



وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة ابن خلدون تيارت

كلية العلوم الانسانية والاجتماعية

قسم علم الاجتماع

مذكرة مكملة لنيل شهادة ماستر الطور الثاني ل.م.د

في علم الاجتماع الاتصال موسومة بـ

الفايسبوك وبناء الهوية الذاتية عبر الصورة الرمزية: دراسة على عينة من
الفايسبوكيين

تحت إشراف:

أ. / بوشي فوزية

من إعداد الطالب (ة):

بلمصطفى صيرين

لحلاح إلهام

أمام لجنة المناقشة

الصفة	الرتبة	الأستاذ (ة)
رئيسا	أستاذ مساعد —أ—	بوزيرة سوسن
مشرفا ومقررا	أستاذ محاضر —أ—	بوشي فوزية
مناقشا	أستاذ مساعد —أ—	حسني فاطمة

السنة الجامعية: 2022 - 2023

ملخص الدراسة:

تهدف الدراسة الحالية إلى بحث كيفية بناء مستخدمي الفيسبوك لهوياتهم الذاتية الشخصية عبر صورة البروفايل، وقد

تحدد مفهومنا للهوية الذاتية في جانبين هما: الجانب الداخلي الذاتي و الخارجي العلائقي الرقمي . من خلال دراستنا الميدانية التي قمنا به في الأماكن العمومية (مكتبة، محلات، شوارع) بولاية تيارت وتطبيق مقابلة نصف موجهة على عينة قصديه مكونة من 25 شخص ، واعتمادا على نظرية الفعل التواصلي لهابر مارس توصلنا إلى أهم النتائج الآتية:

__ يتم بناء الهوية الذاتية للمستخدمين عن طريق صور بروفايل مستعارة مادية للتعبير عن دلالات رمزية تتصل بواقعهم النفسي .

__ تتم عملية البناء عن طريق صور مستعارة تتضمن دلالات صادقة خالية من مزاعم الشك.

__ على مستوى العالم الخارجي ثبت من خلال الدراسة محدودية التفاعل الرقمي عن طريق صور البروفايل، وذلك على مستوى حجم العلاقات و نوعها إذ تقف عند حدود الفضاء الرقمي .

الكلمات المفتاحية: شبكات التواصل الاجتماعي، الفيسبوك، الهوية الذاتية، الهوية الرقمية، صورة البروفايل

Abstrac:

The present study aims to investigate how Facebook users construct their personal identities through their profile pictures. Our concept of personal identity was determined by two aspects: the internal self aspect, and the external digital relational aspect.

Throughout our field study which we have conducted in public places (Library, shops, streets) in Tيارت, and by conducting a semi-structured interview on a certain sample consists of 25 participants, and based on Jürgen Habermas' theory in his book "The Theory of Communicative Action" we have arrived at the following findings:

- The personal identities of the users are constructed by fake profile pictures in order to express symbolic connotations related to their psychological reality.

- The construction process relies on fake profile pictures which contain dishonest connotations devoid of allegations of doubt.

On the external level, the study revealed the limited extent of digital interaction through profile pictures, at the level of the both size and type of relationships, as they stand at the borders of the digital space

Keywords: :Social media networks, Facebook, personal identity, digital identity, profile picture.

شكر وتقدير

وآخر دعواهم أن الحمد لله رب العالمين
بعد توفيق من الله عز وجل وصل مسار هذه الدراسة إلى نهايته الشكر لله فهو
صاحب الفضل والمنة والجدير بالشكر ابتداء وانتهاء
ثم أنه من باب الشكر لله أن يشكر من تفضل من خلقه بالتوجيه والنصح والمساعدة
والمساندة في إنجاز هذه الدراسة وبهذا الخصوص نشكر الأستاذة المشرفة "بوشي
فوزية" على نصائحها القيمة في توجيهنا طوال مدة إنجاز هذا العمل ، كما نقدم شكرنا للأساتذة الكرام
الذين ناقشوا مذكرتنا، الأستاذة "بوزبرة سوسن" والأستاذة "حسني فاطمة" وكل الأساتذة الذين درسونا خلال
مسارنا الجامعي.

إهداء

الحمد لله الذي بنعمته تتم الصالحات
الحمد لله على نعمته التي لا تعد ولا تحصى
الحمد لله الذي بفضله وتوفيقه وتسهيل منه وصلت لهذه المرحلة وأتممت مشروع تخرجي بنجاح...
إلى كل غفوة قاطعتها لأجل الوصول
إلى رجفة يدي قبل الدخول لامتحان وعند ظهور النتائج
إلى كل من راهن على عدم وصولي ووصلت
إلى الأحلام التي رأيتها تبتعد ثم تقترب واليوم التقينا
إلى النجاح والفرح الذي يعانق إهدائي وعملي هذا
إلى من أفنى شبابه في تربيتي، إلى من زرع القيم في شخصيتي
إلى نصري الأول بمعركة الحياة وحافزي للاستمرار... أبي الغالي
إلى مبسمي إلى إتكائي لأحلامي
هي أول المشجعين عند إخفاقي.. هي أول الداعمين
إلى صاحبة القلب الأبيض الكبير
إلى قدوتي وقوتي.. لكي كل الحب... أمي حبيبتي
إلى أختي الجميلة وصديقة عمري والحياة التي أهدتني إياها الأيام
إلى القلب الأبيض الذي ينبض بالخير والحب... أختي نسرين
إلى رفيق الطفولة والشباب ذخيرتي في هذه الحياة
صاحب الابتسامة العذبة والروح الصادقة
هين الطبع الميناء والمرفاً الآمن... أخي خيرالدين
إلى ضحكة وروح البيت
إلى طفلي وأخي الذي بوجوده ومشاغبتة يزول مر الحياة وصعابها... أخي الصغير عبدإله
إلى من أفتخر وأعز بصحبتهم... إلى حلاوة حياتي وبهجتها صديقاتي... إلهام، نينا، منال

إهداء

الحمد لله وكفى والصلاة على الحبيب المصطفى وأهله ومن وفى أما بعد
إلى النور الذي أنار دربي والسراج الذي لا بنظفي نوره أبداً، إلى سندي وكل كلي الكتف الذي أستند عليه أبي
العزیز صاحب الوجه الطيب والأفعال الحسنة
إلى من أفضلها على نفسي ولما لا فلقد ضحت ما أحلي ولم تدخر جهداً في سبيل إسعادي على الدوام أمي

الحبيبة

إلى أخي العزيز سدّد الله خطاه
إلى مضغة التي على يسار صدري أختي جمول وفقها الله
إلى من أنجبتهم لي الدنيا: هند، رحمة
إلى من جمعتني بها الأيام الجامعة ورفيقتي في بحثي صبرين
إلى صديقة طفولتي كريمة
إلى فقيدي رحمه الله عمي عامر
إلى من أشكرها بشدة و التي مهما أطلت عنها الحديث فلن أوفيتها حقها أستاذة بوشي
إلى كل أفراد عائلتي من قريب وبعيد صغيرهم وكبيرهم.
إلى كل من كان لهم أثر جميل على حياتي إلى كل من أحبهم قلبي

فهرس المحتويات

الصفحة	الموضوع
	شكر و تقدير
	الإهداء
	الملخص بالعربية
	الملخص بالإنجليزية
	فهرس المحتويات
أ	مقدمة
الفصل الأول: الإطار المنهجي للدراسة	
04	1.أسباب اختيار الموضوع
04	2.أهمية الدراسة
05	3.أهداف الدراسة
05	4.إشكالية الدراسة
06	5.فرضيات الدراسة
06	6.المفاهيم الأساسية
08	7.الدراسات السابقة
11	8.المقاربة النظرية
12	9.صعوبات الدراسة
الفصل الثاني: الإطار النظري للدراسة	
14	1.شبكات التواصل الاجتماعي
14	1.1. مفهوم شبكات التواصل الاجتماعي

14	1.1.2. نشأة شبكات التواصل الاجتماعي
15	1.1.3. أنواع شبكات التواصل الاجتماعي
17	1.1.4. خصائص شبكات التواصل الاجتماعي
18	1.1.5. الأهمية السوسيوإتصالية لمواقع شبكات التواصل
19	2.1.1. الفيسبوك: إحدى أنواع شبكات التواصل الاجتماعي
19	2.1.2. تعريف الفيسبوك
19	2.1.3. نشأة الفيسبوك
20	2.1.4. خصائص الفيسبوك
21	2.1.5. الوظائف الاجتماعية التي يحققها موقع الفيسبوك
22	3. الهوية الذاتية و الهوية الرقمية
22	3.1. تعريف الهوية
23	3.1.1. عناصر الهوية
24	3.1.2. أنواع الهوية
26	3.1.3. كيفية تكون الهوية الذاتية
26	3.1.4. الهوية الرقمية في الواقع الافتراضي
26	3.2. تعريف الهوية الرقمية
27	3.2.1. عناصر الهوية الرقمية
28	3.2.2. مكونات الهوية الرقمية
28	3.2.3. كيفية بناء الهوية الرقمية
28	3.2.4. الهوية الرقمية و الذاتية الفردية
الفصل الثالث: الأدوات المنهجية للدراسة	
33	1. مجالات الدراسة
33	2. منهج الدراسة
34	3. أدوات الدراسة

37	4. عينة الدراسة و خصائصها
الفصل الرابع: عرض و تحليل و مناقشة نتائج الدراسة	
42	1. عرض و تحليل نتائج الدراسة
52	2. مناقشة نتائج الدراسة
52	1.2. مناقشة نتائج الدراسة في ضوء الفرضيات
54	2.2. مناقشة نتائج الدراسة في ضوء الدراسات السابقة
54	3.2. مناقشة نتائج الدراسة في ضوء المقاربة النظرية
55	3. الاستنتاج العام
58	خاتمة
61	قائمة المصادر و المراجع
65	الأشكال
	الملاحق
	الملخص

قائمة الجداول

الصفحة	العنوان	الرقم
33	دليل المقابلة	01
34	التعديلات التي طلبتها منا الأساتذة	02
36	توزيع المبحوثين حسب النوع الاجتماعي	03
36	توزيع المبحوثين حسب الفئات العمرية	04
37	توزيع المبحوثين حسب الانتماء الجغرافي	05
37	توزيع المبحوثين حسب الوضعية الاجتماعية	06
38	توزيع المبحوثين حسب مستوى التحكم في التكنولوجيا الاتصال	07
38	توزيع المبحوثين حسب معدل استخدام الفايسبوك	08
38	توزيع المبحوثين حسب أوقات إستخدام الفيسبوك	09
39	توزيع المبحوثين حسب دوافع استخدام الفيسبوك	10
42	أنواع صور البروفايل التي يستخدمها المبحوثين	11
43	وضعيات صور البروفايل الواقعية التي يركز عليها المبحوثين	12
43	صور البروفايل المستعارة التي يستخدمها المبحوثين	13
44	دوافع المبحوثون في استخدام أنواع خاصة من الصور	14
44	أنواع الصور التي يستخدمها المبحوثون عادة	15
45	معدل تغير صور البروفايل عادة	16
46	المعاني التي يعبر عنها البروفايل الخاصة بالمبحوثين	17
48	حجم اللايكات والدعوات التي يتلقاها المبحوثين بسبب صورة البروفايل	18
48	نوع الرموز التعبيرية التي يتفاعل بها الآخر تجاه صور البروفايل المبحوثين	19
50	حجم التعليقات التي يتلقاها المبحوثين	20
50	نوع التعليقات التي يتلقاها المبحوثين	21
51	استجابة المبحوثين عن تحول تواصلهم مع الآخر إلى علاقة	22

قائمة الملاحق

العنوان	الملاحق
الصيغة الاولية لدليل المقابلة للتحكيم	الملحق رقم(01)
دليل المقابلة موجه للتحكيم	الملحق رقم(02)

قائمة الأشكال

الصفحة	العنوان	الرقم
65	يوضح صورة عن محبة الأم	1
66	يوضح صورة عن العالم المادي "الطبيعة"	2
67	يوضح صورة عن الأشياء	3
68	يوضح صورة عن حالة النفسية	4
69	يوضح صورة عن الأسرة	5



مقدمة

مقدمة :

يعرف عصرنا الحالي بعصر تكنولوجيا الإعلام والاتصال الإلكتروني، عصر الأقمار الصناعية وشبكة الانترنت ووسائلها التي تغلغت إلى كافة مجالات الحياة، وأصبحت واقعا ملموسا وحتمية اجتماعية.

من هذه الوسائل الإلكترونية شبكات التواصل الاجتماعي التي أصبحت جزء لا يتجزأ من حياة المجتمعات لما تتمتع به من خصائص اجتماعية، منها أنها تتيح التواصل بين الأفراد في جميع أنحاء العالم، كما أنها تتيح إمكانية الانضمام إلى مجموعات وصفحات تهتم بمواضيع محددة، والمشاركة في المناقشات وتبادل الآراء والمعلومات، كما يمكن للأفراد الاطلاع على المعارف والمعلومات المختلفة التي يبحث عنها.

لقد أحدثت شبكات التواصل الاجتماعي ثورة في الاتصال والتفاعل الأمر الذي أتاح للمستخدمين فرصا للتواصل والتعبير عن الذات والرأي.

وتعد شبكات التواصل الاجتماعي منصات إلكترونية تضم أكبر عدد من المشتركين ضمن تطبيقاتها والتي من خلالها ينشأ المستخدم حساب يمكنه من التواصل مع الآخر إلكترونيا، في مقدمتها يأتي الفيسبوك الذي حقق شهرة كبيرة على نطاق عالمي بحيث أنه ليس مجرد منصة للتواصل ومشاركة المحتوى، بل أصبح واجهة لبناء الهويات. ولو حاولنا فهم الدلالة السوسولوجية لمصطلح الفيسبوك، ننطلق من "face" ومعناها الوجه، وكلمة الوجه عند عالم الاجتماع أنتوني غيدنز¹ "قد تدل أحيانا على إعتداد المرء بنفسه أو على المنزلة ودرجة الاحترام والمهابة التي يضيفها عليه الآخرون، كما أن الملامح والصفات المتصلة بالوجه أو الرأس تعبر عن كثير من المشاعر القيمة والخصال، حتى وإن كانت من جملة المظاهر الطبيعية التي يتميز بها الناس"¹، يتم تقديم هذه الملامح في الفيسبوك من خلال صورة البروفايل ويكون ذلك إما فعليا أو مجازا يتبناها المستخدمون اتجاه أنفسهم.

تعتبر صورة البروفايل إحدى عناصر الهوية الرقمية التي تمثل معلومات مستخدمي الفيسبوك في تنسيق شبكي: الصورة، المعلومات الشخصية، المناقشات، التفاعلات وما إلى ذلك، وترتبط صورة البروفايل لبناء الهويات الذاتية للمستخدمين أي أنها ترتبط بالطريقة التي يعرفون بها ذاتهم وطريقة تفكيرهم وشعورهم اتجاه العالم المادي والموضوعي، من هذا المنطلق يتحدد الهدف الرئيسي من دراستنا الحالية الموسومة " شبكات التواصل الاجتماعي وبناء الهوية الذاتية عبر الصورة الرمزية، الفيسبوك نموذجاً"، في بحث طريقة بناء مستخدمي الفيسبوك عينة البحث

¹ - رائد الدبس، "الفيسبوك وعلماء الاجتماع الاتصال"، العولمة و تطورات العالم المعاصر، 2010، <https://www.m.ahewar.org> في 30 ماي 2023 على الساعة 15:45.

لهواياتهم الفردية عبر إحدى مكونات الهوية الرقمية وهي صورة بروفایل الفاييسبوك، حيث تحدد مفهومنا الاجرائي للهوية الذاتية من جانب التكامل بين الذات و العالم الخارجي الرقمي. تحقيقا لذلك قمنا بدراسة ميدانية على عينة من مستخدميالفايسبوك، باستخدام المقابلة، وقد قدمنا عملنا هذا في فصول شملت الآتي:

← الفصل الأول: الإطار المنهجي وفيه تعرضنا إلى:

أسباب اختيار الموضوع، أهمية الدراسة، أهداف الدراسة، الإشكالية، الفرضيات، المفاهيم الأساسية، الدراسات السابقة، المقاربة النظرية. صعوبات الدراسة.

← الفصل الثاني: الإطار النظري: وتضمن بحثين :

- مبحث خاص بشبكات التواصل الاجتماعي وفيه تطرقنا إلى: تعريف شبكات التواصل الاجتماعي، نشأة وأنواع شبكات التواصل الاجتماعي كذلك خصائص شبكات التواصل الاجتماعي والأهمية السوسيواتصالية لمواقع شبكات التواصل الاجتماعي، تعريف وخصائص الفاييسبوك والوظائف الاجتماعية التي يحققها موقع الفاييسبوك.

-مبحث خاص بالهوية وفيه تناولنا العناصر الآتية: تعريف الهوية وعناصر الهوية وأنواع الهوية وكيفية تكوين الهوية الذاتية. تعريف الهوية الرقمية وعناصرها، مكونات الهوية الرقمية، كيفية بناء الهوية الرقمية ، الهوية الرقمية والذاتية الفردية.

← الفصل الثالث : الإجراءات المنهجية للدراسة.

← الفصل الرابع: شمل العمل الميداني، والاستنتاج العام.

خاتمة.

الفصل الأول: الإطار المنهجي للدراسة.

1. أسباب اختيار الموضوع.

2. أهمية الدراسة.

3. أهداف الدراسة.

4. إشكالية الدراسة.

5. فرضيات الدراسة.

6. المفاهيم الأساسية.

7. الدراسات السابقة.

8. المقاربة النظرية.

9. صعوبات الدراسة.

1. أسباب اختيار الموضوع:

تحدد أسباب اختيارنا لموضوع هذه الدراسة في الآتي:

1.1. الأسباب الذاتية: تتمثل في:

- ارتباط الدراسة بالتحول الاجتماعي الرقمي.
- اهتمامنا الخاص بموضوع شبكات التواصل الاجتماعي خاصة الفايسبوك، ومعرفة الدوافع الكامنة لتركيز المستخدمين على صورة البروفايل في التعريف عن هوياتهم عبر الرقمي.

1.2. الأسباب الموضوعية: وتتمثل في الآتي:

- الخصوصية البحثية للموضوع حيث انه يجمع بين نوعين من الواقع: واقع اجتماعي فعلي متمثلا في الأفراد المستخدمين لشبكة الفايسبوك، واقع افتراضي متمثلا في التفاعلات الشبكية بين المستخدمين بهويات رقمية.
- محدودية الدراسات الميدانية التي تركز على الهوية الرقمية من جانب سوسيولوجي.

2. أهمية الدراسة:

تكمن أهمية هذه الدراسة في تحقيق إضافة علمية على مستويين :

✚ **المستوى البحثي** : بتزويد الباحثين في ذات المجال بدراسة جديدة للاستفادة منها مستقبلا في دراستهم وبحوثهم العلمية.

✚ **المستوى العملي** : تفيد دراستنا في مجال:

- الاتصال: إذ تعتبر الصورة أداة اتصال غير لفظي لتوليد رسائل عن مقاصد الفرد اللفظية.
- سيكولوجية الشخصية: إذ تساعد المختصين في علم النفس في تحليل الشخصية وعلاج المشكلات، إذ توفر صور البروفايل طريقة ذاتية يعبر من خلالها المستخدم عن ذاته: تصوره الداخلي لها، علاقاته مع الآخر، نقاط قوته وضعفه، وأسلوب إسقاطي يساهم في الكشف عن السمات الحقيقية والحالات الشعورية الصادقة التي يمر بها المستخدمين.

3. أهداف الدراسة:

يتحدد الهدف الأساسي لدراستنا الحالية في بحث العلاقة بين الصورة الرمزية "صورة البروفايل" على الفايسبوك والهوية الذاتية للمستخدم في الواقع الرقمي، بمعنى أكثر دقة: أننا نبحث في كيفية بناء مستخدمي الفايسبوك عينة البحث لذواتهم الفردية من خلال صور البروفايل التي يضعونها على حساباتهم على الفايسبوك. وانطلاقا من هذا الهدف الأساسي، تتفرع أهداف أخرى هي:

1. التعرف على طبيعة الصور التي يستخدمها الباحثون لتمييز ذواتهم عن الذات الأخرى وتحقيق انطباع يريده هو أمام المستخدمين الآخرين.
2. المقاصد المعبر عنها في صورة البروفايل من طرف المستخدمين لبناء علاقات شخصية وتقارب مع المستخدمين الآخرين .
3. بحث تأثير مصداقية الصور التي يضعها مستخدم الفايسبوك عينة البحث على التواصل مع الآخرين.

4. الإشكالية:

لقد أدى ظهور الجيل الثاني للإنترنت إلى تغيير ملامح البيئة الاتصالية عبر وسائطه الجديدة المحملة بميكانيزمات تواصلية، تأسست بذلك بيئة جديدة مبنية على التفاعلية كسمة أساسية تطبع نشاطات المستخدمين الذين تحولوا من مجرد متصفح لمواقع شبكة الانترنت إلى منتج لمضامين يتبادلونها في مواقع خاصة، و يعبرون من خلالها عن عوالمهم الذاتية والاجتماعية ويناقشون عبرها في مختلف القضايا التي تشغلهم.¹

من بين هذه المواقع التي لها أثر بارز على الفرد شبكات التواصل الاجتماعي من:

"اليوتيوب"، "التويتر"، "الانستغرام"، "ليكندين"، "واتساب"، "الفايسبوك وغيرها، ذلك بفضل خصائصها التي تميزها عن الاعلام التقليدي كالتفاعلية وسهولة الاستخدام وتعددية الوسائط جعلتها أداة فعالة في المجتمعات، فقد أتاحت هذه مجالا افتراضيا للتواصل والتفاعل والتشارك وذلك من خلال إنشاء الأفراد لهويات رقمية تميزهم عن الآخر، تنسم الهوية الرقمية الخاصة بالشبكات الاجتماعية بسمتين أساسيتين هما تمثيل قصدي بينيه الأفراد لذواتهم عن طريق معلوماتهم الشخصية وصورة وغير قصدي.

