الجمهورية الديمقراطية الشعبية الجزائرية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية قسنطينة

كلية أصول الدين

قسم: الدعوة والإعلام والاتصال

موضوع البحث:

أشكال التعبير عن الهوية عبر الفايسبوك

–دراسة ميدانية على عينة من الشباب الجزائري–

رسالة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه علوم في علوم الإعلام والاتصال

إعداد الطالبة:

عائشة لصلج

إشراف الدكتور:

يامين بودهان

أعضاء لجنة المناقشة:

الاسم واللقب	الصفة	الرتبة العلمية	الجامعة الأصلية
بوبكر عواطي	رئيسا	أستاذ	جامعة الأمير عبد القادر قسنطينة
يامين بودهان	مشرفا ومقررا	أستاذ محاضر	جامعة محمد لمين دباغين سطيف 2
نور الدين مبني	عضوا	أستاذ محاضر	جامعة محمد لمين دباغين سطيف2
السعيد دراحي	عضوا	أستاذ محاضر	جامعة الأمير عبد القادر قسنطينة
مفيدة بلهامل	عضوا	أستاذ محاضر	جامعة الأمير عبد القادر قسنطينة
عيسى بوعافية	عضوا	أستاذ محاضر	جامعة الأمير عبد القادر قسنطينة

السنة الجامعية: 1439/1438هـ - 2017/ 2018م

The Algerian Republic Democratic popular
Ministery of High education and scientific research

University Emir Abdel Kader
Of Islamic sciences
Constantine

Faculty of Ossol Dine
Department of Dawa,
communication and information

Thesis subject:

Youth's Identity Representations' forms on facebook
- Survey study -

Thesis submitted in partial fulfillment for the degree of Doctorate of science in communication sciences

Prepared by :
Aïcha Lasledj

Supervised by :
Dr. Yamine Boudhane

Jury Members:

Name	Class	Academic class	University
	President		
Yamine Boudhane	Director		Mohammed Lamine Debaghine Setif2 University
	member		
	member		
	member		
	member		
	member		

Academic year 2017-2018

بسم الله الرحمن الرحيم

جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية

شكر وتقدير

أحمد الله وأشكره كما ينبغي لجلال وجهه وعظيم سلطانه أن من عليّ بفضله العظيم، وأمدني بالقوة والصبر لإتمام هذا العمل.

كما أتوجه بجزيل الشكر وعظيم الامتنان إلى كل من أعانني على إتمام هذه الدراسة، وأخص بالذكر الأستاذ الفاضل الدكتور عبد الله بوجلال وفاء لما قام به من متابعة مستمرة وتوجيهات حكيمة خلال فترة إشرافه على العمل، فله مني صادق الدعاء بموفور الصحة والعافية والعطاء المستمر، كما أشكر الأستاذ الدكتور يامين بودهان الذي قبل إتمام العمل معي إشرافا ومتابعة فله كل الشكر والتقدير.

كما أتقدم بالشكر الجزيل إلى كل من ساعدني من الأساتذة الأفاضل في جامعتي سطيف 2 والأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية بقسنطينة، وأخص بالذكر الأستاذ عبدلي أحمد.

إلى كل من نصحني وشجعني وساعدني من قريب أو من بعيد، أقدم شكري وامتناني.

إهداء

إلى أعز وأغلى من في الوجود... أمي الفاضلة "خرفية"...حفظها الله من كل مكروه

إلى من علمني أن الحياة إيمان وعمل وصبر وكفاح...أبي الكريم"علي"..أطال الله في عمره

إلى زوجي الكريم...سندي في الحياة ولباسي الطاهر "زهير"

إلى قرّة عيني، ولديّ الحبيبين "أنس عبد الصمد" و"دارين هداية"

إلى إخوتي وأخواتي: بوبكر، غنية، السعيد، ليلى، رضا، آمال، عادل، عبد الرحيم

إلى والدي زوجي الذيْن كانا نعم الوالدين لأبنائي ولم يبخلا عليهما بالحنان والعطف

إلى أفراد عائلة زوجي حماشي

إلى كل من قدم لي يد المساعدة من قريب أو من بعيد

إلى كل هؤلاء أهدي ثمرة جهدي المتواضع

عائشة

ملخص الدراسة.

إذا كان مفهوم الهوية "ذا خاصية متعددة الأشكال نهم الدلالة لا يستنفده معنى محدد"، على حد تعبير كلود دوبار Claude Dubart، فإنه مع الفضاءات التي فتحتها شبكات التواصل الاجتماعي اتخذ أشكالا أخرى وأبعادا أوسع مدى، فالانترنت والشبكات الاجتماعية غيّرت الوجه العام لبناء الهوية، وانتقلت بها من سياق اجتماعي ثقافي يبنيها على معايير ومرجعيات قائمة على التنشئة الاجتماعية وضوابطها ومعاييرها، وحلّقت بها في إطار فضفاض ومرن يسمح للمستخدم ببناء ذاتي لهويته متجاوزا التأسيس المكاني والواقعي والمرجعي لهويته الحقيقية، جاعلة من الخدمات التي توفرها والتطبيقات المتنوعة من تدوين وألعاب ودردشة والانضمام إلى مجموعات معينة وغيرها، حقول تجارب افتراضية يطور من خلالها المستخدم مفهومه لذاته ولهوياته الملحقة في إطار إعادة مفهمة الصور عن الذات بالانتقال من هويات مؤسّسة مكانيا إلى أشكال هجينة ومرنة للهوية.

وباعتبار الشباب الفئة الاجتماعية الأكثر انفتاحا على تكنولوجيا الاتصال واستخداما لها سعيا لتجسيد الفردانية والاستقلالية، ورغبة في التعبير عن الهوية من خلال ممارسات اتصالية افتراضية علائقية تعيد تأثيث الفضاء ورسم الحدود بين العام والخاص في سياقات اتصالية ديناميكة.

فإن دراستنا هذه تروم البحث في ثنايا الهوية الافتراضية للشباب الجزائري، وكيف يعبر الشباب عن ذواتهم عبر الفيسبوك من خلال البحث في **أشكال التعبير عن الهوية عبر الفيسبوك لدى الشباب الجزائري؟**

وفي سبيل الإجابة عن التساؤل المطروح تم الاعتماد على **المنهج المسحي** من خلال مسح عينة من الشباب مستخدمي الفيسبوك بولاية سطيف، حيث أجريت الدراسة على عينة قوامها 400 مفردة تم اختيارها بطريقة قصدية واعتمدت الدراسة أداتين بحثيتين هما **الملاحظة** و**استمارة الاستبيان**.

وبعد عرض وتحليل بيانات الدراسة، ومحاولة قراءتها في سياق الإرث النظري المتعلق بالهوية وسجالاتها والاتصال الافتراضي وسياقاته وخصوصياته، وخصوصية العلاقة بين مرحلة الشباب ومواقع التواصل الاجتماعي، توصلت دراستنا إلى مجموعة من النتائج يمكن إجمال أهمها في كون أن الشباب يبني تمثلات إيجابية حول موقع الفيسبوك في كونه أداة تواصلية مهمة، ومصدرا للتعبير بحرية وعلى أنه مصدر مهم للأخبار، وأداة لنسج علاقات اجتماعية جديدة. وأن متوسط عدد سنوات استخدام الفيسبوك هو من سنة إلى ست سنوات، أما المتوسط الزمني هو من ساعة إلى ثلاث ساعات.

كما أظهرت الدراسة أن عدد الأصدقاء يمثل محورا هاما في فهم الذات الافتراضية على اعتبار أنه يمثل جزءا من الهوية المحسوبة، إلى جانب الهوية المعلنة والهوية الفعالة، ومن خلال بيانات الدراسة تبين أن أغلب أفراد العينة من الشباب لديهم أقل من مئة صديق. وكشفت الدراسة أن الشباب، ورغم أنهم لا يربطون عدد الأصدقاء بما يسمى بالشهرة الافتراضية، إلا أنهم يربطونه بالعزلة النفسية، على اعتبار أن قلة عدد الأصدقاء يفتح مجالا للعزلة النفسية في ظل انفتاح لا محدود تفتحه هذه الشبكات.

أما فيما يخص الهوية المعلنة للمستخدمين عينة الدراسة، والتي تشمل الاسم والبيانات الشخصية، فقد توصلت الدراسة إلى أن غالبية المبحوثين أجابوا أنهم يتواصلون بأسمائهم الحقيقية، وهم من الذكور أكثر من الإناث، وقد أرجعوا ذلك إلى أسباب عدة من بينها أنهم يحبون التواصل بأسمائهم الحقيقية، ولفتح المجال للتواصل مع من يعرفونه مسبقا، وأيضا لإعطاء مصداقية أكبر للحساب، على اعتبار أن التواصل بالاسم الحقيقي يعطي مصداقية للمستخدم ويغلق باب التلاعبات عبر الفيسبوك، وهذا ما يؤشر على أن استخدام شبكات التواصل الاجتماعي لدى عينة الدراسة محاط بإطار من الجدية والثقة، ومن جهة أخرى أجاب بعض المبحوثين أنهم يحبون التواصل بأسماء مستعارة وذلك لحرصهم على ألا يتعرف على هوياتهم الآخرون، أو رغبة في إيجاد متسع أكبر

للتعبير عن الآراء بحرية، أو غلقا لباب المضايقات من المعارف الشخصيين. وقد سجلت الدراسة وجود فروقات دالة إحصائيا بين الإناث والذكور في هذه النقطة على اعتبار أن الذكور أكثر انفتاحا وتلقائية وأكثر حبا للظهور على ركح الفضاء الافتراضي من الإناث اللواتي يفضلن الاستعارات والتخفي وراء الأسماء والهويات المستعارة. وفي السياق نفسه أظهرت الدراسة تعدد وتنوع دلالات الأسماء التي يختارها المبحوثون للتعريف بأنفسهم، من شخصية إلى دينية وفكرية وغيرها.

الكلمات المفتاحية: الهوية، الهوية الافتراضية، الاتصال الافتراضي، الشبكات الاجتماعية، الشباب.

جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية

Résumé d'étude.

Si le concept de L'IDENTITE est un concept d'une caractéristique polyvalente, embrouillé, vaste et difficile à décrire ou à analyser selon Claude Bernard, ce concept même a pris autres dimensions et autres horizons plus vastes et plus ambigües avec les espaces qu'ouvrent les réseaux sociaux, car l'internet et les réseaux sociaux ont changé le visage globale de l'identité et sa construction, en la transposant d'un contexte socio-culturel basé sur les critères et les références de la socialisation et ses normes, à un autre contexte flexible et vaste qui permet à l'utilisateur de construire son identité loin des normes spatiales, réelles et/ou référentielle, en rendant les services fournis par les diverses applications du web des champs virtuels à travers lesquels l'utilisateur développe le concept de soi et de son (ses) identité (s) dans le cadre de la reconstruction de l'image de soi en passant des identités fondées aux identités hybrides et flexibles .

Et tant que les jeunes sont la classe sociale la plus ouverte et la plus utilisable des technologies de la communication sollicitant l'individualisme et l'indépendance désirant d'exprimer leurs identités à travers la communication virtuelle, dynamique et ouverte.

Notre recherche vise à étudier l'identité virtuelle et comment **le jeune algérien représente soi même à travers facebook.**

Et pour répondre aux questions posées, on a adopté la méthode d'enquête par échantillon sur 400 utilisateurs algériens de facebook. On a utilisé le questionnaire comme outil empirique de la recherche, dont y inclus des questions sur les représentations de soi sur facebook, les modes et les types d'utilisation du facebook, puis l'effet de l'identité virtuelle sur l'identité réelle.

Apres avoir analysé les résultats en les reliant avec la partie théorique, on a aboutit aux résultats suivantes ;

- Les jeunes ont des représentations positives sur facebook comme outil de communication et d'expression libre, ils le représentent comme un outil des relations sociales et une source importante d'informations

- Le moyen d'utilisation de facebook chez les jeunes entre une année et six ans. Et le moyen temporel quotidien entre une heure et trois heurs.

- Le nombre des amis est un critère primordial pour comprendre l'identité virtuel car il est partie de l'identité calculée avec l'identité déclarée et l'identité agissante. En plus l'étude a révélé que la plus part des utilisateurs ont moins de cinquante amis sur facebook, et même que les jeunes n'accordent pas la réputation virtuelle aux nombre des amis, ils les relient à l'isolement.

- Concernant l'identité déclarée des utilisateurs, l'étude a révélé que la majorité se communique à travers leurs noms réels, surtout les garçons, quant aux filles elles préfèrent utiliser les pseudos noms et n'utilisent pas leurs photos personnelles et utilisent des photos naturelles, et cela indique une pensée collective relié à la société algérienne qui donne aux hommes les droits de se présenter librement sans aucun complexe, quant aux filles, elles se cachent et ne donnent pas leurs informations réelles.

Mots clés : l'identité, l'identité virtuelle, la communication virtuelle, réseaux sociaux, les jeunes.

Abstract

If the concept of IDENTITY is polymorphic; its denotations are so voracious so that no signification can cover it, so difficult to define or to analyze, as said Claude Bernard, this concept has other forms and more wider and spacious horizons with social networking web site.

Because Internet and social networking websites has changed the global features of identity and it's construction, and transformed it from a socio-cultural context based on criterions and references of social education's norms and measures, moving it to another context so wide, so vast and so flexible allowing the user to construct his identity by himself over spatial, referential and real foundation of his real Identity.

So that web applications and various services of Internet as blogging, chat, groups…etc as like virtual experimental fields where user develop his concept of himself, of his Identity and identities, in the context of reconstruction of self image and Identity, moving from spatial founded identities to hybrid and flexible Identities.

As youth are the most opened social class on the new technologies of communication, and the most class that use its services and applications seeking individualism, independence and liberty, desiring expression their identities through virtual communicational, and relational practices that recontribute the space and redraw the borders between public and private in a new dynamic and interactive context of communication. Our study seeks to search for and about Virtual Identity of Algerian youth; and how do the youth represent their selves via facebook, so we have asked the following question:

- **How do Algerian youth represent their identities via facebook?**

To answer the posed questions we have made an empiric study by using a survey method, and we have choose intentionally a sample contains 400 user of facebook from Setif. And we have used to empiric methods; the scientific observation and the application form –questionnaire- containing questions of representations, types of use and effect of facebook on the virtual and real identity.

After exploring and analyzing the study's data and results, we have linked the literature tradition and research of Identity and its polemic emulation with the virtual communication and its context and complications, and the specific relationship between youth and social networks websites, our study has concluded to the following results;

- The youth Algerian has positive representations of the website facebook, as it is an important communication tool, a source of free expression, an important source of information, and an instrument of social relationships.

- The average of years of using facebook is between one year and six years, and the temporal daily average is about one hour and three hours.

- This study has affirmed that the number of friends on facebook is so important to understand the virtual identity of user, as it is an element of calculated identity, with the declarative and the active identity, so the majority of users in our study declared that they have less than one hundred friends, and whether that the youth don't linked the number of friends by virtual celebr ity, they linked it with social isolation.

Key words; identity, virtual identity, virtual communication, social networks, youth.

فهرس الموضوعات

مقدمة .....أ، ب، ت، ث.

الفصل الأول: الإطار المفاهيمي والمنهجي للدراسة.

المبحث الأول: الإطار المفاهيمي للدراسة.

1- إشكالية الدراسة وتساؤلاتها.....6-10

2- أهمية الدراسة وأسباب اختيار الموضوع.....11-13

3- أهداف الدراسة.....14

4- مفاهيم الدراسة.....14-25

5- المقترب النظري للدراسة.....26- 34

المبحث الثاني: الدراسات السابقة والمشابهة.

1- دراسات محلية.....35- 44

2- دراسات عربية.....44- 53

3- دراسات أجنبية.....54- 67

المبحث الثالث: الإطار المنهجي.

1- منهج الدراسة وأدوات جمع البيانات.....68-72

2- مجالات الدراسة.....72-73

3- مجتمع البحث وعينة الدراسة.....73- 75

4- طرق تحليل البيانات والمعاملات الإحصائية المعتمدة.....75

جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية

الفصل الثاني: الهوية والهوية الافتراضية بعض المقاربات.

المبحث الأول: الهوية حفر في دلالات المفهوم.

1- السياقات اللغوية والفكرية والفلسفية لمفهوم الهوية.....80-90

2- الانزياح من الهوية الوجود إلى الذات بمفهومها الحديث.....90-92

المبحث الثاني: الهوية الافتراضية: تمظهراتها، تصنيفاتها ورهاناتها.

1- الهوية عبر شبكات التواصل من التنشئة إلى البناء.....92-100

2- الهوية الفردية بين التصور الرمزي والواقع الافتراضي.....100-102

3- الهوية/الهويات الرقمية..بعض التصنيفات.....102-105

4- الهويات الافتراضية والتلاعب الهوياتي أي دور للتنشئة.....105-110

5- الفيسبوك، نافذة الانفتاح الهوياتي.....110-112

6- الهوية على الخط والذات الرقمية...رهانات متزايدة.....112-114

الفصل الثالث: الاتصال الافتراضي.

المبحث الأول: الافتراضي ..حفر في دلالات المفهوم

1- في معنى الافتراضي.....118-124

2- الحضور الافتراضي...امتداد للحضور الفيزيائي.....124-127

جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية

المبحث الثاني: المجتمع الافتراضي السياقات والخصائص.

1- في تعريف المجتمع الافتراضي.....128-135

2- خصائص المجتمع الافتراضي.....136- 138

3- المجتمعات الافتراضية، مساءلة الدور والمكانة.....138- 141

4- الرأسمال الاجتماعي الافتراضي.....141- 152

الفصل الرابع: الشباب وشبكات التواصل الاجتماعي

المبحث الأول: الشباب مقاربات نفسية اجتماعية وثقافية

1- السمات والخصائص النفسية والاجتماعية والثقافية للشباب.....155-157

2- مفهوم ثقافة الشباب.....157-159

3- الشباب والبحث عن الهوية.....159-160

4- الشباب وتكنولوجيا الشبكات الاجتماعية أي علاقة وأي رهانات؟.....161- 162

المبحث الثاني: شبكات التواصل الاجتماعي المفهوم، النشأة والتطور.

1- مفهوم شبكات التواصل الاجتماعي.....163- 168

2- نشأة وطور شبكات التواصل الاجتماعي.....168-177

3- خصائص ومقومات الشبكات الاجتماعية.....178-188

4- أنواع الشبكات الاجتماعية وبعض النماذج.....189-203

5- الفيسبوك بلغة الأرقام.....203-208

6- الانعكاسات النفسية والاجتماعية والثقافية للشبكات الاجتماعية.....208-209

الفصل الخامس: عرض وتحليل البيانات الشخصية وتمثلات الفيسبوك

المبحث الأول: محور البيانات الشخصية.

1- توزيع عينة الدراسة حسب متغير الجنس.....212-213

2- توزيع عينة الدراسة حسب الفئة العمرية.....214-216

3- توزيع عينة الدراسة حسب متغير المستوى التعليمي.....216-218

4- توزيع عينة الدراسة حسب متغير المهنة.....218-220

5- توزيع عينة الدراسة حسب متغير الحالة الاجتماعية.....221

المبحث الثاني: تمثلات موقع الفيسبوك لدى أفراد عينة الدراسة.

1- مصادر تعرف المبحوثين على موقع الفيسبوك.....226-228

2- مكان تصفح الموقع.....228-230

3- جهاز استخدام الموقع.....230-232

4- تمثلات الموقع لدى أفراد العينة.....233-243

الفصل السادس: عرض وتحليل نتائج محور عادات وأنماط استخدام الفيسبوك.

1- سنوات استخدام الموقع.....246-248

2- دورية التصفح.....248-249

3- متوسط الاستخدام.....249-252

4- الفترات المفضلة للاستخدام.....252-254

5- علاقة المستخدمين بالفيسبوك عبر الزمن.....254- 257

6- دوافع استخدام الموقع لدى عينة الدراسة.....258-260

7- نوع المشاركات 261- 265

الفصل السابع:عرض وتحليل التعبير عن الذات وتمثلات الذات الافتراضية.

المبحث الأول: التعبير عن الذات.

1- عدد الأصدقاء.....269-274

2- الاسم الذي يتواصل به المبحوثون عينة الدراسة.....275-278

3- أسباب استخدام الاسم الحقيقي.....279-281

4- أسباب استخدام الاسم المستعار.....281-284

5- معاني الاسم الذي يتواصل به المبحوثون.....284-285

6- توزيع البيانات المتعلقة بالبروفايل لدى عينة الدراسة.....285-286

7- نوع الصورة.....287- 289

8- مبررات اختيار الصورة.....289- 290

المبحث الثاني: تمثلات الذات الافتراضية وامتداداتها.

1- علاقة شخصية المستخدم في الفيسبوك بشخصيته في الواقع.....292-293

2- اهتمام الشخص بما يقوله أصدقاؤه في الفيسبوك.....294-296

3- انطباع المبحوثين على التعليقات الإيجابية في الصفحة.....296-297

4- مساهمة المنشورات في خلق تصور عن الذات.....298-300

5- أثر الفيسبوك في شخصية المبحوثين.....300

نتائج الدراسة.....311-302

خاتمة.....313-312

مصادر ومراجع الدراسة.....329-315

جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية

فهرس الجداول

الرقم	عنوان الجدول	الصفحة
1	توزيع عينة الدراسة حسب الجنس	223
2	توزيع عينة الدراسة حسب متغير الفئة العمرية	225
3	توزيع عينة الدراسة المستوى التعليمي	227
4	توزيع عينة الدراسة حسب المهنة	229
5	الأصناف المهنية للفئة العاملة من المبحوثين	231
6	توزيع عينة الدراسة حسب متغير الحالة الاجتماعية	232
7	مصادر تعريف المبحوثين على موقع الفايسبوك	237
8	مكان تصفح المبحوثين لموقع الفايسبوك	239
9	الجهاز المستخدم من طرف المبحوثين في تصفح موقع الفايسبوك	241
10	تمثل المبحوثين لموقع الفايسبوك	244
11	سنوات استخدام المبحوثين لموقع الفايسبوك حسب متغير النوع	257
12	نمط تصفح المبحوثين لموقع الفايسبوك	259
13	متوسط استخدام المبحوثين لموقع الفايسبوك لدى المبحوثين	261
14	علاقة المبحوثين بموقع الفايسبوك	264
15	دوافع استخدام ومواصلة استخدام الموقع حسب النوع	266
16	نوع المشاركات التي ينشرها المبحوثين حسب النوع	270
17	عدد أصدقاء المبحوثين حسب الجنس	274
18	عدد أصدقاء المبحوثين حسب الفئة العمرية	282
19	معنى عدد أصدقاء وعلاقته بجنس المبحوثين	284

جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية

20	الاسم الذي يختاره المبحوثون وعلاقته بمتغير الفئة العمرية	286
21	أسباب استخدام الاسم الحقيقي	289
22	أسباب استخدام الاسم المستعار	292
23	معاني الأسماء التي يستخدمها المبحوثون حسن النوع	293
24	البيانات التي يتواصل بها المبحوث حسب النوع	296
25	نوع الصورة التي يضعها المبحوثون	299
26	مبررات اختيار الصورة لدى المبحوثين حسب النوع	301
27	علاقة شخصية المستخدم الافتراضية بشخصية الواقعية	302
28	اهتمام الشخص بما يقوله عنه اصدقاؤه في الفايسبوك	305
29	انطباع المبحوثين حينما يعلق شخص ما إيجابيا على منشوراتهم	308
30	مساهمة المنشوارت في خلق تصور عن الذات المستخدم	310
31	كيف أثر الفايسبوك في شخصية المستخدم	313
32	توزيع عينة الدراسة حسب الجنس	315
33	توزيع عينة الدراسة حسب متغير الفئة العمرية	318

جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية

فهرس الأشكال

الرقم	عنوان الشكل	الصفحة
1	التطور التاريخ لموقع التواصل الاجتماعي	223
2	التطور التاريخي لموقع التواصل الاجتماعي	225
3	توزيع الشبكات الاجتماعية على دول العالم	227
4	نسبة مستخدمي موقع التواصل الاجتماعي في العالم العربي	229
5	انطباعات المستخدمين حول موقع التواصل الاجتماعي	231
6	دوافع استخدام الشبكات الاجتماعية	232
7	الفئات العمرية الأكثر استخداما لموقع الفايسبوك في الجزائر	237
8	توزيع المبحوثين حسب متغير الجنس	239
9	توزيع المبحوثين حسب متغير الفئة العمرية	241
10	توزيع المبحوثين حسب متغير المستوى التعليمي	244
11	توزيع عينة الدراسة حسب متغير المهنة	257
12	توزيع عينة الدراسة حسب متغير الحالة الاجتماعية	259
13	مصادر تعرف المبحوثين على موقع الفايسبوك	261
14	مكان تصفح المبحوثين لموقع الفايسبوك	264
15	نوع الجهاز المستخدم من طرف المبحوثين في تصفح موقع الفايسبوك	266
16	سنوات استخدام موقع الفايسبوك حسب جنس المبحوثين	257
17	نمط تصفح المبحوثين لموقع الفايسبوك	260
18	متوسط استخدام المبحوثين لاستخدام موقع الفايسبوك	261

جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية

19	الفترات المفضلة لدى المبحوثين لاستخدام موقع الفايسبوك	264
20	الفترات التي ينشط فيها مستخدمو الشبكات الاجتماعية	265
21	دوافع استخدام الفايسبوك لدى عينة الدراسة	271

جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية

مقدمة

جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية

مقدمة:

أصبح من المتعارف عليه أن الانترنت أضحت الوسيلة الاتصالية الأكثر استخداما والأكثر انتشارا في الأوساط الاجتماعية في المناطق العربية والعالمية على حد سواء، وذلك لتعدد الخدمات التي تتيحها والتطبيقات التي توفرها للمستخدم، الذي لم يعد في عصر هذه الثورة التكنولوجية مجرد متلقٍ سلبي للمضامين، بل أضحى فاعلا متفاعلا، بكونه مرسلا ومستقبلا في آن واحد. وبقدر ما حملت هذه الوسيلة الاتصالية من تغيرات في الصناعة الإعلامية وأنماط استهلاك المعلومات وسهولةٍ في تداولها، فقد طرحت العديد من الإشكاليات المتعلقة باستخدام تقنياتها والمطارحات التي تنجر عنها، في ظل تحول الفضاء العام للاتصال.

ومن أكثر الرهانات التجريدية والجدلية التي تطرحها الانترنت هو تمكينها للفاعلين عبرها من تجاوز الإكراهات المرتبطة بالفضاء وسماحها للانترنتيين بالانعتاق من سياقات الحضور الجسدي وطقوس المكان الفعلي، باستحداثها لسياقات اتصالية جديدة طابعها الافتراضية والتحرر، ووسائلها حواسيب وأرقام سرية وأسماء وصور مستعارة تنوب عن الحضور الشخصي وتتجاوز السمات الفردية المميزة لكل شخص.حيث يحدث التواصل والتفاعل تزامنيا مع صور وأسماء في مجتمع تصنع هويّتَه وطابعَه العام هوياتٌ لشخصيات تتواصل فقط عبر رموز افتراضية.

وبفتحها لهذه الفضاءات المتحررة من التموقع الفيزيائي الواقعي، خلقت الانترنت ممارسات جديدة أملتها خصوصية هذا التواصل الذي لم يسمح فقط بتجاوز الهوية الواقعية بعناصرها المتعددة، بل وفتح المجال واسعا لاصطناع هويات افتراضية وإدارتها بما يتناسب ورغبة الشخص في التعدد الهوياتي.مؤسسًا بذلك للمبدأ الأساسي للوجود البشري القائم على أن الذات واحدة والهويات متعددة.

ومن أهم هذه الفضاءات الانترنتية الشبكات الاجتماعية، التي تُعد التطبيقات الأكثر استعمالا لتعدد وتنوع الخدمات التي توفرها، حيث تتيح التواصل مع الغير، وتبادل الأفكار والمعلومات والآراء والصور والملفات والفيديو وحتى إنشاء صفحات ومجموعات ذات اهتمامات معينة وتقاسمها مع مشتركين من ذوي نفس الاهتمام وفي الموقع نفسه. وبهذا كان أبرز ما ميّز هذه المنظومة الافتراضية وأكثر ما أثار الجدل في انعكاساتها على الممارسات الواقعية ظاهرة الشبكات الاجتماعية، لما فتحته من أبواب واسعة لأنماط جديدة من التواصل الإنساني تحاكي الواقعي بحلة افتراضية وتفتح المجال واسعا للتفاعل الإنساني بكافة أنواعه، فاتحة لمستخدميها فرصا أكبر للتواصل والتفاعل عبر الحدود بلا قيود ولا رقابة إلا بشكل نسبي محدود يكاد لا يذكر.

وإن كان الحديث عن الشبكات الاجتماعية حديثا واسعا متفرعا تفرع الشبكات وتنوع خدماتها ومزاياها، فإن الحديث عن الفيسبوك بالذات لا يعتبر مجازا ولا ترفا، لكنها ضرورة تمليها الأرقام المتزايدة لمستخدمي هذه الشبكة دون غيرها من الشبكات، فبوصوله إلى نسبة مليار وستة وثمانون مستخدم 1.86 في جانفي 2016 اعتبر الفيسبوك الشبكة الرائدة في معظم دول العالم، ويزداد عدد المستخدمين بمعدل مليون شخص كل شهر. وبهذا يتربع الفيسبوك على عرش الشبكات الاجتماعية الأكثر استخداما في العالم بأسره وفي الوطن العربي بشكل أخص، حيث تم تسجيل نسبة 87 %من مستخدمي الانترنت العرب مسجلين في الفيسبوك عام 2016.

كما تعتبر الشبكة الأكثر استخداما من طرف الشباب الجزائري حيث يزيد عدد رواد هذه الشبكة عن ثلاثة ملايين مشترك 3433040، ما يجعل الجزائر تحل المرتبة الرابعة والخمسين ، وتزداد نسبة استخدام الفيسبوك عند الفئة العمرية 18-24 بمعدل 546 407 1 مستخدم.[1]

[1] http://www.socialbakers.com/facebook-statistics/algeria تاريخ الولوج 14 سبتمبر2012

من هنا جاءت هذه الدراسة لمعرفة أشكال التعبير عن الهوية عبر الفيسبوك لدى الشباب الجزائري، ومن أجل معالجة الإشكالية المطروحة ومقاربة الموضوع نظريا ومنهجيا قسمت دراستي إلى سبع فصول بين نظرية وميدانية ومقدمة وخاتمة.

تناول الفصل الأول " **الإطار المفاهيمي والمنهجي للدراسة** " ثلاث مباحث، خصصت المبحث الأول منه للإطار المفاهيمي للدراسة وتضمن إشكالية البحث وتساؤلاته، وأهمية الدراسة، وأسباب اختيار الموضوع، وأهداف الدراسة، والمفاهيم الأساسية المعتمدة في الدراسة، والمقترب النظري للدراسة، وخصصت المبحث الثاني للدراسات السابقة المحلية والعربية والأجنبية، ليتناول المبحث الثالث الإطار المنهجي للدراسة منهج الدراسة وأدواتها، ومجالاتها الزمانية والمكانية والبشرية، مع استعراض مجتمع الدراسة والعينة المعتمدة وطرق تحليل البيانات والمعاملات الإحصائية المعتمدة.

أما الفصل الثاني فخصصته لمقاربة موضوع الهوية تاريخيا ولغويا ونفسيا وافتراضيا فجاء عنوان الفصل"**الهوية والهوية الافتراضية بعض المقاربات**." تناول مبحثه الأول حفرا في دلالات مفهوم الهوية، أين حاولت وضع المفهوم في سياقاته اللغوية والفلسفية والفكرية والنفسية والاجتماعية ثم عرجت في مبحث ثان إلى بيان الانزياح الانطولوجي من الهوية الوجود إلى مفهوم الذات بمفهومها الحديث، ثم تطرقت في المبحث الثاني إلى الهوية الافتراضية تمظهراتها، تصنيفاتها ورهاناتها وتضمن المبحث الحديث عن الهوية عبر شبكات التواصل الاجتماعي من التنشئة إلى البناء، ثم الهوية الفردية بين التصور الرمزي والواقع الافتراضي، ثم عرجت إلى تصنيفات الهوية الافتراضية، كما احتوى المبحث حديثا عن التنشئة الاجتماعية ودورها في الممارسات الهوياتية والتلاعب الهوياتي، وكيف أضحى موقع الفيسبوك نافذة للانفتاح الهوياتي، وفي الأخير تطرقت إلى الرهانات التي تطرحها الهوية على الخط والذات الرقمية.

فيما تناول الفصل الثالث " **الاتصال الافتراضي، والمجتمعات الافتراضية.**" مبحثين، خصصت الأول للحفر في دلالات مفهوم الافتراضي، وخصصت المبحث الثاني للمجتمعات الافتراضية خصائصها، سياقاتها ورهاناتها، ثم عرجت إلى دراسة الرأسمال الاجتماعي الافتراضي لارتباطه الوثيق بممارسات الصداقة عبر شبكة الفيسبوك وكيف أضحى موقع الفيسبوك ميدانيا هاما لكسب الرأسمال الاجتماعي والمرغوبية الاجتماعية.

ليعرج الفصل الرابع:" **الشباب وشبكات التواصل الاجتماعي**" لدراسة ظاهرة الشباب بكافة تعقيداتها، بدءا بالتطرق للسمات والخصائص النفسية والاجتماعية والثقافية للشباب، ثم مفهوم ثقافة الشباب، ثم الشباب والبحث عن الهوية، وعلاقة الشباب بالتكنولوجيا وبالشبكات الاجتماعية. أما المبحث الثاني فخصصته للحديث عن شبكات التواصل الاجتماعي، مفهومها نشأتها تطورها، خصائصها وأنواعها، ثم عرجت إلى الفيسبوك، الشبكة محل الدراسة، بالتحليل وبلغة الأرقام.

وخصصت الفصول الثلاثة المتبقية لعرض وتحليل وتفسير نتائج الدراسة الميدانية، حيث تناول الفصل الخامس **عرض وتحليل محور البيانات الشخصية ومحور تمثلات موقع الفيسبوك** لدى عينة الدراسة، فيما تناول الفصل السادس **عرض وتحليل محور عادات وأنماط استخدام المبحوثين** عينة الدراسة لموقع الفيسبوك، وخصصت الفصل السابع والأخير لعرض وتحليل محوري **التعبير عن الذات عبر الفيسبوك، وثمثلات الذات الافتراضية وامتداداتها لدى المبحوثين** عينة الدراسة. ثم عرضت النتائج النهائية للبحث والتي حاولت من خلالها الإجابة عن إشكالية الدراسة وتساؤلاتها.

الفصل الأول:

الإطار المفاهيمي والمنهجي للدراسة.

المبحث الأول: الإطار المفاهيمي.

1- إشكالية الدراسة وتساؤلاتها.

2- أهمية الدراسة وأسباب اختيار الموضوع.

3- أهداف الدراسة.

4- مفاهيم الدراسة.

5- المقترب النظري للدراسة.

المبحث الثاني: الدراسات السابقة والمشابهة.

1- دراسات محلية.

2- دراسات عربية.

3- دراسات أجنبية.

المبحث الثالث: الإطار المنهجي للدراسة.

1- منهج الدراسة وأدوات جمع البيانات.

2- مجالات الدراسة.

3- مجتمع البحث وعينة الدراسة.

4- طرق تحليل البيانات والمعاملات الإحصائية المعتمدة.

جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية

يسعى هذا الفصل الأول إلى تحديد موضوع البحث ومفاهيمه وإطاره المنهجي والنظري العام، انطلاقا من تحديد إشكاليته ابتداء، والتي تبحث في وعن الهوية عبر فضاءات التواصل الاجتماعي وأشكال التعبير عن الهوية لدى الشباب الجزائري عبر هذه الفضاءات الافتراضية ممثلة في شبكة الفيسبوك، وبعد تحديد الأسئلة الأساسية للدراسة، تطرقنا إلى أهمية الدراسة وأسباب اختيار الموضوع، ثم أهداف الدراسة ومفاهيمها، ثم المقترب النظري للدراسة والذي يتناول المقاربات النظرية التي تستعين بها الدراسة في فهم ومساءلة أشكال التعبير عن الهوية الافتراضية لدى الشباب محل الدراسة، بعدها خصصنا مبحثا للدراسات السابقة والتي ترتبط وتخدم موضوع دراستنا، وفي المبحث الأخير تطرقنا إلى الإطار المنهجي للدراسة، وفيه تناولنا منهج الدراسة وأدوات جمع البيانات، ومجتمع البحث والعينة، ثم أدوات التحليل الإحصائي المستخدمة في البحث.

المبحث الأول: الإطار المفاهيمي.

1- إشكالية الدراسة وتساؤلاتها:

تحتل مسألة الهوية موقع الصدارة في النقاشات الاجتماعية على الدوام، ليس لأنها مسألة جديدة، فموضوع الهوية قديم متجدد يرتبط بالوجود البشري وأصالته، بل لأنه موضوع كثير التشعب، واسع النطاق يرتبط بوجود الذات البشرية وجوهرها وانتمائها، ويعتبر الأساس في إرساء وجودها على أرضية الاجتماع البشري.

وإن شكّلت الهوية الهاجس الأبرز في النقاشات الاجتماعية، فهي في الوقت الراهن أكثر حضورا وأشد حساسيّة على اعتبار أن الزمن المعاصر يشهد انشطار الهويات القديمة التي شكّلت لفترة طويلة قاعدة لاستقرار الفضاء

الاجتماعي[1]، مما يجعل الفرد المعاصر، بصفته ذاتا واحدة موحدة فريدة متميّزة، في حالة من التفتّت والتشرذم، تتجاذبه هويات متعددة ومتنوعة، ومتناقضة في أحايين كثيرة غير قابلة للتناغم والانسجام.

فبين الذات التنويرية التي تشكّل نقطة المركز لمفهوم الإنسان بصفته ذاتا تمتلك نزعة مركزية بالكامل وتتمتّع بقدرات العقل والوعي والفعل، إلى الذات السوسيولوجية التي تشكّل التفاعل بين الذات والمجتمع، بين الداخل الباطني والخارج الموضوعي،إلى الذات ما بعد الحداثية غير الثابتة وغير المستديمة، والتي تشكّل احتفالا متنقلا متحوّلا بصورة دائمة وفق النظم الثقافية المتغيرة[2] تشكّل الهويات المتعددة الجوانب والأوجه قوالب متعددة لذات إنسانية واحدة بأوجه متعددة بتعدد السياقات الدلالية الاجتماعية والنفسية التي يحياها الفرد ويتردد عليها.

وإن كان التشرذم والتفتّت سمة مجتمعات ما بعد الحدائة، التي طبعتها التحوّلات الاجتماعية والاقتصادية والصناعية، مستحدثة بذلك تقاسيم جديدة للتقاليد والبنى الاجتماعية، مطوّرة أساليب الفردانية واللامركزية، فإنّ هذا التشرذم، وهذه اللامركزيّة تأخذ أبعادا أخرى مع التطور التكنولوجي للقرن المعاصر الذي تلعب فيه تكنولوجيا الاتصالات الدور الفاعل والأبرز في تشكيل المفاهيم والأدوار والتغيّرات.

فالانترنت، وبصفتها أهم فاعل تكنولوجي في العصر الحديث، لم تشكّل وسيطا اتصاليا فحسب، بل هي أكثر الوسائط الاتصالية راديكالية بقلبها لمفاهيم الزمان والمكان والفضاء والتواصل واستحداثها لمفاهيم وأطر جديدة للعلاقات الإنسانية،تُشكّلها وتُقولبها الوسائط التكنولوجية والعوالم الافتراضية.

هذه العوالم الافتراضية التي نسفت كل ما هو تقليدي، واستحدثت معايير جديدة للتواصل البشري، مخضعة إياه لتحولات الزمن والفضاء، منتشلة بذلك العلاقات الاجتماعية من سياقات تفاعلها المحلي، لتبنيها على مدى غير

[1] ستيوارت هال، **حول الهوية الثقافية**، ترجمة بول طبر، مجلة إضافات ، العدد الثاني، ربيع 2008،ص137

[2] المرجع نفسه بتصرف، ص138-140.

محدد من الانفتاح والتعدّد، متجاوزة بذلك الحدود المكانية والجغرافية، مستحدثة ساحات جديدة للتفاعل الإنساني المباشر والمنفتح واللامحدود.

وحيث أن هذه التغيّرات التي أحدثتها تكنولوجيا الانترنت والعوالم الافتراضية قد أبعدت الحياة الاجتماعية عن الأنماط التقليدية للنظام الاجتماعي بطريقة غير مسبوقة، فإنها لم تقتصر على الامتدادات الخارجية للفرد، بل شملت أيضا، وبشكل أكثر عمقا وحدّة، امتداداته الداخلية مؤسّسة لأشكال أخرى لانتماءاته ووجوده.

فقد أضحى وجود الفرد المعاصر وجودا رقميا افتراضيا لا وجودا جسديا فيزيائيا، ومن لا حضور له اليوم على الشبكة، لا وجود له رمزيا، وبهذا انقسم البشر في معجم النظام الرقمي الجديد إلى قسمين: قسم الذوات التناظرية Les êtres analogiques وقسم الذوات الرقمية Les êtres numériques، فأما الذوات التناظرية فهي التي لا تمتلك حضورا على الشبكة، وتستمر في تكريس أنماط التواصل التقليدي، وأمّا الذوات الرقميّة فهي الفئات المندمجة التي تحقق حضورها الفعلي من حضورها الافتراضي في وجودها على الشبكة، ويفيد هذا التقسيم انخراط العالم في منظومة جديدة للتفكير والإنتاج والتواصل تجعل من الوجود الرقمي الخاصيّة الأولى للوجود بشكل عام[1]

وإن كان هذا الوجود الافتراضي الرمزي هو ديدن المجتمعات الافتراضية وسمتها، فهو أيضا كسرٌ وتجاوزٌ للوجود الفيزيائي التقليدي بما يحمله من معايير ضابطة، بتجاوزه للعناصر التقليدية المشكّلة للهوية الشخصية من مظهر وجسد وهيئة واسم وجنس ووجه يشكّل حقيقة المرء ...وغيرها، متمظهرا – هذا الوجود الافتراضي- بأساليب مغايرة وفق أقنية وصور رمزية وأسماء مستعارة قد تكون امتدادا لحضور واقعي، كما قد تشكّل نقيضا له.

[1] عبد الله الزين الحيدري، **الإعلام الجديد:النظام والفوضى**، أبحاث المؤتمر الدولي الإعلام الجديد : تكنولوجيا جديدة.. لعالم جديد جامعة البحرين 7-9 أبريل 2009، منشورات جامعة البحرين ط2009، ص140.

وسواء كان امتدادا أو نقيضا للواقع، يشكّل هذا الحضور الرمزي الافتراضي فضاء للتعبير عن الذات الأصلية والأنا الداخلي الحقيقي، بعيدا عن إكراهات الواقع وحدوده، فالفضاء الرمزي ، وبما يميزه من لامركزية وسعة وحرية، هو فضاء للانكشاف الحر غير المقيّد، يسمح للفرد بالتفاعل والتواصل من وراء حجب الشاشات الصغيرة بطرائق متعددة.

وإن كان الحديث عن الشبكات الاجتماعية ضمن هذا العالم الافتراضي حديثا واسعا متفرعا تفرّع الشبكات الاجتماعية وتنوّع خدماتها وميزاتها، فإن الحديث عن الفيسبوك بالذات لا يعدّ ترفا ولا مجازا، لكنها ضرورة تمليها الأرقام المتزايدة لمستخدمي هذه الشبكة دون غيرها من الشبكات، حيث يتجاوز عدد مستخدمي هذه الشبكة المليار ونصف المليار مستخدم (1,59)، وعلى الصعيد العربي فإن 78%ممن يستخدمون الانترنت لديهم حساب على موقع –فيسبوك–[1] وفي الجزائر بلغ عدد المشتركين في الانترنت في جوان 2016 15,105,000 ما يمثل نسبة 36.8%من السكان يستخدم 15,000,000 منهم موقع الفيسبوك[2]

وبهذا يتربع الفيسبوك على عرش الشبكات الاجتماعية الأكثر استخداما لدى الانترنتيين على اختلاف أجناسهم وأعمارهم ومهنهم، وبخاصة منهم فئة الشباب الذين وجدوا في جدران الفيسبوك مساحات افتراضية للتعبير عن خلجات أنفسهم وأرائهم واتجاهاتهم ومشاكلهم، من خلال إنشاء صفحات خاصة، أو إنشاء مجموعات لمناقشة مواضيع معينة.

فالشباب هو أكثر الفئات المجتمعية تأثرا بالتكنولوجيا والتغيرات التقنية المتسارعة، إذ تعتبر فترة الشباب أكثر مراحل العمر حساسية للتغيرات التي تحدث في المجتمع، وأكثر الفئات تأثرا بها، وهذا ما توصلت إليه الكثير من

[1] تقرير المركز العربي للأبحاث ودراسة السياسات متوفر على الرابط.-http://www.dohainstitute.org/file/Get/7ea0ca02-c653-4078-b31e-2f59d30482a5.pdf

[2]http://www.internetworldstats.com/africa.htm#dz تاريخ الولوج 13 ماي 2017

الدراسات: حيث أشارت دراسة أحمد عبدلي عن **الانترنت والتغير الثقافي لدى الشباب الجزائري**[1] أن هناك مؤشرات على تغيرات لدى الشباب الجزائري في طرق بنائهم للعلاقات الاجتماعية اعتمادا على شبكة الانترنت، وكذا في توسعة فضاءاتهم الاتصالية من مشارب ثقافية مختلفة جراء الإقبال على مظاهر وعناصر الثقافة الرقمية المرتبطة بالانترنت، كما توصلت الدراسة إلى أن هناك اتجاها لدى الشباب المبحوث نحو تبني الانترنت كوسيط للتعبير عن الذات والأفكار والآراء من خلال الانخراط في الشبكات الاجتماعية والمدونات والمنتديات، وهي، حسب الدراسة، البدائل الجديدة التي أصبح الشباب ينظم صفوفه من خلالها، ويتبادل المعلومات والحقائق التي تسهم في تكوين الاتجاهات وفي تنظيم الحراك السياسي والاجتماعي والثقافي وهو ما يؤشر على تغير في ذهنيات الإنجاز.

كما توصلت دراسة يسين قرناني عن **استخدام الشباب الجزائري المراهق لتكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة في ضوء النظرية القيمية** [2] إلى أن الشباب يهتم بشبكة الانترنت ويستخدم تطبيقاتها بشكل كبير، حيث أن غالبية الشباب يستخدم شبكة الانترنت دائما بخبرة تتجاوز الثلاث سنوات، ويستخدم ثلث العينة الشبكة أكثر من ساعتين في الجلسة الواحدة، كما يعد موقع الفيسبوك الأكثر تفضيلا لدى شباب العينة ذكورا وإناثا.

ضمن هذا المنظور، وفي سياق الأرقام السالفة الذكر، وما يثيره الاستخدام الواسع لشبكة الفيسبوك بالنسبة للشباب الجزائري من إشكالات على مستوى الهوية وأشكال التعبير عنها، أردنا أن نكشف عن مختلف الممارسات المرتبطة بمسألة الهوية كظاهرة اجتماعية، فلسفية، ونفسية، حيث نسعى للكشف عن آليات ممارسة الهوية لدى الشباب

---

[1] أحمد عبدلي، **استخدام الانترنت والتغير الثقافي لدى الشباب الجزائري**، أطروحة دكتوراه غير منشورة، جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية، قسنطينة، 2011-2012.

[2] ياسين قرناني، **استخدام الشباب الجزائري المراهق لتكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة في ضوء النظرية القيمية: دراسة ميدانية على عينة من الشباب الثانوي ومواقع التواصل الاجتماعي**، رسالة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه علوم في علوم الإعلام والاتصال، جامعة باجي مختار عنابة، 2014-2015

الجزائري داخل الفضاء الافتراضي لشبكة الفيسبوك من خلال البحث في طرائق التعبير عن الذات لدى الشباب الجزائري عبر الفيسبوك، انطلاقا من التساؤل الرئيس الأتي ذكره:

ماهي أشكال التعبير عن الهوية عبر الفيسبوك لدى الشباب الجزائري؟

وتندرج ضمن التساؤل الرئيس مجموعة التساؤلات الفرعية الأتي ذكرها:

- كيف يتمثل الشباب الجزائري محل الدراسة شبكة الفيسبوك ؟
- ما طبيعة استخدام الشباب الجزائري محل الدراسة لشبكة الفيسبوك من حيث العادات والأنماط والدوافع؟
- كيف يُعبّر الشباب محل الدراسة عن ذواتهم عبر شبكة الفيسبوك؟
- ما هي تمثّلات الشباب الجزائري محل الدراسة لهويته الواقعية ولهويته الافتراضية عبر شبكة الفيسبوك؟
- ما مدى تأثير الهوية الافتراضية للشباب على واقعهم وهويتهم الحقيقية ؟

2- أهمية الدراسة وأسباب اختيار الموضوع:

أ- أهمية الدراسة: تتجلى أهمية هذه الدراسة على المستويين النظري والتطبيق، فأما على المستوى النظري فتتجلى أهميتها لارتباطها بأهم مكون للبناء النفسي- الاجتماعي على حد سواء، فالهوية شكّلت وعلى مدى قرون عديدة المسألة الأساسية للأبحاث الاجتماعية والفلسفية والنفسية وغيرها، وهي في وقتنا الحالي أشد حضورا، على اعتبار أن التكنولوجيا الجديدة للإعلام والاتصال وضعت العديد من مقومات الحضارة الإنسانية على المحك، فقد أثّرت على الاتصال الاجتماعي وطرائقه، وغيّرت من مدى وتمظهرات الهوية الإنسانية، بل وأعادت تشكيلها بصيغ وأساليب

متعددة مؤدية إلى استلابها طورا وإلى تحطمها طورا أخر على جدران الشبكات الاجتماعية الفسيحة الواسعة الحرية والانعتاق.

فالظاهرة الاجتماعية للتمثلات الهوياتية في لعبة الاتصالات الحديثة تمس الأجيال الجديدة، في فترة بناء هوياتي مكثف، لذا فإن دراسة عادات وممارسات الاتصال المؤتمم les pratiques de la communication informatisée وتأثيرها على إدراك الذات وتمثل المحيط على درجة كبيرة من الأهمية.[1]

أما على المستوى التطبيقي فتكمن أهمية الدراسة في تناولها لتأثيرات وامتدادات استخدام وسائل الإعلام الجديد،الفيسبوك تحديدا، على تمثّلات وتمظهرات الهوية لدى المستخدمين الجزائريين الشباب، وهو موضوع جدير بالبحث والدراسة على اعتبار حداثته وقلة الدراسات الأكاديمية التي تناولته، هذا من جهة، ومن جهة أخرى إقبال الكثير من الجزائريين على استخدام والانخراط في هذه المجتمعات الافتراضية، والذي يُعد في حد ذاته ظاهرة يجب الوقوف عندها بالدراسة والتحليل.

كما تتمثّل أهمية الدراسة في كونها تتناول مسألة أضحت تُشكّل هاجسا معرفيا كبيرا بطرحها للرهانات التي تطرحها تقنية الشبكات الاجتماعية والاتصال عبر الانترنت، الذي لم تعد مجرد وسيط اتصالي فحسب، بل وتقنية تساهم في تشكيل الواقع الاجتماعي والنفسي وحدود الانتماء على حد سواء.

إذ تعد الانترنت وما أتاحته من تطبيقات مصدر انشغال وقلق اجتماعيين، وتناولها بالبحث يملك أهمية استثنائية، لأنه يستطيع أن يبدد القلق ويحوله إلى هاجس معرفي، قد يفضي إلى تبديد المسلمات والاستنتاجات المتسرعة

[1] Fanny George, **Représentation de soi et identité numérique, une approche sémiotique et quantitative de l'emprise culturelle du web 2.0,** la découverte, Réseaux2, 2009 ,p 167.

والخاطئة التي تجرم شبكة الانترنت أو تمجدها، ويقضي على اليقينيات التي تتجاهل أن الانترنت ليست سوى وسيط تقني، والرهان الذي يطرحه لا يتعلق به بقدر ما يتعلق باستخدامه الاجتماعي[1]

من هذا المنطلق جاء اهتمام بعض الباحثين بدراسة طرق وبناء الهوية الذاتية على الشبكات الاجتماعية، واستراتيجيات بناء هذه الهوية، من خلال دراسة التفاعل بين ما يسمى الهوية الواقعية والهوية الافتراضية، باعتبار أن الشبكات الاجتماعية تمثل مجالا لتمثيل الذات سواء من خلال قيام الفرد باستعراض مفردات خاصة به على جداره الخاص، أو من خلال المؤشرات التي تشكل ملمحه profile كالجنس والعمر والدين والمدينة التي يعيش فيها، فضلا عن دراسة الاستراتيجيات التي يعبر بها الفرد عن ذاته كاختيار صورة الملمح وما يقبل أن يظهره عن حياته الخاصة، وما يخفيه عن الآخرين.[2] لذلك يعتبر الفيسبوك ميدانا خصبا وملائما لدراسة تمثلات الذات لأن هذا التطبيق من تطبيقات الانترنت يجمع كل النشاطات على الانترنت وأوجه الحياة اليومية[3]

ب– أسباب اختيار الموضوع: إضافة إلى أهمية الموضوع سابقة الذكر، توّفرت أسباب أخرى دفعتني إلى اختياره دون غيره من المواضيع، منها ما هو ذاتي، ومنها ما هو موضوعي أذكر منها:

- الاهتمام الشخصي بمسألة الهوية باعتبارها جوهر الوجود البشري وأساس تفاعلاته مع الآخرين، والاهتمام بالرهانات التي تطرحها الفضاءات الاتصالية الجديدة من خلال تحررها وانعتاقها من الحدود الزمانية والمكانية، وما تمنحه

---

[1] نصر الدين العياضي، **الشباب في دولة الإمارات: مقاربة للتمثلات والاستخدامات**، المجلة العربية للإعلام والاتصال، الجمعية السعودية للإعلام والاتصال،جامعة الملك سعود الرياض، المملكة العربية المتحدة، العدد الثامن، ماي 2012، ص15.

[2] السيد بخيت، **الإشكالات النظرية والمنهجية لبحوث وسائل التواصل الاجتماعي**، المجلة العربية للإعلام والاتصال، الجمعية السعودية للإعلام والاتصال،جامعة الملك سعود الرياض، المملكة العربية المتحدة، العدد السادس عشر، نوفمبر 2016، ص 178.

[3] Fanny George**, Représentation de soi et identité numérique, une approche sémiotique et quantitative de l'emprise culturelle du web 2.0**, op cit, p 183.

للمستخدم من أفاق أوسع للحرية والتواصل خلقت نوعا جديدا من الممارسات سمحت للمستخدم بتقمّص هويات متعددة.

- الاستخدام المكثف والإقبال الكبير من أفراد المجتمع، وخاصة منهم الشباب، على مواقع التواصل الاجتماعي وبخاصة شبكة الفيسبوك، ما يوحي بحالة من الانسحاب الاجتماعي نحو هذه الشبكات. وبالتالي ضرورة مساءلة هذه الظاهرة الاجتماعية بمحاولة قراءتها واستقرائها بأدوات علمية منهجية لمعرفة تأثيراتها وانعكاساتها على الممارسات اليومية للشباب.

- قلة الدراسات على المستوى العربي والجزائري منه على وجه الخصوص، على حد علمي، والتي تناولت تأثير التكنولوجيا الحديثة والشبكات التواصلية على بناء هوية الفرد.حيث تنزع الدراسات في معظمها إلى دراسة استخدامات هذه التكنولوجيا وتأثيراتها المجتمعية، دون محاولة سبر غور تأثير هذه التكنولوجيا في المستويات الأعمق للنفس البشرية متمثلة في الانتماءات الهوياتية للفرد.

3- أهداف الدراسة: تتوخى هذه الدراسة استكشاف بعض تأثيرات استخدام التكنولوجيا الحديثة ووسائل الاتصال الشبكي، شبكة الفيسبوك، على الهوية الفردية للمستخدم الجزائري وذلك من خلال فحص الجوانب الآتي ذكرها:

- التعرّف على السمات الظاهرية والبنائية لمستخدمي شبكة الفيسبوك في الجزائر من الشباب من خلال فحص الخصائص الديمغرافية والاجتماعية لهم.

- التعرف على تأثير شبكة الفيسبوك على التمثّل الهوياتي لدى المستخدمين الجزائريين، من خلال مقاربة هذه الشبكة كفضاء وليس كوسيلة، فضاء لديه كافة مقومات الحياة الاجتماعية وأشكالها ومظاهرها وفاعليها وسياقاتها

وممارساتها. من خلال التعمق في الاتصال الافتراضي وخصائصه وبنيته، ثم المجتمع الافتراضي والحدود التي تفصله عن المجتمع الواقعي.

- الكشف عن ملامح وتمظهرات الهوية الافتراضية لدى الشباب محل الدراسة من خلال مساءلة العناصر التي تقولب ذاته عبر الشبكة من اسم وصورة وطرائق التواصل، والتي تمكّن من إعطاء دلالات عن حقيقة الممارسات الهوياتية عبر الشبكة ومدى صدقيتها وانطباقها مع الواقع، أو العكس مدى انفلاتها من الواقع ومثاليتها.

- تقديم تمثل الشباب الجزائري لهويته الواقعية والافتراضية والعلاقة بينهما، من خلال معرفة الآثار المترتبة عن مثل هذه الممارسات الانترنتية إيجابية كانت أم سلبية.

4- مفاهيم الدراسة: تُعتبر عملية تحديد المفاهيم عملية مهمة وأساسية في ضبط التصور والمسار البحثيين، حيث يكون الدارس على بيّنة من أمره وهو يحاول الإجابة عن إشكالية بحثه، فالمفاهيم هي الخلفية التي يرتكز عليها البحث العلمي، وتحديدها يساعد الباحث على توضيح معانيها وإزالة الغموض حولها، وذلك طبعا لا يتم بطريقة عفوية أو اعتباطية بل وفق منطلق علمي ووحدة منهجية ملائمة[1]

وعمليا تتضمن دراستي مجموعة من المفاهيم الأساسية التي ترتبط وتتفاعل فيما بينها لتشكل الإطار العام للدراسة، حيث أن دراسة أشكال التعبير عن الهوية لدى الشباب تستلزم توليد بعض المفاهيم والمقاربات في سبيل فهم أعمق للممارسات الانترنتية الشباب، وعليه تشكلت مجموعة مفاهيم الدراسة من المفاهيم الأتي ذكرها: الهوية /الذات، الهوية الافتراضية، الشباب، والشبكات الاجتماعية، الفيسبوك.

[1] فضيل دليو، **أسس البحث وتقنياته في العلوم الاجتماعية**، قسنطينة، الجزائر، ديوان المطبوعات الجامعية، 1994، ص90.

- **الهوية/الذات:** لم يحمل مصطلح اجتماعي ثقل وتشعّب وهاجس التحديد والمطارحات مثل ما حمله مفهوم الهوية، ليس لأنه غائر المعاني فحسب، بل لارتباطه أيضا بشعارات طوباوية، وانتماءات عرقية، وطموحات وأمال شعبوية وفردية كانت الهوية أبرز مطالبها وأبرز مطامحها في الوقت ذاته.

فالحديث عن الهوية يستدرج بالضرورة الحديث عن الكينونة وعن الغيرية، فلا تُدرك الذات إلا بناء على ذوات أخرى، وهذا ما يستشف من اشتقاق الاسم في اللغة العربية من ضمير الغائب 'هو' وليس من ضمير المتكلم 'أنا'، فيقال هوية ولا يقال إنية، "من هنا يتأسس موضوع الهوية على طبيعة العلاقة بين الأنا والآخر انطلاقا من رؤية الأنا للذات ورؤيتها للآخر"[1]

ويلاحظ الباحث والدارس للمفهوم أن هناك استعمالا ملتبسا للفظتي الهوية والذات، فمفهوم الذات من حيث كونه إدراك الشخص لنفسه كشخص مستقل له كيان منفصل عن غيره يتمتع بقدرات إنسانية محدودة وبمواصفات جسمية خاصة وبمستوى محدد من الأداء ويقوم بدور معين في الحياة، يلتبس ويتماهى مع التخوم الأساسية للهوية من حيث كونها تحدد من يكون الفرد وكيف يفكر بذاته وما يستطيع أن يفعل وماذا يمكن أن يكون.

وبعض الباحثين في مجال الهوية يشيرون إلى أن الذات والهوية شيئان مختلفان ومع ذلك فهما بناءان مرتبطان، ويؤكدون أن للأفراد ذات واحدة ولكن لهم هويات متعددة وهذه الهويات تتنوع بتنوع السياقات مثل العائلة والجماعة الأولية والمدرسة[2]

---

[1] رضوان بوجمعة، **التكنولوجيات الجديدة للاتصال وعولمة الثقافة، الهوية كشرط في الاتصال**، مجلة فكر ومجتمع، طاكسيج كوم للدراسات والنشر والتوزيع، الجزائر، العدد الأول يناير 2008، ص16.

[2] عبد الرحمان عزي و السعيد بومعيزة، **الإعلام والمجتمع رؤية سوسيولوجية مع تطبيقات على المنطقة العربية والإسلامية**، الورسم للنشر والتوزيع، الجزائر، 2010، ص85

فالدلالة اللغوية لمفهوم الهوية تحيل على تلك الرغبة الحميمية لكل كائن لأن يكون متطابقا مع كينونته، وبلغة الهوية أن يكون هو-هو لأن ذلك هو بالتحديد الشرط الرئيس الذي يؤهله للاختلاف مع الغير، وبالتالي خوض مغامرة إظهار هذه الهوية المساوية في البدء مع ذاتها لهذا الغير ودعوته للاعتراف بهذا الاختلاف.

وقد سجل الباحث البشير ربوح في كتابه حول "**السؤال عن الهوية: في التأسيس والنقد والمستقبل**"[1] بأن هناك استعمالا ملتبسا للفظتي الذات والهوية معا، دون أن يثير ذلك إشكالا معرفيا فلسفيا على مستوى المصطلح، وإنما هو إشكال على مستوى التنظير الفلسفي، فقد كان رهان الفلسفة الأفلاطوني إلى غاية زمن الحداثة هو تأسيس ذات سياسية وأخلاقية وناقدة وعارفة ومالكة للوجود الحقيقي، أي أنها تحمل في طياتها هوية مازالت وفية للسؤال الذي طرحه أفلاطون حول الجوهر أو الماهية، بصيغته الجلية: ما هو الإنسان؟

كما يرى جيمس (James) أن الإحساس بالهوية هو البحث عن الجوانب الروحية والمادية والاجتماعية للذات، ويشير جورادر ولينذر(Jourader and Linther) أن بعض علماء النفس يطلقون على إحساس الفرد بهويته مصطلح الذات، ويعني أن ذلك الفرد شخص محدد أي 'ذات' ويدل أيضا أن ذلك الفرد يستطيع أن يحس بوجوده من خلال عدد من المنظورات أو الصيغ مثل صيغة الإدراك أو التصور أو التخيل[2]

ولتفادي الانزلاقات المعرفية، رأيت أنه حري بي أن أعرّف كلّا من المفهومين على حدة لإزالة أي لبس، مع العلم أن الكثير من الدراسات تستخدم المفهومين على قدم المساواة*

---

[1] البشير ربوح، **فرش معرفي لسؤال الهوية: الهوية الطفولية نزعة ارتكاسية، في كتاب: السؤال عن الهوية: في التأسيس والنقد والمستقبل**، منشورات الاختلاف، الجزائر، 2016، ص14.

[2] ماجدة زقوت، **هوية الذات وعلاقتها بالتوكيدية والوحدة النفسية لدى مجهولي النسب**،أطروحة ماجستير في الإرشاد النفسي والتوجيه التربوي، كلية التربية، الجامعة الإسلامية، غزة، 2011ص10 متوفرة على الرابط http://library.iugaza.edu.ps/thesis/95139.pdf

* مجموع الدراسات السابقة التي تأتي في المبحث الموالي تقدم تمثل الذات représentation de soi على أنه تمثل للهوية représentation de l'identité وتقدم دراسة الصادق رابح عن الانترنت كفضاء لتشكل الذات مفهوم الذات مرادفا لمفهوم الهوية.

- **الهوية:** نسبة إلى "الهو" وهو كما في تعريفات الجرجاني : الغيب الذي لا يصح شهوده للغير، فالهوية كل ما اختص بشخص وغاب عن غيره، أو هي نسبة إلى الضمير الغائب "هو" فكأن الهوية هي الجواب عن السؤال المطروح: من هو هذا الشيء؟ ما حقيقته؟ وجاء أيضا في تعريف الهوية على أنها الحقيقة المطلقة المشتملة على الحقائق اشتمال النواة على الشجرة، فالهوية حقيقة موضوعية مدارها في عالم الإنسان على معرفة نسب الشخص واسمه.[1] وترادف كلمة هوية في اللغة العربية عدة ألفاظ نذكر منها: [2]

- الذاتية بمعنى تداخل الذات في الموضوع في مقابل الموضوعية، وتعني العناصر والمكونات الثابتة التي تحدد وجود الشيء، بهذه العناصر يوجد الشيء ومن غيرها ينعدم ويزول.

- حقيقة الشيء وجوهره.

- ماهية الشيء.

- الذات الفردية والذات الجماعية.

- تعريف الشيء وحدّه.

ويعرف حسن حنفي الهوية انطلاقا من اللفظة واشتقاقها اللغوي[3]، وما يعادلها في الحرف اللاتيني ويربطها بالأنا وبمعناها لدى الفلاسفة قائلا: الهوية من الضمير"هو" يتحول إلى اسم، ومعناه أن يكون الشخص هو هو، "هو" اسم إشارة يحيل إلى الآخر وليس إلى الأنا، وهو ما يعادل الحرف اللاتيني Id ومنها اشتق أيضا لفظ identity،

[1] ماجدة محمد زقوت، **هوية الذات وعلاقتها بالتوكيدية والوحدة النفسية لدى مجهولي النسب**،مرجع سبق ذكره ص9.

[2] بوبكر جيلالي، **اللغة والهوية والعولمة: معركة المفاهيم**، في كتاب **السؤال عن الهوية في التأسيس والنقد والمستقبل**، منشورات ضفاف، بيروت، لبنان، 2016، ص162.

[3] بوبكر جيلالي، المرجع نفسه، ص163.

أما لفظ الإنية فهو يعادل الحرف اللاتيني Ipse ومنها اشتق Ipseity وبالتالي تمنع كل أنانية وخصوصية لأن الهوية تثبت الآخر قبل أن تثبت الأنا بمعنى الأنانية في مقابل الغيرية، أما لفظ الإنية فإنه مشتق من "إن" حرف توكيد ونصب ومعناه أن يتأكد وجود الشيء وماهيته من خلال التعريف.

أما في اللغة الفرنسية فكلمة identité ترتبط بكلمة identique والتي تعني الوحيد، الأصيل، الذي لا شبيه له، فريد من نوعه، متميز عن الآخر[1]، وبهذا يضيف الاشتقاق الفرنسي إلى فكرة استقلالية الهو عن الأنا مبدأ التميز والتفرد والاختلاف في أصالة الذات عن غيرها.

وفي العلوم الاجتماعية يرى جورج هربرت ميد(George Herbert Mead) أن الهوية ترتبط بإدراك الآخرين، وتضمن أشكالا معقدة من الفهم، ويضيف ميد أن الهويات الإنسانية تتأسس على ثلاث طرق للمحادثة بين الأنا والأنا والآخر عموما، حيث أننا ومن خلال انطباعاتنا عن الآخر نرصد هوياتنا وندرك انعكاساتها ونعرضها للآخرين، فالهوية هي محصلة المد والجزر الدائم لحوار ذواتنا مع الآخرين[2].

كما يمكن تعريف الهوية على أنها ماهية الشخص أو الشيء، وما يتسم به من مجموع الصفات التي تميزه عن الآخرين وتجعله متفردا بها ومن ثم فإنها، أي الصفات، تشمل كل جوانبه، أي الشيء أو الشخص، وهي بالنسبة إلى الشخص تنتظم في مواصفات جسمية ونفسية واجتماعية وفي تكامل ينم عن روح الهوية والشعور بها، فالشعور بالهوية

[1] نصر الدين العياضي، **الهوية الوطنية والتلفزيون عشر أطروحات لتطليق المسلمات**، مجلة المعيار، جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية، قسنطينة، العدد 18 مارس2009، ص302.

[2] Bryan S Turner **the Cambridge dictionary of sociology** Cambridge University press 2006 p277.

يتضمن أن يحتفظ الفرد لنفسه بصورة لذاته فيها التماثل والاستمرار والتي تتطابق مع التماثل والاستمرار الذي يكونه الآخرون عنه.[1]

وقد ارتبط مفهوم الهوية في نشأته بالفردية، فهو يعني في أصله إدراك الفرد نفسيا لذاته، لكن سرعان ما اتسع المفهوم صوب الجماعية ليشمل الهويات الثقافية والاجتماعية والعقائدية، وهكذا أصبحت الهوية في هذا الكل الموجود للذوات الفردية أو البنية الاجتماعية العميقة المكونة للجماعة.

من خلال ما سبق يتضح أن الهوية هي كينونة الفرد وفرديته التي يتميز بها عن غيره، بما يحمل من معتقدات وثقافات وصفات وسمات تجعله يتميز عن غيره من الأفراد. أي أن الهوية هي علاقة الأنا بالأنا من ناحية، وعلاقته بالأخر من ناحية ثانية، سواء كان هذا الأخر فردا، أو دولة، أو أمة، والهوية من هذا المنظور ليست معطى ثابتا جامدا مغلقا على نفسه ، بل هي علاقة متفاعلة ديناميكية تسمها حركة المد والجزر في تفاعلات الأنا المتغير مع الأخر المتغير أيضا.

- **الذات:** يعتبر مفهوم الذات من أقدم وأهم المفاهيم في الاعتبارات النفسية والفلسفية لفهم الطبيعة الإنسانية، فلقد كان مركز الاهتمام في بدايات دراسة الذات ينصب على العمليات التي بواسطتها يكتسب الفرد المعرفة بخصوص فهم كيفية تعريف الأفراد لتلك الخصائص أو السجايا الخاصة بسلوكهم وخبراتهم التي يعتبرونها تعكس هويتهم.

والذات ليست أمرا موروثا، بل يتم تعلمه وتطوره خلال الحياة التي يعيشها الفرد ويمارس خبرته فيها، كما أن الوعي بالذات يبدأ بطيئا عند تفاعل الفرد مع بيئته التي تتسع رقعتها يوما بعد يوم، متأثرا بما فيها من عناصر ومطورا

[1] ماجدة محمد زقوت، **هوية الذات وعلاقتها بالتوكيدية والوحدة النفسية لدى مجهولي النسب**، مرجع سبق ذكره، ص10.

مفهوم ذاته من مجموعة المصادر المترابطة، وهي الذات الجسمية أو "صورة الجسم" واللغة والتغذية الراجعة من الآخرين وخبرات التنشئة التي يتعرض لها.

وتعرّف الذات على أنها مجموعة الصفات الإيجابية والسلبية التي يعتقد الإنسان أنه يتصف بها، وتتشكل من خلال التفاعل بين الفرد والبيئة المحيطة به، أما جوود (Good) فيعرّف مفهوم الذات على أنه إدراك الشخص لنفسه كشخص مستقل له كيان منفصل عن غيره يتمتع بقدرات إنسانية محدودة وبمواصفات جسمية خاصة وبمستوى محدد من الأداء ويقوم بدور معين في الحياة. فالذات هي النواة التي تقوم عليها الشخصية كوحدة ديناميكية مركبة وهو معنى مجرد لإدراكنا لأنفسنا جسميا وعقليا واجتماعيا وأخلاقيا في ضوء علاقتنا بالآخرين، والذات ومفهومها لا يظهران إلا بعد أن يصبح الشخص كائنا اجتماعيا، فمفهوم الذات ينمو ويتبلور عن طريق الخبرات والتجارب ونمط علاقات الفرد بالمحيطين به.[1]

يحدد تقدير الذات وصورة الذات من يكون الفرد وكيف يفكر بذاته وما يستطيع أن يفعل وماذا يمكن أن يكون، ويعتبر والاس لابين(Wealas Labeen) وبيرت جرين (Beart Green) مفهوم الذات أهم من الذات الحقيقية في تقرير وتنظيم وتحديد السلوك لدى الفرد، باعتباره مفهوما ديناميا يناضل الشخص من خلاله في تنظيم وبلورة عالم الخبرة المتغير الذي يوجد الفرد في وسطه، باعتباره مفهوما معرفيا منظما ومتعلما للمدركات الشعورية الخاصة بالذات نفسها، يتأثر بالبيئة والوراثة والآخرين في حياته، وبالنضج والتعلم وبالحاجات والقيم والمعتقدات وينمو تكوينيا كنتاج للتفاعل الاجتماعي جنبا لجنب مع الدافع الداخلي ويلعب دورا كبيرا في تأثيره على اتساق السلوك والعمليات الإدراكية.

[1] المرجع نفسه، ص 12

- **الهوية الافتراضية:** استحدثت تكنولوجيا الاتصال الكثير من المفاهيم والممارسات، وأحدثت تغيرا ثقافيا على العديد من المستويات العلمية والتربوية والاجتماعية وغيرها، مستحدثة فضاء افتراضيا وعلاقات افتراضية وجماعات افتراضية وكذا هويات افتراضية.

وإن كانت كل هذه الفضاءات والعلاقات الافتراضية تطرح إشكالات على مستوى التوازن بينها وبين الفضاءات التقليدية، فإن الهوية الافتراضية لا تطرح فقط إشكالا مفاهيميا، بقدر ما تطرح إشكالات على مستوى البنية والوجود الافتراضي، لأن الممارسات الافتراضية التي تتعلّق بالهوية لها امتداداتها ومداها وتأثيراتها على الهوية الوجودية للفرد.

والهوية الافتراضية حسب موسوعة الويب wibopedia هي الشخصية التي يتم إنشاؤها من طرف المستخدم الإنسان الذي يعمل كصلة وصل بين الشخص الطبيعي والشخص الظاهري للمستخدمين[1] فهي بهذا مجموع السمات والمواصفات التي يقدّم بها الفرد الطبيعي نفسه للآخرين عبر شبكة الانترنت، أين يتم الاتصال بين ثلاثة أطراف: الشخص الطبيعي، الهوية الافتراضية والأشخاص الآخرون.

تقسّم الهوية الرقمية إلى ثلاث مجموعات من العلامات، الهوية المعلنة: l'identité déclarative، الهوية الفعالة l'identité agissante، والهوية المحسوبة l'identité calculée.[2]

الهوية المعلنة تتكون من المعلومات الموضوعة من طرف المستخدم: مثل الاسم وتاريخ الميلاد والصورة، والهوية الفعالة تتكون من الكشف المعلن للممارسات والأنشطة التي يقوم بها المستخدم والتي يظهرها نظام التشغيل مثل فلان

[1] http://www.webopedia.com/TERM/V/virtual_identity.html 2014 تاريخ الولوج 12 ديسمبر

[2] Fanny Georges, **Représentation de soi et identité numérique ; une approche sémiotique et quantative de l'emprise culturelle du web2.0**,op cit, p 168.

أصبح صديق فلان، أو فلان يتابع الصفحة الفلانية، أما عن الهوية المحسوبة، فتظهر من خلال المتغيرات الكمية التي تظهرها الشبكة من مثل عدد الأصدقاء، عدد المجموعات المنظم إليها.

وتعتبر جيسيكا لي باغ (Jessica Lee Pugh) في دراستها عن **الفيسبوك والرغبة في خلق صورة وهوية مثالية**[1] أن التعبير عن الذات عملية قصدية يرمي الفرد المستخدم من خلالها تقديم صورة حسنة عن نفسه بما يرغب أن يراه الآخرون. وتعرض الدراسة مقولة تراها أساس التواجد الرقمي كما نتصل نكون as we communicate, so shall we be وتعني هذه المقولة تأثير طرق التواصل وحيثياته على هوية الإنسان وكيانه.

وفي دراستها عن **تمثل الذات والهوية الرقمية**[2] قدمت الباحثة فاني جورج (Fanny Georges) تمثل الذات والهوية الرقمية على أنها مجموعة التغييرات البيانية transpositions graphiques والصوتية والبصرية، وظيفتها التقنية تحقيق ذاتية الفرد، ووضعه في علاقات مع الجماعة، فتمثل الذات يمكن تعريفه على أنه توليفة العلامات الظاهرة على الشاشة والتي تُظهِر المستخدم، وهو جزء من الهوية الرقمية، في تفاعلاته مع الآخرين، حيث تُنسَج الهوية الرقمية للفرد من مجموعة العلامات التي يضعها الفرد المستخدم، ومجموعة العلامات التي تقيمها الآلة.

والهوية الافتراضية في هذه الدراسة هي مجموع تمثلات الشخص لذاته كفرد مستقل بذاته وككائن له وجوده في العالم الافتراضي –شبكة التواصل الاجتماعي الفيسبوك– وطرائقه في التواصل مع الآخرين ومع المجموعات الاجتماعية الافتراضية، وتجاربه وتفاعلاته الافتراضية عبر الفيسبوك من خلال مجموع الصفات والبيانات والرموز والدلالات التي يوظفها للتعريف بنفسه في الفضاء الافتراضي ويقدم بها نفسه للآخرين في الشبكة ويتواصل على أساسها معهم.

[1] Jessica Lee Pugh, **A qualitative study of the facebook social network, the desire of influence, associate and construct a representative and ideal identity**, California state University, may 2010 p3.
[2] Fanny Georges, **Représentation de soi et identité numérique ; une approche sémiotique et quantative de l'emprise culturelle du web2.0,** op cit, p 168.

- **الشباب:** الشباب هو من جاوز البلوغ، والفتوة هي متوسط الشباب، أما الشبب فيعني أول النهار، ويتضمن معنى التفتح والاستبشار بالحياة وبالمستقبل، وأشبب أي هيّج، والشباب مرحلة تهيج فيها غرائزه، ورجل مشبوب أي ذكي الفؤاد، ذو القلب المتوقد.

وقد أُعتُبِر الشباب لرده من الزمن فترة عمرية (تمتد في الغالب بين 15 و30 سنة) لها خصائصها ومميزاتها الفيزيولوجية والبيولوجية والنفسية والثقافية، ولها آفاقها وتمظهراتها الخاصة. لكن ظاهرةً مثل ظاهرة الشباب بثقلها وأهميتها لا يمكن اختصارها في عامل السن فحسب، فالشباب بوصفه ظاهرة اجتماعية، هي ككل ظاهرة اجتماعية شاملة متعددة ومتداخلة الأبعاد.

من هذا المنطلق يمثّل الشباب ، في الوقت ذاته، ظاهرة تاريخية (أفرزتها ظروف اجتماعية /تاريخية معينة، ولها نشأة ومراحل تطور)، وظاهرة سياسية (الشباب قوة اجتماعية ناشئة هامة تؤثر في موازين القوى الاجتماعية القائمة) وظاهرة ديمغرافية إحصائية (تتمثل في هذا الكم الهائل من الكائنات البشرية الصاعدة التي تقارب نسبتها نصف سكان العالم تقريبا)، وظاهرة اقتصادية (تتجسم في هذه السوق الكبيرة المفتوحة والتي يتم فيها عرض سلع وتجهيزات وخدمات لا حصر لها) وظاهرة ثقافية ميدياتيكية ذات دلالة مجتمعية قصوى، خاصة بالنسبة لجماعات المراهقين والشباب حيث تبادل المواد الثقافية/ الاتصالية، وأنماط السلوك المبهرة، وما تحمله من دلالات ورمزيات[1]

وبهذا فإن مفهوم الشباب يثير الكثير من اللبس، فهو لا يشكل فئة متجانسة يتساوى أفرادها في مستوى التعليم، والوضع الاجتماعي، وامتلاك رأسمال رمزي يساهم في إثراء تجاربهم الاجتماعية وصقلها. كما أن الدراسات تختلف في تشخيص سن الفئة الاجتماعية التي يغطيها مفهوم الشباب.

[1] يوسف بن رمضان، **الشباب والميديا في العالم وفي المجتمعات العربية: ثقافة الشباب: الخصوصيات، الدلالات والرهانات**، مجلة الإذاعات العربية، اتحاد إذاعات الدول العربية، تونس، العدد 3،ص 74.

فمفهوم الشباب ليس معطى جاهزا وثابتا، إنه بناء اجتماعي، يختلف من ثقافة إلى أخرى، ومن بيئة اجتماعية إلى أخرى، بل إنه يختلف حتى داخل الثقافة الواحدة، بل يذهب عالم الاجتماع الفرنسي بيير بورديو (Pierre Bourdieu) إلى حد القول أن الشباب ليس مجرد كلمة، فالسن في نظره هو معطى بيولوجي مضلِل ومضلَل manipulable and manipulated اجتماعيا.[1]

ولقد انتبه الباحثون إلى صعوبة تحديد هذا المفهوم منذ الأربعينيات من القرن الماضي، فعالم الاجتماع الأمريكي تالكوت بارسونز (Talcott parsons) لاحظ أن ارتفاع متوسط مدة التعليم المدرسي ثم الجامعي أدى إلى تمديد عمر الفئة التي يطلق عليها مسمى الشباب، إذ رأى أن التحديد الثقافي للسن، هو مكون هام لهوية الشخص، ولإدراكه لذاته، ولحاجاته النفسية وتطلعاته، ولمكانته في المجتمع، وللمعنى الذي يعطيه لحياته.

وتأسيسا على ما سبق، ولصعوبة حصر مجتمع البحث حصرا صارما نظرا للمعطيات السالفة الذكر، اعتمدت في تحديد فئة الشباب في دراستي هذه على عامل السن، وعينته في الفئة العمرية ما بين 15 و35 سنة وفق ما اتفق عليه معظم الباحثين في مجال الدراسات الديمغرافية.

– **الفيسبوك** : موقع فيسبوك هو موقع تواصل اجتماعي على شبكة الانترنت، أسسه مارك زوكربيرك (Mark Zuckerberk) عام 2004 في الولايات المتحدة الأمريكية، يقوم على أساس ربط المستخدمين للموقع مع بعضهم البعض، بالاعتماد على المحتوى المنشور والحوار المتبادل ويمثل شبكة ذات بنية اجتماعية ديناميكية مشكلة من

[1] نصر الدين العياضي، **الشباب في دولة الإمارات والانترنت: مقاربة للتمثلات والاستخدامات**، مرجع سبق ذكره، ص17.

قمم وأطراف، فالقمة تشير إلى أشخاص أو منظمات، وهي مرتبطة ببعضها البعض بتفاعلات اجتماعية والأطراف هم المشتركون (أصدقاء المستخدم)[1]

وفي تعريف آخر: هو موقع من أحد مواقع الشبكات الاجتماعية تابع لشركة Facebook تم تأسيسه من قبل Mark Zuckerberg وصديقه Dustin Moskovitz من جامعة هارفارد في فبراير من سنة 2004 حيث بدأ كموقع تعارف فقط لطلاب جامعة هارفارد، ثم عمم استخدامه في عام 2006، ليصل عدد مستخدميه في ديسمبر من العام نفسه إلى 12 مليون مستخدم[2]

وحسب موقع الدايلي انفو (Daily info) فيسبوك هو شبكة التواصل الاجتماعي الأكبر في العالم، فيه أكثر من 500 مليون مستخدم نشط، ومعدل الأصدقاء عند المستخدم العادي حوالي 130 صديق، يدخل 50 بالمائة من مستخدمي الفيسبوك النشطين في أي وقت في اليوم، ويقضون أكثر من 700 مليون دقيقة بالشهر على الفيسبوك[3]

5- المقترب النظري للدراسة.

المقاربة النظرية هي وسيلة لممارسة التفكير[4] ودراسة الهوية وأشكال التعبير عن الذات في المجتمع الافتراضي لا يمكن الاقتراب منها والتفكير فيها أو الإمساك بزواياها إلا من خلال توظيف أكثر من مقترب نظري. وعليه، ولإرساء دعائم تفكيري على مرجعيات نظرية صلبة تحيط بزوايا الموضوع وحيثياته حاولت الاستعانة بثلاث مقتربات لمقاربة الموضوع علميا وهي مقترب التمثل، مقترب التفاعلية الرمزية ومقترب الاستخدامات والإشباعات.

[1] مؤيد نصيف جاسم السعدي، **فلسفة التواصل في موقع الفيسبوك**، ألفا دوك، قسنطينة الجزائر، الطبعة الأولى 2016، ص29.

[2] khe Foon Hew,**Students and teachers use facebook**, computers in human behavior, 27,2011, P663, revue en ligne sur le site www.elsevier.com/locate/comphumbeh

[3] http://www.dailymedicalinfo.com/2012/04/facebook-effects.html تاريخ الولوج 14سبتمبر2012

[4] Madeleine. Grawitz ; « **Méthodes de sciences sociales** », Dollaz, Paris, 1974, P 110.

إذ لا يمكن الاقتراب من بحث الهوية الافتراضية دون الاسترشاد بالشبكة المفاهيمية التي توفرها مقاربة التمثلات الاجتماعية للواقع" représentations sociales " لسيرج موسكوفيسكي (Serge Moscovichi) الذي وظّف مصطلح "التمثل" في مؤلفه الصادر عام 1961 بعنوان التحليل النفسي صورته وجمهوره La psychanalyse, son image et son public[1]، وأعطى أبعادا أخرى للمفهوم المقترح من طرف دوركايم بتكييفه أكثر مع تعقيد التمثلات التي تنظم العلاقات الرمزية للمجتمع المعاصر، المتأثر بالتطور العلمي وكثافة التواصل الإنساني وميوعة الاتصالات، وبالتعدد والحراك الاجتماعيين.

وقد ميز موسكوفيسكي(Moscovich) بين التمثلات الجمعية التي هي أدوات تفسيرية ترتبط بالطبقات العامة للأفكار والمعتقدات، والتمثلات الاجتماعية التي هي ظواهر مرتبطة بنمط خاص للفهم والتواصل وعرّف التمثلات على أنها نظام من القيم والتعاريف والممارسات المرتبطة بأشياء، بأبعاد أو زوايا الوسط الاجتماعي، لا تسمح بتأسيس الإطار العام لحياة الأفراد والجماعات فحسب، بل تشكّل أدوات تساعد على إدراك وضعية ما وإيجاد إجابات تفسيرية.[2]

حيث يمكن اعتبار التمثلات ظواهر اجتماعية لأنها منتجات مشتركة لجماعة أو لمجتمع ما، ومن جهة أخرى، يمكن اعتبارها ظواهر نفسية سيكولوجية لأن إدراك الحقيقة وميكانيزمات التفكير أدوات خاصة بالفرد. فظهور التمثلات يرجع إلى حاجة الفرد لإيجاد تعويض خيالي compensation imaginaire، يمكن أن يحقق له مستوى أكبر من الاتزان الداخلي l'équilibre intérieur[3]، فالتمثل إذن هو شكل من أشكال المعرفة الاجتماعية يسعى

[1] Mogos Andrea Alina, réalités sociales médiatisées, **représentations sociales des roumains dans la presse écrite française**, thèse de doctorat en sciences de l'informations et de la communication, université Paris 8,2009 , p13.
[2] Ibid. p15.
[3] Ibid. p14

إلى بناء تصور لواقع مشترك لمجموعة اجتماعية معينة، فهو الطريقة التي يدرك بها الأشخاص الأحداث والظواهر في حياتهم الاجتماعية. فالتمثلات هي مجموعة أفكار، صور، معلومات، آراء، عادات، وقيم...الخ.

والتصور هو رمز يحمل معنى عقليا وعاطفيا مشتركا بالنسبة لأعضاء الجماعة، فتعكس تصوراتهم التاريخية، وتجربتهم المشتركة من خلال مرحلة زمنية معينة، وتنطوي هذه التصورات الجماعية على نظرة معينة للعالم وطريقة التعامل معه، فهي تعبر عن مشاعر وأفكار جماعية تمنح الجماعة وحدتها وطابعها وشخصيتها.[1]

يمكن أن تعطي المفاهيم السابقة لمحة عن اتساع الحقل المفاهيمي لمفهوم التمثلات الاجتماعية، فالتمثلات تزودنا بشبكة قراءة للحقيقة une grille de lecture de la realite، تسمح للفرد بفهم وترجمة المحيط الذي يحيط به فهما خاصا. وترتبط التمثلات بخصوصية الفرد وأسلوبه الخاص في تسيير اتصالاته مع الخارج وبالطريقة التي تتمفصل فيها شخصيته بالنسبة للسياق الاجتماعي حيث تساعد التمثلات الفرد على تحويل المحيط الغامض الذي يحيط به إلى محيط مألوف يمكن أن يفهمه ويراقبه بشكل خفي.

وفي السياق العربي ظل استخدام مفهوم التمثل بالتسمية ذاتها في الدراسات الأكاديمية العربية محدودا جدا، وارتبط بالتصور، أي بمجال الصورة، ومعنى الصورة في المنطقة العربية ارتبط دائما بالفهم البسيط لنقل الواقع (أي تصويره). بينما التمثل ليس نقل الواقع، بل إنه محاولة بنائه، لأنه ينطلق من افتراض مفاده أن لا وجود للواقع خارج إدراكنا. فالتمثل هو شكل من إدراك الواقع الاجتماعي، وفهمه والتحكم فيه.[2]

وتعرف التمثلات ثلاث أبعاد: بنيوية، اتجاهاتية ومعرفية structurelle, attitudinale et informationnelle، بصفتها وسيط بين الصورة والاتجاه والإدراك والمعلومة. ولمفهوم التمثل طبيعة شكلية وأخرى

[1] محمد عاطف غيث، **قاموس علم الاجتماع**، دار المعرفة الجامعية للنشر والطبع والتوزيع، 2006، ص63.

