



UNIVERSITE
Abdelhamid Ibn Badis
MOSTAGANEM

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة عبد الحميد بن باديس - مستغانم -
كلية العلوم الاجتماعية
قسم العلوم الانسانية
شعبة علوم الاعلام والاتصال



UNIVERSITE
Abdelhamid Ibn Badis
MOSTAGANEM

مذكرة تخرج ضمن متطلبات الحصول على شهادة ماستر أكاديمي في علوم الاعلام
والاتصال

تخصص اتصال جماهيري والوسائط الجديدة

الهوية الافتراضية للطالبات الجامعيات في المجتمعات الافتراضية

دراسة ميدانية على عينة من الطالبات المقيمت بإقامة
الدكتور بلعربي عبد القادر للإناث بمستغانم

تحت إشراف الأستاذة:

كوبيبي حفصة

لجنة المناقشة:

من إعداد الطالبة:

بن حميدي حسبية

رئيسا	أستاذة تعليم عالي	د. محراز سعاد
مشرفا ومقررا	أستاذة محاضرة-أ-	د. كوبيبي حفصة
مناقشا	أستاذة محاضرة-أ-	د. عيسى عدي نورية

السنة الجامعية: 2023-2024

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

الملخص

في عصر تتشابك فيه الابعاد الرقمية مع واقعنا المعاش، والتطور المستمر للتكنولوجيا والاتصالات حيث يبرز موضوع الهوية الافتراضية كموضوع يتطلب الدراسة والتحليل. فالتفاعلات اليومية داخل المجتمعات الافتراضية تشكل مساحة لإعادة تعريف الذات ورسم صورة شخصية للفرد في البيئة الافتراضية.

هذه الدراسة تسعى لاستكشاف الهوية الافتراضية للطالبات الجامعيات حيث تمت الدراسة الميدانية على "عينة من الطالبات الجامعيات المقيمات بإقامة الدكتور بلعربي عبد القادر للإناث بمستغانم" قدرت ب 100 مفردة بالعينة العرضية، ولقد اعتمدنا في دراستنا هذه على الدمج بين المنهج الكمي والكيفي وذلك باستخدام أدوات استمارة الاستبيان والمقابلة، حيث توصلت الدراسة على نتائج أهمها:

-تستخدم الطالبات الجامعيات مواقع التواصل الاجتماعي بتنوعها وتتضم إلى المجتمعات الافتراضية ذات الطابع التعليمية والتثقيفية بدافع التعلم والتثقف وكذا اكتشاف الاهتمامات والمهارات المشتركة، كما تستخدم حساب واحد لكل موقع وتقوم بدعوة الأصدقاء للانضمام لهاته المجتمعات.

- تتفاعل الطالبات بأسماء مستعارة خوفا من المضايقات ولكي تتفاعل بحرية، ولا تشارك صورها الشخصية لأن عائلتهن لا تسمح وخوفا من التحرش. بينما تؤثر الهوية الافتراضية على علاقاتهم في المجتمع الافتراضي، كما تتيح لهم مزيدا من حرية التعبير وتكسيبهم مهارات تنمي هويتهم الحقيقية.

-تمثل الهوية الافتراضية الهوية الحقيقية للطالبات الجامعيات فتصرح بكل من الهويات، مكان الإقامة، الدراسة، الجنس، تاريخ الميلاد، الحالة الاجتماعية.

الكلمات المفتاحية:

الهوية-الهوية الافتراضية-المجتمع الافتراضي-الطالبة الجامعية.

Abstract

In an era where digital dimensions intertwine with our lived reality, and with the continuous development of technology and communications, the topic of virtual identity emerges as a subject that requires study and analysis. Daily interactions within virtual communities form a space for redefining the self and drawing a personal image of the individual in the virtual environment.

This study aims to explore the virtual identity of female university students. The field study was conducted on a "sample of female university students residing in Dr. Belarbi Abdelkader Female Residence in Mostaganem" estimated at 100 individuals in the random sample. In this study, we relied on a combination of quantitative and qualitative methods using the survey questionnaire and interview tools. The study reached the following main results:

- * Female university students use various social media platforms and join virtual communities with educational and cultural themes motivated by learning and cultural enrichment as well as discovering common interests and skills. They also use one account for each site and invite friends to join these communities.

- * Students interact under pseudonyms for fear of harassment and to interact freely, and they do not share their personal photos because their families do not allow it and for fear of harassment. While the virtual identity affects their relationships in the virtual community, it also gives them more freedom of expression and gains them skills that develop their real identity.

- * Virtual identity represents the real identity of female university students, as they declare all of their hobbies, residence, study, gender, date of birth, and marital status.

Keywords:

Identity -Virtual identity- Virtual community- Female university student

شكر وعرفان

الحمد والشكر لله الحي القيوم أولا وأخيرا وامثالاً لقوله صلى الله عليه

وسلم:

" من لا يشكر الناس لا يشكر الله "

نتوجه بجزيل الشكر وجميل العرفان للأستاذة "كوبيي حفصة

" التي تكرمت بقبول الإشراف على هذه المذكرة وعلى جميع

التوجيهات والملاحظات والنصائح.

كما لا يفوتنا ان نتقدم بوافر التقدير والاحترام لأعضاء اللجنة المحترمين

على عناية قراءة المذكرة وقبولها وتصويبها. وكذلك نتقدم بخالص الشكر

الى كل من درسنا من أساتذة منذ بدء مسيرتنا إلى يومنا هذا جزاهم الله

كل خير.

وفي الاخير نشكر كل من قدم لنا يد العون والمساعدة من قريب

او من بعيد حتى بالكلمة الطيبة ونسأل الله عزوجل أن يجعل ذلك في

ميزان حسناتهم.

الإهداء

من قال أنا لها... نالها

وأنا لها وإن أبت رغما عنها أتيت بها

لم يكن الحلم قريبا ولا الطريق سهلا ولكن...وصلت

الحمد لله حبا وشكرا وامتنانا...أهدي ثمرة جهدي هذه

إلى أبي نور دربي الذي ساندني وتعب من أجل إتمام مسيرتي الدراسية.

إلى أمي التي لولا دعائها وتشجيعها ماكنت لما انا عليه اليوم.

إلى خالي الغالي الذي لطالما مد يد العون لي.

إلى رفيق دربي خالد.

إلى أختي وحيديتي استبرق وخالتي فايضة وإخوتي إسلام وإسماعيل واسحاق

وصديقاتي مروة وهند.

إلى الأساتذة المحترمين.

إلى كل من قدم لي يد المساعدة

بن حميدي حسية

فهرس المحتويات

الصفحة	العنوان
	مقدمة عامة
موضوع الدراسة وإجراءاتها المنهجية	
5	إشكالية الدراسة
6	التساؤلات الفرعية للدراسة
6	فرضيات الدراسة
7-6	أهداف الدراسة
7	أهمية الدراسة
8-7	أسباب اختيار الموضوع
10-8	مفاهيم الدراسة
16-10	الدراسات السابقة والتعليق عليها وأوجه الاستفادة منها
17-16	مجالات الدراسة والمنهج
19-17	أدوات جمع البيانات
20-19	مجتمع البحث وعينة الدراسة
23-20	الخلفية النظرية للدراسة
الجانب النظري للدراسة	
المبحث الأول: المجتمع الافتراضي	
26	تمهيد
27	مفهوم المجتمع الافتراضي
29-28	نشأة وتطور المجتمعات الافتراضية
30-29	خصائص المجتمع الافتراضي
31-30	أنواع المجتمع الافتراضي
33-31	أهداف المجتمع الافتراضي
34-33	علاقة المجتمع الواقعي بالافتراضي

المبحث الثاني: الهوية الافتراضية

35	تمهيد
36	تعريف الهوية
38-37	أنواع الهوية الحقيقية
39-38	الهوية الافتراضية
40-39	أنواع الهوية الافتراضية
41-40	خصائص الهوية الافتراضية
43-41	من الهوية الحقيقية إلى الهوية الافتراضية
الفصل الثالث: دراسة ميدانية على عينة من الطالبات الجامعيات المقيمات بإقامة بلعربي عبد القادر للإناث بمستغانم	
44	تمهيد
45	عرض وتحليل نتائج الاستبيان
51-45	خصائص العينة
64-51	المحور الاول " استخدامات الطالبة الجامعية لمواقع التواصل الاجتماعي
73-64	المحور الثاني: " الهوية الافتراضية للطالبة الجامعية وتفاعلاتها داخل المجتمع الافتراضي "
78-74	الفقرات متبقية من المحور الثاني " الهوية الافتراضية للطالبة الجامعية وتفاعلاتها داخل المجتمع الافتراضي "
84-78	المحور الثالث " الهوية الافتراضية والهوية الحقيقية "
87-84	نتائج الفصل الثالث
89-88	مناقشة النتائج في ضوء الدراسات السابقة
90-89	النتائج العامة للدراسة
91	الخاتمة
96-93	المصادر والمراجع
103-96	الملاحق

مقدمة عامة:

لقد أحدثت التكنولوجيات الحديثة في العقود الأخيرة ثورة هائلة في عالم المعلوماتية والاتصال بين الأفراد، وحولت العالم من مجتمعات متعددة مختلفة تحكمها قوانين وضوابط صارمة والتزامات كثيرة إلى مجتمعات افتراضية تخضع بشكل أساسي إلى احتياجات وقيم واهتمامات مستخدمي الشبكة، مما سمحت بظهور أشكال جديدة من التفاعلات والارتباطات الاجتماعية الافتراضية. " أن تكون مولود العصر الرقمي معناه اكتسابك مميزات رقمية ذات هوية افتراضية، أن تكون مولود العصر الرقمي يعين أنك ولدت بفعل الرقمي، لأن المجيء للعالم لا يكفي من أجل الولادة فقط في العالم، وحدها الأشياء التقنية هي من تجعلك موجود في العالم "ستفال فيال، كيف يغير الرقمي الإدراك.

إن الانتشار الواسع لشبكات التواصل الاجتماعي يعود أساسا لتنوع خدماتها وسهولة استخدامها الشيء الذي زاد من توافد المستخدمين عليها على اختلاف الجنس والعمر، خاصة أن الانخراط في أي من مواقعها يستدعي إنشاء هوية افتراضية للمستخدم من خلال تفاعلهم ضمن شبكات التواصل الاجتماعي ، هذا الفضاء الافتراضي شكل لنا ما يسمى بالمجتمعات الافتراضية ، ما جعل منها مساحة جديدة للتفاعل وفضاء مفتوحا للجميع استلزم اهتماما ودراسة في كيفية تفاعل وتصرف الفرد المنخرط فيها خاصة ما تعلق منها بالهوية الافتراضية والرقمية استنادا على ميولتهم و رغباتهم واهتماماتهم فهي بذلك قد تكون امتدادا للهوية الواقعية أو تحمل بعضا من ملامحها كما يمكن أن تتناقضها تماما هذا من جهة ومن جهة أخرى يمكن للمستخدمين إنشاء عدة هويات افتراضية مختلفة المحتوى بهدف التواصل بين الأفراد إما بشكل امتداد للهوية الحقيقية أو في إطار التعامل بهوية افتراضية أو استعمال أسماء مستعارة، صورة أو اسم شخص مشهور أو صورة وأسماء أخرى أو استعمال مركب جزء منه يعكس هويته الحقيقية والآخر مستمد من صفة من صفاته الأخرى أو لمكان معين.....الخ وهذا لعدة اعتبارات ، فالنساء اليوم يواجهن تحديا جديدا من نوع مختلف جدا في مجال بناء لهويتهم في ظل سيطرة العوالم الافتراضية على حياتهن الواقعية كامتداد متكامل لذواتهم ماديا وافتراضيا ويكون من الصعب تمثيل هذا التكامل خاصة الطالبات الجامعيات اللاتي تعتبر فئة هامة للمجتمع.

وبناء على ذلك، يبقى تصور الهوية الافتراضية غير واضحاً نظراً لصعوبة تحديد العلاقة بين الهوية الحقيقية والهوية الافتراضية وبالتالي فتقييم أنشطة الطالبات داخل المجتمعات الافتراضية تبقى نسبية إلى حد كبير كما يصعب التنبؤ بها فكل من الهوية الافتراضية وتصور الذات التي يعبر عنها الطالبات من خلال مضامين أنشطتهم داخل الشبكة في غاية التعقيد.

وقد سعت دراستنا إلى فهم ومعرفة مفهوم الهوية الافتراضية ومعرفة دوافع استخدام الطالبة الجامعية مواقع التواصل الاجتماعي، استكشاف الهوية الافتراضية الطالبة الجامعية وتفاعلاتها في المجتمع الافتراضي ومعرفة إن كانت الهوية الافتراضية تمثل الحقيقية وقد قسمنا دراستنا هذه كالتالي:

الفصل الأول: تناولنا فيه موضوع الدراسة والإجراءات المنهجية، المقدمة، الإشكالية، الأسئلة الفرعية، الفرضيات، أهداف الدراسة، أهمية الدراسة، أسباب اختيار الموضوع، مفاهيم الدراسة، الدراسات السابقة والتعليق عليها، أوجه الاستفادة من الدراسات السابقة، مجالات الدراسة، أدوات جمع البيانات، مجتمع الدراسة والعينة، الخلفية النظرية للدراسة.

الفصل الثاني: تطرقنا فيه للجانب النظري للدراسة في مبحثين المبحث الأول موضوعه المجتمع الافتراضي، مفهومه ونشأته وتطوره، الخصائص التي يتميز بها، أنواع المجتمعات الافتراضية، أهدافه وأخيراً علاقة المجتمع الافتراضي بالواقعي.

والمبحث الثاني بعنوان الهوية الافتراضية بحيث تناولنا فيه تعريف الهوية وأنواعها والهوية الافتراضية وأنواعها، خصائص الهوية الافتراضية وآخر عنصر علاقة الهوية الحقيقية بالافتراضية.

الفصل الثالث: تناولنا فيه الجانب التطبيقي للدراسة بحيث خصص لعرض وتحليل ومناقشة نتائجها والتوصل إلى نتائج نهائية للدراسة.

**موضوع الدراسة
وأجراءاتها المنهجية**

موضوع الدراسة وإجراءاتها المنهجية

- 1- إشكالية الدراسة
- 2- التساؤلات الفرعية
- 3- الفرضيات
- 4- أهداف الدراسة
- 5- أهمية الدراسة
- 6- أسباب اختيار الموضوع
- 7- مفاهيم الدراسة
- 8- الدراسات السابقة والتعليق عليها وأوجه الاستفادة منها
- 9- مجالات الدراسة
- 10- أدوات جمع البيانات
- 11- مجتمع البحث وعينة الدراسة
- 12- الخلفية النظرية لدراسة

1- إشكالية الدراسة:

الهوية هي ذلك المزيج الذي يجمع بين الخصائص الاجتماعية والثقافية، التي تشترك بين الافراد ويمكن من خلالها التمييز بين مجتمع واخر. وكذلك هي تلك الانتماءات التي ينتمي اليها الفرد بحيث تحدد سلوكه ومعرفته لذاته وادراكها، مع تطور مواقع التواصل الاجتماعي **social media sites** التي سيطرت على كافة مجالات الاتصال في العصر الحالي، مما أدى لبروز عالم افتراضي ينافس العالم **The virtual world**، حيث تمكن الفرد من خلق هوية مختلفة عن واقعه وغير حقيقية احيانا.

الهوية الافتراضية تمثل الصورة التي يرسمها الافراد في مواقع التواصل الاجتماعي تعبر عنهم وتشمل الصفات والسمات التي يقيمها الفرض الطبيعي للآخرين عبر الانترنت. وقد حدد انطوني غيدنز **Anthony Giddens** خصوصية الهوية الافتراضية كونها " مجموعة من الافراد الذين يشتركون عبر شبكة الانترنت لفترة زمنية لتحقيق غاية أو هدف أو هوية من خلال علاقة اجتماعية افتراضية تحدها منظومة تكنو اجتماعية **Techno-social system** (العياشي، 2020، صفحة 315).

إن العالم الافتراضي قد شمل وضم مختلف فئات المجتمع من كلا الجنسين نساء ورجال وكان له دور في تشكيل الهوية الافتراضية لهم، حيث تشير الاحصائيات حسب التقرير السنوي لوكالة الاستشارات الدولية داتا ريبورتال **International consultin agency Data Reportable** حول الانترنت وشبكات التواصل لعام 2023 في الجزائر ، تسجيل 23.95 مليون مستخدم منهم 22.10 مليون مستخدم تبلغ اعمارهم 18 عاما فاكثر اي ما يعادل نسبة % 75.4 من اجمالي عدد سكان الجزائر ، كما يؤكد ان نسبة % 41.9 من مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي اناث.(ب، 2023)، وهذا ما يدل على أن المرأة الجزائرية تتفاعل و نشطة في مواقع التواصل الاجتماعي والبيئة الافتراضية حيث تعددت استخداماتها سواء لأغراض تعليمية ، ترفيهية ، اجتماعية ، فكرية وثقافية الخ مما جعلها تكتسب أنماط وعوالم جديدة دفعتها لتشكيل هوية افتراضية مواكبة لهذه المواقع وما تحتويه، فقد اتاحت للمرأة حرية التعبير وكسرت قيود المجتمع ومخاوفه، اصبحت تنشط، تنشأ محتوى، تتواصل، تشارك، تعلق بكل حرية، وتطرح مواضيع للنقاش ...الخ

فالهوية الافتراضية موضوعا مهما ومعقدا يتطلب الدراسة ولهذا جاءت دراستنا حتى تسلط الضوء على فئة مهمة من المجتمع التي تستخدم وتتعرض للبيئة الافتراضية ألا وهي الطالبات الجامعيات، بحيث تعاني الكثير منهن من اندماج هويتهن الافتراضية مع الحقيقية. قد تواجه بعض الطالبات صعوبة في إدارة حياتهن عبر منصات التواصل الاجتماعي والعالم الافتراضي وبناء صورة معينة لأنفسهن تتوافق مع ما يتوقعه الآخرون، ومنهن من أتاح لها مجالاً لحرية التعبير وتكسير قيود المجتمع.

ومما سبق ذكره يمكن طرح التساؤل: ماهي تمثيلات الهوية الافتراضية للطالبات الجامعيات في المجتمعات الافتراضية؟

2-التساؤلات الفرعية للدراسة:

ولدراسة هذه الإشكالية ينبثق عن تساؤلها الرئيسي عدة أسئلة فرعية كالتالي:

- ماهي دوافع استخدام الطالبة الجامعية للمجتمعات الافتراضية؟
- كيف تنظر الطالبة الجامعية لهويتها الافتراضية وتفاعلاتها داخل المجتمع الافتراضي؟
- هل تختلف الهوية الافتراضية عن الحقيقية؟

3-فرضيات الدراسة:

- تستخدم الطالبة الجامعية المجتمعات الافتراضية بدافع التعلم والتثقف ومشاركة الاهتمامات.

- تتفاعل الطالبة الجامعية بهوية مستعارة داخل المجتمع الافتراضي.

- تمثل الهوية الافتراضية للطالبة الهوية التي ترغب في أن تكون عليها.

4-أهداف الدراسة:

تسعى هذه الدراسة إلى تحقيق الهدف الرئيسي الذي يتمثل في معرفة الهوية الافتراضية للطالبة الجامعية في المجتمع الافتراضي ويندرج ضمن هذا الهدف الرئيسي عدة أهداف بحثية كالتالي:

❖ فهم وتعريف وقياس الهوية الافتراضية.

❖ إبراز دوافع الاستخدام والإشباع المحققة للطالبة الجامعية من خلال المجتمعات الافتراضية.

❖ دراسة هوية الطالبة الافتراضية وتفاعلاتها داخل مجتمع الافتراضي.

❖ معرفة انعكاس الهوية الافتراضية على الحقيقية.

❖ التوصل إلى نتائج تحدد الهوية الافتراضية للطالبة الجامعية داخل المجتمع الافتراضي.

5- أهمية الدراسة:

تتجلى أهمية هذه الدراسة حول الهوية الافتراضية للطالبات الجامعيات في المجتمعات الافتراضية في عدة جوانب، أولاً تتطلع الدراسة إلى البحث في مفهوم الهوية لطالبة الجامعية داخل المجتمع الافتراضي، مما يساهم في فهم أعمق لموضوع الهوية الافتراضية. ثانياً تأتي أهمية هذا الموضوع في سياق عصر التطور التكنولوجي ونكاء الاصطناعي وسيطرة الوسائط الجديدة على حياة الأفراد خاصة الطالبات، حيث يصبح فهم الهوية الافتراضية موضوع لا بد من دراسته لما يطرحه من إشكاليات ورهانات.

ثالثاً دراسة موضوع الهوية الافتراضية يتيح لنا التعرف على الثقافة الرقمية، ويساعد خاصة الطالبات الجامعيات فهم ثقافة المجال الرقمي الافتراضي وتأثيره على حياتهن الاجتماعية والأكاديمية، كذلك تشجيع الطالبات على تحقيق توازن بين حياتهم الافتراضية والواقعية وتعزيز الوعي بأهمية استخدام المجال الافتراضي بشكل إيجابي ومسؤول، وأخيراً من خلال تحقيق رؤية علمية موضوعية وإثراء المعرفة حول موضوع الهوية الافتراضية والمجتمعات الافتراضية.

6- أسباب اختيار الموضوع:

تتعدد الأسباب التي دفعت بي لاختيار الموضوع من أسباب ذاتية وأسباب موضوعية يمكن تلخيصها كالتالي:

➤ الذاتية:

_ الاهتمام الشخصي بموضوع الهوية الافتراضية.

_ الرغبة في فهم كيفية استخدام الطالبة الجامعية للمجتمع الافتراضي وانعكاساته على هويتها الواقعية.

_ الرغبة في اكتساب خبرة علمية لتطوير معارفي حول الهوية الافتراضية.

➤ الموضوعية:

- باعتبار الموضوع ينتمي للتخصص بما انه يحاكي الوسائط الجديدة.

- تزايد استخدام المنصات الافتراضية في الجزائر وخاصة فئة الطالبات الجامعيات.
- أهمية موضوع الهوية الكبيرة في ظل تطور المنصات الرقمية وظهور عالم افتراضي يجسد الواقع عن بعد، حيث شكل مفهوم الهوية في الآونة الأخيرة إشكالية غير قابلة للتجاوز تتطلب الدراسة.

7- مفاهيم الدراسة:

1- ال هوية: Identity

لغة: لفظ "الهوية" مشتق من الضمير الغائب "هو" الذي تحول إلى اسم الهوية وترادف كلمة الهوية في اللغة العربية عدة أسماء منها الذاتية ليس بمعنى تدخل الذات في الموضوع في مقابل الموضوعية بل تعني العناصر والمكونات الثابتة التي تحدد وجود الشيء، بهذه العناصر يوجد الشيء ومن غيرها ينعدم ويزول.

حقيقة الشيء وجوهه، ماهية الشيء، الذات الفردية والجماعية، تعريف الشيء وحده. (بوبكر د.، بدون تاريخ)

اصطلاحا: يعد مفهوم الهوية حسب **Alex Mucchielli** من المفاهيم المركزية التي نجد حضورها الدائم في مجالات علمية متعددة، خاصة في مجال العلوم الإنسانية، وبالتالي يعتبر هذا المفهوم من أكثر المفاهيم تغلغلا في عمق حياتنا الاجتماعية والثقافية ومن أكثرها استعمالا وشيوعا. فعلى الرغم من بساطته فإنه يحتمل درجة عالية من الصعوبة والتعقيد، كما يكتسي هذا المفهوم أهمية بالغة في تفكير الباحثين، وذلك يعود لدلالاته واصطلاحاته المتعددة والمتنوعة اللغوية منها والفلسفية والاجتماعية وغيرها. ويفسر معجم مصطلحات العلوم الاجتماعية مفهوم الهوية عموما بوصفه يشير إلى عملية تمييز الفرد لنفسه عن غيره (تومي، 2016، صفحة 45)

التعريف الاجرائي: هي كل ما يميز الفرد عن غيره من الافراد من سلوكيات وعادات ونمط عيش خاص به، كما يمكن تعريفها بأنها عبارة عن تعبير الفرد عن ذاته وعلاقته بمجتمعه، كالهوية الدينية والوطنية والثقافية... الخ، ومن مؤشرات الاسم واللقب، الجنسية، الدين، مكان السكن، المستوى المعيشي وغيره.

2- الهوية الافتراضية Virtual Identity :

اصطلاحاً: الهوية الافتراضية، الهوية الآلية والهوية الرقمية كلها مصطلحات ارتبطت بالهوية منذ بروز شبكات الانترنت وأصبح الفرد عامل رئيس وفعال في هذه العملية وفي العالم الافتراضي حيث تكون الهوية أكثر مرونة من الهوية الحقيقية مقدمة لها تغيرات في العرق والمرتبة والجنس والعمر والخلفية الاجتماعية والاقتصادية. وبناء عليه يمكن تعريف الهوية الالكترونية او الرقمية وفق عالم الاجتماع محمد علي رحومة بأنها هوية شخصية كونية تتمثل عن طريق شبكة ومجتمع الانترنت ، علاوة على انها تلك الشخصية التي يتم انشاؤها من طرف المستخدم الانسان الذي يعمل كصلة وصل بين الشخص الطبيعي والشخص الافتراضي الظاهري للمستخدمين بل أنها مجموع الصفات والرموز والبيانات التي يستخدمها الافراد في تقديم انفسهم للآخرين في المجتمعات الافتراضية ويتفاعلون معهم من خلالها(بنسليمان، 2022، صفحة 450)، تطلق على الآثار والحركات جميعها التي يقوم بها المستخدم عند تبحره الانترنت. (شمدين، 23 يونيو 2018، صفحة 11)

التعريف الإجرائي:

هي الصورة التي يرسمها الفرد المستخدم عن نفسه داخل حساباته في المنصات الافتراضية، التي تعبر وتجسد أفكاره حيث تظهر هذه الهوية من خلال المحتوى الذي يشاركه المستخدم وكذا تعليقاته وردوده وتفاعلاته وكذا المعلومات الشخصية التي يصرح بها في حسابات المواقع التي يستخدمها، حيث يمكن ان تكون حقيقة كالجنس، العمر، الاسم، الصورة الشخصية، الجنسية، مكان العمل، المستوى الدراسي، مكان الإقامة، الانتماء الديني ...او تكون مستعارة.

3-المجتمع الافتراضي Virtual community:

اصطلاحاً: المجتمع الافتراضي ظهر نتيجة تطور تقنيات واستخدام تكنولوجيا الحاسوب والاتصالات الرقمية منذ ثمانينيات القرن الماضي، ثم انبثقت بعد ذلك ما عرف بالمجتمعات الشبكية تقريبا أوائل التسعينيات حيث تطورت في شكل جماعات معروفة من مستخدمي الانترنت تشترك في الخصائص والاحتياجات والمهارات، ثم انتشرت هذه المجتمعات الرقمية بانتشار تكنولوجيا الويب(العايشي، 2020، صفحة 314).

يقدم "هاورد راينجولد" تعريفا للمجتمعات فيقول هي تجمعات اجتماعية تنشأ من الشبكة، حيث يستمر أناس بعدد كاف في مناقشتهم علنيا لوقت كاف من الزمن بمشاعر كافية لتشكيل شبكات من العلاقات الشخصية في الفضاء السيبري **cyberspace**. فهذا التعريف يشير إلى أن المجتمعات الافتراضية هي شكل جديد من اشكال التجمعات الاجتماعية المستتدة على التكنولوجيا، اما "اريكسون" فيرى أن المجتمع الافتراضي كمصطلح يشير إلى المحادثة أو الحوار المبني على الكمبيوتر، وهو يشير إلى أن الحوار مهما كان نوعه هو مبني أساسا على التفاعلية بين العديد من المتصلين والمستخدمين (مسعودة، صفحة 461).

التعريف الاجرائي: هو مجتمع أفراده يتفاعلون ويتواصلون مع بعضهم البعض عبر وسائل التواصل الاجتماعي وكذا الوسائط الإلكترونية، وذلك عن بعد دون الحاجة لتواجد في مكان واحد. حيث يتشكل هذا المجتمع من خلال منصات ومواقع الإنترنت التي تسمح لهم بالتفاعل والدرشة والتواصل وحتى المشاركة وذلك لأغراض متعددة كالترفيه والتعليم والتبادل الثقافي.

4-الطالبة الجامعية:

لغة: الطالب جمع طلبة وطلاب وطلب وطالب.(معلوف، 2009، صفحة 468)

اصطلاحا: الطالبة الجامعية او الطالب الجامعي يعرفه كمال بلخيري على انه ذلك الشخص الذي سمحت له كفاءته العلمية بالانتقال من المرحلة الثانوية إلى الجامعة تبعا لشخصيته، بواسطة شهادة أو دبلوم يؤهله لذلك، ويعتبر الطالب الجامعي أحد العناصر الأساسية والفاعلة في العملية التربوية طيلة التكوين الجامعي(الزهراء، 2017، صفحة 133) .

التعريف الإجرائي: هي الفتاة التي تحصلت على شهادة البكالوريا ثم انتقلت للجامعة لمزاولة دراسة والبحث العلمي بعد اختيار تخصص معين بهدف الحصول على شهادة جامعية.

8-الدراسات السابقة والتعليق عليها:

الدراسة الأولى:

للباحثة كسيرة اسمهان الموسومة بعنوان: الشباب الجزائري والهوية الافتراضية _دراسة ميدانية لعينة من مستخدمي موقع التواصل الاجتماعي الفايسبوك-أطروحة دكتوراه في علوم الإعلام والاتصال جامعة عبد الحميد بن باديس-مستغانم-الجزائر سنة 2018.

طرحت الباحثة إشكالية مفادها: ما خلفيات تبني الشباب الجزائري لهوية افتراضية؟ الدراسة تبحث في الأسباب والعوامل التي تدفع الشباب الجزائري لتبني هويات افتراضية على الفيسبوك. تتضمن الدراسة أربع فرضيات رئيسية:

الفيسبوك يوفر سمات تلبي احتياجات المستخدمين لا يمكن تحقيقها إلا من خلال هوية افتراضية.

هناك عوامل ذاتية تحفز الشباب الجزائري على اعتماد هوية افتراضية.

مستخدمو الفيس بوك يشعرون بأنهم في مركز يسمح لهم بممارسة حريتهم في التعبير من خلال هوية رمزية.