ويعد التمثيل الذاتي القصدي انعكاسا للهوية الذاتية حيث أنه يجمع الخبرات المختلفة الخاصة بالمستخدم التي تشمل جنسه، وعيه وإدراكه، شعور لذاته، تفاعلاته الشبكية والشكل الخارجي الذي يتجسد في صور البروفايل. تعد صور بروفايل أهم مكونات الهوية الذاتية للمستخدم ذلك أنها تحدد شكله وما تثمره علاقاته بالآخرين، وهي العناصر التي ركزنا عليها في بحث هذا الموضوع من خلال طرح التساؤل الرئيسي الآتي:

التساؤل الجوهري: كيف يبني مستخدم الفايسبوك هويته الذاتية عبر صور البروفايل الرمزية لتحقيق التواصل؟

¹- حنان حاجي، مصطفى ثابت، "المرأة وإشكالية بناء الهوية الرقمية في الفضاء الافتراضي مقارنة سوسيوثقافية في بناء الهوية الرقمية للمرأة الجزائرية"، مجلة المقدمة للدراسات الانسانية و الاجتماعية، المجلد (07) العدد (01)، جوان 2022، جامعة قاصدي مرباح ورقلة (الجزائر)، ص 402.

التساؤلات الفرعية:

- كيف يقدم مستخدمى الفاييسبوك (عينة البحث) ذواتهم لبناء علاقات تفاعل مع الآخر؟
- ماهو المضمون الذي يوصله المستخدمين عن ذواتهم من خلال صور بروفائلاتهم لتحقيق اتفاق متبادل مع ذوات المستخدمين الآخرين؟

5. الفرضيات:

- يقدم المستخدم ذاته لبناء علاقات المستخدمين الاخرين عن طريق صور بروفائل غير واقعية.
- المضمون الذي يوصله المستخدمين عن ذواتهم من خلال صورة البروفايل للأخر لتحقيق فعل تواصلى هو نفسي ويتميز بصدق المحتوى.

6. المفاهيم الأساسية:

يعد تحديد مفاهيم من أساسيات البحث العلمي، وقد ركزنا في هذا الجانب على المعنى الاصطلاحي والإجرائي لمفاهيم دراستنا التي شملت الآتي:

← مواقع التواصل الاجتماعي: تعرف:

اصطلاحاً: علانها منصات على الانترنت أو الهاتف المحمول تتيح التفاعل ثنائي الاتجاه عبر محتويات ينتجه المستخدمين انفسهم فضلاً عن التواصل بين المستخدمين.¹

إجرائياً: هي مواقع على الأنترنت يتواصل من خلالها الأفراد وتتيح لهم مشاركة ملفاتهم وصورهم وتبادل مقاطع الفيديو وإنشاء المدونات وإرسال الرسائل وتتيح ايضاً لهم التواصل مع الأصدقاء.

← الفاييسبوك: يعرف:

اصطلاحاً: هو موقع يزوره العديد من الناس يتبادلون فيه الملفات والصور ومقاطع الفيديو ، ويعلقون على ما نشرون في صفحاتهم من آراء وأفكار وموضوعات متنوعة وجديدة ، يضاف إلى ذلك المشاركة الفعالة وغالبا ما تكون في المحادثات والدردشات.²

- إجرائياً: هو عبارة عن موقع من مواقع التواصل الاجتماعي يسهل عملية التفاعل والتواصل بين الأفراد، ومشاركة المعلومات عن طريق التعليقات والفيديوهات من خلال الشبكة العنكبوتية.

¹ - ماهر عودة الشمالية و آخرون ، "الإعلام الرقمي الجديد" ، ط 1، دار الإعصار العلمي للنشر و التوزيع، عمان، 2014، ص 199.

² - عبد الرحمان بن براهيم شاعر ، " مواقع التواصل الاجتماعي و السلوك الإنساني" ، ط 1، دار الصفاء للنشر و التوزيع، عمان ، السنة 2015 ص

← الهوية: تعرف:

- اصطلاحاً: "هي عبارة عن منظومة متكاملة من المعطيات المادية والنفسية والمعنوية والاجتماعية تطوى على نسق العمليات التكامل المعرفي ، وتتميز بوحدها التي تتجسد في الروح الداخلية التي تنطوي على خاصية الإحساس بالهوية والشعور بها، فالهوية هي وحدة المشاعر الداخلية التي تمثل في وحدة العناصر المادية والتمايز والديمومة والجهد المركزي ، وهذا يعني أن الهوية هي وحدة العناصر المادية والنفسية المتكاملة التي تجعل الشخص يتميز عن من سواه ويشعر بوحده الذاتية.¹

-إجرائياً: تعني البناء (ما يشمل، الشكل، الاسم، الدور، التفاعل) الذي يبينه الفرد عن نفسه ما يشمل المستوى الذاتي الشخصي وفي الواقع الرقمي على الفايسبوك: ما يشمل المستوى العلائقي الشبكي(العلاقات الشبكية).

← الهوية الرقمية: تعرف:

-اصطلاحاً: تعرف الهوية الرقمية على أنها الهوية الكونية في مجتمع الانترنت لأنها ساجحة في الفضاء السايبريتفاعلي مع المواطنين الكونيين الآخرين انطلاقاً من خلفيات متعددة (الإطار الذاتي للشخصية، الإطار الافتراضي للشخصية، الإطار الثقافي الطبيعي الذي ينطلق منه المواطن الافتراضي نحو الإطار الكوني الأوسع، تتفاعل الهوية الرقمية حسب البيئة الإلكترونية المتاحة مثل غرف الدردشة أو لوحات النشرات أو المواقع والمنتديات...²

- إجرائياً: هي تلك التي يؤسسها مستخدمي الفايسبوك في المجتمع الرقمي من خلال الاسم وصورة البروفايل، التفاعلات (مع الآخر ومع المحتوى) والعلاقات الشبكية.

← الصورة: تعرف:

-اصطلاحاً: عرفت الصورة بأنها إبداع ذهني صرف ، و هي لا يمكن أن تنبثق عن المقارنة وإنما تنبثق من الجمع بين حقيقتين واقعتين تتفاوتان في البعد قلة وكثرة ، ولا يمكن إحدا صورة المقارنة بين حقيقتين واقعتين بعيدتين لم يدرك ما بينهما من علاقات سوى العقل³

- إجرائياً: الصورة التي يضعها مستخدم الفايسبوك على حسابه الشخصي ليرمز عن ذاته، ما يعني "صورة البروفايل".

¹-مؤسسة لجان العمل الصحي ، مفهوم الهوية ، ص 1.

²-نديم منصور، "سوسيولوجيا الإنترنت"، ط1، منتدى المعارف، لبنان، 2014، ص94.

³- عمر بلمقني، " مفهوم الصورة و حضورها في النقد الأدبي عند العرب و الغربيين "، مجلد التواصل في اللغات و الآداب ، العدد 46، جوان 2016، جامعة باجي مختار، عنابة، ص40.

7. الدراسات السابقة:

تعرف الدراسات السابقة على أنها تلك الأبحاث السابقة التي يرجع إليها الباحث من أجل الحصول على البيانات والمعلومات المتعلقة بموضوع بحثه، ومن ثم القيام بدراستها بشكل جيد، ثم تحليلها بالطرق العلمية والمنهجية المستخدمة في البحث العلمي، وبعد ذلك تحديد مدى التشابه والاختلاف فيما بينها وبين البحث المقدم¹. وفي عملية بحثنا عن الدراسات التي تناولت موضوع دراستنا أو أحد جوانبه، وجدنا ثلاثة فقط، وهي دراسات مقارنة وليست مشابهة، ونشير في هذا السياق إلى ندرة البحث في هذا الموضوع تحديداً.

1.7. عرض للدراسات السابقة: نورد هنا كالاتي مرتبة حسب زمنية تطبيقها ونشرها:

- دراسة مسعودة يوسف 2010 بعنوان "الهوية الافتراضية: الخصائص والأبعاد" هي دراسة استكشافية، تحدد هدفها في بحث العلاقة بين الهوية الافتراضية والحقيقية، حيث طرحت الباحثة التساؤلات الرئيسية الآتية: كيف يتفاعل الأفراد داخل المجتمع الافتراضي، وما هي أبعاد هذا التفاعل على الحياة الواقعية.

استخدمت الباحثة في هذه الدراسة الاستمارة الإلكترونية التي طبقتها على عينة من مستخدمي المجتمعات الافتراضية عبر منتدين ومجموعتين بريديتين وعلى موقع الفاييسبوك لمدة 5 أيام في ورقة سنة 2011.

وتوصلت من خلالها إلى أهم النتائج الآتية:

- الانخراط في المجتمعات الافتراضية كان بدافع الحوار وتبادل الأفكار بالدرجة الأولى مما يؤكد سعي الأفراد إلى إثبات الذات.

- تمثل الهوية الافتراضية لدى غالبية الباحثين انعكاساً لهوياتهم الحقيقية من خلال بياناتهم الواقعية عن السن والجنس، كما يحاول بعضهم إلى ربطها بالهوية الحقيقية عن طريق اسم مستعار.

- يرى غالبية الباحثين أنهم يكونون أكثر تفاعلاً عن طرق الهوية الافتراضية، وأحسن تصرفاً في المجتمع الافتراضي مقارنة بالمجتمع الحقيقي، وذلك بسبب خصائص المجتمع الافتراضي الذي يركز على التواصل الفكري وليس المظهر.

- دراسة ساحي علي، أمال كزير 2017، بعنوان "تأثير الفاييسبوك في تشكيل هوية الأبناء بين الهوية الواقعية والهوية الافتراضية: دراسة ميدانية"²: هدفت الدراسة إلى البحث في تأثير و انعكاس الفاييسبوك باعتباره وسيلة

¹ - مبعث للدراسات والاستشارات الأكاديمية، "الدراسات السابقة"، <https://mobteath.com> ، في 2022/11/28 على 12 سا.

² - أمال كزير، عليساحي ، "تأثير الفاييسبوك في تشكيل هوية الأبناء بين الهوية الواقعية والهوية الافتراضية"، مجلة العلوم الإنسانية، العدد 2 (30 سبتمبر 2017)، المركز الجامعي علي كافي، الجزائر.

للتواصل الاجتماعي في تشكيل و تحديد هوية الابناء بين الهوية الواقعية و الهوية الافتراضية، حيث طرحت التساؤل الرئيسي الآتي: كيف تتشكل أزمة الهوية لدى الأبناء في ظل تفاعلاتهم مع نماذج ثقافية متعددة عبر الفايسبوك؟ وإفترضت أن تعدد النماذج الثقافية التي يتفاعل معها الأبناء في الفايسبوك تجعل منه فردا مغتربا إلى المجال الافتراضي الذي يتفاعل من خلاله نماذج ثقافية متعددة بعيدا عن نموذجه الأصلي مما يؤدي إلى تشكيل أزمة الهوية.

واستخدمت الباحثة المنهج الوصفي والاستمارة التي شملت عينة مكونة من 79 من مستخدمي الفايسبوك (في سن المراهقة) بولاية بسكرة.

وكانت أهم نتائج هذه الدراسة الآتية:

- يستخدم غالبية المبحوثين الفايسبوك لغايات غير نفعية.

- أغلب تفاعلات المبحوثينهي مؤقتة مبنية على نماذج اجتماعية وثقافية متعددة.

- أغلب التفاعلات الافتراضية هي بعيدة عن النموذج الثقافي الأصلي للأبناء خاصة في غياب الرقابة من طرف الوالدين وانتشار الهاتف النقال.

- دراسة محمد المهدي الجزائري، كانون جمال(2010) بعنوان "مستخدمي الإنترنت في المجتمع الجزائري بين الهوية المستقلة والهوية المغتربة"¹: هدفت الباحثة في دراستها هذه إلى التعرف إذا كان مستخدمي الإنترنت في المجتمع الجزائري يتفاعلون في مجالات اجتماعية ذات مضامين ثقافية خاصة ونوعية ترقى إلى تشكل هوية مستقلة قادرة على الإنتاج والتأثير أم أن تفاعلهم في هذه المجالات هو تفاعل استهلاكي منتج لهوية مغتربة، حيث طرحا التساؤل الرئيسي: هل مستخدمي الإنترنت في الجزائر يتفاعلون في مجالات اجتماعية ذات مضامين ثقافية خاصة ونوعية ترقى إلى مستوى مجموعة منتجة مستقلة أم أنها مجالات تفاعلية استهلاكية مغتربة؟ وافترضت كلما اشتد واستمر التفاعل بين مستخدمي الإنترنت أدى إلى تشكل مجال اجتماعي ذو مضامين ثقافية واجتماعية.

استخدم الباحثان المنهج الوصفي التحليلي مع الاستمارة التي تم توزيعها على عينة عرضية مكونة من 126 مستخدم إنترنت (من مقاهي الإنترنت) في مدينة ورقلة في 2010.

وتوصل الباحثان إلى أهم النتائج الآتية:

-غالبيتهم لا يستطيعون الاستغناء عن الإنترنت بشكل مؤقت أو دائم.

¹ جمال كانون، محمد المهدي ابن عيسى، "مستخدمي الإنترنت في المجتمع الجزائري بين الهوية المستقلة و الهوية المغتربة:دراسة لعينة من مستخدمي الانترنت"، مجلة الباحث في العلوم الإنسانية و الاجتماعية، العدد(06) 31 ديسمبر 2011، جامعة ورقلة.

- يتفاعل المبحوثين في مجالات اجتماعية متعددة لها خصوصيات تعمل على تحديد الهوية.
- درجة استمرار التفاعل بالنسبة لغالبية المبحوثين هي قوية تتيح لهم إنتاج وإعادة إنتاج رموز ومعاني ومضامين إيجابية.

2.7. التعقيب على الدراسات السابقة:

- من خلال إطلاعنا على الدراسات السابقة التي عرضناها، سجلنا الآتي:
- من حيث الموضوع البحثي: ميزنا بين طرحين: الهوية الافتراضية والهوية الافتراضية بعلاقتها بالهوية الواقعية.
 - بالنسبة للهدف الأساسي: اشتركت كل الدراسات في بحث البعد التفاعلي للهوية الافتراضية.
 - بالنسبة للمنهج المستخدم والأدوات المنهجية: كان المنهج الوصفي استخدام الاستمارة كأداة أساسية، والتي شملت حتى دراسة مسعودة يوسف الاستكشافية ما جعلها قاصرة علميا (حيث يستدعي في البحوث الاستكشافية أدوات البحث الكيفي (المقابلة المفتوحة والملاحظة) لجمع معلومات كثيرة ودقيقة، مع تغييب تام للمقاربات النظرية.
 - العينة: تمثلت في كونها عينات غير ممثلة لمجتمع البحث (عينة عرضية) صغيرة الحجم وهو القصور الذي ميز هذه الدراسات.
 - بالنسبة لأهم النتائج المتوصل إليها: كانت:
 - أن غالبية المبحوثين يكونون أكثر تفاعلا عن طرق الهوية الافتراضية.
 - أغلب التفاعلات الافتراضية هي بعيدة عن النموذج الثقافي الأصلي.
 - درجة التفاعل الافتراضي هي قوية قدرتها على إنتاج مضامين إيجابية.
 - أغلب تفاعلات المبحوثين هي مؤقتة.
 - أوجه الاستفادة من هذه الدراسات: تمثلت بشكل محدد في الآتي:
 - معالجة جانب القصور الذي خصت به الدراسات: لا سيما ما يتعلق بالأدوات المنهجية، والانطلاق من خلفية نظرية لضبط مسار بحثنا.
 - الاهتمام بالبعد التفاعلي للهوية الافتراضية.
 - سمحت لنا نتائج هذه الدراسات ببناء فهم واقعي أولي لموضوع بحثنا الحالي.

8. المقاربة النظرية:

لفهم ودراسة موضوع بحثنا نستند على نظرية الفعل التواصلي ليورغنهابرماس أحد ممثلي الجيل الثاني من مدرسة فرانكفورت الذي اهتم بقضايا التفاهم والتواصل بين الذوات.

تقوم هذه النظرية على فكرة جوهرية هي العقلانية التواصلية التي أراد من خلالها هابرماس تفسير بنية المجتمع الإنساني ، وقد قصد من خلالها " الاستعداد الذي تبرهن عليه ذوات قادرة على الكلام والعمل وعلى اكتساب تطبيق معرفة قابلة للخطأ"¹ ، بمعنى هي "الفعل التواصلي الذي تمارسه الذوات القادرة على الكلام والفعل والحوار، ويكون غرضه الأول بلوغ التفاهم"².

تقوم نظرية هابرماس على إفتراض جوهري هو: أن التواصل الإنساني يتم من خلال اللغة، ويهدف إلى التفاهم المتبادل وفق قواعد أخلاقية تحكم العملية التواصلية، حسب معايير متفق عليها. ويتم التواصل وفقا ل 3 أبعاد هي:

- تواصل مع العالم الموضوعي: وهو علاقة الفرد (الذات العارفة) بعالم الأحداث والوقائع.
- تواصل بين الأفراد: وهو علاقة الفرد بعالم اجتماعي يتميز بالفاعلية وبالانخراط الشخصي في التفاعل مع الآخرين.
- التواصل التداوتي: هو علاقة الفرد بذاتيته وذاتية الآخرين، ويتجسد . حينما يتفاهم الأفراد فيما بينهم حول شيء معين³.

استنادا إلى التصور الهابرماسي، سيتم بحثنا في ضوء الأفكار الآتية:

- النشاط الاتصالي يتم من خلال علاقة التفاعل بين المستخدمين في سياق العالم الافتراضي.
- مستخدم الفيسبوك هم ذوات عارفة تتميز علاقتها بالعالم الشبكي بالفاعلية والانخراط في التفاعل مع الآخر.
- يتم التفاعل بين المستخدمين من خلال التواصل بصورة البروفایل، الهادف إلى التفاهم.
- صورة البروفایل هي الوسيط في النشاط التواصلي.

¹ - عطيات أبو السعود، الحصاد الفلسفي للقرن العشرين وبحوث فلسفية أخرى، مؤسسة هنداوي، 2021.

² - زهير الخويلدي، "العقلانية الأدائية والعقلانية التواصلية"، الحوار المتمدن، <https://m.ahewar.org>، في 2023/02/07 في 11 سا45د.

³ - ينظر، حلول مقورة، "الفعل التواصلي عند هابرماس نظرية وتطبيق"، البوابة الجزائرية للمجلات الوطنية، <https://www.asjp.cerist.dz>، في 2023/02/07 على 11 سا34د.

- صورة البروفائيل هي اللغة غير اللفظية التي تتم بواسطتها التفاعل بين مستخدمي الفايسبوك الذوات العارفة، ومن خلاله.
- يسعى مستخدم الفايسبوك تقديم ذاته عبر صورة البروفائيل التي يضعها على حسابه لتعبر عنه، من خلال التعبير المنظم أي بالنظر إلى جمهور يراقب هذه الصورة.
- لمستخدمي الفايسبوك نية توصيل مضمون من خلال الصورة الرمزية.
- ونشير كذلك أننا سنركز في بحثنا على بعدي التواصل بين الأفراد، والتواصل التداوي.

9. صعوبات الدراسة:

كأي باحث واجهنا صعوبات في مرحلة جمعنا للمعلومات النظرية والدراسات الميدانية، التي تمثلت في:

أولاً: الجانب النظري:

- قلة الدراسات التي تناولت متغير الهوية الرقمية لكن هذا لم يكن عائقاً لبذل الجهد في الوصول إلى البحث عن المزيد من المراجع التي تناولت الموضوع.

ثانياً: الجانب الميداني:

- واجهنا صعوبة في الوصول إلى أفراد العينة لتزامن الدراسة الميدانية مع شهر رمضان الكريم .
- عدم موافقة أفراد العينة إجراء المقابلة في فترة الصيام خاصة الذكور، والبعض منهم لم يقبلوا لضيق الوقت (معدناش الوقت).
- صعوبة تسجيل المقابلات صوتياً لرفض جميع المبحوثينوالإكتفاء بالكتابة.

الفصل الثاني: الإطار النظري للدراسة.

1_ شبكات التواصل الاجتماعي.

2_ الهوية الذاتية والهوية الرقمية.

1. شبكات التواصل الاجتماعي

1.1. مفهوم شبكات التواصل الاجتماعي:

يرجع استخدام مفهوم شبكات التواصل الاجتماعي إلى عالم جون بارنر عام 1954¹، وكانت تعني آنذاك "نواد المراسلة العالمية"، التي كانت تستخدم في ربط العلاقات بين الأفراد في مختلف الدول باستخدام الرسائل المكتوبة"²، وقد ساهم ظهور شبكة الانترنت في انتشار ظاهرة التواصل الاجتماعي وتطوير الممارسات المرتبطة بها عن طريق شبكات أطلق عليها "شبكات التواصل الاجتماعي" وتعني "منظومة من الشبكات الالكترونية التي تسمح للمشاركة فيها بإنشاء موقع خاص بك، من ثم ربطه عن طريق نظام الكتروني مع أعضاء آخرين لهم نفس الاهتمامات والهوايات"³.

ينظر إلى شبكات التواصل الاجتماعي من منظور سوسيو اتصالي على أنها إحدى شبكات التواصل الاجتماعي، حيث نخلق نوعاً من الديناميكية الاجتماعية لتصبح شكلاً من التنظيم والعمل⁴، ويرى كاستل castelle أنها تشكل قنوات اتصالية تخلق بنية اجتماعية مفتوحة قادرة على الابتكار، دون المساس بشكل هذه البنية، إلا أنه يصعب تحديد هدف معين لهذه الخلايا الاجتماعية المبتكرة من خلال التطور التقني ولمعلوماتي⁵.

