتى حينها لا يمكن الوثوق بما يخبره لنا الآخرون من معلومات".

ففي "العالم الافتراضي يصبح بمقدور الأفراد أن يبنوا هوياتهم وفق مشيئتهم، بدلا من أن يقرر عنهم الآخرون كنه ذواتهم، بناء على سمات منحازة مثل المكان والجسم والصفات الفيزيائية، إذ يعتبر بعض الدارسين هذه النتائج إيجابية، ما دامت الشبكات الرقمية قد أفضت كأداة إلى التحرر من الأحكام المسبقة التي ميزت مجموعات الهويات التي وجدت في حقبة ما قبل الحداثة والحداثة. إذ أصبح بمقدور الأفراد أن يسيطروا تقنيا على شروط تمثلهم وذواتهم لهويتهم"².

"لكن هذا التقويم التقدمي والمتفائل لعملية بناء الهوية، في عصر تقانة الشبكات لا يحظى بإجماع شامل، إذ رأى بعضهم غياب الجسد وسرية المعلومات في أثناء التفاعلات الشبكية لا يعالجان المشكلة القائمة على التمييز والانحياز في العالم الحقيقي، بقدر ما يخفيها وبتيح الهروب منها. ومما لا شك فيه أن هذه الانتقادات الموجهة إلى الهوية ذات الطابع الشبكي المصطنع (الافتراضية)، تستحق النظر والدراسة، لكنها تظل مع ذلك مثيرة للجدل، وبخاصة أن الدراسات التي أجريت مؤخرا، أظهرت أن عدد الأفراد الذين يستخدمون الانترنت بانتظام من أجل بناء هويتهم هو عدد محدود، على الرغم من أولئك الذين يبحثون عن أداء هويات

¹ المرجع السابق، ص 209.

² المرجع نفسه، ص 209.

بديلة قد يستمرون وينجحون في تقمص تلك الهويات على منصة الانترنت، إلا أن معظم الناس يدخلون العالم الافتراضي حاملين مكتملة وليسوا ساعين إلى إيجاد هويات جديدة".¹ من جهة أخرى، "يشجع إخفاء الهوية الحقيقية التي تتيحها الشبكة، على إظهار الذات الداخلية للفرد وتحقيق "الأنا الأعلى" بما يؤدي إلى كبح المعايير الاجتماعية، وهو ما يؤدي من جهة أخرى تفلت الأفراد في تعليقاتهم بما قد يعبر عن أبعاد جديدة في شخصياتهم. فهذا التفاعل يبقى في الغالب حسب بعض الدراسات تفاعلا فرديا من خلال شاشة الكمبيوتر، يدخل فيه الفرد بصفته الافتراضية فيأخذه من عالمه الواقعي إلى عالم افتراضي تخيلي بما يؤدي إلى نوع من أنواع الاغتراب والانفصام، يقدم فيه الفرد آرائه وأفكاره وتصورات الشخصية، لا الاجتماعية متحررا من أي تبعية دينية أو اجتماعية أو قيمية".²

"غالبا ما يوصف الجيل الذي ولد في نهاية الثمانينات وبداية التسعينات من القرن العشرين بجيل الانترنت، حيث يميل إلى التفاعل والتآلف الاجتماعي وبناء هويته الرقمية مستثمرا الآليات التي يتيحها له الفضاء الإلكتروني، وهو بذلك يختلف عن الأجيال التي سبقته من حيث تمثل التكنولوجيا والمهارات التقنية والكفايات الاجتماعية التي يملكها".³ و"من الأبعاد الأكثر تجديدية في الانترنت، تمكين المتفاعلين ضمن فضاءها من تجاوز الإكراهات الفيزيائية المرتبطة بسياقات الحضور وطقوس المكان، واستحداثها لسياقات افتراضية تطبع التبادل بطابعها. لقد غدا ممكنا ولأول مرة في تاريخ الاتصال البشري الحديث إلى الآخرين (الغرباء) ومحاورتهم بطريقة تتيح للفرد التكم التام على هويته الفعلية والحضور غير التجسدي وتضفي على التبادل صيغة تزامنية".

"إن الانترنت تفتح فضاءات لا تحكمها مرجعية التوقع بالمعنى الفيزيقي، تمكن الأفراد من تجاوز اكراهات الحضور الجسدي والتحاوور دون أن يكشفوا عن هوياتهم الحقيقية. إن

¹ نفس المرجع، ص 210.

² نفس المرجع، ص 210.

³ الصادق رابح، فضاءات رقمية: قراءات في المفاهيم والمقاربات والرهانات، ط 1، دار النهضة العربية، بيروت، لبنان، 2013، ص 89.

هذا التحرر النسبي لمستخدمي الانترنت في علاقتهم بالمكان والجسد والوضع الاجتماعي ستخلق نوعا جديدا من الممارسات متمثلة تحديدا في تمكين الأفراد من اصطناع هويات افتراضية وإدارتها بما يتناسب و رغباتهم في التعدد الهوياتي، إنها هوية فنتازمية تسعى إلى القفز على محركات الهوية الاجتماعية".

إن "مصطلح الهوية الافتراضية يحيل في هذا السياق إلى الهوية التي تتجلى في المنتديات الحوارية وغرف الدردشة الانترنتية والتي يفترض أن تكون انعكاسا لهوية حقيقية. إن الفرد في هذه الحالة يسعى إلى التلاعب بهويته بهدف دفع محاوريه والمتفاعلين معه إلى التعامل معه على أساس أن هذه الهوية المتخيلة (الفنتازمية) هي هويته الفعلية. ويستطيع بهذا الشكل أن يشارك في المنتديات الحوارية بهوية أستاذ مثلا بينما هو طالب، أو من سكان القرى رغم أنه من سكان المدن، أو كبير في السن بينما هو في الواقع مراهق أو امرأة بينما هو رجل، لقد منحت الانترنت الأفراد إمكانية تجريب وتقمص أشكال مختلفة للذوات / الهويات بهدف معاينة ماذا يمكن أن يحصل عند ذلك (عند تقمص هويات مختلفة). إن هذا الأثر لا يمكن أن يتحقق إلا عندما تغدو الذات الافتراضية هوية مقبولة ومعتزفا بها ضمن العلاقة التفاعلية مع الآخر، مع افتراضنا بأن هذا الآخر قد يكون هو نفسه هوية فنتازمية". و"يفترض في الهوية الافتراضية المستعارة في فضاء الدردشة الانترنتي وعلى عكس البيئة متعددة المستخدمين حيث يكون البحث عن نفس الشكل من التأثير بطريقة لعبية، أن تحيل على الشروط الفيزيائية والاجتماعية الحقيقية للمتلاعبين بهوياتهم. فالفضاءات الحوارية الانترنتية التي تتيح للأفراد التبادل مع التكم على هوياتهم الفعلية (باستخدام أسماء مستعارة)".

كما "أن عملية استحداث أكثر من هوية عملية ليست بيسيرة، فبناء هوية تفاعلية ذات طبيعة متاغمة مكانيا وزمانيا أمر تعترضه الكثير من العوائق والاكراهات، وهو ما يجعل عملية تبنيها ليست بالأمر السهل. ذلك أن فاعلية هذه الهويات تكمن في قدرتها على إقناع المتحاورين معها في غرف الدردشة والمنتديات، بأنها تحيل على هوية فيزيائية حقيقية

"إن الإشباع اللامتاهي لأنا الفرد من خلال الاعتراف بفتازمياته في الفضاء الانترتاني، يدفع به إلى الانغلاق ضمن ممارسات انترتنية يطبعها إكراه الذات على استبدال الافتراضي بالواقعي، وتبني موقف شيزوفريني (انفصامي) وانطوائي".¹

إن "بناء الذات الافتراضية قد تكون بالنسبة للكثير من مرتادي الفضاء الانترتاني مخرجا للهرب من الاكتئاب كما يصفه "اهرنبارغ" إنه سعي يهدف إلى ملء الفراغ الذي يعيشه الفرد بين تصوره المبالغ فيه لنفسه (النموذج الذي تسعى الذات أن تكونه) واستتباطه لوضعه الطبيعي (الذات كما يعيشها)، فعوض أن يكون اليأس بديلا عن تحقيق هذه الذات النموذج (أن يكون الفرد ذاته)، فإن المستخدم المولع بالانترنت سيتمكن وبالقليل من الاستثمارات والجهد من بناء ذات أكثر تناغما وتماثلا مع رغباته، و ذلك مع آلية الذوات الافتراضية، هذه الذوات لا تجد مرجعيتها في الواقع الاجتماعي بل في الواقع الذي تخلقه الذات الحقيقية لنفسها. فكلما انفصلت الذات عن محدداتها الاجتماعية سعيا وراء الاستقلالية والسيادة، كلما كانت مضطرة إلى البحث عن أصلاتها وطبيعتها داخلها".²

"الذوات الافتراضية تتوحد مع الذات الفعلية ويصبحان شيئا واحدا، بل ربما أصبحت هي ما يحيل على الفرد. إن هذه الذات وقد تركت لنفسها لن تكون إلا انفعالات غريزية أو تماثلا مع الموضة السائدة. بل إن هذه الذات أو الذوات الافتراضية التي يستعرضها الفرد ليست إلا أشكالاً مستنسخة من انفعالاته الغريزية أو نماذج متعالية توحى بها وسائل الإعلام والإعلان. ولذلك ليست صدفة ولا مستغربا أن يسعى الكثير من المتلاعبين بذواتهم عند تقديم أنفسهم في الفضاء الانترتني إلى استعارة ولو بطريقة مباشرة".

وفي هذا السياق يمكن "اعتبار الانترنت كمخدر عازل للفرد عن محيطه الطبيعي. إن طبيعة العلاقة هي التي تخلق المخدر دائما، أي البحث عن تغيير شخصية الفرد التي تتيح له أن يكون أفضل من ذاته (مما هو عليه) ، وأكثر من ذاته وبكل الأحوال أن يكون ذاته

¹ نفس المرجع السابق، ص 129.

² نفس المرجع السابق، ص، ص 133، 134.

لكن بتمظهر آخر. إن الهدف النهائي للمتلاعب بذاته في الفضاء الانترنطي هي أن يكون ضمن هذه الفئات الثلاث : أفضل من ذاته، ذاته لكن بتمظهر آخر ، فالذوات الافتراضية التي ينقمصونها تبعد بهم عن ذواتهم الفعلية وتدفعهم إلى عوالم اشباعية وتسكينية (مانحة للطمأنينة كما يتصورونها) يرتادونها باستمرار، حيث تمنح الفرد ولو لبعض الوقت أن يكون ما يريد مع علمه بأنها ليست كينونته الحقيقية¹ .

هذا "التوجه ذو الطبيعة الشيزوفرينية (الانفصامية) المتوقع بين هوية فعلية متجذرة في بيئة فيزيائية وهوية افتراضية تنتسب إلى الجغرافيا الافتراضية هو أكثر حضوراً".
و"يمكن اعتبار الانترننت كمتنفس للهروب بعيداً عن واقع يحياها الفرد كتجربة حياتية فاشلة فبدل أن تبحث هذه الذات عن حلول في الواقع الفعلي فإنها تهرب من هذا الواقع الفعلي، فإنها تهرب من هذا الواقع وتعقداته بتخليق بيئة افتراضية متصالحة أو متوافقة مع رغباتها وتطلعاته. إن اللجوء إلى الفضاء الانترنطي كأداة لتجاوز بعض الوضعيات التي يعيشها الفرد كحالة من حالات القهر، ومساعدته في إدارتها بإيجابية غالباً ما يؤدي عند الإفراط إلى الدخول في متاهة العوالم الافتراضية. إن الفضاءات الافتراضية برحابتها وما تنتيحه من توسيع لدائرة اللقاء مع الآخرين، تمثل إدماناً ناعماً، إنها تفصل الذات المفرطة في استهلاكها عن عالمها الواقعي"².

يمكن "أن نفترض أن التلاعب بالذوات الافتراضية يعكس إرادة في التخلص من صور الذات التي يفرضها المجتمع، وتعبيراً عن رغبة في ممارسة الوجود (الحياة) بطريقة أخرى. وهذا النزوع في الذوبان في هذه الذات أو تهرباً من الواقع بقدر ما هو سعي لممارسة نوع من الاستقلالية والتطلع إلى الحرية. إن استعارة ذوات افتراضية تمثل في هذه الحالة، بالنسبة

¹ نفس المرجع السابق، ص 135.

² نفس المرجع السابق، ص ص 138، 139.

للانترنتي طريقة في التخلص من الاكراهات التي يخضع لها كعضو في الجماعة الاجتماعية، وتحقيق تطلعاته في أن يكون ذاتا متميزة عن الآخرين".¹

و"تنزع كل مجموعة ضمن الفضاء الافتراضي إلى الأخذ بمجموعة من الضوابط الجماعية التي تحكم سلوكيات أعضائها، ويبدو أن هذه القواعد لا تختلف كثيرا عن تلك التي نجدها في الحياة الفعلية. كما أنها تتميز من جماعة إلى أخرى، ذلك أن الجماعات التي تسكن الفضاء المدوناتي ليس فضاء متجانس بل أنه يتشكل من جماعات متباعدة لا يربطها ببعضها إلا تقاسم هذا الفضاء".²

"تلعب الهوية دورا رئيسيا على مواقع الشبكات الاجتماعية فهي الخطوة الأولى التي تمكن المستخدمين من معرفة الأشخاص الذين يتواصلون معهم، وبالتالي فهم وتقييم هذا التفاعل وتعتبر الهوية من بين أهم القضايا التي يطرحها استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية ذلك أنها تعتبر غامضة نوعا ما إذا ما عدنا إلى محددات الهوية التي اعتدنا عليها في العالم الفيزيائي، وتعتبر الصفحات الشخصية وشبكات الأصدقاء التي يقوم المستخدم بخلقها جوهر مواقع الشبكات الاجتماعية فبعد التسجيل فيها عبر الانترنت يكون المستخدم مطالبا بخلق صفحته الشخصية التي تحدد هويته والتي تتنوع حسب طبيعة الموقع، فللايسبوك على سبيل المثال يوفر نظام يسمح للمستخدمين بإنشاء معلومات مفصلة جدا عنهم وفي نفس الوقت يتيح للمستخدم اختيار ما إذا كانت هذه المعلومات ستكون عامة أو خاصة. وعادة ما يشمل هذا المجال على صورة فوتوغرافية للمستخدم وتتألف من معلومات مثل العمر، مكان الإقامة، الاهتمامات الشخصية إلى جانب بعض التفاصيل، ومباشرة بعد إنشاء الملف الخاص يصبح المستخدم عضوا في المجتمع ويقوم بإنشاء قائمة الأصدقاء التي ستكون أساسا لهذه الشبكة".

¹ نفس المرجع السابق، ص 142.

² نفس المرجع السابق، ص 253.

"غير أنه ومع زيادة استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية من قبل مختلف الفئات أصبح موضوع الهوية من بين أهم القضايا التي أثارها هذا الاستخدام، ففي الوقت الذي يفضل البعض تجسيد هويته الحقيقية على الشبكات فإن البعض يتجه اتجاهاً آخر بانتحال الشخصيات أو خلق هويات جديدة ولأغراض مختلفة ، فقد يكون من السهل على شخص ما إنشاء العديد من الهويات الالكترونية المرتبطة به كأصل مشترك لها والتي على الرغم من أنها غير مرئية إلا أنها ذات أهمية كبرى في العالم الافتراضي، مما يجعلنا نطرح عدداً من التساؤلات حول العلاقة التي تجمع الهويات التي لها أصل واحد، وهل هذه الشخصيات والهويات تأخذ الصفات والمسؤوليات من منشئها الأساسي أو أنها تتنوع حسب طبيعة التفاعل؟ ومثل هذه التساؤلات تؤدي إلى تحقيق مقارنة جديدة للاستفسار عن التساؤلات المطروحة منذ القدم عن العلاقة الكامنة بين الذات الجسد والتي تهدف لفهم طبيعة الذات الإنسانية، والتي تضعها أما صورة واضحة وهي أنه لكل جسد واحد هوية واحدة".

"تتنامى الشبكات الاجتماعية عبر الانترنت بشكلٍ جدّ متسارع بينما يواجه المشتركون الفعليون فيها العديد من القضايا التي تؤخذ على أنها مجرد تجارب افتراضية بينما هي في الواقع محض تجارب يخوضونها في حياتهم اليومية، ففي مثل هذه الفضاءات الافتراضية يمكن للرجل إنشاء هوية الكترونية على أنه امرأة أو العكس كما يقوم متصفحون آخرون بتطور علاقاتهم من خلال خوض تجربة علاقات خاصة مع شخصيات مزعومة أو بالأحرى مجهولة، تلك العلاقة التي تكون مبنية أساساً على عدد من الافتراضات".

و"يختلف التعامل مع الهوية في مواقع الشبكات الاجتماعية فهناك من يضع هويته الحقيقية وهناك من يحب إخفاء هويته خلف اسم مستعار ولا يكشف عنها وبالتالي يكون بوسعه أن يقوم بالعديد من الأدوار في المجتمع الافتراضي وفي كل مرة حسب الهوية الالكترونية التي ينشئها وبالتالي تعدد التفاعلات التي يقوم بها والعلاقات التي يتفاعل من خلالها حسب طبيعة الهوية ، لذا فإن الهوية في المجتمع الافتراضي ليست موثوقة دائماً

يمكن تزيف اسم الحساب وتسجيل محددات هوية كاذبة وبالتالي الملامح الاجتماعية تكون مضللة".

إن "الهوية الشخصية تعتبر بمثابة مقياس في المجتمع الافتراضي لتقييم مدى مصداقية المعلومات وكذا مدى فاعلية الاتصال وهي ضرورية جدا لبناء الثقة القائمة بين الأصدقاء المقربين ويعد ذلك مقياسا للحفاظ على شخصية الفرد وسمعته لأجل بناء المجتمع لذلك فهي تمثل أهم القضايا على الإطلاق التي أثارها استخدام الشبكات الاجتماعية¹".

7- العوامل الكامنة وراء تشكيل الهوية الافتراضية:

نحاول فيما يلي "تطوير مجموعة من العوامل الأساسية التي تتصل بتشكيل الهوية الافتراضية لدى الشباب، باعتبارها الأبعاد التي تحدد طبيعة التفاعل الثقافي والاجتماعي، وتتصل هذه العوامل بجوانب كثيرة أبرزها دوافع دخول الشباب على موقع الفايسبوك، وأنماط الشباب المشاركين في هذا الموقع، إضافة إلى الدور الذي يلعبه الموقع في تشكيل الكتلة الشبابية التي تتفاعل في المجال الافتراضي، الذي أسسه الموقع، وما هي خصائص هذه الفئة".

"يتمثل الدافع الأول في طبيعة هذه الاعتبارات التي تدفع الشباب للتعامل مع موقع الفايسبوك وبالتالي تشكيل هوية رقمية، في هذا الإطار تذهب إحدى الدراسات على أنها أهم الدوافع هي الدوافع الطقوسية، والتي يسعى من خلالها الشباب لتمضية وقت الفراغ والتسلية والتفيس عن الذات، وفي هذا السياق فإننا نجد أن التفاعل الحادث على موقع الفايسبوك يشكل الجانب العاطفي أو الدافئ في حياة الشباب لكونه يشكل الساحة التي يهرب إليها من مصاعب الحياة اليومية، والتي تؤدي أي تزايد ارتباط الشباب بالمجتمع الافتراضي عموما، وبموقع الفايسبوك بصفة خاصة، وتشكل الدوافع المعرفية الدافع الثاني، حيث يتجه الشباب

¹ مريم نريمان نومار، مرجع سبق ذكره، ص،ص،ص 70،71،72.

إلى التعامل مع الموقع للحصول على المعلومات المتعلقة بمختلف المجالات، خاصة أن هذه المعلومات تقدم له أحيانا من خلال ثقافة الصورة الأكثر ملائمة لذهنية الشباب".

بالإضافة إلى ذلك " الدوافع الاجتماعية للتعامل مع الموقع، والتي تتمثل في السعي لإقامة علاقات اجتماعية جديدة، والحرص على التفاعل الاجتماعي والمشاركة الاجتماعية مع الأصدقاء، خاصة أن الأطر الاجتماعية التقليدية الواقعية كالأسرة والمدرسة لم تعد قادرة على احتضان الشباب، وتوفير إشباع لحاجياته العاطفية، فضلا عن حرية الرأي والتعبير التي يفتقدها في مختلف المجالات وعلى كافة المستويات، إلى جانب محاولة تأسيس علاقات عاطفية مع أصدقاء جدد، لم يرتبط بهم الشباب بأية علاقات خارج شبكة المعلومات¹".

"سعي الشباب لتطوير هوية افتراضية جديدة على الفايسبوك، حقيقة أن بعض عناصر الهوية الافتراضية لم تنشأ من فراغ، بل تمتد جذورها في السياق الواقعي وتتأثر ببعض ملامحه والتفاعلات الحادثة فيه، ويتعلق البعد الأول للهوية التي يطورها الشباب على موقع الفايسبوك بالمرحلة العمرية للملتحقين بهذا الموقع فمرحلة الشباب هي البعد الأبرز في تحديد هوية المتفاعلين على ساحة الفايسبوك".

" يتحدد البعد الثاني في أن جميع التفاعلات، تدور حول عدة مشكلات أو قضايا تتصل إما بالاحتياجات الشبابية التي تميل إلى التواصل مع الآخرين، الذين حوا من خلال المجتمع الافتراضي محل أسرة، والتي تعاني أيضا من مشكلات عدم التواصل بين أعضائها".

كما "يتأرجح شباب الفايسبوك في تفاعلهم بين سلوكين متناقضين، الأول أنهم يسعون أحيانا إلى إخفاء بعض ملامح هوياتهم، حتى لا يعرفوا، وحتى يمكنهم التفاعل بقدر من الحرية مع نظرائهم على ساحة الفايسبوك، كي لا يصبحوا منكشفين، وفي ذات الوقت فهم

¹ نديم منصور، مرجع سبق ذكره، ص 36.

يتفاعلون مع نظرائهم ولديهم رغبة عارمة في الحصول على الاعتراف الاجتماعي بهم قبل هؤلاء الآخرين، وفي اعتقادنا أن ذلك يعبر عن حالة مرحلية في التعامل مع الفايسبوك، إما زمنياً أو معنوياً، حيث يمر الشاب بمرحلة يكون فيها أكثر تأثراً بقيم المجتمع الواقعي، الأمر الذي يجعله يستعين بقيمة في البداية، وفي مرحلة ثانية يتجه إلى ممارسة قيم سلبية كانتحال أسماء وصفات لا يعبر عن ذاته، حتى إذ اطمأن إلى التفاعل الحادث، والذي يشارك فيه، فإنه يكشف عن ذاته، ويتفاعل في الواقع الجديد أو المجتمع الجديد بقيم جديدة ومعايير جديدة كذلك¹.

إن استعراض الهوية الرقمية يتأثر بعدة عوامل، نلخصها فيما يلي:

- درجة اندماج المستخدم في المجتمعات الافتراضية ذات الاهتمام المشترك، ومشاركاته فيها.
- وتيرة استخدامه ومعدل تردده اليومي عليها، على اعتبار أنه كلما زاد حضور المستخدم، زادت حاجته إلى عرض الذات، وتبادل المعلومات مع المجموعات ذات الاهتمام المشترك.
- ارتباط هويته الافتراضية المتداولة على المجتمع الشبكي بهويته الحقيقية في الواقع.
- طبيعة استجابته على الصفحة، سواء كفاعل أو متفاعل أو منفعل أو مجرد ناقل لمعلومة أو مرتقب لها، ذلك أن طبيعة تفاعله في الصفحة ومواقفه، تحدد وجوده في المجموعات الافتراضية².

8- تمظهرات المجتمع الافتراضي وانعكاساته على الهوية الحقيقية:

"يبدو أن تمظهرات الهوية الافتراضية في الفضاء الافتراضي تعد انعكاساً مباشراً لتمثلات جزء بسيط من الذات الفاعلة في الواقع، سواء من حيث طبيعة قيمها أو

¹ بودريال عبد القادر، مرجع سبق ذكره، ص 154.

² نفس المرجع السابق، ص 155، 156.

تصوراتها التي تؤسس وجودها الاجتماعي والرقمي على حد سواء، بحكم جزءا مهما من تمثلاتها في المجتمع الشبكي قد تكون مزيفة وتعبر عن مثل وتطلعات لا تمت بصلة إلى الواقع لكنها في الوقت ذاته، قد تعكس بعض المضامين التي تبحث لها عن وجود في الواقع، لهذا قد تبرر ممارستها المقنعة أو المزيفة في الفضاء الافتراضي محاولاتها للتخلص من القيود الاجتماعية في الواقع الفعلي، مع ضرورة الأخذ بعين الاعتبار اختلاف تلك التمثلات والدلالات باختلاف مواصفات الفئات الاجتماعية، وطبيعة المجموعات الافتراضية التي تشترك فيها، والغايات التي تسعى إليها¹.

و"غالبا ما يتمثل الأشخاص الرقميون بما يرغبون أن يتمثلوا به، أي يتظاهرون بالأشياء التي يحبونها في الحديث وفي التعريف بأنفسهم بأرائهم وأفكارهم وغير ذلك وليس شرطا أن يكونوا كما هم في واقع الأمر، لكن هذا لا ينفي أن كثيرا منهم يحاول أو يكون صادقا في كل ذلك، ولكن الأمر المشترك في معظم المتمثلين افتراضيا، هو تمثلهم بما يريدون من الآخرين أن يروهم به"².

"أما فيما يخص المظاهر التي يتجسد من خلالها الأفراد الانترنيتيون يحدد " محمد رحومة" المظاهر الأساسية التي يتمظهر ويتمثل بها أفراد المجتمع الافتراضي في ثلاثة مظاهر:

المظهر الكتابي: أو النص المكتوب وهو أكثرها استعمالا و أهمها على الإطلاق، حيث أن نوعية الكتابة وطريققتها وطبيعة الجمل والكلمات المستخدمة والأسلوب الكتابي والرموز المستعملة كلها أمور تحدد شخصية الفرد، وطبيعته، وتمكننا حتى من التعرف عليه وعلى سماته الشخصية إلى حد ما.

¹ Georges Fanny, l'identité numérique sous emprise culturelle , de l'expression de soi à sa standardisation, les cahiers du numérique, 2011, p 31.

² نفس المرجع السابق، ص 32.

المظهر الثاني: "يكون بالصور والرسومات: وما يصطحبها من ألوان وخطوط وأشكال متنوعة، وصور شخصية وغيرها، وكل هذه الجزئيات المصاحبة للنص والصوت تلعب دورا كبيرا في بناء شخصية معينة، ذات سمات مختلفة من حين لآخر، ومن وضعية لأخرى، ورغم كون الصور المقدمة غير واقعية في الغالب، إلا أنها تكون هوية يعرف بها المستخدمون في المجتمع الافتراضي في ظل غياب الحضور الجسدي أو الفيزيائي.¹

المظهر الصوتي: قد يصحب مظهر النص أو مظهر الصورة والرسومات أو يكون مستقلا وحده، بحسب حاجة الاستخدام، وتفضيلات الشخصية أو الخيارات التقنية، ونادرا ما يتمثل الأفراد بالمظهر الصوتي لأنه أمر صعب وقليل الأهمية².

و"هناك طريقة أخرى يعتمد عليها المستخدمون للتعريف بأنفسهم وتقديم شخصيتهم وهو **الصفحة الشخصية**، وهي عبارة عن فضاء خاص يقوم المستخدم بتصميمه ووضع المعلومات الشخصية فيه، وقد يحتوي على مقالات أو خواطر وغير ذلك، وحتى الصور وعناوين صفحات شخصية لأفراد آخرين، وغالبا ما يحيل صاحب هذه الصفحة أصدقائه عليها³.

"ارتبط ظهور العلاقات الاجتماعية الافتراضية بظهور شبكات التواصل الاجتماعي التي تعتبر بدورها من أهم إفرازات الجيل الثاني للإنترنت أو ما بات يعرف بالويب 2.0، وبما أننا اخترنا موقع الفاييبوك نموذجا لهذه الدراسة، أي أنه يمثل الإطار العام الذي تتشكل فيه علاقات المستخدمين الجزائريين الافتراضية، فإن اهتمامنا سوف ينصب أكثر على هذا الموقع مقارنة مع كل من الويب 2.0 وشبكات التواصل الاجتماعي⁴.

¹ ابراهيم بعزیز، مرجع سبق ذكره، ص 82.

² نفس المرجع السابق، ص 83.

³ نفس المرجع السابق، ص 83.

⁴ فاضل محمد البدارني، صناعة المضمون في بيئة الإعلام العصري، مجلة الاتصال والتنمية، العدد العاشر، لبنان، 2014، ص 33.

"اهتم العلماء على اختلاف تخصصاتهم العلمية، علماء النفس، علماء الاجتماع والإعلام والاتصال، بالفضاء الافتراضي الذي ينشأ عبر موقع الفيسبوك، من حيث أنه يتيح الاتصال بين شخصين فأكثر ويفسح المجال للتفاعل الاجتماعي غير المحدود، ويمكن من تشكل علاقات اجتماعية افتراضية تقترب أو تبتعد عن العلاقات الاجتماعية الحقيقية حسب طبيعة وجغرافية الأشخاص الذين نتحاور معهم".

كما "يمكن موقع الفيسبوك من خلال خدماته المختلفة الأشخاص من التعارف وتبادل الرسائل فيما بينهم وحتى من الكلام وجها لوجه عن طريق فتح الكاميرا، كما تحولت العديد من العلاقات التي كان الفيسبوك بمثابة نقطة انطلاق لها إلى علاقات حقيقية وانتهت في كثير من الأحيان بصلة القرابة. لذلك يقول **Timothy Leary**: "أننا سنسجل في المستقبل القريب علاقات عبر الانترنت، مع أناس قد لا نراهم أمامنا أبدا فالعديد من الاتصالات والمقابلات ستتم من الآن فصاعدا عبر الشبكة".¹

و"لا يمكن الحديث عن هوية من دون معرفة المجتمعات التي تتشكل فيها هذه الهوية، ومع أن لكل مجتمع خصوصيته، إلا أن هناك ما يجمع مجتمعات العالم اليوم من ملامح تتزايد اشتراكا، على الرغم من التباينات الثقافية المتمثلة بالتقاليد عموما. يعتبر "أنتوني غيدنز" عالم الاجتماع البريطاني، أن التحولات الاجتماعية الراهنة تضي على العصر الحالي سمات تميزه عما سبقه من عصور".²

إن "السمة الأساسية الأولى للحدثة العالية، وفق " غيدنز"، هي إعادة تحديد منطق الزمان والمكان في الحياة الاجتماعية نتيجة التجسير المتزايد للفجوة بينهما بفعل التطور الهائل لتقنيات التواصل الإعلامية الجديدة. حيث أشار إليه في هذا الصدد "ديفيد هارفي" على أنه "انضغاط الزمان والمكان"، والأمر المتضمن هنا هو الإحساس

¹ Philippe, Breton. Le Culte de l'internet: Une menace pour le lien social, la découverte, Paris. 2000,p 96.

² عبد الغني عماد، سوسيولوجيا الهوية، جدليات الوعي والتفكك وإعادة البناء ، ط 1، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، 2017، ص 191.

بانكماش المسافات من خلال الانخفاض الدراماتيكي في الوقت المستغرق، إما بصورة مادية أو افتراضية لاجتيازها. فكرة انضغاط الزمان والمكان تلقى بظلالها على فكرة تمديد العلاقات والتفاعلات الاجتماعية".

و"مما لا شك فيه أن ديناميات العولمة أصبحت تؤثر في الاتصالات والسياسة والثقافة التي أصبحت أكثر فأكثر ترابطا واعتمادا متبادلا في العالم كله. والشكل الجديد للثقافة العالمية المسيطرة عليها بواسطة النفوذ الغربي والأمريكي، حيث يسيطر اللهو والفراغ على العالم المتسع بواسطة الصورة الالكترونية، حيث وصل الأمر إلى حد تصور ولادة هوية عالمية حيث يتصرف فيها المواطن بكل حرية".¹

ويرى "مانويل كاستلز" أن "هناك سمات أساسية تميز البراديغم المعرفي الجديد الناتج من تكنولوجيا المعلومات، إذ تتمثل في الدينامية المركزية التي يتميز بها عصر المعلومات، بحيث يستنتج "كاستلز" أن مجتمعاتنا تتأسس باطراد حول التعارض الثنائي بين الشبكة والذات. إذ تمثل الشبكة في الواقع التشكيلات التنظيمية الجديدة المبنية على أساس الاستخدام الواسع لوسائل الاتصال المتشابكة، أما الذات أو النفس إلى الأنشطة التي يحاول الناس من خلال ممارستها تأكيد هويتهم في ظل التغير البيئي الذي يمر بالعالم، والذي يتسم بعدم الاستقرار الذي يتزامن مع تنظيم الأنشطة الاجتماعية والاقتصادية من خلال الشبكات الديناميكية. وفي هذا المجال تبرز تشكيلات اجتماعية جديدة تتمحور حول الهويات الأولية والتي قد تكون دينية أو إثنية أو جهوية أو قومية كمناط للتركيز والولاء".

"كان ينظر إلى هذه الهويات باعتبارها من وجهة النظر البيولوجية أو الاجتماعية غير قابلة للتغيير، وهي تقف بهذه الصورة في تضاد مع التغيرات الاجتماعية السريعة

¹ نفس المرجع السابق، ص، ص 191، 192.

الإيقاع، لكن ما يحدث على مستوى التفاعل بين الشبكة والذات، أدى إلى أن شرط الحياة الإنسانية والخبرة على مستوى العالم يعاد تشكيلها بصورة جذرية وعميقة".

إذ "يقوم تحليل "مانويل كاستلز" على أساس فرضية يرى فيها نشوء مجتمع شبكي جديد، أما الافتراض الثاني الذي وجه بحوث "كاستلز" فهو دور الهوية في التطور المجتمعي. وفي رأيه أن بناء الهوية في ذاته هو واقع ديناميكي يتشكل في سياق علائقي. والهوية عنده هي عملية بناء المعنى على أساس سمة ثقافية مفردة أو منظومة من السمات الثقافية والتي تعطى بها الأسبقية على باقي المصادر المنتجة للمعنى.¹

و"لقد أكد "علي حرب" المفكر العربي أن العالم اليوم لم يعد كما كان عليه بعد النسق الاتصالي الجديد وثورة المعلومات والتكنولوجيات الحديثة، وما أفرزته من مفاهيم جديدة أثرت بشكل أو بآخر على مناحي الحياة الاجتماعية خاصة بالنسبة للشباب، فأصبح إقبالهم على هذه التكنولوجيا الحديثة يتزايد بوتيرة متسارعة دون وعي أو معيار يسمح لهم بالتمييز بين إيجابياتها وسلبياتها، فالأزمة هي لحظة تغيير واختلال توازن على مستوى الهوية، وحتى على مستويات أخرى كالسلوك والقيم".

و"يخضع شباب المجتمع المعاصر في تنشئهم لمؤثرات متعددة توجهها مبادئ وأهداف مختلفة، وربما متناقضة ولا سيما أن المجتمع المعاصر يتميز بتعدد مؤسساته ونمط حياته فوجد الشباب المعاصر نفسه أمام وضع مشتت ومبعثر سواء في عالم الاقتصاد أو في النظام التربوي أو الإعلام وغيرها، وهذا كله زاد من عوامل القلق والاضطراب والفوضى لديهم، مما أدى إلى وقوع الشباب في أزمات ثقافية وقيمية تهدد المجتمعات، وتقوض الجهود المبذولة لتنميتها وتقديمها²".

و"تمر الهوية عبر سيرورة دائمة يتوسطها بالضرورة مراحل تتميز بالاستمرار والتواصل أو الانقطاع وبتر كل ما له صلة بهويتنا الوطنية، فالانتقال من رحلة إلى

¹ نفس المرجع السابق، ص، ص 203، 204.

² الخنساء تومي، مرجع سبق ذكره، ص، ص 247، 248.

أخرى يجد الشباب نفسه بين متناقضات من العيار الثقيل، بين الهوية المحلية الوطنية التي تسعى للحفاظ على الموروثات القومية الوطنية وبين كل ما تقدمه التكنولوجيا المتطورة والعالم الرقمي".¹

9- العلاقات الافتراضية ومستقبل العلاقات الواقعية:

"ثمة اختلافات أساسية بين المجتمع الواقعي والمجتمع الافتراضي الذي يتفاعل الشباب على ساحته، حيث يشير الاختلاف الأول إلى أن تفاعلات المجتمع الواقعي تؤكد على التواجد الجسدي، بما للجسد من إشارات وإيماءات تلعب دورا في التفاعل، بينما تفاعلات المجتمع الافتراضي ذات طبيعة عقلية بالأساس، إنه تفاعل بالصور والرموز ومقاطع الفيديو، وتفاعلات بين شخصيات خيالية تخفي ذواتها أحيانا لتمارس الهروب، يضاف إلى ذلك أن التفاعل في المجتمع الواقعي هو تفاعل فوري، الفعل ورد الفعل المباشر له، بينما في المجتمع الافتراضي نجد أن الاتصال غير مباشر، قد يصبح رد الفعل انتقائيا وقد يصبح متأخرا ولا فوريا".

ولقد "أبدى الدارسون المهتمون باستخدامات الانترنت وتكنولوجيا الاتصال تخوفاتهم من إمكانية تأثر العلاقات الاجتماعية بين الأفراد بفعل ظهور هذه الطرق والقنوات الحديثة للاتصال التي قلبت التواصل في المجتمع رأسا على عقب، بعد أن جعلت الحضور الفيزيائي أو الحضور الاجتماعي والتقارب الجغرافي والتوافق الزمني والتماثل الثقافي أمورا لا يشترط توفرها لإقامة العلاقات الاجتماعية بين الأفراد، حيث أصبح الأفراد داخل البيئة الاتصالية الجديدة يتمتعون بقدرة على خلق فضاءات اتصالية افتراضية يلتقون فيها ظرفيا كأسلوب تعبيرية جديد يمكنهم من التواصل مع الآخرين".²

"قالمستخدم عندما يبحر عبر مواقع التواصل الاجتماعي في الفضاء الالكتروني بحثا عن معلومات من مصادر متنوعة وعن علاقات من أنماط مختلفة، فإنه ليس مفصولا تماما عن

¹ محمد شطاح، التلفزيون والطفل، مجلة المعيار، جامعة الأمير عبد القادر، العدد7، قسنطينة، 2003، ص 91.

² نوال بركات، مرجع سبق ذكره، ص 275.

عوامله المادية كما يبدو للبعض، فإذا كانت الشاشة باعتبارها وسيطا تقنيا، تحيل في أذهاننا على معنى الإخفاء وإسقاط إمكانية التفاعل المباشر، فإنها تتيح لنا إمكانية استثمار مساحة حميمية، تكون أداتنا في توصيل المعلومات التي نرى أنها مهمة وقيمة".