الهوية الافتراضية تعتبر منبرًا للتعبير عن الآراء التي قد لا يستطيعون التعبير عنها علنًا.

الهدف من الدراسة هو فهم أهمية التفاعل الافتراضي وتحديد الخلفيات التي تدفع الشباب لبناء هويتهم الافتراضية، وكذلك معرفة سمات هذه الهوية وتأثيرها على العلاقات الاجتماعية الحقيقية.

تم استخدام المنهج الوصفي التحليلي واختيار عينة قصدية من 150 شابًا من عدة ولايات، وتم جمع البيانات باستخدام استبيان يحتوي على 29 سؤالًا موزعًا على أربعة محاور، توصلت الباحثة على عدة نتائج:

1. تأثير وسائل التواصل الاجتماعي أظهرت الدراسة أن استخدام وسائل التواصل الاجتماعي يؤثر بشكل كبير على تشكيل الهوية الافتراضية للشباب الجزائري.

2. التفاعل الاجتماعي كشفت الدراسة أن التفاعل مع المحتوى الافتراضي والتعبير عن الذات عبر الإنترنت يلعب دورًا هامًا في بناء هوية الشباب.

3. التحديات والمخاوف كشفت الدراسة أيضًا عن بعض التحديات والمخاوف التي يواجهها الشباب الجزائري في استخدام الهوية الافتراضية، مثل قضايا الخصوصية والتلاعب بالمعلومات.

4. التأثير على التفاعل الاجتماعي أظهرت الدراسة أن استخدام وسائل التواصل الاجتماعي يمكن أن يؤثر على التفاعل الاجتماعي للشباب وعلى علاقاتهم مع المجتمع. (أسمهان،

(2018-2017)

التعليق على الدراسة:

انفتحت دراستنا مع دراسة الباحثة كونهما تهتمان بموضوع عام وهو الهوية الافتراضية داخل المجال الافتراضي ، الذي يتفاعل فيه الافراد، فقد ساعدتنا هذه الدراسة في استكشاف كيفية تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على الهوية وكيف بإمكان المنصات الرقمية ان تلعب دور هام في تشكيل الهوية الافتراضية، وتشابهت دراسة الباحثة مع دراستنا في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي بحيث اختارت الفاسبوك نموذجا لدراسة أما دراستنا فقد شملت عدة مواقع اجتماعية افتراضية شائعة الاستخدام في الوسط الطلابي، كما أفادتنا دراسة الباحثة في فهم بعض الأفكار والمفاهيم التي بإمكاننا تطبيقها على دراستنا حول الهوية الافتراضية للطالبات الجامعيات ويمكننا اعتمادها كمرجع أساسي ووفرت لي مراجع أخرى بإمكاننا الاطلاع عليها.

اختلفت دراستنا مع دراسة السابقة كون دراسة الباحثة دراسة وصفية تحليلية أما دراستنا دراسة ميدانية واختلفت من حيث مجتمع الدراسة بحيث اختارت الباحثة مجموعة شباب عبر الوطن تتكون من 150 مفردة واختارت العينة الاحتمالية القصدية، في حين ركزت دراستنا على فئة النساء بالتحديد الطالبات الجامعيات بجامعة عبد الحميد بن باديس بمستغانم المقيمات بإقامة الدكتور بلعربي عبد القادر بخروبة على 100 مفردة باستخدام العينة العرضية.

الدراسة الثانية:

للأستاذة بايسوف مسعودة الموسومة بعنوان: الهوية الافتراضية: الخصائص والأبعاد دراسة استكشافية على عينة من المشتركين في المجتمعات الافتراضية، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، عدد خاص الملتقى الدولي حول الهوية والمجالات الاجتماعية في ظل التحولات السيسيوثقافية في المجتمع الجزائري، جامعة قاصدي مرباح -ورقلة -الجزائر.

سعت الأستاذة من خلال هذه الدراسة إلى البحث في إشكالية علاقة الهوية الافتراضية بالهوية الحقيقية وكيف يتفاعل الافراد داخل المجتمع الافتراضي وأبعاد هذا التفاعل على الحياة الواقعية؟

وينبثق عن هاته الإشكالية أسئلة فرعية التالية:

-ماهي دوافع الانخراط في المجتمعات الافتراضية؟

- ماهي خصائص المجتمعات الافتراضية التي يسعى الأفراد إلى الانتماء إليها؟- هل تعتبر الهوية الافتراضية انعكاسا للهوية الحقيقية للأفراد أم انفصالا عنها ؟
- هل تسعى الهوية الافتراضية إلى الانسلاخ عن قيم المجتمع ومعاييره أم تراعيها داخل المجتمع الافتراضي؟

- كيف ينظر الأفراد لهوياتهم الافتراضية وتفاعلهم في المجتمع الرقمي ؟
تندرج هذه الدراسة ضمن البحوث الاستطلاعية، واعتمدت الباحثة على الاستبيان الإلكتروني بحيث كشفت نتائج الدراسة أن الأفراد المبحوثين يفضلون الانضمام إلى أكثر من مجتمع افتراضي كما أنهم يفضلون المجتمعات الافتراضية ذات البعدين العربي والعالمي وذات الطابعين الثقافي والعام، 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 الافتراضية ذات طبيعة محددة. إن الانضمام إلى المجتمعات الافتراضية كان بدافع الحوار وتبادل الآراء بالدرجة الأولى، مما يؤكد سعيًا لأفراد إلى إثبات الذات ونشر الأفكار.

- 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.

- هناك عوامل تزيد من فعالية الأفراد داخل المجتمعات الافتراضية وتزيد من تمسكهم بها، كما تعمل على إثبات هوية الأفراد وإظهار قدراتهم منها تقليدهم منصب في هذه المجتمعات.

- 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. (مسعودة)

التعليق على الدراسة:

اتفقت الدراسة مع دراسة الباحثة حيث اهتمتا بالهوية الافتراضية في المجتمعات الافتراضية، فقد اتاحت لنا فهم أعمق لخصائص الهوية الافتراضية بشكل عام، وتشابهت

دراستنا مع دراسة الباحثة في البحث عن الدافع الذي يدفع الافراد للانخراط في المجتمعات الافتراضية، وكذا معرفة انعكاس الهوية الافتراضية على الهوية الحقيقية وساهمت في اكتساب رؤى قيمة تساعدنا في تطوير دراستنا بشكل شامل وذلك استنادا على نتائج هذه الدراسة.

واختلفت مع دراستنا كون دراستنا تركز على الهوية الافتراضية بالتحديد الطالبات الجامعيات المقيمات بإقامة الدكتور بلعربي عبد القادر بخروبة مستغانم في المجتمعات الافتراضية أما دراسة الباحثة فكانت على عينة من المشتركين في المجتمعات الافتراضية. كذلك استخدمت الباحثة أداة الاستبيان الإلكتروني لجمع البيانات في حين اعتمدنا في دراستنا على أداتي استمارة الاستبيان والمقابلة النصف موجهة، كما أن دراسة الباحثة تندرج ضمن الدراسات الاستطلاعية أما دراستنا دراسة ميدانية.

الدراسة الثالثة:

دراسة للأستاذة مريم نريمان نومار الموسومة بعنوان " تمثلات المرأة لذاتها عبر مواقع الشبكات الاجتماعية " دراسة وصفية تحليلية لهوية المرأة الجزائرية عبر موقع فيسبوك، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في علوم الإعلام والاتصال، 2018، جامعة الحاج لخضر باتنة 1.

طرحت الباحثة إشكالية مفادها: كيف تتمثل المرأة الجزائرية لذاتها عبر مواقع الشبكات الاجتماعية؟ ماهي العوامل التي تؤثر على أدائها لهويتها الافتراضية؟
وانبثق من التساؤل الرئيسي تساؤلات فرعية:

1. ما طبيعة استخدام المرأة الجزائرية لموقع فيسبوك؟
2. كيف تقوم المرأة الجزائرية بأداء هويتها الافتراضية وإدارة الانطباع حولها على فيسبوك؟
3. هل توجد اختلافات ذات دلالة إحصائية في استخدام المرأة الجزائرية لموقع فيسبوك، أداء هويتها الافتراضية وإدارة الانطباع حولها تبعا للمتغيرات السوسيوديموغرافية (السن الحالة الاجتماعية، المستوى التعليمي)؟
4. إلى أي مدى تؤثر العوامل السوسيو سيكولوجية (الاجتماعي، النفسي، الديني، التعليمي) على تمثلات المرأة لذاتها عبر موقع فيسبوك؟

5. هل توجد اختلافات ذات دلالة إحصائية فيما يتعلق بتأثير العوامل السوسيو سيكولوجية على تمثل المرأة لذاتها تبعا لمتغير (السن الحالة الاجتماعية المستوى التعليمي)؟
6. ماهي العلاقة بين العوامل السوسيو سيكولوجية (الاجتماعي، النفسي، الديني، التعليمي) وتمثل المرأة الجزائرية لذاتها عبر فيسبوك من خلال الاسم المستعار والصورة الشخصية؟
7. هل تؤثر العوامل السوسيو سيكولوجية على إدارة المرأة للانطباع حول هويتها الافتراضية؟
- تدرج دراسة الباحثة ضمن الدراسات الوصفية التحليلية واستخدمت المنهج المختلط بين الكمي والكيفي والملاحظة كأداة لجمع البيانات إضافة إلى استمارة الاستبيان إلكترونية، كما أجريت دراسة الباحثة على عينة مكونة من 550 مفردة بالاعتماد على عينة صدفية. وقد توصلت إلى مجموعة من النتائج:
- تبدي أغلب المبحوثات هوياتهن الافتراضية أمام جمهور يتم اختياره على أساس علاقة القرابة والصداقة بالدرجة الأولى. لا تتمثل أغلبهن لذواتهن من خلال صورهن الشخصية الحقيقية بسبب العادات والتقاليد وخوفاً من التحرش. تستخدم أغلب المبحوثات أسماءهن الحقيقية. تعتقد أغلب المبحوثات أنّ الفايسبوك يصور هوياتهن كما هي عليها في الواقع. وتقوم المرأة الجزائرية بمحاولة إدارة الانطباع حول هويتها الافتراضية حتى تقدم صورة إيجابية عنها لكن دون أن تقدم معلومات خاطئة.
- يتأثر تمثل المرأة الجزائرية لذاتها بالعامل الاجتماعي. الديني. النفسي والتعليمي ولكن بدرجات متفاوتة.
- هناك علاقة بين العامل الاجتماعي والديني واستخدام الاسم المستعار والصورة الشخصية. في حين لا توجد علاقة بين العامل النفسي والتعليمي واختيار الاسم والصورة الشخصية. (نورمار، 2017-2018)
- التعليق على الدراسة:**

اتفقت درستنا مع دراسة الباحثة حول موضوع الهوية الافتراضية لفئة النساء تحديداً، كما اتاحت لنا رؤية من خلال النتائج المتحصل عليها حول تمثيلات المرأة لذاتها في المجتمعات الافتراضية كما وفرت لنا العديد من المراجع العربية والأجنبية منها يمكننا الاعتماد عليها في دراستنا. تشابهت دراسة الباحثة مع دراستنا من حيث المنهج المعتمد ألا وهو المنهج المختلط وكذا من حيث العينة العرضية ، أما الاختلاف فقد كان في عدد مفردات العينة كون الباحثة

استخدمت 550 مفردة من نساء المستخدمات للفييس بوك، أما دراستنا فقد تمت على 100 مفردة من الطالبات الجامعيات بجامعة عبد الحميد بن باديس بمستغانم بالتحديد المقيّمات بإقامة الدكتور بلعربي عبد القادر بمستغانم، وكذلك اختلفت في أدوات جمع البيانات حيث استخدمت الباحثة أدواتي الملاحظة والاستبيان الإلكتروني أما دراستنا فقد اعتمدنا على الاستبيان والمقابلة النصف موجهة.

كيفية الاستفادة من الدراسات السابقة:

من خلال الدراسات السابقة استطعنا اكتشاف الفجوة البحثية من أجل دراسة هذا الموضوع من هذا الجانب وضبط التساؤل الرئيسي والتساؤلات الفرعية لهذه الدراسة، كما اعتمدنا عليها كمرجع ووفرت لنا العديد من المراجع، وataحت لنا رؤية حول مفهوم الهوية الافتراضية وكيفية تناولها من خلال دراسات السابقة وساعدتنا في توجيه بحثنا وتحسينه.

9-مجالات الدراسة:

9-1-المجال الجغرافي:

وهو المكان أو الرقعة الجغرافية التي يجري فيها موضوع الدراسة وقد تم اختيار طالبات جامعة عبد الحميد بن باديس بمستغانم للقيام بالبحث، بالتحديد المقيّمات بإقامة البنات الدكتور بلعربي عبد القادر بخروبة.

9-2-المجال الزمني:

هو الفترة الزمنية التي أجريت فيها الدراسة والتي تمت في الموسم الجامعي 2023-2024، وبالتحديد خلال الفترة الزمنية الممتدة من شهر جانفي إلى أواخر شهر ماي.

9-3-المجال البشري:

وهو مجتمع البحث الذي تم اختيار العينة منه للقيام بالدراسة وهن الطالبات اللاتي يدرسن بجامعة عبد الحميد بن باديس بمستغانم ومقيّمات بإقامة الدكتور بلعربي عبد القادر بخروبة وعددهن 100 طالبة مقيمة.

منهج البحث:

يعرف المنهج العلمي لغة: " بأنه الطريق أو المسلك " أما اصطلاحا فقد عرف معاني ومفاهيم عديدة ومتنوعة، يعرفه أحمد بدوي "بأنه مجموعة القواعد التي يستعملها الباحث لتفسير ظاهرة معينة للوصول إلى حقيقة علمية. مجموعة أو طائفة من القواعد والتي تهيمن على العقل

وتحدد عملياته من أجل الوصول عن طريق ذلك إلى نتائج معلومة. (تيفزة و وآخرون، 2019، الصفحات 13-14)

وقد عرفت القواميس اللغوية العربية مثل: (لسان العرب، القاموس المحيط المعجم الوسيط) كلمة المنهج على أنها مأخوذة من (نهج) ومنهاج بمعنى: الطريق الواضح. ويعزز هذا المعنى ما جاء في المعجم الوسيط: أن أصل كلمة المنهج هو نهج: ويقال: نهج ضلالن الأمر نهجاً أي: أبانه وأوضحه. ونهج الطريق: سلكه: والنَّهْج -بسكون الباء-: سلك الطرق الواضح: أما ابن منظور على لسانه فقد أورد: أنهج الطريق: وضح واستبان» وصار نهجاً واضحاً والمنهج عنده -بفتح الميم وكسرهما هو النهج والمنهاج أي الطريق الواضح الذي يسلكه الانسان لتحقيق هدف ما.

وقد ورد في القرآن الكريم في سورة المائدة الآية 48 "لكل جعلنا شريعة ومنهاجا " بمعنى الطريق الواضحة التي لا ظلال فيها. (المشهداني، 2019، صفحة 115).

لقد اعتمدنا في دراستنا على دمج بين المنهج الكمي والكيفي، حيث يعتبر دمج المنهج الكمي والكيفي في البحث طريقة فعالة للحصول على فهم شامل وعميق للظاهرة المدروسة. فيستخدم المنهج الكمي لجمع البيانات الكمية عن طريق الاستبانة وتحليلها، ثم استخدام المنهج الكيفي لفهم السياق وتفسير النتائج. كذلك يسمح استخدام المنهج الكمي في الحصول على نظرة واسعة وعمامة للظاهرة المراد دراستها ثم المنهج الكيفي يسمح بفهم التفاصيل الدقيقة.

10- أدوات جمع البيانات:

أ- الاستبيان (Questionnaire) :

تعد استمارة البحث من أكثر أدوات جمع البيانات شيوعاً في البحوث الاجتماعية هذا ما يدفع الباحث إلى بذل الجهد من أجل صياغة استمارة البحث بصورة تؤدي إلى تحقيق أهداف الدراسة.

فمصطلح الاستبانة يشير إلى أداة لجمع البيانات وهي عبارة عن استمارة بحث ويعرفها فاخر عاقل أنها أداة مفيدة من أدوات البحث العلمي وهي مستعملة على نطاق واسع للحصول على الحقائق والتوصل إلى الوقائع والتعرف على الظروف والأحوال ودراسة

المواقف والاتجاهات والآراء وتضم عددا من الأسئلة يطلب من المبحوث أن يجيب عنها بنفسه. (تيغزة و وآخرون، 2019، صفحة 71)

اعتمدنا في هذه الدراسة على احدى وسائل توزيع الاستمارة والمتمثلة في التسليم باليد، وذلك لتواجد أفراد العينة في مكان واحد إقامة الدكتور بلعربي عبد القادر للإنانث بمسـتغانم وذلك بين الفترة من 20 أبريل إلى 5 ماي. وقد كان الهدف من استخدام أداة الاستبيان هو معرفة الهوية الافتراضية للطالبة الجامعة داخل المجتمعات الافتراضية بحيث قسمت الاستمارة كالتالي (أنظر الملحق رقم 01):

المعلومات الشخصية للمبحوث، وهي السن، الحالة الاجتماعية، المستوى الجامعي، السكن، الكلية.

المحور الأول: يتعلق باستخدامات الطالبة الجامعية لمواقع التواصل الاجتماعي، يتضمن 11 سؤال (من 1 إلى 11).

المحور الثاني: الهوية الافتراضية للطالبة الجامعية وتفاعلاتها داخل المجتمع الافتراضي يحتوي على 15 سؤال (من 12 إلى 26).

المحور الثالث: متعلق بالهوية الافتراضية والهوية الحقيقية، بحيث يتضمن 11 سؤال (من 27 إلى 37).

وحكمت استمارة الاستبيان من طرف أستاذة من جامعة عبد الحميد بن باديس بمستغانم، كل من الأستاذة عيسى عبيدي نورية والأستاذ بن عجايمية عبد الله.

ب-المقابلة (Interview):

تعد المقابلة من أهم طرق جمع المعلومات والبيانات وأكثرها صدقا من حيث يستطيع الباحث التعرف على مشاعر وانفعالات المقابل وكذلك اتجاهاته وميوله. وهذا مالا يستطيع الوصول إليه إلا من خلال المقابلة.

كما تبرز أهمية المقابلة كونها تسبر عملية تشح الفرصة للمجيب للتعبير الحر عن الآراء والأفكار، تتحول من أداة اتصال ووسيلة التقاء إلى تجربة عملية: خاصة ما يتعلق منها بميدان الإرشاد بين الأخصائيين النفسيين والآباء بحيث تتيح للآباء أن يتعلموا شيئا عن أنفسهم اتجاهاتهم وعن العالم الذي يعيشون فيه وبالتالي تتكون لديهم أساليب جديدة ف

التفكير والعادات السلوكية المرغوبة وبذلك تكون المقابلة ميداناً ومجالاً للتعبير عن المشاعر والانفعالات والاتجاهات. (تيغزة و وآخرون، 2019، صفحة 70)

إن اختيار الباحث لأدوات جمع البيانات له عوامل عديدة تجعله يختار الأداة المناسبة لبحثه، ومن هاته العوامل نوع المعلومات المراد جمعها وكذا الإشكالية المطروحة في الدراسة، قد اعتمدت في دراستي على استمارة الاستبيان كأداة رئيسية لجمع البيانات للمنهج الكمي إضافة إلى المقابلة النصف موجهة وذلك لتأكيد البيانات المحصل عليها بالمنهج الكيفي، فقد تمت مقابلة 7 طالبات مقيمات وتم طرح عليهن أسئلة المقابلة وذلك من الفترة الممتدة بين 11ماي إلى 22 ماي (أنظر الملحق رقم 02).

11-مجتمع البحث وعينة الدراسة :

أولاً: مجتمع الدراسة:

يعرف مجتمع الدراسة بأنه مجموعة من الظواهر أو العناصر أو الأفراد أو الحالات التي تجري عليها عملية البحث، ويحوي مجتمع الدراسة جملة من المكونات التي لها علاقة مباشرة بمشكلة البحث، والتي يسعى الباحث إلى أن يعمم عليها نتائج دراسته. (أمين، 2017-2018، صفحة 36)

وعليه فإن مجتمع بحث دراستنا هو مجموعة من الطالبات المقيمات بإقامة الدكتور بلعربي عبد القادر يدرسن بجامعة عبد الحميد بن باديس واللاتي يستخدمن مواقع التواصل الاجتماعي.

ثانياً: عينة الدراسة:

العينة هي مجموعة جزئية من مجتمع الدراسة يتم اختيارها بطريقة مناسبة، وإجراء الدراسة عليها ومن ثم استخدام تلك النتائج وتعميمها على كامل المجتمع الأصلي. (المحمودي، 2019، صفحة 167)

أما العينة العرضية إذ يعتمد الباحث إلى اختيار عدد من الافراد الذين يستطيع العثور عليهم، في مكان ما وفي فترة زمنية محددة وبشكل عرضي أي عن طريق الصدفة، ومن سلبيات هذا النوع من العينة أنها قد لا تمثل المجتمع الأصلي. (المحمودي، 2019، صفحة 175)

وقد اعتمدتنا في دراستنا على استخدام العينة العرضية بمعنى التي صادفتها بالإقامة وأبدت الرغبة في الإجابة وأجابت على الاستبيان.

12- الخلفية النظرية للدراسة:

1- نظرية الاستخدامات والإشباعات **Uses and gratifications**:

تهتم نظرية الاستخدامات والإشباعات بدراسة الاتصال الجماهيري دراسة وظيفية منظمة. فخلال عقد الأربعينيات من القرن العشرين، أدى إدراك عواقب الفروق الفردية، والتباين الاجتماعي على إدراك السلوك المرتبط بوسائل الإعلام، إلى بداية منظور جديد للعلاقة بين الجماهير ووسائل الإعلام. وكان ذلك تحولاً من رؤية الجماهير ووسائل الإعلام على أنها عنصر سلبي غير فعال، إلى رؤيتها على أنها فعالة في انتقاء أفرادها لرسائل ومضمون مفضل من وسائل الإعلام.

ويشير ويرنر وتانكرد **Werner Tankard** إلى أن البحث في أنواع الاحتياجات التي يحققها استخدام وسائل الإعلام قد بدأ منذ وقت مبكر في الثلاثينيات، حيث تعددت الدراسات من هذا المنظور على قراءة الكتب ومسلسلات الراديو والصحف اليومية... وذلك لتعرف على أسباب استخدام الناس لوسائل الإعلام. (المكاوي و ليلي ، 1998 ، صفحة 239)

تأسست نظرية الاستخدامات والإشباعات على أنقاض نظريات التأثير، وحولت نظرة الباحثين من مجرد البحث فيما تفعل وسائل الإعلام بالجمهور، إلى تحويل السؤال إلى ما يفعل الجمهور بوسائل الإعلام؟ طرح **أليهو كاتز Elihu katz** مدخل الاستخدامات والإشباعات عام 1959 في مقال رد فيه على رؤية "برنار برلسون **Bernard Berlson**" الذي حكم على أبحاث حقل الإعلام بالموت في حين رد عليه كاتز بأن حقل الأبحاث المرتبطة بالإقناع هو الذي مات كون تلك الفترة عرفت الاهتمام بأبحاث الإقناع وكيفية تمكن وسائل الإعلام التأثير على الجمهور. (ابتسام، 2016، صفحة 10)

1-2- أهداف نظرية الاستخدامات والإشباعات:

- محاولة التعرف على استخدام الأفراد لوسائل الاتصال، على اعتبار أن الجمهور نشيط ويستطيع أن يختار ويستخدم الوسائل التي تشبع حاجاته وتوقعاته.
- الكشف عن العلاقات المتبادلة بين دوافع الاستخدام وأنماط التعرض، والإشباعات.
- تحديد دوافع تعرض الأفراد للاتصال، والتفاعل الذي يحدث نتيجة هذا التعرض.

- التأكيد على نتائج استخدام وسائل الاتصال بهدف فهم عملية الاتصال الجماهيري.
- معرفة دور العوامل الوسيطة وتأثيرها في الاستخدامات والإشباعات. (الحاج، 2020، صفحة 93)

1-3- فروض النظرية:

- إن أعضاء الجمهور مشاركون في عملية الاتصال الجماهيري، ويستخدمون وسائل الاتصال لتحقيق أهداف مقصودة تلبى توقعاتهم.
- يعبر استخدام وسائل الاتصال عن الحاجات التي يدركها أعضاء الجمهور، ويتحكم في ذلك عوامل الفروق الفردية، عوامل التفاعل الاجتماعي، وتنوع الحاجات باختلاف الأفراد.
- التأكيد على أن الجمهور هو الذي يختار الرسائل والمضمون الذي يشبع حاجاتهم، فلأفراد هم من يستخدمون وسائل الاتصال، وليست وسائل الاتصال هي التي تستخدم الأفراد.
- يستطيع أفراد الجمهور دائماً تحديد حاجاتهم ودوافعهم، وبالتالي يختارون الوسائل التي تشبع تلك الحاجات.
- يمكن الاستدلال على المعايير الثقافية السائدة من خلال استخدامات الجمهور لوسائل الاتصال، وليس من خلال المحتوى فقط. (المكاوي و ليلي ، 1998 ، صفحة 241)

إسقاط النظرية على الدراسة:

من خلال ما سبق ذكره عن نظرية الاستخدامات والإشباعات يمكننا القول إن هذه النظرية يمكن تطبيقها على دراستنا بحيث تعد من أهم المداخل النظرية المناسبة للدراسة، فهذه النظرية ترى أن الجمهور جمهور نشط يستخدم مواقع التواصل الاجتماعي رغبة في تلبية حاجياته وإشباعها حيث يعتبر هذا الأخير الهدف الرئيسي للنظرية. ساعدتنا نظرية الاستخدامات والإشباعات في تحليل تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على الهوية الافتراضية للطلبة الجامعية داخل المجتمع الافتراضي، وأوضحت كيف يمكن للمضمون الذي تتعرض له الطلبة الجامعية والتفاعلات التي تشارك فيها أن تؤثر على صورتها عن ذاتها ومحيطها. كما تساهم هذه النظرية في فهم الدوافع والأهداف التي تحققها الطلبة الجامعية من خلال استخدامها لوسائل التواصل الاجتماعي وتوضح العلاقة بين الهوية الافتراضية وسلوكيات الطلبة داخل المجتمع الافتراضي.

2- نظرية اجتياز المجتمع التقليدي:

قدم لهذه النظرية الباحث الأمريكي دانيال ليرنر **Daniel Lerner** وتتلخص النظرية أن التحضر **Modernization** هو اتجاه عالمي ومنطقي، وهو ينقل المجتمعات من نمط الحياة التقليدية إلى نمط حياة تزداد فيه أدوار الفرد، فالمدن المتحضرة تتسع لتشمل القرى المجاورة، وبمرور الزمن تزداد نسبة التعليم، ويزداد التعرض لوسائل الإعلام، وتدريب الأفراد على التعامل مع وسائل الإعلام، وعلى تكوين الآراء. (الحاج، 2020، صفحة 117) وتعتمد نظرية " ليرنر " لاجتياز المجتمع التقليدي على ثلاثة عناصر رئيسية هي:

_ التقمص الوجداني.

_ استخدام وسائل الإعلام لتحريك الناس.

_ نظام التحديث.

2-1- التقمص الوجداني:

يرى ليرنر أن هناك خاصية سيكولوجية تصاحب العمليات الاجتماعية التي تظهر في التطور التاريخي، وهذه الخاصية هي مقدرة الأفراد على التخيل أو تصور أنفسهم في مواقف الآخرين، وحين يظهر عدد كبير من الناس القادرين على التقمص الوجداني في أحد المجتمعات، ندرك أن هذا المجتمع في سبيله إلى التطور السريع، فالتقمص الوجداني هو الخاصية التي تميز الفرد الذي يتحرك **Mobile** في المجتمع المتطور، وهي المهارة لا غنى عنها للشعب الذي يريد التخلص من الحياة التقليدية. (المكاوي و ليلي ، 1998 ، صفحة 272)

2-2 استخدام وسائل الإعلام لإحداث عملية التقمص الوجداني:

يرى ليرنر أن وسائل الإعلام تقوم بدور كبير في دفع الناس نحو التقمص الوجداني من خلال ما تقدمه من نماذج لأشخاص وأماكن وأحداث في رسائلها الإعلامية. (الحاج، 2020، صفحة 93)

إسقاط النظرية على الدراسة:

يمكن تطبيق نظرية اجتياز المجتمع التقليدي على دراستنا خاصة عنصر التقمص الوجداني، حيث هذا العنصر يسهل فهم كيفية تأثير التحول من المجتمع التقليدي إلى مجتمع افتراضي على هوية الطالبة.

كما أن عنصر التقمص الوجداني يشير إلى عملية تبادل الأدوار والشخصيات داخل المجتمع الافتراضي، حيث يمكن للأفراد تبني وتقمص شخصيات جديدة ومختلفة وتفاعل والمشاركة بطريقة مختلفة عن واقعهم مما يسمح لهم بتجربة هويات متعددة. باستخدام نظرية اجتياز المجتمع التقليدي، بالتحديد عنصر التقمص الوجداني يمكننا استكشاف عدة جوانب في هوية الطالبة الجامعية الافتراضية، بحيث يمكن أن تتقمص الطالبة الجامعية دور شخصية تحبها وترى أنها قدوتها فتنشأ هوية بصفات تلك الشخصية، كما يمكن للطالبة نشر محتوى يعكس الشخصية المراد تقمصها (اسم، صورة، فيديو... الخ).

الجانب النظري

للمدرسة

المجتمع الافتراضي

تعميد

- 1- مفهوم المجتمع الافتراضي
- 2- نشأة وتطور المجتمعات الافتراضية
- 3- خصائص المجتمع الافتراضي
- 4- أنواع المجتمع الافتراضي
- 5- أهداف المجتمع الافتراضي
- 6- علاقة المجتمع الواقعي بالافتراضي

تمهيد:

المجتمع الافتراضي هو مساحة افتراضية تجمع بين الافراد عبر شبكة الانترنت. حيث يمكن للأفراد التواصل والتفاعل مع بعضهم البعض في هذا الفضاء بشكل مشابه للتواصل في العالم الحقيقي. فالمجتمع الافتراضي متنوع ومتعدد الاهتمامات، حيث يجتمع المجتمع المستخدمون الذين يشاركون نفس الاهتمامات أو الهوايات أو الأفكار في هذه البيئة الافتراضية.