[2] نصر الدين العياضي، **الشباب في دولة الإمارات والانترنت: مقاربة للتمثل والاستخدام**، مرجع سبق ذكره، ص23.

رمزية، ففي الشكل يقوم الفاعل بترميز الشيء الذي يفسره من خلال إعطائه معنى، إن المعنى هو الميزة الأكثر وضوحا للتمثل الاجتماعي حيث يساهم المفهوم في خلق والحفاظ على هوية نفس اجتماعية إيجابية.

وللتمثلات طابع بنائي، إذ تقوم ببناء الواقع، فكل واقع يجري تمثله بمعنى يتم تشكيله من قبل الفرد أو الجماعة، ويعاد بناؤه في نسقه الإدراكي المعرفي ويدمج في نسقه للقيم المرتبط بتاريخه والسياق الاجتماعي والإيديولوجي للمحيط الذي يعيش فيه.[1]

من وظائف التمثلات الاجتماعية تحديد موضع الأفراد والجماعات في الحقل الاجتماعي والسماح ببلورة أو صياغة هوية اجتماعية أو شخصية إيجابية بمعنى متطابقة مع نسق المعايير والقيم المحددة تاريخيا واجتماعيا، وكما يشير موسكوفيتشي فإن التمثلات الاجتماعية تساهم أساسا في عمليات تكوين السلوكيات وتوجيه الاتصالات الاجتماعية.

إن التمثلات الاجتماعية ومن خلال الدور الذي تلعبه في بناء الواقع انطلاقا من كونها تشكل نسقا رمزيا فهي تؤدي وظيفة مرجعية تترجم بعمليات التصنيف الفئوي التي تلعب دورا أساسيا في الهوية الفردية والاجتماعية. فالتمثلات الاجتماعية تلعب إذن دورا حاسما أو محددا في إنتاج الهوية من خلال ضبط العلاقات بين الجماعات وتحقيق انسجام واتساق هذه الجماعات "أن تكون ضمن جماعة يعني أن تتمثل نفسك على نحو ما عبر الرموز والشعارات

[1] عبد الوهاب بوخنوفة، **المدرسة، التلميذ والمعلم، وتكنولوجيات الإعلام والاتصال: التمثل والاستخدامات**، أطروحة دكتوراه في علوم الإعلام والاتصال غير منشورة، جامعة الجزائر، 2006-2007 ص72.

والصور والمعتقدات المشتركة" [1] من هنا تحدد التمثلات الاجتماعية للهوية موقع ومراكز الأفراد داخل الحقل الاجتماعي وتحمي خصوصيات الجماعة وفق نظام من الضوابط والقيم في موقف المواجهة والصراع[2]

يتسم التمثل بازدواجيته الشخصية والرمزية، ووظائفه عديدة منها: التأويل الذي يبنى من خلاله الواقع، وتوجيه السلوك، وتحديد الهوية.[3]فالتمثل إذن يشمل العلاقة بين الفرد والعالم (الناس والأشياء)، والفرد والفعل (أفعاله وأفعال الآخرين)، وعلاقة الفرد بذاته.

وبهذا يمكننا هذا المقترب النظري من فهم أفضل للأفراد والجماعات، من خلال تحليل طرق تمثلهم لذواتهم وللآخرين وللعالم من حولهم، حيث ترى هذه المقاربة أن تمثل الظواهر فرديا وجماعيا وإضفاء دلالة عليها يحيل إلى سيرورة بنائية تقوم على التأويل وفق المرجعيات الفردية والجماعية للمؤول، والتي ترتبط ارتباطا وثيقا بالتنشئة الاجتماعية والتفاعلات اللغوية والعواطف والمشاعر.وبعبارة موسكوفيسكي فإن كل تمثل يخلق الواقع الذي يحيل عليه، ذلك أن الأشياء لا توجد خارج التمثلات التي نشكلها عنها، أما أداتنا في إنجاز هذا الفعل التمثلي بحسب الباحث نفسه فهي التسمية أو الوسم، إذ تعتبر هذه الآلية ظاهرة مركزية في تشكل تمثل ما[4]

وعليه فإن الخطابات حول الهوية الرقمية للشباب يمكن مقاربتها ضمن هذه الرؤية، أي باعتبارها تمثلا / بناء لا يحيل إلى الواقع بقدر ما يحيل إلى تمثل ما لهذا الواقع، وبهذا يسمح توظيف الشبكة المفاهيمية لمقاربة التمثل بتخطي العلاقة الصرفة التي تربط الفرد المستخدم بالأداة التقنية، لتوسيع التحليل ليشمل المكانة التي تحتلها الممارسات الهوياتية

---

[1] المرجع نفسه، ص73.

[2] سعيدة خيرة بن عمار ، **تمثلات واستخدامات الصحفيين الجزائريين لمواقع الشبكات الاجتماعية**، دكتوراه الطور الثالث في علوم الإعلام والاتصال، جامعة مستغانم، 2015-2016،ص164,

[3] نصر الدين العياضي، **الشباب في دولة الإمارات والانترنت: مقاربة للتمثل والاستخدام**، مرجع سبق ذكره، ص23.

[4] رابح الصادق ، **الهوية الرقمية للشباب: بين التمثلات الاجتماعية والتمثل الذاتي**، مجلة إضافات، العدد 19 صيف 2012، ص91.

والانترنتية في الحياة اليومية للفرد، ومن هذا المنظور فإن الممارسات يجري تحليلها بوصفها جزءا لا يتجزأ من الحياة اليومية، حيث تشكل هذه الأخيرة المجال أو الميدان الذي يكتسب من خلاله الفرد النماذج الإدراكية التي يستخدمها لتفسير العالم. فالتمثلات هي التصورات التي يحملها الأفراد عن المحيط وعن الظواهر الاجتماعية المختلفة، وهي تصورات تبرز في أشكال متنوعة معقدة نسبيا يمكن اعتبارها صور تكثف مجموعةٍ من المعاني أو الأنساق المرجعية تسمح بترجمة ما يحدث وإعطاء معنى لغير المتوقع، أو هي فئات تمكن من تصنيف الظروف، والظواهر، والأفراد الذين نتعامل معهم، وهي أيضا النظريات التي تسمح بالحكم عليهم، أي هي أسلوب ترجمة تفكيرنا وواقعنا، وشكل معرفة اجتماعية.[1]

إلى جانب مقترب التمثلات، توفر نظرية التفاعلية الرمزية حقلا دلاليا مهما ومفيدا لدراسة أشكال التعبير عن الهوية بصفتها ممارسة تفاعلية تواصلية تحتوي على كافة عناصر التواصل على اعتبار أن التفاعلية الرمزية أعطت اهتماما بالغا بعملية الاتصال والتواصل والتفاعل بين الأفراد في المجتمع وركزت على أهمية الدور الذي يلعبه الاتصال والتفاعل الاجتماعي في عملية بناء الفرد لذاته معتبرة أن شخصية الفرد ليست سوى نتاج لعملية اتصاله بالآخرين وتفاعله معهم في المواقف الاجتماعية المختلفة.

فقد اهتمت التفاعلية الرمزية بالديناميات النفسية الاجتماعية لتفاعل الأفراد في جماعات صغيرة، وركزت على المفاهيم والمعاني التي وجدت وتمت المحافظة عليها من خلال التفاعل الرمزي بين الأفراد، كما ترى النظرية أن هويتنا أو إحساسنا بالذات يتشكل من خلال التفاعل الاجتماعي، ويتشكل أيضا مفهوم الذات من خلال كيفية تفاعل الآخرين وعنونتهم لنا، وهو يعد من الإطارات النظرية المناسبة لدراسة الوجود الاجتماعي في المجتمع الافتراضي، فالأفراد يتفاعلون من خلال الشبكات الاجتماعية من خلال استخدام النص والصوت والفيديو أو الشخصيات الرقمية، وهذه

[1] بوبكر، بوخريسة ، **المفاهيم و العمليات الأساسية في علم النفس الاجتماعي**، عنابة، منشورات جامعة باجي مختار، 2006، ص154.

الوسائل تمثل معاني ورموز لهم، فالمستخدمون يتصرفون في المجتمع الافتراضي من خلال ما تعنيه الأشياء لهم، ويتشكل لديهم ذوات الكترونية من خلال التفاعل مع الآخرين.[1]

فقد أولت النظرية عملية التأويل أهمية خاصة، إلى الحد الذي جعل منها بلومر (Bloumer) نقطة الارتكاز في عملية بناء الذات وتطورها، فالتأويل عنده نوعان مترابطان وكل منهما ضروري للآخر: تأويل خارجي يقصد به عمليات التفاعل والاتصال الذي يخلق الفرد بواسطته عالمه المشترك مع الآخرين، وتأويل داخلي يحدث بين الفرد ونفسه، إذ يقوم الفرد بتأويل دلالات المعاني والرموز التي تكونت لديه من خلال محادثاته وتفاعله مع المجتمع، أي النظر إلى الذات كما يراها الآخرون وكما يراها هو[2]

ويرى هال أن التفاعلية الرمزية هي أفضل مثال على فكرة الهوية الفردية، فهوية الفرد تتشكل فقط من تفاعل الفرد مع الآخرين، ونظرة الفرد للآخرين تتشكل جزئيا من طريقة نظر الآخرين لذلك الفرد، وحسب رأي التفاعلية الرمزية فإن الناس يستمرون في امتلاك فرديتهم ولكنها ليست فردية متميزة كليا عن المجتمع، فالهوية تعمل كجسر بين الفرد الاجتماعي والفرد الخالص، وبامتلاك الأفراد لهوية معينة فهم إنما يتمثلون قيم ومبادئ معينة تصاحب تلك الهوية فهي تسمح لسلوك الأفراد ليكون مشابه من جانب الآخرين وكذلك تجعل السلوك في المجتمع أكثر نمطية وانتظاما.[3] وقد استعمل كولي وهو أحد أبرز منظري التفاعلية الرمزية مفهوم الذات المرآتي كاستعارة عن سيرورة الذات مع الآخر، إذ أشار إلى أن الفرد يعايش ثلاث سيرورات في مسار اكتساب الذات الفردية:

- أن الفرد يتخيل أولا الطريقة التي يظهر بها اتجاه الآخرين (وهي الوضعية المرادفة لعملية النظر في المرآة)

---

[1] إسماعيل محمود علي، **الإعلام الجديد والتحديات النظرية والتطبيقية**، مكتبة الوفاء القانونية، الإسكندرية، الطبعة الأولى ،2015، ص14.

[2] نوال بركات، **انعكاسات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على نمط العلاقات الاجتماعية**، أطروحة دكتوراه علوم في علم اجتماع الاتصال والعلاقات العامة، جامعة محمد خيضر بسكرة، 2015-2016، ص 45.

[3] هارلبس وهولبورن، **سوشيولوجيا الثقافة والهوية**، ترجمة حاتم حميد محسن، دار كيوان للطباعة والنشر سوريا، الطبعة الأولى 2010 ص97.

- يتخيل هذا الفرد تقييم وحكم الآخرين على هذا المظهر.

- يكوّن إحساسا خاصا بذاته، مثل الاعتزاز أو الإذلال، (بناء على نظرة هؤلاء الآخرين) ويتصرف بناء على ذلك.

هذه السيرورة التأويلية مستمرة وتتوقف ذات الفرد في ذلك على التصور الذي تحمله عن نظرة الآخرين اتجاهها، إذ لا توجد ذات فردية دون مشاركة ذوات الآخرين في تشكلها، فهي انعكاس للآخرين في الوقت الذي تساهم بدورها في تشكيل ذوات الآخرين.[1]

كما يرى جورج هربرت ميد (George Herbert Mead)، وهو أحد رواد المدرسة التفاعلية أن المبدأ الأساسي في أي تجمع إنساني هو "الاتصال" والذي يقتضي المشاركة مع الآخر، الأمر الذي يتطلب أن يظهر الآخر في "الأنا" وأن يتمثل "الأنا" في الآخر، وبأن نصبح واعين بالأنا بفضل الآخر[2]

ووفق هذه النظرية أيضا يتم الاتصال والتفاعل ولعب الأدوار بفاعلية عن طريق جملة من الرموز ذات الدلالة المشتركة لدى أعضاء المجتمع والثقافة الواحدة .وعليه فإن مستخدمي الانترنت ومن خلال تفاعلهم المباشر والمتنوع والمتعدد المجالات قد يكتسبون خبرات وقيم ورموز ذات مضمون اجتماعي أو ثقافي أوديني يحقق الهوية ويقوي الانتماء . ما يمكنهم من الاستقلالية والقدرة على الاختيار في ظل تعدد المجالات المتاحة وتكسبهم خصوصيات اجتماعية تؤدي إلى تشكيل هوية جماعية، وقد يؤدي تفاعل مستخدمي الانترنت مع مضامينها أو مع مستخدميها على مختلف

[1] عبد الرحمان عزي ، **الفكر الاجتماعي المعاصر والظاهرة الإعلامية الاتصالية: بعض الأبعاد الحضارية**، دار الأمة، الجزائر، 1995، ص28.

[2] رضوان بوجمعة ، **الاتصال التقليدي في الجزائر: مقاربة انثروبولوجية**، مخبر علم الاجتماع الاتصال، جامعة منتوري قسنطينة، الجزائر، 2010، ص 43.

ثقافاتهم ومجالاتهم الاجتماعية إلى اكتساب معاني ورموز وقيم وعادات خاصة تجعلهم ضمن مجال اجتماعي متميز عن المجتمع الأصلي مما ينتج نماذج متعددة للهوية.[1]

كما تستعين الدراسة بمنظور الاستخدامات والإشباعات على اعتباره المقترب النظري الأكثر توظيفا في دراسات الإعلام الجديد حيث أنه يفسر العلاقة بين المستخدم والأداة – الوسيلة- في إطار الاعتراف بالمتلقي الإيجابي، والفاعل الذي لديه هدف محدد في اختياره للوسيط الإعلامي ولديه رغبات محددة يروم إشباعها من خلال هذا الاستخدام، فمن خلال السؤال المحوري الذي يتركز عليه هذا المقترب والمتمثل في "لماذا يستعمل الناس تلك الوسيلة بدل غيرها؟ في محاولة شرح كيف يستعمل الناس وسائل الإعلام؟ وكيف يشبعون رغباتهم من خلال هذا الاستعمال؟ يمكن إسقاط فرضيات النظرية مع موضوع دراستي من حيث:[2]

- مستخدم الوسائل التكنولوجية الحديثة مستخدم نشط يتسم بالإيجابية والفاعلية ويرتبط استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لديه بأهداف محددة.
- يختار المستخدم من الوسائل والمواقع الاجتماعية تلك التي يحصل منها على إشباع رغباته وحاجاته.
- تتنافس مواقع التواصل الاجتماعي مع وسائل الاتصال الحديثة الأخرى لإشباع احتياجات المستخدم.

فمن المتعارف عليه أنه بظهور وسيلة إعلامية جديدة فإنها تساهم في خلق دوافع جديدة وإشباعات جديدة وسط المستخدمين لها، وبالرغم من أن دوافع استخدام الانترنت والشبكات الاجتماعية خصوصا تتنوع إلا أن

[1] المهدي بن عيسى محمد، جمال كانون، **مستخدمو الانترنيت في المجتمع الجزائري بين الهوية المستقلة والهوية المغتربة**،أشغال الملتقى الدولي الأول حول الهوية والمجالات الاجتماعية في ظل التحولات السوسيوثقافية في المجتمع الجزائري، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، ص 583.

[2] نوال بركات، **انعكاسات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على نمط العلاقات الاجتماعية** ،مرجع سبق ذكره، ص 37.

معظم دراسات الاستعمالات والإشباعات تبحث عن بعض أو كل الأبعاد التالية: [1] الاسترخاء والمرافقة والعادة وتمضية الوقت والترفيه والتفاعل الاجتماعي والمراقبة الإعلامية والإثارة والهروبية.

وفي دراسته عن **الاتصال الشخصي في عصر شبكات التواصل الاجتماعي** حصر الباحث جمال العيفة أهم الحاجات التي تدفع بالفرد لاستخدام مواقع الشبكات الاجتماعية في:

- اكتشاف الذات: بمعنى البحث عن كيف يكون رد فعل الآخرين، خاصة عند الإناث، وكيف يظهرن في عيون الناس وهذا بفضل السرية التي يتميز بها استعمال الانترنت، مما يدفع المستعملين إلى الكشف عن بعض مظاهر ذواتهم لأن عواقب هذا الكشف منعدمة أو محدودة.
- التعويض الاجتماعي: أي تجاوز الخجل ونقائص الشخصية على العموم.
- استكشاف الهوية ولعب الأدوار.

كما أشارت جيسيكا لي باغ[2] في دراستها عن رغبة المستخدم في بناء هوية افتراضية مثالية عبر الفيسبوك أن المستخدم في البيئة الرقمية يسعى لخلق التأثير، لإشباع الفضول، لخوض مغامرات، وللتواصل والتعلم من خلال الاتصال بالشبكة. وفي هذه التجربة التفاعلية يتمكن المشتركون أكثر من أي وقت مضى من المشاركة والتواصل الرقمي، صانعين بذلك هويات رقمية أكثر تعقيدا وأكثر تمثيلا للعلاقات التي تسم الحياة الواقعية.

[1] جمال العيفة، **الاتصال الشخصي في عصر شبكات التواصل الاجتماعي**، مجلة علوم الإنسان والمجتمع، جامعة بسكرة، العدد 10، جوان 2014، ص 294.

[2] Jessica Lee Pugh, **A qualitative study of the facebook social network, the desire of influence, associate and construct a representative and ideal identity**, op cit, p3

المبحث الثاني: الدراسات السابقة والمشابهة.

تقتضي المنهجية السليمة ضرورة وقوف الباحث على التراث النظري والعلمي، أو ما يسمّى بالدراسات السابقة أو المشابهة ليتمكّن من تحديد وصياغة مشكلة البحث بدقّة، حيث تكتسي هذه الدراسات أهمية بالغة فمن خلالها يتمكن الباحث من معرفة ما تم التوصل إليه من نتائج تتعلق بموضوع بحثه ليستفيد منها ويستطيع صياغة فروض دراسته أو وضع تساؤلاتها. وبالنسبة لدراستي هذه فإن الاهتمام بالدراسات السابقة قد دعا إليه الاهتمام بمحوري الدراسة وهما: تمثل واستخدام الشباب للانترنت والفيسبوك بالأخص، والهوية الافتراضية والتعبير عن الذات عبر الشبكات الاجتماعية. وقد نهجتُ في عرض الدراسات نهجا وصفيا، يتناول عنوان الدراسة وصاحبها، ثم إدراج ملخّص يتناول أهم فصول الدراسة، وإشكاليتها ومنهجيتها، مع عرض أهم النتائج.

1- دراسات محلية :

أ- دراسة أحمد عبدلي: استخدام الانترنت والتغير الثقافي لدى الشباب الجزائري.[1]

وهي أطروحة دكتوراه حاولت استكشاف أهم ملامح التغير الثقافي الناتج عن استخدام الإنترنت لدى فئة الشباب الجزائري؛ وتمحورت إشكاليتها حول طبيعة العلاقة بين استخدام الانترنت وعملية التغير الثقافي لدى الشباب الجزائري، وتمثلت أسئلة الدراسة في:

- ما هي الخصائص والسمات الاجتماعية والثقافية للشباب المستخدم للانترنت ؟
- ما هي تمثلات الشباب المبحوث للانترنت ؟

[1] أحمد عبدلي: **الانترنت والتغير الثقافي لدى الشباب الجزائري**، أطروحة دكتوراه علوم جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية، قسنطينة، 2010-2011.

- ما طبيعة استخدام الشباب المبحوث لها من حيث العادات والأنماط ؟
- ما هي الممارسات الثقافية الجديدة المنبثقة عن استخدام الشباب المبحوث للانترنت؟
- ما هي مظاهر التجديد والتغير الأخرى لدى عينة البحث ؟

ولمقاربة الموضوع نظريا استعان الباحث بالمنهج التاريخي لبحث وسبر أغوار الثقافة في الجزائر والعوامل الداخلة في تشكيلها، كما استعان بمقاربات من علم الاجتماع الثقافي للتعرف على ماهية الثقافة والتغير الثقافي ونظرياته، ومقاربات من علم النفس الاجتماعي من أجل فهم ظاهرة الشباب وخصائصها، مشكلاتها واحتياجاتها.كما حاول الاستئناس ببعض المقاربات من علوم الإعلام والاتصال ،ومنها مقاربة الاستخدامات والإشباعات ، لفهم الكيفية التي يستخدم بها الشباب تكنولوجيا الانترنت، ومقاربة الاستخدام الاجتماعي لتكنولوجيا الاتصال، ومقاربة التمثلات، لمعرفة وفهم الاعتقادات والأفكار التي يحملها الشباب عن الإنترنت والأحكام والقيم التي يضفونها عليها، وأيضا مقاربة التملك أو الإدماج الاجتماعي للإنترنت ضمن أنشطة الحياة اليومية الاعتيادية.

أما فيما يخص الإطار المنهجي للدراسة فقد اتبعت الدراسة منهج المسح موظفة أداة الاستمارة الاستبيانية على عينة قوامها 400 مستخدم تم توزيعها يدويا في المناطق الحضرية لولايات سطيف، قسنطينة وبرج بوعريرج.

ومن أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة أن هناك تمثلات إيجابية لدى العينة عن الإنترنت بالرغم من اعتقادهم أنه لا يمكن الاستغناء عنها، إلا أنها تصورات عقلانية وغير انبهارية، بعيدة عن خطاب التهويل والتمجيد، كما أن هناك اتجاها نحو الارتباط بمظاهر وعناصر الثقافة الرقمية من خلال جملة الممارسات الثقافية الجديدة المكتسبة والتي مكنتهم ليس فقط من التعرض إلى مختلف المحتويات والمضامين، بل حولتهم إلى منتجين لها، ومساهمين نوعيين في إثراء الشبكة.

ومن جهة أخرى لوحظ عدم وجود تغير كبير بالمعنى الثوري جراء هذا الاستخدام، وذلك نتيجة حداثة ظاهرة الإنترنت في المجتمع الجزائري وطبيعة الظروف المحيطة ، ومع ذلك لا تخفى مؤشرات تدل على ميولات نحو التغير في بعض العادات الثقافية وهو ما يمكن أن يتعزز من خلال الأثر التراكمي للاستخدام، وعليه فإن المؤشرات الحالية توحي بتزايد درجة هذا التغير، والمشكلة تكمن في نوعيته وطبيعة القوى الموجهة له والمتحكمة فيه.

ب- دراسة بايوسف مسعودة : **الهوية الافتراضية الخصائص والأبعاد،** دراسة استكشافية على عينة من المشتركين في المجتمعات الافتراضية.[1]

وهي دراسة استكشافية ميدانية سعت إلى البحث في إشكالية علاقة الهوية الافتراضية بالهوية الحقيقية وكيف يتفاعل الأفراد داخل المجتمع الافتراضي، وأبعاد هذا التفاعل على الحياة الواقعية وانطلقت من التساؤلات الأتي ذكرها:

- ماهي خصائص المجتمعات الافتراضية التي يسعى الأفراد إلى الانتماء إليها؟
- ماهي دوافع الأفراد للانخراط في المجتمعات الافتراضية؟
- هل تعتبر الهوية الافتراضية انعكاسا للهوية الحقيقية للأفراد أم انفصالا عنها؟
- هل تسعى الهوية الافتراضية إلى الانسلاخ عن قيم المجتمع ومعاييره، أم تراعيها داخل المجتمع الافتراضي؟
- كيف ينظر الأفراد لهوياتهم الافتراضية وتفاعلهم في المجتمع الرقمي؟

[1] بايوسف مسعودة، **الهوية الافتراضية: الخصائص والأبعاد،** دراسة منشورة في مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية لجامعة ورقلة، العدد الخاص بالملتقى الدولي الأول حول الهوية والمجالات الاجتماعية في ظل التحولات السوسيوثقافية في المجتمع الجزائري،. أيام 29.28.27 فيفري 2011، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، الجزائر.

اعتبرت الدراسة الهوية الافتراضية مجموع الصفات والرموز والبيانات التي يستخدمها الأفراد في تقديم أنفسهم للآخرين في المجتمعات الافتراضية ويتفاعلون معهم من خلالها.وفي سبيل الوصول إلى إجابات عن الأسئلة المطروحة وظّفت الدراسة المنهج الوصفي وأداة الاستبيان الرقمي لجمع البيانات.

توصلت الدراسة إلى النتائج الأتي ذكرها:

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

- الانضمام إلى المجتمعات الافتراضية يكون في الغالب بدافع الحوار وتبادل الآراء بالدرجة الأولى، مما يؤكد على سعي الأفراد إلى إثبات الذات ونشر الأفكار، كما تحكمه الرغبة ووجود الراحة والتقبل والانسجام مع قيم الفرد وأفكاره.

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

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

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

ت- دراسة كلثوم بيميمون: **السياقات الثقافية الموجهة للهوية الرقمية في ضوء تحديات المجتمع الشبكي: من التداول الافتراضي إلى الممارسة الواقعية**[1]

تعتبر الدراسة أن مضمون الهوية الافتراضية يعرف عمليات تنميط فعلي مادتها ذوات الفاعلين التي أضحت تخضع لعملية نمذجة في ظل المجتمع الشبكي، وبخاصة أن سياقات التبادل المعلوماتي المتسارع والجاري عبر الشبكات الافتراضية يفتح الباب على مصراعيه لتداول عناصر، بل نماذج ثقافية متعددة، وعليه يجد المستخدمون لهذا الفضاء الافتراضي أنفسهم محاطين بنماذج ثقافية متنوعة تجعلهم في وضعية مساءلة دائمة بين ثقافة أصيلة يسعون إلى الحفاظ عليها وأخرى وافدة قد تعزلهم أو تهيمن عليهم لتنعكس مباشرة على مضامين هويتهم التي تبرز تمثلاتها في ذواتهم

[1] كلثوم بيميمون، **السياقات الثقافية الموجهة للهوية الرقمية في ضوء تحديات المجتمع الشبكي: من التداول الافتراضي إلى الممارسة الواقعية**، مجلة إضافات، العددان 33 34، شتاء ربيع 2016.

الافتراضية ومن ثمة ممارساتهم الواقعية وتطلعاتهم لأدوارهم الحضارية، في ضوء هذا تطرح الدراسة التساؤلات الأتي ذكرها:

- ما الذي يؤسس الهوية الرقمية في ظل تنوع السياقات الثقافية المتداولة في المجتمع الشبكي، وكيف يتحدد الوجود الافتراضي في ضوء مواصفات البيئة الرقمية؟
- ما هي التحديات التي تواجهها الهوية الرقمية في ظل رهانات رقمنة العلوم الاجتماعية؟ وما هي البدائل المتاحة؟

تطرقت الدراسة ضمن محور تمظهرات الهوية الرقمية في المجتمع الشبكي في ضوء الدراسات الاجتماعية المعاصرة إلى أن عرض الذات في الفضاء الافتراضي يمثل رهانا اجتماعيا حقيقيا بالنسبة للمستخدمين من حيث تمثلهم لقيم الاجتماعي وكيفية تفاعلهم معه وكيفية تقبل الآخرين لهم، فتمظهرات الهوية الرقمية في الفضاء الافتراضي تعد انعكاسا مباشرا لتمثلات جزء بسيط من الذات الفاعلة في الواقع، سواء من حيث طبيعة قيمها أو تصوراتها التي تؤسس وجودها الاجتماعي والرقمي على حد سواء.

ثم في المحور الثاني والذي تناول التأصيل المعرفي لسوسيولوجيا الهوية الرقمية في ضوء تحديات رقمنة العلوم الاجتماعية تطرقت الباحثة إلى حيثيات علم الاجتماع الرقمي ثم إلى المجتمع الافتراضي وخصائص الوجود الافتراضي والهوية الرقمية وأنماط الاتصال المتزامن واللامتزامن ثم في المحور الثالث تطرقت إلى قراءة سوسيولوجية لمؤشرات الوجود الافتراضي في المجتمع الشبكي.

ث- دراسة يسين قرناني: **استخدام الشباب الجزائري المراهق لتكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة في ضوء النظرية القيمية، دراسة ميدانية على عينة من الشباب الثانوي ومواقع التواصل الاجتماعي.**[1]

انطلقت الدراسة من مقاربة قيمية لاستخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال لدى الشباب المراهق مبينة في البداية بالنسب الاستخدام الواسع لهذه التكنولوجيا وتأثيراته الإيجابية والسلبية، وأنه على الرغم من أن النظريات الخاصة بعلاقة الفرد بتكنولوجيا الإعلام والاتصال تحدد أن الفرد يتحكم في استخدامها وانتقاء واختيار المضامين التي تتماشى ومنظومته التربوية والثقافية والقيمية والاجتماعية والنفسية وإدراك المعاني، إلا أن قوة هذه التكنولوجيا في تسويق المضامين (صور وأفكار وقيم وعادات وسلوكيات) أدى إلى إضعاف كثير من القيم الإيجابية في المجتمع، وانطلاقا من هذه التحديات والمخاطر التي تواجه الشباب المراهق جراء استخدام تكنولوجيا الانترنت وتطبيقات الفيسبوك والتويتر طرحت الدراسة التساؤل الرئيس:

ما هي استخدامات الشباب الجزائري المراهق لتكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة في ضوء النظرية القيمية؟

وتفرعت عنه مجموعة التساؤلات الفرعية التالية:

- ما هي عادات وأنماط استخدام الشباب المراهق لتكنولوجيا الإعلام والاتصال – الفيسبوك والتوتير- وما الإشباعات التي يرغبون في تحقيقها من هذا الاستخدام؟
- ما دوافع استخدام الشباب المراهق لتكنولوجيا الإعلام والاتصال – الفيسبوك والتوتير-؟

[1] يسين قرناني، **استخدام الشباب الجزائري المراهق لتكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة في ضوء نظرية الحتمية القيمية : دراسة ميدانية على عينة من الشباب الثانوي ومواقع التواصل الاجتماعي**،رسالة مقدمة لنيل دكتوراه علوم في علوم الإعلام والاتصال، إشراف الدكتورة فضة عباسي بصلي، جامعة باجي مختار عنابة، السنة الجامعية 2014- 2015.

- ما الآثار التي خلفها استخدام الشباب المراهق لتكنولوجيا الإعلام والاتصال – الفيسبوك والتويتر– على القيم التربوية، السياسية، الجمالية، الإنسانية، والاقتصادية؟

- ما التأثيرات التي خلفها الفيسبوك والتويتر على مستوى القيم بأبعادها الإيمانية، التواصلية، الزمنية، المكانية، اللسانية، النفسية والاجتماعية؟

- هل هناك فروق ذات دلالة إحصائية في استخدام الشباب المراهق للفيسبوك والتويتر تبعا لمتغيري الجنس والتخصص الدراسي؟

اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي وأسلوب المسح بالعينة واستعانت بأداة الاستمارة التي احتوت على خمسة محاور تتوافق وأسئلة الدراسة، وبلغ عدد الاستمارات الموزعة والمسترجعة 820 استمارة وزّعت على تلاميذ الطور الثانوي الذين تقع أعمارهم بين 16 و20 سنة على أربعة ولايات ممثلة لأقاليم الجزائر: الجزائر العاصمة عن ولايات الوسط، ورقلة عن ولايات الجنوب، عنابة عن ولايات الشرق ووهران عن ولايات الغرب.

وبعد استعراض للجانب النظري حول الشباب وتكنولوجيا الإعلام والاتصال والشبكات الاجتماعية ثم القيم والعولمة الثقافية والثقافة الجزائرية توصلت الدراسة إلى النتائج التالية:

- نتائج خاصة بعادات وأنماط استخدام الشباب المراهق للفيسبوك والتويتر: اهتمام الشباب الجزائري المراهق بشبكة الانترنت، حيث يستخدم شبكة الانترنت وتطبيقاتها بشكل كبير والغالبية منهم يستخدمون شبكة الانترنت دائما، وتعد الخبرة معتبرة حيث أن نصف العينة تقريبا تتجاوز خبرتها ثلاث سنوات، ويستخدم ثلث العينة الشبكة أكثر من ساعتين في الجلسة الواحدة، ويعد موقع الفيسبوك المفضل لدى الذكور والإناث.

- نتائج خاصة بدوافع وغايات استخدام الشباب المراهق للفيسبوك والتويتر: بينت الدراسة استخداما إيجابيا، إذ يعد الدافع العلمي السبب الأول لاستخدام الشباب الثانوي لمواقع التواصل الاجتماعي، ثم الدافع الاجتماعي كالاتصال بالأصدقاء، وزملاء الدراسة والأهل والأقارب والأصدقاء الافتراضيين، وكذا تبادل المعارف ومتابعة قضايا المجتمع والمشاركة في الحوارات والنقاشات العلمية، ومسايرة تطورات العصر. وبروز بعض القيم الإيجابية كالارتباط بالأقران والاهتمام بالقيم والتفاعل مع الآخرين، والإحساس بالسعادة، وقيم أخرى سلبية كالهروب من الواقع الاجتماعي، وتعلم أساليب العنف والعلاقات مع الجنس الآخر والكسل والتناقض في الأفكار والانبهار بالمضامين التي تحتويها مواقع التواصل.

- نتائج خاصة بآثار استخدام الشباب المراهق للفيسبوك والتويتر: انعكس استخدام مواقع التواصل الاجتماعي بشكل إيجابي على الشباب المراهق بسبب اهتمامهم الكبير بالمواقع العلمية بالدرجة الأولى، ومساهمتهم بنشر الصور والفيديوهات، وكذا التواصل مع مختلف فئات المجتمع، ويميل الشباب المراهق إلى حب المكانة الاجتماعية الرفيعة وحياة الرفاهية والشهرة. أما من جانب آخر فقد توصلت إلى أن هناك تناقضا كبيرا في قيم الشباب المراهق، حيث أنهم يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي باسم مستعار وباسم حقيقي بحجة الحفاظ على الخصوصية والتمويه، ونشر فيديوهات إباحية وكلام بذيء تارة بسبب الحرية التي يجدونها في الموقع وإتباع الهوى وعدم نشر صور إباحية أو كلام بذيء بسبب الحياء والدين تارة أخرى، وهذا ما يعبّر عنه بصراع القيم.

- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الذكور والإناث في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي.

2- دراسات عربية:

أ- دراسة الصادق رابح: **الانترنت كفضاء لتشكل الذات**[1]

تنطلق الدراسة من كون الانترنت وسيطا فتح فضاءات لا تحكمها مرجعية التموقع بالمعنى الفيزيائي، وبالتالي مكّن الأفراد من تجاوز إكراهات الحضور الجسدي، والتحاور دون الكشف عن الهويات الحقيقية، وهذا التحرر النسبي لمستخدمي الانترنت في علاقتهم بالمكان والجسد والوضع الاجتماعي خلق نوعا جديدا من الممارسات، متمثلة تحديدا في تمكين الأفراد من اصطناع هويات افتراضية وإدارتها بما يتناسب ورغباتهم في التعدد الهوياتي

وعن الهوية الافتراضية في هذه الدراسة فهي الهوية التي تتجلى في المنتديات الحوارية وغرف الدردشة الانترنتية ، حيث يسعى الفرد في هذه الحالات إلى التلاعب بهويته بهدف دفع محاوريه والمتفاعلين معه إلى التعامل معه على أساس أن هذه الهوية المتخيّلة الفانتازمية هي هويته الفعلية.وتسعى هذه الهوية في غالب الأحيان لتحقيق رغبات وتطلعات أقصتها الحياة الفعلية ومنعتها من التحقق.

وتشير الدراسة إلى أن التمازج بين الذوات الافتراضية والذوات الفعلية له انعكاساته على طبيعة الهوية الفردية، إذ ليس من المؤكد أن القفز والاستحواذ على مجموعة من الذوات الافتراضية سيساعد الفرد على تعميق أناه – ذاته– إنما يجعل هذا القفز من الهوية غير محددة العوالم نهائيا، وبالتالي يجعل الأنا تعيش في وضعية اللايقين.

تسترشد الدراسة بمقترب التفاعلية الرمزية لمقاربة الموضوع من زاوية بناء الذات الفردية باستعارة الذوات الاجتماعية، ضمن تصور هربرت ميد حول تشكل الشخصية الاجتماعية، حيث يرى ميد أن الذات تحيل على الدور الذي يفترض أن يقوم به كل واحد منا ضمن الوضعيات الاجتماعية المختلفة، كما يصور ميد الأنا/الذات كحاصل

[1] الصادق رابح، **الانترنت كفضاء مستحدث لتشكل الذات**، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، المجلد الثامن، العدد الثاني، أبريل يونيو 2007

للتنظيم الداخلي لمختلف الأدوار الاجتماعية التي يتقمصها الفرد، بعبارة أخرى، الأنا هي نتيجة عمل متواصل ومتجدد يقوم به الفرد بهدف إضفاء التناغم الداخلي على مجموع هيئاته الخارجية المتشكلة من علاقاته الاجتماعية.وبإسقاط هذا المقترب على التلاعب بالذات في الفضاء الانترتي ترى الدراسة أن الانترنت توفر فسحة لتقمص ذوات الآخرين وفرصة لاكتشاف الذات من خلال ذوات الآخرين.

من جهة أخرى تفترض الدراسة أن الذوات التي يتقمصها الأفراد في الفضاء الانترنتي هي في أغلب الأحيان متناقضة مع الأدوار الفيزيائية والاجتماعية التي يمكن أن يقوم بها في الحياة الفعلية، ويرجع حرص الأفراد على أداء هذه الأدوار الافتراضية في الفضاء الانترنتي إلى عدم قدرتهم على القيام بها في الحياة العملية، فهذه الذوات لم تُخلق من فراغ، إن الأمر يتعلق في الغالب بذوات تسعى إلى تحقيق رغبات وتطلعات أقصتها الحياة الفعلية ومنعتها من التحقق.

تشير الدراسة إلى أن التمازج بين الذوات الافتراضية والذوات الفعلية له انعكاساته على طبيعة الهوية الفردية، فمن المؤكد أن القفز والاستحواذ على مجموعة من الذوات الفردية سيساعد الفرد على تعميق أناه/ذاته، حتى لو اقترن ذلك باتساع فضاء ظهور هذه الذات (بسبب تقمصها لذوات متعددة) ذلك أنه إذا انطلقنا أن ذات الفرد/هويته في الواقع الاجتماعي تتشكل أساسا باعتبارها الوجه المشخصن للذوات الاجتماعية الأخرى (الأدوار والوضعيات ضمن السياقات الاجتماعية) فإن الأمر يختلف على الانترنت، على اعتبار أن هذه الذوات الاجتماعية يمكن أن تصبح غير محددة المعالم نهائيا، وبالتالي جعل الأنا تعيش في وضعية اللايقين، من هنا فإن التعددية الفانتازمية للذات لم تعد تحكمها إلا قدرة الفرد المولع بالانترنت على الدفع برغباته إلى الحد الذي يمكن أن يصل إليه، وتحويلها إلى ممارسة منجزة.

وتضع الدراسة مسألة التلاعب بالذات في الفضاء الافتراضي على حدين يقعان على طرفي نقيض: أما الحد الأول فيتجسد باعتزال الذات الافتراضية الواقع والإقامة في العالم الافتراضي هروبا ونكوصا من الواقع، وهذا ما يحيل على رفض الفرد قبول أناه كما هو، وهنا الفرد لا ينطلق من الذوات التي تؤسسه اجتماعيا للوصول إلى أناه الفردية، بل ينطلق من "خيبة أمل" في علاقته بأناه الشخصي وهو ما يدفعه إلى الهرب في / وإلى الذوات الفردية.

أما الحد الثاني فيتجسد في عملية الانفتاح الهوياتي، فالفرد يجرب الكثير من الذوات الافتراضية ليس بهدف التحلل فيها ونسيان أناه/ذاته، ولكن بهدف التموضع الواعي والتفكير في قدراته الإبداعية من خلال طرح الأسئلة حول حدوده الهوياتية من قبيل إلى أي مدى مازلت أنا نفسي؟

تخلص الدراسة إلى أن الهدف النهائي للمتلاعب بذاته في الفضاء الانترناتي هي أن يكون ضمن هذه الفئات الثلاثة: أفضل من ذاته، أكثر من ذاته، ذاته لكن بتمظهر آخر، فالذوات التي يتقمصونها تستبعدهم عن ذواتهم الفعلية، وتدفع بهم إلى عوالم إشباعية وتسكينية، مانحة للطمأنينة كما يتصورونها ويرتادونها باستمرار حيث تمنح للفرد، ولو لبعض الوقت، أن يكون ما يريد، مع علمه أنها ليست كينونته الحقيقية.

ب– دراسة نصر الدين العياضي: **الشباب في دولة الإمارات والشبكات الاجتماعية الافتراضية: مقاربة للتمثلات والاستخدامات**[1]

تتناول هذه الدراسة موضوع الشباب في دولة الإمارات وعلاقته بالانترنت من حيث الاستخدام والتمثلات التي يكونها الشباب عن الانترنت ودور بعض المتغيرات في دراسة هذه العلاقة كالجنس باعتبار أن دولة الإمارات تتميز

[1] نصر الدين العياضي، **الشباب في دولة الإمارات والشبكات الاجتماعية الافتراضية: مقاربة للتمثلات والاستخدامات**، دراسة منشورة في مجلة أفكار وآفاق لجامعة الجزائر2، العدد 2 ،2011، ص65- 94.

بالتنوع السكاني،حيث أثارت الدراسة التساؤل الرئيس الأتي: هل المتغيرات السوسيوثقافية والنوع، تلعب الدور المحدد في التمثلات للانترنت، وبالتالي في استخدامها(إيقاع الاستخدام وغاياته الصريحة أو الضمنية؟) أم أن هذه المتغيرات لا تملك أي تأثير على الاستخدامات لأنها موحدة ومنمطة لدى كل الشباب بحكم وحدة المقاصد والغايات؟

هل تنتج شبكة الانترنت علاقات اجتماعية جديدة في سياق زماني ومكاني جديد؟ أم أنها تعيد إنتاج العلاقات الاجتماعية القائمة باعتبارها ليست سوى وسيط لهذه العلاقات يعمل على ترسيخها؟

هل تعمل الانترنت على إحداث قطيعة مع علاقات الشباب الاجتماعية التي يقيمونها في حياتهم اليومية؟ أو أنها تعيد إنتاجها؟ بمعنى هل أن فضاء الشباب الافتراضي يبعدهم عن واقعهم أو انه يعزز ارتباطهم به وبما يحمله من رموز وقيم وتصورات ومشاعر؟

وتمثلت التساؤلات الفرعية في:

- هل أن تمثل الشبكات الاجتماعية الافتراضية هو ذاته لدى الشباب في دولة الإمارات؟
- هل يتدخل الجنس والجنسية في صياغة تمثل الشباب في دولة الإمارات للشبكات الاجتماعية الافتراضية وبالتالي في استخدامها؟
- هل أن الفئة الأصغر سنا من الشباب هي الأكثر إلماما واستخداما للشبكات الاجتماعية الافتراضية كما تؤكد بعض البحوث الإمبريقية التي جرت في بعض الدول العربية؟
- هل تعمل الشبكات الاجتماعية الافتراضية على تشكيل علاقات اجتماعية جديدة؟ أم تعيد إنتاج العلاقات الاجتماعية القائمة في المجتمع وتوسع انتشارها فقط؟

استخدم الباحث المنهج المسحي الوصفي بالاعتماد على الاستبانة كأداة لجمع البيانات، وجهت الاستبانة إلى عينة قوامها 115 فردا وتضمنت الاستبانة 35 سؤالا ، كما قام الباحث بإجراء 26 مقابلة معمقة مع المبحوثين خاصة الذين أنشأوا مدونات إلكترونية أو اشتركوا في الشبكات الاجتماعية.

توصل الباحث إلى جملة النتائج التالية سنرتبها حسب المحاور التي تطرق إليها الباحث:

- يرى الباحث أن الاتصال بشبكة الانترنت واستخدامها اندرجا في المألوف اليومي في الاشتراك في شبكة الانترنت بلغ نسبة عالية تصل إلى 91%.

- يتسم استخدام الشباب لشبكة الانترنت بتواتره المتزايد، حيث بلغت نسبة الذين يستخدمون هذه الشبكة أكثر من مرة في اليوم 70%، و وصلت نسبة الذين يستخدمونها مرة واحدة في اليوم 12%.

- يستخدم الشباب في دولة الإمارات العربية المتحدة الانترنت للاتصال بالدرجة الأولى فكلهم تقريبا يستخدمون البريد الالكتروني (99%)، و هذا يتماشى مع تمثلهم للانترنت على أساس أنها وسيلة اتصال.

- تزيد نسبة الشباب في دولة الإمارات المشتركين في الفيسبوك عن نسبة المشتركين في اليوتوب (47% مقابل 38%) فالفيسبوك بالنسبة لهم يعد وسيطا لإبراز الذات وينسج علاقات جديدة أو يعزز تلك القائمة التي لا تقف عند الاشتراك في الصور أو ملفات الفيديو، فأكبر نسبة من الشباب في دولة الإمارات تسعى من خلال اشتراكها في شبكة الفيسبوك إلى تكوين مجموعة من الأصدقاء (حوالي 91%) تليها إنشاء صفحات خاصة للتعريف بالذات، أو لتقديم الذات للآخرين من الأصدقاء (54%)، كما يستخدم الفيسبوك لمحاربة العزلة والقضاء على الملل وتطوير القدرات التقنية.

ويبدو من خلال هذه النتائج أن ممارسة الشباب في دولة الإمارات للإنترنت ليست موحدة ونمطية فرغم استخدام الانترنت لتحقيق بعض الغايات: الاتصال، الإعلام، المعرفة، خلق علاقات إلا أن استخدامه يتباين وفق بعض المتغيرات مثل الجنس و السن و الجنسية و حسب تمثلاته للانترنت.

وفي ختام بحثه أكد الباحث أن دراسته أكدت ما ذهبت إليه سوسيولوجيا الاستخدام التي أثبتت أن العدة التكنولوجية لا تؤدي بمفردها إلى توحيد الاستخدام وتنميطه، فالمتغيرات السوسيو ديومغرافية تدفع إلى الاعتقاد بأن لكل شاب انترناته لأنها تتدخل في تمثله لماهية الانترنت وتطبيقاتها المختلفة...لذا لا يمكن أن نفهم التكنولوجيا بالنظر إلى قوتها المحايثة فقط بل يتطلب ربطها بالسياق الاجتماعي الذي تستخدم فيه.

ت- دراسة حسني عوض: **أثر استخدام الفيسبوك على تقدير الذات لدى فئة الشباب في محافظة طولكرم**[1]

هدفت الدراسة إلى معرفة درجة أثر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، الفيسبوك، على تقدير الذات لدى فئة الشباب من المرحلة العمرية 15-35 سنة في محافظة طولكرم بفلسطين، إضافة إلى تحديد أثر كل من متغيرات الجنس والسن والمؤهل العلمي والحالة الاجتماعية ومكان السكن على درجة استخدام موقع الفيسبوك على تقدير الذات. وانطلقت الدراسة من الفرضيات الآتي ذكرها:

- لا فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة 0.05 في درجة أثر استخدام موقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك على تقدير الذات لدى الشباب في محافظة طولكرم تبعا لمتغير الجنس.

[1] دراسة منشورة في جريدة القدس بتاريخ الأحد 6 ماي 2012، ص47.

- لا فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة 0.05 في درجة أثر استخدام موقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك على تقدير الذات لدى الشباب في محافظة طولكرم تبعا لمتغير العمر.

- لا فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة 0.05 في درجة أثر استخدام موقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك على تقدير الذات لدى الشباب في محافظة طولكرم تبعا لمتغير الحالة الاجتماعية.

حدود الدراسة:

المجال المكاني: تم إجراء الدراسة في محافظة طولكرم بفلسطين.

المجال الزماني: تم إجراء الدراسة في الفصل الثاني من العام الدراسي 2010-2011

المجال البشري: شملت الدراسة فئة الشباب في محافظة طولكرم من المرحلة العمرية 15-35 سنة الذين يستخدمون موقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك.

وظّفت الدراسة المنهج المسحي الوصفي باستخدام الاستبيان كأداة رئيسة لجمع البيانات، حيث تكونت من محورين تضمن المحور الأول بيانات أولية عن المبحوثين تمثلت في الجنس، السن، المؤهل العلمي، الحالة الاجتماعية ومكان السكن. وتضمن المحور الثاني الفقرات التي تقيس درجة أثر استخدام الفيسبوك على تقدير الذات وبلغت عشرين فقرة صممت على مقياس ليكرت الخماسي. وتوصلت الدراسة إلى النتائج الآتي ذكرها:

- بلغت قيمة متوسط الدرجة الكلية لتقدير الذات لدى الشباب المستخدمين للفيسبوك عينة الدراسة 76% ، وهي مرتفعة حسب المعيار الذي استخدمه الباحث.

- وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة 0.05 في درجة أثر استخدام الموقع على تقدير الذات بين الذكور والإناث لصالح الإناث.

- وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة 0.05 في درجة أثر استخدام الموقع على تقدير الذات تبعا لمتغير العمر، وسجلت الفروق بين المرحلة العمرية 15-20 سنة والفئة العمرية 30-35 سنة لصالح الفئة الأولى.

- وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة 0.05 في درجة أثر استخدام الموقع على تقدير الذات بين أعزب ومتزوج لصالح أعزب.

- عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة 0.05 في درجة أثر استخدام الموقع على تقدير الذات تبعا لمتغير المؤهل العلمي.

ث- دراسة مؤيد نصيف جاسم السعدي، **فلسفة التواصل في موقع الفيسبوك**[1].

تمحورت إشكالية الدراسة حول الوظيفة الاتصالية لمواقع التواصل الاجتماعي لدى طلبة جامعة بغداد، وتمثلت تساؤلاتها الرئيسة في:

- ما مدى استخدام طلبة جامعة بغداد لموقع الفيسبوك؟

- ما الوظيفة الاتصالية التي تقوم بها المواقع الالكترونية؟

- ما الوظيفة الاتصالية التي يقوم بها موقع الفيسبوك لطلبة جامعة بغداد؟

- هل حقق موقع الفيسبوك التواصل لطلبة جامعة بغداد؟

- ما المحتوى الاتصالي الذي يستخدمه طلبة جامعة بغداد في موقع الفيسبوك؟

[1] مؤيد نصيف جاسم السعدي، **فلسفة التواصل في موقع الفيسبوك**، ألفا للوثائق، قسنطينة،الطبعة الأولى، 2016.

- ما الذي يدفع طلبة جامعة بغداد إلى استخدام موقع الفيسبوك؟

- هل هناك صعوبة في استخدام طلبة جامعة بغداد لموقع الفيسبوك؟

تم إجراء الدراسة على عينة من طلبة جامعة بغداد عددهم 420 طالبا، خلال الفترة الزمنية الممتدة من بداية شهر آذار 2012 إلى نهاية شهر أيار من العام نفسه، واعتمدت المنهج المسحي بالاستعانة بالاستمارة الاستبيانية.

وبعد مقاربة الموضوع نظريا ومنهجيا من خلال التطرق للإرث النظري المتعلق بنظريات الاتصال وبفلسفة التواصل عموما والتواصل عبر شبكات التواصل الاجتماعي، توصلت الدراسة إلى النتائج الآتي ذكر أهمها:

- يعد الفيسبوك من المواقع الالكترونية المهمة لدى الطلبة حيث يستخدمه غالبية المبحوثين. كما يشكل هذا الموقع جزءا هاما من نشاطهم اليومي.

- أظهرت الدراسة أن غالبية المبحوثين تعرفوا على الموقع عن طريق الأصدقاء، كما كشفت أن غالبية المبحوثين يفضلون تصفح الموقع في البيت باعتباره البيئة الأنسب للتواصل.

- دلت نتائج الدراسة أن غالبية المبحوثين لديهم أقل من 50 صديقا، وهذا يشير إلى أن المبحوثين حريصون على أن يكون تواصلهم بالشكل الصحيح.

3- دراسات أجنبية:

أ- دراسة جيسيكا لي ياغ (Jessica Lee Pugh): **الرغبة في التأثير، في ربط وبناء هوية تمثيلية ومثالية دراسة كيفية للفيسبوك وشبكات التواصل الاجتماعي**[1].

وهي دراسة استطلاعية قامت بها باحثة من جامعة كاليفورنيا، لسبر غور العوالم التواصلية عبر الكومبيوتر computer- mediated environement لفهم " كيف يحدد الناس أنفسهم في فضاءاتهم الاجتماعية؟ " حيث تعتبر الدراسة أن الانترنت غيّرت الوجه العام لبناء الهوية من خلال سماحها لمستخدميها عبر العالم بإعادة مفهمة صورهم عن ذواتهم بالانتقال من هويات مؤسسة مكانيا إلى أشكال هجينة ومرنة للهوية.

وعن اختيارها للفيسبوك نموذجا لبناء الهوية الافتراضية اعتبرت الدراسة أن الفيسبوك شبكة اجتماعية رائدة تستحوذ على النصيب الأكبر من المستخدمين النشطين للانترنت، كما أن الخدمات التي يوفرها الفايسبوك من تدوين وألعاب ودردشة والانضمام إلى مجموعات معينة، وغيرها..تعتبر تجارب افتراضية يطوّر من خلالها المستخدمون مفهومهم الذاتي وهوياتهم الملحقة.

كما أن خاصية جدران البروفايل التي يوفرها الفيسبوك تفسح المجال للمستخدم ليكون أكثر تلقائية في التعبير عن ذاته وهويته، فكل صفحة فيسبوكية هي انعكاس لوقت، ولمدارك، ولاهتمامات، وللانتماء السياسي لصاحبها.

وتعتبر الدراسة أن مستخدم الفيسبوك يحاول أن يسوّق الصورة المثالية عن نفسه من خلال مشاركاته واختياراته لتقوية الروابط بين هويته الواقعية وهويته المثالية – المبتغاة ideal desierd identity–

[1] Jessica Lee Pugh, **A qualitative study of the facebook social network**, **the desire of influence**, **associate and construct a representative and ideal identity**, California state University, may 2010

حيث تتحدد الهوية حسب الدراسة بالربط بين تمثلات الشخص لذاته كفرد مستقل بذاته، وطرائقه في التواصل مع الآخرين ومع المجموعات الاجتماعية في علاقات مترابطة.

وفي سبيل استكشاف أعمق للسلوكيات المرتبطة بخلق الهوية ومفهوم الذات اعتبرت الدراسة أن المناهج الكيفية هي الأنسب لتحديد الحوافز الحقيقية لسلوكيات مستخدمي الفيسبوك. وبهذا اتخذت الدراسة من المقابلة أداتها المنهجية، حيث أُديرت المقابلات مع مستخدمي الفيسبوك بشكل مباشر، استغرقت فترة انجازها شهرين، حيث قامت الباحثة بتسجيل المقابلة ثم إخضاعها للتحليل، وتراوحت مدة المقابلة بين 45 و90 دقيقة، ولإثارة النقاش أكثر حول حيثيات بناء الهوية من خلال الفيسبوك يقوم المبحوثون بالإبحار في بروفايلاتهم أثناء وبعد المقابلة. وهي تقنية استهدفت من خلالها الباحثة خلق تفاعلية أكثر في سبيل السماح للمبحوث باسترجاع خبراته والتعمق أكثر في الحوار وفي صورته الفيسبوكية.

وبلغت أسئلة المقابلة 15 سؤالا تدرجت من المستوى السطحي من مثل كم هو عدد أصدقائك في الفيسبوك؟ إلى المستوى الأكثر عمقا من مثل ما مدى تأثيرك على الشبكة؟

وخلُصت الدراسة إلى أنه ومن خلال السياق الاجتماعي للفيسبوك، يمتلك المستخدمون قابلية الكشف عن مواصفات وخصائص لا تتراءى في الظاهر، حيث يُركز المستخدم على جانب معين من جوانب هويته لتطوير شهرته الالكترونية micro- celebrity، ومن هنا بالتحديد تبدأ عملية بناء الهوية الرقمية online- identity construction، وتتطور من خلال دعوة الأشخاص والمعجبين الذين يشتركون في هذه الجوانب، وبهذا تُطور وتُدعّم شبكة الأصدقاء العلاقات المتبادلة لتقدير الذات والانتماء لشبكة الفيسبوك.

ففي البيئة الرقمية يسعى المستخدمون لخلق التأثير، لإشباع الفضول، لخوض مغامرات، وللتواصل والتعلم من خلال الاتصال بالشبكة. وفي هذه التجربة التفاعلية يتمكن المشتركون أكثر من أي وقت مضى من المشاركة والتواصل الرقمي، صانعين بذلك هويات رقمية أكثر تعقيدا وأكثر تمثيلا للعلاقات التي تسم الحياة الواقعية.

ب- دراسة أشلي جينين ولامز (Ashley Jennings Wollam): **الفيسبوك وتشجيع بناء الهوية الأصيلة وغير الأصيلة** [1]

تنطلق الدراسة من كون سياقات الاتصال عبر الكمبيوتر، وعكس وسائط الاتصال السابقة، تمنح للمتواصلين إمكانية التحكّم في هويّاتهم الشخصية بطريقة تدعو إلى التساؤل حول ما هو ممكن وما هو مناسب ولائق في التعبير عن الذات. وترجع هذه النزعة لبناء الهوية عبر مواقع التواصل الاجتماعي حسب الدراسة إلى سهولة استخدام هذه التكنولوجيا، من جهة، ومن جهة أخرى لإحساس الناس الفطري بعمق القوة الدافعة لاستكشاف وبناء هوياتهم، لذا فهم يختارون أسهل السبل لذلك.

وتتوزع الدراسة على أربعة فصول، تناول الفصل الأول علاقة شبكة الفيسبوك بالأصالة والوثوقية، وتناول الفصل الثاني مراجعات أدبية للسياقات التاريخية لشبكة الفيسبوك، فيما تناول الفصل الثالث المقاربة المنهجية للدراسة، فيما خُصّص الفصل الرابع للنتائج.

ولفهم أمثل للعملية الاجتماعية المرتبطة بتمثيل الذات طرحت الدراسة تساؤلين :

- كيف يُعبّر مستخدمو الفيسبوك عن ذواتهم؟

[1] Ashley Jennings Wollam, **facebook encouraging Authentic or Inauthentic Identity Construction,** thesis submitted in partial fulfillment of the requirements of the Research Honors Program in the Department of Communication of Marrietta College, Ohio, April 2008

- هل تشجع العمليات التطبيقية للاتصال communication praxis عبر الفيسبوك هل تشجع أم تُحبط بناء هوية أصيلة؟

وتُحدد الدراسة التعبير عن الذات على أنه عملية قصدية يرمي المرء من خلالها إلى تقديم صورة حسنة عن نفسه بما يرغب أن يراه الآخرون. وتعرض الدراسة مقولة تراها أساس التواجد الرقمي كما نتصل نكون as we communicate, so shall we be، وتعني هذه المقولة تأثير طرق التواصل وحيثياته على هوية الإنسان وكيانه. ثم تعرُج الدراسة إلى مفهوم الحضور عن بعد télé présence وهو مفهوم محوري في عالم الوسائط باعتباره امتدادا للحضور الفيزيائي، ويتلخص حسب ستور steur في نقطتين: هما التفاعليةinteractivity والحيوية vividness فالحيوية هي جوهر أن تكون متواجدا في العالم الرقمي، والتفاعلية هي مقدار سيطرة المستخدم على المحيط الافتراضي.

وفي عرض النتائج تتطرق الباحثة إلى أهمية أن نسأل أنفسنا حول استخدامنا لهذه التكنولوجيا هل كان في الجانب الصائب المرتبط بالقضايا ذات الأهمية، أم أننا أسأنا التصرف بهذه الوسيلة خاصة ما تعلق بالجانب الهوياتي.

حيث أثبتت الدراسة أن الأشخاص يستشعرون ثقل وضغط هوياتهم الحقيقية their real lives ويستخدمون التكنولوجيا كمخدر، ففي الظاهر نحن نستشعر أن التكنولوجيا تُحقّق حاجاتنا الاتصالية، وتُساعدنا على تطوير واكتشاف ذواتنا، والفيسبوك هو أحسن مثال. فالفيسبوك لا يقوم فقط بإشباع احتياجاتنا إنما بتعميقها وتعقيدها.

ت- دراسة فاني جورج (Fanny Georges) التعبير عن الذات والهوية الرقمية مقاربة سيميائية وكيفية لفهم النفوذ الثقافي للويب 0.2 [1]

وهي دراسة سيميائية كمية للتأثير الثقافي للويب2.0 ، فمع ظهور التطبيقات الجديدة للويب 2.0 – المراسلة، مواقع اللقاءات، المدونات، والشبكات الاجتماعية – طورت هذه التطبيقات نموذجا ثقافيا للهوية. ففي عالم التمثلات، ماذا يعني أن تكون حاضراêtre présent ، كيف يتخذ المستخدم وجوده على الشاشة comment l'utilisateur prend-il existence à l'écran ? كيف يتشارك اجتماعيا على الخط؟

في مؤلفه عن مفهوم الحضور من التلغراف إلى التلفاز « la notion du présence du télégraphe à la télévision يذكر جفري سكونس (Jeffry Sconce) أن التطور في تقنيات الاتصال يغير العلاقة مع الآخر، من هنا فإن له أثرا مباشرا على مفهوم الحضور، فالانترنت والاتصال الوسائطي عبر الحاسوب تندرج ضمن استمرارية هذه التغيرات بصفتها جزءا من المحيط الإدراكي والمعلوماتي للمستخدم تنقل الواقع

تعتبر الدراسة أن نموذجا متطورا من الهوية ينحت بضم التاء ويتشكل من خلال تعود الجسم على التفاعل مع الجهاز في عملية تشكيل وإعادة تشكيل، إذن دراسة الهوية في سياق الويب 2.0 يسمح بفهم أعمق كيف تغير الحدود الرقمية نظرتنا إلى ذواتنا، إلى الآخرين وإلى العالم. من هنا اختارت الدراسة مقاربة لا تتفاعل مباشرة مع جمهور المستخدمين حيث يراقب بضم الياء المستخدم عن بعد، واستنادا إلى أعمال D. Peraya واصلت الباحثة دراستها ضمن السيميائية التطبيقية للهوية على الخط، حيث تطلبت معالجة الإشكالية المطروحة فحص بنية تمثل الذات المكونة من علامات ملاحظة على الشاشة تظهر المستخدم، من جهة، ومن جهة أخرى فهم أعمق للطريقة التي بها يندمج

[1] Fanny George, **Représentation du soi et identité numérique, une approche sémiotique et quantitative de l'emprise culturelle du web 2.0** la découverte, Réseaux, 2009/02, n 154, pages 165-193

الإدراك الإنساني ويكيف عمله لتشكيل استمرارية إدراكية معرفية تسمح بانتقال إدراكي طبيعي للعالم الاتصالي الافتراضي .

في الجزء الأول اعتبرت الباحثة تمثل الذات والهوية الرقمية على أنها مجموعة التغييرات البيانية transpositions graphiques والصوتية والبصرية وظيفتها التقنية تحقيق ذاتية الفرد ووضعه في علاقات مع الجماعة، فتمثل الذات يمكن تعريفه على أنه توليفة العلامات الظاهرة على الشاشة والتي تظهر المستخدم وهو جزء من الهوية الرقمية حيث تنسج الهوية من مجموعة العلامات التي يضعها الباحث ومجموعة العلامات التي تقيمها الآلة. فنظام تمثل الذات ليس إلا جزء من الهوية الرقمية، حيث تنسج هذه الأخيرة من مجموع العلامات المعطاة من طرف المستخدم ومجموعة العلامات المقيمة من الجهاز، وهذه الأخيرة هي مظهر من مظاهر التأثير الثقافي.

ولمقاربة هذه الإشكالية نظريا خصصت الباحثة الجزء الأول لتقديم مقاربة مفاهيمية لتمثل الذات والهوية الرقمية، واعتبرت الهوية الرقمية هي تبديل بياني وصوتي وبصري للتمثل الذهني، يشكلها المستخدم في مادة الواجهة، ومفهوم الذات يمكن أن يعزى إلى 3 درجات من التجريد لعملية التفسير ويكثف المشكلة على النحو التالي: كيف يمكن استثمار التمثل التقني في مستوى رمزي؟

ث- **دراسة نويل وآخرون: صورة أكثر تمثيلا من ألف كلمة: تحليل محتوى صور بروفايل الفيسبوك.**[1]

هدفت الدراسة فحص بناء الهوية الرقمية في مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقته بالقواعد الجندرية، وذلك بدراسة صور بروفايل مستخدمي الفيسبوك من الإناث والذكور، بالتركيز على عدد صور ألبوم البروفايل ومحتوى الصورة الرئيسية الموظفة بترميز صور خاصة وتحديد هل محتوى ومقدار الصور يختلف بدرجة معتبرة بين الجنسين؟

[1] Noelle J. Hum, Perrin E. Chamberlin, et al, **A picture is worth a thousand words: A content analysis of Facebook profile photographs**, Computers in Human Behavior, 27 (2011) p 1828-1833 journal homepage: www.elsevier.com/locate/comphumbeh.

وانطلقت الدراسة من مبدأ أن القواعد التي تحكم الانكشاف على الخط مبينة ثقافيا واجتماعيا، فهل تستجيب لها كل المجموعات ذكورا وإناثا بنفس الطريقة؟ فبناء على نظرية الدور الاجتماعي أدوار الجندر يعتد بها عند الحديث عن خلق الانطباعات وبناء الهويات، وسلوكات الحياة الثانية في البيئة الرقمية تختلف حسب الجندر، ففي الحياة الثانية والتي هي بيئة افتراضية تفاعلية، أين يخلق المستخدمون virtual avatars، وُجد أن الإناث أكثر اهتماما بلقاء أشخاص جدد، بالتسوق، بتغيير مظهر avatar أكثر من الذكور.

قليلة هي الدراسات التي اهتمت بالاختلافات الجندرية في صور الفيسبوك خصوصا ما تعلق منها ب facisme والذي هو شكل عبر ثقافي للنمذجة (القولبة) الجندرية والتي تفترض تركيز الذكور على الوجه والرأس، بينما تركز الإناث على كافة الجسد. هذا ما يؤكد على أن الصورة النمطية للجندر تبقى حاضرة حتى وإن كان باستطاعة المستخدمين أنفسهم اختيار الصورة التي تمثّلهم.

اعتبرت الدراسة شبكة الفيسبوك بمثابة مرفق اجتماعي يساعد الناس على الاتصال بفاعلية أكبر، وبإنشاء بروفايل يستطيع أي مستخدم أن ينشر مذكرات notes، صور، روابط، وفيديوهات لتشاركها مع أصدقائه، إضافة إلى المحادثة الآنية، كل هذه العناصر تتوالف لتسمح للمستخدم ببناء هوية يتواصل بها مع الآخرين المتواجدين على الخط.وربما من أهم الأجزاء السالفة الذكر لانكشاف الذات والتعبير عن الشخصية نجد صورة البروفايل والتي تكاد تكون المعيار الأهم الذي يختاره مستخدم للتعبير عن نفسه عبر الشبكة.

وجدير بالذكر أنه مع ظهور شبكات اجتماعية تعتمد على الصور والبروفايلات مثل space My و Facebook، أضحى التعبير عن الذات لا يقتصر على التصوير الكتابي (النصوص الكتابية) بل صارت صورة البروفايل مكونا مركزيا للتعبير عن الذات على الانترنت ومكونا حاسما في نجاح العلاقات critical for renational

success، إذ تشير الكثير من الدراسات أن نسبة 98.7 % من الطلبة ينشرون صورهم الخاصة على الفيسبوك. ورغم أهمية الصورة إلى أن قليلا من الدراسات اهتم بها وحللها، لذا هدفت الدراسة إلى تحري وكشف ماذا ينشر مستخدمو الفيسبوك في صور بروفايلاتهم وإلى أي مدى يختلف محتوى هذه الصور حسب الجندر.

إدراك مدى اجتماعية الأشخاص تتحدد بتحليل الصور والجدران، فبروفايل الفيسبوك إذن ناتج ليس فقط عن المعلومات المتولدة عن الذات، بل ناتج عن توليفة بينها وبين الاستدلالات المكونة من المصادر غير المباشرة للاتصال على الخط...فكرة بناء الذات في بيئة رقمية تؤكد تحقيقات أوسع حول كيف تستعمل الجماعات الفرعية من الشباب المتمدرسين الشبكات الاجتماعية لخلق صورة عن أنفسهم.

السؤال الأول: ما هو محتوى وحجم صور بروفايل الفيسبوك لدى المتمدرسين عينة الدراسة؟

السؤال الثاني: هل يختلف محتوى وحجم صور البروفايل بين الجنسين حسب الجندر؟

شملت عينة الدراسة مستخدمي الفيسبوك الدائمين الذين تتراوح أعمارهم بين 18 و23 سنة متمدرسين وجامعيين وبلغ عددها 150 مستخدما، 40 %منهم ذكور و60%إناث، وحدة التحليل في الدراسة صورة الفيسبوك لدى المستخدم، والفئات الست التي شُفرت هي: الجنس، كمية الصور الشخصية في ألبوم المستخدم، مستوى النشاط البدني والصراحة ومستوى الملاءمة/ القبول، وعدد الموضوعات، مستوى النشاط البدني وعدد الموضوعات ذات أهمية معتبرة على اعتبار أنها تعكس نظرية الدور الاجتماعي، أما عن الصراحة ومستوى القبول فهي تعكس الأهمية المتزايدة التي تعكسها المعلومات الشخصية للمستخدم في تشكيل الانطباعات المهنية، أما كمية الصور فتعكس إلى أي مدى يهتم المبحوثون بهوياتهم الافتراضية المتعددة والمتنوعة.

ج- دراسة جان غين كيم (Junghyun Kim)، وجون اين روزلين لي (Jong-Eun Roselyn Lee): **الفيسبوك طريق السعادة: تأثير عدد أصدقاء الفيسبوك والتعبير عن الذات على الرضى والسعادة الذاتية.**[1]

هدفت الدراسة إلى معرفة ما مدى وكيف يرفع الفيسبوك من معدلات الرفاه الذاتي لدى طلاب الجامعات من خلال فحص عدد الأصدقاء في موقع الفيسبوك واستراتيجيات التعبير عن الذات.

انطلقت الدراسة من الفرضيات الآتي ذكرها:

- هناك علاقة ارتباطية إيجابية بين عدد أصدقاء المستخدم ومعدل الرفاه/ الرضى الذاتي.
- التعبير الإيجابي عن الذات لديه تأثير إيجابي على معدل الرفاه/ الرضى الذاتي للمستخدم.
- التعبير عن الذات بمصداقية لديه تأثير إيجابي وغير مباشر على معدل الرفاه/ الرضى الذاتي للمستخدم.

ولفحص صحة الفرضيات من عدمها تم بناء استمارة استبيانية وزعت على طلبة التدرج وبلغ عددهم 400 طالبا.

حيث تم سؤال المبحوثين عن عدد أصدقائهم في الفيسبوك، وتم قياس التعبير الإيجابي عن الذات من خلال بناء مقياس يتضمن عبارات عن الجوانب الإيجابية للشخص من مثل أنشر الصور التي تظهر الجانب المشرق فيّ، أو أتجنب أن أكتب حول الأشياء السلبية التي تحدث لي، وتم قياس هذه العبارات من خلال مقياس ليكرت خماسي الدرجات.

[1] Junghyun Kim, and Jong-Eun Roselyn Lee, **The Facebook Paths to Happiness: Effects of the Number of Facebook Friends and Self-Presentation on Subjective Well-Being,** CYBERPSYCHOLOGY, BEHAVIOR, AND SOCIAL NETWORKING Volume 14, Number 6, 2011

ح- دراسة نيكول إليزون (Nicole B. Ellison) ، شارل ستانفيلد (Charles Steinfield)، كليف لامب (Cliff Lampe): **مزايا الأصدقاء عبر الفيسبوك: الرأسمال الاجتماعي واستخدامات الطلبة لمواقع التواصل الاجتماعي.**[1]

هدفت الدراسة إلى فحص العلاقة بين استخدام الفيسبوك- بصفته الشبكة الاجتماعية الأكثر شعبية- وتكوين وتعزيز الرأسمال الاجتماعي، فبالإضافة إلى تحديد نوعي الرأسمال الاجتماعي التجسيري والترابطي bonding and bridging social capital، وظفت الدراسة بعدا آخر للرأسمال الاجتماعي يحدد قابلية الفرد في أن يبقى متصلا بأعضاء جماعة افتراضية محددة مسبقا وهذا ما سميناه الرأسمال الاجتماعي المعزز أو المحافظ عليه maintained social capital.

شملت الدراسة 286 طالبا جامعيا، وتوصلت الدراسة إلى وجود علاقة ارتباط وثيقة باستخدام الفيسبوك والأنواع الثلاثة للرأسمال الاجتماعي، كما توصلت الدراسة إلى أن استخدام الفيسبوك يتفاعل مع معايير الرفاه النفسي psychological well-being واقترحت الدراسة أنه يمكن للفيسبوك أن يكون ذا فائدة عظيمة للمستخدمين الذي يعانون من نقص في تقدير الذات أو ضعف في معدلات الرضى عن الحياة.

في إطار السجالات التي تطرحها العلاقة بين الفيسبوك والرأسمال الاجتماعي والتي تتعدد بين من يرى في الانترنت مهددا للرأسمال الاجتماعي بصفته الواقعية بتهديدها للعلاقات الاجتماعية والاتصال وجها لوجه، وبين من يرى على العكس من ذلك أن الانترنت تعزز وتقوي الرأسمال الاجتماعي في إطار التفاعلات التي تحدث بين المتفاعلين. في هذا الإطار وضعت الدراسة الفرضيات التالية:

[1] Nicole B. Ellison, Charles Steinfield, Cliff Lamp ; The Benefits of Facebook ‘‘Friends:’’ Social Capital and College Students’ Use of Online Social Network Sites, Journal of Computer-Mediated Communication 12 (2007) 1143–1168 ª 2007 International Communication Association

- كثافة استخدام الفيسبوك ترتبط إيجابيا بإدراك الأفراد للرأسمال الاجتماعي الممتد.

- كثافة استخدام الفيسبوك ترتبط إيجابيا بإدراك الأفراد للرأسمال الاجتماعي الممتد.

- العلاقة بين الاستخدام المكثف للفيسبوك والرأسمال الاجتماعي الممتد تختلف حسب درجة تقدير الذات لدى الفرد، وحسب درجة رضى الفرد على الحياة.

- تختلف العلاقة بين الاستخدام المكثف للفيسبوك والرأسمال الاجتماعي الترابطي حسب تقدير الذات لدى الفرد، وحسب درجة رضى الفرد على الحياة.

- كثافة استخدام الفيسبوك ترتبط إيجابيا بإدراك الأفراد للرأسمال الاجتماعي المصان.

وقدمت الدراسة عرضا لأنواع الرأسمال الاجتماعي التي عرضها بوتنام وهي الرأسمال الاجتماعي الممتد والرأسمال الاجتماعي الترابطي وأضافت بعدا إضافيا آخر للرأسمال الاجتماعي عبر الانترنت يتعلق بالحفاظ على الارتباطات القيمة على تقدم الفرد مع متغيرات الحياة وأطلقت على هذا المفهوم اسم الرأسمال الاجتماعي المصان /المحفوظ maintained social capital، حيث يسمح هذا المفهوم بمعرفة ما إذا كانت الشبكات الاجتماعية وتطبيقاتها تسمح للمتفاعلين عبرها بالحفاظ على الاتصال الاجتماعي بعد حدوث التباعد الجسدي

تمثلت عينة الدراسة في طلبة جامعة Michigan State University (MSU)، بلغ عددها 800 طالبا وطالبة وتم توزيع الاستمارة عبر البريد الالكتروني في شهر أفريل2006

توصلت الدراسة إلى أن هناك ارتباطا وثيقا بين استخدام الفيسبوك والرأسمال الاجتماعي خاصة التجسيري منه، حيث أظهرت الدراسة أن استخدام الانترنت لوحده لا يزيد من تراكم رأس المال الاجتماعي في حين أن

الشبكات الاجتماعية والفيسبوك منها على الخصوص تساهم في تقوية والزيادة في رأس المال الاجتماعي، على اعتبار أنها تساهم وبشكل كبير في إبقاء الناس على اتصال ببعضهم.

خ- دراسة فاني جورج (Fanny George): **الاتصال الوسائطي عبر الحاسوب: عملية هوياتية مؤتمتة: نحو هوية مختلطة.**[1]

في الجزء الأول قامت الباحثة بوضع الهوية الرقمية في إطارها التاريخي لتوضيح التحول الإيديولوجي للبراديغم الهوياتي المؤتمت من حرية تمثيل الذات في الويب 1 نحو تهديد استهواء البيانات الشخصية في الويب الحالي. وفي الجزء الثاني قامت باستعراض النموذجين اللذين شكلتهما لتحليل هذه الظاهرة مع مؤشرات للتحليل الكيفي.

واعتبرت الدراسة أن رهانات تمثل الذات الرقمية والهوية الرقمية متعاظمة، حيث لا يتوقف الأمر عند مساءلة مخاطر الانغلاق في الافتراضي فحسب، بل في اعتبار كيف تتوسط الأجهزة التفاعلية الحياة اليومية والعلاقات الاجتماعية في إطار اتصال وهوية مختلطة أين يشكل الافتراضي والواقعي سياقا اتصاليا متجانسا، كيف تعيد التكنولوجيا الأخيرة للويب كيف تعيد تشكيل السياقات والإنتاجات والاستخدامات الاتصالية؟

فإذا كانت السيطرة على الذات في الانترنت تحدثنا عن المعاناة أو الصعوبة التي يجدها الفرد المعاصر في أن يكون ذاتا قادرة على رفع تحدي تسيير هويتها، هذه الصعوبة المتزايدة لحماية الهوية ألا تولّد معاناة أخرى؟ ألا يمكننا أن نفكر في بروفايلات المستخدمين في حد ذاتها بصفتها مشاركة في اقتصاد داخلي لبراديغم اتصالي جديد يفرض تموضعات إداركية واجتماعية جديدة؟ ما هي الرهانات التي تطرحها هذه الوسائط الرقمية للأنا على الاتصال الإنساني؟

[1] Fanny George, **Communication médiée par ordinateur : un processus identitaire informatisé, vers une identité mixte, http://culture.numerique.free.fr/publications/ludo10/georges_ludovia2010.pdf**

وفي إطار تحليل تأثير أجهزة التعريف بالذات الرقمية على المجتمع قامت الباحثة بتحديد مستويين للبحث: المستوى الأول يسائل بناء تركيب الأجهزة على صورة الذات ويتعلق بالهوية الخاصة l'identité personnelle أو كيف يساهم استعمال الأجهزة التفاعلية في بناء الذات؟ ويتعلق المستوى الثاني للبحث بالهوية الرقمية الاجتماعية ويسائل تأثير الأجهزة على تقديم الذات المرقمنة أو كيف تدعو الأجهزة التفاعلية المستخدم لأن يقدم نفسه بطريقة معينة؟

أظهرت نتائج الدراسة نفوذا معتبرا لأدوات الاتصال الوسائطي على الصورة التي نعطيها للآخر والصورة التي لدينا عنه حيث يتداخل ويتكثف بناء الصورة عن الذات والعلاقات الاجتماعية عبر الويب من خلال ممارسات استهلاك الاتصال.

مناقشة عامة وتعقيب على الدراسات السابقة:

توصلت معظم الدراسات إلى أن الشباب أكثر شريحة مستخدمة للانترنت وللشبكات الاجتماعية على وجه الخصوص، ويعد الفيسبوك **الشبكة الاجتماعية رقم واحد** حسب كافة الدراسات المحصل عليها والتي اعتبرت في معظمها الفيسبوك وسيطا لإبراز الذات ونسج علاقات جديدة أو تعزيز تلك القائمة فانضمام الشباب للمجتمعات الافتراضية والشبكات الاجتماعية يكون بدوافع متعددة يأتي الحوار وتبادل الآراء بالدرجة الأولى، ثم الاتصال والإعلام ونسج علاقات أو تعزيز العلاقات القائمة، كما تأتي رغبة الأفراد في إثبات الذات وتقديم الذات للآخرين في قائمة دوافع الاستخدام.

وقد عالجت معظم هذه الدراسات علاقة الشبكات الاجتماعية بعنصر مهم هو الهوية، وأظهرت في معظمها أن عرض الذات وتمثلها في الفضاء الافتراضي يمثل رهانا اجتماعيا حقيقيا بالنسبة للمستخدمين، فتمظهرات الهوية

الرقمية في الفضاء الافتراضي تعد انعكاسا مباشرا لتمثلات جزء بسيط من الذات الفاعلة في الواقع، سواء من حيث طبيعة قيمها أو تصوراتها التي تؤسس وجودها الاجتماعي والرقمي على حد سواء.

وخلصت معظم الدراسات إلى أن التمازج بين الذوات الافتراضية والذوات الفعلية له انعكاساته على طبيعة الهوية الفردية، فالهوية الافتراضية هي إما **انعكاس** للهوية الحقيقية، بتصريح المستخدم ببياناته الحقيقية، أو **امتداد** لها، بربطها بالهوية الحقيقية عن طريق الاسم المستعار الذي يكون له دلالات شخصية غالبا وكذا وضع صور رمزية واتخاذ شعارات تحمل التوجه الفكري للمستخدم، أو **نقيضا** للهوية الحقيقية وهي في هذه الحالة تعكس حرص المستخدم على أداء دور افتراضي لعدم قدرته على القيام به في الحياة الواقعية، فهذه الهوية الافتراضية المستحدثة لم تُخلق من فراغ، إنما الأمر يتعلق في الغالب بذوات تسعى إلى تحقيق رغبات وتطلعات أقصتها الحياة الفعلية ومنعتها من التحقق. أو رغبة في **تقمص** شخصيات غير شخصياتهم، لاستكشاف شخصيات الآخرين ولعب أدوارهم الاجتماعية.

أما من حيث المناهج المستخدمة فقد غلب على الدراسات العربية المنهج الكمي بتوظيف الاستمارات الاستبيانية، في حين توجهت الدراسات الأجنبية نحو توظيف مناهج ومداخل جديدة من مثل المنهج الكيفي والمقاربات السيميائية في سبيل استكشاف أعمق للسلوكيات المرتبطة بخلق الهوية ومفهوم الذات عبر الفيسبوك، على اعتبار أن المناهج الكيفية هي الأنسب لتحديد الحوافز الحقيقية لسلوكيات مستخدمي الفيسبوك من خلال توظيف المقابلات الاثنوغرافية لفحص بنية تمثل الذات الافتراضية،ولفهم أعمق للطريقة التي بها يندمج الإدراك الإنساني ويكيف عمله لتشكيل استمرارية إدراكية معرفية تسمح بانتقال إدراكي طبيعي للعالم الاتصالي الافتراضي.

المبحث الثالث: الإطار المنهجي للدراسة.

1- منهج الدراسة وأدوات جمع البيانات:

أ- منهج الدراسة: إن اختيار منهجية عمل ليست قرارا تقنيا يتخذه الباحث وإنما اختيار يعكس إلى حد ما النوايا التي تسبق البحث وتحدد على نحو معين نمط أو نوع المعلومات التي سيتم جمعها والاستنتاجات التي سيتم استنباطها، لذلك من المهم توضيح المسعى المنهجي الذي تتبعه أي دراسة. فالأهداف المسطّرة للبحث تُحدّد بصفة قبلية المنهج المراد استخدامه والذي يضمن إحاطة عميقة بالموضوع والوصول إلى نتائج أصدق.

وبما أن موضوع دراستي يتعلّق بأشكال التعبير عن الهوية لدى عينة من مستخدمي شبكة الفيسبوك، حيث تندرج الدراسة ضمن البحوث الاستطلاعية التي تهدف إلى استكشاف الظروف المحيطة بظاهرة استخدام الشبكات الاجتماعية من طرف المستخدمين الجزائريين، وهي دراسة تتناول موضوعا جديدا لا تتوافر عنه معلومات وبيانات كافية، في محاولة لجمع بعض المعلومات عن المجتمعات الافتراضية وعن هويات الأفراد الذين ينخرطون عبرها في التفاعل الافتراضي وعن طرائقهم في التعبير عن هوياتهم وتمثلاتهم لهوياتهم الافتراضية وتواصلهم عبر هذه الهويات في العالم الرقمي. فإنها تندرج ضمن الدراسات الوصفية التي تقوم برصد ومتابعة دقيقة لظاهرة أو حدث معين بطريقة كمية أو نوعية في فترة زمنية معينة أو عدة فترات، من أجل التعرف على الظاهرة أو الحدث من حيث المحتوى والمضمون، والوصول إلى نتائج و تعميمات في فهم الواقع و تطويره[1]

ومن أهم المناهج التي تعتمد عليها البحوث الوصفية في جمع بياناتها نجد المنهج المسحي والذي سيتم اعتماده في هذه الدراسة على اعتباره من المناهج الأساسية بل وأكثرها شيوعا في البحوث الوصفية، فالدراسات المسحية هي

[1] ربحي مصطفى عليان، عثمان محمد غنيم، **أساليب البحث العلمي**، عمان، دار صفاء للنشر و التوزيع، 2008، ص52.

دراسات شاملة مستعرضة ومحاولة منظمة لجمع البيانات وتحليل وتفسير وتقرير الوضع الراهن لموضوع ما في بيئة محددة ووقت معين، كما أنها تهدف إلى الوصول إلى بيانات يمكن تصنيفها وتفسيرها وتعميمها وذلك للاستفادة منها.[1] ويعرّف المنهج المسحي أيضا على أنه طريقة لاكتشاف العلاقات الناتجة عن تداخل عدد من المتغيرات التي تؤثر سلبا أو إيجابا على الظاهرة مما يتطلب تقصي الحقائق عنها وذلك بإجراء مسح شامل لمجتمع البحث أو مسح بالعينة[2]. وهو بهذا المنهج الأنسب لدراسة العلاقات الناشئة عبر الاتصال عبر الشبكات الاجتماعية، وعلاقتها بالبناء الهوياتي لدى الشباب من مستخدمي الفيسبوك، وتأثيرات هذه الممارسة الاتصالية على الفرد المستخدم إيجابا أو سلبا، حيث يمكّن هذا المنهج من الحصول على بيانات كمية مباشرة من العينة المبحوثة: بنائها وتركيبتها الديمغرافية والاجتماعية والثقافية والأشكال التي تتخذها في سبيل التعبير عن ذاتها عبر الشبكة.

ب- أدوات جمع البيانات: إن نجاح أي بحث علمي يتوقف على مدى فعالية الأدوات البحثية الموظّفة في جمع البيانات، فقد يستخدم الباحث أكثر من طريقة أو أداة لجمع المعلومات حول مشكلة الدراسة والإجابة عن تساؤلاتها. ولطبيعة الدراسة التي تتناول أشكال التعبير عن الهوية لدى الشباب الجزائري، فإني سأعتمد على الأدوات البحثية الأتي ذكرها:

أ- الملاحظة: الملاحظة في البحث العلمي هي مشاهدة الظاهرة محل الدراسة عن كثب، في إطارها المتميز ووفق ظروفها الطبيعية حيث يتمكن الباحث من مراقبة تصرفات وتفاعلات المبحوثين ومن التعرف على أنماط وطرق معيشتهم ومشاكلهم اليومية.[3] وبهذا فهي تتيح للباحث تفحّص الجوانب المبحوثة في الظاهرة عن قرب في إطار ظروفها

[1] فاطمة عوض صابر، ميرفت علي خفاجة، **أسس و مبادئ البحث العلمي**: الإسكندرية، مكتبة و مطبعة الإشعاع الفنية، 2002، ط1، ص98.

[2] محمد زيان عمر ،**البحث العلمي : مناهجه وتقنياته** ،ط4، الجزائر :ديوان المطبوعات الجامعية ،1983 ،ص117

[3] أحمد بن مرسلي، **مناهج البحث في علوم الإعلام والاتصال**، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، ط3، 2007، ص203.

الطبيعية العادية غير المصطنعة. وفي دراستي هذه وظفت الملاحظة أولا في قراءة النسب المرتفعة لاستخدام شبكة الفيسبوك لدى الشباب الجزائري، وبالتالي فإن الاستخدام الواسع لهذه الشبكة أثار ويثير بعض الإشكالات المتعلقة بالممارسات الهوياتية، من هنا قمت بالملاحظة من خلال معاينة هذه الممارسات الهوياتية عبر الشبكة، وملاحظة مدى تعددها وتنوعها، فبعضها ببيانات شخصية واقعية، وبعضها الآخر ببيانات افتراضية بعيدة كل البعد عن الحقيقة، مما يدفع للتساؤل حول هذه الممارسات ومدى صدقيتها وتأثيرها على التمثل الهوياتي للفرد المستخدم.