و"هذه المساحة الحميمة وإن كانا نعتد فيها على الوجود الافتراضي، فإنها كثيرا ما تتحول إلى علاقات رغم طبيعتها الافتراضية، إلا أنها ذات قوة وأهمية كبيرة في حياة العديد من الأشخاص الذين لم يعد بإمكانهم الحياة بعيدا عن الشاشة المتصلة بالانترنت".

و"لقد أدت تكنولوجيا الاتصال الحديثة وعلى رأسها شبكة الانترنت وما توفره من مواقع للتواصل الاجتماعي إلى تغيير جذري واضح في كيفية تشكل النسيج الاجتماعي وبناء العلاقات الاجتماعية، كما تغيرت المعايير التي تقاس على أساسها متانة هذه العلاقات وإمكانية استمرارها، فبعد أن كان في الماضي البعد الجغرافي يلعب دورا كبيرا في تكوين الفرد لعلاقاته، أي أن التقارب الجغرافي أو الاحتكاك اليومي في مختلف الأماكن (السوق، المدرسة، أماكن العمل...) هو الذي تكون على أساسه هذه الروابط الاجتماعية، فقد أصبح الأمر مع التطورات الحاصلة في تكنولوجيات الاتصال والانترنت مختلفا تماما، فيمكن لأي شخص أن يتعارف مع أفراد من مختلف أنحاء العالم ويكون معهم علاقة، حتى وإن كان بعيدا عنهم جغرافيا وحتى إن لم يلتق معهم أبدا وجها لوجه".

ويمكننا على العموم أن نفرق بين العلاقات الافتراضية والعلاقات الواقعية من خلال

بعدين أساسيين البعد الأول القرب الوظيفي والبعد الثاني الاتصال والتفاعل:

البعد الأول: "القرب الوظيفي: جدلية العلاقة "الإنسان والمكان": أهمية القرب لبداية الاحتكاك والاتصال الاجتماعي - في عصر الانترنت القرب وهمي ولا يتم من خلال الفراغ المكاني - المكان الافتراضي بدلا من المكان الواقعي".

البعد الثاني: "الاتصال والتفاعل: جدلية العلاقة "الإنسان والزمان": تعتمد الاتصالات

الواقعية على الاتصال المباشر - حضور يتم من خلال زمن محدد وفي مكان محدد -، أما

الحضور في الانترنت غير متزامن وعن بعد بدلا من الحضور المتزامن، فالتفاعل يكون في أي مكان وفي أي وقت".

"فمع تزايد الاعتماد على هذه الفضاءات الافتراضية بدأت تتجلى العديد من التساؤلات حول ما إذا كان انتشار العلاقات الافتراضية الناتجة عن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي يؤثر سلبا على نمط العلاقات الاجتماعية الواقعية، مما يؤدي إلى تراجعها أو تلاشيها في المستقبل أو يساهم في دعمها وتقوية روابطها¹".

ففي دراسة على 895 مفردة من مستخدمي الانترنت توصل كل من مركز Pew لأبحاث الانترنت "Pew Research Center's Internet" ومشروع الحياة الأمريكية "American Life Project" إلى أن 85% يعتقدون بأنهم في عام 2020 عندما سيقومون بحياتهم بصورة عامة صداقاتهم وعلاقاتهم الزوجية وغيرها من العلاقات سيجدون أن الانترنت كان لها قوة إيجابية على علاقاتهم الاجتماعية، في حين يرى 14% عكس ذلك، ويعتقدون بأنهم في عام 2020 عندما ينظرون إلى صداقاتهم وعلاقاتهم الزوجية وغيرها من العلاقات سيجدون أن مواقع التواصل الاجتماعي كان لها قوة سلبية على علاقاتهم الاجتماعية الحقيقية²".

"أمام هذه التصورات ظهر اتجاهين أساسيين متعلقين برؤية مستقبل نمط العلاقات الاجتماعية عموما في ظل انتشار العلاقات الافتراضية:

الاتجاه الأول: التواصل عبر المواقع الاجتماعية يدعم العلاقات الاجتماعية:

أصبحت مواقع التواصل الاجتماعي أداة لتحقيق التواصل ما بين المستخدمين إذ استطاعت مواقع التواصل الاجتماعي أن تتيح التفاعل بين مختلف مكونات المجتمع من خلال خصائصها المتنوعة والقادرة على تلبية الاحتياجات المختلفة للمستخدمين، إذ أن

¹ نفس المرجع السابق، ص 275.

² نفس المرجع السابق، ص 275.

العلاقات الاجتماعية على الانترنت أو استخدام الخدمات الالكترونية للتواصل مع الآخرين، والتفاعل معهم حول الاهتمامات أو النشاطات المشتركة في ظل عالم افتراضي، يمكنه أن يقدم وسيلة ممتازة لمتابعة الهويات وتأسيس الصداقات الجديدة وتعزيز القديمة أيضا، وممارسة الألعاب والتشارك في الأفكار¹.

كما ساهمت مواقع التواصل الاجتماعي في الحفاظ على العلاقات الاجتماعية وذلك من خلال "التفاعل الاجتماعي مع الأهل والأصدقاء الذي يساعد الفرد على إشباع حاجاته إلى الانتماء والشعور بالقرب النفسي والاجتماعي وإدراك الدعم الاجتماعي". وتعتبر مواقع التواصل الاجتماعي "وسيلة هامة تعمل على إبقاء التواصل بين الفرد و الأفراد البيئة المحيطة به، فمن يمتلكون شبكات من العلاقات الاجتماعية الجيدة يستخدمون البريد الالكتروني والمراسلة الفورية لتدعيم والحفاظ على تلك العلاقات، ويرى الباحثون أن التواصل من خلال شبكة الانترنت يؤدي إلى تحسين وزيادة العلاقات الاجتماعية، وذلك بتحرير الأشخاص من المكان المتواجدون فيه، إلى آفاق واسعة في فضاء الانترنت². إذ تساعد مواقع التواصل الاجتماعي المستخدم على تخطي حاجز جغرافيا المكان وكذا خلق فضاءات اجتماعية جديدة للتواصل عبرها.

وفي سياق متصل، "كشفت نتائج دراسة "كاتز" Katz و "أسبدن" Aspden أن التواصل عبر الشبكة يزود المستخدمين بمنفذ جديد للتفاعل الاجتماعي مع الأهل والأصدقاء الذي يحسن من حياتهم بشكل أو بآخر³. فمواقع التواصل الاجتماعي تدعم العلاقات الاجتماعية وتحقق للفرد فرص مشاركة اهتماماته وتطلعاته عبر هذا الفضاء الذي يسهل عملية التواصل بين الأهل والأصدقاء ويجعلها مترابطة فيما بينها.

¹ حدادي وليدة، الشبكات الاجتماعية: من التواصل إلى خطر العزلة الاجتماعية، مجلة دراسات وأبحاث، العدد 21، الجلفة، 2015، ص 277.

² المرجع نفسه، ص 278.

³ المرجع نفسه، نفس الصفحة.

كما نجد أن مواقع التواصل الاجتماعي تساهم في بناء علاقات اجتماعية جديدة وذلك من خلال "خلق حوار وتواصل وتفاعل بين أفراد مختلفين في الآراء والانتماء الجغرافي والهوية الثقافية، وتحسن من قدرات الأفراد على تكوين علاقات اجتماعية جديدة مع مستخدمي الشبكة، التي تتطور في أحيان كثيرة إلى مقابلتهم شخصيا وإقامة علاقات دائمة معهم". وبذلك تساهم في دعم العلاقات الواقعية وتعزيزها وتوطيد العلاقة خاصة في المجتمع الواقعي.

و"من هذا المنطلق وضع "ميكنا" "Mickenna" و "بارج" "Bargh" فرض التعويض الاجتماعي "Social compensation hypothesis"، الذي يرى أن الأفراد الذين ليست لديهم علاقات اجتماعية في الحياة، يتجهون إلى الانترنت ليقوموا بعلاقات اجتماعية مع مستخدمين جدد تعوض غياب الصداقات في الواقع، ومن ثم تعطيهم الفرصة للتفاعل مع الآخرين والتعبير عن أنفسهم بشكل واضح¹.

إن مواقع التواصل الاجتماعي تعتبر كقاعدة لتكوين العلاقات الاجتماعية التي تجذب المستخدمين إليها من خلال الاهتمامات المشتركة التي تجمع بينهم في الفضاء الافتراضي والذي يشكل حياة افتراضية نشطة ذات روابط مهمة.

الاتجاه الثاني: التواصل عبر المواقع الاجتماعية يؤثر سلبا على العلاقات الاجتماعية:

نتيجة للاستخدام المتزايد مواقع التواصل الاجتماعي في حياة الفرد والتي غيرت من نمط التواصل الاجتماعي إذ أصبح يميل أكثر إلى استخدام هذه المواقع للتواصل مع غيره من العالم الافتراضي إذ أصبحت توازي العلاقات الواقعية في المجتمع المحلي، وهذا من شأنه أن يؤثر سلبا على العلاقات الاجتماعية الواقعية وقد ينعزل عن محيطه الاجتماعيين وبالتالي تقل نسبة احتكاكه بمن يحيطون به.

¹ حدادي وليدة، المرجع السابق، ص 279.

وعليه فمواقع التواصل الاجتماعي "تساهم بشكل كبير في توسيع الهوة والفجوة الاجتماعية بين الأفراد عبر عزلهم وفصلهم عن بعضهم البعض إذ يعتبر المجتمع الافتراضي مجتمعا انعزاليا فردانيا يتكون من جماهير منعزلة ومنفصلة عن بعضها البعض¹ ". و"هذا ما أكده الباحثون على أن مواقع التواصل الاجتماعي تسبب إدماناً لدى مستخدميها، تتشابه أعراضه ونتائجه الضارة مع أعراض ونتائج أي إدمان آخر، كتعاطي الخمر أو المخدرات وهذا النوع من الإدمان يؤدي إلى الانسحاب من الواقع الاجتماعي أي العزلة²"، وهم يعتبرونه عالمهم الحقيقي الذي يشبع حاجاتهم ويمكنهم من تكوين علاقات اجتماعية جديدة تغنيهم عن صداقاتهم الفعلية في المجتمع المحلي.

إن ظهور وانتشار مواقع التواصل الاجتماعي قد أفرز العديد من المشكلات الاجتماعية فنجد " فيليب بروتون" يطلق مصطلح الثمالة الاتصالية " *L'ivresse de communication* " على الاستعمال المفرط لهذه الشبكات، ويؤكد على المخاطر المحتملة والجسيمة على التفاعل الإنساني، التي تقود الأفراد إلى العزلة النفسية والاجتماعية عن محيطهم بفعل الاستخدام المفرط، كما يؤكد " دومينيك نورا" *Dominique Nora* " أن هذه الوسائط الاتصالية قد رسمت مجالا علاقاتي جديد، مبني على الاتصال عن طريق الحواسيب والشبكات، عوض الالتقاء بصورة جسمانية-فيزيقية، فأصبح الأفراد افتراضيين وكائنات حوارية كتابية، وهذا النمط الجديد من الاتصال أثر على عملية التفاعل الفردي والجماعي داخل المحيط الأسري، وداخل المحيط الاجتماعي، فأصبح الفرد حبيسة غرفته يتواصل مع ملايين من أقرانه حبيسي الغرفة أيضا³. إذ يقلل التفاعل الافتراضي المفرط عبر مواقع التواصل الاجتماعي من تفاعلات الاتصال الشخصي في العالم الواقعي ما بين

¹ إبراهيم بعزیز، تكنولوجيا الاتصال الحديثة وتأثيراتها الاجتماعية والثقافية، مرجع سبق ذكره، ص 91.

² حلمي خضر ساري، ثقافة الانترنت: دراسة في التواصل الاجتماعي، ط1، دار مجدلاوي للنشر والتوزيع، الأردن، 2005، ص 176.

³ حدادي وليدة، المرجع السابق، ص 280.

الأفراد ويسبب بذلك العزلة الاجتماعية ويقلص من العلاقات الواقعية ويؤثر بشكل كبير أيضا على مستوى المشاركة مع أفراد الأسرة.

إذ "يكاد يجزم العديد من الباحثين بأن التكنولوجيا الحديثة قد ساهمت في القضاء على أواصر العلاقات الاجتماعية والأسرية بشكل خاص، حيث أصبح الكثيرون يفضلون الجلوس أمام شاشات العالم الافتراضي، عوض الجلسات العائلية بين الأسرة الواحدة. وبالتالي نحن نتواصل بالوسائل ذاتها التي تضعف التواصل فنظن أنها وجدت لتحد المسافات، والحال أنها تهدد العلاقات الاجتماعية، وتحد من الروابط بعدما أصبح من السهل العثور على الشخص في الفايبروبوك عوض اللقاء به في الواقع¹". إضافة إلى ذلك "تسبب مواقع التواصل الاجتماعي إضعاف مهارات الاتصال لدى الفرد التي تساعد في مجال الاتصال الإنساني وتتمى لديه الإحساس بالمسؤولية تجاه غيره، وتقوي لديه سرعة البديهة التي تمكنه من التعامل مع مختلف المواقف²"، في حياته اليومية والتي تمثل الركيزة الأساسية في تسيير الاتصال الاجتماعي.

"مواقع التواصل الاجتماعي هي وجه من التأثير السلبي على التفاعل داخل الأسرة، حيث يرى البعض حسب ما كشفت عنه دراسة أجراها كل من مركز "Pew" لأبحاث الانترنت **American Life** و**Pew Research Center's Internet Project** بأن الوقت الذي يقضونه في استخدام الانترنت يسرق الكثير من الوقت الذي يفترض أنه مخصص للتواصل وجها لوجه، والانترنت في العادة تعزز علاقات غير قوية، هذا إلى جانب أن الدخول إلى الانترنت يعرض المعلومات الشخصية إلى الخطر". وبالتالي انعدام المشاركات الاجتماعية الواقعية.

¹ Sfez Lucien, la communication, édition presses universitaires de France, collections- Que sais-je ?, 2010, p 39.

² حدادي وليدة، المرجع السابق، ص 281.

يمكن القول بأنه " من خلال هذين الاتجاهين نستطيع تشكيل الوصول إلى اتجاه وسط يدعم التفاعل عبر مواقع التواصل الاجتماعي من خلال المجتمع الافتراضي الذي تتيحه هذه الأخيرة، ولكن على أن يدرك المستخدم طبيعة الاستخدام الأمثل فيحافظ على التفاعل وجها لوجه مع محاولة دعمه وتطويره من خلال هذه المواقع بدلا من الانسحاب الكلي من الواقع مما يشكل مخاطر كبيرة على نمط العلاقات الاجتماعية¹. ولذا توجب على الفرد عدم الاستخدام العشوائي وغير المنتظم لمواقع التواصل الاجتماعي الذي يؤدي إلى الكثير من السلبيات التي تؤثر بالدرجة الأولى على العلاقات الاجتماعية للفرد وتساهم في انسحابه من المجتمع المحلي وعدم القدرة على التواصل والتفاعل مما يجعلهم منعزلين عن حياتهم المادية.

¹ نوال بركات، مرجع سبق ذكره، ص 278.

الفصل الرابع: الإطار التطبيقي

أولاً: عرض وتحليل البيانات الميدانية

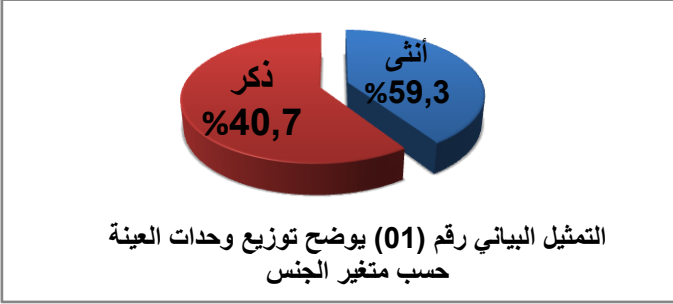
ثانياً: النتائج في ضوء تساؤلات الدراسة

عرض وتحليل البيانات ومناقشة النتائج:

أولاً- سمات وخصائص العينة:

1. توزيع وحدات العينة حسب متغير الجنس:

الجدول رقم (01) يوضح توزيع وحدات العينة حسب متغير الجنس:



الجنس	التكرار	النسبة المئوية
ذكر	61	40,7%
أنثى	89	59,3%
المجموع	150	100%

المصدر: بناء على نتائج الاستبيان واعتمادا على برنامج spss20

شملت الدراسة على (150) مفردة من فئتي الذكور والإناث، كما يوضحه الجدول رقم

01. فمن الملاحظ أن مفردات العينة تشهد توزيعا ترتفع فيه نسبة الذكور عن نسبة جنس

الإناث، بما تمثل فيه الطائفة الأولى ما يربو عن (89) مفردة، أي بمعدل (59.33%). بينما

تمثل نسبة الإناث (40.66%) يقابلها في ذلك (61) مفردة.

إذا؛ يعد متغير الجنس عاملا مهما لقراءة أهم المتغيرات التي تؤثر في طبيعة ردود

الأفعال التي تحملها عينة الدراسة، ذلك أن نوع الأسئلة الموجهة إلى الطائفتين؛ كانت مبررا

كافيا لذلك الفارق النسبي بين مكونات العينة.

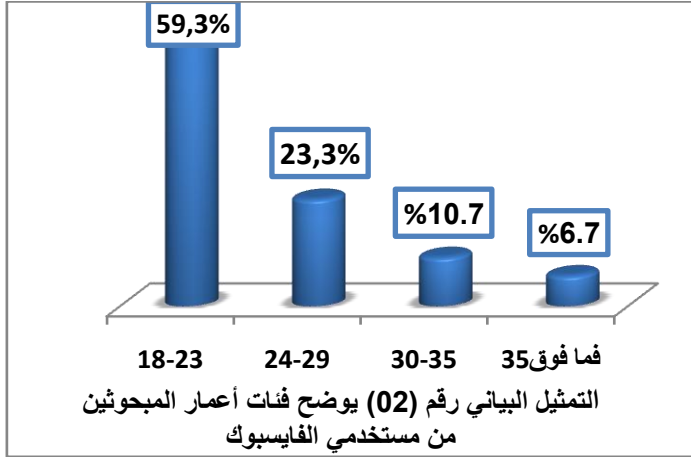
وقد أشارت نتائج دراستنا الميدانية التي أجريناها على مستخدمي موقع التواصل

الاجتماعي الفايسبوك الجزائريين اختلاف إجابات جنس الذكور عن إجابات جنس الإناث في

بعض الأسئلة مثلما سنوضحه لاحقا.

2. أعمار المبحوثين من مستخدمي الفايبيوك:

الجدول رقم (02) يوضح فئات أعمار المبحوثين من مستخدمي الفايبيوك:



النسبة المئوية	التكرار	السن
59,3%	89	23-18
23,3%	35	29-24
10,7%	16	35-30
6,7%	10	35 فما فوق
100%	150	المجموع

المصدر: بناء على نتائج الاستبيان واعتمادا على برنامج spss20

يعتبر متغير تفاوت الأعمار وتفاوتها من أهم المؤشرات التي من شأنها أن تبين فوارق اكتساب الخبرة في الحياة اليومية. فكلما بلغ الفرد من السن عمرا متقدما إلاّ وساعده ذلك في صقل نموه الفكري، لاسيما وأن الشباب وهو في هذه المرحلة يمتاز بالحيوية والطاقة المتجددة والقدرة على التعلم والمرونة في العلاقات الإنسانية والاجتماعية. كما تعثره في هذه المرحلة من العمر مجموعة من التغيرات على المستوى البيولوجي والنفسي وحتى الاجتماعي.

وتجدر الإشارة إلى أن عينة البحث تتوزع على أربع فئات عمرية ابتداء بالفئة الأولى من 18 سنة إلى 23، انتهاء إلى الفئة الأخيرة التي جمعت مفردات بلغ عمرها 35 سنة فما فوق. وعليه؛ كان حريا بأن نمفصل تراكيب هذه العينة وفق المعطيات التالية:

(89) مبحوثا أي ما يعادل نسبة (59.33%) تتراوح أعمارهم من 18 إلى 23 سنة.

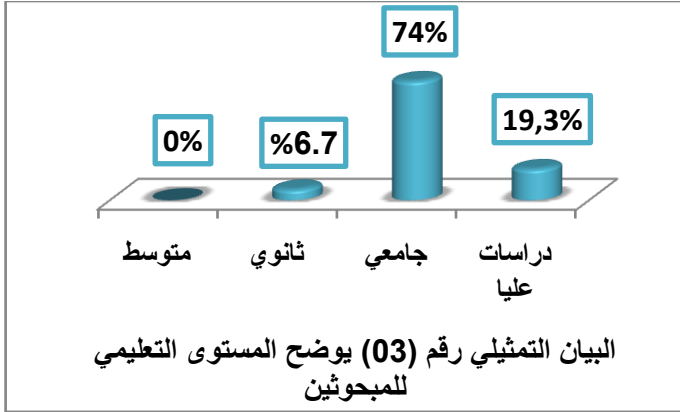
(35) مبحوثا بنسبة (23.33%) تتراوح أعمارهم من 24 إلى 29 سنة.

(16) مبحوثا أي ما يربو عن نسبة (10.66%) تتراوح أعمارهم من 30 إلى 35 سنة.

(10) مبحوثين أي ما يعادل نسبة (6.66%) تتراوح أعمارهم 35 سنة فما فوق.

3. المستوى التعليمي للمبحوثين:

الجدول رقم (03) يوضح المستوى التعليمي للمبحوثين:



المستوى التعليمي	التكرار	النسبة المئوية
متوسط	0	0%
ثانوي	10	6,7%
جامعي	111	74,0%
دراسات عليا	29	19,3%
المجموع	150	100%

المصدر: بناء على نتائج الاستبيان واعتمادا على برنامج spss20

يعد المستوى التعليمي أحد الركائز الأساسية الفاعلة في تكوين شخصية الفرد والذي يكسبه المهارات اللازمة التي تساعده على الاندماج الاجتماعي . فالمستوى التعليمي إذا؛ يساعد الفرد على توظيف معارفه ومكتسباته العلمية لتكوين هوية شخصية مستقلة في خضم ما يمليه الضمير الجمعي، سواء كان ذلك في كنف الاتصال الشخصي والمباشر أو عن طريق سبل التواصل المتاحة لاسيما ضمن مواقع التواصل الاجتماعي.

وفي قراءة متأنية لمتغير المستوى التعليمي للمبحوثين، فقد وقفنا على أن عددا كبيرا من المبحوثين (111) مفردة أي يعادل نسبة (74%)، هم من خريجي الجامعات، وأن زهاء (29) حالة بما يمثل نسبة (19.33%) من ذوي مستوى الدراسات العليا. بينما وقفنا على (10) حالات بلغت نسبتها (6.66%) تجمعهم مواصفات متغير المستوى التعليمي المنحصر في التعليم الثانوي . مما يوحي إلى أن مستخدمي موقع الفيسبوك في المجتمع الجزائري في الولايات المعنية بالدراسة يتوزعون على مستويات تعليمية طغى فيها المستوى الجامعي على بقية المستويات. إلا أن ذلك لا يعد قاعدة ملزمة حتى نجزم على إثرها أن

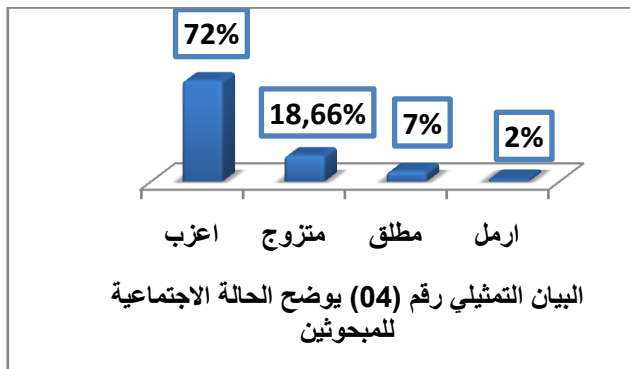
موقع الفايسبوك تستقطب ذوي المستوى الجامعي في ظل وجود مستويات أخرى أو دون مستوى تعليمي ممن لهم اهتمام بهذا التطبيق.

وحسب ما جاءت به إحصائيات شركة فيسبوك من خلال موقع أندرويد الجزائر الفئة التي تتراد موقع الفيسبوك أغلبها من الفئة الجامعية، يليها التلاميذ من المرحلة الثانوية.¹



4. الحالة الاجتماعية للمبحوثين:

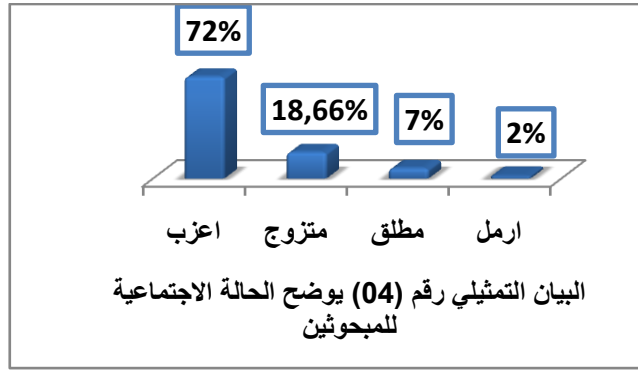
الجدول رقم (04) يبين الحالة الاجتماعية للمبحوثين:



الحالة الاجتماعية	التكرار	النسبة المئوية
أعزب	108	72%
متزوج	28	18.66%
مطلق	11	7.33%
أرمل	03	2%
المجموع	150	100%

المصدر: بناء على نتائج الاستبيان واعتمادا على spss20

¹ موقع أندرويد الجزائر، تم تصفحه يوم 10 جانفي 2018-01-10 <https://www.android-dz.com/ar/> الساعة 18:15.



يتضح من خلال بيانات الجدول رقم (04) أن حصة الشباب الأعزب، هي الطائفة المهيمنة على العينة، أي ما يربو عن (108) مبحوثاً؛ بمعدل (72%). في حين بلغت حصة المتزوجين (28) مبحوثاً بنسبة (18.66%)، بينما بلغ عدد المطلقين في وحدات العينة (11) مبحوثاً بنسبة (7.33%).

أي أن معظم وحدات العينة هم من فئة الشباب الأعزب، ولعل هذا يمنحنا فرصة للقول: أن هذه النسب تعطينا إجابات صادقة وموضوعية نسبياً عما تتمتع به طائفة الشباب الأعزب من ممارسة حرية في دائرة العلاقات الاجتماعية عبر موقع الفيسبوك، بالمقابل تتوزع الحصص الأقل استعمالاً لهذا التطبيق على باقي الفئات بدرجات متفاوتة لأسباب متعددة، لعل أبرزها هامش الحرية الذي يتمتع به الشاب الأعزب على خلاف فئة المتزوجين الخاضعين للالتزامات ضبطية أسرية وأخلاقية، بينما فئة المطلقين والأرامل فتحدهم منطلقات أخلاقية وأخرى اجتماعية وعرفية.

وحسب الإحصائيات الجديدة لشركة فيسبوك، أن أغلب مُرتادي هذه الشبكة هم عَرَّاب غير متزوجين بنسبة 49%، ونسبة 29% من مُستخدمي الشبكة متزوجين، 9% منهم من فئة المخطوبين، أما النسبة الباقية فهم من وضعوا حالة مُرتبط على حساباتهم بنسبة 14%¹.

¹موقع تم تصفحه يوم 10 جانفي 2018-01-10 <https://www.android-dz.com/ar/> على الساعة 18:15.

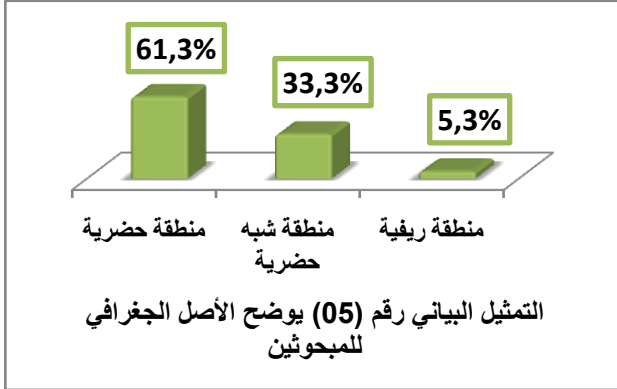
Situation amoureuse

Données renseignées par les personnes qui indiquent leur situa...



5. الأصل الجغرافي للمبحوثين:

الجدول رقم (05) يوضح الأصل الجغرافي للمبحوثين:



النسبة المئوية	التكرار	الأصل الجغرافي
61,3%	92	منطقة حضرية
33,3%	50	منطقة شبه حضرية
5,3%	08	منطقة ريفية
100%	150	المجموع

المصدر: بناء على نتائج الاستبيان واعتمادا على برنامج spss20

توضح لنا بيانات الجدول أعلاه أن (92) مفردة من المقيمين في المناطق الحضرية، وهم يمثلون ما نسبته (61.33%). في حين أن (50) حالة أي ما يمثل نسبة (33.33%) هم من المقيمين في المناطق شبه حضرية. بينما يمثل المقيمون بالمناطق الريفية نسبة (5.33%) من أصل (08) مفردات.

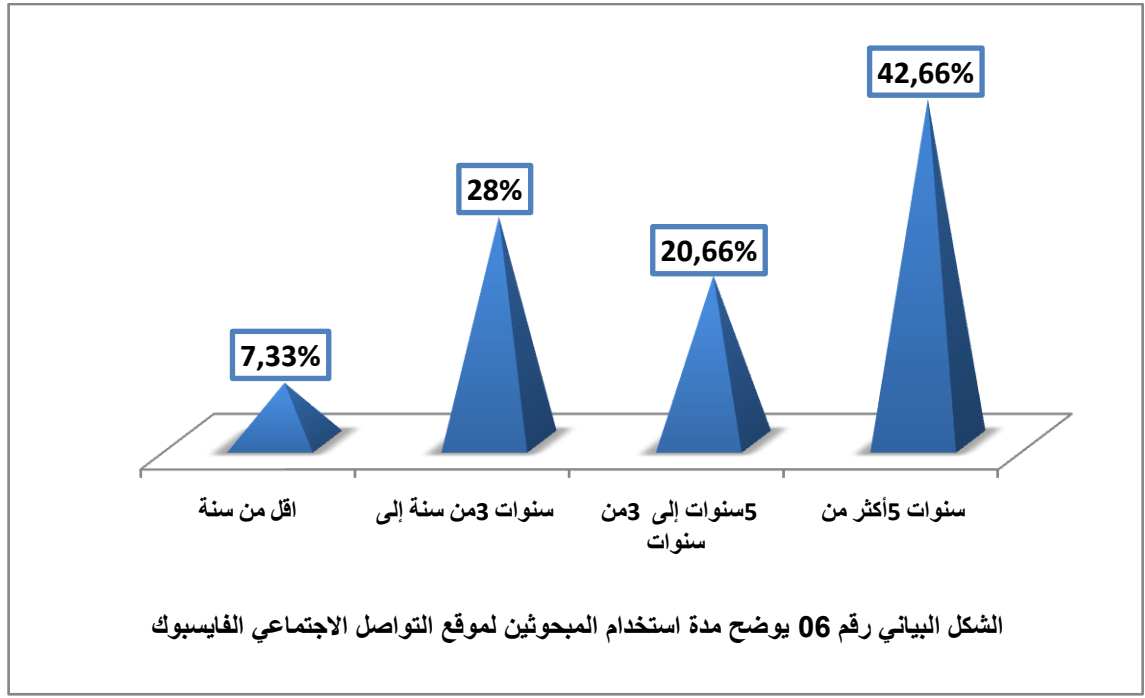
إن اهتمامنا بهذا المتغير يرجع إلى أهمية استخدام موقع التواصل الاجتماعي الفايسبوك لدى العديد من الشباب بغرض التواصل مع غير المتباعدين مكانياً، من أي مكان وفي أي وقت وبسهولة وسرعة كبيرة. ولكن سرعان ما تنبؤنا فوارق الاستخدامات حسب المناطق بوجود مؤشرات على مدى اتساع رقعة شبكة الانترنت من دون ذلك، على الرغم من التطور التقني الذي نشهده اليوم، فإن كثيراً من المناطق النائية تعيش في عزلة ليس عن تطورات التقنية، وإنما لعجز الهيئات المعنية من إيصال تدفق الانترنت إلى هذه المناطق، هذا من جهة. ومن جهة أخرى فإن سوادا عظيماً من سكان المناطق النائية لا يزال يعيش بمنظومة الثقافة والفكر والعرف الذي لا يسمح للفتاة أو الشاب للدخول في معترك يخل بأخلاقيات وعرف المجتمع المحلي. بالإضافة إلى سبب مهم؛ وهو طبيعة نشاطات سكان المناطق النائية التي ليس لها احتكاك قوي بمثل هذه التطبيقات.

6. فترة امتلاك المبحوثين لحساب بموقع التواصل الاجتماعي الفايسبوك:

الجدول رقم (06) يوضح مدة استخدام المبحوثين لموقع التواصل الاجتماعي الفايسبوك:

النسبة المئوية	التكرار	المدة
7.33%	11	أقل من سنة
28%	42	من سنة إلى 3 سنوات
20.66%	31	من 3 سنوات إلى 5 سنوات
42.66%	64	أكثر من 5 سنوات
100%	150	المجموع

المصدر: بناء على نتائج الاستبيان



في محاولة لاستقراء الجدول والشكل البياني رقم 06، يتضح أن نسبة (42.66%) هي النسبة الأعلى المتضمنة للمبحوثين الذين اشتركوا في موقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك منذ أكثر من 5 سنوات، وهذا ما يقودنا للرجوع إلى ذلك الراج الذي لاقتته مختلف مواقع التواصل الاجتماعي منذ بدايات نشأتها وانتشارها. أما الفرد الجزائري فلم يفوت هذا الراج ليؤكد لنا أن المجتمع الجزائري من المجتمعات التي شهدت انفتاحا على التكنولوجيا الحديثة والاستفادة من مختلف خدماتها. بينما أولئك الذين لم يزاولو نشاط استخدام موقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك إلا في خلال سنة إلى 3 سنوات، فقدت نسبتهم بـ (28%). بالمقابل بلغ مستخدمو الفيسبوك من 3 سنوات إلى 5 سنوات نسبة 20.66%. وفي الأخير هناك نسبة 7.33% ممن استخدموا موقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك منذ أقل من سنة فقط. ولا شك أن تفاوت هذه النسب، يحيل إلى وجود علاقة طردية مع متغير أعمار المبحوثين وأصلهم الجغرافي وحالتهم الاجتماعية السالفة الذكر في الجدول رقم 2، 4، 5.

في هذا السياق نجحت الشبكات الاجتماعية في الجزائر الجمع بين أصحاب الاهتمامات المشتركة مثل: طلبة اختصاص معين، أساتذة، مهندسين...، وإمكانية تفعيل هذه

الصدقات في تأسيس رأس مال اجتماعي يمكن أن يتيح الإمكانية لفرص تتأرجح مداها بين السياق الواقعي والسياق الافتراضي، كما أنها تتيح فرصة للتواصل ليس فقط في إطار السياقات المحلية ولكن على الصعيد الدولي¹.

وتبين هذه النتائج إن استخدام الفايسبوك من طرف الشباب يكون بشكل مكثف إذ يستخدمونه بشكل دوري في حياتهم اليومية. وتجدر الإشارة إلى أن عدد مستخدمي الانترنت و الفايسبوك قد أسفر خلال سنة 2000 إلى غاية نهاية سنة 2017 حسب ما جاء في موقع internet world state النتائج الممثلة في الشكل رقم 1،2،3.

حسب ما جاء في موقع internet world state بلغ عدد مستخدمي الانترنت في نهاية سنة 2017، 18 مليون و 580 مستخدم وبالنسبة لعدد مستخدمي موقع الفايسبوك في الجزائر ومع نهاية سنة 2017 قد بلغ 19 مليون مشترك في هذا الموقع.²

Algerian Internet Usage and Population Growth:

YEAR	Users	Population	% Pen.	Usage Source
2000	50,000	31,795,500	0.2 %	ITU
2005	1,920,000	33,033,546	5.8 %	ITU
2007	2,460,000	33,506,567	7.3 %	ITU
2008	3,500,000	33,769,669	10.4 %	ITU
2009	4,100,000	34,178,188	12.0 %	ITU
2010	4,700,000	34,586,184	13.6 %	ITU
2012	5,230,000	37,367,226	14.0 %	IWS
2013	6,404,264	38,813,722	16.5 %	ITU
2014	6,669,927	38,813,722	17.2 %	ITU
2015	11,000,000	39,542,166	27.8 %	IWS
2016	15,000,000	40,263,711	37.3 %	IWS
2017	18,580,000	41,063,753	45.2 %	IWS

الشكل رقم 1 يوضح إحصائيات مستخدمي الانترنت من سنة 2000 إلى غاية نهاية سنة 2017

¹ ساسي سفيان، تكوين الهوية الرقمية للشباب الجزائري - مقارنة سوسولوجية لاستخدام شبكات التواصل الاجتماعي - في: علي نزار هاشم (وآخرون): مقاربات حول الهوية والجنس. بيروت، فعاليات المؤتمر الرقمي الأول للإنسانيات والعلوم الاجتماعية، 17/02 أوت 2015، ص، ص57-58.

² موقع internet world state موقع مخصص للإحصائيات التي تتعلق بالانترنت في جميع أنحاء العالم مع إعطاء تفاصيل لكل دولة من العالم على حدى، تمت زيارة الموقع يوم 21 أبريل 2018 على الساعة 20:30.

Internet Users Statistics for Africa (Africa Internet Usage, 2018 Population Stats and Facebook Subscribers)

AFRICA 2018 POPULATION AND INTERNET USERS STATISTICS						
AFRICA	Population (2018 Est.)	Internet Users 31-Dec-2000	Internet Users 31-Dec-2017	Penetration (% Population)	Internet Growth % 2000 - 2017	Facebook subscribers 31-Dec-2017
Algeria	42,008,054	50,000	18,580,000	44.2 %	37,060 %	19,000,000
Angola	30,774,205	30,000	5,951,453	19.3 %	19,738 %	3,800,000
Benin	11,458,674	15,000	3,801,758	33.1 %	25,245 %	920,000
Botswana	2,333,201	15,000	923,528	39.6 %	6,057 %	830,000

الشكل رقم 2 يوضح إحصائيات مستخدمي الانترنت والفايسبوك في الجزائر

Internet Usage Statistics:

18,580,000 Internet users as of June/2017, 45.2% of the population, according to [IWS](#).

Facebook Users in Algeria:

18,000,000 as of June 30, 2017, according to [Facebook](#).

Latest Population Estimate:

41,063,753 population for 2017, according to [United Nations Population Division](#).

Gross National Income:

GNI per capita (2015) is US\$ 5,340 according to the World Bank.