1.1.2. نشأة شبكات التواصل الاجتماعي:

نشأت شبكات التواصل عام 1995، حيث ظهرت شبكة Class matesn.Com والتي أسسها رانويكونرادز وبلغ عدد مستخدميها خمسون مليوناً في الولايات المتحدة وكندا وينتمون إلى 200 ألف مؤسسة تعليمية تمثل جميع مراحل التعليم من الحضنة وحتى الجامعة⁶.

في عام 2005 حصلت نقلة كبيرة جداً في شبكات التواصل، حيث ظهر موقع ماي سبييس الأمريكي، وفي نفس العام ظهر موقع "الفيس بوك" والذي تفوق على المواقع الأخرى، حيث بلغ عدد مستخدميها 400 مليون شخصاً في العالم⁷.

وقد هدف "مارك جركيريرج" صاحب فكرة الفيس بوك من تصميم هذا الموقع أن يكون ملتقى يجمع كافة زملائه في جامعة هارفارد الأمريكية، بحيث يستطيعون من خلاله تبادل الآراء والأفكار والصور¹.

¹ - مليكة بن علي، "التكنولوجيا الحديثة لوسائل الإعلام و الاتصال ومظاهر التغير في المجتمع -دراسة ميدانية لعينة من أسرة بمدينة مستغانم_أمودجا"، أطروحة دكتوراه، كلية العلوم الاجتماعية، جامعة محمد بن أحمد، وهران، 2018_2019، ص58.

² -مليكة بن علي، مرجع نفسه، ص58.

³ - مرجع نفسه، ص59.

⁴ - مرجع نفسه، ص59.

⁵ - مرجع نفسه، ص59.

⁶ - خليل علي شقرة، "الإعلام الجديد: شبكات التواصل الاجتماعي"، ب.ط، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن-عمان، 2013، ص58.

⁷ - خليل علي شقرة، مرجع سبق ذكره، ص58.

وبعد الرواج الذي لقي هذا الموقع في جامعة هارفارد تم تطوير استخدامه بحيث يسمح لكل من يريد استخدامه أيا كان موقعه ، مما مكن ملايين البشر في كافة البلدان من استخدام هذا الموقع.

والشبكات الاجتماعية هي مواقع انتشرت في السنوات الأخيرة بشكل كبير جدا، ولا زال انتشارها مستمرا، وهي تقدم خدمة التواصل بين الأعضاء المنتسبين لها حتى سمي المستخدمون لها بالمجتمع الافتراضي الذي يجمع بين كافة مستخدمي هذه المواقع ، رغم اختلاف الجنس والدين واللغة والثقافة.²

1.1.3. أنواع شبكات التواصل الاجتماعي: نميز فيها:

المدونات blogs: هي إحدى تطبيقات الانترنت وأسرعها نموا على شبكة الانترنت وتعرف المدونة الإلكترونية بأنها: منشورات على شبكة الويب تتألف بالدرجة الأولى من مقالات دورية وتكون في معظم الأحيان مرتبة ترتيبا زمنيا معكوسا، وهي وسيلة تسمح لجميع مستخدمي الانترنت بالتعبير متخذة شكل جريدة واستعمالها لا يتطلب ملكة أو معرفة تقنية واسعة، وتجدر الإشارة إلى أن هناك العديد من أنواع المدونات " بعضها يختص بتناقل المعلومات والاطخبار بكل انواعها أما الأخر فيختص بالأمر الشخصية ويومية.³

(التويتير twitter): وهو موقع تدوين مصغر تم تطويره في الأصل للهواتف المحمولة حيث يسمح للأشخاص بنشر تحديثات نصية قصيرة تتكون من 140 حرف او "تغريدات" حيث يطالبهم بالإجابة على السؤال " ماذا تفعل، ظهر موقع تويتير عام 2006 كمشروع تطوير بحثي قامت به شركة obvious الأمريكية مدينة سان فرانسيسكو.⁴

الفيسبوك facebook: وهو أكثر المواقع الشعبية والذي تم إنشائه أصلا كمنتدى لطلاب الجامعات، حيث ترجع فكرة نشأة موقع الفايسبوك إلى صاحبه " مارك زوكربيرج " الذي أخذ على عاتقه تصميم موقع جديد على شبكة الانترنت لجميع زملاءه في الجامعة جامعة هارفارد الأمريكية، ويمكنهم من تبادل أخبارهم وصورهم وأرائهم.⁵

¹-خليل علي شقرة،مرجع نفسه،ص58.

²- مرجع نفسه،ص58.

³-محمد الهادي كرم، وآخرون، "مساهمة شبكات التواصل الاجتماعي في دعم الولاية الرقمية في المجتمعات العربية بين واقع الحال ورهانات المستقبل"، مجلة البحوث العلمية ، العدد 14، جامعة إفريقيا للعلوم الإنسانية و التطبيقية ، طرابلس ، 2022، ص13.

⁴- محمد الهادي كرم، مرجع نفسه، ص13.

⁵- محمد الهادي كرم، مرجع سبق ذكره، ص13.

ليكندن linked: وهو من أقدم شبكات التواصل وإن كان لا يزال لا يحظى بشعبية بين الأجيال الشابة وهو موقع احترافي للغاية يركز على الأعمال التجارية المهنية حيث يعمل على ربط المهنيين في العالم وجعلهم أكثر إنتاجية ونجاحا.¹

اليوتيوب: هو موقع خاص بمواقع الفيديو متفرع من غوغل يتيح إمكانية التحميل عليه أو منه لعدد هائل من مقاطع الفيديو هناك مساهمة كبيرة للمشاركين فيه ويزورونه الملايين يوميا وتستفيد منه وسائل الإعلام بعرض مقاطع الفيديو التي لم تتمكن شبكات مراسليها من الحصول عليها، "فمثلا يستفيد مرتادي الفيسبوك من مقاطع الفيديو التي تتعلق بالانتفاضات الجماهيرية في كل بلدان العربية والشرق الأوسط وعرضها على صفحات الفيسبوك".²

ماي سبيس myspace: وهو موقع الكتروني لشبكة اجتماعية تسمح للمستخدمين بإنشاء شبكات للأصدقاء والاحتفاظ بمدونة شخصية وانضمام إلى مجموعات وتقاسم الصور وأشرطة الفيديو، وفي مقدور مستخدمي شبكة ماي سبيس تكييف صفحاتهم وفق خيالاتهم الخاصة باستعمال نظام لغة تأشير النص الفائق مما يمثل خدمة متميزة لا تقدمها مواقع الشبكات الاجتماعية الأخرى، تأسست خدمت ماي سبيس في يوليو 2003 بواسطة "توم أندرسون" و"كريس دولف" وفريق صغير من البرمجيين.³

الأنستغرام: هو تطبيق مجاني لتبادل الصور وشبكة اجتماعية أيضا أطلق في أكتوبر عام "2010" ويتيح للمستخدمين التقاط صورة وإضافة فلتر رقمي إليها ومن ثم مشاركتها في مجموعة متنوعة من خدمات الاجتماعية.⁴

التلغرام: يعد التلغرام من أكبر التطبيقات أهمية حيث تمكن من جذب عدد كبير من المستخدمين إليه منذ إنطلاقه أول مرة في عام 2013، وخلال الفترة الأخيرة زاد اهتمام العالم بتطبيق تيلغرام بعد انتشار الإخبار عن مزاياه المتطورة التي توفر للمستخدم تشفير كامل البيانات إلى خاصية التدمير الذاتي التي تساعد المستخدمين من مسح رسائلهم من هواتف الآخرين 2018/2019.⁵

¹ - مرجع نفسه، ص14.

² - مرجع نفسه، ص14.

³ - مرجع نفسه، ص14.

⁴ - مرجع نفسه، ص14.

⁵ - محمد الهادي كرم، مرجع سبق ذكره، ص14.

1.1.4. خصائص شبكات التواصل الاجتماعي : تتميز شبكات التواصل الاجتماعي بخصائص كانت

سببا في انتشارها على مستوى العالم نذكر منها:

التفاعلية والتشاركية : يتسم التواصل عبر شبكات التواصل الاجتماعية بالتفاعلية إذا يقوم كل عضو بإنشاء صفحته الشخصية.

الحرية: فبعد أن كانت وسائل الإعلام التقليدية من صحافة وإذاعة وتلفزيون عرضة لتدخل السلطات الرسمية في الدول بالسماح أو المنع لما ينشر فيها مما جعل السلطة أداة وصاية على عقل وتفكير المواطن والقضاء على قدرة الإبداع والتفكير جاءت شبكات التواصل الاجتماعي بأنواعها وقدرتها على اختراق الحواجز الحدودية والزمنية ليعطى حرية أوسع بكثير في تناول كافة القضايا.¹

الشمولية : حيث تلغي الحواجز الجغرافية والمكانية.

الترباط connecteanness: تتميز مواقع التواصل الاجتماعي بأنها عبارة عن شبكة اجتماعية مترابطة بعضها مع بعض وذلك عبر المواصلات والروابط التي توفرها صفحات تلك المواقع.

الفورية والتحديث المستمر للمضمون : وهي قدرة هذه المواقع على إمداد مستخدميها بأخر الأخبار والمعلومات الممكنة لملاحقة تطورات الأحداث وإمكانية نقل الإخبار فور وقوع الأحداث وتطورها أولا بأول بالشكل الذي يجعلها قادرة على إخضاع مادتها للمرجعة والتأكد من صحتها بأسرع وقت ممكن.

سهولة الاستخدام: لا يحتاج العضو إلى مهارات خاصة لاستخدام شبكات التواصل الاجتماعي "و معظم شبكات التواصل الاجتماعية توفر صفحات خاصة باللغة الرسمية لكل مجتمع".²

الإلتزامية: فعلى سبيل المثال يمكن للجمهور إرسال رسائلهم الالكترونية *electronique messages* من مكاتبهم أو منازلهم متى أرادوا وذلك بمجرد استخدامهم للكمبيوتر المتصل بشبكة الانترنت.

الاندماج: ويقصد به اندماج وسائل الإعلام المختلفة مكتوبة ومسموعة ومرئية بما يلغي الحدود الفاصلة بين الوسائل وإنشاء حالة من التزامن للنصوص والصورة والصوت.³

1.1.5. الأهمية السوسيوإتصالية لمواقع شبكات التواصل:

¹-مرجع نفسه،ص14.

²- مرجع نفسه،ص15.

³-محمد الهادي كرم،مرجع سبق ذكره،ص15.

لقد ظهرت العديد من مواقع التواصل الاجتماعي على شبكة الانترنت وبشكل مثير للانتباه قامت باستقطاب ملايين المستخدمين إليها، واشتركت جميعها في خصائص معينة لتبرز بذلك كأحد أكبر مواقع الانترنت من حيث الاشتراك والاستخدام.

وإن أهم ما يميز هذه المواقع تركيزها على بنية العلاقات وأهميتها، ابتداء بالعارف وصولاً إلى بناء علاقات متينة وثيقة، وقد ساعد في نجاحها عناصر عديدة نذكر منها :

- يستطيع المستخدم التحدث إلى أشخاص مشابهين له في المصالح والانتماءات الديمغرافية.
- يستطيع المستخدم التحدث والاتصال بأكثر عدد من المستخدمين في آن واحد.
- تتوفر شبكات التواصل الاجتماعي على حرية التعبير عن الأفكار.
- تمكن المستخدمين من توضيح وأبرز شبكاتهم الاجتماعية وجعلها من المواقع الأكثر زيارة.
- الاتصال بين أفراد غير معروفين " و في هذا السياق تؤثر مواقع التواصل الاجتماعي بشكل كبير على العمليات الاجتماعية، و ذلك من خلال الوصول للإنسان والمجتمع، ورأس المال، بالإضافة إلى المعلومات والمعرفة ويقوم بالتأثير على السياسات والاستراتيجيات والبرامج والمشاريع بما في ذلك تصميمها وتنفيذها ونتائجها".¹
- كما أصبح من الممكن إنشاء هذه المواقع لأغراض محددة سابقا، حيث استخدمت لمكافحة الفقر ودعم الحملات السياسية وباتت مسرحاً لتنظيم التظاهرات والاجتماعات، وفضاء للاحتجاجات على الأوضاع السياسية والاقتصادية السائدة في بعض الدول، ومكاناً لإيجاد الوظائف، حتى تنسيق المواعيد الغرامية وغيرها من الخدمات.²

- تؤسس الشبكات الاجتماعية لعالم جديد يعيش داخله مستخدمين، وهو عالم متعدد اجتماعياً ورمزياً، يتشكل فيه طراز جديد من العلاقات الاجتماعية والهويات³، "كما يعبر تنامي الشبكات الاجتماعية عن تحول حاسم في ظاهرة الجماعات الإلكترونية، عبر الانتقال من مبدأ التنظيم حسب معيار الاهتمامات، وصولاً إلى موضوع الجماعات التي تنتظم حول قضايا مشتركة سياسية أو اجتماعية أو مهنية إلى معيار الأفراد أنفسهم، فالشبكات

¹- فضيلة تومي، "أثر شبكات التواصل الاجتماعي على تشكل الهوية الافتراضية: دراسة ميدانية لمتنوعات عينة من المستخدمين الجزائريين لموقع facebook خلال الفترة (2015/ 2016)"، أطروحة دكتوراه، كلية علوم الإعلام و الاتصال جامعة الجزائر 3، الجزائر، 2015، ص 84.

²- فضيل تومي، مرجع نفسه، ص 84.

³- مرجع نفسه، ص 84.

الاجتماعية تتمحور حول الذات وهي تضع الفرد في المركز ، كما تعكس عالما فقدت فيه الجماعات وظيفة الوسيط لصالح الشبكات.¹

فالشبكات الاجتماعية هي ظاهرة تتداخل في تشكيلها عمليات عديدة تتصل بالتكنولوجيا ، وبالسياق الاجتماعي ، والمسارات الحياتية الخاصة بالمستخدم ذاته.²

2.1.1.1. الفيسبوك: إحدى أنواع شبكات التواصل الاجتماعي

2.1.2. تعريف الفيسبوك: هو شبكة اجتماعية استأثرت بقبول وتجاوب كبير من الناس ، خصوصا من الشباب في جميع أنحاء العالم ، "و هي لا تتعدى حدود مدونة شخصية في بداية نشأتها في فيفري عام(2004) ، في جامعة (هارفارد) في الولايات المتحدة الأمريكية ، من قبل طالب يدعى (مارك زوكربيرج) ، فتخطت شهرتها حدود الجامعة ، وانتشرت في مدارس الولايات المتحدة الأمريكية المختلفة، وظلت مقتصرة على أعداد من الزوار، حتى عام (2007) ، حيث حقق قائلون على المواقع إمكانات جديدة لهذه الشبكة ومنها ، إتاحة فرصة للمطورين مما زادت هذه الخاصية من شهرة موقع الفيسبوك، بحيث تجاوز حدود الولايات المتحدة الأمريكية إلى كافة دول العالم، وتجاوز عدد المسجلين في هذه الشبكة في الأول من تموز 2010 النصف مليار شخص ، يزورونها باستمرار ويتبادلون فيما بينهم الملفات والصور ومقاطع الفيديو، ويعلقون على ما ينشر في صفحاتهم من آراء وأفكار وموضوعات متنوعة وجديدة ، يضاف إلى ذلك المشاركة الفعالة، وغالبا ما تكون في المحادثات والردود.³

2.1.3. نشأة الفيسبوك : انشأ هذا الموقع عام 2004 على يد " مارك زوكربيرج " mark Zuckerberg الذي كان طالبا في جامعة هارفارد في حينه.

وسمي الفيس بوك بهذا الاسم على غرار ما كان يسمى ب " كتب الوجوه " التي كانت تطبع وتوزع على الطلاب بهدف إتاحة الفرصة لهم للتعرف مع بعضهم البعض، خاصة بعد انتهاء الدراسة والتخرج، حيث يتفرق الطلاب في شتى الأنحاء.⁴

¹ - تومي فضيلة ،"اثر شبكات التواصل الاجتماعي على تشكل الهوية الافتراضية (دراسة ميدانية لمتنشات عينة من المستخدمين الجزائريين لموقع facebook خلال الفترة 2015 / 2016 "أطروحة دكتوراه ، كلية علوم الإعلام و الاتصال جامعة الجزائر 3، الجزائر ، السنة (2015)ص 85/84.

² - فضيلة تومي،مرجع نفسه، ص 85.

³ - عبد الرحمان بن إبراهيم الشاعر ، مواقع التواصل الاجتماعي و السلوك الإنساني ،ب.ط، دار الصفاء للنشر و التوزيع، عمان،2015،ص 63.

⁴ -خليل علي شقرة ،"الإعلام الجديد :شبكات التواصل الاجتماعي"،ب.ط، دار أسامة للنشر والتوزيع،الأردن-عمان،2013،ص58.

فكان الهدف تأسيس موقع الكتروني ليقوم بعمل "كتب الوجوه" بطريقة أسهل وأوسع انتشارا وأكثر فعالية. "وهذا ما حصل حيث اقتصر الفيس بوك في البداية على جامعة هارفارد، ثم انتشر استخدامه إلى بقية الجامعات والكليات والمدارس والمؤسسات، وفي عام 2006 حصل تطور في شروط استخدام هذا الموقع حيث ألغى ما كان يشترط سابقا للمشارك بان يكون يمتلك حساب بريد الكتروني صادر عن جامعة أو كلية أو مدرسة أو شركة، فأصبح بإمكان أي شخص تجاوز سن الثالثة عشر ويمتلك بريد أن يصبح عضوا في موقع الفيس بوك.¹

2.1.4. خصائص الفايسبوك: يقدم هذا الموقع الاجتماعي خدمات عديدة لمستخدميه وكذا تطبيقات مختلفة تميزت بالتجديد من حين لآخر ويمكن أن نوجزها فيما يلي :

الملف الشخصي profil: يتطلب الاشتراك بالموقع ضرورة إنشاء ملف شخصي يحتوي على معلومات شخصية للمستخدم، كالصورة الشخصية، وبيانات مفصلة مثل: تاريخ ومكان الميلاد العنوان، التخصص العلمي، الوظيفية وغيرها، كلها معلومات مفيدة من اجل التواصل مع الآخرين، كذلك معلومات للشركات التجارية التي تريد أن تطرح إعلانات.

خاصية الصور photos: تتيح هذه الخاصية للمشارك إمكانية إعداد البوم للصور الخاصة به، ويستعرضها من خلالها صور أصدقائه الذين يضيفهم إلى ملفه الشخصي.

خاصية الفيديو vidéo: وتوفر للمشارك إمكانية تحميل الفيديوهات الخاصة بمشاركته على المواقع، بالإضافة إلى إمكانية تسجيل لقطات فيديو مباشرة وإرساله كرسالة مرئية (صوت وصورة).

خاصية الحلقات group: تمكن المشاركين من إمكانية إعداد مجموعات نقاش في موضوع ما.

خاصية الأحداث الهامة évents: وتمنح للمشاركين إمكانية الإعلان عن حدث جاري حدوثه، وكذا أخبار الأصدقاء والأعضاء بهذه الشبكة.²

خاصية الإعلان market place: وتمكن المشارك من الإعلان أي منتج يود الإعلان عنه، أو البحث عن أي منتج يرغب في شرائه.

خاصية النكز poke: والنكز عملية تنبيه للأصدقاء على facebook لجذب انتباههم وكأن المستخدم يقول مرحبا.

¹ - خليل علي شقرة، مرجع سبق ذكره، ص 58.

² - تومي فضيلة، أثر شبكات التواصل الاجتماعي على تشكل الهوية الافتراضية (دراسة ميدانية لتمثلات عينة من المستخدمين الجزائريين لموقع facebook خلال الفترة (2015/ 2016) أطروحة دكتوراه، كلية علوم الإعلام و الاتصال جامعة الجزائر 3، الجزائر، السنة (2016/2015) ص 95.

خاصية الإشعارات **notification**: تستخدم الإشعارات للحفاظ على بقاء المستخدم على اتصال بأخر التحديثات التي قام بالتعليق عليها سابقا .

خاصية الألعاب **games**: يوفر الفيسبوك العديد من التطبيقات الألعاب المختلفة ، ويسمح للمستخدم أن يدعو العديد من أصدقاءه لممارسة لعبة معينة جماعية وبالتالي يتبادلون تسلية وترفيه مشترك.

خاصية **gifts**: أو خاصية الهدايا والتي تتيح للمستخدمين إمكانية إرسال هدايا افتراضية إلى أصدقائهم ، بمناسبة افتراضية والتي يذكر بها نظام تشغيل الموقع عن طريق رسائل إشعار ترسل إلى المعنى وأصدقاء، وتظهر هذه الهدايا على الملف الشخصي للمستخدم الذي يقوم باستقبال الهدايا.

إضافة صديق **addfriend**: وبها يستطيع المستخدم إضافة أي صديق يرغب بالتواصل معه ، ويمكن أن يبحث عن أي فرد موجود على شبكة الفيسبوك بواسطة بريده الإلكتروني ، في خانة البحث المتواجدة على حسابه، ويمكن له أن يلغي بالمقابل بعض الصداقات الغير مرغوبة بخاصية القطع أو الفصل التي يتميز بها ويتم ذلك عن طريق الصفحة الشخصية لذلك الصديق المراد حذفه من خلال أيقونة تجاوز مكان اسم المستخدم معنونة ب " الأصدقاء " وبها خيارات من ضمنها حذف صديق.