ب- الاستمارة: في إطار المنهج المسحي تُوظّف الدراسة أداة الاستمارة كأداة أساسية لجمع البيانات والمعطيات الميدانية، وتعرّف الاستمارة على أنها تقنية مباشرة للتقصي العلمي تستعمل للأفراد وتسمح باستجوابهم بطريقة موجهة والقيام بسحب كمي بهدف إيجاد علاقات رياضية والقيام بمفارقات رقمية[1]

وتعتبر استمارة الاستبيان من أدوات البحث الشائعة الاستعمال في العلوم الإنسانية وخاصة علوم الإعلام والاتصال، كونها تسمح بالحصول على معلومات دقيقة عن موضوع البحث، وتستمد الاستمارة أهميتها من كونها تجمع أهم محاور الدراسة في شكل مجموعة من الأسئلة تُوجّه إلى أفراد العينة، فهي أسلوب جمع للبيانات يستهدف استشارة الأفراد المبحوثين بطريقة منهجية ومقننة ويسمح بتقديم الحقائق والآراء والأفكار[2]

وتضمنت استمارة الدراسة 30 ثلاثين سؤالا موزعة على خمسة محاور.

- **المحور الأول:** ويتعلق بالبيانات الشخصية للمبحوثين مثل السن والنوع والمستوى التعليمي.

[1] Maurice Angers, initiation **pratique à la méthodologie des sciences humaines**, Alger, Casbah éditions, 1997, p204

[2] محمد عبد الحميد، **دراسة الجمهور في بحوث الإعلام**، بيروت، عالم الكتب، 1993، ص248.

- **المحور الثاني**: ويتعلق بتمثلات الشباب محل الدراسة لموقع الفيسبوك، وتضمن أربعة أسئلة، تضمنت عبارات تعبر عن الصورة الذهنية التي يمتلكها الشباب عن موقع الفيسبوك من خلال مقياس الاتجاه ثلاثي الدرجات موافق محايد معارض يعبر عبرها المبحوث عن رأيه.

- **المحور الثالث**: عادات وأنماط استخدام الفيسبوك لدى العينة محل الدراسة، وتضمن سبع أسئلة تقيس التوزيع الزمني لاستخدام الفيسبوك، والعلاقة التي تربط المستخدم بالموقع والتفاعلات التي تحدث أثناء الاتصال عبره.

- **المحور الرابع**: وتضمن أسئلة تتعلق بالتعبير عن الذات عبر الموقع من خلال مؤشرات عدد الأصدقاء في الموقع، معاني الاسم الذي يتواصل به المبحوث، دلالات الصورة والبيانات المعطاة.

- **المحور الخامس**: وتمحور حول تمثلات الذات الافتراضية وامتداداتها، وتضمن أسئلة تقيس علاقة شخصية المبحوث الافتراضية بشخصيته الواقعية من خلال عبارات ثلاثية.

تحكيم الاستمارة: تم تحكيم الاستمارة من أجل التأكد من ملاءمة أسئلتها وصلاحيتها لقياس ما أرادت الباحثة قياسه بطريقتين، الأولى: إرسالها إلى مجموعة من الباحثين المتخصصين في المجال لمعرفة آرائهم والاستفادة من ملاحظاتهم، حيث تم تحكيمها من قبل أساتذة مختصين في علوم الإعلام والاتصال[1]*

كما تم تجريب الاستمارة على عينة قوامها 20 مبحوثا لمعرفة مدى وضوح الأسئلة وصلاحيتها للتطبيق من خلال فهم المبحوثين للأسئلة وقدرتهم على الإجابة عليها، وكذا معرفة المتوسط الزمني للإجابة.

* الأساتذة المحكمون هم: الأستاذ الدكتور عبد الله بوجلال جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية قسنطينة، الأستاذ بوبكر عواطي جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية قسنطينة، الأستاذ فوضيل دليو جامعة قسنطينة، الأستاذ أحمد عبدلي جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية قسنطينة. الأستاذ علي قسايسية جامعة الجزائر، الأستاذ جمال العيفة جامعة عنابة، الأستاذ بوعلي نصير جامعة الشارقة.

وقد استعنت في البداية بالاستبيان الالكتروني، ووظفت نظام الاستبيان الالكتروني Google Forms من خلال خدمة Google drive التي تقدم خدمة عمل ملفات نصية واستبيانات، وتمكن للمشتركين فيGoogle ولديهم بريد الكتروني في الموقع من الدخول في خدمة drive وإنشاء استبيان الكتروني.[1]* ولضعف خدمة الانترنت في المنطقة التي أسكن بها، وما يستتبعها من تأخر في الدراسة وجمع المعطيات تم العدول عن التوزيع الالكتروني واستعنت بالطريقة التقليدية عن طريق التوزيع اليدوي للاستمارات.

2- مجالات الدراسة:

يعتبر مجال الدراسة خطوة أساسية في البناء المنهجي لأي بحث علمي، كونه يساعد على قياس وتحقيق المعارف النظرية في الميدان، ويتفق أهل مناهج البحث الاجتماعي أن لكل دراسة ثلاثة حدود رئيسية وهي : المجال الجغرافي، والمجال الزمني ،والمجال البشري.

أ- المجال الجغرافي: تمثل المجال الجغرافي للدراسة في ولاية سطيف، حيث وبعد العدول عن التوزيع الالكتروني لأسباب تقنية اقتصرت الدراسة على الحدود الجغرافية لولاية سطيف واعتبرت كل مستخدم للفيسبوك ضمن الفئة العمرية المحددة مفردة بحثية، وبهذا تم توزيع الاستمارة يدويا على 6 دوائر مختارة بطريقة عشوائية وهي: دائرة بوقاعة، دائرة عموشة، دائرة بوعنداس، دائرة العلمة، دائرة سطيف، دائرة عين الكبيرة.

ب- المجال البشري: يتمثل المجال البشري للدراسة في الشباب الجزائري، حيث تتخذ الدراسة الشباب عينة للبحث على اعتبار أنها أكثر الفئات ولوجا لعالم الانترنت وتفاعلا مع تطبيقاتها وتماهيا مع خصوصياتها التفاعلية

[1]* رابط الاستبيان هو https://docs.google.com/forms/d/1GyiayI94_bU9JX9BdU1WyurfP-7axqy0isxGQ0oyKv4/edit

الافتراضية، وقد اعتمدت الدراسة متغير السن في اختيار العينة، واعتمدت الفئة العمرية 15 و35 سنة وهذا ما يتفق عليه معظم الباحثين في الدراسات الديمغرافية عن الشباب.

ت- **المجال الزمني**:تم إجراء الدراسة الميدانية خلال سنة 2016، إذ بعد الانتهاء من الاستمارة في صورتها النهائية بعد استشارة المحكمين وتعديل ما طلبوا تعديله، شرعت في توزيع الاستمارة في شهر أفريل 2016، واستغرقت العملية ثلاثة أشهر كاملة، بعدها قمت بعملية تفريغ البيانات وتحويل المعلومات الكيفية إلى بيانات كمية قابلة للعد والقياس، ثم مرحلة صب البيانات الكمية في جداول إحصائية، وأخيرا عملية تحليل تلك البيانات واستخلاص النتائج.

3- مجتمع البحث وعينة الدراسة:

مجتمع الدراسة هو كافة وحدات أو مفردات الظاهرة المدروسة في منطقة معينة، لذا فمجتمع الدراسة لدينا هو كل مستخدمي الفيسبوك من الشباب والذين يمتلكون هوية افتراضية يتواصلون من خلالها في الفضاء الافتراضي.

- **وحدة العينة:** يتكون مجتمع الدراسة من مجموعة وحدات، وتختلف وحدة العينة باختلاف أهداف البحث، ويتوقف تحديدها على الصفات الأساسية التي تتوفر عليها خدمة للغايات الأساسية من البحث، ووحدة العينة في هذه الدراسة هي الشاب الجزائري الذي يتراوح عمره بين 15 و35 سنة والذي يملك حسابا وهوية فيسبوكية.

- **نوع العينة** : تُعرّف العينة على أنها "اختيار جزء صغير من وحدات المجتمع اختيرا عشوائيا أو منظما أو قصديا، ليُشكّل هذا الجزء المادة الأساسية للدراسة"[1] حيث يُراعى في هذا الاختيار بعض الاعتبارات والقواعد العلمية التي تجعل منه ممثلا للمجمع المدروس، وتعطي نتائج البحث صدقا وقابلية للتعميم.

[1] أحمد بن مرسلي، **مناهج البحث في علوم الإعلام والاتصال**، الجزائر، ديوان المطبوعات الجامعية،ط2، 2005، ص170.

ولطبيعة الدراسة المرتبطة بالتعبير عن الهوية عبر شبكة الفيسبوك، ولخصوصية مجتمع البحث ممثلا في الشباب الجزائري، والذي يصعب الوصول إلى كافة مفرداته فإن عينة الدراسة من النوع **العمدي القصدي** ويستخدم هذا النوع من العينات في الأبحاث ذات المجتمعات الواسعة التي لا يمكن حصر جميع مفرداتها في شكل قوائم- لاستحالة هذا الحصر أو لضخامة تكاليف إنجازه من حيث الوقت والإمكانات المادية- [1]

والعينة القصدية أو العمدية هي التي يقوم فيها الباحث باختيار مفرداتها بطريقة تحكمية لا مجال فيها للصدفة، بل يقوم هو شخصيا بانتقاء المفردات الممثلة أكثر من غيرها لما يبحث عنه من معلومات وبيانات، وهذا لإدراكه المسبق ومعرفته الجيدة لمجتمع البحث ولعناصره الهامة التي تمثله تمثيلا صحيحا، وبالتالي لا يجد صعوبة في سحب مفرداتها بطريقة مباشرة.[2] وهناك عدد من الأسباب دفعتني لاختيار هذا النوع من العينات:

- لأن دراستي تتمحور حول أشكال التعبير عن الذات عبر الفيسبوك وبالتالي فهي تتمحور حول مستخدمي الفيسبوك والذين لديهم هويات افتراضية، وبالتالي حري بي أن أختار عينة من مستخدمي موقع الفيسبوك تحديدا.

- توفر العينة القصدية للباحث بيانات ومؤشرات تكون دقيقة وكافية لاستخدامها في دراسات أخرى ذات علاقة بالموضوع.[3]

- دقة ومصداقية المعلومات التي يعطيها المبحوث بنفسه لأنه معني بالأمر، مما ينعكس إيجابيا على مضمون الرسالة بشكل عام.

---

[1] Maurice Angers, initiation **pratique à la méthodologie des sciences humaines,** op cit, p95.

[2] أحمد بن مرسلي، مناهج البحث في علوم الإعلام والاتصال، ص 197.

[3] مؤيد نصيف جاسم السعدي، **فلسفة التواصل في موقع الفيسبوك**، ألفا للوثائق، قسنطينة، الجزائر، الطبعة الأولى، 2016.ص188

- **حجم العينة:**

تؤثر مجموعة من العوامل في تحديد حجم العينة منها درجة التجانس في المجتمع الأصلي، حيث يقلُّ حجم العينة في حالة تجانسه، أما في حالة تباينه فيتحتم أن تكون العينة كبيرة للتقليل من خطأ الصدفة، وبناء على أن اختيار مفردات العينة القصدية لا يعتمد التمثيل وفق الحجم الأصلي، إنما يتحدد طبقا للأهداف الأساسية من البحث، وفي حدود الإمكانات المادية والزمنية المتاحة للباحث، مع الاستعانة من ذوي الخبرة والاختصاص، وبعد استشارة ذوي الاختصاص والقراءة والإطلاع على الدراسات السابقة تحدد حجم العينة في 400 مفردة.

4- طرق تحليل البيانات والمعاملات الإحصائية المعتمدة:

في سبيل الإجابة عن تساؤلات الدراسة وتحليل البيانات وربطها بالمتغيرات السوسيودمغرافية المعتمدة بقياس العلاقات الارتباطية بين مفردات البحث ومتغيرات النوع والسن وغيرها تم اعتماد مجموعة من الأساليب الإحصائية هي:

- التكرارات والنسب المئوية لكل جدول.
- المتوسط الحسابي: ويتم بحساب مجموع القيم وقسمتها على عددها.
- كا مربع لاختبار دلالة الفروق: واستخدمته لمعرفة الفرق المعنوي بين المتغيرات المختلفة، أي بين البيانات الفعلية المحصل عليها، والبيانات المفترضة.
- متوسط شدة الاتجاه.

تناولنا في الفصل الأول الموسوم ب"الإطار المفاهيمي والمنهجي للدراسة" إشكالية الدراسة، والتساؤلات التي تثيرها وتسعى للإجابة عنها،ثم بيّنا الإطار العام لها والمبررات التي تعطي للبحث الشرعية العلمية والمشروعية البحثية والأهمية، ثم حددنا المفاهيم الأساسية للبحث بطريقة منهجية تبتدئ بالمعنى اللغوي ثم الاصطلاحي لتصل إلى المعنى الإجرائي الذي يخدم غايات البحث وأهدافه، ثم عرجنا إلى مبحث الدراسات السابقة والمشابهة التي تثري وتخدم موضوع بحثنا، ليختتم الفصل ببيان الإجراءات المنهجية للدراسة وأدواتها التطبيقية والتي تمثلت في المنهج المسحي الوصفي وأدواته الملاحظة العلمية وأداة الاستمارة الاستبيانية، ثم تحديد مجتمع الدراسة ونوع العينة المختارة، وأخيرا المعاملات الإحصائية المستخدمة في البحث.

جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية

الفصل الثاني:

الهوية والهوية الافتراضية: بعض المقاربات.

المبحث الأول: الهوية حفر في دلالات المفهوم.

1- وضع مفهوم الهوية في سياقاته اللغوية والفكرية والفلسفية.

2- الانزياح من الهوية الوجود إلى الذات بمفهومها الحديث.

المبحث الثاني: الهوية الافتراضية: تمظهراتها، تصنيفاتها ورهاناتها.

1- الهوية عبر شبكات التواصل من التنشئة إلى البناء.

2- الهوية الفردية بين التصور الرمزي والواقع الافتراضي.

3- الهوية/الهويات الرقمية..بعض التصنيفات.

4- الهويات الافتراضية والتلاعب الهوياتي أي دور للتنشئة؟

5- الفيسبوك، نافذة الانفتاح الهوياتي.

6- الهوية على الخط والذات الرقمية...رهانات متزايدة.

جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية

يحتدم الجدل في شأن طبيعة الهوية الإنسانية ونمط اشتغالها، من أين تأتي هوية الشخص؟ هل يمكنه أن يختار هويته؟ أم أنها أمر يخصه به الآخرون؟ وهل تستمد من خصائص داخل الشخص فتكون الأنا معيارا لتحديد الهوية؟ أم أن معيارها هو الآخر، حيث يدرك الفرد ذاته من خلال الآخر؟ كيف تتموضع الهوية في سائر التخصصات العلمية من فلسفة وعلم اجتماع وعلم نفس؟ هل مصدر الهوية الرئيس نفسي أم بيولوجي أم فكري أم ثقافي؟ هل الهوية انعكاس لسمات طبيعية أم بناء اجتماعي؟ما هي أهم العوامل المساهمة في تشكيل هوية الشخص؟ وهل الهوية أمر مستقر ثابت أم مسألة متغيرة متعددة؟

وفي سياق التحالفات بين التقنية والثقافة، والتي ساهمت في تعميق الهوية بين عناصر الهوية، بفعل الطبيعة التفكيكية التي تتأسس عليها الرؤية الحداثية المعاصرة، هل يمكن الحديث عن هوية فردية (ذات) جديدة الكترونية مختلفة عن الهوية الفردية التي تتشكل في الحياة الاجتماعية؟ وبتعبير آخر هل نحن في الشبكة بخلاف ما نحن عليه في حياتنا الاجتماعية؟

يمكن لقائمة الأسئلة حول الهوية أن تزداد طولا واتساعا باتساع الحقول المعرفية والمفاهيمية والإشكالية التي تطرحها لفظة هوية، ويكفي أن نشير إلى ما هو واضح : إن الهوية مكون أساس من مكونات الذاتية الإنسانية إذ تقع الهوية في قلب الصراعات الأبدية الهادفة إلى محاولة القبض على تعريف نهائي للإنسان.

عن هذه الإشكالات وفي هذا السياق يروم الفصل الآتي البحث في الهوية وعن الهوية وحول الهوية، من خلال الحفر في مقارباتها اللغوية والفلسفية والنفسية والاجتماعية، ثم البحث عن سياقات التغيير التي طرأت عليها في خضم الاتصال الشبكي والشبكات الاجتماعية وكيف تحولت الهوية من وعي الفرد بذاته إلى ممارسة هذا الوعي في الفضاء الافتراضي من خلال هويات افتراضية تبتعد وتقترب من الهوية الأصل.

المبحث الأول: الهوية : حفر في دلالات المفهوم.

لقد أخذ موضوع الهوية يستأثر منذ بضعة عقود بجهود كثير من المفكرين شرقا وغربا في المجالات المعرفية برمتها، بعد أن تجاوز صعيد التنظير وغدا أزمة تعيشها الجماعات الثقافية في صميمها، وهو ما جعل مصطلح الهوية من أكثر المصطلحات ألفة وشيوعا وتداولا في فضائنا الثقافي، والأكثر ابتعادا مع ذلك عن دائرة الفحص والتناول النقدي بل والأكثر غموضا والتباسا ومدعاة لسوء التفاهم والاختلاف والجدل وحتى الانقسام والصراع بين المدارس الفكرية والحركات السياسية المتنوعة والمتعددة المشارب (فلسفية، انثروبولوجية، سوسيولوجية، ونفسية...) فليست الهوية إلا اجتماع وتقاطع هذه الانشغالات والمباحث بشكل يتعذر الفصل بينها، فطبيعة المفهوم الفضفاضة والعائمة تمكّنه من الارتحال بيسر ومرونة من سجل لآخر، ولهذا تنبسط مباحث الهوية في كل الاتجاهات وتقع في مفترق طرق عدة تخصصات، فمن الهوية كمنطق صوري ورمزي يلاحق مواطن التناقض في الأشياء (موضوع علم المنطق) إلى الهوية كبحث عن وحدة مفترضة للوجود تلاحق بدورها مواطن التكثر والحركة، باحثة عن أصل مرجعي ثابت(موضوع الميتافيزيقا) وصولا إلى تمثل العلوم الإنسانية المشترك لمسألة الهوية باعتبارها آليات إثبات وجود فردية وجماعية مكتسبة، لا صلة لها بإحراج الماهية أو الأصل أو السكون[1].

فلا مفر لكل طرح لمسألة الهوية، في سياق هذه المطارحات والإشكالات، من الحفر في المفهوم لمتابعة مسيرته في مختلف سياقاته التاريخية واللغوية للإطلاع على مدى تطور المعرفة في هذا الموضوع، ومن التعريف بمختلف أسسه ومرتكزاته النظرية وبالإشكالات التي بلورها الدرس الفلسفي والانثروبولوجي والسوسيولوجي وبالجدل الذي أثير في معنى ولا معنى الهوية للاستفادة مما يقدمه من انفتاحات معرفية ومنهجية.

[1] مصطفى بن تمسك، **في التأصيل المفهومي للهوية**، في كتاب سؤال الهوية في التأسيس والنقد والمستقبل، مرجع سبق ذكره، ص25

على هذا النحو يبدو خطاب الهوية خطابا "متشابكا"، لأنه يتحرك في مجالات متعددة، وفي المقابل يبدو التعاطي مع مسائله المتشعبة بشكل اختزالي أو أحادي أو محاولة تجاوزه، إنما يرمي إلى القضاء على تصور معين للإنسان. هذا التصور الذي يفترض أننا لا يمكننا أن نعرّفه انطلاقا من ذاته فحسب، بل من خلال مختلف علاقاته وتفاعلاته بذاته وبالآخر وبالعالم وبالوجود وبالطبيعة، فهوية الكائن العميقة تتحدد داخل هذه الشبكات التحاورية Réseaux d'interlocution [1] المترامية الأطراف، وليس فقط صلب العلاقات الاجتماعية المكتسبة، ومن ثم فإن تعريفنا للإنسان يجب أن يمتد إلى هذه الكونية الإنتمائية، ويوحد هذا الشتات في تعريف شمولي قادر على استيفاء الثراء التكويني للكائن المتعدد الأبعاد.

من هنا، وفي ظل هذه السياقات والمطارحات، لا مناص من وضع مفهوم الهوية في سياقاته اللغوية والفلسفية والاجتماعية والنفسية لمقاربته واستجلاء معانيه.

1- السياقات اللغوية والفكرية والفلسفية لمفهوم الهوية.

أ- وضع المفهوم في سياقاته اللغوية: على منوال الكليات المفهومية المجردة، كمفاهيم الحياة والوجود والحرية والخير والعدالة والجمال، لا يزال مفهوم الهوية يستفز بملفوظه ومعناه أنظمة العقل البشري، ولا يزال يثير الكثير من اللبس، فمن الهوية في اللغة العربية والتي تثير معاني الهو والآخر والبئر وغيرها ..إلى الأصل اللاتيني idem والذي يثير أيضا معاني التماثل والأصالة والغيرية والوجود، تبقى الهوية رمزا للتفرد والاختلاف، ومظهرا للتماثل والتمايز في الآن ذاته.

[1] Charles Taylor, **les sources de moi ; la formation de l'identité moderne**, traduit de l'anglais par Charlotte Melancon, Paris, Seuil, 1998, p57.

ففي اللغة العربية تشتق لفظة الهوية لغة من هوى يهوي هوّة، والهوية تصغير هوة، وقيل الهوية بئر بعيدة المهواة (الحفرة البعيدة القعر)[1] وبهذا يحيل المعنى المعجمي للفظ الهوية إلى البئر العميقة، وتحيل الدلالات المجازية للبئر إلى عمق المفهوم نفسه، وترسب معانيه وغورها، وبالتالي إلى استحالة استيفاء المعاني المحكومة بالعود الأبدي للأصل ولصراع النسخة مع الأصل[2]

كما تنسب الهوية إلى "الهو" وهو كما في تعريفات الجرجاني : الغيب الذي لا يصح شهوده للغير، فالهوية كل ما اختص بشخص وغاب عن غيره، أو هي نسبة إلى الضمير الغائب "هو" فكأن الهوية هي الجواب عن السؤال المطروح: من هو هذا الشيء؟ ما حقيقته؟ وجاء أيضا في تعريف الهوية على أنها الحقيقة المطلقة المشتملة على الحقائق اشتمال النواة على الشجرة، فالهوية حقيقة موضوعية مدارها في عالم الإنسان معرفة نسب الشخص واسمه.[3] كما قيل في لفظة الهوية أنها اشتقاق لا أساس له ولا صلة بضمير الهو، إنما هو بديل لغوي وُضع لمقاربة معنى لفظة Estو Estein الفارسية والتي تعني هو موجود، وبهذا فالهوية بديل ترجمي لرابطة الوجود في الفلسفة الفارسية.

أما في اللغات اللاتينية فالكلمة ترجع إلى الأصل اللاتيني idem الذي يعني "نفسه" ويشير معناها الأول إلى التماثل، وهذا ما يوحي بأن دلالة كلمة هوية لا تكتسب معناها إلا في سياق علائقي، فعندما يكون شيئان متماثلان فإننا نقول حينها إنهما يظهران هوية أي أنهما يوصفان في اللغة الإنجليزية بأنهما متماثلين identical، ويرتبط هذا المصطلح كذلك بالممارسات البشرية الخاصة بتسمية الأشياء وتصنيفها، ذلك أننا حين

[1] ابن منظور، **لسان العرب**، دار إحياء التراث العربي، بيروت، الجزء الثاني، ص 170

[2] مصطفى بن تمسك، **في التأصيل المفهومي للهوية**، مرجع سبق ذكره، ص27.

[3] ماجدة محمد زقوت، **هوية الذات وعلاقتها بالتوكيدية والوحدة النفسية لدى مجهولي النسب**،مرجع سبق ذكره ص9.

نسمي شيئا فإننا نحدد هويته، ومن خلال هذا التحديد للهوية نحدد ماهية هذا الشيء عبر تصنيفه مع الأشياء التي تشبهه وتمييزه عن الأشياء التي لا تشبهه، لذلك تعرف الهوية في نطاق علاقات التماثل والاختلاف والاقتران والتمايز والجماعة والفرد[1] وفي اللغة الفرنسية ترتبط كلمة identité بكلمة identique والتي تعني الوحيد، الأصيل، الذي لا شبيه له، فريد من نوعه، متميز عن الآخر[2]، وبهذا يضيف الاشتقاق الفرنسي إلى فكرة استقلالية الهو عن الأنا مبدأ التميز والتفرد والاختلاف في أصالة الذات عن غيرها.

ب- وضع المفهوم في الفكر الفلسفي القديم: عالج الفكر الفلسفي منذ البداية الإغريقية مسألة الهوية بوصفها إحدى مبادئ المنطق ومقولة من مقولات الكينونة والوجود، حيث يعرض أفلاطون في مؤلفه السفسطائي Le sophiste مختلف العلاقات التي يمكن أن تتأسس بين الواحد والمتعدد والواحد والآخر، ويحدد الكائن الحق بأنه ما " يكون هو ذاته بما هو ذاته "، فالسمة الأساسية التي تطبع الكائن هي مساواته مع نفسه أي بقاؤه عين ذاته باستمرار [3] وهنا تحمل الهوية معنى التماثل والتماهي مع الذات عبر الزمن.

وفي الفلسفة الأرسطية هوية الشيء جوهره المتعين أو طبيعته التي تخصّه، أي ما يحده حدا يفصله عما عداه من الموجودات، فإنه كلما كان هوية: إما أن يكون غير، وإما أن يكون هو هو، فالهوية ما هو متطابق سواء أحالت على وحدة شيء أو شخص مختلف تماما عن غيره رغم تعدد التسمية، أو من جهة تماهيه مع نفسه وبقائه هو ذاته في مختلف مراحل وجوده: فالجوهر هو هو وإن تغيرت أعراضه والأنا هو هو، وإن تغيرت أحواله، تنعدم

---

[1] دارن باربي، **المجتمع الشبكي**، ترجمة أنور الجمعاوي، المركز العربي للأبحاث ودراسة السياسات، بيروت، الطبعة الأولى، فبراير 2015، ص156.

[2] نصر الدين العياضي، **الهوية الوطنية والتلفزيون عشر أطروحات لتطليق المسلمات**، مجلة المعيار، جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية، قسنطينة، العدد 18 مارس2009، ص302.

[3] جليلة المليح الواكدي، **مفهوم الهوية: مساراته النظرية والتاريخية في الفلسفة، في الانثروبولوجيا وفي علم الاجتماع**، مركز النشر الجامعي، منوبة، تونس 2010، ص11، 13.

الصورة وتبقى الهيولى كمقوم لتحل فيها صورة أخرى وتسمى هذه الهوية بالهوية العددية أو الشخصية Identité numérique ou personnelle، كما تطلق على شيئين متماثلين تماثلا تاما رغم تمايزهما العددي وتسمى هذه الهوية بالهوية الكيفية أو النوعيةIdentité qualitative ou spécifique،في الحالة الأولى يتعلق الأمر بنفس الشيء الواحد وفي الحالة الثانية بوحدة النوع أو الجنس، أي نفس المجموعة من الخصائص هي التي تمنح الهوية نفسها للأشياء.[1]

ت- وضع المفهوم في الفكر العربي الإسلامي الوسيط: يذكر ابن رشد أن الهوية تقال بالترادف على المعنى الذي يطلق عليه اسم الموجود، وهي كما يوضح لفظة منحوتة مشتقة من الضمير "هو" كما تشتق الإنسانية من الإنسان، وإنما فعل ذلك بعض المترجمين لأنهم وجدوا أنها أقل تغليظا من اسم الموجود الذي أقره بعض المترجمين مقابلا للرابطة وللكلمة الوجودية" Est " " أستين " في اليونانية التي تفيد أن الشيء موجود أو الشيء الموجود والتي تفتقر إليها اللغة العربية[2]

وعن هذه الصعوبة التي واجهت المترجمين الأوائل في نقل منطق أرسطو القائم على أبعاد الرابطة، وعن الانزياح الذي تم من الهو النحوي إلى الهو بمفهومه الأنطولوجي الجديد يتحدث الفارابي فيقول: فلما انتقلت الفلسفة إلى العرب واحتاج الفلاسفة الذين يتكلمون العربية إلى المعاني الموجودة في الفلسفة وفي المنطق بلسان عربي ولم يجدوا في لغة العرب لفظة تقوم مقام "الرابطة" رأى بعضهم أن يستعمل لفظة "هو" مكان "هست" بالفارسية و"إستين" باليونانية، استعملوا لفظة "هو" كناية في مثل قولهم "هو يفعل"، أو "هو فعل" وجعلوا المصدر منه هوية.

[1] المرجع نفسه، ص19.

[2] المرجع نفسه، ص36.

فإن هذا الشكل في العربية هو شكل مصدر كل اسم كان مثالا أولا ولم يكن له تصريف ورأى آخرون أن يستعملوا بدل الهو لفظة الموجود وجعلوا مكان الهوية لفظة الوجود[1]

في هذا السياق، سياق اقتران الهوية بمعنى الوجود وبمعنى الذات في آن، تم استعمال لفظة "إنية" في نصوص ابن رشد باعتبارها المعني الأنطولوجي الجامع: الهوية تدل على إنية الشيء وحقيقته، أي أن إنية الشيء هي صورة الشيء وذاته وماهيته وحقيقته وكل هذه المصطلحات تدل على أن الشيء موجود.

ويقدم ابن رشد تفاصيل أوفر عن عملية الانزياح هذه، فيذكر أن اسم الهوية ليس هو شكل اسم عربي في أصله، إنما اضطر إليه بعض المترجمين فاشتق هذا الاسم من حرف الرباط أي الذي يدل عند العرب على ارتباط المحمول بالموضوع في جوهره، وهو حرف "هو" كما في قولهم: زيد هو حيوان أو إنسان، وذلك أن قول القائل إن الإنسان هو حيوان يدل على ما يدل عليه قولنا الإنسان جوهره أو ذاته إنه حيوان. فلما وجدوا هذا الحرف بهذه الصفة اشتقوا منه الاسم على عادة العرب في اشتقاقها اسما من حرف، فدل هذا الاسم على ما يدل عليه ذات الشيء.[2]

ث- وضع المفهوم في علم النفس: قلما يوجد مفهوم من مفاهيم النفسية لاقى من الانتشار في الحياة اليومية أكثر من مفهوم "الهوية" أو "أزمة الهوية" وهذا لأن استقلالية وأصالة الشخص مهددة في عالم مجهول وتحت الوصاية بشكل ملحوظ، ففي عالم ما بعد الثورات وتغير النظم الاجتماعية والتقدم التقني، أين لم تعد

[1] أبو نصر الفارابي، **كتاب الحروف**، حققه محسن مهدي، دار المشرق، بيروت لبنان، الطبعة الثانية، 1990، ص112.

[2] جليلة المليح الواكدي مرجع سبق ذكره، ص37.

التقاليد والاتجاهات الاجتماعية تمنح غالبية البشر الشعور بالانتماء ومعنى الحياة، لابد للفرد أن يجد هويته باطراد بنفسه، وعليه أن يتواءم باستمرار مع المواقف المتغيرة.[1]

فالهوية في علم النفس هي "الشعور" بأن "المرء هو نفسه"، "المعرفة" "من هو المرء"، وكما يورد عالم النفس إيريك إيريكسون Erikson أن الهوية هي إحساس شخصي، إنها "خبرة أنا-أنا-أكون I-be-I- experience الشعور بأنني شخصية متصلة محددة، أمتلك جسدي وقواي الذهنية، فاعل وقادر على اتخاذ القرار، كما تعني الهوية "صورة الذات" التصور الذي يعمله الإنسان حول خصائصه ونقاط ضعفه ومنشأه وعلاقاته الاجتماعية وقيمه وأهدافه الحياتية، والشعور بالهوية هو قدرة الشخص على خبرة ذاته كشيء يمتلك استمرارية يظل نفسه ويستطيع التصرف وفقا لذلك[2]

وفي علم النفس النمائي تشكل الهوية المرحلة الخامسة من مراحل تطور الشخصية الإنسانية، وتظهر في مرحلة المراهقة، ويشمل تطور الهوية اكتشاف ماهيتنا، وما هو الموضوع أو الشيء الذي نحيا من أجله وأين نتجه في الحياة؟ إن اختلاط الدور الذي يشعر به المراهق بين شعوره باستقلاليته وعدم إعطائه الفرصة من جانب المجتمع لكي يثبت هذه الاستقلالية يؤدي إلى وقوعه تحت ضغط نفسي شديد، وهذا الصراع يؤدي بالمراهق إلى إحساس عميق بالخوف من اتخاذ القرار- الذي قد يكون خاطئا- ومن الفشل، وهنا قد يتخذ المراهق إحدى المسارين، إما

[1] بيتر كوزن، **البحث عن الهوية: الهوية وتشتتها في حياة إيريك إيريكسون وأعماله**، ترجمة سامر جميل رضوان، دار الكتاب الجامعي، العين الإمارات العربية المتحدة، 2010، ص92.

[2] المرجع نفسه ص93.

أن ينسحب وينعزل عن أقرانه وأفراد أسرته، وإما أن يفقد ذاته وسط الآخرين. معنى هذا أن تحقق الهوية يمثل الاتجاه الإيجابي لهذه المرحلة، وتمثل حيرة الهوية الاتجاه السلبي. وهذه المراحل هي:[1]

- تحقق الهوية identity achievement: وتعبر عن تكامل، نمو وتطور الشخص في هذه المرحلة، بما يعني مرور الفرد بفترة استكشاف البدائل وأنه استطاع أن يحقق نوعا من الالتزام المحدد.

- توقف أو تعليق الهوية identity moratorium: أي التأجيل المسبق وحبس النشاط، وهي المرحلة السابقة على تحقق الهوية، حيث يكون الفرد في مرحلة الاستكشاف مع غموض الالتزام.

- إعاقة الهوية أو الانغلاق Force Closure: وهي تشير إلى عدم قدرة الفرد ولو بدرجة ضئيلة على الاستكشاف، واستمراره في الالتزام بمعايير وقيم الطفولة.

- تشتت الهوية identity diffusion: وهي أقل مستويات نمو الشخصية في تلك المرحلة، وتشير إلى الشخص غير الملتزم بأي اتجاه محدد، سواء حدث له استكشاف بدائل أم لا.

ج- وضع المفهوم في علم الاجتماع: الواقع أن الظواهر المتعلقة بالهوية لا يمكن فهمها إلا في التكامل بين علم النفس وعلم الاجتماع، حيث يهتم علم النفس بالهوية الفردية: نشأتها، تحولاتها، وتناقضاتها الداخلية، فيما يهتم علم الاجتماع بالهوية الجماعية " l'identité collective " ضمن السياق الاجتماعي والعلائقي العام على مستوى الارتباطات والتناقضات القائمة بين الأفراد والمجموعات، لأنه لا يدرس السلوكات الجماعية باعتبارها مجموعة ردود فردية بل باعتبار ما تتميز به ردود فعل المجموعة من خصوصيات.

[1] بدر بن جويعد العتيبي، وآخرون، **العولمة الثقافية وأثرها على هوية الشباب السعودي وقيمهم**، الإدارة العامة لبرامج المنح البحثية، المملكة العربية السعودية، 2012، ص35

ثمة ثلاث أطروحات تمنح الهوية مدلولها النظري من الناحية السوسيولوجية:[1]

الأطروحة الأولى: تسلّم بمشروعية وجود هوية جماعية تستمد ملامح مقوماتها من ثقافة المجتمع، على اعتبار الثقافة المجموع المنسجم والمستمر للمعاني والرموز المكتسبة المشتركة التي تعمل الجماعة على توصيلها وإعادة إنتاجها، وعنصر التماثل الذي تقدمه للجسم الاجتماعي لتوحيد الطموحات والمثل.

وقد مثّل دوركايم Durkheim في بداية القرن الناطق الرسمي بهذه الأطروحة، حيث يوجد فينا حسب ما يذهب إليه كائن اجتماعي collectif وكائن شخصي privé. كياننا الجماعي: أنظمة الفكر والشعور والعادات التي تعبر فينا لا عن شخصيتنا الخاصة بل على المجموعة أو المجموعات التي ننتمي إليها، شأن المعتقدات الدينية والممارسات الأخلاقية، التقاليد الوطنية، أو الآراء الجماعية من كل نوع، فصوت الجماعة كما يقول دوركايم دفين في أعماق النفس، حتى إذا ما تحدثنا كان المجتمع هو المتحدث فينا.

الأطروحة الثانية: الهوية في هذا المنظور الذاتي مشاركة وجدانية عاطفية، غالبا ما تنشأ عن الاحتكاك بمجموعات أخرى، هذا الاتصال ينمي الشعور بالانتماء لدى الفرد، ويفرز بمفعول وجوده ذاته، عملية تماه مع المجموعة، ترتكز هذه المشاركة الوجدانية التي يتوقف عليها وجود الهوية على الشعور المشترك بالوجود المادي – المكان– الشعور بالانتماء، الشعور بالاستمرارية عبر الزمن، الشعور بالوحدة والتجانس، الشعور بالقيمة وهو الحاجة إلى الاعتراف والتقدير.

[1] جليلة المليح الواكدي، **مفهوم الهوية: مساراته النظرية والتاريخية في الفلسفة، في الانثروبولوجيا وفي علم الاجتماع**، مرجع سبق ذكره، ص155- 158.

الأطروحة الثالثة: تعرّف الهوية بكونها القدرة على التغير بإدماج تجارب جديدة، بنية ديناميكية تطورية متحولة، تتلقى تغيرات متجددة عبر تطور وجودها التاريخي، إذ يتعين على القديم استقبال الجديد، فهي حقل متعدد الأبعاد ذو طبيعة جدلية، يضم متناقضات واختلافات تتحرك داخل عملية صيرورة، فكلما أضيف عنصر إلى هذا الحقل أو مسه من قريب أو من بعيد، فإن الذات والسياق العام الذي تنتمي إليه ينفعل بالضرورة بهذا العنصر أو يتفاعل معه حسب منطق الصراع أو الاختلاف الذي يميّز حقل الهوية.

وإذ تعتبر الأطروحة الأولى الهوية نوعا من التماثل الثابت بين الوجود الاجتماعي وتاريخه، وتعتبرها الثانية مشاركة وجدانية وعاطفية أساسا، والثالثة تكيفا مستمرا مع الظروف الجديدة، فإن هذه الأطروحات الثلاث لمفهوم الهوية كعلاقة مع العالم ومع الآخر، تتغير بتغير احتياجات تأمين فاعليتها مع تغير الظروف التاريخية في مقابل الهوية الجاهزة المعطاة سلفا، الماهية الميتافيزيقية المتعالية، تندرج، هذه الأطروحات الثلاث، في سياق تجاوز الجماعية في النظرية السوسيولوجية، في اتجاه مزيد من إيلاء الأهمية للفرد، ومحاولة إعادة صياغة العلاقة بين الجزئي المخصوص والعام.

ستيورات هال: والمفاهيم الثلاث للهوية:[1]

يرى هال أن الهوية "القديمة" والتي شكلت لفترة طويلة قاعدة لاستقرار الفضاء الاجتماعي هي الآن في طريقها للزوال، الأمر الذي يستولد هويات جديدة، ويجعل الفرد المعاصر، بصفته ذاتا موحدة، في حالة من التفتت، ويعتبر

[1] هارلمبس وهولبورن، **سوشيولوجيا الثقافة والهوية**، مرجع سبق ذكره،ص94.

الدارسون أن ما يسمونه بأزمة الهوية جزء من عملية تغيير أشمل تقتلع البنى والصيرورات المحورية للمجتمعات الحديثة من مكانها، وتضعف الأطر التي أعطت الأفراد نقاط ارتكاز ثابتة في المجال الاجتماعي.[1]

يعتقد ستوارت هال أن فكرة الهوية مرت عبر ثلاث مراحل سيطرت في كل منها فكرة الهوية على التفكير السائد حول المجتمع وهذه الأفكار هي:

- **الذات التنويرية**: ترتكز على مفهوم الإنسان بصفته ذاتا تمتلك نزعة مركزية بالكامل، وفردا موحدا يتمتع بقدرات العقل والوعي والفعل، وتتألف نقطة المركز لديه من لب داخلي ينشأ أولا مع ولادة الذات ويتجلى مع نموها في الوقت الذي تبقى فيه الذات جوهريا كما هي –أي امتدادا لـ أو متماهية مع نفسها – خلال مرحلة وجود الفرد. إن نقطة المركز الأساسية لذات الفرد هي هويته.

- **الذات السوسيولوجية**: تعكس فكرة الذات السوسيولوجية التعقيد المتنامي للعالم الحديث وإدراك أن هذا اللب الداخلي للذات لم يكن مستقلا ومكتفيا بذاته، لكنه تشكل بالعلاقة مع "آخرين مهمين" قاموا بالوساطة لنقل القيم والمعاني والرموز –أي الثقافة– في العالم الذي تسكنه الذات، جورج هاربرت ميد وتشارلز كولي والتفاعليون الرمزيون هم الشخصيات المفتاحية في علم الاجتماع الذين طوروا هذا المفهوم التفاعلي للهوية والذات، فبحسب هذه النظرة تتشكل الهوية من خلال "التفاعل" بين الذات والمجتمع، ويبقى للذات لب داخلي أو جوهر يشكل "الأنا الحقيقية"، ولكن هذه الأنا الحقيقية تتشكل وتتبدل في حوار مستمر مع العوالم الثقافية في "الخارج" والهويات التي تقدمها.

[1] ستيوارت هال، **حول الهوية الثقافية**، مرجع سبق ذكره،ص137

- **ذات ما بعد الحداثة:** تتسم مجتمعات ما بعد الحداثة بالاختلاف،بعدم الاستقرار، فهي مجتمعات تغيير سريع ودائم، تخترقها انقسامات اجتماعية مختلفة، تنتج "تشكيلة" من "مواقع مختلفة للذات " وفيها تبقى بنية الهوية مفتوحة ومقتلعة من المكان، فتحولات الزمن والمكان تنتشل العلاقات الاجتماعية من سياقات تفاعلها المحلي وتعيد بناءها على مدى غير محدد من الزمان والمكان.

من خلال هذا الطرح يرى هال أن المراحل المبكرة للحداثة حصل فيها ظهور جديد وحاسم لشكل من الفردانية، كان فيها موضوع الفرد والهوية الفردية هو المحور الأساسي، ففي مجتمعات ما قبل الحداثة كانت الهوية تتركز بشكل كبير على الهياكل التقليدية خاصة تلك المرتبطة بالدين، فموقعك في المجتمع وهويتك يأتيان من الموقع الذي ولدت فيه، والذي هو —كما كان يظن الناس– انعكاس لرغبة الإله، فالناس لم ينظَر لهم كأفراد متميزين لهم هويتهم الخاصة، وإنما هم مجرد جزء من سلسلة طويلة للوجود، وهذه الفكرة نظرت إلى كل كائن حي باعتباره له مكان في نظام الأشياء، فهناك هيكل تراتبي يمتد من الرب في أعلى القمة ومرورا بالملوك ثم الكائنات الإنسانية الأقل أهمية وانتهاء بالحيوانات والنباتات والأشياء غير الحية، وهويتك جاءت من موقعك في سلم الأشياء بدلا من أي خصائص فردية.

أما في مرحلة ما بعد الحداثة فقد حدث انزياح كبير في مفهوم الهوية وارتكز على مفهوم المركزية التامة لفرد الإنسان القادر على التحليل والإدراك والفعل، هذه المركزية تتألف من جوهر داخلي نشأ بالأساس مع ولادة الشيء–الموضوع– ثم تطور تدريجيا معه، وطوال وجود الفرد بقي هذا المركز الأساسي للذات هو ذاته بشكل مستمر ويشكل الهوية الفردية، والفرد طبقا لمفهوم الهوية هذا هو موحد unified أو فرد كلي له القدرة على

التفكير عن الكل، والأفراد يرون أنفسهم متميزين ومنفصلين عن الأفراد الآخرين ومكتملين ذاتيا، والفرد هو راشد قادر على حساب الأشياء وفقا للمنطق وهو غير مقيد بموقعه في المجتمع أو عقيدته التقليدية.

2- الانزياح من الهوية الوجود إلى الذات بمفهومها الحديث.

من الملاحظ أن العصر الحديث استحدث شكلا جديدا للفردانية يحتل مفهوم ذات الفرد وهويته مكانا مركزيا فيه، هذا لا يعني أن الناس من أزمنة ما قبل الحداثة لم يكونوا أفرادا وإنما كانت فرديتهم معيشة ومُختبرة بشكل مختلف، وقد حررت التحولات التي استقدمت الحداثة الفرد من تجذره في التقاليد والبنى، وكانت هذه التقاليد والبنى، كما سبق ذكره آنفا، تعتبر غير قابلة للتغيير الجذري لأنها كانت موجودة بحكم إلهي يطغى على أي معنى يتعلق بالفرد السيد على نفسه، إن ولادة "الفرد السيد" بين القرن السادس عشر للنهضة الإنسانوية humanisme والقرن الثامن عشر للتنوير جسدت قطيعة مهمة مع الماضي.

وقد ساهمت العديد من الحركات الأساسية في الفكر والثقافة الغربيين في صياغة هذا المفهوم الجديد للذات: الإصلاح والبروستانتية اللذان حررا الضمير الفردي من المؤسسات الدينية التابعة للكنيسة وكشفته مباشرة أمام الله، النزعة الإنسانوية في عصر النهضة والتي وضعت الإنسان في مركز الكون، الثورات العلمية التي وهبت الإنسان الملكة والقدرات لتقصي وفحص وكشف غرائب الكون، وأخيرا التنوير الذي جرد الإنسان من الإيمان بالعقائد وبسط أمامه التاريخ البشري بأكمله لإدراكه والسيطرة عليه.[1]

[1] ستيوارت هال، **حول الهوية الثقافية**، ترجمة بول طبر، مجلة إضافات ، العدد الثاني، ربيع 2008،ص144

ولئن كان لا مراء لدى كثير من الدارسين في أن الفلسفة الغربية مع ديكارت هي التي أرست مفهوم الذات بالمعنى الحديث المتداول اليوم le sujet، فإن هذا المفهوم لم يكن غريبا عن الفلسفة الإسلامية التي شهدت على يد ابن سينا في كتاب النفس أول انبثاق حاسم وصريح لهذا المفهوم.[1]

فعبارة " إني أكون أنا " التي صاغها ابن سينا هي الصياغة الدقيقة للمعنى الجديد لمصطلح الإنية الذي افترعه ابن سينا حيث يصبح ولأول مرة اعتبارنا الشيء الذي نحن مقياسا للبحث في ماهية النفس، مما يعني أن الأنا ليست شيئا سوى ما يراه كل منا هو ذاته، ما يختص به دون غيره، شعور الفرد بوجوده كائنا فريدا مماثلا لنفسه وبذلك تغدو الإنية رديفا للذاتية، حضورا وتمركزا للذات ووعيا بوحدتها وثباتها ومطابقتها لنفسها.

في هذا الانتقال من براديغم الوجود إلى براديغم الوعي الذي يجعل من الذات مبدأ انطولوجيا ومعرفيا يستمد مرجعه من ذاته ويمتلك قوة حضوره بنفسه تكمن الإضافة الحقيقية لابن سينا الذي نهج نهجا معرفيا مميزا لإثبات الإنية والتي تجعل من الغير لا يمكن فهمه وتفسيره إلا في تجليات الأنا.[2]

سُجّل أيضا هذا الانزياح من المعنى الأنطولوجي الوسيط لمصطلح الهوية الدال على معنى الوجود، إلى المعنى الابستمولوجي الحديث للأنا أو الذات بوصفها مصدرا لمعنى الوجود فأصبح الوعي أو الشعور بالأنا هو الذي يمنح الإنسان هويته عند ديكارت الذي وضع الذات الفردية في المركز من الفكر، باعتبار قدرتها على التعقل

[1] جليلة المليح الواكدي، **مفهوم الهوية: مساراته النظرية والتاريخية في الفلسفة، في الانثروبولوجيا وفي علم الاجتماع**، مرجع سابق، ص48.
[2] المرجع نفسه، ص 50.

والتفكير "أنا افكر إذن أنا موجود" عبارة كانت تشكل الاعتقاد الأساسي بالنسبة لديكارت ومنذ ذلك الحين أصبح هذا المفهوم للذات العقلانية والواعية والمتأملة والتي تقع في مركز المعرفة معروفا ب"الذات الديكارتية"[1]

المبحث الثاني: الهوية الافتراضية: تمظهراتها، تصنيفاتها ورهاناتها.

1- الهوية عبر شبكات التواصل من التنشئة إلى البناء.

إذا كان مفهوم الهوية "ذا خاصية متعددة الأشكال نهم الدلالة لا يستنفده معنى محدد"، على حد تعبير كلود برنار[2]، وكما سلف وأن تناولناه، فإنه مع الفضاءات التي فتحتها شبكات التواصل الاجتماعي اتخذ أشكالا أخرى وأبعادا أوسع مدى، فالانترنت والشبكات الاجتماعية غيّرت الوجه العام لبناء الهوية، وانتقلت بها من سياق اجتماعي ثقافي يبنيها على معايير ومرجعيات قائمة على التنشئة الاجتماعية وضوابطها ومعاييرها، وحلّقت بها في إطار فضفاض ومرن يسمح للمستخدم ببناء ذاتي لهويته متجاوزا التأسيس المكاني والواقعي والمرجعي لهويته الحقيقية، جاعلة من الخدمات التي توفرها والتطبيقات المتنوعة من تدوين وألعاب ودردشة والانضمام إلى مجموعات معينة، وغيرها حقول تجارب افتراضية يطور من خلالها المستخدم مفهومه لذاته ولهوياته الملحقة في إطار إعادة مفهمة الصور عن الذات بالانتقال من هويات مؤسّسة مكانيا إلى أشكال هجينة ومرنة للهوية على حد تعبير

[1] ستيوارت هال، **حول الهوية الثقافية**، ترجمة بول طبر، مجلة إضافات ، العدد الثاني، ربيع 2008،ص145

[2] عادل بن الحاج رحومة، **تنشئة الهويات الفردية عند الشباب عبر الفضاءات الاتصالية والمعلوماتية**، مجلة إضافات العدد التاسع شتاء 2010، ص 135.

جيسيكا لي باغ we are moving from rooted identities based on place toward hybrid and flexible forms of identity.[1]

وإن ارتبطت الأفكار القديمة عن الهوية بمفهوم الأصالة والانتماء والتوحد، فإن الممارسات الافتراضية على الشبكات الاجتماعية ما فتئت تخرّب ذلك أيما تخريب، فلم يجر إسقاط مركزية الذات فحسب، بل تعددت الذات وانفرطت حدودها أيضا. وبالنسبة إلى أولئك الذين انغمسوا في مثل هذه الممارسات الهوياتية، فإن السؤال المطروح فيما يتعلق بالهوية ليس "من أنا؟ I am Who" بل من ذواتي؟ we am Who [2]

من هنا اتخذت مسألة الهوية/الهويات في مجتمع الشبكات الاجتماعية أهمية بالغة ، وتعاظمت مكانتها، وتعددت آفاقها...ويشرح مانويل كاستلز ذلك قائلا: في عالم تدفقات الثروة والسلطة والصور العالمية يصبح البحث عن الهوية فردية كانت أم جماعية، مسندة أم مكتسبة، المصدر الأساس للمعنى الاجتماعي، تصبح الهوية المصدر الأساس وأحيانا الوحيد للمعنى، فما عاد الناس يؤسسون المعنى استنادا إلى ما يفعلونه، بل اعتمادا على ما هم عليه، أو ما يظنون أنهم عليه، مجتمعاتنا تتخذ على نحو متزايد بيئة قائمة على تقابل ثنائي بين الشبكة والذات[3] فالذات والهوية بهذا المعنى، عرقية كانت أو دورا اجتماعيا أو نوعا جنسيا، لم تعد بالضرورة معطى ثقافيا شبه طبيعي، بقدر ما هي حصيلة بناء اجتماعي واع وإرادي.

[1] Jessica Lee Pugh, **A qualitative study of the facebook social network, the desire of influence, associate and construct a representative and ideal identity**, op cit,p95.

[2] دران بارني، **المجتمع الشبكي**، مرجع سبق ذكره، ص163.

[3] المرجع نفسه، ص 157.

وكما ارتبطت أشكال الهوية بالبناءات الثقافية والحضارية والمناخية، فإنها اليوم ترتبط بقدرة الأفراد على تحويل فكرة الهوية المبتغاة identité désirée من مشروع وحلم إلى حقيقة افتراضية، فاستعمال الأدوات التفاعلية وتطبيقات الاتصال الوسائطي عبر الحاسوب- منتديات، مدونات، شبكات اجتماعية- في الممارسات اليومية للاتصال خلق تمثلا للذات بواسطته يتمكن المستخدم من الاتصال عن بعد، وهو ما استحدث مفهوما جديدا هو مفهوم الهوية المختلطة حسب تعبير فاني جورج والتي تعبر عن تهجين الواقعي بالافتراضي[1]

فقد أضحت العلاقات الاجتماعية عبر الحاسوب جزءا من الحقيقة اليومية أين يساهم الحاسوب في الألفة الشاملة، وأعادت أشكال الاتصال عبر الخط، والتي ظهرت منذ عقود، أعادت تشكيل الرابط الاجتماعي وولّدت أشكالا جديدة للتعبير. فالانترنت وتكنولوجيا الإعلام والاتصال ساهمت في تهجين الواقعي مع الفضاء المسمى "افتراضي" لتصبح الهوية مختلطة، لأن الرقمي يساهم في التفاعلات الاجتماعية اليومية كما أن تكنولوجيا الأنا les technologies de l'ego تتوسط الحياة اليومية من خلال مشاركة الصور والنصوص والفيديوهات والموسيقى، ليساهم الافتراضي في الألفة العامة ويعيد تشكيل الرابط الاجتماعي في إطار اتصال مختلط.[2]

ففي الشبكات الاجتماعية يختار الناس هوياتهم ويتلاعبون بها، ويشوهونها أو يبرزونها بوصفها بناء.حيث لا يمكن الثقة بأي معلم من المعالم التقليدية للهوية من اسم وشكل جسدي وغيرها، وإلى جانب ذلك يمكن للناس أن يختاروا أكثر من هوية، وأن يراجعوا هوياتهم المتعددة بيسر، ويضمنوا أن ذاتهم لم تعد رهينة التاريخ ولا الجغرافيا ولا المكان الفيزيائي بقدر ما هي رهينة بعض البيانات والمعلومات التي لهم الحرية في بيانها أو تعديلها أو

[1] Fanny Georges, **Communication médiée par ordinateur : un processus identitaire informatisé, vers une identité mixte,p3**
[2] Ibid,p4

تغييرها. فالأشخاص يستشعرون ثقل وضغط هوياتهم الحقيقية their real lives ويستخدمون التكنولوجيا كمخدر.[1]

وخاصية جدران البروفايل التي يوفرها الفيسبوك مثلا تفسح المجال للمستخدم ليكون أكثر تلقائية في التعبير عن ذاته وهويته، فكل صفحة فيسبوكية هي انعكاس لوقت، ولمدارك، ولاهتمامات، وللانتماء السياسي لصاحبها. وكل مستخدم يحاول أن يسوّق الصورة المثالية عن نفسه من خلال مشاركاته واختياراته لتقوية الروابط بين هويته الواقعية وهويته المثالية – المبتغاة ideal desierd identity– حيث تتحدد الهوية بالربط بين تمثلات الشخص لذاته كفرد مستقل بذاته، وطرائقه في التواصل مع الآخرين ومع المجموعات الاجتماعية في علاقات مترابطة.[2]

ومن خلال السياق الاجتماعي للفيسبوك، يمتلك المستخدمون قابلية الكشف عن مواصفات وخصائص لا تتراءى في الظاهر، حيث يُركز المستخدم على جانب معين من جوانب هويته لتطوير شهرته الالكترونية micro-celebrity، ومن هنا بالتحديد تبدأ عملية بناء الهوية الرقمية online- identity construction، وتتطور من خلال دعوة الأشخاص والمعجبين الذين يشتركون في هذه الجوانب، وبهذا تُطور وتُدعّم شبكة الأصدقاء العلاقات المتبادلة لتقدير الذات والانتماء لشبكة الفيسبوك.

هكذا فإن المستخدم في مواجهة استمارة التسجيل في خدمة التواصل عبر الشبكة يُقاد إلى التساؤل: إذا كنت أتلخص في مجموعة كلمات أو رموز، ماذا ستكون هذه الكلمات والرموز؟ وفي هذه العملية يقوم الشخص

[1] Ashley Jennings **Wollam, facebook encouraging Authentic or Inauthentic Identity Construction,** op cit,p132.
[2] Jessica Lee Pugh, **A qualitative study of the facebook social network, the desire of influence, associate and construct a representative and ideal identity**, op cit, p1.

بتجريد بعض المعلومات التي يعتبرها غير ذات صلة ويختار أخرى يراها أكثر ملاءمة، بمعنى أخر أكثر انسجاما مع الفكرة التي يحملها عن نفسه.[1]

في سياق هذه البنية ما عادت الذات أو الهوية أمرا تتوسطه الشبكة فحسب، بل باتت الهوية ذاتها تكتسب سمات الشبكة (نظام من العقد التي تربطها وصلات مختلفة القوة والعمر، تُمارَس الهوية عبرها ولا تكون مجرد وجود قبلي).[2]

ضمن هذا الإطار تندرج مقاربة شيري تركل، وهي باحثة أمريكية في معهد ماساسوسيتش للتكنولوجيا MIT درست المجال الاجتماعي للبيئات الالكترونية، وترى أن "الحواسيب لا تغير حياتنا فحسب، بل تغير ذواتنا أيضا " وتغير الحواسيب، بهذا المعنى، ذواتنا، من خلال مدنا بالأدوات الجديدة التي تكفل البناء الاجتماعي لذواتنا، على نحو موجه صوب الذات.

فعلى شبكة الانترنت، كما تقول تركل، "تُبنى الذات، وتُبنى قواعد التفاعل الاجتماعي، ولا تُتلقّى تلقيا " فأن نستخدم شبكة الانترنت يعني أن نبتدع ذواتنا على نحو متواصل...فأنت ما تزعم أنك عليه، وهويتك على الحاسوب هي محصلة حضورك المشتت...ذلك أن هويتك شديدة السيولة والتعدد إلى الدرجة التي تجعل مفهوم الهوية ذا حدود فضفاضة"، وبالفعل، وخلافا لما كانت عليه الهوية من ثبات وفردية وموثوقية فإن الهوية على

[1] Fanny Georges, **Représentation de soi et identité numérique ; une approche sémiotique et quantative de l'emprise culturelle du web2.0,** op cit, p 168.

[2] دارن بارني، مرجع سبق ذكره، ص164.

الانترنت ،كما تراها توركل، متعددة وقابلة للاصطناع والمراجعة مرارا وتكرارا، ولممارسات الذات التي تتم بواسطة الشبكات طابع مختلف ومتعدد ومتغاير ومتشظّ.

فالسياق الاتصالي الجديد يتسم بتداخل العوالم الذاتية والعوالم التكنولوجية وتمازج عالم الإنسان وعالم الكومبيوتر الذي يتجلى في أنسنة الكومبيوتر (الذي أصبح له ذاكرة) وفي ظهور مخيال يتمثل كائنات جديدة هجينة (نصف آلة ونصف إنسان cyborg).[1]

وتستخدم الباحثة مصطلح "الذات الثانية" للتأكيد على هذه العلاقة العضوية بين الذات وأدواتها، هكذا أصبحت وسائط الاتصال الجديدة امتدادا لنا وحاملا لهويتنا ومعبرا عنها، ووسيطا بيننا وبين الآخر، تغير التكنولوجيا عندئذ من إنسانيتنا ولها تأثيرات انثروبولوجية على تجاربنا الإنسانية وعلى وجودنا بما أننا كائنات بشرية.

ترجع هذه النزعة لبناء الهوية عبر مواقع التواصل الاجتماعي حسب بعض الدراسات إلى سهولة استخدام هذه التكنولوجيا، من جهة، ومن جهة أخرى لإحساس الناس الفطري بعمق القوة الدافعة لاستكشاف وبناء هوياتهم، ولإشباع النزعة الهروبية من الحدود الزمانية والفيزيائية لذا فهم يختارون أسهل السبل لذلك، وفق المبدأ الذي يسير التواجد الرقمي كما نتصل نكون [2] as we communicate, so shall we be، وتعني هذه المقولة تأثير طرق التواصل وحيثياته على هوية الإنسان وكيانه. فسياقات الاتصال عبر الشبكات الاجتماعية،

[1] الصادق الحمامي، **الميديا الجديدة الإشكالات والسياقات**، مرجع سبق ذكره، ص 49.

[2] Ashley Jennings Wollam, **facebook encouraging Authentic or Inauthentic Identity Construction,** op cit p39.

وعكس وسائط الاتصال السابقة، تمنح للمتواصلين إمكانية التحكّم في هويّاتهم الشخصية وبالتالي تقولب هوياتهم الواقعية وفق البيانات والرموز التي تلخص هوياتهم الافتراضية.

إضافة إلى أن بناء الذات الافتراضية قد يكون، بالنسبة للكثيرين من مرتادي الفضاء الانترنتي، مخرجا للهرب من الاكتئاب كما وصفه اهرنباغ حيث يقود التوتر بين التطلع إلى أن يكون الفرد نفسه وصعوبة تحقيق ذلك إلى نوع من الاكتئاب، الذي هو نوع من عدم الرضا، إنه سعي يهدف إلى ملء الفراغ الذي يعيشه الفرد بين تصوره المبالغ فيه لنفسه (النموذج الذي تسعى الذات أن تكونه)، واستبطانه لوضعه الطبيعي (الذات كما يعيشها) فعوض أن يكون اليأس بديلا عن تحقيق هذه الذات/النموذج (أن يكون الفرد ذاته) فإن المستخدم المولع بالانترنت، سيتمكن، وبقليل من الاستثمارات والجهد، من بناء ذات أكثر تناغما وتماثلا مع رغباته، وذلك من خلال آلية الذوات الافتراضية، هذه الذاوت لا تجد مرجعيتها، بطبيعة الحال، في الواقع الاجتماعي، بل الواقع الذي تخلقه الذات الحقيقية لنفسها[1]

كما أن خلق هويات افتراضية منفصلة ليس أمرا فطريا نفسيا فحسب، بقدر ما هو استجابة لشروط اجتماعية ومحيط اجتماعي يعيش فيه الفرد، فمستخدمو الفيسبوك يبنون هوياتهم الذاتية عبر طرق غير مباشرة متسمة بالتقليد mimic، تظهر تلميحات المشاهدين على شخصياتهم بدلا من التلميحات المباشرة والصريحة، فالهويات الانترنتية online identities تُكيّف عبر كلمات التأكيد الإيجابية التي تصف الفرد على أنه شخص محبوب وجذاب اجتماعيا، علاوة على ذلك هذه الهويات مؤسسة بحذر، لتعكس المعايير الاجتماعية والثقافية، ففي البيئة الرقمية يسعى المستخدمون لخلق التأثير، لإشباع الفضول، لخوض مغامرات، وللتواصل والتعلم من

[1] الصادق رابح، **الانترنت كفضاء لتشكل الذات**، مرجع سبق ذكره،ص 8

خلال الاتصال بالشبكة. وفي هذه التجربة التفاعلية يتمكن المشتركون أكثر من أي وقت مضى من المشاركة والتواصل الرقمي، صانعين بذلك هويات رقمية أكثر تعقيدا وأكثر تمثيلا للعلاقات التي تسم الحياة الواقعية[1]

وبهذا المعنى فإن الذات الالكترونية the cyberself تتشكل بالطرق ذاتها التي تحكم الذات في الحياة الاجتماعية، the offline self فالعالم الافتراضي من هذا المنطلق امتداد للعالم الاجتماعي، إذ لا تختلف صيرورة بناء الهوية في الواقع الاجتماعي عن تلك التي في المجال الالكتروني، وفي هذا السياق تستند أطروحة Laura Robinson في تفنيدها للأطروحة ما بعد الحداثية على المقاربة السوسيولوجية "التفاعلية الرمزية" التي تعتبر أن الذات ليست شيئا أو جوهرا خالصا متعاليا منعزلا عن عملية التفاعل الاجتماعي بل هي تجربة عملية أي اجتماعية، فنحن ننظر إلى أنفسنا من خلال الآخرين ونتشكل بواسطتهم، أي أننا نتمثل ذواتنا من خلال نظرة الآخرين لنا. والآخر بهذا المعنى محايث لهويتنا، كما أن عملية تشكل الذات تتسم بالتفاعلية لأنها تقتضي "التفكرية" أي إن الذات تتحول إلى موضوع لذاتها (الإنسان يفكر في هويته) بشكل غير مباشر من خلال استكشافها لنظرة الآخرين لها (الذين ينتمون إلى الجماعة المشتركة)، يمكن عندئذ أن نتحدث عن الذات باعتبارها إنتاجا self-ing process يقتضي التفاعل مع الآخر.[2]

وأخيرا يمكن أن نخلص إلى أن الهوية الافتراضية المبنية في الشبكات الاجتماعية هي شكل من الأشكال الآتية: فهي إما **انعكاس** للهوية الحقيقية، بتصريح المستخدم ببياناته الحقيقية، أو **امتداد** لها، بربطها بالهوية الحقيقية عن طريق الاسم المستعار الذي يكون له دلالات شخصية غالبا وكذا وضع صور رمزية واتخاذ

[1]Noelle J. Hum, Perrin E. Chamberlin , et al, **A picture is worth a thousand words: A content analysis of Facebook profile photographs** op cit, p112.

[2] الصادق الحمامي، **الميديا الجديدة الإشكالات السياقات**، مرجع سبق ذكره، ص 50.

شعارات تحمل التوجه الفكري للمستخدم، أو **نقيضا** للهوية الحقيقية وهي في هذه الحالة تعكس حرص المستخدم على أداء دور افتراضي لعدم قدرته على القيام به في الحياة الواقعية، فهذه الهوية الافتراضية المستحدثة لم تُخلق من فراغ، إن الأمر يتعلق في الغالب بذات تسعى إلى تحقيق رغبات وتطلعات أقصتها الحياة الفعلية ومنعتها من التحقق. أو رغبة في **تقمص** شخصيات غير شخصياتهم، لاستكشاف شخصيات الآخرين ولعب أدوارهم الاجتماعية.

2- الهوية الفردية بين التصور الرمزي والواقع الافتراضي:

غالبا ما تقود الحياة اليومية الفرد إلى إدراك تصور/تمثل لذاته، في إطار وعي الشخص بأن يكون هو نفسه، ويكون ما تمناه أو ما يريد أن يكونه. فالهوية هي شعور شخص ما بمن هو وما هي الأشياء الأكثر أهمية بالنسبة له...لذا فإن الناس ينشطون في خلق هوياتهم الخاصة، ولم تعد الهويات مختزلة فقط إلى المجموعات الاجتماعية التي ينتسب لها الأفراد، فالأفراد لديهم العديد من الاختيارات بشأن الجماعات التي يودون الارتباط بها، حيث يرى بعض الباحثين أن غالبية الأفراد في المجتمعات المعاصرة لم يعد لهم أبدا معنى ثابت ومستقر للهوية فهوياتهم تميل إلى التشظي والتجزئة على الدوام، وهي سمات الهوية ما بعد الحداثية على حد تعبير ستيورات هال.

ويعتبر ستيفن فروش في هذا السياق أن الهوية إفراز من الثقافات ولكنها لا تتكون منها بتلك البساطة، فهوية الفرد هي في الحقيقة متعددة وربما سائلة حيث أنها تتكون عبر التجربة وتترسخ برموز لغوية، والأفراد حين يطورون هوياتهم إنما ينجذبون إلى المعطيات الثقافية الموجودة في الشبكة الاجتماعية المباشرة لهم وتلك الموجودة

في المجتمع ككل، وعملية بناء الهوية تبعا لذلك ستؤثر عليها بشكل كبير جميع التباينات والأمزجة السائدة في البيئة الثقافية والاجتماعية المحيطة.[1]

في إطار هذا التصور الرمزي للفرد لهويته تمثل الباحثة فاني جورج هذه العملية بمخطط لشارل ساندرس بيرس "الهيكل العظمي diagramme –squelette " أو مخطط صورة ظل schéma- silhouette للذات في وصفها لمجموعة العمليات الذهنية للإنسان الذي يريد شيئا ما لكن لا يمكنه الحصول عليه، ويتساءل هل فعلا يريده؟ [2]

وللإجابة عن التساؤل الذي يطرحه، يحدد الشخص خصائص مميزة لنفسه بتجريد بعض المعايير ومساءلة رغبته، يصنع من خلال الخيال ما أسمته الباحثة هيكلا تخطيطيا diagramme- squelette أو مخطط ظل schéma-silhouette ليتفحص ما هي التغيرات التي تطرحها هذه الحالة للأشياء الافتراضية والتي تتطلب إدخالها في جدول المخطط الظل وفحصها. إذن بمعنى أخر يراقب ما يتخيله ليرى هل الإحساس الداخلي المتقد للذات يمكن أن يتجسّد بنفس الدرجة وبنفس الشكل في الواقع؟

إذا اعتبرنا أن الهوية الشخصية هي الوعي بأن تكون نفسك، هذه العملية تعبر عن عملية نمذجة للذات. وفي إطار الاتصال الافتراضي حين يكون المستخدم في مواجهة استمارة التسجيل في خدمة تواصلية يقاد بضم الياء إلى التساؤل: إذا كنت أتلخص في مجموعة كلمات أو رموز، ماذا ستكون هذه الكلمات والرموز؟ وفي هذه العلمية يقوم الشخص بتجريد بعض المعلومات التي يعتبرها غير ذات صلة ويختار أخرى يراها أكثر ملاءمة، بمعنى

[1] هارلمبس و هولبون، **سوشيولوجيا الثقافة والهوية**، مرجع سبق ذكره، ص15

[2] Fanny Georges, **Représentation de soi et identité numérique ; une approche sémiotique et quantative de l'emprise culturelle du web2.0,** op cit, p 162

أخر أكثر انسجاما مع الفكرة التي يحملها عن نفسه. كل تفاعل يفحص ويمتحن صلابة هذه البنية، ويغير في بعض الأحيان الفكرة التي شكلها الشخص عن نفسه، وبهذا فإن الاتصال الوسائطي عبر الحاسوب، وبدفعه للمستخدم لخلق بروفايل يمثله، يشارك في عملية التشكيل façonnage، بإدخاله دعامة بصرية سمعية ونصية للذات في الحلقة العاكسة للتمثل الذاتي.

من هذا المنطلق فإن مساءلة التأثير والنفوذ الثقافي للاتصال الوسائطي على تمثل الهوية يحمل رهانات أساسية بالنسبة للمجتمع. إذن كما سبق وأن أسلفنا إذا كان تمثل الذات في الفكر كما تمثل الذات في الشاشة يشارك كلاهما في عملية ملاحظة تجريدية للذات، فإن الأمر مختلف إذا نظرنا إليه بنظرة ثنائية عن الشخص نفسه، ففي الواقع الجسد مؤشر مطلق على الوجود، وفي العالم الافتراضي تفحص موقع لا يكفي لإعطاء المستخدم صفة الوجود الملاحظ لأخر بعيد، فالمستخدم عليه أن يتواصل ليبرهن على وجوده حيث أنه إن لم يخلق بروفايلا شخصيا فهو غير موجود بالنسبة للتجمع الافتراضي، فهو غير مرئي بالنسبة له. في الحياة اليومية ليس للهوية الشخصية شكل مادي فيما عدا الجسد، فصورة الجسد تتخذ أهمية كبيرة.

3- الهوية/الهويات الرقمية..بعض التصنيفات:

قدمت الباحثة فاني جورج (Fanny Georges)تمثل الذات للهوية الرقمية على أنها مجموعة التغييرات البيانية transpositions graphiques والصوتية والبصرية، وظيفتها التقنية تحقيق ذاتية الفرد، ووضعه في علاقات مع الجماعة. فعملية عرض الذات ليست إلا جزء من الهوية الرقمية التي تعرض في المجتمع الافتراضي، وتمثل الذات يمكن تعريفه على أنه توليفة العلامات الظاهرة على الشاشة والتي تظهر المستخدم، وهو جزء من الهوية الرقمية، حيث تنسج،بضم التاء، هذه الأخيرة من مجموعة العلامات التي يضعها المستخدم، ومجموعة العلامات التي

تقيمها الآلة والتي تكون انعكاسا مباشرا للمؤثرات الثقافية التي هي عرضة لها.[1] فمجموع العلامات التي يضعها المستخدم تتعلق باسمه الذي يختاره وصورة بروفايله والبيانات التي يحب أن يظهر بها على الفيسبوك، أما العلامات التي تقيمها الشاشة فتتعلق بالبيانات المسجلة مثل عدد الأصدقاء، عدد المجموعات التي ينتمي إليها، إعجابه بمنشور ما وغيرها..

وفي دراستها عن تمثل الذات والهوية الرقمية قسمت الباحثة الهوية الرقمية إلى ثلاث مجموعات من الهويات:[2]

- الهوية المعلنة/ التصريحية l'identité déclarative
- الهوية الفعالة/النشطة: l'identité agissante
- الهوية المحسوبة l'identité calculée

حيث تتكون الهوية المعلنة من المعلومات الموضوعة من طرف المستخدم مثل الاسم وتاريخ الميلاد والصورة. وتتكون الهوية الفعالة من الكشف المعلن للممارسات والأنشطة التي يقوم بها المستخدم والتي يظهرها نظام التشغيل مثل فلان أصبح صديق فلان، أو فلان يتابع الصفحة الفلانية...أما عن الهوية المحسوبة، فتظهر من خلال المتغيرات الكمية التي تظهرها الشبكة مثل عدد الأصدقاء، عدد المجموعات وغيرها.

فإذا كان بإمكان المستخدمين أن يكذبوا فيما يخص معلوماتهم الشخصية (الهوية المعلنة identité déclarative) عادات استهلاكهم الملتقطة عبر الويب (الهوية النشطة identité agissante) تكون حتما حقيقية، حيث يتم توثيق الهويات وفهرسة الرسائل الخاصة من قبل الأجهزة ذاتها التي تعد بعا لم أحسن.[1]

[1] ibid, p 165.
[2] ibid, p 168.

وتسمح هذه الأبعاد الثلاثة بالتحليل الكمي لتغيرات ملامح الهوية وسياق توجهاتها في الفضاء الافتراضي، كما تمكننا من تحديد طبيعة التأثيرات التي تكون الذات الفاعلة عرضة لها في فضاء افتراضي مفتوح، والذي يتيح لها إمكانية التواصل الرقمي والتبادل المعلوماتي الذي يتخذ في العادة شكل الرموز، الكلمات، الصور، الملفات، الفيديوهات أو صوتيات...الخ التي بالإمكان رصدها إحصائيا عبر ما توفره شبكات التواصل من معطيات معينة، حيث تؤكد الدراسة أن الهوية النشطة هي العنصر الأساس في تركيبة الهوية الافتراضية باعتبارها تفترض من المستخدم تغذية بنية هويته الرقمية باستمرار من خلال إبراز حضوره الافتراضي عبر تحديث ردوده على صفحته، ومشاركاته في استعراض الذات وإبراز ردودها الفورية في المجموعات الافتراضية التي ينتسب إليها[2].

على ضوء ما سبق، يبدو أن تصنيف الباحثين لنماذج الهوية الافتراضية في المجتمع الشبكي، وعبر الشبكات الاجتماعية تحديداً، تفترض الأخذ بعين الاعتبار **البيانات الشخصية** التي يصرح بها المستخدم على الصفحة من الاسم، السن، ...**الآثار التي يخلفها على الصفحة** والتي تعكس اهتماماته وانتماءاته المهنية، العلمية ...علاقاته، أنشطته المعتادة...، وكذا **منشوراته على الصفحة** والتي تعكس مواقفه وحدود هويته الافتراضية، وما يميزها من الآخرين، وعلى العموم، فإن استعراض الهوية الرقمية يتأثر بعدة عوامل، نلخصها في ما يلي:

- درجة اندماج المستخدم في المجموعات الافتراضية ذات الاهتمام المشترك، ومشاركته فيها.

[1] Fanny Georges, **Communication médiée par ordinateur : un processus identitaire informatisé, vers une identité mixte, op cit,p3.**

[2] كلثوم بيميمون، **السياقات الثقافية الموجهة للهوية الرقمية في ضوء تحديات المجتمع الشبكي: من التداول الافتراضي إلى الممارسة الواقعية**، مرجع سبق ذكره، ص73.

– وتيرة استخدامه الصفحة، ومعدل تردده اليومي عليها، على اعتبار أنه كلما زاد حضور المستخدم، زادت حاجته إلى عرض الذات، وتبادل المعلومات مع المجموعات ذات الاهتمام المشترك.

– ارتباط هويته الافتراضية المتداولة على المجتمع الشبكي بهويته الحقيقية في الواقع.

– طبيعة استجابته على الصفحة، سواء كفاعل أو متفاعل أو منفعل أو مجرد ناقل لمعلومة أو مترقب لها، ذلك أن طبيعة تفاعله في الصفحة ومواقفه، تحدد وجوده في المجموعات الافتراضية.

4– الهويات الافتراضية والتلاعب الهوياتي أي دور للتنشئة:

إذا كان الفرد يستقي قيم المجتمع من خلال عمليات التنشئة الاجتماعية، فإنه أثناء فترة المراهقة يبدأ في البحث عن ذاته لتكوين هوية خاصة به مارا بعدد من المراحل وصفها اريكسون بقوله: إن البحث عن الهوية أشبه بتجريب وجه تلو الآخر بحثا عن وجهنا نحن. في هذا السياق، سياق تجريب الوجوه والأدوار بحثا عنا، تحدث عمليات تنشئة الهوية التي تساهم فيها في الواقع عدة مؤسسات وأطر اجتماعية ونفسية وثقافية، كما يصقلها التفاعل الاجتماعي وتبلورها المعايير الاجتماعية والثقافية السائدة في النسق الثقافي. فالهوية الذاتية في إطار تفاعلاتها مع العوالم الاجتماعية ذات المعنى والدلالة تبحث في بنائها الهوياتي عن معنى وحاجة دائمة إلى الاعتبار تجسدها أنماط التواصل والتفاعل مع الآخرين، الذين يمثلون قدوة ومرجعية كما هو حال الأب أو المعلم، أو أي آخر في صيرورة التفاعل الاجتماعي يُتخذ" مرآة " تعكس صورة الأنا كذات. فالهوية بهذا المعنى هي عملية بناء اجتماعي ديناميكي لوعي الفرد بذاته عبر علاقات مع ذوات أخرى.

وإذا كانت سمة الهوية ما بعد الحداثية التشرذم والتعدد والتشتت فإن مرد ذلك هو تعدد مصادر الهوية الفردية، ودخول ثقافة تكنولوجيا الإعلام والاتصال كعامل حاسم في عمليات التنشئة الهوياتية، أين يتحول ويتحور كل ما هو اجتماعي وثقافي ونفسي ضمن إطاره الخاص ويندرج طوعا أو كرها في نسقيات زمنية كونية متسارعة شديدة التغير والتبدل في إطار الفضاءات التواصلية الافتراضية التي تستحدث ممارسات جديدة ومفاهيم جديدة وأطرا اجتماعية جديدة.

فمن تحت التموج السطحي لتدفق تكنولوجيا الإعلام والاتصال تحدث تبدلات باطنية في الفعل التنشيئي من إطار مؤسسي ومحلي ذي طابع أبوي تقليدي إلى فضاءات مستجدة معولمة ومن غير أصول اجتماعية وحضارية محددة، لعله تزحزح ضمني يطال بنى الشخصية الاجتماعية في العمق لدى الأفراد والجماعات فيحور مصادر" الأنا" ويربك مرجعيتها ويضعف مصداقيتها داخل إطارها العائلي والمدرسي. فهناك تجمع بين ما هو محلي أصيل وما هو كوني في تداخلات شتى ومفارقات معينة تحفز لدى جيل الشباب ضربا من التنشئة الإرادية المرتبطة بالاختيارات الفردية وبمعاني ابتكار الذات بحسب عمل هوياتي ينجزها ويراجعها في كل لحظة كيفما يعن له.[1]

فسياق التداول الافتراضي يجعل أطراف التواصل محل عملية تنشئة إلكترونية مستمرة بحكم أنها تتفاعل وتتواصل في فضاء ثقافي حر ومفتوح يتجاوز الطابع المؤسساتي التقليدي الواضح الحدود والمعالم. وبهذا تنتقل التنشئة من القطب المجتمعي المؤسسي إلى قطب الفرد الشخصي لتصبح تنشئة إرادية وذاتية للهوية، ما يفتح المجال واسعا للتلاعبات والتقمص الهوياتي على اعتبار أن المرجعيات التنشيئية للمستخدم غائبة وبالتالي فهي لا تؤدي

[1] عادل بن الحاج رحومة، **تنشئة الهويات الفردية عند الشباب عبر الفضاءات الاتصالية والمعلوماتية**، مرجع سبق ذكره، ص134.

دورها الرقابي أو الكابح، مما يسمح للفرد المستخدم بتجريب واستعارة ذوات متعددة كما يريد أن يراه الآخرون وليس بالضرورة كما هو في الواقع.

وعليه تبدو تنشئة الهوية الفردية مرتبطة أكثر من السابق بالاختيار ضمن "عمل هوياتي" un travail identitaire يتردد على مصادر ومرجعيات متنوعة من غير الاكتراث ضرورة بأصولها الاجتماعية والثقافية والحضارية، أو حتى شغل النفس بإيجاد تناسق بينها، وإنما تتخذ أحيانا من قبل المراهق والشاب كلعبة ورهان، في الوقت نفسه، بينما تتراخى الصفة الآمرة للتنشئة الاجتماعية التقليدية كما يجسدها الأب والمعلم والكثير من الكبار الموقرين أينما كانوا.[1]

حيث تُظهِر آليات استحداث وتقمص ذوات متنوعة عند الولوج إلى الفضاء الانترنتي التفاعلي مدى مساهمة السياقات الاجتماعية في تأسيس الذات الفردية (من خلال النماذج والمعايير والتماهيات التي تلجأ إليها) كما أنها تحيل إلى العجز الذي تعيشه فضاءات التنشئة في إدارة هذه الذات، فمن ناحية نلاحظ أن هذه الذوات المستعارة غالبا ما تمثل نماذج حياتية مرجعية، ومن ناحية أخرى يمكن معاينة حرية الاقتباس، حيث أن التماهي أو التوحد مع هذه الذات أو تلك يتم بعد تكييفها مع ما يتناسب من فنتازميات الذات المستعيرة، إن مجموع المؤسسات والمرجعيات العقيدية والإيديولوجية الفاعلة في حياة الأفراد، لم تعد تملك الوهج الذي كانت تملكه من قبل في إدارة الذات، سيادة اللايقين خاصة بعد فشل الحكايات الكبرى، وهو ما أوكل أمر إدارة الذات إلى نفسها بما يشبه الاكتفاء الذاتي المرجعي، مع ما يستتبع ذلك من إحساس بأن الذات قد غدت "طافية ولا يقينية" ومتغيرة

[1] المرجع نفسه، ص135.

ورخوة. ضمن هذه السياقات المتسمة برخاوة الهوية الفردية يتم الأخذ بذوات افتراضية كعكاكيز هوياتية من طرف فئات كبيرة تعيش حالة صراعية بين ما تريد أن تكون وما هي بالفعل، بين تصور مثالي للذات والذات كما هي.[1]

غير أن بناء الذات عبر الفضاءات الافتراضية، ولو سلمنا باتساع مجال الحرية فيه وبانعتاقه من الإكراهات الجسدية والفيزيائية، إلا أنه يبقى مرتبطا بالآخر، على اعتبار أن الذات لا تكتمل تنشئتها ولا صيرورتها إلا في سياق تفاعلاتها مع الآخر، وفي هذا السياق تندرج مقاربة لورا روبنسون التي ترى أن الهوية الحقيقية لا تنقطع عن الهوية الافتراضية، فبناء الذات في العوالم المتخيلة لا يتحرر من التفاعلات الرمزية الضرورية لعملية التنشئة الاجتماعية، فالفرد في السياق الالكتروني لا يتحرر من إكراهات الجسد ومن الارتباط بالمكان وهو لا يغامر بهويته في تجارب وجودية جديدة جذريا، كما أن الفرد لا يتحرر من نظرة الآخر، فالنكوص إلى عالم تكون فيه نظرة الآخر غير حاضرة مستحيل، وبهذا المعنى لا تؤدي العوالم الافتراضية بالضرورة إلى نهاية الذات. إن القول بأن الانترنت تؤسس تجارب وجودية مختلفة تماما وهوية مستحدثة يمثل وهما لأن الانترنت تمثل بالنسبة إلى أغلبية المستخدمين مجالا يعزز ما يقومون به في الحياة الاجتماعية ويوسّعه ويكمله.[2]

كما ترى لورا روبنسون أن إنتاج الهوية في الفضاء الالكتروني يبقى مرتبطا بنظرة الآخرين (التي تعتبر آلية مركزية لعملية بناء الهوية في الحياة الاجتماعية)، ففي التواصل الالكتروني يفقد التواصل بعده الحسي، لكن المستخدمين يعملون من خلال آليات الكتابة الالكترونية على محاكاة التواصل الاجتماعي بلغة جديدة يعبرون من خلالها عن مشاعرهم بواسطة علامات تعكس الهوية الحقيقية، فعندما يؤثث فردا ما فضاءه الالكتروني (صفحة

[1] الصادق رابح، **الانترنت كفضاء لتشكل الذات**، مرجع سبق ذكره، ص 20.

[2] الصادق الحمامي، **الميديا الجديدة الإشكالات السياقات**، مرجع سبق ذكره، ص 50.

شخصية مثلا) بالنصوص وبالصور، فهو يأخذ بعين الاعتبار نظرة الآخر له، كما أن نشاط الفرد على الشبكة يتوجه كذلك إلى الآخرين، فتعاظم التفاعلية يؤكد بشكل صريح أن الهوية على الشبكة لا يمكن أن تنفصل عن الآخر، كما أن المشاركة في المنتديات مثلا تشبه التفاعل في الحياة الاجتماعية، لأنها ترتبط بالجماعة وبتعزيز القيم الجماعية، فاللغة المستخدمة والمضمون وأسلوب الكتابة تعكس كلها أداء الهوية باعتبارها عملية اجتماعية، كما أنها تهدف إلى تعزيز القيم الأخلاقية الجماعية.[1]

تعارض إذن لورا روبنسون المقاربة القائلة بأن الذات تتحرر من قيود العالم الاجتماعي أو إنها تفقد الوعي بالآخر، والتفاعل معه، وبالنظر إلى هذه المحددات، التي لا يمكن للفرد أن يتعالى عليها، فإن الهوية لا يمكن أن تصبح لعبة مفتوحة بلا قيود، لأن الفضاء الالكتروني هو أيضا فضاء اجتماعي، ومن هذا المنظور فإن الممارسات الالكترونية لا تمثل بالضرورة قطيعة مع الحياة الاجتماعية، فالتنشئة الاجتماعية القائمة على التفاعل وعلى ضرورة وجود الآخر تبقى آلية قائمة في المجال الالكتروني، على عكس ما تقوله "شيري توركل" التي ساهمت في إشاعة تمثلات جديدة حول الهوية الذاتية تقوم على الاختلاف والتنوع والتشظي والتعدد، وكأن الحياة تحولت إلى فن.

لقد منحت الانترنت الأفراد إمكانية تجريب وتقمص أشكال مختلفة للذوات/ الهويات، بهدف معاينة ماذا يمكن أن يحصل عند تقمص هذه الهويات، إن هذا الأثر لا يمكن أن يتحقق إلا عندما تغدو الذات

[1] المرجع نفسه، ص 51.

الافتراضية هوية مقبولة ومعترف بها ضمن العلاقة التفاعلية مع الآخر، مع افتراض أن هذا الآخر قد يكون هو نفسه هوية فانتازمية.[1]

كما لا يجب أن نتصور أن استحداث أكثر من هوية فانتازمية عملية يسيرة، فبناء هويات تفاعلية ذات طبيعة متناغمة مكانيا وزمنيا ليس بالأمر السهل، ذلك أن فاعلية تلك الهويات تكمن في قدرتها على إقناع المتحاورين معها بأنها تحيل على هوية فيزيائية حقيقية، وتحاشي الممارسات التي يمكن أن تشكك فيها أو تفضحها. إن هذه الهويات الافتراضية لا تبعث في أصحابها الإحساس بالرضا المتعالي إلا عندما يتم التحاور معهم باعتبارهم هويات حقيقية وليست فاتنازمية، وحتى يتحقق هذا الوضع لابد لهذه الهويات أن تحرص على عدم الوقوع في التناقضات أثناء عملية التبادل، بحيث تكون أمينة للهوية التي تبنتها وعليه فهي حرص على أعلى درجات التناغم بين المستوى اللغوي المستخدم في التبادل والمستوى التعليمي، وعدم التنافر بين الرأسمال الثقافي الذي يتم توظيفه والسن الذي أعلنت عنه الهوية الفانتازمية، ذلك أن أي ممارسة مرتبكة أو تفتقد التناغم تكون نتيجتها انكشاف الهوية وفقدانها مصداقيتها في أعين محاوريها، وهو ما يشكل إحدى الإكراهات التي تعيشها الهويات الافتراضية في الفضاء الانترنتي.[2]

[1] الصادق رابح، **الانترت كفضاء لتشكل الذات**، مرجع سبق ذكره، ص3

[2] المرجع نفسه، ص3.