Country Area:

2,381,741 sq km

الشكل رقم 3 يوضح إحصائيات مستخدمي الانترنت والفايسبوك في الجزائر

كما أعلنت شركة فيسبوك عن إحصائياتها في الجزائر لعام 2017، هذه النتائج تشمل الفئات الأكثر استعمالاً من طرف الجزائريين بالإضافة إلى العدد النشط شهرياً حول هذه الشبكة، مع أكثر الصفحات التي يزورها الجزائريون . أكثر من 16 مليون مستخدم بنسبة 43%¹.

وأبانت الإحصائيات الجديدة أن المُستخدمون النشطون شهرياً حول الموقع يتراوح عددهم بين 15 و 20 مليون مُستخدم نشط شهرياً، منهم نسبة 65% رجال و 35% نساء، وأكثرهم من الفئة الشبابية التي تتراوح أعمارهم ما بين 18 و 24 سنة، حيث تشغل هذه النسبة

¹ موقع أندرويد الجزائر، تم تصفحه يوم 10 جانفي 2018-01- على الساعة 18:15.10 [https://www.android-](https://www.android-dz.com/ar/)

53% من العنصر النسوي و نسبة 38% من العنصر الرجالي، أما بالنسبة للفئة الثانية وهي ما بين 25 و 34 سنة فتشغل 39% من الرجال و 32% من النساء، أمّا لباقي الفئات فهي بنسب قليلة.

نأتي الآن لأكثر الولايات استعمالاً لهذا الموقع فقد كان النصيب الأكبر للعاصمة بنسبة 31% تليها مدينة وهران ثم قسنطينة ثم سطيف، باتنة، ورقلة، وعنابة¹.



الشكل رقم 4 يوضح إحصائيات مستخدمي الفايسبوك حسب الولايات



الشكل رقم 4 يوضح إحصائيات مستخدمي الفايسبوك حسب متغير الجنس

¹ نفس الموقع.

7. الفروق في مدة استخدام موقع الفايسبوك حسب متغير الجنس:

الجدول رقم (07) يوضح الفروق في مدة استخدام موقع الفايسبوك حسب متغير الجنس:

المجموع		إناث		ذكور		الجنس مدة الاستخدام
%	ت	%	ت	%	ت	
7.33%	11	7.86%	07	6.55%	04	أقل من سنة
29.33%	44	38.20%	34	16.39%	10	من سنة إلى 3 سنوات
20.66%	31	24.71%	22	14.75%	09	من 3 سنوات إلى 5 سنوات
42.66%	64	29.21%	26	62.29%	38	أكثر من 5 سنوات
100%	150	100%	89	100%	61	المجموع

المصدر: بناء على نتائج الاستبيان

يمكن التأكيد أن استخدام موقع الفايسبوك لدى الشباب يرتبط بعامل الجنس، فبعد أن كان الفايسبوك حكرا على فئة الذكور، يلاحظ في الآونة الأخيرة أن الإناث هن الأكثر ترددا على مواقع التواصل الاجتماعي الفايسبوك، وهذا بالنظر إلى التغيرات الاجتماعية والاقتصادية والثقافية التي يشهدها المجتمع الجزائري، وما تحقق من تحول في وضع المرأة بفعل عاملي التعليم والخروج إلى العمل، حيث أصبحت المرأة تتمتع بهامش من الحرية مكنها من النفاذ إلى شبكات التواصل الاجتماعي.

من خلال الجدول أعلاه؛ يتضح أن الإناث يشتركون في موقع التواصل الاجتماعي الفايسبوك أكثر مقارنة بالذكور، حيث نجد (7.86%) من الإناث استخدموا موقع الفايسبوك أقل من سنة، ويرجع ذلك- في تقديرنا- إلى تطور مؤشر العدالة والمساواة في تعامل المرأة مع الفضاء الافتراضي من خلال سهولة نفاذها إلى تكنولوجيا الإعلام والاتصال بعدما كان في سنوات فارطة حكرا على الرجال فقط.

في حين وصلت نسبة الذكور إلى (06.55%)، ونسبة (38.20%) من الإناث بدأوا يستخدمون الموقع منذ حوالي سنة إلى 3 سنوات في حين تمثل نسبة الذكور (16.39%)، مقابل (24.71%) من الإناث يمتلكون هذا الحساب من 3 سنوات إلى 5 سنوات، في حين الذين يشتركون في الموقع منذ أكثر من 5 سنوات هم (62.29%) من الذكور و(29.21%) من الإناث.

ويرجع هذا التباين في سلوك الشباب من الجنسين فيما يتعلق بالوقت الحر في الفضاء الافتراضي يعكس جانبا من التصور التقليدي الذي كان ينمط دور المرأة في حدود المنزل لذلك لا غرابة أن تتعامل الفتاة مع الترفيه في حدود ما هو متاح في الفضاء المنزلي¹.

8- الفروق في مدة استخدام موقع الفايسبوك حسب متغير السن:

الجدول رقم (08) يوضح الفروق في مدة استخدام موقع الفايسبوك حسب متغير السن:

السنة	23-18		29-24		35-30		35 فما فوق		المجموع	
	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت
أقل من سنة	63.63%	07	9.09%	01	9.09%	01	18.18%	02	7.33%	11
من سنة إلى 3 سنوات	81.81%	36	13.63%	06	0%	00	4.54%	02	29.33%	44
من 3 سنوات إلى 5 سنوات	45.16%	14	38.70%	12	16.12%	05	00%	00	20.66%	31
أكثر من 5 سنوات	50%	32	25%	16	15.62%	10	9.37%	06	42.66%	64
المجموع	100%	89	100%	35	100%	16	100%	10	100%	150

المصدر: بناء على نتائج الاستبيان

¹ الحبيب الدرويش: دراسات في قضايا التنشئة والتمكين والاندماج. تونس، منشورات جامعة صفاقس، 2010، ص 59.

وبعد أن فرغنا من تحليل الفروق في مدة استخدام موقع الفايسبوك حسب متغير الجنس، ننتقل الآن إلى توضيح الفروق في مدة استخدام موقع الفايسبوك حسب متغير السن، من منطلق أن هذا المؤشر يعكس مستوى النضج العقلي والنفسي والاجتماعي والعلمي لدى الشباب، وكذلك نظرتهم إلى الفايسبوك والحكم عليه.

فاليانات المشار إليها في هذا الجدول تشير إلى أن هناك فروقا واضحة في مدة استخدام الفايسبوك حسب متغير السن لدى المبحوثين، فالتأمل في معطيات الجدول أعلاه يوضح أن نسبة (7.86%) من أفراد العينة المبحوثة الذين أعمارهم من 18 إلى 23 سنة يمتلكون حسابا على موقع التواصل الاجتماعي الفايسبوك مقارنة بالذين تتراوح أعمارهم من 30 إلى 35 سنة، والذين قدرت نسبتهم بـ (6.25%)، ونجد (20%) ممن أعمارهم من 35 سنة فأكثر، ونسبة (2.85%) ممن أعمارهم من 24 إلى 29 سنة يشتركون أيضا في نفس الحساب. والمؤكد أن هذه الفئة الشابة تعتبر الأكثر إقبالا على استخدام الفايسبوك من أجل التعارف، والصداقة وتمضية الوقت، كما تتيح لهم فرصة تقديم أنفسهم للآخرين بكل حرية، وهذا ما يشبع لدى الشباب حاجات عاطفية ونفسية تعوضهم عن الاتصال الشخصي الذي يفرض عليهم قيود معينة.

في حين أن الذين بدأوا في استخدام موقع الفايسبوك من سنة إلى 3 سنوات فتمثلت نسبتهم في (40.44%) ممن أعمارهم من 18 إلى 23 سنة، نسبة (20%) ممن أعمارهم من 35 سنة فأكثر، و(17.14%) ممن أعمارهم من 24 إلى 29 سنة. وقد يرجع ذلك أن هذه الفئة أكثر نضجا ووعيا بمحتوى العلاقات والمحادثات التي تتم عبر الفضاء الافتراضي، وتضم زملاء العمل، أو أصدقاء الدراسة، أو أشخاص متزوجين يتواصلون من أجل أمور تتصل بحياتهم اليومية، كما أن هوياتهم معروفة، وتتميز علاقاتهم بالشفافية والوضوح، عكس الفئات الشابة الأخرى، هوياتهم غير محددة، وعلاقاتهم يشوبها الغموض.

أما نسبة الذين أدلوا باستخدام الموقع من 3 سنوات إلى 5 سنوات فقدرت نسبتهم بـ (15.73%) تتراوح أعمارهم من 18 إلى 23 سنة، ونجد (34.28%) ممن أعمارهم من 24 إلى 29 سنة، ونسبة (31.25%) ممن أعمارهم من 30 إلى 35 سنة.

في حين نجد أن الذين يمتلكون حسابا على الفايسبوك منذ أكثر من 5 سنوات فتمثلت نسبتهم على التوالي (35.95%) ممن أعمارهم من 18 إلى 23 سنة، (45.71%) أعمارهم متراوحة من 24 إلى 29 سنة، و (62.05%) ممن أعمارهم من 30 إلى 35 سنة، ونسبة (60%) ممن أعمارهم من 35 سنة فأكثر.

ويشير التصنيف العمري لمستخدمي الفليسيوك بالجزائر أن الشباب الذين تتراوح أعمارهم بين 18 و 24 سنة يمثلون نسبة 70 في المائة أي ثلثي مستعملي هذه الشبكة بالجزائر، تليها فئة ما بين 25 و 34 سنة بنسبة 29.1 في المائة، وتشير الإحصائيات أن نسبة الذين تقل أعمارهم عن 17 سنة بلغت 10.3 في المائة¹.

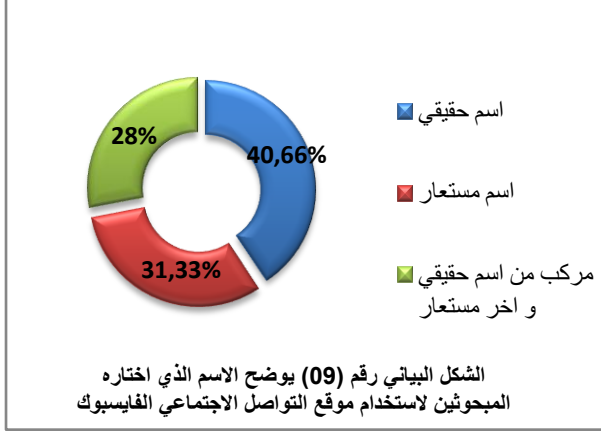
يمكن التأكي هنا، أن صفة التفاعلية والخدمات التي توفرها هذه المواقع مجانا تعد من بين عوامل استقطاب فئات عمرية متنوعة في ظل تأخر الإعلام الرسمي عن أداء دوره في مناقشة المطالب المتجددة لشرائح المجتمع لا سيما لدى فئة الشباب المنجذبون نحو هذه التقنية الحديثة.

¹ عبد الرزاق بوالقمح وآخرون، شبكات التواصل الاجتماعي تتحول إلى ساحة سياسية موازية. تم تصفح الموقع بتاريخ 2018/04/14 على الساعة 11:07 صباحا. الموقع: <https://www.echoroukonline.com>

9. الاسم الذي يظهر به المبحوث بموقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك:

الجدول رقم (09) يوضح الاسم الذي اختاره المبحوثين لاستخدام موقع التواصل

الاجتماعي الفيسبوك:



النسبة المئوية	التكرار	طبيعة الاسم
40.66%	61	اسم حقيقي
31.33%	47	اسم مستعار
28%	42	مركب من اسم حقيقي و آخر مستعار
100%	150	المجموع

المصدر: بناء على نتائج الاستبيان

حسب البيانات الموضحة في الجدول أعلاه اتضح أن أعلى نسبة من المبحوثين اختاروا أسمائهم الحقيقية لاستخدام حساباتهم في موقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك بنسبة (40.66%)، في حين أن نسبة الذين يدخلون بأسماء مستعارة قدرت بـ (31.33%) والذين يستخدمون مركب من اسم حقيقي وآخر مستعار فتمثلت نسبتهم (28%).

إن دخول الشباب في علاقات افتراضية عبر مواقع التواصل الاجتماعي بإخفاء الاسم والظهور باسم مستعار أو مزيف، وكذا غيابه الفيزيائي وبعده الجغرافي كلها عوامل تدفع بالفرد إلى الكشف عن مكبوتاته دون أن يشعر بأدنى خطر، أو أن تكون لأفعاله الافتراضية انعكاسات على حياته الواقعية، وبهذا يكون حرا في استخدام الاسم الذي يراه مناسباً.¹

ويسميه "علي محمد رحومة" بالقناع الافتراضي الذي يصنع المستخدم من خلاله شخصية الكترونية افتراضية، تجسد فكرة كونه شخصا رقميا وذلك عن طريق اسم مستعار، وعادة ما

¹ يامين بودهان، الشباب والانترنت، منشورات الجدلاوي، عمان، 2014، ص 72.

تكون الأسماء المستعارة معبرة أو متخيلة وذكية. فالأسماء المستعارة تتصف بسمات وتراكيب متنوعة منها:

قد تكون هذه الأسماء مركبة من بعض حروف الاسم الأصلي للشخصية، أو يكون الاسم يدل على اهتمام ما لدى الشخصية في واقعها الطبيعي أو رغبة ما، يريد أن يعرف بها لدى الآخرين.

وقد يكون اسما يجذب الآخرون، كاسم غريب مثلا أو مضحك وينم على فكرة بينها بحرف مميز أ يخلط في اسمه المستعار بين حروف كبيرة وأخرى صغيرة.

وعليه إن استخدام الاسم المستعار كقناع للذات قد يساعد في التعبير عن النفس بصورة أكبر لشعور المرء بمسؤولية خفية وابتعاده عن الوقوع في روتين الواجبات والقواعد الاجتماعية للتعبير عن النفس، فعالم الشبكة أتاح استخدام القناع الرقمي بحيث يختار المشاركون ألقابهم (الأسماء، الأعمار والأدوار والوظائف) ويندمجون في أنماط مختلفة من العلاقات الاجتماعية.¹

وتبعاً لذلك، فإن الشباب قد لا يكشفون عن هويتهم الحقيقية داخل هذا المجال باستعارة ألقاب وأسماء وصور غير حقيقية وأحيانا استخدام رموز تدل على الفرح أو الحزن دون وضع البروفيل الحقيقي لصورة الشخص للتعبير عن أفكارهم فتصبح هذه الرموز المستعارة هي التي توّطر تصورات وأفعال الأفراد المتواصلين وهذا التداول بين الهوية الحقيقية والهوية الافتراضية قد يشكل هويات متعددة قد تكون متناقضة أو مندمجة أو مشتتة، وقد لا تظهر هوية محددة وواضحة، كما أنها قد تؤدي إلى إعادة تشكيل هويات جديدة مطابقة للواقع الافتراضي أو متصارعة معه.

¹علي محمد رحومة، مرجع سبق ذكره، ص 144.

ومن جهته يؤكد عالم الاجتماع الفرنسي آلان توران أنه سرعان ما تشظت الفردية إلى عدة حقائق أظهر لنا أحد أجزاءها " أنا" هشة، متقلبة، خاضعة لكل الإعلانات والدعوات وصور الثقافة الجماهيرية، بحيث لم يعد الفرد سوى شاشة تعرض عليها رغبات وحاجات وعوالم خيالية مفبركة في مصانع الاتصالات الجديدة. إن الصورة التي غالبا ما استخدمت للتعرف بالحدثة هي صورة الفرد الذي هذه الذي لم يعد يتحدد بمجموعات انتماء، والذي يزداد ضعفا ولا يجد في ذاته ضمانا لهويته بعد أن بطل كونه مبدأ وحدة وأصبح منقادا لما يفلت من دائرة وعيه¹.

وبالتالي فإن الاغتراب الهوياتي الذي يعيشه الشباب بفعل تأثير شبكات التواصل الاجتماعي، ليس اغترابا اقتصاديا بالمعنى الماركسي، ولا الاغتراب الثقافي عند ' أدورنو' وإنما هو اغتراب سيميائي متعلق بكيفية امتلاك الفاعل الاجتماعي المصادر الرمزية لهويته دون نسخها بسذاجة عن العوالم المطروحة عليه من طرف النسق، فما يتضمنه النسق من منطق أجهزة وأسواق يعمل على قولبة ذات الفاعل وتبضيعها طيعة للانصياع والاستهلاك.²

¹ آلان تورين: براديفما جديدة لفهم عالم اليوم. ترجمة جورج سليمان، بيروت، المنظمة العربية للترجمة، 2011، ص 177.

² عادل بن الحاج رحومة، تنشئة الهويات الفردية عند الشباب عبر الفضائيات الاتصالية والمعلوماتية، إضافات المجلة العربية لعلم الاجتماع، الصادرة ببيروت عن الجمعية العربية لعلم الاجتماع، بالتعاون مع مركز دراسات الوحدة العربية، العدد التاسع، شتاء 2010، ص، ص 143-144.

10. الفروق في طبيعة الاسم المستخدم في موقع الفايسبوك حسب متغير الجنس:

الجدول رقم (10) يوضح الفروق في طبيعة الاسم المستخدم في موقع الفايسبوك حسب

متغير الجنس:

الجنس طبيعة الاسم	ذكر		أنثى		المجموع	
	ت	%	ت	%	ت	%
اسم حقيقي	37	62.71%	24	26.37%	61	40.66%
اسم مستعار	08	13.55%	39	42.85%	47	31.33%
مركب من اسم حقيقي وآخر مستعار	14	23.72%	28	30.76%	42	28%
المجموع	59	100%	91	100%	150	100%

المصدر: بناء على نتائج الاستبيان

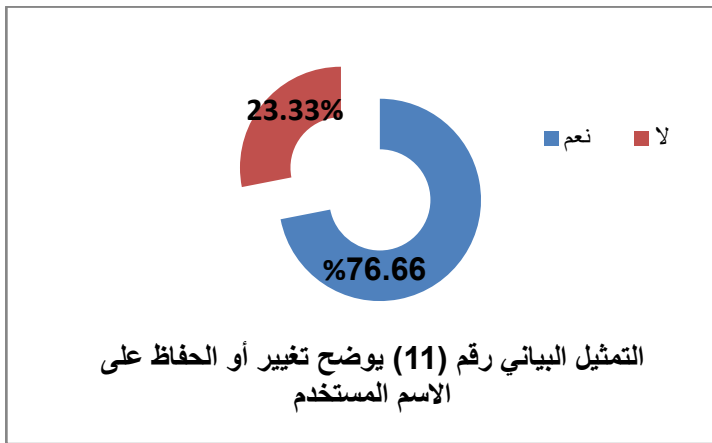
من خلال الإحصائيات المجدولة، فقد اختار (37) من المبحوثين الذكور ذكر اسمهم الحقيقي بما يعادل نسبة قدرت بـ (62,71%)، مقارنة بنسبة (26.37%) من الإناث، وهذا ما يؤكد على أن استخدام الفايسبوك محاط بإطار من الجدية والثقة من طرف المبحوثين، وقد أرجع المبحوثين ذلك لعدة أسباب منها: الرغبة في الظهور بهوية حقيقية حتى يتعرف عليهم معارفهم وأصدقائهم بسهولة ومن أجل كسب ثقة المتفاعلين معهم في نفس الصفحة. ومن جهة أخرى نجد أن نسبة الإناث تفوقت بـ (42.85%) مقارنة بنسبة الذكور (13,55%) تستخدم الاسم المستعار، وقد أرجع معظمهم الأسباب في اختيار الأسماء المستعارة إلى الرغبة في التصرف بكل حرية وهذا ما يتيح موقع الفايسبوك للمستخدمين خلال الاشتراك فيه، ومنهم من أراد أن لا يتعرف الآخرون عن هويتهم الحقيقية وكذا الرغبة في تقمص شخصية أخرى عبر موقع الفايسبوك.

أما فيما يخص الاسم المركب من اسم حقيقي وآخر مستعار فتمثلت نسبة المبحوثين الإناث بـ (30.76%) مقارنة بنسبة الذكور (23.72%).

في هذا السياق فإن الكثيرين ممن يسجلون أنفسهم لا يفهمون مبدأ التواصل والتشابك، فيخفون صورتهم ولا يقدمون أية معلومات شخصية عنهم للأصدقاء الذين يدعونهم، فلا يفصحون عن هويتهم ويكتفون بالملاحظة وبالاطلاع على الصفحات الشخصية للمستخدمين الآخرين، ربما يخاف هذا النمط من المستخدمين من أن يفوتهم شيء ما، أو يعيشون طفولتهم من جديد، حيث كانوا يكتفون بالوقوف في ركن ما من ساحة المدرسة- يكتفون بمراقبة زملائهم ويكبحون الرغبة في اللعب معهم أو حتى مكالمتهم- لكن أثبتت التجربة أن خيار التخفي ليس بالأمر السيء في بعض الأحيان، إذا ما أخذت بعض التعليقات غير اللائقة التي يكتبها البعض بعين الاعتبار.¹

11. تغيير أو الحفاظ على الاسم المستخدم:

الجدول رقم (11) يوضح تغيير أو الحفاظ على الاسم المستخدم:



النسبة المئوية	التكرار	النتيجة
23.33%	35	نعم
76.66%	115	لا
100%	150	المجموع

المصدر: بناء على نتائج الاستبيان

¹ حسن السوداني ومحمد المنصور، شبكات التواصل الاجتماعي وتأثيرها على جمهور المتلقين، مركز الكتاب الأكاديمي، عمان، 2016، ص 111.

تقدم القراءة الأولية للأرقام المبينة في الجدول والممثلة في الجدول البياني أن نسبة (76.66%) من المبحوثين لا يقومون بتغيير اسمهم المستخدم ضمن اشتراكاتهم في موقع التواصل الاجتماعي الفايسبوك بل يحافظون عليه، في حين نسبة (23.33%) يغيرون الاسم المستخدم في موقع الفايسبوك.

وفي سؤالنا عن سبب المحافظة على الاسم أو تغييره فأرجع المبحوثين سبب محافظتهم على الاسم المستخدم ضمن صفحة الفايسبوك إلى ما يلي:

(20) مبحوثا يحافظون على الاسم المستخدم بدافع تفضيل الظهور بهوية حقيقية وحب المحافظة على الاسم الحقيقي، في حين أن (18) مبحوثا كان حتى يتعرف عليهم أصدقائهم سببا لحفاظهم على اسمهم المستخدم، ومنهم من أرجع ذلك بسبب الحفاظ على العلاقة الزوجية وذلك بالنسبة للإناث وعدم حدوث مشاكل عائلية، أما من لا يحبون التغيير تمثل عددهم في (18) مبحوثا.

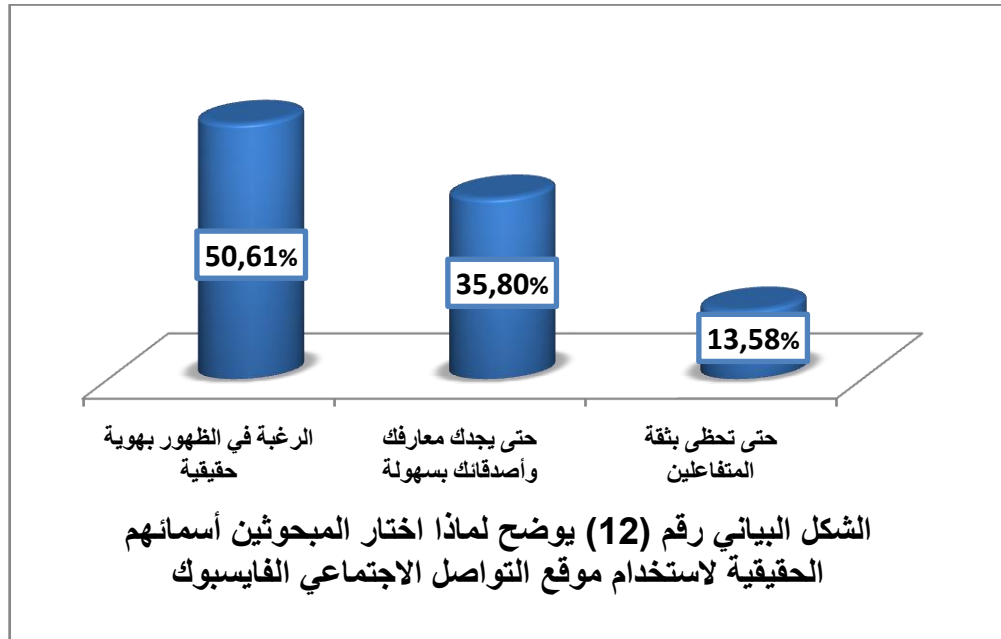
أما المبحوثين الذين يحبون تغيير أسمائهم ضمن الصفحة أراجعوا ذلك إلى: (18) مبحوثا لا يحبون التغيير، (03) مبحوثين يحبون التغيير والتجديد باستمرار، منهم من يغير اسمه بحجة الإعجاب باسم آخر، ومبحوثين فقط يحبان التنوع و مبحوثين بدافع حرية التصرف، والبعض الآخر لتجنب الوقوع في المشاكل، ومنهم (03) مبحوثين يتجنبون الاختراق لحسابهم عبر الموقع، وآخرون يغيرونه بدافع التعرف على أشخاص جدد و (04) مبحوثين لا يجدون سبب في تغييره.

12. أسباب اختيار المبحوثين لأسمائهم الحقيقية لاستخدام موقع التواصل الاجتماعي الفايسبوك:

الجدول رقم (12) يوضح لماذا اختار المبحوثين أسماءهم الحقيقية لاستخدام موقع التواصل الاجتماعي الفايسبوك:

النسبة المئوية	التكرار	الأسباب
27.33%	41	الرغبة في الظهور بهوية حقيقية
19.33%	29	حتى يجدك معارفك وأصدقائك بسهولة
7.33%	11	حتى تحظى بثقة المتفاعلين

المصدر: بناء على نتائج الاستبيان



أرجع المبحوثين اختيارهم لأسمائهم الحقيقية في اشتراكاتهم ضمن موقع التواصل الاجتماعي الفايسبوك رغبة منهم في الظهور بهويتهم الحقيقية بنسبة (27.33%)، وحتى

يجدهم معارفهم وأصدقائهم بسهولة من خلال إدراج أسمائهم والبحث عنهم وذلك بنسبة (19.33%)، وأيضا حتى يحظوا بثقة المتفاعلين معهم مثلتها نسبة (7.33%) .

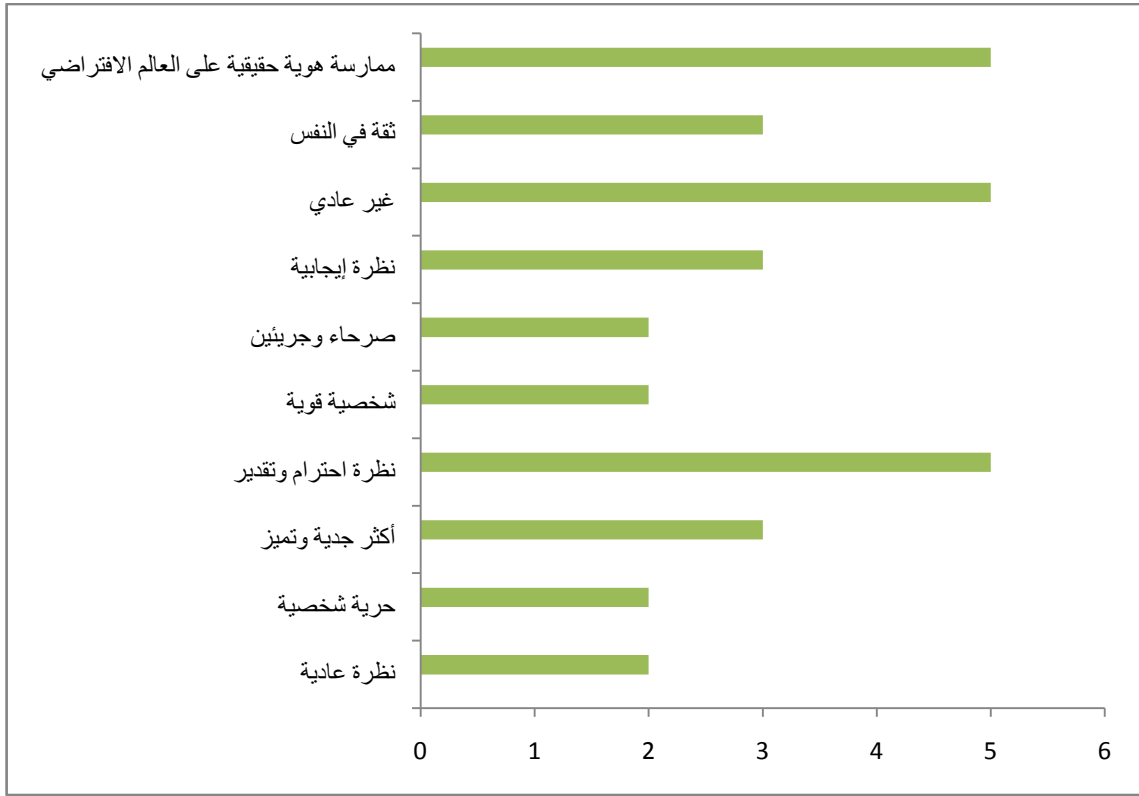
أما أولئك الذين يختارون اسما مستعارا ضمن حساباتهم على موقع التواصل الاجتماعي الفايسبوك، فإنهم يكونون عادة ممن المتحفظين والحذرين والحريصين على إخفاء أسمائهم ومعلوماتهم الخاصة وحتى هويتهم الحقيقية، بالمقابل يفضل آخرون استخدام اسما مركبا من اسم حقيقي واسم مستعار.

13. نظرة المبحوثين إلى الشباب الذين يستخدمون أسماء حقيقية:

الجدول رقم (13) يوضح نظرة المبحوثين إلى الشباب الذين يستخدمون أسماء حقيقية:

النسبة المئوية	التكرار	نظرة الشباب
16%	24	نظرة عادية
12.66%	19	حرية شخصية
4%	06	أكثر جدية وتميز
3.33%	05	نظرة احترام وتقدير
11.33%	17	شخصية قوية
12.66%	19	صرحاء وجريئين
5.33%	08	نظرة إيجابية
0.66%	01	غير عادي
14%	21	ثقة في النفس
20%	30	ممارسة هوية حقيقية على العالم الافتراضي
100%	150	المجموع

المصدر: بناء على نتائج الاستبيان



التمثيل البياني رقم (13) يوضح نظرة المبحوثين إلى الشباب الذين يستخدمون أسماء حقيقية

وفيما يخص سؤالنا عن تبرير ذلك أفرزت النتائج الموضحة في الجدول التالي:

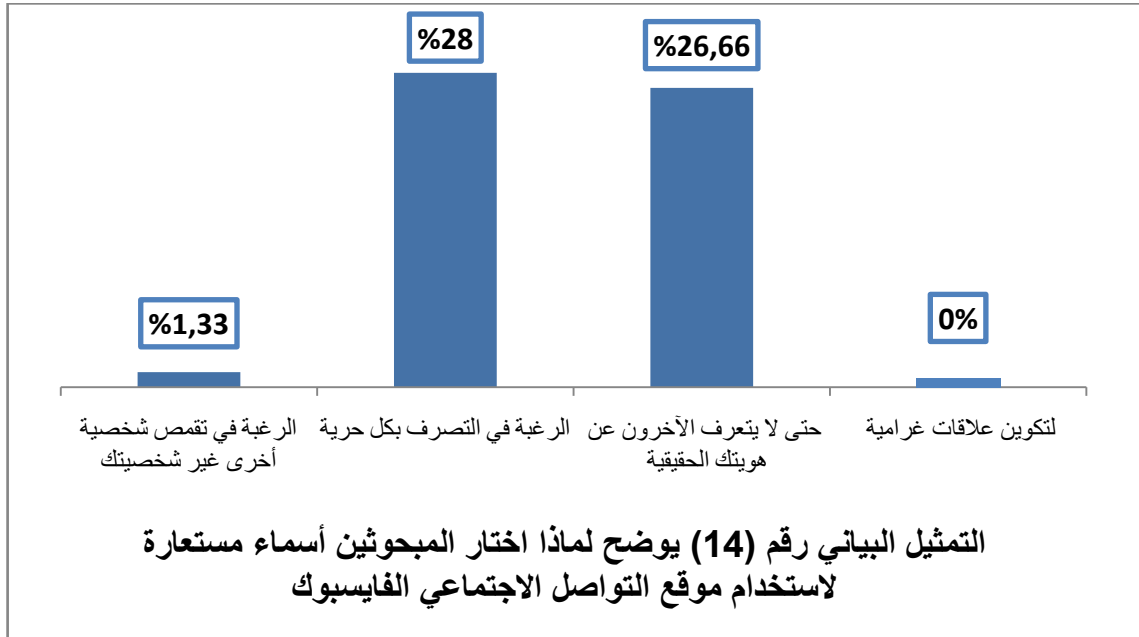
نسبة (20%) تفضل ممارسة هويتها الحقيقية عبر العالم الافتراضي، نسبة (16%) نظرتهم عادية للشباب الذين يستخدمون أسمائهم الحقيقية، نسبة (14%) من الشباب لديهم ثقة بأنفسهم من خلال استخدام أسمائهم الحقيقية، و بنسبة متساوية (12.66%) صرحاء وجريئين وحرية شخصية، نسبة (11.33%) لديهم شخصية قوية، ونسبة (5.33%) نظرة إيجابية، ونسبة (4%) شباب أكثر جدية وتميز، ونسبة (3.33%) نظرة احترام وتقدير، ونسبة (0.66%) ينظرون إليهم على أنهم أشخاص غير عاديين.

14. أسباب اختيار المبحوثين أسماء مستعارة لاستخدام موقع التواصل الاجتماعي الفايسبوك:

الجدول رقم (14) يوضح لماذا اختار المبحوثين أسماء مستعارة لاستخدام موقع التواصل الاجتماعي الفايسبوك:

الأسباب	التكرار	النسبة المئوية
الرغبة في تقمص شخصية أخرى غير شخصيتك	02	1.33%
الرغبة في التصرف بكل حرية	42	28%
حتى لا يتعرف الآخرون عن هويتك الحقيقية	40	26.66%
لتكوين علاقات غرامية	00	00%

المصدر: بناء على نتائج الاستبيان



ومن خلال سؤالنا المطروح حول لماذا يستخدم المستخدمون أسماء مستعارة في اشتراكاتهم على موقع التواصل الاجتماعي الفايسبوك، فقد أجابت النسبة المقدرة بـ (28%) من المجموع الكلي للمبحوثين بأنها تستخدم أسماء مستعارة رغبة منهم في التصرف بكل حرية، في حين تمثلت نسبة (26.66%) من أجل أن لا يتعرف الآخرون عن هويتهم الحقيقية، وبنسبة (1.33%) اختار المبحوثين اسما مستعارا رغبة منهم في تقمص شخصية أخرى غير شخصيتهم الحقيقية.

وبالتالي فإن الهوية الافتراضية التي ينشئونها من خلال استخدام موقع التواصل الاجتماعي يسعون من خلالها إقناع المشتركين معهم بهويتهم المزيفة والتلاعب بها من أجل أن يدفع المتفاعلين معه إلى التعامل معهم على أساس هذه الهوية المصطنعة، وتقادي المشاكل مع الآخرين، لأسباب عائلية.

وبالتالي فإن الهوية الافتراضية التي ينشئها الشباب من خلال استخدام موقع التواصل الاجتماعي يسعون من خلالها إقناع المشتركين معهم بهويتهم المزيفة والتلاعب بها من أجل أن يدفع المتفاعلين معه إلى التعامل معه على أساس هذه الهوية المصطنعة.

ومن خلال استخدام مواقع التواصل الاجتماعي التي تحقق للشباب رغباتهم وحاجاتهم التي لا يستطيعون تحقيقها على أرض الواقع ومن هنا تسمح لهم بإنشاء هوية خاصة بهم سواء كانت حقيقية أو مزيفة فهي في نظرهم تشبع حاجاتهم النفسية والاجتماعية وتمكنهم من بناء علاقات اتصالية مع من يرغبون ويثبتون من خلالها ذواتهم.

إذ يتجه الشباب من خلال إخفاء هوياتهم الحقيقية ضمن مواقع التواصل الاجتماعي إلى البحث عن الهوية الشخصية، والتمرد على المجتمع للفت الانتباه وتأكيد الذات، سيما أن مرحلة الشباب كما أكدت ذلك الدراسات النفسية والسلوكية تتسم بتحويلات نفسية واجتماعية وجسدية تجعل الشباب غير متوازن نسبيا ومن ثمة عرضة للتقلبات التي قد تكون مفاجئة،

فيميلون إلى التواري وراء تعددية الذات والهويات، ويستحدثون هويات متعددة ولأسباب مختلفة.¹

15. نظرة المبحوثين إلى الشباب الذين يستخدمون أسماء مستعارة:

الجدول رقم (15) الذي يوضح نظرة المبحوثين إلى الشباب الذين يستخدمون أسماء

مستعارة:

النسبة المئوية	التكرار	نظرة الشباب
11.33%	17	عدم الرغبة في الظهور بهوية حقيقية
12%	18	نظرة عادية
25.33%	38	حرية شخصية
02%	03	المحافظة على السمعة
14.66%	22	قلة الثقة في النفس
0.66%	01	أقل وعيا وشعورا بالمسؤولية
02%	03	للحفاظ على الخصوصية
08%	12	التلاعب بالشخصية وحب التخفي
2.66%	04	ليس لديهم شخصية قوية
2.66%	04	أشخاص غامضون
6.66%	10	تقمص شخصية أخرى
10%	15	لديهم أسبابهم الخاصة
0.66%	01	هروب من الواقع
0.66%	01	نظرة سلبية
0.66%	01	شباب يتمتع بالحيطة والحذر
100%	150	المجموع

المصدر: بناء على نتائج الاستبيان

¹ يامين بودهان، مرجع سبق ذكره، ص 54.

إن الفضاء الاتصالي الجديد "الفايسبوك" يمنح حرية الاختيار للمستخدمين أن يفصحوا عن هوياتهم الفعلية، أو يتكتموا عنها، فيتيح لهم إمكانية اتخاذ هويات وأسماء مستعارة، في هذه الحالة يميل الشباب إلى التستر خلف أسماء وصور مستعارة غير حقيقية أثناء عملية الاتصال.¹

وفي قراءة إحصائية لبيانات الجدول رقم (15) تبين لنا أن نظرة المستخدمين للشباب الذين يستخدمون أسماء مستعارة أن نسبة (25.33%) يرون أن الشباب لديهم حرية شخصية في اختيار أسمائهم عبر صفحاتهم الخاصة، تليها نسبة (14.66%) الذين ليس لديهم ثقة في النفس، ثم تليها نسبة (12%) نظرتهم عادية إلى هؤلاء الشباب، ونسبة (11.33%) ليس لديهم الرغبة في الظهور بهوية حقيقية، ثم نسبة (10%) لديهم أسبابهم الخاصة في استخدام أسماء مستعارة، وتليها نسبة (8%) يرون أنهم يحبون التلاعب بشخصيتهم والتخفي عبر هوية افتراضية، ثم نسبة (6.66%) يحبون تقمص شخصية أخرى حسب نظرة الشباب، وبنسبة متساوية (2.66%) يرون أن الشباب ليس لديهم شخصية قوية وأنهم بنسبة لهم أشخاص غامضون، وكذا نسبة (2%) بنسبة متتالية يشعرون بأنهم يحبون الحفاظ على خصوصيتهم ويريدون المحافظة على سمعتهم من خلال استخدام أسماء مستعارة، وكذا بنسبة متساوية (0.66%) لهم نظرة سلبية حول هؤلاء الشباب، ويعتبرونهم أقل وعيا وشعورا بالمسؤولية، ويحبون الهروب من الواقع من خلال الاسم المستعار، وفي نظر البعض الآخر يرون أنهم شباب يتمتع بالحيلة والحدز.