إنشاء مجموعة **group**: تستطيع من خلال خاصية إنشاء المجموعات الإلكترونية على الانترنت ، أن تنشئ مجتمعاً إلكترونياً يجتمع حول قضية معينة¹ ، سياسية كانت أو اجتماعية أو ثقافية غيرها وتستطيع جعل الاشتراك بهذه المجموعات حصرياً بالعائلة أو الأصدقاء أو عامة يشترك بها من هو مهتم بموضوعها.

لوحة الحائط **Wall**: وهي عبارة عن مساحة مخصصة بصفحة الملف الشخصي مستخدم ، بحيث تتيح للأصدقاء ، إرسال الرسائل المختلفة إلى هذا المستخدم.

الحالة **status**: هي خاصية تتيح للمستخدمين إمكانية إبلاغ أصدقائهم بأماكنهم ، وكل مايقومون به في الوقت ذاته.

التغذية الإخبارية **news feed**: التي تظهر على الصفحة الرئيسية لجميع المستخدمين ، حيث تقوم بتميز بعض البيانات مثل التغييرات التي تحدث في الملف الشخصي، وكذلك الأحداث المرتقبة والتذكير بأعياد الميلاد الخاصة بأصدقاء المستخدم.²

¹- فضيلة تومي، مرجع سبق ذكره، ص95.

²- مرجع نفسه، ص95.

2.1.5. الوظائف الاجتماعية التي يحققها موقع الفيسبوك:

- توسيع شبكة الصداقة والتواصل .
- إتاحة الفرصة لمشاهدة كل الأصدقاء مرة واحدة مرتبة أسماءهم أبجدياً وع أرقام هواتفهم الموجودة على نبد حياتهم إذا كانت هذه الهواتف متاحة للأصدقاء.
- إمكانية فرز الاصدقاء وتصنيفهم حسب أي معلومات مضافة عن كل منهم كزملاء الدراسة أو زملاء العمل أو حسب المهنة.
- إمكانية التواصل والتفاعل مع الأصدقاء عن طريق الدردشة والرسائل والهدايا الافتراضية وإبلاغهم عن الأعمال التي يقوم بها حالياً بحيث يبقوا على اتصال مستمر عبر هذا الموقع الافتراضي.
- إتاحة المجال لحذف اسم أي صديق من لائحة الأصدقاء إذا كنت لا ترغب بالاستمرار في صداقته.¹

3. الهوية الذاتية والهوية الرقمية

3.1. تعريف الهوية :

يفسر المعجم العربي المصور مفهوم الهوية عموماً بوصفها الحقيقة المطلقة في الأشياء والأحياء.²

تعني الهوية "من نحن؟" على المستوى الجماعي، و"من أنا" على المستوى الفردي، فالهوية كلمة مشتقة من الضمير "هو" للتعبير عن شخصية المرء واتجاهاته وطابعه القومي، وانتمائه الاجتماعي والثقافي والحضاري والسياسي في الجماعة التي يعيش فيها.³

يفسر معجم مصطلحات العلوم الاجتماعية مفهوم الهوية عموماً بوصفه يشير إلى عملية تمييز الفرد لنفسه عن غيره أي تحديد حالته الشخصية من خلال السمات التي يتميز بها الافراد عن بعضهم الاسم والجنسية والسن والحالة العائلية والمهنة.⁴

الهوية قضية مهمة تشغل بال المفكرين فلب والعلماء والمتقنين والقادة في جميع الدول من أجل منع الانقسامات، وتشتت الهويات والانتماءات بين أفراد المجتمع، و تقديم المجتمع المتناسك الواحد، وذلك من خلال جميع وسائل التنشئة الاجتماعية والسياسية، التي تغرس الهوية الواحدة المشتركة في نفوس أبناء المجتمع.

¹ - خليل علي شقرة، "الإعلام الجديد (شبكات التواصل الاجتماعي)"، دار أسامة للنشر و التوزيع، الأردن عمان، 2013، ص 68/67.

² - د. جميل أبو نصري، وآخرون، المعجم العربي المصور، دارالراتب الجامعية، لبنان بيروت، ب.ط، ب.ت، ص 576

³ - منى الدسوقي، "اللغة والهوية: تحديات الهوية بين تغريب اللغة وتعريبها"، 2018، ص 380

⁴ - أحمد زكي بدوي، معجم مصطلحات العلوم الاجتماعية، ط 02، مكتبة لبنان، بيروت، 1993، ص 206

__ ينظر المفكر المصري محمد عمارة إلى الهوية "على أنها حقيقة الشيء ،أو حقيقة الشخص المطلقة المشتملة على صفاته الجوهرية التي تميزه عن غيره " .¹

__ كما يرى عالم النفس إريك أركسون "أن الهوية الإنسان تبدأ في التكون من خلال صورة العالم المحيط به من خلال تنشئته الاجتماعية حتى يتخذ شكل هوية واضحة محددة لذاته " .²

__ يقول الفارابي: "هوية الشيء وعينيته وتشخصه وخصوصه ووجوده المنفرد له، أي الذي لا يقع فيه اشتراك" .³

__ استعملت كلمة "الهوية" في الأدبيات المعاصرة مطابقة للمصطلح الإنكليزي (identity)، والمصطلح الفرنسي (identite)، معبرة عن خاصية المطابقة، مطابقة الشيء لنفسه أو مطابقتها لمثيله.⁴

__ يرتبط مفهوم الهوية بتعارف جماعة معينة على أنها مجموعة متجانسة، إثنيا أو محليا أو مهنيا، أو دينيا أو قوميا فهي وعي بالذات والمصير التاريخي الواحد من موقع الحيز المادي والروحي، كما أنها تحدد وجهات الناس وأهدافهم وإثبات وجودهم، بالإضافة إلى إحساس الإنسان ووعيه بالإنتماء إلى مجتمع أو أمة أو جماعة، كما يمكن النظر على أنها حالة دائمة من التطور والتكون والتحول من حيث الشكل والمضمون وهي منفتحة قابلة للتعديل والتكيف والتفاعل مع الهويات الأخرى.⁵

إذن، نستنتج من خلال التعريفات السابقة أن الهوية تختلف من مجتمع لآخر وتخضع للتغيرات الاجتماعية التي تصحب كل عصر، و أيضا أنها تخضع إلى التوجهات الفكرية والأدولوجية التي يتبناها الأفراد والجماعات

3.1.1. عناصر الهوية: إن تحديد هوية المجتمع، أو جماعة، أو فرد، يقتضي العودة إلى جملة من العناصر، التي

يمكن تصنيفها في المجموعات التالية :

أولا: عناصر مادية وفيزيائية: وتشمل على :

__ الحيازات: الاسم، الآلات، الموضوعات، الأموال، السكن، الملابس.

__ القدرات: القوة الاقتصادية، المالية، العقلية.

__ التنظيمات المادية: التنظيم الإقليمي، نظام السكن، نظام الاتصالات الإنسانية.

__ الانتماءات الفيزيائية: الانتماء الاجتماعي، والتوزعات الاجتماعية، السمات المورفولوجية الأخرى المميزة.⁶

¹ - منى الدسوقي، مرجع سبق ذكره، ص 380_389

² - مرجع نفسه، ص 389

³ - د. سالم لبيض، "الهوية: الإسلام، العروبة، التونسية"، ط1، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، 2009، ص 34

⁴ - د. سالم لبيض، مرجع نفسه، ص 33

⁵ - مرجع نفسه، ص 33

⁶ - اليكس. ميكشيللي، "الهوية"، ترجمة علي وطفة، ط1، دار الوسيم للخدمات الطباعية، دمشق، 1993، ص 18.

ثانيا: عناصر تاريخية : وتتضمن :

_الأصول التاريخية: الأسلاف، الولادة، الاسم، المبدعون، الاتحاد، القرابة، الخرافات الخاصة بالتكوين، الأبطال الأوائل.

_الأحداث التاريخية الهامة: المراحل الهامة في التطور، التحولات الأساسية، الآثار الفارق، التربية والتنشئة الاجتماعية .

_الآثار التاريخية: العقائد والعادات والتقاليد ، و العقد الناشئة عن عملية التطبيع أو القوانين والمعايير التي وجدت في المرحلة الماضية.¹

ثالثا:عناصر ثقافية نفسية:

_النظام الثقافي: المنطلقات الثقافية ،العقائد ،الأديان والرموز الثقافية ، و الايديولوجيا، و نظام القيم القافية ،ثم أشكال التعبير المختلفة (فن، أدب).

_العناصر العقلية: النظرة إلى العالم ،نقاط التقاطع الثقافي، الاتجاهات المغلقة، المعايير الجمعية، العادات الاجتماعية
_النظام المعرفي: السمات النفسية الخاصة ،اتجاهات نظام القيم.²

رابعا :عناصر نفسية اجتماعية:

_أسس اجتماعية: اسم ،مركز ،عمر، جنس، مهنة، سلطة، واجبات، أدوار اجتماعية، نشاطات ،انتماءات اجتماعية.
_القيم الاجتماعية: الكفاءة ،النوعية، التقديرات، المختلفة.

القدرات الخاصة بالمستقبل: القدرة والإمكانية، الإثارة، الإستراتيجية، التكيف، نمط السلوك.³

3.1.2. أنواع الهوية:

الهوية الذاتية: يعرف "غوفمان" الهوية الذاتية للفرد بمجموع الإشارات الواضحة وهي مزيج فريد من الحقائق عن السيرة الذاتية التي تميزه عن الآخرين، إن إلقاء الضوء على الهوية الذاتية يشير إلى مفاهيم مثل: الوعي الذاتي، تعريف الذات ، كما أنه يحتوي على المشاعر والتصورات والخبرات والخطط المستقبلية المتعلقة بالفرد.⁴
وأوضح "دانيال وكروجر" بأن عملية تطوير الهوية الذاتية تتأثر بالمجتمع وثقافته ونمط حياته والبيئة التي يعيش فيها الفرد، حيث أنها عملية تعليمية متبادلة بين الفرد والمجتمع الذي يعيش فيه.⁵

¹ - أليكس .ميكشيللي، مرجع سبق ذكره، ص19.

² - مرجع نفسه، ص19.

³ - مرجع نفسه، ص20.

⁴ -فضيلة تومي، "أثر شبكات التواصل الاجتماعي على تشكل الهوية الافتراضية: دراسة ميدانية لتمثالات عينة منالمستخدمين الجزائريين لموقع فيسبوك"، أطروحة دكتوراه علوم في علوم الإعلام و الإتصال ،قسم الإتصال، جامعة الجزائر 2015، ص3، 155.

⁵ - محمد سليمان بني خالد، "الهوية الذاتية:دراسة مقارنة بين الطلبة المراهقين ذوي التحصيل (المرتفع\المتدني) في ضوء نظرية أريكسون النفسية"، مجلة جامعة الزهر، جامعة آل البيت _الأردن 2007، المجلد9 العدد1، ص337.

الهوية الاجتماعية: تشير الهوية الاجتماعية إلى مجموعة المعايير التي تسمح بتعريف فرد ما أو جماعة ما على نحو اجتماعي، وهي بالتالي المعايير التي تسمح للفرد باستحواذ وضعيته الخاصة في إطار مجتمعه، تعني الهوية الاجتماعية السمات والخصائص التي تضيء على الفرد من قبل عدد كبير من الأفراد الآخرين والجماعات الأخرى في المجتمع.¹

الهوية الوطنية: تتميز الهوية الوطنية عن الهويات الفرعية والهويات الصغرى بشمولها الإنساني، وتستمد شموليتها من مبدأ العيش المشترك على الأرض الواحدة، فالوطن الواحد بوصفه الأرض التي تحتضن البشر لا تميز بين ساكنيه، لكن لا يمكن أن تشكل بمفردها هوية وطنية ما لم تتخاطب مع إرادة الناس في العيش المشترك، فالهوية الوطنية هي هوية ثلاثية الأبعاد يتكامل فيها الأرض، أي الوطن مع الإنسان، أي الشعب مع الإرادة المشتركة، أي الثقافة الديمقراطية في غالب الأحيان، بإختصار يمكن القول هنا في تعريف الهوية الوطنية أنها ثقافة تجمع ولا تفرق في هوية واحدة على أساس الإنتماء للأرض، و تقوم على مبدأ الإرادة المشتركة والوجود الإنساني الخلاق،² تدل أيضا على ميزات مشتركة أساسية لمجموعة يتشابهون بالميزات الأساسية التي كونتهم كمجموعة، وربما يختلفون في عناصر أخرى لكنها لا تؤثر على كونهم مجموعة وتجمعهم الأرض واللغة والتاريخ والثقافة والمصالح المشتركة.³

الهوية الرقمية: تعرف الهوية الرقمية (الإفتراضية) بأنها الشخصية التي يتم إنشاؤها من طرف المستخدم (الإنسان) الذي يعمل كصلة وصل بين الشخص الطبيعي والشخص الظاهري للمستخدمين، أيضا تعرف على أنها السمات والمواصفات التي يقدمها الفرد الطبيعي للآخرين عبر الأنترنت، قتمت عملية الإتصال بين ثلاثة أطراف وليس طرفين وهي: الشخص العادي والهوية الافتراضية والأشخاص الآخرين.⁴

3.1.3. كيفية تكون الهوية الذاتية: تتطور الهوية الذاتية عبر مراحل مختلفة من النمو المعرفي والإدراكي للأفراد والتي تخضع للعوامل التالية: عامل النضج الذاتي وعامل البيئة الاجتماعية بكل ما تحمله من متغيرات، فالهوية الذاتية هي التي يسعى الفرد لبنائها منذ مرحلة الطفولة وحتى مرحلة الشيخوخة، وتتأثر بالسياق الاجتماعي للأفراد

¹ - اليكس ميكشيللي، "الهوية"، ترجمة علي وطفة، ط1، دار الوسيم للخدمات الطباعية، دمشق، 1993، ص111

² - أسعد علي وطفة، "تحديات الهوية الوطنية و الشعور بالإنتماء الوطني لدى عينة من طلاب جامعة الكويت، ط1، مركز دراسات الخليج و الجزيرة العربية، الكويت، 2013، ص35

³ - د/ندم منصوري، "سوسيولوجيا الإنترنت"، ط1، منتدى المعارف، لبنان، 2014، ص93

⁴ - مسعودة طلحة، "الهوية الرقمية: مآزق الاستخدام و الخصوصية"، مداخلة مقدمة لأعمال المؤتمر الدولي "الظاهرة الاعلامية والاتصالية في ظل البيئة الرقمية"، مجلة التغيير الاجتماعي المجلد 5، العدد2، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2020، ص4.

والتفاعلات¹، أيضا تتكون الهوية الذاتية من خلال وعي الفرد أو الجماعة بإمكانية المشاركة ومعرفة الانتماءات الثقافية والجماعية ووعي بالهوية الاجتماعية، أي فيما يرغب أن يكونه (هوية مثالية)، وهي إدراك من الفرد لسماته الفردية التي تكون هويته الخاصة وتشكلها.²

3.1.4. الهوية الرقمية في الواقع الافتراضي:

تشكلت الهوية الرقمية في وسط الكتروني جمع بين وسائط الكتابة والصوت والصورة وتجاوز الزمان والمكان في الفضاء السيبري، وتعمل الهوية الرقمية على اشباع حاجات ورغبات وميول نفسية اجتماعية وثقافية يتمثل من خلالها المستخدمين في مواقع متعددة من الشبكات الاجتماعية ذات المزايا الكثيرة ويتواصل من خلالها مع أفراد ومجموعات حسب ميولهم وانتماءاتهم وهي أحيانا بمثابة الهروب بل والقفز على الهوية الاجتماعية الحقيقية، فالهوية الرقمية يمكن أن تكون بمثابة هوية اجتماعية حقيقية أو نتاج هويات غير متعلقة بالحيز المكاني وهويات تشعر بانتمائها ولو رمزيا إلى ذلك الفضاء اللامحدود.³

3.2. تعريف الهوية الرقمية: تعرف الهوية الرقمية على أنها "انعكاس للبيانات الشخصية التي يصرح بها المستخدم" مثل اسم مستعار أو لقب أو اسم أول أو عمر أو مكان الميلاد، المرتبطة بشخص طبيعي، مما يسمح بربط هذه البيانات بهذا الشخص⁴، إضافة إلى الممارسات والنشاطات التي يقوم بها داخل الفضاء المشبك، والتي قد تعكس ما يميزه عن الآخرين من ميولات واهتمامات تكون هي المحددات الأساسية التي يستعين بها لتقديم ذاته وشخصيته، والتعامل وفقها مع المستخدمين الآخرين، وهي وليدة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي أو بالأحرى انضمام الفرد إلى المجتمع الافتراضي، والذي يفرض عليه أن يقدم بيانات هوية يتواصل بها مع الآخرين ويتفاعل بها مع مختلف الجنسيات والأعراف والديانات.⁵

¹ - فضيلة تومي، "أثر شبكات التواصل الاجتماعي على تشكل الهوية الافتراضية: دراسة ميدانية لتمثالات عينة من المستخدمين الجزائريين لموقع فيسبوك"، أطروحة دكتوراه علوم في علوم الاعلام والاتصال، قسم الاتصال، جامعة الجزائر (3)، 2015، ص 155.

² - البكس ميكشيللي، "الهوية"، ترجمة علي وطفة، ط 1، دار الوسيم للخدمات الطباعية، دمشق، 1993، ص 99.

³ - الويزة حدة، شمس ضياتخلفلاوي، "الهوية الرقمية في العالم الافتراضي: دراسة في الفرص ومخاطر الاستخدام"، مجلة الدراسات الإعلامية و الاتصالية، المجلد 02، العدد 03، جامعة باجي مختار، عنابة، 2022/12/31، ص 37.

⁴ Comission nationale informatique, libertés, L'identité numérique, https://www.cnil.fr/sites/default/files/atoms/files/cnil_dossier-thematique_identite-numerique.pdf, le 03/05/2023 à 6h00, p2.

⁵ - الويزة حدة، شمس ضياتخلفلاوي، مرجع سبق ذكره، ص 38.

— هي ببساطة "كل المحتويات المنشورة على الإنترنت التي تسمح بتعريف الفرد"¹.
تتفاعل الهوية الرقمية حسب البيئة الالكترونية المتاحة مثل غرف الدردشة أو لوحات النشر أو المواقع المنتديات... ويظهر هنا مضمون هذه الهوية من خلال التفاعل النصي أو الصوتي أو المشاعري عبر الرسومات للتعبير عن الأفكار والمواقف الفردية والجماعية.²
وللهوية الرقمية خاصية تشغيل الرابط الرقمي

1.2.3. عناصر الهوية الرقمية: تتمثل في :

— الرأي: من خلال تعبير المستخدمين عن آرائهم حول موضوع ما والمشاركة فيه (الرأي العام).
— المعلومات الشخصية: تسجيل المستخدم لبياناته الشخصية فور انضمامه إلى أحد مواقع شبكات التواصل الاجتماعي والتي تتمثل في: "الاسم، الجنس، المنطقة، الصورة الرمزية، الحالة الاجتماعية... الخ".
— الصورة: تعتبر الصورة شكل من الأشكال التي تعبر وتمثل الأفراد في العالم الافتراضي وكثيرا ما تختلف عن الواقع حسب رغبتهم في الحفاظ على هويتهم الحقيقية.
— المنشورات: تتعلق بنشر المستخدم محتوى في صفحاتهم ومشاركتها مع الآخرين، وحتى التفاعل مع منشورات الأعضاء المتواجدة في المواقع.
— الصداقات: إنشاء المستخدم صداقات عبر حسابه أو تفاعله مع الآخرين في مجموعات مما يؤدي إلى وصوله طلبات صداقة بهدف التواصل والتفاعل.
— المشتريات: تصفح مواقع الشراء.
— المشاركة: تتعلق بمشاركة المستخدمين في مجموعات بمختلف المجالات الثقافية، الاجتماعية، الإنسانية، السياسية.³

2.2.3. مكونات الهوية الرقمية: تنقسم مكونات الهوية إلى ثلاثة أنواع (الهوية المعلنة، الهوية الحسائية، الهوية

الفاعلة):

¹ Les réseaux sociaux et identité numérique : qu'est ce que l'identité numérique », <https://www.aea.asso.fr/medias/editor/oneshot-images/1715098745ccf148f3a6ca.pdf>.

² - د/نديم منصور، "سوسيولوجيا الإنترنت"، ط1، منتدى المعارف، لبنان، 2014، ص94.

³ - د. فوزية بوشي، شريفة بوشي، "تمثيل الأنا الفردية عبر الصورة الرمزية على الانترنت والهوية الرقمية التفاعلية"، برنامج الملتقى الدولي الافتراضي الأول "وسائل الاتصال و الإعلام وآليات التغيير - واقع ورهانات (16 نوفمبر 2022)، جامعة 20 أوت 1955 سكيكدة ، ص03.

ـ **الهوية المعلنة:** تتكون الهوية الاعلانية من البيانات التي يدخلها المستخدم مباشرة ،لاسيما أثناء إجراء التسجيل للخدمات التي يسجلها بنفسه وبطريقة مباشرة أثناء عملية التسجيل في خدمة أي موقع أو شبكة على الانترنت على سبيل المثال: الاسم، مركز الاهتمام، الأصدقاء، الرأي، العنوان، المهنة... الخ.

ـ **الهوية الحاسوبية:** تسمح الهوية المحسوبة للمواقع بإجراء مقارنات بين الأعضاء (حسب الترتيب) ،يزيد من أهمية الرقم في نظام الهوية ويعكس تصرفات المستخدم في المرآة الثقافية المحلية، والتي تعتبر مجموع النشاطات والتبادلات والمشاركات مع غيره سواء أصدقاء أو صفحات أو مجموعات مثل: عدد الأصدقاء ،عدد زيارات الصفحات، مشاركة المجموعات... الخ.