5- الفيسبوك، نافذة الانفتاح الهوياتي:

أثبتت الكثير من الدراسات أن الشبكات الاجتماعية والفيسبوك خصوصا، غيّرت الوجه العام لبناء الهوية من خلال سماحها لمستخدميها عبر العالم بإعادة مفهمة صورهم عن ذواتهم بالانتقال من هويات مؤسسة مكانيا وواقعيا، إلى أشكال هجينة ومرنة للهوية بفضل الخدمات التي توفرها من تدوين وألعاب ودردشة والانضمام إلى مجموعات معينة، وغيرها...حيث تعتبر هذه الخدمات تجارب افتراضية يطوّر من خلالها مستخدمو الفيسبوك مفهومهم لذواتهم وهوياتهم الملحقة.

إذ تسمح الانترنت للمستخدم، من خلال الشبكات الاجتماعية –الفيسبوك- بأن يستعير ويجرب ما شاء ما الذوات، دون أن يتعرض لعقاب فعلي، بل إن الأمر يذهب إلى أبعد من ذلك، فالأدوار التي يتقمصها الانترناتي في فضاء الشبكات الاجتماعية هي في أغلب الأحيان متناقضة مع الأدوار الفيزيائية والاجتماعية التي يمكن أن يقوم بها في حياته الفعلية.

وحسب دراسة جيسيكا لي باغ Jessica Lee Pugh[1] تفسح خاصية جدران البروفايل التي يوفرها الفيسبوك المجال للمستخدم ليكون أكثر تلقائية في التعبير عن ذاته وهويته، فكل صفحة فيسبوكية هي انعكاس لوقت، ولمدارك، ولاهتمامات، وللانتماء السياسي لصاحبها. حيث تتحدد الهوية حسب الدراسة بالربط بين تمثلات الشخص لذاته كفرد مستقل بذاته، وطرائقه في التواصل مع الآخرين ومع المجموعات الاجتماعية في علاقات مترابطة. إذ، ومن خلال السياق الاجتماعي للفيسبوك، يمتلك المستخدمون قابلية الكشف عن

[1] Jessica Lee Pugh, **A qualitative study of the facebook social network, the desire of influence, associate and construct a representative and ideal identity,** op cit, p39.

مواصفات وخصائص لا تتراءى في الظاهر، حيث يُركز المستخدم على جانب معين من جوانب هويته لتطوير شهرته الالكترونية micro- celebrity، ومن هنا بالتحديد تبدأ عملية بناء الهوية الرقمية online– identity construction، وتتطور من خلال دعوة الأشخاص والمعجبين الذين يشتركون في هذه الجوانب، وبهذا تُطور وتُدعّم شبكة الأصدقاء العلاقات المتبادلة لتقدير الذات والانتماء لشبكة الفيسبوك.

ففي البيئة الرقمية يسعى المستخدمون لخلق التأثير، لإشباع الفضول، لخوض مغامرات، وللتواصل والتعلم من خلال الاتصال بالشبكة. وفي هذه التجربة التفاعلية يتمكن المشتركون أكثر من أي وقت مضى من المشاركة والتواصل الرقمي، صانعين بذلك هويات رقمية أكثر تعقيدا وأكثر تمثيلا للعلاقات التي تسم الحياة الواقعية.

كما تشير دراسة الصادق رابح عن الانترنت كفضاء لتشكل الذات[1] إلى أن التمازج بين الذوات الافتراضية والذوات الفعلية له انعكاساته على طبيعة الهوية الفردية، إذ ليس من المؤكد أن القفز والاستحواذ على مجموعة من الذوات الافتراضية سيساعد الفرد على تعميق أناه – ذاته– إنما يجعل هذا القفز من الهوية غير محددة العوالم نهائيا، وبالتالي يجعل الأنا تعيش في وضعية اللايقين.

حيث أن الهدف النهائي للمتلاعب بذاته في الفضاء الانترناتي هي أن يكون ضمن هذه الفئات الثلاثة: أفضل من ذاته، أكثر من ذاته، ذاته لكن بتمظهر آخر، فالذوات التي يتقمصونها تستبعدهم عن ذواتهم الفعلية، وتدفع بهم إلى عوالم إشباعية وتسكينية.

[1] الصادق رابح، **الانترنت كفضاء لتشكل الذات**، مرجع سبق ذكره.

6- الهوية على الخط والذات الرقمية...رهانات متزايدة:

تتعاظم رهانات تمثل الذات والهوية الرقمية، حيث لا يتوقف الأمر عند مساءلة مخاطر الانغلاق في الافتراضي فحسب، بل في اعتبار كيف تتوسط الأجهزة التفاعلية الحياة اليومية والعلاقات الاجتماعية في إطار اتصال وهوية مختلطة أين يشكل الافتراضي والواقعي سياقا اتصاليا تواصليا متجانسا، كيف تعيد تكنولوجيا الويب والشبكات الاجتماعية تشكيل السياقات والإنتاجات والاستخدامات الاتصالية؟

فالاتصال الوسائطي عبر الحاسوب، وبدعوته للمستخدم بخلق بروفايل يمثله ويعبر عنه، يساهم في تشكيل الذات بإدراج دعامة بصرية صوتية أو نصية للذات في علاقات اتصالية وتفاعلية، يمثل فيها البروفايل أو الملمح الملمح الأساسي للحضور والتجسد، بواسطته تتم كل التفاعلات والردود والاتصالات وغيرها من الممارسات الافتراضية التي لا تستدعي حضورا جسديا أو فيزيائيا.

في هذه السياقات الاتصالية الجديدة والممارسات التواصلية المستحدثة يواجه ويطرح مفهوم الهوية والهوية الرقمية عبر هذه الفضاءات الافتراضية رهانات حقيقية خاصة في ظل التحديات الراهنة التي أضحى تأثيرها بارزا للعيان سواء بالنسبة للمجتمعات أو الأفراد، حيث، ورغم ضرورة الاعتراف الصريح بأهمية الانفتاح الثقافي والإعلامي في ظل القرية الكونية وتوسيع آفاق التبادل المعرفي والتقني، والاعتراف بالآفاق المتحررة والواسعة التي يفتحها التواصل عبر الشبكات الاجتماعية من تحرر وسهولة اتصال وسرعته ومرونته، إلا أن ذلك لا يعني تجاهل حقيقة الإشكالات التي تطرحها هذه النماذج التواصلية على مستويات عدة أخلاقية، ثقافية واقتصادية وغيرها.

ضمن هذا المنظور حاولنا مقاربة أهم الرهانات التي تطرحها الهوية الافتراضية عبر شبكات التواصل الاجتماعي في المحاور التالية: رهانات أخلاقية، رهانات تواصلية ورهانات اقتصادية.

1- **رهانات أخلاقية:** لا شك في أن التداول الافتراضي في المجتمع الشبكي ذي السياق الثقافي الكوني يفترض مساءلة حقيقية حول دلالات الانتماء بحكم أن الوجود الافتراضي يفترض على المستخدم التردد على ثقافات عدة بل التردد على أوطان مختلفة، أو حتى التردد على هويات فانتازمية متعددة، متجاوزا الحدود الجغرافية والزمانية التي تؤطر وتقولب معايير الفضاء والوجود الإنساني، هذا التجاوز وهذا الانفتاح يخلق تحديات ورهانات أخلاقية متعاظمة يمكن ذكر بعضها في النقاط التالية:

- انتشار تصورات وممارسات ورموز ثقافية جديدة: فالأكيد أن التواصل والاتصال عبر هويات رقمية تلخص الوجود الإنساني في مجموعة من الرموز المتكثفة المتمحورة حول الاسم والصورة وبعض المنشورات، والتي تتجاوز الحضور الجسدي المحكوم بأطر ثقافية ومرجعية معيارية معينة، هذا التواصل يخلق ممارسات ورموز ثقافية جديدة، فطبيعة السلوكات والعلاقات التي يتم بناؤها عبر هذه الفضاءات الافتراضية تختلف من ناحية طرق تشكلها وبنائها وبنيتها وديناميةتفاعلها عن الحياة الاجتماعية العادية، بصفتها، هذه الفضاءات، تشكل فضاءات وحقولا اجتماعية متحررة وغير خاضعة للرقابة بمعناها المجتمعي المعياري، بما يعني انفلات الفرد المستخدم من الإطار القيمي والمعياري الذي يفرضه عليه المجتمع عبر مختلف الأدوات والمؤسسات.

- تراخي وتراجع دور مؤسسات التنشئة الاجتماعية التقليدية التي ظلت تشرف لعقود على عملية التنشئة الاجتماعية ودعم القيم الثقافية الأصيلة المؤسسة لمضمون الهوية الفردية، حيث بدأت تفقد اليوم آليات المتابعة والتوجيه، وقدرتها على استقطاب فئة الشباب الذين أضحت هوياتهم الثقافية تبنى ضمن سياقات عالمية لا

محدودة بفعل تأثير شبكات التواصل الاجتماعي الرقمي التي أعطت لهذه الهويات دلالات جديدة أوسع من الفضاءات التقليدية سواء الأسرية، الجماعاتية أو المحلية، فالهوية الفردية في سياق التواصل عبر الشبكات، وكما سبق ذكره في مباحث سابقة، تقوم بتنشئة نفسها بنفسها، أي تقوم بتنشئة نفسها بصفة إرادية واعية من خلال التنقل عبر الفضاءات الافتراضية الرقمية واختيار ملامح وجودها الافتراضي كيفما أرادت وتغييرها أيضا وفق ما أرادت، هذا المجال من الحرية والتحرر ينتج مجالا من الذاتوية مفرطة الجمال ومنزوعة السياسة، حيث يتم التنصل من واقعية العالم الواقعي، ويفتت تناسق الذات، وتتحول التجربة الإنسانية إلى مجرد أحاسيس ونشوة.

وتعليقا على "الترويج للغفلية والحرية التي تتيح بناء الهوية على نحو مرن وسري ومتعدد" تعبر ميشال ويلسن عن قلقها من أن يتسبب " تفكيك الذات والطابع الزائل لعملية التواصل الالكتروني في فصل الفرد عن الفعل المادي وإبعاده عن الإحساس بالمسؤولية الاجتماعية والشخصية عن الآخرين. كما أشار آخرون أن غياب الجسد يسلب الاتصال شروط الخطر التي تسبغ عليه معنى وتمنحه جوهرا، وتشجّع على اعتدال التأكيد العدمي على الإرادة الشخصية دون حدود[1]

- وضع مسألة الخصوصية على المحك: في ظل الاتصال الافتراضي تجاوزت المجتمعات الإنسانية الكثير من الحواجز والقيود، ولم تكن حواجز المكان والزمان هي فقط ما تم تجاوزه، بل حتى الحدود بين ما هو عام وما هو خاص تم تجاوزها ليصبح كل شيء مشاعا لا يمكن التعتيم عليه، وهذا ما تؤكده مقولة مارك زوكربيرغ مؤسس موقع فيسبوك وأريك شميث المدير السابق لشركة غوغل اللذين صرّحا "أن عصر الحياة الخاصة قد ولّى،

[1] دارن بارني، **المجتمع الشبكي**، مرجع سبق ذكره، ص 165.

ونحن نعيش زمن استعراضها الذي لا يقلق سوى اللذين قاموا بما يؤخذوا عليه" وإذا كانت الممارسات التي أوجدتها الشبكات الاجتماعية الالكترونية قد أفرزت مفهوم "الخصوصية العامة والعمومية الخاصة"، فهذا المفهوم يكتنفه الغموض في السياق العربي، لعل بعض المجتمعات الغربية قد توصلت في سياق تاريخها الطويل إلى تحديد بعض الفواصل بين العام والخاص، بينما لم يتحدد هذا الفصل في المجتمعات العربية في ظل تغيب الفرد كقوة مرجعية في الحياة الاجتماعية[1] فالخصوصية كمصطلح أو الحق في الخصوصية تعرف على أنها: صيانة الحياة الشخصية والعائلية للإنسان بعيدا عن الانكشاف أو المفاجأة بغير رضا، والخصوصية في اللغة العربية من الفعل "خص" فيقال خصه بالشيء دون غيره، والخاصة خلاف العامة، والخصوص خلاف العموم، وفي اللغة الإنجليزية Privacy ويرادفها في القاموس كلمة singuarity كما ارتبط مفهوم الخصوصية بمفهوم حماية المعلومات، ووضع علماء آخرون الخصوصية كحد فاصل بين حق الفرد المطلق وبين حق المجتمع، وفي عام 1967 عرّف آلان ويستن Alan Westin الخصوصية بأنها رغبة الأفراد في الاختيار الحر للآليات التي يعبرون بها عن أنفسهم ورغباتهم [2] ويحيل النقاش المعاصر حول الخصوصية إلى قيم الحرية والكرامة الشخصية التي تعد تجسيدا لها، وحتى ندرك عمق هذا المفهوم يمكن الإشارة إلى أن رجال القانون الأمريكان عرفوا الحق في الحياة الخاصة بالحق في أن نترك لحالنا[3] فالعلاقات بين الأشخاص تختلف في الانترنت عنها في الواقع لما تفتحه الانترنت من آفاق تتجاوز الحدود المكانية والسياقات الفيزيائية، وباقترانها بالعتامة التي تسم الاتصالات الرقمية، لا تسمح الشبكات،في معظمها، للمتخاطبين بأن يرى بعضهم بعضا، الأمر الذي يقلل من دور المظهر الخارجي والسلوك في رسم ملامح الهوية،

[1] نصر الدين العياضي، **الشباب في دولة الإمارات والانترنت**، مرجع سبق ذكره، ص 77.

[2] عبد المحسن بدوي محمد أحمد، **مشكلات الإعلام الجديد**، المؤتمر الدولي الإعلام الجديد، البحرين ص94

[3] نصر الدين العياضي، **الاتصال والإعلام والثقافة: عتبات التأويل**، دائرة الثقافة والإعلام، الشارقة، 2015، ص93.

يمكن أن يسمح غياب المكان والتجسّد، إضافة إلى العتامة في الاتصال عبر الشبكات بقدر فائق من السرية والمرونة في البناء الاجتماعي لذواتنا، وتجسيد المقاربة ما بعد الحداثية للهوية، ففي العالم الافتراضي يصبح بمقدور الأفراد أن يبنوا هوياتهم وفق مشيئتهم، وبالتالي يتصرفون وفق ما أرادوا.

2- **رهانات تواصلية**:على اعتبار أن التواصل بين الهويات الرقمية ضمن الفضاءات الافتراضية متحرر من ضوابط الألفة والمعايير الاجتماعية الرسمية وغير ملزم بمقامات التواصل التقليدية فإنه يخلق براديغمات تواصلية مستحدثة ومعقدة تؤكد على أهمية القيم التعبيرية داخل الفضاء الاجتماعي الافتراضي الذي أصبح مصدرا للممارسات وأفقا رمزيا يتيح للأفراد أن ينسجوا ويطوروا أنواعا جديدة من الروابط والسلوك، فالتقنيات الاتصالية الجديدة تتسم بمرونة وحرية كبيرتين في التحرك تمنح الأفراد استقلالية ونجاعة متزايدتين في التوزيع العقلاني للزمن الشخصي[1]

وفي هذا السياق يقر الفيلسوف طه عبد الرحمان في كتابه روح الحداثة بتعقد ظاهرة الشبكة ضمن العولمة ذات الأبعاد الكونية، والتي ترتكز حسبه على مظاهر التعقيل الأداتي للعالم بما يجعله يتحول إلى مجال واحد من العلاقات بين المجتمعات والأفراد عن طريق تحقيق سيطرات ثلاث: سيطرة الاقتصاد في حقل التنمية، وسيطرة التقنية في حقل العلم، وسيطرة الشبكة في حقل الاتصال، ومن الآفات التي تنتج عن سيطرة الشبكة في حقل الاتصال حسب الباحث هو الإخلال بمبدأ التواصل الذي يجمع بين مقتضى تناقل المعلومات وتجاوب الذوات، وعليه فالعلاقات في ظل المجتمع الشبكي تؤسس لعلاقات إجرائية بين أطراف التواصل الذين يشتغلون بتناقل المعلومات ولا يبالون بتجاوب الذوات الإنسانية المتفاعلة، لدرجة أن صارت العلاقات في ظلها تتمظهر في شكل

[1] عادل بن الحاج رحومة، **تنشئة الهويات الفردية عند الشباب عبر الفضاءات الاتصالية والمعلوماتية**، مرجع سبق ذكره، ص 142.

صور متداولة وعبارات مفككة وبالتالي هويات الكترونية مختزلة في شكل ملفات قابلة للتعديل غيب فيها جوهر التعارف في العلاقات الإنسانية.[1]

3- **رهانات اقتصادية:** إلى جانب الرهانات الأخلاقية والثقافية التواصلية توجد أبعاد أخرى اقتصادية للممارسات الهوياتية عبر الفضاءات الافتراضية، على اعتبار الشبكات الاجتماعية صناعة أولا وقبل كل شيء، نذكر من هذه الرهانات:

- باعتبار الشبكات الاجتماعية صناعة، ورغبة منها في تحديد ومعرفة زبائنها تخلق خدمات اتصالية أكثر إغراء، وتنشئ قواعد بيانات بدقة فائقة. لتكون بمثابة شرنقة يحس المستخدم داخلها أنه مغمور وقادر، ويمضي داخلها أكبر وقت ممكن ليستهلك ويترك آثارا ويستمتع أكثر بصداقاته وتفاعلاته ورأسماله الاجتماعي الافتراضي.[2] بأفعال وممارسات إبداعية افتراضية ومخدرات للأنا في الوقت ذاته، تمتلك الذوات الافتراضية على شاشة الحاسوب قدرة مضافة لأنها تسمح لها بعيش ومعايشة تجربة أدوار اجتماعية افتراضية لا يمكن لعبها في الحقيقة، ولأنها تمثل استجابة لحاجة الهروب من الواقع المعاش تحمل التجارب الافتراضية خطر أن تروق كثيرا للأشخاص الذين ينغلقون في بعض الأحيان في فضائهم الافتراضي ويأبون الخروج منه.

فتكنولوجيا الأنا تضع في الواجهة وتثمّن الحياة الخاصة والشخصية، لأن الافتراضي يسمح بتجارب غير مسبوقة ويحرر الخيال ما يجعل الواقع يعاش بطريقة مغايرة ويظهر متطلبات استهلاكية جديدة، من هنا أضحت هوية الإنسان اليوم مهددة على كافة مستوياتها من المستوى البيولوجي إلى المستوى الثقافي وتواجه رهانات العدمية

[1] كلثوم بيميمون، **تصور وممارسة الهوية الثقافية لدى الشباب الجزائري بين الفضاء الالكتروني والممارسة الواقعية**، مرجع سابق، ص18.

[2] Fanny Georges, Communication médiée par ordinateur : un processus identitaire informatisé, vers une identité mixte, op cit, p4.

الناتجة عن تعالي موجة العولمة بقيمها الحداثية الساعية لإعادة تشكيل الإنسان وفق مقاييسها لتحقق أكبر قدر من الهيمنة، موظفة في ذلك رغبة الإنسان الجامحة لتحقيق الانتشار والسيطرة لصالح قيمها المادية، النفعية، الفردانية، والتنافسية، جاعلة منه وسيلة لخدمة أهدافها الاقتصادية لتهيمن فكرة التسليع والاستهلاك على جميع مظاهر الحياة الإنسانية، بما فيها قيم الإنسان ذاته، لتسقط بذلك البعد الغائي من الحياة والكون وتجعل الإنسان متمركزا حول ذاته يدور في عدمية مطلقة.[1]

في هذا السياق، سياق هيمنة فكرة التسليع والقيم الاستهلاكية النفعية على الممارسات الافتراضية اعتبرت الباحثة المتخصصة في الهويات الرقمية فاني جورج أن الشبكات الاجتماعية هي اختراع تسويقي بالأساس[2]

les tribus sont une invention du marketing

وفي معرض تحليلها لهذه النقطة تقول الباحثة أن الوعي بالهوية كتعدد عبر الانترنت يفتح المجال لبناء استراتيجيات عقلانية ومجسدة لمحاربة مركزية الهويات. لذا فإن مستخدمي الانترنت ينقلون خوفهم من جمع معلوماتهم الشخصية في إطار واحد وبالتالي يكون من السهل تعقبها، ومن مظاهر هذا الأثر الهوياتي traçage de l'identité هو الاستخدام الموازي لأكثر من حساب للتسجيل في كل فئة خدماتية: حساب بريد الكتروني للشراء الالكتروني، حساب آخر للمنتديات وآخر للشبكات الاجتماعية، وهلم جرا. يشتت ويضاعف المستخدمون معلوماتهم الشخصية إراديا بهاجس الحفاظ على سرية نشاطاتهم. مثالية مجتمع افتراضي لا مركزي ترك

[1] كلثوم بيميمون، **تصور وممارسة الهوية الثقافية لدى الشباب الجزائري بين الفضاء الالكتروني والممارسة الواقعية**،مرجع سابق، ص21.

2 Fanny Georges, **Communication médiée par ordinateur : un processus identitaire informatisé, vers une identité mixte,** op cit, p4.

المكان لمقاومة نشطة من طرف الأفراد ضد إرادات مركزية للمعطيات الشخصية، مضاعفة وتفتيت الهوية أضحى فعلا للحفاظ على الذات ذهب مؤخرا إلى حد تنظيم مظاهرات لإلغاء الاشتراك في الفيسبوك.[1]

تناولنا في الفصل الثاني الموسوم ب"الهوية والهوية الافتراضية بعض المقاربات"، بعض المقاربات اللغوية والفلسفية والنفسية والاجتماعية لمسألة الهوية، من خلال الحفر في دلالات المفهوم، وبعدها عرجنا إلى الهوية الافتراضية، أو كيف غيرت السياقات الاتصالية الجديدة مفهوم الهوية وما هي الأبعاد التي أضافتها له من خلال البحث في الهوية الافتراضية تمظهراتها وسياقاتها بدءا بالانتقال من التنشئة الاجتماعية للهوية إلى عملية بنائها وفق السياقات الاتصالية المستحدثة، ثم البحث في علاقة الهوية الفردية للمستخدم بين التصور الرمزي والواقع الافتراضي، ثم تطرقنا إلى بعض تصنيفات الهويات الرقمية، بعدها عرجنا إلى دور التنشئة الاجتماعية في عملية التلاعب الهوياتي، ثم خصصنا عنصرا لمقاربة كيف أضحى الفيسبوك بخدماته المتعددة والمتنوعة مجالا للانفتاح الهوياتي، لننهي الفصل بأهم الرهانات التي تطرحها الهوية الرقمية وحصرناها في ثلاث رهانات أخلاقية، تواصلية واقتصادية.

[1]Ibid, p6

الفصل الثالث:

الاتصال الافتراضي والمجتمعات الافتراضية

المبحث الأول: الافتراضي...حفر في الدلالات

1- **في معنى الافتراضي.**

2- **الحضور الافتراضي...امتداد للحضور الواقعي.**

المبحث الثاني: المجتمع الافتراضي، السياقات والخصائص.

1- **في تعريف المجتمع الافتراضي.**

2- **خصائص المجتمع الافتراضي.**

3- **المجتمعات الافتراضية: مساءلة الدور والمكانة.**

4- **الرأسمال الاجتماعي الافتراضي: تعريفه وأشكاله.**

جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية

يمتزج الواقعي بالافتراضي في علاقات غامضة ومتشابكة في إطار التآلفات الجديدة المرتبطة بالتمثلات وظهور التطبيقات الجديدة للويب 2.0 : مراسلات، مواقع لقاءات، مدونات، شبكات اجتماعية...وغيرها من التطبيقات التي جعلت من الاتصال الافتراضي – الامتداد المركزي للإنترنت – أرضية رقمية لإنشاء فضاءات اتصال وتواصل... فأسبغ على الإنترنت طابعا اجتماعيا مركبا ومنتجا لذاته.

فالانترنت، والميديا الجديدة عموما، ليست مجرد وسيلة أو وسيط تقني، إنما هي فضاء متفاعل ومركب، تتماهى فيه الحدود بين العام والخاص، ليؤطر لأشكال جديدة من الممارسات الاجتماعية، فبسماحها للأفراد بالتعبير عن هوياتهم وعوالمهم الذاتية، عززت المنصات التكنولوجية عملية الانفتاح الهوياتي وشكلت فضاءات خاصة تشكلت فيها حالات تواصلية يتفاعل فيها المستخدمون عبر أنواع مستحدثة من الكتابة والتدوين، وبفتحها للفضاءات التبادلية التشاركية أضحت الانترنت فضاء للمداولات والنقاشات العمومية شكّل ما يسمى بالمجال العام الافتراضي.

بهذا أضحى الإعلام يشكل منظومة جديدة تختلف عن المنظومة المشهدية، وتحقق مجالا شبكيا يتحول الفرد فيه باستمرار ما بين موقعي الإرسال والتلقي، وتنصهر في داخله العوالم الفردية، وتمثّل شبكة الانترنت فضاء جماعيا يشترك المستخدمون في إنتاجه، وهو بهذا المعنى يمكن النظر إليه على أنه أنموذج تواصلي جديد، لا يتعلق بعملية بث مركزية، ولكن يتفاعل داخل حالة ما، يسهم كل فرد (مرسل– مستقبل) في اكتشافها بطريقته أو تغييرها أو الحفاظ عليها كما هي، ولقد أحدث الانترنت، بوصفها العنصر الرئيس في هذه المنظومة تغييرات، بنيوية في خريطة الإعلام بشكل عام، وفسحت المجال لتعددية إعلامية افتراضية.[1]

[1] ياس خضير البياتي، **الإعلام الجديد الدولة الافتراضية الجديدة**، دار البداية ناشرون وموزعون، عمان، الأردن، الطبعة الأولى 2014، ص 314.

من هنا فإن مقاربة الانترنت باعتبارها فضاء وليس كوسيلة يتيح مقاربة التمثيل الافتراضي للحياة الاجتماعية وأشكالها ومظاهرها وأحداثها وفاعليها التي تشكل الفضاء الافتراضي بمختلف زواياه: إعادة تشكيل الحدود بين العام والخاص، أشكال جديدة من الفعل الاجتماعي، المستخدم المبتكر ونخب جديدة[1] ....وأشكال أخرى للممارسات الاجتماعية ذات الصبغة الافتراضية.

إنّ هذه التحوّلات في تطبيقات الانترنت جعلت منه أرضية ديناميكية متحركة تجمع عدة ممارسات علائقية يُنشطها تبادل المعلومات والنقاشات وإبداء الآراء وربط الصلات بين المستخدمين بطريقة مباشرة وآنية. فمكّن الاتصال الافتراضي بذلك من اختراق منظومة الباث – والمستقبل ومنظومة المرسل – الرسالة – المرسل إليه، ليتمكن كل فرد مستخدم من تقاسم سلطة البث؛ أي أنّ كل فرد باث ومستقبل في آن واحد ولتصبح "التفاعلية" هي المنظومة الجديدة الخاصة بالاتصال الافتراضي.

ففي دراستها عن الأشكال التي يتفاعل بها الأشخاص مع الوسائط التكنولوجية، ذكرت الباحثة الاسترالية في علم الانثروبولوجيا جونفياف بل Jonviav Bell أن التكنولوجيا، وحتى تؤثر في الحياة يجب أن تخضع للقواعد الثلاث: تغيير علاقتنا بالزمان، وعلاقتنا بالفضاء، وعلاقتنا بالغير أو بالآخرين[2] والانترنت، بخصائصها التفاعلية والتشاركية، وبتطبيقاتها المتعددة والمتنوعة، تخضع للقواعد الثلاث السالفة الذكر حيث أنها غيرت علاقة الفرد بالزمن ونقلته من فضاء واقعي معايش إلى فضاء افتراضي يمكنه رسم حدوده وتفاصيله نقطة نقطة، كما أنها غيرت علاقة الفرد بالفضاء وبالآخر كامتداد للأنا أو كنقيض لها.

[1] الصادق الحمامي، **الميديا الجديدة: الإحياء والانبعاث**، مجلة اتحاد الإذاعات العربية، تونس، العدد 4، 2009، ص21.

[2] نصر الدين العياضي، **لمادا تفزعنا تكنولوجيا الاتصال؟** مقال منشور على جريدة الخبر اليومي بتاريخ الاثنين 11 مارس 2013 متوفر على الرابط: http://www.elkhabar.com/ar/autres/makal/326447.html

من هنا نحاول في هذه الفصل مقاربة الاتصال الافتراضي بالتطرق إلى معنى الافتراضي في محاولة للحفر في المفهوم ودلالاته، ثم نعرج لسياقات الحضور الافتراضي كامتداد للحضور الواقعي، وفي مبحث ثان نتناول المجتمعات الافتراضية سياقاتها وخصائصها ورهاناتها، ثم نتطرق إلى الرأسمال الاجتماعي الافتراضي بصفته ممارسة اجتماعية افتراضية، تأخذ من سياقات الاتصال الاجتماعي الافتراضي وخصائصه.

المبحث الأول: الافتراضي...حفر في دلالات المفهوم:

1- في معنى الافتراضي:ظل البشر طوال تاريخهم يبحثون عن عوالم موازية يعبرون فيها عما لا يستطيعون أن يعبروا عنه في عوالمهم الحقيقية، ويحققون من خلالها ما لم يستطيعوا تحقيقه في عوالمهم الحقيقية وحيواتهم المحدودة بحدود الزمان والمكان ومعايير الضبط الاجتماعي، فابتدعوا أشكالا اتصالية متعددة تنفلت من حدود الواقع لتسرح في فضاءات الخيال اللامحدود، فكانت السينما والدراما أحد هذه الأشكال والممارسات.

وجسّد الاتصال عبر الانترنت ذلك الانفلات وتلك اللامحدودية بسماحه للمتصلين والمتفاعلين عبر فضاءاته بتجاوز الإكراهات الفيزيائية المرتبطة بسياقات الحضور وطقوس المكان واستحداثه لسياقات افتراضية تطبع التبادل بطابعها، فكان أن سُمي الاتصال الرقمي عبر الانترنت اتصالا افتراضيا virtuel، خاصة مع انتشار استخدام شبكات التواصل الاجتماعي أو ما يصطلح عليها بالشبكات الافتراضية والتي مكّنت المتفاعلين عبرها من التواصل والتفاعل دون حواجز زمانية أو مكانية.

لذا رأينا أنه من الضرورة مساءلة هذا التوصيف virtuel/ افتراضي، فأي معنى للافتراضي؟؟ هل هو امتداد للواقعي؟ أم أنه نقيض له؟ خاصة وأن الافتراضي في المتخيل السائد ما ناقض الواقع وتعارض معه. هل يحملنا هذا

التوصيف على التشكيك في واقعية الاتصال، أم التشكيك فيما يتميز به الاتصال الرقمي من تداول للأفكار والقيم؟؟ أي المعنى الذي ينتجه الأفراد والجماعات ويتم تناقله عبر الويب فيصبح المعنى خياليا.[1]

فمنذ أن أُخذ مفهوم الافتراضي ليعني شيئا ما يوجد من حيث التأثير وليس في الواقع، شيئا يُفهم على أنه واقعي، صار منذ أواخر الثمانينات يدل على التخييل الذي تحدثه الوسائل التكنولوجية، ويتمثل أشهر استعمال له في مصطلح الواقع الافتراضي، صار الافتراضي يدل على إدراك الواقع بوصفه تخلقه – في الأساس- الوسائل الرقمية المستوحاة من الحاسوب.[2]

من الناحية المعجمية، كل المعاجم والموسوعات تعطي المعنى نفسه للافتراضي الموروث عن القرون الوسطى، في خلط واضح بينه وبين مفهوم الكمون virtuel, potentiel فمثلا في كنز اللغة الفرنسية يحيل لفظ افتراضي إلى كل ما يملك أو يتضمن كل الشروط الضرورية لتحديثه، مرادفه كامن ومستتر potentiel ونقيضه معاصر، واقعي actuel، ما يتواجد دون أن ينكشف، ما يمكن حدوثه وهو محتمل.[3]

وتتضمن كلمة افتراضي في معجم أوكسفورد الإنجليزي من بين ما تتضمنه من استعمالات للكلمة أنه "شيء يوجد في جوهره أو أثره، وإن لم يكن له وجودا صوريا أو فعليا، فيسمح بأن يطلق عليه الاسم بقدر ما يتعلق الأمر بالأثر أو النتيجة "[4] وهذا ما يمكن إسقاطه على صفة الاتصال الافتراضي عبر الانترنت : يتواجد دون أن

---

[1] مفيدة العباسي، **المجال العمومي والاتصال الافتراضي مقاربة هابرماسية لدراسة المجموعات الافتراضية التونسية**، رسالة ماجستير في علوم الإعلام الاتصال، جامعة منوبة تونس، 2009-2010، ص20.

[2] طوني بينيت، وآخرون، **مفاتيح اصطلاحية جديدة: معجم مصطلحات الثقافة والمجتمع**، ترجمة سعيد الغانمي، مركز دراسات الوحدة العربية، لبنان، الطبعة الأولى 2010، ص104.

[3] Denis Berthier, **Virtuel, Dictionnaire International des termes littéraires**, Jean Marie Grassin, éd 2005, p2.

[4] طوني بينيت، وآخرون، **مفاتيح اصطلاحية جديدة: معجم مصطلحات الثقافة والمجتمع**، مرجع سبق ذكره، ص104.

ينكشف، يؤثر دون أن يتجسد، فالاتصال عبر الفضاء الرقمي وعبر الشبكات الاجتماعية غير مجسد في الواقع بين المستخدمين، فبالرغم من أنه يتوفر على كافة عناصر الاتصال من فاعلين رمزيين وتفاعلات وممارسات اجتماعية إلا أنه لا يرتبط بزمان معين ولا مكان معين ولا يوجد لقاء مباشر بين الفاعلين لتبادل أدوار العملية الاتصالية، بهذا المعنى يعد هذا الاتصال واقعيا في رمزيته متجسدا رغم عدم انكشافه، يحدث آثارا ويخلف نتائج متعددة رغم عدم وجوده الصوري الفعلي.

هذا عن أصل مصطلح في المعاجم، في الاشتقاق نذكر فيلسوفين ورد عندهما المصطلح في القرن العشرين بشكل ضمني وبخلط واضح بينه وبين الكامن والمستتر: نذكر برغسون Bergson، من أكثر مستعملي هذا المصطلح والمصطلحات المشتقة عنه: افتراضيا وافتراضية، دون تعريف محدد له، حيث ورد في كتاباته بمعنى المتخيّل l'imaginaire، و دولوز Deuleuze الذي يرى أن الافتراضي يوشك أن يحدث دون أن يصل إلى التحقق الفعلي، فلا مجال لتفعيل صورة افتراضية ولا لعالم افتراضي في حقيقة افتراضية ولا لشركة افتراضية : فالشجرة موجودة افتراضيا في البذرة[1]. فالافتراضي حسبه لا يتعارض مع الواقع بل يتعارض مع الحالي/الراهن، فالافتراضي معبأ بالواقع [2] بمعنى أن الافتراضي يعكس الواقع، وأن المضامين التي يتم تداولها في الفضاء الرقمي تستند إلى الواقع وتعكسه.

تصور دولوز Deuleuze طوره وعممه في تكنولوجيا الإعلام والاتصال بيار ليفيPierre Levy الذي ركز على المفاهيم المركزية للحقيقة والإمكان والراهنية – الواقعية l'actualité والافتراضية التي يعرفها على أنها الرباعية لطرائق الكينونة le quadrivium des modes d'être ليستعيد ليفي Levy الفرق الكيفي بين الممكن والافتراضي المقترح من طرف دولوز Deleuze، فالافتراضي حسبه يعود إلى ما يوجد في الإمكان وليس في

1Denis Berthier, **Virtuel, Dictionnaire International des termes littéraires,** op cit, p4.

2 مفيدة العباسي، **المجال العمومي والاتصال الافتراضي مقاربة هابرماسية لدراسة المجموعات الافتراضية التونسية**، مرجع سبق ذكره ص22.

الواقع، إلى ما لم يتجسد بعد، في حين أن الممكن هو حقيقي بطئ ستاتيكي ومتكون سابقا، على عكس الافتراضي الذي يوحي بعملية خلق-إبداع création، الممكن يتجسد بالاختيار البسيط لوحدة مغلقة منطقيا ومنتهية رقميا لعناصر مخزنة في الذاكرة، بعبارة أخرى، خلافا للممكنات التي تسجّل في مصفوفة لتوليفات محددة مسبقا يرسم الافتراضي حقلا إشكاليا الحل فيه غير محدد مسبقا ويتطلب بالضرورة تدخل الإنتاج والتفسير المبدع المرتبط بثنائية الإنسان- الآلة[1]

كما يورد دينيس بيرتييه Denis Berthier في دراسته لاشتقاق كلمة افتراضي وتحولاتها الايتيمولوجية اشتقاق كلمة الافتراضي الفرنسي من الفضيلة vertu virtus virtuel ما لديه قوة، وما لديه فضائل وخصائص شيء ما ... بتعبير أدق –أ– مفهوم عام، –ب– كل شيء، عدا أن يكون –أ– حقيقيا لديه، بقوة، خصائص –أ– الحقيقي، فالصورة الافتراضية لديها خصائص الصورة الواقعية وكذا العالم الافتراضي لديه خصائص وفضائل العالم الواقعي. ثم يعرج إلى بيان أن صفة افتراضي تحمل ما تحمله كل صفة في اللغة الفرنسية من ارتباطها الوثيق بالموصوف، فكلمة أحمر مثلا لا تحمل المعنى نفسه إذا ما قلنا بيت أحمر أو وجنة حمراء وغيرها...وكذا كلمة افتراضي فعندما نقول شركة افتراضية لا يعني هذا أنها شركة غير حقيقية غير موجودة إلا في أذهاننا، أو عن شركة في مرحلة الكمون تنتظر أن تتجسد، إنما نتحدث عن شركة حقيقية تتأسس على العمل عن بعد لديها كل خصائص ومعايير الشركة الحقيقية من عمال ورأس مال وإطار قانوني وغيرها، وما يجعلها افتراضية هو كونها تفتقد لمكان فيزيائي ومقر اجتماعي[2]

1 Kauffman Laurance, **Qu'est ce que le virtuel** ? Réseaux, volume 14, n°76, 1996. Le temps de l'événement II. pp. 171-174. Disponible sur le web http://www.persee.fr/doc/reso_0751 7971_1996_num_14_76_3720

[2] Denis Berthier, **Virtuel, Dictionnaire International des termes littéraires** ,op cit, p13-15.

وبهذا المعنى تكتسي صفة افتراضي كامل مميزات الموصوف، فالمجتمع الافتراضي هو مجتمع بكافة مقوماته من أفراد وتفاعلات وممارسات، فقط الافتقاد إلى البعد المكاني والمكان الفيزيائي، وهكذا الفاعلون الافتراضيون، والهويات الافتراضية كلها تحمل مقومات وجودها بانتفاء شرط وحيد هو التواجد عبر المكان أو التجسد الحقيقي.

ويستعرض كلّ من فيليب بروتونPhillipe Breton وسارج برو Serge Proulex ثلاث مقاربات أساسية "للافتراضي"[1]. وهي تصنيفات أساسية لفهم مختلف معاني الاتصال الافتراضي أو المجموعات الافتراضية. وتهتم هذه المقاربات باستقراء العلاقة القائمة بين ما هو افتراضي virtuel وما هو واقعي réel، الأولى ترى خضوع الافتراضي للواقعي باعتبار الافتراضي بمثابة إعادة إنتاج للواقع، ولكن واقعيته تتضاءل عند إعادة إنتاجه.

أما المقاربة الثانية فهي على عكس الأولى تضفي على "الافتراضي" بعد الفاعلية والتجريد، أي أنها ترتقي بالواقعي إلى مستوى إدراكي "يتجاوز فيه النشاط الإنساني حدود المادة والفضاء المكاني والزماني" ويتمّ فيه تشخيص الواقع وتضخيمه واستقراؤه، وهو ما تنتجه شبكات الاتصال الرقمي.

بهذا المعنى فإنّ الافتراضي في شبكات الاتصال الجديدة تُعدّ أكثر تعبئة من "الحالي/الراهن actuel". وتعتبر هذه التقنيات "محرّرة" بحكم انفتاحها على كل تردّدات الحالي أو الراهن actuel". أما بالنسبة إلى المقاربة الثالثة وهي مستقاة من المفكر جيل دولوز Gilles Deleuse وتقوم على تهجين الواقعي والافتراضي، وتعدّ رؤية تقوم على تداخل علاقة "الحالي" actuel والافتراضي في ما هو واقعي تداخلا "دائريّا ومنتجا"، ويتولّد "الواقعي" من هذا التفاعل المستمر كتجربة وإبداع.

[1] Breton Philippe et Proulx Serge: **L'explosion de la communication au XXème siècle**, édition la Découverte, Paris, 2002, p. 289.

وقد أنتجت هذه التعريفات المختلفة رؤى متمايزة، منها ما يرى أن صفة اللاواقعية التي تسم الاتصال الافتراضي، وتشكل عملية التواصل عبر الانترنت، لا تضاهي العمق العلائقي البين ذاتي والمباشر للمجتمع، وعلى عكس هذه الرؤية يحمِّل الكثير من الباحثين الاتصال الافتراضي أدوارا معرفية وثقافية وعلائقية لا حدود لها، حيث التحرر واختراق الحدود والمسافات، وحيث يتحقق المعنى والتجربة الجمعية.[1]

وفي حديثه عن براديغم تكنولوجي جديد أشار كاستلز Manuel Castels إلى التداخل بين الحقيقي والافتراضي في أعين الأفراد، إذ أصبح إدراك الواقع مرتبطا بوسائل الإعلام، بعبارة أخرى ساهم الإعلام الجديد في ولادة عالم افتراضي تأسس من واقع الأفراد، فالفكرة المحورية لكاستلز هي " الافتراضي الحقيقي"[2]

بهذا المعنى، وبالبحث في معاني كلمة افتراضي نجد أن دلالاتها متعددة ترتبط بالتخييل imaginaire، وبالتجريد، بالخلق والإبداع، باللاواقعية واللاتجسد... وغيرها من زوايا تحيل إلى أن الممارسات عبر هذا الفضاء الذي يسمى افتراضيا هي عمليات خلق وإبداع تهدف بالأساس إلى تجاوز الحدود المكانية والتحرر من القيود الفيزيائية، دون التملص من الإطار الواقعي، فالافتراضي(رغم أبعاده الرمزية والتجريدية) إلا انه يبقى انعكاسا للواقع الراهن بكافة خصائصه وبخصائص أخرى مميزة له، كما يحيل معنى إمكانية التحقق في الافتراضي إلى كون الاتصال الافتراضي وما يرد فيه من ممارسات ليست بالضرورة منجزة أو متحققة فعليا في الواقع كأن تكون حدثا أو واقعا، وهنا يكون الافتراضي الخيالي معبرا عما نطمح إليه وما نصبو إلى تحقيقه في الواقع، فالإنسان يستقي من العالم دلالات معيّنة تستجيب لإدراكه ولتصوّراته للعالم، فتستقرّ في ذهنه "صور وتمثلات عن مفاهيمه للأشياء (السعادة، الرفاه، الصداقة،

[1] مفيدة العباسي، **المجال العمومي والاتصال الافتراضي مقاربة هابرماسية لدراسة المجموعات الافتراضية التونسية**، مرجع سبق ذكره، ص 21.

[2] أمال الدريدي، **الإعلام الجديد في عصر التكنولوجيا الرقمية**، المؤتمر الدولي التعلم في عصر التكنولوجيا الرقمية، مركز جيل البحث العلمي، طرابلس لبنان 2016، ص209

العمل، العدالة، الحرية...)" وهي صور تأليفيّة synthèse يُعبَّر عنها بالحالي أو الراهن أو الممكن وهي تتعارض مع واقعية الافتراضي، وما ينقص "الممكن" حتى يصبح واقعا هو الوجود والكينونة الفعلية والمادية في الراهن. أما بالنسبة إلى الافتراضي فلا شيء ينقص من واقعيته[1].

2- الحضور الافتراضي...امتداد للحضور الفيزيائي:

إن التغيّرات التي أحدثتها تكنولوجيا الانترنت والعوالم الافتراضية قد أبعدت الحياة الاجتماعية عن الأنماط التقليدية للنظام الاجتماعي بطريقة غير مسبوقة، فهي لم تقتصر على الامتدادات الخارجية للفرد، بل شملت أيضا، وبشكل أكثر عمقا وحدّة، امتداداته الداخلية مؤسّسة لأشكال أخرى لانتماءاته ووجوده.

فقد أضحى وجود الفرد المعاصر وجودا رقميا افتراضيا لا وجودا جسديا فيزيائيا، ومن لا حضور له اليوم على الشبكة، لا وجود له رمزيا، وبهذا انقسم البشر في معجم النظام الرقمي الجديد إلى قسمين: قسم الذوات التناظرية les êtres analogiques وقسم الذوات الرقمية les êtres numériques، فأما الذوات التناظرية فهي التي لا تمتلك حضورا على الشبكة، وتستمر في تكريس أنماط التواصل التقليدي، وأمّا الذوات الرقميّة فهي الفئات المندمجة التي تحقق حضورها الفعلي من حضورها الافتراضي في وجودها على الشبكة، ويفيد هذا التقسيم انخراط العالم في منظومة جديدة للتفكير والإنتاج والتواصل تجعل من الوجود الرقمي الخاصيّة الأولى للوجود بشكل عام[2]

وإن كان هذا الوجود الافتراضي الرمزي هو ديدن المجتمعات الافتراضية وسمتها، فهو أيضا كسرٌ وتجاوزٌ للوجود الفيزيائي التقليدي بما يحمله من معايير ضابطة، بتجاوزه للعناصر التقليدية المشكّلة للهوية الشخصية من مظهر

[1] مفيدة العباسي، **المجال العمومي والاتصال الافتراضي**، مرجع سبق ذكره، ص20

[2] عبد الله الزين الحيدري، **الإعلام الجديد:النظام والفوضى**، مرجع سبق ذكره، ص140.

وجسد وهيئة واسم وجنس ووجه يشكّل حقيقة المرء ...وغيرها، متمظهرا – هذا الوجود الافتراضي- بأساليب مغايرة وفق أقنية وصور رمزية وأسماء مستعارة قد تكون امتدادا لحضور واقعي، كما قد تشكّل نقيضا له.

وسواء كان امتدادا أو نقيضا للواقع، يشكّل هذا الحضور الرمزي الافتراضي فضاء للتعبير عن الذات الأصلية والأنا الداخلي الحقيقي، بعيدا عن إكراهات الواقع وحدوده، فالفضاء الرمزي ، وبما يميزه من لامركزية وسعة وحرية، هو فضاء للانكشاف الحر غير المقيّد، يسمح للفرد بالتفاعل والتواصل من وراء حجب الشاشات الصغيرة بطرائق متعددة.

وفي مؤلفه عن مفهوم الحضور من التلغراف إلى التلفاز « la notion du présence du télégraphe à la télévision يذكر جفري سكونس Jeffry Sconce أن التطور في تقنيات الاتصال يغير العلاقة مع الآخر، من هنا فإن له أثرا مباشرا على مفهوم الحضور، فالانترنت والاتصال الوسائطي عبر الحاسوب تندرج ضمن استمرارية هذه التغيرات بصفتها جزءا من المحيط الإدراكي والمعلوماتي للمستخدم تنقل في الواقع نموذجا متطورا من الهوية ينحت بضم التاء ويتشكل من خلال تعود الجسم على التفاعل مع الجهاز في عملية تشكيل وإعادة تشكيل مستمرة، إذن دراسة الهوية في سياق الويب 2.0 يسمح بفهم أعمق كيف تغير الحدود الرقمية نظرتنا إلى ذواتنا، إلى الآخرين وإلى العالم.

مفهوم الحضور عن بعد télé présence وهو مفهوم محوري في عالم الوسائط باعتباره امتدادا للحضور الفيزيائي يتلخص حسب ستور steur في نقطتين: هما التفاعليةinteractivity والحيوية vividness ، فالحيوية هي جوهر أن تكون متواجدا في العالم الرقمي، والتفاعلية هي مقدار سيطرة المستخدم على المحيط الافتراضي.[1]

[1] Ashley Jennings Wollam, **facebook encouraging Authentic or Inauthentic Identity Construction**, op cit p09.

بمعنى آخر يتشكل الوجود الافتراضي من خلال إثبات المستخدم حضوره على الخط-أون لاين-ومن خلال عرض تفرد هويته، وتمايزها في الفضاء الافتراضي ويتحقق ذلك أساساً، من خلال ما يلي:

- بروزه كفاعل أو متفاعل أثناء عمليات التواصل عبر الشبكة من خلال المشاركة، والتعليق والتعقيب، وليس مجرد مترقب أو ناقل لمعلومة فحسب.

- وتيرة استخدام التواصل المتزامن الفوري وغير المتزامن على الشبكة، ذلك أن طبيعة التواصل عبر الشبكة، تستلزم الردود والاستجابات الفورية على الشبكة، والتي تغير منطق التواصل.

- طبيعة الآثار التي يخلفها وراءه على صفحته بعد لحظة التواصل.

- حجم الاطلاع والاستجابة والردود التي تحظى بها صفحته على الشبكة.

- درجة ارتباط المستخدم بهويته الافتراضية من خلال التحديثات التي يجريها على الصفحة، ويتقاسمها مع أصدقاء الصفحة، وعلاقة ذلك بممارساته الواقعية.

وقد تطرق نديم منصوري إلى ثنائية الحضور الافتراضي والانقطاع الافتراضي-الأون لاين/الأوف لاين- كحالتين متلازمتين، تعبران عن أشكال التداخل بين المجتمعين الافتراضي والواقعي الذي أضحى أمراً مفروضاً، وبخاصة أن الحضور الافتراضي أضحى مرتبطاً بالحضور الاجتماعي ومكملاً له، إلى درجة أن بعض العلاقات أضحت تتخذ طابع العلاقات الاجتماعية الافتراضية، وبخاصة مع توافر خدمة الإنترنت على مدار الوقت. يتخذ الوجود الافتراضي

في المجتمع الرقمي تمظهرات معينة تتجلى في خصائص الهوية الرقمية، والآثار التي تخلفها أشكال التفاعل والاتصال التي تشكل هويتها وتبنيها[1].

وتختلف محددات الوجود الافتراضي للفرد ككائن فاعل في المجتمع الشبكي عن الواقع الفعلي، على اعتبار أن اجتماعية الفرد في الواقع تتجلى من خلال وجوده الحقيقي في الحياة الاجتماعية كعنصر حاضر فيزيقياً، وكائن فاعل ومتفاعل ذي وجود مستقل، مميز بذاته من الأخر، حيث تبني اجتماعيته في ضوء منظومة قيمية ومجتمعية متكاملة تحفظ استقراره الاجتماعي في ضوء نظام اجتماعي وحضاري يوجه سلوكه ويصيغ الضوابط والمعايير التي تحفظ إنسانيته وغايته في الوجود .لكن في ضوء مواصفات المجتمع الافتراضي بات وجود الفاعل في ظل هذا الفضاء الجديد يتخذ تمظهرات أخرى تتوافق ومميزات البيئة الرقمية التي تتميز بانفتاحها على مدلولات ثقافية لا محدودة، إضافة إلى قدرتها على الجمع بين وسائل الاتصال الكلاسيكية جميعها التلفاز، المذياع، الجريدة، الهاتف، الرسائل، الكتب، الملفات ..في بوتقة واحدة الحاسوب والألواح الإلكترونية الموصولة بالانترنت لتجتمع بذلك الكلمة والصورة والصوت دفعة واحدة، وتتغير وظيفتها من مجرد وسيلة للاتصال، ونقل للمعلومات إلى عارض، وخازن لها بل ناقل لقيم روحية إنسانية وحضارية بأسرها، لتصبح جزءاً أساسياً من نمط حياة الإنسان المعاصر، وتساهم في صياغة ثقافته الإنسانية وبلورتها. لقد انتقلت الظاهرة الاجتماعية بمختلف جوانب تمثلاتها الثقافية، والتقنية، والسلوكية، والاقتصادية، والسياسية، والقانونية ...من أنها فقط تتمثل طبيعياً في المجتمع البشري الطبيعي.[2]

[1] كلثوم بيميمون، **السياقات الثقافية الموجهة للهوية الرقمية في ضوء تحديات المجتمع الشبكي: من التداول الافتراضي إلى الممارسة الواقعية**، مرجع سبق ذكره2016، ص77.

[2] المرجع نفسه، ص79.

المبحث الثاني: المجتمع الافتراضي: السياقات والخصائص.

1- في تعريف المجتمع الافتراضي:

تعد الانترنت أهم فاعل تكنولوجي في العصر الحديث، فهي لا تشكل وسيطا اتصاليا فحسب، بل هي أكثر الوسائط راديكالية بتغييرها لمفاهيم الزمان والمكان والفضاء والتواصل واستحداثها لأطر جديدة للعلاقات الإنسانية تُشكّلها وتُقولبها الوسائط التكنولوجية والعوالم الافتراضية. وكما يؤكد ستيف جوبز Steve Jobs"إن التواصل بواسطة الحاسوب ليس مجرد أداة فحسب، بل هو في الوقت نفسه تقانة ووسيط ومحرك للعلاقات الاجتماعية، ذلك أنه المكان الذي تقع فيه العلاقات والأداة التي يستخدمها الأفراد للدخول إلى ذلك المكان[1]

هذه العوالم الافتراضية عبر شبكة الانترنت نسفت كل ما هو تقليدي، واستحدثت معايير جديدة للتواصل البشري، مخضعة إياه لتحولات الزمن والفضاء، منتشلة بذلك العلاقات الاجتماعية من سياقات تفاعلها المحلي، لتبنيها على مدى غير محدد من الانفتاح والتعدّد، متجاوزة بذلك الحدود المكانية والجغرافية، مستحدثة ساحات جديدة للتفاعل الإنساني المباشر والمنفتح واللامحدود.

وحيث أن هذه التغيّرات التي أحدثتها تكنولوجيا الانترنت والعوالم الافتراضية قد أبعدت الحياة الاجتماعية عن الأنماط التقليدية للنظام الاجتماعي بطريقة غير مسبوقة، فإنها لم تقتصر على الامتدادات الخارجية للفرد، بل شملت أيضا، وبشكل أكثر عمقا وحدّة، امتداداته الداخلية مؤسّسة لأشكال أخرى لانتماءاته ووجوده. مشكّلة فضاءات رمزية جديدة تعد أطرا لعلاقات اجتماعية عابرة للأماكن والقوميات.

[1] دارن بارني، **المجتمع الشبكي**، مرجع سبق ذكره ص 169.

فإذا كانت الجماعة الاجتماعية أهم مرجعية للتواصل البشري، وأهم خلية للتفاعل الإنساني، تتأسس بالشعور المشترك بالانتماء وبجملة من الروابط الجزئية والكلية التي تجمع أفرادها، إضافة إلى مطابقة سلوكياتهم وأمزجتهم مع توقعات وأحكام الجماعة التي ينتمون إليها في إطار ما يسمى بالضبط الاجتماعي. فقد شكلت الجماعات البشرية محور اهتمام علم الاجتماع منذ بداياته المبكرة، واعتبر المجتمع المحلي أهم وحدات الدراسة السوسيولوجية، لما له من أثر بالغ في حياة الفرد، ففيه يعيش الإنسان ويترعرع ويكتسب الثقافة والهوية والمعايير الاجتماعية.

غير أن مفهوم الجماعة الاجتماعية والمجتمع قد اتخذ أبعادا أخرى بانفلاته من مفهومي الزمان والمكان في إطار العلاقات الرمزية التي شكّلت ما اصطلح على تسميته بالمجتمعات الافتراضية virtual communities.

إذ من بين أهم المسائل التي طرحتها تكنولوجيا الانترنت والعوالم الافتراضية عبر شبكات الاتصال هو ذلك الوعد بتجديد معنى الجماعة، وفي كثير من الحالات الوعد بأصناف جديدة من الجماعات[1] حيث انصب اهتمام الدراسات عند مناقشة هذا الوعد وإمكان تحققه على مسألة "الجماعة الافتراضية" ولا ريب في أن تقنيات الاتصال، كانت ولا تزال، ذات أهمية بالغة في تكوين الجماعات والحفاظ عليها وإعطائها طابعها، ففي الخمسينيات أكّد أرنولد إينيس Arnold Ynis أن الموازنة بين غلبة عامل الزمان وغلبة عامل المكان في مجتمع تسود فيه وسائط الاتصال – أي بين غلبة توجه الاتصال نحو المحلية والدوام في الزمن، وغلبة توجهه نحو المدى الواسع والسرعة عبر الفضاء – هي موازنة حاسمة في توليد الجماعات في المجتمع.[2]

1 دارن باربي، **المجتمع الشبكي**، مرجع سبق ذكره، ص 169.

2 المرجع نفسه ص 167

وعلى هذا النحو فإن العلاقة بين التكنولوجيا والتنظيم الاجتماعي والجماعة ليست وليدة السياق الجديد الذي تشكل مع الانترنت، إذ طرحت هذه المسألة مع ظهور الإذاعة ثم التلفزيون وصولا إلى الفيسبوك والميديا الجديدة بشكل عام، وفي هذا الاتجاه يبين جانكوفسكي Jankovisci في دراسة شاملة للأدبيات البحثية في الجماعات الافتراضية أن الدراسات مرت بأطوار ثلاث: ارتبط الطور الأول بدراسة دور الصحافة المحلية في تشكيل هوية المهاجرين إلى الولايات المتحدة الأمريكية من خلال دراسة استخدامات الإعلام وعلاقته بالمشاركة الاجتماعية، في هذا الاتجاه اعتبر بعض الباحثين على غرار ستام أن الاندماج الاجتماعي والمشاركة الجماعية مرتبطان باستهلاك الصحافة المحلية، كما أن العلاقات الاجتماعية يمكن أن تكون في الوقت ذاته محددا للاستخدامات الإعلامية ونتيجة لها، أما الطور الثاني من الدراسات فاهتم باستخدامات وسائط الإعلام لبناء تنظيمات اجتماعية جديدة وظهر مصطلح الإعلام المحلي، من خلال الصحف التي تصدر عن جماعات محلية كنوع من الإعلام البديل للإعلام المهني، إذ انتشر في السبعينات الاعتقاد في أن الإعلام يمكن أن يساهم في بناء الجماعات الاجتماعية، وفي الطور الثالث اشتغلت الدراسات منذ منتصف التسعينات بالجماعات الافتراضية.[1]

وقبل التطرق إلى خصائص ومميزات المجتمعات الافتراضية والرهانات التي تطرحها يجدر بنا أن نعرج إلى تعريف المجتمع المحلي وبيان خصائصه لإسقاطها على المجتمعات الافتراضية، وبيان نقاط التقائها واختلافها.

فكلمة "جماعة/مجتمع"، شأنها شأن الكثير من المصطلحات مثل الدين والثقافة، تطرح إشكالات عدة على مستوى تعريفها، وتتمايز تعريفاتها بتمايز الحقول المعرفية التي تتناولها، فكلمة جماعة، مثلها مثل كلمة دين وثقافة، تحمل دلالات رمزية ووظيفية في الآن ذاته، فنحن نجتمع في أحياء فيزيائية إجمالية نسميها جماعات – مدن،

[1] الصادق الحمامي، **الميديا الجديدة الإشكالات السياقات**، مرجع سبق ذكره، ص 54.

أرياف، ضواحي، أو حتى جدران- وبالمثل، نجتمع وفق تقسيمات رمزية تتأسس على طريقة العيش والهوية، ونسميها أيضا جماعات[1]

بهذا فكلمة جماعة يمكن أن تحمل دلالات مختلفة، إذ قد تشير إلى موقع جغرافي، أو مكان تقطن فيه مجموعة من البشر، أو ربما أكثر دقة إلى جمع من البشر يقطنون في مكان مشترك، سواء كان حيا أم بلدة أم مدينة، ويمكن أن تشير الكلمة أيضا إلى مجموعة من البشر يشتركون في الهوية أو السمات أو القيم أو نمط الحياة- مثل الجماعة الدينية- كما يمكن لكلمة جماعة أن تشير إلى روابط لا تملك عناصر مشتركة بينها، سوى عملية الاتصال القائمة بين أعضائها، ويرى بعضهم أن الجماعة تتطلب وجود علاقة التزام أخلاقي "كثيفة" محكومة بأواصر وممارسات قوية دائمة ومتعددة تتحدد بها الأدوار والمعايير والهوية ولا تنفصم عراها بسهولة.[2] وقد لاحظ رايموند ويليامز Raymond Williams، في محاولته لاكتشاف روح الجماعة، أن الجماعة ليست مجرد حدود محلية، بل هي خاصية امتلاك شيء مشترك، مثلا جماعة اهتمامات مشتركة أو قيم مشتركة[3]

حاول العديد من المفكرين تعريف المجتمع المحلي وتحديد خصائصه، وهذه التعريفات على كثرتها وتعددها، يمكن جمعها في تعريف واحد شامل كامل اتفق الباحثون على شموليته وهو تعريف جورج هاليري George hillery الذي أحصى ما يقارب 94 تعريفا سوسيولوجيا وأخضعها للتحليل الكمي والكيفي ثم استخلص تعريفا سوسيولوجيا جامعا إلى حد كبير حيث عرفه على أنه مجموعة من الناس يشتركون في تفاعل اجتماعي، وبعض الروابط

[1] Jan Fernback, **There is a there there; Notes toward a definition of Cybercommunity**, Doing internet research, Critical Issues and methods for Examining the Net, p204

[2] ا الصادق الحمامي، **الميديا الجديدة الإشكالات السياقات** ، مرجع سبق ذكره، ص68.

[3] Jan Fernback, **There is a there there; Notes toward a definition of Cybercommunity,** op cit, p204

المشتركة بينهم، ويشتركون في مساحة ما، على الأقل لبعض الوقت، إذن هناك أربعة عناصر أساسية لتكوين المجتمع المحلي، وهي: الجماعة، والتفاعل، والروابط، والمكان والزمان.[1]

فالجماعة مفهوم سوسيولوجي يحيل إلى تنظيم اجتماعي تحكمه علاقات مستمرة وحميمية قائمة على فهم واضح ومعلوم للمراكز الاجتماعية، ومن هذا المنطلق كانت الجماعة قبل ظهور المجتمع الصناعي تقوم على التجانس الثقافي حيث تلعب المؤسسات (القبيلة، العائلة) دورا هاما في تشكيل الارتباط العاطفي للأفراد بالأعراف الجمعية والتقاليد الاجتماعية، وفي المجتمع الصناعي ظهر مفهوم جديد للجماعة بما أنها تجمع غير شخصي قائم على عقد ومصلحة عامة.[2]

ويشار إلى المجتمع باعتباره نسقا اجتماعيا يشتمل على عدد كاف من البناءات الاجتماعية النظامية لأفراد وجماعات وتنظيمات، يستهدف إشباع حاجاتهم من خلال تكوين علاقات متبادلة الأدوار تشمل بناء النسق الكلي[3]

كما يعرّف المجتمع على أنه مجموعة من الأفراد والجماعات تعيش في موقع جغرافي واحد، وتربط بينها علاقات اجتماعية وثقافية ودينية، ومن ذلك نجد أن العناصر التي تكون المجتمع تتمثل في:[4]

- إدراك أفراد المجتمع وشعورهم بأنهم يكونون وحدة واحدة.
- نطاق جغرافي يجمع أفراد المجتمع وجماعاته.

[1] علي محمد رحومة، **علم الاجتماع الآلي**، سلسلة عالم المعرفة، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، الكويت، 2008، ص62.
[2] الصادق الحمامي، **الميديا الجديدة الإشكالات السياقات**، مرجع سبق ذكره، ص 54.
[3] نوال بركات ، **انعكاسات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على نمط العلاقات الاجتماعية** ، مرجع سبق ذكره، ص 253.
[4] المرجع نفسه، ص 262.

- وجود نظام يسمح لأفراد المجتمع بالتعبير عن أفكارهم وآرائهم.

- تمكن المجتمع من إشباع الاحتياجات الأساسية لأفراده إلى حد ما.

- وجود سلوكيات اجتماعية داخله: التعاون، التكافل، الصراع.

- بناء اجتماعي خاص به.

بالنظر إلى التعريفات السابقة للمجتمع يمكن أن نستخلص أن المجتمع بالأساس هو جماعة من الأفراد تتأسس على مبدأ الاشتراك: الاشتراك في المرجعيات الثقافية والمعايير والقيم، وتربط بينها علاقات وتفاعلات، كما تتقيد بقواعد وبنى معيارية تشكل ما يسمى بالضبط الاجتماعي، كما تتطلب التفاعلات بين أفراده وجود التزامات أخلاقية محكومة بأواصر وممارسات قوية دائمة ومتعددة تتحدد بها الأدوار والمعايير والهوية ولا تنفصم عراها بسهولة. فأساس تكوين المجتمع هو الاتصال بما يحمله من معاني المشاركة والاشتراك، لا المكان الجغرافي، وفي هذا الصدد قدم الفيلسوف جون ديوي(John Dewey) معادلة لثنائية المجتمع والاتصال في مقال مشهور صدر سنة 1916 بعنوان "الديمقراطية والتربية" أكد فيه أن المجتمع لا يتشكل وجوده عبر التواصل وعبر الاتصال فحسب، بل ويمكننا القول وبكل ثقة وثبات أن المجتمع يستمر وجوده في التواصل وفي الاتصال، فالاتصال كما أضاف، هو الطريقة التي تتمكن عبرها التجمعات البشرية من أن تجد أشياء مشتركة حتى تعيش سويا[1]

[1] بوجمعة رضوان، **الاتصال التقليدي في الجزائر: مقاربة انثروبولوجية**، مرجع سبق ذكره، ص 43.

يحمل المجتمع دلالات رمزية ووظيفية في الآن ذاته، فقد يتكون المجتمع وفق روابط رمزية تتباعد جغرافيا مثل الارتباط على أساس الهوية أو المرجعيات الثقافية المشتركة، كما أن للمجتمع وظيفة أساسية تتمثل في إشباع حاجات أفراده.

ولا تشكل خاصية المكان الجغرافي شرطا ضروريا لقيام المجتمع، فالمجتمع بشقه الاعتباري يتأسس على رمزية العلاقات بين أفراده واشتراكهم في جملة من الروابط والمعايير، من هنا وبانتفاء خاصية المكان الجغرافي تأسست مجتمعات افتراضية عبر شبكة الانترنت، تحمل كافة خصائص المجتمعات المحلية الواقعية، وتضم أنشطة العالم الواقعي المعتاد أو في إمكانها أن تضمها جميعا وتضم أشياء جديدة أخرى.

ومن مزايا المجتمع الافتراضي هو نهاية فوبيا المكان، إن الخوف من المكان دليل على تملكنا لمكان آخر، وعندما ندخل في منظومة المكان الافتراضي نصبح لا نخشى شيئا بحكم عدم مقدرتنا على تملك الافتراضي باعتباره فضاء لذلك وصفت شبكة الانترنت كفضاء افتراضي بأكثر الأمكنة تحررية وعدم قدرة أي طرف على امتلاكها.[1] ومع ظهور منظومة الاتصال الحديثة، بخصائصها التفاعلية، وانسيابيتها، وتجاوزها لمفهومي الزمان والمكان، وفي ظل الفضاءات المتعددة المتولدة في رحمها، تشكلت مجتمعات افتراضية كونية ناقلة بذلك المجتمعات الواقعية الوجود إلى العالم الافتراضي بخصائصه وسماته.

من بين أولى محاولات التعبير عن فكرة المجتمع الافتراضي وتفسير ظهورها في الممارسة كان كتاب هوارد رينولدرHaward Rinolds " المجتمع الافتراضي" 1993، حيث روى تجربته كرائد من رواد الشبكة الأسطورية

[1] رضوان بلخيري، **مدخل إلى الإعلام الجديد: المفاهيم، الوسائل والتطبيقات**، جسور للنشر والتوزيع، الجزائر، الطبعة الأولى 2014، ص 29.

Earth Whole Link Lectronic وهي شبكة عالمية يتوسطها الحاسوب وتحوي مجموعات نقاشية عديدة[1] وفيه اعتبر المجتمع الافتراضي جماعة من البشر تربطهم اهتمامات مشتركة ولا تربطهم بالضرورة حدود جغرافية أو أواصر عرقية أو قبلية أو سياسية أو دينية، يتفاعلون عبر وسائل الاتصال ومواقع التواصل الاجتماعي الحديثة ويطورون فيما بينهم شروط الانتساب إلى الجماعة وقواعد الدخول والخروج وآليات التعامل والقواعد والأخلاقيات التي ينبغي مراعاتها، وبتعبير دي موور ووايجاند De Moor and Weigand المجتمع الافتراضي هو نظام اجتماعي تكنولوجي[2]

يعرف سارج برولكس Serge Proulx المجتمع الافتراضي على أنه الرابط الذي يتشكل بين أعضاء مجموعة معينة، من مستخدمي خدمات الانترنت من دردشة ومحادثات ونقاشات، هؤلاء المستخدمون يتقاسمون الأذواق والاهتمامات والقيم، ولديهم أهداف مشتركة[3]

يعتبر ما قدمه رايفولد Raifoold نقطة ابتداء مهمة لدراسة المجتمعات الافتراضية من الناحية الاجتماعية، حيث عرفها على أنها تجمعات اجتماعية تنشأ من شبكة الانترنت، حين يستمر أناس بعدد كاف في مناقشتهم علنيا لوقت كاف من الزمن، بمشاعر إنسانية كافية لتشكيل شبكات من العلاقات الشخصية في الفضاء السيبيري cyber space [4]

---

[1] دارن باربي، **المجتمع الشبكي**، مرجع سبق ذكره، ص 170.

[2] ريحانة بلوطي، **دوافع استخدام الهوية الافتراضية في الشبكات الاجتماعية وأثرها على الفرد –دراسة استكشافية على عينة من مستخدمي الفيسبوك–** مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال جامعة الحاج لخضر باتنة،السنة الجامعية 2014-2015، ص80.

[3] S. Proulx : **Communautés virtuelles : ce qui fait lien** in S. Proulx, L. Poissant, M. Sénécal, éds, Communautés virtuell s : penser et agir en réseau, Presses de l'Université Laval, Québec, 2006 p. 13-26.

[4] علي محمد رحومة، **علم الاجتماع الآلي**، مرجع سبق ذكره، ص65.

كما يعرف الباحث الصادق الحمامي الجماعة الافتراضية على أنها تنظيم يقوم على علاقات اجتماعية متكررة في الفضاء الالكتروني من خلال اتصالات داخل حدود ما أو في مكان جمعي (منتدى مثلا) والمرتبطة بشكل رمزي وبموضوع ما، فالجماعات الافتراضية تتسم بسهولة تجمع الأشخاص والطابع النشط للأعضاء وسهولة الانضمام والانسحاب.[1]

2- خصائص المجتمع الافتراضي:

إن المجتمع الافتراضي لم يكن ليظهر فجأة، ولكن حدث نتيجة عدة عوامل مهدت لظهوره منها الانترنت وتشكل الفضاء الافتراضي، ومع ذلك فإن هذا المجتمع لم تكتمل صورته بعد، ذلك لأنه مرتبط بتكنولوجيا الاتصال ومجتمع المعلومات العالمي وهذا المجتمع أخذ في التشكل والتطور بصورة سريعة جدا حيث لا أحد يستطيع التكهن بالصورة الأساسية للمجتمع الافتراضي في المستقبل، وذلك للاعتبارات التالية:[2]

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

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

[1] الصادق الحمامي، **الميديا الجديدة الإشكالات السياقات** ، مرجع سبق ذكره، ص 54.

[2] نوال بركات، **انعكاسات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على نمط العلاقات الاجتماعية**، مرجع سبق ذكره، ص 263.

- تفاوت أعمار المترددين على تفاعلات المجتمع الافتراضي، إذ أنها لا يرتبط بشريحة عمرية محددة فجميع الأعمار تتفاعل في السياق الافتراضي.

- تعدد الصور التي يتواصل بها الأفراد في التفاعلات الافتراضية، ما بين غرف الدردشة والمجموعات والقوائم البريدية، والمنتديات والمدونات وغيرها من طرق التفاعل.

- توجد ضروب مختلفة من الجماعات الافتراضية تشترك إلى جانب توسط الشبكات الرقمية في مركزية عملية التواصل – وكونها النشاط الحاسم والمحدد- وفي العضوية الطوعية وإمكان التراجع عنها، كما تتميز الجماعات الافتراضية بكونها تشترك في مصالح شخصية لا في شكل من أشكال الالتزام المفروض.

- تتحقق الجماعات الافتراضية على أرض الواقع على نحوٍ أكثر إقناعًا،بالقياس إلى غيرها من أشكال الالتزام بالجماعة، بفضل وسائل التواصل المتاحة في المجال الخاص داخل البيت، وبفضل ما تتيحه الشبكات من تواصل غير متزامن على مدار الساعة .ويشار، في كثير من الأحيان، إلى أن الجماعات الافتراضية تحمل معنى أكثر من غيرها من الجماعات، لأن الانخراط فيها يكون طوعيًا وغير مستند إلى عوامل عرضية واعتباطية تخص التقارب الجغرافي أو الاشتراك في العرق أو النسب.

ووفقا لكاستلز " يتكون المجتمع الافتراضي من شبكات إنتاج وقوة وتجربة من شأنها أن تنشئ ثقافة واقعية افتراضية من التدفقات العالمية التي تتعالى على الزمان والمكان. ففي المجتمع الافتراضي تتحول تجربة الزمان والمكان إلى "زمن لا زمني" وإلى "مكان للتدفقات" يعيش البشر غير منفصلين عن المكان والزمان لكن تجربة عيشهم لهذا الزمان

وهذا المكان يمكن أن تتنوع كثيرا خصوصا عندما تتوسطها التقانة وتجعلها صنعية[1] فعادة ما يعيش البشر الزمن بوصفه حلقات أو دورات عضوية معاودة، مثل حركات الجسم الإيقاعية واختلاف الليل والنهار والمواسم، وبمعدلات محددة بحسب الموقع، كما يعيشون تجربة المكان باعتباره امتدادا لبيئاتهم المنتظمة حيث يعيشون، وللمسافة التي يمكنهم السفر فيها والتواصل عبرها ورؤيتها، وهاتان التجربتان مجتمعتان تثيران شعورا بالتموضع بموقع تنظيم نشاطات الجماعات البشرية المشتركة وينسقها.ويعمل توسط التقنية على توسيع حدود المكان ويمكّن من تكوين الجماعات والتنسيق بينها على نطاق واسع، يتخطى بكثير ما كان ممكنا في كل قيود الطبيعية المحلية والأماكن، متجاوزة بذلك الحدود الضيقة للمكان، وإنشاء مجموعات افتراضية مترابطة على نطاق معين أكبر مما كانت عليه في ظل الحدود الطبيعية....ومع تكاثر التقانات التي تتيح تبادل كم هائل من المعلومات عبر مناطق شاسعة وفي وقت متزامن فإن عيش الإنسان الزمان والمكان بوصفهما أمرين محليين يكاد ينتهي.

ويرى الباحث فان ديجك (Van Dijk) أن الجماعات الافتراضية لا ترتبط بسياق زمني أو مكاني محدد، بل تقوم على مبدأ الاهتمامات المشتركة الاجتماعية والثقافية سواء كانت عامة أو خاصة، وتقوم ظاهرة الجماعات الافتراضية على أربع خصائص أساسية: الأعضاء والتنظيم الاجتماعي واللغة وأنماط التواصل والثقافة والهوية المشتركة[2]

3- المجتمعات الافتراضية، مساءلة الدور والمكانة:

مثلما كان متوقَّعًا، وكأي ظاهرة جديدة، كانت ظاهرة المجتمعات الافتراضية عرضة لتقويمات متباينة؛ إذ يرى مؤيدوها أن بمقدور المجتمعات الافتراضية التغلّب على العراقيل المتعلقة بالأبعاد، بما في ذلك أبعاد الزمن والمسافة

[1] دارن باربي، **المجتمع الشبكي**، مرجع سبق ذكره، ص 185.

[2] الصادق الحمامي، **الميديا الجديدة الإشكالات السياقات** ، مرجع سبق ذكره، ص 55.

والتعداد السكاني التي تجعل من تحقق الجماعة، على أرض الواقع، أمرًا مستعصيًا. كما أنها فضاءات اجتماعية متحررة وغير خاضعة للرقابة، ومفهوم التحرر هنا لا يؤخذ على معناه السياسي، وإنما بمعناه الاجتماعي الذي يعني بشكل أو بآخر انفلات الفرد من الإطار القيمي والمعياري الذي يفرضه عليه المجتمع من خلال مختلف مراحل ومؤسسات التنشئة.

كما أن هذه المجتمعات أحرزت نجاحا هائلا على الانترنت حققت من خلاله إشباعا للحاجة الاجتماعية في التعارف والاتصال وإشباع الاهتمامات المختلفة للمشاركين المتنوعين، من شتى أنواع البشر، في ثقافاتهم وأجناسهم وأعمارهم واهتماماتهم، ويرى بعضهم أيضًا أن البيئة الرقمية للجماعات الافتراضية هي بيئة سوية وآمنة ومُتاحة للجميع، لذلك هم يُقدّمونها بديلًا عن العالم المادي الحقيقي الذي يكون الفضاء العام فيه متدهورًا وغير آمن، وغير متاح للجميع.

وما يُحسب للجماعات الافتراضية أيضًا هو أنها أقل تراتبية وتمييزًا وإقصاء وأكثر مساواةً وإدناءً من الجماعات التقليدية، حيث يؤدي، غالبًا، ارتباط الهوية بالمظهر الخارجي إلى الإقصاء المجحف وتكميم الأفواه وسوء المعاملة .ومن بين الحجج التي تُساق في هذا الإطار، دور الجماعات الافتراضية في السماح للأفراد بتقديم أنفسهم أو التعريف بها كما يريدون وبالطريقة التي تحلو لهم.

إضافة إلى أن طبيعة التوسّط التقني في الجماعات الافتراضية تجعل الدخول فيها أو الخروج منها أيسر كثيرًا من الدخول في الجماعات الحقيقية أو الخروج منها، ومن المؤكد أن هذا اليسر الذي يُميز الانتماء إلى هذه الجماعات، إلى جانب الطابع الطوعي لعملية الانتماء التي تتم على أساس الرغبة الحرة، يجعل الجماعات الافتراضية تبدو،

في السياق المعاصر خصوصًا في منزلة الحلّ الأمثل لأنها تُكرّس المزيد من الاستقلالية وحرية الاختيار، من دون التضحية كليًا بإمكان التعلّق بالجماعة[1]

في المقابل، سارع النقّاد إلى الإشارة إلى أوجه النقص والعيوب المحتملة في الجماعات الافتراضية؛ ففي المقام الأول ثمة من يقول إن انتفاء المكان وغياب التجسّد، خلال عملية التواصل الشبكي، يقوّضان عاملي التجذّر في المكان والتجسّد الضروريين لعيش تجربة الجماعة والاتصال بها[2]، مما يسمح للفرد بخلق هويات فانتازمية تقترب كما تبتعد عن الهويات الحقيقية بمقدار ما أراد المستخدم ذلك، بمعنى أن الانفلات من الإطار المكاني والمرجعي للهوية خلق ما يسمى بالهويات الهجينة أو المختلطة.

إضافة إلى البعد الأخلاقي الذي قد يغيب عن ممارسات بعض هذه الجماعات باعتبار انفلاتها من أي مرجعيات معيارية أو قيمية بحكم افتراضيتها ورمزيتها ما يجعل الممارسات فيها متسمة بإطار واسع من الحرية، إذ تختلف محددات الوجود الافتراضي للشخص عن محددات وجوده الواقعي أين تبنى واقعيته واجتماعيته في ضوء منظومة قيمية ومجتمعية متكاملة تحفظ استقراره النفسي والاجتماعي في ضوء نظام اجتماعي وحضاري يوجه سلوكه ويصيغ الضوابط والمعايير التي تحفظ إنسانيته، في ظل غياب مثل هذه المرجعيات القيمية والمجتمعية سقطت الكثير من الحواجز الشخصية مست خصوصية العلاقات الإنسانية وأهدرت الكثير من القيم مثل قيمة احترام الخصوصية، احترام الغير، عدم التشهير وغيرها من الممارسات على الشبكة.

[1] دارن بارني، **المجتمع الشبكي**، مرجع سبق ذكره، ص46.
[2] المرجع نفسه، ص47.

ففي ظل الاتصال الافتراضي تجاوزت المجتمعات الإنسانية الكثير من الحواجز والقيود، ولم تكن حواجز المكان والزمان هي فقط ما تم تجاوزه، بل حتى الحدود بين ما هو عام وما هو خاص تم تجاوزها ليصبح كل شيء مشاعا لا يمكن التعتيم عليه، وهذا ما تؤكده مقولة مارك زوكربيرغ مؤسس موقع فيسبوك وأريك شميث المدير السابق لشركة غوغل اللذين صرّحا "أن عصر الحياة الخاصة قد ولى، ونحن نعيش زمن استعراضها الذي لا يقلق سوى اللذين قاموا بما يؤخذوا عليه"[1]

4- الرأسمال الاجتماعي الافتراضي: تعريفه وأشكاله.

إذا كان الرأسمال، بالمعنى الاقتصادي كامتلاك ثروات مادية أو مالية، عنصرا مهما في التكوين الاجتماعي والعلاقات الاجتماعية إلى حد أنه يضع بالقوة الأغنياء مقابل الفقراء، فإن غيره من أنواع الرأسمال تلعب دورا مهما أيضا في الديناميكية الاجتماعية، فالرأسمال الثقافي والرأسمال الاجتماعي تشكل ثروات رمزية لديها سلطتها وسلطانها في تكوين وتغيير وبلورة العلاقات الاجتماعية، وعلاقة الفرد بغيره وبمجتمعه.

إذ يرى علماء الاجتماع أن ما يعرف بالرأسمال الاجتماعي الرمزي هو أداة الربط الحقيقية بين المجتمعات المحلية والشبكات الاجتماعية الأخرى، فالرأسمال الاجتماعي هو بمثابة النظير للرأسمال المالي، وبالتالي فهو مثل الرأسمال المالي مورد مهم جدا يساند المجتمع المحلي ويطيل بقاءه واستمراره. ومن أهم عوامل تطوير الرأسمال الاجتماعي عامل الثقة، وبذلك وكما يؤكد بيتنام Robert Puttnam أن الرأسمال الاجتماعي يشجع التعاون والمساندة بين أعضاء الجماعات لصالح مصالحهم الخاصة. وعلى ذلك فإن الحياة في المجتمعات المحلية والتي تتصف بدفق غني من الرأسمال

[1] نصر الدين العياضي، **الشباب في دولة الإمارات والانترنت**، مرجع سبق ذكره، ص 77.

الاجتماعي هي حياة سهلة وسلسة وممتعة، وأوفق نجاحا وأغنى حيوية من المجتمعات المحلية ذات الرأسمال الاجتماعي الأقل.[1]

كما يسمح الرأسمال الاجتماعي للشخص بالاعتماد والاستفادة من موارد الأفراد الآخرين من أعضاء الشبكة التي ينتمي إليها، هذه الموارد يمكن أن تتمثل في معلومات مفيدة، علاقات شخصية، أو حتى القدرة على تنظيم جماعات، إضافة إلى ذلك توصلت دراسات عديدة حول الرأسمال الاجتماعي، أن الأشكال المختلفة للرأسمال الاجتماعي ترتبط ارتباطا وثيقا بالرفاه النفسي وتقدير الذات والرضى على الحياة [2]

بالنسبة لبورديو يعتبر الرأسمال الاجتماعي مجموع الاتصالات والعلاقات والمعارف والصداقات التي تعطي للفاعل تقريبا –سماكة– اجتماعية كبيرة، فقدرة الفعل ورد الفعل مهمة تقريبا وفق نوعية وكمية تواصلاته مع أفراد آخرين، من حيث أن المظهر العام للرأسمال تحت مختلف أشكاله يمثل تشابها قويا أو تماثلا مع ذلك الخاص بالفاعل. فالرأسمال الاجتماعي هو مجموع الموارد الحالية أو الكامنة التي تكون مرتبطة بحيازة شبكة دائمة لعلاقات مُمأسسة من معارف متداخلة واعترافات متداخلة أو بعبارة أخرى الانتماء إلى جماعة، كمجموع فاعلين ليسوا فقط مخصوصين بملكيات مشتركة (يمكن أن تكون مدركة من طرف الملاحِظ ومن طرف الآخرين أو منهم أنفسهم) ولكن أيضا موحدين بروابط دائمة ونافعة. [3]

[1] علي محمد رحومة ، **علم الاجتماع الآلي**، مرجع سبق ذكره، ص 65.

[2] Nicole B. Ellison, Charles Steinfield, Cliff Lamp ; **The Benefits of Facebook ‘‘Friends:’’ Social Capital and College Students’ Use of Online Social Network Sites,** op cit, p 1146

[3] ستفان شوفالييه، كريستيان شوفيري، **معجم بورديو**، ترجمة الزهرة إبراهيم، الشركة الجزائرية السورية للنشر والتوزيع، الجزائر، الطبعة الأولى 2013، ص163

لقد دأب بيير بورديو في تحليله للرأسمال الاجتماعي والثقافي على ربطه بالتحليل الطبقي، حيث فهم الرأسمال الاجتماعي والثقافي على أنه رصيد اجتماعي من العلاقات والرموز يتقابل ويتفاعل مع الرصيد الذي يمتلكه الأفراد من رأس المال المادي، فرأس المال الاجتماعي والثقافي هو رصيد قابل للتداول والتراكم والاستخدام مثله مثل رأس المال المادي، فالفرد عندما ينشئ شبكات اجتماعية أو ينضم إلى عضوية أحزاب أو يستخدم ما لديه من رموز المكانة في ممارسات اجتماعية، فإنه إنما يكون لنفسه زادا اجتماعيا ورصيدا ثقافيا يعضد من مصالحه ورصيده من القوة والهيبة[1]

ووفقا لهذا المنظور يرتبط الرأسمال الاجتماعي ارتباطا وثيقا بشبكة العلاقات المؤسسة على المنظومة الشبكية والتي تتأسس على فكرة الانتماء إلى جماعة بعينها توحدها روابط وأواصر مشتركة، وتمنح بالأساس للفرد المتفاعل سماكة اجتماعية وفق تعبير بورديو وتؤثث لممارساته عبر الشبكة.

وفي تعريف آخر للرأسمال الاجتماعي، يرى هانيفان Hanifan أن كل فرد هو في علاقة مع الآخرين، يتيح هذا بتجميع الرأسمال الاجتماعي، فالرأسمال الاجتماعي هو ظاهرة مدعمة بشبكة من العلاقات بين الأفراد التي لها صفة تراكمية من خلال التفاعل الاجتماعي وتكون الآثار مفيدة على المستوى الفردي والجماعي[2]

يعرف كولمان Coleman الرأسمال الاجتماعي على أنه نطاق واسع من الموارد المتراكمة من خلال العلاقات بين الناس، ويرى أدلر وكوون Adler & Kwon أن مصطلح الرأسمال الاجتماعي مصطلح مرن لديه

[1] أحمد زايد، أمال الطنطاوي، محمد عبد البديع، **رأس المال الاجتماعي لدى الشرائح المهنية من الطبقة الوسطى**، مطبوعات مركز البحوث والدراسات الاجتماعية، كلية الآداب، جامعة القاهرة، الطبعة الأولى، 2006، ص5.

[2] بن عمار سعيدة خيرة، **تمثلات واستخدامات الصحفيين الجزائريين لمواقع الشبكات الاجتماعية**، مرجع سبق ذكره، ص 111.

مجموعة متعددة من التعريفات باعتباره يُنظر إليه كسبب وتأثير في الوقت نفسه[1] نظر كولمان Coleman إلى رأس المال الاجتماعي بوصفه رصيدا اجتماعيا يقف خلف الفعل الاجتماعي، حيث تبنى كولمان نظرة عقلانية مثالية للبناء الاجتماعي بوصفه يتكون من مجموعة من الواجبات والتوقعات وقنوات الاتصال وقيم ومعايير، وهو بذلك اعتبر رأس المال الاجتماعي بمثابة الرصيد الذي يمتلكه الفرد من علاقات وقيم تمكنه من أن يؤسس لعلاقات داخل البناء الاجتماعي، وأن يبني توقعاته وأهدافه، وفي المقابل نظر بوتنام إلى رأس المال الاجتماعي من خلال تحديد الخصائص أو السمات التي تكون رصيد الفرد داخل التنظيم الاجتماعي، مثل الثقة والمعايير والشبكات الاجتماعية مع التأكيد على الفكرة القائلة بأن امتلاك الجوانب الإيجابية من هذه الخصائص أو المكونات (الثقة البناءة، والمعايير الإيجابية والشبكات الاجتماعية البناءة) يمكن المجتمع من أن يؤدي وظائفه على نحو أكفأ وأفضل كما أنها تسهل التنسيق بين الأفعال الاجتماعية المختلفة.[2]

كما يُعرّف الرأسمال الاجتماعي على أنه موارد كامنة في البناء الاجتماعي يمكن الوصول إليها واستخدامها في أفعال مقصودة، ويكشف هذا التعريف على أن أرصدة رأس المال الاجتماعي توجد لصيقة بالبناء الاجتماعي ولكنها لكي تؤدي غرضها لابد وأن ترتبط بالفعل الاجتماعي، وتتلخص هذه المصادر في نوعين: [3]

- علاقات وشبكات يقيمها الأفراد لتحقيق أهداف معينة، مثل النقابات والأحزاب وجمعيات النفع العام والجمعيات الفئوية وغير ذلك من العلاقات والشبكات التي تؤسس لحياة مدينة.

[1] Nicole B. Ellison, Charles Steinfield, Cliff Lamp ; **The Benefits of Facebook ‘‘Friends:’’ Social Capital and College Students’ Use of Online Social Network Sites**, op cit , p 1145.