أما عن الفروق في اختيار اسما حقيقيا أو اسما مستعارا حسب متغير الجنس فيوضحها الجدول التالي:

الجدول رقم (16) يوضح الفروق في الاسم الذي اختاره المبحوثين لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي الفايسبوك حسب متغير الجنس:

¹ يامين بودهان، مرجع سبق ذكره، ص 52.

المجموع		مستعار		حقيقي		الاسم المختار
%	ت	%	ت	%	ت	الجنس
100%	45	17.02%	08	60,65%	37	ذكور
100%	63	82.97%	39	39.34%	24	إناث
100%	108	100%	47	100%	61	المجموع

المصدر: بناء على نتائج الاستبيان

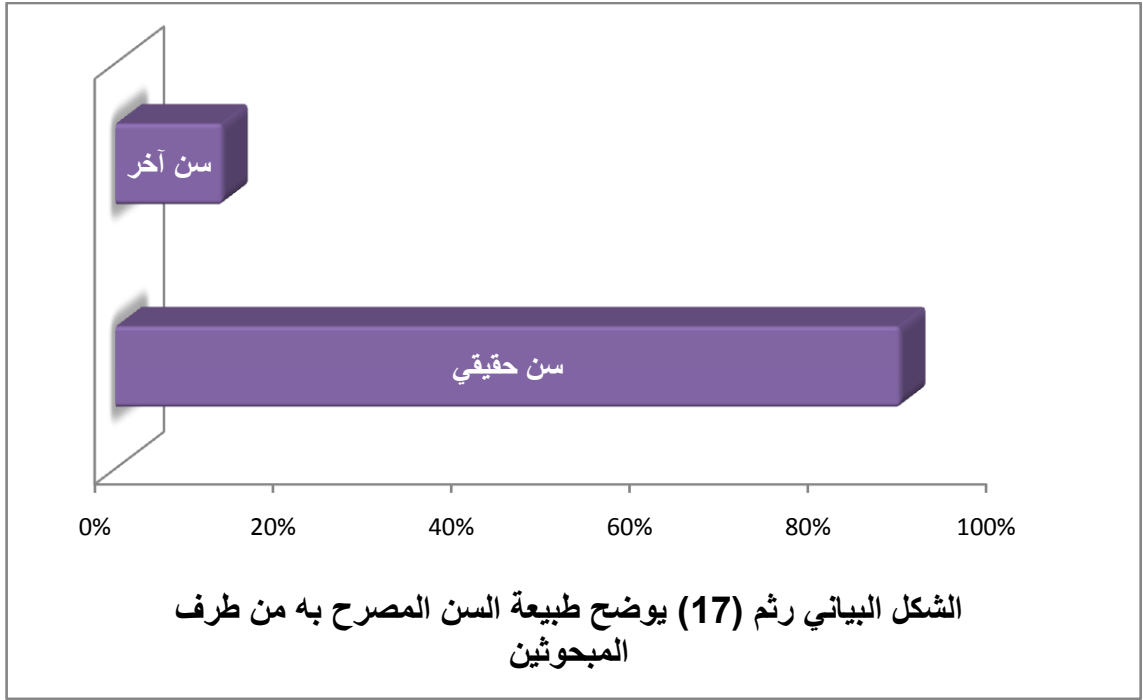
توضح لنا الإحصائيات المجدولة سابقا أن نسبة معتبرة جدا من الذكور تقدر بـ (60,65%) تستخدم اسما حقيقيا في موقع التواصل الاجتماعي الفايسبوك مقارنة بنسبة من الإناث (39.34%)، وقد أرجع المبحوثين ذلك لعدة أسباب منها: الرغبة في الظهور بهوية حقيقية وذلك من خلال التعامل مع أشخاص حقيقيين موجودين في الواقع تربطهم علاقة صداقة وأنهم لا يجدون داعي لاستخدام أسماء مستعارة وذلك حتى تسهل عملية إيجادهم من طرف الأشخاص الذين يعرفونهم في الواقع ولكسب ثقة المتعاملين معهم عبر الموقع. ومن جهة أخرى نجد أن نسبة الإناث تفوقت بـ (82.97%) مقارنة بالذكور بنسبة (17.02%). وقد أرجع معظمهم الأسباب في اختيار الأسماء المستعارة حتى لا يتعرف الآخرون على هويتهم الحقيقية.

17. طبيعة السن المصرح به من قبل المبحوثين:

الجدول رقم (17) يوضح طبيعة السن المصرح به من قبل المبحوثين:

طبيعة السن	التكرار	النسبة المئوية
سن حقيقي	132	88%
سن آخر	18	12%
المجموع	150	100%

المصدر: بناء على نتائج الاستبيان



اختار (132) من بين (150) من المبحوثين سنهم الحقيقي لاستخدام حساباتهم في موقع التواصل الاجتماعي بنسبة قدرت بـ (88%)، أما النسبة المتبقية المقدرة بـ (12%) من بين (18) مبحوثاً فقد اختاروا سن غير حقيقي في اشتراكاتهم ضمن موقع الفايسبوك.

18. استخدام المبحوثين لسنهم الحقيقي حسب متغير الجنس:

الجدول رقم (18) يوضح استخدام المبحوثين لسنهم الحقيقي حسب متغير الجنس:

المجموع		مستعار		حقيقي		الجنس
%	ت	%	ت	%	ت	
40%	60	38.89%	7	40.15%	53	ذكور
60%	90	61.11%	11	59.85%	79	إناث
100%	150	100%	18	100%	132	المجموع

المصدر: بناء على نتائج الاستبيان

توضح لنا البيانات المجدولة سابقا أن نسبة كبيرة جدا من الإناث تقدر بـ

(59.85%) تستخدم سنا حقيقيا في موقع التواصل الاجتماعي الفايسبوك مقارنة بنسبة

(40.15%) من الذكور.

ومن جهة أخرى نجد أن نسبة الإناث تفوقت بمقدار (61.11%) مقارنة بنسبة الذكور

(38.89%) تستخدم سنا مستعارا.

وعليه نسجل فوقا دالة إحصائية بين الذكور والإناث في استخدامهم لسنهم الحقيقي أو

لسن مستعار في اشتراكاتهم على موقع التواصل الاجتماعي الفايسبوك، حيث نجد تقارب في

النسب بين كلا الجنسين في استخدام السن الحقيقي والمستعار.

19. استخدام المبحوثين لسنهم الحقيقي حسب متغير السن:

الجدول رقم (19) يوضح استخدام المبحوثين لسنهم الحقيقي حسب متغير السن:

المجموع		35 فما فوق		35-30		29-24		23-18		السن طبيعة السن
%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	
%88	132	%77.7	7	%88.88	16	%85.29	29	%89.89	80	سن حقيقي
%12	18	22.2%	2	%11.12	2	%14.70	5	%10.11	9	سن مستعار
100%	150	100%	9	%100	18	%100	34	%100	89	المجموع

المصدر: بناء على نتائج الاستبيان

إن التأمل في معطيات الجدول أعلاه يوضح أن نصف أفراد العينة المبحوثة (89.89%) الذين أعمارهم تتراوح بين 18 إلى 23 سنة يصرحون بسنهم الحقيقي في استخدام موقع التواصل الاجتماعي الفايسبوك مقارنة بالذين أعمارهم متراوحة من 24 إلى 29 سنة الذين قدرت نسبتهم بـ (85.29%)، ونجد (16) مبحوثاً من أفراد العينة أعمارهم ما بين 30 إلى 35 سنة بنسبة (88.88%)، ونسبة (77.77%) ممن أعمارهم من 35 سنة فما فوق يستخدمون سنهم الحقيقي في اشتراكاتهم عبر الموقع.

في حين أن الذين يقومون بذكر سنهم المستعار في موقع التواصل الاجتماعي الفايسبوك فنجد (9) أفراد من العينة بنسبة (10.11%) تتراوح أعمارهم من 18 إلى 23 سنة، (5) مبحوثين أعمارهم ما بين 24 إلى 29 سنة، (2) مبحوثين ممن أعمارهم متراوحة ما بين 29 إلى 35 سنة بنسبة (11.12%)، ونسبة (22.22%) ممن أعمارهم من 35 سنة فأكثر.

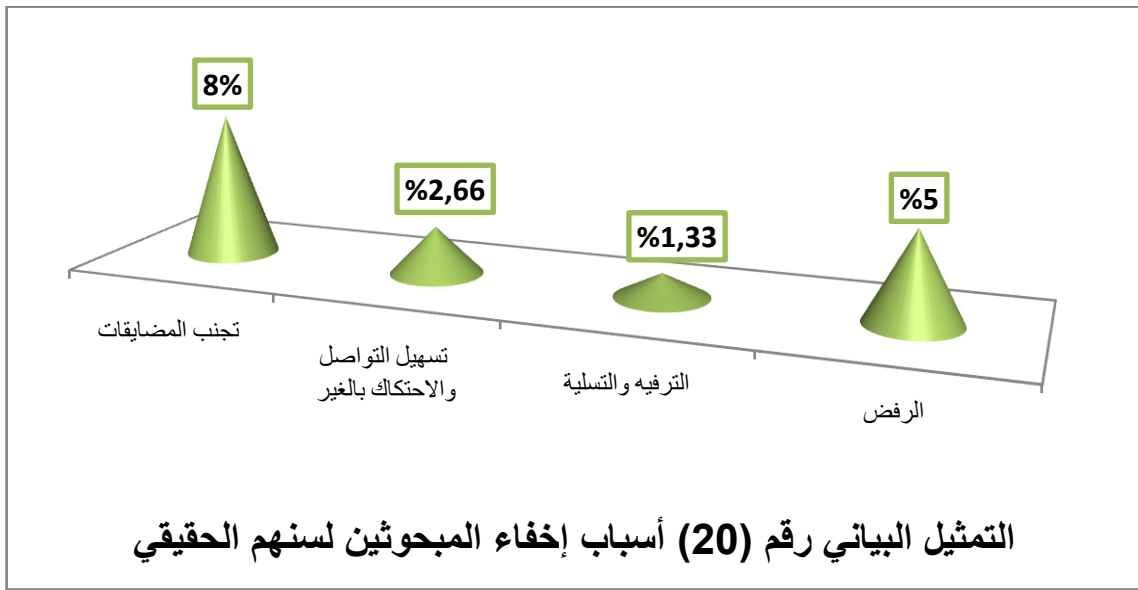
حيث يتحكم متغير السن في مدى تصريح الشباب لسنهم الحقيقي.

20. أسباب إخفاء المبحوثين لسنهم الحقيقي:

الجدول رقم (20) يوضح أسباب إخفاء المبحوثين لسنهم الحقيقي:

الأسباب	التكرار	النسبة المئوية
تجنب المضايقات	12	8%
تسهيل التواصل والاحتكاك بالغير	04	2.66%
الترفيه والتسلية	02	1.33%
الرفض	00	00%

المصدر: بناء على نتائج الاستبيان



في سؤالنا عن سبب إخفاء المبحوثين لسنهم الحقيقي على موقع الفايسبوك أجابت نسبة (8%) من المبحوثين أنهم يبررون سبب إخفائهم لسنهم الحقيقي هو تجنب المضايقات التي قد يتعرض لها المبحوثين حين التصريح عن سنهم الحقيقي، بينما (2.66%) يفعلون ذلك بدافع تسهيل التواصل والاحتكاك بالغير، و نسبة (1.33%) مبررهم لإخفاء سنهم هو الترفيه والتسلية لا غير.

21. الفروق في أسباب تصريح المبحوثين بسنهم الحقيقي حسب متغير الجنس:

الجدول رقم (21) يبين الفروق في أسباب تصريح المبحوثين بسنهم الحقيقي حسب متغير الجنس:

المجموع		إناث		ذكور		طبيعة الجنس الأسباب
%	ت	%	ت	%	ت	
66.66%	12	63.63%	7	71.42%	5	تجنب المضايقات
22.22%	4	27.27%	3	14.28%	1	تسهيل التواصل والاحتكاك بالغير
11.11%	2	9.09%	1	14.28%	1	الترفيه والتسلية
0%	0	0	0	0	0	الرفض
100%	18	100%	11	100%	07	المجموع

المصدر: بناء على نتائج الاستبيان

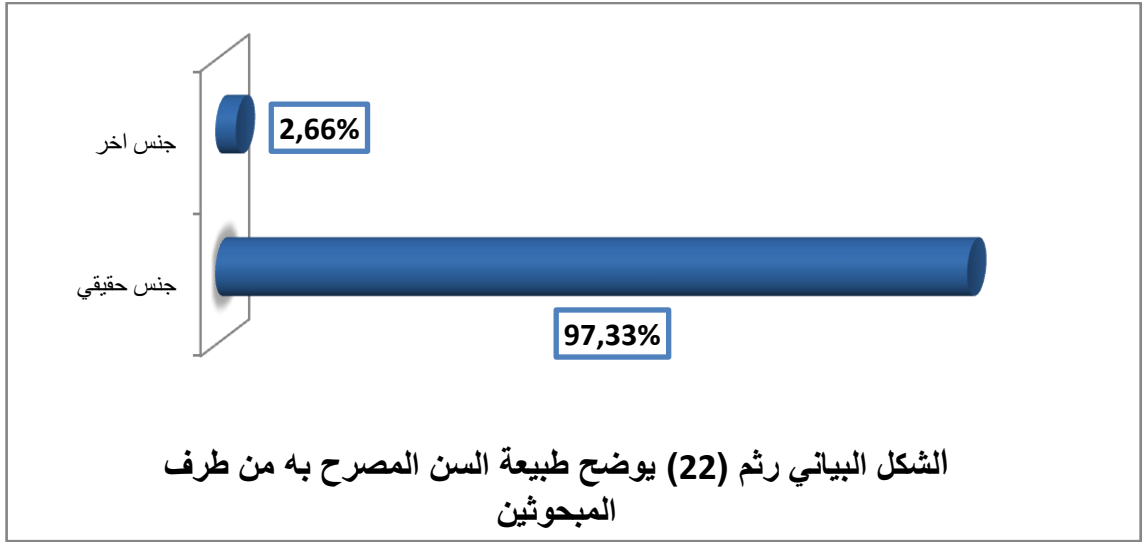
إن التأمل في معطيات الجدول أعلاه توضح جليا أن (7) من المبحوثين الإناث تمثلت نسبتهم في (63.63%) أو من الذكور (5) مبحوثين نسبتهم قدرت بـ (71.42%) السبب المباشر لإخفاء سنهم الحقيقي من خلال اشتراكاتهم عبر موقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك هو تجنب المضايقات الذين يتعرضون لها من طرف الآخرين، في حين نسجل نسبة (27.27%) من الإناث أكثر من (14.28%) الذكور فيفعلون ذلك بدافع تسهيل التواصل والاحتكاك بالغير فهم يريدون بذلك تحقيق هذا الدافع فهم يحاولون أن يتعرف عليهم الآخرون الذين يقاربونهم في نفس السن، في حين نجد هناك تعادل بالنسبة للذكور والإناث. وعليه نسجل فروقا دالة إحصائيا بين الذكور والإناث في أسباب استخدامهم لعمرهم الحقيقي على موقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك حيث نجد أن فئة الإناث هي التي تخفي أسمائها مقارنة بالذكور.

22. مدى حقيقية التصريح بالجنس:

الجدول رقم (22) مدى حقيقية التصريح بالجنس:

النسبة المئوية	التكرار	التصريح
97.33%	146	جنس حقيقي
02.66%	04	جنس آخر
100%	150	المجموع

المصدر: بناء على نتائج الاستبيان



اختر (146) من بين (150) من المبحوثين يصرحون بجنسهم الحقيقي لاستخدام حساباتهم في موقع التواصل الاجتماعي الفايسبوك بنسبة قدرت بـ (97.33%)، وهذا ما يؤكد على أن استخدام موقع الفايسبوك محاط بإطار من الجدية والثقة من طرف المبحوثين، بينما يخفي (04) مبحوثين بنسبة (02.66%) جنسهم الحقيقي ولا يصرحون به في البيانات الشخصية على حسابهم عبر موقع الفايسبوك.

وفي سؤالنا في تبرير ذلك كانت النتائج كما يلي:

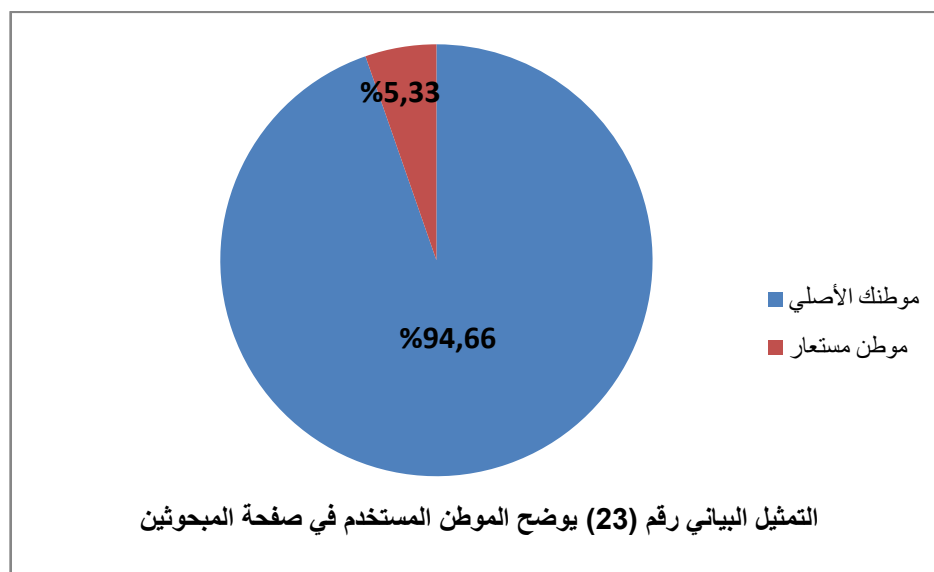
أرجع بعض المبحوثين سبب إخفائهم لجنسهم الحقيقي على موقع الفايسبوك أنهم يتفادون وضعه بسبب التعرض للمضايقات والضغط، ولهم مبرر آخر يتمثل في تجنب المضايقات وتفادي المشاكل الذين يتعرضون لها من طرف الآخرين.

23. المواطن المستخدم في صفحة المبحوثين:

الجدول رقم (23) يوضح المواطن المستخدم في صفحة المبحوثين:

الموطن	التكرار	النسبة المئوية
مواطنك الأصلي	142	94.66%
مواطن مستعار	08	05.33%
المجموع	150	100%

المصدر: بناء على نتائج الاستبيان



اختار (142) من بين (150) من المبحوثين موطنهم الأصلي ضمن بياناتهم الشخصية المسجلة عبر موقع التواصل الاجتماعي الفايسبوك بنسبة قدرت بـ (94.66%)، في حين نسبة (05.33%) يستخدمون موطن مستعار.

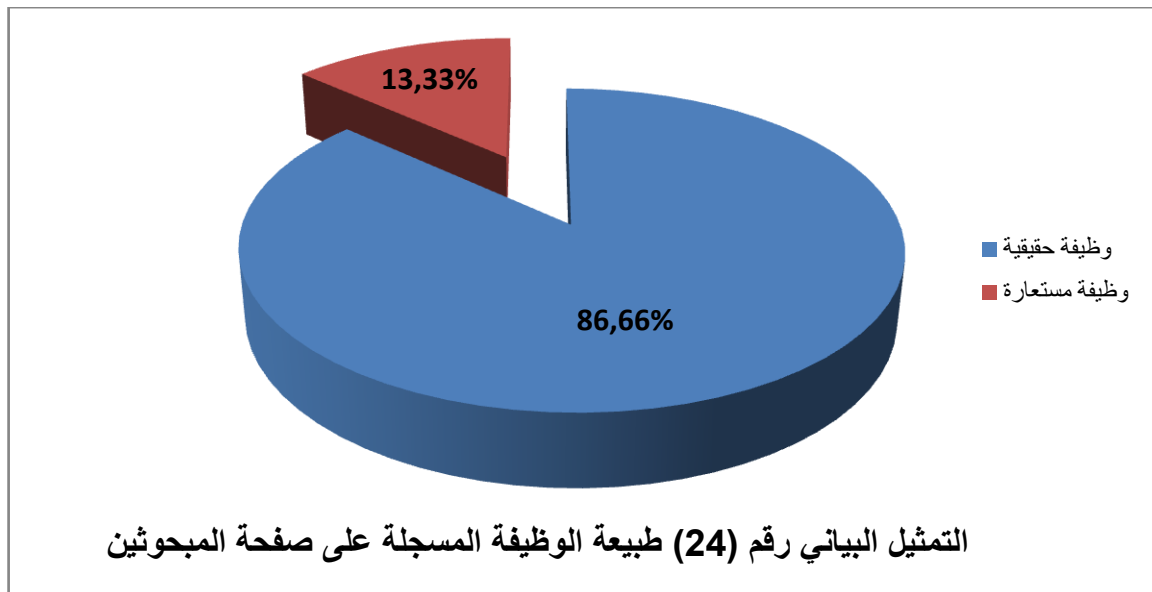
وفي سؤالنا عن تبرير سبب إخفاء المبحوثين لبلدهم الأصلي على موقع الفايسبوك أرجع البعض منهم أن السبب الرئيسي في ذلك هو تجنب المضايقات التي يتعرضون لها حين الإدلاء بموطنهم الحقيقي، وأيضا بسبب الرغبة في تغيير الوطن، ومنهم من وضعوا ذلك بدون سبب.

24. طبيعة الوظيفة المسجلة على صفحة المبحوثين:

الجدول رقم (24) يوضح طبيعة الوظيفة المسجلة على صفحة المبحوثين:

طبيعة الوظيفة	التكرار	النسبة المئوية
وظيفة حقيقية	130	86.66%
وظيفة مستعارة	20	13.33%
المجموع	150	100%

المصدر: بناء على نتائج الاستبيان



تقدم القراءة الأولية للأرقام المبينة في الجدول والممثلة في الشكل البياني أن نسبة (86.66%) من المبحوثين وظيفتهم المسجلة عبر موقع الفايسبوك هي حقيقية، في حين نجد نسبة (13.33%) يسجلون وظيفة مستعارة.

ويرجع ارتفاع نسبة الشباب الذين صرحوا بوظيفتهم الحقيقية إلى أن هؤلاء معروفين أيضا عند أصدقائهم، وبالتالي هو ما يشكل عائقا لهم في تغيير وظيفتهم وتبني وظيفة أخرى.

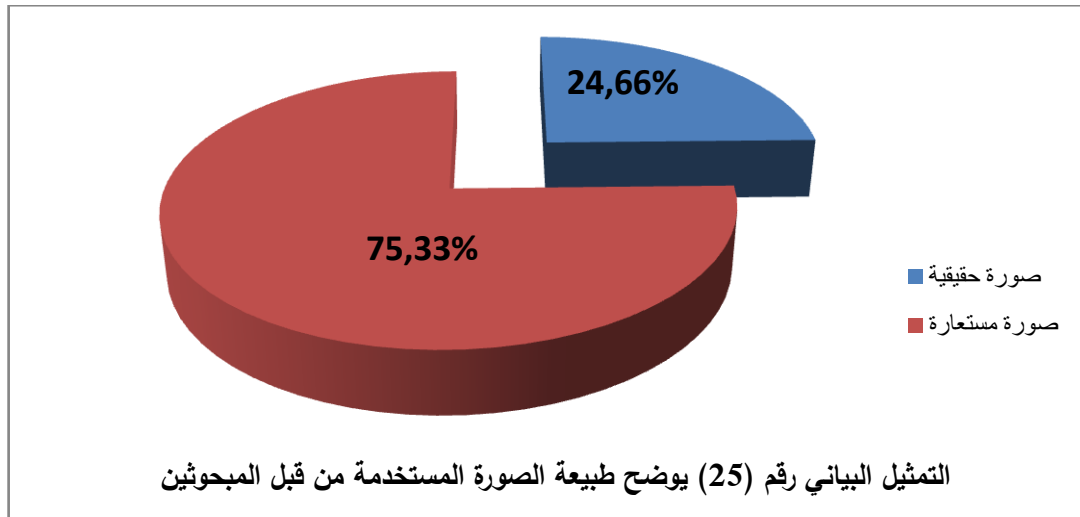
أما عن تبرير استخدام المبحوثين لوظيفة مستعارة ضمن موقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك أرجعوا ذلك بسبب عدم رغبة المبحوث في التصريح عن وظيفته الحقيقية، ومنهم من يرجع ذلك إلى تجنب المضايقات التي قد يتعرض لها.

25. طبيعة الصورة المستخدمة من قبل المبحوثين:

الجدول رقم (25) يوضح طبيعة الصورة المستخدمة من قبل المبحوثين:

النسبة المئوية	التكرار	طبيعة الصورة
24.66%	37	صورة حقيقية
75.33%	113	صورة مستعارة
100%	150	المجموع

المصدر: بناء على نتائج الاستبيان



اللغة الإحصائية المقدمة في هذا الجدول تقول أن أعلى نسبة من المبحوثين قدرت بـ (75.33%) يستخدمون صورا مستعارة على موقع الفيسبوك، في حين نجد نسبة (24.66%) من المبحوثين يضعون صورهم الحقيقية على البروفایل.

إن صورة الحساب على موقع الفايسبوك من الأمور الأساسية التي يراعيها الشباب في تقديم أنفسهم ففي حين تختار الإناث صور غير حقيقية وتكتفي بصور لفنانات أو أطفال أو نباتات، فإن الذكور بدورهم لديهم بدائل كنجوم الرياضة أو فنانيين أو علم من أعلام الدول التي يرغبون في العيش بها.

26. الفروق في استخدام المبحوثين لصورهم الحقيقية حسب متغير الجنس:

الجدول رقم (26) يوضح الفروق في استخدام المبحوثين لصورهم الحقيقية حسب متغير الجنس:

الجنس	طبيعة الصورة		صورة حقيقية		صورة مستعارة		المجموع	
	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%
ذكور	3	8.10%	27	23.89%	30	20%		
إناث	34	91.89%	86	76.10%	120	80%		
المجموع	37	100%	113	100%	150	100%		

المصدر: بناء على نتائج الاستبيان

إن التأمل في هذه الأرقام يوضح لنا أن نسبة (91.89%) من الإناث يضعون صورهن الحقيقية على موقع الفايسبوك، في حين بلغت نسبة الذكور (8.10%) فقط.

أما فيما يخص استخدام الصور المستعارة فقد تفوقت الإناث بنسبة (76.10%) عن الذكور بنسبة (23.89%).

27. الفروق في استخدام المبحوثين لصورهم الحقيقية حسب متغير السن:

الجدول رقم (27) يوضح الفروق في استخدام المبحوثين لصورهم الحقيقية حسب متغير السن:

المجموع	35 فما فوق		30-35		24-29		18-23		السن طبيعية الصورة	
	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت		
24.66%	37	20%	2	43.75%	7	35.29%	12	17.77%	16	صورة حقيقية
75.33%	113	80%	8	56.25%	9	64.70%	22	82.22%	74	صورة مستعارة
100%	150	100%	10	100%	16	100%	34	100%	90	المجموع

المصدر: بناء على نتائج الاستبيان

من خلال الجدول أعلاه يتضح لنا أن (16) من أفراد العينة المبحوثة تمثلت نسبتهم في (17.77%) الذين تتراوح أعمارهم ما بين 18 إلى 23 سنة يستخدمون صورهم الحقيقية ضمن موقع التواصل الاجتماعي الفايسبوك وهذا ما يدل على أن الشباب في هذا السن يكون متفتحاً، مقارنة بالذين أعمارهم ما بين 24 إلى 29 سنة والتي تمثل (12) مبحوثاً و الذين قدرت نسبتهم بـ (35.29%)، ونجد (7) مبحوثين بنسبة (43.75%) ممن أعمارهم من 30 إلى 35 سنة، و نسبة (20%) ممن أعمارهم من 35 سنة فأكثر.

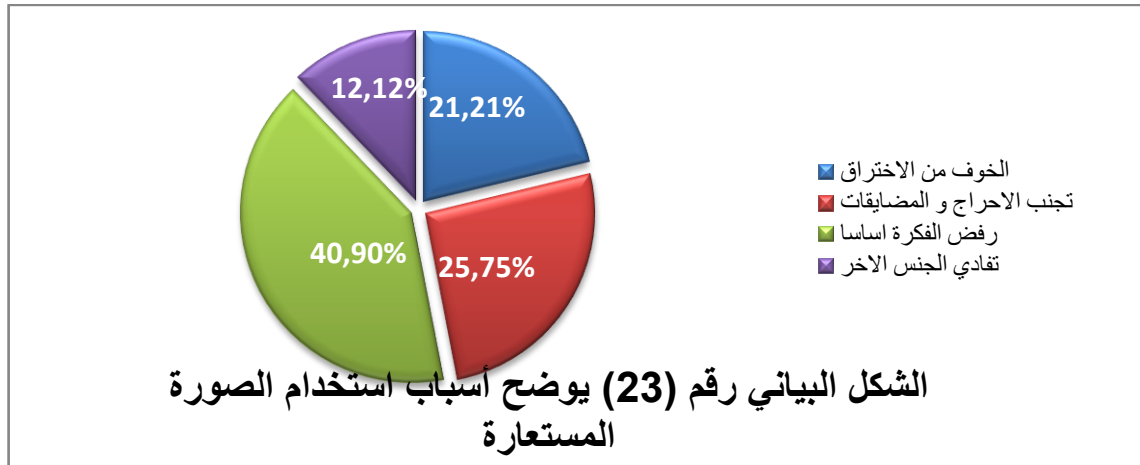
في حين أن الذين يستخدمون صوراً مستعارة ضمن حسابهم على الموقع فتمثلت نسبتهم على التوالي (82.22%) والتي تمثل (74) مبحوثاً ممن أعمارهم ما بين 18 إلى 23 سنة، (22) مبحوثاً بنسبة (64.70%) أعمارهم من 24 إلى 29 سنة، و (9) مبحوثين بنسبة (56.25%) أعمارهم متراوحة من 30 إلى 35 سنة، و (8) بنسبة قدرت بـ (80%) ممن أعمارهم من 35 سنة فأكثر.

28. أسباب استخدام الصورة المستعارة من قبل المبحوثين:

الجدول رقم (28) يوضح أسباب استخدام الصورة المستعارة من قبل المبحوثين:

الأسباب	التكرار	النسبة المئوية
الخوف من الاختراق	28	18.66%
تجنب الإحراج والمضايقات	34	22.66%
رفض الفكرة أساسا	54	36%
تقادي الجنس الآخر	16	10.66%

المصدر: بناء على نتائج الاستبيان



توضح لنا الإحصائيات المجدولة أن نسبة (36%) من المبحوثين سبب استخدامهم لصور مستعارة يرجع إلى أنهم يرفضون الفكرة أساسا في وضع صورهم الحقيقية بنسبة (36%)، وكمبرر ثاني هو تجنب الإحراج والمضايقات الذين يتعرضون لها بسبب صورهم الموجودة على موقع الفايسبوك بنسبة (22.66%)، فيما يخاف البعض منهم اختراق حسابهم بنسبة (18.66%)، ويتقادي بعضهم الجنس الآخر بنسبة تمثلت بـ (10.66%).

وأضاف مبحوثين آخرين أن أسباب استخدامهم للصورة المستعارة هو رفض العائلة لوضع صورهم الحقيقية خاصة بالنسبة للإناث، وهناك من أرجع ذلك بسبب الضوابط الشرعية بالنسبة للذكور.

29. أسباب استخدام المبحوثين لصور مستعارة حسب متغير الجنس:

الجدول رقم (29) يوضح أسباب استخدام المبحوثين لصور مستعارة حسب متغير الجنس:

المجموع		إناث		ذكور		الجنس الأسباب
%	ت	%	ت	%	ت	
21.21%	28	20%	21	25.92%	7	الخوف من الاختراق
25.75%	34	20.95%	22	44.44%	12	تجنب الإحراج والمضايقات
40.90%	54	44.76%	47	25.92%	7	رفض الفكرة أساسا
12.12%	16	14.28%	15	3.70%	1	تقادي الجنس الآخر
100%	132	100%	105	100%	27	المجموع

المصدر: بناء على نتائج الاستبيان

تأملنا في الجدول أعلاه حول الفروق في أسباب استخدام المبحوثين لصور مستعارة حسب متغير الجنس، أوضح أن (21) مفردة من الإناث بنسبة (20%) يخافون من اختراق حساباتهم مقارنة بفئة الذكور (7) مفردات بنسبة (25.92%)، أما بالنسبة للذين أرجعوا ذلك إلى تجنب الإحراج والمضايقات فكانت نسبة الإناث متقدمة بـ (22) مفردة بنسبة (20.95%) مقارنة بالذكور (12) بنسبة (44.44%).

أما الذين يرفضون الفكرة أساسا لوضع صورهم الحقيقية عبر موقع الفايسبوك فحصلت الإناث على نسبة كبيرة قدرت بـ (44.76%) مقارنة بفئة الذكور بنسبة (25.92%). وفيما

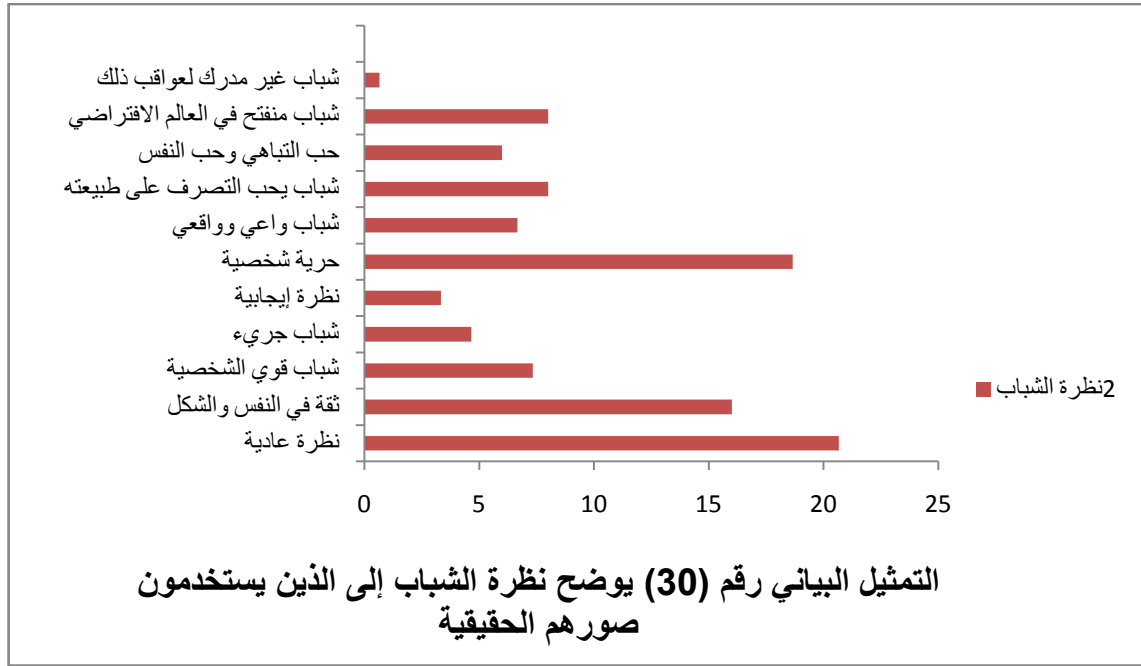
يخص الشباب الذين يتفادون الجنس الآخر فكانت نسبة الإناث بنسبة (14.28%) مقارنة
فئة الذكور التي قدرت بـ (3.70%).

30. نظرة الشباب إلى الذين يستخدمون صورهم الحقيقية:

الجدول رقم (30) يوضح نظرة الشباب إلى الذين يستخدمون صورهم الحقيقية:

النسبة المئوية	التكرار	نظرة الشباب
20.66%	31	نظرة عادية
16%	24	ثقة في النفس والشكل
7.33%	11	شباب قوي الشخصية
4.66%	07	شباب جريء
3.33%	05	نظرة إيجابية
18.66%	28	حرية شخصية
6.66%	10	شباب واعي وواقعي
08%	12	شباب يحب التصرف على طبيعته
06%	09	حب التباهي وحب النفس
08%	12	شباب منفتح في العالم الافتراضي
0.66%	01	شباب غير مدرك لعواقب ذلك
%100	150	المجموع

المصدر: بناء على نتائج الاستبيان



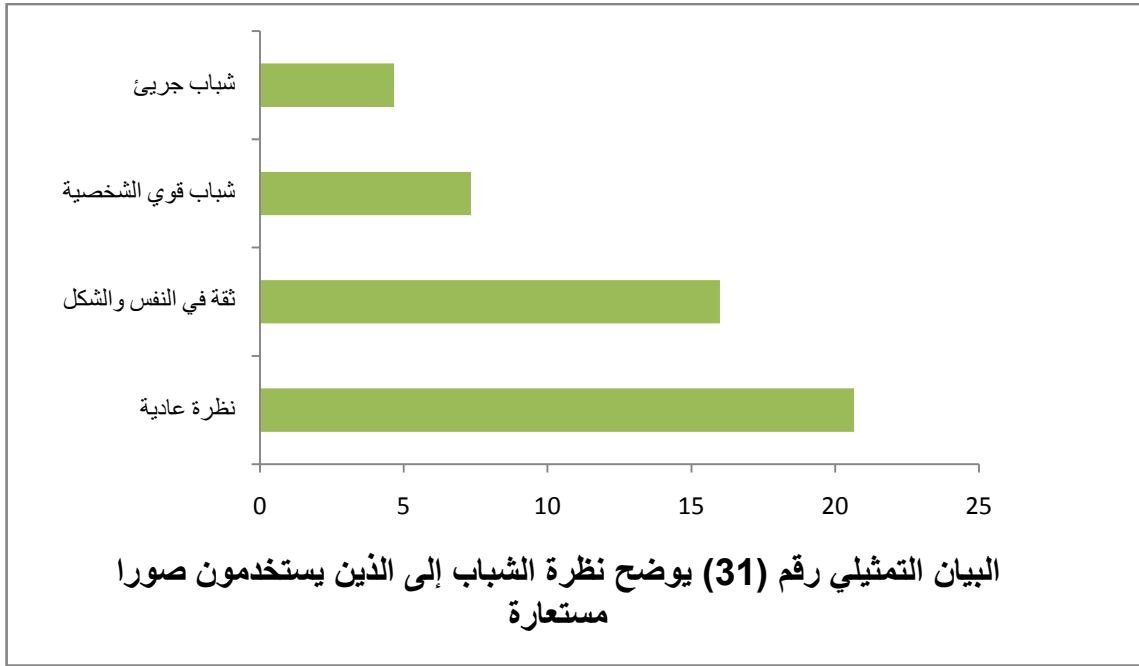
من خلال الإحصائيات المجدولة أعلاه، تبين لنا أن نظرة المستخدمين للشباب الذين يضعون صورهم الحقيقية عبر صفحاتهم الخاصة بموقع الفايسبوك اختلفت من فئة إلى أخرى، فنجد نسبة (20.66%) نظرتهم عادية، ونسبة (18.66%) يرون بأن لهم حرية شخصية في استخدام صورهم، أما بالنسبة للذين لديهم ثقة في النفس والشكل بنسبة قدرت بـ (16%)، وتمثلت بنسبة متساوية (8%) بالنسبة للشباب الذي يحب التصرف على طبيعته من خلال استخدام صورته الحقيقية والشباب المنفتح على العالم الافتراضي، والبعض الآخر يرى بأنه شباب قوي الشخصية فتمثلت نسبتهم بـ (7.35%)، والذين يرون أنهم شباب واعي وواقعي فقدرت نسبتهم بـ (6.66%)، أما الذين كانت نظرتهم للشباب على أنهم يحبون التباهي ولديهم حب النفس من خلال إبراز صورهم الحقيقية فقدرت نسبتهم بـ (6%)، وفيما يخص الشباب الجريء فتمثلت نسبتهم بـ (4.66%)، والبعض منهم ينظرون إلى هؤلاء الشباب نظرة إيجابية بنسبة (3.33%)، وهناك من يرى بأنهم شباب غير مدرك لعواقب استخدام الصور الحقيقية ضمن حساباتهم عبر موقع الفايسبوك وذلك لما تترتب عنه من اختراقات.