حيث تناولنا في هذا المبحث مفهوم المجتمع الافتراضي، نشأته وتطوره، خصائص المجتمع الافتراضي، أنواعه، أهدافه، وعلاقة المجتمع الواقعي بالافتراضي.

1- مفهوم المجتمع الافتراضي:

لمعرفة مفهوم المجتمع الافتراضي وجب التطرق إلى مفهوم المجتمعات، وذلك على أساس أن المجتمع يتكون من الجماعات ويعود مفهوم الجماعات الاجتماعية إلى زمن بعيد في تاريخ علم الاجتماع، وقد تمت دراسة الجماعات الاجتماعية وتفاعلاتها بأشكال وطرق متعددة وكذلك الظواهر المختلفة التي ترتبط بها اعتمادا على فلسفات وخلفيات اجتماعية متباينة ولكن مع انتشار الانترنت وظهور أنماط جديدة من الجماعات من العلاقات الاجتماعية التي لا ترتبط بالقوموية ولا الهوية ولا بمكان جغرافي محدد. (محمد، 2020، صفحة 179)

تعدد تعاريف لمفهوم الجماعات الافتراضية من قبل مختلف الخبراء والمهتمين بمجالات مختلفة. يعرف عمرو الجويلي هذه " الجماعات بأنها تشكلت نتيجة للثورة المعلوماتية وتمكنت من تقليص المسافات الجغرافية وتمكين التواصل بين الأفراد المتباعدين جغرافيا وتجمعهم بشعور بالولاء والمشاركة ". وعرف **Jonathan Layzer** هذه الجماعات " بأنها تشكلت عبر شبكة الانترنت ولا يقطن أعضاؤها في مكان واحد ولكنهم موزعون ومنتشرون عبر بقاع العالم بحيث تجمعهم اهتمامات واتجاهات مشتركة فيما بينهم ". (ماي، بدون تاريخ، صفحة 104)

يعرف **cege b couleux** المجتمعات الافتراضية بأنها العلاقة التي تنشأ بين مجموعة من مستخدمي منتديات النقاش والدرشة الإلكترونية يتقاسمون فيها بينهم الاهتمامات والقيم والأهداف المشتركة. المجتمع الافتراضي حسب **هاورد راينغولد** " هو تجمعات اجتماعية، تنشأ من الشبكة حين يستمر الناس بعدد كاف في مناقشتهم علنيا ولوقت كاف من الزمن بمشاعر إنسانية قابلة لتشكل علاقات شخصية في العالم الافتراضي ". (بيبيمون، 2016، صفحة 76)

كما يعرفه " محمد منير حجاب " المجتمع الافتراضي بأنه " مجتمع يضم أشخاص متباعدين جغرافيا، ولكن التواصل بينهم يتم عن طريق الشبكات الاجتماعية للتواصل بحيث ينتج بينهم نوع من الإحساس والولاء والمشاركة ". يركز على البعد الجغرافي من خلال عملية التواصل التي تخلق الانسجام بين الأشخاص.

وقد أشار **Warren Mayes** إلى أن المجتمع الافتراضي " هو فضاء طبيعي يحدث داخله تفاعل عام تتحول فيه الاهتمام بالمصالح العامة التي تخص الشأن العام الاجتماعي

على حساب مصالح الناس الخاصة ". بحيث يركز الباحث على أن المجتمع الافتراضي يناقش الشأن العام أكثر من الخاص.

كما نجد أن هناك من يعرفها ويربطها مباشرة بالمجتمع الواقعي على اعتبار الأشخاص الذين يتواصلوا عبر هذه المجتمعات هم أشخاص حقيقيين، فيعتبر المجتمع الافتراضي جزء من الحقيقي كما يمثل عملية تقاسم فضاء للاتصال مع الأفراد الذين يعرفون بعض، ويعتبر انعكاس للمجتمع الواقعي لكن بدون وجود أناس فعليون واتصالات حقيقية كما الواقع معناه تحمل خاصية الافتراضية وهو عبارة عن جمهور وأشخاص متلاشين عبر العالم ومتشنتين تجمعهم شاشة كومبيوتر أو هاتف للتواصل فيما بينهم. (صحراوي، 2023، صفحة 119)

2- نشأة وتطور المجتمعات الافتراضية:

ظهر المصطلح في صورته الإنجليزية على يد هاورد راينجولد **Rheingold**، وكان يعني به مجموعة من الناس تربطهم اهتمامات تربطهم ببعض بحيث لا تربطهم حدود جغرافية أو عرقية أو أي روابط سياسية، دينية، عقائدية... الخ يتفاعلون عبر مواقع التواصل الاجتماعي الحديثة. وعرفه بودهان بأنه استعمال الحاسب في المحاكاة التفاعلية لتمكين شخص ما من التفاعل مع بيئة اصطناعية يستخدمها ويعيش داخلها. (العابدين، 2020، صفحة 143)

يعد ظهور الإنترنت من العوامل التي ساهمت في ظهور المجتمعات الافتراضية، ظهرت المجتمعات الافتراضية على الخط **On line communistes**، في بدايتها بعل احتياجات التعليم **Education**، واستخدام تكنولوجيا الحاسوب والاتصالات الرقمية منذ تقريبا منتصف الثمانينات القرن الماضي، لتحقيق أغراضها التعليمية وبشكل آخر. ثم ظهرت المجتمعات الشبكية **Networked Communities** مع أوائل التسعينيات بعدها تطورت في شكل جماعات من مستخدمي الإنترنت يشتركون في عدة خصائص كالاهتمامات والميولات والأهداف، ثم انتشرت هذه المجتمعات الافتراضية بشكل كبير مع انتشار تكنولوجيا الويب، خصوصا تكنولوجيا الدردشة أو المحادثة **Chat Technology** والتي تدعم اليوم الكثير من المجتمعات الافتراضية على نطاق كوني واسع. (ياسين، 2019، صفحة 151)

ثم تطورت وانتشرت هذه المجتمعات الافتراضية بتطور تكنولوجيا الويب، وظهور مواقع التواصل الاجتماعية بحيث كان للإنترنت دور كبير في تشكيل عوالم افتراضية أو بما يسمى بالفضاء الرمزي **Cyber Space** الذي يعتبر فضاء جديد لإنشاء علاقات اجتماعية بدون

حدود عابرة للقارات والقوميات والأماكن. إن الجماعات الافتراضية التي تتخذ من الأنترنت وشبكتها مكان تخيلي لها، قد ساهمت في ظهورها وتطورها عدة عوامل والتي أهمها شبكة الأنترنت وكذلك ثورة الويب (0.2) وما نتج عنها من مواقع لشبكات الاجتماعية الرقمية. (صحراوي، 2023-2022، الصفحات 153-154)

3- خصائص المجتمع الافتراضي:

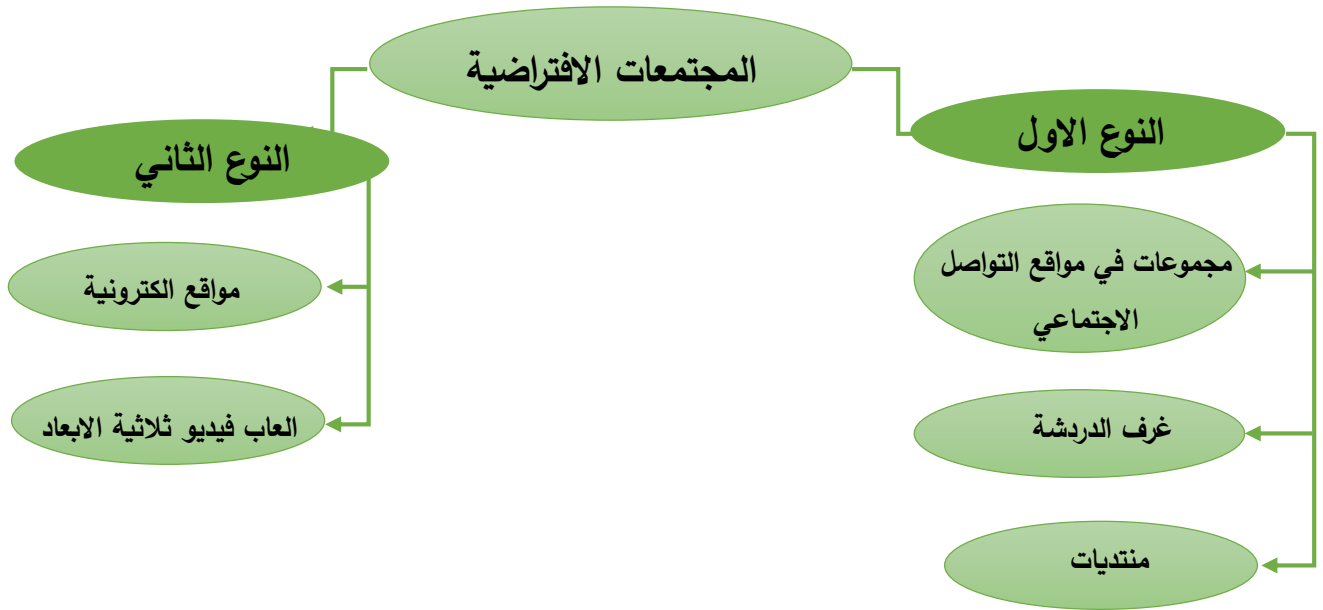
إن المجتمعات الافتراضية تتسم بالعديد من الخصائص التي تميزها عن المجتمعات الحقيقية، حيث أنها متاحة للأفراد الذين يريدون المشاركة في إحدى مجالاتها. فالمدينة الافتراضية حسب قول "ألبرت روبرت" **Alberta Ropert** و "ميشيل جينكنسون" **Jenkinson Micheal** مدينة لا تتام، أي هناك دائما مستخدمون نشطون ومشاركون حتى لوقت متأخر من الليل ولا غرابة في ذلك. فالتواصل عبر هذه المجتمعات الافتراضية بات شيء ضروري وإلزامي في حياة الأفراد اليومية وذلك ما دعا الباحثة " ماريا باكردييفا" **Maria Bakardjieva** للقول إن الحاسوب أصبح أسلوب حياة، وذلك في الفصل الذي أعدته بعنوان " التكنولوجيا في حياتنا اليومية ". (أسمهان، 2017-2018، صفحة 107) قد قام مجموعة من الباحثين سنة 1996 بالاتفاق على أهم الخصائص المشتركة للمجتمعات الافتراضية وهي:

الغرض أو الهدف المشترك بين المستخدمين وهو الغاية التي يتم التواصل والتفاعل من أجلها.

- الوصول والنفوذ إلى الموارد المشتركة ووجود سياسات ولوائح لتحديد الوصول إلى هذه الموارد.
- وجود أدوار مختلفة للأعضاء.
- العضويات التطوعية والإسهامات المختلفة لدعم المجتمع.
- حدود مشتركة للتقاليد الاجتماعية والبروتوكولات المتبعة.
- تاريخ المجتمع ووجوده على مدى فترة زمنية محددة.
- المعايير والقوانين التي تضبط الاشتراك في المجتمع المعني.
- البيئات الطبيعية المشتركة.
- وجود تواصل Interaction بين كل جماعة لوجود هدف موحد واحساس بهوية وانتماء مشترك بينهم.

- متغيرة وغير مستقرة باستمرار.
 - يلتزم كل منخرط لها بقواعد خاصة تنظمها ككيفية الاستخدام واحترام الآخرين... الخ
- 4-أنواع المجتمعات الافتراضية: تنقسم المجتمعات الافتراضية إلى نوعين، يضم النوع الأول كل من مجموعات في مواقع التواصل الاجتماعي وغرف الدردشة والمنتديات، أما النوع الثاني فيندرج ضمنه كل من المواقع الإلكترونية تحاكي الواقع، كألعاب الفيديو ثلاثية الأبعاد. (عباس و أ.رضوان، بدون تاريخ، صفحة 78)

شكل (1.1): مخطط يوضح أنواع المجتمعات الافتراضية (اعداد شخصي)



4-1-النوع الأول:

أ- مجموعات في مواقع التواصل الاجتماعي: سهلت مواقع التواصل الاجتماعي للأشخاص بناء صداقات والتعرف على أصدقاء افتراضيين جدد من خلال الدردشة وارسال واستقبال الرسائل. كما اتاحت للمستخدم عرض الصور والفيديوهات ومشاركتها وكذلك النشر والتعليق عليها. (أسمان، 2017-2018، صفحة 106) تعتبر هذه المجموعات نوع من أنواع المناقشة الالكترونية الافتراضية، بحيث تضم الافراد ذات الاهتمامات المشتركة لتبادل الحديث عنها، كالاهتمامات السياسية، الثقافية، الدينية... يمكن قراءة الرسائل مجموعة الاخبار بواسطة أي شخص يقوم بعرض المجموعة التي يتم طرح فيها هاته الرسائل. (بلقاسم، صفحة 473)

ب- **غرف الدردشة:** هي تجمع للمستخدمين الكترونياً يضم شخصين فأكثر، يتم التفاعل والتواصل فيما بينهم بشكل مباشر بالصوت والصورة معا أو الكتابة بوجود المعدات الالكترونية.

تعتبر غرف الدردشة أو ما يسمى بالمحادثات شكلاً من أشكال المقابلة الالكترونية، التي تتم فيها الحوارات بين المستخدمين بصفة متزامنة. وتعتبر المحادثة وسيلة اتصال بين الافراد المنضمين لنفس غرفة الدردشة عن طريق ارسال رسائل نصية.

ت- **المنتديات:** هي برامج خاصة تعمل على مواقع إعلامية على الإنترنت، وتسمح بمناقشة المواضيع المطروحة على الموقع من خلال النشر والتعليق، والتفاعل مع الأعضاء الآخرين الموجودين فيها. كما توفر أيضاً وسيلة فورية للتواصل بين الأعضاء المتواجدين في نفس الوقت على منصة المنتدى. (صحراوي، 2023، صفحة 161)

كما يعرفه موقع ويكيبيديا انه موقع يجمع الأشخاص من ذوي الاهتمامات المشتركة ليتبادلوا الأفكار والنقاش. (منتدى انترنت، 2024)

4-2- **النوع الثاني:** هي تلك المواقع الالكترونية التي تحاول تقليد العالم الحقيقي من خلال توفير مجموعة من المميزات المتعددة للمستخدم الافتراضي، مما يسمح لهم بممارسة تفاصيل متنوعة كما لو انهم في العالم الحقيقي، مثل التجول والسفر والبيع والشراء وغيرها، من أمثلة هذا النوع من المجتمعات الافتراضية هو مجتمع الحياة الثانية **second life** وهي حياة افتراضية ثلاثية أبعاد، بدأت فكرته كلعبة فيديو سنة 1999 ثم اطلاقه سنة 2003، بحيث تحولت الى مشروع حياة افتراضية تحاكي الواقع الحقيقي. تتيح هذه الخاصية للمستخدم تكامل تام عبر شبكات الويب حيث يستطيع المستخدم انشاء حياة افتراضية لها نفس خصائص الحياة الحقيقية، وذلك من خلال تحديد اسم ولقب داخل هذا العالم الافتراضي وكذا رسم صورة تحتوي على ملامحه الحقيقية وغيرها من المميزات التي اتاحت لهذا المستخدم الغوص في عالم مماثل لحياته الحقيقية. (عباس و أ.رضوان، بدون تاريخ، صفحة 79)

5- **أهداف المجتمعات الافتراضية:** تتعدد غايات وأهداف المجتمعات الافتراضية حسب المستخدم وميولاته ورغبته في استخدام هاته المجتمعات، وقد تكون هذه الأهداف دينية، ترفيهية، تعليمية، تثقيفية واجتماعية وغيرها ...

- **أهداف دينية أخلاقية Religious and moral:** تهدف إلى تعزيز الدعوة وتبادل النصائح والمواد الدينية المسموعة والمرئية والمكتوبة. ويجب أن يكون التمييز والحذر حاضرين دائماً، نظراً لأن الأفكار التي تتم تبادلها في الفضاءات الإلكترونية ليست دائماً خالية من التأثيرات الشخصية أو الأغراض الخاصة. لذلك، ينبغي على الأفراد الذين يمتلكون عناوين بريد إلكتروني أو حسابات على منصات التواصل الاجتماعي أن يكونوا حذرين عند استقبال رسائل تحتوي على أحاديث نبوية أو قدسية أو أدعية، وتدعو إلى إعادة إرسالها لكسب الأجر والثواب. ومن المهم أن يكون الحذر مناسباً، حيث لا يجب نشر كل ما يصل من رسائل، وقد يتطلب بعضها تحقيقاً وتأكداً قبل نشرها. بعض الرسائل قد تكون مفيدة وموثوقة، بينما قد تحتوي بعض الرسائل الأخرى على تهويل أو تهديدات بالنشر، مما يتطلب التعامل معها بحذر وترويجها بحكمة في العالم الافتراضي. (ياسين، 2019، صفحة 160)
 - **أهداف تعليمية Educational:** وذلك من خلال تبادل الأفكار والمعلومات والخبرات العلمية، فمواقع التواصل الاجتماعي والمجتمعات الافتراضية تعتبر مصدر لإثراء المعلومات والتثقيف مادام المستخدم يحسن استخدامها فيما ينفعه. قد أكدت الكثير من الدراسات أن معظم الطلاب يستخدمون موقع الفاسبوك بحيث يخرطون في النشاطات التابعة لكلية جامعتهم، كما تمكنهم من تواصل مع أصدقاء الدراسة وكذا الأساتذة.
 - **أهداف تجارية Commercial:** يستغل المستخدم المجتمعات الافتراضية لتسويق والترويج لأعمال تجارية معينة، ويصدق على هذه الأهداف في المجتمعات الافتراضية ما يصدق عليها في الواقع من تحايل ومبالغة. (الديربي، 2013)
 - **أهداف سياسية Political:** وتكون هذه الأهداف كالترويج للبرامج الانتخابية والاجندات، وطرح برامج المرشحين كما قد تكون لغايات كالتحريض وتحشيد الرأي العام كما حصل في تونس ومصر وكذلك الجزائر في حراك 2019 الذي غير المجرى السياسي.
 - **أهداف نفسية واجتماعية Psychological and social:** أي أن المستخدم يشبع حاجاته ورغباته الاجتماعية من خلال هذه المجتمعات الافتراضية، بحيث يكون صداقات ويتعرف على أفراد جدد من أماكن مختلفة في العالم. (حسني، 2019)
- من خلال ما سبق التطرق إليه من غايات وأهداف المجتمعات الافتراضية، يمكن القول إن الهدف من استخدام المجتمعات الافتراضية يتحدد من طرف المستخدم واحتياجاته في العالم الافتراضي، حيث تشمل أغلب الأهداف تبادل المعرفة ودعم الابتكار والابداع وكذا انشاء

علاقات بين افراد مختلفين عرقيا وجنسيا ودينيا... كما تعزز التضامن والتعاون بين الأعضاء من خلال طرح انشغالاتهم والبحث عن حلول لها.

6- علاقة المجتمع الواقعي بالافتراضي:

بتطور الانترنت أصبح المجتمع الحقيقي مجتمع مواز يتخذ من المجتمع الافتراضي مجالا له، فإن العالم الافتراضي أثبت وجوده وازداد انتشاره وذلك لما يتميز به عن المجتمع الواقعي من مميزات خاصة كعدم وجود حدود زمانية ومكانية وكذا يتيح للمستخدم عديد من تمثيلات جديدة. يعتبر الباحثون أن الحدود القائمة بين المجتمع الافتراضي والواقعي وهمية بدأت في تلاشي.

ذكر الباحثون مصطلحين يبيننا طبيعة العلاقة بين المجتمع الافتراضي والواقعي وهما المكان والزمان، ففي المجتمع الواقعي الأرض المادية هي موقع اللقاء، أما في المجتمع الافتراضي يلتقي المستخدمون عبر فضاء إلكتروني من خلال الأفكار والآراء فقط. (عباس و أ.رضوان، بدون تاريخ، صفحة 79)

شكل (2.1): يمثل العلاقة بين المجتمع الواقعي والمجتمع الافتراضي



المصدر: مروى ماي، المجتمعات الافتراضية.. ملاذ واقعي للمطالبين بالحرية، جامعة قسنطينة 3، الصفحة 111.

يطلق الباحثون على المجتمع الواقع مصطلح مجتمع الانطباعات الدافئة، أما المجتمع الافتراضي مصطلح مجتمع الانطباعات الباردة وذلك يدل على الأهمية البالغة للغة الجسد من ايماءات و اشارات وغيرها التي لا توجد في المجتمع الافتراضي. فالمجتمعات الافتراضية تختفي بمجرد اغلاق الهاتف أو الكمبيوتر، على عكس المجتمع الواقعي.

المهوية الافتراضية

تمهيد

1- تعريف المهوية

2- أنواع المهوية الحقيقية

3- المهوية الافتراضية

4- أنواع المهوية الافتراضية

5- خصائص المهوية الافتراضية

6- من المهوية الحقيقية إلى المهوية الافتراضية

تمهيد:

الهوية الافتراضية تعني الهوية التي يعرف بها الشخص على الانترنت، وتختلف عن الهوية الحقيقية التي يعرف بها في الواقع، يمكن للأفراد خلق شخصيات مختلفة على الانترنت تعبر عن جوانب من شخصيتهم الحقيقية أو تختلف عنها تماما. تأخذ الهوية الافتراضية العديد من الأشكال حيث يمكن للفرد استخدامها للتعبير عن نفسه بحرية أكبر. فقد تطرقنا في هذا المبحث إلى تعريف الهوية، أنواع الهوية الحقيقية، الهوية الافتراضية، أنواع الهوية الافتراضية، خصائصها، ومن الهوية الحقيقية إلى الهوية الافتراضية.

1- تعريف ال هوية: Identity

يعد اريكسون Erikson أول من استخدم مفهوم الهوية بصفة علمية في الدراسات النفسية واستخدمه ليعني به ذاتية الفرد بحيث يكون للمرء باستمرار كيان متميز عن الآخرين ويرى اريكسون Erikson أن الهوية تولد من خلال التفاعل بين المكانيات السيكولوجية والعوامل الاجتماعية وللهوية علاقة بخصائص الفرد التي تجعله فريداً أو متماثلاً مع الآخرين. (ابراهيم، 2020، صفحة 142)

تعريفات الهوية تتفق على أنها تعني فهم الفرد لذاته في سياق علاقاته بالآخرين. الهوية لا تقتصر على الجانب الشخصي والنفسي بل تمتد أيضاً إلى الجانب الاجتماعي من خلال التفاعل مع المجتمع. الفرد يبني معنى لنفسه وللأحداث من خلال العوامل الثقافية والاجتماعية التي يتفاعل معها. أما هوية الأمة، فتحدد بعلاقتها مع الأمم الأخرى، حيث تتكون الأمة من مجموعة أفراد لهم قواسم مشتركة من عادات وتقاليد وتاريخ. هذه القواسم المشتركة تساعد في تمييز الأمة عن غيرها، وتشكل هويتها بواسطة عوامل مثل الجغرافيا والتاريخ والعادات والدين، وكل هذه العوامل تتفاعل مع بعضها في سياق اجتماعي وثقافي وزماني (عادل، 2016، صفحة 274).

الهوية هي نتيجة العمليات الثقافية والاجتماعية التي تشكلها الأفراد طوال حياتهم وعلاقاتهم مع الآخرين. وتعتبر الهوية تركيبة معقدة ومتشابكة تتأثر بالتناقل. ووفقاً لعلي حرب، فهي مزيج من الميول والأهواء والروابط والعلاقات والعقائد والمحرمات، وتتغير بمرور الوقت. وبسبب العديد من التعاريف المختلفة لهذا المفهوم الاستراتيجي، الذي يساهم في تنظيم وتماسك المجتمعات ويتعلق بشعور الفرد بالانتماء وتفاعله مع بيئته، فإن الهوية تمثل تصوراتنا عن الآخرين وأنفسنا وعلاقتنا بهم. وترتبط الهوية بالفرد والمجتمع، وتصبح هوية جماعية وفقاً للمدرسة الثقافية. (بريجة و قويدر سيكوك، 2021، صفحة 129)

يمكن القول إن الهوية مجموعة مميزات تميز الفرد عن غيره في المجتمع، وتعطيه خاصية التفرد عن الآخرين. تتبلور تركيبة هوية الفرد عبر الزمن من خلال عدة عوامل منها البيئة التي ينتمي إليها والعادات والتقاليد التي يتبعها أفراد مجتمعه وتجارب التي يخوضها في الحياة اليومية، من علاقات اجتماعية، ثقافية، دينية ... الخ.

2-أنواع الهوية الحقيقية:

أ-الهوية الاجتماعية:

تشير الهوية الاجتماعية إلى مجموعة المعايير التي تسمح بتعريف فرد ما أو جماعة ما على نحو اجتماعي، وهي بالتالي مجمل المعايير التي تسمح للفرد بالاستحواذ على وضعيته الخاصة ومركزه في إطار مجتمعه. وهي عبارة عن مجموعة من المميزات والمحددات 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 بوجوده، مستويات تشكل الهوية الاجتماعية وعلاقتها بالمجالات الأساسية المكونة لها لدى عينة من طلبة الصف الأول الثانوي من الجنسين، وانتمائه لتكوين هويته. كما تشبع حاجياته المادية والمعنوية، فتمنحه الشعور بتقدير الذات وبالتالي يعتبر نفسه جزءاً لا يتجزأ من جماعة الانتماء. ومن هذه الزاوية، فالهوية تجعل من الفرد جزءاً من الجماعة لا يمكن تجاهله ولا الاستغناء عنه بينما يعد عنصراً مهماً مكملاً لها، هي عملية ينجم عنها الارتباط بالجماعة. ويمكن اعتبارها الصورة الذهنية التي يحملها عنا الآخرون.

ب-الهوية الثقافية:

نعني بمفهوم الهوية الثقافية ذلك المفهوم التاريخي الثقافي الذي يتشكل لدى الفرد من خلال التأثيرات الثقافية التي يتعرض لها. ودور الثقافة في تعزيز الهوية الثقافية يكمن في عملية التمثيل العاطفي والاجتماعي، والاندماج التاريخي والثقافي والنفسي. وتعرف منظمة اليونسكو الهوية الثقافية بأنها انتماء الأفراد إلى مجموعة لغوية محلية أو إقليمية أو وطنية، وتتضمن قيماً أخلاقية وجمالية تميزها، وتشمل أيضاً تاريخ المجموعة وتقاليدها وعاداتها وأسلوب حياتها، وشعورنا بالانتماء والمشاركة فيها، أو تشكيل قدر مشترك منها. وتعتبر الهوية الثقافية طريقة تظهر فيها أنفسنا بشكل كامل، وتعتبر لكل فرد منا معادلة أساسية تحدد بشكل إيجابي أو سلبي الطريقة التي ننتمي بها إلى مجتمعنا والعالم بشكل عام. (صحراوي، 2023، صفحة 154)

ج-الهوية الشخصية:

يعرف **Goffman** الهوية الشخصية للفرد بمجموع الإشارات الواضحة وهي مزيج فريد من الحقائق عن السيرة الذاتية التي تميزه عن الآخرين. يشير إلقاء الضوء على الهوية الذاتية

إلى مفاهيم مثل الوعي الذاتي وتعريف الذات، وتحتوي على المشاعر والتصورات والخبرات والخطط المستقبلية المتعلقة بالفرد. تتجذر هذه الهوية في التجارب السابقة وكذلك في سياق ثقافي يتأثر به كل العلاقات والتفاعلات، وهي باستمرار معاد إنتاجها. والهوية الفردية هي ما يحمله الفرد من تصور عن ذاته، أي كيف يرى نفسه وكيف يعرفها أو كيف يسوقها للآخرين. وهي هوية متغيرة تتطور عبر مراحل مختلفة من النمو المعرفي والإدراكي للأفراد والتي تخضع للعوامل التالية: عامل النضج الذاتي وعامل البيئة الاجتماعية بكل ما تحمله من متغيرات. وتنشأ من خلال هذه التراكمات ما يسمى "الشخصية"، وهي عنصر من عناصر الهوية يتيح للفرد أن يتوقع في الإطار الاجتماعي، فهي التي يسعى الفرد لبنائها منذ مرحلة الطفولة وحتى مرحلة الشيخوخة.

د- الهوية الجماعية:

يعتبر **George Herbert Mead** من الأوائل الذين طرحوا فكرة الوعي بالذات"، بحيث أنها ليست نتاجا فرديا بل نتاج تفاعلات اجتماعية يتشعب بها الفرد وكذلك هوية الفرد مبنية على المجتمع الذي ينتمي إليه. (صحراوي، 2023، صفحة 156)

3- الهوية الافتراضية: Virtual identity

منذ ظهور الإنترنت ومواقع التواصل الاجتماعي تزايد استخدامهم من طرف الأفراد ظهرت ما يسمى بالهوية الافتراضية، حيث أصبحت جزءا أساسيا من حياة الأفراد. فهي تعتبر هوية يستخدمها الأفراد للتفاعل مع الآخرين دون الكشف عن هويتهم الحقيقية، كما قد تكون هذه الهوية نفسها الحقيقية تماما وأحيانا تختلف عنها وتكن تمثل بعض الجوانب المعينة للشخص.

وحسب موقع بوابة علم الاجتماع فإن الهوية الافتراضية تعرف بأنها الهوية التي نظهرها على الإنترنت ومن خلال وسائل التواصل الاجتماعي. أنها مجموعة من معلومات والتفاصيل التي نشاركها عبر منصات الإنترنت والتي تظهر جوانب مختلفة من حياتنا وشخصياتنا. (الإجتماع، بلا تاريخ)

ويطلق عليها كذلك بالهوية الرقمية أي مجموعة بيانات رقمية تستخدم لتمثيل هوية مستخدم ما ظهور الهوية الرقمية يعود إلى بداية استخدام الإنسان الحديث لتكنولوجيا المعلومات، وخاصة مع ظهور مواقع التواصل الاجتماعي والإنسان السايبورغي الذي يمزج حياته

العضوية بالآلة لتصبح جزءًا لا يتجزأ منه. وبما أن الهوية الواقعية تحمل تقسيمات وتنوعات، فإن دخولها عالم الافتراض والرقمنة زاد من تعقيداتها.