[2] أحمد زايد، أمال الطنطاوي، محمد عبد البديع، **رأس المال الاجتماعي لدى الشرائح المهنية من الطبقة الوسطى**، مرجع سبق ذكره، ص6.

[3] المرجع نفسه ص9.

- منظومة قيمية تأتي على رأسها قيم الثقة والشفافية وتحمل الآخر والرغبة في التعاون معه وغير ذلك من قيم الحداثة.

وإذا كانت الانترنت والشبكات الاجتماعية قد غيرت من علاقة الفرد بنفسه وعلاقته بالآخرين، فإنها قد ساهمت بشكل كبير في بلورة مفهوم جديد للرأسمال الاجتماعي في بعده الرمزي الافتراضي من خلال صياغتها لعلاقات افتراضية متعددة، شكّلت رصيدا رمزيا للفرد.

فبتزايد استخدام الانترنت وولوجها في الحياة اليومية للفرد، انتقل علماء الاجتماع من طرح الأسئلة التأملية في شأن الاتصال الافتراضي والجماعات الافتراضية إلى إجراء دراسات تطبيقية تتعلق بالانترنت في الحياة اليومية، بالنظر في الطريقة التي يُدرِج بها الأفراد التقنية في نشاطهم التواصلي والاجتماعي بشكل عام.[1]

فليس مجرد استخدام الانترنت هو ما أثار ويثير أبحاث الإعلام الاجتماعي، إنما الحوافز والسلوكات من وراء استخدام الانترنت أو من وراء النشاط الانترنتي. حيث اهتمت دراسات عديدة بالحوافز وراء استخدام الانترنت وذكرت أسبابا متعددة من بينها كسب رأسمال اجتماعي بتشكيل علاقات صداقة والحفاظ عليها، وبخلق وتزيين الصورة الشخصية، وأيضا بتعزيز الممارسات المواطنة من مثل المشاركات الاجتماعية والمواطنة الرقمية، وقيم الانتماء والتشارك وغيرها من نشاطات اجتماعية وممارسات ترتبط بالشق الاجتماعي للفرد في تفاعلاته مع الآخرين.

حيث خلصت دراسة مسندة إلى معطيات مستمدة من دراسة استقصائية شاملة لزوار موقع الويب الخاص بقناة ناشيونال جيوغرافيك في عام 1998 إلى أن الانترنت تساهم في زيادة الرأسمال الاجتماعي والمشاركة المدنية

[1] دارن باربي، **المجتمع الشبكي**، مرجع سبق ذكره، ص173.

وتطوير الشعور بالانتماء إلى الجماعة الافتراضية، واعتمادا على معطيات جادت بها استطلاعات رأي واسعة النطاق أجريت في عام 2000 بينت دراسة أنجزها "مشروع بيو للانترنت والحياة الأمريكية" أن استخدام البريد الالكتروني يؤشر إلى أن التواصل مع الأصدقاء والعائلة يتم على نحو مكثف، وأن التواصل الاجتماعي عموما قائم على نطاق واسع، واستنتج مؤلفو الدراسة أن مختلف التطبيقات التي تتيحها الانترنت تكرس التواصل الاجتماعي وتوسع نطاقه، بدلا من التقليص منه، وتساهم الانترنت على نحو إيجابي في تعزيز النشاط الاجتماعي[1]

كما لاحظ بيتنام أيضا أن نمو المجتمعات المحلية الافتراضية بمختلف أحجامها على الانترنت سيساعد في واقع الأمر في إنتاج الرأسمال الاجتماعي الافتراضي virtual social capital وتجدر الإشارة هنا إلى أن هناك خصائص معينة تؤدي إلى نمو الرأسمال الاجتماعي الافتراضي بين المجتمعات على الخط، من أهمها:[2]

- المعلومات المتداولة تحتاج إلى إطار اجتماعي كي تكون ذات معنى، وإذن تحتاج إلى أن تكون هناك عناصر حقيقية للمجتمعات الافتراضية (القيم المشتركة، التفاعل الاجتماعي).

- الاتصال عبر الانترنت يمكن أن يزيد الرأسمال الاجتماعي الفكري حيث أن المعلومات التي يتم تداولها وتوزيعها بين المشتركين مجانا ويمكن أن تمتد وتعبر الحدود الجغرافية العادية.

- التعاون المعرفي بين الجماعات على الخط هو تعاون بسيط وديمقراطي مباشر، وهذا بطبيعة الحال أكثر فعالية وتأثيرا على هذه المجتمعات، حيث التحرر من القيود الشخصية والجسمانية وغيرها.

[1] دارن باربني، **المجتمع الشبكي**، مرجع سبق ذكره، ص 173.

2 محمد علي رحومة، **علم الاجتماع الآلي**، مرجع سبق ذكره، ص66.

- سهولة استخدام التقنيات البرمجية وقوة تأثيرها بما يسمح بتراكم المعرفة، ما يعني أن الذين يستخدمون الشبكات وتكنولوجيا الانترنت هم الأقوى تأثيرا والأكثر استفادة حين يستخدمون الويب لتوسيع الرأسمال الاجتماعي.

إذن الرأسمال الاجتماعي لفاعل ما هو الذي يؤمّن الاعتراف به، وينزع إلى أن يصير نوعا من المضاعف لقوته عبر أثر الإدماج الرمزي (كما لو أن الثروات المادية والرمزية للفاعلين المتواطئين تنضاف افتراضيا)، من هنا يعتبر الفيسبوك والعلاقات الافتراضية القائمة عبره شكلا من أشكال الرأسمال الاجتماعي على اعتبار أنه لا يوفر للشباب فرص امتلاك الكفاءة التقنية فحسب، بل يساعدهم في تطوير كفاءاتهم الاجتماعية التي تؤهلهم للحياة المستقبلية. فالفيسبوك هو مجال لتراكم الرأسمال الاجتماعي الذي هو مجمل الموارد الحالية والمحتملة المرتبطة بامتلاك شبكة دائمة من العلاقات التي اتخذت بهذا القدر أو ذاك طابعا مؤسساتيا، وتتم ما بين المعارف ومعارف المعارف. فالرأسمال الاجتماعي في الشبكة الالكترونية يتشكل من قائمة الأصدقاء والمعارف وأصدقاء المعارف.

إن قائمة الأصدقاء والمعارف وأصدقاء الأصدقاء تشكّل مرفولوجيا شبكة الفيسبوك التي تراكم الرأسمال الاجتماعي الذي يعزز ما هو مشترك بين المنخرطين في هذه الشبكة ويسمح لهم بتكوين هويتهم من خلال التفاعل الاجتماعي وتبادل الخدمات والمعارف البسيطة في الحياة التي تتسرب عبر الحديث عن اليومي الذي يشد حلقات هذه الشبكة. [1]

فشبكة العلاقات هي نتاج "استراتيجيات استثمار اجتماعي" يظهره الفاعل عن وعي أو دونه، بهدف أن يخلق ويدعم ويصون ويرافق وينشط ثانية الروابط التي يمكنه أن يطمح في أي لحظة إلى أن يجلب منها منافع مادية أو

[1] نصر الدين العياضي، **الشباب في دولة الإمارات والشبكات الاجتماعية الافتراضية مقاربة للتمثلات والاستخدامات**، مرجع سبق ذكره، ص86

رمزية، إنه مدعوم في هذا بعدد من الإجراءات المؤسسية، يسعى إلى إتاحة التبادلات الشرعية وإلى إقصاء التبادلات غير الشرعية ليربط هكذا بين الفاعلين الذين لهم اهتمام أكثر برأسمالهم وبموقعهم ليكونوا على اتصال[1]

والرأسمال الاجتماعي يمكن انخفاضه أو افتقاده في حالة افتقاد القيم المشتركة بين المشاركين، لذلك فإن الاهتمام باستخدام التكنولوجيا المتطورة واكتساب أعضاء جدد في المجتمعات الافتراضية إضافة إلى الإسهام بالمشاركات الفعالة: اجتماعيا، وثقافيا، ومعرفيا، كل ذلك يزيد من نمو القيم المشتركة ويقويها، الأمر الذي ينعكس إيجابا على الرأسمال الاجتماعي المطلوب[2].

أشكال الرأسمال الاجتماعي:

ميز بوتنام بين شكلين للرأسمال الاجتماعي: الرأسمال الاجتماعي الممتد Bridging social capital، والرأسمال الاجتماعي الترابطي Bonding social capital الأول نابع من العلاقات الضعيفة، ويسميه الرأسمال الاجتماعي التجسيري، والثاني والذي يتكون من العلاقات الحميمية والعائلية، ويسميه الرأسمال الاجتماعي الترابطي.

والرأسمال الاجتماعي التجسيري هو الأكثر ملاءمة لتوزيع المعلومات وهو ينشأ من خلال تجانس شبكات كبيرة من العلاقات الضعيفة، بينما الرأسمال الاجتماعي الترابطي يمثل الفائدة التي تظهر من خلال العلاقات الاجتماعية المتقاربة ضمن مجموعة حصرية من العائلة والأصدقاء المقربين، يكون هذا النوع من الرأسمال الاجتماعي مرتبط بالمشاعر والدعم الاجتماعي[3] هذه الأشكال ترتبط بما يسميه الباحثون في الشبكة ب 'العقد الضعيفة أو

[1] ستفان شوفالييه، كريستيان شوفيري، **معجم بورديو**، مرجع سبق ذكره، ص164

[2] علي محمد رحومة، **علم الاجتماع الآلي**، مرجع سبق ذكره، ص66

[3] سعيدة خيرة بن عمار، **تمثلات واستخدامات الصحفيين الجزائريين لمواقع الشبكات الاجتماعية**، مرجع سبق ذكره، ص 112.

الروابط الضعيفةweak ties والتي هي ارتباطات فضفاضة بين الأفراد الذين يمكن أن يمنحوا معلومات مفيدة أو أفاقا جديدة، لكن ليس بشكل عاطفي تفاعلي، وعلى العكس من ذلك يربط الرأسمال الترابطي الأفراد بأحكام عاطفية متماسكة، علاقات وثيقة ومقربة، مثل ارتباطات العائلة والأصدقاء المقربين.[1]

وفي دراسة أحمد زايد وآخرون عن رأس المال الاجتماعي لدى الشرائح المهنية من الطبقة الوسطى[2] ميّز الباحثون بين مستويين لرأس المال الاجتماعي هما:

- رأس المال الاجتماعي العضوي: وهو الرصيد الذي يمتلكه الفرد أو الجماعة من العلاقات الاجتماعية أو من القيم أو حتى من رموز المكانة والهيبة والقوة والسلطة، والتي تجعله يحتل موقعا معينا في نظام التدرج القائم.

- رأس المال الاجتماعي المتغير أو المتحرك: وهو الطريقة التي يستخدم بها رصيد الفرد من رأس المال الاجتماعي.

وترى نويل هام Noelle J. Hum أن الرأسمال الاجتماعي مفهوم يمكن تجزئته إلى ثلاث ميادين:[3]

رأسمال خاص بالعلاقات بين الأشخاص interpersonal domainيشمل تفاعلات الشخص مع الشبكة.

ورأسمال داخلي intrapersonal domain يصف الانفعالات الداخلية ومستويات الرضى الذاتي داخل الشخص.

ورأسمال سلوكي behavioral domain: يتضمن مشاركات الفرد في النشاطات المدنية والسياسية.

[1] Nicole B. Ellison, Charles Steinfield, Cliff Lamp ; **The Benefits of Facebook ‘‘Friends:’’ Social Capital and College Students’ Use of Online Social Network Sites** op cit p 1146.

[2] أحمد زايد وآخرون، **رأس المال الاجتماعي لدى الشرائح المهنية من الطبقة الوسطى**، مرجع سبق ذكره، 2006، ص9.

[3] Noelle J. Hum, Perrin E. Chamberlin , et al, **A picture is worth a thousand words: A content analysis of Facebook profile photographs**,op cit ,1831.

وقد وُجِد أن استخدام الفيسبوك يرتبط إيجابيا بالمستويات الأعلى للرضى الذاتي self satisfaction والحقيقة الاجتماعية social trust، بعبارة أخرى الأفراد الذين يحافظون على شهرة رقمية يحسون أنهم أكثر ارتباطا بأقرانهم، ويملكون مستوى إجمالي أعلى من السعادة والرضى الاجتماعي[1] فإدراك الفرد في تواصله مع الآخرين مرتبط إلى حد ما بمواءمة ومجانية الخدمات التي يوفرها الفيسبوك مثل التذكير بأعياد الميلاد مثلا، بالإضافة إلى ذلك تأسيس روابط اجتماعية يرتبط إيجابيا بتأسيس هوية اجتماعية، ومستخدمو الفيسبوك يفعلون ذلك بنجاح بالإشارة إلى عضويتهم في بعض المجموعات الفرعية والثقافات الفرعية.

وبناء على دراسة Pempet[2]، فإن أحد أهم استخدامات الفيسبوك ليس فقط معرفة معلومات عن الآخرين، إنما لإعادة الاتصال والتواصل بالحياة الحقيقية للأصدقاء، واحدة من أكثر إغراءات الفيسبوك تكمن في قابلية توسيع وتقوية الشبكة الاجتماعية للفرد، لبيان بعد آخر للرأسمال الاجتماعي: مجموعات الفيسبوك تطبيق يسمح للمستخدم بالانضمام إلى شبكات فرعية ذات اهتمامات مشتركة لديها قوة زيادة المشاركة المدنية والسياسية من خلال علاقات تبادلية، هذا ما يُظهر فعالية الفيسبوك في ربط وتمكين الجماعات ذات الاهتمامات المشتركة والآراء المشتركة. فمن إيجابيات الفيسبوك هو جمعه للأفراد في مجموعة واحدة بعضهم مع بعض، مما يعطي إحساسا أن الفيسبوك يوفر أداة للتعبير عن الذات لتشكيل روابط اجتماعية.

[1] Ibid, p1831.
[2] Ibid p1832.

من جانب آخر، يرى كل من ويلمان (Wellman) و جوليا (Gulia) أن هناك ثلاث أنواع من الفرضيات في أدبيات استخدام الانترنت والرأسمال الاجتماعي:[1]

- استخدام الانترنت يعزز تكوين الرأسمال الاجتماعي.
- استخدام الانترنت يمكنه إضعاف الرأسمال الاجتماعي.
- استخدام الانترنت يقوي التفاعل غير الاكتروني ويطور الرأسمال الاجتماعي.

هذه الدراسات هي جزء من الأدبيات الناشئة حول آثار الاتصال الوسائطي computer mediated communication (CMC)والتي تؤكد فكرة أن استعمال الانترنت والشبكات الاجتماعية يزين ويعزز، ولا ينتقص، العلاقات بين الأشخاص، ويعزز المهارات الاجتماعية[2]

فالفيسبوك هو مجال لتراكم الرأسمال الاجتماعي مشكلا من قائمة الأصدقاء والمعارف، وأصدقاء المعارف، حيث توجد العديد من العلاقات بين الأشخاص عبره، أولها العلاقات القوية التي تربط الأشخاص بأفراد عائلتهم، وأصدقائهم، وبعض زملائهم، والعلاقات الضعيفة التي تتشكل من مجموعة من الأصدقاء البعيدين أو الذين انقطع الاتصال بهم، والأعضاء البعيدين من العائلة، فالفيسبوك يحافظ على هذه العلاقات الضعيفة التي لا تملك قيمتها فيما يتم تداوله من حديث حول الأمور العادية في الحياة، بل في رعايتها لهذه العلاقة التي تثرى بعدد المترابطين الذين يملكون قدرا من عدم التجانس على أكثر من صعيد بينما العلاقات القوية فإنها تعتمد على وسائط مختلفة مثل

[1] بن عمار سعيدة خيرة، **تمثلات واستخدامات الصحفيين الجزائريين لمواقع الشبكات الاجتماعية**، مرجع سابق، ص 114.

[2] Noelle J. Hum, Perrin E. Chamberlin , et al, **A picture is worth a thousand words: A content analysis of Facebook profile photographs**, op cit, p 1829.

الهاتف والبريد الالكتروني. إن قائمة الأهل والأصدقاء والمعارف تشكل مرفولوجيا شبكة الفيسبوك التي تراكم رأسمال الاجتماعي الذي يعزز ما هو مشترك بين المنخرطين في الشبكة ويسمح لهم بتكوين هويتهم من خلال التفاعل الاجتماعي وتبادل الخدمات والمعارف البسيطة في الحياة التي تتسرب عبر الحديث عن اليومي الذي يشد حلقات هذه الشبكة الاجتماعية [1]

تناولنا في الفصل ثالث الموسوم ب"الاتصال الافتراضي" حفرا في دلالات مفهوم الافتراضي وبحثنا في المعاني الشائكة والمتشابكة للكلمة، فوجدنا أن دلالاتها متعددة ترتبط بالتخييل imaginaire، وبالتجريد، بالخلق والإبداع، باللاواقعية واللاتجسد... وغيرها من زوايا ومعاني تحيل إلى أن الممارسات عبر هذا الفضاء الذي يسمى افتراضيا هي عمليات خلق وإبداع تهدف بالأساس إلى تجاوز الحدود المكانية والتحرر من القيود الفيزيائية، دون التملص من الإطار الواقعي، فالافتراضي(رغم أبعاده الرمزية والتجريدية) إلا أنه يبقى انعكاسا للواقع الراهن بكافة خصائصه وبخصائص أخرى مميزة له، وفي سياق الامتداد ذاته، امتداد الافتراضي عن الواقعي عرجنا إلى مفهوم الحضور الافتراضي أو الحضور عن بعد، وكيف يشكّل هذا الحضور امتدادا للحضور الواقعي بخصائصه ومميزاته وتفاعلاته، بعدها تناولنا في مبحث ثان المجتمعات الافتراضية كامتداد افتراضي للمجتمعات الواقعية وأوضحنا خصائصها ومميزاتها، بعدها تطرقنا إلى الرأسمال الاجتماعي الافتراضي وحاولنا مقاربة معانيه وخصائصه وبعض أشكاله.

[1] نصر الدين العياضي، **الشباب في دولة الإمارات والشبكات الاجتماعية الافتراضية مقاربة للتمثلات والاستخدامات**، مرجع سبق ذكره، ص181.

الفصل الرابع:

الشباب وشبكات التواصل الاجتماعي.

المبحث الأول: الشباب، مقاربات نفسية، اجتماعية وثقافية.

1- **السمات والخصائص النفسية والاجتماعية والثقافية للشباب.**

2- **مفهوم ثقافة الشباب.**

3- الشباب والبحث عن الهوية.

4- الشباب وتكنولوجيا الشبكات الاجتماعية: أي علاقة وأي رهانات؟

المبحث الثاني: شبكات التواصل الاجتماعي: المفهوم، النشأة والتطور.

1- مفهوم شبكات التواصل الاجتماعي.

2- نشأة وتطور شبكات التواصل الاجتماعي.

3- **خصائص ومقومات الشبكات الاجتماعية.**

4- أنواع الشبكات الاجتماعية وبعض النماذج.

5- الفيسبوك بلغة الأرقام: إحصائيات عن استخدام الفيسبوك في العالم وفي العالم العربي.

جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية

نسعى في هذا الفصل الرابع الاقتراب من ظاهرة الشباب بتناول هذه المرحلة بكافة تعقيداتها ومميزاتها، بدء بتحديد الخصائص النفسية والاجتماعية والثقافية للشباب، ومرورا بتحديد مفهوم ثقافة الشباب وخصائصها، ثم الحديث عن عنصر يحتل أهمية قصوى في مرحلة الشباب ألا وهو الشباب والبحث عن الهوية، باعتبار مرحلة الشباب هي المرحلة المفصلية التي يسعى فيها الفرد لتحقيق ذاته وذاتيته بحثا عن الهوية وإثبات الذات، بعدها نتطرق إلى علاقة الشباب بالتكنولوجيا عموما وبتكنولوجيا الشبكات الاجتماعية على الخصوص، ببيان حدود هذه العلاقة ورهاناتها، لننتقل في المبحث الثاني إلى شبكات التواصل الاجتماعي: مفهومها، نشأتها وتطورها، بعض خصائصها وأنواعها، ثم نعرج لبيان الانعكاسات النفسية والاجتماعية لهذه الشبكات، وفي آخر المبحث خصصنا عنصرا للحديث عن الفيسبوك، الشبكة الاجتماعية محل الدراسة، بلغة الأرقام وعن استخداماته في العالم وفي العالم العربي.

المبحث الأول: الشباب، مقاربات نفسية اجتماعية وثقافية.

حظي موضوع الشباب باهتمام واسع لدى الدارسين والباحثين في العلوم الاجتماعية في السنوات الأخيرة، نظرا للأهمية التي أصبحت تحتلها هذه الفئة في النسق الاجتماعي، وكذلك عودتها كفاعل اجتماعي بارز يحرك كل الأنساق السياسية والثقافية والاقتصادية، فالشباب هو مرحلة عمرية مفصلية قد تكون بوابة البناء والفعالية الاجتماعية والثقافية والاقتصادية، إذا أُحسن استثمارها، أو العكس، قد تتحول بفعل الإهمال إلى مصادر للتوتر والاضطراب الاجتماعي.

إذ يمثل الشباب العمود الفقري للقوى البشرية في أي مجتمع، لذا تحظى مرحلة الشباب باهتمام كبير يتمثل في مواجهة مشكلات هذه المرحلة ومساعدة الشباب على مواجهتها. كما أن الشباب مصدر من مصادر التجديد

والتغيير من خلال القيم الجديدة التي يتبناها والتي عادة ما تدخل في مواجهة مع ما هو سائد من قيم تقليدية، لهذا يعد الشباب مصدرا رئيسيا من مصادر التغير الثقافي في المجتمع ككل.

وتنبغي الإشارة بادئ ذي بدء أن الرؤية الكلاسيكية أو التقليدية للشباب انحصرت في الماضي في تمظهرها المادي/البيولوجي، حيث اقترنت أساسا بظاهرة الرياضة، أو الإحصائي/الديموغرافي، الشباب كفئة عمرية، أين شكّل العمر البيولوجي ولفترة طويلة قاعدة التصنيف. ويبدو أن هذه المعايير لا تتوافق مع دينامية الشباب التي لم يكن بوسعها أن تعرف تطورا خطيا أو حتى حسابيا يمكن السيطرة عليه أو التحكم فيه، وهو تصنيف يدل على أهمية التغيرات التي تعرفها فئة الشباب في أشكالها التعبيرية والمجالات التي تشغلها، عمومية كانت أو خاصة، والسجالات التي تستدعيها في علاقتها مع المحلي والعالمي، وكذلك الوسائل التي تحشدها معروفة كانت أو جديدة. إن هذه الدينامية التي يصعب التنبؤ بها أساسا تطرح عدة مشاكل استدلالية في موضع التصنيف المستخدم[1] فهذه الرؤية الكلاسيكية لم تعد صالحة ابستمولوجيا ولا معرفيا ولا ميدانيا، نظرا إلى أن ظاهرة اجتماعية كظاهرة الشباب هي ظاهرة اجتماعية شاملة ومركبة، أي ظاهرة متعددة ومتداخلة الأبعاد.

من هذا المنطلق يمثّل الشباب في الوقت ذاته ظاهرة تاريخية (أفرزتها ظروف اجتماعية /تاريخية معينة، ولها نشأة ومراحل تطور)، وظاهرة سياسية (الشباب قوة اجتماعية ناشئة هامة تؤثر في موازين القوى الاجتماعية القائمة)، وظاهرة ديمغرافية إحصائية (تتمثل في هذا الكم الهائل من الكائنات البشرية الصاعدة التي تقارب نسبتها نصف سكان العالم تقريبا)، وظاهرة اقتصادية (تتجسم في هذه السوق الكبيرة المفتوحة والتي يتم فيها عرض سلع

[1] Nouria Benghabrit-Remaoun et Mohand Akli Hadibi, **Jeunes, quotidienneté, et quête d'identité,** insaniyat, Revue algérienne d'anthropologie et de sciences sociales, numéro double 55-56 Janvier juin 2012, p12.

وتجهيزات وخدمات لا حصر لها)، وظاهرة ثقافية ميدياتيكية ذات دلالة مجتمعية قصوى، خاصة بالنسبة لجماعات المراهقين والشباب حيث تبادل المواد الثقافية/ الاتصالية، وأنماط السلوك المبهرة، وما تحمله من دلالات ورمزيات[1]

من هنا، يتناول المبحث بعض خصائص فئة الشباب السيكولوجية والاجتماعية والثقافية، ومفهوم ثقافة الشباب، والبحث عن الهوية لدى الشباب، ثم علاقة الشباب بالتكنولوجيا والانترنت والشبكات الاجتماعية.

1- السمات والخصائص النفسية والاجتماعية والثقافية للشباب:

تعد مرحلة الشباب من أهم مراحل الحياة، وهي تسجل أثرها لكونها أكثر رسوخا في ذاكرته، لما تتميز به من خصائص نفسية واجتماعية حاسمة، إذ تعد، وبلا منازع، مرحلة البحث عن الهوية وإثبات الذات، وتعزيز المركز لتكوين الأهداف والمبادئ والطموحات. باعتبار أن مفهوم الشباب يعكس رؤية أو فلسفة اقترنت ،وتقترن، بإقامة علاقة /أو علاقات جديدة يقيمها الإنسان/ الشاب مع ذاته ومع الآخر المشابه و/أو المختلف عنه ، ومع الجماعات الاجتماعية (الصغيرة والكبيرة) ومع الكون، رؤية تسعى دائما من خلالها جماعات الشباب إلى التعبير عن قلق غير مألوف وعن حيرة وجودية انطولوجية نابجة عن أوضاع تاريخية واجتماعية وثقافية معينة، وعن تجاذبات بين الطموح والوجود والمستقبل وغيرها من الزوايا والقضايا التي تحيط وتشغل الشاب.

إذ تشير التقارير أن الشباب بين سن 15 و24 سنة يقعون تحت ضغط الإحباط والتوقعات التي تحدثها بشكل جزئي مؤثرات الإعلام والتكنولوجيا والديناميكيات التحولية في البنى الأسرية، وبهذا يعيش الشباب حالة من

[1] يوسف بن رمضان: **الشباب والميديا في العالم وفي المجتمعات العربية: ثقافة الشباب: الخصوصيات، الدلالات والرهانات**، مرجع سبق ذكره،ص 74.

عدم الاستقرار النفسي عالقين بين عالمين أحدهما واقعي لا يلبي احتياجاتهم، والآخر افتراضي يتشربونه عبر آليات التكنولوجيا المتعددة[1]

ويلخص محمد السيد حلاوة في بحثه عن **العلاقات الاجتماعية للشباب بين دردشة الفيسبوك والانترنت**، يلخص أهم خصائص مرحلة الشباب فيما يلي:[2]

- **التغيرات الجسمية السريعة**: وتشمل التغيرات الفيزيولوجية التي تنتقل بالفرد من مرحلة المراهقة إلى مرحلة الشباب بنمو الأعضاء والغدد الجنسية.

- **التغيرات النفسية العميقة**: فمن جهة يشعر الشاب بالنضج والتكامل النفسي، ومن جهة أخرى يعاني الشاب من أشد الاضطرابات النفسية، حيث يعيش الشاب صراعا داخليا بين النفس والعقل، بين الأمل والضغوط، بين التطلع للمستقبل والخوف منه، بين الثقة بالنفس والقلق من المجهول، بين النجاح والفشل.

- **التغيرات العقلية**: وتتمثل في القدرات الذهنية المختلفة للشاب مثل الذكاء والانتباه، التذكر والتفكير، وغيرها من العمليات العقلية التي تميز الشاب كفرد عاقل ناضج فكريا.

- **حب الظهور والشهرة**: حيث يكون لدى الشاب رغبة جامحة في إثبات شخصيته وتوكيد ذاته وأنه ليس أقل من الكبار في إنجاز الأعمال وتحمل المسؤوليات.

---

[1] سلطان بلغيث، **تمظهرات أزمة الهوية لدى الشباب** ، دراسة منشورة في مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية لجامعة ورقلة، العدد الخاص بالملتقى الدولي الأول حول الهوية والمجالات الاجتماعية في ظل التحولات السوسيوثقافية في المجتمع الجزائري، أيام 27.28.29 فيفري 2011، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، الجزائر، ص357,

[2] محمد السيد حلاوة رجاء علي عبد العاطي العشماوي، **العلاقات الاجتماعية للشباب بين دردشة الانترنت والفيسبوك**، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، مصر 2011، ص15.

- **الرغبة في التجديد والتغيير**: تعتبر مرحلة الشباب من أكثر المراحل تميزا بروح التجديد والتغيير لما للشاب من قدرات ذهنية وجسدية ورغبات وطموحات للأفضل.

- **النزوع إلى الحرية والاستقلال**: إذ يرغب الشباب في التحرر من كافة القيود والضوابط ويعتبرون ذلك من أهم مقومات السعادة والشعور بالرضا، ويرغبون في إنجاز أعمالهم بأنفسهم وحسب إرادتهم.

- **الاستغراق في عالم الخيال**: والتشبث بالأحلام والأماني الجميلة والجري وراء الأفكار الخيالية والأمور الأسطورية وتكون هذه الحالة الخيالية في أوجها مع بداية الشباب وتبدأ بالتناقص كلما تقدم العمر بالشاب.

- **إثبات الذات**: تعد مرحلة الشباب من أكثر المراحل أهمية في حياة الفرد، بسعيه لإثبات وجوده وذاته من خلال الخيارات المفصلية التي يختارها والتي تتسم في الغالب بالاستقلالية وحب التحرر، بعيدا عن ضغوطات المحيط الاجتماعي ممثلا في الأسرة أو في المجتمع. فالشاب في مرحلة انتقاله من المراهقة إلى النضج الفكري والعقلي يتزايد وعيه وإحساسه بطبيعة الأنا وبمطالب تحققها كذات مستقلة واعية ومتحررة.

2- مفهوم ثقافة الشباب:

نالت ثقافة الشباب الكثير من الاهتمام البحثي في العلوم الاجتماعية والسلوكية، لما أثارته وتثيره من إشكاليات ورهانات مرتبطة أساسا بطبيعة هذه الشريحة ووضعها الاجتماعي السوسيولوجي وعلاقتها بباقي الشرائح، وتبدو ثقافة الشباب في الكثير من الأحيان ذات طبيعة تعبيرية عن الذات وتوتراتها وقلقها المتزايد ،ومن هذا المنظور يفسر أنصار الحتميات الاجتماعية سلوك الشباب على أنه نتاج ضغوط البيئة الاجتماعية واستجابة لها، بخلاف

أنصار الاتجاه التفاعلي الذي يولي للتجربة الفردية في نطاق الحياة الاجتماعية أولوية في تفسير مسلكيات الشباب الثقافية والاجتماعية.[1]

وثقافة الشباب كمفهوم برز بين سبعينيات وثمانينات القرن العشرين كإفراز لديناميات تاريخية ثقافية ذات أبعاد متعددة يتداخل فيها الثقافي والسياسي والاقتصادي والميدياتيكي/الإعلامي بصورة معقدة ليس من السهل إخضاعها لقراءة منهجية لأول وهلة. هذه الديناميات وضعت إذن في ظروف تاريخية واجتماعية معينة اتسمت بها أساسا مجتمعات الغرب المصنّع وما بعد المصنّع، بعيد الحرب العالمية الثانية، وجها لوجه فاعلين اجتماعيين تقليدين (جماعات الكهول) وفاعلين اجتماعيين جدد (جماعات الشباب) لا تحتكم دائما إلى نفس المرجعيات الثقافية والفكرية، حيث أدت سياقات ثقافية واجتماعية وتاريخية عديدة إلى ظهور ظاهرة ميدياتيكية جديدة هي ثقافة الشباب،على حد تعبير الباحث بن يوسف بن رمضان، والتي يرى الباحث أنها امتداد لثقافة الشباب العفوية التي تجسمت خلال تلك المرحلة التاريخية في موجات رفض عارمة عبر أشكال تعبير مستحدثة:[2]

- موسيقية تجسمت في موسيقى إيقاعية: الروك تعبيرا عن الحركة والدينامية والحياة وتأكيدا لوجود الذات غير المعترف بها في المجتمع التقليدي السابق.

- مظهرية تمثلت أساسا في نمط لباس غير مألوف من حيث الأشكال والألوان، وطرق حمله تعبيرا عن الاختلاف والتميز، وفي ذلك رسالة ذات دلالة تبعث بها جماعات الشباب إلى مجتمع الكبار عنوانا على القلق والغضب والرفض لنمط أو أنماط الحياة والتفكير السائدة.

[1] أحمد عبدلي، **الانترنت والتغير الثقافي لدى الشباب الجزائري**،مرجع سبق ذكره، ص83

[2] بن يوسف بن رمضان، **الشباب والميديا في العالم والعالم العربي**، مرجع سبق ذكره، 76.

هذه الأشكال التعبيرية الخاصة بالشباب تؤكد على أهمية المقاربة الثقافوية على المقاربة البيولوجية في تناول ظاهرة ومفهوم ثقافة الشباب، فبروز الشباب كفئة اجتماعية مستقلة رهين بنشوء ثقافة خاصة بهذه الفئة الاجتماعية، مما يجعل مفهوم الثقافة الشبابية عنصرا أساسيا في تعريف الشباب ككل، وهو ما يشير إليه الكثير من الباحثين في علم الاجتماع عندما يؤكدون على أهمية المقاربة الثقافوية ودورها في نشأة مفهوم الشباب كموضوع خاص للدراسات السوسيولوجية، ويقلص من أهمية المقاربات الإحصائية القائمة على تعريف الشباب على أساس الانتماء إلى شريحة عمرية (15-24-30 أو غيرها)[1]

وأيا يكن الرأي المهيمن فالمتعارف عليه أن ثقافة الشباب هي ثقافة فرعية SubCulture وهي جزء من الثقافة المجتمعية الكلية ،تشتمل على منظومة من القيم والمعايير والرموز الاتجاهات السلوكية ،يتبناها الشباب بغرض التفسير والفهم والتفاعل مع المواقف والوقائع الاجتماعية المختلفة ، كذا تقديم إجابات ونماذج من التجارب التي لا توفرها الثقافة الأم بحكم دخولها تحت المسكوت عنه أو الطابو ...إلخ[2]

إن أحد الرهانات المعرفية الأساسية المرتبطة بالثقافة الشبابية في المجتمعات العربية يتوقف على مدى تجذر عوامل الحداثة داخل هذه المجتمعات، ويمكن تشخيص ذلك بالرجوع إلى نقطتين أساسيتين:[3]

- تتعلق النقطة الأولى بانتشار قيم الفردانية وإضفاء الشرعية الاجتماعية عليها، فثقافة الشباب تقوم في جانب كبير منها على تكريس هذه القيم الفردانية وعلى إعطاء الشاب، بوصفه فردا، سواء تعلق الأمر

[1] عماد المليتي، **ثقافة الشباب العربي الأوضاع الحالية والرؤى المستقبلية**، اجتماع الخبراء حول تعزيز الإنصاف الاجتماعي: إدماج قضايا الشباب في عملية التخطيط للتنمية، أبو ظبي، 29 31 مارس 2009، ص5 دراسة متوفرة على الرابط http://css.escwa.org.lb/sdd/0988/b7-a.pdf تاريخ الولوج 9 فيفري 2017.

[2] أحمد عبدلي، **الانترنت والتغير الثقافي لدى الشباب الجزائري**، مرجع سبق ذكره، ص83.

[3] عماد المليتي، **ثقافة الشباب العربي الأوضاع الحالية والرؤى المستقبلية**، مرجع سبق ذكره، ص6

باختيارات حميمية ذات صلة بجسده ومظهره أو بتحديد التزاماته وانتماءاته الاجتماعية، إمكانية بناء هويته الفردية بشكل مستقل نسبيا عن سلطة العائلة وموروثها ومرجعياتها. هذا بالإضافة إلى أن الكثير من العناصر المكونة لثقافة الشباب، الوافدة من مجتمعات في جوهرها فردانية، تتميز بتثمينها لكل ما يمكن أن يساهم في إعلاء قيمة الفرد وينمي إحساسه بالامتلاء وتحقيق الذات، يمكن أن نذكر على سبيل المثال المكانة المركزية التي تحتلها داخل المنظومة القيمية للشباب أهمية النجاح الاقتصادي بوصفه شكلا من أشكال إثبات الوجود الفردي، ومختلف مظاهر النرجسية الجسمانية التي تحكم علاقة الشباب بأجسادهم، والتي تتجلى من خلال الممارسات الرياضية والتجميلية وأنظمة الحمية، وشتى أشكال التحاور مع الجسد بوصفه محملا للذات.

- تتعلق النقطة الثانية بأن عملية التحكيم المتواصلة التي يقوم بها الشباب لبناء عالم قيمي خاص بهم تعكس بدورها درجة ترسيخ القيم الحداثية الأخرى، كتلك المقترنة بفصل المؤسسة الدينية عن المؤسسات الاجتماعية الأخرى، أو بالفصل بين المجال العام والمجال الخاص، حيث أن التفريق بين العام والخاص وما يستتبعه من إقرار بحرية الفرد في مجالات عدة بوصفها شأنا خاصا، يشكّل في حد ذاته مؤشرا يمكّن من تحديد درجة انتشار قيم الحداثة لدى الشباب.

3- الشباب والبحث عن الهوية:

من خصائص مرحلة الشباب أنها مرحلة البحث عن الهوية فالشاب في هذه المرحلة دائم التساؤل عن ماهية دوره في المجتمع ويرى الباحثون أن البحث عن الهوية له تأثير على سلوك الشباب وهذا ما يسمى بأزمة الهوية لدى الشباب، فمما سبق ذكره حول الخصائص النفسية والاجتماعية لدى الشباب، رأينا أن مرحلة الشباب تتميز

بحب الظهور والشهرة، كما أنها مرحلة بناء الهوية وإثبات الذات من خلال الأساليب التعبيرية التي يتبناها الشباب ومن خلال بحثهم عن فضاءات تعبيرية للتعبير عن أنفسهم.

فالتحولات النفسية والجسدية التي تميز مرحلة الشباب والمراهقة تجعل الشاب غير متوازن نسبيا ومن ثم عرضة للتقلبات التي قد تكون مفاجئة وتطرح الكثير من الإشكاليات، فالشاب ينظر إليه من زاويتين : « إما أنه مراهق كبير أو بالغ صغير، فالذين ينظرون إلى الشاب من الزاوية الأولى يميلون إلى اعتبار سلوك الشباب كما لو كان من بقايا مظاهر عدم النضج الذي تتميز به مرحلة الطفولة، ومن ثم يميلون إلى استخدام لفظ" المراهقين" لوصف عدم ثبات السلوك عند الشباب، وفي المقابل نجد من يستخدم المفهوم الثاني، يشيرون إلى النضج والمسؤولية والعقلانية التي تكمن وراء ما يبديه هؤلاء الشباب من سلوكيات مضطربة وغير مستقرة. فالشباب إذن مرحلة من مراحل الحياة تتوسط فترتي الطفولة والكهولة تتميز بالانتقالية، تعتريها الكثير من التحولات والتغيرات النوعية في الفكر والسلوك التي يمكن أن توجدها هذه الخطوط المتعددة للتطور خلال مرحلة الشباب.

ويكون هذا الأمر كافيا كي يجعل الشاب يحاول لفت انتباه الآخرين إلى وضعه وتميزه، فهو يريد أن يقول أنه كيان مستقل ويختلف عن أوليائه وأترابه، ويملك من السمات والمهارات ما لا يمتلكه الآخرون، وذلك ما يتطلب في نظره اعتراف الآخرين وتقديرهم له، وقد يتجاوز الشاب هذه المرحلة بأمان، كما قد تصاحبه متاعب عدة، كما أن هذه المرحلة قد تكون قصيرة أو طويلة حسب الحالة والظروف، وتكون علاقة الشاب بالجنس الآخر جزءا من هذه المعادلة، فهو يحاول جذب الانتباه بالمخالفة على حد المثل القائل "خالف تعرف"، وتكون إحدى الوسائل في

إحداث هذه الجاذبية والتمرد والمبالغة في الارتباط بمجال أو وسيلة ما كالأغاني وقيادة السيارات بسرعة والانترنت واقتناء المبتكرات.[1]

وفي علم النفس يطلق على هذه المرحلة اسم"أزمة البحث عن الهوية" حسب إيريكسون Ericson[2]، الذي رأى أن أهم إنجاز خلال مرحلة المراهقة هو تكوين الهوية فبعد تجريب عدة خيارات وتجارب يلتزم الفرد بشكل جدي وشبه نهائي ببعض القيم والأهداف، ويرى إريكسون أن الشخص الذي لا يخوض عملية البحث هذه في ذاته الداخلية بالتفاعل مع المحيط (أشخاص وخبرات) فهو لن يستطيع الوصول إلى هوية ناضجة.

وإن كان الحديث عن أزمة الهوية حديثا قديما ارتبط في الأصل بالهوية وتعقيداتها من جهة والذات وتعقيدات تكوينها من جهة أخرى، فإن الحديث عن أزمة هوية لدى الشباب في المجتمع المعاصر هو أشد إلحاحا وأصعب مدى، على اعتبار الرهانات التي تطرحها الوسائط الاتصالية والبدائل التكنولوجية في المجتمع المعاصر للشاب في بحثه عن ذاته وهويته.

وفي هذا السياق يقر أنتوني جيدنز Antony Gidenz أن مفهوم الهوية مفهوم متعدد الجوانب ويمكن قراءته من عدة زوايا، لهذا يعتقد أن الهوية تتعلق بفهم الناس وتصورهم لأنفسهم، ولما يعتقدون أنه مهم في حياتهم، ويتشكل هذا الفهم انطلاقا من خصائص محددة تتخذ مرتبة الأولويات على غيرها من مصادر المعنى والدلالة، ويقول:"إننا اليوم نتمتع بفرص غير مسبوقة لنصنع أنفسنا ونشكّل هويتنا المتميزة، إن مواردنا تكمن في أعماق أنفسنا لتعريف أنفسنا ولتحديد من أين أتينا وإلى أين سنتوجه، وقد غدت علامات الطريق التقليدية أقل بريقا وتأثيرا وضرورة، وأصبح العالم الاجتماعي يواجهنا بتشكيلة واسعة ومحيرة من الخيارات والإجابات عن هذه الأسئلة

[1] عزي عبد الرحمان والسعيد بومعيزة، **الإعلام والمجتمع**، مرجع سبق ذكره، ص269.

[2] بيتر كوزن، **البحث عن الهوية: الهوية وتشتتها في حياة إيريك إيريكسون وأعماله**، مرجع سبق ذكره، ص95.

من دون أن يزودنا بأية إشارة لتحديد ما تؤثره من خيارات، ويرغمنا العالم الحديث على أن نكتشف أنفسنا وبفضل قدرتنا بوصفنا بشرا واعين لأنفسنا ومدركين لقدراتنا، فإننا نخلق هوياتنا ونعيد خلقها على الدوام"[1].

وبهذا فإن البحث عن الهوية لدى الشباب في العصر الحالي يعبر فعلا عن أزمة: أزمة تعدد البدائل وتنوعها: فضاءات رقمية، شاشات فضائية، هواتف ذكية وغيرها، كلها تقنيات تساهم في خلق وإعادة خلق هويات الشباب، أزمة تعدد المشارب، فلم تعد التنشئة الاجتماعية حكرا على المؤسسات التقليدية من أسرة ومسجد وغيرها، بل أضحت الفضاءات الرقمية وتكنولوجيا الاتصال جزءا مهما من فضاء التنشئة الاجتماعية للهوية التي لم تعد تنشئة اجتماعيا فحسب، بل أضحت بناء رقميا تحتل فيه التقنية مكانة وسلطة.

4- الشباب وتكنولوجيا الشبكات الاجتماعية، أي علاقة وأي رهانات؟:

من المتعارف عليه أن الشباب هو الفئة الاجتماعية الأكثر انفتاحا على تكنولوجيا الاتصال واستخداما لها والساعية أكثر إلى امتلاك المهارات التقنية التي تسمح لها بذلك، مقارنة ببقية الفئات الاجتماعية، ففي هذه المرحلة من العمر يتجلى الوعي بالفردانية والاستقلالية الذي تعززه الممارسات الإعلامية والثقافية الجانحة أكثر نحو الفردانية مثل امتلاك الهاتف النقال الشخصي أو الكمبيوتر الشخصي، واستخدام شبكة الانترنت والاستمتاع بالايباد Ipod وغيرها من الوسائل التي تسمح للشباب بالتعبير عن هويتهم والابتعاد تدريجيا عن مراقبة أولياء أمرهم[2] على اعتبار أن هذه المرحلة، وكما سبق ذكره، تتميز بحب الظهور وإثبات الذات، لذا فمعظم الشباب يعتبرون ممارساتهم الاتصالية وامتلاكهم لأحدث التقنيات من هواتف نقالة وتواصل عبر الشبكات الاجتماعية ومدونات وغيرها، ضربا من ضروب التخلص من القيود المجتمعية بصنع عالم خاص ذي أبعاد مختلفة تؤثثه التكنولوجيا وأحدث التطبيقات.

[1] كلثوم بيميمون، **تصور وممارسة الهوية الثقافية لدى الشباب الجزائري بين الفضاء الالكتروني والممارسة الواقعية**، مرجع سبق ذكره، ص7.

[2] نصر الدين العياضي، **الشباب في دولة الإمارات والانترنت**، مرجع سبق ذكره، ص13.

إضافة إلى وجود متغير هام يسيطر على معادلة الشباب وتكنولوجيا الشبكات الاجتماعية وهو خاصية الحرية التي تتيحها هذه المواقع على عكس باقي الفضاءات الاجتماعية الأخرى التي يسيطر عليها، في الغالب، الضبط الاجتماعي ومعاييره وأحكامه، لذا فالشباب يتوق لمثل هذه الفضاءات التكنولوجية ليعبر بحرية عن آرائه ويثبت ذاته ويعبر عن هويته.

فاستخدام وسائل الإعلام الجديدة وخاصة منها الشبكات الاجتماعية يفتح آفاقا للمغامرة والإثارة وإشباع الفضول، ويفسح المجال للشباب بخوض تجارب وممارسات افتراضية تبتعد به عن ضغوطات الحياة ومسؤولياتها، وتشبع حاجاته في التمرد والإثارة والمغامرة والفضول والتحرر، وتعزز فلسفاته الوجودية والتواصلية في علاقاته مع ذاته ومع الآخر المشابه له أو المختلف عنه، علاقاته بذاته من خلال التعبير عن ذاته وهويته ورسم ملامح وجوده الافتراضي كما الواقعي، ومع الآخر من خلال تواصله مع الآخرين أفرادا كانوا أو جماعات في سياق تفاعلات رمزية افتراضية تعيد تشكيل الروابط الثقافية والحضارية للأنا في علاقتها مع الآخر.

وفي هذا السياق يذكر الباحث الصادق رابح في دراسته عن **تمثلات الهوية الرقمية** أن "جيل الانترنت يظهر كجيل ثنائي الهوية؛ فهو من ناحية هشّ وغير راشد، ويحتاج دائماً إلى الأخذ بيده في مجاهل التكنولوجيا الحديثة لتأسيس علاقة "سوية" بها، ومن ناحية أخرى فهو جيل فضولي ومعتمد على ذاته وذكي، يملك القدرة على التكيف، ويميل إلى تثمين ذاته، إضافة إلى كونه صاحب رؤية شاملة في توجيه نفسه.[1]

كما أكدت بعض الدراسات أن كثرة استخدام الانترنت لدى الشباب تؤدي إلى الإحساس بالعزلة وبالانسلاخ الثقافي والحضاري والاجتماعي بحيث أن الشباب يعيش في عالم آخر عبر الانترنت يكون بعيدا كل

[1] الصادق رابح، **الهوية الرقمية للشباب: بين التمثلات الاجتماعية والتمثل الذاتي**، مرجع سبق ذكره، ص97.

البعد عن عالمه الحقيقي أو الواقعي وهذا ما يؤدي إلى نوع من الانفصام وضعف مهارات الاتصال الاجتماعي والانسلاخ في الواقع عن النسيج الاجتماعي الذي يعيش فيه الشاب[1]

المبحث الثاني: شبكات التواصل الاجتماعي: المفهوم، النشأة والتطور.

أفرزت التطورات التكنولوجية المتعددة في حقل الانترنت وتطبيقاتها مجالات تفاعل افتراضية جديدة لم تكن معروفة في الأجيال السابقة، وحطمت الكثير من الحواجز واختصرت الكثير من المسافات واستحدثت منطلقات جديدة للفعل التواصلي يؤثثها الامتزاج بين الواقعي والافتراضي في إطار تآلفات غيّرت بنية وهيكلة الاتصال التقليدي.

إذ يشكّل الاتصال الافتراضي منظومة لها خصوصيات تميّزها عن المنظومات التقليدية فهي منتجة لذاتها والفاعلون فيها هم المستخدمون أنفسهم يتقاسمون سلطة البث والتلقي، في نفس الوقت يتحكّمون في المضامين وأشكالها، فضلا عن كونها غير محدّدة زمنيا ومكانيا. وتختلف بنية الخطاب فيها عن بنية خطاب المنظومات والوسائل التقليدية، فهي تتميز بعدم الاستقرار و"التشظي" وتشابك الوسائط التي تكوّنه، ويمثّل بناء مخصوصا يتشكّل من علامات مختلفة ومتنافرة: نصّ صحفي، روابط خارجية وداخلية، تعليقات القرّاء، مقالات ذات صلة، تسجيلات فيديو، صوت... كما أنّ علاقته بالفضاء تتغيّر باستمرار.[2]

ولعل أبرز ما ميّز هذه المنظومة الافتراضية وأكثر ما أثار الجدل في انعكاساتها على الممارسات الواقعية ظاهرة الشبكات الاجتماعية، لما فتحته من أبواب واسعة لأنماط جديدة من التواصل الإنساني تحاكي الواقعي بحلة

[1] محمد عايش، محمد قيراط، **استخدامات وإشباعات الانترنت، دراسة ميدانية تحليلية لشباب الإمارات العربية المتحدة**، مجلة العلوم الاجتماعية والإنسانية، جامعة باتنة، العدد12، جوان2005، ص22.

[2] مفيدة العباسي: **المجال العمومي والاتصال الافتراضي مقاربة هابرماسية لدراسة المجموعات الافتراضية التونسية**، مرجع سبق ذكره،ص14.

افتراضية وتفتح المجال واسعا للتفاعل الإنساني بكافة أنواعه، فاتحة لمستخدميها فرصا أكبر للتواصل والتفاعل عبر الحدود بلا قيود ولا رقابة إلا بشكل نسبي محدود يكاد لا يذكر.

وهي –الشبكات الاجتماعية– كما ترى بعض الدراسات ناتج طبيعي نتج لاحتياج الأشخاص والأفراد إلى وجود علاقات إنسانية فيما بينهم، وفتح المجال للحوار التفاعلي بشكل متطور وواسع، وإعادة العلاقات بين الأفراد، سواء كانوا زملاء مدرسة أو جامعة أو لهم صلة ما ببعض، ونشأت الشبكات الاجتماعية لسد فراغ اجتماعي صاحب استخدام الإنسان للحاسب الآلي في جميع أنشطته وتأثير استخدام هذا الحاسب على الحياة الاجتماعية.[1] من هنا نسعى في هذا المبحث إلى بيان الجدل حول مفهوم شبكات التواصل الاجتماعي، بتحديد مفهوم الشبكة والفرق بين الشبكات والتشبيك الاجتماعي، ثم نعرج إلى مقاربات تاريخية حول نشأة هذا النوع من المواقع، خصائص هذه الشبكات الاجتماعية ثم بعض الأنواع والنماذج.

1– مفهوم شبكات التواصل الاجتماعي:

إن مفهوم شبكات التواصل الاجتماعي مفهوم مثير للجدل، نظرا لتداخل الآراء والاتجاهات في تناوله، وتعدد زوايا النظر إليه، فمن ناظر إليه بمنظور تقني يعتبره شكلا من أشكال المواقع الالكترونية التي تميزت بها شبكة الانترنت في الآونة الأخيرة تمكن المستخدمين من إنشاء وتنظيم ملفات خاصة بهم، إلى آخر ناظر إليه بمنظور اجتماعي معتبرا إياه شكلا جديدا من أشكال التواصل والتفاعل الإنساني، يستحدث ممارسات اتصالية جديدة على منصات افتراضية قوامها الاتصال عبر الحاسوب.

[1] ياسين قرناني، **استخدام الشباب الجزائري المراهق لتكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة في ضوء النظرية القيمية**، مرجع سبق ذكره، ص275.

وبتعدد زوايا النظر إلى المفهوم تعددت التسميات، فقد أطلق على هذه التطبيقات والممارسات الجديدة المرتبطة بالانترنت اسم الشبكات الاجتماعية، مواقع التواصل الاجتماعي، الشبكات الرقمية الاجتماعية، وسائل الإعلام الاجتماعي،منصات التشبيك الاجتماعي، الويب 2.0.... وغيرها من المسميات، ونحن في بحثنا هذا إذ نتبنى مفهوم الشبكات الاجتماعية فلأننا نعتقد أن مفهوم الشبكة يحيل أكثر من غيره إلى نظام العقد والترابط الذي تثيره أنماط الاتصال عبر هذه التطبيقات.

فالشبكات الاجتماعية هي عبارة عن مواقع تتيح تبادل المعلومات والأفكار والثقافات والتعارف بين أناس يتشاركون في الفكر والثقافة والتوجه والميولات. ويستخدم في اللغة الإنجليزية مصطلح online social networks للتعبير عن الشبكات الاجتماعية، والسبب في إضافة مصطلح أون لاين هو التفرقة بين الشبكات الاجتماعية كأحد مجالات الدراسة في علم الاجتماع، والشبكات الاجتماعية في بيئة الانترنت.

وتحيل كلمة "شبكة" إلى حالة الترابط البنيوي بين نقاط متباينة، يطلق عليها عادة اسم عقد، متصلة إجمالا بواسطة روابط متعددة ومتداخلة ومتكررة، وبهذا المعنى لا يمكن الحديث عن الشبكة إلا إذا كنا أمام عدد هائل من العقد،(أكانت أشخاصا، أم شركات أم حواسيب) المتصلة بعدد كبير من العقد الأخرى، وفي الواقع تم توليد العديد من المصطلحات لوصف هذا النوع من العلاقات وسماتها منها مصطلح الويب والمصفوفة matrix، التي كان الغرض من توليدها التشديد على منطق الترابط اللامركزي والمتشعب الذي يعكس جوهر الشبكة، ومثّل توليد مصطلح المصفوفة matrix في اللغة الإنجليزية اختيارا موفقا، نظرا لما تنطوي عليه هذه الكلمة من دلالات دقيقة تعكس التصور الذي تحمله أطروحة المجتمع الشبكي، ذلك أن كلمة matrix مستمدة من الأصل اللاتيني mater الذي يعني الأم أو الرحم، ويمكن هنا أن نستنتج أن سبب هذه التسمية هو المقارنة التي عقدت بين

الشبكة والرحم، فالشبكات هي بمنزلة أرحام تهبنا ضربا جديدا من المجتمعات، هي مجتمعات تنتظم فيها الهوية والسياسة والاقتصاد وتعمل في شكل شبكات وهذه هي تحديدا النقطة المحورية في المجتمع الشبكي[1]

يعكس هذا الطرح العمق الذي يتسم به التواصل عبر الشبكات الاجتماعية، والآفاق التي ربط، بضم الراء، بها هذا النمط من التواصل، فروح الاتصال عبر الشبكات هي اللامركزية والتفاعل اللامحدود بين أكثر من عنصر، كما أن الأفق الأكثر بروزا لهذا النمط التواصلي هو قدرته على خلق ضروب جديدة من المجتمعات تعمل على شكل شبكات تنتظم فيها العلاقات الإنسانية والتفاعلات وفق عقد ونقاط تشابك، تحاكي المجتمعات الواقعية بكافة تعقيداتها وترابط تفاعلاتها.

وقد تم التعرض لمصطلح الشبكات الاجتماعية في أكثر من تخصص علمي، مثل السوسيولوجيا، الانثروبولوجيا، علم النفس، الرياضيات..وغيرها من العلوم، فالمصطلح ظهر كمصطلح فلسفي اجتماعي منذ القرن الثامن عشر، ولكن الجديد هو تحويله من فرضية اجتماعية إلى واقع تقني عبر الانترنت ووسائل الاتصال المتقدمة، فالشبكات الاجتماعية لم تظهر في جيل الانترنت فقط، ولكنها بدأت من أزمنة بعيدة، لكن الانترنت ساهمت في دفع العلاقات الاجتماعية من الواقع المعاش إلى الواقع الافتراضي بفضل تقنيات الجيل الثاني للويب والتي تعتمد على مساهمة المستخدمين بالمحتويات في مواقع الانترنت[2]

فقد طرحت نظرية الشبكات الاجتماعية لأول مرة عام 1800 من قبل إيميل درنكهام Emile Durinkham وفرناند تونيس Fernand Tunis حيث ناقشوا لأول مرة وجود الفرد ككائن مستقل أم كجزء

[1] دارن بارني، **المجتمع الشبكي**، مرجع سبق ذكره، ص10.

[2] أحمد جمال حسن، **التربية الإعلامية نحو مضامين مواقع الشبكات الاجتماعية: نموذج مقترح لتنمية المسؤولية الاجتماعية لدى طلاب الجامعة**، رسالة ماجستير عير منشورة كلية التربية النوعة، جامعة المنيا، ص55

ضمن شبكة المجتمع، وإن المجتمع الحديث يتكون من كتلة عضوية واحدة، والتي تنشأ نتيجة العلاقة والروابط بين أفراد مختلفين في التصرف والعادات ولكن تجمعهم شبكة المجتمع الواحد الذي يتعايشون فيه. ومن ثم أضاف إليها جورج سيمل عام 1908 مبدأ التفاعل والترابط بين وحدات الشبكة والذي يعتمد على حجمها وطورت بعدها إليزابيث بوت نظرية تحليل الشبكات الاجتماعية[1]

بعدها أُعطِي للمصطلح معنى مجازيا وبعدا تحليليا مع ابتكار المنهج السوسيومتري – القياس الاجتماعي– الذي يتيح تحليل الشبكات الكلاسيكية بتمثيلها عن طريق بيانات خطية sociograms لوحدة اجتماعية أو مجموعة ما، وعلاقتهم بوحدات أو مجموعات أخرى، أين يظهر الأفراد في شكل نقاط التقاء nodes والعلاقات التي تربط بينهم في شكل خطوط lines، وفي سنة 1934 قام مورينو Jakob L Morino متخصص في علم النفس مع الباحثة Helene Hall Jennings بالعمل على تحليل تواصل الجماعات الصغيرة ضمن شبكة مجتمع المدارس والجامعات وتفسير كيف تؤثر العلاقات الاجتماعية على الراحة النفسية وطوروا تقنية sociometry كمنهجية كمية لدراسة بنية المجموعات ووضعية الأفراد داخل هذه المجموعات، استخدمت المقاربة بيانات خطية سوسيولوجية sociograms بتمثيل رسومات مرئية للأفراد أو لأي وحدة اجتماعية وعلاقتهم بالآخرين داخل المجموعة حيث يتمثل الأفراد في نقاط والعلاقات التي تربطهم في خطوط، وأنشأ مورينو قاموسا للمصطلحات الشبكية لازال يستخدم لحد اليوم وبنفس الطريقة حيث يعتبر السوسيوغرام كتقنية مرئية ترسم العلاقات بين الفاعلين الاجتماعيين والتي تصبح الأداة التحليلية الرئيسية في السوسيومتري، ولأول مرة أوضحت هذه العلاقات الاجتماعية

[1] خالد غسان يوسف المقدادي، **ثورة الشبكات الاجتماعية**، دار النفائس للنشر والتوزيع، الأردن، الطبعة الأولى، 2013، ص 64.

بنية علاقات الصداقة، القادة، والعلاقات داخل الأقسام، كل فرد ممثل في دائرة بخطوط توضح العلاقات واتجاهاتها.[1]

وفي عام 1954 صاغ جون بارنز John Barnes والذي كان باحثا في العلوم الإنسانية في جامعة لندن مصطلح الشبكات الاجتماعية للدلالة على أنماط من العلاقات تشمل المفاهيم التي يستعملها الجمهور بشكل تقليدي وتلك التي يستخدمها علماء الاجتماع لوصف المجموعات البشرية كالقبائل والأسر[2]

هذا عن أصل مفهوم الشبكات الاجتماعية من منظور سوسيولوجي، أما الشبكات الاجتماعية من منظور تقني كواحدة من المواقع الالكترونية التي وفرتها الشبكة العنكبوتية ووسائط الاتصال عبر الحاسوب فهي كيانات اجتماعية تتكون من أشخاص أو مؤسسات اجتماعية ترتبط فيما بينها بروابط ناجمة عن تفاعلاتهم المتبادلة، ويستعمل لفظ الشبكة الاجتماعية للدلالة على مواقع انترنت تسمح لمستخدمها بالتسجيل وخلق هوية افتراضية، تدعى ملمح/بروفايل profil ، ويُطلق على هذه المواقع صفة اجتماعية لأنها تسمح بتبادل الرسائل العامة أو الخاصة، الروابط التفاعلية، الفيديوهات، الصور، الألعاب، بين المشتركين، ويبقى قوام الشبكات الاجتماعية هو إمكانية توسيع دائرة الأصدقاء والعلاقات، كما تتأسس الشبكات الاجتماعية على مبدأين هما:

- أصدقاء أصدقائي هم أصدقائي أيضا.
- الأشخاص الذين يتبادلون ويشتركون في الاهتمامات نفسها التي اهتم بها هم أيضا أصدقائي.[3]

[1] سعيدة خيرة بن عمار، **تمثلات واستخدامات الصحفيين الجزائريين لمواقع الشبكات الاجتماعية**، مرج سبق ذكره،ص93.

[2] حسين محمود هتيمي، **العلاقات العامة وشبكات التواصل الاجتماعي**، دار أسامة للنشر، عمان،الأردن، الطبعة الأولى 2015، ص78.

[3] Laurent collée, **sécurité et vie privée sur les réseaux sociaux**, mémoire pour l'obtention du diplôme de master en gestion de la sécurité des systèmes d'information, université de Luxembourg 2009, p12

ومن أكثر تعاريف الشبكات الاجتماعية تداولا التعريف الذي قدمته كل من دانا بويد Danah Boyd ونيكول اليزون Nicole Ellison والذي يعتبر الشبكات الاجتماعية "خدمات على شبكة الانترنت تسمح للأفراد بإنشاء حساب عام أو نصف عام، في إطار نظام معين يحددها، يتضمن قائمة مستخدمين آخرين يتواصلون ويتشاركون فيما بينهم المحتوى والآراء ضمن هذا النظام، طبيعة وتسمية العلاقات التي تربطهم تختلف من موقع إلى آخر"[1]

وفي معرض تبريرهما اختيار مصطلح شبكات اجتماعية عن مصطلح التشبيك أفصح الباحثان أنهما يفضلان اسم مواقع الشبكات الاجتماعية social network site عن مواقع التشبيك networking وهذا لسببين: **التركيز** و**نطاق العلاقات الاجتماعية**، فمصطلح التشبيك يرتبط أكثر بإقامة علاقات، غالبا ما تكون مع الغرباء، وهو ما تتضمنه فعليا عملية الاتصال عبر الشبكات، لكنه لا يمثل الممارسة الوحيدة لمثل هذه المواقع، فمصطلح الشبكات يعبر أكثر عن الممارسات التي تضمنها هذه المواقع، وهي لا تتمثل في بناء علاقات اجتماعية جديدة مع الغرباء فحسب، بقدر ما تتيح للناس إمكانية إدارة علاقاتهم الاجتماعية الواقعية وإبرازها، كما تبين ذلك الكثير من الدراسات والتي أكدت أن الأشخاص يتواصلون في هذه المواقع مع الذين يعرفونهم أكثر مما ينخرطون في عمليات بناء علاقات جديدة.[2]

كما عرّف مركز الدراسات الإستراتيجية في جامعة الملك عبد العزيز الشبكات الاجتماعية على أنها: وسيلة الكترونية حديثة للتواصل الاجتماعي، إذ أنها تكوّن بنية اجتماعية افتراضية تجمع بين الأشخاص أو

[1]danah m. boyd nicole b. ellison ,**Social Network Sites: Definition, History,and Scholarship**, Journal of Computer-Mediated Communication 13 (2008) International Communication Association , p211 .
[2] ibid, p211 .

المنظمات تمثل في نقاط التقاء متصلة بنوع محدد من الروابط الاجتماعية، إذ يجمع المشاركين فيها صداقة أو قرابة أو مصالح مشتركة، أو توافق في الهواية والفكر، أو رغبة في التبادل المادي أو المعرفي.[1]

كما تعرّف على أنها مواقع على الانترنت يتواصل من خلالها الملايين من البشر الذين تجمعهم اهتمامات أو تخصصات معينة، ويتاح لأعضاء هذه الشبكات مشاركة الملفات والصور وتبادل مقاطع الفيديو وإنشاء مدونات وإرسال رسائل وإجراء محادثات فورية، وسبب وصف هذه الشبكات بالاجتماعية أنها تتيح التواصل مع الأصدقاء وزملاء الدراسة وتقوي الروابط بين أعضاء هذه الشبكات في فضاء الانترنت.[2]

وتُعرّف الشبكة الاجتماعية بكونها "متكوّنة من حلقات مترابطة (وهي إجمالا أفراد ومنظمات) تربط بينها علاقات على أساس القيم والأفكار والتبادل المالي والصداقة والصراعات والاشتراك في ميولات ما أو الإجماع على رفضها..."[3]. ومن خلال هذا التعريف يتبيّن لنا أنّ الشبكات الاجتماعية بيئة افتراضية يلتقي فيها المستخدمون ليتفاعلوا فيما بينهم ويؤسسوا روابط عبر التواصل وتبادل المعلومات على خلفية التقاسم والتشارك في الأفكار والأهداف.

2- نشأة وتطور شبكات التواصل الاجتماعي:

عند الحديث عن نشأة وتطور الشبكات الاجتماعية تجدر الإشارة إلى مرحلتين أساسيتين هما:

- المرحلة الأولى هي مرحلة الجيل الأول للويب 1.0 والذي يشير إلى شبكة المعلومات الموجهة الأولى والتي وفرها عدد قليل من الناس لعدد كبير جدا من المستخدمين، تتكون أساسا من صفحات ويب ثابتة وتتيح مجالا

[1] محمود هتيمي، **العلاقات العامة وشبكات التواصل الاجتماعي**، دار أسامة للنشر، عمان،الأردن، الطبعة الأولى 2015، ص83.

[2] المرجع نفسه، ص83

[3] F.Pisani et D. Piotet : **Comment le Web change le monde. L'alchimie des multitudes**, éd Pearson p24

بسيطا للتفاعل. فقد كان الجيل الأول من صفحات الانترنت يعتمد على المحتوى الواحد للمستخدمين كلهم، فمثلا لو نشر مدير الموقع خبرا ما، فإن كل من يدخل الموقع سيرى الخبر نفسه بالطريقة نفسها، نظر لبدائية لغة البرامج والقائمة على لغة HTML.[1]

ويوصف الجيل الأول بالمرحلة التأسيسية لمواقع التواصل الاجتماعي، حيث ظهرت في السبعينيات من القرن العشرين بعض المواقع الالكترونية الاجتماعية من النوع البدائي، وكانت قوائم البريد الالكتروني Bulletin Board Systems (BBS) من أوائل التقنيات التي سهلت التواصل والتفاعل الاجتماعي، وأتاح هذا التفاعل للمستخدمين تطوير علاقات ثابتة وطويلة الأمد مع الآخرين، وغالبا ما كانوا بأسماء مستعارة [2]

- المرحلة الثانية: هي مرحلة الجيل الثاني للويب 2.0 وتشير إلى مجموعة من التطبيقات على الويب (مدونات، مواقع المشاركة، الوسائط المتعددة) والتي اهتمت بتطوير المجتمعات الافتراضية مركزة بدرجة كبيرة على التفاعل والاندماج. ومصطلح الويب 2.0 مصطلح يثير الكثير من النقاش لعدم الاتفاق على إيجاد تعريف دقيق ومحدد له،فهناك دراسات ترى أنه جملة المواقع والتطبيقات والخدمات الموجودة على الويب والتي تتوفر فيها شروط معينة لم تكن موجودة في الويب 1.0 كالذكاء، الإبداع، الخدماتية، التفاعلية والمشاركة وإتاحة المضامين والتطبيقات للجميع عن طريق التطبيقات مفتوحة المصدر على اعتبار أن الويب2.0 جاء ليكرس إنترناتا أكثر إنسانية وليتيح الفرص للجميع بالتساوي وكذا ليعمم المعرفة ويوصل صوت أي فرد في العالم دون قيود.

وفي دراسته عن الإعلام الجديد الفوضى والنظام، يشير الباحث عبد الله الزين الحيدري أن الهندسة الجديدة للويب الواردة تحت اسم الويب2.0 أتاحت للمستخدم أن ينخرط في مجتمع افتراضي ويعبر عن أفكار

[1] مؤيد نصيف جاسم السعدي، **فلسفة التواصل في موقع الفيسبوك**، مرجع سبق ذكره، ص158.

[2] نوال بركات، **انعكاسات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على نمط العلاقات الاجتماعية**، مرجع سبق ذكره، ص 136.

وأحاسيس أو مواقف وآراء ما كان له أن يعبر عنها، وهي هندسة حولت الويب من مداره السيميائي الغارق في المضامين إلى مداره الاجتماعي العلائقي المزدهر بالتفاعلات والانفعالات مع ما يتم استثماره من مضامين وخدمات لا حصر لها، وهي كذلك الهندسة التي منحت الفرد قوة التحكم في المضمون الذي يبثه والمضمون الذي يستقبله، وهيأت له التربة الصالحة للتواصل والاندماج عبر زراعة الأفكار والأحاسيس[1]

وتختلف الدراسات حول الموقع الذي يعتبر القاعدة التأسيسية لمواقع التواصل الاجتماعي، فبعض الدراسات تعتبر أن موقع Classamates.com الذي ظهر عام 1995، كأول شبكة اجتماعية تفاعلية من قبل راندي كوندراس Randy Conrads من أبرز المواقع التأسيسية للتواصل الاجتماعي وأشهرها، إذ كان الهدف منه مساعدة الأصدقاء الذين جمعتهم المدارس والجامعات في فترة معينة من تاريخ حياتهم قبل أن تفرق بينهم ظروف الدهر في التواصل فيما بينهم من جديد[2] وهو موقع خاص بطلاب المدارس الأمريكية، أتاح للمستخدمين الانتساب افتراضيا إلى المدارس أو الثانويات أو الكليات التي ينتمون إليها أو التي كانوا ينتمون إليها سابقا، وتصفح المواقع الخاصة بالأفراد، غير أن المستخدمين لم يكن بإمكانهم إنشاء صفحات خاصة بهم ولا تحديد قائمة للأصدقاء، قسّم هذا الموقع المجتمع الأمريكي إلى ولايات وقسّم كل ولاية إلى مناطق، تشمل كل منطقة على عدة مدارس، ويمكن للمستخدم البحث في هذا التقسيم عن المدرسة التي ينتسب إليها ويجد زملاءه ويتعرف على زملاء جدد.[3]

[1] عبد الله الزين الحيدري، **الإعلام الجديد الفوضى والنظام**، مرجع سبق ذكره، ص 141.

[2] ريبه ركون مصطفى، عبد الرحمان كريم درويش، **التسويق السياسي عبر مواقع التواصل الاجتماعي**، المجلة العربية للإعلام والاتصال الجمعية السعودية للإعلام والاتصال، العدد السادس عشر نوفمبر 2016، ص 20.

[3] نوال بركات، **انعكاسات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على نمط العلاقات الاجتماعية** ،مرجع سبق ذكره، ص137.

غير أن أكثر الدراسات، ومن بينها الدراسة المرجع في تاريخ شبكات التواصل الاجتماعي لدانا بويد ونيكول إليزون تعتبر أن ظاهرة المواقع الاجتماعية بدأت في عام 1997 ، وكان موقع "SixDegrees.com" أول هذه المواقع من خلال إتاحته الفرصة بوضع ملفات شخصية-بروفايل- للمستخدمين على الموقع، وكذلك إمكانية التعليق على الأخبار الموجودة على الموقع ، وتبادل الرسائل مع باقي المشتركين[1] ويأخذ الموقع اسمه من عبارة Six Degrees of Separation أي ست درجات من الانفصال، التي أخذت من عالم النفس الأمريكي من جامعة هارفارد ستانلي ميلغرام Stanley Milgram، ويعني أن كل فرد يمكن أن يرتبط بسلسلة طويلة من العلاقات الاجتماعية التي تبدأ من أصدقائه المقربين، ثم تنتقل إلى الدرجة الموالية أصدقاء أصدقائه، وحتى الدرجة السادسة،كان موقع "SixDegrees.com "هو رائد مواقع التواصل نظرا للخدمات التي سمح بها، وخصائصه التي ساعدت المستخدمين على التواصل وإرسال الرسائل، لكن في الوقت الذي استطاعت هذه الخدمة أن تجذب ملايين المستخدمين إلا أنها فشلت في أن تبقى دائمة حيث تم إيقاف الخدمة عام 2000، بعد ذلك توالى ظهور مواقع التواصل الاجتماعي[2]

من سنة 1997 إلى سنة 2000 ظهرت العديد من الأدوات التقنية للتجمعات الالكترونية تدعم نظام البروفايلات، الصفحات الشخصية، وكذا إمكانية مرئية قوائم الأصدقاء واستخدام غرف الدردشة والرسائل الالكترونية، ففي هذه الفترة ظهر موقع asianavenue.com وهو موقع خاص بالأمريكيين الآسيويين، وموقع blackplanet.com خاص بذوي البشرة السمراء[3]، كانت هذه المواقع تتيح للمستخدمين إنشاء حسابات شخصية، مهنية، أو حسابات مواعدة، حيث بإمكان المستخدم التعريف بأصدقائه في صفحته الشخصية أو

[1] danah m. boyd nicole b. ellison ,**Social Network Sites: Definition, History,and Scholarship**, op cit, p214

[2] حسني عوض، **أثر مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية المسؤولية الاجتماعية لدى الشباب**، جامعة القدس المفتوحة،ص4، دراسة منشورة على الموقع www.qou.edu/.../**socialResponsibility**Conf/dr_hou .

[3] نوال بركات، **انعكاسات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على نمط العلاقات الاجتماعية**، مرجع سبق ذكره، ص 138.

تحديدهم عن طريق الكلمات الواصفة دون الحاجة إلى الحصول على الموافقة، الشيء نفسه بالنسبة لموقع Live journal الذي ظهر سنة 1999 وكان يقيد العلاقات أحادية الاتجاه في صفحات المستخدمين كما قيّد إعدادات الخصوصية وفي نفس الفترة كان موقع العوالم الافتراضية Cyworld 1999 قد أضاف ميزات الشبكات الاجتماعية سنة 2001، حيث تضمن قائمة أصدقاء وخدمة تدوين المذكرات وغيرها من الخدمات، نفس الأمر بالنسبة لموقع التجمعات السويدي Lunastorm الذي تم إعادة تصميمه كموقع للشبكات الاجتماعية سنة 2000[1] وكان من أبرز ما ركزت عليه مواقع التواصل الاجتماعي في بداياتها خدمة الرسائل القصيرة الخاصة فقط بالأصدقاء، وعلى الرغم من أنها وفرت بعض خدمات التواصل الاجتماعي الحالية إلا أنها لم تستطع أن تدر ربحا على مؤسسيها ولم يكتب لكثير منها البقاء، فخلال تلك الفترة لم تكن التقنيات الحديثة للجيل الثاني قد ظهرت، كما لم يكن يسمح بالتفاعل والإضافة والحذف والنقاش وتبادل الملفات والآراء[2]

وبدأت المرحلة الثانية للشبكات الاجتماعية عندما تأسس موقع Ryze.com سنة 2001 ليساعد الناس على تفعيل أعمالهم التجارية حيث كان يتضمن مقاولين وتجار ومستثمرين. وشهدت بداية عام 2002 الميلاد الفعلي لمواقع التواصل الاجتماعي كما نعرفها اليوم، عندما ظهر موقع Friendster.com في كاليفورنيا من قبل أبراهام جوناثان Jonathan Abrams وبنى فكرة هذا الموقع على مساعدة الأصدقاء بالالتقاء بالأصدقاء، فقد كانت أغلب مواقع التواصل قبله تعتمد على فكرة الالتقاء بغرباء يشتركون في الاهتمامات نفسها، اكتسب الموقع شهرة واسعة ونمى إلى 300.000 مستخدم حول العالم قبل أن تبدأ الصحافة التقليدية بتغطيته في ماي 2003، بعدها واجه الموقع بعض الصعوبات التقنية والاجتماعية، فلم يتحمل سيرفر الموقع العدد الهائل والنمو

[1] سعيدة خيرة بن عمار، **تمثلات واستخدامات الصحفيين الجزائريين لمواقع الشبكات الاجتماعية**، مرجع سبق ذكره، ص101

[2] نوال بركات، **انعكاسات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على نمط العلاقات الاجتماعية**، مرجع سبق ذكره، ص138.

السريع للمستخدمين، وبدأ الموقع يتعثر وأحبط مستخدموه، كما أن هجوم المستخدمين الجدد الذي التحقوا بالموقع بعد التغطية الإخبارية أخل بالتوازن الثقافي وانهارت السياقات الاجتماعية داخله[1].

في بداية عام 2003 ظهر موقع التواصل الاجتماعي الشهير Myspace.com الأمريكي وهو من أوائل المواقع المفتوحة وأكثرها شهرة على مستوى العالم، وأهم ما يقدمه هذا الموقع هو تفاصيل الملفات الشخصية، مما يسمح للمستخدمين بإنشاء خلفيات، كما يتضمن عرض الشرائح ومشغلات الصوت والصورة فضلا عن خدمة التدوين[2]. وفي ماي 2003 انطلق رسميا موقع Linkedin.com وهو شبكة اجتماعية خاصة بمجال الأعمال والشركات التجارية ويضم محترفين من مجالات متنوعة، يتشاركون في مجموعات اهتمام، وهي شبكة اجتماعية مخصصة للأعمال التجارية، تستخدم أساسا لإقامة الشبكات المهنية، يرتبط بالشبكة حوالي 90 مليون مستخدم مسجل، ويمتد الموقع لأكثر من 200 دولة، ويتوفر الموقع باللغات الفرنسية والإنجليزية والبرتغالية والإيطالية والإسبانية. [3]

وفي عام 2003 أنشأ الزوجان Caterina Fake وStewart Butterfield موقع Flickr.com وهو موقع لمشاركة الصور وحفظها وتنظيمها، كما أنه موقع لهواة التصوير على الانترنت، ويتيح هذا الموقع لمستخدميه خدمة التشارك في الصور، كما يتيح خدمة التعامل للزائرين عن طريق تخصيص مساحة للتعليق، ويتم حفظ الصور للزائرين بحيث يستطيع أي متصفح للموقع مشاهدتها، ويمكن لمن يقوم بتحميل الصور أن يجعلها خاصة.[4] قامت شركةYahoo بشرائه عام 2004، وقد قدم الموقع العديد من الخدمات منها منح المستخدمين

[1] سعيدة خيرة بن عمار، **تمثلات واستخدامات الصحفيين الجزائريين لمواقع الشبكات الاجتماعية**، مرجع سبق ذكره، ص 102.

[2] محمود هتيمي، **العلاقات العامة وشبكات التواصل الاجتماعي**، مرجع سبق ذكره، ص80

[3] رييه ركون مصطفى، عبد الرحمان كريم درويش، **التسويق السياسي عبر مواقع التواصل الاجتماعي**، مرجع سبق ذكره، ص 22.

[4] علي خليل شقرة، **الإعلام الجديد شبكات التواصل الاجتماعي**، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، الطبعة الأولى 2014، ص75

مكانا يسمح لهم فيه بحفظ وتخزين وعرض أعمالهم الفنية سواء كانت صورا أو رسومات أو لوحات ثم يتمكن الناس من مشاهدتها وإبداء الإعجاب بها، كما يفيد الموقع من إمكانية بيع مختلف الأعمال الفنية والفوتوغرافية للغير وإيجاد دخل مالي منها[1]

وفي فيفري 2004 تم إنشاء موقع الفيسبوك من طرف الطالب الجامعي مارك زوكربيرغ، الطالب في جامعة هارفارد الأمريكية، حيث كان الهدف الأساسي منه هو إقامة شبكات تضم طلبة الجامعة في موقع واحد، وفي بدايته اقتصر الموقع على طلبة الجامعة فقط لكنه سرعان ما تحول ليشمل الكثير من الفئات العمرية. ويعتبر الفيسبوك أحد أهم التجمعات الافتراضية أو التخيلية التي نشأت على الانترنت، والذي يجمع الملايين من المشتركين من مختلف بلاد العالم، والفيسبوك يعد عالما تخيليا بحق، فهو يحتوي على الدردشة، إضافة إلى العديد من التطبيقات التي تتيح للفرد أن يعبر عن نفسه بشتى الطرق وأن يتعرف على حياة الآخرين والبيانات الشخصية المتعلقة بهم، كذلك يمكن له أن يضع صوره وصور عائلته، كما يتيح الفيسبوك الفرصة للاشتراك في العديد من المجموعات التي يجتمع أفرادها على فكرة ما أو هدف ما.[2]

ويرى مخترع الفيسبوك مارك زوكربيرج أن فيسبوك هو حركة اجتماعية Social Movement وليس مجرد أداة أو وسيلة للتواصل، وأنه سوف يزيح البريد الالكتروني ويحل محله، وسوف يسيطر على كل نواحي النشاط البشري على الشبكة العنكبوتية. وبالتالي فإن يوصف بكونه "دليل سكان العالم" وأنه موقع يتيح للأفراد العاديين أن يصنعوا من أنفسهم كيان عام من خلال الإدلاء والمشاركة بما يريدون من معلومات حول أنفسهم واهتماماتهم

[1] نوال بركات، **انعكاسات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على نمط العلاقات الاجتماعية**، مرجع سبق ذكره، ص 140.

[2] محمد السيد حلاوة، رجاء على عبد العاطي العشماوي، **العلاقات الاجتماعية بين دردشة الانترنت والفيسبوك**، مرجع سبق ذكره، ص 113

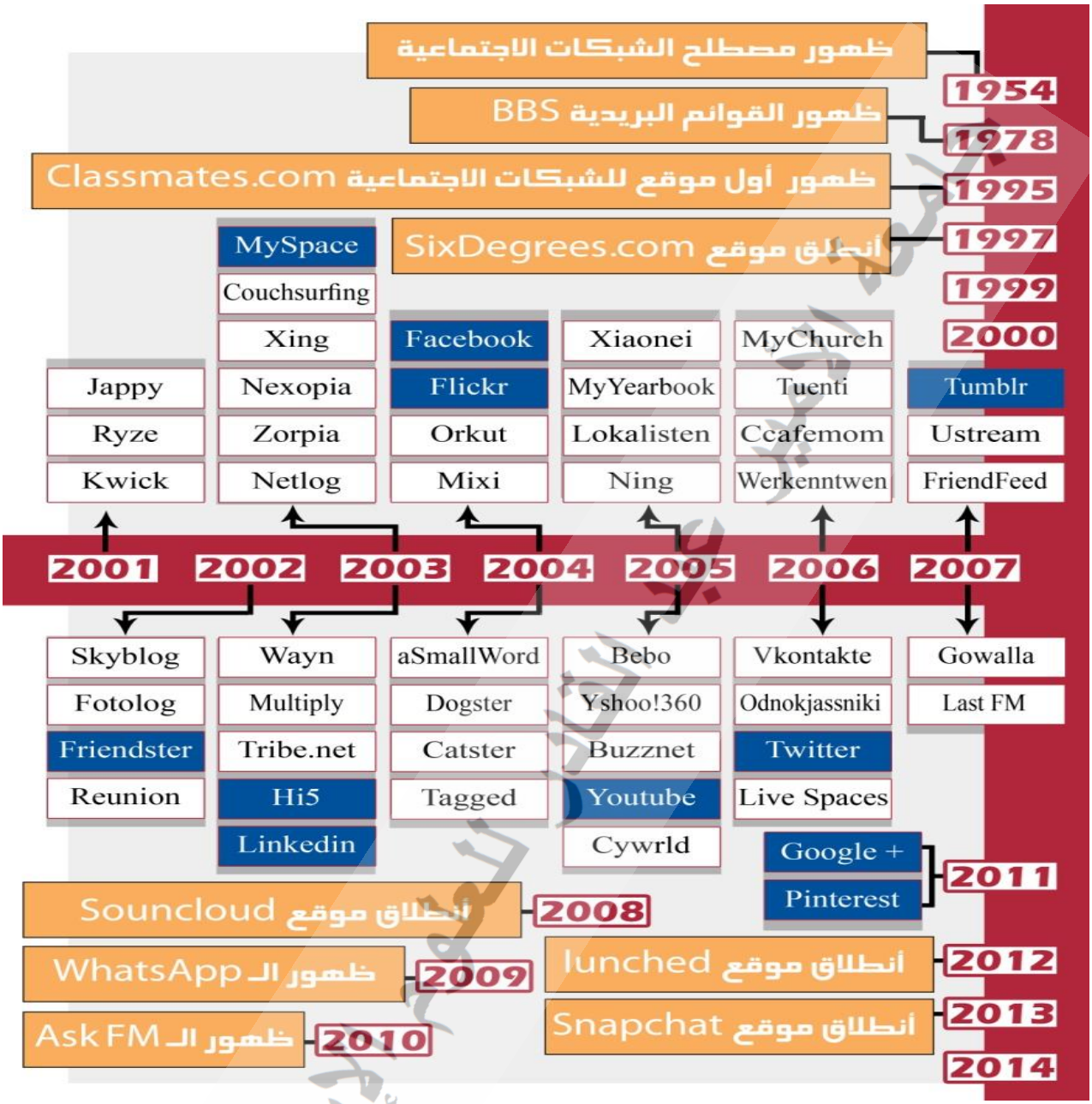
ومشاعرهم وصورهم الشخصية ولقطات الفيديو الخاصة بهم، ولذلك فإن الهدف من هذا الاختراع هو جعل العالم مكاناً أكثر انفتاحاً [1].

وفي عام 2005 تأسس موقع اليوتيوب You tube في مدينة Menlo Park في ولاية كاليفورنيا بالولايات المتحدة الأمريكية، وكان الإصدار التجريبي له عام 2005، ويتيح الموقع مشاهدة وتحميل مقاطع الفيديو، كما يمكّن الموقع المستخدم من إنشاء فيديو خاص به عبر هاتفه النقال أو كاميرته الخاصة ورفع المقاطع لهذا الموقع مباشرة. وفي 21 مارس 2006 انطلقت خدمة التدوين المصغر من خلال تويتر وكانت أول تغريدة تدخل عالم تويتر هي تغريدة جاك دورسي (المؤسس المشارك للموقع) عند الساعة الثالثة وخمسين دقيقة بعد الظهر وهي: Just setting up my twitter

أما عربيا فهناك بعض الشبكات الاجتماعية العربية التي ظهرت مؤخرا لكنها لا ترقى لمنافسة الخدمات التي تقدمها الشبكات الاجتماعية الكبرى، مثل ياهو مكتوب وهو من أكبر المواقع العربية التي طورت في نظامها شبكة اجتماعية تجمع مستخدمي الموقع، وتقدم لهم العديد من الخدمات مثل البحث عن أصحاب وتكوين صداقات ورفع ملفات الفيديو والصور ومشاركتها مع الأصدقاء، وإنشاء المجموعات وما نحو ذلك وموقع عربيز arabiz وهي شبكة اجتماعية تم إنشاؤها عام 2009 وكانت مخصصة للعرب في ألمانيا فقط لكنها انتشرت وبسرعة بين الدول العربية[2]. وفيما يلي مخططان يوضحان بالتفصيل التطور التاريخي لشبكات التواصل الاجتماعي، مخطط باللغة العربية من موقع الكتروني، والثاني باللغة الإنجليزية من الدراسة المرجع في شبكات التواصل الاجتماعي، دراسة نيكول إليزونElison ودانا بويدBoyd.