ـ **الهوية الفاعلة:** ترتبط الهوية الفاعلة بالأبعاد الأخرى للهوية الرقمية (الإعلانية، الحاسوبية)، تظهر هذه الميزة في الفيسبوك في التاريخ المصغر للملف الشخصي العام فيما يتعلق بأنشطة جميع أصدقاء صاحب الحساب ،أو من خلال تحديث الملف الشخصي، طلبات الصداقة، المشاركة في المجموعات ،إنشاء مناسبات أو مجموعات ،تعليقات أو علامات أو إرسال منشور جماعي تلو الآخر ثم وضع علامة عليه من قبل صديق يستخدم التطبيق.¹

3.2.3. كيفية بناء الهوية الرقمية: تعتبر الهويات الرقمية المتواجدة على شبكة الانترنت هي من إعداد وإنتاج المستخدم ،فمنهم من يستخدم اسمه الحقيقي ومنهم من يستخدم الاسم المستعار أو يتمثل بصريا في الصورة الرمزية المكونة للملف الشخصي للمستخدم ،كما يمكن أن تتشكل الهوية الرقمية من خلال تقديم الذات للأعضاء الآخرين (مجموعات افتراضية) أو من خلال ردود الفعل الاجتماعي التي تتجمع من خلال عملية التفاعل مع الأفراد الآخرين.²

3.2.4. الهوية الرقمية والذاتية الفردية: يؤمن هذا التفاعل الرقمي للمواطن الافتراضي الكثير من الثقة والراحة وذلك لاعتبارات عديدة لعل أبرزها ،أن التواصل الافتراضي هو تواصل غير مباشر يسمح للفرد بتجسيد أفكاره بالطريقة التي يرغب بها ،وهذا ما لا يؤمنه التواصل الحقيقي في معظم الأحيان خاصة في ظل مجتمعاتنا التي تعاني الانقسامات السياسية والطائفية التي تفرض الكثير من الأحكام المسبقة على الأشخاص ، في الفضاء السايبري لا وجود للأحكام المسبقة ،فالكل بإمكانه التعبير بشكل حر وصريح عن آرائه ،كونه يختفي وراء القناع الافتراضي المتمثل باستخدام الشخصية الرقمية (avatar) يختارها المستخدم كيفما يشاء، هذه الشخصية الرقمية

¹ Fanny georges , « approche statistique de 3composantes de l'identité numérique dans facebook » ,haL open science,2021,<https://hal.science> ,le 26 mai 2023,17 :25,p10,11,12.

² - فضيلة تومي، "أثر شبكات التواصل الاجتماعي على تشكل الهوية الافتراضية:دراسة ميدانية لتمثلات عينة من المستخدمين الجزائريين لموقع فيسبوك"، أطروحة دكتوراه علوم في علوم العلام و الاتصال ،قسم الاتصال ،جامعة الجزائر(3) 2015،ص217.

تتكون من أسماء مشاهير أو أسماء غريبة أو مضحكة للفت الانتباه، أي إبراز الحضور الشخصي للهوية الرقمية لدى أصدقائه الرقميين.¹

تعتبر هذه الشخصيات عن رغباتها وطموحاتها وعن الأشياء التي تحبها وتمثل بالصورة التي تريد إظهارها للآخرين، ومن الطبيعي أن يشوب العلاقات التي تحققها هذه الشخصيات الكثير من الكذب (مثل العمر، الجنس، الوظيفة، المكانة الاجتماعية، الطبقة الاجتماعية... إلخ) إلا أنها الفرصة الحقيقية في تقديم الذات المثالية التي يرغب أي شخص أن يكونها حتى ولو كانت افتراضية، ويسمح إلى المزيد من الاندماج الاجتماعي خاصة للحالات التي تعاني عُقدا اجتماعية نتيجة إعتبارات طبقية أو عنصرية، أصحاب العاهات الجسدية أو النفسية الخجولون أو الذين يعانون عدم استلطف الآخرين.. كلها نماذج اجتماعية قد تجعل من الفضاء السايبري وطنا واسعا ومثاليا للعيش أفضل من الوطن الضيق الحقيقي والمعقد، كل ذلك أدى إلى إنتاج ذات "سايبورغ" التي تعني "كائن حي مهجن من الآلة والأعضاء الحية".² التي تعمل على إعادة إنتاج ذاتنا الحقيقية في قالب في قالب افتراضي جديد، حيث يقوم كل فرد بالتمثل عبر الحاسوب بالأسلوب الذي يريده والبحث عن الأمور التي تنقصه أو يحتاجها لتكتمل صورته الذاتية، إنها فرصة إنسانية لتحقيق الذات.³

¹ - د/ندم منصور، "سوسيولوجيا الإنترنت"، ط1، منتدى المعارف، لبنان، 2014، ص94.

² - د/ندم منصور، مرجع نفسه، ص95.

³ - مرجع نفسه، ص95.

الفصل الثالث: الإجراءات المنهجية للدراسة.

1. مجالات الدراسة.
2. منهج الدراسة.
3. أدوات الدراسة.
4. عينة الدراسة وخصائصها.

1. مجالات الدراسة:

المجال المكاني: أجريت هذه الدراسة في مدينة "تيارت" ، حيث أُنجزنا مقابلاتنا في الأماكن العمومية محلات، مكاتب، والشوارع، أيضا في الوسط الجامعي .

التعريف بولاية تيارت: تيارت ولاية جزائرية كانت تسمى في القديم باللغة البربرية تيهرت أي اللبوة وكان لها عدة تسميات تاهرت، تأقدمت، تاغزوت، تنقارتيا... تقع تيارت في الشمال الغربي تسمى بعاصمة الهضاب العليا للغرب، تعرف مدينة تيارت بأنها مهد الفروسية لأن خصوبة أرضها جعلتها مكانا مناسبا لتربية الخيول العربية الأصيلة ،ولاية تيارت حاليا التي تبعد عن الجزائر العاصمة حوالي 290 كلم إلى الشمال الغربي ،حيث المغارة التي كتب فيها "عبد الرحمان ابن خلدون" رائد علم الاجتماع الحديث جزءا من رآئعته في فلسفة التاريخ "المقدمة" بقرية بني سلامة العتيقة. كما توجد بها آثار عديدة بينها منطقة الأجدار التي تشبه لحد ما أهرامات مصر القديمة، كما يتمسك أهل تيارت بالتقاليد المتأصلة فيهم من حيث اللباس (القشايبة، العمامة، و السروال العربي).¹

المجال البشري: شمل المبحوثين في مرحلة الاستطلاع ، وكذا الذين خضعوا لإجراء الاختبار الأولي للدليل المقابلة والعينة الأساسية للدراسة.

المجال الزمني: وشمل الإجراءات الآتية:

- إختيار موضوع البحث: تم ذلك في يوم 22 أكتوبر 2022، لنقوم بعدها بجمع المادة العلمية من دراسات سابقة وكتب للاطلاع وفهم الموضوع وكان ذلك ما بين 24 أكتوبر 2022 و 30 ديسمبر 2022

- الدراسة الاستطلاعية: تم إجراؤها ما بين 09 و 12 فيفري 2023، قمنا خلالها بـ:

+مقابلات فردية مفتوحة مع 10 مبحوثين. حيث توجهنا إليهم بالسؤال التمهيدي الآتي: ماهي صورة بروفائلك؟

+عداد دليل المقابلة: في 07 مارس 2023

+تحكيم الدليل: في 11 مارس 2023

+إجراء الاختبار الأولي للدليل المقابلة: 22/14 مارس 2023

-إنجاز الإطار النظري: ابتداء من 18 مارس 2023 إلى غاية 27 مارس 2023

- الدراسة الميدانية الأساسية: ابتداء من 14 مارس إلى غاية 18 ماي، حيث قمنا بـ:

¹. ينظر، أخبار تيارت، جريدة إلكترونية إخبارية جامعة من تيارت ، <https://www.tiaretnews.worldpress.com> 2023/07/05 على الساعة 21:47 .

+إجراء المقابلات: ما بين 14 مارس إلى غاية 30 أفريل.

+تحليل مضمون المقابلات في: 15/18 ماي 2023

2. منهج الدراسة:

تعرف المنهج على "أنه جواب لسؤال، كيف نصل إلى الأهداف"،¹ ولتحقيق أهداف دراستنا الحالية، استخدمنا المنهج الكيفي ذي الأساس التفسيري باعتماد أسلوب دراسة حالة ويعرف منهج دراسة حالة على أنه الأسلوب الذي يتم فيه تحليل عامل فردي سواء كان مؤسسة أو مجرد حلقة في حياة الفرد، ويتجلى استخدامنا لهذا المنهج في بحث الصورة الرمزية للموقع الاجتماعي فيسبوك..²

3. الأدوات المنهجية للدراسة:

تعتبر أدوات البحث وسائل تسمح بجمع المعطيات من الواقع، فلكل بحث علمي أدواته وترتبط هذه الأدوات بموضوع البحث وكذا المنهج المستخدم في الدراسة. وتتمثل الأدوات المنهجية التي اعتمدنا عليها في دراستنا الحالية في:

المقابلة النصف الموجهة: وتعد المقابلة الفردية النصف الموجهة، الأداة المنهجية الأساسية، التي استخدمناها في مرحلة الدراسة الأساسية. شملت بنود المقابلة الآتية:

¹ - موريس أنجرس، منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية، ترجمة بوزيد صحراوي، كمال بوشرف و سعيد سبعون، دار القصب للناشر، الجزائر، 2006، ص 115.

² - خالد عبد الرزاق النجار، "دراسة حالة"، ب.ط، مركز التنمية الأسرية، 2008، ص 14.

الجدول رقم (01): دليل المقابلة

الأسئلة الموجهة	البنود
النوع الاجتماعي، السن، المستوى التعليمي، مستوى استخدام الفايبروك، التحكم في تكنولوجيا الاتصال، الوضعية الاجتماعية، الوضعية السوسيواقتصادية، الانتماء الجغرافي، استخدامات المبحوث للفايبروك من مجالات زمنية، مكانية وطبيعة استخدام.	خصائص المبحوث (قدمها للمبحوثين في صيغة أسئلة في آخر مقابلاتنا معهم).
- ماهي صورة التي تضعها على بروفايلك؟ - مانوع الصور التي تميل إليها عادة؟ - ما هو معدل تغيير صور بروفايلك عادة ولماذا؟	صور البروفايل التي يستخدمها المبحوث لتمثيل ذاته
- كيف تختار صورة بروفايلك؟ - ماهي المعاني التي تعبر عنها في صورة بروفايلك؟	المعاني الرمزية التي يرغب المبحوث التعبير عنها من خلال صورة البروفايل
- حدثني عن اللايكات والدعوات التي تتلقاها من بسبب صورة البروفايل؟ - حدثني عن التعليقات؟	دور صورة البروفايل في التفاعل الرقمي
حدثني عن المحادثات الفورية التي تكون سببها صورة البروفايل؟	دور صورة البروفايل في تحقيق التفاهم بين المستخدمين

قمنا بنائها انطلاقاً من أهداف الدراسة، ونتائج دراستنا الاستطلاعية.

-الصدق و الثبات: خضع دليل المقابلة إلى تحكيم من طرف عدد من الأساتذة المتخصصين في مجال علم الاجتماع (3 أساتذة).[♦]

وقد أبدوا موافقتهم عليه بعد إجراء بعض التعديلات التي شملت العناصر المبينة في الجدول أدناه:

[♦] من إعداد الطالبتين استناداً إلى المقولات الميدانية .

الجدول رقم (02): التعديلات التي طلبها الأساتذة منا.

التعديل	الأسئلة الموجهة	البند
إخراج الأسئلة لمحددات المبحوث من نوع اجتماعي وسن وكذا في محور للبيانات الشخصية على حدا. وجعله سؤال حول استخدامات المبحوث للفيسبوك من مجالات زمنية، مكانية، وطبيعة استخدام.	النوع الاجتماعي، السن، المستوى التعليمي، مستوى استخدام الفايسبوك، التحكم في تكنولوجيا الاتصال، الوضعية الاجتماعية، الوضعية السوسيواقتصادية، الانتماء الجغرافي.	الأسئلة الخاصة بالبيانات الشخصية

تحكيم ميداني: باجراء مقابلات مع 05 مبحوثين، ولم تطرح بنود دليل المقابلة أي مشكل.

مر إجرائنا للمقابلات ب:

- التعريف بأنفسنا للمبحوثين، بالطريقة الآتية: "نقدم لك نفسي، أنا طالبة في الجامعة وانا نديرو في ميموار على الفايسبوك وصورة البروفيل"، إذا ممكن ندير حوار معاك" (أقدم لك نفسي، أنا طالبة جامعية لدي مذكرة تخرج حول موضوع الفايسبوك وصورة البروفيل، هل ممكن أن أجري معك مقابلة).

- التعريف بموضوع البحث، في هذا السياق ولتيسير فهم المبحوث للموضوع قمنا بصياغته كالاتي: "الفايسبوك وصورة البروفيل".

- التأكيد على سرية المعلومات التي يدلي بها المبحوث، بقولنا له الآتي: "المعلومات لي تقولها لنا تبقى سرية، الدليل ماراحش نسقسوك على اسمك" (المعلومات التي ستقولها تبقى سرية).

- طلب الإذن من المبحوث بالتسجيل بالهاتف ونشير في هذا السياق أن الغالبية العظمى من المبحوثين أبدوا تخوفا من ذلك وفضوا العملية، مما أجبرنا على الاستعانة بالكتابة بعد أخذ الإذن منهم: "برك إذا ممكن نسجل على ورقة شا تقول باش نعقل برك" (... فقط إذا بالإمكان أن أسجل ما تقوله على ورقة لأتذكر فقط)، ونشير في هذا السياق أن:

- في الأخير سألنا المبحوث عن سنه، مستواه التعليمي بياناته الشخصية الأخرى كما هو مبين في دليل المقابلة

♦ تم طرح الأسئلة الخاصة بالمعلومات الشخصية على المبحوث بعد إنهاء المقابلة، تجنبنا لرفض المبحوث إجراء المقابلة معنا.

- المقابلة الحرة: وقد اعتمدنا على هذه الأخيرة خلال مرحلة الاستطلاع، وشملت 10 مبحوثين من مستخدمي الفيسبوك، انطلقنا في حواراتنا معهم بـ:

"بغيتك تهمر لي على صورة البروفايل تاعك لي دايره على الفيسبوك"، (أردتك أن تحدثني عن صورة البروفايل التي تضعها على حسابك على الفيسبوك.).

وقد قمنا بتوظيف نتائجها في بناء الفرضيات وكذا بناء دليل المقابلة.

4. عينة الدراسة وخصائصها:

العينة هي "اختيار مجموعة من الأشخاص من مجموع مجتمع البحث، وهؤلاء الأشخاص يكونون العينة التي يهتم بها الباحث لفحصها ودراستها، فهي ضرورية لبحوث تسعى إلى نتائج موضوعية، وطبيعة البحث وأهدافه هما اللتان تمليان على الباحث إن يختار من مجتمع البحث ما يستجيب لهما، وان كيف عينته وفق ما تستدعيه متطلباتهما حتى يتمكن من حصر عناصر إشكاليته وتناولها من جميع الزوايا.¹

وتشمل عينة بحثنا التي جاءت قصديه مكونة من 25 مفردة، التزمنا في اختيارها بالمحركات الآتية:

- أن يكون المبحوثين من مستخدمي الفيسبوك الذين لديهم حسابات فايسبوكية حية. - فاعلين على تطبيق الميسنجر، ذلك لبحث الجانب العلائقي.

وتعرف العينة القصدية على أنها "العينة التي تختار عن عمد بما يتناسب مع تحقيق هدف بحث معين، حيث يقوم الباحث باختيار مفردات عينة المبحوثين في ضوء انطباق سمات أو خصائص معينة عليهم، و تستبعد المفردات التي لا تتوفر فيها هذه السمات".²

تمثلت خصائصها في الآتي:

- توزيع أفراد عينة البحث حسب متغير النوع الاجتماعي:

¹ - فضيلة تومي، أثر شبكات التواصل الاجتماعي على تشكل الهوية الافتراضية، دراسة ميدانية لتمثالات عينة من المستخدمين الجزائريين لموقع فايسبوك، اطروحة دكتوراه في علوم الاعلام و الاتصال، جامعة الجزائر3، قسم الاتصال، سنة 2015، ص 25_26.

² - مرجع سبق ذكره، فضيلة تومي، ص26.

الجدول رقم (03): توزيع المبحوثين حسب النوع الاجتماعي

النوع الاجتماعي	التكرار	%
ذكر	06	24
أنثى	19	76
المجموع	25	100

تظهر بيانات الجدول أعلاه، أن الجانب الأكبر من المبحوثين هم إناث بنسبة 76% و24% هم ذكور، وذلك بسبب طبيعة العينة التي جاءت قصدية عرضية.

توزيع أفراد عينة البحث حسب متغير الفئة العمرية:

الجدول رقم (04): توزيع المبحوثين حسب الفئة العمرية

السن	التكرار	%
24-18	16	64
30-24	06	24
36-30	01	04
42-36	02	08
المجموع	25	100

يبين الجدول أعلاه توزيع أعمار بالنسبة للمبحوثين حيث سجلت أربع فئات: فئة ما بين [24-18] بنسبة 64% أي ما يعادل 16، وفئة ما بين [30-24] بنسبة 24% ما يعادل 06، وفئة ما بين [36-30] بنسبة 04% أي ما يعادل 01 والفئة الأخيرة ما بين [42-36] بنسبة 08% أي ما يعادل 02، نستنتج أن الفئة ما بين [24-18] وهي الشبابية كأكثر فئة عمرية تستخدم الفيس بوك، وهو ما يتوافق مع الدراسة التي قامت بها "الشركة المختصة إمار للبحوث والاستشارات حول الإنترنت وشبكات التواصل الاجتماعي، والتي بينت نتائجها أن 71% من فئة 15-24 سنة يترددون يوميا على مواقع التواصل الاجتماعي".¹

-توزيع أفراد عينة البحث حسب متغير الانتماء الجغرافي:

¹ - الزهار الطيب(2018) "المؤشرات الرقمية لـ2018 للمنطقة المغاربية". [إنترنت]. <http://www.aljazairalyoum.com>. تاريخ الزيارة: 2019/02/12 على 10 سا20د.

الجدول رقم (05): توزيع المبحوثين حسب الانتماء الجغرافي.

الانتماء الجغرافي	التكرار	%
الريف	7	28
المدينة	18	72
المجموع	25	100

يمثل الجدول أعلاه أن الجانب الأكبر من المبحوثينهم من المدينة بنسبة 72% أي ما يقابل 18، و 28% يقطنون الأرياف أي ما يعادل 7 مبحوثين، ما يعني أن غالبية المبحوثين مستخدمي الفايبروك هم من المدن، ورغم أن هذه النتيجة لا يمكن تعميمها، ولا يمكننا أن نقرر دقتها إلا أنه يمكن تفسيرها نسبياً بالفجوة الرقمية بين الريف والحضر رغم الهواتف النقالة وذلك بسبب، ضعف تغطية شبكة الإنترنت وبطء تدفقها في المناطق الريفية التي ما زالت متأخرة، الجدول رقم (07): يمثل الوضعية الاجتماعية لمستخدمي الفيس بوك.

-توزيع أفراد عينة البحث حسب متغير الوضعية الاجتماعية:

الجدول رقم (06): توزيع المبحوثين حسب الوضعية الاجتماعية

الوضعية الاجتماعية	تكرار	%
اعزب /عزباء	18	72
مخطوب (ة)	3	12
متزوج (ة)	4	16
مجموع	25	100

يمثل الجدول أعلاه الوضعية الاجتماعية لمستخدمي الفيس بوك حيث أن الجانب الأكبر من المبحوثين عزاب بنسبة 72% أي ما يقابل 18، تليها فئة المتزوجون بنسبة 16% ما يقابل 4 فقط و 12% ما يقابل 3.

-توزيع أفراد عينة البحث حسب متغير مستوى التحكم في التكنولوجيا:

الجدول رقم (07): توزيع المبحوثين حسب مستوى التحكم في تكنولوجيا الاتصال

التحكم في تكنولوجيا الاتصال	التكرار	%
جيد	13	52
متوسط	08	32
جيد جدا	04	16
المجموع	25	100

يمثل الجدول أعلاه مستوى التحكم في تكنولوجيا الاتصال، حيث نلاحظ أن الجانب الأكبر من المبحوثين وبنسبة 52% يتحكمون جيدا في تكنولوجيا الإنترنت، و 32% من إجمالي المبحوثين يتحكمون فيها نسبيا و فقط 16% يتحكمون فيها بشكل جيد جدا.

-توزيع افراد عينة البحث حسب متغير مستوى استخدام الفايسبوك:

الجدول رقم (08): توزيع المبحوثين حسب معدل إستخدام الفايسبوك

معدل استخدام الفايسبوك	التكرار	%
أحيانا	08	32
غالبا	07	28
كثيرا	10	40
المجموع	25	100

يمثل الجدول أعلاه مستوى استخدام الفايسبوك الجانب الأكبر من المبحوثين بنسبة 40% ما يعادل 10، يستخدمون الفايسبوك كثيرا حسب استجابات المبحوثين، تليها نسبة 32% ما يعادل 8 مبحوثين أحيانا، و 28% اي ما يعادل 07 يستخدمون الفايسبوك غالبا.