التواصل الاجتماعي عبر الشبكات اليوم يُعرف بأنه "تواصل اجتماعي يعتمد على تقنية منتشرة على الإنترنت تسمح للمستخدمين بإنشاء متصفحات أو صفحات شخصية، وتحميل الصور والفيديو، وإرسال الرسائل إلى العائلة والزملاء بهدف التواصل". (راضية و د.بومزير، 2021، صفحة 186)

ويعمل المستخدم الذي يشارك ويتفاعل وينشط في سياق المتحاورين المتخيلين اجتماعيا في مواقع التواصل في واجهة تمثله، على تدوين من خلال هذا الفضاء الرقمي من ناحية ومن ناحية أخرى يصنع هوية افتراضية تحاكي نمط حياته كالجنسية، والدين والعمل.... يمكن القول إن المجتمعات الافتراضية على اختلاف أشكالها وأنواعها هي مجالات اجتماعية افتراضية تقوم على مبدأ التفاعل والتبادل المشترك بين أعضائها لكن لن يأتي لهم تحقيق تلك الحاجيات الاجتماعية في التواصل إلا من خلال تشكيل هوياتهم وتمثيلهم في صور وبيانات رقمية لإقامة مجموعة من العلاقات الافتراضية والتي تتجسد في هذا النوع من المجتمعات.

4-أنواع الهوية الافتراضية:

حيث تنقسم الهوية الافتراضية إلى ثلاثة عناصر رمزية تعكس مظهراتها في المجتمع الشبكي، تبرز ملامحها والتغيرات الحاصلة لها:

أ-الهوية التصريحية أو المعلنّة: "**Identity declarative**" تظهر من خلال المعلومات التي يجري إدخالها من قبل صاحب الحساب سواء كانت حقيقية أو مستعارة مثل: الاسم، تاريخ الميلاد، الصورة، العمل، الهويات... إلخ. (بنسليمان، 2022، صفحة 457) أي أن هذا يعبر عما يصرح به المستخدم من معلومات شخصية عن نفسه في المجتمع الافتراضي.

ب-الهوية النشطة: "**Identity active**" تبرز من خلال التقارير الدورية للصفحة عن نشاطات المستخدم مثل: إضافة صديق أو الانضمام إلى مجموعات معينة ". (بيبيمون، 2016، صفحة 72) وهذا النمط يكشف عن مختلف الأفعال والنشاطات التي يقوم بها المستخدم عبر موقع التواصل الاجتماعي والتي تعطي بدورها شكلا حول هويته الاجتماعية تحديدا وحول آراءه وأفكاره واهتماماته أيضا.

ج- الهوية المحسوبة: "Identity calculated" تبرز من خلال متغيرات عددية يعدها النظام وتعرض على الصفحة، توضح عدد الأصدقاء، عدد المجموعات والتواريخ المهمة، كذا المنشورات... الخ (بيبيمون، 2016، صفحة 73) معناه بيانات إحصائية كمية تعطي من خلال النظام للمستخدم تلقائياً.

هناك من يرى أن الهوية الافتراضية هي انعكاس للهوية الحقيقية عندما تكون المعلومات المعطاة صحيحة وحقيقية. كذلك تسمح الهوية الافتراضية أن يكون الفرد أكثر نشاطاً عن الهوية الحقيقية، وذلك لأنها تتجاوز الحدود من دون القيود الموجودة في الواقع، وتخرج هذه البيئة الذات الداخلية للفرد. إلا أن هذه المجتمعات تسمح لمجهولي الهوية بالنشاط والتفاعل. للهوية الافتراضية فوائد وسلبات متعددة، فهي تمنح الحرية للمستخدم وكذلك توسع الواقع لديه من الناحية الإيجابية إلا أن سلبياتها أكثر: فالمستخدم لا يبالي في الكشف عن خصوصياته وما يترتب عليه من عواقب، ازدواجية الشخصية وانفصامها للفرد بين الواقع والافتراض، احتمال تعرض الهوية الافتراضية للقرصنة، فيضان من المعلومات التي تؤثر في تفكير المستخدم.

الهوية الإلكترونية ليست مجالاً للمناقشة الفكرية، بل هي أسلوب حياة ضرورية لكثير من الناس. (شمدين، 23 يونيو 2018، صفحة 17)

5- خصائص الهوية الافتراضية:

- الغموض: تعتبر الهوية الافتراضية غامضة وغير واضحة وذلك لأن أفراد المجتمع الافتراضي متلاشون، ومن هنا يمكن لأي مستخدم أن تكون له عدة شخصيات يستعملها من خلف الشاشات حتى يمكنه النشر بصفة مجهول لهوية.
- الحرية: تتمتع بحرية منقطعة النظير وتمارس بحق الحق في الاتصال له لما تنفرد به من نقد ومشاركة.
- صعوبة المعرفة: حيث يصعب معرفة مشاعر الأفراد فمشاعرهم الافتراضية تختلف عن مشاعرهم الحقيقية، وإن تعاملت مع هويات أخرى تختلف معها فإنها في الكثير من الأحيان تنطلق من إرثها وثقافتها وتقدم نفسها من الذات الكلية، وهو ما يؤكد الاستثناء الثقافي في مواجهة المثاقفة **acculturation**.

- **المرونة:** أي قابلة للتغير وتبدل بحيث تتغير حسب اختيارات أطراف أخرى، ربما شخصيات "انترنتية" أخرى تتقمص هويات غيرها. أو من قبل اختراقات برمجية أو توظيفات متنوعة لهوية. (بوبكر و د.دليلة بولكلوك، 2021، صفحة 488)
- **تقنية:** أي أنها تتطلب وتوجب المستخدم التعامل مع برامج المحادثة الحاسوبية وتطبيقات الشبكات الاجتماعية.
- **قوية:** تمنح للمستخدم الإرادة القوية للتعبير عن ذاته داخل المجتمع الافتراضي، فكل مستخدم له رغبة وحاجة يشبعها سواء كانت رغبة في لتعلم أو الاستطلاع أو توسيع دائرة المعارف. (طلحة، 2018، الصفحات 8-9)

6- من الهوية الحقيقية إلى الهوية الافتراضية:

تطور مفهوم الهوية عبر العصور، حيث حددت أنها مجموع العوامل الموضوعية والعوامل الذاتية التي تجعل من الشخص نفسه تجمع بين مميزاته ومميزات غيره وما هو دائم ومستمر وما يشكل وحدته. مع ظهور شبكات ومنصات التواصل الاجتماعي ظهر مفهوم الهوية حسب هذه الشبكات وخصائصها، بعيدا عن خاصية الدوام والاستمرارية والثبات، لتكون الهوية نوعا من البيانات والمعلومات تجسد الإنسان في الواقع الافتراضي. (حنان، 2018، صفحة 51)

إن الفضاء الافتراضي أتاح آفاقا لظهور أشكال هويات جديدة ومختلفة، حيث هناك شبه انسحاب من المجتمع الواقعي إلى المجتمع الافتراضي أو حالة من التمرد عليه. (بوبكر و د.دليلة بولكلوك، 2021، صفحة 502)

يتأثر الفرد المستخدم لشبكات التواصل الاجتماعي بإدراك الجمهور الذي يتمثل في الأصدقاء والمتابعين الذين في حساباته، بحيث يختلف نشر وتفاعل في مجموعات تضم الأصدقاء والمقربين عن مجموعات لا تضم جهات اتصال أو أشخاص يعرفهم المستخدم، بالتالي طبيعة الجمهور تتحكم في هوية وتعبير عن الذات، كما يمكن تقديم مجموعة من الاعتبارات التي يخضع لها تقديم هاته الهوية:

- أن تكون هذه الهوية تتوافق مع متطلبات الحياة التقنية.
- أن تكون هذه الهوية تتوافق مع توقعات الجمهور أي الأصدقاء والمتابعين وكذا تتماشى مع انطباعاتهم الأولية عن ذات هذا الفرد المستخدم.
- ألا ترتبط بأي نوع من الحدود الجغرافية المعروفة.

- أن تتميز بالحضور الرقمي للمستخدم.
 - يجب أن تتصف بالمرونة وليونة لمواكبة التحديثات التقنية المتجددة في الواقع الافتراضي لشبكات التواصل الاجتماعية. (صراوي، 2023، صفحة 176)
- في المجتمع الافتراضي لا يكون الفرد مجرد ماديا، بل رمزيا بحيث يمثله رمز يدعى بالأفاتار (Avatar)، فالمستخدم في البيئة الافتراضية يؤثر على التمثيلات الرمزية الخاصة به لا عن ذاته في الواقع. تحمل هذه التمثيلات مجموعة من البيانات الرقمية المنظمة بشكل معين يعطي صورة عن ذات الفرد افتراضيا فهي بمثابة بطاقة هوية له، حيث يتحكم الفرد في الصفات التي يضيفها لهذا الأفاتار من تعديلات تمس لون الشعر، لون وحجم العينين، تعابير الوجه، القدرات الجسدية، المهارات والهوايات ... لتصبح أكثر تكاملا كما هو في الواقع تماما.
- لكن يكمن الاختلاف في أن التعديلات التي نقوم بها على الأفاتار لا حدود لها وهي خاضعة إلى:
- مبدأ الرغبة: والتي تكون متغيرة في الكثير من الأحيان الشيء الذي يدفع بالمستخدم بتغيير الصورة الرمزية في كل مرة.
 - الخيال: ونعني بهذا أن المستخدم يقوم بإنشاء صورة رمزية من خياله وتصوره.
 - الحرية: أي أن المستخدم له كامل الحرية في إنشاء الأفاتار بهيئة التي يريده بها أن يمثله في الواقع الافتراضي.
 - التفريغ: يمثل انعكاس للحالة النفسية والجسدية للمستخدم بالتالي تكون الصورة الرمزية رهينة لضغوطاته ومشاكله.
 - العوض: تسد الصورة الرمزية النقص الذي يشعر به المستخدم. (سارة، 2021، صفحة 144)

يمكن القول إن الانتقال من الهوية الحقيقية إلى الهوية الافتراضية ما هو إلا نتاج التطور التكنولوجي منذ ظهوره إلى يومنا هذا، فانضمام الأفراد إلى المجتمع الافتراضي دفع بهم لإنشاء هوية تواكب وتتماشى مع خصائص هذا المجتمع. فقد أتاح لهم حرية في تجسيد هذه الهوية فهناك أفراد يصرحون بمعلوماتهم الشخصية الحقيقية ويبدون آراءهم وأفكارهم كما الواقع لا تغيير فيها، بالتالي يجسدون الهوية الحقيقية في العالم الافتراضي كما هي، وهناك صنف آخر يبني هوية في العالم الافتراضي منافية للواقعية ومكملة لهويته الواقعية بحيث

يتطرق فيها إلى الجوانب التي يريدها أن تكون في الواقع فمثلا يقيم في الجزائر لكن في حسابه الشخصي يقيم في دولة أوروبية، بالتالي هو يعيش الهوية التي يطمأنها أن تكون واقعية في العالم الافتراضي، أو يريد أن يعمل محامي فيضع في الوظيفة أو العمل في حسابه الشخصي أنه يعمل محامي وهكذا. فبالتالي المستخدم له حرية مطلقة في انشاء هويات حسب رغبته والمواصفات التي يريدها.

الجانب الميداني للدراسة

تمهيد

تطيل خصائص أفراد العينة

المحور الأول: استخدامات الطالبة الجامعية لمواقع التواصل الاجتماعي

المحور الثاني: تأثير الصورة الافتراضية على تصور الطالبة الجامعية لنفسها في المجتمع الافتراضي

المحور الثالث: الصورة الافتراضية والصورة الحقيقية

نتائج خصائص أفراد العينة

نتائج المحور الأول

نتائج المحور الثاني

نتائج المحور الثالث

مناقشة النتائج في ضوء الدراسات السابقة

النتائج العامة للدراسة

تمهيد:

يتناول هذا الفصل من الدراسة تحليل بيانات التي تم جمعها من خلال الدراسة الميدانية على عينة من الطالبات الجامعيات المقيمات بإقامة الدكتور بلعربي عبد القادر للإناث بمستغانم-كنموذج.

وقد تم ضبط الإجابات في شكل جداول تحتوي على التكرارات والنسب المئوية الممثلة للإجابات، ثم التعليق عليها بأسلوب الكمي والكيفي ومحاولة إعطاء تفسيرات ذات دلالات لأجوبة المبحوثين، كما يعتبر هذا الجانب الأهم في الدراسة باعتباره الجزء الذي يثبت ما تم انتقائه في الجانب النظري للدراسة، ومنه يتبين لنا ما إذا تم تحقيق أهداف الدراسة والاجابة عن الإشكالية المطروحة.

1. عرض وتحليل نتائج الاستبيان

1.1. خصائص العينة:

أ- خصائص العينة وفق متغير السن:

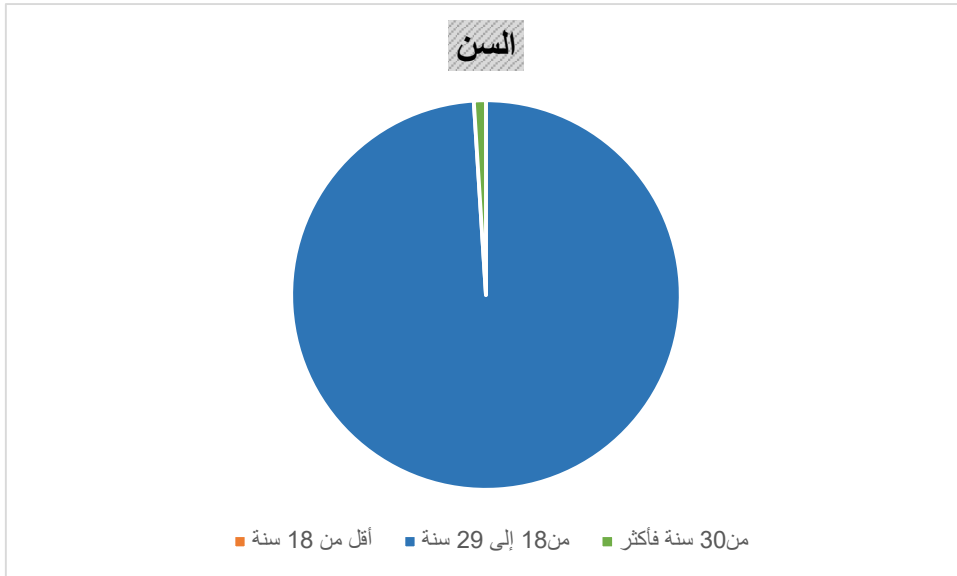
الجدول رقم (1) توزيع أفراد العينة وفق متغير السن

النسبة	التكرار	السن
%0	0	أقل من 18 سنة
%99	99	من 18 إلى 29 سنة
%1	1	من 30 سنة فأكثر
%100	100	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبة اعتمادا على مخرجات الاستبيان.

-والشكل الاتي يوضح توزيع أفراد العينة وفق متغير السن:

الشكل (1): توزيع النسب وفق متغير السن



المصدر: من إعداد الطالبة اعتمادا على مخرجات برنامج (Excel).

يلاحظ من خلال الجدول والشكل السابقين الذين يوضحان أن ما نسبته 99% تمثل الطالبات اللاتي عمرهن يتراوح ما بين 18 سنة إلى 29 سنة، نسبة 0% تمثل الطالبات

اللاتي عمرهن أقل من 18 سنة، أما نسبة المتبقية فهي 1% كانت من حصة الطالبات اللاتي عمرهن أكثر من 30 سنة.

يمكننا تفسير غياب الفئة العمرية أقل من 18 سنة كون أن أغلب الطالبات اللاتي ينتقلن للجامعة تبدأ أعمارهم من 18 سنة، أما تفسير تغلب الفئة العمرية التي تتراوح ما بين 18 سنة إلى 29 سنة كونها تمثل الفئة الشبابية التي تدرس في الجامعة.

ويمكننا تفسير قلة الفئة العمرية من 30 سنة كون العينة تتكون أغلبها من المستويين الليسانس والماستر وفئة قليلة من الدكتوراه، وهذا يفسر قلة هذه الفئة بحيث تتراوح أعمار الطالبات ذات المستويين الليسانس والماستر بين 18 سنة إلى 29 سنة.

ب- خصائص العينة وفق متغير الحالة الاجتماعية:

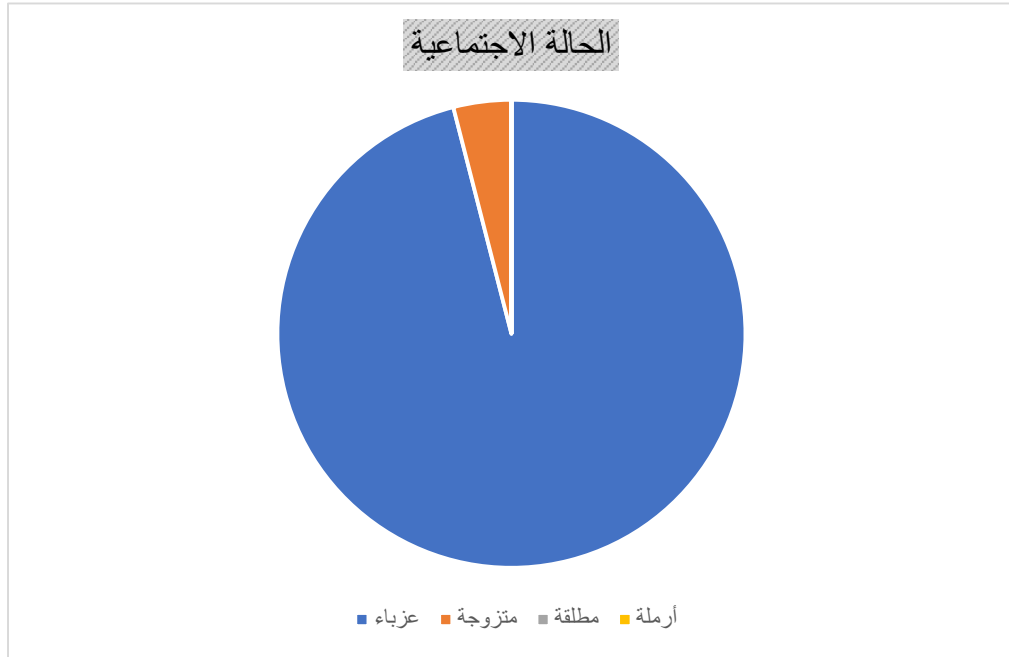
الجدول رقم (2): توزيع أفراد العينة وفق متغير الحالة الاجتماعية:

النسبة المئوية	التكرار	الحالة الاجتماعية
96%	96	عزباء
4%	04	متزوجة
0%	0	مطلقة
0%	0	أرملة
100%	100	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبة اعتمادا على مخرجات الاستبيان.

-والشكل الاتي يوضح توزيع أفراد العينة وفق متغير الحالة الاجتماعية:

الشكل (2): توزيع النسب وفق متغير الحالة الاجتماعية



المصدر: من إعداد الطالبة اعتمادا على مخرجات برنامج (Excel).

من خلال كل من الجدول والشكل السابقين نجد أن أغلب أفراد العينة من فئة العازبات واللاتي بلغن عددهن 96 مفردة تمثل نسبة 96%، وتليها فئة المتزوجات التي قدرت بنسبة 4% حيث تمثل عدد 4 مفردات، أما كل من فئة المطلقات والأرامل لم تسجل أي نسبة. يمكننا تفسير تغلب فئة العازبات أن الفتاة التي تدرس وهي عازبة تدرك أهمية التعليم وتحقيق الذات، ما يجعلها تحدد هدف وتدرس من أجل الوصول إليه قبل الزواج وتزايد المسؤولية. كما يمكننا تفسير قلة نسبة المتزوجات اللاتي يدرسن بالجامعة ومقيمات ذلك يرجع لقيود أسرية كما يمكن للزوج عدم السماح لزوجته أن تدرس وتقيم في إقامة جامعية.

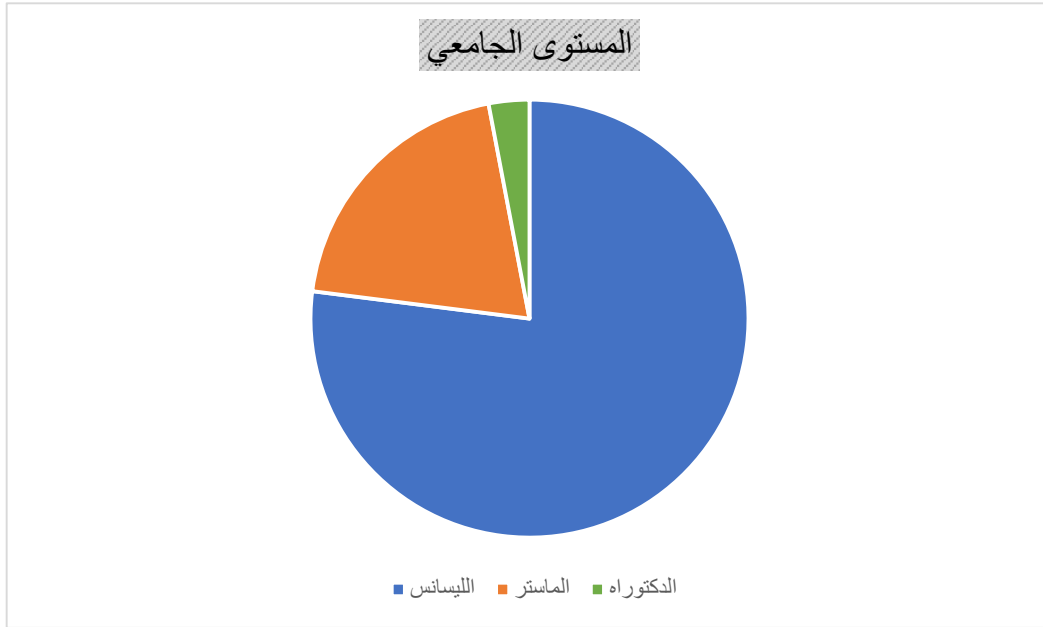
ج- خصائص العينة وفق متغير المستوى الجامعي:

الجدول رقم (3): توزيع أفراد العينة وفق متغير المستوى الجامعي:

النسبة	التكرار	المستوى الجامعي
77%	77	الليسانس
20%	20	الماستر
3%	3	الدكتوراه
100%	100	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبة اعتمادا على مخرجات الاستبيان.

الشكل (3): توزيع النسب وفق متغير المستوى الجامعي



المصدر: من إعداد الطالبة اعتمادا على مخرجات برنامج (Excel).

يوضح كل من الجدول والشكل السابقين المستوى الجامعي أن ما نسبته 77% أي 77 مفردة من العينة تمثل الطالبات اللاتي يدرسن ليسانس، ثم نسبة الماجستير التي بلغت 20% تقابلها 20 مفردة من العينة، فيما مثلت نسبة الدكتوراه 3% كأقل نسبة تمثل 3 مفردات من العينة.

يمكننا تفسير نسبة الليسانس أعلى نسبة مسجلة وذلك لأن الطالبة تكون مجبرة على دراسة ثلاث سنوات ليسانس لتحصل على الشهادة الجامعية، فتكون نسبتهم أعلى عكس ما نرى نقص نسبة فئة الماجستير فتكون الطالبة مخيرة على اكمال الماجستير أو الاكتفاء بدرجة ليسانس ونفس التفسير ينطبق على انخفاض نسبة الطالبات اللاتي يدرسن دكتوراه.

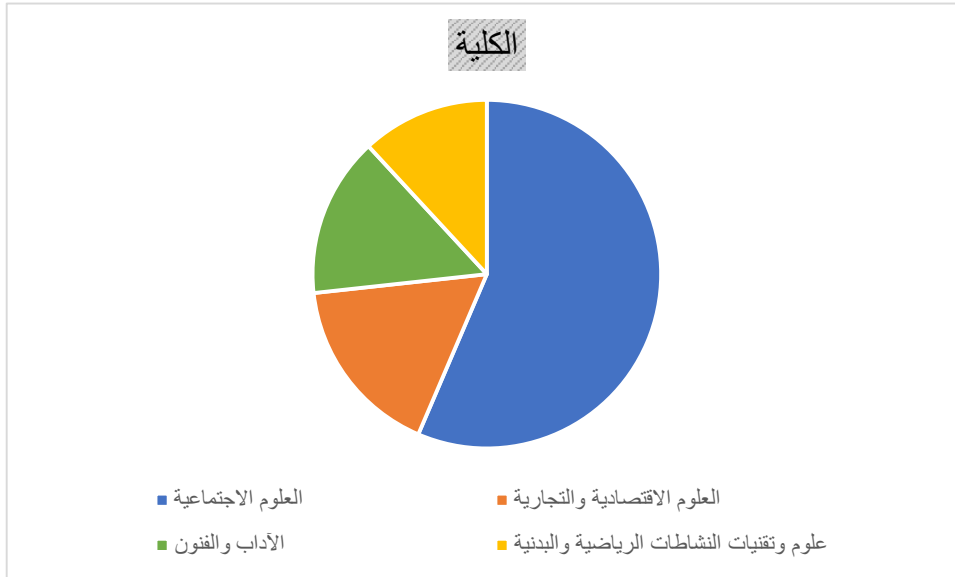
خصائص العينة وفق متغير كلية الانتساب

الجدول رقم (4): توزيع أفراد العينة متغير كلية الانتساب:

النسبة المئوية	التكرار	الكلية
57%	57	العلوم الاجتماعية
17%	17	العلوم الاقتصادية والتجارية
15%	15	الآداب والفنون
12%	12	علوم وتقنيات النشاطات الرياضية والبدنية
100%	100	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبة اعتمادا على مخرجات الاستبيان.

الشكل (4): توزيع أفراد العينة وفق متغير كلية الانتساب



المصدر: من إعداد الطالبة اعتمادا على مخرجات برنامج (Excel).

يلاحظ من خلال الجدول والشكل في الأعلى أن توزيع النسب حسب الكلية أن أغلب الطالبات تدرس علوم اجتماعية حيث بلغت نسبتهم 57% التي تمثل 57 مفردة من العينة، ثم تليها نسبة العلوم التجارية والاقتصادية ب 17 مفردة أي 17%، أما ما نسبته 15% بتكرار 15 يمثل الطالبات اللاتي تدرسن الآداب والفنون، لتأتي النسبة القليلة 12% طالبات علوم وتقنيات النشاطات الرياضية والبدنية.

يمكننا تفسير وجود هاته الكليات عن غيرها راجع لطبيعة المكان الذي أجريت فيه الدراسة الميدانية، بحيث تتواجد الإقامة الجامعية بمحاذاة الجامعة التي تضم هاته التخصصات.

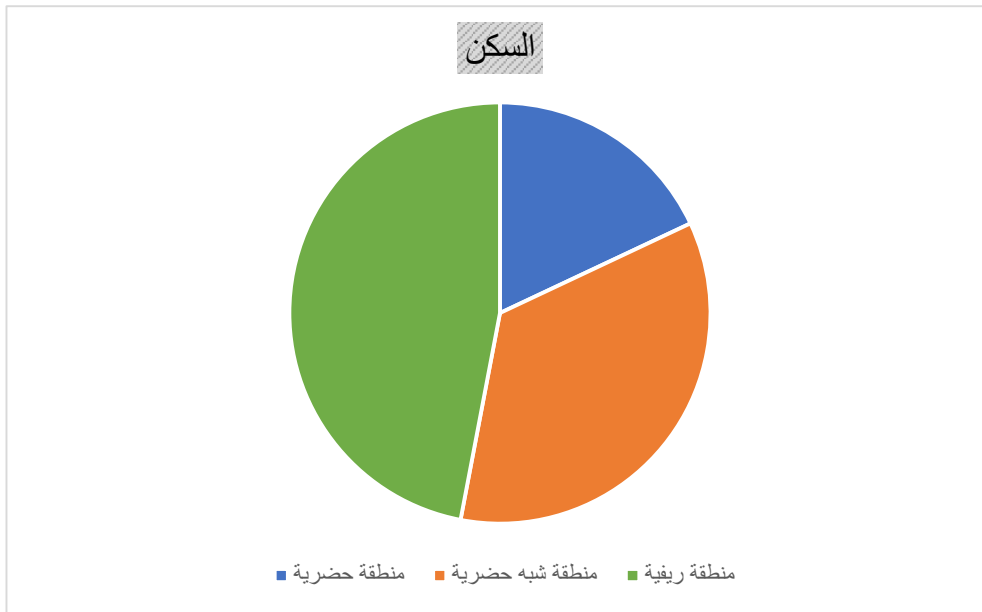
د- خصائص العينة وفق متغير السكن

الجدول رقم (5): توزيع أفراد العينة وفق متغير السكن:

النسبة المئوية	التكرار	السكن
18%	18	منطقة حضرية
35%	35	منطقة شبه حضرية
47%	47	منطقة ريفية
100%	100	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبة اعتمادا على مخرجات الاستبيان.

الشكل (5): توزيع النسب وفق متغير السكن



المصدر: من إعداد الطالبة اعتمادا على مخرجات برنامج (Excel).

يلاحظ من خلال الجدول وأيضا الشكل توزيع النسب حسب السكن لأفراد عينة الدراسة أن النسبة الغالبة هي المنطقة الريفية التي تمثل 47% أي معناه 47 مفردة من العينة، فيما

تحتل المنطقة الشبه الحضرية الترتيب الثاني بنسبة بلغت 35% تقابلها 35 مفردة من العينة، أما المنطقة الحضرية كأقل نسبة قدرت ب 18% التي تمثل 18 مفردة. يمكننا تفسير أغلبية الطالبات المقيمات تتحدر من المناطق الريفية ومناطق شبه حضرية وذلك لعدم وجود جامعات في هاته المناطق، كما هناك ندرة في وسائل النقل لتتنقل للدراسة فهذا يتطلب على الفتيات الإقامة بالإقامة الجامعية، أما تفسير قلة نسبة الطالبات اللاتي تسكن المناطق الحضرية بسبب توفرها على الجامعات وكذا المواصلات.