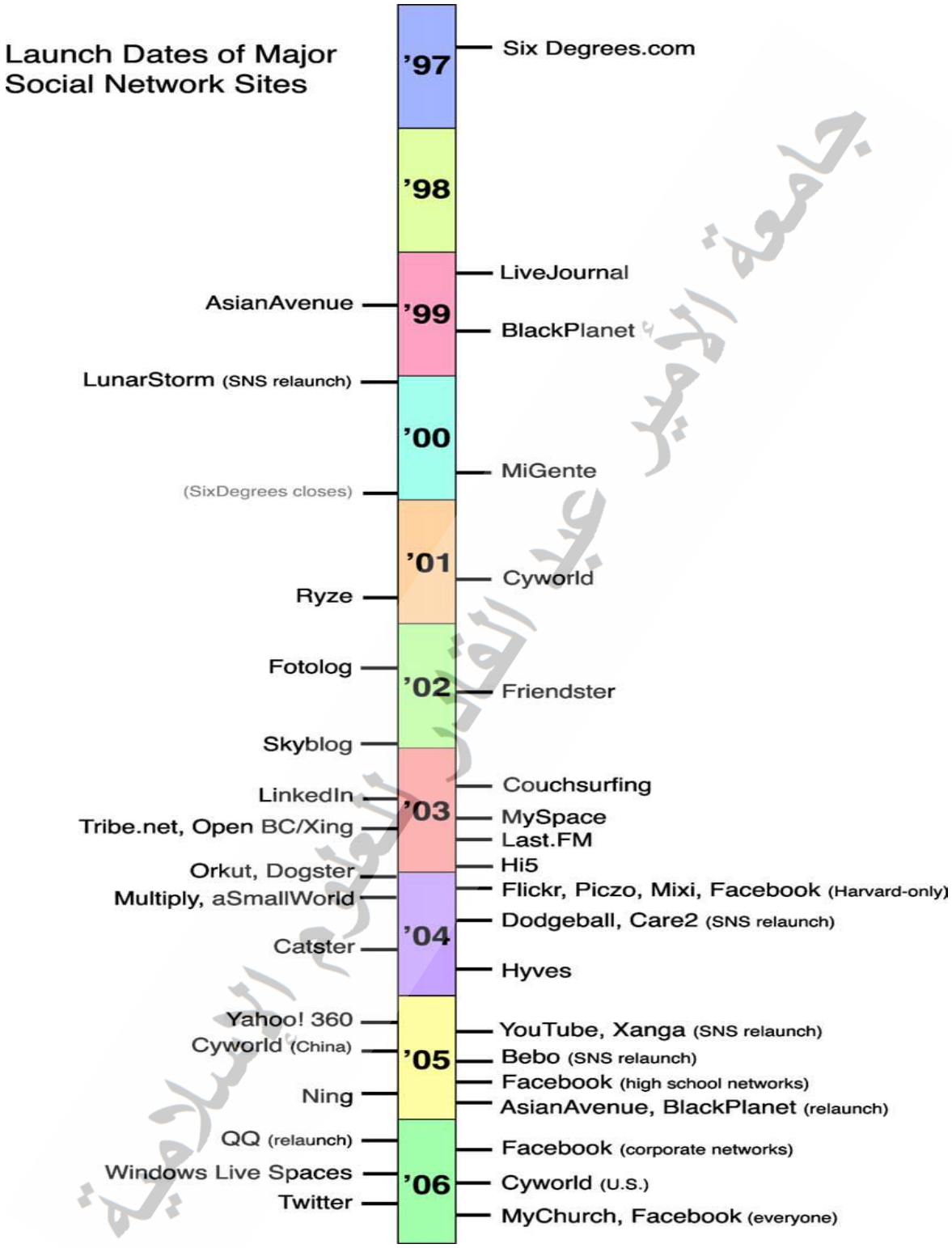
[1] صادق، عباس، **الإعلام الجديد: المفاهيم والوسائل والتطبيقات**، دار الشروق للنشر والتوزيع، عمان،2008، ص 15.

[2] محمود هتيمي، **العلاقات العامة وشبكات التواصل الاجتماعي**، مرجع سبق ذكره، ص82



شكل رقم 01 يوضح التطور التاريخي لمواقع التواصل الاجتماعي[1]

[1]http://drgawdat.edutech-portal.net/wp-content/uploads/2015/03/socialnetworks_timeline.png تاريخ الولوج 17 جانفي 2017.



شكل رقم 02يوضح التطور التاريخي لمواقع التواصل الاجتماعي[1]

[1] danah m. boyd nicole b. ellison ,**Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship** op cit, p211.

3- خصائص ومقومات شبكات التواصل الاجتماعي:

في الأصل تتألف الشبكات من ثلاثة عناصر رئيسية: العقد والروابط والتدفقات، والعقدة هي نقطة محددة موصولة بنقطة أخرى على الأقل، مع أنها، كثيرا ما تكون نقطة ربط بين نقطتين أخريين أو أكثر. أما الرابط فيصل عقدة بأخرى، والدفق هو ما يمر بين العقد ومن خلالها على طول الروابط. ومثال ذلك أن نعد مجموعة أصدقاء شبكة، يمثل فيها كل صديق عقدة موصولة بصديق آخر على الأقل، لكنها موصولة عادة بآخرين كثر هم كذلك مترابطون على نحو مستقل أو عبر طرف آخر، وسواء كان مباشرا أو عبر تقانة ما هو الرابط الذي يصل بينهم، وما يمر بينهم من ثرثرة وصداقة حميمة وتأييد وحب وعون هو الدفق [1]

هذا هو أساس الشبكة، والركيزة الأساسية التي ينبني عليها الاتصال عبر الشبكات: اللامركزية والتفاعل عبر عدد لا محدود من الأشخاص في شكل عقد، فالشبكات الاجتماعية من هذا المنطلق تكسر مركزية الاتصال وتعني فيما تعنيه سقوط سلطة التراتبية في الإعلام، والمسار الخطي الذي طبع الوسائل التقليدية التي حصرت الإعلام في التلقي دون التفاعل، وقصرته على مؤسسات وهياكل لها سلطة الإعلام ونفوذ المعلومة.

فالإعلام الجديد ومن خلاله الشبكات الاجتماعية لم تكسر فحسب وصاية الإعلام التقليدي، إنما أعادت هيكلة مفهوم الاتصال بتقريبه من معناه الاجتماعي أكثر منه من معناه المؤسساتي، حيث لم تعرف البشرية قبل الانترنت وسيلة إعلامية قادرة أن تعفيها من كل اتصال مباشر كما حدث مع تقنية الانترنت، التي لم تنوع أساليب الاتصال فحسب، بل وعززت النزعة الإنسانية، في عالم مجتمع المعلومة الذي صارت فيه الانترنت كنيسة

[1] دارن باربي، **المجتمع الشبكي**، مرجع سبق ذكره،ص 31.

حقيقية لأولئك الذين يقدسون المعلومة، حيث الشبكات والحواسيب وكل آلات الاتصال أماكن خاصة، بل وحصرية أين تمارس عبادة جديدة هي عبادة الانترنت.[1]

فالشبكات الاجتماعية تقوم أساسا على المشاركة والتفاعل، ويمثل المستخدم محور العملية التفاعلية، فالنصوص والصور والفيديو والرسوم تتسم بانفتاح البنية، فهي مرتبطة بوصلات تكميلية تعتمد على إسهامات المستخدمين، فالشبكات الاجتماعية منظومة اتصالية يزداد تطورها بشكل مستمر، ويظهر في الشبكات الاجتماعية النشر والتدوين والقراءة والمشاهدة والاستماع والبحث والكتابة والدردشة، وتتيح التواصل وبناء العلاقات والتعبير عن الآراء والأفكار.

وترى كل من دانا بويد danah m. boyd ونيكول اليزون nicole b. Ellison أن الشبكات الاجتماعية هي خدمات تتيحها شبكة الانترنت وتسمح للمستخدمين بما يلي:[2]

- بناء ملف شخصي عام أو شبه عام ضمن إطار محدد.
- إظهار قائمة المستخدمين الآخرين الذين يتشاركون الاتصال.
- عرض قائمة الاتصال والمتصلين، وما قام به المتصلون ضمن هذا النظام

[1] Philippe Breton**, le culte de l'internet une menace pour le lien social**, casbah édition, Alger, 2004, p9

[2] danah m. boyd nicole b. ellison ,**Social Network Sites: Definition, History,and Scholarship,**op cit, p211.

ومن خلال ما سبق يمكن تحديد أهم خصائص الشبكات الاجتماعية في النقاط الأتي ذكرها:

- **المشاركة والتفاعل:** تعتبر أهم وأبرز خاصية من خصائص الشبكات الاجتماعية، فالانترنت ومن خلال هذه التطبيقات المستحدثة تجاوزت النظام التقليدي للاتصال المبني على الإرسال دون تفاعل، لتتجاوز بذلك النمط المؤسساتي وتعيد هيكلة مفهوم الاتصال بتقريبه أكثر من معناه الاجتماعي، فقد سعت الانترنت ومنذ ظهورها إلى تجسيد التفاعلية بين مستخدميها بصورة مجانية وغاية في السلاسة لضمان الاستمرارية والتطور، فالمستخدم، كما أنه مستقبل وقارئ فهو مرسل وكاتب ومشارك في المضامين الإعلامية.

فقد ساعدت الشبكات الاجتماعية على الانتقال من كون المستخدمين مستهلكين سلبيين للمعلومات (عن طريق الاستعلام أو التصفح) لتصبح المشاركة نشطة في إنشاء البيانات والمعارف الفنية، إذ يمكن للمستخدمين التفاعل مع بعضهم البعض في نظام المعلومات الاجتماعية، فبعض المستخدمين ينتجون المحتوى الاتصالي والبعض الآخر يشارك بفعالية في إنشاء ودعم المحتوى الاتصالي بالمستندات أو وضع العلامات[1]

وهناك من يرى أن مواقع التواصل الاجتماعي قد تخطت مرحلة التفاعلية إلى ما بعد التفاعلية أين يمكن لجميع مستخدمي الانترنت أن يكونوا مرسلين للمحتوى ومستقبلين له في آن واحد، حيث أصبحت الانترنت عموما بمثابة منصة أو platform تضمن تدفق المحتوى في الاتجاهين، وعن طريق مواقع التواصل الاجتماعي يمكن للأفراد أن يرسلوا نصوصا وصورا وفيديوهات وموسيقى ويمكنهم أيضا أن يدعوا الآخرين للتفاعل معها.[2]

[1] مؤيد نصيف جاسم السعدي،**فلسفة التواصل في موقع الفيسبوك**، مرجع سبق ذكره، ص146.

[2] نوال بركات، **انعكاسات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على نمط العلاقات الاجتماعية**، مرجع سبق ذكره، ص 150.

- **التواصل**: إن التواصل حاجة إنسانية أولية وليست مضافا عرضيا يمكن الاستغناء عنه، إنه ليس اختيارا بل إكراه اجتماعي، يتعلم الفرد من خلاله كيف يتأقلم مع قوانين المجتمع ومقتضياته، فكما لا يمكن الحديث عن الإنسانية إلا من خلال وجود مجتمع، فإن الحديث عن المجتمع لا يمكن أن يتم دون الحديث عن نشاط تواصلي يمكّن الأفراد والجماعات من إشباع حاجات لا يمكن أن تُشبَع اعتمادا على مجهودات الفرد وحده.[1]

وتمنح الشبكات الاجتماعية بصفتها فضاءات افتراضية، تمنح المستخدمين إمكانية التواصل وتدفع بهم لتبادل الحوار والإطلاع على المضامين الجديدة مع أفراد آخرين يتقاسمون الاهتمامات نفسها، سواء كانوا معروفين أو غير معروفين، فالشبكات الاجتماعية أضحت بمثابة مرفق اجتماعي يساعد الناس على الاتصال بفاعلية أكبر مع تمكينهم من عدم الكشف عن هوياتهم إذا رغبوا في ذلك، إنهم يجدون فيها وسيلة مثالية لإشباع حاجاتهم للمعلومات لما فيها من محتويات تجذبهم للإطلاع عليها.[2]

- **الصفحات الشخصية profiles**: أول ما يقوم به المستخدم عند دخوله للشبكة هو التسجيل وفتح صفحة خاصة به من خلال استمارة معلومات عن نفسه: اسمه وتاريخ ميلاده وحالته الاجتماعية ومدرسته وغيرها من البيانات التي يطلبها الموقع، وهو بهذا ينشئ صفحة خاصة به تسمى بروفايلا يقوم من خلالها بالتواصل مع الآخرين والتعريف بنفسه. ويعد الملف الشخصي بوابة الدخول للعالم الخاص بالمستخدم، فمن خلال صفحته الرئيسية يمكن معرفة كافة بياناته، ومعرفة نشاطاته وأصدقائه وصوره وجديده اليومي.

[1] فوضيل عدنان، **خطابات الفيسبوك وخطاب المثقف: مقاربة سيميائية ثقافية**، مذكرة لنيل درجة الماجستير في النقد الثقافي، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2014-2015، ص46.

[2] الصادق رابح، **قراءة في الرهانات الثقافية والاجتماعية للتكنولوجيات الشبكية الحديثة**، مجلة الاتصال والتنمية، بيروت العدد الأول 2010، ص10.

وبإنشاء بروفايل يستطيع أي مستخدم أن ينشر مذكرات notes، صور، روابط، وفيديوهات ليشاركها مع أصدقائه، إضافة إلى المحادثة الآنية، كل هذه العناصر تتوالف لتسمح للمستخدم ببناء هوية يتواصل بها مع الآخرين المتواجدين على الخط. وربما من أهم الأجزاء السالفة الذكر لانكشاف الذات والتعبير عن الشخصية نجد صورة البروفايل والتي تكاد تكون المعيار الأهم الذي يختاره المستخدم للتعبير عن نفسه عبر الشبكة.

وجدير بالذكر أنه مع ظهور شبكات اجتماعية تعتمد على الصور والبروفايلات مثل My space وFacebook، أضحى التعبير عن الذات لا يقتصر على التصوير الكتابي (النصوص الكتابية) بل صارت صورة البروفايل مكونا مركزيا للتعبير عن الذات على الانترنت ومكونا حاسما في نجاح العلاقات،وإدراك مدى اجتماعية الأشخاص تتحدد بتحليل الصور والجدران، فبروفايل الفيسبوك إذن ناتج ليس فقط عن المعلومات المتولدة عن الذات، بل ناتج عن توليفة بينها وبين الاستدلالات المكونة من المصادر غير المباشرة للاتصال على الخط.[1]

- **المجموعات groups**: من أجل تحقيق خاصية التفاعلية تتيح كثير من مواقع التواصل الاجتماعي خاصية إنشاء مجموعات ذات اهتمام مشترك، حيث يمكن لأي مستخدم أن ينشئ مجموعة بمسمى معين وأهداف معينة، ويوفر الموقع الاجتماعي لمالك المجموعة أو المسؤول عنها أو المسير لها والمنضمين إليها مساحة أشبه ما تكون بمنتدى حوار مصغر، وألبوم صور مصغر كما تتيح خاصية تنسيق الاجتماعات عن طريق ما يعرف بإنشاء المناسبات events أو الأحداث ودعوة أعضاء تلك المجموعة لها.[2]

[1] Noelle J. Hum, Perrin E. Chamberlin , et al, **A picture is worth a thousand words: A content analysis of Facebook profile photographs**, op cit, p1830.

[2] نوال بركات، **أثر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على العلاقات الاجتماعية**، مرجع سبق ذكره، ص149.

- **المضامين الشخصية– الجمعية:** لا شك ن ظهور الويب كفضاء للفكر الجماعي أتاح مرونة لا مثيل لها في تبادل المعلومات وإنتاج المعرفة، فقد رافقته قراءة جديدة للزمان والمكان تحول بمقتضاها العالم إلى نظام مفتوح تنشطه المعلومة في كل حالاته وأطواره، وإذا أخذنا في الاعتبار امتلاكه للرمز وللذاكرة كما يقول ريجيس دوبري في حديثه عن التخزين الالكتروني وطواعيته في أداء وظائف اجتماعية واقتصادية ومعرفية ندرك حقيقة وصفه بالعصب المركزي لمجتمع المعلومات[1]

ينتج هذا المضمون الأشخاص المغمورين أو الجماعات الافتراضية، ويستعمل الأشخاص والجماعات الشبكة للتواصل ولبناء علاقات اجتماعية جديدة أو للتعبير عن آرائهم، ولهذا المضمون الشخصي– الجمعي أشكال عديدة: الصفحات الشخصية، وفضاءات الدردشة ومنتديات الحوار[2]، وهذه المنظومة الفردية–الجمعية عبارة عن أفراد ينتجون مضامين متنوعة خاصة وعامة، حميمية وذاتية، سياسية وفكرية، أدبية وثقافية وتمتاز هذه المنظومة بقواعد متعارف عليها من قبل المستخدمين وتكون مرهونة بتلك القواعد.

وبنظرة أعمق إلى مسألة الفرد والجماعة الافتراضية يبين علي رحومة أن الفرد–الجماعة هو العنصر الذي يبلور التفاعل الافتراضي الالكتروني، فالفرد ينقل خبرته المعنوية التجريدية والتصويرية والمعرفية من مرحلة الافتراضية المطلقة في عقله الخاص إلى مرحلة الافتراضية المقيدة في عقل الشبكة، كما أن الفرد في البيئة الافتراضية يتمثل كيفما يشاء وكيفما وفرت له التكنولوجيا من إمكانيات التمثل[3]، كما أنه يتفاعل مع جماعات افتراضية ويتشاركون في صناعة المحتوى الافتراضي الالكتروني.

[1] عبد الله الزين الحيدري، **الإعلام الجديد النظام والفوضى**، مرجع سبق ذكره، ص 129

[2] الصادق الحمامي، **الإعلام الجديد مقاربة تواصلية**، مجلة الإذاعات العربية، لاتحاد إذاعات الدول العربية، العدد4، 2006، ص 5.

[3] مؤيد نصيف جاسكم السعدي،**فلسفة التواصل في موقع الفيسبوك**، مرجع سبق ذكره، ص168

- **ورشات هوية:** يستمد الويب والتكنولوجيا الشبكية عموما قوته ونجاحه في قدرته على منح الأفراد أدوات عصرية لبناء هوياتهم وتأكيد تمايزهم، إن هذا النهم الذي يقبل به الفرد المعاصر على الفضاء الرقمي الشبكي يجد مصدره في البحث عن إشباع رغبته في تأكيد تمايزه وفردانيته، ويتجلى ذلك في البريد الالكتروني وغرف الحوار والدردشة والشبكات الاجتماعية وحتى مواقع اللقاء بين الجنسين، حيث تمنح هذه الفضاءات الافتراضية المستخدمين إمكانية التواصل وتدفع بهم لتبادل الحوارات والإطلاع على المضامين الجديدة مع أفراد آخرين يتقاسمون الاهتمامات نفسها، سواء أكانوا معروفين أم غير معروفين، مع تمكينهم من عدم الكشف عن هوياتهم إذا رغبوا في ذلك، فسياقات الاتصال عبر الحاسوب ليست كغيرها من أنواع الاتصال، فهي تمنح مستخدميها قابلية التحكم في هوياتهم وتغييرها وبلورتها وفق ما اتفق ووفق ما شاء المستخدم وفي هذا السياق يعتبر مانويل كاستلز أن الممارسات الاجتماعية للإعلام الجديد هي نوع من الهروب من أنساق الوجود الاجتماعي الواقعي، والتمثل الانتقائي لمجموعة من القيم التي يمكن أن يوفرها نسق ما، للعيش في زمن حاضرٍ أبدي، المجتمع الشبكي الذي تسوده مجموعة من العلاقات الاجتماعية، التي يعتبرها كاستلز خاضعة لشبكات الإنتاج والقوة والتجربة المكونة لثقافة افتراضية تتجاوز حدود الزمان والمكان.

- **بناء علاقات وتكوين صداقات:** إن المتأمل في البعد الاجتماعي للشبكات الاجتماعية، وللفيسبوك بالخصوص، يرسم خطا عريضا للرغبة الابستمولوجية (المعرفية) في البحث عن تكوين صداقات، ففي ممارسات الاتصال الافتراضي عبر شبكات التواصل الاجتماعي لا يهم من هو الصديق؟ بقدر ما يهم كيف أجد صديقا، فإذا كان الفيسبوك قد وفر للمستخدم إمكانية إقامة علاقات افتراضية في مجتمع افتراضي فإنه أدى إلى بعد اجتماعي أثر في مستخدميه، ويتجلى ذلك في الإدمان على تكوين صداقات افتراضية كبديل عن الصداقات الفعلية في الحياة الواقعية، إذ تسمح الشبكات الاجتماعية ومنها الفيسبوك لمستخدميها بالشعور بسهولة بناء علاقات

شخصية وبسهولة التعبير عن الذات، وبالثقة لإفضاء الأسرار، وبالشعور بالقرب من الآخرين، وبالراحة عند التواصل، وبسهولة التعبير عن المشاعر والأحاسيس، وبسهولة التواصل مع الآخرين، وبالتقبل عند الآخرين، وبتشكيل الذات وبالشعور بالمودة والألفة مع المستخدمين الآخرين.[1]

- **هامش الحرية**: لأول مرة في تاريخ الثقافات يتمكن الإنسان المفرد من الامتلاك التام والمطلق لحريته في التعبير، ويقف وجها لوجه مع شاشة زرقاء يحرك فيها أصابعه دون قيد أو شرط ولا رقيب، حتى الرقيب الذاتي تراجع وتعطل مفعوله، وما أن يخاف الفرد من اسمه الصريح وصورته الصريحة حتى يغيرهما باسم وهمي وصورة أو رسمة متخيلة وغيرها، لقد جاءت تويتر وغيرها من الشبكات الاجتماعية لتمنح المستخدم فضاء حرا وحركة مستقلة حتى تحققت الفردانية بأدق تجلياتها، وكم ظل الإنسان يتوق لفردانيته المطلقة وحريته المطلقة، وكان يحلم بها شعرا وخيالا سرديا ويبحثها فلسفيا ولم يدركها الأفراد بصفتهم الفردية على مدى التاريخ كله، حتى جاءت الشاشة الزرقاء ومنحته من فضاءاتها ما يشاء من تحرك حر.[2]

فالاتصال فبمفهومه الحديث بات يمثل إدارة أساسية من إدارات الانخراط الفاعل في حضارة العصر الجديد، وكسب رهان الاتصال قد أصبح من جوهر النجاح في التعامل الواعي مع الحداثة، مع ما تطمح له الحداثة في عصرنا من تجسيم لحرية الفرد، ولذلك يجب الانتباه إلى أن الطفرة الاتصالية التي تميز عالمنا اليوم ليست وليدة مستحدثات تكنولوجية فحسب، بل هي أيضا وليدة توجه فكري قائم بالأساس على الموازنة بين مشروعية طموح الإنسان إلى توسع حيز ممارسته لحريته الفردية، وبين حاجته على التفاعل مع الآخرين في كنف مجتمع يحقق الاجتماع في منافع للفرد دون أن يحد من فسحة ممارسته لحريته الفردية، وهذا ما يشير إليه دومينيك فولتون عندما

[1] مؤيد نصيف جاسم السعدي، **فلسفة التواصل في موقع الفيسبوك** ،مرجع سبق ذكره، ص170.

[2] عبد الله الغذامي، **ثقافة تويتر: حرية التعبير أو مسؤولية التعبير**، المركز الثقافي العربي، الدار البيضاء، المغرب، الطبعة الأولى 2016، ص6.

يسهب في تحليل النظرية الاتصالية الحديثة القائمة في الحضارة الغربية على جملة من القيم أبرزها تحقيق حرية الفرد وتمكينه من ربط العلاقات التي يرومها مع غيره [1]

- **سهولة الاستخدام:** من بين الأمور التي ساعدت في الانتشار الواسع والرواج الكبير للشبكات الاجتماعية هو بساطتها وسهولة استخدامها وعدم حاجة المستخدم لمهارات كبيرة في التعامل والتواصل عبرها، فأي شخص يمتلك المهارات الأساسية للإعلام الآلي والحاسوب يمكنه إنشاء حساب في شبكة الكترونية وتسييره والتواصل عبره.

- **الدردشة المحادثة:** يقصد بالمحادثة الالكترونية عملية التحاور على الانترنيت وتبادل الأحاديث بشكل تفاعلي، وفي ظرف آني تزامني، يطلق على هذه العملية باللغة الانجليزية chatting ، وباللغة الفرنسية Le chat ويطلق عليها أيضا باللغة الفرنسية cyberbavardage، وتكون هذه المحادثة أو الدردشة بين المستخدمين نصيا باستخدام لوحة المفاتيح، أو صوتيا ومرئيا باستخدام ميكروفون وكاميرا ملحقة بجهاز الكمبيوتر[2]

يقوم نظام التراسل الآني الذي توفره الشبكات الاجتماعية بتنبيه المستخدم عن وجود أية هوية مدرجة في قائمة عنوان بريده الشخصي لكي يمنحه فرصة للتخاطب والدردشة الإلكترونية مع الآخر. والحوار، وهو نوع من تطبيقات الاتصال الذي يتم في الوقت الجاري والحقيقي والتي تستفيد من ميزة التزامنية في الانترنت synchronization بما يمكن المستخدمين من التواصل على الخط on line، حيث أفادت بعض الشبكات من

[1] مؤيد نصيف جاسم السعدي، **فلسفة التواصل في موقع الفيسبوك**، مرجع سبق ذكره، ص135.

[2] اليامين بودهان، **تشكل الهويات الافتراضية ضمن بيئة مواقع المحادثة الالكترونية**، ورقة مقدمة لأشغال الملتقى الدولي حول نظرية الحتمية القيمية مستغانم 2012.

خاصية الحوار والدردشة لإشراك المستخدمين بالحوار التبادلي الذي يساعد على تعزيز المشاركة الفاعلة للمستخدمين والتواصل مع الأصدقاء بشكل فوري. [1]

وقد أثبتت كثير من الدراسات التي عالجت ظاهرة استخدامات الشباب للانترنيت أن دخول مواقع الدردشة يعد من الأنشطة الاتصالية الأكثر استخداما من طرف فئة الشباب، فحسب دراسة فرنسية أجراها مركز(Universal McCann Connections) أكدت أن أكثرية الشباب من 12-20 سنة يستخدمون الدردشة بقوة مقارنة مع الخدمات الاتصالية الأخرى ، إلى جانب الخدمات الأخرى ، كالبريد الالكتروني ، مواقع الويب ... الخ[2]

باعتبار الشبكات الاجتماعية نمط تواصلي حديث غيّر بشكل جذري مفهوم التواصل الاجتماعي وعلاقة المستخدم بالآخرين، واستحدث ممارسات اتصالية جديدة ومتنوعة، كما غيّر بشكل غير مسبوق آليات الممارسة الإعلامية والعمل الصحفي، من خلال الخصائص التي سلف ذكرها للشبكات الاجتماعية، فإنها كما أثرت بشكل إيجابي، من خلال الخصائص السالفة الذكر، فإنها لا تخلو من السلبيات من منطلق أن الوسيلة في حد ذاتها ليست خيرا مطلقا ولا شرا مطلقا إنما إيجابياتها وسلبياتها ترتبط باستخدامنا لها، من هنا نذكر بعض سلبيات الشبكات الاجتماعية:

- **الخصوصية:** هناك دواعي عديدة للقلق فيما يتعلق بخصوصية الأفراد المستخدمين للشبكات الاجتماعية، إذ يقوم العديد من المشتركين بالبوح بالكثير من المعلومات الشخصية، لهامش الحرية الذي تتيحه الشبكات، وهذا ما قد يتعرض للسرقة من قبل جهات معينة، هذا من جهة، من جهة أخرى تتعرض الكثير من

[1] مؤيد نصيف جاسم السعدي، **فلسفة التواصل في موقع الفيسبوك**، مرجع سبق ذكره، ص142.

[2] اليامين بودهان، **تشكل الهويات الافتراضية ضمن بيئة مواقع المحادثة الالكترونية**، مرجع سبق ذكره، ص12.

الحسابات على الشبكات تتعرض لهجمات فيروسية تعرض الكثير من المحتويات للخطر. ويمكن أن نلخص أهم أشكال انتهاك الخصوصية على الشبكات في النقاط الآتي ذكرها:

- انتحال هويات الآخرين. - القرصنة والسطو على البيانات الشخصية. - اختراق الحسابات الإلكترونية للآخرين. — التحرش والمضايقة عبر غرف الدردشة.

- **إضاعة الوقت**: تمارس الشبكات الاجتماعية إغراء رهيبا على المستخدم وتجعله يتجول بين الصفحات والروابط بانبهار شديد ينسيه الساعات الطوال التي يقضيها أمام الحاسوب، حيث تشير بعض الدراسات أن الشباب يقضي أكثر من 6 ساعات يوميا في تصفح صفحاتهم على مواقع التواصل الاجتماعي، وهو ما يطرح إشكالات على مستوى قيمية وفائدة هذا الاستغراق في عالم الشبكات الاجتماعية.

- **العزلة الاجتماعية عن العالم الواقعي**: لطالما اعتبرت الشبكات الاجتماعية ناتجا طبيعيا لحاجة الأفراد والجماعات لوجود علاقات إنسانية بينهم، بما يفتح المجال للحوار والتفاعل، كما اعتبرت الشبكات سبيلا لسد فراغ اجتماعي صاحب استخدام الإنسان للحاسب الآلي في جميع أنشطته، وتأثير استخدام هذا الحاسب على الحياة الاجتماعية، من هنا لجأ الكثيرون لشبكات التواصل الاجتماعي لإشباع حاجاتهم التواصلية والتفاعلية مع الآخرين، ونتج عن ذلك حضور في العالم الافتراضي وغياب شبه تام عن العالم الواقعي، فإذا كان من أهداف شبكات التواصل الاجتماعي تقريب البشر وتخليصهم من عزلتهم، فإنها قد انتهت بإغراق البشر في عزلة جديدة عن عالمهم الحقيقي، وهذا ما تحيل إليه دراسة تشيري توركل بعنوان: نحن معا لكننا وحيدان، لماذا أصبحنا ننتظر من التكنولوجيا أكثر مما ينتظر بعضنا من بعض[1]

[1] Sherry Turckle, **alone together why we expect more from technology and less from each other**, Basic Books New York,2011,p 35.

4- **أنواع الشبكات الاجتماعية وبعض النماذج:** تعددت وتنوعت الشبكات الاجتماعية بتنوع الخدمات التي تتيحها والأسس التقنية التي تتأسس عليها، من شبكات اجتماعية للصداقات إلى شبكات اجتماعية مهنية للعمل إلى شبكات اجتماعية خاصة وأخرى عامة....وكما تطرقنا إليه سابقا توالى ظهور الشبكات الاجتماعية من 1995 وتعددت أشكالها، وكثرت تصنيفاتها، فمن تصنيف لها على أساس الخدمة التي توفرها، إلى تصنيف لها على أساس شعبيتها ومدى انتشارها.

وفي معرض المبحث الموالي نتناول أهم الشبكات الاجتماعية وأهم الخدمات التي توفرها للمستخدم:

أ- **المدونات الإكترونية:** تعتبر المدونات شكلا جديد من أشكال النشر الالكتروني، يختلف في مزاياه وفلسفته عن بقايا أنواع النشر، فهي نوع جديد بدأ في تغيير المعادلات القائمة في العالم خاصة فيما يتعلق بإنتاج وتوزيع المعلومة، أين أصبح بإمكان المستخدم إنتاج النصوص وتوزيعها إلى القارئ دون وساطة مؤسسة إعلامية ودون المرور على مقص الرقيب، وهو ما أعطى آفاقا أوسع للعمل الإعلامي، كما منحت المدونات المستخدم فرصة لنشر آرائه ومذكراته ومشاركتها مع جمهور واسع ليتفاعل معها، حيث تأخذ المدونات شكل اليوميات التي تدون وترتب ترتيبا تصاعديا.

لغة كلمة مدونة هي الترجمة المعربة الأكثر استعمالا وقبولا كمقابل لكلمة blog التي هي في الأصل اختصار لكلمتي web log والتي تعني السجل الالكتروني أو سجل الشبكة، وكلمة تدوين مقابل blogging.

وتمثل المدونة إحدى التطبيقات الحديثة التي ظهرت على شبكة الانترنت، والتي تتيح الحصول على صورة مبسطة لصفحات الويب، تظهر عليها مقالات تسمى تدوينات يتم ترتيبها ترتيبا زمنيا تصاعديا.[1]

[1] جمال الزرن، **سلطة التدوين**، مجلة شؤون عربية، 31 يوليو 2007، العدد130، ص28.

تاريخيا فعل التدوين عرفته كل المجتمعات البشرية ولكل مجتمع أساليبه وأدواته في التدوين،فمسألة التدوين هي مسألة قائمة في ذاتنا بل هي جزء من ذاتنا، لاعتبار فعل التدوين ضربا من ضروب تحقيق الذات ولقد اطرد في العرف البشري تعريف التدوين على أنه جمعٌ لتجارب الإنسان ومواقفه وآرائه وطموحاته وأطروحاته، جمع يعكس حرص الإنسان على مشاركة الآخرين خبراتهم وأحاسيسهم وانتظاراتهم، وكذلك حرصه على ضغط الزمن وتحنيطه لاستحضاره متى وجب ذلك.[1]

أشكال التدوين الأولى ظهرت في فرنسا مع مطلع 1989 في حدود شبكة اتصالية داخلية عرفت باسم المينيتال Minitel وهي تقنية اتصالية موصولة بالمعلوماتية تتيح لمستخدميها المحليين خدمات بريدية واقتصادية وثقافية محلية، محدودة إذا تم قياسها بالخدمات التي توفرها الانترنت اليوم، ولكن التدوين على نطاق أوسع وعلى نحو يتم فيه تحميل النصوص والصور وصور الفيديو ظهر في الولايات المتحدة الأمريكية أواخر التسعينات من القرن الماضي وتطور مجاله باتساع دائرة استخدام الانترنت ونمو الشركات الناشرة للمدونات الإلكترونية مثل Blogger Sky Blogger Overblog Sixapart[2]

وثمة عدة عوامل ساعدت على انتشار التدوين والمدونات الالكترونية، منها عولمة الإعلام وتراجع الثقة بوسائل الإعلام التقليدية، وبروز أقطاب إعلامية دولية كبرى تديرها مجمعات إعلامية أخطبوطية عملاقة وتحكمها رهانات سياسية ومالية، وفي الأصل تعتبر المدونات رد فعل قد يكون في نفس الوقت عفويا وواعيا عن تقلص حضور المواطن في الشأن العام، وتأكيدا لحالة من التشكيك في مصداقية الصحافة، وهي بذلك تعكس ظرفا حرجا عن عدم الثقة بين وسائل الإعلام التقليدية والجيل الجديد من مستخدمي الانترنت والإعلام الإلكتروني، ويمكن

[1] عبد الله الزين الحيدري، **الإعلام الجديد النظام والفوضى**، مرجع سبق ذكره، ص.137

[2] المرجع نفسه،ص139.

القول أن المدونات استطاعت فعلا منافسة المعلومة الرسمية التقليدية التي تبثها مختلف الصحف والإذاعات والمحطات الفضائية بصفة رسمية.[1]

وترى الباحثة نوال بركات أن لفعل التدوين والمدونات خصائص جعلت منه، إضافة إلى كونه موقعا للتواصل الاجتماعي، ارتقت به إلى منزلة الوسيلة الأمثل للنشر الحر والعام، فهي، أي المدونات:[2]

ب- وسيلة مهمة لتجاوز حاجز التقوقع والرقابة في نشر المعلومة، وبالتالي فهي ضرب من ضروب دمقرطة وعولمة المعلومات والأفكار.

ت- أداة فعالة في التعبير عن الهموم الشخصية والعامة، ووسيلة للكشف عن المسكوت عنه.

ث- وسيلة بسيطة ومجانية فيها الكثير من الإبداع.

ب- شبكة تويتر: أو المكشوفة الكاشفة على حد تعبير عبد الله الغذامي، هي شبكة اجتماعية رائدة تأسست في مارس 2006، وهي أفضل وسيلة لاكتشاف ما هو جديد في العالم الذي نعيش فيه على شبكة المعلومات، تويتر عبارة عن شبكة معلومات في الوقت الحقيقي الذي يوفر أحدث المعلومات حول كل جديد ومثير. إذ يوفر الموقع معلومات آنية يمكن أن يساهم فيها كل مستخدم، ويسمح باكتشاف ومشاركة ماذا يحدث الآن، حيث يطرح الموقع في واجهته السؤال: ماذا يحدث الآن؟ What's now happening ويجعل الإجابة تنتشر إلى الملايين عبر العالم على الفور.

[1] نوال بركات، **انعكاسات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على نمط العلاقات الاجتماعية**، مرجع سبق ذكره، ص156.

[2] المرجع نفسه، ص157.

لغويا ترد مفردة تويتر في المعجم الإنجليزي بصفتها فعلا أو مصدرا twitter twittering وتدور معانيها حول تغريد الطيور، ومنه العصافير غرّدت sparrows twittered كما تأتي لتحيل إلى معاني الثرثرة وسرعة الحديث والهرج بالتافه والعادي[1]

ويتيح موقع تويتر نشر رسائل قصيرة تصل إلى 140 حرفا يمكن الإطلاع عليها من قبل مستخدمي الموقع، ويمكن للمستخدم أن يعلن عن متابعته لأحد المستخدمين أو الشخصيات على الموقع ويبلّغ عن تحديثات وجديد هذا المتابَع.

يقدم تويتر خدمة تدوين مصغر، وهو تدوين يسمح بعدد محدود من المداخلات بحد أقصى 140 حرفا للرسالة الواحدة، ويمكن إرسال هذه التحديثات مباشرة من تويتر أو على شكل رسائل sms مختصرة ترسل من الهاتف النقال، وتظهر هذه التحديثات على صفحة المستخدم لموقع تويتر ويمكن لأصدقاء المستخدم قراءتها من صفحتهم الرئيسية أو عن طريق الملف الشخصي للمستخدم أو عن طريق البريد الالكتروني.

ولهذا الموقع ميزات عديدة منها: [2]

- أن هذا الموقع، وبسماحه لعدد محدود من المداخلات والتي لا تتجاوز 140 حرفا، لا يسمح بالثرثرة أو الحديث المسهب، بل يدفع مستخدميه إلى الدخول في الفكرة أو الرأي أو الخبر الذي يريده مباشرة. وبالتالي فموقع تويتر يسمح بنشر الخبر أو الفكرة بسرعة وسهولة وتركيز على طريقة "خير الكلام ما قل ودل".
- السرعة في نشر الخبر على الانترنت، فبمجرد كتابة أي شيء على حسابك يصبح بإمكان ملايين المشتركين في الانترنت قراءة ما كتب والاستفادة منه.

[1] عبد الله الغذامي، **ثقافة تويتر**، مرجع سبق ذكره، ص59.

[2] علي خليل شقرة، **الإعلام الجديد شبكات التواصل الاجتماعي**، مرجع سبق ذكره، ص75.

وفي دراسته عن ثقافة تويتر بين حرية التعبير أو مسؤولية التعبير يورد عبد الله الغذامي مجازية تويتر التي تعتمد على ثلاث مؤهلات، أولها مؤهل القناع الثقافي عبر الاسم المستعار والصورة المستعارة، وثانيها عبر حرية التعبير والتفكير التي يتيحها الموقع، وثالثها هي مجازية تفاعلية حيث أن أي نقاش بين شخصين يظل مشهودا من المتابعين.[1]

ت- شبكة الفيسبوك:

تعرف الموسوعة العالمية الإلكترونية الويكيبيديا الفيسبوك على أنه شبكة اجتماعية يمكن الدخول إليها مجانا، تديره شركة فيسبوك محدودة المسؤولية كملكية خاصة لها، فالمستخدمون بإمكانهم الانضمام إليها وذلك من أجل الاتصال بالآخرين والتفاعل معهم، كذلك يمكن للمستخدمين إضافة أصدقاء إلى قائمة أصدقائهم وإرسال الرسائل إليهم وأيضا تحديث ملفاتهم الشخصية، وتعريف الأصدقاء بأنفسهم.[2]

يعد الفيسبوك واحدا من أهم مواقع التواصل الاجتماعي والذي أطلقه مارك زوكربيرغ، وكان وقتها طالبا في جامعة هارفارد الأمريكية في شهر فيفري من عام 2004، وأعطاه اسم فيسبوك facebook أي كتاب الوجوه، مستوحيا اسمه من الدلائل المطبوعة المعروفة بكتب الوجوه والتي كانت توزع على الطلاب لمساعدتهم في التعرف على أسماء زملائهم في الصف. الفكرة من موقع الفيسبوك كانت بناء إصدار الكتروني تفاعلي لكتاب الوجوه التقليدي الشخصي وتحديثها. كانت هناك فكرة أخرى من وراء موقع الفيسبوك وهي أن أعضاءه سيستعملون أسماءهم الحقيقية، وإن صحة هوياتهم مؤكدة بفضل حقيقة أن سيرتهم الذاتية كونهم طلاب مربوطة بعناوين البريد الالكتروني الصادرة عن المدرسة، خلافا لmy space وغيرها من مواقع الشبكات الاجتماعية

[1] عبد الله الغذامي، **ثقافة توتير: حرية التعبير أو مسؤولية التعبير**، مرجع سبق ذكره، ص70.

[2] الموسوعة الحرة ويكيبيديا https://ar.wikipedia.org/wiki تاريخ الولوج 12 ديسمبر 2016.

الأخرى، لم يسمح موقع الفيسبوك في البدء باستخدام أسماء مستعارة أو وهمية أو مزيفة في الموقع، مما يجعل أعضاءه خاضعين للمحاسبة على تصرفاتهم. كان الاشتراك في الفيسبوك يقتصر في البدء على طلاب جامعة هارفارد، لكن الموقع حقق شعبية كبيرة لدرجة أنه توسّع بسرعة إلى بقية الجامعات والكليات، ثم المدارس الثانوية، ثم الشركات.

لكن أكبر تحول جاء في عام 2006 عندما تخلى الفيسبوك عن ضرورة امتلاك العضو حسابا الكترونيا صادرا عن المدرسة أو الشركة، مما ساعد على فتح أبوابه أمام أي مستخدم على أن يزيد عمره عن 13 سنة ولديه عنوان بريد الكتروني يعمل، وبحلول عام 2007 كان معدل أعمار مستخدمي الفيسبوك تقريبا 35 سنة، وأكبر في بعض الأحيان، وذلك بعد انضمام الآباء والأجداد إلى المراهقين والطلاب في الموقع، ووفقا لشركة التسويق على الانترنت comscore يشهد الفيسبوك أكبر حركة مرور من أي موقع اجتماعي آخر في العالم.[1]

ويعتبر الفيسبوك أحد أهم التجمعات الافتراضية أو التخيلية التي نشأت على الانترنت، والذي يجمع الملايين من المشتركين من مختلف بلاد العالم، والفيسبوك يعد عالما تخيليا بحق، فهو يحتوي على الدردشة، إضافة على العديد من التطبيقات التي تتيح للفرد أن يعبر عن نفسه بشتى الطرق وأن يتعرف على حياة الآخرين والبيانات الشخصية المتعلقة بهم، كذلك يمكن له أن يضع صوره وصور عائلته، كما يتيح الفيسبوك الفرصة للاشتراك في العديد من المجموعات التي يجتمع أفرادها على فكرة ما أو هدف ما.[2]

ويرى مخترع الفيسبوك مارك زوكربيرج أن فيسبوك هو حركة اجتماعية Social Movement وليس مجرد أداة أو وسيلة للتواصل، وأنه سوف يزيح البريد الالكتروني ويحل محله، وسوف يسيطر على كل نواحي النشاط البشري على الشبكة العنكبوتية. وبالتالي فإن يوصف بكونه "دليل سكان العالم" وأنه موقع يتيح للأفراد العاديين أن

[1] مؤيد نصيف جاسم السعدي، **فلسفة التواصل في موقع الفيسوك**، مرجع سبق ذكره، ص 163.

[2] محمد السيد حلاوة، رجاء على عبد العاطي العشماوي، **العلاقات الاجتماعية بين دردشة الانترنت والفيسبوك**، مرجع سبق ذكره، ص 113

يصنعوا من أنفسهم كيان عام من خلال الإدلاء والمشاركة بما يريدون من معلومات حول أنفسهم واهتماماتهم ومشاعرهم وصورهم الشخصية ولقطات الفيديو الخاصة بهم، ولذلك فإن الهدف من هذا الاختراع هو جعل العالم مكاناً أكثر انفتاحاً [1].

يسمح موقع الفيسبوك لكل مستخدم بإنشاء وتسيير "بروفايل" والذي هو عبارة عن صفحة ويب تحتوي على المعلومات الأساسية للفرد المستخدم مثل سنة تخرجه ومسقط رأسه وبلده، وحالته الاجتماعية، أمرتبط أم لا، كما يمكّن الموقع المستخدمين من إبلاغ الآخرين عما يقومون به عن طريق تحديث الوضع الراهن " current status"، وهي رسالة تظهر في الجزء العلوي من الملف الشخصي[2]

كثيرة هي الخدمات التي يوفرها موقع الفيسبوك، فهو إلى جانب أنه يسمح بإعادة الاتصال بالأصدقاء القدامى أو تكوين علاقات صداقة جديدة، فهو يمكّن المستخدم من مراقبة علاقات الصداقة من خلال تمكينه للمستخدم من قبول أو رفض عروض الصداقة، كما يمكّن المستخدم من مراقبة من يشاركه المعلومات من خلال إعدادات الخصوصية، كما يمكّن الموقع مستخدميه من تحميل الصور الرقمية في ألبومات الصور الافتراضية، كما يمكنه مشاركة فيديوهات.

كما يوفر الفيسبوك عدة خيارات للتواصل مع الآخرين، حيث يمكن للمستخدمين التفاعل عبر إرسال رسائل خاصة، على غرار البريد الإلكتروني، كما يمكن للمستخدمين الذين هم أعضاء نشر الرسائل العامة على الجدران التي أضحت محلا ومساحات للتعبير، وفي هذا السياق يقول الكاتب الصحافي أحمد العمراوي: الفيسبوك هو صفحة جدارية للكلام قبل الكتابة، أو لنقل صفحة جدارية لإخراج البيت من سره الدفين من أجل التفاعل،

[1] صادق، عباس (2008)، **الإعلام الجديد: المفاهيم والوسائل والتطبيقات**، مرجع سبق ذكره، ص 15.

[2] Tiffany A. Pempek, Yevdokiya A. Yermolayeva, Sandra L. Calvert, **College students' social networking experiences on Facebook,** Journal of Applied Developmental Psychology 30 (2009), p230

التفاعل هو المقصود في الروابط الفيسبوكية لا مضمون النص والصورة والحركة. تفاعل من أجل التفاعل وأشياء أخرى من خلاله .نحن نكتب لنتكلم، وغاية كل كائن في العمق هي الكلام ولو من أجل الكلام، والإنسان هو الكائن الوحيد حسب جاك لاكان الذي يمتلك لغة ليتكلم بها، التكلم من أجل الذات أولا ومن أجل فك الحصار عن جدار الذات بعد ذلك، فلمن نكتب إذن؟ ولمن نتكلم قبل أن نقول : مع من نتكلم؟ على جدار الفيسبوك تنضاف وظائف أخرى: وظيفة الإعلان، ووظيفة تكسير الجدار، ووظيفة إلغاء الصمت وهذه الأخيرة هي صلب العملية الفيسبوكية.[1]

كما يفتح الفيسبوك فضاء واسعا للتواصل الاجتماعي والثقافي بين الهويات التي تتبادل المعلومات وتتقاسم الاهتمامات فيما بينها وتنسج علاقات اجتماعية متعددة، لكن ما يميز هذا الفضاء أنه يطبع الهوية الالكترونية لمنتسبيه بسمات نوعية تميزها عن غيرها أهمها:[2]

- يستطيع المستخدم إخفاء هويته الحقيقية والتحكم في معلوماته الشخصية مع ضبط هوية متصفحيها من الأصدقاء.
- سمة الدوام: بقاء المعلومات على الصفحة لمدة طويلة ووجود إمكانية الاستخدام المستقبلي وتحقيق تواصل غير متزامن.
- إمكانية التواصل والحوار والمشاركة والتعليق في أي وقت وفي أي مكان.

[1] أحمد العمراوي، **الكتابة والجدار: عن جمهورية الفيس بوك الكونية**، مقال منشور في جريدة القدس العربي بتاريخ 13-04-2012 متوفر على الرابط http://www.alquds.co.uk/index.asp

[2] بيبيمون كلثوم، **تصور وممارسة الهوية الثقافية لدى الشباب الجزائري بين الفضاء الالكتروني والممارسة الواقعية: دراسة ميدانية لعينة من الشباب الجزائري مستخدمي شبكة التواصل الاجتماعي الفيسبوك باتنة نموذجا**، ص 10.

- إمكانية استرجاع نص الحوار لاحقا لإعادة التفاعل وإعادة صياغة مضامينه أو التعليق عليه من جديد، فالزمن على الشبكة يتطابق فيه الماضي مع الحاضر.
- القدرة على العزل والتصنيف لانتقاء الأصدقاء وفق الاهتمامات والخصائص المعدة سلفا لعزل المجموعات غير المرغوب فيها.
- وجود جمهور غير مرئي مجهول الهوية بإمكانه الإطلاع على المحادثات والصور المتداولة.
- التحرر من سلطة الرقابة الاجتماعية من حيث المضامين المتداولة.

تشير إحصائيات موقع socialbakers.com المتخصص في إحصائيات الإعلام الاجتماعي وإحصائيات استخدام الشبكات الاجتماعية مثل الفيسبوك وتويتر ولينكد إن وغيرها أن مستخدمي موقع الفيسبوك بلغ 1180 مليار مستخدم نشط، يدخل 50 بالمائة منهم إلى الموقع بشكل يومي[1]

وفي موقع الفيسبوك وخلال دقيقة واحدة:[2]

- 510 ألف مستخدم يضع تعليقات Posted comments
- يتم تحديث 293 ألف حالة Status updates
- يتم تحميل 163 ألف صورة Uploaded photos
- 30 بليون قطعة محتوى يتم مشاركتها في الشهر.
- 50 % من المشتركين الذين تتراوح أعمارهم بين 18 و34 سنة يفتحون حسابهم في الفيسبوك بمجرد استيقاظهم من النوم، في حين أن 28 بالمائة يتصفحون صفحاتهم قبل النوم.

[1] https://www.socialbakers.com/statistics/facebook/تاريخ الولوج 17 جانفي 2017

[2] نوال بركات، **انعكاسات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على نمط العلاقات الاجتماعية**، مرجع سبق ذكره، ص 162.

لموقع الفيسبوك ميزات عديدة جعلته الوسيط الأفضل والشبكة الاجتماعية الأثر بروزا وانتشارا بين مرتادي الانترنت، فمن ميزاته سهولة الاستخدام، وسرعة الاتصال عبره، وتعدد لغات استعماله، حضوره الدائم (من خلال تطبيقات الهاتف النقال) كما أنه يوفر خدمات عدة يتميز بها عن باقي الشبكات الاجتماعية مثل خدمة الملاحظات، حيث تعتبر هذه الخاصية بمثابة مفكرة يسجل فيها صاحب الصفحة الشخصية أهم مواعيده وارتباطاته، والفيسوك الذي كان يعني في بداية ظهوره الدفتر الورقي أصبح اليوم أضخم المؤسسات التجارية ومن أهم مواقع التواصل الاجتماعي[1]

مكونات موقع الفيسبوك: لمعرفة عمل موقع الفيسبوك لابد من الوقوف على أهم مكوناته وهي: [2]

1- **اللوح**: هناك ثلاث عناصر هي نفسها في كل صفحة مستخدم للفيسبوك، مما يعطي بعض النقاط المرجعية المتناغمة بواسطتها هي: الشريط الأزرق، التذيل، وشريط التطبيقات، وتسمى هذه العناصر مجتمعة اللوح frame

أ- **الشريط الأزرق**: يوجد في أعلى كل صفحة في الفيسبوك شريط أزرق، يمثل الشريط الأساس والثابت عند فتح واجهة المستخدم، وتساعد الارتباطات في الشريط الأزرق على التنقل في الموقع، ويتألف من:

ث- **الصفحة الرئيسية home page**: وهي صفحة تضم كل مشاركات الأصدقاء المنضمين إلى المستخدم تأخذك هذه الصفحة إلى بدايتك في الفيسبوك، ويظهر على هذه الصفحة كل جديد من تعليقات وصور وروابط الأصدقاء المضافين، وتظهر كذلك التعليقات وصور أصدقاء الأصدقاء، وذلك حسب ما يتيحه المستخدم من إعدادات الخصوصية.

[1] نوال بركات، مرجع سبق ذكره، **انعكاسات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على نمط العلاقات الاجتماعية**، ص 164.

[2] مؤيد نصيف جاسم السعدي، **فلسفة التواصل عبر الفيسبوك**، مرجع سبق ذكره، ص173، بتصرف.

ج- **الصفحة الشخصية profile**: وهي الصفحة الخاصة بالمستخدم وتحتوي على كل ما يخصه من معلومات وصور ومقاطع فيديو وروابط وأحداث وأنشطة وأصدقاء وغيرها، كما يستطيع أصدقاء المستخدم والمستخدمون الآخرون الإطلاع عليها، ويسمح الفيسبوك للمستخدمين بالتحكم في المعلومات التي يتبادلونها مع التمتع بالخصوصية.

ح- **البحث عن أصدقاء**: وهي الزاوية التي يمكن فيها رؤية لائحة بأسماء كل أصدقاء المستخدم، وعند فتح هذه القائمة تنبثق منها قائمة أخرى لخيارات البحث عن أصدقاء جدد للمستخدم ودعوتهم للانضمام لها.

خ- **البريد الوارد**: وهو مركز رسائل المستخدم في الفيسبوك، ويبلّغ الرقم الذي بجانب البريد الوارد عن عدد الرسائل الجديدة الواردة للمستخدم.

د- **الإعدادات**: وتمثل مجموعة من الأدوات التي تساعد المستخدم في عملية تنظيم وإعداد حسابه وفق الكيفية التي يريدها، وعند الضغط عليها تظهر قائمة تتيح للمستخدم صفحة إعدادات الحساب أو إعدادات الخصوصية، كما تضم مفتاح خروج المستخدم من الوقع وإغلاقه نهائيا.

ذ- **طلبات الصداقة**: تشعر المستخدم بطلبات الصداقة الواردة له.

ر- **حقل البحث العام**: وهو حقل خاص بالحث عن كل ما يرغب بالحصول عليه المستخدم من الموقع مثل أشخاص، مجموعات، أحداث، فضلا عن استعماله للبحث عن نتائج على الويب.

ز- **الإشعارات**: وتشمل مجموعة من الإشعارات التي يتم عن طريقها إشعار المستخدم بمشاركات الأصدقاء بأي محتوى.

ب- **التذييل**: يوجد في أسفل كل صفحة في الفيسبوك لائحة ارتباطات أفقية تسمى التذييل footer، يقدم بعض المعلومات المفيدة:

- **اللغة**: تتيح للمستخدم قائمة اللغة لتحديد نوع اللغة المستخدمة والتي يرغب المستخدم في استعمالها.

- **حول الفيسبوك**: وتشمل صفحة تعليمات حول الفيسبوك كما تبين إعلانات التوظيف وغيرها من المعلومات المتعلقة بالشركة.

- **لإعلاناتكم**: وتقوم بربط المستخدم بمعلومات وأدوات تخص كيفية الإعلان للمعلنين.

- **إنشاء صفحة**: ويتيح للمستخدم إنشاء صفحة خاصة بمهنته أو مشروع خاص به، أو أي جانب آخر يرغب المستخدم بالإعلان عنه لتوطيد العلاقة مع جمهوره.

- **الخصوصية**: وتمثل مجموعة من الأدوات التي تمكن المستخدم من اختيار نوع وشكل الخصوصية والسرية التي يرغب بها.

- **الشروط–التعليمات–**: ويشتمل مركز مساعدة المستخدم الذي يعطي مؤشرات عن بدء العمل ومعلومات عن الأمان.

- **المساعدة**: تضم لائحة بالشروط التي وضعتها شركة الفيسبوك لقبول عضوية المستخدم في الموقع.

ج- **شريط التطبيقات**: وهو شريط يضم التطبيقات العامة التي يمكن للمستخدم استعمالها ويكون مرئيا دائما، وهو يحتوي على قائمة تعطيك وصولا سريعا إلى تطبيقاتك في الفيسبوك، ومساحة في الوسط لإنشاء أزرار ارتباط سريع للتطبيقات المفضلة، كما يوجد برنامج دردشة فيسبوك على شريط التطبيقات، وتعتبر دردشة الفيسبوك من أبرز خدمات الموقع، وهي في تطور مستمر من حيث إضافة أيقونات تعبيرية مختلفة ومتجددة وإضافات أخرى متعلقة بالمحادثات المباشرة باستخدام تسجيلات الصوت أو استخدام الكاميرا، وهذه الخاصية يعتبر موقع الفيسبوك موقعا للتواصل الاجتماعي مع إمكانية التفاعل بالسرعة الفائقة والآنية. كما توفر هذه الدردشة العديد من الرموز التعبيرية التي تأتي في شكل صور صغيرة الحجم تعرف باسم emoji

2- **صفحة النبذة:** وهي الصفحة الشخصية الخاصة بالمستخدم التي تقدم نبذة عنه في الفيسبوك، وهو المكان الذي سيزوره أصدقاء المستخدم للإطلاع على آخر أخباره، وتتضمن:

س- **تحديث حالة المستخدم:** في أعلى صفحة نبذة المستخدم يوجد تحديث الحالة، وهو جواب للسؤال: ماذا تفعل الآن؟ أو فيم تفكر الآن؟ ويمكن للمستخدم استعماله لإبلاغ أصدقائه عن نوع العمل الذي يقوم به، مثلا أين تنوي الذهاب لاحقا؟ ما الأغنية التي تحبها؟ أو أي شيء آخر يخطر على بال المستخدم، وأي شيء يكتبه المستخدم لتحديث حالته سيكون مرئيا في الصفحات الرئيسية لأصدقائه، ويمكن عدّه كإصدار نشرة صحفية صغيرة عنك في دائرتك الاجتماعية.

ش- **علامات التبويب:** تحتوي نبذة المستخدم بشكل افتراضي على علامات تبويب مختلفة يستطيع المشتركون اختيارها لرؤية أنواع مختلفة من المعلومات، وفضلا عن علامات التبويب الافتراضية الأربع في صفحة نبذة المستخدم، يمكن للمستخدم إضافة علامات تبويب مخصصة للتطبيقات المفضلة أيضا باستعمال قائمة علامات التبويب.

تصنّف علامات التبويب إلى:

ص- **الحائط:** هو المعاينة الافتراضية لحائط المستخدم، يستطيع مشتركو الموقع النظر عبره إلى محتوى المستخدم، وكل ما قد قام بنشره وسمح بالدخول له، ويعرض حائط المستخدم الرسائل القصيرة أو موجز أخبار، لما قام به المستخدم مؤخرا مثل: من هم الأصدقاء الجدد، ما المجموعات التي انضم لها المستخدم، ما الحيطان التي كتب عليها المستخدم أي المشاركات التي قام بها على حائط الأصدقاء، وهي تمثل آخر أخبار المستخدم، وهي بذلك بمثل مكتب علاقات عامة خاص بالمستخدم للحفاظ على المعجبين وربطهم بآخر مستجدات المستخدم وأخباره، فضلا عن ذلك يستطيع المشتركون نشر رسائل قصيرة على حائطك أيضا، أو التعليق أو إبداء الإعجاب بالمحتوى

المعروض فهي مساحة مخصصة في الملف الشخصي لأي مستخدم تتيح للأصدقاء إرسال الرسائل المختلفة لهذا المستخدم .

ض- المعلومات: وهي مجموعة من المعلومات الخاصة بالمستخدم قام بتثبيتها مسبقا عند الاشتراك في الموقع، وتمثل بوابة لحصول المشتركين على المعلومات الخاصة بالمستخدم عندما يسمح بها، وهي على شكل بيانات مثل مكان الولادة، والمدينة التي يسكن فيها، ومعلومات الاتصال بالمستخدم مثل البريد الالكتروني، أو رقم الهاتف، فضلا عن تاريخ الميلاد والتحصيل الدراسي والمدرسة أو الجامعة التي تخرج منها، ومكان العمل ولوائح الموسيقى والكتب والأفلام وبرامج التلفزيون المفضلة للمستخدم.

ط- الصور: نشر ومشاركة الصور هو أحد أشهر أشكال الترفيه في الفيسبوك، عندما يقوم المستخدم بالمشاركة بصور معينة يمكنه ترتيبها في ألبومات ودعوة الأصدقاء لإلقاء نظرة عليها وربما كتابة بعض الملاحظات الساخرة على شكل تعليقات في أسفل الصفحة لكل صورة، وتساعد علامة تبويب الصور في الوصول السريع لأي صورة كان المستخدم قد قام بنشرها وكذلك إلى الصور التي كان أصدقاء المستخدم قد نشروها.

ظ- **علامات العمود الأيمن:** ويتضمن مجموعة من العلامات السريعة والمفيدة التي تساعدك على تصفح الفيسبوك بسرعة، مثلا عند النقر على علامة الرسائل تظهر لك أنواع مختلفة من المحتوى الاتصالي كما يمكن للمستخدم إرسال الرسائل واستقبال الرسائل مباشرة مع مستخدمي الفيسبوك الآخرين، وعلامة البريد الوارد ترشد المستخدم لما ورد له من رسائل جديدة، وهناك علامة الألعاب والتي تضم مجموعة من الألعاب والتي تجد فيها دعوة خاصة للمستخدم للانضمام مع المشاركين الآخرين في الموقع، أما فيما يخص العلامات والملاحظات والصور وكتابات المستخدم فهي قد تكون غير متاحة لكل الأصدقاء أو المشاركين، وتتبع درجة خصوصية المستخدم، وهناك

الاشتراكات التي يمكن عن طريقها معرفة المشاركين الذين يهم المستخدم أمرهم، حتى وإن لم تكن للمستخدم صداقات معهم، مثل المشاهير من السياسيين والفنانين.

ع- **علامات العمود الأيسر**: هناك بعض العلامات المهمة على الجهة اليسرى من صفحة المستخدم الرئيسية هي:

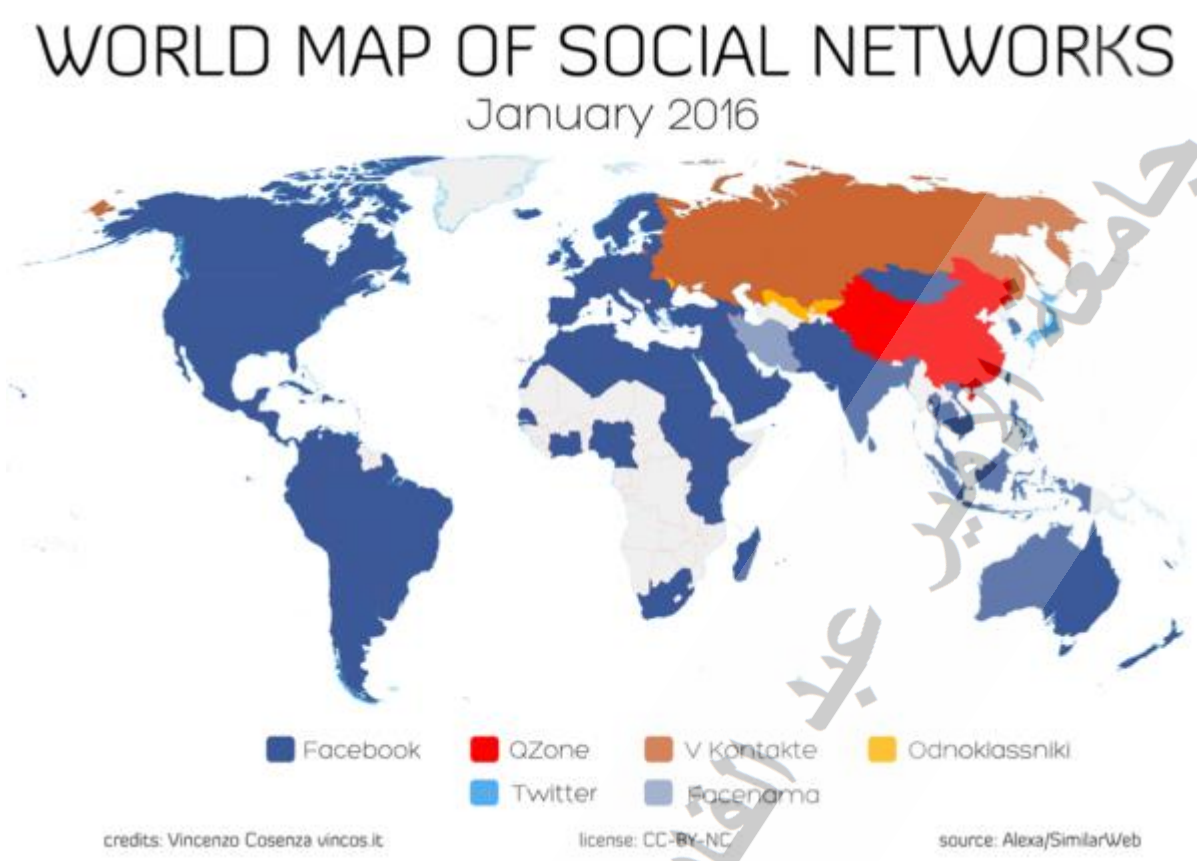
غ- **الأحداث العامة**: وهي تتيح للمستخدم معرفة الأحداث القادمة والدعوات الموجهة للمستخدم فضلا عن معرفة أوقات أعياد ميلاد الأصدقاء.

ف- إظهار الدعوات الخاصة بالمستخدم والتي تضم آخر الدعوات التي تلقاها المستخدم والتي وصلت إلى الصفحة الرئيسية.

ق- **الوكزة أو النكزة pokes** وهي نوع خاص من رسائل الترحيب في الفيسبوك، تقوم بإثارة انتباه المستخدمين لبعضهم البعض، وهي عبارة عن إشعار يقوم بإخطار المستخدم أن أحد الأصدقاء يقوم بالترحيب به.

5- الفيسبوك بلغة الأرقام: إحصائيات عن استخدام الفيسبوك في العالم وفي العالم العربي:

لم يعد الفيسبوك مجرد شبكة تواصلية عادية للكثير من مستخدمي الانترنت، بل صار أحد أيقونات الويب وطرازا جديدا للحياة، غيّر جذريا مفهوم التواصل والتفاعل، وعلاقة المستخدم بذاته وبغيره، وهذا لما يُوفره من خدمات تواصلية متعددة، من تدوين وألعاب ودردشة والانضمام أو خلق مجموعات افتراضية...وغيرها من الخدمات، التي جعلت منه فضاء افتراضيا بامتياز يجذب إليه ملايين المستخدمين خاصة منهم الشباب، كما جعلت الفيسبوك يتربع على عرش الشبكات الاجتماعية الأخرى بنسب مستخدمين تتزايد بشكل طردي من سنة لأخرى، فبوصوله إلى نسبة مليار وستة وثمانون مستخدم 1.86 في جانفي 2016 اعتبر الفيسبوك الشبكة الرائدة في معظم دول العالم، والمخطط التوضيحي الأتي يبين انتشار استخدام شبكة الفيسبوك في دول العالم.



شكل رقم03 يوضح توزيع الشبكات الاجتماعية على دول العالم[1]

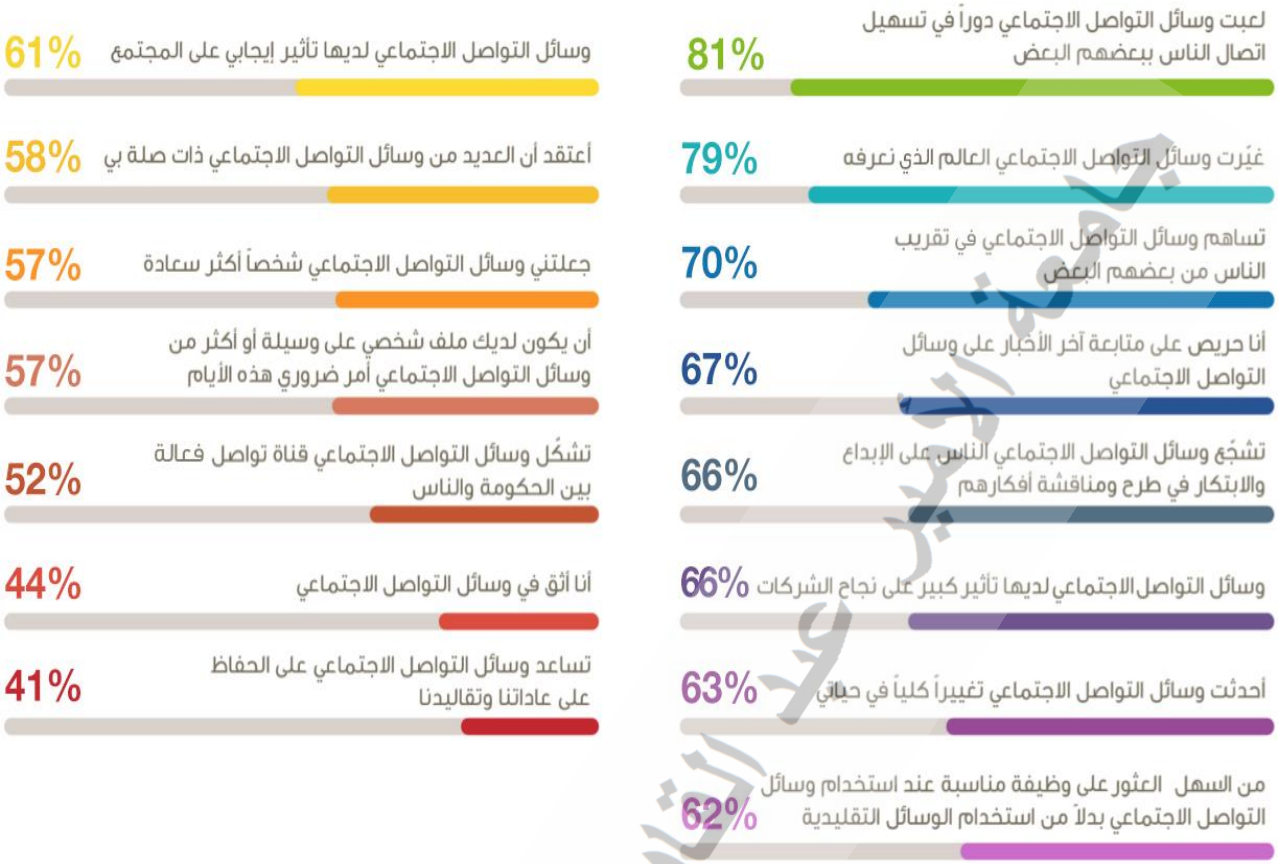
أما في الوطن العربي، وكغيره من دول العالم، زادت نسبة استخدام الشبكات الاجتماعية والفيسبوك بشكل ملحوظ، ففي عام 2016 تم تسجيل نسبة 87 % من مستخدمي الانترنت مسجلون في الفيسبوك، ونسبة 84% مسجلة في الواتس أب، ونسبة 32%في شبكة تويتر، ويوضح الشكل الأتي هيمنة الفيسبوك وتسيده على باقي الشبكات الاجتماعية من حيث الاستخدام في الوطن العربي:

[1] http://www.blogdumoderateur.com/chiffres-facebook.2016 تاريخ الولوج 12 أكتوبر

شكل رقم 04 يوضح نسبة مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي في العالم العربي[1]

ويسجل التقرير انطباعات المبحوثين العرب حول مواقع التواصل الاجتماعي، حيث يذكر التقرير أنه يُنظر لمواقع التواصل الاجتماعي في العالم العربي على أنها تتضمن العديد من الجوانب الإيجابية، حيث يرى 81 %من المبحوثين أنها تلعب دورا محوريا في تقرب الناس من بعضهم، ويرى نسبة 61 % أن وسائل التواصل الاجتماعي لديها تأثير إيجابي، كما أن نسبة معتبرة من المبحوثين 57%صرحت أن وسائل التواصل الاجتماعي جعلتهم أكثر سعادة.

[1] تقرير وسائل التواصل الاجتماعي في العالم العربي الصادر عن قمة رواد التواصل الاجتماعي العرب، التقرير الأول2015 .

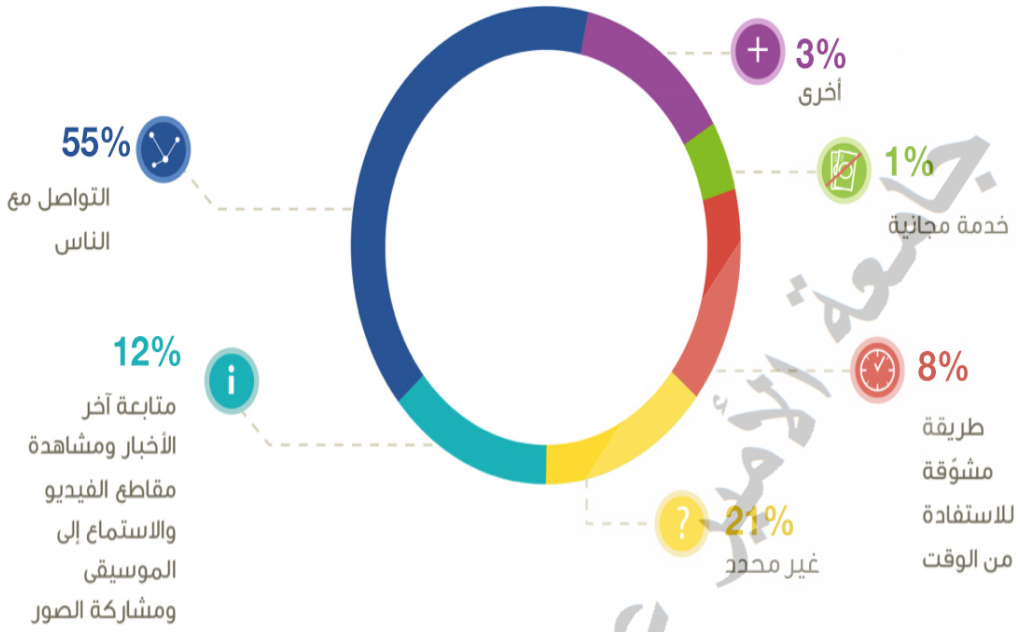


شكل رقم 05 يوضح انطباعات المستخدمين حول مواقع التواصل الاجتماعي[1]

ويذكر التقرير أن الدافع الرئيسي لاستخدام الشبكات الاجتماعية هو التواصل، يليه الحصول على المعلومات ومشاهدة مقاطع الفيديو والاستماع إلى الموسيقى ومشاركة الصور كثاني أهم دافع، حيث يُنظر إلى هذه الشبكات على أنها مصدر من مصادر الترفيه تساعد على كسر الروتين والرتابة، كما ينظر الكثير من المبحوثين إلى الشبكات الاجتماعية بصفتها منصات هامة للتعبير عن الآراء ووجهات النظر.

والمخطط الأتي يوضح هذه الدوافع:

[1] المصدر تقرير الإعلام الاجتماعي العربي 2015



شكل رقم06يوضح دوافع استخدام الشبكات الاجتماعية.[1]

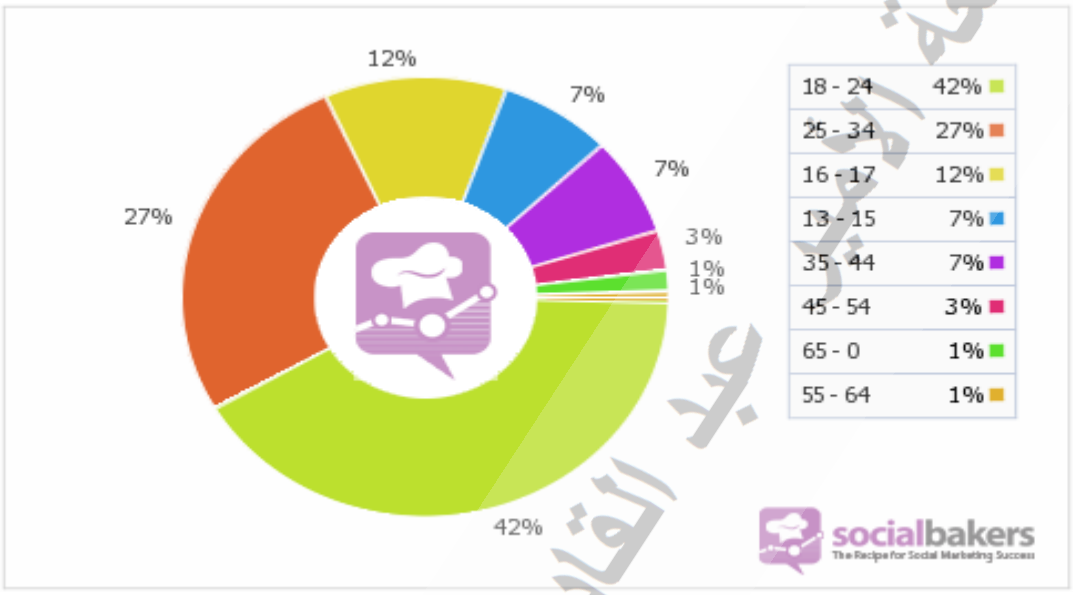
عن استخدام الفيسبوك في الجزائر:

الجزائر وكغيرها من البلدان تشهد اكتساحا لشبكات التواصل الاجتماعي واستخداما كثيفا لها خاصة من قبل الشباب، حيث أظهرت إحصائيات حديثة[2] أن الجزائر تحتل المرتبة الثالثة عربيا بعد كل من مصر والسعودية ب16 مليون مستخدم ما يعادل 43% من السكان. أما المستخدمون النشطون شهرياً فيتراوح عددهم بين 15 و20 مليون مُستخدم نشط شهرياً، منهم نسبة 65% رجال و 35%نساء، وأكثرهم من الفئة الشبابية التي تتراوح أعمارهم ما بين 18 و 24 سنة، حيث تشغل هذه النسبة 53% من العنصر النسوي و نسبة 38% من العنصر الرجالي، أما بالنسبة للفئة الثانية وهي ما بين 25 و 34 سنة فتشغل 39% من الرجال و 32% من النساء، أغلب

[1] المصدر تقرير الإعلام الاجتماعي العربي 2015.

[2] http://www.android-dz.com/ar/facebook-dz-2017/تاريخ2017 الولوج 25 فيفري

مُرتادي هذه الشبكة هم عزّاب غير متزوجين بنسبة 49%، ونسبة 29% من مُستخدمي الشبكة متزوجين، الفئة التي ترتاد موقع الفيسبوك أغلبها من الفئة الجامعية، يليها تلاميذ المرحلة الثانوية.



شكل رقم 07 يوضح الفئات العمرية الأكثر استخداما لموقع الفيسبوك في الجزائر. [1]

حاول الفصل الرابع الموسوم بالشباب وشبكات التواصل الاجتماعي مقاربة موضوع الدراسة بالربط بين متغيري الشباب والشبكات الاجتماعية، حيث تناولنا فيه مقاربات نفسية وثقافية واجتماعية لظاهرة الشباب وبعض خصائصها ثم العلاقة التي تربطها بالتكنولوجيا عموما وبشبكات التواصل الاجتماعي على الخصوص، بعدها عرجنا إلى البحث في الشبكات الاجتماعية من خلال مقاربة تاريخية لنشأتها وأهم المواقع وخصائصها، ثم الشبكة محل الدراسة الفيسبوك بشيء من التفصيل وببيان إحصاءات عن استخدامها في الجزائر.

[1] https://www.socialbakers.com/statistics .2017 تاريخ الولوج 25 فيفري

عرض وتحليل نتائج الدراسة

جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية

الفصل الخامس.

عرض وتحليل نتائج

- محور البيانات الشخصية.
- محور تمثلات موقع الفيسبوك.

جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية

تأتي مرحلة عرض البيانات وتحليلها تتويجا لمجموع المراحل السابقة لها، فبعد مجموع الإجراءات النظرية والمنهجية والميدانية التي تم إتباعها من تحديد زوايا البحث ومنطلقاته النظرية والمنهجية وتحديد أدواته الإمبيريقية ومحاورها تم النزول إلى الميدان لجمع البيانات من العينة المختارة ليتم تفريغ هذه البيانات في جداول تكرارية بغية تكميمها ومعالجتها إحصائيا لربط نتائجها ومتغيراتها بما تم تناوله في الفصل المنهجي والفصول النظرية بغية الإجابة عن تساؤلات الدراسة في محاولة لقراءة هذه الأرقام قراءة سوسيولوجية وتحليلها في ضوء ما تقدم في الفصول السابقة.

وتأتي عملية التحليل والتفسير وربط المتغيرات انطلاقا من كون علاقة الفرد بالوسيلة الإعلامية وعملية استخدامه لها عملية معقدة، وترجع إلى عدة عوامل متشابكة منها: خلفيات الفرد الثقافية،الذوق الشخصي، طبيعة الوسيلة في حد ذاتها، العوامل الشخصية ومنها أسلوب الحياة، السن، الدخل، مستوى التعليم، النوع، ونوع الإشباعات التي يريد الشخص الحصول عليها من التعرض للوسيلة الإعلامية، والمستوى الاقتصادي والاجتماعي للفرد،إذ أن لكل هذه المتغيرات أو بعضها- تأثير على اختياراته للمضامين الإعلامية التي يريد متابعتها والتعرض لها.[1]

من هذا المنطلق يأتي هذا الفصل لقراءة البيانات الإحصائية المتحصل عليها من ميدان الدراسة قراءة سوسيولوجية استئناسا بالمداخل النظرية المعتمدة من مدخل التمثلات الاجتماعية، ومقترب الاستخدامات والإشباعات ومقترب التفاعلية الرمزية.

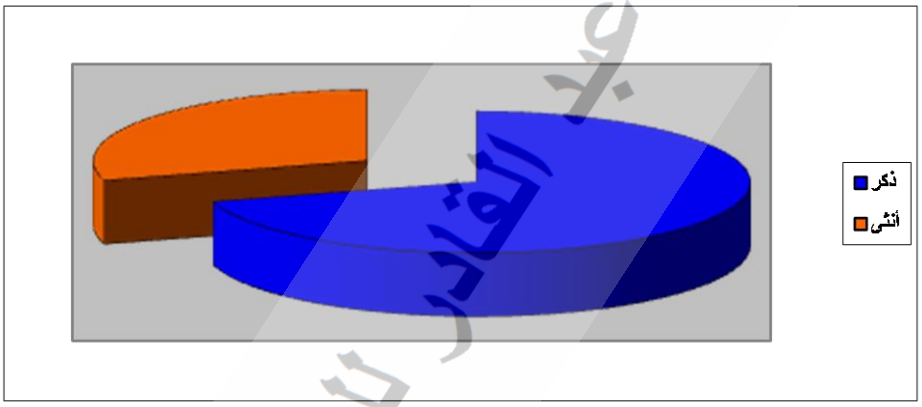
[1] عاطف عدلي العبد، نهى عاطف العبد، **نظريات الإعلام وتطبيقاتها العربية**، دار الفكر العربي، القاهرة، 2011، ص297.

المحور الأول: الخصائص الديمغرافية والاجتماعية لعينة البحث.

أولا: توزيع عينة الدراسة حسب متغير الجنس.

الجنس	العدد	النسبة المئوية
الذكور	282	70.5
الإناث	118	29.5
المجموع	400	100

جدول رقم01 يبين توزيع العينة حسب متغير الجنس.



شكل رقم08 يوضح توزيع المبحوثين حسب متغير الجنس

يعتبر متغير الجنس متغيرا حاسما في الدراسات السوسيولوجية لما يخلقه من فروقات في تمثلات الظواهر والمسائل، إذ تشير الكثير من الدراسات إلى اختلاف استخدام وتمثل تكنولوجيا الاتصال والشبكات الاجتماعية بين الجنسين. فحسب دراسة نويل هام وآخرين[1] فإن القواعد التي تحكم الانكشاف على الخط مبينة ثقافيا واجتماعيا ولا تستجيب لها كل المجموعات ذكورا وإناثا بنفس الطريقة، فبناء على نظرية الدور الاجتماعي أدوار الجندر يعتد بها عند الحديث عن خلق الانطباعات وبناء الهويات، وسلوكات الحياة الثانية في البيئة الرقمية تختلف حسب الجندر، ففي الحياة الثانية والتي هي بيئة افتراضية تفاعلية، أين يخلق المستخدمون virtual

[1] Noelle J. Hum, Perrin E. Chamberlin , et al, **A picture is worth a thousand words: A content analysis of Facebook profile photographs**, op cit, p 1830

avatars، وُجد أن الإناث أكثر اهتماما بلقاء أشخاص جدد، بالتسوق، بتغيير مظهر avatar أكثر من الذكور.

وما لاحظناه في دراستنا من خلال مقارنة إجابات الذكور والإناث حول بعض المسائل المرتبطة بتمثل التكنولوجيا والتمثل الهوياتي عبر الفيسبوك يؤكد ذلك، إذ تختلف الإجابات وبالتالي تمثلات وتصورات الهوية الافتراضية والتعبير عنها بين الذكور والإناث تبعا لاعتبارات جنسية واجتماعية وغيرها.

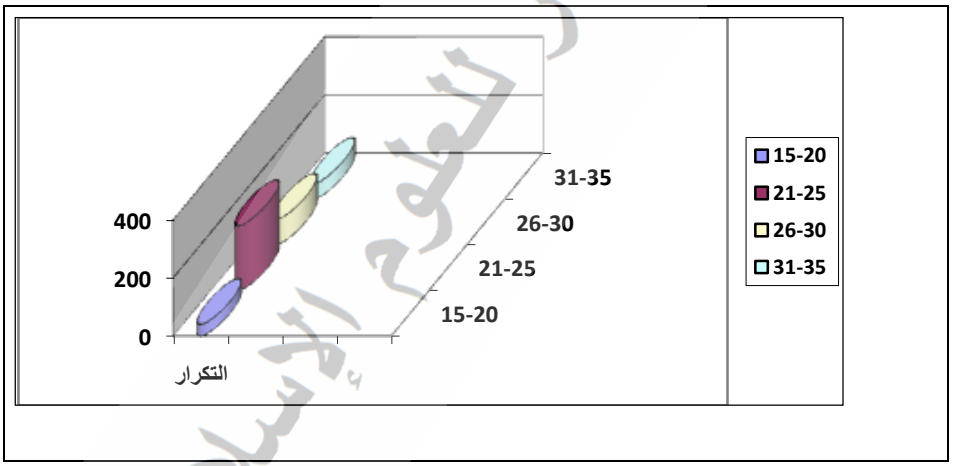
وقد شملت دراستنا عينة بحثية تتكون من 400 مستخدما للموقع الاجتماعي الفيسبوك، تتوزع حسب النوع بين 282 ذكرا يمثلون نسبة 70.5 % مقابل 118 أنثى تمثلن نسبة 29.5 %

ورغم أن الانترنت وشبكات التواصل الاجتماعي أضحت في متناول الجميع لتنوع وتعدد الحوامل من حاسوب محمول وهواتف نقالة إلا أن نسب استخدام الشبكات الاجتماعية تظل متمايزة بين الذكور والإناث لصالح الذكور الذين يمثلون الحضور الأكثر بروزا في استخدام الانترنت وتطبيقاتها وهذا قد يرجع لطبيعة الانشغالات والاهتمامات المختلفة بين الجنسين بالدرجة الأولى.

ثانيا: توزيع عينة الدراسة حسب متغير الفئة العمرية.

الفئة العمرية	التكرار	النسبة المئوية
20–15	40	10
25–21	222	55.5
30–26	86	21.5
35–31	52	13
المجموع	400	100

جدول رقم 02 يبين توزيع العينة حسب الفئة العمرية.



شكل رقم09 يوضح توزيع المبحوثين حسب متغير الفئة العمرية

يشكل السن متغيرا حاسما في الدراسات السوسيولوجية على اعتباره يشكل فترة انفتاح على التكنولوجيا فيما يتعلق بمرحلة الشباب أو مرحلة انطواء وانكفاء ذاتي فيما يتعلق بمرحلتي الكهولة والشيخوخة، فالشباب أكثر ارتباطا من غيرهم بأية تكنولوجيا جديدة بحثا عن الإثارة والمغامرة، ومن ثم فإنهم أولى العناصر الاجتماعية في تبني هذه التكنولوجيا والتأثر بها، فالشاب يميل إلى التقبل التلقائي للجديد بحكم أنه ليس مثل كبير السن المرتبط بتجربة

لا يود المساس بها، أو تعديلها ناهيك عن تغييرها، لما لذلك من كلفة وألم يستتبع أي تخل عن العادات والممارسات المألوفة، فالشاب بطبعه عنصر تجديد وتغيير، وقد اعتبرت العديد من دراسات تأثير وسائل الاتصال أن فئة الشباب شأنها شأن قادة الرأي والعناصر النشطة في المجتمع أسرع الفئات تقبلا للجديد وأكثرها تأثيرا على الآخرين.[1]

وقد توزعت عينتا على أربع فئات عمرية، مثلت الفئة العمرية الأولى 15-20 سنة 40 مفردة بما يمثل نسبة 10 %، ومثلت الفئة الثانية 21-25 سنة 222 مفردة بما يمثل نسبة 55.5 %، ومثلت الفئة الثالثة 26-30 96 مفردة بنسبة 21.5 % ومثلت الفئة الأخيرة 31-35 52 مفردة ما يعادل نسبة 13 %. ومن خلال أرقام الجدول يتبين لنا أن أغلب المبحوثين يقعون ضمن الفئة العمرية من 21 إلى 30 سنة.