31. نظرة الشباب إلى الذين يستخدمون صوراً مستعارة:

الجدول رقم (31) يوضح نظرة الشباب إلى الذين يستخدمون صوراً مستعارة:

النسبة المئوية	التكرار	نظرة الشباب
16.66%	25	نظرة عادية
04%	06	شباب متحفظ
9.33%	14	الخوف من التعرف عليهم
12.66%	19	شباب يريد الحفاظ على خصوصيته
4.66%	07	عدم الثقة في النفس
08%	12	شباب متخوف من الغير
20%	30	حرية شخصية
14%	21	شباب لا يريد إظهار هويته الحقيقية
6.66%	10	شباب حذر وفطن
2.66%	04	شباب انطوائي ومنغلق
1.33%	02	قوي الشخصية
100%	150	المجموع

المصدر: بناء على نتائج الاستبيان



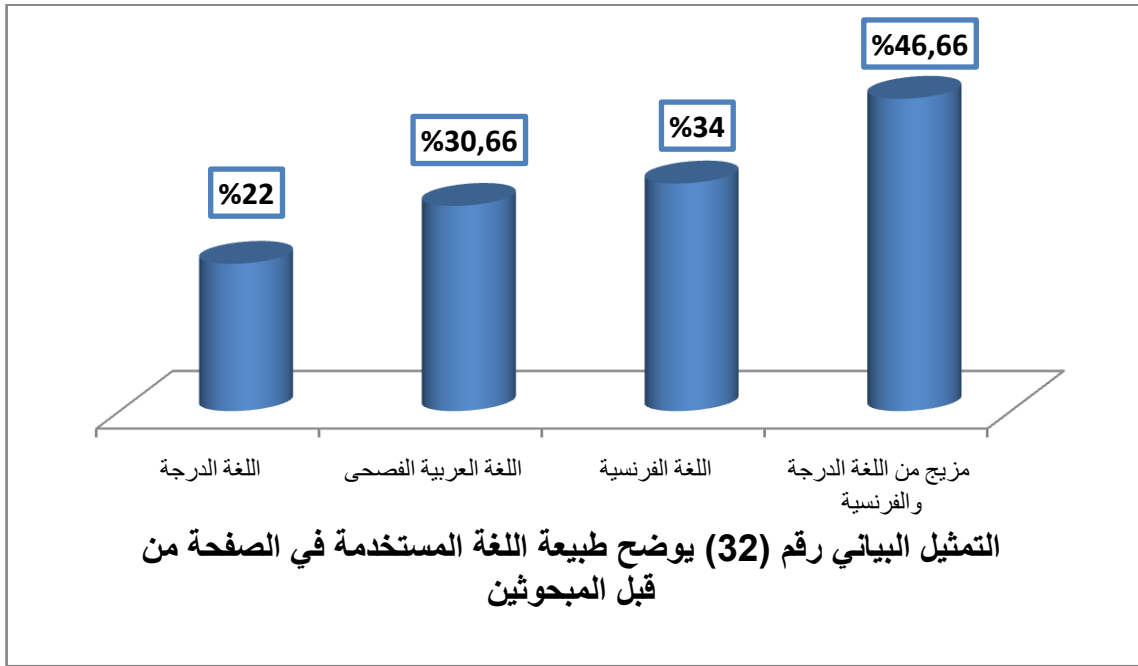
حسب البيانات المجدولة توضح لنا أن نظرة المستخدمين للشباب الذين يضعون صوراً مستعارة للاشتراك في حسابهم عبر موقع الفايسبوك كانت متباينة حول ذلك حيث نجد أن نسبة (20%) من المبحوثين يرون أن هؤلاء الشباب لديهم حرية شخصية، ونسبة (16.66%) كانت نظرتهم عادية، وتليها نسبة (14%) يرون أنهم شباب لا يريد إظهار هويته الحقيقية، ثم نسبة (12,66%) هم شباب يريد الحفاظ على خصوصيته من خلال هذا الاستخدام، ونسبة (9.33%) كانت نظرتهم نظرة خوف من التعرف عليهم، ثم تليها نسبة (8%) يرون أنهم شباب متخوف من الغير، أما الذين يرون أنهم شباب حذرين وفطنين فكانت نسبتهم (6.66%)، أما بخصوص الشباب الذين ليس لديهم ثقة في النفس من خلال استخدام صور مستعارة حيث تمثلت نسبتهم بـ (4.66%)، وهناك من يرى على أنهم شباب متحفظ بنسبة قدرت بـ (4%)، أما الذين يرون أنهم شباب انطوائي ومنغلق تمثلت نسبتهم بـ (2.66%)، والبعض الآخر يرى بأنه شباب قوي الشخصية.

32. طبيعة اللغة المستخدمة في الصفحة من قبل المبحوثين:

الجدول رقم (32) يوضح طبيعة اللغة المستخدمة في الصفحة من قبل المبحوثين:

النسبة المئوية	التكرار	طبيعة اللغة المستخدمة
22%	33	اللغة الدرجة
30.66%	46	اللغة العربية الفصحى
34%	51	اللغة الفرنسية
46.66%	70	مزيج من اللغة الدرجة والفرنسية

المصدر: بناء على نتائج الاستبيان



في سؤالنا حول طبيعة اللغة المستخدمة في صفحة الفايسبوك من قبل المبحوثين أجابت نسبة (46.66%) بأنهم يستخدمون مزيج من اللغة الدرجة والفرنسية وربما يرجع ذلك إلى كثرة استخدام موقع الفايسبوك من قبل الشباب، حيث تعتبر اللغة من مقومات الهوية داخل المجتمع الجزائري.

لقد أدى الاستخدام المتكرر لمواقع التواصل الاجتماعي إلى ظهور لغة موازية يستخدمها الشباب في محادثاتهم عبر الانترنت، فكلما ظهرت وسيلة اتصالية جديدة إلا وأدت إلى ظهور لغة جديدة وخاصة بها، كما فسر الباحثون لجوء الشباب إلى لغة جديدة موازية بوجود شعور بالاغتراب لديهم يدفعهم إلى التمرد على النظام الاجتماعي وتكوين عالمهم الخاص بهم بعيدا عن قيود الآباء.¹

وعليه فمواقع التواصل الاجتماعي باعتبارها وسيلة اتصال سريعة الإيقاع قد واكبها محاولات لفرض عدد من المفردات السريعة والمختصرة بين الشباب، فبالإضافة إلى المزيج اللغوي، هناك مزيج آخر أدى بتحول اللغة العربية إلى رموز وأرقام بحيث أصبحت كمفردات متداولة بين الشباب على مواقع الانترنت والمدونات وغرف المحادثات وكذا البريد الالكتروني، فهذه اللغة الجديدة هي بمثابة الوجه الجديد لثقافة الشباب والمرآة العاكسة لواقع الشباب واهتماماتهم، إذا فظهور لغة جديدة عند الشباب أمر طبيعي يتكرر بين مدة وأخرى.²

وفي سياق متصل فهذه اللغة الجديدة خلقت علاقات مستمرة بين الشباب في عالم افتراضي تقربهم مع بعضهم البعض وتفتح مجالاً للتداول والدرشة بعدة مواضيع وفي مختلف المجالات، حيث يتم إنتاج ممارسات لغوية جديدة بين الشباب أثناء التواجد على مواقع التواصل الاجتماعي.

بينما نسبة (34%) فهم يستخدمون اللغة الفرنسية وهذا راجع في تقديرينا إلى أن فئة الشباب المختارة في الدراسة أغلبهم شباب جامعي يمتلك مستوى ثقافي يمكنه من الاستخدام الجيد للغة الفرنسية.

¹ بورحلة سليمان، أثر استخدام الانترنت على اتجاهات الطلبة الجامعيين وسلوكياتهم، رسالة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم السياسية والإعلام، جامعة الجزائر، 2007، 2008، ص 144.

² نفس المرجع السابق، ص 144.

أما اللغة العربية الفصحى هي الأخرى كان لها نصيب من الاستخدام لدى الشباب بنسبة (30.66%)، ورغم ذلك فاللغة العربية لا يزال استعمالها بين الشباب ضئيل جدا خاصة في التواصل الاجتماعي.

تعتبر اللغة العربية هي لغة القرآن الكريم ووعاء الثقافة ومنبت هويتها ، فهي من أبرز ملامح الثقافة العربية وأكثر اللغات الإنسانية ارتباطا بالهوية الثقافية وهي لغة عالمية بكل المقاييس، وبكفيينا ذلك دليلا أن الله سبحانه وتعالى قد اختارها لغة لآخر كتبه القرآن الكريم، فقد كانت اللغة العربية هي لغة العلوم والتكنولوجيا والطب الأولى.¹

فاللغة العربية تعتبر من الثوابت الأساسية للأمة العربية الإسلامية، فهي رمز هويتها وأداة إبداعاتها الفنية، ومعلم من معالم النتاج الفكري والأدبي²، فاللغة هي وسيلة للتبليغ أو التواصل بعبارات مستعملة من قبل المجموعات الإنسانية لبث مراسلات.³

أما النسبة المتبقية المقدرة ب (22%) التي تمثل اللغة الدرجة كلغة مستخدمة في صفحة الفايسبوك لدى الشباب المبحوثين، إذ تعتبر اللغة الدرجة كلغة عامية فهي لغة التواصل اليومي نظرا لما تؤديه من وظائف اتصالية وتواصلية خاصة في الواقع اليومي لدى الشباب.

3.3. الفروق في اللغة المستخدمة لدى المبحوثين حسب متغير المستوى التعليمي:

الجدول رقم (33) يوضح الفروق في اللغة المستخدمة لدى المبحوثين حسب متغير المستوى التعليمي:

¹ عبد الله مرتاض، التعددية اللغوية، فخ جديد لتمزيق الهوية الوطنية ، مجلة العربي، الكويت، العدد 503، أكتوبر 2000، ص 29.

² عمر بن طرية، اللغة العربية وتحديات العولمة، الأثر مجلة الآداب واللغات، صادرة عن جامعة قاصدي مرياح، ورقلة، العدد السابع، ماي 2008، ص 65.

³ عبد الجليل مرتاض، اللغة والتواصل، دار هومة للنشر، 2003، ص 29.

المجموع		دراسات عليا		جامعي		ثانوي		متوسط		المستوى التعليمي
%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	طبيعة اللغة
15.81%	31	16.21	6	15.43%	23	20%	2	0%	0	اللغة الدرجة
24.48%	48	35.13	13	22.81	34	10%	1	0%	0	اللغة العربية الفصحى
23.97	47	13.51	5	26.17	39	30	3	0	0	اللغة الفرنسية
35.71	70	35.13	13	35.57	53	40	4	0	0	مزيج من اللغة الدرجة والفرنسية
100%	196	100%	37	100%	149	100%	10	0%	0	المجموع

المصدر: بناء على نتائج الاستبيان

قراءة بيانات الجدول أعلاه توضح أن أعلى نسبة من الشباب الذين لديهم مستوى ثانوي يستخدمون مزيج من اللغة الدرجة والفرنسية على صفحاتهم بحيث نجدها تمثل (40%) من نسبة المبحوثين، وتليها نسبة (35.57%) من الشباب ذو مستوى جامعي، في حين نسجل نسبة (35.13%) بالنسبة للشباب الذين لديهم مستوى الدراسات العليا.

أما بالنسبة للشباب الذين يستخدمون اللغة الفرنسية فكانت نسبتهم (30%) والذين لديهم مستوى ثانوي، ونسجل أيضا المبحوثين الذين لديهم مستوى جامعي يستخدمونها بنسبة (26.17%)، أما النسبة المتبقية المقدرة بـ (13.51%) من الشباب الذين لديهم مستوى دراسات عليا.

في حين نجد الشباب الذين لديهم مستوى ثانوي في التعليم الدراسي يستخدمون اللغة الدرجة بنسبة (20%)، أما بالنسبة لمستوى الدراسات العليا فتمثلت نسبتهم بـ (16.21%) وبأقل نسبة لدى الشباب الذين لديهم مستوى جامعي نسجل نسبة (15.43%).

أما فيما يخص استخدام اللغة العربية الفصحى لدى المبحوثين الذين لديهم مستوى تعليمي دراسات عليا والتي تمثل أعلى نسبة بـ (35.13%) وتليها المستوى الجامعي بنسبة (22.81%) ثم المستوى الثانوي بأقل نسبة (10%).

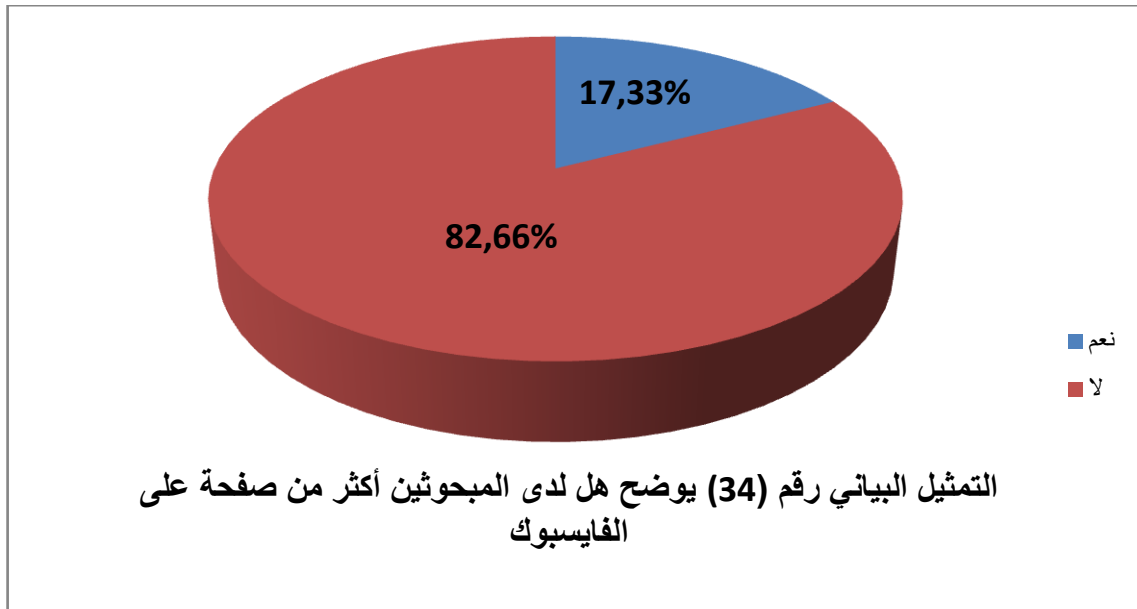
إن استخدام لغة ما وتفضيلها عن لغات أخرى يرتبط بشكل أساسي بعامل البيئة الاجتماعية والأسرية التي تترك أثرها على الشباب وتدفعه إلى اختيار لغة معينة وميله لها.

34. هل لديك أكثر من صفحة على الفيسبوك:

الجدول رقم (34) يوضح هل لديك أكثر من صفحة على الفيسبوك:

عدد الصفحات	التكرار	النسبة المئوية
نعم	26	17.33%
لا	124	82.66%
المجموع	150	100%

المصدر: بناء على نتائج الاستبيان



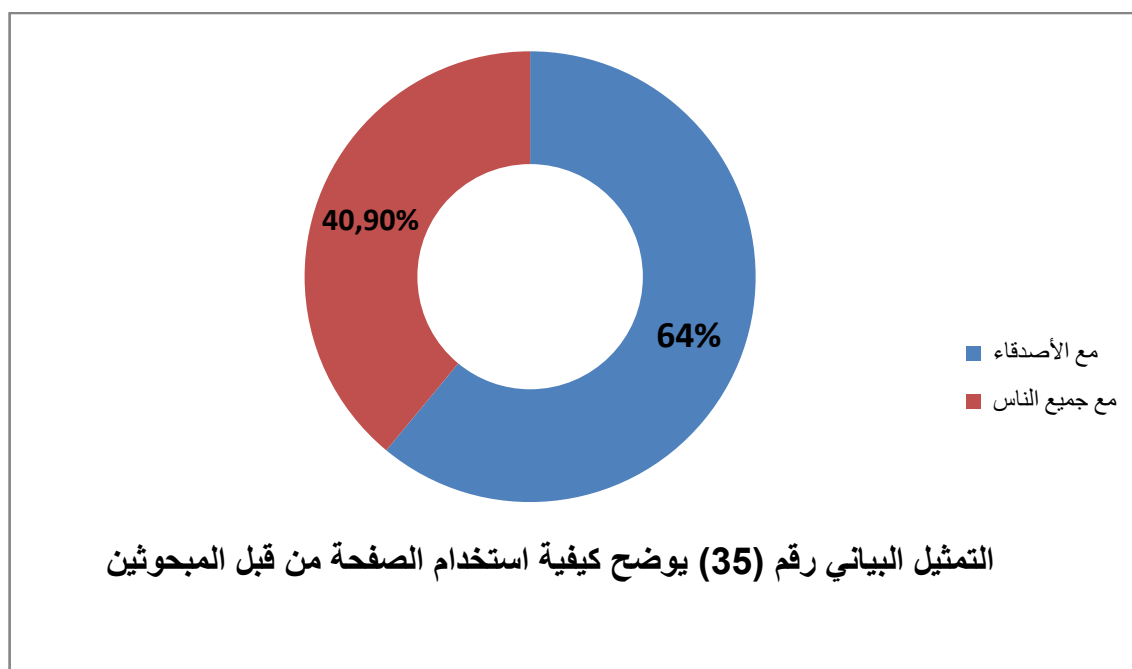
تبين من خلال معطيات الجدول أعلاه أن أغلبية المبحوثين أي (124) مفردة من العينة بنسبة (82.66%) لا يملكون سوى حساب واحد على موقع الفايسبوك، في حين أن نسبة (17.33%) أي (26) مفردة يملكون أكثر من صفحة على الموقع.

35. كيفية استخدام الصفحة من قبل المبحوثين:

الجدول رقم (35) يوضح كيفية استخدام الصفحة من قبل المبحوثين:

النسبة المئوية	التكرار	كيفية استخدام الصفحة
64%	96	مع الأصدقاء
40.90%	54	مع جميع الناس
100%	150	المجموع

المصدر: بناء على نتائج الاستبيان



تقدم مواقع التواصل الاجتماعي خدمات متعددة لمتصفحها، فهي تتيح لهم حرية الاختيار لمن يريدون المشاركة معهم في اهتماماتهم، حيث توسعت خدمات هذه المواقع ومنحت الشباب إمكانيات واسعة في تبادل المعلومات والتحكم في المحتوى الذي يظهر في صفحاتهم

مع تحديد المتصفح للأصدقاء الذين يريدون مشاركتهم تلك المعلومات، مع تحكم المستخدم في شروط الخصوصية المتاحة أمامه، والتي شملت إمكانية تحكم مستخدمي الموقع في اختيار الأعضاء الذين يجوز لهم الإطلاع على المواد المنشورة عبر حساباتهم الشخصية، فمنهم من يريد أن يشاركه أصدقاؤه المتواجدون عبر الصفحة فقط في المعلومات المتواجدة عليها، ومنهم من لا يسمح إلى عامة الناس بالدخول إلى الصفحة ومشاركته معلوماته وبإمكان المستخدم اختيار من خلال هذه الخاصية صلاحية مجموعات مصنفة وهي: الجميع، أصدقاء أصدقائك، أصدقائك أنت فقط وعلى إثر ذلك يمكنه تحديد من يريد إشراكه ضمن صفحته.

من خلال القراءة الإحصائية للبيانات يتضح جليا أن نسبة المبحوثين الذين يستخدمون صفحة الفيسبوك مع أصدقائهم تمثل أعلى نسبة بـ (64%)، فهم يحبون خدمة المشاركة التي تعتبر كخاصية من خصائص مواقع التواصل الاجتماعي بحيث تتيح للمتصفح التعرف عن قرب أكثر عن طريق نشر الملفات، الصور، مقاطع الفيديو وأفكار خاصة بالمستخدم ولا يكون متاحا للآخرين الإطلاع عليها فهو يعتبرها صفحة خاصة لا يمكن لغير المشتركين معه الدخول إليها، وبالتالي نجدها تحافظ على خصوصيته من خلال هذا الاستخدام. أما نسبة (40.90%) من المبحوثين يفضلون مشاركة جميع الناس ضمن صفحاتهم ومنشوراتهم اليومية، حيث تتيح هذه الخاصية إرفاق جميع المشتركين وغير المشتركين ضمن صفحة المستخدم الإطلاع على المعلومات الواردة ضمن الصفحة.

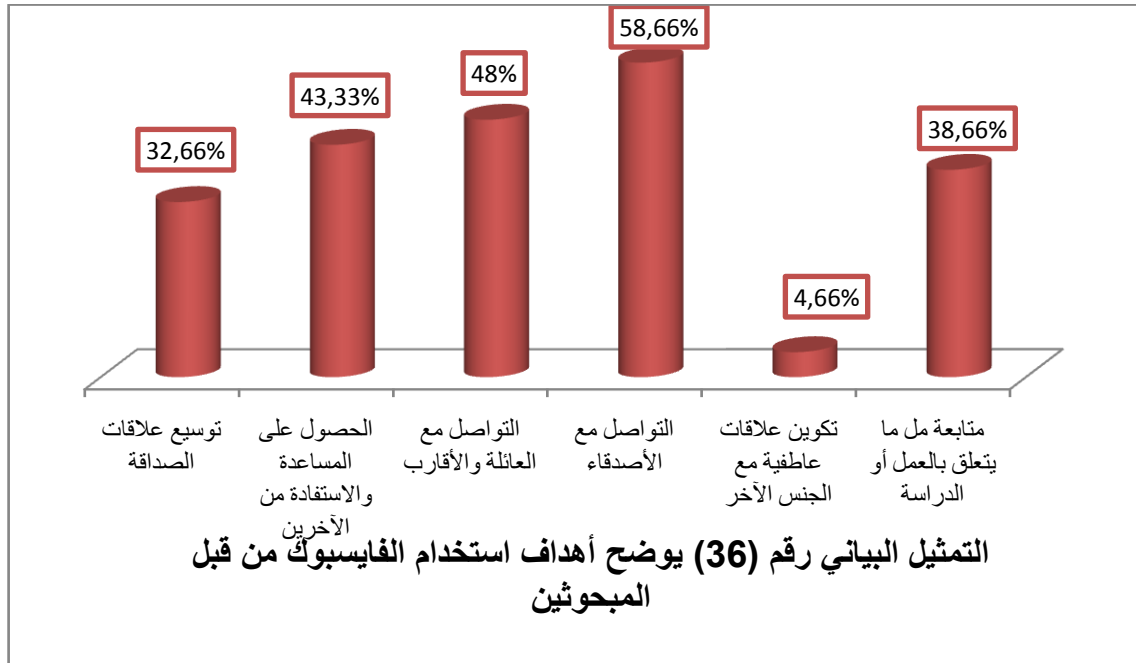
فمن خلال إعدادات ضبط الخصوصية على موقع الفيسبوك يستطيع المستخدم منع الأشخاص من رؤية صفحته ويتعامل مع طلبات الصداقة غير المرغوب بها في الفيسبوك الموجهة له من الناس الذين يعرفهم وعلى هذا الأساس يحدد من هم الأصدقاء المخولين برؤية المحتوى الذي ينشر من أجل الحفاظ على خصوصية المنشورات والصور على الشبكة.

36. أهداف استخدام الفايسبوك من قبل المبحوثين:

الجدول رقم (36) يوضح أهداف استخدام الفايسبوك من قبل المبحوثين:

الأهداف	التكرار	النسبة المئوية
توسيع علاقات الصداقة	49	32.66%
الحصول على المساعدة والاستفادة من الآخرين	65	43.33%
التواصل مع العائلة والأقارب	72	48%
التواصل مع الأصدقاء	88	58.66%
تكوين علاقات عاطفية مع الجنس الآخر	07	4.66%
متابعة مل ما يتعلق بالعمل أو الدراسة	58	38.66%

المصدر: بناء على نتائج الاستبيان



يوجد من المستخدمين لموقع التواصل الاجتماعي الفايسبوك من يضلعون إلى هدف التواصل مع الأصدقاء، هؤلاء الذين قدرت نسبتهم بـ (58.66%)، بالإضافة إلى أن

المستخدمين سواء من الطلبة أو الأستاذة أو الباحثين والمهتمين بتخصصات معينة يجدون على مواقع التواصل الاجتماعي ضالة بسهولة التواصل مع العديد من الأشخاص ذو العلم والخبرة في مجالات اهتماماتهم، فيتواصلون معهم ويكونون علاقات اجتماعية معهم، ما يجعلهم يستفيدون من علمهم وخبرتهم بما يحملونه من معارف وأفكار من خلال عمليتي الطرح والمناقشة.

أما العامل الثاني لاستخدام موقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك، فيتمثل في التواصل مع العائلة والأقارب بنسبة تمثلت في (48%)، حيث نجد أن من بين الخدمات التي يوفرها الموقع من خدمات تلك المتعلقة بالتواصل السريع، وهي إذ بذلك تعتبر - أي مواقع التواصل الاجتماعي- من أهم التطبيقات التي دفعت بالمبجوثين لاستخدامها. وهذا ما يدل على أن استخدام موقع التواصل الاجتماعي له دور في حياة المستخدمين، وينعكس هذا الدور على علاقاتهم الاجتماعية خاصة بعد انتقالها من العالم الواقعي إلى العالم الافتراضي.

ثم نسجل عامل الحصول على المساعدة والاستفادة من الآخرين بنسبة (43.33%)، حيث توفر مواقع التواصل الاجتماعي خاصة الفيسبوك كما هائلا من المعلومات حيث تنتوع هذه المعلومات كل حسب اهتمامه وميوله، وكذا حسب تخصصه الدراسي أو مجاله المهني ويرجع هذا إلى الخصائص العامة للمبجوثين جامعيين بنسبة كبيرة، فهم فئة مهتمة بالبحث والدراسة ويتشاركون ذلك مع الآخرين.

ونجد من بين أهداف مواقع التواصل الاجتماعي تعليمية و تثقيفية تساعد المستخدمين في الحصول على المعلومات والخدمات المختلفة والمتنوعة التي تقدمها فيمكنهم من خلالها الاستفادة منها وتبادلها مع الآخرين.

وحسب نسبة من المبجوثين مقدره ب: (38.66%) فإنهم يضلعون في استخداماتهم لموقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك إلى متابعة كل ما يتعلق بالعمل والدراسة، ومن خلال

ما نلاحظه أن مواقع التواصل الاجتماعي خاصة الفايسبوك تتعامل مع المعلومة الحديثة وتسمح للمتصفح بالإطلاع على كل ما هو جديد في عالم الشغل والدراسة، مما يجعل الشباب الذين هم في بحث عن العمل أو متابعة كل ما هو جديد في مجال الدراسة يشتركون فيها المهتمون بهذا المجال.

ثم يأتي عامل توسيع علاقات الصداقة بنسبة (32.66%)، هذا العامل الذي يثبت حاجة المستخدمين لموقع التواصل الاجتماعي الفايسبوك إلى التواصل وتكوين علاقات اجتماعية حتى وإن كانت افتراضية. فالولوج إلى العالم الافتراضي بهدف بناء وتكوين العديد من العلاقات الافتراضية، والتعرف على أشخاص جدد والتواصل معهم وهذا ما يبين حاجة الشباب إلى التواصل مع الآخرين، حتى وإن كانت علاقات الصداقة نفسها في الواقع وفي العالم الافتراضي فتسعى إلى تعزيزها والحفاظ على استمراريتها.

وتجيبنا نسبة (4.66%) من المبحوثين على أن استخداماتها لموقع التواصل الاجتماعي الفايسبوك متوقفة على تكوين علاقات عاطفية مع الجنس الآخر ، حيث يرغب الشباب في تعويض شعورهم بالفراغ العاطفي والاجتماعي من خلال تكوين هذه العلاقات، وفي بعض الأحيان يدل على الرغبة في الزواج أو تكوين صداقات مع الجنس الآخر سواء كانوا إناثا أو ذكورا.

إضافة إلى الأهداف المذكورة في الجدول أعلاه، هناك أهداف أخرى تتمثل فيما يلي:
متابعة كل ما هو جديد، التسلية، ملاً وقت الفراغ، التعرف على ثقافة جديدة، مطالعة الصفحات العلمية والإخبارية و الهروب من الواقع.

37. أهداف استخدام الفايسبوك من قبل المبحوثين حسب متغير الجنس:

الجدول رقم (37) يوضح أهداف استخدام الفايسبوك من قبل المبحوثين حسب متغير الجنس:

المجموع		إناث		ذكور		الأسباب الجنس
%	ت	%	ت	%	ت	
32.66%	49	13.96%	31	15.38%	18	توسيع علاقات الصداقة
43.33%	65	19.36%	43	18.80%	22	الحصول على المساعدة والاستفادة من الآخرين
48%	72	22.07%	49	19.65%	23	التواصل مع العائلة والأقارب
58.66%	88	27.02%	60	23.93%	28	التواصل مع الأصدقاء
4.66%	7	0.45%	1	5.12%	6	تكوين علاقات عاطفية مع الجنس الآخر
38.66%	58	62.16%	38	17.09%	20	متابعة كل ما يتعلق بالعمل أو الدراسة
100%	342	100%	222	100%	117	المجموع

المصدر: بناء على نتائج الاستبيان

من خلال القراءة الإحصائية للبيانات يتضح جليا أهداف استخدام موقع الفايسبوك من قبل المبحوثين حسب متغير الجنس، فتمثلت فئة الإناث (31) مبحوثا مقارنة بفئة الذكور التي تمثلت في (18) مبحوثا وذلك بهدف توسيع علاقات الصداقة، أما بهدف الحصول على المساعدة والاستفادة من الآخرين فكانت فئة الإناث (43) مفردة مقارنة بفئة الذكور التي تمثلت بـ (22) مبحوثا، ويهدف التواصل مع العائلة والأقارب فتمثل نسبة الإناث بـ (22.07%) على عكس الذكور التي قدرت نسبتهم بـ (19.65%)، وتمثلت نسبة الإناث بـ (27,02%) مقارنة بفئة الذكور بنسبة (23.93%) بهدف التواصل مع الأصدقاء، أما بهدف تكوين علاقات عاطفية مع الجنس الآخر فتمثلت نسبة الذكور بـ (5.12%) مقارنة بفئة الإناث التي تمثلت بـ (0.45%).

وتتكون الشبكات من مجموعة من الفاعلين الذين يتواصلون مع بعضهم ضمن علاقات محددة مثل صدقات، أعمال مشتركة أو تبادل معلومات وغيرها، وتتم المحافظة على وجود هذه الشبكات من خلال استمرار تفاعل الأعضاء فيما بينهم¹.

وتعتمد شبكات التواصل الاجتماعي بالدرجة الأولى على مستخدميها في تشغيلها وتغذية محتواها، وتتنوع أشكال وأهداف تلك الشبكات الاجتماعية، فبعضها عام يهدف إلى التواصل مع الآخرين وتكوين الصداقات حول العالم، وبعضها الآخر يتمحور حول تكوين مواقع شبكات اجتماعية في نطاق محمود ومنحصر في مجال معين مثل شبكات المحترفين وشبكات المصورين، ومصممي الجرافيكس².

38. العوامل التي تحدد علاقة المستخدم بالآخرين:

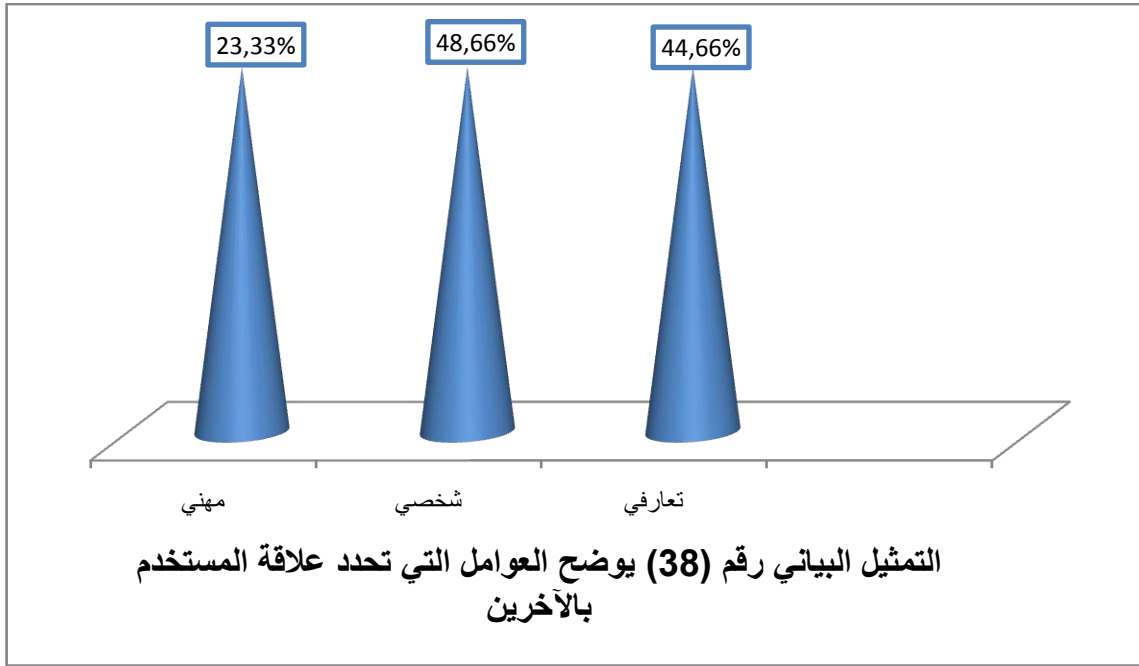
الجدول رقم (38) يوضح العامل الذي يحدد علاقة المستخدم بالآخرين:

العامل	التكرار	النسبة المئوية
مهني	35	23.33%
شخصي	73	48.66%
تعارفي	67	44.66%

المصدر: بناء على نتائج الاستبيان

¹ قيس أمين الفقهاء: دور شبكات التواصل الاجتماعي في الترويج للفكر المتطرف من وجه نظر طلبة الجامعات الأردنية. (رسالة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في الإعلام، كلية الإعلام، جامعة الشرط الأوسط، عمان) إشراف: رائد البياتي، 2016، ص 26.

² محمود عبد الحميد محمود صالح (وآخرون): " أثر المحتوى الإعلاني في مواقع الشبكات الاجتماعية على اتجاهات المستهلكين نحو العلامة التجارية: حالة شركة الاتصالات السعودية." مجلة جامعة الملك سعود للعلوم الإدارية، العدد 25، 2013، ص 227.



إن العامل الذي يتم من خلاله تحديد علاقة الشباب بالذين يتعامل معهم من خلال موقع التواصل الاجتماعي، هو العامل الشخصي بنسبة (48.66%)، يليه العامل التعارفي بنسبة 44.66%، ثم العامل المهني بنسبة قدرت بـ (23.33%)، المعيار أو العامل ، على أساس شخصي كعامل أساسي، يليه عامل تعارفي، ثم العامل المهني. وعليه نجد نسبة معتبرة من المبحوثين تحدها علاقات شخصية عبر استخدامهم لموقع الفايسبوك، وهذا راجع إلى حب التطلع لدى هذه الفئة والتوسيع من دائرة الأصدقاء واكتساب أصدقاء جدد.

أما بالنسبة للعوامل الأخرى التي تم اقتراحها من طرف الباحثين فكانت كالتالي: عامل اجتماعي، عامل عائلي، حسب طبيعة الشخص، ومنهم من لم يحددوا عامل لعلاقتهم وأصدقائهم عبر موقع الفايسبوك وإنما بطريقة عشوائية ودون أي عامل محدد.

39. أسباب اختيار المستخدم الذين يتعامل معهم:

الجدول رقم (39) يوضح أسباب اختيار المستخدم الذين يتعامل معهم:

الأسباب	التكرار	النسبة المئوية
على أساس علاقة القرابة	52	34.66%
على أساس علاقة الصداقة	79	52.66%
على أساس الاهتمام المشترك	47	31.33%
على أساس الانسجام الفكري والاهتمام العلمي	59	39.33%
لا يوجد معيار	12	8%

المصدر: بناء على نتائج الاستبيان

وما نستخلصه من الجدول أعلاه وتمثيله البياني؛ أن أعلى نسبة قدرت بـ (52.66%) تكون قد اختارت معيارا مهما لاستخدامات تطبيق الفايسبوك وهو بناء علاقات الصداقة، في حين نجد أن زهاء نسبة (39.33%) اختارت معيار الانسجام الفكري والاهتمام العلمي ونسبة بينما معيار أساس علاقة القرابة، فقد اتخذ نسبة (34.66%).

في حين وجدنا أن نسبة (31.33%) فإن اختياراتها انبنت على أساس الاهتمام المشترك، وبنسبة قليلة جدا تمثلت في (8%) من المبحوثين لم يحددوا المعيار الذي يختارون على أساسه علاقاتهم وصداقاتهم على موقع التواصل الاجتماعي الفايسبوك ، كما أضاف بعض المبحوثين أسبابا أخرى تمثلت على أساس الاحترام والأخلاق.