2-المحور الاول " استخدامات الطالبة الجامعية لمواقع التواصل الاجتماعي ":

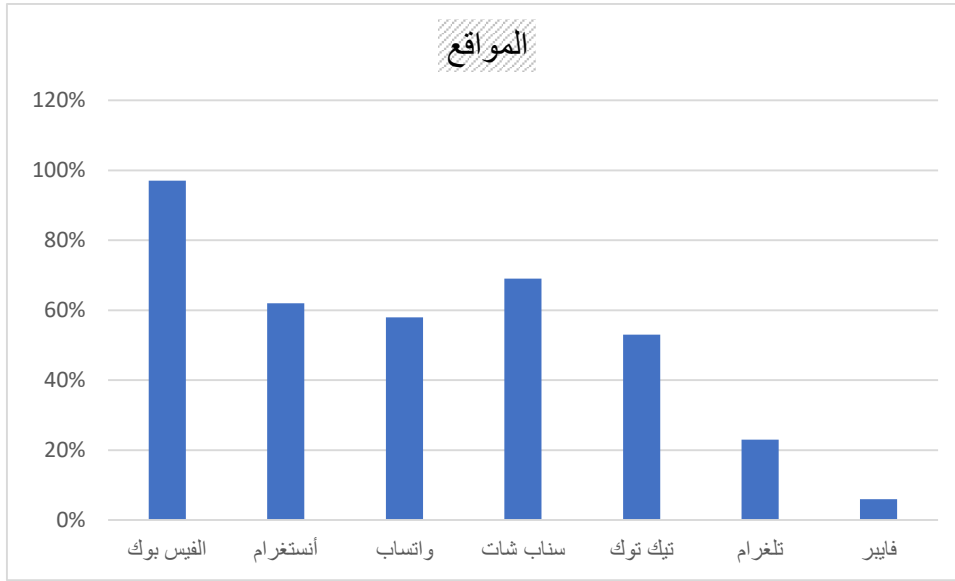
2-1-مواقع التواصل الاجتماعي التي يتم استخدامها من طرف العينة:

الجدول رقم (6): توزيع أفراد العينة حسب استخدام مواقع التواصل:

النسبة	التكرار	المواقع
97%	97	الفييس بوك
62%	62	أنستغرام
58%	58	واتساب
69%	69	سناب شات
53%	53	تيك توك
23%	23	تلغرام
6%	6	فايبر

المصدر: من إعداد الطالبة اعتمادا على مخرجات الاستبيان.

الشكل (6): توزيع أفراد العينة حسب استخدام مواقع التواصل



المصدر: من إعداد الطالبة اعتمادا على مخرجات برنامج (Excel).

يوضح كل من الجدول والشكل السابقين التوزيع النسبي لأفراد العينة حسب المواقع، أغلبية أفراد العينة تستخدم الفيس بوك بنسبة 97% بتكرار 97، ثم يليه سناب شات بنسبة 69 % بتكرار 69، أما نسبته 62% يمثل موقع أنستغرام، ونسبة 58% واتساب، كما ذكر أفراد العينة كل من تيك توك ونسبته 53% بتكرار 53 ويليهِ تلغرام بنسبة 23% كما أن أقل نسبة لموقع فايبر 6% بتكرار 6.

ومنهُ أفراد العينة يستخدمون أكثر من موقع اجتماعي حيث يمكن تفسير تغلب نسبة استخدام موقع الفيس بوك كونه الموقع الأكثر شهرة في الجزائر ولسهولة من حيث الاستخدام، وقد تم تأكيد هذا الأمر من طرف الطالبات اللاتي أجريت مهم المقابلة حيث أن أغلبهم تستخدم موقع الفيس بوك بحيث صرحت احداهن **قائلة:** " أول موقع استخدمته في حياتي هو الفيس بوك وإلى الآن أستخدمه بشكل يومي وهو أفضل موقع سهل الاستخدام" بالإضافة إلى موقع سناب شات كون أفراد العينة كلهم بنات وشائع أنهن يستخدمن الفلاتر وتصوير. كما يمكننا تفسير نسبة استخدام الواتساب وذلك لسهولة التواصل وكذا ارسال واستقبال ملفات، أما موقع تيك توك حيث يعتبر الموقع الأشهر لتداول مقاطع الفيديو وإنشاءها، أما بالنسبة لموقعي التلغرام والفايبر فهما أقل شهرة واستخداما بالنسبة للمواقع السابقة. وهذا ما أكدته دراسة الباحثة عزوز "وهيبة حنان" الموسومة بـ "تأثيرات الهوية

الافتراضية على مستخدمي الانترنت"، أن شبكة الفايبروك تحتل المرتبة الأولى في قائمة الشبكات الأكثر استخداما 98.70%.

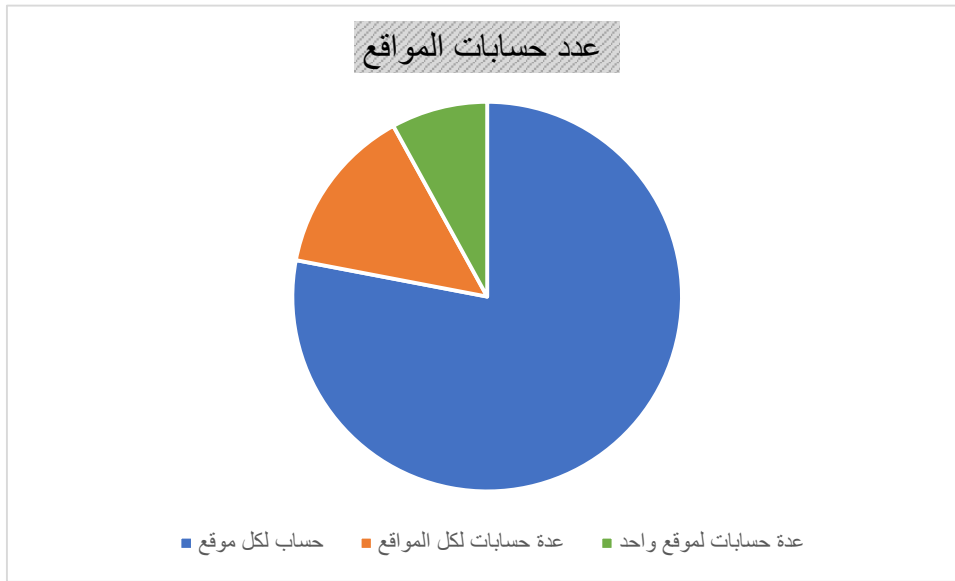
2-2- عدد الحسابات profile المستخدمة من قبل العينة:

الجدول رقم (7): توزيع أفراد العينة حسب حسابات المواقع

حسابات المواقع	التكرار	النسبة المئوية
حساب لكل موقع	78	78%
عدة حسابات لكل المواقع	14	14%
عدة حسابات لموقع واحد	8	8%
المجموع	100	100%

المصدر: من إعداد الطالبة اعتمادا على مخرجات الاستبيان.

الشكل (7): توزيع أفراد العينة حسب حسابات المواقع



المصدر: من إعداد الطالبة اعتمادا على مخرجات برنامج (Excel).

من خلال كل من الجدول والشكل السابقين فإن ما نسبته 78% بتكرار 78 يمثل الطالبات التي تملك حساب لكل موقع أما نسبة 14% تمثل اللاتي يملكن عدة حسابات لكل المواقع، بينما بلغت نسبة من تملك عدة حسابات لموقع واحد كأقل نسبة 8%.

يتضح مما سبق أن أغلبية أفراد العينة تملك حساب مختلف لكل موقع، كون حساب واحد لكل موقع يلبي ويشبع حاجياتهم واستخداماتهم الشخصية، كما صرحت احدى الطالبات في المقابلة **قائلة**: "أشعر براحة باستخدام حساب واحد كي لا احتاج إلى تذكر كلمات لمروور وليس لدى طاقة وجهد لإدارة عدة حسابات يكفيني حساب واحد". كما يمكن تفسير استخدام

الطالبات لعدة حسابات لكل موقع و عدة حسابات لموقع واحد بأنهن يرغبن في الحفاظ على خصوصياتهم عن طريق فتح عدة حسابات بمعلومات شخصية أخرى ومختلفة عن بعضها لأغراض ما كطرح مشاكل عائلية أو استفسار حول مواضيع جريئة... إلخ وهذا ما صرحت به إحدى المبحوثات قائلة: "أستخدم عدة حسابات، حساب شخصي للأصدقاء والعائلة وحساب مختلط يحتوي على أصدقاء افتراضين وهو الحساب الذي استخدمه براحة كون الأصدقاء الذين فيه لا يعرفونني شخصيا فأطرح أفكارى وأتفاعل بحرية دون الخوف ولا تقييد".

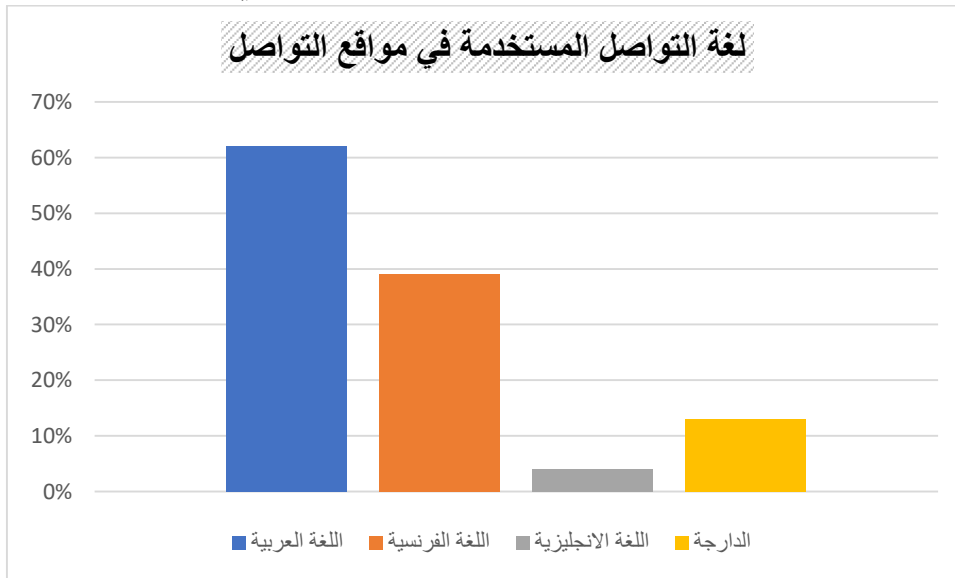
2-3- لغة التواصل المستخدمة من طرف العينة في مواقع التواصل:

الجدول رقم (8): توزيع أفراد العينة حسب لغة التواصل المستخدمة في مواقع التواصل

النسبة المئوية	التكرار	اللغة
62%	62	اللغة العربية
39%	39	اللغة الفرنسية
04%	04	اللغة الانجليزية
13%	13	الدارجة

المصدر: من إعداد الطالبة اعتمادا على مخرجات الاستبيان.

الشكل (8): توزيع أفراد العينة حسب اللغة المستخدمة في مواقه التواصل



المصدر: من إعداد الطالبة اعتمادا على مخرجات برنامج (Excel).

يلاحظ من خلال الجدول والشكل السابقين الذين يبينان أن أغلب أفراد العينة يستخدمون اللغة العربية بنسبة 62% بتكرار 62 بالإضافة إلى اللغة الفرنسية بنسبة 39% بتكرار 39، تليها الدارجة بنسبة 13% واللغة الإنجليزية كأقل نسبة 4%.

يتضح لنا مما سبق أن أغلب أفراد العينة يستخدمون اللغة العربية في مواقع التواصل وذلك راجع كونها اللغة الام لبلد الجزائر بالإضافة إلى اللغة الفرنسية، كما تقل نسبة استخدام الدارجة واللغة الإنجليزية.

2-4- انخراط أفراد العينة في المجتمعات الافتراضية:

الجدول (9): توزيع أفراد العينة حسب الانخراط في مجتمعات الافتراضية

النسبة المئوية	التكرار	الانخراط في مجتمعات الافتراضية
98%	98	نعم
02%	02	لا
100%	100	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبة اعتمادا على مخرجات الاستبيان.

الشكل (9): توزيع أفراد العينة حسب الانخراط في مجتمعات الافتراضية



المصدر: من إعداد الطالبة اعتمادا على مخرجات برنامج (Excel).

من خلال كل من الجدول والشكل السابقين فإن ما نسبته 98% يمثل الطالبات المنخرطات في المجتمعات الافتراضية، أما النسبة المتبقية 2% تمثل نسبة الطالبات اللاتي لا ينخرطن في المجتمعات الافتراضية.

يمكننا تفسير تغلب نسبة الطالبات المنخرطات في المجتمعات الافتراضية لأن المجتمعات الافتراضية تمثل التجمعات التي تنشأ في مواقع التواصل التي لها انتشار واسع وتأثير كبير على الفئة الشبابية ومنهم الطالبات الجامعيات، أما نسبة الطالبات اللاتي أجبن ب لا يمكن تفسير ذلك أن هناك مجتمعات افتراضية (مجموعات وغرف دردشة) تحتوي على مواضيع جنسية +18 وجريئة فمن الصعب التصريح بذلك.

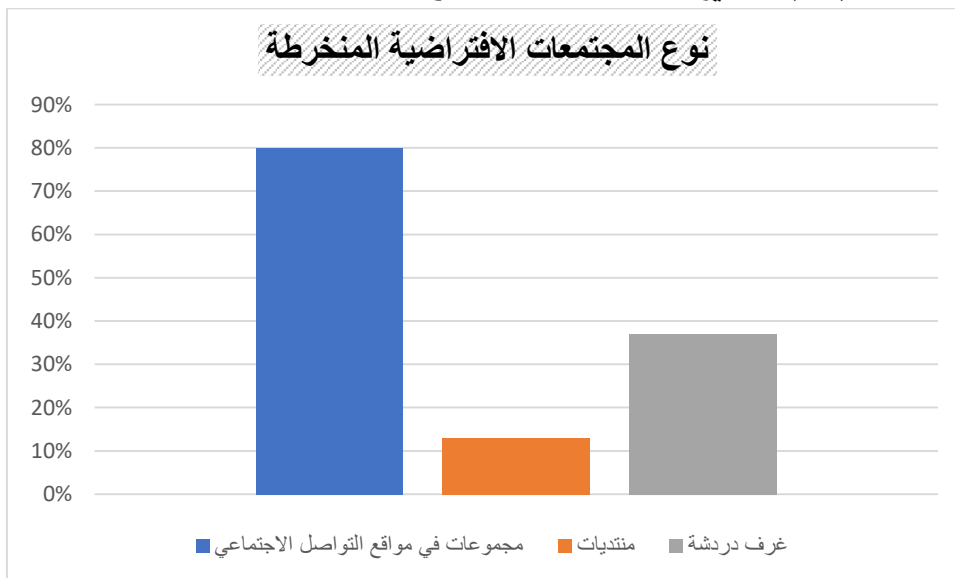
2-5- نوع المجتمعات التي تنخرط فيها أفراد العينة:

الجدول (10): توزيع أفراد العينة حسب نوع المجتمعات الافتراضية المنخرطين فيها

النسبة المئوية	التكرار	نوع المجتمعات الافتراضية المنخرطة
80%	80	مجموعات في مواقع التواصل الاجتماعي
13%	13	منتديات
37%	37	غرف دردشة

المصدر: من إعداد الطالبة اعتمادا على مخرجات الاستبيان.

الشكل (10): توزيع أفراد العينة حسب نوع المجتمعات الافتراضية المنخرطة



المصدر: من إعداد الطالبة اعتمادا على مخرجات برنامج (Excel).

من خلال كل من الجدول والشكل السابقين نجدان ما نسبته 80% بتكرار 80 يمثل النوع الأول من المجتمعات الافتراضية وهو مجموعات في مواقع التواصل، يليه غرف الدردشة بنسبة 37% بتكرار 37، بينما أقل نسبة فهي المنتديات قدرت ب 13% بتكرار 13. وهذا ما تم التطرق إليه في الجانب النظري للدراسة بأن مجموعات في مواقع التواصل الاجتماعي سهلت على المستخدم بناء صداقات وتعرف على أصدقاء افتراضيين وتضم أفراد ذات اهتمامات مشتركة لتبادل الحديث عنها.

يمكن تفسير تغلب نسبة استخدام المجموعات في مواقع التواصل ذلك لسهولة استخدامها والتواصل فيها كما أجابت واحدة من المبحوثات اللاتي أجريت معهن المقابلة قائلة: "أستخدم مجموعات مواقع التواصل لأنها تتيح لمستخدمها عدة خيارات كنشر بعضو مجهول الهوية وطرح انشغالات وتلقى الآراء والأفكار". كما صرحت أخرى قائلة: "أنضم إلى مجموعات في مواقع التواصل الاجتماعي وغرف الدردشة كونها تهتم بموضوعات محددة تتناسب مع اهتماماتي".

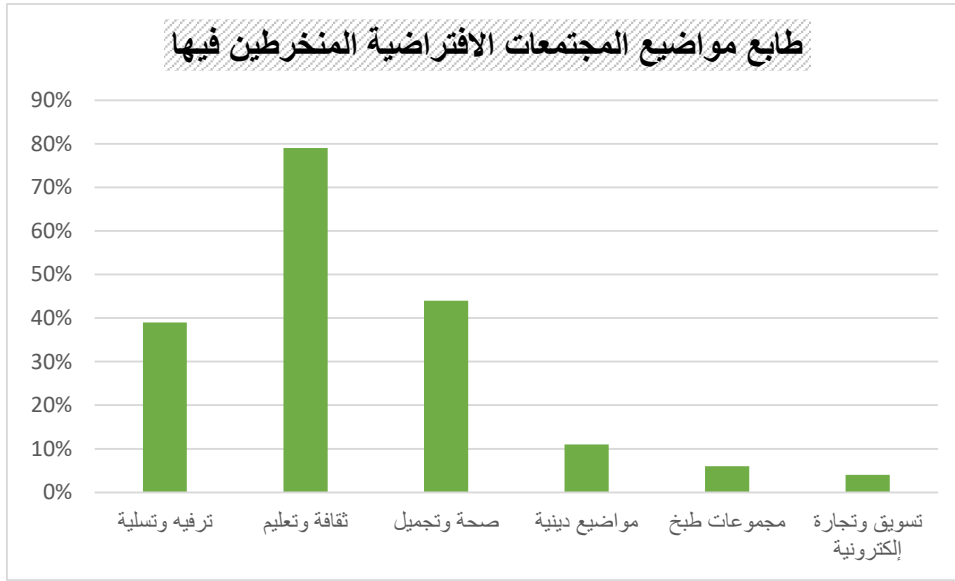
2-6- انخراط أفراد العينة حسب طابع مواضيع المجتمعات الافتراضية:

الجدول رقم (11): توزيع أفراد العينة حسب طابع مواضيع المجتمعات الافتراضية المنخرطين فيها

النسبة المئوية	التكرار	مواضيع المجتمعات الافتراضية المنخرطة
39%	39	ترفيه وتسلية
79%	79	ثقافة وتعليم
44%	44	صحة وتجميل
11%	11	مواضيع دينية
6%	6	مجموعات طبخ
4%	4	تسويق وتجارة إلكترونية

المصدر: من إعداد الطالبة اعتمادا على مخرجات الاستبيان.

الشكل رقم (11): توزيع أفراد العينة حسب طابع مواضيع المجتمعات الافتراضية المنخرطين فيها



المصدر: من إعداد الطالبة اعتمادا على مخرجات برنامج (Excel).

يلاحظ من خلال الجدول وأيضا الشكل توزيع النسب حسب مواضيع المجتمعات الافتراضية المنخرطة، حيث نجد نسبة 79% وهي النسبة الأعلى في مواضيع المجتمعات المتمثلة في مواضيع ثقافة وتعليم وهذا ما يدل على مجتمعات الافتراضية تهدف للتعلم وللوعي الثقافي، وتليها نسبة صحة والتجميل التي لا تقل أهمية عن سابقتها والتي بلغت 44% كذلك راجع لطبيعة جنس أفراد العينة كلهم نساء فالمتعارف أنه فئة النساء تهتم بمواضيع الجمال وصحة، ثم تليها نسبة 39% التي تمثل ترفيه وتسلية ثم تأتي مواضيع دينية بنسبة 11% ومجموعات طبخ بنسبة 6% وتسويق وتجارة الالكترونية بنسبة 4%.

يمكن تفسير تغلب نسبة المواضيع الثقافية والتعليمية كون عينة الدراسة تعتبر فئة مثقفة من المجتمع فتهتم بهذه المواضيع الثقافية والتعليمية، فالمستخدم عندما ينخرط داخل مجتمع يشارك مواضيع ذات اهتمام مشترك للأعضاء ويكون النشر فيها بصفة مكثفة يكتسب العضو رصيد ثقافي وتعليمي. وهذا ما أكدته دراسة الباحثة جهاد صحراوي " تمثلات الهوية الافتراضية للمجتمع الجزائري بالفضاء العمومي الرقمي من خلال أخلاقيات النقاش " أن الانخراط في المجتمعات الافتراضية يتيح للمستخدم بالدرجة الأولى بتطوير ثقافته الخاصة بنسبة 33.3% من اجمالي المبحوثين في دراستها.

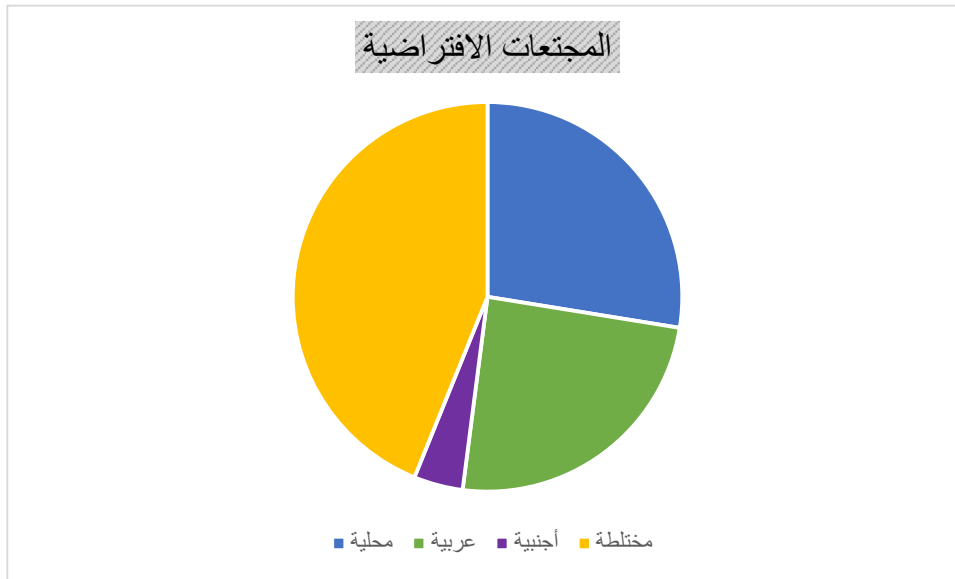
7-2- توزيع أفراد العينة حسب البعد الجغرافي للمجتمعات الافتراضية المنخرطين فيها:

الجدول رقم (12): توزيع أفراد العينة حسب البعد الجغرافي للمجتمعات الافتراضية المنخرطين فيها

النسبة المئوية	التكرار	توزيع المجتمعات الافتراضية
27.5%	27	محلية
24.4%	24	عربية
4.1%	4	أجنبية
43.9%	43	مختلطة
100%	98	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبة اعتمادا على مخرجات الاستبيان.

الشكل رقم (12): توزيع أفراد العينة حسب البعد الجغرافي للمجتمعات الافتراضية المنخرطين فيها



المصدر: من إعداد الطالبة اعتمادا على مخرجات برنامج (Excel).

يوضح كل من الجدول والشكل السابقين التوزيع النسبي لأفراد العينة حسب الامتداد الجغرافي للمجتمعات الافتراضية، حيث أن نسبة 43.9% هي أكثر مجتمعات الافتراضية ومتمثلة في مجتمعات مختلطة لكون ان مجتمعات افتراضية ليست لها قيود في تحديد انتماء

الأعضاء للمجتمع، ثم تأتي بعدها مجتمعات محلية وعربية بنسب متقاربة وهي على التوالي 27.5% و 24.4% ويبقى مجتمع الأجنبي بنسبة قليلة التي وصلت الى 4.1%.
 أما ما توصلت إليه الباحثة بايوسف مسعودة في دراستها "الهوية الافتراضية: الخصائص والابعاد" أن أغلب أفراد العينة مشتركون في مجتمعات افتراضية عربية بنسبة 30%، ثم العالمية بنسبة 23.33%.

2-8- نوع جنس الأعضاء في المجتمعات الافتراضية:

الجدول رقم (13): توزيع أفراد العينة حسب نوع جنس أعضاء المجتمعات الافتراضية

النسبة المئوية	التكرار	نوع جنس المجتمعات
37%	37	النساء فقط
61%	61	كلا الجنسين
100%	98	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبة اعتمادا على مخرجات الاستبيان.

الشكل رقم (13): توزيع أفراد العينة حسب نوع جنس المجتمعات



المصدر: من إعداد الطالبة اعتمادا على مخرجات برنامج (Excel).

من خلال كل من الجدول والشكل السابقين حسب نوع جنس المجتمعات فإن نسبة كلا جنسين مرتفعة حيث بلغت 61% فيحين أن نسبة نساء فقط قدرت بنسبة 37%.

- يرجع ذلك ان مجتمعات متاحة لكلا جنسين وليس فقط لنساء.

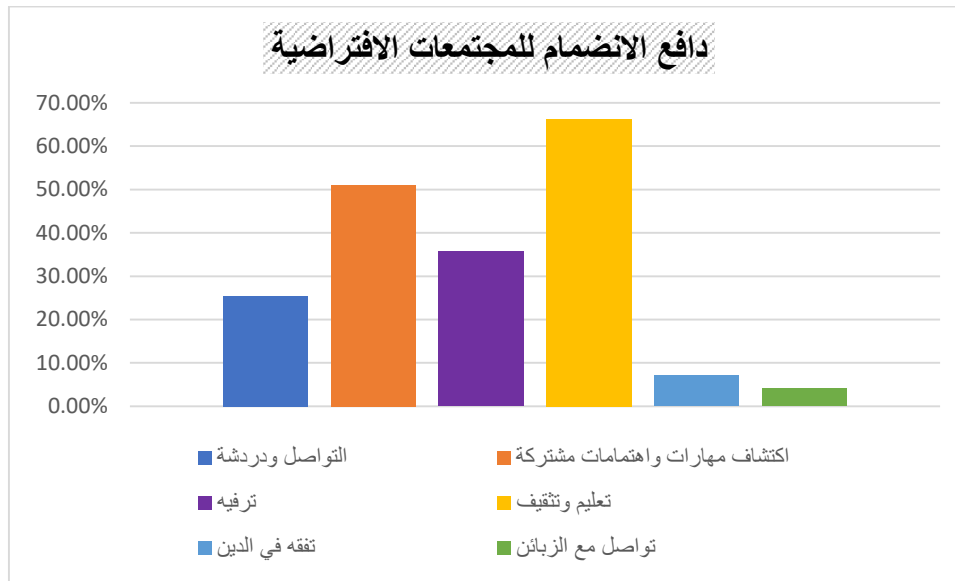
2-9- دوافع المشاركة في المجتمعات الافتراضية:

الجدول رقم (14): توزيع أفراد العينة حسب دافع الانضمام للمجتمعات الافتراضية

النسبة المئوية	التكرار	غرض الانضمام للمجتمعات الافتراضية
25.5%	25	التواصل ودردشة
51%	50	اكتشاف مهارات واهتمامات مشتركة
35.7%	35	ترفيه
66.3%	65	تعليم وتثقيف
7.1%	7	تفقه في الدين
4.1%	4	تواصل مع الزبائن

المصدر: من إعداد الطالبة اعتمادا على مخرجات الاستبيان.

الشكل رقم (14): توزيع أفراد العينة حسب دافع الانضمام للمجتمعات الافتراضية



المصدر: من إعداد الطالبة اعتمادا على مخرجات برنامج (Excel).

يلاحظ من خلال الجدول وأيضاً الشكل توزيع النسب حسب مواضيع المجتمعات الافتراضية المنخرطة، حيث نجد نسبة 66.3% وهي النسبة الأعلى في دافع الانضمام للمجتمعات الافتراضية متمثلة في تعليم وتثقيف وهذا ما يدل على ان دافع الانضمام الى مجتمعات الافتراضية هو التعليم والتثقيف، وتليها نسبة اكتشاف مهارات واهتمامات مشتركة التي لا تقل أهمية عن سابقتها والتي بلغت 51% ثم تليها نسبة 35.7% التي تمثل ترفيه ثم

تأتي تواصل ودردشة بنسبة %25.5 ومن ثم تليها تفقه في دين بنسبة %7.1 وتواصل مع الزبائن بنسبة %4.

صرحت احدى الطالبات اللاتي أجريت معهن المقابلة قائلة: "انضم إلى المجتمعات الافتراضية الخاصة بالدراسة كمجموعة جامعتي وغرفة دردشة جماعية تضم الطلاب نفس تخصصي وذلك لتبادل الأفكار والمعارف العلمية في مجال تخصصنا". كما أدلت أخرى بإجابة قائلة: "إن المجتمعات الافتراضية ساهمت وسهلت كثيرا التعليم فمثلا الانضمام إلى مجموعات خاصة بالجامعة للاستفسار ومعرفة تفاصيل خاصة بالدراسة وكذلك متابعة الصفحات الرسمية الخاصة بالكليات، والانضمام إلى مجموعات كتب ومطالعة تتيح روابط وملخصات كتب وروايات من مختلف الأصناف".

2-10- توزيع أفراد العينة حسب دعوة الأصدقاء للانضمام إلى المجتمعات الافتراضية:

الجدول رقم (15): توزيع أفراد العينة حسب دعوة أصدقائك للانضمام لمجتمعات افتراضية

النسبة المئوية	التكرار	دعوة أصدقائك للانضمام لمجتمعات افتراضية
%68.4	67	نعم
%31.6	31	لا
%100	98	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبة اعتمادا على مخرجات الاستبيان.

الشكل رقم (15): توزيع أفراد العينة حسب دعوة أصدقائك للانضمام لمجتمعات افتراضية



المصدر: من إعداد الطالبة اعتمادا على مخرجات برنامج (Excel).

من خلال كل من الجدول والشكل السابقين حسب دعوة أصدقائك للانضمام لمجتمعات افتراضية فإن نسبة اللاتي تقوم بدعوة أصدقائهن للانضمام لمجتمعات افتراضية مرتفعة حيث بلغت %68.4 فيحين أن نسبة اللاتي لا تدعوا أصدقائهن للانضمام لمجتمعات افتراضية فقد قدرت بنسبة %31.6.