-توزيع أفراد عينة البحث حسب متغير الوقت في استخدام الفايسبوك:

الجدول رقم (09): توزيع المبحوثين حسب أوقات إستخدام الفيسبوك

الوقت (استخدام الفايسبوك)	التكرار	%
مساء	03	12
الليل	05	20
وقت الفراغ	17	68
المجموع	25	100

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن غالبية المبحوثين بنسبة 68% ما يقابل 17 مبحوث استخدمهم للفايسبوك غير محدد بوقت معين، حيث تحددت استجاباتهم على سؤال: متى تستخدم الفايسبوك؟ (ويتساخدم بالفايسبوك؟): (كي نكون قاعد) (عندما لا اكون مشغول)، 20% يستخدمونه غالبا في الليل (من 10 تاغ الليل وروح) (من العاشرة ليلا و ما فوق) على حد تعبير إحدى المبحوثات، 12% يستخدمونه في الغالب مساء (معا لعشية) (في المساء) على حد تعبير أحد المبحوثين .

-توزيع أفراد عينة البحث حسب متغير فيما يستخدمون الفايسبوك:

الجدول رقم (10): توزيع المبحوثين حسب دوافع استخدام الفايسبوك

فيما تستخدمون الفايسبوك	التكرار	%
الدردشة	16	64
مشاهدة فيديوهات	03	12
عمل	02	08
دراسة	04	16
المجموع	25	100

نلاحظ من خلال بيانات الجدول ان غالبية المبحوثين (64%) يستخدمون الفايسبوك بدافع التفاعل مع الاخر ، و فقط 16% من اجمالي المبحوثين (4 مبحوثين) يستخدمونه من اجل الدراسة ، 12% ما يقابل 3 مبحوثين يستخدمونه من أجل الترفيه (مشاهدة الفيديوهات)، 8% مبحوثين فقط يستخدمونه بدافع العمل .

الفصل الرابع: عرض وتحليل ومناقشة نتائج الدراسة

1. عرض و تحليل نتائج الدراسة.

1.2. مناقشة الدراسة:

2.1. مناقشة الدراسة في ضوء الفرضيات.

2.2. مناقشة الدراسة في ضوء الدراسات السابقة.

2.3. مناقشة الدراسة في ضوء المقاربة النظرية.

3. الاستنتاج العام.

تمهيد:

نسعى في هذا الفصل إلى عرض نتائج دراستنا الميدانية التي استخدمنا فيها المقابلة النصف الموجهة، التي طبقناها على عينة من مستخدمي الفايبروك.

ترتبط خطة عرض النتائج بالإجابة على التساؤلات التي تثيرها دراستنا مستعينين بذلك بمداول إحصائية بغية التوضيح وتسهيل عمليات عرض النتائج وقراءتها وتحليلها.

يتضمن هذا الفصل المباحث الآتية:

1. عرض وتحليل نتائج الدراسة :

2. مناقشة نتائج الدراسة:

- في ضوء الفرضيات.

- في الدراسات السابقة.

- في ضوء المقاربة النظرية.

3. الإستنتاج العام.

1. عرض وتحليل نتائج الدراسة :

أولاً: صور البروفيل التي يستخدمها المبحوثين لتمثيل ذواتهم:

اتجه البحث في هذا الجانب والذي بدأنا فيه الحوار مع المبحوثين بالسؤال التمهيدي التالي: شاهي التصويرة لي داربها في البروفيل (ماهي الصورة التي تضعها في بروفايلك؟)، وذلك لمعرفة نوع الصورة التي يستخدمها المبحوثين للتعبير عن هوياتهم الرقمية على الفيس بوك، و قد تمثلت إجابات المبحوثين اللفظية في البيانات الممثلة في الجدول أدناه:

الجدول رقم (11): أنواع صور البروفيل التي يستخدمها المبحوثين .

نوع الصورة	التكرار	%
صورة شخصية	09	36
صورة مستعارة	15	60
لا توجد صورة	1	04
المجموع	25	100

تظهر بيانات الجدول أعلاه، أن الجانب الأكبر من المبحوثين بنسبة % 60 من إجمالي المبحوثين يستخدمون صوراً مستعارة، وجميعهم إناث، حيث ترددت على لسانهم استجابات من قبيل: "نحشم من المجتمع"، وتفسر هذه النتيجة في ضوء البعد الثقافي والثقافة الذكورية التي تحكم المجتمع الجزائري، وبهذا الخصوص بالذات أوضحت خالدة سعيد أن المرأة في المجتمع والثقافة كائن بغيره لا بذاته، كما يستدل من تحديد هويتها بكونها زوجة فلان أو بنت فلان أم فلان أو أخته... هي أنثى الرجل¹، و36% صورهم هي حقيقية، وأقر هؤلاء أنهم لا يجدون حرجاً في ذلك، و فقط 4% (ما يقابل مبحوثة واحدة فقط) تستخدم حساب فايسبوكي بدون صورة، وفي سؤالنا لها لماذا؟ أقرت ب: "ميش مهمة بيها منيشدايرتو باش نتعرف": (انها غير مهمة ولا تستخدم الفيسبوك للتعرف). و يظهر تعميق الحوار في جانب اختيار الوضعية الاجتماعية التي يظهر فيها المبحوثين في صور البروفيل بسؤالنا لهم: ماهي الوضعيات التي تركز عليها في اختيارك للصورة؟ (واش هوما لي بوزيسيون لي تركز (ي) عليهم كي تختاري لي فوطوتواعك؟) أظهرت نتائج الحوار الآتي:

- بالنسبة للصور الواقعية الممثلة في 9 مبحوثين: أظهرت نتائج الدراسة البيانات الممثلة في الجدول رقم (12):

* هناك أسئلة طرحناها باللغة العربية وأخرى بالعامية.

¹ - حليم بركات، المجتمع العربي في القرن العشرين، بحث في تغير الأحوال والعلاقات، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، ط1، 2000، ص374.

الجدول رقم (12): وضعيات صور البروفائيل الواقعية التي يركز عليها بالمبحوثين.

وضعيات الصور الواقعية	التكرار	%
عضو جسدي	03	33,33
وضعية الوقوف	01	11,11
جمالية الوجه	05	55,6
المجموع	09	100

يظهر من خلال الجدول أن الجانب الأكبر من المبحوثين الذين يستخدمون صوراً واقعية (وهم 09 مبحوثين) يركزون على جمال الوجه بنسبة 55,6% وجميعهم. و 33,3% من إجمالي 09 مبحوثين ركزوا في صورهم على أحد أعضاء الجسم والذي تمثل تحديداً في العين بالنسبة للإناث (مبحوثين) ترددت على لسانهم من قبيل: "يعجبوني عينيها بزاف وعلى هادا شيدايرافوطو تاع عيني باه لي يشوفها يقول عينيها شابين". فالعين دلالة رمزية "تعني في التراث الشعبية مغرفة الكلام، وهي رمز الحسد والجشع ومرآة النفس"¹، والظهر بالنسبة للذكور (مبحوث واحد)، و 11,11% وهو مبحوث واحد ركز في صورته على مظهره كاملاً ووضعية الوقوف أقر: "نحب نوري كور تاعي بصك أنا نتريني لحديد وتاني لبس تاعي باه يشوفو ستيل تاعي بلي شباب." "أحب أن أظهر جسدي لأنني أتمرن على الحديد وأيضا أظهر لبسي حتى يرون الستايل الذي ألبسه جميل".

- بالنسبة للصور المستعارة: أظهرت النتائج ما هو موضح في الجدول أدناه:

الجدول رقم (13): صور البروفائيل المستعارة التي يستخدمها المبحوثين .

صور البروفائيل المستعارة	التكرار	%
الطبيعة	2	14,28
الأسرة	2	14,28
الأشياء	6	42,9
الدين	2	14,28
خلفية السوداء	2	14,28

¹ - أحمد خالد ، (2017)، " العين في التراث الشعبي، دلالات وصور شعبية طريفية"، <https://www.watanserb.comK>، في 2023/05/16، على 21 سا.

المجموع	14	100
---------	----	-----

يظهر من خلال الجدول رقم (13)، أن الجانب الأكبر من المبحوثين الذين يستخدمون صوراً مستعارة (ما يقارب 43 % من إجمالي الـ 14 مبحوث وهم إناث)، يركزون على الأشياء من قبيل: خاتم، تاج، كوب قهوة، و 14,28% تمثلت صور بروفائلاتهم في (الطبيعة) نفس النسبة أقرروا أنهم يستخدمون صوراً لأحد أفراد الأسرة ، و 14,28% كذلك يركزون على صور تظهر التدين والمعتقد الديني مثل: كتاب القران الكريم، فتاة ترتدي حجاب، أذكار وما إلى ذلك، وذات النسبة من العينة يستخدمون صوراً ذات خلفية سوداء. عن دوافع ذلك تحددت استجابات المبحوثين في الآتي:

الجدول رقم (14): دوافع المبحوثين في استخدام أنواع خاصة من الصور.

دافع الاستخدام	نوع صورة البروفايل المستعارة
التعبير عن حبهم للطبيعة (الأشجار، الورد ، الثلج)	الطبيعة
إظهار الجانب الديني	الدين
التعبير عن حزنهم وآلامهم	خلفية سوداء

تحدد الدافع الأساسي للمبحوثين الذين استخدموا صوراً تمثل الطبيعة في: "نبغي الطبيعة" (أحب الطبيعة)، أما ما يتعلق بالصور التي تبرز العنصر الديني فتمثلت أسباب ذلك في: "ندير بنات متحجبات الحجاب الشرعي لأنني أنا متحجبة حجاب شرعي" (أضع صور فتيات يرتدين الحجاب الشرعي لأنني متحجبة حجاب شرعي) و آخر "ندير أدعية وصور للقرآن الكريم". (أضع صور تحتوي على أدعية وسور من القرآن الكريم).

وفي محاولة منا للتثبت من نوع الصور التي يستخدمها غالباً المبحوثين على حساباتهم الفايسبوكية، توجهنا إليهم بالسؤال الآتي: وماذا عن الصور التي تستخدمها عادة؟ (واش هيا لفظو لي طلعيهم بزاف؟) كشفت نتائج الحوار الآتي:

الجدول(15): يمثل أنواع الصور التي يستخدمها المبحوثين إعادة :

نوع الصورة	التكرار	%
شخصية	07	28
الطبيعية	07	28
الأمومة	04	16
الدين	04	16
سوداء	02	08
بدون صورة	01	04
المجموع	25	100

يمثل الجدول أعلاه أنواع الصور التي يضعها المبحوثين عادة في حساباتهم ونلاحظ أن 07 مبحوثين من أصل 25 يستخدمون في غالب صورهم شخصية أي بنسبة 28 %، ونفس النسبة 28% أقرروا أنهم يستخدمون في العادة صوراً عن الطبيعة لأنهم: "نبغي أجواء المزارع" "أحب أجواء المزارع" على حسب استجابة مبحوثة، و04 مبحوثات (نسبة 16 %) يستخدمون صوراً عن الأم لأنهن "ديرا تصويره الأم تعبر على حنان الأم" "أضع صورة للأم تعبر على حنان الأم"، ونفس النسبة 16 % أقرن أنهن غالبية صور بروفايلاتهن هي دينية: "ندير فوطو بنات متحجبات حجاب شرعي" "أضع صور بنات متحجبات حجاب شرعي"، "ندير أدعية وأذكار دينية" "أضع صور أدعية و أفكار دينية"، ومبحوثتين (: المبحوثة 5، والمبحوثة رقم 9) بنسبة 08% (أقرأ أنها يفضلها في الغالب "الصور السوداء"، وعن سبب ذلك، تحددت استجابة المبحوثة (9) في: كي تكون حالتي النفسية مشي مليحة " عندما تكون حالتي النفسية ليست جيدة"، و(المبحوثة 5) " نحب اللون الأسود علابها ندير فوطو فيها حوايحكحل" "أحب اللون الأسود لهذا أضع صور تتضمن اللون الأسود"، و فقط مبحوثة واحدة أكدت مرة أخرى أنها لا تستخدم اطلاقاً الصورة، حيث أقرت بالآتي: "مانديرش قاع فوطو في بروفيل تاغي باه نبقى مجهولة غير اسمي لي بيان" (اسمها مستعار).

ويظهر من هذه النتائج صحة ما أشار إليه المبحوثين في استجاباتهم اللفظية السابقة الخاصة بسؤال نوع الصور المستخدمة من طرفهم على الفاييس بوك.

وزاء هذا الإقرار توجهنا بحوارنا بسؤال المبحوثين عن: معدل تغييرهم لصور بروفايلاتهم، بالصيغة الآتية: شحال تبدل فوطو بروفيل من خطرة؟(ما معدل تغير صورة البروفايل عادة؟)، وأظهرت نتائج ذلك الآتي:

الجدول رقم (16): معدل تغير صورة البروفایل عادة

معدل التغير	تكرار	%
كثيرا	08	32
قليلا	09	36
نادرا	08	32
المجموع	25	100

كما هو مبين في الجدول أعلاه، فإن استجابات المبحوثين قد انقسمت ما بين "بزاف" (كثيرا): 32%، وجميعهم من الشباب من الجنسين، تراوحت اعمارهم ما بين 20 و33 سنة، وخطراش (قليلا): 36%، غالبيتهم من المتزوجين، المناسبة. 32% "خطرة في الزمان" (نادرا)، وجميعهم في سن الـ40 فما فوق، ويتضح من هذه البيانات تأثير متغيري السن والوضعية الاجتماعية للمبحوثين.

ثانيا: المعاني الرمزية التي يرغب المبحوث التعبير عنها من خلال صورة البروفایل:

في إطار الحديث عن السياق النفسي - الاجتماعي الخاص بتوظيف الصورة من طرف المبحوثين للتعبير عن دلالات رمزية خاصة، توجهنا إلى المبحوثين بالسؤال الآتي: شاتمعي صورة تاع البروفایل تاعك؟ (ماهي المعاني التي تعبر عنها صورة بروفابلك؟ وفيما يلي جدول يكشف نتائج استجابات المبحوثين اللفظية على هذا السؤال. الجدول رقم (17): المعاني التي تعبر عنها صور البروفایل الخاصة بالمبحوثين.

المعاني	التكرار	%
المحبة الأسرية	03	12
الدين	04	16
حالة النفسية	07	28
الأنوثة	03	12
الثقة بالنفس	08	32
المجموع	25	100

تكشف بيانات الجدول أعلاه، أن أغلبية المبحوثين من كلا الجنسين (إناث، ذكور)، بنسبة 32% ما يقابل 08 مبحوثين، أقروا بالذات، ويفيد أن نعرض نماذج من استجاباتهم:

– "حي لذاتي ،باش ميقلووش ضعيف الشخصية" ، نحب نبين لناس روجي كي دايرة " ، (حي لذاتي ، لتفادي قول ضعيف الشخصية ، أحب أن أظهر للناس شخصيتي).

– "نبغي روحيبسكو أنا شابة" ، (أحب نفسي لأني جميلة).

– تميزني على لخرين يعني مدام تصويرتي أنا هي خاصة بي برك" ، (تميزني على الآخرين ، لظالما هي صورتني إذن هي خاصة بي فقط).

– حباً لنفسي وتعبر على قوة شخصيتي".

28 % (07 مبحوثين) ، تحددت استجاباتهم في التعبير عن حالتهم النفسية، حيث اقروا ب: " على حساب الموقف لي نكون فيه" على حسب الموقف الذي أكون فيه) ، "كي نكون فرحانة ولا زعفانة ندير فوطو تعبر على مشاعري" (عندما أكون سعيدة أو حزينة أضع صور تعبر عن حالتي النفسية) ، "على حساب النفسية لي نكون فيها في ذاك الوقت كي نكون مديريسيا ندير تصاور كحل ويبيض مفيهمش ألوان." (حسب النفسي التي أكون فيها في ذلك الوقت ، عندما أكتتب أضع صور سوداء وبيضاء التي لا تحتوي على ألوان). ، 16 % للدلالة على انتمائهم الديني، والتعبير عن هويتهم الإسلامية عن طريق مصحف، حجاب شرعي وأذكار دينية، و 12 % يعبرون من خلالها على محبتهم لذويهم، وهو ما عبروا بهم ب"كي توحشت بابا درتها بسكو كنت فالغربة" اشتقت إلى أبي عندما كنت مغتربة) ، "ولد خويا عزيز عليا" (ابن أخي عزيز علي) ، " تعبر على حي لزوجي ، وما إلى ذلك.

و 12 % من إجمالي العينة (هن إناث) تحددت استجابتهن ب"نبين أنوثتي" (أبين أنوثتي) .

وحول المعايير التي يركز عليها المبحوثين في اختيار صور يمثلون بها أنفسهم ويعبرون بها عن معاني داخلية، طرحنا عليهن السؤال الآتي: كيف تختار صورة بروفائلك؟، وفي هذا الجانب تظهر البيانات الميدانية أن الجانب الأكبر من المبحوثين (44%) يركزون على حالتهم النفسية وينطلقون من ذواتهم، وتدعم هذه النتيجة بيانات الجدول رقم (17) التي أظهرت أن 32 % يعبرون من خلال صورهم على الثقة بالذات، و 28% للتعبير عن حالاتهم النفسية ومشاعرهم الداخلية. 36 % أقروا ب" (كي تعجبي وتاتيريني نديرها)، (عندما تعجبي وتجدبني صورة أضعها)" على حد تعبير إحدى المبحوثات، وكشف تعميق الحوار معهم في هذه النقطة تحديدا تركيزهم على صور تبرز الجمال المثالي، وقد لاحظنا في استجابات المبحوثين دافع ضمني لم يكشفوا عنه وهو عرض الجمال، حتى يحظى المبحوث المستخدم على قبول لدى الآخر. وأشارت 3 مبحوثات إلى تركيزهن على اللباس، وهو الحجاب، في

حين أشارت مبحثين إلى الأسرة أقرت إحداهن: "دايرا تصويرية بابا كي كان مريض"، (أضع صورة أبي عندما كان مريضاً).

ثالثاً: صورة البروفایل والتفاعل الرقمي:

سعيًا في هذا الجانب لتعميق الحوار في مجال الاتصال والتفاعل الرقمي، لذلك توجهنا إليهم بالسؤال المفتوح الآتي: حدثني عن الرموز التعبيرية (les emojis) والدعوات التي تتلقاها من الآخرين بسبب صورة البروفایل؟، وكانت اجابة الجانب الأكبر منهم هي محدودية التفاعل الذي يتلقونه من الآخر عن الصور، كما هو موضح في الجدول أدناه :

الجدول رقم (18) حجم اللايكات والدعوات التي يتلقاها المبحثين بسبب صورة البروفایل .

الرموز التعبيرية والدعوات	التكرار	%
قليل	10	40
كثير	08	32
نادرًا	07	28
المجموع	25	100

تظهر بيانات الجدول أن استجابات المبحثين قد انقسمت ما بين "ديفوا" (قليلًا): ديفوا يديروني عليها لي جام " (أحيانا يضعون لي لايكات)، ومثل هؤلاء نسبة 40% وجميعهم من الشباب من الجنسين، تراوحت أعمارهم ما بين 33 و38 سنة، و"بزاف" (كثيرًا): اللايكات كإينبازاف " (لايكات كثيرة وإيجابية قاع نعرفهم" (كثيرة وإيجابية اعرفهم كلهم)،"، بنسبة 32%، غالبيتهم من المتزوجين من كلا الجنسين، 28% " مشي بزاف " (ليست كثيرة) وجميعهم في سن 40 فما فوق، وقد تبين من حواراتنا معهم أن أسباب ذلك هي:

- "بروفایل يمقدرو شيديروني لي جام " (بروفایل لي خاص لا يمكنهم وضع اللايكات).

" مكاش بصك فايس جديد " (لا توجد لايكات لان بروفایل لي جديد).

- قالعها تاع لي جام داير moi uniquement لأن الغرض ليس جمع عدد كبير من الإعجابات " (أضع خاصية الخصوصية لان هديني ليس جمع اللايكات).

وبغية التعرف على طبيعة هذه الرموز التعبيرية، طرحنا عليهم السؤال الآتي: مانوعها؟، تحددت استجاباتهم في البيانات الموضحة في الجدول أدناه:

الجدول رقم (19): نوع الرموز التعبيرية التي تفاعل بها الآخر تجاه صور البروفایل المبحثين

نوع الرموز التعبيرية	التكرار	%
الدعم	5	20
أعجبي	14	56
أحببتها	03	12
حزين	02	08
والاو	01	04
المجموع	25	100

تظهر بيانات الجدول أعلاه استجابات المبحوثين على نوع الرموز المعبر عنها في صور البروفايل: أعلى نسبة "أعجبي" كانت تخص الصور الشخصية بنسبة 56% وجميعهم من الشباب من الجنسين، تليها "الدعم" كانت تخص الدين بنسبة 20% أقر أحد المبحوثين: "يديرولياي موجي تاع الدعم بزاف كي نطلع حاجة فيها قرآن"، يضعون لي رمز التعبير الدعم عندما أضع صورة من القرآن الكريم) 12% "أحببتها" من مجموع العينة كانت تخص صور الطبيعة، 08% "حزين" لمبحوثين كانت تخص صور الحالة النفسية أقرتا: "يديرولياي موجي تاع بيكي كي ندير تصاور حزينة بلي مانيش مليحة"، "كي ندير تصوية فيها حاجة حزينة ولا صور فيها أقوال حزينة"، يضعون إي موجي بيكي عندما أضع صور حزينة أي لست على ما يرام)، (عندما أضع صور حزينة او صور فيها أقوال حزينة)، 04% "والاو" لمبحوثة واحدة كانت تخص العين أقرت: "كي راني دايرا تصوية عيني دارولي عليها إي موجي او بلي شابة بزاف"، (عندما وضعت صورة عيني وضعا لي إي موجي او لأنها جميلة).