وبناء على هذه المعطيات تبين أن نسبة معتبرة من المبحوثين أقروا بأن أهم معايير اختيار أصدقائهم على موقع التواصل الاجتماعي الفايسبوك؛ هو أساس الصداقة، وهذا راجع إلى أن العلاقات الافتراضية لها أهمية بالغة لدى الشباب بحيث ساهمت مواقع التواصل

الاجتماعي في ربط العديد من العلاقات بعد إلغائها لجميع المسافات والحوازر المكانية التي كانت تشكل عائقا أمام العلاقات الاجتماعية الواقعية، بحيث ظهرت مفاهيم مستحدثة وحاجات إنسانية مختلفة من بينها التواصل مع الآخرين، وعليه فعلاقات الصداقة بين الشباب لم تعد كما كانت عليه بل تعدت ذلك لتصبح فضاء تواصليا جديدا.

فمواقع التواصل الاجتماعي وأهمها الفايسبوك يمثل بالنسبة للشباب وسيلة فضلى في تكوين صداقات جديدة، ويمكن من تعزيز الصداقات الموجودة أصلا بتبادل البريد أو الاتصال الفوري باستخدام موقع الفايسبوك وغيرها من المواقع الاتصالية.¹

40. هل سبق للمبحوثين وأن غيروا صفحتهم على الفايسبوك:

الجدول رقم (40) يبين هل المبحوث سبق وأن غير صفحته على الفايسبوك:

تغيير الصفحة	التكرار	النسبة المئوية
نعم	51	34%
لا	99	66%
المجموع	150	100%

المصدر: بناء على نتائج الاستبيان

تشير البيانات المتواجدة في الجدول أعلاه إلى أن نسبة (66%) من المبحوثين لا يغيرون من صفحتهم على موقع الفايسبوك، في حين نسبة (34%) قد غيروا من صفحتهم ويرجع ذلك لعدة أسباب منها: التعرض للاختراق، لتفادي المشاكل والإزعاج من قبل الآخرين، ومنهم من يحب أن يغير من صفحته، ومنهم من يغيرها لأسباب شخصية وغيرها. وهذا ما يفسر سهولة التسجيل على موقع الفايسبوك والتي لا تكلف الشخص سوى امتلاك بريد الكتروني وملئ البيانات الشخصية حتى تصبح لديه صفحة خاصة به على الموقع.

¹ يامين بودهان، مرجع سبق ذكره، ص 51.

تُعدّ شبكات التواصل الاجتماعي إعلماً بديلاً للإعلام التقليدي يمارس فيها النقد وتوليد الأفكار والحوار، وابتكار طرق جديدة للتنظيم والتعاون والتدريب بين أفراد المجتمع، كما تمثل من جانب آخر بيئة تواصلية متغيرة تسهم في تشكيل الهويات الفردية والجماعية لأنها منحت مستخدميها فرصاً كبيرة للتأثير والانتقال عبر الحدود بلا قيود ولا رقابة إلا بشكل نسبي محدود.¹

41. عدد المرات التي تم فيها تغيير صفحة المبحوثين:

الجدول رقم (41) يوضح عدد المرات التي تم فيها تغيير صفحة المبحوثين:

عدد المرات	التكرار	النسبة المئوية
مرة واحدة	16	10.66%
مرتين	13	8.66%
3 مرات	08	5.33%
4 مرات	02	1.33%
5 مرات	02	1.33%
8 مرات	02	1.33%
عدة مرات	08	5.33%
المجموع	150	100%

المصدر: بناء على نتائج الاستبيان

وفي سؤالنا عن عدد مرات تغيير صفحة المبحوثين لصفحة الفيسبوك أجابت نسبة (10.66%) يغيرون حسابهم مرة واحدة ويقدر عددهم بـ 16 مبحوثاً من المجموع الكلي المقدر بـ (51)، في حين أجاب 13 فرداً بنسبة (8.66%) أنهم قد غيروا من حسابهم

¹ أحمد قاسم مفتن، تأثير مواقع التواصل الاجتماعي في المجتمع العراقي. تم تصفح الموقع بتاريخ 2018/04/07 على الساعة 13:16 الموقع: <http://www.alsabaah.iq/ArticleShow.aspx?ID=53827>

مرتين، أما بنسبة متعادلة تمثلت في (5.33%) قد غيروا من حسابهم الشخصي من 3 مرات إلى عدة مرات، و نسبة (1.33%) قد غيروا من حسابهم من 4 إلى 5 إلى 8 مرات.

42. أسباب تغيير فيها صفحة المبحوثين:

الجدول رقم (42) يوضح أسباب تغيير فيها صفحة المبحوثين:

عدد المرات	التكرار	النسبة المئوية
أسباب شخصية	07	4.66%
الحاجة إلى التغيير	08	5.33%
التعرض للاختراق	16	10.66%
تفادي المشاكل والإزعاج	12	8%
لتحديث البيانات	06	3.75%
بدون سبب	02	1.33%
المجموع	150	100%

المصدر: بناء على نتائج الاستبيان

تقدم القراءة الأولية للأرقام المبينة في الجدول أعلاه أن نسبة (10.66%) من المبحوثين يغيرون صفحاتهم عبر الفايسبوك بسبب التعرض للاختراق.

وتعد ميزة قرصنة البيانات الشخصية للمستخدمين أو حسابهم على موقع الفايسبوك من سلبيات مواقع التواصل الاجتماعي، إذ يقوم هذا التطبيق بإرسال رسائل تحمل اسم المستخدم وتخدع أصدقائه ويظنون أنه يريد نشر رابط معين، ومنها التي تأتي على شكل رسائل تتضمن فيروسات ويتم اختراق حسابهم الشخصي عن طريق سرقة المعلومات التي تخصهم.

43. هل هوية المبحوثين تحمل معلومات حقيقية:

الجدول رقم (43) يوضح هل هوية المبحوثين تحمل معلومات حقيقية:

معلومات	التكرار	النسبة المئوية
نعم	120	80%
لا	30	20%
المجموع	150	100%

المصدر: بناء على نتائج الاستبيان

تقدم القراءة الأولية للأرقام المبينة في الجدول والمتمثلة في الشكل البياني أن نسبة (80%) من المبحوثين هويتهم المنشأة عبر موقع الفايسبوك تحمل معلومات حقيقية، في حين أن (20%) فقط من المبحوثين الهوية المصرح عنها عبر الصفحة لا تحمل معلومات حقيقية عنهم.

إذ نجد أن موقع التواصل الاجتماعي الفايسبوك يسمح للمستخدمين بإنشاء معلومات مفصلة جدا عنهم، وفي نفس الوقت يتيح للمستخدم اختيار ما إذا كانت هذه المعلومات ستكون عامة أو خاصة. وعادة ما يشتمل على صورة فوتوغرافية للمستخدم وتتألف من معلومات مثل العمر، مكان الإقامة، الاهتمامات الشخصية إلى جانب بعض التفاصيل، ومباشرة بعد إنشاء الملف الخاص، يصبح المستخدم عضوا في المجتمع ويقوم بإنشاء قائمة الأصدقاء التي ستكون أساسا لهذه الشبكة.¹

¹Richard Harrison and Michael Thomas: Identity in Online Communities: Social Networking Sites and Language Learning, International Journal of Emerging Technologies & Society, 2009, p111.

وهذا ما نجده في العالم الافتراضي من خلال خلق هوية افتراضية بمعلومات حقيقية "حيث خلقت مواقع التواصل الاجتماعي ممارسا جديدة أملت لها خصوصية التواصل الذي لم يسمح فقط بتجاوز الهوية الواقعية بعناصرها المتعددة، بل وفتح المجال واسعا لاصطناع هويات افتراضية وإدارتها بما يتناسب ورغبة المستخدم في التعدد الهوياتي"¹.

44. شعور المبحوثين بتناقض شخصيتهم مع الواقع في الفيسبوك:

الجدول رقم (44) يوضح شعور المبحوثين بتناقض شخصيتهم مع الواقع في الفيسبوك:

شعور المبحوثين	التكرار	النسبة المئوية
أشعر بذلك دائما	13	8.66%
أشعر بذلك أحيانا	33	22%
لا أشعر بذلك	104	69.33%
المجموع	150	100%

المصدر: بناء على نتائج الاستبيان

توضح بيانات الجدول أعلاه أن (104) من المبحوثين قدرت نسبتهم بـ (69.33%) لا يشعرون أبدا بتناقض شخصيتهم مع الواقع مقارنة بموقع الفيسبوك فهم يمارسون هويتهم الحقيقية على العالم الواقعي بالتوازي مع العالم الافتراضي، في حين نسبة (22%) من المبحوثين يشعرون بذلك أحيانا، أما الذين يشعرون بذلك دائما فتمثلت نسبتهم بـ (8.66%).

بهذا المعنى فإن الفرد قد يعبر عن هوياته التي لم يستطيع ذكرها على الواقع أو لم يجد من يشاركه نفس الهوية، أو يمنح الآخر معطياته وبياناته الشخصية من أجل البحث عن وظيفة، كما قد يلجأ إلى الخيال بشخصية غير شخصيته، في حين هناك من يستعين

¹ البشير ربوح، السؤال عن الهوية: في التأسيس والنقد والمستقبل ، ط1، كلمة للنشر والتوزيع، تونس، 2016، ص 452.

بشبكات التواصل الاجتماعي من أجل البحث والتعلم، وزيادة معارفهن في حين هناك من يستثمر هذه الشبكات في أجل تكوين العلاقات الافتراضية، والتي تنشأ من خلال الاتصالات المتكررة والتي قد تتحول إلى رابط اجتماعي¹.

45. طبيعة علاقة المبحوثين مع أصدقائهم في الفايسبوك:

الجدول رقم (45) يوضح طبيعة علاقة المبحوثين مع أصدقائهم في الفايسبوك:

النسبة المئوية	التكرار	طبيعة العلاقة
12.66%	19	علاقات صداقة افتراضية فقط
87.33%	131	علاقة عبر الفايسبوك والواقع
100%	150	المجموع

المصدر: بناء على نتائج الاستبيان

بيانات الجدول أعلاه توضح لنا أن (131) من بين (150) مفردة مبحوثة يفضلون علاقات الصداقة عبر مواقع الفايسبوك والواقع معا بنسبة (87.33%)، في حين أن (19) من أفراد العينة بنسبة (12.66%) طبيعة علاقتهم مع الأصدقاء هي علاقة صداقة افتراضية فقط.

أحدثت مواقع التواصل الاجتماعي نقلة نوعية في العلاقات والتفاعلات الاجتماعية، بحيث غيرت نمط حياة الشباب وطريقة تواصلهم الاجتماعي حيث تعود الفكرة الأساسية وراء إنشاء مواقع التواصل الاجتماعي هي إبقاء التواصل والتفاعل مستمرا بين المستخدمين بعيدا عن الاتصال المباشر بالعالم الخارجي.

¹ حليلة قادري: التواصل الاجتماعي، الدار المنهجية للنشر والتوزيع، عمان، 2016، ص 188.

حيث أصبح الشباب داخل هذه البيئة الاتصالية الجديدة يتمتعون بقدرة على خلق فضاءات اتصالية افتراضية يلتقون فيها ظرفيا كأسلوب تعبيرى جديد يمكنهم من الاتصال بالآخرين عن البريد الإلكتروني أو عبر المدونات والمنتديات فتولدت بذلك جماعات افتراضية جديدة¹.

إذ نجد أن مواقع التواصل الاجتماعي حولت التواصل عبر الحواسيب عن طريق ربطه بهوية الفرد في العالم الحقيقي، فنسبة كبيرة من أصدقاء المستخدم هم أناس يعرفهم أو التقى بهم في الحياة الحقيقية².

46. انعكاس صفحة المبحوثين على الفيسبوك:

الجدول رقم (46) يوضح انعكاس صفحة المبحوثين على الفيسبوك:

النسبة المئوية	التكرار	
82.66%	124	هوية حقيقية
17.33%	26	هوية خفية
100%	150	المجموع

المصدر: بناء على نتائج الاستبيان

أعلى نسبة من المبحوثين تعكس صفحتهم عبر موقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك هويتهم الحقيقية بنسبة (82.66%)، أما الذين تعكس الصفحة هويتهم الخفية فتمثلت نسبتهم بـ (17.33%).

فالهوية الافتراضية ترتبط أساسا بجيل الشباب الذي يعتبر أكثر الفئات الاجتماعية تفاعلا مع الوسائط الاتصالية الحديثة في إنتاج المعاني والرموز والقيم والروابط الاجتماعية،

¹ يامين بودهان، مرجع سبق ذكره، ص ص 22، 23.

² سوزان غرينفيلد، تغيير العقل: كيف تترك التقنيات الرقمية بصمتها على أدمغتنا، ترجمة إيهاب عبد الرحيم علي، دط، عالم المعرفة، الكويت، 2017، ص 133.

"حيث يعمد الشباب الرقميون بما يرغبون أن يتمثلوا به، أي يتظاهرون بالأشياء التي يحبونها في الحديث وفي التعريف بأنفسهم وبآرائهم وبأفكارهم وغير ذلك، وليس شرطاً أن يكونوا كما هم في واقع الأمر، لكن هذا لا ينفي أن كثيراً منهم يحاول أن يكون صادقا في كل ذلك، ولكن الأمر المشترك في معظم المتمثلين افتراضياً، هو تمثلهم بما يريدون من الآخرين أن يروههم به"¹.

وبذلك فإن الشباب من خلال استخدام موقع الفايسبوك يسعون إلى التلاعب بهويتهم بهدف دفع محاورهم والمتفاعلين معهم إلى التعامل معهم على أساس أن هذه الهوية المتخيلة هي هويتهم الفعلية.²

والجدير بالذكر في سياق آخر، إن الهوية الافتراضية متحركة ديناميكية تتسم بمقومات مظهرية لوجودها في الفضاء السايبري كما يلي:

أولاً-لها مطلق الحرية أن تختار وفق التقنيات المتاحة خصائص تميزها، كشخصية حوارية عبر قنوات الإنترنت بأنواعها.

ثانياً-هي شخصية رقمية قابلة للتغير والتبدل في أي لحظة بحسب اختيارات الفرد الإنساني نفسه.

ثالثاً-هي أيضاً قابلة للتغير والتبدل حسب اختيارات أطراف أخرى، ربما شخصيات رقمية أخرى تنقص هويات غيرها، أو من قبل اختراقات برمجية، أو توظيفات متنوعة لهوية متنقلة لا تستقر على وضع خصائصها¹.

¹ علي محمد رحومة، علم الاجتماع الآلي: مقارنة في علم الاجتماع العربي والاتصال عبر الحاسوب. الكويت، عالم المعرفة، سلسلة كتب ثقافية شهرية يصدرها المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب رقم 347، 2008، ص 146.

² الصادق رابح: الانترنت كفضاء متحدث لتشكل الذات، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام العدد 8 المجلد 2، 2007، ص 266.

وبالتالي ففي العالم الافتراضي يصبح بمقدور الأفراد أن يبنوا هوياتهم وفق مشيئتهم، بدلا من يقرر عنهم الآخرون كنه ذاتهم، بناء على سمات معينة مثل المكان والجسم والصفات الفيزيائية. وعليه يختار الشباب هوياتهم ويتلاعبون بها، ويمكن لهم أن يختاروا أكثر من هوية، إذ لم تعد هذه الأخيرة رهينة تاريخهم إلا بقدر ما هي رهينة اسمهم.

فقد يستمر المراهقين في تقمص شخصيات بديلة وهم سائرون على طريق النضج والتحول إلى مستخدمين راشدين، ولكن العكس قد يكون صحيحا، وربما ينجح أولئك الذين يبحثون عن أداء هويات بديلة من الهويات التي أسندت إليهم في العالم الحقيقي، في الاستمرار في تقمص تلك الهويات على منصة الانترنت. إلا أن معظم الشباب يدخلون العالم الافتراضي حاملين هويات مكتملة أي حقيقية وليسوا ساعين إلى إيجاد هويات جديدة.²

47. شعور المبحوثين بتفاعلهم في علاقاتهم الافتراضية أكثر من علاقاتهم الحقيقية:

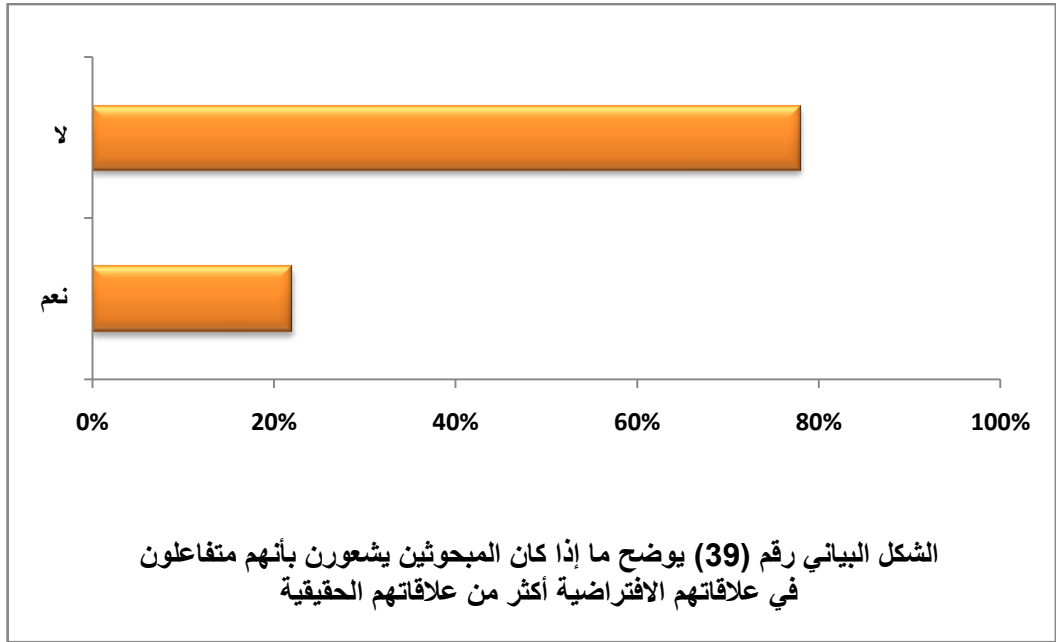
الجدول رقم (47) يوضح ما إذا كان المبحوثين ي شعورون بأنهم متفاعلون في علاقاتهم الافتراضية أكثر من علاقاتهم الحقيقية:

النسبة المئوية	التكرار	الشعور بالتفاعل في العلاقات الافتراضية أكثر من العلاقات الحقيقية
22%	33	نعم
78%	117	لا
100%	150	المجموع

المصدر: بناء على نتائج الاستبيان

¹ باديس لونيس: " الهوية المحلية والهوية الافتراضية في ظل الإعلام الجديد." تم تصفح الموقع بتاريخ 2017/08/03 على الساعة 13:15. <https://www.asjp.cerist.dz/en/article/2236>

² دارن بارني، المجتمع الشبكي، ترجمة أنور الجمعاوي، المركز العربي للأبحاث ودراسة السياسات، بيروت، ط1، 2015، ص، ص 166، 164.



من خلال قراءة الجدول والشكل البياني السابقين توضح جليا أن نسبة (22%) من المبحوثين يشعرون فعلا أنهم يتفاعلون في علاقاتهم الافتراضية أكثر من علاقاتهم الواقعية وهي نسبة أقل من نسبة المبحوثين الذين لا يشعرون بذلك وهي (78%).

وهذا ما يؤكد على أن مواقع التواصل الاجتماعي ساعدت الشباب في التعبير بكل حرية عن آرائهم،. في كلتا الحالتين نطرح السؤال التالي: إلام يرجع سبب تفاعل المبحوثين في خضم العلاقات الواقعية أكثر من العلاقات الافتراضية ؟

لعل هذا التساؤل يفضي إجابة مفادها؛ ان الواقع هو الأصح والأهم من العالم الافتراضي حيث يكون فيه المبحوث على راحة تامة ويكون التواصل في الواقع قريبا وأكثر سهولة. أما الذين يرون أن العلاقات الافتراضية هي أكثر حضورا من العلاقات الواقعية، فإن ذلك يرجع إلى ما يلي:

شعورهم بالخجل في العلاقات الواقعية على عكس العلاقات الافتراضية يكون مجال الحرية متاحا أكثر من الواقع، الفايسبوك يتيح مساحة من التعبير بحرية أكثر من الواقع، وفي الحياة اليومية ليسوا باجتماعيين على عكس العالم الافتراضي، العلاقات الافتراضية

أصبحت واقعا لا يمكن تجاهله ويجب التعامل معه والتأقلم معه. (وهنا نضيف بأن تكنولوجيا الإعلام والاتصال أصبحت تفرض نفسها على الإنسان خاصة منهم الشباب الذي يحب التغيير ويبحث دائما عن الجديد، وبالتالي نراها تفرض نفسها علينا لاستخدامها -اقتحامها في عالمنا الواقعي-)

وهناك من يكون متفاعلا في كلتا الحالتين، فالعلاقات الواقعية والافتراضية يكون متوصلا فيها بشكل متساوي ومع أصدقاء واقعيون، فالأصدقاء في الواقع هم في العالم الافتراضي. وهناك من أضاف أن العلاقات الافتراضية تبقى وهمية عكس العلاقات الحقيقية التي تعبر عن الواقع، ويبقى الفايسبوك عالما افتراضيا وليس واقعا.

"فالاشتراك عبر هذه المواقع يكون غالبا بأسماء مستعارة ويخفي الأعضاء هوياتهم الحقيقية، مما يتيح لهم مجالا للاتصال بكل حرية، دون أية حواجز نفسية من أن يتعرف الآخرون على هوياتهم الحقيقية، عكس الاتصال المباشر وجها لوجه، أين تظهر معيقات نفسية تشوش على عملية الاتصال، كالخجل، القلق والخوف، عكس العلاقات الافتراضية لا يكون حضور المشتركين فيزيقيا بل يكون افتراضيا، لذا يكونون أحرارا للتعبير عن آرائهم واتجاهاتهم في أي موضوع يرغبون فيه".¹

وعليه فإن قدرة الشبكة على إخفاء الملامح الاجتماعية للأفراد، والتي تقف حائلا دون إقامة علاقات في الواقع تساعد مستخدميها في التواصل الاجتماعي، خاصة بوجود بعض سمات شخصية سلبية كالخجل أو القلق الاجتماعي، وتجعلهم يتفاعلون بدرجة أكبر مع الآخرين في بيئة افتراضية، حيث يشير بعض الباحثين إلى أن الأشخاص الأكثر قدرة عن التعبير عن أنفسهم وعلى بناء علاقات اجتماعية مقربة من خلال الانترنت أكثر مما يتيح لهم الواقع، هم الأشخاص الذين يحسون بقلق اجتماعي من خلال تواصلهم وجها لوجه،

¹ يامين بودهان، مرجع سبق ذكره، ص 36.

والأشخاص الذين يشعرون بالوحدة، وهؤلاء الأشخاص بإمكانهم تطوير علاقاتهم عبر الانترنت بسرعة كبيرة، ويمكن لهذه العلاقات أن تتحول إلى علاقات اجتماعية حقيقية يكون التفاعل فيها وجها لوجه¹.

48. العلاقات الاجتماعية المفضلة لدى المبحوثين:

الجدول رقم (48) يوضح العلاقات الاجتماعية المفضلة لدى المبحوثين:

العلاقات الاجتماعية المفضلة	التكرار	النسبة المئوية
العلاقات المباشرة	120	68%
العلاقات الافتراضية	08	5,33%
معا	40	26,66%
المجموع	150	100%

المصدر: بناء على نتائج الاستبيان

من خلال قراءة بيانات الجدول أعلاه، هناك نسبة معتبرة من المبحوثين تقدر بنسبة (68%) يفضلون العلاقات المباشرة، في حين يفضل (5,33%) من المبحوثين فقط العلاقات الافتراضية، أما الذين يفضلون الاثنين معا حيث تتأرجح عندهم العلاقات الاجتماعية بين النمط الافتراضي والنمط الواقعي فقد قدرت بنسبة (26,66%).

يرجع المبحوثين تفضيلهم للعلاقات المباشرة إلى ما يلي:

الواقع أفضل وهو الحقيقية ويتم التعامل فيه بشكل مباشر، عدم الثقة بالعلاقات الافتراضية وخاصة مع من يتحدث المستخدم جهله للمتحدث، العلاقات المباشرة فيها أمان وثقة، العلاقات الواقعية تكون صادقة، العلاقات المباشرة تكون واضحة، العلاقات الافتراضية تبقى افتراضية وغير موثوقة.

¹ حدادي وليدة، الشبكات الاجتماعية: من التواصل إلى خطر العزلة الاجتماعية، مرجع سبق ذكره، ص 279.

أما الذين يفضلون العلاقات الافتراضية فيرجعون ذلك إلى الأسباب التالية:

العلاقات الافتراضية سهلة التواصل على عكس العلاقات المباشرة فيها صعوبة، وهناك من رأى أن العلاقات الافتراضية تدعم العلاقات الواقعية، لا يوجد حواجز مكانية في العلاقات الافتراضية بل يمكنك التحدث بسهولة ومع من تريد على عكس العلاقات المباشرة إلزامية التواجد في المكان نفسه وتعتبر هذه الخاصية من مميزات موقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك.

وفي سياق متصل، إن كثرة استخدام الشباب لمواقع التواصل الاجتماعي تجعلهم يمزجون بين الواقع المعيش والعالم الافتراضي، فتجدهم يعيشون في مساحة افتراضية غير حقيقية، يتبنون فيها قيا وأفكارا وتصورات خاصة بهم، لا نجدها في الواقع الحقيقي، وهذا ما يجعله يفلت من واقعه الاجتماعي ويزيد الشاب عزلة وابتعادا عن السياق الاجتماعي.¹

وهناك من رأى أن كل من العلاقات المباشرة والعلاقات الافتراضية تكمل بعضها البعض. إن أغلب نسبة من مستخدمي الفيسبوك الجزائريين يفضلون العلاقات الاجتماعية الواقعية والافتراضية معا، يليهم الذين يفضلون علاقة الصداقة الافتراضية فقط.

أغلب مستخدمي موقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك لا يشعرون بتفاعل كبير ومهم في علاقاتهم الافتراضية مقارنة بعلاقاتهم الواقعية، حيث أكد المبحوثين أن موقع التواصل الاجتماعي ساعدتهم في التنفيس والتعبير بكل حرية، ورأوا في هذه المواقع فرصة للتحرر والتعبير عن حالاتهم ومواقفهم وآرائهم والتحدث بكل حرية عن انشغالاتهم، خاصة إذا كانوا مستخدمين لأسماء مستعارة. ويبقى تفاعلهم الافتراضي مقتصرًا على هذه الناحية فقط، فشعورهم بالتفاعل أكثر هو من خلال العلاقات الاجتماعية الواقعية في محيطهم الاجتماعي بمستوى أعلى مقارنة بالعلاقات الاجتماعية الافتراضية.

¹ يامين بودهان، مرجع سبق ذكره، ص 57.

49. شعور المبحوثين عند تواصلهم مع مستخدمي موقع الفايسبوك وهم خلف هوية افتراضية:

الجدول رقم (49) يوضح شعور المبحوثين عند تواصلهم مع مستخدمي موقع الفايسبوك وهم خلف هوية افتراضية:

النسبة المئوية	التكرار	شعور المبحوثين عند تواصلهم مع مستخدمين خلف هوية افتراضية
26.66%	40	تقص شخصية أو هوية غير حقيقية
24%	36	عدم الثقة وعدم الإحساس بالأمان
6.66%	10	الشعور بالراحة في تقمص هوية خفية
19.33%	29	عدم الارتياح وعدم التعامل معهم
8%	12	ضعيف الشخصية
4.66%	07	محاولة التعرف على أصدقاء جدد
6%	09	لا يريد أن يتعرف عليه الآخرون
9.33%	14	شخص مضطرب ومنعزل عن العالم الحقيقي
10.66%	16	الهروب من الواقع
2%	03	التسلية والترفيه
5.33%	08	أكثر جدية في التعبير عن آرائه

حرية شخصية	19	12.66%
نفور من شخصه	01	0.66%
شخص مخادع	02	1.33%

قراءة الجدول البياني توضح لنا أن نسبة (26.66%) من المبحوثين شعورهم عند تواصلهم مع مستخدمين ضمن موقع التواصل الاجتماعي الفايسبوك وهم خلف هوية افتراضية أنهم يتقمصون شخصية أو هوية غير حقيقية ويشعرون بتحقيق ما لم يستطيعوا تحقيقه على أرض الواقع، وتليها نسبة (24%) يشعرون بعدم الثقة ولا يحسون بالأمان في تعاملاتهم مع المستخدم وهو خلف هوية افتراضية ، ثم تليها نسبة (19.33%) يشعرون بعدم الارتياح ويفرضون التعامل معهم، تليها نسبة (12.66%) يرجعون ذلك إلى أن المستخدم ضمن موقع الفايسبوك لديه حرية شخصية في خلق هوية خاصة به، وتليها نسبة (10.66%) يعبرون عن ذواتهم في حساباتهم بهوية خفية من أجل الهروب من الواقع وعدم القدرة على مواجهته ولهذا يلجئون إلى التخفي وراء هوية مغايرة لهويتهم الحقيقية، ونجد نسبة (9.33%) من المبحوثين يرون أن الشباب المتخفي هو شخص مضطرب ومنعزل عن العالم الحقيقي، في حين أن نسبة (8%) من المبحوثين يشعرون بأن هؤلاء الشباب لديهم ضعف في شخصيتهم، كما أن نسبة (6.66%) من المبحوثين يشعرون بالراحة في تقمص هوية خفية ضمن الموقع، ثم تليها نسبة (6%) من المبحوثين يشعرون بأن هذا المتخفي لا يريد أن يتعرف عليه الآخرون وذلك من خلال خلقه لهوية مغايرة لهويته الحقيقية، كما نجد أن نسبة (5.33%) من المبحوثين يشعرون بأنهم أكثر جدية في التعبير عن آرائه وهم خلف هوية خفية بحيث يمكنه ذلك من التعبير بكل حرية عن أفكارهم دون التخوف من ذلك، وهناك من يشعر بأنهم يحاولون التعرف على أشخاص جدد ويخلقون بذلك علاقات اجتماعية جديدة إذ قدرت نسبتهم بـ (4.66%)، ومنهم من يشعر بأن المستخدم وهو خلف هوية افتراضية يبحث عن التسلية والترفيه فهو شخص غير جدي في تعامله مع الآخرين وتمثلت نسبتهم بـ (2%)، وبنسبة قليلة جدا (1.33%) يشعرون بخداع من طرف المستخدم

الذي لا يفصح عن هويته، و بنسبة (0.66%) من المبحوثين يشعرون بنفور حين تعاملهم مع أشخاص من هذا النوع .

فالهوية إذا تمثل فهم المرء لذاته في علاقتها بالآخرين، والهوية باختصار ليست شخصية أو نفسية، ولكنها في الأساس اجتماعية وعلائقية، وتتحدد بتفاعل المرء وعلاقاته مع الآخرين ومكانه في السياق المؤسسي.¹

فالشباب ضمن مواقع التواصل الاجتماعي يسعى إلى خلق هويات متعددة، مما يجعلها عملية ليست يسيرة، وإنما فاعلية هذه الهويات تكمن في قدرتها على إقناع المتحاورين معها أثناء عملية التواصل بأنها تحيل إلى هوية فيزيائية حقيقية، وتحاشي الممارسات التي يمكن أن تشك فيها أو تفضحها، بحيث نجد أن هذه الهويات الافتراضية لا تبعث في نفس أصحابها الإحساس بالرضا المتعالي، إلا عندما يتم التحاور معهم باعتبارهم هويات حقيقية وليست فنتازمية.²

فالهوية الافتراضية من خلال تفاعلها المتواصل والمتركب في أشكال تكنولوجية متنوعة تتمثل الهويات الرقمية بشتى تمثلاتها الممكنة في وسط الكتروني جمع بين وسائط الحرف والصوت والصورة والحركة واللون، وتجاوز الزمان والمكان.³

وفي الحديث عن مستقبل الهوية الافتراضية خلال موقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك أنه سيتم التحقق من الصفحة الرئيسية وحتى تنظيمها قبل الولوج إلى العالم الافتراضي، فليوم هوياتنا الافتراضية تؤثر و تلقى بظلالها على ذواتنا الحقيقية (الفيزيائية).¹

¹ راوي عبد العال وآخرون، قياس الهوية "دليل للمختصين في العلوم الاجتماعية"، مركز الإمارات للدراسات والبحوث الاستراتيجية، ط1، 2014، 35.

² يامين بودهان، مرجع سبق ذكره، ص 54.

³ علي محمد رحومة، مرجع سبق ذكره، ص 136.

ففي العشرية المقبلة سيفوق سكان العالم الافتراضي عدد سكان الأرض، عمليا سيكون كل فرد ممثلا في عدة طرق و نوافذ على الانترنت، وذلك بخلق مجتمعات حيوية ونشيطة و متشابكة المصالح و التي تعكس و تثري عالمنا ، كل هذه الاتصالات ستخلق كمية هائلة من البيانات "ثروة بيانات" و تمكين المواطنين منها بطريقة لم يكونوا يتخيلوها .

وفي سياق متصل، إن تأثير ثورة المعلومات سيسمح بتجريد الأشخاص من إمكانية سيطرتهم على معلوماتهم الشخصية في العالم الافتراضي الأمر الذي سيكون له نتيجة كبيرة على عالمهم المادي الحقيقي . هذا التأثير لن يكون على مستوى متساوي بالنسبة لجميع المستخدمين لكن عموما سيكون على مستوى كلي و عام وسيؤثر عميقا على عالمنا كما سيشكله عن التحدي الذي نواجهه كأفراد هو تحديد في أي مرحلة يجب علينا استعادة تحكمننا في خصوصياتنا.²

¹ Eric Schmidt and Jared Cohen , The new digital age, alfred A.knopf; New York,2013, p 32.

² نفس المرجع السابق، ص 33.

ثانيا:النتائج الدراسة في ضوء تساؤلات وفرضيات الدراسة:

بعد التحليل الإحصائي للبيانات والمعطيات الميدانية جاءت الدراسة الميدانية التي تستهدف الإجابة على تساؤلات الدراسة، حيث تحتاج هذه الأخيرة إلى تفكيك الظاهرة في الواقع، فجاءت الإجابة على الأسئلة المطروحة من خلال إعادة تركيب الظاهرة وفق كل المعطيات والمؤشرات والأنساق الخفية التي يحملها البعد التأثيري لها، وعليه فإننا بحاجة إلى تأويل وقراءة النتائج من خلال إبراز العلاقة الترابطية بين مختلف مؤشرات الظاهرة المدروسة.

لقد تمحورت الإشكالية المطروحة في هذه الدراسة حول خلفيات تبني الشباب الجزائري لهوية رمزية افتراضية ضمن فضاء "الفايسبوك"، إن تفكيك مثل هذه الإشكاليات ولواحقها من تساؤلات فرعية، كالبحث في ماهية سمات وخصائص اشباعات الهوية الافتراضية ضمن فضاء الفايسبوك؟و ما العوامل والخلفيات الكامنة وراء تبنيالشباب الجزائري لهوية افتراضية؟كيف ينظر مستخدمو الفايسبوك إلى ذواتهم في خضم مجتمع افتراضي يسمح بالتخفي خلف ستار هوية رمزية؟ أيمن لنا أن نعتبر تخفي المستخدم خلف هوية افتراضية مجالا لكشف حقيقةهوية المستخدم؟. لقد مكنتنا كل هذه التساؤلات من الكشف عن أبعاد الظاهرة ومؤشراتها. ولعل النتائج التالية المتوصل إليها، كانت بمثابة الاستقراء الامبريقي الذي يفصل حيثيات الظاهرة، وعليه يمكن في الأخير النتائج التالية:

1- سمات الهوية الافتراضية عبر موقع التواصل الاجتماعي الفايسبوك:

ما هي سمات وخصائص اشباعات الهوية الافتراضية ضمن فضاء الفايسبوك؟ فقد شملت سمات الهوية الافتراضية عبر موقع التواصل الاجتماعي الفايسبوك النقاط التالية:

* مدة استخدام موقع التواصل الاجتماعي الفايسبوك:

إن أغلب المستخدمين اشتركوا في موقع التواصل الاجتماعي الفايسبوك منذ أكثر من 5 سنوات بـ 42.66%، يليها الذين بدأوا في استخدام موقع التواصل الاجتماعي الفايسبوك من سنة إلى 3 سنوات بـ 28%، ثم الذين يستخدمون موقع التواصل الاجتماعي الفايسبوك من 3 سنوات إلى 5 سنوات بـ 20.66% والأخير هناك نسبة 7.33% ممن استخدموا موقع التواصل الاجتماعي الفايسبوك منذ أقل من سنة فقط. وتبين هذه النتائج إن استخدام الفايسبوك من طرف الشباب قد كان بشكل دوري في إطار اتصالاتهم اليومية.

* الاسم الذي اختاره مستخدمو موقع التواصل الاجتماعي الفايسبوك:

يفضل المستخدمون إظهار أسمائهم الحقيقية ضمن حساباتهم في موقع التواصل الاجتماعي الفايسبوك. فالذكور أكثر إظهار لهويتهم الإسمية أكثر مما هو عليه الحال عند جنس الإناث أي نسبة 62,71% مقارنة بنسبة 26.37% عند الإناث، وهذا ما يؤكد على أن استخدام الفايسبوك محاط بإطار من الجدية والثقة من طرف الباحثين، وقد أرجعوا ذلك لعدة أسباب منها: الرغبة في الظهور بهوية حقيقية وحتى يجدهم معارفهم وأصدقائهم بسهولة ومن أجل كسب ثقة المتفاعلين معهم في نفس الصفحة.

ومن جهة أخرى نجد أن نسبة الإناث تفوقت بنسبة 42.85% مقارنة بنسبة الذكور 13,55% في استخدام الاسم المستعار أو الاسم المركب من اسم حقيقي وآخر مستعار 30.76% من جنس الإناث مقارنة بالذكور 23.72%. وقد أرجع معظمهم الأسباب في اختيار الأسماء المستعارة أو المركبة إلى الرغبة في التصرف بكل حرية في خضم ما يتيح موقع الفايسبوك للمستخدمين في عملية التواصل، ومنهم من يرتئي أن لا يتعرف الآخرون عن هويتهم الحقيقية بتقمص شخصية أخرى.

* السن المصرح به على صفحة الفايسبوك:

وفي معرض الحديث عن المفاضلة بين التصريح بالسن الحقيقي ضمن الاستخدام لموقع التواصل الاجتماعي الفايسبوك وبين التستر عنه، فإن جنس الإناث بنسبة %59.85 هنا أكثر تكتماً من جنس الذكور بنسبة %40.15. وفيما يتعلق باستخدام الاسم المستعار فنجد أن الإناث تفقن في ذلك نسبة الذكور، أي بنسبة %61.11 مقابل نسبة %38.89 عند الذكور. ومرد ذلك؛ محاولة تجنب المضايقات التي قد يتعرضن لها، ومنهن من يعلن ذلك بدافع تسهيل التواصل والاحتكاك بالغير، كما نجد مبرر البعض الآخر لإخفاء سنه لغرض شخصي لا يودون الإفصاح عنه.