ومنه نستنتج أن أغلب المبحوثات تقمن بدعوة أصدقائهن للمجتمعات الافتراضية اللاتي ينضممن إليها لمشاركة الفائدة والمعارف وتبادل الأفكار والخبرات.

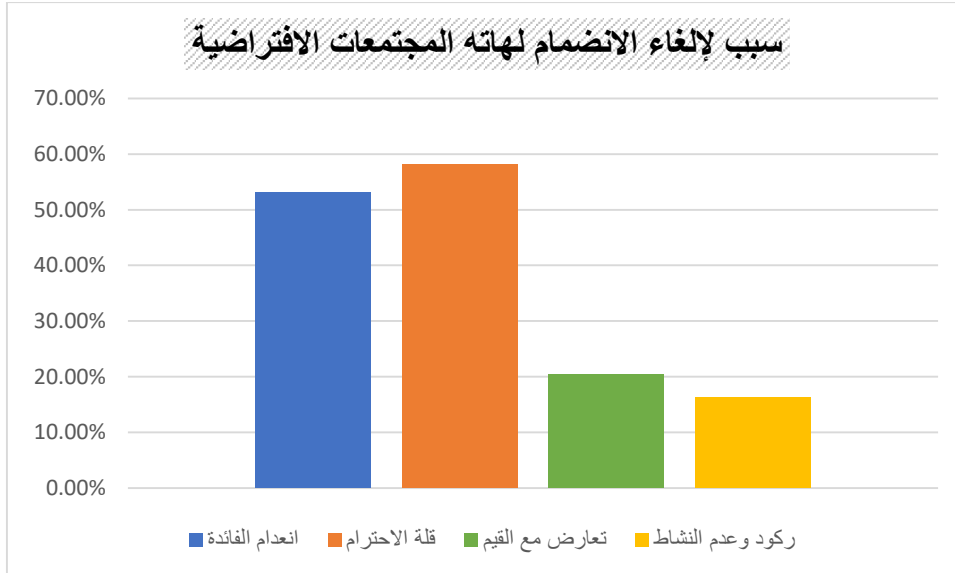
2-11- سبب إلغاء أفراد العينة الانضمام إلى المجتمعات الافتراضية:

الجدول رقم (16): توزيع أفراد العينة حسب سبب إلغاء الانضمام للمجتمعات الافتراضية

النسبة المئوية	التكرار	دافع لإلغاء الانضمام لهاته المجتمعات الافتراضية
%53.1	52	انعدام الفائدة
%58.2	57	قلة الاحترام
%20.4	20	تعارض مع القيم
%16.3	16	ركود وعدم النشاط

المصدر: من إعداد الطالبة اعتمادا على مخرجات الاستبيان.

الشكل رقم (16): توزيع أفراد العينة حسب سبب إلغاء الانضمام لهاته المجتمعات الافتراضية



المصدر: من إعداد الطالبة اعتمادا على مخرجات برنامج (Excel).

يوضح كل من الجدول والشكل السابقين التوزيع النسبي لأفراد العينة حسب سبب إلغاء الانضمام لهاته المجتمعات الافتراضية، حيث أن نسبة %58.2 هي أكثر مجتمعات لديها

دافع لغلاء الانضمام للمجتمعات الافتراضية وذلك لقلّة الاحترام في مجتمعات الافتراضية، ثم تأتي بعدها نسبة 53.1% متمثلة في انعدام الفائدة في مجتمعات الافتراضية وبعدها تأتي نسبة 20.4% التي تريد الغاء مجتمعات الافتراضية كونها تعارض من القيم تأتي بعدها نسبة 16.3% متمثلة في ركود وعدم النشاط مجتمعات الافتراضية.

3- المحور الثاني: " الهوية الافتراضية للطالبة الجامعية وتفاعلاتها داخل المجتمع الافتراضي":

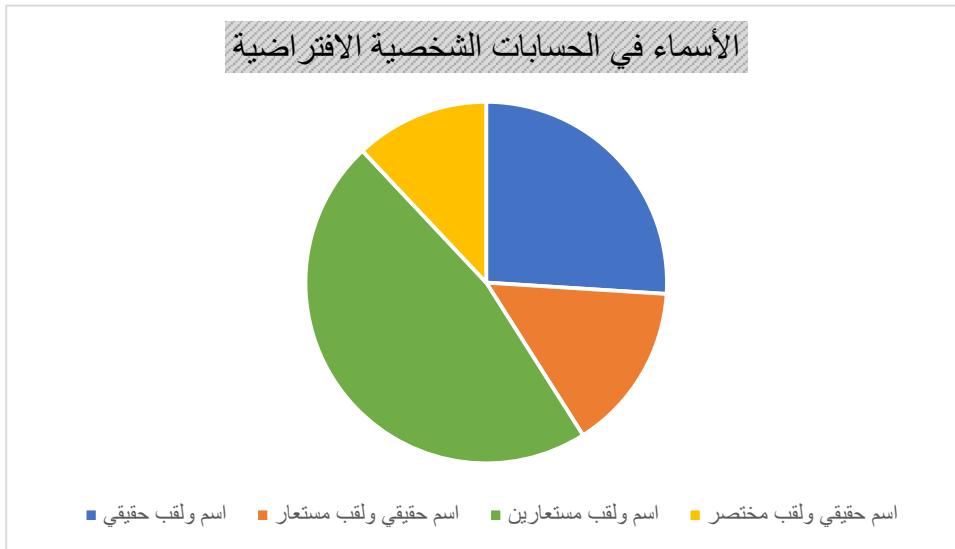
3-12- الأسماء المستخدمة في الحسابات الشخصية لأفراد العينة:

الجدول رقم (17): توزيع أفراد العينة حسب الأسماء المستخدمة في الحسابات الشخصية الافتراضية لأفراد العينة

النسبة المئوية	التكرار	الأسماء المستخدمة في الحسابات الشخصية الافتراضية
26%	26	اسم ولقب حقيقي
15%	15	اسم حقيقي ولقب مستعار
47%	47	اسم ولقب مستعارين
12%	12	اسم حقيقي ولقب مختصر
100%	100	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبة اعتمادا على مخرجات الاستبيان.

الشكل رقم (17): توزيع أفراد العينة حسب الأسماء المستخدمة في الحسابات الشخصية الافتراضية



المصدر: من إعداد الطالبة اعتمادا على مخرجات برنامج (Excel).

يلاحظ من خلال الجدول وأيضا الشكل توزيع النسب حسب نوع الأسماء المستخدمة في الحسابات الشخصية الافتراضية، حيث نجد نسبة 47% وهي النسبة الأعلى متمثلة في اسم ولقب مستعارين وتليها نسبة اسم ولقب والتي بلغت 26% ثم تليها نسبة 15% اسم حقيقي ولقب مستعار ثم يأتي اسم حقيقي ولقب مختصر بنسبة 12%. ومنه نستنتج أن غالبية أفراد العينة يستخدمون أسماء مستعارة، وهذا ما صرحت به واحدة من المبحوثات **قائلة:** "لا أستخدم اسمي ولقبتي الحقيقي في مواقع التواصل الاجتماعي لأنه ليس اجباري فتطبيقات هذه الشبكات لا تمنع استخدام اسم مستعار بل تتيح هذه الخاصية". إن تغلب نسبة المبحوثات اللاتي يستخدمن أسماء مستعارة يعني أن الطالبات يحدثن تمثيلا افتراضيا لهم في المجتمع الافتراضي، وهذا رغبة في الحفاظ على الخصوصية، أو عدم الرغبة في كشف الهوية الحقيقية التستر بهوية مستعارة، أما الطالبات اللاتي يفصحن عن اسمهم الحقيقي معناه التصريح بهويتهم الشخصية وذلك تعبيرا عن الشفافية والنزاهة دون تستر وتصنع، وهذا ما تم التطرق إليه في الجانب النظري في عنصر أنواع الهوية الافتراضية بالتحديد الهوية التصريحية التي تظهر من خلال المعلومات الأولية التي يتم إدخالها من طرف المستخدم سواء كانت حقيقية أو مستعارة ومنها الاسم (انظر للصفحة 38).

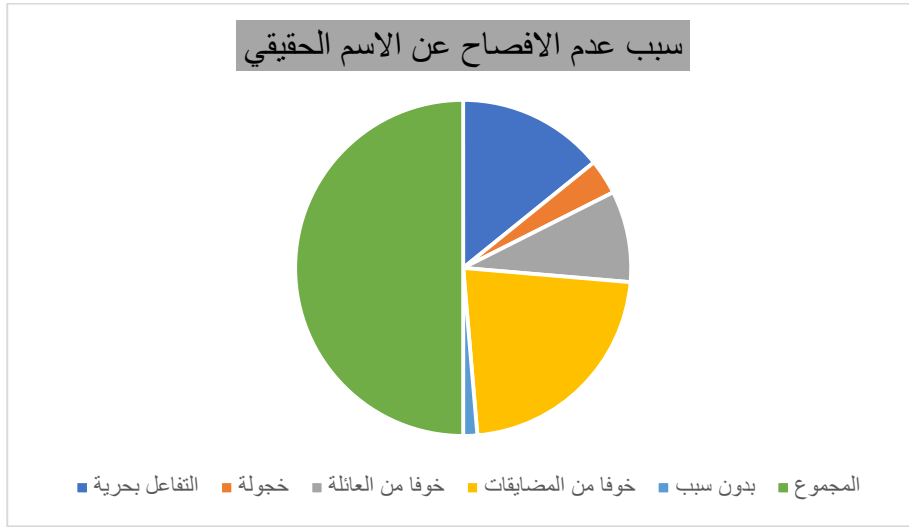
3-13- سبب عدم الإفصاح عن الاسم الحقيقي:

الجدول رقم (18): توزيع أفراد العينة حسب سبب عدم الإفصاح عن الاسم الحقيقي

النسبة المئوية	التكرار	سبب عدم الإفصاح عن اسمك الحقيقي
28.3%	21	التفاعل بحرية
6.8%	5	خجولة
17.6%	13	خوفا من العائلة
44.6%	33	خوفا من المضايقات
2.7%	2	بدون سبب
100%	74	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبة اعتمادا على مخرجات الاستبيان.

الشكل رقم (18): توزيع أفراد العينة حسب سبب عدم الإفصاح عن الاسم الحقيقي



المصدر: من إعداد الطالبة اعتمادا على مخرجات برنامج (Excel).

يوضح كل من الجدول والشكل السابقين التوزيع النسبي حسب سبب عدم الإفصاح عن الاسم الحقيقي في مواقع، حيث أن نسبة 44.6% هي أكثر الطالبات لديها خوف من مضايقات وذلك لقلّة الاحترام في مجتمعات الافتراضية، ثم تأتي بعدها نسبة 28.3% متمثلة في التفاعل بحرية في مجتمعات الافتراضية وبعدها تأتي نسبة 17.6% التي لا تريد الإفصاح عن اسمها الحقيقي خوفا من العائلة وتأتي بعدها نسبة 6.8% متمثلة في عدم الإفصاح عن اسم الحقيقي بسبب الخجل ونسبة 2.7% عدم وجود سبب لوضع الاسم واللقب الحقيقي حيث يمكن تفسير هذا الأخير بما تطرقنا إليه في الجانب النظري في خصائص الهوية الافتراضية أنها تتميز بالغموض وعدم الوضوح والمستخدم بإمكانه تقمص عدة شخصيات.

ومنه أغلب أفراد العينة لا تفصح عن اسمها الحقيقي ذلك خوفا من المضايقات ولكي تتفاعل بحرية دون قيود داخل هذه المجتمعات، وهذا ما اتضح من خلال إجابة المبحوثات حيث أجابت واحدة منهم **قائلة:** "لا أفصح عن اسمي الحقيقي وذلك خوفا من مضايقات طلبات الصداقة وطلبات الرسائل من أشخاص من منطقتي ومن معارفي عندما أتفاعل وأعلق في المجموعات والصفحات المحلية الخاصة بمنطقة سكنائي"، كما أجابت أخرى **قائلة:** "لأن عائلتي محافظة ولا تسمح".

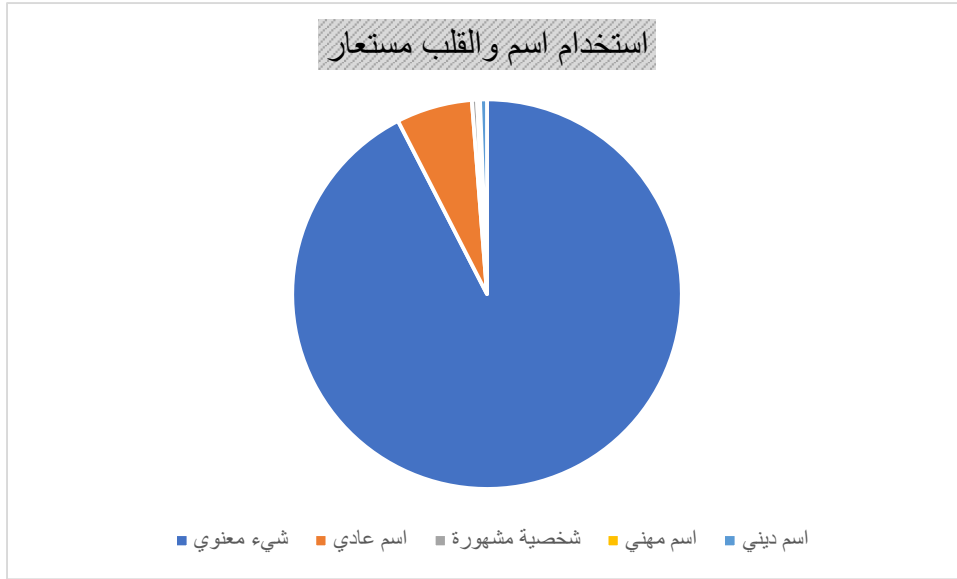
3-14- نوع الاسم المستعار المستخدم من طرف أفراد العينة:

الجدول رقم (19): توزيع أفراد العينة حسب نوع الاسم المستعار

النسبة المئوية	التكرار	استخدام اسم واللقب مستعار
10.9%	8	شيء معنوي
74.4%	55	اسم عادي
5.1%	4	شخصية مشهورة
2.8%	2	اسم مهني
6.8%	5	اسم ديني
100%	74	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبة اعتمادا على مخرجات الاستبيان.

الشكل (19): توزيع أفراد العينة حسب نوع الاسم المستعار



المصدر: من إعداد الطالبة اعتمادا على مخرجات برنامج (Excel).

يلاحظ من خلال الجدول وأيضا الشكل توزيع النسب حسب استخدام اسم واللقب مستعار في الحسابات الشخصية الافتراضية، حيث نجد نسبة 74.4% وهي النسبة الأعلى متمثلة في اسم عادي ويرجع ذلك لان اغلب مستخدمين الحسابات ليس لديهم أهمية بالغة للأسماء وتليها نسبة اسم شيء معنوي والتي بلغت 10.9% ثم تليها نسبة 6.8% اسم ديني ثم يأتي بعدها شخصية مشهورة بنسبة 5.10% والأخير ما نسبته 2.8% تمثلت في اسم مهني، ومنه أغلب الطالبات تستخدم اسم مستعار عادي.

3-15- استخدام أفراد العينة للصور الحقيقية في الحسابات الشخصية:

الجدول رقم (20): توزيع أفراد العينة حسب استخدام الصور الحقيقية في الحسابات الشخصية

النسبة	التكرار	استخدام الصور الحقيقية في الحسابات الشخصية
%13	13	نعم
%87	87	لا
%100	100	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبة اعتمادا على مخرجات الاستبيان.

الشكل (20): توزيع أفراد العينة حسب استخدام الصور الحقيقية في الحسابات الشخصية



المصدر: من إعداد الطالبة اعتمادا على مخرجات برنامج (Excel).

من خلال كل من الجدول والشكل السابقين حسب استخدام الصور الحقيقية في الحسابات الشخصية لمواقع التواصل فإن نسبة عدم استخدام صورة الحقيقية في حسابات الشخصية لمواقع التواصل مرتفعة جدا حيث بلغت %87 وذلك يرجع لعدة أسباب منها خوفا من مضايقات وخوف من العائلة والخجل فيحين أن نسبة استخدام صورة الحقيقية في حسابك الشخصي لمواقع التواصل فقد قدرت بنسبة %13.

ومنه لا تستخدم معظم الطالبات صورهم الحقيقية في حساباتهم الشخصية، كما صرحت إحدى المبحوثات **قائلة:** "لا أستخدم صوري الشخصية". وأخرى **قائلة:** "أرى أن الصور من خصوصياتي الشخصية لا أستطيع نشرها في مواقع التواصل الاجتماعي".

وهذا ما أكدته دراسة الباحثة تومي فضيلة "أثر شبكات التواصل الاجتماعي على تشكل الهوية الافتراضية" أن المبحوثين الذين استخدموا صور مستعارة نسبتهم عالية حيث فاقت نصف العينة بنسبة 53.07%، خاصة منهم الإناث اللواتي يرفضن وضع وصرهن على حساباتهن خوفا من العائلة والمجتمع.

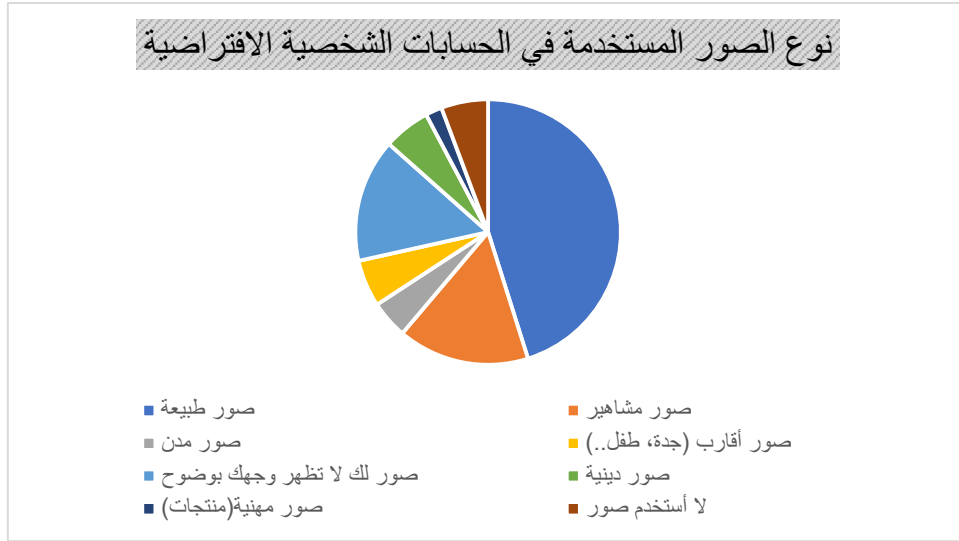
3-16- نوع الصور المستخدمة من طرف أفراد العينة:

الجدول رقم (21): توزيع أفراد العينة حسب نوع الصور المستخدمة في الحسابات الشخصية

النسبة المئوية	التكرار	نوع الصور المستخدمة في الحسابات الشخصية الافتراضية
45%	39	صور طبيعية
16%	14	صور مشاهير
4.6%	4	صور مدن
5.7%	5	صور أقارب (جدة، طفل..)
15%	13	صور لك لا تظهر وجهك بوضوح
5.7%	5	صور دينية
2%	2	صور مهنية (منتجات)
5.7%	5	لا أستخدم صور
100%	87	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبة اعتمادا على مخرجات الاستبيان.

الشكل (21): توزيع أفراد العينة حسب نوع الصور المستخدمة في الحسابات الشخصية



المصدر: من إعداد الطالبة اعتمادا على مخرجات برنامج (Excel).

يلاحظ من خلال الجدول وأيضا الشكل توزيع النسب حسب نوع الصور المستخدمة في الحسابات الشخصية، حيث نجد نسبة 45% وهي النسبة الأعلى وأكثر نوع الصور المستخدمة في الحسابات الشخصية متمثلة في صور طبيعة وهذا يرجع لسهولة الوصول لها وتعطي منظر خلاب وانيق للحساب وحب افراد عينة للمناظر وتليها نسبة 16% صور مشاهير التي لا تقل أهمية عن سابقتها لدى افراد عينة لاهتمامهم بالمشاهير وكذلك يمكن تفسيرها (بنظرية التقمص الوجداني التي تناولناها في الجانب المنهجي كخلفية نظرية للدراسة) بأن المبحوثات اللاتي يستخدمن صور مشاهير يحاولن تحقيق التشابه مع المشاهير الذين يعجبن بهم من أو كوسيلة للهروب من الواقع وخلق عالم افتراضي يناسب رغباتهن وأحلامهن. ثم تليها نسبة 15% التي تمثل صور حسابات شخصية ولكن لا يظهر وجه بوضوح ثم تأتي نسبة 5.7% التي أشرت فيها كل من مستخدمين في وضع صور أقارب أو صور دينية أو عدم استخدام صور ومن ثم تليها استخدام صور مهنية (منتجات) بنسبة 2%.

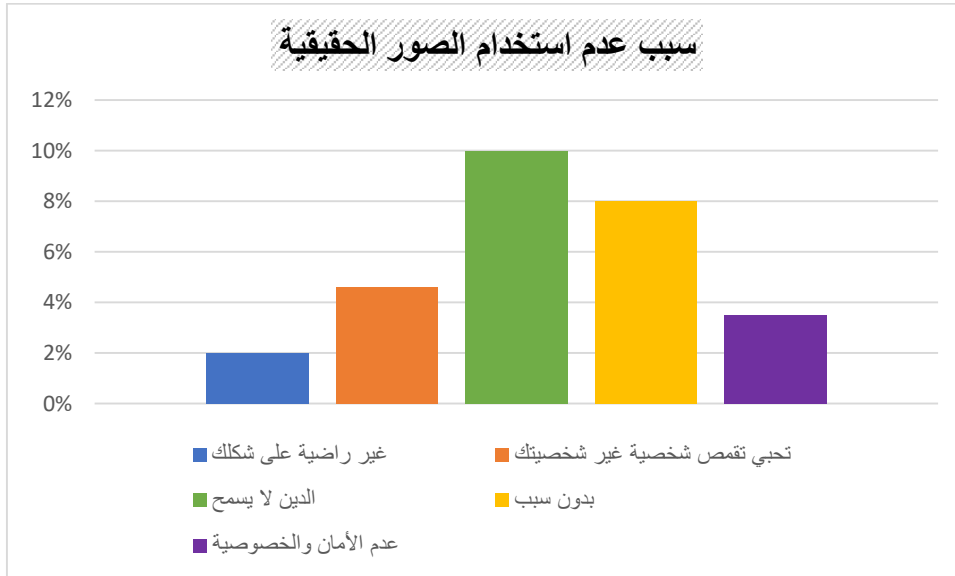
3-17- سبب عدم استخدام أفراد عينة الصور الحقيقية في الحسابات الشخصية:

الجدول رقم (22): توزيع أفراد العينة حسب سبب عدم استخدام الصور الحقيقية

النسبة المئوية	التكرار	سبب عدم استخدام الصور الحقيقية
27.6%	24	خوفا من التحرش
61%	53	العائلة لا تسمح
2%	2	غير راضية على شكلك
4.6%	4	تحبي تقمص شخصية غير شخصيتك
10%	9	الدين لا يسمح
8%	7	بدون سبب
3.5%	3	عدم الأمان والخصوصية

المصدر: من إعداد الطالبة اعتمادا على مخرجات الاستبيان.

الشكل (22): توزيع أفراد العينة حسب سبب عدم استخدام الصور الحقيقية



المصدر: من إعداد الطالبة اعتمادا على مخرجات برنامج (Excel).

يوضح كل من الجدول والشكل السابقين التوزيع النسبي حسب سبب عدم استخدام الصور الحقيقية ، حيث أن نسبة 61% هي أكثر مجتمعات التي لا تسمح لها العائلة باستخدام صورة حقيقية في مجتمعات الافتراضية، ثم تأتي بعدها نسبة 27.6% متمثلة في خوف من التحرش في مجتمعات الافتراضية بسبب وضع صور الحقيقة فيه ،وبعدها تأتي نسبة 10% التي ترى ان الدين لا يسمح بوضع صور الحقيقة في مجتمعات الافتراضية وتأتي بعدها

نسبة 8% متمثلة في بدون أي سبب وتليها نسبة 4.6% التي يحببن تقمص شخصية أخرى غير شخصياتهم في مجتمعات الافتراضية ونسبة 3.5% ترى عدم الأمان والخصوصية في مجتمعات الافتراضية لهذا لا تستخدم صورها الحقيقية وتليهم نسبة غير راضين على شكلهم لهذا لا يضعون صورهم الحقيقية في مجتمعات الافتراضية وكانت تمثلت في 2% سبب لعدم وضع الاسم الحقيقي .

ومنه غالبية أفراد العينة لا تستخدم صورهم الحقيقية وذلك أن العائلة لا تسمح لهم، كما صرحت طالبة في المقابلة التي أجريت معها **قائلة:** " لا أستخدم صوري الشخصية في حساباتي الشخصية على مواقع التواصل الاجتماعي لأن مبادئ عائلتي لا تسمح وأخاف عن سمعة العائلة"، كما صرحت أخرى **قائلة:** " المجتمع الافتراضي يفقد الأمان والخصوصية فيمكن لأي شخص أخذ صوري من حسابي وتعديل عليها وإمكانية ابتزازي وتهديدي بها فلهاذا أخاف من هذه المضايقات".

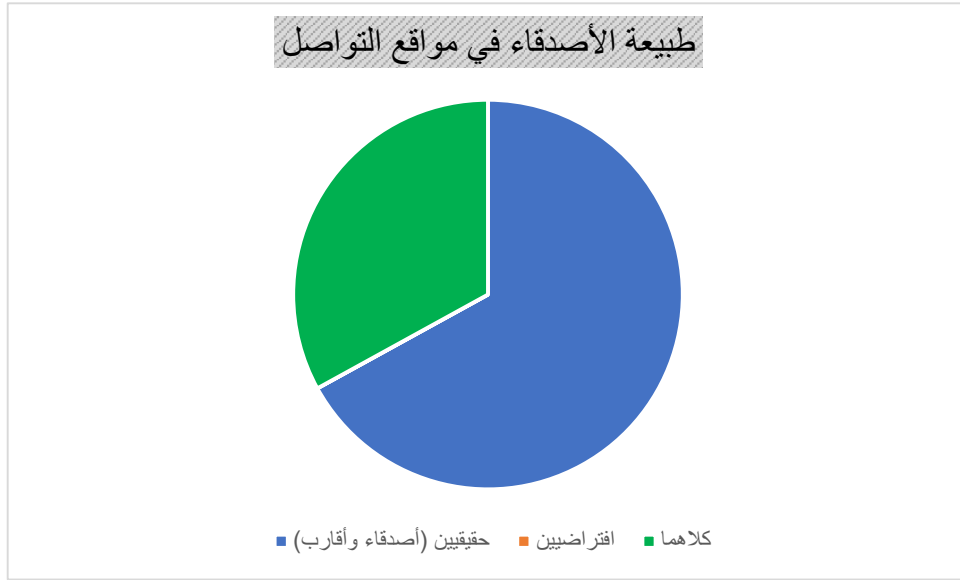
3-18- طبيعة أصدقاء أفراد العينة في مواقع التواصل الاجتماعي:

الجدول رقم (23): توزيع أفراد العينة حسب طبيعة أصدقائهم في مواقع التواصل

النسبة المئوية	التكرار	طبيعة الأصدقاء في مواقع التواصل
67%	67	حقيقيين (أصدقاء وأقارب)
0%	0	افتراضيين
33%	33	كلاهما
100%	100	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبة اعتمادا على مخرجات الاستبيان.

الشكل (23): توزيع أفراد العينة حسب طبيعة أصدقائهم في مواقع التواصل



المصدر: من إعداد الطالبة اعتمادا على مخرجات برنامج (Excel).

نلاحظ من خلال كل من الجدول والشكل السابقين حسب طبيعة الأصدقاء في مواقع التواصل حيث أن نسبة 67% تمثل أصدقاء حقيقيين (أصدقاء وأقارب) وهي تمثل نسبة عالية جدا أي أن أغلب أفراد العينة لديهم أصدقاء حقيقيين ونسبة 33% من الأفراد عينة لديهم أصدقاء حقيقيين وافتراضيين في مجتمعات الافتراضية وانعدام الذين لديهم أصدقاء افتراضيين فقط.

ومنه أغلب أفراد العينة لديهم أصدقاء حقيقيين يمثلون أصدقائهم وأقاربهم، يمكن تفسير هذا كون أفراد العينة يتلقوا الدعم الاجتماعي والعاطفي من أقاربهم وأصدقائهم عند مشاركو يومياتهم وأحداثها عكس ما نجده في الأصدقاء الافتراضيين يكونوا أقل ارتباطا بهم. أما بالنسبة لأفراد العينة الذين لديهم مزيج الأصدقاء بين حقيقيين وافتراضيين نفسرها بحب الافراد لتوسيع علاقاتهم الاجتماعية مع الحفاظ على العلاقات الاجتماعية الحقيقية، بينما غياب فئة الافتراضيين فقط بأن المبحوثات لا تحب بناء علاقات وهمية تخلو من العلاقات الاجتماعية الحقيقية.

- وتم استخدام مقياس ليكارت ذي النقاط الخمس في إعداد إجابات الاستمارة المتعلقة بجزء من المحور الثاني والمحور الثالث، لقياس رأي أفراد العينة بشأن أسئلة الاستبيان إضافة إلى تحديد أوزانها، كما هي موضحة في الشكل التالي:

مقياس ليكارت الخماسي

الإجابة	لا أوافق بشدة	لا أوافق	محايد	موافق	موافق بشدة
الوزن	1	2	3	4	5

- ثم يتم تحديد الاتجاه حسب رقم المتوسط الحسابي بحيث يكون ذلك بعد حساب المتوسط الحسابي والانحراف المعياري وهي كالتالي:

معايير تحديد الاتجاه

المتوسط الحسابي المرجح	من 1.00	من 1.80	من 2.60	من 3.40	من 4.20
الرأي	لا أوافق بشدة	لا أوافق	محايد	موافق	موافق بشدة
الحسابي	الى 1.79	الى 2.59	الى 3.39	الى 4.19	الى 5.00

المصدر: محمد عبد الفتاح الصيرفي، البحث العلمي-الدليل التطبيقي للباحثين، ط 1، دار وائل للنشر، عمان، 2006، ص 115.