و إذا تجاوزنا ذلك إلى دعوات الصداقة، بسؤالنا لهم: وماذا عن الدعوات؟ (اسك يجوك des invitations) أقر غالبية المبحوثين باستجابات من قبيل: "منتلقاش بزاف إلا إذا واحد يحوس عليا ويكون يعرفني كي يشوفها يرسلني" (لا أتلقى الكثير إلا إذا كان المرسل يعرفني و يحتاجني)، "ميجونيش بزاف سكو نحا تع لي كمنتاغ" (لا أتلقى كثير من التعليقات وسبب هو انني أضع خاصية الخصوصية) على حد قول إحدى المبحوثين، ميجونيش بزاف سكو نحا تع لي كمنتاغ" (لا أتلقى كثير من التعليقات وسبب هو انني أضع خاصية الخصوصية).

الأمر الذي يشير إلى عدد من الحقائق هي:

- محدودية التفاعل الرقمي الخاص بصور البروفايل.
- عدم فاعلية الصور في مجال التفاعل.

وهو أمر له دلالتة، وبنبغي أن يأخذ في الحسبان عند تقييم فعالية الصورة في التفاعل الرقمي، إذا لا يهدف غالبية الباحثين لبناء علاقات مع الأخر ارتكازا إلى نتائج حواراتنا معهم. ولتعميق الحوار أكثر، سألنا الباحثين عن التعليقات كذلك: **حدثني عن التعليقات الآن؟ (تتلقى تعليقات ؟)**، وكانت إجاباتهم كالآتي:

الجدول رقم(20) :حجم التعليقات التي يتلقاها الباحثين .

التعليقات	التكرار	%
كثيرة	08	32
غير موجودة	17	68
المجموع	25	100

يظهر الجدول اعلاه التعليقات التي يتلقاها الباحثين في حساباتهم، "مكاش قاع" (غير موجودة) 17 مبحوث أغلبيتهم إناث بنسبة % 86 لانهم نزعوا تعليقات من الصورة (انا نحيهم باش ميكمتوليش)، 08 من الباحثين من اصل 25 صرحوا ان (كثيرا) ما تصلهم التعليقات اقرو: "يكمتوليبلايموجي ، كلمات شابين كيما راكي شابة" (يعلقون لي بإموجيات) بنسبة 32 % .

وعن طبيعتها بسؤالنا لهم ماهي هذه التعليقات؟، أجاب الباحثين (ال8 مبحوثين الذين أجابوا بنعم كثيرا)، بما هو موضح في الجدول أدناه:

الجدول رقم (21): نوع التعليقات التي يتلقاها الباحثين

نوع التعليقات	التكرار	%
إيجابية	06	75
سلبية	02	25
المجموع	08	100

يظهر الجدول أعلاه نوع التعليقات التي يتلقاها الباحثين في حساباتهم، "إيجابية" 06 مبحوثين جميعهم إناث بنسبة 75%، و "سلبية" 02 مبحوثين كانت تخص الصور ذات الخلفية السوداء بنسبة 25%.

رابعا: دور صورة البروفايل في تحقيق التفاهم بين المستخدمين:

في محاولة منا للتعرف على دور صورة البروفايل في تحقيق التفاهم بين المستخدمين، وهذا إجابة على تساؤلنا الفرعي الثاني، قمنا ببحث الفعل التواصلي من خلال نفاعل الباحثين على الميسنجر، لذلك توجهنا إلى الباحثين

بالسؤال الآتي: "يوصلوك دي ميساج على الميسنجر كي تديري صورة جديدة على الفاييسبوكتاعك؟" (هل تتلقى رسائل فورية عبر تطبيق الماسنجر عندما تضع صورة جديدة على الفاييسبوك؟)، وكانت اجابة الجانب

الأكبر من المبحوثين بنسبة 72 % (18 مبحوث) بنعم، وكانت من الجنس الآخر، حيث أجابوا ب :

- "نعم يرسلون لي رسائل في الماسنجر كيف حالك) .

- "سلام باغي نسقسيك" (سلام ممكن نسألك) .

- "واه يبعثولي ممكن نتعرف" (نعم يبعثون لي ممكن نتعرف).

- "عجبتني فوطوتاعك هاذي نتيا؟" (أعجبتني صورتك هل هذه أنت؟)

، و فقط 28 % من إجمالي العينة (7 مبحوثين) أقرروا بلا، وكان جميعهم ممن وضعوا صوراً عن الطبيعة، وعن لماذا: أجابوا ب:

- "انا نحتها تاع ليمساج محسنيش تكسار راس" (لأنني حذفته رسائل لأني لا أريد المشاكل).

- "بروفيل تاعيد ايراتو بريفي ومنحيا تاع لي كومنتار باه ما يعلقوليش" (بروفيلي خاص لأنني حذفته خاصية التعليقات حتى لا يعلقون لي).

واستناداً إلى هذه المعطيات يتبين لنا أن هناك علاقة تأثير بين نوع الصورة والتواصل، حيث تؤثر الصورة على التواصل بين المستخدمين.

وإذا انتقلنا إلى مستوى معرفي آخر يتعلق برد فعل المبحوثين على الرسائل التي تصلهم، بسؤالنا لهم، وماذا كان ردك عليها؟، انقسمت استجابات المبحوثين بين:

- يتجاوب معها: وقد مثل هذا الاتجاه نسبة 84% من إجمالي 18 مبحوث (الذين أجابوا بنعم)، وقد برروا ذلك "من أجل التعارف".

- يتجاهلها: ومثلته نسبة 17% ، وكان غالبيتهم مبحوثات متزوجات.

ولتعميق الحوار أكثر، سألنا المبحوثين سؤال آخر هو: هل أدى هذا التواصل إلى خلق علاقة مع الآخر؟

الجدول رقم (22): استجابة الباحثين عن تحول تواصلهم مع الآخر إلى علاقة

نسج علاقة مع الآخر	التكرار	%
نعم	15	84
لا	03	17
المجموع	18	100

يتضح من خلال الجدول رقم(22)أعلاه أن غالبية الباحثين بنسبة 84% يؤكدون على أن تواصلهم مع الآخر أدى إلى تحولها إلى علاقة وجميعهم من فئة الشباب من جنس الإناث والذكور، و17% أجابوا عكس ذلك. وبسؤالنا لهم: ما نوع هذه العلاقة؟ أجاب جميعهم ب: "علاقة أصدقاء برك" (علاقة صداقة فقط)، "علاقة صداقة أصلا ما طولت" (علاقة صداقة أصلا لم تدم طويلا)، وبالإرتكاز إلى الملاحظة، تبين لنا عدم صدق غالبية الباحثين ، وقد يبرر الأمر ب: الخجل.

وللتعرف عن سيرورة هذا التواصل، طرحنا على الباحثين المعنيين: هل تحولت هذه العلاقة الافتراضية على الميسنجر إلى علاقة في الواقع الفعلي؟ (اسك تبدلت هذه غولاسيون تاع الميسنجر لغولاسيون حقيقية)، ردا على هذا السؤال، أجاب جميع الباحثين بـ "لا"، حيث تكررت على لسانهم: "بقات عن حدود الفايسبوك" (بقيت على الفايسبوك فقط).

1.2 مناقشة نتائج الدراسة في ضوء الفرضيات:

1. بالنسبة للفرضية الأولى التي مفادها : يقدم المستخدمون ذواتهم لبناء علاقات مع ذوات المستخدمين

الآخرين عن طريق صور بروفایل غير واقعية: تبين من خلال نتائج العمل الميداني الآتي:

- أن الجانب الأكبر من الباحثين بنسبة 60 % من إجمالي الباحثين يستخدمون صورا مستعارة، وهم إناث. في مقابل 36 % صورا واقعية، و4% بدون صورة.

- الجانب الأكبر من الباحثين الذين يستخدمون صورا مستعارة (ما يقارب 43 %) يستخدمون صورا غير شخصية من عالم الماديات:

+ عن الأشياء من قبيل: خاتم، تاج، كوب قهوة .

+ والطبيعة، التي كانت من الصور التي يستخدمها غالبيتهم غالبا.

أما بالنسبة للتفاعل عن طريق الصور، أثبتت النتائج في هذا الجانب أن:

17-17 مبحوث من مجموع الـ 30 أي ما يقارب 57% يغيرون صورهم صور بروفائلاتهم أحيانا، وقد ظهر من خلال النتائج تأثير متغيري: الوضعية الاجتماعية للمبحوث (غالبيتهم مرتبطين)، والسن (غالبيتهم يفوق سنهم الـ 30 سنة). هذا إلى جانب إقرارهم بـ "لا أهتم لذلك".

- قلة التفاعل الرقمي، حيث تجلى من خلال البحث الميداني أن نسبة 56,7% من إجمالي المبحوثين (17 مبحوث من مجموع 30)، تفاعلهم مع الآخر من غير الأقارب محدود جدا، وقد تبين من خلال الميدان تأثير عامل السن كذلك (ما بين 33 وأكثر من 40 سنة ما يؤكد النتيجة السابقة)، وأن العملية كانت عن فعل اختياري، هذا ما تؤكده استجاباتهم الآتية:

- "بروفائلي مقدر وشيديرولي لي جام" (بروفائلي خاص لا يمكنهم وضع اللايكات).

- قالها تاع لي جام داير moi uniquement لأن الغرض ليس جمع عدد كبير من الإعجابات " (أضع خاصية الخصوصية لان هدي ليس جمع اللايكات).

- بالنسبة للدعوات كذلك أثبت العمل الميداني قلتها حيث أكد غالبيتهم بـ "لا أتلق كثيرا".

- بخصوص التعليقات الجانب الأكبر من المبحوثين (وعددهم 17) الغوا خاصية التعليق، حيث أقروا بأنها غير موجودة.

وعليه، واستنادا إلى نتائج البحث، يتبين لنا صحة الفرضية الأولى فيما يتعلق بـ "يقدم المستخدمون ذواتهم عن طريق صور بروفائيل غير واقعية، إلا أنهم لا يسعون لبناء علاقات مع ذوات المستخدمين الآخرين عن طريق هذه الصور غير الواقعية".

2. بالنسبة للفرضية الثانية القائلة: المضمون الذي يوصله المستخدم عن ذاته من خلال صورة البروفايل،

للآخر لتحقيق فعل تواصل هو نفسي، تتميز بصدق المحتوى . تبين من خلال دراستنا الميدانية الآتي:

- غالبية المبحوثين (18 مبحوث من أصل 30) استخدموا صورا للتعبير عن واقع نفسي بحت، في مقدمتها إظهار الثقة بالذات، لوصف وضع نفسي داخلي، وتعبير عن الشعور العاطفي اتجاه الآخر (أسري) .

- أن الجانب الأكبر من المبحوثين (44%) يركزون على حالتهم النفسية وينطلقون من ذواتهم في فعل اختيارهم للصور.

وبخصوص الفعل التواصلي، تبين من خلال البحث أن:

- 93.3% من إجمالي المبحوثين أكدوا تلقيهم لرسائل فورية على الميسنجر.

- نفس النسبة أكدت أنها تتجاوب مع الرسائل ما يعني وجود فعل ورد فعل.

- نسبة قليلة مثلها (20مبحوثين فقط) أجابت بأنها لا تتجواب.

-الجانب الأكبر منهم (6,7% من إجمالي 28 مبحوث الذين أجابوا بنعم)، أكدوا على الصداقة.

ويخلص البحث في هذا الجانب إلى تأكيد صحة الفرضية الثانية.

2.2. مناقشة نتائج الدراسة في ضوء الدراسات السابقة: جاءت نتائج دراستنا غيرمتوافقة في غالبيتها مع

الدراسات السابقة، مع:

-دراسة مسعودة يوسف بخصوص التفاعل، التي أثبتت في إحدى نتائجها أن انخراط المبحوثين في المجتمع الافتراضي كان بدافع الحوار، وأن المبحوثين أكثر تفاعلا عن طريق الهوية الافتراضية في حين توصلنا نحن إلى نتيجة عكسية وهي محدودية التفاعل الرقمي. وتتوافق مع هذه الدراسة في نتائجها الخاصة بأن الهوية الرقمية تمثل للجانب الأكبر من المبحوثين انعكاسا لهوياتهم الحقيقية، وهو ما توصلنا إليه في دراستنا التي بينت نتائجها استخدام المبحوثين لصور للتعبير عن دلالات رمزية تراوحت بين الواقع النفسي، المحبة وما إلى ذلك.

- دراسة محمد مهدي وكانون جمال الذين أثبتنا من خلال بحثهما عن "مستخدمي الانترنت للمجتمع الجزائري بين الهوية المستقلة و الهوية المغتربة" أن درجة استمرارية التفاعل هي قوية، إلا أن ما خلصنا إليه في هذا الجانب هو أن العلاقات على الفايسبوك بالنسبة لجميع المبحوثين تبقى علاقات شبكة، وأنه غالبية المبحوثين لا يهدفون لبناء علاقات مع الآخر .

2.3. مناقشة النتائج في ضوء المقاربة النظرية: في إطار اختبار المقولات المعرفية لنظرية الفعل التواصلي

لهابر ماس التي انطلقنا منه كموجه لمسارنا البحثي عن "بناء الهوية الذاتية في العالم الرقمي(الفايسبوك) عبر صورة البروفايل وفي إطار النشاط التواصلي"، والذي حددنا مستوى التحليل فيه استنادا إلى النظرية، في أن :

"الصورة الرمزية (صورة البروفايل) هي وسيط أساسي في النشاط التواصلي"

واستنادا إلى نتائج البحث الميداني، توصلنا إلى الآتي:

- بخصوص العقلانية التواصلية: أظهرت لنا نتائج دراستنا أن بناء الهوية الذاتية للمبحوثين تتم ضمن الأبعاد

الثلاث التي حددها هابر ماس، وهي:

✦ علاقة الذات العارفة بعالم الأحداث والوقائع: حيث يستخدم غالبية المبحوثين صورا مجازية تعبر وضعيات

مختلفة مستمدة من الواقع الاجتماعي.

✦ علاقة الذات بعالم اجتماعي يتميز بالفاعلية والانخراط في التفاعل مع الآخر: تبين من خلال النتائج أن الصورة البروفایل نشاط تفاعلي، يتفاعل عن طريقها المبحوثين مع الآخر بأساليب رقمية مختلفة، رموز تعبيرية، دردشة على الميسنجر (بنسج علاقات شبكية)، تعليقات إلا أنه تفاعل محدود.

✦ علاقة الفرد بذاتيته: باستخدام صور تعبيرية، يعبر من خلالها عن هويته وجانبه النفسي.

- بخصوص التجربة التوافقية: اعتبرها بر ماس أن "النشاط التواصلي لن يتم إلا من خلال علاقة التفاعل بين فردين أو أكثر داخل سياق العالم المعاش، وتهدف التجربة التوافقية حسبه إلى الوصول إلى اتفاق بين الذات المشاركة في التفاعل، ويفترض من احد جوانبها الاعتراف المتبادل على مزاعم الصدق، إذا تعرض احد مزاعم الصدق للشك أو لم يستطيع المشاركون في التواصل تبريره بالحجج العقلية يحتل الاتصال أو يتوقف"¹، في هذا الجانب تم تأكيد هذه المعارف، حيث أن صور البروفایل التي يستخدمها المبحوثين، رغم أنها غير واقعية ولكنها صادقة من حيث دلالتها التعبيرية، ما يحقق الاتصال بين المبحوثين والمستخدمين الآخرين عن طريق أشكال التفاعل الرقمي المختلفة التي كشف البحث عن تباين في درجتها (ما يشمل الرموز التعبيرية، دعوات الصداقة، التعليقات).

- بخصوص نماذج الفعل التوافقية: كشفت نتائج الدراسة إن بناء هويات المبحوثين تتم في إطار الفعل الدرامي، حيث يستخدم المبحوثين صوراً معينة لإتاحة الفرصة لأنفسهم للتعرف على ذواتهم، ولإثارة إحساسا لدى المستخدمين الآخرين، وذلك بالكشف عن ذاتهم كشفا متعمداً.

ختاماً انطلاقاً مما سبق ذكره إلى تأكيد أهمية مقولات هابر ماس، التي تحققت ضمن مجال بحثنا، حيث جاءت النتائج التي توصلنا إليها منسجمة مع التصور الهابرماسي.

3. النتائج العامة للدراسة:

يتحدد الهدف الأساسي من دراستنا الحالية في بحث العلاقة بين الصورة الرمزية "صورة البروفایل" على الفاييسبوك والهوية الذاتية للمستخدم في الواقع الرقمي، حيث طرحنا، من التساؤل رئيسي الآتي: كيف يبني مستخدم الفاييسبوك هويته الذاتية غير صور البروفایل الرمزية لتحقيق التواصل؟

وفيه والذي تفرغ عنه التساؤلات الفرعية الآتية:

- كيف يقدم مستخدم الفاييسبوك (عينة البحث) ذواتهم لبناء علاقات تفاعل مع الآخر؟

¹ - نادية سرجي، وآخرون، "النظرية التوافقية لدى هابر ماس" فيلسوف النقد و التواصل، "الحكمة"، ص20، 2020، <https://www.hekmah.org> في 06 جوان 2023 على الساعة 00:23.

- ما هو المضمون الذي يصله المستخدمين عن ذواتهم من خلال صور بروفائلاتهم لتحقيق اتفاق متبادل مع ذوات المستخدمين الآخرين؟

وافترضنا استنادا إلى نتائج البحث الاستطلاعي الذي استخدمنا فيه المقابلة الموجهة، ومقولات نظرية الفعل التواصلية ليورغن هابرماس أن:

- يقدم المستخدم ذاته بناء علاقات المستخدمين الآخرين عن طريق صور بروفایل غير واقعية.

- المضمون الذي يوصله المستخدمين عن ذاته من خلال صورة البروفايل للأخر لتحقيق فعل تواصلية هو نفسي ويتميز بصدق المحتوى ولاختبار صحة هذه الفرضيات قمنا بعمل ميداني شمل عينة قصدية مكونة من 25 مبحوث من مستخدمي الفاييسبوك في مدينة تيارت، باستخدام المقابلة النصف موجهة. واستطعنا أن نوفر النتائج الآتية:

- الجانب الأكبر من المبحوثين بنسبة % 60 من إجمالي المبحوثين يستخدمون صوراً مستعارة، وهم إناث. في مقابل 36% صوراً واقعية، و4% بدون صورة.

- الجانب الأكبر من المبحوثين الذين يستخدمون صوراً مستعارة (ما يقارب 43%) يستخدمون صوراً غير شخصية من عالم الماديات.

- 17 مبحوث من مجموع الـ 30 أي ما يقارب 57% يغيرون صورهم بروفائلاتهم أحيانا، وقد ظهر من خلال النتائج تأثير متغيري: الوضعية الاجتماعية للمبحوث (غالبيتهم مرتبطين)، والسن (غالبيتهم يفوق سنهم الـ 30 سنة).

- قلة التفاعل الرقمي، حيث تجلّى من خلال البحث الميداني أن نسبة 56,7% من إجمالي المبحوثين (17 مبحوث من مجموع 30)، تفاعلهم مع الآخر من غير الأقارب محدود جدا، وقد تبين من خلال الميدان تأثير عامل السن كذلك (ما بين 33 وأكثر من 40 سنة ما يؤكد النتيجة السابقة)، وأن العملية كانت عن فعل اختياري.

- الجانب الأكبر من المبحوثين (وعددهم 17) الغوا خاصية التعليق، حيث أقروا بأنها غير موجودة.

- غالبية المبحوثين (18 مبحوث من أصل 30) استخدموا صوراً للتعبير عن واقع نفسي بحث، في مقدمتها إظهار الثقة بالذات، لوصف وضع نفسي داخلي، وتعبير عن الشعور العاطفي اتجاه الآخر (أسري).

- أن الجانب الأكبر من المبحوثين (44%) يركزون على حالتهم النفسية وينطلقون من ذواتهم في فعل اختيارهم للصور.

- 93.3% من إجمالي المبحوثين أكدوا تلقيهم لرسائل فورية على الميسنجر.
- الجانب الأكبر منهم (6,7% من إجمالي 28 مبحوث الذين أجابوا بنعم)، أكدوا على الصداقة.



خاتمة:

يعد الانتقال الشبكي الذي حققته شبكات التواصل الاجتماعي أكثر ظاهرة تميز عصرنا الحالي لا سيما دورها في تعزيز عملية التواصل الإلكتروني والتعبير عن الذات. من هذا المنطلق جاء اختيارنا لهذا الموسم "شبكات التواصل الاجتماعي وبناء الهوية الذاتية عبر الصورة الرمزية: الفايسبوك-أمموجا-". نطرح من خلاله مسألة الهوية الذاتية الشخصية عبر الصورة الرقمية، حيث يتحدد سؤالنا الرئيسي في بحثنا كالتالي: كيف يبني مستخدمي الفيسبوك هوياتهم الذاتية عبر صور البروفايل الرمزية لتحقيق التواصل مع الآخر؟، إذ مثل كل من المستوى الفردي الذاتي و العالم الخارجي للعلاقات الرقمية جانبان محددان للهوية المبحوث فيها. وتفرعت عن التساؤل الرئيسي التساؤلات الفرعية الآتية:

- كيف يقدم مستخدمي الفايسبوك (عينة البحث) ذواتهم لبناء علاقات تفاعل مع الآخر؟
- ما هو المضمون الذي يوصله المستخدمين عن ذواتهم من خلال صور بروفايلهم لتحقيق اتفاق متبادل مع ذوات المستخدمين الآخرين؟

وافترضنا استنادا إلى نتائج البحث الاستطلاعي الذي قمنا به وكذا نظرية الفعل التواصلية ليورغنهارماس التي انطلقنا منها الآتي:

- يقدم المستخدم ذاته لبناء علاقات المستخدمين الآخرين عن طريق صور بروفايل غير واقعية.
- المضمون الذي يوصله المستخدمين عن ذواتهم من خلال صورة البروفايل للآخر لتحقيق فعل تواصلية هو نفسي ويتميز بصدق المحتوى.