* الجنس المصرح به عبر موقع التواصل الاجتماعي الفايسبوك:

يفاضل بعض المستخدمين بين التصريح بجنسهم الحقيقي على حساباتهم الشخصية في موقع التواصل الاجتماعي الفايسبوك، وهم يمثلون في ذلك نسبة %97.33، بينما يفاضل البعض الآخر بنسبة %02.66 على إخفاء ذلك. ذلك أن الأمر محاط بعامل الثقة، ومعنى ذلك أن أولئك الذين يفاضلون إخفاء جنسهم الحقيقي، إنما يحاولون بذلك تقادي التعرض للمضايقات من قبل الغير. إضافة إلى سبب آخر في محاولة لتخفي الإناث عن أنظار أهليهم وبشكل اخص لما يكون لدى أحد الأخوة أو الأب حساب بالموقع.

* المواطن المصرح به عبر موقع التواصل الاجتماعي الفايسبوك:

وفي هذا الصدد، يتبين أن زهاء %94.66 ممن يدلون بموطنهم الأصلي ضمن بياناتهم الشخصية بموقع التواصل الاجتماعي الفايسبوك، بينما تتضاءل النسبة بـ %05.33 بالنسبة لأولئك الذين يستخدمون موطناً مستعاراً، ومرد سبب الإستعارة هذه؛ هو تجنب المضايقات التي يتعرضون لها حين الإدلاء بموطنهم الحقيقي، أو لأسباب شخصية وأحياناً يكون دون سبب وجيه.

* الوظيفة المسجلة عبر موقع التواصل الاجتماعي:

تتحقق حقيقة الإدلاء بالوظيفة الحقيقية لمستخدمي موقع الفايسبوك بنسبة %86.66، أما ربع المبحوثين تقريبا فإنهم يسجلون وظيفة مستعارة %13.33، ومبررات هذه الأخيرة هو اختيار شخصي يكفل لهم الحرية وعدم التصريح بوظيفتهم الحقيقية، وإن منهم لفرقا يحاول تجنب المضايقات التي قد يتعرضون لها، ومنهم من يكون بطالا أو دون نشاط، فيضطره الحال إلى تزييف معطياته الشخصية.

* الصورة المستخدمة عبر موقع التواصل الاجتماعي الفايسبوك:

إن أغلب مستخدمي موقع التواصل الاجتماعي في عمومهم لا يستخدمون صورا حقيقية، وأكثر هؤلاء المستخدمين هن من جنس الإناث بـ %91.89 مقارنة بالذكور بنسبة قليلة بـ %8.10، فالفتيات تهرعن إلى استخدام الصور المستعارة بنسبة %76.10 عن الذكور بـ %23.89، ومرجع توظيف صور مستعارة، إنما يرجع إلى رفض الفكرة أساسا لوضع صورهم الحقيقية بـ %36، وكمبرر ثاني هو تجنب الإحراج والمضايقات التي يتعرضون لها بسبب صورهم الموجودة على موقع الفايسبوك، وهذا ما صرحت به نسبة %22.66، فيما تتوجس نسبة أخرى بـ %18.66 منه اختراق حسابها، كما يحاول بعضهم تفادي الجنس الآخر أي بمعدل %10.66.

كما أضاف مبحوثون آخرون أن أسباب استخدامهم للصورة المستعارة هو رفض العائلة لوضع صورهم الحقيقية خاصة بالنسبة للإناث، وهناك من أرجع ذلك بسبب الضوابط الشرعية بالنسبة للإناث.

* اللغة المستخدمة في موقع التواصل الاجتماعي الفايسبوك:

عادة ما يقوم المستخدمون ممن لديهم مستوى ثانوي بالتواصل بلغة تحمل مزيجا بين اللغة الدارجة، اللغة العربية و اللغة الفرنسية أحيانا، إذ يمثل هؤلاء ما يشرف عن نسبة تقدر بـ

40%، وتليها نسبة 35.57% من الشباب ذو مستوى جامعي، في حين نسجل نسبة 35.13% بالنسبة للشباب الذين لديهم مستوى الدراسات العليا.

في حين نجد الشباب الذين لديهم مستوى ثانوي في التعليم الدراسي يستخدمون اللغة الدرجة بنسبة 20%، أما بالنسبة لمستوى الدراسات العليا فمثلت نسبتهم 16.21% وأقل نسبة لدى الشباب الذين لديهم مستوى جامعي نسجل نسبة 15.43%.

أما فيما يخص استخدام اللغة العربية الفصحى، فإننا نجد ذوو المستوى التعليمي في الدراسات العليا بنسبة بـ 35.13% هم أكثر استعمالاً لهذه اللغة، يليها المستوى الجامعي بنسبة 22.81% ثم المستوى الثانوي بأقل نسبة 10%.

2- العوامل الكامنة وراء تكوين هوية افتراضية:

ما هي العوامل والخلفيات الكامنة وراء تبني الشباب الجزائري لهوية افتراضية؟ ترتبت جملة من العوامل المقترحة التي قد تكون دافعا لتكوين الهوية الافتراضية لدى الشباب المبحوثين:

- امتلاك أفراد العينة لأكثر من صفحة على موقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك:

أعلى نسبة من المبحوثين لا يملكون سوى حساب واحد على موقع الفيسبوك بـ 82.66% في حين أن نسبة 17.33% يملكون أكثر من صفحة على الموقع. وهذا ما يؤكد على أن المبحوثين لديهم وعي كافي لاستخدام الفيسبوك ولا يريدون خلق العديد من الصفحات على حسابهم.

- المتفاعلون عبر موقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك :

تتعامل أعلى نسبة من مستخدمي موقع التواصل الاجتماعي مع أصدقائهم بـ (64%)، فهم يحبون خدمة المشاركة التي تعتبر كخاصية من خصائص مواقع التواصل الاجتماعي

بحيث تتيح للمتصفح التعرف عن قرب أكثر عن طريق نشر الملفات، الصور، مقاطع الفيديو وأفكار خاصة بالمستخدم ولا يكون متاحا للآخرين الإطلاع عليها فهو يعتبرها صفحة خاصة لا يمكن لغير المشتركين معه الدخول إليها، وبالتالي نجده يحافظ على خصوصيته من خلال هذا الاستخدام. كما أما هناك نسبة معتبرة قدرت بـ 40.90% من المبحوثين يفضلون مشاركة جميع الناس ضمن صفحاتهم ومنشوراتهم اليومية، حيث تتيح هذه الخاصية إرفاق جميع المشتركين وغير المشتركين ضمن صفحة المستخدم الإطلاع على المعلومات الواردة ضمن الصفحة.

أهداف استخدام موقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك:

1. بهدف التواصل مع الأصدقاء:

يستخدم المبحوثون موقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك بهدف التواصل مع الأصدقاء بنسبة 58.66%، بالإضافة إلى أن المستخدمين سواء من الطلبة أو الأستاذة أو الباحثين والمهتمين بتخصصات معينة يجدون على مواقع التواصل الاجتماعي وبسهولة العديد من الأشخاص ذو العلم والخبرة في مجالات اهتماماتهم فيتواصلون معهم ويكونون علاقات اجتماعية معهم، ما يجعلهم يستفيدون من علمهم وخبرتهم وبما يحملونه من معارف وأفكار من خلال طرحها ومناقشتها.

2- التواصل مع العائلة والأقارب:

من خلال ما يوفره موقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك من خدمات متنوعة، وخاصة منها التواصل مع العائلة والأقارب بنسبة 48%، فهي تعتبر من أهم العوامل التي دفعت المبحوثين لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي وهذا ما يدل على استخدام موقع التواصل الاجتماعي له دور في حياة المستخدمين مما انعكس ذلك على علاقاتهم الاجتماعية خاصة بعد انتقالها من العالم الواقعي إلى العالم الافتراضي.

3- الحصول على المساعدة والاستفادة من الآخرين:

وهذا ما يثبت حاجة المستخدمين إلى الاستفادة من الآخرين والحصول على المساعدة بنسبة 43.33%، وتتنوع هذه المعلومات كل حسب اهتمامه وميوله، وكذا حسب تخصصه الدراسي أو مجاله المهني ويرجع هذا إلى الخصائص العامة للمبحوثين الجامعيين بنسبة كبيرة، فهم فئة مهتمة بالبحث والدراسة ويتشاركون ذلك مع الآخرين.

ومن بين أهداف مواقع التواصل الاجتماعي تعليمية و تثقيفية تساعد المستخدمين في الحصول على المعلومات والخدمات المختلفة والمتنوعة التي تقدمها فيمكنهم من خلالها الاستفادة منها وتبادلها مع الآخرين.

4- متابعة كل ما يتعلق بالعمل أو الدراسة:

من خلال ما نلاحظه أن نسبة 38.66% من المبحوثين توفر لهم مواقع التواصل الاجتماعي خاصة الفيسبوك متابعة كل ما يتعلق بالعمل والدراسة، فهي تتعامل مع المعلومة الحديثة وتسمح للمتصفح بالإطلاع على كل ما هو جديد في عالم الشغل والدراسة، مما يجعل الشباب الذين هم في بحث عن العمل أو متابعة كل ما هو جديد في مجال الدراسة يشتركون فيها، فهناك صفحات ومجموعات خاصة يوفرها هذا الموقع مما يجعله يستقطب فئة معتبرة من المهتمين بهذا المجال.

5- توسيع علاقات الصداقة:

هذا العامل الذي يثبت حاجة المستخدمين لموقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك بنسبة 32.66%، إلى التواصل وتكوين علاقات اجتماعية حتى وإن كانت افتراضية. فالولوج إلى العالم الافتراضي بهدف بناء وتكوين العديد من العلاقات الافتراضية، والتعرف على أشخاص جدد والتواصل معهم وهذا ما يبين حاجة الشباب إلى التواصل مع الآخرين، حتى

وإن كانت علاقات الصداقة نفسها في الواقع وفي العالم الافتراضي فتسعى إلى تعزيزها والحفاظ على استمراريتها.

6- تكوين علاقات عاطفية مع الجنس الآخر:

ويسعى بعض المبحوثين إلى تكوين علاقات عاطفية مع الجنس الآخر بنسبة 4.66% فقط، حيث يرغب الشباب في تعويض شعورهم بالفراغ العاطفي والاجتماعي من خلال تكوين هذه العلاقات، وفي بعض الأحيان يدل على الرغبة في الزواج أو تكوين صداقات مع الجنس الآخر سواء كانوا إناثا أو ذكورا.

*** العامل الذي يحدد علاقة المبحوثين بالمستخدمين في موقع التواصل الاجتماعي الفايسبوك:**

العامل الذي يتم من خلاله تحديد علاقة الشباب بالذين يتعامل معهم من خلال موقع التواصل الاجتماعي، هو العامل الشخصي بنسبة 48.66%، يليه العامل التعارفي بنسبة 44.66%، ثم العامل المهني بـ 23.33%.

*** معيار اختيار الذين يتعامل معهم المبحوثين على موقع التواصل الاجتماعي الفايسبوك:**

أعلى نسبة قدرت بـ 52.66% اختارت على أساس علاقة الصداقة كمعيار أساسي لاختيار الذين يتعاملون معهم على موقع التواصل الاجتماعي الفايسبوك، تليها معيار الانسجام الفكري والاهتمام العلمي بنسبة 39.33%، ونسبة 34.66% اختارت أساس علاقة القرابة. في حين وجدنا أن نسبة 31.33% اختارت على أساس الاهتمام المشترك، ونسبة قليلة جدا تمثلت في 8% من المبحوثين لم يحددوا المعيار الذي يختارون على أساسه علاقاتهم وصداقاتهم على موقع التواصل الاجتماعي الفايسبوك.

3- الخلفيات المعتمدة في تكوين هوية افتراضية لدى الشباب:

كيف ينظر مستخدمو الفايسبوك إلى ذواتهم في خضم مجتمع افتراضي يسمح بالتخفي خلف ستار هوية رمزية؟

أثبتت نتائج الدراسة فيما يتعلق بالإجابة على هذا التساؤل مايلي:

* تغيير صفحة الفايسبوك:

أكثر من نصف المبحوثين لا يغيرون من صفحتهم على موقع الفايسبوك بـ 66% في حين نسبة 34% قد غيروا من صفحتهم وذلك بمعدل مرة واحدة ومرتين، ويرجع ذلك لعدة أسباب منها: التعرض للاختراق بنسبة 10.66%، لتقاضي المشاكل والإزعاج من قبل الآخرين بنسبة 8%، ومنهم بدافع حب تغيير الصفحة، ومنهم من يغيرها لأسباب شخصية بنسبة 4.66%.

* مدى مصداقية المعلومات المصرح عنها عبر مواقع الفايسبوك مع هوية الشباب:

أكبر نسبة من المبحوثين هويتهم المنشأة عبر موقع الفايسبوك تحمل معلومات حقيقية بـ 80%، في حين أن 20% فقط من المبحوثين الهوية المصرح عنها عبر الصفحة لا تحمل معلومات حقيقية عنهم ومن خلال ربط ذلك مع انعكاس صفحة المستخدم عبر موقع الفايسبوك على هويته الحقيقية فنجد أن النسب متقاربة جدا مع الهوية المصرح عنها من قبل المبحوثين والتي تتوافق مع معلوماتهم الحقيقية بـ 82.66%، على عكس الهوية الخفية التي لا تتوافق مع المعلومات التي أدلى بها المبحوثين من خلال صفحتهم بنسبة 17.33%.

* التفاعل في العلاقات الافتراضية مقابل التفاعل في العلاقات الواقعية:

أغلب مستخدمي موقع التواصل الاجتماعي لا يشعرون بتفاعلهم في علاقاتهم الافتراضية مقارنة بعلاقاتهم الواقعية بنسبة 78%، وذلك بأنهم يرون أن الواقع هو الأصح والأهم من

العالم الافتراضي حيث يكون فيه المبحوث على راحة تامة ويكون التواصل في الواقع قريبا وأكثر سهولة، أما الذين لا يشعرون بتفاعل كبير ضمن العالم الافتراضي فقدرت نسبتهم بـ 22% حيث أكدوا أن العلاقات الافتراضية تبقى وهمية عكس العلاقات الحقيقية التي تعبر عن الواقع، ويبقى الفيسبوك عالما افتراضيا وليس واقعا. وهناك من يكون متفاعلا في كلتا الحالتين، فالعلاقات الواقعية والافتراضية يكون متواصلا فيها بشكل متساوي ومع أصدقاء واقعيون، فالأصدقاء في الواقع هم في العالم الافتراضي.

* العلاقات الاجتماعية المفضلة:

أكثر من نصف المبحوثين يفضلون العلاقات المباشرة بنسبة 68%، وهذا يرجع إلى أن الواقع أفضل وهو الحقيقية ويتم التعامل فيه بشكل مباشر، عدم الثقة بالعلاقات الافتراضية وخاصة مع من يتحدث المستخدم جهله للمتحدث، العلاقات المباشرة فيها أمان وثقة، العلاقات الواقعية تكون صادقة، العلاقات المباشرة تكون واضحة، العلاقات الافتراضية تبقى افتراضية وغير موثوقة. في حين يفضل 5,33% من المبحوثين فقط العلاقات الافتراضية فهي سهلة التواصل على عكس العلاقات المباشرة فيها صعوبة، وهناك من رأى أن العلاقات الافتراضية تدعم العلاقات الواقعية، أما الذين يفضلون الاثنين معا حيث تتأرجح عندهم العلاقات الاجتماعية بين النمط الافتراضي والنمط الواقعي فقد قدرت بنسبة 26,66% فكل من العلاقات المباشرة والعلاقات الافتراضية تكمل بعضها البعض.

خاتمة:

إن الحديث عن علاقة الشباب بالفضاء الافتراضي ومواقع التواصل الاجتماعي خاصة ساهم في ظهور الكثير من المفاهيم الرامية إلى فهم ودراسة هذه الظاهرة وتحليلها ذلك لما تحدثه من تغيرات على نمط العلاقات الاجتماعية بين الأفراد داخل المجتمع، فقد فتح هذا الفضاء نمطا جديدا ومعطيات مستحدثة في الحياة الاجتماعية جعلت الشباب يندمجون ضمن هذا المجتمع ويتعرفون على سماته وخصائصه ويتبنون من خلاله هويات افتراضية يعيشون بها داخله ويتمتعون بالانتماء الآلي وهذا ما يساعدهم في إنشاء علاقات اجتماعية افتراضية والتي شكلت بديلا متميزا عن العلاقات الواقعية بكل أبعادها، وفي العالم الافتراضي يسعى من خلاله الشباب إلى إبراز تواجده وإبداء رأيه وتكوين علاقات وروابط افتراضية جديدة وتعزيز العلاقات الاجتماعية الواقعية.

وعلى هذا الأساس كانت دراستنا حول تبني الشباب الجزائري لهوية افتراضية داخل الفضاء الافتراضي "موقع التواصل الاجتماعي الفايسبوك"، حيث نجدها تستحق النظر والدراسة وتظل مثيرة للجدل من قبل الكثير من الباحثين خاصة في عملية بناء هوية افتراضية وممارستها عبر مواقع التواصل الاجتماعي التي تمثل أحد العوامل الرئيسية في تشكيلها وصياغتها من طرف الشباب.

ومن خلال هذه الدراسة رسمنا تصورا لطبيعة استخدام الشباب الجزائري لموقع التواصل الاجتماعي الفايسبوك وتبنيه هوية افتراضية داخل هذا الفضاء الافتراضي الذي ساهم بشكل كبير في بناء هويته، ومن هنا سيتبلور الطرح السوسيولوجي لاستخدامات شبكات التواصل الاجتماعي من طرف الشباب، وما تخلقه من آثار على ذواتهم وتمثلاتهم، وبالتالي تفتح المجال أمامهم لتشكيل تجارب هويات جديدة بالطريقة التي يرغبونها ويحددهونها، وهذا سينتج ما يسمى بالبناء الاجتماعي للهوية الافتراضية في الفضاء السيبراني.

فقد ناقشت الدراسة مجتمعا افتراضيا مهمًا، هو مجتمع "الف ايسبوك"، من حيث أسباب استخدامه وتأثيره على هوية الشباب الجزائري ، وما يرتبط بها من عرض الذات، والعلاقات الافتراضية، وامتدادها إلى العلاقات الواقعية، فالشباب يحافظ على علاقاته الاجتماعية الواقعية ويعززها من خلال هذا الاستخدام.

وتأكد لنا من خلال تحليل المعطيات الميدانية أن الشباب الجزائري بين شرق وغرب البلاد يستخدمون هويتهم الحقيقية في اشتراكاتهم عبر موقع الفايسبوك وهذا ما يعكس تمسكهم بذواتهم والمحافظة عليها حتى داخل الفضاء الافتراضي فهم شباب واقعيين إذ نجدهم يفضلون العلاقات الواقعية المباشرة التي تقوم بتعزيز صداقاتهم عبر الواقع. إن تأثير استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على الشباب الجزائري في ممارسة هويته الحقيقية وإعادة رسم حدود هذه الهوية عبر هذا الفضاء الذي صاحب ظهوره العديد من الانعكاسات خاصة على مستوى هوية الشباب وكذا على مستوى العلاقات الاجتماعية مما ساهم في التغيير الاجتماعي، حيث توصلنا إلى إبراز عناصر الهوية التي تتشكل عبر الفضاء الرقمي والمتمثلة في الهوية الافتراضية والتي تبقى غامضة كمفهوم يمزج بين السمات الشخصية ومستويات عرض الذات للمستخدمين الشباب، وصعوبة التطابق بين الهوية الحقيقية والافتراضية مما يؤدي إلى نماذج متعددة من المستخدمين.

قائمة المراجع

أولاً: المصادر والمراجع باللغة العربية:

* المعاجم والقواميس:

1- محمد منير حجاب، المعجم الإعلامي، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، الطبعة الأولى، دون سنة.

* المراجع باللغة العربية:

- 2 أحمد بن مرسل، مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال، الجزائر، ديوان المطبوعات الجامعية، ط2، 2003.
- 3 أحمد بدوي، مناهج البحث في الاتصال والرأي العام والإعلام الدولي ، بدون بلد، دار القبة للطباعة والنشر والتوزيع، 1998.
- 4 أحمد أبو زيد، سيكولوجية العلاقات بين الجماعات قضايا في الهوية الاجتماعية وتصنيف الذات، عالم المعرفة، الكويت، 2006.
- 5- البشير ريوح، السؤال عن الهوية: في التأسيس والنقد والمستقبل، ط1، كلمة للنشر والتوزيع، تونس، 2016.
- 6 الحمامي الصادق، الميديا الجديدة، الابيستمولوجيا والإشكاليات والسياقات ، سلسلة البحوث، المنشورات الجامعية بمنوبة، تونس، 2013.
- 7- الصادق رابح، فضاءات رقميّة: قراءات في المفاهيم والمقاربات والرهانات ، دار النهضة العربية، بيروت، لبنان، الطبعة 1، 2013.
- 8- آلان تورين، براديغما جديدة لفهم عالم اليوم، ترجمة جورج سليمان، ب ط، المنظمة العربية للترجمة، بيروت، 2011.
- 9- ابراهيم بعزیز، تكنولوجيا الاتصال الحديثة وتأثيراتها الاجتماعية والثقافية ، ط1، دار الكتاب الحديث، القاهرة، 2012.

- 10 - إلياس بلكا ومحمد حراز، إشكالية الهوية والتعدد اللغوي في المغرب العربي المغرب نموذجاً، مركز الإمارات للدراسات والبحوث الإستراتيجية، أبو ظبي ، الطبعة 1، 2014.
- 11 - إيان كريب، النظرية الاجتماعية: من بارسونز إلى هابرماس، ترجمة محمد حسين غلوم، مراجعة محمد عضفور، ب ط، عالم المعرفة، الكويت، 1999.
- 12 - بوجمعة رضوان، الاتصال التقليدي في الجزائر، ط1، دار الطباعة والنشر والتوزيع الفائز، قسنطينة، 2010.
- 13 - حسن السوداني ومحمد منصور، شبكات التواصل الاجتماعي وتأثيرها على جمهور المتلقين، مركز الكتاب الأكاديمي، عمان، 2016.
- 14 - حسن عماد مكاي، نظريات الاتصال المعاصرة، د ط، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 1998.
- 15 - حسن عماد مكاي، ليلي حسين السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة، الدار المصرية اللبنانية، الطبعة الثالثة، القاهرة، 2002.
- 16 - حسن عماد مكاي، ليلي حسين السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة ، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، مصر، الطبعة الرابعة، 2004.
- 17 - حسن خريف، المدخل إلى الاتصال والتكيف الاجتماعي، ط1، مخبر علم اجتماع الاتصال، جامعة منتوري، قسنطينة، الجزائر، 2005.
- 18 - حسن مظفر الرزوي، الفضاء المعلوماتي ، ط1، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، 2007.
- 19 - حلمي خضر ساري، ثقافة الانترنت: دراسة في التواصل الاجتماعي، ط1، دار مجدلوي للنشر والتوزيع، الأردن، 2005.
- 20 - حلمي ساري، التواصل الاجتماعي، ط1، دار كنوز المعرفة للنشر والتوزيع، عمان، 2016.

- 21 - حليلة قادري، **التواصل الاجتماعي**، الدار المنهجية للنشر والتوزيع، عمان، 2016.
- 22 - حمدي حسن، الوظيفة الإخبارية لوسائل الإعلام، دار الفكر العربي، القاهرة، مصر، 1999.
- 23 - خالد غسان يوسف المقدادي، **ثورة الشبكات الاجتماعية: ماهية مواقع التواصل الاجتماعي وأبعادها التقنية، الاجتماعية، الاقتصادية، الدينية والسياسية على الوطن العربي**.
- 24 - دارن بارني، **المجتمع الشبكي**، ترجمة أنور الجمعاوي، المركز العربي للأبحاث ودراسة السياسات، بيروت، ط1، 2015.
- 25 - رابح كعباش، **الاتجاهات الأساسية في علم الاجتماع**، ب ط، مخبر بحث علم الاجتماع الاتصال للبحث والترجمة، جامعة قسنطينة، الجزائر.
- 26 - راوي عبد العال وآخرون، **قياس الهوية "دليل للمختصين في العلوم الاجتماعية"**، مركز الإمارات للدراسات والبحوث الإستراتيجية، ط1، 2014.
- 27 - رضا عبد الواجد أمين، **النظريات العلمية في مجال الإعلام الإلكتروني**، منتدى سور الأزيكية، 2007.
- 28 - رضا أمين، **الإعلام الجديد**، دار الفجر للنشر والتوزيع، مصر، الطبعة 1، 2015.
- 29 - رشيد زرواتي، **منهج وأدوات البحث العلمي في العلوم الاجتماعية**، دار الهدى للطباعة والنشر والتوزيع، عين مليلة الجزائر، 2007.
- 30 - رشيد زرواتي، **تدريبات على منهجية البحث العلمي في العلوم الاجتماعية**، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2008.
- 31 - سامية الساعاتي، **الشباب العربي والتغير الاجتماعي**، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة 2003.
- 32 - سمير محمد حسن، **بحوث الإعلام: الأسس والمبادئ**، القاهرة، عالم الكتب، 1995.

- 33 - صالح محمد الفوال، **مناهج البحث في العلوم الاجتماعية**، مكتبة غريب، القاهرة 1982.
- 34 - صلاح الدين شروخ، **منهجية البحث العلمي**، دار العلوم للنشر والتوزيع، عنابة، بدون طبعة، 2003.
- 35 - علي محمد رحومة، **علم الاجتماع الآلي: مقارنة في علم الاجتماع العربي والاتصال عبر الحاسوب**، عالم المعرفة، سلسلة كتب ثقافية شهرية يصدرها المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب رقم 347، الكويت، 2008.
- 36 - عامر ابراهيم القندلجي، **الإعلام والمعلومات والانترنت**، ط1، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، الأردن، 2013.
- 37 - عهد كمل شلخين، **الهوية العربية صراع فكري وأزمة الواقع "دراسة في الفكر العربي المعاصر"**، ب ط، منشورات الهيئة العامة السورية للكتاب، دمشق، 2015.
- 38 - عباس مصطفى صادق، **الإعلام الجديد: المفاهيم والوسائل والتطبيقات**، دار الشروق للنشر والتوزيع، الطبعة 1، عمان، 2008.
- 39 - عبد الجليل مرتاض، **اللغة والتواصل**، دار هومة للنشر، 2003.
- 40 - عبد الغني عماد، **سوسيولوجيا الهوية، جدليات الوعي والتفكك وإعادة البناء**، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، الطبعة 1، 2017.
- 41 - عبد العالي دبله، **مدخل إلى التحليل السوسيولوجي**، دار الخلدونية للنشر والتوزيع، الجزائر، 2011.
- 42 - عناية غازي، **منهجية إعداد البحث العلمي**، دار المناهج للنشر والتوزيع، الأردن، 2008.
- 43 - فريال مهرا، **علوم الاتصال والمجتمعات الرقمية**، دار الفلّو، الطبعة الأولى، دمشق، 2002.

- 44 - ليلى أحمد جرار، الفايبيوك والشباب العربي، ط1، مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع، الكويت، الإمارات، مصر، الأردن، 2012.
- 45 - ماهر عودة الشمالية، محمود عزت اللحام، مصطفى يوسف كافي، تكنولوجيا الإعلام والاتصال، د ط، دار الإعصار العلمي للنشر والتوزيع، الأردن، 2015.
- 46 - مروى عصام صلاح، الإعلام الإلكتروني: الأسس وآفاق المستقبل، ط1، دار الإعصار العلمي للنشر والتوزيع، الأردن، 2015.
- 47 - محمد عبد الحميد، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، ط3، عالم الكتب، 2004.
- 48 - منال هلال المزاهرة، نظريات الاتصال، ط1، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، 2012.
- 49 - محمد عبد الحميد، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، د ط، عالم الكتب، 1997.
- 50 - محمد علي فرح، صناعة الواقع: الإعلام وضبط المجتمع، أفكار حول السلطة والجمهور والوعي والواقع، ط1، مركز نماء للبحوث والدراسات، بيروت، 2014.
- 51 - محمد الحفيظ، كيف تؤثر وسائل الإعلام؟، دار وهج للحياة والنشر والتوزيع، الرياض، 2010.
- 52 - محمد شفيق، البحث العلمي الخطوات المنهجية لإعداد البحوث الاجتماعية، القاهرة، المكتب الجامعي الحديث، 1998.
- 53 - محمد عبيدات وآخرون، منهجية البحث العلمي: القواعد والمراحل والتطبيقات، عمان، دار وائل للنشر، 1999.
- 54 - محمد عبيدات وآخرون، البحث العلمي، أدواته وأساليبه، دار الفكر للطباعة والنشر والتوزيع، عمان، 1998.
- 55 - محمد شفيق، البحث العلمي: الخطوات المنهجية لإعداد البحوث الاجتماعية، المكتب الجامعي الحديث، القاهرة، 1998.

- 56 - محمد الصاوي، محمد مبارك، البحث العلمي: أسسه وطريقة كتابته، المكتبة الأكاديمية، القاهرة، 1996.
- 57 - محمد محمود الذنبيات وآخرون، منهجية البحث العلمي، القواعد والمراحل والتطبيقات، دار وائل للنشر، بيروت، الطبعة الثانية، 1999.
- 58 - محمد محمود المهدي، ممارسة مهنة الخدمة الاجتماعية في رعاية الشباب، الإسكندرية، المكتب الجامعي الحديث، 2002.
- 59 - مرزوق عبد الحكيم العادلي، الإعلانات الصحفية (دراسة في الاستخدامات والإشباع)، دار الفجر، القاهرة، مصر، الطبعة 1، 2004.
- 60 - محمد علي رحومة، الانترنت والمنظومة التكنو-اجتماعية، بحث تحليلي في الآلية التقنية للانترنت ونمذجة منظوماتها الاجتماعية، 2005.
- 61 - محمد إبراهيم، الهوية والقلق والإبداع، دار القاهرة، القاهرة، 2002.
- 62 - موريس أنجرس، منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية، تدريبات علمية، ترجمة بوزيد صحراوي، كمال بوشرف، سعيد سعنون، دار القصبه للنشر، الجزائر، 2004.
- 63 - مي العبد الله، نظريات الاتصال، د ط، دار النهضة العربية، لبنان، 2010.
- 64 - نديم منصور، سوسيولوجيا الانترنت، ط1، منتدى المعارف، لبنان، 2015.
- 65 - نوبي محمد حسن، ثورة المعلومات و العلاقات الاجتماعية، جامعة الملك سعود، الجمعية السعودية لعلوم العمران، الرياض، 2003.
- 66 - ياس خضير البياتي، الإعلام الجديد: الدولة الافتراضية الجديدة، ط1، دار البداية ناشرون وموزعون، عمان، 2014.
- 67 - يامين بودهان، الشباب والانترنت، منشورات الجدلاوي، عمان، 2014.
- 68 - اتحاد إذاعات الدول العربية، عصر الميديا الجديدة، سلسلة بحوث ودراسات إذاعية، 2016.

* المجالات:

- 1- الحمامي الصادق، **الميديا الاجتماعية من منظور التنظيم والتنظيم الذاتي**، مجلة الإذاعات العربية، العدد1، تونس، 2016.
- 2- الزهرة غمشي، **الهوية الافتراضية بين الذات الأصلية والذات الزائفة قراءة في الاغتراب الذاتي للمتلاعبين بالهوية عبر الفضاءات الافتراضية**، مجلة باحثون، المجلة المغربية للعلوم الاجتماعية والإنسانية، المغرب، 2017.
- 3- بايوسف مسعودة، **الهوية الافتراضية: الخصائص والأبعاد**، دراسة استكشافية على عينة من المشتركين في المجتمعات الافتراضية، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، عدد خاص للملتقى الدولي حول: الهوية والمجالات الاجتماعية في ظل التحولات السوسيوثقافية في المجتمع الجزائري، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، 2013.
- 4- تومي فضيلة، نبيلة بوخبزة، **الهويات في مواجهة تقانة المجتمع الشبكي المخلعة: حسابات مستخدمي الفايسبوك أنموذجاً، دراسة استكشافية**، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة محمد بوضياف، المسيلة، العدد 21، ديسمبر 2015.
- 5- سلمى بن سعيد، **الإعلام الجديد والتحول المجتمعي "الفايسبوك نموذجا"**، مجلة باحثون، العدد الأول، المغرب، 2017.
- 6- عميرات أمال، **نشر المضامين الإعلامية عبر الإعلام البديل**، مجلة الإذاعات العربية، العدد1، تونس، 2016.
- 7- عبد الله مرتاض، **التعددية اللغوية، فخ جديد لتمزيق الهوية الوطنية**، مجلة العربي، الكويت، العدد 503، أكتوبر 2000.
- 8- عمر بن طرية، **اللغة العربية وتحديات العولمة**، الأثر مجلة الآداب واللغات، صادرة عن جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، العدد السابع، ماي 2008.

- 9- عادل بن الحاج رحومة ، تنشئة الهويات الفردية عند الشباب عبر الفضائيات الاتصالية والمعلوماتية ، إضافات المجلة العربية لعلم الاجتماع ، الصادرة ببيروت عن الجمعية العربية لعلم الاجتماع، بالتعاون مع مركز دراسات الوحدة العربية، العدد التاسع، شتاء 2010.
- 10- فاضل محمد البارني، صناعة المضمون في بيئة الإعلام العصري، مجلة الاتصال والتنمية، العدد العاشر، لبنان 2014.
- 11- كلثوم بيميمون، السياقات الثقافية الموجهة للهوية الرقمية في ضوء تحديات المجتمع الشبكي من التداول الافتراضي إلى الممارسة الواقعية ، مجلة إضافات، العددان 33، 34، شتاء، ربيع 2016.
- 12- مخداني نسيمة، الهوية ، المثقف والعولمة، عدد خاص المتقى الدولي الأول حول الهوية والمجالات الاجتماعية في ظل التحولات السوسيوثقافية في المجتمع الجزائري، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية.
- 13- محمد شطاح، التلفزيون والطفل، مجلة المعيار، جامعة الأمير عبد القادر، العدد 7، قسنطينة، 2003.
- 14- محمود عبد الحميد محمود صالح (وآخرون): أثر المحتوى الإعلاني في مواقع الشبكات الاجتماعية على اتجاهات المستهلكين نحو العلامة التجارية: حالة شركة الاتصالات السعودية، مجلة جامعة الملك سعود للعلوم الإدارية، العدد 25، 2013.
- 15- هوارى حمزة، مواقع التواصل الاجتماعي وإشكالية الفضاء العمومي ، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، العدد 20، سبتمبر 2015.

*** المواقع باللغة العربية:**

- 1- أحمد قاسم مفتن، تأثير مواقع التواصل الاجتماعي في المجتمع العراقي. تم تصفح الموقع بتاريخ 2018/04/07 على الساعة 13:16 الموقع:

<http://www.alsabaah.iq/ArticleShow.aspx?ID=53827>

2- باديس لونيس: " الهوية المحلية والهوية الافتراضية في ظل الإعلام الجديد. " تم تصفح الموقع بتاريخ 2017/08/03 على الساعة 15:13.

<https://www.asjp.cerist.dz/en/article/2236>

3- عبد الرزاق بو القمح (آخرون): شبكات التواصل الاجتماعي تتحول إلى ساحة سياسية موازية. تم تصفح الموقع بتاريخ 2018/04/14 على الساعة 11:07 صباحا. الموقع: <https://www.echoroukonline.com>.

4- موقع internet world state مخصص للإحصائيات التي تتعلق بالانترنت في جميع أنحاء العالم مع إعطاء تفصيلات لكل دولة من العالم على حدى.

5- موقع أندرويد الجزائر، تم تصفحه يوم 10 جانفي 2018-01-10 على الساعة 18:15.

<https://www.android-dz.com/ar/>

* الرسائل الجامعية:

- 1- إبراهيم بعزیز، **منتديات المحادثة والدرشة الالكترونية** (دراسة في دوافع الاستخدام والانعكاسات على الفرد والمجتمع)، مذكرة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم السياسية والإعلام، جامعة الجزائر، 2007، 2008.
- 2- الخنساء تومي، **دور الثقافة الجماهيرية في تشكيل هوية الشباب الجامعي** ، أطروحة دكتوراه علوم في علم الاجتماع تخصص علم الاجتماع والاتصال، جامعة محمد خيضر بسكرة أنموذجا، 2016، 2017.
- 3- بودريالة عبد القادر، **مواقع التواصل الاجتماعي وأثرها على الشباب الجزائري** ، دراسة عينة من مستخدمي موقع الفايستوك بولاية البليدة، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه علوم في علوم الإعلام والاتصال، كلية علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر 3، 2017، 2016.
- 4- ريحانة بلوطي، **دوافع استخدام الهوية الافتراضية في الشبكات الاجتماعية وأثرها على الفرد**، دراسة استكشافية لعينة من مستخدمي الفايستوك أنموذجا، مذكرة لنيل شهادة

- الماجستير في علوم الإعلام والاتصال، تخصص وسائل الإعلام والمجتمع، جامعة الحاج لخضر باتنة، 2014، 2015.
- 5- قيس أمين الفقهاء: دور شبكات التواصل الاجتماعي في الترويج للفكر المتطرف من وجه نظر طلبة الجامعات الأردنية. رسالة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في الإعلام، كلية الإعلام، جامعة الشرط الأوسط، عمان، 2016.
- 5- محمد الفاتح حمدي، استخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة وانعكاساتها على قيم الشباب الجامعي، رسالة لنيل شهادة الماجستير في أصول الدين، كلية العلوم الاجتماعية والعلوم الإسلامية، جامعة باتنة، 2009، 2008.
- 6- مريم نريمان نومار، استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية وتأثيره في العلاقات الاجتماعية، دراسة عينة من مستخدمي موقع الفايسبوك في الجزائر، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال تخصص الإعلام وتكنولوجيا الاتصال الحديثة، جامعة الحاج لخضر باتنة، 2011، 2012.
- 7- ميمونة مناصرية، هوية المجتمع المحلي في مواجهة العولمة من منظور أساتذة جامعة بسكرة، أطروحة دكتوراه في علم اجتماع التنمية، 2011، 2012.
- 8- محمد بن إبراهيم البعيز، انتشار استخدام الانترنت في مدينة الرياض، تطبيق نظرية انتشار المبتكرات، رسالة ماجستير في الإعلام، جامعة الملك سعود، كلية الأدب، 2004.
- 9- نضال عبد الله بربخ، اعتماد النخبة السياسية الفلسطينية على شبكات التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات أثناء العدوان الإسرائيلي على غزة، دراسة ميدانية في محافظات غزة، رسالة ماجستير، كلية الآداب، غزة، 2014، 2015.
- 10- نوال بركات، انعكاسات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على نمط العلاقات الاجتماعية، دراسة ميدانية على عينة من مستخدمي الفايسبوك، أطروحة دكتوراه علوم في علم الاجتماع، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2016، 2015.