تابع للمحور الثاني "الهوية الافتراضية للطالبة الجامعية وتفاعلاتها داخل المجتمع الافتراضي":

نظرا لعدم كفاية الجدول في حالة كتابة فقرات المحور كما هي، فإنه سيتم وضع رموز لها حيث يأخذ الجزء التابع للمحور الثاني الرمز A وتأخذ فقراته الثمانية الرموز من A01 إلى A08 والجدول الموالي يوضح ذلك:

- الجدول رقم (24): رموز فقرات متبقية من المحور الثاني

الهوية الافتراضية للطالبة الجامعية وتفاعلاتها داخل المجتمع الافتراضي	
A01	تعندين أن لهويتك الافتراضية تأثير على تصورك لنفسك.
A02	تعندين أن المجتمع الافتراضي يتيح لك حرية التعبير أكثر من الواقع
A03	تعندين أن كل ما يشارك في حساباتك عبر المواقع يمثل هويتك الحقيقية
A04	تعندين أن الهوية الافتراضية تساهم في بناء الهوية الحقيقية
A05	تعندين أن الهوية الافتراضية يمكن أن تؤثر على علاقاتك في المجتمع الافتراضي
A06	تعندين أن الهوية الافتراضية يمكن أن تؤثر على ثقتك بنفسك وتقبلك لذاتك
A07	تعندين أن المرأة التي تصرح بمعلوماتها الشخصية جريئة وشجاعة
A08	تعندين أن الهوية الافتراضية تكسبك مهارات تنمي هويتك الحقيقية

المصدر: من إعداد الطلبة اعتمادا على استمارة (أنظر الملحق 1).

الجدول رقم(25): يبين المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لفقرات

الفقرة	البيان	موافق بشدة	أوافق	محايد	لا أوافق	لا أوافق بشدة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الاتجاه العام
A01	التكرار	15	39	16	19	11	3.2800	1.24787	محايد
	النسبة%	15	39	16	19	11			
A02	التكرار	39	21	17	21	2	3.7400	1.23599	موافق
	النسبة%	39	21	17	21	2			
A03	التكرار	16	29	19	29	7	3.1800	1.21755	محايد
	النسبة%	16	29	19	29	7			
A04	التكرار	11	26	17	29	17	2.8500	1.29002	محايد
	النسبة%	11	26	17	29	17			
A05	التكرار	14	33	16	26	11	3.1300	1.26055	محايد
	النسبة%	14	33	16	26	11			
A06	التكرار	5	17	17	36	25	2.4100	1.18146	لا أوافق
	النسبة%	5	17	17	36	25			
A07	التكرار	15	18	22	20	25	2.7800	1.39682	محايد
	النسبة%	15	18	22	20	25			
A08	التكرار	11	56	12	12	9	3.4800	1.12349	موافق
	النسبة%	11	5	12	12	9			
							3.1062	1.1932	محايد

-من خلال الجدول رقم (25) كذلك نجد ان الاتجاه العام لإجابات أفراد عينة دراسة حول العبارة الاولى هي محايد بحيث قدرت نسبة المتوسط الحسابي 3.280 بانحراف معياري 1.248 وهي تقع في المجال الثالث (2.60-3.39) حيث أن 15% من أفراد العينة يؤكدون بشدة أن الهوية الافتراضية تأثير على تصورك لنفسك، ونسبة 39% كانت إجاباتهم أنهم موافقين، في حين 16% كانوا محايدين فيما يخص هذه الفكرة و 19% كانت إجاباتهم أنهم غير موافقين 11% كانت إجاباتهم بلا يوافقون بشدة.

-من خلال الجدول رقم (25) نجد ان الاتجاه العام لإجابات أفراد عينة دراسة حول العبارة الثانية هي موافق بحيث قدرت نسبة المتوسط الحسابي 3.74 بانحراف معياري 1.236 وهي تقع في المجال الرابع (3.40-4.19) حيث أن 17% من أفراد العينة كانوا محايدين فيما ان يتعلق المجتمع الافتراضي يتيح لك حرية التعبير أكثر من الواقع، و 39% من أفراد العينة موافقين بشدة ونسبة 21% كانوا موافقين، في حين 21% كانت اجابتهم أنهم غير موافقين ونسبة 2% من أفراد العينة كانوا لا يوافقون وبشدة.

-من خلال الجدول رقم (25) نجد ان الاتجاه العام لإجابات أفراد عينة دراسة حول العبارة الثالثة هي محايد بحيث قدرت نسبة المتوسط الحسابي 3.18 بانحراف معياري 1.218 وهي تقع في المجال الثالث (2.60-3.39) حيث 7% من أفراد العينة كانوا لا يوافقون وبشدة على أن كل ما يشارك في حساباتك عبر المواقع يمثل هويتك الحقيقية، ونسبة 16% أكدوا ذلك بشدة في حين 29% كانت إجاباتهم موافق، في حين 19% كانت إجاباتهم محايدين و 29% لا يوافقون.

-من خلال الجدول رقم (25) كذلك نجد ان الاتجاه العام لإجابات أفراد عينة دراسة حول العبارة الرابعة هي محايد بحيث قدرت نسبة المتوسط الحسابي 2.85 بانحراف معياري 1.290 وهي تقع في المجال الثالث (2.60-3.39) حيث 11% من أفراد العينة يؤكدون بشدة أن الهوية الافتراضية تساهم في بناء الهوية الحقيقية، ونسبة 26% كانت إجاباتهم انهم يوافقون، في حين 17% كانوا محايدين فيما يخص هذه الفكرة و 29% كانت إجاباتهم لا يوافقون و 17% كانت إجاباتهم لا يوافقون بشدة. كما صرحت احدى المبحوثات في المقابلة **قائلة:** "الهوية الافتراضية تساهم في بناء هويتي الحقيقية فعندما أشارك في نقاش أو أطرح فكرة في مواقع التواصل الاجتماعي وأجد تأييد لها وأتوصل على ثناء تزيد ثقتي بنفسي

للتعبير بحرية في الواقع وطرح أفكاره بتحفيز من المستخدمين الافتراضيين"، كما صرحت أخرى **قائلة:** " أستطيع من خلال الهوية الافتراضي توسيع دائرة معارفي وعلاقاتي الاجتماعية في الواقع".

-من خلال الجدول رقم (25) نجد ان الاتجاه العام لإجابات أفراد عينة دراسة حول العبارة الخامسة هي موافق بحيث قدرت نسبة المتوسط الحسابي 3.130 بانحراف معياري 1.261 وهي تقع في المجال الثالث (2.60-3.39) حيث أن 16% من أفراد العينة كانوا محايدين فيما يتعلق في ان الهوية الافتراضية يمكن أن تؤثر على علاقاتك في المجتمع الافتراضي، و 14% من أفراد العينة موافقين بشدة ونسبة 33% كانوا موافقين، حين 16% كانت اجاباتهم لا يوفقون و 11% كانت إجاباتهم لا يوفقون بشدة.

-من خلال الجدول رقم (25) كذلك نجد ان الاتجاه العام لإجابات أفراد عينة دراسة حول العبارة السادسة هي لا أوافق بحيث قدرت نسبة المتوسط الحسابي 2.410 بانحراف معياري 1.182 وهي تقع في المجال الثاني (1.80-2.59) حيث أن 5% من أفراد العينة يؤكدون بشدة أن الهوية الافتراضية يمكن أن تؤثر على ثقك بنفسك وتقبلك لذاتك، ونسبة 17% كانت إجاباتهم انهم يوفقون، في حين 17% كانوا محايدين فيما يخص هذه الفكرة و 36% كانت إجاباتهم لا يوفقون و 25% كانت إجاباتهم لا يوفقون بشدة.

-من خلال الجدول رقم (25) نجد ان الاتجاه العام لإجابات أفراد عينة دراسة حول العبارة السابعة هي محايد لأن اقلية فقط من يصرحون باسمهم الحقيقي بالرجوع إلى الجدول رقم (17) و على هذا جاء الاتجاه العام للفقرة محايد، بحيث قدرت نسبة المتوسط الحسابي 2.780 بانحراف معياري 1.397 وهي تقع في المجال الثالث (2.60-3.39) حيث 25% من أفراد العينة كانوا لا يوفقون بشدة على أن المرأة التي تصرح بمعلوماتها الشخصية جريئة وشجاعة، ونسبة 20% لا يوفقون هذه الفكرة ونسبة 15% أكدوا على أن المرأة التي تصرح بمعلوماتها الشخصية جريئة وشجاعة وبشدة في حين 18% كانت إجاباتهم موافق، في حين 22% كانت إجاباتهم محايدين.

-من خلال الجدول رقم (25) نجد ان الاتجاه العام لإجابات أفراد عينة دراسة حول العبارة الثامنة هي موافق بحيث قدرت نسبة المتوسط الحسابي 3.480 بانحراف معياري 1.125 وهي تقع في المجال الرابع (3.40-4.19) حيث أن 11% من أفراد العينة

يؤكدون بشدة أن الهوية الافتراضية تكسبك مهارات تنمي هويتك الحقيقية، ونسبة 56% كانت إجاباتهم موافق، في حين 12% كانوا محايدين فيما يخص هذه الفكرة و12% كانت إجاباتهم لا يوفقون و9% كانت إجاباتهم لا يوفقون بشدة على أن الهوية الافتراضية تكسبك مهارات تنمي هويتك الحقيقية.

-من خلال الجدول رقم (25) نجد ان الاتجاه العام لإجابات عينة الدراسة حول الهوية الافتراضية للطالبة الجامعية وتفاعلاتها داخل المجتمع الافتراضي هي محايد وتقع في المجال الثالث (2.60-3.39) حيث قدرت نسبة للفقرات متبقية من المحور الثاني بالمتوسط الحسابي (3.1062) وبانحراف معياري (1.1932).

4-المحور الثالث "الهوية الافتراضية والهوية الحقيقية":

نظرا لعدم كفاية الجدول في حالة كتابة فقرات المحور كما هي، فإنه سيتم وضع رموز لها حيث تأخذ العبارة الأولى الرمز B وتأخذ فقراته الحادي عشر الرموز من B01 إلى B11 والجدول الموالي وضح ذلك:

الجدول رقم (26): رموز فقرات المحور الثالث

المحور الثالث: الهوية الافتراضية والهوية الحقيقية	
المنشورات التي أشاركها في حساباتي شخصية لمواقع التواصل الاجتماعي	B01
الصور الشخصية للحسابات الشخصية لمواقع التواصل الاجتماعي	B02
الدين المصرح به في الحساب الشخصي	B03
العمل المصرح به في الحساب الشخصي	B04
الهويات المصرح بها في الحساب الشخصي	B05
مكان الإقامة المصرح به في الحساب الشخصي	B06
الدراسة المصرح بها في الحساب الشخصي	B07
الجنس المصرح به في الحساب الشخصي	B08
تاريخ الميلاد المصرح به في الحساب الشخصي	B09
الحالة الاجتماعية المصرح بها في الحساب الشخصي	B10
التفاعلات والتعليقات في مواقع التواصل الاجتماعي	B11

المصدر: من إعداد الطالبة اعتمادا على استمارة (أنظر الملحق 1).

الجدول رقم(27): يبين المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لفقرات المحور الثالث

الفقرة	البيان	تمثل هويتي في الواقع	تمثل الهوية التي أريد أن أكون بها في الواقع	لا تمثل هويتي الحقيقية إطلاقاً	تمثل الهوية التي أعتقد أنها يجب أن تكون فالحقيقة	تمثل الهوية التي أريد أن يراني بها الآخريين	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
B01	التكرار	52	22	7	13	6	4.0100	1.29096
	النسبة%	52	22	7	13	6		
B02	التكرار	32	21	34	6	7	3.6500	1.19236
	النسبة%	32	21	34	6	7		
B03	التكرار	82	8	4	6	-	4.6600	0.81921
	النسبة%	82	8	4	6	-		
B04	التكرار	22	52	14	10	2	3.8200	0.95748
	النسبة%	22	52	14	10	2		
B05	التكرار	50	20	16	8	6	4.0000	1.23909
	النسبة%	50	20	16	8	6		
B06	التكرار	62	7	28	1	2	4.2600	1.03103
	النسبة%	62	7	28	1	2		
B07	التكرار	84	5	9	1	1	4.7000	0.75879
	النسبة%	84	5	9	1	1		
B08	التكرار	92	4	4	-	-	4.8800	0.43298
	النسبة%	92	4	4	-	-		
B09	التكرار	77	-	2	-	2	4.5000	0.95874
	النسبة%	77	-	2	-	2		
B10	التكرار	77	5	16	1	1	4.5600	0.86830
	النسبة%	77	5	16	1	1		
B11	التكرار	73	12	9	5	1	4.5100	0.92654
	النسبة%	73	12	9	5	1		
	المتوسط الحسابي والانحراف المعياري للمحور الثالث							
							4.3227	0.87716

المصدر: من إعداد الطالبة اعتماداً على مخرجات برنامج (Spss).

من خلال الجدول رقم (27) كذلك نجد ان الاتجاه العام لإجابات أفراد عينة دراسة حول العبارة الاول متمثلة في "منشورات التي أشاركها في حساباتي شخصية لمواقع التواصل

الاجتماعي" تمثل الهوية التي أريد أن أكون بها في الواقع بحيث قدرت نسبة المتوسط الحسابي 4.010 بانحراف معياري 1.29096 ،حيث أن 52% من أفراد العينة قالو انها تمثل هويتي في الواقع للمنشورات التي يشارك في حساباتهم شخصية لمواقع التواصل الاجتماعي ،ونسبة 22% كانت إجاباتهم تمثل الهوية التي أريد أن أكون بها في الواقع، في حين نسبة 07% قالو انها لا تمثل هويتي الحقيقية إطلاقا فيما يخص هذه الفكرة ونسبة 13% كانت إجاباتهم تمثل الهوية التي يعتقدون أنها يجب أن تكون فالحقيقة و نسبة 06% كانت إجاباتهم تمثل الهوية التي أريد أن يراني بها الاخرين بخصوص منشورات التي أشاركها في حساباتي شخصية لمواقع التواصل الاجتماعي.

-من خلال الجدول رقم (27) نجد ان الاتجاه العام لإجابات أفراد عينة دراسة حول العبارة الثانية متمثلة في "الصور الشخصية للحسابات الشخصية لمواقع التواصل الاجتماعي" تمثل الهوية التي أريد أن أكون بها في الواقع بحيث قدرت نسبة المتوسط الحسابي 3.65 بانحراف معياري 1.192 بحيث أن 34% من أفراد العينة كانوا يعتبرون ان الصور الشخصية للحسابات الشخصية لمواقع التواصل الاجتماعي لا تمثل هويتي الحقيقية إطلاقا ، و نسبة 21% من أفراد العينة قالو انها تمثل الهوية التي يريدون أن يكونوا بها في الواقع ونسبة 32% قالو انها تمثل هويتهم في الواقع في حين نسبة 6% كانت اجابتهم تمثل الهوية التي يعتقدون أنها يجب أن تكون فالحقيقة و نسبة 07% كانت إجاباتهم تمثل الهوية التي أريد أن يراني بها الاخرين.

-من خلال الجدول رقم (27) كذلك نجد ان الاتجاه العام لإجابات أفراد عينة دراسة حول العبارة الثالثة متمثلة في "الدين المصرح به في الحساب الشخصي"تمثلت في هويتي في الواقع بحيث قدرت نسبة المتوسط الحسابي 4.660 بانحراف معياري 0.819 حيث أن 82% من أفراد العينة قالو انها تمثل هويتي في الدين المصرح به في الحساب الشخصي،ونسبة 8% كانت إجاباتهم تمثل الهوية التي أريد أن أكون بها في الواقع، في حين نسبة 4% قالو انها لا تمثل هويتي الحقيقية إطلاقا فيما يخص هذه الفكرة و نسبة 6% كانت إجاباتهم تمثل الهوية التي يعتقدون أنها يجب أن تكون فالحقيقة وانعدام نسبة التي كانت إجاباتهم ان الهوية التي أريد أن يراني بها الاخرين بخصوص الدين المصرح به في الحساب الشخصي .

-من خلال الجدول رقم (27) كذلك نجد ان الاتجاه العام لإجابات أفراد عينة دراسة حول العبارة الرابعة متمثلة في "العمل المصرح به في الحساب الشخصي" مثلت في الهوية التي أريد أن أكون بها في الواقع بحيث قدرت نسبة المتوسط الحسابي 3.820 بانحراف معياري 0.958 حيث أن نسبة 22% من أفراد العينة قالو انها تمثل هويتي في الواقع للعمل المصرح به في الحساب الشخصي، ونسبة 52% كانت إجاباتهم انها تمثل الهوية التي أريد أن أكون بها في الواقع، في حين نسبة 14% قالو انها لا تمثل هويتي الحقيقية إطلاقا فيما يخص هذه الفكرة و نسبة 10% كانت إجاباتهم انها تمثل الهوية التي يعتقدون أنها يجب أن تكون فالحقيقة للعمل المصرح به في الحساب الشخصي و نسبة 2% كانت إجاباتهم انها تمثل الهوية التي أريد أن يراني بها الاخرين بخصوص العبارة .

-من خلال الجدول رقم (27) كذلك نجد ان الاتجاه العام لإجابات أفراد عينة دراسة حول العبارة الخامسة متمثلة في "الهويات المصرح بها في الحساب الشخصي" مثلت في الهوية التي أريد أن أكون بها في الواقع بحيث قدرت نسبة المتوسط الحسابي 4.00 بانحراف معياري 1.240 حيث أن 50% من أفراد العينة قالو انها تمثل هويتي الواقع بخصوص الهويات المصرح بها في الحساب الشخصي ، ونسبة 20% كانت إجاباتهم انها تمثل الهوية التي أريد أن أكون بها في الواقع، في حين نسبة 16% قالو انها لا تمثل هويتي الحقيقية إطلاقا فيما يخص هذه الفكرة و نسبة 8% كانت إجاباتهم انها تمثل الهوية التي يعتقدون أنها يجب أن تكون فالحقيقة و نسبة 6% كانت إجاباتهم انها تمثل الهوية التي أريد أن يراني بها الاخرين في بخصوص الهويات المصرح بها في الحساب الشخصي.

-من خلال الجدول رقم (27) كذلك نجد ان الاتجاه العام لإجابات أفراد عينة دراسة حول العبارة السادسة متمثلة في "مكان الإقامة المصرح به في الحساب الشخصي" مثلت في هويتي في الواقع بحيث قدرت نسبة المتوسط الحسابي 4.260 بانحراف معياري 1.031 حيث أن 62% من أفراد العينة قالو انها تمثل هويتي في الواقع للعمل المصرح به في الحساب الشخصي، ونسبة 7% كانت إجاباتهم انها تمثل الهوية التي أريد أن أكون بها في الواقع، في حين نسبة 28% قالو انها لا تمثل هويتي الحقيقية إطلاقا فيما يخص هذه الفكرة و نسبة 01% كانت إجاباتهم انها تمثل الهوية التي يعتقدون أنها يجب أن تكون فالحقيقة

متمثلة في مكان الإقامة المصرح به في الحساب الشخصي و نسبة 2% كانت إجاباتهم انها تمثل الهوية التي أريد أن يراني بها الاخرين.

-من خلال الجدول رقم (27) كذلك نجد ان الاتجاه العام لإجابات أفراد عينة دراسة حول العبارة السابعة متمثلة في "الدراسة المصرح بها في الحساب الشخصي" مثلت في هويتي في الواقع بحيث قدرت نسبة المتوسط الحسابي 4.700 بانحراف معياري 0.759 حيث أن 84% من أفراد العينة قالو انها تمثل هويتي في الواقع للدراسة المصرح بها في الحساب الشخصي ،ونسبة 5%كانت إجاباتهم انها تمثل الهوية التي أريد أن أكون بها في الواقع، في حين نسبة 9% قالو انها لا تمثل هويتي الحقيقية إطلاقا فيما يخص هذه الفكرة و نسبة 1%كانت إجاباتهم انها تمثل الهوية التي يعتقدون أنها يجب أن تكون فالحقيقة و نسبة 1% كانت إجاباتهم انها تمثل الهوية التي أريد أن يراني بها الاخرين بخصوص الدراسة المصرح بها في الحساب الشخصي.

-من خلال الجدول رقم (27) كذلك نجد ان الاتجاه العام لإجابات أفراد عينة دراسة حول العبارة الثامنة متمثلة في "الجنس المصرح به في الحساب الشخصي" مثلت في هويتي في الواقع بحيث قدرت نسبة المتوسط الحسابي 4.880 بانحراف معياري 0.433 حيث أن 92%من أفراد العينة قالو انها تمثل هويتي في الواقع في الجنس المصرح به في الحساب الشخصي وهذا ما أكدته دراسة الأستاذة " بايوسف مسعودة" أن أكثرية الافراد يصرحون بجنسهم الحقيقي بنسبة 90% ،ونسبة 4%كانت إجاباتهم انها تمثل الهوية التي أريد أن أكون بها في الواقع، في حين نسبة 4% قالو انها لا تمثل هويتي الحقيقية إطلاقا يمكن تفسيرها تجنباً للمضايقات لا تفصح المبحوثات عن جنسهم الحقيقي. فيما يخص هذه الفكرة وانعدام كل من نسبة الذين كانت إجاباتهم انها تمثل الهوية التي يعتقدون أنها يجب أن تكون فالحقيقة وأنها تمثل الهوية التي أريد أن يراني بها الاخرين بخصوص الجنس المصرح به في الحساب الشخصي.

-من خلال الجدول رقم (27) كذلك نجد ان الاتجاه العام لإجابات أفراد عينة دراسة حول العبارة التاسعة متمثلة في "تاريخ الميلاد المصرح به في الحساب الشخصي" مثلت في هويتي في الواقع بحيث قدرت نسبة المتوسط الحسابي 4.500 بانحراف معياري 0.959 حيث أن 77%من أفراد العينة قالو انها تمثل هويتي في الواقع في تاريخ الميلاد

المصرح به في الحساب الشخصي وهذا ما أكدته دراسة "كسيرة اسمهان" الموسومة بـ "الشباب الجزائري والهوية الافتراضية" أن نسبة 88% من المبحوثين يصرحون بسنهم الحقيقي في مواقع التواصل الاجتماعي. وانعدام نسبة التي كانت إجاباتهم انها تمثل الهوية التي أريد أن أكون بها في الواقع، في حين نسبة 4% قالو انها لا تمثل هويتي الحقيقية إطلاقاً فيما يخص هذه الفكرة وانعدام نسبة الذين كانت إجاباتهم انها تمثل الهوية التي يعتقدون أنها يجب أن تكون فالحقيقة وتمثلت نسبة الهوية التي أريد أن يراني بها الآخرين بخصوص تاريخ الميلاد المصرح به في الحساب الشخصي بنسبة 2%.

-من خلال الجدول رقم (27) كذلك نجد ان الاتجاه العام لإجابات أفراد عينة دراسة حول العبارة العاشرة متمثلة في "الحالة الاجتماعية المصرح بها في الحساب الشخصي" مثلت في هويتي في الواقع بحيث قدرت نسبة المتوسط الحسابي 4.560 بانحراف معياري 0.868 حيث أن 77% من أفراد العينة قالو انها تمثل هويتي في الواقع لحالة الاجتماعية المصرح بها في الحساب الشخصي، ونسبة 5% كانت إجاباتهم انها تمثل الهوية التي أريد أن أكون بها في الواقع، في حين نسبة 16% قالو انها لا تمثل هويتي الحقيقية إطلاقاً فيما يخص هذه الفكرة و نسبة 1% كانت إجاباتهم انها تمثل الهوية التي يعتقدون أنها يجب أن تكون فالحقيقة و نسبة 1% كانت إجاباتهم انها تمثل الهوية التي أريد أن يراني بها الآخرين بخصوص الحالة الاجتماعية المصرح بها في الحساب الشخصي.

-من خلال الجدول رقم (27) كذلك نجد ان الاتجاه العام لإجابات أفراد عينة دراسة حول العبارة الحادية عشرة متمثلة في "التفاعلات والتعليقات في مواقع التواصل الاجتماعي" انها تمثل هويتي في الواقع بحيث قدرت نسبة المتوسط الحسابي 4.510 بانحراف معياري 0.927 حيث أن 73% من أفراد العينة قالو انها تمثل هويتي في الواقع بخصوص التفاعلات والتعليقات في مواقع التواصل الاجتماعي، ونسبة 12% كانت إجاباتهم انها تمثل الهوية التي أريد أن أكون بها في الواقع، في حين نسبة 9% قالو انها لا تمثل هويتي الحقيقية إطلاقاً فيما يخص هذه الفكرة و 5% كانت إجاباتهم انها تمثل الهوية التي يعتقدون أنها يجب أن تكون فالحقيقة و نسبة 1% كانت إجاباتهم انها تمثل الهوية التي أريد أن يراني بها الآخرين بخصوص التفاعلات والتعليقات في مواقع التواصل الاجتماعي.

-من خلال الجدول رقم (27) نجد ان الاتجاه العام لإجابات عينة الدراسة حول الهوية الافتراضية والهوية الحقيقية تمثلت في "الهوية التي أريد أن يكون بها افراد العينة في الواقع" وتقع في المجال الخامس (4.20-5.00) حيث قدرت نسبة المحور الثالث بالمتوسط الحسابي (4.3227) وبانحراف معياري (0.87716).

خصص هذا الفصل لعرض وتحليل ومناقشة نتائج الدراسة الميدانية التي تمت ما بين أبريل وماي على عينة من الطالبات الجامعيات المقيمات بإقامة الدكتور بلعربي عبد القادر للإناث بمستغانم عددها 100 مفردة، باستخدام أداتي الاستبيان لجمع البيانات الإحصائية ولتأكيد ما تم التوصل إليه بالاستبيان استخدمنا المقابلة وقد تم التوصل إلى النتائج التالية:

نتائج خصائص أفراد العينة:

- تتراوح أعمار أغلب أفراد العينة بين 18 و 29 سنة بنسبة قدرت ب 99%.
- تبرز نسبة الطالبات الجامعيات العازبات كأعلى نسبة قدرت ب 96%.
- أغلب أفراد العينة مستواهم الجامعي ليسانس بنسبة 77%.
- ينحدر أغلب أفراد العينة من مناطق ريفية بنسبة 47% وشبه حضرية بنسبة 35%.
- تدرس معظم أفراد العينة بكلية العلوم الاجتماعية بنسبة بلغت 57%.

نتائج المحور الأول: استخدامات الطالبة الجامعية لمواقع التواصل الاجتماعي

- الفايسبوك بنسبة 97% والانستغرام بنسبة 62% الأكثر استخداما من طرف أفراد العينة.
- تتصفح الطالبات الجامعيات مواقع التواصل الاجتماعي بحساب لكل موقع بنسبة 78%.
- تستخدم أفراد العينة اللغة العربية بنسبة 62% بالإضافة إلى اللغة الفرنسية 39%.
- تتخبط أغلب أفراد العينة في المجتمعات الافتراضية بنسبة قدرت ب 98%.
- تفضل أفراد العينة مجموعات في مواقع التواصل الاجتماعي كنوع من المجتمعات الافتراضية بنسبة قدرت ب 80%.

- تنضم غالبية أفراد العينة إلى المجتمعات الافتراضية ذات طابع تعليمي وتثقيفي بنسبة 79% ترفيه وتسلية 39%.
 - تتخرط غالبية أفراد العينة في المجتمعات الافتراضية المختلطة التي تضم مختلف الاجناس والثقافات بنسبة 43%.
 - تضم المجتمعات الافتراضية التي تتخرط فيها الطالبات الجامعيات كلا الجنسين بنسبة 61%.
 - تستخدم الطالبة الجامعية المجتمع الافتراضي بدافع التعلم والتثقف بنسبة 65% ومشاركة الاهتمامات المشتركة 50% وكذا الترفيه 35%.
 - تقوم غالبية أفراد العينة بدعوة أصدقائهم للانضمام للمجتمعات الافتراضية بنسبة 67%.
 - تقوم أغلب الطالبات الجامعيات بإلغاء الانضمام للمجتمعات الافتراضية بسبب قلة الاحترام بنسبة 58.2% وكذا انعدام الفائدة ب 53.1%.
- ومن خلال النتائج المتحصل عليها من المحور الأول ما سبق الذكر، توصلنا إلى أن الفرضية الأولى "تستخدم الطالبة الجامعية المجتمعات الافتراضية بدافع التعلم والتثقف ومشاركة الاهتمامات" محققة حيث أن الطالبات تستخدم مواقع التواصل الاجتماعي بتنوعها واختلافها لتلبية مختلف حاجيات واشباع رغباتها المعرفية، علمية وكذا للحوار والتواصل.

نتائج المحور الثاني: الهوية الافتراضية للطالبة الجامعية وتفاعلاتها داخل المجتمع الافتراضي

- تستخدم الطالبات أسماء مستعارة بنسبة 47% وذلك خوفا من المضايقات بنسبة 44.6% للتفاعل بحرية بنسبة 28.3%. وتستخدم غالبيتهم اسم عادي بنسبة 55%.
- لا تستخدم أغلب أفراد العينة صورهم الشخصية في حساباتهم في مواقع التواصل بنسبة 87% حيث تستخدم صور طبيعة بنسبة 45% وصور مشاهير بنسبة 16% وذلك بسبب أن عائلاتهم لا تسمح بنسبة 61% وخوفا من التحرش بنسبة 27.6%.

- طبيعة أصدقاء غالبية أفراد العينة حقيقيين أي أقارب وأصدقاء بنسبة 67%.
- تؤثر الهوية الافتراضية على تصور أغلب الطالبات لأنفسهن حيث كانت أعلى نسبة لموافق 39%.
- توافق غالبية المبحوثات أن المجتمع الافتراضي يتيح لهن حرية التعبير أكثر من الواقع بنسبة 40%.
- اختلفت آراء الطالبات حول أن كل ما يشارك عبر حساباتهن يمثل هويتهم الحقيقية فقد كان الاتجاه العام للإجابات محايد.
- تقارب نسب إجابة المبحوثات حول ما ان كانت الهوية الافتراضية تساهم في بناء الهوية الحقيقية.
- توافق أغلب أفراد العينة أن الهوية الافتراضية يمكن أن تؤثر على علاقاتهم في المجتمع الافتراضي بنسبة 33%.
- لا توافق المبحوثات على أن الهوية الافتراضية يمكن أن تؤثر على ثقتهن بأنفسهن وتقبل ذواتهن بنسبة قدرت ب 36% لا أوافق.
- لا توافق بشدة الطالبات حول أن المرأة التي تصرح بمعلوماتها الشخصية جريئة وشجاعة بنسبة 25%.
- ترى غالبية أفراد العينة أن الهوية الافتراضية تكسبهم مهارات تنمي هويتهم الحقيقية بنسبة 56%.