ومن خلال البحث الميداني الذي قمنا به بمدينة تيارت باستخدام المقابلة النصف الموجهة التي أجريناها مع عينة قصدية مكونة من 25 مبحوث خلال الفترة الزمنية (14 مارس إلى غاية 18 ماي 2023) توصلنا إلى أهم النتائج الآتية:

- يستخدم غالبية المبحوثين صوراً غير واقعية مستمدة من العالم الواقعي: صور أشياء، الطبيعة.
- يعبر المبحوثين من خلال هذه الصور على ذواتهم من حيث الثقة بالذات، حالتهم النفسية ومشاعرهم الداخلية.
- تتضمن صور البروفايل الخاصة بالمبحوثين دلالات رمزية صادقة تعكس كيف يرون أنفسهم، والشعور الذي يريدون إيصاله للآخر.

- برزت الصور في البحث باعث للتفاعل الرقمي رغم محدوديته.

- تحقق صور البروفايل لدى غالبية المحوئين التواصل مع الآخر "صداقة رقمية"
و تبقى هذه النتائج نسبية غير قابلة لتعميم .
يهدف هذا البحث إلى فتح آفاق لدراسات أخرى تعنى بفهم الظواهر الإتصالية.

قائمة المصادر والمراجع

قائمة المصادر والمراجع:

قائمة المصادر:

- 1) __ (أبو نصري جميل ، و آخرون)، "المعجم العربي المصور"، ب.ط، ب.ت، دار الراتب الجامعية ،لبنان بيروت.
- 2) (زكي أحمد ، بدوي): "معجم مصطلحات العلوم الاجتماعية"، ط2، مكتبة لبنان، بيروت، 1993.

قائمة المراجع:

_ كتب المنهجية:

- 3) __ أنجس مورييس ، "منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية"، ترجمة بوزيد صحراوي ، كمال بوشرف وسعيد سبعون ، دار القصة للنشر ، الجزائر ، 2006.
- 4) __ خالد عبد الرزاق النجار، "دراسة حالة"، ب.ط، مركز التنمية الأسرية، 2008، ص14

_ الكتب النظرية:

- 5) __ بركات حلیم ، "المجتمع العربي في القرن العشرين، بحث في تغير الأحوال والعلاقات"، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، ط1، 2000.
- 6) __ بن براهيم شاعر عبد الرحمان بن براهيم شاعر، "مواقع التواصل الاجتماعي والسلوك الإنساني"، ط1، دار الصفاء للنشر والتوزيع، عمان، 2015.
- 7) __ الدسوقي منى ، "اللغة والهوية: تحديات الهوية بين تغريب اللغة وتعريبها"، 2018.
- 8) __ شقرة خليل علي ، "الإعلام الجديد (شبكات التواصل الاجتماعي)"، ط1، دار الإعصار العلمي للنشر والتوزيع، عمان، 2014.
- 9) __ الشمايلة ماهر عودة وآخرون، "الإعلام الرقمي الجديد"، ط1، دار الإعصار العلمي للنشر والتوزيع، عمان، 2015.
- 10) __ لبيض سالم ، "الهوية: الإسلام . العروبة. التونسية"، ط1، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، 2009.
- 11) __ ميكشيللي ألكيس ، "الهوية"، ترجمة علي وطفة، ط1، دا الوسيم للخدمات الطباعة، دمشق، 1993.
- 12) __ مؤسسة لجان العمل الصحي، "مفهوم الهوية".

- 13) _ منصور ندیم ، "سوسيولوجيا الإنترنت "، ط1، منتدى المعارف، لبنان، 2014.
- 14) _ وظفة أسعد علي ، "تحديات الهوية الوطنية والشعور بالانتماء الوطني لدى عينة من طلاب جامعة الكويت" ، ط1، مركز دراسات الخليج والجزيرة العربية، الكويت (2013).

المجالات:

- 14) _ بني خالد محمد سليمان ، "الهوية الذاتية: دراسة مقارنة بين الطلبة المراهقين ذوي التحصيل المرتفع/المتدني) في ضوء نظرية أريكسون النفسية" ،مجلة جامعة الأزهر، المجلد 9، العدد 01 جامعة آل البيت _الأردن. 2007.
- 15) _ بلمقنعي عمر ، "مفهوم الصورة وحضورها في النقد الأدبي عند العرب والغربيين" مجلد التواصل في اللغات والآداب ، العدد 46، جوان 2016، جامعة باجي مختار، عنابة.
- 16) _ حاجي حنان ، ثابت مصطفى ، "المرأة وإشكالية بناء الهوية الرقمية في الواقع الافتراضي _مقاربة سوسيوثقافية في بناء الهوية الرقمية للمرأة الجزائرية" ،مجلة المقدمة للدراسات الإنسانية والاجتماعية، المجلد 7، العدد 1، جوان 2022، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة (الجزائر).
- 17) _ حدة الويزة ، خلفلاوي شمس ضيات ، "الهوية الرقمية في العالم الافتراضي: دراسة الفرص ومخاطر الاستخدام" ،مجلة الدراسات الإعلامية والاتصالية ، المجلد 02، العدد 03، جامعة باجي مختار، عنابة، 2022.
- 18) _ طلحة مسعودة ، "الهوية الرقمية: مآزق الاستخدام والخصوصية" ،مداخلة مقدمة الأعمال المؤتمر الدولي "الظاهرة الإعلامية والاتصالية في ظل البيئة الرقمية" ،مجلة التغيير الاجتماعي ، المجلد 05، العدد 02، جامعة محمد خيضر، بسكرة. 2020.
- 19) _ كزير أمال ، ساحي علي ، "تأثير الفيسبوك في تشكيل هوية الأبناء بين الهوية الواقعية والهوية الافتراضية" ،مجلة العلوم الإنسانية، العدد 30، 2 سبتمبر 2017، المركز الجامعي علي كافي، الجزائر .
- 20) _ كانون جمال ، ابن عيسى محمد الهادي ، "مستخدمي الإنترنت في المجتمع الجزائري بين الهوية المغتربة: دراسة لعينة من مستخدمي الانترنت" ،مجلة الباحث في العلوم الإنسانية والاجتماعية، العدد 31، 6 ديسمبر 2011، جامعة ورقلة.

قائمة المصادر والمراجع

21) _ كرم محمد الهادي ، وآخرون ، "مساهمة شبكات التواصل الاجتماعي في دعم الوالدية الرقمية في المجتمعات العربية بين واقع الحال ورهانات المستقبل" ، مجلة البحوث العلمية، العدد 14، جامعة إفريقيا للعلوم الإنسانية والتطبيقية، طرابلس 2022.

الأطروحات :

22) _ بن علي مليكة ، "التكنولوجيا الحديثة لوسائل الإعلام والاتصال ومظاهر التغيير في المجتمع دراسة ميدانية لعينة من أسرة بمدينة مستغانم أنموذجاً" ، أطروحة دكتوراه ، كلية العلوم الاجتماعية ، جامعة محمد بن أحمد، وهران (2018).

23) _ تومي فضيلة ، "أثر شبكات التواصل الاجتماعي على تشكل الهوية الافتراضية : دراسة ميدانية لتمثيلات عينة من المستخدمين الجزائريين لمواقع facebook خلال الفترة (2016/2015) ، أطروحة دكتوراه، كلية علوم الإعلام والاتصال ، جامعة الجزائر (3)، الجزائر (2015).

ملتقيات :

24) _ بوشي فوزية ، بوشي شريفة ، "تمثيل الانا الفردية عبر الصورة الرمزية على الانترنت والهوية الرقمية التفاعلية" ، برنامج الملتقى الدولي الافتراضي الأول "وسائل الاتصال والإعلام وآليات التغيير ودوافع ورهانات (16 نوفمبر 2022) ، جامعة 20 أوت 1955 سكيكدة.

المواقع :

25) _ أحب تيارت، جريدة إلكترونية إخبارية جامعة — تيارت، <https://www.tiaretnews.worldpress.com> في 2023/07/05 على الساعة 21:47.

26) _ خالد أحمد ، (2017)، " العين في التراث الشعبي، دلالات وصور شعبية طريفة"، <https://www.watanserb.comK>، في 2023/05/16، على 21 سا.

27) _ الخويلدي زهير ، "العقلانية الأداتية والعقلانية التواصلية"، الحوار المتمدد، <https://m.ahewar.org>، في 2023/02/07 في 11 سا 45

28) _ مقورة جلول ، "الفعل التواصلية عند هابرماس نظرية وتطبيق"، البوابة الجزائرية للمجلات الوطنية، <https://www.asjp.cerist.dz>، في 2023/02/07 على 11 سا 34 د.

- 29)_ الدبس رائد، "الفيسبوك وعلم الاجتماع الاتصالي"، العولمة وتطورات العالم المعاصر، 2010، <https://www.m.ahewar.org>، في 30 ماي 2023 على الساعة 15:45.
- 30)_ الزهار الطيب. (2018). " المؤشرات الرقمية لـ2018 للمنطقة المغاربية". [إنترنت]. <http://www.aljazairalyoum.com>. تاريخ الزيارة: 2019/02/12 على 10 سا 20د.
- 31)_ سريجي نادية، وآخرون، "النظرية التواصلية لدى هابر ماس" فيلسوف النقد والتواصل، الحكمة، 2020، ص20، <https://www.hekmah.org>، في 06 جوان 2023 على الساعة 00:23.
- 32)_ مبعث للدراسات والاستشارات الأكاديمية، "الدراسات السابقة"، <https://mobteath.com>، في 2022/11/28 على 12 سا.

المراجع الأجنبية :

- 33)_ Commission nationale informatique, libertés, L'identité numérique, https://www.cnil.fr/sites/default/files/atoms/files/cnil_dossier-thematique_identite-numerique.pdf, le 03/05/2023 à 6h00, p2.
- 34)_ Les réseaux sociaux et identité numérique : qu'est ce que l'identité numérique », <https://www.aea.asso.fr/medias/editor/oneshot-images/1715098745ccf148f3a6ca.pdf>.
- 35)_ Fanny georges , « approche statistique de 3composantes de l'identité numérique dans fecebook », haL open science, 2021, <https://hal.science> ,le 26 mai 2023, 17 :25, p10,11,12



أمي هي النعمه الوحيده
اللي محتاجينها تدوم ف حياتنا
ف يارب أحفظ أمي وأطل في عمرها
ولا تقطع صوتها من البيت
وأرزقها راحة البال والطمأنينه
ولا تثريني فيها بئس أيكيني يا الله 🙏

الشكل رقم(01): يوضح صورة عن محبة الأم.



الشكل رقم (02): يوضح صورة عن العالم المادي " الطبيعة".



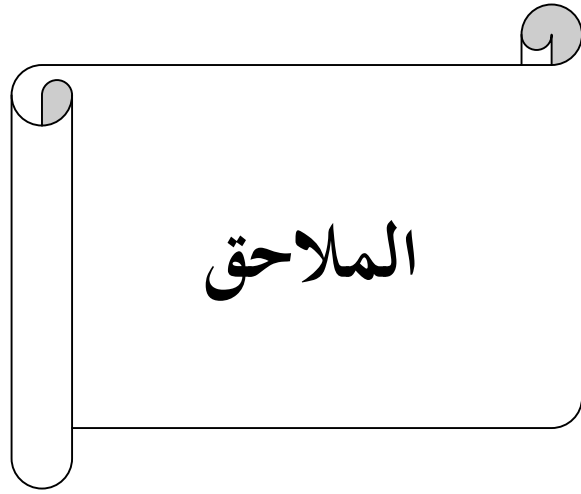
الشكل رقم(03): يوضح صورة عن الأشياء



الشكل رقم (04): يوضح صورة عن الحالة النفسية.



الشكل رقم (06): يوضح صورة عن الأسرة.





_الملحق رقم: (01) الصيغة الاولى لدليل المقابلة لتحكيم

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة ابن خلدون تيارت

كلية العلوم الانسانية والعلوم الاجتماعية

قسم العلوم الاجتماع

التخصص: علم اجتماع الاتصال

مذكرة مكتملة لنيل شهادة الماستر في علم اجتماع الاتصال

الموسومة:

شبكات التواصل الاجتماعي وبناء الهوية الذاتية عبر الصورة الرمزية:

الفايسبوك أنموذجا

تحكيم دليل مقابلة

إشراف: د. بوشي فوزية

إعداد:

بلمصطفى صابرين

لحلاح إلهام

الموسم الجامعي: 2023/2022

- عنوان المذكرة: شبكات التواصل الاجتماعي وبناء الهوية الذاتية عبر الصورة الرمزية: دراسة ميدانية
 - المقاربة النظرية: نظرية الفعل التواصلي ليورغنهارماس
 - هدف الدراسة: يتحدد هدف دراستنا الحالية في بحث العلاقة بين صورة البروفايل وهوية المستخدم، كوسيلة للتعبير عن الذات والتواصل مع الآخر.
- متغيرات الدراسة:

صورة البروفايل (على الفيسبوك)	
الدلالة الرمزية (المضمون)	محتويات الصورة الخارجية

بناء الهوية	
التواصل	التفاعل الرقمي

- تساؤلات الدراسة:

التساؤل الرئيسي:

كيف يبني مستخدمي الفيسبوك هويتهم الذاتية عبر صور البروفايل الرمزية لتحقيق التواصل مع الآخر؟

التساؤلات الفرعية:

__ كيف يقدم المستخدم ذاته عن طريق صورة البروفايل لبناء علاقات مع ذوات المستخدمين الآخرين؟

__ ما هو المضمون الذي يوصله المستخدم عن ذاته من خلال صورة البروفايل للآخر لتحقيق فعل تواصلي؟

- فرضيات الدراسة:

__ يقدم المستخدم ذاته بناء علاقات مع ذوات المستخدمين الآخرين عن طريق صور بروفايل غير واقعية.

__ المضمون الذي يوصله المستخدم عن ذاته من خلال صورة البروفايل للآخر لتحقيق فعل تواصلي هو نفسي

ويتميز بصدق المحتوى.

دليل مقابلة موجه للتحكيم

اقتراحات	غير مناسب	إلى حد ما	مناسب	الأسئلة التوجيهية	البند
اخراج الاسئلة لمحددات المبحوث من نوع اجتماعي وسن وكذا في محور للبيانات الشخصية على حدى. وجعله سؤال حول استخدامات المبحوث للفيسبوك من مجالات زمنية، مكانية وطبيعة استخدام.		X		النوع الاجتماعي، السن، المستوى التعليمي، مستوى استخدام الفايسبوك، التحكم في تكنولوجيا الاتصال، الوضعية الاجتماعية، الوضعية السوسيواقتصادية، الانتماء الجغرافي،	خصائص المبحوث
			X	ما هي صورة التي تضعها على بروفائلك؟	صور البروفايل التي يستخدمها المبحوث
			X	_ ما نوع الصور التي تميل إليها	لتمثيل ذاته

				عادة؟	
			X	ما هو معدل تغيير صور بروفايلك عادة ولماذا؟	
			X	كيف تختار صورة بروفايلك؟	المعاني الرمزية التي يرغب المبحوث
			X	ما هي المعاني التي تعبر عنها في صورة بروفايلك؟	التعبير عنها من خلال صورة البروفايل
			X	حدثني عن اللايكات والدعوات التي تتلقاها من بسبب صورة البروفايل؟	دور صورة البروفايل في التفاعل الرقمي
			X	حدثني عن التعليقات ؟	
			X	حدثني عن المحادثات الفورية التي تكون سببها	دور صورة البروفايل في تحقيق التفاهم

				صورة البروفايل؟	بين المستخدمين
--	--	--	--	-----------------	-------------------

ملاحظات حول المقابلة:

- اضافة معطيات تدوين التاريخ والمدة والمكان لاجراء المقابلة
- اضافة محور البيانات الشخصية للمبحوث الذي تجرى معه المقابلة: السن الجنس المستوى التعليمي...

_الملحق رقم: (02)تحكيم دليل المقابلة



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة ابن خلدون تيارت

كلية العلوم الانسانية والعلوم الاجتماعية



قسم العلوم الاجتماع

التخصص: علم اجتماع الاتصال

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علم اجتماع الاتصال

الموسومة:

شبكات التواصل الاجتماعي وبناء الهوية الذاتية عبر الصورة الرمزية:

الفايسبوك أنموذجا

تحكيم دليل مقابلة

إشراف:

د. بوشي فوزية

إعداد:

بلمصطفى صابرين

لحلاح إلهام

الموسم الجامعي: 2023/2022

- عنوان المذكرة: شبكات التواصل الاجتماعي وبناء الهوية الذاتية عبر الصورة الرمزية: دراسة ميدانية
 - المقاربة النظرية: نظرية الفعل التواصلية ليورغنهارماس
 - هدف الدراسة: يتحدد هدف دراستنا الحالية في بحث العلاقة بين صورة البروفايل وهوية المستخدم، كوسيلة للتعبير عن الذات والتواصل مع الآخر.
- متغيرات الدراسة:

صورة البروفايل (على الفايسبوك)

الدلالة الرمزية (المضمون)	محتويات الصورة الخارجية
---------------------------	-------------------------

بناء الهوية	
التواصل	التفاعل الرقمي

• تساؤلات الدراسة:

التساؤل الرئيسي:

كيف يبني مستخدمي الفايسبوك هويتهم الذاتية عبر صور البروفايل الرمزية لتحقيق التواصل مع الآخر؟

التساؤلات الفرعية:

__ كيف يقدم المستخدم ذاته عن طريق صورة البروفايل لبناء علاقات مع ذوات المستخدمين الآخرين؟
 __ ما هو المضمون الذي يوصله المستخدم عن ذاته من خلال صورة البروفايل للآخر لتحقيق فعل تواصلية؟

• فرضيات الدراسة:

__ يقدم المستخدم ذاته بناء علاقات مع ذوات المستخدمين الآخرين عن طريق صور بروفايل غير واقعية.
 __ المضمون الذي يوصله المستخدم عن ذاته من خلال صورة البروفايل للآخر لتحقيق فعل تواصلية هو نفسي ويتميز بصدق المحتوى.

دليل مقابلة موجه للتحكيم

البند	الأسئلة التوجيهية	مناسب	إلى حد ما	غير مناسب	اقتراحات
خصائص المبحوث	النوع الاجتماعي، السن، المستوى التعليمي، مستوى استخدام الفايسبوك، التحكم في تكنولوجيا الاتصال،	X			

				الوضعية الاجتماعية، الوضعية السوسيواقتصادية، الانتماء الجغرافي،	
			X	ما هي صورة التي تضعها على بروفائلك؟	صور البروفايل التي يستخدمها المبحوث لتمثيل ذاته
			X	_ ما نوع الصور التي تميل إليها عادة؟	
			X	ما هو معدل تغيير صور بروفائلك عادة ولماذا؟	
نفس بعد صور البروفايل التي يستخدمها المبحوث لتمثيل ذاته	X			كيف تختار صورة بروفائلك؟	المعاني الرمزية التي يرغب المبحوث التعبير عنها من خلال صورة البروفايل
			X	ما هي المعاني التي تعبر عنها في صورة بروفائلك؟	
			X	حدثني عن اللايكات والدعوات التي تتلقاها من بسبب صورة البروفايل؟	دور صورة البروفايل في التفاعل الرقمي
			X	حدثني عن التعليقات ؟	
		X		حدثني عن المحادثات الفورية	دور صورة البروفايل في

				التي تكون سببها صورة البروفایل؟	نحقیق التفاهم بین المستخدمین
--	--	--	--	------------------------------------	---------------------------------

الملخص:

تهدف الدراسة الحالية إلى بحث كيفية بناء مستخدمي الفيسبوك لهوياتهم الذاتية الشخصية عبر صورة البروفايل، وقد تحدد مفهومنا للهوية الذاتية في جانبين هما: الجانب الداخلي الذاتي و الخارجي العلائقي الرقمي . من خلال دراستنا الميدانية التي قمنا به في الأماكن العمومية (مكتبة، محلات، شوارع) بولاية تيارت وتطبيق مقابلة نصف موجهة على عينة قصديه مكونة من 25 شخص ، واعتمادا على نظرية الفعل التواصلي لهابر مارس توصلنا إلى أهم النتائج الآتية:

— يتم بناء الهوية الذاتية للمستخدمين عن طريق صور بروفايل مستعارة مادية للتعبير عن دلالات رمزية تتصل بواقعهم النفسي .

— تتم عملية البناء عن طريق صور مستعارة تتضمن دلالات صادقة خالية من مزاعم الشك.

— على مستوى العالم الخارجي ثبت من خلال الدراسة محدودية التفاعل الرقمي عن طريق صور البروفايل، وذلك على مستوى حجم العلاقات و نوعها إذ تقف عند حدود الفضاء الرقمي .

الكلمات المفتاحية : شبكات التواصل الاجتماعي، الفيسبوك، الهوية الذاتية، الهوية الرقمية، صورة البروفايل.

Abstract:

Summary:

The present study aims to investigate how Facebook users construct their personal identities through their profile pictures. Our concept of personal identity was determined by two aspects: the internal self aspect, and the external digital relational aspect. Throughout our field study which we have conducted in public places (Library, shops, streets) in Tيارت, and by conducting a semi-structured interview on a certain sample consists of 25 participants, and based on Jürgen Habermas' theory in his book "The Theory of Communicative Action" we have arrived at the following findings:

- The personal identities of the users are constructed by fake profile pictures in order to express symbolic connotations related to their psychological reality.
- The construction process relies on fake profile pictures which contain honest connotations devoid of allegations of doubt.
- On the external level, the study revealed the limited extent of digital interaction through profile pictures , at the level of the both size and type of relationships, as they stand at the borders of the digital space.

Key words: Social media networks, Facebook, personal identity, digital identity, profile picture.