11- هالة دغمان، مواقع شبكات التواصل الاجتماعي والقيم: العلاقة بين الواقعي والافتراضي، دراسة استطلاعية على عينة من الطلبة الجزائريين المستخدمين لموقع الفيسبوك، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه علوم في علوم الإعلام والاتصال، الجزائر، 2016، 2017.

أ. الملتقيات والندوات والتقارير والمؤتمرات:

1- أحمد زايد، سيكولوجية العلاقات بين الجماعات: قضايا في الهوية الاجتماعية وتصنيف الذات، عالم المعرفة، العدد 326، نشر المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، الكويت، 2006.

2- ساسي سفيان، تكوين الهوية الرقمية للشباب الجزائري، مقارنة سوسولوجية لاستخدام شبكات التواصل الاجتماعي، ورقة بحثية قدمت ضمن المؤتمر الرقمي الأول للإنسانيات والعلوم الاجتماعية.

3- محمد بن جماعة، التعددية الثقافية ومفهوم الهوية المتعددة الأبعاد، ورقة مقدمة في المؤتمر الوطني الأول للأمن الفكري (المفاهيم والتحديات)، جامعة الملك سعود، 23، 24 جمادي الأول، مايو 2009.

أولاً: المصادر والمراجع باللغة العربية:

أ. المعاجم والقواميس:

1- محمد منير حجاب، المعجم الإعلامي، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، الطبعة الأولى، دون سنة.

أ. المراجع باللغة العربية:

1- البشير ريوح، السؤال عن الهوية: في التأسيس والنقد والمستقبل، ط 1، كلمة للنشر والتوزيع، تونس، 2016.

- 5 - الحامي الصادق ، الميديا الجديدة، الابيستمولوجيا والإشكاليات والسياقات ، سلسلة البحوث، المنشورات الجامعية بمنوبة، تونس، 2013.
- 6 - آلان تورين، براديجما جديدة لفهم عالم اليوم ، ترجمة جورج سليمان، ب ط، المنظمة العربية للترجمة، بيروت، 2011.
- 7 - الصادق رابح، فضاءات رقميّة: قراءات في المفاهيم والمقاربات والرهانات، دار النهضة العربية، بيروت، لبنان، الطبعة 1، 2013.
- 8 - ابراهيم بعزیز، تكنولوجيا الاتصال الحديثة وتأثيراتها الاجتماعية والثقافية، ط 1، دار الكتاب الحديث، القاهرة، 2012.
- 9 - بيان كريب، النظرية الاجتماعية: من بارسونز إلى هابرماس ، ترجمة محمد حسين غلوم، مراجعة محمد عضفور، ب ط، عالم المعرفة، الكويت، 1999.
- 10 - إلياس بلكا ومحمد حراز، إشكالية الهوية والتعدد اللغوي في المغرب العربي المغرب نموذجاً، مركز الإمارات للدراسات والبحوث الإستراتيجية، أبو ظبي، الطبعة 1، 2014.
- 11 - بوجمعة رضوان، الاتصال التقليدي في الجزائر، ط 1، دار الطباعة والنشر والتوزيع الفائز، قسنطينة، 2010.
- 12 - أحمد بن مرسلّي، مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال، الجزائر، ديوان المطبوعات الجامعية، ط 2، 2003.
- 13 - أحمد بدوي، مناهج البحث في الاتصال والرأي العام والإعلام الدولي، بدون بلد، دار القبة للطباعة والنشر والتوزيع، 1998.
- 14 - أحمد أبو زيد، سيكولوجية العلاقات بين الجماعات قضايا في الهوية الاجتماعية وتصنيف الذات، عالم المعرفة، الكويت، 2006.
- 15 - حسن عماد مكاوي، نظريات الاتصال المعاصرة، د ط، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 1998.

- 16 - حسن مظفر الرزو، **الفضاء المعلوماتي**، ط1، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، 2007.
- 17 - حسن عماد مكاي، ليلي حسين السي، **الاتصال ونظرياته المعاصرة**، الدار المصرية اللبنانية، الطبعة الثالثة، القاهرة، 2002.
- 18 - حسن عماد مكاي، ليلي حسين السيد، **الاتصال ونظرياته المعاصرة**، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، مصر، الطبعة الرابعة، 2004.
- 19 - حسن خريف، **المدخل إلى الاتصال والتكيف الاجتماعي**، ط1، مخبر علم اجتماع الاتصال، جامعة منتوري، قسنطينة، الجزائر، 2005.
- 20 - حسن السوداني ومحمد منصور، **شبكات التواصل الاجتماعي وتأثيرها على جمهور المتلقين**، مركز الكتاب الأكاديمي، عمان، 2016.
- 21 - حلمي خضر ساري، **ثقافة الانترنت: دراسة في التواصل الاجتماعي**، ط1، دار مجدلاوي للنشر والتوزيع، الأردن، 2005.
- 22 - حلمي ساري، **التواصل الاجتماعي**، ط1، دار كنوز المعرفة للنشر والتوزيع، عمان، 2016.
- 23 - حليلة قادري، **التواصل الاجتماعي**، الدار المنهجية للنشر والتوزيع، عمان، 2016.
- 24 - حمدي حسن، **الوظيفة الإخبارية لوسائل الإعلام**، دار الفكر العربي، القاهرة، مصر، 1999.
- 25 - خالد غسان يوسف المقدادي، **ثورة الشبكات الاجتماعية: ماهية مواقع التواصل الاجتماعي وأبعادها التقنية، الاجتماعية، الاقتصادية، الدينية والسياسية على الوطن العربي**.
- 26 - دارن بارني، **المجتمع الشبكي**، ترجمة أنور الجمعاوي، المركز العربي للأبحاث ودراسة السياسات، بيروت، ط1، 2015.

- 27 - رابح كعباش، الاتجاهات الأساسية في علم الاجتماع، ب ط، مخبر بحث علم الاجتماع الاتصال للبحث والترجمة، جامعة قسنطينة، الجزائر.
- 28 - راوي عبد العال وآخرون، قياس الهوية "دليل للمختصين في العلوم الاجتماعية"، مركز الإمارات للدراسات والبحوث الإستراتيجية، ط1، 2014.
- 29 - رضا عبد الواحد أمين، النظريات العلمية في مجال الإعلام الإلكتروني، منتدى سور الأزيكية، 2007.
- 30 - رضا أمين، الإعلام الجديد، دار الفجر للنشر والتوزيع، مصر، الطبعة 1، 2015.
- 31 - رشيد زرواتي، منهج وأدوات البحث العلمي في العلوم الاجتماعية، دار الهدى للطباعة والنشر والتوزيع، عين مليلة الجزائر، 2007.
- 32 - رشيد زرواتي، تدريبات على منهجية البحث العلمي في العلوم الاجتماعية، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2008.
- 33 - سمير محمد حسن، بحوث الإعلام: الأسس والمبادئ، القاهرة، عالم الكتب، 1995.
- 34 - سامية الساعاتي، الشباب العربي والتغير الاجتماعي، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة 2003.
- 35 - صالح محمد الفوال، مناهج البحث في العلوم الاجتماعية، مكتبة غريب، القاهرة، 1982.
- 36 - صلاح الدين شروخ، منهجية البحث العلمي، دار العلوم للنشر والتوزيع، عنابة، بدون طبعة، 2003.
- 37 - علي محمد رحومة، علم الاجتماع الآلي: مقارنة في علم الاجتماع العربي والاتصال عبر الحاسوب، عالم المعرفة، سلسلة كتب ثقافية شهرية يصدرها المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب رقم 347، الكويت، 2008.
- 38 - عامر ابراهيم القندلجي، الإعلام والمعلومات والانترنت، ط1، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، الأردن، 2013.

- 39 - عهد كامل شلغين، الهوية العربية صراع فكري وأزمة الواقع "دراسة في الفكر العربي المعاصر"، ب ط، منشورات الهيئة العامة السورية للكتاب، دمشق، 2015.
- 40 - عباس مصطفى صادق، الإعلام الجديد: المفاهيم والوسائل والتطبيقات ، دار الشروق للنشر والتوزيع، الطبعة 1، عمان، 2008.
- 41 - عبد الجليل مرتاض، اللغة والتواصل، دار هومة للنشر، 2003.
- 42 - عبد الغني عماد، سوسيولوجيا الهوية، جدليات الوعي والتفكك وإعادة البناء ، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، الطبعة 1، 2017.
- 43 - عبد العالي دبله: مدخل إلى التحليل السوسيولوجي ، دار الخلدونية للنشر والتوزيع، الجزائر، 2011.
- 44 - عناية غازي، منهجية إعداد البحث العلمي ، دار المناهج للنشر والتوزيع، الأردن، 2008.
- 45 - فريال مهران، علوم الاتصال والمجتمعات الرقمية، دار الفلكو، الطبعة الأولى، دمشق، 2002
- 46 - ليلي أحمد جرار، الفايسبوك والشباب العربي، ط1، مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع، الكويت، الإمارات، مصر، الأردن، 2012.
- 47 - ماهر عودة الشمالية، محمود عزت اللحام، مصطفى يوسف كافي، تكنولوجيا الإعلام والاتصال، د ط، دار الإعصار العلمي للنشر والتوزيع، الأردن، 2015.
- 48 - مروى عصام صلاح، الإعلام الإلكتروني: الأسس وآفاق المستقبل، ط 1، دار الإعصار العلمي للنشر والتوزيع، الأردن، 2015.
- 49 - محمد عبد الحميد، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، ط3، عالم الكتب، 2004.
- 50 - منال هلال المزاهرة، نظريات الاتصال، ط1، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، 2012.
- 51 - محمد عبد الحميد، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، د ط، عالم الكتب، 1997.

- 52 - محمد علي فرح، صناعة الواقع: الإعلام وضبط المجتمع، أفكار حول السلطة والجمهور والوعي والواقع، ط1، مركز نماء للبحوث والدراسات، بيروت، 2014.
- 53 - محمد الحفيظ، كيف تؤثر وسائل الإعلام ؟، دار وهج للحياة والنشر والتوزيع، الرياض، 2010.
- 54 - محمد شفيق، البحث العلمي الخطوات المنهجية لإعداد البحوث الاجتماعية، القاهرة، المكتب الجامعي الحديث، 1998.
- 55 - محمد عبيدات وآخرون، منهجية البحث العلمي: القواعد والمراحل والتطبيقات، عمان، دار وائل للنشر، 1999.
- 56 - محمد عبيدات وآخرون، البحث العلمي، أدواته وأساليبه، دار الفكر للطباعة والنشر والتوزيع، عمان، 1998.
- 57 - محمد شفيق، البحث العلمي: الخطوات المنهجية لإعداد البحوث الاجتماعية، المكتب الجامعي الحديث، القاهرة، 1998.
- 58 - محمد الصاوي، محمد مبارك، البحث العلمي: أسسه وطريقة كتابته، المكتبة الأكاديمية، القاهرة، 1996.
- 59 - محمد محمود الذنبيات وآخرون، منهجية البحث العلمي، القواعد والمراحل والتطبيقات، دار وائل للنشر، بيروت، الطبعة الثانية، 1999.
- 60 - محمد محمود المهدي، ممارسة مهنة الخدمة الاجتماعية في رعاية الشباب، الإسكندرية، المكتب الجامعي الحديث، 2002.
- 61 - مرزوق عبد الحكيم العادلي، الإعلانات الصحفية (دراسة في الاستخدامات والإشباع)، دار الفجر، القاهرة، مصر، الطبعة 1، 2004.
- 62 - محمد علي رحومة، الانترنت والمنظومة التكنو-اجتماعية، بحث تحليلي في الآلية التقنية للانترنت ونمذجة منظوماتها الاجتماعية، 2005.
- 63 - محمد إبراهيم، الهوية والقلق والإبداع، دار القاهرة، القاهرة، 2002.

- 64 - مورييس أنجريس، منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية، تدريبات علمية ، ترجمة بوزيد صحراوي، كمال بوشرف، سعيد سعنون، دار القصبه للنشر، الجزائر، 2004.
- 65 - مي العبد الله، نظريات الاتصال، د ط، دار النهضة العربية، لبنان، 2010.
- 66 - نديم منصوري، سوسيولوجيا الانترنت، ط1، منتدى المعارف، لبنان، 2015.
- 67 - نوبي محمد حسن، ثورة المعلومات و العلاقات الاجتماعية، جامعة الملك سعود، الجمعية السعودية لعلوم العمران، الرياض، 2003.
- 68 - ياس خضير البياتي، الإعلام الجديد: الدولة الافتراضية الجديدة ، ط1، دار البداية ناشرون وموزعون، عمان، 2014.
- 69 - يامين بودهان، الشباب والانترنت، منشورات الجدلاوي، عمان، 2014.
- 70 - اتحاد إذاعات الدول العربية، عصر الميديا الجديدة، سلسلة بحوث ودراسات إذاعية، 2016.

ثانيا: المواقع باللغة العربية:

- 1- أحمد قاسم مفتن، تأثير مواقع التواصل الاجتماعي في المجتمع العراقي. تم تصفح الموقع بتاريخ 2018/04/07 على الساعة 13:16 الموقع:
<http://www.alsabaah.iq/ArticleShow.aspx?ID=53827>
- 2- باديس لونيس: " الهوية المحلية والهوية الافتراضية في ظل الإعلام الجديد." تم تصفح الموقع بتاريخ 2017/08/03 على الساعة 15:13.
<https://www.asjp.cerist.dz/en/article/2236>
- 3- عبد الرزاق بو القمح (وآخرون): شبكات التواصل الاجتماعي تتحول إلى ساحة سياسية موازية. تم تصفح الموقع بتاريخ 2018/04/14 على الساعة 11:07 صباحا. الموقع: <https://www.echoroukonline.com>.
- 4- موقع internet world state مخصص للإحصائيات التي تتعلق بالانترنت في جميع أنحاء العالم مع إعطاء تفصيلات لكل دولة من العالم على حدى.

5- موقع أندرويد الجزائر، تم تصفحه يوم 10 جانفي 2018-01-10 على الساعة 18:15.

<https://www.android-dz.com/ar/>

5- المجالات:

- 1- الحامي الصادق، الميديا الاجتماعية من منظور التنظيم والتنظيم الذاتي ، مجلة الإذاعات العربية، العدد1، تونس، 2016.
- 2- الزهرة غمشي، الهوية الافتراضية بين الذات الأصيلة والذات الزائفة قراءة في الاغتراب الذاتي للمتلاعبين بالهوية عبر الفضاءات الافتراضية ، مجلة باحثون، المجلة المغربية للعلوم الاجتماعية والإنسانية، المغرب، 2017.
- 3- بایوسف مسعودة، الهوية الافتراضية: الخصائص والأبعاد، دراسة استكشافية على عينة من المشتركين في المجتمعات الافتراضية، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، عدد خاص للملتقى الدولي حول: الهوية والمجالات الاجتماعية في ظل التحولات السوسيوثقافية في المجتمع الجزائري، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، 2013.
- 4- تومي فضيلة، نبيلة بوخيزة، الهويات في مواجهة تقانة المجتمع الشبكي المخلعة: حسابات مستخدمي الفايسبوك أنموذجا، دراسة استكشافية، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة محمد بوضياف، المسيلة، العدد 21، ديسمبر 2015.
- 5- سلمى بن سعيد، الإعلام الجديد والتحول المجتمعي "الفايسبوك نموذجا" ، مجلة باحثون، العدد الأول، المغرب، 2017.
- 6- عميرات أمال، نشر المضامين الإعلامية عبر الإعلام البديل ، مجلة الإذاعات العربية، العدد1، تونس، 2016.
- 7- عبد الله مرتاض، التعددية اللغوية، فخ جديد لتمزيق الهوية الوطنية ، مجلة العربي، الكويت، العدد 503، أكتوبر 2000.

- 8- عمر بن طرية، اللغة العربية وتحديات العولمة، الأثر مجلة الآداب واللغات، صادرة عن جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، العدد السابع، ماي 2008.
- 9- عادل بن الحاج رحومة ، تنشئة الهويات الفردية عند الشباب عبر الفضائيات الاتصالية والمعلوماتية ، إضافات المجلة العربية لعلم الاجتماع ، الصادرة ببيروت عن الجمعية العربية لعلم الاجتماع، بالتعاون مع مركز دراسات الوحدة العربية، العدد التاسع، شتاء 2010.
- 10- فاضل محمد البارني، صناعة المضمون في بيئة الإعلام العصري، مجلة الاتصال والتنمية، العدد العاشر، لبنان 2014.
- 11- كلثوم بيميمون، السياقات الثقافية الموجهة للهوية الرقمية في ضوء تحديات المجتمع الشبكي من التداول الافتراضي إلى الممارسة الواقعية ، مجلة إضافات، العددان 33، 34، شتاء، ربيع 2016.
- 12- مخداني نسيم، الهوية، المثقف والعولمة، عدد خاص المتقى الدولي الأول حول الهوية والمجالات الاجتماعية في ظل التحولات السوسيوثقافية في المجتمع الجزائري، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية.
- 13- محمد شطاح، التلفزيون والطفل، مجلة المعيار، جامعة الأمير عبد القادر، العدد 7، قسنطينة، 2003.
- 14- محمود عبد الحميد محمود صالح (وآخرون): أثر المحتوى الإعلاني في مواقع الشبكات الاجتماعية على اتجاهات المستهلكين نحو العلامة التجارية: حالة شركة الاتصالات السعودية، مجلة جامعة الملك سعود للعلوم الإدارية، العدد 25، 2013.
- 15- هوارى حمزة، مواقع التواصل الاجتماعي وإشكالية الفضاء العمومي ، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، العدد 20، سبتمبر 2015.

III. الرسائل الجامعية:

- 1- إبراهيم بعزیز ، **منتديات المحادثة والدرشة الالكترونية** (دراسة في دوافع الاستخدام والانعكاسات على الفرد والمجتمع)، مذكرة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم السياسية والإعلام، جامعة الجزائر، 2007، 2008.
- 2- الخنساء تومي، **دور الثقافة الجماهيرية في تشكيل هوية الشباب الجامعي** ، أطروحة دكتوراه علوم في علم الاجتماع تخصص علم الاجتماع والاتصال، جامعة محمد خيضر بسكرة أنموذجا، 2016، 2017.
- 3- بوردباله عبد القادر ، **مواقع التواصل الاجتماعي وأثرها على الشباب الجزائري** ، دراسة عينة من مستخدمي موقع الفايسبوك بولاية البليدة، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه علوم في علوم الإعلام والاتصال، كلية علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر 3، 2017، 2016.
- 4- ريحانة بلوطي، **دوافع استخدام الهوية الافتراضية في الشبكات الاجتماعية وأثرها على الفرد**، دراسة استكشافية لعينة من مستخدمي الفايسبوك أنموذجا، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال، تخصص وسائل الإعلام والمجتمع، جامعة الحاج لخضر باتنة، 2014، 2015.
- 5- قيس أمين الفقهاء: **دور شبكات التواصل الاجتماعي في الترويج للفكر المتطرف من وجه نظر طلبة الجامعات الأردنية**. رسالة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في الإعلام، كلية الإعلام، جامعة الشرط الأوسط، عمان، 2016.
- 5- محمد الفاتح حمدي، **استخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة وانعكاساتها على قيم الشباب الجامعي**، رسالة لنيل شهادة الماجستير في أصول الدين، كلية العلوم الاجتماعية والعلوم الإسلامية، جامعة باتنة، 2009، 2008.
- 6- مريم نريمان نومار ، **استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية وتأثيره في العلاقات الاجتماعية**، دراسة عينة من مستخدمي موقع الفايسبوك في الجزائر ، مذكرة لنيل شهادة

- الماجستير في علوم الإعلام والاتصال تخصص الإعلام وتكنولوجيا الاتصال الحديثة،
جامعة الحاج لخضر باتنة، 2011، 2012.
- 7- ميمونة مناصرية، هوية المجتمع المحلي في مواجهة العولمة من منظور أساتذة
جامعة بسكرة، أطروحة دكتوراه في علم اجتماع التنمية، 2011، 2012.
- 8- محمد بن إبراهيم البعيز، انتشار استخدام الانترنت في مدينة الرياض، تطبيق نظرية
انتشار المبتكرات، رسالة ماجستير في الإعلام، جامعة الملك سعود، كلية الأدب، 2004.
- 9- نضال عبد الله بريخ، اعتماد النخبة السياسية الفلسطينية على شبكات التواصل
الاجتماعي كمصدر للمعلومات أثناء العدوان الإسرائيلي على غزة، دراسة ميدانية في
محافظات غزة، رسالة ماجستير، كلية الآداب، غزة، 2014، 2015.
- 10- نوال بركات، انعكاسات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على نمط العلاقات
الاجتماعية، دراسة ميدانية على عينة من مستخدمي الفيسبوك، أطروحة دكتوراه علوم في
علم الاجتماع، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2016، 2015.
- 11- هالة دغمان، مواقع شبكات التواصل الاجتماعي والقيم: العلاقة بين الواقعي
والافتراضي، دراسة استطلاعية على عينة من الطلبة الجزائريين المستخدمين لموقع
الفيسبوك، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه علوم في علوم الإعلام والاتصال، الجزائر،
2016، 2017.

IV. الملتقيات والندوات والتقارير والمؤتمرات:

- 1- أحمد زايد، سيكولوجية العلاقات بين الجماعات: قضايا في الهوية الاجتماعية
وتصنيف الذات، عالم المعرفة، العدد 326، نشر المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب،
الكويت، 2006.

2- ساسي سفيان، تكوين الهوية الرقمية للشباب الجزائري، مقارنة سوسولوجية لاستخدام شبكات التواصل الاجتماعي ، ورقة بحثية قدمت ضمن المؤتمر الرقمي الأول للإنسانيات والعلوم الاجتماعية.

3- محمد بن جماعة، التعددية الثقافية ومفهوم الهوية المتعددة الأبعاد ، ورقة مقدمة في المؤتمر الوطني الأول للأمن الفكري (المفاهيم والتحديات)، جامعة الملك سعود، 23، 24 جمادي الأول، مايو 2009.

ثانيا: المراجع باللغة الفرنسية:

I. Dictionnaires

1- Dictionnaire de la pensée sociologique, publié sous la direction de Massimo Borland, Paris, presses universitaires de France ,2005, p 335.

II. Livres:

1- Casilli Antonio-A, Etre présent en ligne : culture et structure des réseaux sociaux d'internet, idées économiques et sociales n °169, dossier les réseaux sociaux, septembre, 2012.

2- Goffman Erving , L'ordre de l'interaction les moments et leurs hommes, édition de minuit, Paris, 1988.

3- Lisa Dawley, Social network knowledge construction emerging virtual world pedagogy , boise state university,Idaho,USA,2009.

4- Philippe, Breton. Le Culte de l'internet: Une menace pour le lien social, la découverte, Paris. 2000.

5- Sfez Lucien, la communication, edition presses universitaires de France, collections- Que sais-je ?, 2010.

III. Etudes :

1- Georges Fanny, l'identité numérique sous emprise culturelle, de l'expression de soi à sa standardisation, les cahiers du numérique, 2011.

ثالثا: مراجع باللغة الانجليزية:

1- Eric Schmidt and Jared Cohen , The new digital age, alfred A.knopf; New York,2013.

2- Ellion Nicole, Steinfield Charles et Lampe Cliff, the benefits if facebook friends, Social capital and college students, use offline.

3- EV. Brenner, Report from the field virtual community in the business world, information today, vol 17 , issue 11, Dec. 2000.

4- Marcel Danesi, Dictionary of media and communication, library of congress cataloging-in-publication Data, United states of America,2009.

5- Richard Harrison and Michael Thomas: Identity in Online Communities: Social Networking Sites and Language Learning, International Journal of Emerging Technologies & Society, 2009.

6- Stieger Stefan, Burger Christoph, Bohn Manuel, Voracek Martin, Who commits virtual identity suicide ? differences in privacy concerns, Internet addiction, and personality between facebook users and quitters, cyber psychology, behavior, and social networking, volume 16, number, 2013.

7– Wareen Paul mayes, unsettled post revolutionaries in the on line public sphere, journal of social issues in south east Asia, vol 24 ,no 1, 2009.

الملاحق

الملحق رقم 01 يبين استبيان التحكيم

ملحق رقم: 01

استبيان للتحكيم

في إطار إعداد أطروحة دكتوراه ل م د في علوم الإعلام والاتصال تخصص تكنولوجيا وسائل الإعلام والمجتمع حول موضوع:

الشباب الجزائري والهوية الافتراضية - دراسة ميدانية لعينة من مستخدمي موقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك -

إعداد الطالبة: أسمهان كسيرة إشراف الدكتور: بلحزري بلوفة

نلتمس من سيادتكم المحترمة تقديم يد المساعدة من خلال تحكيم هذا الاستبيان وتقييم مدى صلاحيته للغرض الذي أعد من أجله.

شكرا لكم

تقبلوا منا فائق عبارات الاحترام والتقدير

التساؤل الرئيسي للدراسة:

ما هي المعايير التي يعتمد عليها الشباب الجزائري في تحديد هويته الافتراضية عبر الفيسبوك؟

التساؤلات الفرعية:

- 1 ما هي سمات الهوية الافتراضية عبر موقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك؟
- 2 ما هي أبرز العوامل الكامنة وراء تكوين الهوية الافتراضية؟
- 3 - فيم تتمثل أهم الخلفيات التي يعتمد عليها الشباب في صياغة هويته الافتراضية؟

- اسم الأستاذ.....

- الدرجة العلمية.....

- القسم.....

- الجامعة.....

-الملاحظات.....
.....
.....
.....
.....

.....

أولاً: البيانات الشخصية:

1- الجنس: ذكر أنثى

2- السن:

3- المستوى التعليمي:

4- الحالة المدنية:

أعزب/عزباء

متزوج (ة)

مطلق (ة)

5- المستوى المهني:

عامل (ة)

عاطل (ة) عن العمل

ثانياً: المحور الثاني: سمات الهوية الافتراضية عبر موقع التواصل الاجتماعي الفايسبوك

6- ما الاسم المستخدم في صفحتك الرئيسية؟

- اسمك الحقيقي

- اسم مستعار (Pseudo)

- مركب من اسم حقيقي وآخر مستعار

- إذا كنت تستخدم إسمك الحقيقي، فلماذا؟

- الرغبة في الظهور بهويتك الحقيقية

- حتى يجداك معارفك وأصدقائك بسهولة

- حتى تحظى بثقة المتفاعلين معك

أخرى أذكرها.....

.....

- إذا كنت تستخدم اسما مستعاراً، لماذا؟

- الرغبة في تقمص شخصية أخرى غير شخصيتك

- الرغبة في التصرف بكل حرية

- حتى لا يتعرف الآخرون عن هويتك الحقيقية

- لتكوين علاقات غرامية

أخرى

أذكرها.....

.....

7- هل السن المصرح به على صفحتك؟ هو

- سنك الحقيقي

- سن آخر

حدده.....

ما هو سبب إخفائك لسنك الحقيقي؟

- تجنب المضايقات

- تسهيل التواصل والاحتكاك بالغير

- الترفيه والتسلية الرفض

08- هل تصرح بجنسك الحقيقي على صفحتك الرئيسية؟

- جنسك الحقيقي

- جنس آخر

09- هل موطنك المستخدم في صفحتك الرئيسية؟ هو

- موطنك الأصلي

موطن مستعار

10- هل وظيفتك المسجلة في صفحتك الرئيسية؟ هي

- وظيفتك الحقيقية

- وظيفة مستعارة

11- ما هي الصورة الرئيسة المستخدمة في صفحتك الرئيسية؟

- صورتك الحقيقية

- صورة مستعارة

- ما هو السبب وراءك استخدامك لصورة مستعارة؟

- الخوف من الاختراق

- تجنب الإحراج والمضايقات

- رفض الفكرة أساسا

- تفادي الجنس الآخر

12- ما هي اللغة المستخدمة في صفحتك الرئيسية؟

- لغتك الحقيقية

- لغة أخرى

ثالثا: المحور الثالث: العوامل الكامنة وراء تكوين هوية افتراضية

13- هل لديك أكثر من صفحة على الفايسبوك؟

- نعم

لا -

14- هل تستخدم صفحتك الرئيسية على الفايسبوك مع ؟

- أصدقائك فقط

- جميع الناس

15- ما هو العامل الذي يحدد علاقتك مع الآخرين ؟

مهني شخصي تعارفي

آخر أذكره.....

16- على أي أساس تختار من تتصل بهم على مواقع التواصل الاجتماعي؟

- على أساس علاقة القرابة

- على أساس علاقة الصداقة

- على أساس الاهتمام المشترك

- على أساس الانسجام الفكري والاهتمام العلمي

- لا يوجد أي معيار

آخر أذكره.....

رابعاً: المحور الرابع: الخلفيات المعتمدة في تكوين هوية افتراضية لدى الشباب

17- هل كان لك وأن غيرت صفحتك الرئيسية؟

- نعم - لا

إذا كان جوابك بنعم فكم من مرة.....

18- هل هويتك عبر الفايسبوك تحمل معلومات حقيقية؟

- نعم - لا

19- هل لديك أشخاص غير معروفين عبر الفايسبوك ؟

نعم - لا -

20- هل علاقتك مع أصدقائك عبر الفايسبوك؟ هي

- علاقة صداقة عبر الفايسبوك فقط

- علاقة صداقة عبر الفايسبوك وفي الواقع معا

21- هل ترى بأن صفحتك الرئيسية على الفايسبوك تعكس؟

- هويتك الحقيقية

- هويتك الخفية

22- هل تشعر أنك متفاعل في علاقاتك الافتراضية أكثر من علاقاتك الحقيقية؟

نعم -

لا -

في الحالتين، لماذا؟

.....
.....

23- أي العلاقات الاجتماعية تفضل أكثر؟

- العلاقات الواقعية المباشرة

- العلاقات الافتراضية

- الاثنين معا

24- هل تتطابق المعلومات الشخصية التي توفرها على حسابك في الفايسبوك مع شخصيتك؟

نعم - لا -

ولكم منا جزيل الشكر على تعاونكم معنا

الملحق رقم 2 يبين قائمة الأساتذة المحكمين:

ملحق رقم: 02

قائمة الأساتذة المحكمين

الاسم واللقب	التخصص	الجامعة	العنوان الإلكتروني
أ.د يوسف تمار	علوم الإعلام والاتصال	كلية علوم الإعلام والاتصال	temmaryoucef.ab.ma
أ.د رشيدة سبتي		كلية علوم الإعلام والاتصال - جامعة الجزائر 3	rachida_sebti@yahoo.fr
أ.د فلاق أحمد	علوم الإعلام والاتصال	كلية علوم الإعلام والاتصال - جامعة الجزائر 3	fellag72ahmed@yahoo.fr
أ.د وهيبية بوزيفي	مجتمع المعلومات	كلية علوم الإعلام والاتصال - جامعة الجزائر 3	bouzifiwahiba@yahoo.fr
أ.د رضا بن تامي	علم الاجتماع	جامعة أبي بكر بلقايد - تلمسان	Maussboas@yahoo.fr
أ.د سمير قريد	علم اجتماع التنمية المشتركة	جامعة 08 ماي 1945 قالمة	gridsamir@hotmail.fr

ملحق رقم: 03

استبيان الدراسة

جامعة عبد الحميد ابن باديس - مستغانم -

كلية العلوم الاجتماعية

قسم العلوم الإنسانية

شعبة علوم الإعلام والاتصال

يسعدني أن أتقدم إلى سيادتكم بهذا الاستبيان، ملتزمة منكم تقديم يد العون من خلال الإجابة الصريحة والواضحة على أسئلته.

يندرج هذا الاستبيان ضمن إطار إنجاز مشروع بحث تحضيراً لنيل شهادة الدكتوراه في علوم الإعلام والاتصال، الموسومة بـ: "الشباب الجزائري والهوية الافتراضية" - دراسة ميدانية لعينة من مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي - الفاييبوك -.

نحيطكم علماً، بأن المعلومات المدونة ستحظى بالسرية التامة ولن تستخدم إلا لأغراض البحث العلمي.

* السمات العامة:

1- الجنس: ذكر أنثى

2- السن:

23-18

29-24

35-30 35 فما فوق

3- المستوى التعليمي:

متوسط ثانوي جامعي دراسات عليا

4- الحالة الاجتماعية:

- أعزب (ة) متزوج (ة)
مطلق (ة) أرمل (ة)

5- الأصل الجغرافي:

- منطقة حضرية منطقة شبه حضرية منطقة ريفية

المحور الأول: سمات الهوية الافتراضية عبر موقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك

- 6- ألدك حساب بموقع التواصل الاجتماعي «الفيسبوك»؟ نعم لا

* إذا كانت الإجابة بنعم أتم الإجابة على الأسئلة الموائية

7- منذ متى تمتلك حسابا على موقع الفيسبوك؟

- أقل من سنة
• من سنة إلى ثلاث سنوات
• من ثلاثة سنوات إلى خمس سنوات
• أكثر من خمسة سنوات

8- ما هو الاسم المستخدم في صفحتك الرئيسية؟

- اسمك الحقيقي
- اسم مستعار (Pseudo)
- مركب من اسم حقيقي وآخر مستعار

1-8 هل تغيره باستمرار أم تحافظ عليه؟

- نعم
- لا

لماذا؟

.....
.....
.....
.....

9- إذا كنت تستخدم إسمك الحقيقي، أهو:

- الرغبة في الظهور بهويتك الحقيقية

- حتى يجدك معارفك وأصدقائك بسهولة

- حتى تحظى بثقة المتفاعلين معك

* رأي آخر،

أذكره

.....
.....
.....

9-1 كيف تنظر إلى الشباب الذين يستخدمون أسماء

حقيقية؟

.....
.....
.....
.....

10- إذا كنت تستخدم اسما مستعاراً، لماذا؟

- الرغبة في تقمص شخصية أخرى غير شخصيتك

- الرغبة في التصرف بكل حرية

- حتى لا يتعرف الآخرون عن هويتك الحقيقية

- لتكوين علاقات غرامية

* رأي آخر، أذكره

.....
.....
.....
.....

11- كيف تنظر إلى الشباب الذين يستخدمون أسماء مستعارة؟

12- هل السن المصرح به على صفحتك؟ هو

- سنك الحقيقي

- سن آخر

13- ما سبب إخفائك لسنك الحقيقي؟

- تجنب المضايقات

- تسهيل التواصل والاحتكاك بالغير

- الترفيه والتسلية الرفض

* رأي آخر،

أذكره.....
.....
.....

14- هل تصرح بجنسك الحقيقي على صفحتك الرئيسية؟

- جنسك الحقيقي

- جنس آخر

1-14- إذا كانت الإجابة ب (جنس آخر)، لماذا؟

.....
.....
.....

15- هل الموطن المستخدم في صفحتك الرئيسية؟ هو

- موطنك الأصلي

موطن مستعار

1-15- إذا كانت الإجابة ب (موطن آخر)، لماذا؟

.....
.....

17- هل وظيفتك المسجلة في صفحتك الرئيسية؟ هي

- وظيفتك الحقيقية

- وظيفة مستعارة

17-1 إذا كانت الإجابة ب (وظيفة مستعارة) ، لماذا؟

.....
.....
.....

18- ما هي الصورة الرئيسية المستخدمة في صفحتك الرئيسية؟

- صورتك الحقيقية

- صورة مستعارة

18-1 إذا كانت الإجابة ب (صورة مستعارة) ، أيرجع ذلك إلى:

- الخوف من الاختراق

- تجنب الإحراج والمضايقات

- رفض الفكرة أساسا

- تفادي الجنس الآخر

* رأي آخر،

أذكره.....
.....
.....

18-2 كيف تنظر إلى الشباب الذين يستخدمون صورهم الحقيقية؟

.....
.....
.....

18-3- كيف تنظر إلى الشباب الذين يستخدمون صوراً مستعارة؟

.....
.....
.....

19- ما هي اللغة المستخدمة في صفحتك الرئيسية؟

اللغة الدرجة

اللغة العربية الفصحى

اللغة الفرنسية

مزيج من اللغة الدرجة والفرنسية

المحور الثاني: العوامل الكامنة وراء تكوين هوية افتراضية

20- هل لديك أكثر من صفحة على الفايسبوك؟

نعم

لا

21- هل تستخدم صفحتك الرئيسية على الفايسبوك مع؟

أصدقائك فقط جميع الناس

22- هل تستخدم الفايسبوك بهدف:

توسيع علاقات الصداقة

الحصول على المساعدة والاستفادة من الآخرين

التواصل مع العائلة والأقارب

التواصل مع الأصدقاء

تكوين علاقات عاطفية مع الجنس الآخر

متابعة مل ما يتعلق بالعمل أو الدراسة

*أهداف أخرى، أذكرها.....

23- ما هو العامل الذي يحدد علاقتك مع الآخرين ؟

مهني شخصي تعارفي

* شيء آخره أذكره،

24- على أي أساس تختار من تتعامل معهم على مواقع التواصل الاجتماعي؟

- على أساس علاقة القرابة

- على أساس علاقة الصداقة

- على أساس الاهتمام المشترك

- على أساس الانسجام الفكري والاهتمام العلمي

- لا يوجد أي معيار

* شيء آخره أذكره،

المحور الثالث: الخلفيات المعتمدة في تكوين هوية افتراضية لدى الشباب

25- هل سبق لك وأن غيرت صفحتك الرئيسية؟

- نعم - لا

25-1- إذا كان الجواب بنعم، فكم من مرة.....

25-2- لماذا؟

26- هل هويتك عبر الفايسبوك تحمل معلومات حقيقية؟

- نعم - لا

27- هل تشعر أن شخصيتك في الواقع تتناقض مع شخصيتك في الفايسبوك؟

- أشعر بذلك دائما

- أشعر بذلك أحيانا

- لا أشعر بذلك

28- هل علاقتك مع أصدقائك عبر الفايسبوك؟ هي

- علاقة صداقة افتراضية فقط

- علاقة صداقة عبر الفايسبوك والواقع معا

29- هل تعكس صفحتك الرئيسية على الفايسبوك؟

- هويتك الحقيقية

- هوية خفية

30- هل تشعر أنك متفاعل في علاقاتك الافتراضية أكثر من علاقاتك الحقيقية؟

- نعم

- لا

في كلتا الحالتين، لماذا؟

31- أي العلاقات الاجتماعية تفضل أكثر؟

- العلاقات الواقعية المباشرة

- العلاقات الافتراضية

- الاثنان معا

لماذا؟

.....

.....

.....

.....

32- بم يُشعر ك تواصل المستخدم عبر موقع الفاييبوك وهو خلف هوية افتراضية؟

.....

.....

.....

.....

.....

.....