ومنه نستنتج أن الفرضية الثانية " تتفاعل الطالبة الجامعية بهوية مستعارة داخل المجتمع الافتراضي " محققة فالطالبات الجامعيات تنشط بحسابات ذات أسماء وصور مستعارة خوفا من المضايقات ولكي تتفاعل بحرية دون قيود، فتلجأ إلى عدم الإفصاح عنهم وتستر تحت اسم وصور مستعارة. ترى الطالبات أن المجتمع الافتراضي يتيح لهن حرية التعبير أكثر من الواقع كما تساهم الهوية الافتراضية في بناء هوياتهن الحقيقية وتؤثر على علاقاتهم الاجتماعية داخل المجتمع الافتراضي، في حين لا توافق أغلبهن كون الهوية الافتراضية يمكن أن تؤثر على ثقتهن وتصورهن لذواتهن.

نتائج المحور الثالث: الهوية الافتراضية والهوية الحقيقية

- تمثل المنشورات التي تشاركها أغلب المبحوثات في حساباتهن الشخصية لمواقع التواصل الاجتماعي هويتهم في الواقع بنسبة 52%.
- الصور الشخصية للحسابات الشخصية لمواقع التواصل الاجتماعي لا تمثل الهوية الحقيقية اطلاقاً لأغلب الطالبات بنسبة 34%.
- الدين المصرح به في الحساب الشخصي لأغلب أفراد العينة يمثل هويتهم الحقيقية في الواقع بنسبة 82%.
- العمل المصرح به في الحساب الشخصي لأغلب المبحوثات يمثل الهوية التي يردن أن يكونن بها في الواقع بنسبة 52%.
- تمثل كل من الهوايات بنسبة 50%، ومكان الإقامة ب 62%، الدراسة ب 84%، الجنس ب 92%، تاريخ الميلاد والحالة الاجتماعية ب 77% المصرح بهم في الحساب الشخصي لأفراد العينة، التفاعلات والتعليقات في مواقع التواصل الاجتماعي 73% هويتهم الحقيقية في الواقع.
- ومن خلال ما تم التوصل إليه أعلاه وفي الجداول يمكن القول إن الفرضية الثالثة " تمثل الهوية الافتراضية للطالبة الهوية التي ترغب في أن تكون بها" غير محققة فأغلب المبحوثات تصرح بمعلوماتها الشخصية كالدين، الحالة الاجتماعية، الجنس، مكان الإقامة، وتتفاعل وتعلق كما في واقع في حين تتحفظ أحياناً بالإفصاح عن اسم واللقب وصورة الشخصية وذلك لقيود أسرية ومجتمعية وخوفاً من المضايقات والتحرش. ومنه تمثل الهوية الافتراضية للطالبات الجامعيات الهوية الحقيقية.

مناقشة النتائج في ضوء الدراسات السابقة:

من خلال نتائج الدراسة تبين أن:

-تستخدم الطالبة الجامعية مواقع التواصل الاجتماعي، بما في ذلك الفايسبوك لمميزاته الفريدة وذلك ما تؤكدته مختلف الدراسات، ومن بين هذه الدراسات نجد دراسة **مريم نريمان نومار** الموسومة بعنوان "استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية وتأثيره على العلاقات الاجتماعية"، دراسة على عينة من مستخدمي موقع فايسبوك في الجزائر وقد توصلت الدراسة بأن الفايسبوك هو الموقع الأكثر استخداما في الجزائر بنسبة 68% في الفئة العمرية بين 18 إلى 25 سنة. كما قد تبين في دراستنا أن موقع الفايسبوك الأكثر استخداما من طرف افراد العينة وذلك لسهولة استخدامه ومرونة استعماله وتفاعل بحساب لكل موقع وتشارك في المجتمعات الافتراضية ذات البعد التعليمي والتنقيفي بغرض الاستفادة من الفرص التعليمية وكذا اكتساب مهارات واكتشاف اهتمامات مشتركة.

- تستخدم أغلب أفراد العينة أسماء وصور مستعارة وذلك خوفا من المضايقات ومن أجل التعبير والتفاعل بكل حرية دون قيود، وكذلك يلجأن لاتخاذ هوية مستعارة لتقادي ازعاج ومضايقات داخل المجتمع الافتراضي وهذا ما أكدته دراسة **بن عمرة بلقاسم أمين** الموسومة ب "دور الوسائط الاتصالية الجديدة في تشكيل الفضاءات العمومية الهامشية النسائية داخل الحيز الافتراضي" دراسة ميدانية لعينة من المجموعات الفيسبوكية النسائية الجزائرية أطروحة دكتوراه أن نسبة 76.08% تستخدم اسم مستعار ونسبة 92.11% تستخدم صور غير صورها الشخصية الحقيقية. كما فتباينت آراء الطالبات الجامعيات حول تأثير الهوية الافتراضية على هويتهم وتفاعلاتهم الاجتماعية داخل المجتمعات الافتراضية، بينما تؤثر على تصورهن لأنفسهن بشكل عام وتتيح لهن مزيدا من حرية التعبير وتكسبهم مهارات تنمي هويتهم الحقيقية، إلا أنها لا تعتبر بالضرورة تمثيلا لهويتهم الحقيقية، علاوة على ذلك تؤثر على علاقاتهم في المجتمع الافتراضي.

-تعكس الهوية الافتراضية للطالبات الجامعيات الصورة الذاتية الحقيقية، حيث تنشئ الطالبات هويات افتراضية تتضمن تفاعلات وسلوكيات وصفات تعبر فيها عن هويتها الحقيقية، وهذا ما أكدته دراسة الفرفار العياشي المعنونة بـ " الهوية الافتراضية: طبيعتها، خصائصها وعلاقتها بالمجتمع الواقعي" أن الهوية الافتراضية تمثل الهوية الحقيقية للأفراد غالباً لاسيما من يعيشون وضع اجتماعي مريح ما يجعلهم يفصحون عن معلوماتهم الشخصية حول الجنس والإقامة وتاريخ الميلاد ...

النتائج العامة للدراسة:

توصلنا من خلال الدراسة الميدانية التي كانت حول الهوية الافتراضية للطالبات الجامعيات في المجتمعات الافتراضية وذلك من خلال تحليل الاستمارة والمقابلة إلى مجموعة من النتائج وهي كالتالي:

-غالبية الطالبات الجامعيات اللاتي تستخدمن الهوية الافتراضية في المجتمعات الافتراضية تتراوح أعمارهم ما بين 18-29 سنة بنسبة 99%، كما أن أغلبهن عازبات بنسبة 96% ومعظمهم ذات مستوى جامعي ليسانس 96%.

تبين من خلال إجابات المبحوثات أن أغلبهن يستخدمن موقع الفايسبوك بنسبة 97%، تتصفح أغلبهن بحساب لكل موقع بنسبة 78%، وتستخدم غالبيةهن اللغة العربية في التواصل داخل المجتمع الافتراضي بنسبة 62%.

-نجد أن غالبية أفراد العينة تتخرط في مختلف أنواع المجتمعات الافتراضية بنسبة 98% وتفضل مجموعات في مواقع تواصل الاجتماعي بنسبة 80%، طابع المجتمعات التي تنضم إليها الطالبات تعليمي تثقيفي بنسبة 65%، هذه المجتمعات مختلطة بنسبة 43% وتضم كلا الجنسين بنسبة 61%. دافع استخدام المجتمع الافتراضي لأغلب أفراد العينة التعلم والتثقف بنسبة 65%، كما تلغي المبحوثات الاشتراك في المجتمعات لسبب قلة الاحترام بنسبة 58.2%.

-كما تبين أن معظم المبحوثات تستخدم أسماء مستعارة بنسبة 47%، خوفا من المضايقات بنسبة 44.6%، بحيث يستخدم اسم عادي بنسبة 55%. ولا تستخدم أغلب الطالبات صورهن الشخصية بنسبة 87%، وتستخدم صور طبيعة بنسبة 45% وذلك لأن عائلاتهن لا تسمح بنسبة 61%. أما عن طبيعة أصدقائهم فأغلبهم حقيقيين بنسبة 67%.

-نجد أن أفراد العينة توافق على ان الهوية الافتراضية تؤثر على تصورهن بنسبة 39%، وتوافق على أن المجتمع الافتراضي يتيح حرية التعبير أكثر من الواقع بنسبة 40%، كما تباينت آراء المبحوثات حول ما يشارك في حساباتهن يمثل هويتهم الحقيقية وما ان كانت الهوية الافتراضية تساهم في بناء الهوية الحقيقية. وتوافق أغلبهن على أنها يمكن أن تؤثر على علاقاتهن في المجتمع الافتراضي بنسبة 33%، كما لا يوافق أغلب أفراد العينة على كل من أن الهوية الافتراضية تؤثر على ثقتهن بأنفسهن وتقبل ذواتهن بنسبة 36%، وأن المرأة التي تصرح بمعلوماتها الشخصية جريئة وشجاعة بنسبة 25% وترى أغلب المبحوثات الهوية الافتراضية تكسبهم مهارات وتنمي هويتهم الحقيقية بنسبة 56% موافق.

-تبين من خلال الدراسة أن المنشورات التي تشاركها أفراد العينة في حساباتهن تمثل هويتهم بنسبة 52%، وان الصور الشخصية لحساباتهن في مواقع تواصل لا تمثل هويتهم الحقيقية اطلاقا بنسبة 34%، تصرح الطالبات بالدين الذي يمثل الهوية الحقيقية بنسبة 82% في الواقع، أما العمل يمثل الهوية اللاتي يردن أن يكونن بها في الواقع بنسبة 52%، كما تصرح أغلب افراد العينة بكل من الهويات بنسبة 50%، ومكان الإقامة بنسبة 62%، الدراسة بنسبة 84%، الجنس بنسبة 92%، وكذلك التفاعلات والتعليقات في مواقع التواصل الاجتماعي هويتهم في الواقع.

الخاتمة

خاتمة:

يعتبر موضوع الهوية الافتراضية موضوع مهما يطرح رهانات واشكاليات كثيرة، التي تبحث في طبيعة تشكل هذه الهوية وما تحمله من خصائص ومميزات تجعل الفرد المستخدم يعبر بها عن ذاته في البيئة الافتراضية.

في ختام هذه الرحلة البحثية، حاولنا من خلالها معرفة الهوية الافتراضية للطالبات الجامعيات داخل المجتمعات الافتراضية وتفاعلاتهن، والتي توصلنا من خلالها إلى نتائج أهمها تستخدم الطالبة الجامعية مواقع التواصل الاجتماعي بأنواعها خاصة الفايسبوك لما يميزه من خصائص، كما تنشط بحساب لكل موقع تنضم إلى المجتمعات ذات الطابع التعليمي والتثقيفي وذلك بدافع التعلم والتثقيف وكذا اكتشاف المهارات والاهتمامات المشتركة، أظهرت الدراسة الميدانية التي أجريناها أن الطالبات تستخدم أسماء وصور مستعارة في حساباتهن الشخصية وذلك خوفا من المضايقات ولكي تتفاعل بحرية دون قيود، وكشفت الدراسة أن الهوية الافتراضية للطالبات الجامعية انعكاس للهوية الحقيقية فيقمن بإنشاء هوية تحتوي على معلومات حقيقية ويصرحن بها بالإضافة إلى تفاعلات وسلوكيات التي تمثل الهوية التي هن بها في الواقع.

كما نوصي النساء خاصة الطالبات بأهمية الهوية الافتراضية وكيفية استخدامها بشكل يعزز الثقة بالنفس ويحمي الخصوصية وتشجيع النساء على استخدام الأدوات الرقمية والمجال الافتراضي للتعبير عن أنفسهن وتبادل الاهتمامات والمعارف المشتركة فيما بينهم، الحفاظ على الأمان الشخصي داخل المجتمع الافتراضي والحذر من التحرش والمضايقات ونقترح كآفاق للمهتمين بدراسة هذا الموضوع دراسة الأثر الاجتماعي وتحليل كيفية تأثير الهوية الافتراضية على المرأة في المجتمع الجزائري، استكشاف ودراسة كيفية تفاعل الهوية الافتراضية مع القيم والمعتقدات الثقافية والعادات وتقاليد، التطور التكنولوجي وتأثيره على تشكيل الهوية للمرأة.

قائمة المصادر والمراجع

1. حسن عماد المكاوي، وحسين السيد ليلي. (1998). الاتصال ونظرياته المعاصرة (المجلد 1). القاهرة: الدار المصرية اللبنانية.
 2. د. زهرة تيغزة، وآخرون. الجامع في منهجية البحث العلمي وتقنياته في العلوم الاجتماعية. برلين ألمانيا: المركز الديمقراطي العربي للدراسات الاستراتيجية والسياسية والاقتصادية، (2019).
 3. د. سعد سلمان المشهداني. (2019). منهجية البحث العلمي (الإصدار 1). عمان الأردن: دار أسامة للنشر والتوزيع.
 4. د. محمد سرحان علي المحمودي. (2019). مناهج البحث العلمي (الإصدار 3). صنعاء اليمن: دار الكتاب
 5. كمال الحاج. (2020). نظريات الإعلام والاتصال. الجمهورية العربية السورية: الجامعة الافتراضية السورية
 6. لويس معلوف. (09 11، 2009). قاموس المنجد في اللغة والإعلام. بيروت: المطبعة الكاثوليكية
 7. محمد شمدين. (23 يونيو 2018). مراجعة لكتاب الهويات الافتراضية في المجتمعات العربية " أي دور لمواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الهوية ". مركز حرمون للدراسات المعاصرة. ثانياً: الأطروحات والرسائل الجامعية
- الأطروحات**
1. بن عمرة بلقاسم أمين. (2017-2018). دور الوسائط الجديدة في تشكيل الفضاءات العمومية النسائية الحيز الافتراضي (أطروحة دكتوراه). العلوم الاجتماعية، مستغانم: جامعة عبد الحميد بن باديس.
 2. جهاد صحراوي. (2022-2023). تمثيلات الهوية الافتراضية للمجتمع الجزائري بالفضاء العمومي الرقمي من خلال أخلاقيات النقاش دراسة مسحية تحليلية على عينة من الشباب الجزائري المستخدم للشبكات الاجتماعية الرقمية (أطروحة دكتوراه). جامعة محمد الخيضر.
 3. عزوز وهيبة حنان. (2018). تأثيرات الهوية الافتراضية على مستخدمي الأنترنت " أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه الطور الثالث في علوم الإعلام والاتصال " دراسة ميدانية على عينة من الانترنتيين من مدينة وهران. وهران: جامعة أحمد بن بلة.

4. فضيلة تومي. (2016). "أثر شبكات التواصل الاجتماعي على تشكل الهوية الافتراضية" دراسة ميدانية لتمثلات عينة من المستخدمين الجزائريين لموقع Facebook (أطروحة دكتوراه). كلية علوم الإعلام والاتصال، الجزائر: جامعة الجزائر 3.
 5. كسيرة أسمهان. (2017-2018). الشباب الجزائري والهوية الافتراضية دراسة ميدانية لعينة من مستخدمي موقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك (أطروحة دكتوراه). كلية العلوم الاجتماعية، مستغانم: جامعة عبد الحميد بن باديس بمستغانم.
 6. مريم نريمان نورمار. (2017-2018). تمثلات المرأة لذاتها عبر مواقع الشبكات الاجتماعية دراسة وصفية تحليلية لهوية المرأة الجزائرية عبر موقع فيسبوك (أطروحة دكتوراه). كلية العلوم الانسانية والاجتماعية، باتنة: جامعة الحاج لخضر باتنة 1.
- ثالثا: مقالات والمجلات وبحوث والملتقيات ومدخلات
المجلات
7. بايسوف مسعودة. (بلا تاريخ). الهوية الافتراضية: الخصائص والأبعاد دراسة استكشافية على عينة من المشتركين في المجتمعات الافتراضية. مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية (عدد خاص الملتقى الدولي الأول حول الهوية والمجالات الاجتماعية في ظل التحولات السيبروتقافية في المجتمع الجزائري).
 8. بهناس سعيد عادل. (جوان، 2016). من الهوية الحقيقية إلى الهوية الافتراضية. مجلة أنسنة للبحوث والدراسات.
 9. د. أحمد زين العابدين أحمد ابراهيم. (أبريل، 2020). خصائص الهوية الافتراضية لدى الشباب المصري: دراسة لعينة من مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي. مجلة البحث العلمي في الآداب (العلوم الاجتماعية والإنسانية).
 10. د. قرناني ياسين. (نوفمبر، 2019). تأثير المجتمعات الافتراضية على القيم الاجتماعية للطلبة دراسة ميدانية بجامعة محمد لمين دباغين سطيف 02. مجلة الدراسات الإعلامية _المركز الديمقراطي العربي
 11. د. لحبيب بن بلقاسم. (بلا تاريخ). المجتمعات الافتراضية والشباب العربي: أي علاقة؟ دراسة سيكولوجية لعلاقة الشباب التلميذ والطالبي التونسي بالمجتمعات الافتراضية. مجلة الحقيقة (27).
 12. د. هشام بوبكر، و د. دليلة بولكلوك. (2021). الهوية الافتراضية الواقع والتحديات. مجلة البحوث والدراسات الإنسانية.

13. دريم فاطمة الزهراء. (ديسمبر، 2017). عنوان الهوية الثقافية للطالب الجامعي في ظل الإعلام الجديد" دراسة ميدانية على طلبة جامعة وهران ". مجلة الدراسات.
14. ريس علي ابتسام. (سبتمبر، 2016). نظرية الاستخدامات والإشباع وتطبيقاتها على الإعلام الجديد (مدخل نظري). مجلة دراسات وأبحاث(25).
15. سحر محمد علي محمد. (فبراير، 2020). الدور التربوي للصدقة في المجتمعات الافتراضية. المجلة العلمية بكلية التربية جامعة اسيوط، 36.
16. شريفة بريجة، وقويدر سيكوك. (2021). مفهوم الهوية: النشأة والتطور في تاريخ أوروبا الحديث مقارنة سيسيو-أنثروبولوجية. مجلة أنثروبولوجيا، 07(02)،
17. شيخي سارة. (2021). أزمة الهوية لدى المراهق بين الافتراضية والواقع. مجلة حقول معرفية للعلوم الاجتماعية والإنسانية، 02.
18. ط. د بوالزيت راضية، والطاهر د. بومزير. (سبتمبر، 2021). تماثلات الهوية الأنثوية الرقمية "دراسة البنى الثقافية للهوية الأنثوية في الفيسبوك ". مجلة القارئ للدراسات الأدبية والنقدية واللغوية، 04.
19. الفرغار العياشي. (ماي، 2020). الهوية الافتراضية طبيعتها، خصائصها وعلاقتها بالمجتمع الواقعي. مجلة الدراسات الإعلامية _المركز الديمقراطي العربي (11).
20. فريدة صغير عباس، ورياح رضوان. (بلا تاريخ). التفاعل الافتراضي، نحو مقارنة المفهوم في ظل المجتمعات الافتراضية. مجلة الباحث في العلوم الانسانية والاجتماعية.
21. كلثوم بيبيمون. (شتاء -ربيع ، 2016). السياقات الثقافية الموجهة للهوية الرقمية في ضوء تحديات المجتمع الشبكي من المتداول الافتراضي إلى الممارسة الواقعية.
22. كنزة بنسليمان. (11، 2022). شبكات التواصل الاجتماعي والهوية والافتراضية: دراسة في النظريات. مجلة ابن خلدون للدراسات والأبحاث.
23. مروى ماي. (بدون تاريخ). المجتمعات الافتراضية ملاذ واقعي للمطالبين بالحرية. مجلة الباحث في العلوم الانسانية والاجتماعية

رابعاً: مواقع انترنت

- حسني رفعت حسني. (02، 10، 2019). المجتمعات الافتراضية وجيل الانترنت: المفهوم، السمات، الانواع. تاريخ الاسترداد 04 30، 2024، من الحوار المتمدن:

<https://m.ahewar.org/s.asp?aid=651147>

- د. جيلالي بوبكر. (بدون تاريخ). اللغة والهوية والعولمة بين اللغة والاصطلاح. تاريخ الاسترداد 31 01، 2024، من اللغة العربية صاحبة الجلالة:
https://www.arabiclanguageic.org/view_page.php?id=8985
- عبد الرزاق. ب. (14 02، 2023). الشروق. تاريخ الاسترداد 10 02، 2024، من هذا هو عدد مستخدمي الإنترنت وشبكات التواصل في الجزائر عام 2023:
https://www.echoroukonline.com/%D9%87%D8%B0%D8%A7-%D9%87%D9%88-%D8%B9%D8%AF%D8%AF-%D9%85%D8%B3%D8%AA%D8%AE%D8%AF%D9%85%D9%8A-%D8%A7%D9%84%D8%A5%D9%86%D8%AA%D8%B1%D9%86%D8%AA-%D9%88%D8%B4%D8%A8%D9%83%D8%A7%D8%AA-%D8%A7%D9%84%D8%AA#google_vignette
- عبد العال الديربي. (01 03، 2013). المجتمعات الافتراضية: التعريف.. التطور. الغايات. المركز العربي لأبحاث الفضاء الإلكتروني. تاريخ الاسترداد 30 04، 2024، من
https://accronline.com/article_detail.aspx?id=9683
- فريق موقع بوابة علم الاجتماع. (بلا تاريخ). الهوية الافتراضية: تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على بناء هويتنا الرقمية. تاريخ الاسترداد 03 03، 2024، من بوابة علم الاجتماع:
https://www.bsociology.com/2023/09/blog-fbclid=IwAR14N8DyOIZUB50NhAdSaqbPdF-&post_36.html?m=1kHcK2tnDqwdteH_Lh6gBkj8FQDMBXiB4
- منتدى انترنت. (29 04، 2024). تم الاسترداد من
<https://ar.m.wikipedia.org/wiki/%D9%85%D9%86%D8%AA%D8:ويكيبيديا:%D8%A5%D9%86%D8%AA%D8%B1%D9%86%D8%AA>

الملاحق

الملحق رقم 1: الاستمارة

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة عبد الحميد بن باديس بمستغانم

الهوية الافتراضية للطالبات الجامعيات داخل المجتمعات الافتراضية " دراسة ميدانية على عينة من الطالبات الجامعيات المقييمات بإقامة الدكتور بلعربي عبد القادر للإنانث بمستغانم

الطالبات الفاضلات، مرحبا

السلام عليكم ورحمة الله وبركاته، أنا الطالبة بن حميدي حسيبة أقوم بدراسة بعنوان: "الهوية الافتراضية للطالبات الجامعيات في المجتمعات الافتراضية"، وذلك استكمالاً لمتطلبات الحصول على شهادة ماستر أكاديمي في علوم الإعلام والاتصال تخصص اتصال جماهيري ووسائل جديدة جامعة عبد الحميد بن باديس بمستغانم. ولأغراض هذه الدراسة قمنا بطرح هذه الاستبانة.

نحن نسعى إلى فهم وقياس الهوية الافتراضية للطالبات الجامعيات، يرجى تعبئة هذه الاستمارة بكل دقة ومصداقية. تأكدي أن جميع المعلومات التي تقدمينها ستظل في سرية ولن يتم استخدامها إلا لأغراض البحث والتحليل.

الاستبيان:

ضعي علامة X عند خانة الإجابة الملائمة

1_البيانات الشخصية:

السن: أقل من 18 من 18-29 سنة من 30 فأكثر

الحالة الاجتماعية: عزباء متزوجة مطلقة أرملة

المستوى الجامعي: ليسانس ماستر دكتوراه

الكلية:

السكن: منطقة حضرية منطقة شبه حضرية منطقة ريفية

المحور الأول: استخدامات الطالبة الجامعية لمواقع التواصل الاجتماعي

1- ماهي لمواقع التواصل الاجتماعي التي تملكين حسابات فيها؟

فيسبوك أنستغرام تويتر سناب شات غير ذلك

أذكرها:

2- هل تملكي حساب شخصي لكل موقع أو عدة حسابات للموقع الواحد؟

حساب لكل موقع عدة حسابات لكل المواقع عدة حسابات لموقع واحد فقط

3- لغة التواصل المستخدمة في هاته المواقع هي:

اللغة العربية الإنجليزية الفرنسية الدارجة غير ذلك

أذكرها:

4- هل أنت منخرطة في المجتمعات الافتراضية؟ نعم لا

5- ما نوع المجتمعات الافتراضية المنخرطة فيها؟

مجموعات في مواقع التواصل الاجتماعي منتديات غرف دردشة جماعية غير ذلك

أذكرها

6- ما هو طابع مواضيع المجتمعات الافتراضية المنخرطة فيها؟

ترفيه وتسلية ثقافة وتعليم صحة وتجميل غير ذلك

أذكرها

7- هذه المجتمعات الافتراضية: محلية عربية أجنبية مختلطة

8- تضم هذه المجتمعات: النساء فقط كلا الجنسين

9- ما الغرض الذي يدفعك للانضمام إلى هاته المجتمعات الافتراضية؟

التواصل والدردشة اكتشاف مهارات واهتمامات مشتركة ترفيه تعليم

وتتقيف غير ذلك أذكره

قائمة المصادر والمراجع

10- هل تقومي بدعوة أصدقائك للانضمام لمجتمعات افتراضية منضمة إليها؟

نعم لا

11- ما السبب الذي يدفعك لإلغاء الانضمام لهاته المجتمعات الافتراضية؟

انعدام الفائدة قلة احترام تعارض مع القيم ركود وعدم
نشاط غير ذلك أذكرها

المحور الثاني: الهوية الافتراضية للطالبة الجامعية وتفاعلاتها داخل المجتمع الافتراضي

12- ما الأسماء المستخدمة في الحسابات الشخصية الافتراضية؟

اسم وللقب حقيقي اسم حقيقي ولقب مستعار اسم وللقب مستعارين
اسم حقيقي ولقب مختصر

13- إذا كنت لا تفصحين عن اسمك الحقيقي فذلك يرجع إلى أنك:

تتفاعلي بحرية خجولة خاؤفا من العائلة خاؤفا من المضايقات
غير ذلك أذكره

14- إذا كنت تستخدمين اسم وللقب مستعار ما نوع هذا الاسم؟

شيء معنوي اسم عادي شخصية مشهورة اسم مهني
غير ذلك أذكره

15- هل تستخدمين صورك الحقيقية في حساباتك الشخصية لمواقع التواصل؟

نعم لا

16- إذا كانت الإجابة ب لا ما نوع الصور المستخدمة؟

صور طبيعة صور مشاهير صور مدن صور أقارب (طفل، جدة ...)
صور لا تظهر وجهك بوضوح غير ذلك
أذكرها

قائمة المصادر والمراجع

17- إذا كنت لا تستخدمين صورك فذلك يرجع إلى أنك:

- خوفا من تحرش العائلة لا تسمح غير راضية على شكاك تحبي
- تقمص شخصية غير شخصيتك أخرى

أذكرها

18- أصدقاتك في مواقع التواصل الاجتماعي:

- حقيقيين (أصدقاء وأقارب) افتراضيين كلاهما

لا أوافق بشدة	لا أوافق	محايد	موافق	موافق بشدة	
					19- تعتقدين أن لهويتك الافتراضية تأثير على تصورك لنفسك.
					20- تعتقدين أن المجتمع الافتراضي يتيح لك حرية التعبير أكثر من الواقع.
					21- تعتقدين أن كل ما يشارك في حساباتك عبر المواقع يمثل هويتك الحقيقية.
					22- تعتقدين أن الهوية الافتراضية تساهم في بناء الهوية الحقيقية.
					23- تعتقدين أن الهوية الافتراضية يمكن أن تؤثر على علاقاتك في المجتمع الافتراضي.
					24- تعتقدين أن الهوية الافتراضية يمكن أن تؤثر على ثقتك بنفسك وتقبلك لذاتك.
					25- تعتقدين أن المرأة التي تصرح بمعلوماتها الشخصية جريئة وشجاعة.
					26- تعتقدين أن الهوية الافتراضية تكسبك مهارات تنمي هويتك الحقيقية.

المحور الثالث: الهوية الافتراضية والهوية الحقيقية

-قيمي هويتك الافتراضية كونها تمثل الحقيقية أو تختلف عنها:

تمثل هويتي في الواقع	تمثل الهوية التي أريد أن يراني بها الآخرين	لا تمثل هويتي الحقيقية إطلاقاً	تمثل الهوية التي أريد أن أكون بها في الواقع	تمثل هويتي في الواقع	
					27-المنشورات التي أشاركها في حساباتي شخصية لمواقع التواصل الاجتماعي.
					28-الصور الشخصية للحسابات الشخصية لمواقع التواصل الاجتماعي.
					29-الدين المصرح به في الحساب الشخصي.
					30-العمل المصرح به في الحساب الشخصي.
					31-الهوايات المصرح بها في الحساب الشخصي.
					32-مكان الإقامة المصرح به في الحساب الشخصي.
					33-الدراسة المصرح بها في الحساب الشخصي.
					34-الجنس المصرح به في الحساب الشخصي.
					35-تاريخ الميلاد المصرح به في الحساب الشخصي.
					36-الحالة الاجتماعية المصرح بها في الحساب الشخصي.
					37-التفاعلات والتعليقات في مواقع التواصل الاجتماعي.

الملحق رقم 2:

دليل المقابلة:

1- هل تستخدم مواقع التواصل الاجتماعي؟ أذكرها

.....-

2- هل تتصفح هذه المواقع بحساب لكل موقع أو عدة حسابات؟

.....-

3- هل أنت منضمة للمجتمعات الافتراضية؟ ما نوعها؟

.....-

4- ما هو الدافع الذي يجعلك تشتركين في هاته المجتمعات؟

.....

5- هل تستخدم اسمك الحقيقي في حساباتك الشخصية في مواقع التواصل الاجتماعي؟ لماذا؟

.....-

6- هل تضعي صورك الحقيقية في حساباتك الشخصية؟ لماذا؟

-

.....

7- هل ترين أن الهوية الافتراضية تساهم في بناء هويتك الحقيقية؟ لماذا؟

-

.....