وقد اعتبرت دراسة أحمد عبدلي عن الشباب والتغير الثقافي أن تقسيم مرحلة الشباب إلى هذه الفئات العمرية هو أمر منهجي على اعتبار أن فئة الشباب الأولى والتي تمتد من 15 إلى 20 سنة هي مرحلة يكون فيها الشاب أقرب إلى نزعات مرحلة المراهقة النفسية والسلوكية، أو ما يطلق عليه في علم الاجتماع " أزمة النمو والارتقاء"، أما الفئة العمرية الثانية والممتدة بين 21 إلى 25 سنة فهي مرحلة يكون فيها الشاب قد تلقى مستوى تعليمي معين كما أن دائرة علاقاته الاجتماعية قد توسعت ، وزادت خبراته في الحياة ، ويميل إلى الاتزان النفسي والعاطفي ومن جهة أخرى يبدأ رحلة البحث عن الاستقرار الاجتماعي عبر الزواج والوظيفة، ومن المتوقع أن يسخر ما يجده من أدوات ووسائل لتحقيق طموحاته، أما فئة الشباب التي تبدأ من 26 سنة إلى غاية 30 سنة فهي السن التي يفترض أن الشاب قد خرج من "مرحلة الطلب" والاعتماد على الغير ،ويبدأ حياة الراشدين وينزل إلى معترك

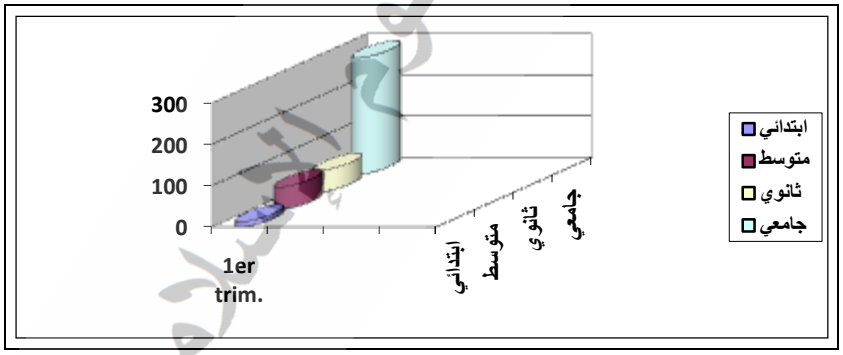
[1] عبد الرحمان عزي السعيد بومعيزة، **الإعلام والمجتمع: رؤية سوسيولوجية مع تطبيقات على المنطقة العربية والإسلامية**، مرجع سبق ذكره، ص268.

الحياة ويرتبط بعديد من المؤسسات التي يتعامل معها الراشدون ويتغير تبعا لذلك تصوره لذاته وللآخرين والمجتمع واتجاهه نحوهم وسلوكه معهم.[1]

ثالثا: توزيع عينة الدراسة حسب متغير المستوى التعليمي.

المستوى التعليمي	التكرار	النسبة المئوية
ابتدائي	12	03
متوسط	54	13,5
ثانوي	52	13
جامعي	282	70.5
المجموع	400	100

جدول رقم 03 يبين توزيع العينة حسب المستوى التعليمي.



شكل رقم10يوضح توزيع المبحوثين حسب متغير المستوى التعليمي.

[1] أحمد عبدلي، **الانترنت والتغير الثقافي لدى الشباب الجزائري**، مرجع سبق ذكره، ص178.

ارتفعت أهمية المستوى التعليمي بعد تعقد المجتمع ونتيجة التحضر والتطور التكنولوجي المتسارع والاعتماد على الأسس التكنولوجية والعلمية، فأصبح له أثر كبير في تحديد أنماط السلوك التي تتبعها فئة اجتماعية ما، وهي التي تحدد مستوى وعي الفرد وتفكيره، وبالتالي المنحى الذي يتبعه في بناء وتدعيم علاقاته الاجتماعية.[1]

وبالتالي فإن هناك علاقة واضحة بين المستوى التعليمي للفرد وبين شخصيته وطرائق تعبيره عن ذاته، حيث يفترض أنه كلما زاد المستوى التعليمي للفرد كانت أساليبه التعبيرية أكثر نضجا وكان أكثر انتظاما ودقة في تواصله الافتراضي.

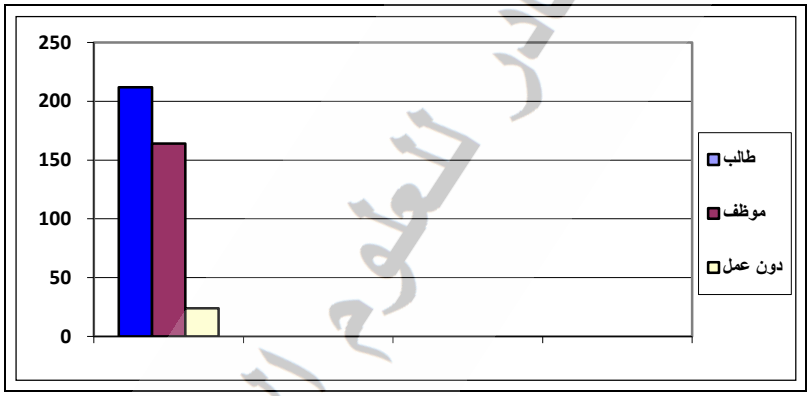
ويتضح من بيانات الجدول أعلاه أن النسبة الغالبة في عينة الدراسة كانت لذوي المستوى الجامعي الذين بلغ عددهم 282 بنسبة70.5 % وهي نسبة طبيعية ومنطقية جدا على اعتبار أن شبكة الفيسبوك هي شبكة للطلبة الجامعيين بالأساس، لأنها أنشئت في بادئ الأمر كأداة تواصل بين طلبة الجامعة ومع الوقت توسع استخدامها لباقي الفئات الاجتماعية، هذا من جهة ومن جهة أخرى يمكن تبرير هذه النسبة على اعتبار أن استخدام الشبكات الاجتماعية والفيسبوك يتطلب بعض المهارات التواصلية وبعض المهارات الفنية واللغوية والتقنية التي تجعل استخدامه لدى الفئات ذات المستوى الجامعي أكثر من باقي الفئات الأخرى. إضافة إلى كون الطلبة الجامعيين أكثر الفئات الاجتماعية إقبالا على التكنولوجيا وتطبيقاتها.

[1] نوال بركات، مرجع سبق ذكره، ص 314.

رابعا: توزيع عينة الدراسة حسب متغير المهنة.

المهنة	التكرار	النسبة المئوية
طالب	212	53
موظف	164	41
دون عمل	24	6
المجموع	400	100

جدول رقم 04 يبين توزيع العينة حسب المهنة.



شكل رقم11 يوضح توزيع عينة الدراسة حسب متغير المهنة.

يتضح من خلال الجدول أعلاه والذي يتناول متغير المهنة أن النسبة الغالبة من المبحوثين هم طلبة يزاولون دراستهم الجامعية، حيث مثلت نسبتهم 53 %، يليهم الموظفون ب164 مفردة ونسبة 41 %، وأخيرا فئة الذين لا يملكون عملا أو هم دون عمل مثلوا 24 مفردة بنسبة 6 %.

ومن المعروف أن طبيعة المهنة هي التي غالبا ما تقرر درجات التقدير والاحترام والنفوذ الاجتماعي التي يحصل عليه أصحابها أو ما يسمى في عرف علم الاجتماع بالرأسمال الثقافي للشخص، وتساهم بذلك في تقدير الفرد لذاته وتفاعلاته مع الآخرين بناء على مكانته في الشبكة الاجتماعية التي ينتمي إليها.

فالرأسمال الثقافي، كما اعتبره بورديو، يتكون من مجموعة من الثروات الرمزية التي تحيل من جهة على المعارف المكتسبة: أن يكون المرء كفؤا في هذا المجال أو ذاك، أو يكون مثقفا أو يكون لديه إتقان جيد للغة ما، ومن جهة أخرى على الإنجازات المادية والثروات الثقافية التي يحوزها الفرد، حيث يستطيع الرأسمال الثقافي أن يختفي اجتماعيا في الحالة المؤسسة عبر ألقاب ودبلومات تجعل الاعتراف من لدن المجتمع أمرا موضوعيا.[1]

[1] ، ستيفان شوفالييه كريستيان شوفيري، **معجم بيار بورديو** ، مرجع سبق ذكره، ص163.

وفيما يلي جدول يبين الأصناف المهنية للفئة العاملة من المبحوثين:

المهنة	التكرار
أستاذ	18
موظف حكومي	34
تاجر	22
طبيب	04
مهندس	04
موظف قطاع خاص	28
محامي	26
مهن أخرى	28
المجموع	164

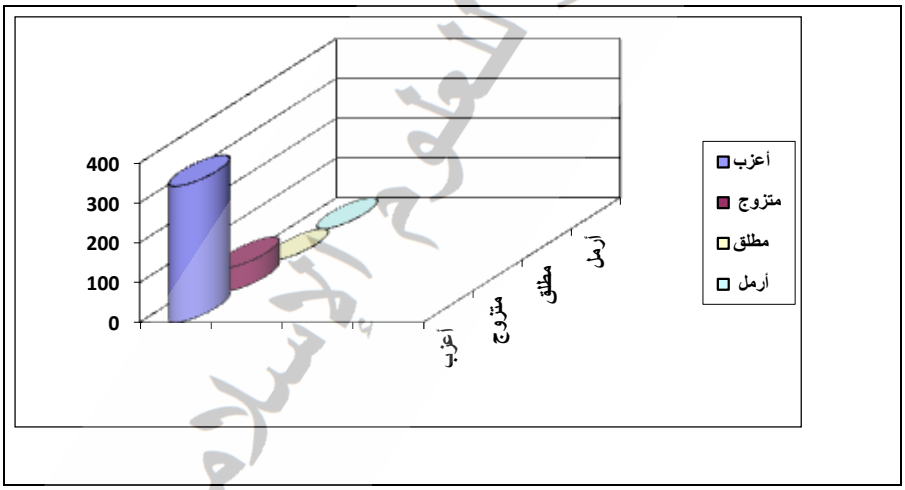
جدول رقم 05 يبين الأصناف المهنية للفئة العاملة من المبحوثين.

ويتضح من خلال الجدول أعلاه تنوع وتعدد مهن المبحوثين مما يوحي ويؤكد أن استخدام الشبكات الاجتماعية والفيسبوك هو سلوك وممارسة اجتماعية لكل الفئات الاجتماعية بتعدد مهنها ووظائفها، وليس حكرا على فئة دون أخرى.

خامسا: توزيع عينة الدراسة حسب متغير الحالة الاجتماعية.

الحالة الاجتماعية	التكرار	النسبة
أعزب/عزباء	342	85.5
متزوج/متزوجة	58	14.5
مطلق/مطلقة	00	00
أرمل/ أرملة	00	00
المجموع	400	100

جدول رقم 06 يبين توزيع العينة حسب متغير الحالة الاجتماعية.



شكل رقم12يوضح توزيع عينة الدراسة حسب متغير الحالة الاجتماعية.

يتبين من خلال الجدول أعلاه والخاص بتوزيع عينة الدراسة حسب متغير الحالة الاجتماعية أن فئة أعزب/عزباء هي الفئة الغالبة حيث مثلت 342 مفردة بنسبة 85.5 % تليها فئة متزوج/متزوجة ب58 مفردة بنسبة 14.5 %، بينما لم يؤشر أي فرد من أفراد العينة على فئة مطلق أو أرمل.

وهذا أمر طبيعي إذا ما ربطناه بالمتغيرات السابقة خاصة ما يتعلق بالفئة العمرية الغالبة في عينة الدراسة والتي تتراوح بين 21 إلى 30 سنة حيث تقل نسب الزواج في هذه الفئة نظرا لتأخر سن الزواج في المجتمع الجزائري لأسباب اجتماعية وثقافية متعددة، إضافة إلى أن الاستخدام الكثيف للانترنت وتطبيقاتها يكون لدى العزاب أكثر منه لدى المتزوجين لارتباط المتزوجين بالانشغالات الأسرية.

ويمكن إجمال الخصائص الديموغرافية والثقافية والاجتماعية لعينة الدراسة فيما يأتي:

- تشكل فئة الذكور الفئة الغالبة من حيث النوع، وهذا متغير تشترك فيه معظم الدراسات الخاصة باستخدامات الانترنت، وقد يرجع هذا إلى الظروف الاجتماعية والانشغالات اليومية للإناث.

- تمثل الفئة العمرية 21 -25 سنة الفئة الغالبة، تليها فئة من 26 إلى 31، ولهذه الفئات دلالات خاصة فيما يتعلق بتفسير متغيرات الدراسة على اعتبار أن هذه الفئات العمرية تتميز بالنضج والرشد النفسي والاستقرار الاجتماعي، مما يوحي قطعا بتجاوزها مرحلة الانبهار بالتكنولوجيا إلى مرحلة الاستخدام العقلاني لها، ما يجعل العلاقة بين هذه الفئات العمرية والأدوات التكنولوجية المختلفة في السياق الاجتماعي أكثر توازنا وعقلانية، وبالتالي يفترض أن يكون التعبير عن الذات والتمثل الهوياتي عبر الشبكة أكثر نضجا وأقرب إلى الصدق وأبعد عن التضخيم والنرجسية وغيرها، إذ تشير الكثير من الدلائل إلى أن رؤية الشباب للوسائط الرقمية تختلف عن تمثل الكبار لهذه الوسائط في الكثير من النواحي، حيث يؤكد بعض الباحثين أنه إذا سألت أحدا من جيل الانترنت عن التكنولوجيا التي يستخدمها فإنه غالبا ما يحدق فيك باستغراب، ذلك أنه لا يفكر بالتكنولوجيا في حد ذاتها بقدر ما يركز على الأنشطة التي تمكنه من أدائها، كما أن هذا الجيل ليس ميالا إلى الانبهار بتجديدات عصره، أو

الدخول في مقارنات بين زمنه وزمن ما قبل الانترنت الذي يملك عنه القليل من المعرفة، ولهذا فإن فعل استخدام التكنولوجيا لا يبدو في حد ذاته غريبا عليه، بل إنه فعل روتيني وربما مبتذل[1]

- معظم أفراد العينة ذوو مستوى علمي مرتفع حيث تبلغ نسبة الطلبة 53%ونسبة الموظفين 41%، وهو ما يوحي بالاستخدام النوعي والواعي للشبكات الاجتماعية، وبالتالي يفترض أن تكون هذه الفئة الواعية أكثر فهما وإدراكا لطبيعة الشبكات الاجتماعية عموما والفيسبوك خصوصا وأكثر قدرة على الاستفادة منها وتكييفها حسب الحاجات والمتطلبات التواصلية والتعبيرية لها.

- معظم أفراد العينة من العزاب، حيث تقدر نسبتهم ب85.5%.

[1] الصادق رابح، **الهوية الرقمية بين التمثلات الاجتماعية والتمثل الرقمي**، مرجع سبق ذكره، ص99.

المحور الثاني: تمثلات موقع الفيسبوك لدى أفراد عينة الدراسة.

التمثل الاجتماعي هو شكل من أشكال المعرفة المصاغة اجتماعيا، ذو هدف عملي يسعى إلى بناء واقع مشترك لمجموعة اجتماعية، إنه إذن الطريقة التي يدرك بها الأشخاص الأحداث في حياتهم اليومية. وقد عرّف موسكوفيسكي التمثلات على أنها نظام من القيم والتعاريف والممارسات المرتبطة بأشياء، بأبعاد أو زوايا الوسط الاجتماعي، لا تسمح بتأسيس الإطار العام لحياة الأفراد والجماعات فحسب، بل تشكل أدوات تساعد على إدراك وضعية ما وإيجاد إجابات تفسيرية.[1] فالتمثلات في أبسط تعاريفها هي مجموعة الأفكار والمعتقدات والصور والمعارف التي يتشارك فيها أفراد مجتمع ما، هي أكوان/عوالم توافقية des univers consensuels تنشأ ويتم التواصل من خلالها اجتماعيا كما أنها تساعد أفراد المجتمع على بناء الحقيقة الاجتماعية،وعلى التفاعل.

وهي التصورات التي يحملها الأفراد عن المحيط وعن الظواهر الاجتماعية المختلفة، وهي تصورات تبرز في أشكال متنوعة معقدة نسبيا يمكن اعتبارها صور تكثف مجموعةٍ من المعاني أو الأنساق المرجعية تسمح بترجمة ما يحدث وإعطاء معنى لغير المتوقع، أو هي فئات تمكّن من تصنيف الظروف، والظواهر، والأفراد الذين نتعامل معهم، وهي أيضا النظريات التي تسمح بالحكم عليهم... أي هي أسلوب ترجمة تفكيرنا وواقعنا، وشكل معرفة اجتماعية.[2]

ويعرف جودليت Jodelet التمثلات الاجتماعية على أنها شكل من أشكال المعرفة، تنتج ويتم تبادلها اجتماعيا، لها غاية تطبيقية، وتهدف إلى بناء حقيقة مشتركة لمجموعة اجتماعية معينة، فالتمثل يرتكز على الخبرات الشخصية والمعلومات والمعارف والنماذج الإدراكية التي يتلقاها الأفراد ويتبادلونها عن طريق التقاليد والتربية والاتصال الاجتماعي، فهي تمثل شكلا من أشكال التفكير الاجتماعي، بل وأكثر من هذا شكلا من أشكال التفكير العملي

[1] Mogos Andrea Alina, réalités sociales médiatisées, **représentations sociales des roumains dans la presse écrite française**, op cit,p15

[2] بوبكر بوخريسة ، **المفاهيم و العمليات الأساسية في علم النفس الاجتماعي**، مرجع سبق ذكره، ص154.

الموجه للاتصال لفهم ومراقبة الوسط الاجتماعي...فالتمثلات حسب جودليت هي شبكات قراءة وفك تشفير الحقيقة تساهم في توقع الأفعال والتصرفات، شخصية أو غيرها، حيث تعمل التمثلات على توجيه الأفراد في مسيرتهم في تحديد مختلف زوايا وأبعاد الحياة اليومية، في تفسير هذه الأبعاد، في نوع القرارات التي يتخذونها، وفي التصرفات التي يتبنونها حيال الأشخاص أو الجماعات أو الأحداث، بتبريرها وفقا للمعايير الاجتماعية[1]

وبهذا فإن التمثلreprésentation له صلة بتقييم الصورة التي يكونها الشاب عن تكنولوجيا الشبكات الاجتماعية والفيسبوك، كما أنه ينبني من خلال التوليف بين العناصر الإدراكية التي كونها الشاب في تصوره للتقنية وفي استخدامه لها، في سياق تفاعل المدركات الشخصية/الذاتية مع أبعاد الحياة اليومية والسياق الاجتماعي للممارسات الاتصالية والاستخدام على اعتبار أن مقاربة التمثل تتجاوز العلاقة الصرفة التي تربط الفرد المستخدم بالأداة التقنية لتوسع التحليل ليشمل المكانة التي تحتلها الممارسات في أساليب الحياة اليومية للفرد.

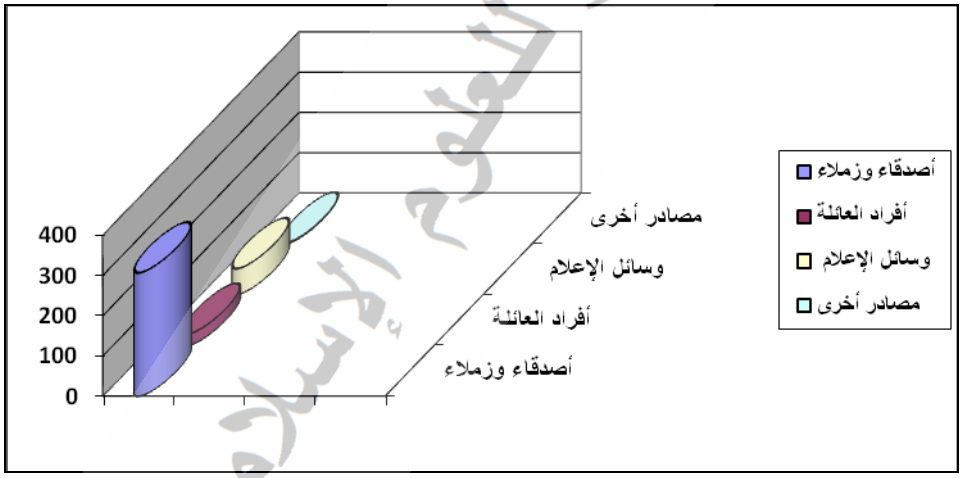
من هنا فإن محور التمثلات يحاول أن يقترب من علاقة المستخدمين عينة الدراسة مع موقع الفيسبوك من خلال مجموعة من المؤشرات تتمثل في مجموعة التصورات التي يحملها المستخدمون عينة الدراسة على الموقع وطريقة تمثلهم له.

[1] Mogos Andrea Alina,op cit, p 16

أولا: مصادر تعرف المبحوثين على موقع الفيسبوك.

المصدر	المجموع	
	التكرار	النسبة المئوية
أصدقاء وزملاء	306	76.5
أفراد العائلة	28	7
وسائل الإعلام	64	16
مصادر أخرى	02	0.5
المجموع	400	100

جدول رقم 07 يبين مصادر تعرف المبحوثين على موقع الفيسبوك.



شكل رقم13 يوضح مصادر تعرف المبحوثين على موقع الفيسبوك.

يتضح من خلال الجدول أعلاه والذي يتناول مصادر تعرف المبحوثين على موقع الفيسبوك أن فئة الأصدقاء والزملاء تعد المصدر الأول لتعرف المبحوثين على الموقع حيث صرح 306 مبحوثين ما يمثل نسبة

76.5% أنهم تعرفوا على الموقع عن طريق زملائهم، فيما تعرف 64 مبحوثا ما يمثل نسبة 16 % على الموقع عن طريق وسائل الإعلام، و28 مبحوثا تعرفوا عليه عن طريق أفراد العائلة ما يمثل نسبة 7 %.

وتشكل مصادر السماع عن المبتكرات والتجديدات إحدى الأولويات البحثية لدى العديد من الباحثين من المدرسة الانتشارية، حيث أن عملية الانتشار لديهم تتطلب أربعة عناصر :أول هذه العناصر هو التجديد أو الابتكار، أما العنصر الثاني فهو مجرى الاتصال، فيما يتمثل العنصر الثالث في النسق الاجتماعي، أما العنصر الرابع فهو الزمن.إن مصدر المعلومات عن الشيء عادة ما يحدد بعضا من الصورة الذهنية والأحكام التي يضفيها المتلقي عنه، وبقدر ما يكون مصدر المعلومات دقيقا وعقلانيا في التعريف بالشيء الجديد بقدر ما يتمكن الشخص من أخذ صورة متوازنة عنه، وطبعا فإنه سيجربه ويتمهل ويحاول أن يتعرف عليه من نواحيه المختلفة ، قبل أن يتبناه نهائيا.[1]

وقد جاءت نتائج الإجابة عن هذا السؤال قريبة من النتائج التي توصلت إليها دراسة مؤيد نصيف جاسم السعدي عن **فلسفة التواصل في موقع الفيسبوك**[2] والتي أظهرت أن 73.3%من أفراد العينة قد تعرفوا على موقع الفيسبوك من خلال الأصدقاء، وهذا يدل على رغبة المستخدم في تعريف أصدقائه بموقع الفيسبوك ليتواصل معهم بسهولة، كما أن المستخدم للموقع يسعى إلى نقل أفكاره إلى الأصدقاء ويسعى إلى كسب علاقات صداقة جديدة أو الحفاظ على السابقة، إضافة إلى كون أغلب المبحوثين من الشباب من فئة الطلبة الذين يسعون إلى كسب أصدقاء مستخدمين أحدث الطرق.

[1] أحمد عبدلي، **الانترنت والتغير الثقافي لدى الشباب الجزائري**، مرجع سبق ذكره، ص 184.

[2] مؤيد نصيف جاسم السعدي، **فلسفة التواصل في موقع الفيسبوك**، مرجع سبق ذكره، ص 204.

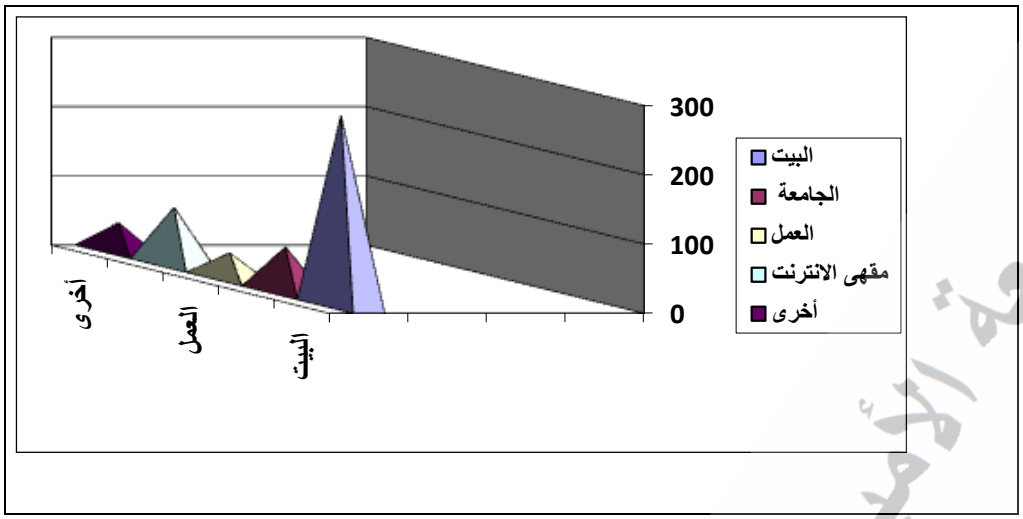
كما تحتل وسائل الإعلام مكانة معتبرة بنسبة 16 %، حيث وبعد أحداث ما يسمى بالربيع العربي في 2011 أضحت وسائل الإعلام التقليدية تخصص فضاءات وحصصا للحديث عن مواقع التواصل الاجتماعي واستخداماتها، بل وخصصت حصصا للمراسلين من رواد مواقع التواصل الاجتماعي واعتمدتهم كمصادر خبرية.

ثانيا: مكان تصفح موقع الفيسبوك لدى عينة الدراسة.

مكان التصفح	المجموع	
	التكرار	النسبة المئوية
البيت	276	54.54
الجامعة	66	13.04
العمل	38	7,5
مقهى الانترنت	84	16.60
أخرى / في كل الأماكن المتاحة	42	8.30
المجموع*[1]	506	100

جدول رقم 08 يبين مكان تصفح المبحوثين لموقع الفيسبوك.

[1] *مجموع التكرارات يتجاوز عدد أفراد العينة لاختيار أكثر من احتمال.



شكل رقم14 يوضح مكان تصفح المبحوثين لموقع الفيسبوك.

يتضح من خلال بيانات الجدول المتعلق بمكان تصفح عينة الدراسة لموقع الفيسبوك أن البيت هو المكان المفضل لدى غالبية أفراد العينة، إذ صرّح 267 مبحوثا أنهم يتصفحون الموقع في البيت ما يمثل نسبة 54.54 % تليها مقاهي الانترنت بنسبة 16.60% ثم الجامعة بنسبة 13.04 %، وفي كل الأماكن المتاحة 8.30 % ثم في أماكن العمل بنسبة 7,5 %. وما يلاحظ من خلال هذه البيانات أن البيت هو المكان المفضل لتصفح موقع الفيسبوك على اعتبار البيت يبقى دائما المكان الأمثل للتواصل والإبحار في تطبيقات الانترنت، خاصة مع تطور وارتفاع نسب توصيل الانترنت إلى البيوت الجزائرية.

وتتماشى نتائج هذا الجدول مع نتائج دراسة ياسين قرناني عن المراهقين وشبكات التواصل الاجتماعي[1] التي توصلت إلى أن المكان المفضل لاستخدام شبكة الانترنت هو البيت بنسبة 49.67 %.

أيضا نتائج دراسة مؤيد نصيف جاسم السعدي[2] التي توصلت إلى أن المنزل هو أفضل مكان يستخدم فيه المبحوثون موقع الفيسبوك، حيث احتل المنزل المرتبة الأولى بفارق كبير عن باقي الأماكن ويرجع ذلك إلى توافر البيئة

[1] ياسين قرناني، مرجع سبق ذكره، ص300.

[2] مؤيد نصيف جاسم السعدي، **فلسفة التواصل في موقع الفيسبوك**، مرجع سبق ذكره، ص207.

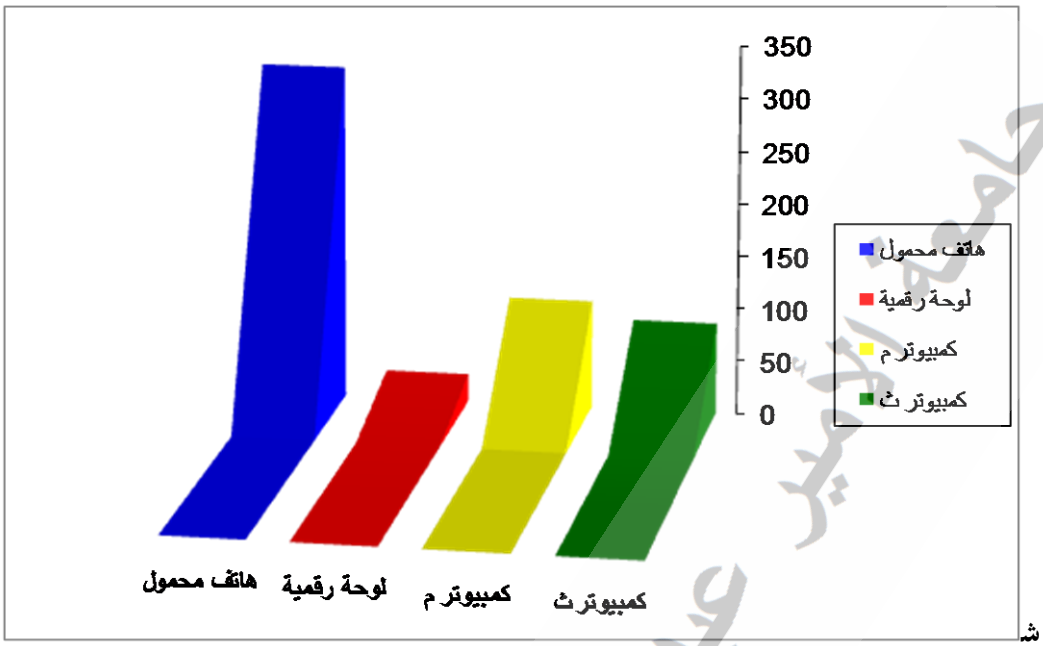
الآمنة للاتصال التي تتيح للمبحوث البقاء مدة طويلة مستخدما الموقع، والتي لا توفرها باقي الأماكن، كما ويدل على اشتراك أغلب المبحوثين بمنظومات البث ذات الدفع المسبق، والتي توفر اتصالا مناسبا يسمح للمبحوثين عند استخدامهم الموقع من تحميل الصور ومقاطع الفيديو والتعليقات، كما يوفر المنزل جانبا كبيرا من الخصوصية والحرية في السلوك، والنتائج تؤكد أن البدائل الأخرى لا تمثل بدائل جيدة للاستخدام المريح، كما أن عينة البحث أغلبها من الطلبة التي قد لا تجد الوقت الكافي للذهاب إلى الأماكن الأخرى لتصفح موقع الفيسبوك.

ثالثا: من أي جهاز يستخدم المبحوثون موقع الفيسبوك.

الجهاز المستخدم	المجموع	
	التكرار	النسبة المئوية
هاتف محمول	316	59.62
لوحة رقمية	26	4.90
كمبيوتر محمول	102	19.24
كمبيوتر ثابت	86	16.22
المجموع *[1]	530	100

جدول رقم 09 يبين الجهاز المستخدم من طرف المبحوثين في تصفح موقع الفيسبوك.

[1] * مجموع التكرارات يتجاوز عدد أفراد العينة لاختيار أكثر من احتمال.



شكل رقم15 يوضح نوع الجهاز المستخدم من طرف المبحوثين في تصفح موقع الفيسبوك.

يتناول الجدول أعلاه نوع الجهاز المستخدم من طرف المبحوثين في تصفح موقع الفيسبوك، ويتضح من خلال بياناته تعدد وتنوع الأجهزة المستخدمة من طرف المبحوثين في تصفح الموقع، ويحتل الصدارة جهاز الهاتف المحمول ب316 تكرارا وبنسبة 59.62%، يليه الكمبيوتر المحمول ب102 تكرارا وبنسبة 19.24% وبنسبة قريبة منه الكمبيوتر الثابت ب 86 تكرارا وبنسبة 16.22% فيما احتلت اللوحة الرقمية ذيل الترتيب ب26 تكرارا وبنسبة 4.90%.

وكما تم تناوله في الفصل النظري، فإن موقع الفيسبوك قد زادت نسب استخدامه، مثله مثل باقي الشبكات الاجتماعية الأخرى، بعد توفيره من خلال تطبيقات الهاتف النقال، حيث أصبح الولوج إليه أكثر سهولة وعملية، وبهذا يسجل الموقع حضورا دائما لدى الشخص، ومن خلال ميزات سهولة الاستخدام، وسرعة الاتصال، وتعدد لغات الاستعمال، والخدمات العديدة التي يوفرها مثل خدمة الملاحظات أضحى الموقع أهم شبكة اجتماعية يرتادها الشباب.

كما يمكن تفسير كون الهاتف المحمول هو الأداة المفضلة لتصفح الفيسبوك بالنظر إلى عينة الدراسة المتمثلة في الشباب وهي المرحلة العمرية التي تتسم بالانفتاح على التكنولوجيا والوعي بالاستقلالية الذي تعززه الممارسات الإعلامية والثقافية الجانحة أكثر نحو الفردانية مثل امتلاك الهاتف النقال الشخصي والكمبيوتر الشخصي واستخدام شبكة الانترنت وغيرها من الوسائل التي تسمح للشباب بالتعبير عن هويتهم والابتعاد تدريجيا عن مراقبة أولياء أمورهم. [1]

[1] نصر الدين العياضي، **الشباب في دولة الإمارات والانترنت: دراسة في التمثلات**، مرجع سبق ذكره، ص 85.

رابعا: تمثّلات أفراد العينة لموقع الفيسبوك.

العبارة / الرأي	موافق		محايد		معارض	
	ك	%	ك	%	ك	%
الفيسبوك وسيلة تواصل لا يمكن الاستغناء عنها	144	36	102	25.5	154	38.5
الفيسبوك أداة للتعبير عن الرأي بكل حرية	308	77	62	15.5	30	7.5
الفيسبوك وسيلة لإبراز الذات	116	29	110	27.5	174	43.5
الفيسبوك أداة لنسج علاقات اجتماعية جديدة	326	81.5	50	12.5	24	6
الفيسبوك مضيعة للوقت	136	34	154	38.5	110	27.5
الفيسبوك وسيلة للترفيه	308	77	70	17.5	22	5.5
الفيسبوك مصدر مهم للأخبار	310	77.5	54	13.5	36	9
الفيسبوك فضاء تفاعلي هام	274	68.5	90	22.5	36	9
أتاح لي الفيسبوك التعرف على شخصيات فاعلة	240	60	66	16.5	94	23.5
يهدد الموقع علاقاتي الاجتماعية	102	25.5	128	32	170	42.5
يسمح لي الموقع بالانضمام إلى جماعة أتقاسم معها اهتمامات مشتركة	284	71	60	15	56	14
الفيسبوك وسيلة للهروب من الواقع	130	32.5	90	22.5	180	45
متوسط شدة الاتجاه العام: 3.36			النتيجة: اتجاه إيجابي			

جدول رقم 10 يبين تمثل المبحوثين لموقع الفيسبوك.

تناولنا فيما سبق التمثلات وتعريفاتها وزواياها، وبيّنا أن التمثلات لها ثلاث أبعاد: بنيوية، اتجاهاتية ومعرفية structurelle, attitudinale et informationnelle، بصفتها وسيطا بين الصورة والاتجاه والإدراك والمعلومة حيث يتموقع مفهوم التمثل في إطار dans la sphere الاتجاهات والمعلومات والصور.[1]

وتكمن أهمية توظيف التمثلات في دراستنا عن أشكال التعبير عن الهوية عبر الفيسبوك كونها تعطي مؤشرات عن الصورة التي يحملها المبحوثون عن موقع الفيسبوك من حيث إيجابياته وسلبياته وماذا يمثل لهم، أي كيف ينظر الشباب لموقع الفيسبوك؟ فالخطابات حول الهوية الرقمية للشباب يمكن مقاربتها اعتبارها تمثلا / بناء لا يحيل إلى الواقع بقدر ما يحيل إلى تمثل ما لهذا الواقع، وبهذا يسمح توظيف الشبكة المفاهيمية لمقاربة التمثل بتخطي العلاقة الصرفة التي تربط الفرد المستخدم بالأداة التقنية، لتوسيع التحليل ليشمل المكانة التي تحتلها الممارسات الهوياتية والانترنتية في الحياة اليومية للفرد[2] ولسبر أغوار هذه العلاقة (علاقة المستخدم بالموقع من خلال تمثله له) أدرجت اثني عشر بندا- عبارة- تتراوح بين السلب والإيجاب، يحدد المبحوثون موقفهم منها من خلال مقياس رأي ثلاثي الأبعاد يتراوح بين الموافقة والمعارضة والحياد، وجدير بالذكر أن معظم هذه البنود مستوحى من الدراسات السابقة[3]

وفيما يلي قراءة لأرقام كل عبارة على حدة:

- يوافق 144 مبحوثا على أن الفيسبوك وسيلة تواصل لا يمكن الاستغناء عنها، ما يمثل نسبة 36% ويعارض ذلك 154 مبحوثا بنسبة 38.5 % فيما أجاب 102 منهم بالحياد ما يمثل نسبة 25.5%

[1] Mogos Andrea Alina, **réalités sociales médiatisées, représentations sociales des roumains dans la presse écrite française**, op cit, p16

[2] نصر الدين العياضي، **الشباب والانترنت في دولة الإمارات**، مرجع سبق ذكره، ص86.

[3] استوحيت البنود من دراسة أحمد عبدلي عن الانترنت والتغير الثقافي للشباب الجزائري وكذا من دراسة Jessica Lee Pugh, A qualitative study of the facebook social network, the desire of influence

وتعكس هذه الأرقام الحيز الذي أصبح يشغله موقع الفيسبوك في حياة المبحوثين باعتباره وسيلة تواصل لا يمكن الاستغناء عنها، ويمكن تفسير موافقة المبحوثين بعدم الاستغناء عنها إلى المميزات التفاعلية العديدة التي توفرها والخدمات التي تتميز بها عن باقي تطبيقات الانترنت، حيث أكد تقرير الإعلام الاجتماعي العربي أن 2 من كل 6 مستخدمين لمواقع التواصل الاجتماعي يرون أن هذه المواقع لعبت دورا في تسهيل اتصال الناس ببعضهم البعض، كما صرح 57 %من العينة التي شملهم التقرير أن امتلاك ملف شخصي على وسيلة أو أكثر من وسائل التواصل الاجتماعي أمر أكثر من ضروري هذه الأيام.[1]

- من جهة أخرى يرى 77 % من المبحوثين أن الفيسبوك وسيلة للتعبير عن الرأي والأفكار بكل حرية، ويعارض ذلك 7.5 %، بينما يلتزم 15.5 % الحياد، ويفسر ذلك بهامش الحرية الذي تمنحه مواقع التواصل الاجتماعي للفرد، حيث وبتعبير عبد الله الغذامي لأول مرة في تاريخ الثقافات يتمكن الإنسان المفرد من الامتلاك التام والمطلق لحريته في التعبير، ويقف وجها لوجه مع شاشة يحرك فيها أصابعه دون قيد أو شرط ولا رقيب، حتى الرقيب الذاتي تراجع وتعطل مفعوله، وما أن يخاف الفرد من اسمه الصريح وصورته الصريحة حتى يغيرهما باسم وهمي وصورة أو رسمة متخيلة وغيرها، فقد منحت مواقع التواصل الاجتماعي فضاءات حرة وحققت الفردانية بأدق تجلياتها، وكم ظل الإنسان يتوق لفردانيته المطلقة وحريته المطلقة، وكان يحلم بها شعرا وخيالا سرديا ويبحثها فلسفيا ولم يدركها الأفراد بصفتهم الفردية على مدى التاريخ كله، حتى جاءت مواقع التواصل الاجتماعي ومنحته من فضاءاتها ما يشاء من تحرك حر.[2]

وتتوافق أرقام هذه العبارة مع نتائج دراسة أحمد عبدلي التي صرح فيها 76% من المبحوثين على أن "الانترنت وسيلة للتعبير عن الرأي والأفكار بحرية "

[1] تقرير الإعلام الاجتماعي العربي 2015.

[2] عبد الله الغذامي، **ثقافة تويتر: حرية التعبير أو مسؤولية التعبير**، مرجع سبق ذكره، ص6.

- يعارض 43.5 % من المبحوثين كون الفيسبوك عبارة عن وسيلة لإبراز الذات، ويوافق على ذلك 29 %، بينما يلتزم 27.5 % الحياد. ويأتي السؤال عن كون الفيسبوك عبارة عن وسيلة لإبراز الذات في سياق الدراسات التي اعتبرت مواقع التواصل الاجتماعي، والفيسبوك بالأخص ورشات هوياتية أين يمتلك المستخدم أدوات عصرية لبناء هويته وتأكيد تمايزه،حيث منحته الفضاءات الافتراضية إمكانية التواصل ودفعت به لتبادل الحوارات والإطلاع على المضامين الجديدة مع أفراد آخرين يتقاسمون الاهتمامات نفسها، مع تمكينه من عدم الكشف عن هويته إذا رغب في ذلك، فسياقات الاتصال عبر مواقع التواصل الاجتماعي ليست كغيرها من أنواع الاتصال، فهي تمنح مستخدميها قابلية التحكم في هوياتهم وتغييرها وبلورتها وفق ما اتفق ووفق ما شاء المستخدم.

وتعتبر جيسيكا لي باغ أن الفيسبوك غيّر الوجه العام لبناء الهوية من خلال سماحه لمستخدميه عبر العالم بإعادة مفهمة صورهم عن ذواتهم بالانتقال من هويات مؤسسة مكانيا إلى أشكال هجينة ومرنة للهوية، فالخدمات التي يوفرها الفيسبوك من تدوين وألعاب ودردشة والانضمام إلى مجموعات معينة، وغيرها...، تعتبر تجارب افتراضية يطوّر من خلالها المستخدمون مفهومهم الذاتي وهوياتهم الملحقة.[1]

كما تعتبر دراسة أشلي جينين ولامز[2] Ashley Jennings Wollam أن التعبير عن الذات هو عملية قصدية يرمي المستخدم من خلالها إلى تقديم صورة حسنة عن نفسه بما يرغب أن يراه الآخرون. وتعرض الدراسة مقولة تراها أساس التواجد الرقمي كما نتصل نكون as we communicate, so shall we be، وتعني هذه المقولة تأثير طرق التواصل وحيثياته على هوية الإنسان وكيانه. فالشبكات الاجتماعية ومن خلال مميزاتها وخصائصها من تفاعلية وهامش حرية واسع أضحت منفذا لمن يملك إليها سبيلا لإبراز ذاته والتعبير عنها

[1] Jessica Lee Pugh, **A qualitative study of the facebook social network, the desire of influence, associate and construct a representative and ideal identity**, opcit,p138.
[2] Ashley Jennings Wollam, **facebook encouraging Authentic or Inauthentic Identity Construction**, op cit, p92.

سواء بالصورة أو الكلمة أو الاثنين معا، فتعاظمت ذوات البعض فيها بتزايد عدد المعجبين بما يقولون وما يفعلون، وبعدد الذين يتابعونهم عبر موقع شبكة تويتر ولا يهم إن تحايلوا على التكنولوجيا الحديثة ورفعوا عددهم أو اشتروهم لرفع مكانتهم في المجتمع ولتعزيز إعجاب الغير بذاتهم، وهذا ما حدا بالعديد من الباحثين إلى وصف مواقع الشبكات الاجتماعية بمملكة النرجسية.[1] كما اعتبرت الكثير من الدراسات أن كثرة استخدام الانترنت لدى الشباب يرتبط بالبحث عن الهوية للفت الانتباه أو تأكيد الذات.[2]

وبالعودة إلى أرقام الجدول يمكن تفسير النسبة التي عارضت كون الفيسبوك وسيلة لإبراز الذات بربطها بالمتغيرات السوسيو ديموغرافية لعينة الدراسة والتي يغلب عليها ذوو المستوى التعليمي المرتفع من الطلبة والموظفين، والفئة العمرية من 21 إلى 30 وهي فئة عمرية تتميز بالثبات النسبي والاستقرار الاجتماعي، أين يُنظَر للفيسبوك على أنه تطبيق من تطبيقات الانترنت وأداة تواصلية وليست أداة لبناء أو إبراز الذات.ويُذكر أن البيانات المصرح بها حول هذه العبارة تتعارض مع ما توصلت إليه دراسة بايوسف مسعودة عن الهوية الافتراضية الخصائص والأبعاد[3] والتي أكدت نتائجها أن الانضمام إلى المجتمعات الافتراضية يكون في الغالب بدافع الحوار وسعي الأفراد إلى إثبات الذات ونشر الأفكار، كما أشارت المجتمعات الافتراضية تعمل على إثبات هوية الأفراد وإظهار قدراتهم منها تقلدهم منصب في هذه المجتمعات وحصولهم على تقدير أو وسام اعترافا بجهودهم.

[1] نصر الدين العياضي، **بين النرجسية والأناوية**، مقال منشور في جريدة الخبر 9 نوفمبر 2014،

[2] عزي عبد الرحمان السعيد بومعيزة، **الإعلام والمجتمع: رؤية سوسيولوجية مع تطبيقات على المنطقة العربية والإسلامية**، مرجع سبق ذكره، ص269.

[3] بايوسف مسعودة، **الهوية الافتراضية: الخصائص والأبعاد**، دراسة منشورة في مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية لجامعة ورقلة، العدد الخاص بالملتقى الدولي الأول حول الهوية والمجالات الاجتماعية في ظل التحولات السوسيوثقافية في المجتمع الجزائري، أيام 29.28.27 فيفري 2011، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، الجزائر.

– يوافق 81.5 % من المبحوثين على أن الفيسبوك أداة لنسج علاقات اجتماعية جديدة، ويعارض ذلك 6%بينما يلتزم 12.5 % بالحياد، ويذكر أن التشبيك الاجتماعي يرتبط بإقامة علاقات، غالبا ما تكون مع الغرباء، وهو ما تتضمنه فعليا عملية الاتصال عبر الشبكات[1] أي أن الشاب المستخدم يروم من خلال صفحته في الفيسبوك تكوين علاقات جديدة في إطار العلاقات الافتراضية في المجتمعات الافتراضية والتي تتميز بسهولة بناء علاقات شخصية وبسهولة التعبير عن الذات، وبالثقة لإفضاء الأسرار، وبالشعور بالقرب من الآخرين، وبالراحة عند التواصل، وبسهولة التعبير عن المشاعر والأحاسيس، وبسهولة التواصل مع الآخرين، وبالتقبل عند الآخرين، وبتشكيل الذات وبالشعور بالمودة والألفة مع المستخدمين الآخرين. خاصة وأن عينة الدراسة يغلب عليها الشباب ومعروف أن في هذه الفترة العمرية يتوق الفرد لبناء صداقات جديدة على اعتبار هذه الفترة فترة انفتاح وتوسيع لشبكة العلاقات الاجتماعية.

لكن بناء علاقات جديدة لا يمثل الممارسة الوحيدة لمثل هذه المواقع، فمصطلح الشبكات يعبر أكثر عن الممارسات التي تتضمنها هذه المواقع، وهي لا تتمثل في بناء علاقات اجتماعية جديدة مع الغرباء فحسب، بقدر ما تتيح للناس إمكانية إدارة علاقاتهم الاجتماعية الواقعية وإبرازها، كما تبين ذلك الكثير من الدراسات والتي أكدت أن الأشخاص يتواصلون في هذه المواقع مع الذين يعرفونهم أكثر مما ينخرطون في عمليات بناء علاقات جديدة.[2]

– أما عن كون الفيسبوك مضيعة للوقت، فقد أجاب 34 % من أفراد العينة بأنهم يوافقون على ذلك، بينما أجاب 27.5 بأنهم يعارضون هذه العبارة، والتزم 38.5 بالحياد، ويمكن تفسير ذلك بطبيعة عينة الدراسة من الطلبة والتي يفترض أن يكون وقتها مخصصا للدراسة والمطالعة والأنشطة المرتبطة بالجانب التعليمي والتثقيفي، وبذلك فهم يعتبرون الفيسبوك، وباعتباره أداة ترفيهية بالأساس، مضيعة للوقت.

[1] danah m. boyd nicole b. ellison ,**Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship,** op cit, p211
[2]Ibid, p211 .

- وتماشيا مع النتائج المحصل عليها حول العبارة السابقة يتمثل 77%من مفردات العينة شبكة الفيسبوك على أنها وسيلة للترفيه بالأساس، فيما عارض ذلك 5.5%والتزم 17,5 الحياد، ويعتبر الترفيه في عرف نظرية الاستخدامات والإشباعات وظيفة من الوظائف التي من المفترض أن تضطلع بها شبكة الانترنت وتطبيقاتها إلى جانب الوظائف الأخرى مثل الاتصال وإنشاء علاقات والإعلام والتثقيف والترفيه والتسلية، وتمثل المبحوثين للموقع على أنه وسيلة ترفيهية بالأساس يتحكم في طريقة ومدى استخدامه والولوج إلى تطبيقاته.

وحسب التقارير العربية للتنمية الثقافية فإن المتلقي العربي يم يستفد بشكل فاعل من الفضاءات الالكترونية في مجال التوعية السياسية والديمقراطية، إذ تشير الإحصائيات الحديثة المتعلقة بدوافع استخدام الفرد العربي للانترنت أن دافع الترفيه والتسلية يأتي في المرتبة الأولى بنسبة 46 %، فيما يسجل دافع التماس المعلومات نسبة 26 % فقط[1]

- أجاب 77.5 %من المبحوثين أنهم يوافقون على أن الفيسبوك مصدر مهم للأخبار، وعارض ذلك 9% فيما التزم 13.5 بالحياد، وتعكس هذه النسبة اعتماد المبحوثين عينة الدراسة على الفيسبوك كمصدر خبري، بفعل سرعته في نقل الأخبار حيث أثبت تقرير الإعلام الاجتماعي العربي أن 67 % من مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي حريصون على متابعة آخر الأخبار على مواقع التواصل الاجتماعي[2] وهذا ما يوحي بهيمنة الفيسبوك ومواقع التواصل الاجتماعي على الساحة الإعلامية نظرا لطبيعتها الآنية والفورية في نقل الخبر من مكان الحدث مع الإمكانيات التفاعلية التي تسمح بها، وقد ساعدت الحرية التي يكفلها الموقع والخصوصية المتوافرة فيه إلى كسب عدد كبير من المستخدمين الذين يحاولون نشر ما يملكون من محتوى لا يمكن نشره في وسائل الإعلام الأخرى وهذه

[1] ساعد هماش، **الشبكات الاجتماعية وآثارها على الفرد والمجتمع**، مجلة الدراسات الإعلامية القيمية العاصرة، دار الورسم للنشر والتوزيع، الجزائر العدد 2 المجلد 1، 2012، ، ص74

[2] **تقرير الإعلام الاجتماعي العربي** 2015

المعلومات لعدم توافر بعضها أو بسبب الضوابط التي تحول دون نشرها تجعل من الموقع نافذة للمستخدم يطل من خلالها على العالم وهو بذلك مفضل لاحتوائه على أخبار جديدة وهذه وظيفة من بين الوظائف التي يضطلع بها الموقع وهي وظيفة الأخبار ونشر المعلومات.

- أجاب 68.5 %على أنهم يوافقون على أن الفيسبوك فضاء تفاعلي هام، فيما عارض 9% العبارة والتزم 22.5 الحياد وتؤكد هذه البيانات طريقة تمثل المبحوثين للموقع على أنه بالأساس موقع تفاعلي، حيث تعتبر التفاعلية أهم ميزة من ميزات الشبكات الاجتماعية فقد ساعدت هذه الأخيرة على الانتقال من كون المستخدمين مستهلكين سلبيين للمعلومات (عن طريق الاستعلام أو التصفح) لتصبح المشاركة نشطة في إنشاء البيانات والمعارف الفنية، إذ يمكن للمستخدمين التفاعل مع بعضهم البعض في نظام المعلومات الاجتماعية، فبعض المستخدمين ينتجون المحتوى الاتصالي والبعض الآخر يشارك بفعالية في إنشاء ودعم المحتوى الاتصالي بالمستندات أو وضع العلامات[1]

- وافق 60 %من أفراد العينة على عبارة أتاح لي الفيسبوك الفرصة للتعرف على الكثير من الشخصيات، فيما عارضها 23.5% والتزم 16.5 الحياد، وتتماشى هذه العبارة مع العبارة السابقة التي تعتبر أن الفيسبوك وسيلة لنسج علاقات اجتماعية جديدة، فالغرض الأساسي من الفيسبوك هو التواصل والتعرف على شخصيات جديدة لتمتين وتقوية الرأسمال الاجتماعي للمستخدم، حيث يعتبر الفيسبوك والعلاقات الافتراضية القائمة عبره شكلا من أشكال الرأسمال الاجتماعي على اعتبار أنه لا يوفر للشباب فرص امتلاك الكفاءة التقنية فحسب، بل يساعدهم في تطوير كفاءاتهم الاجتماعية التي تؤهلهم للحياة المستقبلية. فالفيسبوك هو مجال لتراكم الرأسمال الاجتماعي الذي هو مجمل الموارد الحالية والمحتملة المرتبطة بامتلاك شبكة دائمة من العلاقات التي اتخذت

[1] مؤيد نصيف جاسم السعدي،**فلسفة التواصل في موقع الفيسبوك**، مرجع سبق ذكره، ص146.

بهذا القدر أو ذاك طابعا مؤسساتيا، وتتم ما بين المعارف ومعارف المعارف. فالرأسمال الاجتماعي في الشبكة الالكترونية يتشكل من قائمة الأصدقاء والمعارف وأصدقاء المعارف.[1]

- أما فيما يخص عبارة: يهدد موقع الفيسبوك علاقاتي الاجتماعية الواقعية، فقد عارض هذه العبارة 42.5 % ووافق عليها 25.5 فيما التزم 32 % الحياد، وتأتي هذه النسب لتفند الإدعاءات المتعددة التي ربطت استخدام الفيسبوك بتقليص التفاعل الاجتماعي وتهديد العلاقات الاجتماعية، حيث أنه، ورغم الخصائص التواصلية والتفاعلية المتعددة التي يسمح بها الموقع، إلا أنه ليس بديلا ولا يشكل تهديدا للعلاقات الاجتماعية الواقعية للمبحوثين عينة الدراسة، وقد يرجع ذلك إلى أن العينة محل الدراسة تستخدم الفيسبوك بشكل متوسط عقلاني لا يدخل في خانة الإدمان على الوسيلة، هذا من جهة، ومن جهة أخرى طبيعة العينة والتي يغلب عليها الطلبة الشباب وهي شريحة تعد من أكثر الشرائح الاجتماعية انفتاحا على العلاقات الاجتماعية.

- وافق 71%من أفراد العينة على عبارة يسمح لي الفيسبوك بالانتماء على جماعة أتقاسم معها اهتمامات مشتركة، وعارض العبارة 14 % بينما التزم 15%الحياد، وتتماشى الإجابات عن هذه العبارة مع نتائج دراسة بايوسف مسعودة عن **الهوية الافتراضية الخصائص والأبعاد** والتي توصلت إلى أن مستخدمي الانترنت يفضلون الانضمام إلى أكثر من مجتمع افتراضي، وتتعدد دوافعهم لذلك من حوار وتبادل للآراء إلى إثبات للذات ونشر الأفكار، كما أن الانضمام إلى هذه المجتمعات الافتراضية تحكمه الرغبة ووجود الراحة والتقبل والانسجام مع قيم الفرد وأفكاره.

[1] نصر الدين العياضي، **الشباب في دولة الإمارات والشبكات الاجتماعية الافتراضية مقاربة للتمثلات والاستخدامات** ، مرجع سبق ذكره، ص86

- عارض 45%من أفراد العينة عبارة الفيسبوك وسيلة للهروب من الواقع ووافق عليها 32.5 % بينما التزم 22.5 الحياد.

ويعتبر مفهوم الهروبية من المفاهيم الخاصة بمقترب الاستخدامات والإشباعات والتي تفترض أن أدوار الحياة اليومية في المجتمع العصري تحدث توترات ودوافع ناتجة عن الاغتراب أو الشعور بالحرمان التي تقود إلى التعرض العالي لوسائل الإعلام بسياقها المميز ومحتواها المميز الذي، ومن خلال عمليات نفسية كالتماهي يستطيع الفرد أن يتحصل على إشباع تعويضي يتمثل في التملص من إرهاقات الواقع وانشغالاته[1]، ويفكك مفهوم الهروبية إلى ثلاث عناصر:الهروب من مشتقات الروتين اليومي. الهروب من أعباء الحياة. والتنفيس العاطفي.

ويمكن تفسير كون 45 % من أفراد العينة يعارضون كون الفيسبوك وسيلة للهروب من الواقع كون الفئة المبحوثة تتسم بنوع من الاستقرار النسبي والنضج من حيث السن والمستوى التعليمي ما يجعلها تتمثل الفيسبوك وسيلة تواصلية أكثر منه وسيلة هروب من الواقع، حيث تبين من خلال الإجابات على معظم العبارات أن الفئة المبحوثة تتسم بالعقلانية والإيجابية إزاء موقع الفيسبوك.

بعد تحليل وتفسير النتائج الواردة في الفصل السابق المتعلقة بالبيانات الشخصية وتمثلات موقع الفيسبوك لدى أفراد العينة تبين لنا أن أغلب أفراد العينة من الذكور، وتمثل الفئة العمرية 21 25 سنة الفئة الغالبة، تليها فئة من 26 إلى 31، كما أن معظم أفراد العينة ذوو مستوى علمي مرتفع حيث تبلغ نسبة الطلبة 53 %.

وفيما يخص مصادر السماع عن الموقع فتشكل فئة الأصدقاء والزملاء المصدر الأول، كما يشكل الهاتف المحمول الأداة الأكثر استعمالا في تصفح الموقع لدى المبحوثين، ويبقى المكان الأفضل للتصفح هو المنزل.

[1] عزي عبد الرحمان وبومعيزة السعيد، **الإعلام والمجتمع**، مرجع سبق ذكره، ص66.

أما فيما يخص تمثلات أفراد العينة حول موقع الفيسبوك، فقد تبين أنها إيجابية في معظمها، حيث بعد حساب متوسط اتجاه كل عبارة على حدة، تم جمع المتوسطات وقسمتها على عدد العبارات فكانت النتيجة 3.36 وهي تعكس أن اتجاه أفراد العينة إيجابي حيال موقع الفيسبوك واستخداماته.

جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية

الفصل السادس.

عرض وتحليل نتائج

- **محور عادات وأنماط استخدام الفيسبوك.**

جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية

المحور الثالث: عادات وأنماط استخدام الفيسبوك لدى أفراد عينة الدراسة.

يعتبر مدخل العادات والأنماط من المداخل الهامة في تفسير السلوك الاتصالي في سياقاته الاجتماعية والزمنية، ففي علوم الإعلام والاتصال تُعرّف العادات على أنها سلوك إنساني وظاهرة فردية لها ضوابطها، تتكون من التعلم وتكرار الاستجابات وتتكرر في مواقف متشابهة، وهناك عادات اجتماعية وأخرى جماعية تنشأ في المناسبات الخاصة كازدياد الأطفال وحالات الزواج[1]

بمعنى أن عادات التعرض إلى وسائل الإعلام، على اختلافها، هي سلوك يسلكه المتلقي إزاء وسائل الإعلام، وهي سلوك تحكمه معايير ومتغيرات متعددة، ترتبط بالأوقات والأحجام الزمنية التي يقضيها الفرد في تعرضه للوسيلة، أي الوقوف على الحجم الزمني ومتوسط الاستخدام، والفترات المفضلة مع إبراز الكيفية التي يتم بها والظروف التي تتبع ذلك.

وكذا النمط في عرف علم الاجتماع وعلوم الإعلام والاتصال هو جزء من السلوك التفاعلي الذي يتكرر بشكل غالب، فهو مجموعة متناسقة من السلوكيات التفاعلية التي يقوم بها الشخص، والتي تربط بين الأشخاص وتُوجد بينهم تأثُّرا واعتمادا متبادلا[2]. وبالتالي فإن أنماط الاستخدام تعني أساليب وطرق استخدام الشباب لموقع الفيسبوك من حيث سنوات الاستخدام، الفترة الزمنية المخصصة للاستخدام، مدى انتظامه، وكذا الفترات الزمنية المخصصة لذلك.

[1] خضير شعبان، **مصطلحات في الإعلام و الاتصال**، دار اللسان العربي، الجزائر،2001،ص184.

[2] وردة بوجلال،**الجمهور القسنطيني و برامج قناة إقرأ الفضائية، دراسة في العادات و الأنماط و الاتجاهات**، مذكرة ماجستير غير منشورة جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية،كلية أصول الدين، 2002-2003، ص44

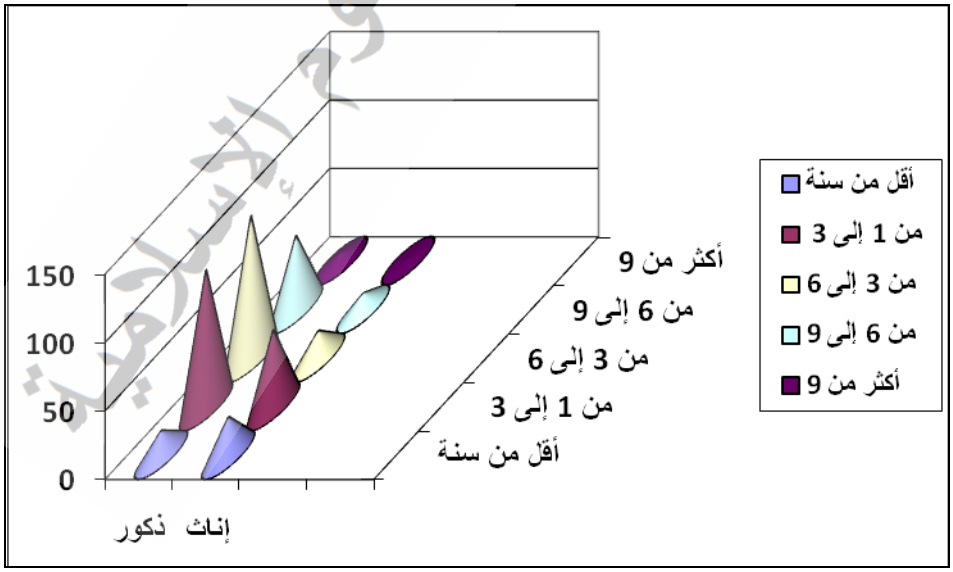
أولا: سنوات استخدام موقع الفيسبوك لدى أفراد العينة حسب متغير النوع.

النوع / سنوات الاستخدام	الذكور		الإناث		المجموع	
	ت	%	ت	%	ت	%
أقل من سنة	18	6.38	28	23.72	46	11.5
من سنة إلى ثلاث سنوات	100	35.46	56	47.45	156	39
من ثلاث إلى ست سنوات	104	36.87	20	16.94	124	31
من ستة إلى تسع سنوات	54	19.14	12	10.16	66	16.5
أكثر من تسع سنوات	06	2.12	02	1.69	08	2
المجموع	282	100	118	100	400	100

$كا^2$ المحسوبة 3.19 درجة الحرية 4 $كا^2$ الجدولية 9.49 مستوى الدلالة 0.05

النتيجة: لا توجد فروق دالة إحصائيا بين النوع وسنوات الاستخدام.

جدول رقم 11 يبين سنوات استخدام المبحوثين لموقع الفيسبوك حسب متغير النوع.



شكل رقم16 يبين سنوات استخدام موقع الفيسبوك حسب جنس المبحوثين

يتناول الجدول أعلاه سنوات استخدام موقع الفيسبوك لدى أفراد العينة حسب متغير النوع، إذ تلعب خبرة الاستخدام دورا مهما في تشكيل مهارات الاستخدام والخبرات الاتصالية والاجتماعية للمستخدم، حيث يمثل المدى الزمني لاستخدام تقنية ما مؤشرا حاسما في تمثل هذه التقنية واستعمالها ومن ثم تملكها وإدماجها نسيج الأنشطة الاجتماعية.

ويتبين من خلال بيانات الجدول أعلاه أن 156مبحوثا ما يمثل نسبة 39%يستخدمون الفيسبوك من سنة إلى ثلاث سنوات، و124 مبحوثا بنسبة 31%يستخدمونه من ثلاث إلى ست سنوات، تليها فئة من ستة إلى تسع سنوات بنسبة 16.5 %، وأقل من سنة بنسبة 11.5%، فيما صرح 8 مبحوثين فقط أنهم يستخدمون الفيسبوك منذ أكثر من تسع سنوات. ومن خلال هذه المؤشرات يتبين أن متوسط عدد سنوات استخدام الفيسبوك هو من سنة إلى ستة سنوات، ويعد هذا المتوسط طبيعيا بالنظر إلى طبيعة وسن العينة، كما يمكن تفسيره بربطه بالرواج الكبير الذي عرفته مواقع التواصل الاجتماعي والفيسبوك بالأخص بعد ثروات الربيع العربي في 2011 أي منذ خمسة سنوات.

كما تعطي هذه النسبة مؤشرات ودلائل على أن أغلب أفراد العينة قد تعدوا مرحلة الانبهار بتقنية الفيسبوك أو الاستعمال السطحي لها، وأضحت، بمتوسط زمني معتبر، ممارسة يومية اعتيادية دخلت وأدمجت في النشاطات اليومية للمبحوثين.

وبمقارنة نتائج هذا الجدول مع بعض الدراسات السابقة يتبين أنها تتقارب مع نتائج دراستي قرناني يسين عن الشباب الثانوي والشبكات الاجتماعية وكذا دراسة أحمد عبدلي عن الانترنت والتغير الثقافي لدى الشباب الجزائري، إذا توصلت دراسة قرناني أن 47.31%من أفراد العينة يستخدمون الفيسبوك أكثر من ثلاث سنوات،

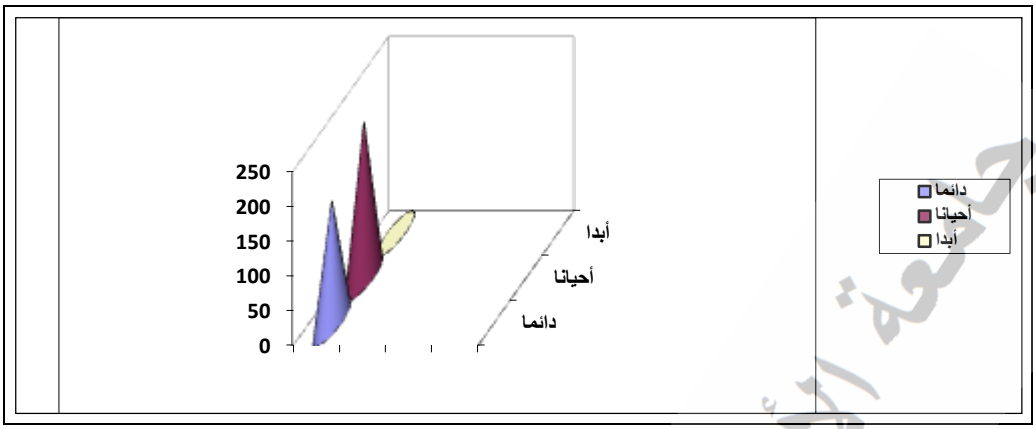
كما توصلت دراسة عبدلي إلى أن متوسط استخدام العينة للانترنت هو ثلاث سنوات، وأن الذين يستخدمون شبكة الانترنت منذ مدة تتراوح بين السنة والثلاث سنوات فيمثلون 31.00% من العينة.

وبتطبيق اختبار كا^2 على بيانات الجدول أعلاه، نجد أن قيمة كا^2 تساوي 3.19 وهي أقل من قيمة كا^2 الجدولية 9.49 تحت أربع درجات حرية عند مستوى الدلالة 0.05 وبالتالي نستنتج عدم وجود فروق دالة إحصائيا بين الجنس وسنوات استخدام موقع الفيسبوك.

ثانيا: دورية تصفح موقع الفيسبوك لدى أفراد العينة.

نمط التصفح بشكل يومي	المجموع	
	التكرار	%
دائما	176	44
أحيانا	224	56
أبدا	00	00
المجموع	400	100

جدول رقم 12 يبين نمط تصفح المبحوثين لموقع الفيسبوك .



شكل رقم17 يبين نمط تصفح المبحوثين لموقع الفيسبوك

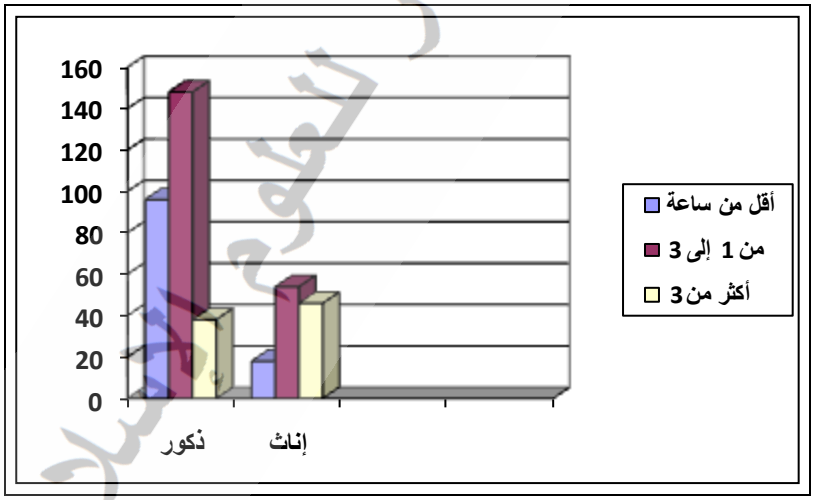
يتبين من خلال الجدول والشكل أعلاه والذي يتناول دورية تصفح موقع الفيسبوك بشكل يومي لدى عينة الدراسة، أن 224 مبحوثا يتصفحونه أحيانا، ما يمثل نسبة 56%، فيما يتصفحه دائما 176 مبحوثا بنسبة 44%. ويلاحظ أن النسب متقاربة، وقد يرجع ذلك إلى سهولة الولوج إلى الموقع، إذ أن أغلب أفراد العينة يستخدمون الهاتف المحمول لتصفح الموقع، وبالتالي تعتبر عملية سهلة وميسورة متى أراد المستخدم ذلك. كما تشير إحصائيات موقع socialbakers.com المتخصص في إحصائيات الإعلام الاجتماعي وإحصائيات استخدام الشبكات الاجتماعية مثل الفيسبوك وتويتر ولينكد إن وغيرها أن مستخدمي موقع الفيسبوك بلغ 1180 مليار مستخدم نشط، يدخل 50 % منهم إلى الموقع بشكل يومي[1] وتعتبر هذه النسب متوسطة إذا ما قورنت بدراسات أخرى مثل دراسة قرناني يسين التي توصلت إلى أن 84 %يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي بصفة أحيانا فيما يستخدم 35% المواقع بصفة دائما.

[1] https://www.socialbakers.com/statistics/facebook/ تاريخ الولوج 25 مارس 2017

ثالثا: متوسط استخدام الفيسبوك لدى أفراد العينة حسب متغير النوع.

النوع / عدد الساعات	الذكور		الإناث		المجموع	
	ت	%	ت	%	ت	%
أقل من ساعة	96	34.04	18	15.25	114	28.5
من ساعة إلى ثلاث ساعات	148	52.48	54	45.76	202	50.5
أكثر من ثلاث ساعات	38	13.47	46	38.98	84	21
المجموع	282	100	118	100	400	100
$كا^2$ المحسوبة 3.62 درجة الحرية 2 $كا^2$ الجدولية 5.99 مستوى الدلالة 0.05						
النتيجة: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في متوسط استخدام الفيسبوك حسب متغير النوع						

جدول رقم 13 يبين متوسط استخدام المبحوثين لموقع الفيسبوك حسب متغير النوع.



شكل رقم 18 يبين متوسط استخدام المبحوثين لموقع الفيسبوك حسب متغير النوع.

يعتبر الزمن الذي يقضيه المستخدم في تصفحه لموقع الفيسبوك مؤشرا هاما على علاقته بالموقع وتمثله له، ويطلق على هذا الزمن بالزمن الإعلامي، وهو الزمن الذي يستغرقه الفرد في تعاطيه للمواد الإعلامية على اختلاف محاملها (تلفزيون، إذاعة، انترنت) أو هو الزمن المرتبط بوتيرة ومضمون محتويات وسائل الاتصال.

ويعتبر عزي عبد الرحمان أن الزمن الإعلامي طرف أساسي في تطور أو تشكل الزمن الاجتماعي، فالزمن الإعلامي زمن رمزي وليس حقيقيا أي يعيشه الإنسان بصفة رمزية كمشاهدة التلفزيون مثلا، ويبدو للوهلة الأولى أن تكون العلاقة بين الزمنين الاجتماعي والإعلامي جدلية، أي أن الاجتماعي ينعكس جزئيا في الإعلامي وهذا الأخير يؤثر بدوره في الاجتماعي، أما الحاصل فإن الزمن الإعلامي بحكم نفوذه وامتداده إلى جل شرائح المجتمع كالإذاعة والتلفزيون والانترنت واستغراق الفرد المعاصر وانهماكه مدة طويلة نسبيا في التعامل مع هذه الوسائل فإنه أصبح موجه الزمن الاجتماعي. فغلبة الزمن الإعلامي وسيادته يعود إلى السيطرة البنيوية على الأفراد والجماعات وذلك ما يظهر في حجم الساعات التي يقضيها الفرد مع الشاشة والحاسب، وبمعنى آخر فقد تقلص زمن العلاقات الاجتماعية تقنيا وعمليا مع ظهور أي وسيلة إعلامية جديدة، حيث ساهمت الانترنت في استهلاك ما تبقى من الزمن الاجتماعي المعايش بحجة أن هذا الاتصال تفاعلي يعوض جزءا من الزمن الاجتماعي المفقود في الوسائل الإعلامية الأخرى[1]

ويظهر من خلال بيانات الجدول أعلاه أن الفيسبوك احتل مكانة مهمة في الزمن الاجتماعي للأفراد، حيث أجاب 202 مبحوثا أنهم يقضون من ساعة إلى ثلاث ساعات في تصفح الموقع، ما يمثل نسبة 50.5%، في حين صرح 11 مبحوثا أنهم يقضون أقل من ساعة في تصفح الموقع وهم يمثلون نسبة 28.5%، وأجاب 84 مبحوثا أنهم يقضون أكثر من ثلاث ساعات في تصفح الموقع وهم يمثلون نسبة 21 %، ويتضح من خلال هذه الأرقام أن المستخدم يستغرق وقتا معتبرا لتصفح موقع الفيسبوك كما أشار الدكتور عزي عبد الرحمان في كون

[1] عبد الرحمان عزي، **الإعلام وتفكك البنيات القيمية في المنطقة العربية: قراءة معرفية في الرواسب الثقافية**، الدار المتوسطية للنشر، تونس، الطبعة الأولى، 2009، ص28.

الانترنت ساهمت في استهلاك ما تبقى من الزمن الاجتماعي المعايش بحجة أن هذا الاتصال تفاعلي يعوض جزءا من الزمن الاجتماعي المفقود في الوسائل الإعلامية الأخرى.

لكن ورغم أن الفيسبوك احتل مكانة معتبرة في حيز الزمن الاجتماعي لعينة الدراسة إلا أنه لم يصل بهم إلى درجة الإدمان، حيث يعتبر معدل الاستخدام متوسطا على اعتبار أن الدراسات الإعلامية، تبعا للإنماء الثقافي، درجت على اعتبار ست ساعات كثافة في التعاطي مع الوسيلة متوسطة وعادية، وربطت الإدمان بثماني ساعات فما فوق. وبالتالي فإن معدل ثلاث ساعات فأكثر معدل متوسط.[1]

وتتوافق نتائج هذا الجدول مع النتائج التي توصل إليها تقرير الإعلام الاجتماعي العربي لسنة 2015 والتي أظهرت أن 35%من المستخدمين يقضون بين نصف ساعة إلى ثلاث ساعات في تصفح المواقع الاجتماعية.

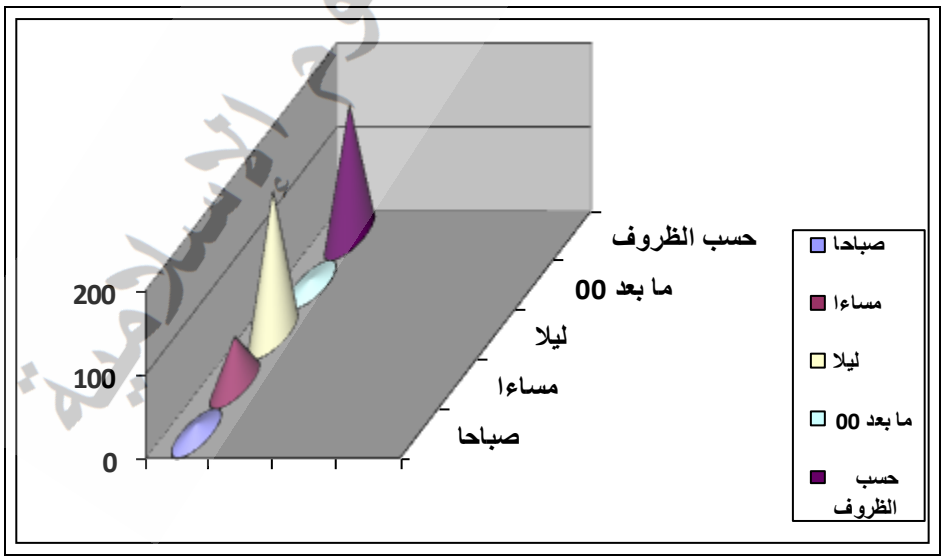
وبتفحص هذه الأحجام الزمنية بين الجنسين بحساب كا مربع لحساب دلالات الفروق تبين أنه لا توجد فروق دالة إحصائيا بين الجنسين في متوسط استخدام الفيسبوك، حيث بلغت نسبة كا^2 المحسوبة 3.62 تحت درجة الحرية 2 وهي أقل من كا^2 الجدولية 5.99 عند مستوى الدلالة 0.05

[1] منال كبور، **مدمنو الفيسبوك: شيء من طغيان الذات الافتراضية وكثير من الاغتراب عن الواقع**؛ دراسة ميدانية على عينة من الشباب الجزائري، بمجلة الآداب والعلوم الإنسانية، الجزائر: جامعة باتنة 1، ع 8، جوان 2012، ص12.

رابعا: الفترة المفضلة لاستخدام الفيسبوك لدى أفراد العينة.

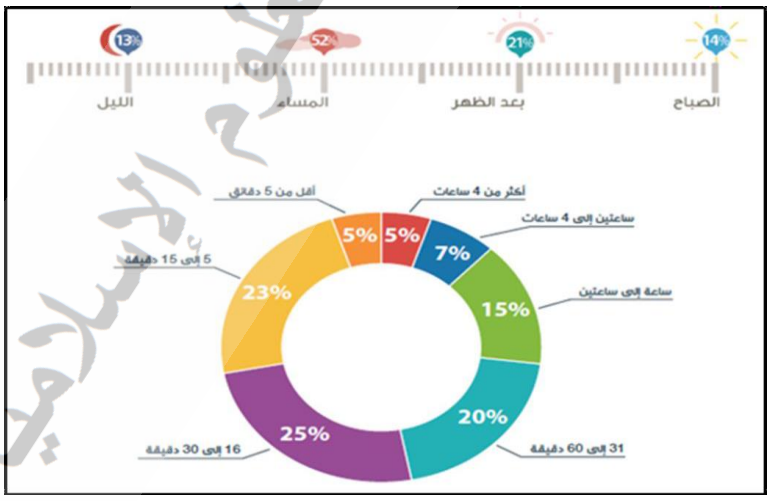
الفترة المفضلة	المجموع	
	التكرار	%
صباحا	12	3
مساءا	56	14
ليلا	170	42.5
ما بعد منتصف الليل	08	2
حسب الظروف	154	38.5
المجموع	400	100

جدول رقم 14 يبين الفترات المفضلة لدى المبحوثين لاستخدام موقع الفيسبوك.



شكل رقم 19 يبين الفترات المفضلة لدى المبحوثين لاستخدام موقع الفيسبوك..

يتبين من خلال الجدول أعلاه أن 170 مبحوثا ما يمثل 42.5%يفضلون تصفح الموقع ليلا، بينما صرح 154 مبحوثا ما يمثل نسبة 38.5 % أنهم يستخدمون الموقع حسب الظروف، تليها نسبة من يتصفحون الموقع مساءا وهم 56 مبحوثا ما يمثل نسبة 14%، فيم لم تتعد نسبة من يستخدمون الموقع صباحا وما بعد منصف الليل 3 و2 % على التوالي. على اعتبار أن أغلب أفرادها من الطلبة والعاملين الذين لديهم انشغالات طول النهار، فتبقى الفترة الليلية هي أفضل الفترات لتصفح الفيسبوك، كما تتماشى بيانات هذا الجدول مع بيانات الجدول رقم 8 أين صرح المبحوثون أن أفضل مكان لتصفح الموقع هو البيت وقت التفرغ من الانشغالات اليومية. وتتماشى نتائج هذا الجدول مع نتائج دراسة نوال بركات [1] والتي أكدت أن 64.3% أجابوا أن الوقت الذي يفضلون فيه استخدام مواقع التواصل الاجتماعي هو حسب الظروف، فيما صرح 25.2% أنهم يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي ليلا. كما تتوافق بيانات الجدول مع النتائج التي توصل إليها تقرير الإعلام الاجتماعي العربي التي أظهرت أن نصف مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي 52% ينشطون أثناء الفترة المسائية.



شكل رقم 20 يوضح الفترات التي ينشط فيها مستخدمو الشبكات الاجتماعية.[2]

[1] نوال بركات، انعكاسات **مواقع التواصل الاجتماعي على أنماط الاتصال الأسري**، مرجع سبق ذكره، ص329.

[2] المصدر تقرير الإعلام الاجتماعي العربي 2015.

خامسا: علاقة المستخدمين بالفيسبوك عبر الزمن

الرأي	موافق		محايد		معارض	
العبارة	ت	%	ت	%	ت	%
أتعامل معه كأي تطبيق من تطبيقات الانترنت.	276	69	70	17,5	54	13.5
صرت أكثر تعلقا به مع الزمن.	202	50,5	86	21.5	112	28
أصبح جزءا هاما من انشغالاتي	142	35.5	102	25.5	156	39
فكرت كثيرا في التخلي عنه مع مرور الوقت	150	37.5	110	27.5	140	35
حاولت حذف حسابي والتخلي عنه مرارا لكن لم أستطع	110	27.5	86	21.5	204	51
متوسط شدة الاتجاه العام 2.14			النتيجة: اتجاه سلبي			

جدول رقم 15 يبين علاقة المبحوثين بموقع الفيسبوك.

تعتبر علاقة الفرد بالتقنية مؤشرا هاما للتغيرات التي يمكن أن تحدثها في علاقته بذاته أولا وبالآخرين أيضا، وهذه العلاقة تتحكم فيها متغيرات عدة من أهمها عامل الزمن، فمن منظور الاستخدام يعتبر الزمن عاملا حاسما في علاقة الفرد بتقنية ما قبولا وتبنيا وتملكا أو رفضا. فطبيعة الارتباط بالوسيلة في حد ذاته، كحالة لازمة أو مرحلية، يعطي مؤشرات عن مدى تمسك الفرد بالوسيلة ومن ثم استقصاء طبيعة استخدامه لها، تمثله لها، وتقييمه لعلاقته بها.

من هذا المنطلق كان السؤال حول علاقة المبحوثين بموقع الفيسبوك، وهو سؤال مستوحى من دراسة جيسيكا لي ياغ Jessica Lee Pugh[1] التي ترى أن علاقة المبحوثين بالموقع عبر الزمن تعطي مؤشرات هامة عن

[1] Jessica Lee Pugh, **A qualitative study of the facebook social network, the desire of influence, associate and construct a representative and ideal identity**, op cit, p89.

علاقتهم به ويمكن أن تعطي دلالات عن التجربة الذاتية للفرد مع الموقع وكيف تتحدد علاقته به عبر زمن الاستخدام.

وفي محاولة لمعرفة علاقة المبحوثين بالموقع تم بناء مقياس رأي ثلاثي الدرجات لقياس هذه العلاقة وقد كشفت النتائج المتعلقة بكل بند ما يلي:

يوافق 69% من المبحوثين على أن الفيسبوك هو تطبيق كأي تطبيق من تطبيقات الانترنت، ويعارض ذلك 13.5 %، بينما يلتزم الحياد 17.5%، ويمكن تفسير ذلك بالاستخدام العقلاني للمبحوثين للموقع، حيث بلغ المتوسط الزمني لتصفح الموقع من ساعة إلى ثلاث ساعات، فقد صرح 50%من المبحوثين أنهم يتصفحونه من ساعة إلى ثلاث، وصرح21% أنهم يتصفحونه أكثر من ثلاث ساعات حسب بيانات الجدول رقم 13.

كما يمكن تفسير ذلك على اعتبار المدى الزمني لعلاقة المبحوثين بالموقع والتي يبلغ متوسطها ثلاث سنوات وبالتالي فإن المبحوثين قد تخطوا مرحلة الانبهار بالوسيلة إلى مرحلة التعامل معها بشكل طبيعي، حيث تحدث أي وسيلة جديدة بعض الصدمة والانبهار في البداية، لا لشيء إلا لأنها جديدة غير مألوفة، ومع الوقت يعود الإنسان إلى الاستخدام العادي لهذه الوسيلة التي تصبح جزءا من نشاطاته الاتصالية[1]

يوافق نصف المبحوثين أي 50.5 % على أنهم صاروا أكثر تعلقا بالموقع عبر الزمن، ويعارض ذلك 28% ويلتزم 21.5 الحياد، ويمكن تفسير ذلك بجاذبية الموقع وتنوع تطبيقاته وخدماته التي تدخل الفرد في حالة تعلق به، فالمستخدم يشعر بالمتعة أثناء استخدامه للموقع ومشاركة أصدقائه النقاشات والمحادثات والتعليقات ومشاركة الصور والفيديوهات، كل هذه الخدمات التفاعلية تجعل الفرد يتعلق أكثر بالموقع، وهذا ما تؤكد الكثير

[1] عزي عبد الرحمان، السعيد بومعيزة، مرجع سبق ذكره، ص272.

من الدراسات حول مواقع التواصل الاجتماعي. فقد أكد تقرير الإعلام الاجتماعي العربي لسنة 2015 أن وسائل التواصل الاجتماعي في العالم العربي تعتبر جزءا أساسيا من الحياة اليومية ولا تقل أهمية عن الطعام والماء، حيث يستحيل على العديد من الأشخاص تخيل حياتهم من دونها، وشبّه التقرير وسائل التواصل الاجتماعي كالعصا السحرية بالنسبة للأفراد تجعل العالم كل العالم في متناول أيديهم[1]

أما فيما يخص العبارة الثالثة والتي تبحث فيما إذا كان الفيسبوك أصبح جزءا هاما من انشغالات المبحوثين، فقد وافق عليها 35.5% فيما عارضها 39% والتزم 25.5%الحياد، ويمكن تفسير ذلك وربطه بطبيعة العينة في حد ذاتها والتي يغلب عليها الطلبة الذين جل اهتماماتهم وانشغالاتهم يفترض أن تكون الدراسة أو بناء المستقبل، لذا ينظر للفيسبوك على أنه تطبيق من تطبيقات الانترنت لا يغني عن باقي الانشغالات الضرورية للمبحوثين.

وافق 37.5% من المبحوثين على عبارة فكرت كثيرا في التخلي عنه مع مرور الوقت، وعارضها 35 % فيما التزم 27.5% الحياد، ويمكن تفسير ذلك على أن الفيسبوك أضحى يأخذ حيزا كبيرا من الزمن الاجتماعي كما تم بيانه في تحليل بيانات الجدول رقم 13، وهو ما يؤثر سلبا على باقي النشاطات الاجتماعية للمبحوثين خاصة وأن أغلبهم مرتبطون بالدراسة أو بوظائف معينة 53% منهم طلبة و41 % منهم موظفون، وهذا ما يلاحظه المستخدم لموقع الفيسبوك أين يتم إيقاف بعض الصفحات لمدة معينة ثم إعادة تشغيلها وتفعيلها.

كما يمكن تفسير 35% التي عارضت العبارة بأنها أضحت أكثر تعلقا به عبر الزمن وبالتالي تعارض وترفض فكرة أن تتخلى عنه.

[1] تقرير الإعلام الاجتماعي العربي 2015.

عارض 51% عبارة حاولت حذف حسابي مرارا لكن لم أستطع ووافق عليها 27.5% والتزم 21.5% الحياد ويمكن تفسير ذلك بأن عينة الدراسة ليسوا من مدمني الفيسبوك أو من الذين يعانون من فرط استخدام الموقع إلى الحد الذي يجعل من الصعب الاستغناء عنه لما يخلفه ذلك من شعور بالتعب والتوتر النفسي.

وبحساب متوسط شدة الاتجاه العام والتي بلغت 2.14 تبين أن الاتجاه العام لعلاقة المبحوثين بالفيسبوك اتجاه سلبي.

جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية

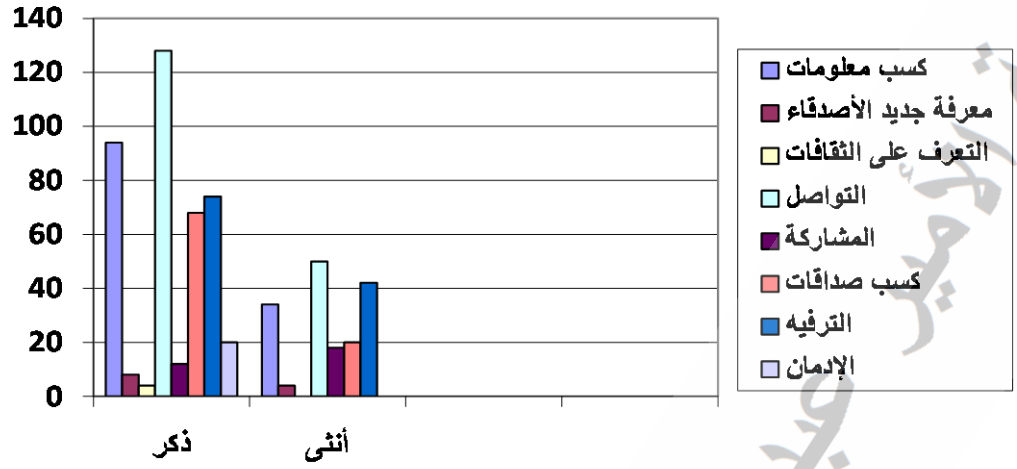
سادسا: دوافع مواصلة استخدام الفيسبوك لدى أفراد عينة البحث حسب متغير الجنس

الجنس / دوافع الاستخدام	ذكر		أنثى		المجموع	
	ك	%	ك	%	التكرار	%
كسب المعلومات ومعرفة الأخبار	94	23.03	34	18.47	128	21.62
معرفة جديد الأصدقاء وتفكيرهم	08	1.96	04	2.17	12	2.02
التعرف على الثقافات والعادات	04	0.98	00	00	04	0.67
التواصل	128	31.37	50	27.17	178	30.06
المشاركة وإبداء الرأي	12	2.94	18	9.78	30	5.06
كسب صداقات جديدة والتعرف على أصدقاء جدد	68	16.66	20	10.86	88	14,86
الترفيه	74	18.13	42	22.82	116	19.59
الإدمان وشدة التعلق به	20	4.90	16	8.69	36	6.08
المجموع	408	100	184	100	592	100

$كا^2$ المحسوبة 0.84 7 درجات حرية $كا^2$ الجدولية 14.07 مستوى الدلالة 0.05

النتيجة: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الجنسين في دوافع استخدام موقع الفيسبوك.

جدول رقم 16 يبين دوافع مواصلة استخدام المبحوثين لموقع الفيسبوك حسب متغير الجنس.



شكل رقم21 يوضح دوافع استخدام الفيسبوك لدى عينة الدراسة.

من بين المفاهيم المفصلية في مقترب الاستخدامات والإشباعات نجد مفهوم الدافع، أو دوافع التعرض، والذي، انطلاقا من اعتبار الجمهور المستخدم لوسائل الإعلام جمهورا نشطا حوّل دراسة علاقة الجمهور بوسيلة الإعلام من الإجابة على سؤال (ماذا؟) إلى الإجابة على سؤال (لماذا؟) للتعرف على أسباب تعرض الجمهور لوسائل الإعلام، في محاولة للتعرف على الاشباعات التي يحققها هذا التعرض بالنسبة الجمهور، وبذلك تم تحويل اهتمام الباحثين من الاهتمام بما تفعله الرسالة بالجمهور إلى ما يفعله الجمهور بالرسالة، ومن هنا اختلف هذا المدخل عن المداخل التي سبقته، حيث ركز هذا المدخل على الجمهور: خصائصه، ودوافعه، انطلاقا من مفهوم الجمهور النشط (الايجابي) الذي يختار رسالة إعلامية معينة لتحقيق منفعة ما.[1]

[1] عاطف عدلي العبد، نهى عاطف العبد، **نظريات الإعلام وتطبيقاتها العربية**، مرجع سبق ذكره، ص297.

وتوجد الدوافع على مستوى الأفراد وتتحدد بعوامل بيولوجية ونفسية واجتماعية، يشبعها الأفراد تبعا لظروفهم عن طريق الوسائل الطبيعية كالدافع إلى التفاعل الاجتماعي يمكن أن يتم بصفة طبيعية من خلال الاتصال في وضعية الوجه للوجه، لكن إذا تعذرت الوسائل الطبيعية يلجأ الأفراد إلى إشباعها عن طريق التعرض إلى وسائل الإعلام[1]

ومن خلال بيانات الجدول أعلاه والذي تجيب بياناته على سؤال مفتوح صيغته: ما الذي يدفعك لمواصلة استخدام الفيسبوك؟ اتضح أن دوافع استخدام الفيسبوك ومواصلة استخدامه لدى عينة الدراسة متعددة ومتباينة، حيث احتل دافع التواصل المرتبة الأولى بنسبة 30.06 %، يليه دافع كسب المعلومات ومعرفة الأخبار بنسبة 21.62%، ثم بدافع الترفيه بنسبة 19.5 %، وبنسبة مقاربة كسب صداقات جديدة والتعرف على أصدقاء جدد بنسبة 14.86 %، في حين بلغت نسبة الإدمان على الموقع 6.08%، يليها دافع المشاركة وإبداء الرأي بنسبة 5.06 %، ومعرفة جديد الأصدقاء وتفكيرهم بنسبة 2.02 %.

ويمكن تفسير هذه النتائج بربطها بتمثلات الشباب عينة الدراسة للموقع على أنه أداة تواصلية لا يمكن الاستغناء عنها وأنه وسيلة لنسج علاقات اجتماعية جديدة، حسب بيانات الجدول رقم 10 وبهذا يتضح أن عينة الدراسة ترى في الفيسبوك أداة تواصلية بالأساس لهذا تستخدمه لهذا الغرض.

[1] السعيد بومعيزة، عزي عبد الرحمان، **الإعلام والمجتمع**، مرجع سبق ذكره، ص67.

وتتوافق بيانات هذا الجدول مع نتائج دراسة مؤيد نصيف جاسم السعدي عن **فلسفة التواصل في موقع الفيسبوك**[1] والتي أكدت أن الدافع الرئيس لاستخدام موقع الفيسبوك هو التواصل وهذا ما يؤكد الوظيفة التواصلية للموقع، يليه دافع الرغبة في قضاء وقت الفراغ، ثم الرغبة في الحصول على المعلومات غير المتاحة.

ومن خلال حساب كا مربع تبين عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الجنسين في دوافع استخدام موقع الفيسبوك، حيث بلغت كا^2 0.83 وهي نسبة أقل من كا^2 الجدولية التي تبلغ 14.07 عند مستوى الدلالة 0.05تحت 7 درجات حرية.

[1] مؤيد نصيف جاسم السعدي، **فلسفة التواصل في موقع الفيسبوك**، مرجع سبق ذكره، ص209.

ثامنا: نوع المشاركات التي ينشرها أفراد العينة على صفحاتهم الشخصية حسب متغير الجنس.

الجنس / نوع المشاركات	ذكر		أنثى		المجموع	
	ك	%	ك	%	التكرار	%
صور	232	41.42	90	42.45	322	41.70
مقالات	130	23.21	50	23.58	180	23.31
فيديوهات	96	17,14	38	17.92	134	17.35
كتب ومجلات	40	7.14	16	7.54	56	7.25
روابط	34	6.07	16	7.54	50	6.47
ألعاب	16	2.85	02	0.94	18	2.33
عبر وحكم	06	1.07	00	00	06	0.77
لا أنشر أكتفي بالإطلاع فقط	06	1.07	00	00	06	0.77
المجموع *[1]	560	100	212	100	772	100
كا^2 المحسوبة 0.06 7 درجات حرية كا^2 الجدولية 14.07 مستوى الدلالة 0.05						
النتيجة: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الجنسين في نوع المشاركات.						

جدول رقم 17 يبين نوع المشاركات التي ينشرها أفراد العينة على صفحاتهم الشخصية حسب متغير الجنس.

[1] *مجموع التكرارات يتجاوز عدد أفراد العينة لاختيار أكثر من احتمال.

تتنوع وتتعدد الخدمات والتطبيقات التي يوفرها موقع الفيسبوك لمستخدميه، ومن بين أهم هذه الخدمات خاصية الصفحات وجدران البروفايل، والتي تفسح المجال للمستخدم ليكون أكثر تلقائية في التعبير عن ذاته وهويته، فكل صفحة فيسبوكية هي انعكاس لوقت، ولمدارك، ولاهتمامات، وللانتماء السياسي لصاحبها[1] من هنا تتنوع وتتعدد المشاركات والمضامين التي يتشاركها المستخدمون من صور ومقالات وروابط لأغاني أو كتب أو غيرها.

ويتبين من خلال بيانات الجدول أعلاه أن مشاركة الصور تأتي في المرتبة الأولى بنسبة 41.70%، تليها المقالات بنسبة 23.31%، ثم الفيديوهات بنسبة 17.35%، في حين أجاب ستة مبحوثين فقط أنهم لا ينشرون أي محتوى ويكتفون بالإطلاع فقط وهم يمثلون 0.77 %، وتعكس هذه الأرقام الهاجس التواصلي لدى أفراد العينة كما تبين من خلال بيانات الجداول السابقة، حيث يهدف أفراد العينة إلى التواصل عبر الموقع بالدرجة الأولى، وكذا الاستفادة من خاصية التفاعلية التي يتيحها الموقع، حيث أن كل أفراد العينة يقومون بنشر ومشاركة محتويات معينة مع أصدقائهم ونسبة ضئيلة جدا ممن لا ينشرون ويكتفون فقط بالإطلاع.

وبتحليل هذه البيانات نستشف طغيان وهيمنة ثقافة الصورة على الاستخدام التواصلي لموقع الفيسبوك، مما يعكس هيمنتها أيضا، الصورة، على النسق الثقافي والفكري للأجيال الشبابية المعاصرة، فالصورة تتسيّد آليات التفكير والاستقبال والتأويل حتى لتطغى على ثقافة الإنسان وتغدو الحضارة حضارة صورة على حد تعبير سيد الميديولوجيا رجيس دوبريه، فالصورة، وبما تملكه من إمكانات تعبيرية وطاقة إبهارية ولذة مشهدية متجددة، تتفوق على بلاغة الكلمات لتمنح لمستخدميها الشباب إمكانيات جديدة للتعبير والتحليل للمواقف الشخصية

[1] Jessica Lee Pugh, **A qualitative study of the facebook social network, the desire of influence, associate and construct a representative and ideal identity**, op cit,p95.

والحالات النفسية. وواقع الأمر أن الاهتمام بالصور ليس حكرا على عصر أو حقبة زمنية دون غيرها، فقد عرفت البشرية على اختلاف ثقافاتها وأدواتها التعبيرية الصور منذ آلاف السنين (المنقوشات والرسوم على جدران الكهوف)، حيث لا يمكن استثناء فترة من التاريخ تكون خالية من إنتاج الصور أو التفكير بها.

فالصورة ليست ظاهرة تبرز وتختفي، إنما هي حقيقة متلازمة مع عمليات التفكير والإدراك البشري إذ تُشير أدبيات الصورة إلى أن 90%من المدخلات الحسية للأفراد إنما هي مدخلات بصرية ونظرةٌ فاحصةٌ في تركيبة النظام البصري للإنسان ومدى ارتباطه بالجهاز العصبي تُنبؤ أن التفكير إنما تدور مدياته حول الصور واقعيةً كانت أو مُتَخَيَّلةً.

وبالتالي فهيمنة الصورة على النسق الفكري والثقافي لهذا العصر لا يعني أن الصورة أمر مستجد في التاريخ الإنساني، فتعرُّض الإنسان إلى الصور أمر تقليدي، إنما يعني من ضمن ما يعنيه تحول الصورة من الهامش إلى المركز، ومن الحضور الجزئي إلى موقع الهيمنة والسيادة على غيرها من العناصر والأدوات الثقافية.[1]

إن تحليل علاقة الشباب بالصورة الرقمية كمجال جديد للتفاعل الاجتماعي والثقافي، لابد أن يعود في مفاهيمه ومناهجه في التشخيص والاستدلال والاستنتاج إلى جملة الخصائص الاتصالية لهذه الفئة بصفتها حاملة لمضامين التغيير، مسكونة بهواجس تنمية الواقع، طموحة لفعل الإصلاح والتحديث، وهو ما يجعل من هذه الفئات أقرب إلى التفاعل مع أشكال الصور المتداولة في الفضاء الافتراضي وأقدر على استبطان التأثيرات والرسائل المختلفة لهذه الصور، تحريرا للخيال والتفكير وإرضاء للأحلام الشبابية الناشئة، الأمر الذي قد يثير لديها انفعالات نرجسية تقودها إلى نوع من الانفعالات المطلقة، حينما تتباعد الصور الوهمية والمتخيلة للذوات والأشياء عن

[1] مي العبد الله، **استخدام الصورة في تغطية العدوان الإسرائيلي على غزة**، مؤتمر ثقافة الصورة، جامعة فيلادلفيا عمان 2007، ص3.

صورها الحقيقية في العالم الواقعي، وذلك تحت تأثير التجسيد الاستعراضي بالغ القوة للشخصيات والأبطال والنجوم وكثافة المشاهد المعروضة عبر الشاشات، إن الروابط الثقافية والترفيهية التي أضحت قائمة اليوم بين الشباب كشريحة اجتماعية وبين الصورة الرقمية المتداولة عبر الوسائط الحديثة لتكنولوجيا المعلومات والاتصال تحيل إلى علاقات تتعمق باستمرار وتتحول شيئا فشيئا إلى نوع من الحاجات الاجتماعية التي تتحكم في علاقات الشباب بحجم الصور المتدفقة عبر شاشات الحواسيب التي تحولت عبر مخزونها الدلالي وأنماطها التفاعلية إلى أدوات اتصالية عالية التأثير ووسائط حوارية ممتدة وحاضرة في المشهد الثقافي اليومي للأفراد والجماعات[1] ولعل من أهم دوافع مشاهدة الشباب للصورة الرقمية وانفتاحه على آليات استخدامها المختلفة اضطلاعها بوظيفة الترفيه والترويح كشاغل اجتماعي أساسي يبرر واقع انفتاح الشباب على المجتمع الافتراضي للصورة في ارتباطه الوثيق بالظرفي والعابر "l'éphémère"[2]

وتتوافق بيانات هذا الجدول مع نتائج دراسة قرناني يسين عن استخدام الشباب الجزائري المراهق لتكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة في ضوء نظرية الحتمية القيمية[3] والتي توصلت إلى أن الصور هي أكثر المضامين التي يفضل أفراد العينة نشرها ومشاركتها، كما أكدت الدراسة أن نشر الصور من أكثر الأنشطة التي تتم ممارستها عبر مواقع التواصل الاجتماعي، حيث تشير الدراسات إلى أن أكثر من 400 مليون صورة تنشر يوميا عبر مواقع التواصل الاجتماعي، 350 مليون صورة منها عبر موقع الفيسبوك، و55 مليون صورة عبر تطبق الانستغرام.

[1] فريد الصغيري، **شبكات التواصل الاجتماعي للشباب والفضاءات الجديدة لصناعة الصورة العنيفة**، مداخلات الملتقى الدولي الثاني حول الإعلام الجديد، جامعة بسكرة 2016، ص 6

[2] المرجع نفسه، ص10.

[3] يسين قرناني، **استخدام الشباب الجزائري المراهق لتكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة في ضوء نظرية الحتمية القيمية**، مرجع سبق ذكره، ص328.

تبين من خلال نتائج الفصل السادس المتعلقة بعادات وأنماط استخدام موقع الفيسبوك لدى أفراد عينة الدراسة أن 39 % من الشباب عينة الدراسة يستخدمون الفيسبوك من سنة إلى ثلاث سنوات، ونسبة 31%يستخدمونه من ثلاث إلى ست سنوات. ومن خلال مؤشرات وبيانات جداول الفصل تبين أن متوسط عدد سنوات استخدام الفيسبوك هو من سنة إلى ست سنوات، ويتصفح كل المبحوثين ما يمثل نسبة 100 % الموقع بشكل يومي، أما المتوسط الزمني لاستخدام الموقع فهو من ساعة إلى ثلاث ساعات والفترة المفضلة هي الفترة الليلية، كما تبين من خلال النتائج أن موقع الفيسبوك أضحى يحتل حيزا هاما في النشاط الاجتماعي للشباب وأنه جزء هام من الحياة اليومية لهم. وتتعدد دوافع استخدام الفيسبوك لدى العينة يأتي في مقدمتها دافع التواصل بنسبة 30.06 %، يليه دافع كسب المعلومات ومعرفة الأخبار بنسبة 21.62 %، ثم بدافع الترفيه بنسبة 19.5 %، وبنسبة مقاربة كسب صداقات جديدة والتعرف على أصدقاء جدد بنسبة 14.86%.

الفصل السابع.

عرض وتحليل نتائج

- **محور التعبير عن الذات عبر الفيسبوك.**
- **محور تمثلات الذات الافتراضية وامتداداتها.**

جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية

مع التوسع في استخدام تكنولوجيا المعلومات والشبكات الاجتماعية يزداد التعامل مع واقع الحياة من خلال الوسيط الالكتروني، من جدران الفيسبوك وخدمات الشبكات الاجتماعية، حيث لم يعد تعامل الفرد محصورا في عالم الواقع فقط، بل يزداد تعامله يوما بعد يوم مع العوالم الخائلية التي يزخر بها فضاء الانترنت، عوالم من صنع أنساق الرموز يمارس فيها الفرد كثيرا من أنشطة حياته اليومية ويمارس فيها خبرات غير مسبوقة.[1]

فشبكة الفيسبوك، بجدرانها وصفحاتها الشخصية وخدماتها المتعددة والمتنوعة أشبه بمسرح اجتماعي للذات، تمارس فيه الذوات الافتراضية أنماط التواصل وصيغ التعبير ودلالات البحث عن الأنا بالمعنى الاجتماعي للكلمة في سياق تجاربها الداخلية وتفاعلاتها مع الآخر. في إطار سلوكات وممارسات شبيهة بالمسرحة الاجتماعية للذات لما يتخذ الآخر مرآة تعكس صورة الأنا كذات،وفي هذا السياق يقول ألان توران Alain Touran "أسمي ذاتا الرغبة في أن أكون فردا، وصنع تاريخ شخصي وإعطاء معنى لتجارب الحياة الفردية".[2]

فما يسمح به موقع الفيسبوك من اختيار للاسم، وتمظهر في صورة البروفايل، واختيار لملامح الشخصية في سياق تفاعلاتها مع الآخر ،الذي يبني هو أيضا شخصيته وفق ما أراد، واختيار للأصدقاء وبناء رأسمال رمزي من خلال مجموعة تفاعلات وردود ومنشورات وغيرها من الممارسات الافتراضية التي تضفي حياة على العالم الافتراضي يندرج ضمن ما يسمى بإعادة التركيب الممكنة لمصادر الهوية الفردية للشباب وأنظمة المعنى المقترنة بها.

حيث تفتح مغامرة الإبحار في العالم الافتراضي فضاءات تواصلية بين الذات والآخر الممكن أو الآخر الحامل لإمكانات الدلالة بالمفهوم الدارج عند جورج هربرت ميد، وتغدو الهوية الفردية في هذه المقامات عملا هوياتيا متميزا بازدواجية التماهي والهوية identification et identité أي هو ابتكار "لآخر التماهي" وطلبا

[1] نبيل علي، **الثقافة العربية وعصر المعلومات**، سلسلة عالم المعرفة، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، ديسمبر 2001، العدد 276، ص309.

[2] عادل بن الحاج رحومة، **تنشئة الهويات الفردية عند الشباب عبر الفضاءات الاتصالية والمعلوماتية**، مرجع سابق، ص137

للمعنى وصيغة التعبير بالنسبة إلى الهوية الفردية، فالهوية الذاتية في تجاربها مع العوالم الاجتماعية ذات الدلالة والمعنى تتحول إلى نتاج عملها الهويتي في البحث عن معنى، وحاجة دائمة إلى الاعتبار تجسدها أنماط التواصل مع الآخر الدال، وأصناف التعبير عن الذات[1]

وفي هذا السياق أكدت نويل هام Noelle J. Hum أن الدوافع والسلوكات من وراء النشاط الانترنتي مهمة جدا في الكشف عن السياقات والممارسات الاتصالية الجديدة، فقد كشفت دراسات حديثة أن من أهم الحوافز لهذه السلوكات الانترنتية هو خلق وتعزيز صورة عن الذات، حيث أن الاتصال الوسائطي عبر الحاسوب، يعزز ولا ينقص العلاقات البين شخصية والمهارات الاجتماعية ويسمح للمتفاعلين برسم ملامح ذواتهم كيفهما أرادوا[2]

من هنا تم تخصيص محور لدراسة التعبير عن الهوية لدى الشباب عينة الدراسة ودراسة تمثل الهوية الفردية بين الواقع والافتراض من خلال عدة زوايا منها شبكة الأصدقاء وماذا تعني شبكة الأصدقاء للمستخدم عينة الدراسة، وبعض زوايا التعبير عن الذات مثل الاسم المختار ودلالاته والصورة المختارة ودلالاتها أيضا.

وفي سبيل مقاربة أعمق للممارسات التي يقوم بها المستخدمون عينة الدراسة تم التطرق إلى علاقة الشخصية الافتراضية في الفيسبوك بالشخصية الواقعية ومدى قربها أو بعدها عن الواقع ومدى اهتمام المستخدمين عينة الدراسة بسمعتهم الالكترونية وإلى أي مدى يساهم الفيسبوك في خلق الرضى الذاتي للمستخدم وفي رسم ملامح الشخص الافتراضي. فقد أكدت دراسات أن استخدام الفيسبوك يرتبط إيجابيا بالمستويات الأعلى للرضى

[1] المرجع نفسه، ص137

[2] Noelle J. Hum, Perrin E. Chamberlin , et al, **A picture is worth a thousand words: A content analysis of Facebook profile photographs**,op cit,p 18 28

الذاتي، self satisfactionوالحقيقة الاجتماعية social trust، بعبارة أخرى الأفراد الذين يحافظون على شهرة رقمية يحسون أنهم أكثر ارتباطا بأقرانهم، ويملكون مستوى إجمالي أعلى من السعادة والرضى الاجتماعي[1]

المحور الرابع: التعبير عن الهوية عبر الفيسبوك لدى عينة الدراسة.

أولا: عدد أصدقاء المبحوثين حسب متغير الجنس.

الجنس / عدد الأصدقاء	ذكر		أنثى		المجموع	
	ك	%	ك	%	التكرار	%
أقل من 100 صديق	100	35.46	88	74.57	188	47
من 100 إلى 200 صديق	80	28.36	22	18.64	102	25.5
أكثر من 200 صديق	102	36.17	08	6.77	110	27.5
المجموع	282	100	118	100	400	100
كا^2 المحسوبة 8.61 تحت درجتين للحرية كا^2 الجدولية 5.99 عند مستوى الدلالة 0.05						
النتيجة: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الجنسين في عدد الأصدقاء.						

جدول رقم 18 يبين عدد أصدقاء المبحوثين وفق متغير الجنس.

تتأسس الشبكات الاجتماعية على مبدأين هما:

- أصدقاء أصدقائي هم أصدقائي أيضا.
- الأشخاص الذين يتبادلون ويشتركون الاهتمامات نفسها التي أهتم بها هم أيضا أصدقائي.[2]

[1] Ibid , p1828.
[2] Laurent collée, **sécurité et vie privée sur les réseaux sociaux**, op cit, p12

فتكوين الصداقات من أهم الممارسات التي يقوم بها مستخدمو الشبكات الاجتماعية، خاصة منها شبكة الفيسبوك، كما يعتبر تكوين الانطباعات على الخط online impression formationمن خلال استنتاجات وملاحظات عن أصدقاء الفرد الفيسبوكيين، من المجالات البحثية الهامة التي تعطي معايير ومؤشرات هامة على الرأسمال الاجتماعي للفرد وعلاقاته الافتراضية، فبالنظر إلى السمات العامة التي تعزز المرغوبية الاجتماعية Social Desirability يقيم ويقدر المستخدمون مستوى هذه السمات من خلال الانطباعات التي يتلقاها الفرد من أصدقائه ومن خلال بروفايلات المتتبعين. هذا النوع من السلوك الانترنتي يقابل سلوك الاتصال غير اللفظي في الاتصال التقليدي وجها لوجه. إدراك المرغوبية الاجتماعية ليس الاستدلال الوحيد الذي يرغب مستخدمو الفيسبوك في تحديده من خلال بروفايلات الأصدقاء، فقد أثبتت دراسات عدة أن عدد أصدقاء الشخص ومستوى جاذبيتهم لديه تأثير معتبر على إدراك جاذبية المستخدم[1]

كما اعتبرت فاني حورج في دراساتها عن بناء الذات الافتراضية أن عدد الأصدقاء هو جزء من الهوية المحسوبة، إلى جانب الهوية المعلنة والهوية الفعالة، كما سبق تناوله في الفصول النظرية، حيث تظهر الهوية المحسوبة من خلال المتغيرات الكمية التي تظهرها الشبكة مثل عدد الأصدقاء، عدد المجموعات وغيرها.

وبناء على ذلك تم سؤال المبحوثين عينة الدراسة عن عدد أصدقائهم في الفيسبوك وتم تقسيم الفئات إلى ثلاث فئات فئة أقل من 100 صديق، فئة من 100 إلى 200 صديق، وفئة أكثر من 200 صديق، ومن خلال بيانات الجدول أعلاه تبين أن فئة أقل من مئة صديق هي الفئة الغالبة ب188 تكرارا وبنسبة 47%، تلتها فئة أكثر من مئتي صديق ب 110 مفردة وبنسبة 27.5 % وبنسبة مقاربة فئة من 100 إلى مئتي صديق ب102 تكرارا وبنسبة 25.5 %.

[1] Noelle J. Hum, Perrin E. Chamberlin , et al, **A picture is worth a thousand words: A content analysis of Facebook profile photographs**, Computers in Human Behavior, op cit, p 1829

وقد تعزى هذه الأرقام إلى طبيعة المبحوثين عينة الدراسة والتي يغلب عليها الفئة المثقفة – أغلبهم ذوو مستوى تعليمي جامعي- وبالتالي فإن هناك انتقاء نوعيا لطلبات الصداقة، مما يؤشر إلى أن المبحوثين لا يهمهم كثرة عدد الأصدقاء قدر ما يهمهم التواصل مع أصدقائهم الذين يرغبون فعلا في صداقتهم. وبحساب كا^2 تبين وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين النوعين في عدد الأصدقاء، حيث بلغ نسبة كا^2 8.61 تحت درجتين للحرية، وهي أكبر من كا^2 الجدولية المقدرة ب 5.99 عند مستوى الدلالة 0.05 .

ثانيا: عدد أصدقاء المبحوثين حسب متغير الفئة العمرية.

الفئة العمرية / عدد الأصدقاء	20–15		25–21		30–26		35–31		المجموع	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
أقل من 100	22	55	108	48.64	32	37.20	26	50	188	47
من 100 إلى 200	10	25	52	23.42	30	34.88	10	19.23	102	25.5
أكثر من 200	08	20	62	27.92	24	27.90	16	30.76	110	27.5
المجموع	40	100	222	100	86	100	52	100	400	100
كا^2 المحسوبة 0.51 6 درجات حرية كا^2 الجدولية 12.59 مستوى الدلالة 0.05										
النتيجة: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الفئات العمرية في عدد الأصدقاء.										

جدول رقم 19 يبين عدد أصدقاء عينة الدراسة حسب متغير الفئة العمرية.

يتناول الجدول أعلاه عدد أصدقاء المبحوث وعلاقته بالفئات العمرية المعتمدة، ويتبين من خلال بياناته: أن فئة أقل من 100 صديق هي الفئة الغالبة لدى كافة الشرائح العمرية المعتمدة في الدراسة، حيث جاءت بنسبة 55% لدى الفئة العمرية من 15 إلى 20 سنة، وهي النسبة الغالبة، كما جاءت بنسبة 48.64%

لدى الفئة العمرية من 21 إلى 25 سنة، وبنسبة 37.20 لدى الفئة العمرية 26 إلى 30 سنة، وبنسبة 50 % لدى الفئة العمرية 31 إلى 35 سنة. وفي المرتبة الثانية جاءت فئة من 100 إلى 200 صديق لدى الفئات العمرية من 15 إلى 20 ومن 26 إلى 30، في حين جاءت فئة أكثر من 200 صديق في المرتبة الثانية لدى الفئات العمرية من 21 إلى 25 ومن 31 إلى 35.

وبتطبيق اختبار كا مربع على بيانات الجدول أعلاه، تبين عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية تعزى لمتغير الفئة العمرية وعلاقته بعدد الأصدقاء، حيث بلغت نسبة كا^2 المحسوبة 0.51 وهي أقل من كا^{2}الجدولية 12.59 عند مستوى الدلالة 0.05 تحت 6 درجات حرية.

جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية

ثالثا: ماذا يعني لك عدد أصدقائك في الفيسبوك.

الرأي / العبارة	ذكور						إناث					
	موافق		محايد		معارض		موافق		محايد		معارض	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
كثرة عدد الأصدقاء في الفيسبوك يشعرني بالسعادة	62	21.98	106	37.58	114	40.42	18	15.25	26	22.03	74	62.71
كثرة عدد الأصدقاء لا يعني لي شيئا	110	39	76	26.95	96	34.04	54	45.76	38	32.20	26	22.03
أحس بالشهرة الافتراضية بزيادة عدد أصدقائي في الفيسبوك	64	22.69	62	21.98	156	55.31	24	20.33	20	16.94	74	62.71
لا أراقب عدد الأصدقاء	114	40.42	92	32.62	76	26.95	36	30.5	40	33.89	42	35.59
أفخر وأتباهى بعدد أصدقائي في الفيسبوك	94	33.33	46	16.31	142	50.35	28	23.72	10	8.47	80	67.79
قلة عدد أصدقائي يشعرني بالعزلة النفسية	184	65.24	16	5.67	82	29.07	66	55.93	04	3.38	48	40.67
متوسط شدة الاتجاه العام 1.79							**النتيجة: اتجاه سلبي**					

جدول رقم 20 يبين معنى عدد الأصدقاء في شبكة الفيسبوك وعلاقته بجنس المبحوثين.

تشكّل قائمة الأصدقاء والمعارف وأصدقاء الأصدقاء مرفولوجيا شبكة الفيسبوك التي تراكم الرأسمال الاجتماعي الذي يعزز ما هو مشترك بين المنخرطين في هذه الشبكة ويسمح لهم بتكوين هويتهم من خلال

التفاعل الاجتماعي وتبادل الخدمات والمعارف البسيطة في الحياة التي تتسرب عبر الحديث عن اليومي الذي يشد حلقات هذه الشبكة. [1]

وقد وُجِد أن استخدام الفيسبوك يرتبط إيجابيا بالمستويات الأعلى للرضى الذاتي، self satisfaction والثقة الاجتماعية social trust، بعبارة أخرى الأفراد الذين يحافظون على شهرة رقمية يحسون أنهم أكثر ارتباطا بأقرانهم، ويملكون مستوى إجمالي أعلى من السعادة والرضى الاجتماعي[2] هذا الطرح يؤيده أيضا كل من Ellison، Steinfield، وLampe، الذين استخلصوا أن إدراك الفرد في تواصله مع الآخرين مرتبط إلى حد ما بمواءمة ومجانية الخدمات التي يوفرها الفيسبوك مثل التذكير بأعياد الميلاد مثلا. بالإضافة إلى ذلك تأسيس روابط اجتماعية ترتبط إيجابيا بتأسيس هوية اجتماعية، ومستخدمو الفيسبوك يفعلون ذلك بنجاح بالإشارة إلى عضويتهم في بعض المجموعات الفرعية (الأصل، النوع)، والثقافات الفرعية موسيقى، أفلام.

وفي سبيل فهم أعمق لعلاقات الصداقة التي يربطها المستخدمون عينة الدراسة وعدد أصدقائهم تم سؤالهم ماذا يعني لك عدد أصدقائك في الفيسبوك، بمعنى هل يهتم المستخدمون عينة الدراسة بشدة لعدد الأصدقاء، وللشهرة الافتراضية وهل يشعرهم العدد الكبير بالسعادة، أم أن عدد الأصدقاء مجرد رقم لا يهتم به المستخدم بقدر ما يهتم بالتواصل. وتم اقتراح مجموعة من العبارات يختار المبحوث الإجابة عنها بموافق، محايد، معارض.

[1] نصر الدين العياضي، **الشباب في دولة الإمارات والشبكات الاجتماعية الافتراضية مقاربة للتمثلات والاستخدامات**، مرجع سبق ذكره، ص86

[2] Noelle J. Hum, Perrin E. Chamberlin , et al, **A picture is worth a thousand words: A content analysis of Facebook profile photographs**,op cit,p 18 28

فيما يخص العبارة الأولى والتي تتضمن أن عدد الأصدقاء في الفيسبوك يشعر المستخدم بالسعادة، هي عبارة مستوحاة من دراسة جان غين كيم Junghyun Kim، وجون اين روزلين لي Jong-Eun Roselyn Lee في دراستهما المعنونة ب **الفيسبوك طريق السعادة: تأثير عدد أصدقاء الفيسبوك والتعبير عن الذات على الرضى والسعادة الذاتية.**[1] والتي توصلت إلى أن عدد أصدقاء المستخدم في الفيسبوك وأسلوب تعبيره عن ذاته لديه علاقة ارتباطية بمعدلات السعادة والرضى الذاتي، وعلى عكس ما توصلت إليه هذه الدراسة أجاب 40.42% من الذكور أنهم يعارضون هذه العبارة، وأجاب 62.71% من الإناث أنهم يعارضون أيضا هذه العبارة، ويمكن قراءة هذه النسب في سياق أرقام الجدول السابق والتي أكدت أن معظم أفراد العينة يمتلكون أقل من 100 صديق وبالتالي فإن العينة محل الدراسة ليست مهووسة بتكوين صداقات افتراضية أو مهووسة بعدد الأصدقاء بقدر ما تستخدم الفيسبوك للتواصل الناضج والعقلاني. وفي السياق نفسه أجاب معظم أفراد العينة أنهم يعارضون عبارة أحس بالشهرة الافتراضية بزيادة عدد أصدقائي في الفيسبوك، حيث أجاب 55.31% من الذكور أنهم يعارضون هذه العبارة، كما أجاب 62.71% من الإناث أنهن تعارضن أيضا هذه العبارة.

أما عن عبارة لا أراقب عدد الأصدقاء، فقد أجاب 40.42% من الذكور أنهم يوافقون على هذه العبارة، بينما أجاب 32.62 بالحياد وأجاب 26.95 بأنهم يعارضون أما عن الإناث فقد جاءت النسب أيضا متقاربة حيث أجاب 35.39 بأنهم يعارضون هذه العبارة، وأجاب 33.89 بالحياد وأجاب 30.5ب القبول.

وفيما يخص عبارة قلة عدد أصدقائي يشعرني بالعزلة النفسية فقد أجاب 65.24% من الذكور أنهم يوافقون على هذه العبارة، بينما أجاب 29.07 بأنهم يعارضون والتزم 5.67 الحياد، أما عن الإناث فقد أجابت 55.93% أنهن توافقن على هذا، فيما عارض العبارة 40.67% والتزم 3.38 بالحياد، ويمكن تفسير هذه النسب

[1] Junghyun Kim, and Jong-Eun Roselyn Lee, **The Facebook Paths to Happiness**: op cit,p .361

باعتبار أن أهم استخدامات الفيسبوك هي خدمة التواصل لتوسيع الشبكة الاجتماعية للفرد، حيث وبناء على دراسة Pempet[1]، فإن أحد أهم استخدامات الفيسبوك ليس فقط معرفة معلومات عن الآخرين، إنما لإعادة الاتصال والتواصل بالحياة الحقيقية للأصدقاء، حيث أن واحدة من أكثر إغراءات الفيسبوك تكمن في قابلية توسيع وتقوية الشبكة الاجتماعية للفرد، مما يعطي إحساسا أن الفيسبوك يوفر أداة للتعبير عن الذات لتشكيل روابط اجتماعية تخرج المستخدم من العزلة وتعطيه آفاقا أوسع للتواصل الاجتماعي.

رابعا: الاسم الذي يتواصل به المبحوثون عبر الفيسبوك حسب الجنس.

الجنس / نوع الاسم	ذكر		أنثى		المجموع	
	ك	%	ك	%	التكرار	%
الاسم الحقيقي	198	70.21	46	38.98	244	61
اسم مستعار	84	29.78	72	61.01	156	39
المجموع	282	100	118	100	400	100
كا^2 المحسوبة 6.74 تحت درجة حرية واحدة كا^2 الجدولية 3.84 عند مستوى الدلالة 0.05						
النتيجة: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الجنسين في الاسم الذي يتواصلون به عبر الفيسبوك.						

جدول رقم21يوضح الاسم الذي يختاره المبحوثون في التواصل عبر الفيسبوك وعلاقته بمتغير الجنس.

تعتبر الأسماء والصور التي يختارها المبحوث للتعريف بهويته من مستويات التقديم اللساني والأيقوني للهوية، فهي، في غياب الجسد والوجه الذي يعتبر من محددات الهوية الواقعية الحقيقية ويعبر عن حقيقة الشيء على حد تعبير ابن عربي "وجه الشيء حقيقته"، أين يختزل ابن عربي حقيقة الإنسان في الوجه لأنّه الشيء البارز

[1] Noelle J. Hum, Perrin E. Chamberlin , et al, **A picture is worth a thousand words: A content analysis of Facebook profile photographs**,op cit,p 1830.

من نظامه العضوي وتخترقه معظم قنوات الحسّ من نطق وشمّ ورؤية وسماع. الوجه هو الشيء النادر والعزيز في الإنسان، بدونه لا هوية له ولا ملامح، شبيه بجمجمة لا حياة فيها[1] في إطار غياب وتجاوز الوجه والجسد في سياق الاتصال الافتراضي الذي يتجاوز سياقات الحضور وطقوس المكان، يعتبر الاسم من أهم أبعاد الوجود الافتراضي، وبالتالي من أهم محددات الهوية الافتراضية. أو هو جزء من الهوية المعلنة حسب دراسة فاني جورج عن تمثلات الذات والهوية الرقمية[2] والتي قسمت الهوية الرقمية إلى ثلاث مستويات: الهوية المعلنة وتتكون من المعلومات الموضوعة من طرف المستخدم مثل الاسم وتاريخ الميلاد والصورة. والهوية الفعالة وتتبدى من الكشف المعلن للممارسات والأنشطة التي يقوم بها المستخدم والتي يظهرها نظام التشغيل مثل فلان أصبح صديق فلان، أو فلان يتابع الصفحة الفلانية... أما الهوية المحسوبة، فتظهر من خلال المتغيرات الكمية التي تظهرها الشبكة مثل عدد الأصدقاء، عدد المجموعات وغيرها.

كما اعتبرت الباحثة نفسها في دراستها عن الاتصال الوسائطي عبر الحاسوب[3] أن المستخدم في مواجهة استمارة التسجيل في خدمة تواصلية يقاد بضم الياء إلى التساؤل: إذا كنت أتلخص في مجموعة كلمات أو رموز، ماذا ستكون هذه الكلمات والرموز؟ وفي هذه العلمية يقوم الشخص بتجريد بعض المعلومات التي يعتبرها غير ذات صلة ويختار أخرى يراها أكثر ملاءمة، بمعنى أخر أكثر انسجاما مع الفكرة التي يحملها عن نفسه وبهذا فإن الاتصال الافتراضي، وبدفعه للمستخدم لخلق بروفايل يمثله، يشارك في عملية تشكيل façonnage ، بإدخاله دعامة بصرية سمعية ونصية للذات في الحلقة العاكسة للتمثل الذاتي.[4]

[1] محمد شوقي الزين،**الذات والآخر**، منشورات الاختلاف، الجزائر، 2014، ص35.

2 Fanny George, **Représentation du soi et identité numérique**, op cit ,p170

3 Fanny George, **Communication médiée par ordinateur : un processus identitaire informatisé**, vers une identité mixte, op cit, p8

وبالتالي، وباعتبار الاسم من الرموز المهمة التي يتيح الاتصال الافتراضي عبر الفيسبوك اختيارها والتعبير عنها فإن المستخدم يجد نفسه أمام خيارات، إما أن يتمثل باسمه الحقيقي أو يتمثل باسم مستعار، وفي إطار هذا السؤال نجد أن 244 مبحوثا أجابوا أنهم يتواصلون بأسمائهم الحقيقية، ما يمثل نسبة 61%، مقابل 156 مبحوثا أجابوا بأنهم يتواصلون باسم مستعار ما يمثل نسبة 39%. وهو ما يوحي بأن استخدام موقع الفيسبوك لدى عينة الدراسة محاط بإطار من الجدية والثقة لدى المبحوثين الذين لا يجدون حرجا في التواصل بأسمائهم الحقيقية.

وتتماشى بيانات هذا الجدول مع نتائج دراسة نوال بركات[1] التي توصلت على أن 61.1 %من المبحوثين يتواصلون بأسمائهم الحقيقية. وبحساب كا مربع لاختبار الفروق بين الجنسين تبين وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الذكور والإناث في الاسم الذي يتواصلون به عبر الفيسبوك، حيث بلغت نسبة كا مربع 6.74 وهي أكبر من كا مربع الجدولية التي تقدر ب 3.84، مما يؤكد وجود فروق بين الجنسين في اختيار الأسماء التي يتواصلون بها عبر الفيسبوك، ويعزى هذا إلى المنظومة الثقافية والاجتماعية لكلا الجنسين، فالاتصال الافتراضي، رغم افتراضيته ورغم انفلاته من دائرة الاتصال الشخصي الواقعي بأطره وسياقاته، إلا أنه يبقى محكوما بأطر ثقافية واجتماعية مهيمنة، فلئن كان الفرد الافتراضي حرّا في اختيار تمظهره وفق التقنيات المتوّفرة فإنه، وكما يظهر جليا، فإنه يظلّ وفيا، في الغالب، لموروثه الثقافي فيما يتعلّق برسم ملامح صورته، وهويته ولذلك لا يرى الرجال حرجا في عرض صورهم الشخصية والتصريح بأسمائهم على عكس المرأة التي لا تؤثر في الغالب، الإعلان عن اسمها أو عمرها أو صورتها وتؤثر التحفظ والتستر عليها، وفي هذا السياق يحدد الباحث مصطفى بوتفنوشات موقع المرأة في

1 نوال بركات، **انعكاسات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على نمط العلاقات الاجتماعية**، مرجع سبق ذكره ص 334.

المجتمع التقليدي بقوله: إن المرأة في المجتمع الجزائري التقليدي هي قبل كل شيء: تحفظ، حجز وسر، بالمقارنة بالرجل الذي هو: الظهور، الشرف، والسعادة[1]

خامسا: الاسم الذي يتواصل به المبحوثون عينة الدراسة حسب متغير الفئة العمرية

الفئة العمرية / نوع الاسم	20-15		25-21		30-26		35-31		المجموع	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
الاسم الحقيقي	28	70	118	53.15	60	69.76	38	73.07	244	61
اسم مستعار	12	30	104	46.84	26	30.23	14	26.92	156	39
المجموع	40	100	222	100	86	100	52	100	400	100

كا^2 المحسوبة 2.06 تحت ثلاث درجات حرية كا^2 الجدولية 7.82 عند مستوى الدلالة 0.05

النتيجة: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الفئات العمرية في الاسم الذي يتواصلون به.

جدول رقم 22 يبين الاسم الذي يختاره المبحوثون في التواصل عبر الفيسبوك وعلاقته بمتغير الفئات العمرية.

ووفقا لمتغير الفئة العمرية كان استخدام الاسم الحقيقي هو الأكبر عددا ونسبة عند كافة الفئات العمرية، حيث جاء بنسبة 70% لدى الفئة العمرية من 15 إلى 20 سنة، وبنسبة 53.15% لدى الفئة العمرية من 21 إلى 25، وبنسبة 69.76% لدى الفئة العمرية من 26 إلى 30 وبنسبة 73.07% لدى الفئة العمرية من 31 إلى 35.

[1] رضوان بوجمعة، **أشكال الاتصال التقليدية في منطقة القبائل: محاولة تحليل انثروبولوجي**، أطروحة دكتوراه في علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر، 2006-2007، ص 136.

أما استخدام الاسم المستعار فكان بنسبة 30% لدى الفئة العمرية من 15 إلى 20، وبنسبة 46.84 لدى الفئة العمرية من 21 إلى 25، وبنسبة 30.23% لدى الفئة العمرية من 26 إلى 30 سنة، وبنسبة 26.92% لدى الفئة العمرية من 31 إلى 35 سنة.

وبحساب كا مربع لاختبار دلالة الفروق تبين عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متغير الفئة العمرية ونوع الاسم المستخدم في التواصل عبر الفيسبوك، إذ بلغت نسبة كا مربع 2.06، وهي أقل من كا مربع الجدولية التي تبلغ 7.82 عند مستوى دلالة 0.05 تحت ثلاث درجات حرية، مما يؤكد عدم وجود فروق بين الفئات العمرية عينة الدراسة والاسم المستخدم.

سادسا: أسباب استخدام الاسم الحقيقي.

الرأي / العبارة	موافق		محايد		معارض	
	ت	%	ت	%	ت	%
أحب أن أتواصل بهويتي الحقيقية.	228	93.44	16	6.55	00	00
ليتمكن من يعرفني من الوصول إلى بسهولة.	212	86.88	28	11.47	04	1.63
التواصل بالاسم الحقيقي يعطي مصداقية أكبر لحسابي.	218	89.34	18	7.37	08	3.27
التواصل بالاسم الحقيقي يغلق باب التلاعب عبر الفيسبوك	190	77.86	30	12.29	24	9.83
متوسط شدة الاتجاه العام 3.48			النتيجة اتجاه إيجابي			

جدول رقم 23 يبين أسباب استخدام الاسم الحقيقي.

وفي سبيل تبرير استخدام الاسم الحقيقي أو الاسم المستعار تم سؤال المبحوثين عن أسباب ذلك، ووفق الجدول أعلاه والذي يبين أسباب استخدام الاسم الحقيقي فقد أجاب 93.44%من عينة البحث على الموافقة

على خيار أحب أن أتواصل بهويتي الحقيقية، وأجاب 6.55 بأنهم محايدون، فيما لم يعارض هذه العبارة أي مبحوث، وهذه النسب توحي أن أفراد العينة يرغبون في الظهور كما هم في الواقع باعتبار الاتصال الافتراضي امتداد للواقع وليس خلق هوية جديدة، وهو تعزيز للاتصال الاجتماعي الواقعي وليس بناء تجارب جديدة منقطعة عن الواقع.

أما عن عبارة ليتمكن من يعرفني من الوصول إلي بسهولة فقد أجاب 86.88%من عينة البحث بالموافقة، وعارض العبارة أربعة مبحوثين بنسبة 1.63 فيما التزم 11.47 الحياد. وهو مبرر منطقي على اعتبار أن الشبكات الاجتماعية في أساسها أنشئت للتواصل مع الأشخاص الذين نعرفهم أو الذين كنا نعرفهم وانقطع الاتصال بهم.

ففي معرض تبريرهما اختيار مصطلح شبكات اجتماعية عن مصطلح التشبيك أفصح كل من دانا بويد ونيكول إليزون أنهما يفضلان اسم مواقع الشبكات الاجتماعية social network site عن مواقع التشبيك networking وهذا لسببين: التركيز ونطاق العلاقات الاجتماعية، فمصطلح التشبيك يرتبط أكثر بإقامة علاقات، غالبا ما تكون مع الغرباء، وهو ما تتضمنه فعليا عملية الاتصال عبر الشبكات، لكنه لا يمثل الممارسة الوحيدة لمثل هذه المواقع، فمصطلح الشبكات يعبر أكثر عن الممارسات التي تضمنها هذه المواقع، وهي لا تتمثل في بناء علاقات اجتماعية جديدة مع الغرباء فحسب، بقدر ما تتيح للناس إمكانية إدارة علاقاتهم الاجتماعية الواقعية وإبرازها، كما تبين ذلك الكثير من الدراسات والتي أكدت أن الأشخاص يتواصلون في هذه المواقع مع الذين يعرفونهم أكثر مما ينخرطون في عمليات بناء علاقات جديدة.[1]

[1] danah m. boyd nicole b. ellison **,Social Network Sites, op cit**, p211 .

أما عن عبارة التواصل بالاسم الحقيقي يعطي مصداقية أكبر لحسابي، فقد أجاب 89.34% بالموافقة، و3.27 بالمعارضة، فيما التزم 7.37 الحياد، ويمكن قراءة هذا التبرير وربطه بعينة الدراسة والتي يغلب عليها الشباب ذوو المستوى التعليمي المرتفع وبالتالي فإن التواصل عبر موقع الفيسبوك تواصل هادف ومدروس ومتوازن وعقلاني يهدف إلى المصداقية لا إلى التلاعب.

ويمكن تبرير هذا الاختيارات والتبريرات عن اختيار أسماء حقيقية بدل الأسماء المستعارة بقراءتها ضمن سياق مقاربة التفاعلية الرمزية التي تتبناها لورا روبنسون والتي ترى، وعلى عكس ما تدعيه شيري توركل حول انشطار هوية الفرد إلى هويتين حقيقية والكترونية، ترى روبنسون أن الهوية الحقيقية لا تنقطع عن الهوية الافتراضية، فبناء الذات في العوالم المتخيلة لا يتحرر من التفاعلات الرمزية الضرورية لعملية التنشئة الاجتماعية، فالفرد في السياق الالكتروني لا يتحرر من إكراهات الجسد ومن الارتباط بالمكان وهو لا يغامر بهويته في تجارب وجودية جديدة جذريا، فالقول بأن الانترنت تؤسس تجارب وجودية مختلفة تماما وهوية مستحدثة يمثل وهما لأن الانترنت تمثل بالنسبة إلى أغلبية المستخدمين مجالا يعزز ما يقومون به في الحياة الاجتماعية ويوسّعه ويكمله.[1]

وتتماشى نتائج هذا الجدول مع النتائج التي توصلت إليها نوال بركات[2] حول أسباب استخدام الاسم الحقيقي، حيث أرجع المبحوثون ذلك لعدة أسباب منها الظهور بالشخصية الحقيقية، والتعامل مع أشخاص حقيقين، والشفافية في التعامل، وأنهم لا يجدون أي مبرر لاستخدام اسم مستعار وذلك مراعاة للصدق من أجل كسب الثقة وكسب صداقات من نفس التخصص العلمي أو الاهتمامات المشتركة.

[1] الصادق الحمامي، **الميديا الجديدة الإشكالات السياقات**، مرجع سابق، ص 50.

[2] نوال بركات، **انعكاسات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على نمط العلاقات الاجتماعية** ، مرجع سبق ذكره، ص 337.

سابعا: أسباب استخدام الاسم المستعار.

الرأي / العبارة	موافق		محايد		معارض	
	ت	%	ت	%	ت	%
لا أحب أن يتعرف الآخرون على هويتي الحقيقية.	90	57.69	28	17.94	38	24.35
لأجد حرية أكبر في التعبير عن آرائي	114	73.07	32	20.51	10	6.41
لتجنب المضايقات ممن يعرفني شخصيا.	106	67.94	34	21.79	16	10.25
متوسط شدة الاتجاه العام: 1.91 النتيجة: اتجاه سلبي						

جدول رقم 24 يبين أسباب استخدام الاسم المستعار.

أما عن أسباب استخدام الاسم المستعار فقد وافق 57.69 % على عبارة لا أحب أن يتعرف الآخرون على هويتي الحقيقية، فيما عارضها 24.35% والتزم الحياد 17.94 %، وهو سبب يجد تبريره في سياقات الاتصال الافتراضي التي تفتح الباب لمستخدميها بأن يتواصلوا دون إبداء هوياتهم باعتبارها من فضاءات التواصل التي تمنح للأفراد فرصة التكتم على انتماءاتهم وهوياتهم الحقيقية واختيار أبعاد ورموز هوياتهم بكل حرية.

أما عن العبارة الثانية والتي تبرر استخدام الاسم المستعار بإيجاد حرية أكبر في التعبير عن الآراء فقد أجاب 73.07%بأنهم يوافقون على هذا التبرير فيما عارضته نسبة6.41%، وأجابت 20.51 % بالحياد. ويمكن تفسير ذلك بكون أن التحرر النسبي الذي تمنحه الانترنت لمستخدميها في علاقاتهم بالزمان والمكان والوضع الاجتماعي أعطى ما أسماه الدكتور الصادق رابح "فسحة " بالمعنى المدرسي للكلمة أين يتملص الانترنتي ولو للحظات من ضوابط الصف، السياق الاجتماعي، ويتقمص دورا يراه مناسبا، ليعبر عما يختلج بصدره بكل حرية. ومفهوم التحرر هنا لا يؤخذ على معناه السياسي وإنما بمعناه الاجتماعي الذي يعني بشكل أو بآخر إفلات

الفرد من إطاره القيمي والمعياري الذي يفرضه عليه المجتمع من خلال مختلف مراحل ومؤسسات التنشئة الاجتماعية.

فجدار الفيسبوك هو صفحة جدارية للكلام قبل الكتابة أو صفحة جدارية لإخراج البيت من سره الدفين، ونشر الغسيل على الآخرين من أجل التفاعل والتفاعل هو المقصود في الروابط الفيسبوكية لا مضمون النص والصورة والحركة، تفاعل من أجل التفاعل وأشياء أخرى من خلاله. فمستخدم الجدار الفيسبوكي يكتب ليتكلم، وغاية كل كائن في العمق هي الكلام ولو من أجل الكلام والإنسان هو الكائن الوحيد حسب جاك لاكان الذي يمتلك لغة ليتكلم بها، التكلم من أجل الذات أولا ومن أجل فك الحصار عن جدار الذات بعد ذلك.[1]

أما عن عبارة لتجنب المضايقات ممن يعرفني شخصيا فقد وافق عليها 106 من المبحوثين فيما عارضها 16 مبحوثا والتزم 24 مبحوثا الحياد، ويمكن قراءة هذه النسب في سياقات أخلاقيات التواصل الافتراضي، فمعلوم أن حدود الهوية الرقمية في العالم الافتراضي غامضة المعالم، إذ لا تحدها حدود جغرافية ولا تضبطها منظومة قيمية، فهي فضاء مفتوح لا محدود لمواطنين كونيين من مختلف الأعراق والأجناس والخلفيات الثقافية[2] وبالتالي فإن الممارسات في هذا الفضاء لا تحتكم في الغالب إلى معايير أخلاقية أو تربوية وبالتالي فقد يشوبها بعض اللبس، مما يخلق مضايقات ومشاكل بين المستخدمين، وبالتالي فإن المستخدم يختار هوية افتراضية لينأى بنفسه عن مثل هذه الإحراجات والمضايقات.

---

[1] أحمد العمراوي، **الكتابة والجدار: عن جمهورية الفيسبوك الكونية**، مقال منشور في جريدة القدس العربي بتاريخ 13-04-2012 على الرابط -http://www.alquds.co.uk/index.asp?fname=data%2F2012%2F04%2F04-13%2F13qpt889.htm&utm_source=feedburner&utm_medium=email

[2] كلثوم بيميمون، **السياقات الثقافية الموجهة للهوية الرقمية في ضوء تحديات المجتمع الشبكي: من التداول الافتراضي إلى الممارسة الواقعية**، مرجع سابق، ص84

وفي هذا السياق تذكر الباحثة كلثوم بيميمون في دراستها عن **السياقات الثقافية الموجهة للهوية الرقمية**[1] وفي معرض حديثها عن أخلاقيات الهوية الرقمية أن حيز العلاقات الاجتماعية بين المستخدمين وحدودها قد تغيرت، وأضحى حدود الشخصي والمهني والاجتماعي جد متداخل على درجة الحديث عن تمظهرات الهوية الافتراضية في سياقات مفتوحة قد تسقط فيها الكثير من الحواجز الشخصية التي قد تهدر خصوصية العلاقات الإنسانية، وبخاصة إذا لم يلتزم أطراف التواصل بالتحكم في عملية برمجة الحساب الشخصي وفق مقاييس تقنية محددة تضمن خصوصية الهوية الافتراضية، ومن بين أهم أخلاقيات التواصل التي تحقق للهوية الافتراضية استقرارها وتضمن للمواطنة الافتراضية فاعليتها، لأنها ستنعكس حتما على الممارسة الواقعية الهادفة هي:

- قيمة التعارف: وهو ضرورة بشرية لقوله تعالى: { ***يا أيها الناس إنا خلقناكم من ذكر وأنثى وجعلناكم شعوبا وقبائل لتعارفوا إن أكرمكم عند الله أتقاكم إن الله عليم خبير*** } سورة الحجرات :13.
- قيمة احترام حرية الآخر واحترام الحيز الشخصي لأطراف التواصل.
- قيمة المشاركة والعطاء والعمل الجماعي.
- قيمة الفاعلية أثناء التواصل.
- قيمة تحفيز الآخر وتشجيعه.

[1] كلثوم بيميمون، المرجع نفسه، ص84.

وغيرها من القيم الحضارية الهادفة التي تجدد اتصال الإنسان بعناصر هويته وتجدد حقيقة اتصاله الوثيق بالقيم المشتركة التي تجمعه بها على الأرض: الدين، التاريخ، اللغة، الثقافة، المصالح المشتركة، ولا يتحقق ذلك إلا من خلال إعادة بعثها من المجتمع المدني الافتراضي إلى الممارسة الواقعية عبر ممارسات حقيقية هادفة تجسد ذلك.

ثامنا: معاني الاسم الذي يتواصل به المبحوثون حسب متغير النوع.

الجنس / معاني الاسم	ذكر		أنثى		المجموع	
	ك	%	ك	%	ك	%
معنى شخصي	230	81.56	82	69.49	312	78
معنى ديني	16	5.67	12	10.16	28	7
معنى وطني	06	2.12	00	00	06	1.5
معنى فكري ايديولوجي	08	2.83	02	1.69	10	2.5
معنى إنساني	16	5.67	12	10.16	28	7
أخرى / مهني	00	00	02	1.69	02	0.5
لا معنى له	06	2.12	08	6.77	14	3.5
المجموع	282	100	118	100	400	100
$كا^2$ المحسوبة 0.74 $كا^2$ الجدولية 12.59 6 درجات حرية مستوى الدلالة 0.05						
النتيجة: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الجنسين في معاني الاسم الذي يتواصلون به عبر الفيسبوك.						

جدول رقم 25 يبين معاني الأسماء التي يستخدمها المبحوثون حسب النوع.

يتناول الجدول أعلاه معاني ودلالات الأسماء التي يستخدمها المبحوثون عينة الدراسة، حيث تظهر نتائج الجدول تعدد وتنوع دلالات الأسماء التي يختارها المبحوثون للتعريف بأنفسهم، من شخصية إلى دينية وفكرية وغيرها، فمن خلال البيانات يظهر أن 78% من عينة الدراسة صرحوا بأن معاني الاسم الذي يتواصلون به شخصية بين أسماء حقيقية أو أسماء مستعارة ذات دلالات شخصية كأن يكون الاسم الخاص للمستخدم أو الاسم الذي يحب أن يتواصل به أو حروفا مقتبسة لاسمه الحقيقي وغيرها، بينما صرح 7% من المبحوثين أن لأسمائهم دلالات دينية وهذا ما يمكن ملاحظته من خلال تصفح قائمة الأسماء مثل جنة الدنيا، المطيع لربه إسلامي جنتي...وغيرها من الأسماء التي تحمل دلالات دينية.

وتتماشى نتائج هذا الجدول مع النتائج التي توصلت إليها ريحانة بلوطي في دراستها عن **دوافع استخدام الهوية الافتراضية في الشبكات الاجتماعية وأثرها على الفرد**[1] والتي اعتبرت أن مبررات الاسم المستعار متعددة بين اجتماعية ودينية وسياسية وفنية وثقافية وغيرها، يحتل الجانب الاجتماعي المرتبة الأولى بنسبة 24.86%، معتبرة أن مجموعة الظروف التي يعيشها الفرد تجعل منه يختار اسما ينبع من تفكيره بهذا الواقع الذي يعيش فيه، تليها المبررات الشخصية بنسبة 22.16%، ثم الفنية بنسبة 17.29%، والثقافية بنسبة 15.13 %، تليها على التوالي الدينية والسياسية.

[1] ريحانة بلوطي، **دوافع استخدام الهوية الافتراضية في الشبكات الاجتماعية وأثرها على الفرد**، مرجع سابق، ص135

تاسعا: توزيع البيانات المتعلقة بالبروفايل الذي يتواصل به المبحوثون حسب متغير النوع.

الجنس / نوع البيانات	ذكر		أنثى		المجموع	
	ك	%	ك	%	ك	%
حقيقية	214	75.88	74	62.71	288	72
مستعارة	68	24.11	44	37.28	112	28
المجموع	282	100	118	100	400	100
كا^2 المحسوبة 1.2 كا^2 الجدولية 3.84 درجة حرية واحدة مستوى الدلالة 0.05						
النتيجة: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الجنسين فيما يتعلق بالبيانات المصرح بها في البروفايل.						

جدول رقم 26 يتناول البيانات التي يتواصل بها المبحوثون حسب النوع.

يتناول الجدول أعلاه نوع البيانات التي يصرح بها المستخدمون عينة الدراسة، وتشمل هذه البيانات تاريخ الميلاد مثلا، الإقامة، العمل وغيرها. وقد صرح 72% من عينة الدراسة أنهم يدلون ببياناتهم الحقيقية فيما صرح 28% أنهم يدلون ببيانات مستعارة، وتتماشى هذه البيانات مع نتائج الدراسة التي قام بها بودهان اليامين عن **تشكل الهويات الافتراضية ضمن بيئة مواقع المحادثة الالكترونية**[1] والتي أظهرت أن نسبة كبيرة من المستجوبين الذين شملتهم الدراسة لا يمتنعون عن تقديم معلومات عن أعمارهم الحقيقية، وذلك بسبب أنهم لا يكترثون بإظهار سنهم الحقيقي، ولا يشكل لهم ذلك أي إشكال أو تهديد ما داموا يستعملون الانترنيت استخداما سليما وايجابيا ، فيما ترى فئة أخرى من الشباب غير ذلك ، إذ قد يكون في نيتهم بادئ الأمر التستر

[1] اليامين بودهان، **تشكل الهويات الافتراضية ضمن بيئة المحادثة الالكترونية**، مرجع سابق، ص12.

وعدم إعطاء أي معلومات شخصية حقيقية ، وهذا بدافع الخوف من القرصنة واستغلال بياناتهم لأغراض غير مشروعة ، كالتحايل والسرقة ، وتشويه السمعة بإذاعة معلومات الشخص كالصور والفيديو ، والأرقام الخاصة .

عاشرا: نوع الصورة الذي يتواصل بها المبحوثون حسب متغير النوع.

الجنس / نوع الصورة	ذكر		أنثى		المجموع	
	ك	%	ك	%	ك	%
صورة شخصية	196	69.50	24	20.33	220	55
صورة شخص مشهور/ فنان	36	12.76	28	23.72	64	16
صور طبيعية، زهرة، طائر ...	28	9.92	28	23.72	56	14
صور أطفال	08	2.83	30	25.42	38	9.5
صورة دينية	04	1.41	08	6.77	12	03
أخرى: سيارة، هاكر...	10	3.54	00	00	10	2.5
المجموع	282	100	118	100	400	100
$كا^2$ المحسوبة 11.34 $كا^2$ الجدولية 11.07 5 درجات حرية مستوى الدلالة 0.05						
النتيجة: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الجنسين في نوع الصورة التي يضعونها في البروفايل عبر الفيسبوك.						

جدول رقم27 يتناول نوع الصورة التي يضعها المبحوثون.

تتيح شبكة الفيسبوك للمستخدم بناء بروفايل / ملمح يتضمن صورا و روابط وفيديوهات وتحديثات تتم مشاركتها بين الأصدقاء، الصفحة الشخصية أو ما يسمى the home page تتيح لكل مستخدم ضمن قائمة

الأصدقاء أن يكون على دراية متجددة بالمنشورات والتفاعلات من وبين أصدقائه، كما يسمح الفيسبوك بالدردشة مع الأصدقاء المتواجدين على الخط، كل هذه الخدمات تتوالف فيما بينها لتسمح للمستخدمين ببناء صورة وهوية يتواصلون من خلالها في المجتمع الافتراضي، ولعل من أهم وأكثر العناصر تعبيرا عن الذات هي الصورة التي يختارها المبحوث ليتواصل بها في هذا المجتمع الافتراضي، فجدير بالذكر أنه بظهور الشبكات الاجتماعية المبنية على صورة البروفايل، والتي تسمح للمستخدم باختيار صورة بروفايله مثل الفيسبوك وماي سبيس، لم يعد التعبير عن الذات مقتصرا على النص الالكتروني أو الكلمات، إنما أضحت الصورة مكونا مركزيا في التعبير عن الذات فحسب دراسة نويل هامNoelle J Hum وآخرين [1] فإن 98% من الطلاب عينة الدراسة يضعون صورهم الخاصة في البروفايل.

وفي هذا السياق تم سؤال المبحوثين عن نوع الصورة التي يضعونها في بروفايلاتهم، وحسب بيانات الجدول أعلاه فقد صرح 55% من عينة الدراسة أنهم يضعون صورهم الشخصية، تلتها صور فنان أو شخصيات مشهورة بنسبة 16% وصور طبيعية بنسبة 14% ، وبإدخال متغير الجنس تظهر لنا فروقات في نوع الصورة المستخدمة، حيث يضع الذكور صورهم الشخصية بنسبة 69.50% بينما لا نجد النسب نفسها عند الإناث حيث أن 20.33% فقط من الإناث يضعن صورهن الحقيقية وأغلبهن يخترن صور أطفال أو صورا طبيعية حيث صرحت 25.42% من المبحوثات أنهن يخترن صور أطفال، و23.72% صور طبيعية لأزهار أو مناظر طبيعية، أو صورا لأشخاص مشهورين أو فنانين، ويمكن قراءة هذه الممارسات الانترنتية بكون، وإن كان الفرد الافتراضي حرّا في اختيار تمظهره وفق التقنيات المتوّفرة فإنه يظلّ وفيا، في الغالب، لموروثه الثقافي فيما يتعلّق برسم ملامح صورته، وهويته ولذلك لا يرى الرجال حرجا في عرض صورهم الشخصية والتصريح بأسمائهم على عكس المرأة التي

[1] Noelle J. Hum, Perrin E. Chamberlin , et al, **A picture is worth a thousand words: A content analysis of Facebook profile photographs**, op cit, p 1828.

لا تؤثر في الغالب، الإعلان عن اسمها أو صورتها، ولعلّ القراءة التفكيكية للصور المنشورة تسمح لنا بإدراك مدى رغبة الرجل في التعريف بذاته بإيراد التفاصيل التي تميّزه عن الآخرين، والتي قد تكون علامة دالة على حجم النرجسيّة التي تهيمن على بعضهم فبعض الصور تحتل مساحة من الصفحة ويظهر فيها الرجل أمام الحاسوب أو المكتب،أو السيّارة... أو في موقع الحركة: فوق حصان، وهو يقيد أحد المراكب إلى غير ذلك ، وهي أوضاع توحي بكلّ وضوح عن ذكورية النظام التمثيلي والتصوّرات إذ يظهر الإنتاج التقني منسجما مع الرجل المعاصر.

وليس غريبا أن يظهر الرجل على هذه الهيئة مادامت الثقافة قد علّمت الرجل أنّ للرجولة وجاهة وأنّ الذكورة تتطلّب عرضا على الركح الاجتماعي، وتقتضي وجود طقوس وممارسات اجتماعية للاحتفاء بها. لذا لا يجد الرجال، في الغالب، حرجا في الكشف عن صورهم الشخصية والتصريح بأسمائهم[1]

[1] أمال قرامي، **قراءة في محتوى بعض المدونات العربية من منظور الجندر**، أبحاث المؤتمر الدولي الإعلام الجديد، تكنولوجيا جديدة لعالم جديد، جامعة البحرين 7-9 أفريل2009، منشورات جامعة البحرين، 2009، ص233،

إحدى عشر: مبررات اختيار الصورة لدى المبحوثين عينة الدراسة.

الجنس / السبب	ذكر		أنثى		المجموع	
	ك	%	ك	%	ك	%
لاعتبارات اجتماعية/ دينية	04	1.41	30	25.42	34	8.5
تعكس شخصيتي/ جانب منها	84	29.78	22	18.64	106	26.5
تشبهني	26	9.21	20	16.94	46	11.5
أحب براءة الأطفال	06	2.12	20	16.94	26	6.5
تعكس مزاجي	20	7.09	26	22.03	46	11.5
معناها معبر/ للفت الانتباه	30	10.63	00	00	30	7.5
ليتعرف علي الآخرون/ مصداقية	112	39.71	00	00	112	28
المجموع	282	100	118	100	400	100

$كا^2$ المحسوبة 10.01 $كا^2$ الجدولية 12.59 6 درجات حرية مستوى الدلالة 0.05

النتيجة: لا توجد فروق دالة إحصائيا بين الجنسين في مبررات اختيار الصورة التي يضعونها في البروفايل.

جدول رقم28 يتناول مبررات اختيار الصورة لدى المبحوثين حسب النوع.

يتناول الجدول أعلاه مبررات اختيار صورة البروفايل لدى عينة الدراسة، وهي إجابة عن سؤال لماذا اختار المبحوث هذه الصورة، وحسب بيانات الجدول أعلاه تتعدد مبررات اختيار الصورة من اجتماعية أو دينية إلى شخصية أو نفسية، حيث أجاب 28% من عينة الدراسة أنهم اختاروا التواصل بتلك الصورة لإعطاء مصداقية لحساباتهم في الفيسبوك وتشمل هذه النسبة المستخدمين الذين يضعون صورهم الشخصية، كما أجاب 26.5%

من المبحوثين أن صور بروفايلهم تعكس شخصياتهم أو جانب منها، كما أجاب 35 مبحوثا ما يمثل نسبة 8.5% أن اختيارهم لصورة البروفايل يحتكم لاعتبارات دينية أو اجتماعية وتتعدد الاعتبارات الدينية بين ثقافة الحجب لدى الإناث وإثبات الانتماء الديني لدى الذكور، وفي معرض تحليله لثقافة الحجب يرجع الباحث محمد شوقي الزين [1]ثقافة الحجب في الممارسات الاجتماعية العربية إلى تاريخها الديني ويقول: لماذا الثقافة الإسلامية هي ثقافة "الحجب" والثقافة الغربية هي ثقافة "الكشف" إن المتأمل في فنّ النحت والرسم، يدرك حقيقة أن الأجسام المصوَّرة أو المنحوتة لا تخلو من مظاهر "عارية" لجأ إليها الرسّامون أو النحّاتون (رفائيل، دافنتشي، ميكائيل انجلو، دوناتيلّو..) لتجسيد الجمال البشري أو الخير أو الفضيلة أو الحقيقة أو الحرية. وفي المقابل ثقافة "الحجب" سليلة الثقافة اللاهوتية في الإسلام التي تجعل الإله في الغياهب السرمدية، يخفى عن الأنظار ولا تخفى عنه خافية؛ خلافاً للفكرة اللاهوتية في الثقافة الغربية التي تتبنّى فكرة تجسّد الإله في اليسوع؛ أي الصراع بين فكرتين، إحداهما متعالية وتجريدية والأخرى حلولية وتجسيدية. وانتقلت المسألة من اللاهوت إلى الفنّ إلى باقي الممارسات الاجتماعية على تعددها وتنوعها.

[1] محمد شوقي الزين،**الذات والآخر**، مرجع سبق ذكره، ص42.

المحور الخامس: تمثلات الهوية الافتراضية وامتداداتها.

إذا اعتبرنا أن الهوية الشخصية هي الوعي بأن تكون نفسك، هذه العملية تعبر عن عملية نمذجة للذات في إطار تصور رمزي للفرد لهويته / ذاته في سياق مساءلة نفسه من أكون؟

وفي سياق الاتصال الافتراضي عبر الشبكات الاجتماعية تتحدد الإجابة عن هذا السؤال الانطولوجي بتحديد الخصائص المميزة للشخص نفسه بتجريد بعض المعايير ومساءلة رغبته كيف يريد أن يكون، وبهذا فهو يصنع من خلال الخيال ما شبهته الباحثة فاني جورج بالرسم التخطيطي للذات[1] أين يقوم بتفحص التغيرات التي تطرحها هذه الحالة للأشياء الافتراضية والتي تتطلب إدخالها في جدول الرسم التخطيطي الذي بناه. بمعنى أخر يراقب ما يتخيله ليرى هل الإحساس الداخلي المتقد للذات يمكن أن يتجسّد بنفس الدرجة وبنفس الشكل في الواقع الافتراضي. من هنا فإن العلاقة بين هوية الفرد الالكترونية وهويته الواقعية تعكس العلاقة بين المتخيل والحقيقة، المتخيل الذي يرسمه ويبني ملامحه كيفما أراد، والحقيقة التي ينبثق منها وتشكل واقعه ومرجعيته، وإن كان هذا المتخيل جزءا من الحقيقة لأنه يتضمنها ويعبر عنها إلا أنه قد يصطدم مع ضوابط الواقع التي توجهه وتحدد تصوراته وممارساته.

من هنا تم تحديد محور خاص بتمثلات الهوية الافتراضية لدى المستخدمين عينة الدراسة، ومدى قربها أو بعدها عن الهوية الواقعية لهم من خلال مجموعة أسئلة عن علاقة الشخصية الافتراضية للمستخدم بشخصيته الواقعية، وكيف تساهم انطباعات الأصدقاء عن الشخص ومنشوراته وشخصيته في خلق الشخصية الافتراضية.

[1] Fanny George, **Représentation de soi et identité numérique, une approche sémiotique et quantitative de l'emprise culturelle du web 2.0**, op cit, p25.

أولا: علاقة شخصية المستخدم في الفيسبوك بشخصيته في الواقع.

الرأي / العبارة	ذكور						إناث					
	موافق		محايد		معارض		موافق		محايد		معارض	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
شخصيتي الافتراضية متطابقة مع شخصيتي في الواقع	206	73.04	46	16.31	30	10.63	80	67.79	12	10.16	26	22.03
شخصيتي الافتراضية أكثر مثالية من شخصيتي في الواقع	88	31.20	48	17.02	146	51.77	28	23.72	24	20.33	66	55.93
شخصيتي الحقيقية اكثر فعالية من شخصيتي الافتراضية	130	46.09	76	26.95	76	26.95	72	61.01	32	27.11	14	11.86
شخصيتي الافتراضية جذابة	92	32.62	82	29.07	108	38.29	48	40.67	24	20.33	46	38.98
متوسط شدة الاتجاه العام 3.12							النتيجة اتجاه إيجابي					

جدول رقم29 يتناول علاقة شخصية المستخدم الافتراضية بشخصيته الواقعية.

يتناول الجدول أعلاه علاقة شخصية المستخدم الافتراضية في الفيسبوك مع شخصيته الواقعية، ويتبين من خلال بياناته أن أغلب المبحوثين صرحوا أن شخصياتهم على الفيسبوك متطابقة مع شخصياتهم الواقعية، حيث أجاب 73.04% من الذكور أنهم يوافقون على عبارة شخصيتي الافتراضية متطابقة مع شخصيتي الواقعية، وكذا صرحت الغالبية من الإناث بذلك حيث بلغت نسبة الإناث اللواتي توافقن على هذه العبارة 67.79%، فيما كانت نسبة معارضة هذه العبارة 10.63 % لدى الذكور، و20.03 % لدى الإناث، وتتماشى نتائج هذه

العبارة مع نتائج دراسة نويل هام[1] في تحليلها صور البورفايل لمجموعة من الطلبة أين توصلت إلى أن 74 %من الطلبة عينة الدراسة أفصحوا أن بروفايلاتهم في الفيسبوك تطابق تمثلاتهم لأنفسهم في الواقع وفي معرض تحليلها لذلك أشارت الباحثة أن المعلومات التي يضعها المستخدم في بروفايله تخضع للغربلة والتصفية في تحديد ما ينشر وما لا ينشر وبالتالي فهي عملية واعية مقصودة لخلق صورة إيجابية للشخص تكون امتدادا لشخصيته في الواقع.

أما عن عبارة شخصيتي الافتراضية أكثر مثالية من شخصيتي في الواقع فقد أجاب بالمعارضة أغلب المبحوثين من الذكور والإناث، حيث بلغت نسبة معارضة العبارة لدى الذكور 51.77% ولدى الإناث 55.93%، وفي السياق ذاته، وفي إطار الإجابة عن عبارة شخصيتي الافتراضية جذابة نجد نسبة كبيرة من المبحوثين تعارض هذه العبارة، حيث عارضها 38.29% من الذكور و38.98% من الإناث، ووافق عليها32.62% من الذكور و40.64% من الإناث، وهي نسب يمكن تحليلها في سياق بيانات الجداول السابقة والسمات السوسيوديموغرافية لعينة الدراسة والتي أشارت في معظمها إلى استخدام عقلاني واع لشبكة الفيسبوك بعيد عن المداهنة والتنميق، حيث لا يهدف المبحوثون إلى تزيين صورهم وشخصياتهم الافتراضية بقدر ما يهدفون إلى التواصل الهادف واستغلال خواص وخدمات الفيسبوك في المشاركة والتواصل.

وفي دراستها عن تصور وممارسة الهوية الثقافية لدى الشباب الجزائري بين الفضاء الالكتروني والممارسة الواقعية[2] توصلت الباحثة كلثوم بيميمون أن أغلب المبحوثين صرحوا بعدم تأثير الفيسبوك على تصوراتهم وممارساتهم الهوياتية الواقعية، وهو الأمر الذي رأت الباحثة أنه يتعارض مع الممارسة الالكترونية الفعلية حيث

[1] Noelle J. Hum, Perrin E. Chamberlin , et al, **A picture is worth a thousand words: A content analysis of Facebook profile photographs** op cit ,p1831.

[2] كلثوم بيميمون، **تصور وممارسة الهوية الثقافية لدى الشباب الجزائري بين الفضاء الالكتروني والممارسة الواقعية**، مرجع سبق ذكره، ص10.

اعتبرته شكلا من المقاومة الثقافية من خلال عدم إقرار المبحوثين بعدم تأثير الفيسبوك على ممارساتهم الهوياتية في الواقع. وبحساب متوسط شدة الاتجاه العام للعبارات تبين أن الاتجاه إيجابي حيث بلغت نسبة المتوسط 3.12.

ثانيا: اهتمام الشخص بما يقوله عنه أصدقاؤه في الفيسبوك.

الرأي / العبارة	ذكور						إناث					
	موافق		محايد		معارض		موافق		محايد		معارض	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
أهتم بشدة لآرائهم.	180	63.82	70	24.82	32	11.34	62	52.54	34	28.81	22	18.64
أحاول نشر ما هو إيجابي دائما.	258	91.48	20	7.09	04	1.41	102	86.44	12	10.16	04	3.38
لا أهتم وأنشر ما أريد نشره وفقط	42	14.89	82	29.07	158	56.02	24	20.33	24	20.33	70	59.32
أبحث عن انطباعاتهم من خلال اهتمامهم بمنشوراتي وتعليقهم عليها.	158	56.02	94	33.33	30	10.63	68	57.62	30	25.42	20	16.94
متوسط شدة الاتجاه العام 3.01							النتيجة: اتجاه إيجابي					

جدول رقم 30 يتناول اهتمام الشخص بما يقوله عنه أصدقاؤه في الفيسبوك

يتناول الجدول أعلاه مدى اهتمام المبحوثين عينة الدراسة بما يقوله عنهم أصدقاؤهم في شبكة الفيسبوك، وجاء هذا السؤال لبحث وفهم تصور المستخدمين عينة الدراسة لسمعتهم الالكترونية، حيث تعتبر منشورات الشخص من مرتكزات الهوية النشطة التي ترتبط بالآثار التي يخلفها المستخدم على الموقع فقد أكدت دراسة فاني جورج على أن الهوية النشطة هي العنصر الأساس في تركيبة الهوية الافتراضية باعتبارها تفترض من

المستخدم تغذية بنية هويته الرقمية باستمرار من خلال إبراز حضوره الافتراضي عبر تحديث ردوده على صفحته، ومشاركاته في استعراض الذات وإبراز ردودها الفورية وتفاعلاتها مع الأصدقاء[1].

وفي هذا السياق تم سؤال المبحوثين عن اهتمامهم بما يقوله عنهم أصدقاؤهم، ووفقا لبيانات الجدول فقد وافق معظم أفراد العينة على عبارة أهتم بشدة لآرائهم، حيث وافق على هذه العبارة 63.82% من الذكور و52.54% من الإناث، وعارضها 11.34% من الذكور و18.64% من الإناث، ويمكن قراءة هذه النسب من وجهة نظر التفاعلية الرمزية في سياق ما أسماه اريك غوفمان في تمسرح الذات في الواقع الاجتماعي، أين يبني المستخدم سمعة هويته الالكترونية على الشبكة فيهتم بانطباعات المستخدمين ويتصرف في الفضاء الافتراضي بمقتضاها في سياق البحث عن ثقة أصدقائه واحترامهم، ملتزما بالنموذج الهوياتي الذي تدافع عنه المجموعة، والذي تنسجه من خلال ردود الأفعال والتعليقات مما يحدث الرضى والتناسق الاجتماعي.

ولأن شبكة الفيسبوك تنمي سلطة الأنا لأنها تتمحور حول التعبير عن الذات، والمستخدم يرى صورته في هذه الشبكة ويتلقى انعكاساتها في أصداء قائمة أصدقائه ومعارفه، فالفيسبوك هو مساحة لتجريب الأنا وهذا لا يعني أن الشخص لا يكتشف ذاته إلا عبر الآخر، بل يدل على أن الشخص المشترك في شبكة الفيسبوك يبني هويته انطلاقا من الصورة التي يريد أن يعرف بها في الشبكة، وهي عادة صورة مداهنة للذات تعززها الشعبية التي تتمتع بها ويثبتها سجل أصدقائه ومعارفه، ويحدد على أساسها مكانته وموقعه بالنظر إلى هذا السجل[2] في هذا السياق أكد أغلب أفراد العينة أنهم يوافقون على عبارة أحاول نشر ما هو إيجابي دائما، حيث وافق على العبارة 91.48% من الذكور و86.44% من الإناث، وفي السياق نفسه أكد أغلب أفراد العينة أنهم يعارضون عبارة لا

[1] كلثوم بيميمون، **السياقات الثقافية الموجهة للهوية الرقمية في ضوء تحديات المجتمع الشبكي: من التداول الافتراضي إلى الممارسة الواقعية**، مجلة إضافات، العددان 33 34، شتاء ربيع 2016، ص73.

[2] نصر الدين العياضي، **الشباب والانترنت**، مرجع سابق، ص 87.

أهتم لآرائهم وأنشر ما أريد وحسب، حيث أجاب56.02% من الذكور أنهم يعارضون هذه العبارة، وأجاب 59.62% أنهمن تعارضن أيضا هذه العبارة، وتؤكد هذه النسب أن ممارسات الفضاء الافتراضي، ورغم ما تتسم به من انفتاح وحرية، إلا أنها تبقى دائما مرتبطة بنظرة الآخرين، ومحكومة بمعاييرهم ومرجعياتهم، حتى وإن انفلتت تقنيا إلا أنها تنضبط معياريا وفق ما تقتضيه الحياة الاجتماعية الواقعية، وفي هذا السياق ترى لورا روبنسون أن إنتاج الهوية في الفضاء الالكتروني يبقى مرتبطا بنظرة الآخرين (التي تعتبر آلية مركزية لعملية بناء الهوية في الحياة الاجتماعية)، ففي التواصل الالكتروني يفقد التواصل بعده الحسي، لكن المستخدمين يعملون من خلال آليات الكتابة الالكترونية على محاكاة التواصل الاجتماعي بلغة جديدة يعبرون من خلالها عن مشاعرهم بواسطة علامات تعكس الهوية الحقيقية، فعندما يؤثث فردا ما فضاءه الالكتروني (صفحة شخصية مثلا) بالنصوص وبالصور، فهو يأخذ بعين الاعتبار نظرة الآخر له، كما أن نشاط الفرد على الشبكة يتوجه كذلك إلى الآخرين، فتعاظم التفاعلية يؤكد بشكل صريح أن الهوية على الشبكة لا يمكن أن تنفصل عن الآخر.[1]

[1] الصادق الحمامي، **الميديا الجديدة الإشكالات السياقات** ، مرجع سبق ذكره، 51.

ثالثا: انطباع المبحوثين حينما يعلق شخص ما إيجابيا على صفحاتهم على الفيسبوك

الجنس / الانطباع	ذكر		أنثى		المجموع	
	ك	%	ك	%	ك	%
أشعر بالرضى والسعادة	130	38.23	50	38.46	180	38.29
أحس بفائدة وإيجابية ما نشرت	58	17.05	26	20	84	17,87
دون أي انطباع/ عادي	26	7.64	16	12.30	42	8.93
أتحفز لنشر الأفضل	30	8.82	14	10.76	44	9.36
أحس بالفخر/ بالثقة / بالمكانة لدى الأصدقاء	70	20.58	24	18.46	94	20
يزيد من تفاعلي في الفيسبوك	26	7.64	00	00	26	5.53
المجموع	340	100	130	100	470	100
$كا^2$ المحسوبة 0.36 $كا^2$ الجدولية 11.07 درجة حرية 5 عند مستوى الدلالة 0.05						
النتيجة: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الجنسين فيما يخص الانطباعات الإيجابية حول المنشورات.						

جدول رقم 31 يبين انطباعات المبحوثين حينما يعلق شخص ما إيجابيا على منشوراتهم.

يتناول الجدول أعلاه انطباعات المبحوثين عينة الدراسة حول التعليقات الإيجابية التي تتركها منشوراتهم لدى الأصدقاء، وقد تبين من خلال بيانات الجدول تعدد وتنوع الانطباعات لدى المبحوثين، جاء الإحساس بالرضى والسعادة في المرتبة الأولى ب180 تكرارا وبنسبة 38.29%، تلاه الإحساس بالفخر والثقة والمكانة لدى الأصدقاء ب94 تكرارا وبنسبة 20%، ثم الإحساس بالفائدة والإيجابية ب84 تكرارا وبنسبة 17.87%، ثم

التحفز لنشر الأفضل ب44 تكرار وبنسبة 9.36%، ويليه دون أي انطباع أو عادي ب42 تكرارا وبنسبة 8.93%.

وتؤكد بيانات هذه الجدول ما توصلت إليه الكثير من الدراسات التي ربطت منشورات الفيسبوك والتفاعلات معها بالرضى والسعادة لدى المستخدمين، حيث توصلت دراسة جان غين كيم Junghyun Kim، وجون اين روزلين لي Jong-Eun Roselyn Lee عن **الفيسبوك طريق السعادة**[1] أن التعبير الإيجابي عن الذات والتفاعل مع المنشورات بإيجابية لديه تأثير إيجابي على معدلات الرفاه والرضى الذاتي للمستخدم.

كما تشكل نسبة الإحساس بالفخر والثقة والمكانة لدى الأصدقاء نسبة معتبرة يمكن قراءتها في سياق بيانات الجداول السابقة والتي أكدت أن المبحوثين يحاولون دائما نشر ما هو إيجابي عن أنفسهم في سبيل رسم صورة حسنة يحدد على أساسها المستخدم مكانته وموقعه بين أصدقائه على الشبكة. وفي معرض تبريره لمفهوم الرأسمال الرمزي الممثل في الصداقات التي يكتسبها الفرد ومكانته من حقل الصداقات هذا يطرح بيير بورديو مقاربة إثبات الشرعية للوجود الفردي للشخص، ويرى أنه في علاقتنا العادية بالعالم ليس الوعي هو من يمنحنا علل الوجود، ولكنه الرأسمال الرمزي حيث نجد تبريرنا في ذلك الرضى عن وجودنا والذي يجلبه إلينا امتلاكنا لهذا الرأسمال من الاعتراف الذي ينجم من انتمائنا إلى حقل أو إلى مجموع حقول معطاة، بالفعل، يمنح الرأسمال الرمزي أكثر قليلا من المكافآت وعلامات العرفان، إنه يغذي الوهم الحيوي، الوهم بصفته التزاما في لعبة الحياة.[2]

[1] Junghyun Kim, and Jong-Eun Roselyn Lee, **The Face book Paths to Happiness: Effects of the Number of Facebook Friends and Self-Presentation on Subjective Well-Being,** op cit p1132**.**

[2] **معجم بيير بورديو**، مرجع سابق، ص73.

رابعا: مدى مساهمة المنشورات في خلق تصور عن الذات.

الرأي / العبارة	ذكور						إناث					
	موافق		محايد		معارض		موافق		محايد		معارض	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
أربط شخصية الفرد بما ينشر	179	63.47	57	20.21	46	16.31	84	71.18	20	16.94	14	11.86
المنشورات ترتبط بمزاج عابر ولا تعكس الشخصية الحقيقية	95	33.68	112	39.71	75	26.59	77	65.25	14	11.86	27	22.88
أتواصل مع الشخص بناء على ما ينشره	198	70.21	69	24.46	15	5.31	95	80.50	09	7.62	14	11.86
تتغير فكرتي عن الشخص بمنشورات سيئة قد ينشرها	50	17.73	87	30.85	145	51.41	09	7.62	23	19.49	86	72.88
متوسط شدة الاتجاه العام 3.45							النتيجة: اتجاه إيجابي					

جدول رقم 32 يبين مدى مساهمة المنشورات في خلق تصور عن ذات المستخدم لدى المبحوثين.

يتناول الجدول أعلاه مدى مساهمة المنشورات في خلق تصور عن ذات المستخدم لدى المبحوثين عينة الدراسة، حيث تعتبر المنشورات عنصرا من عناصر الهوية النشطة التي يغذي من خلالها المستخدم هويته الرقمية باستمرار من خلال إثبات وجوده الرقمي وحضوره الافتراضي عبر تحديث ردوده على صفحته ومشاركاته في

استعراض ذاته وإبراز ردودها وأيضا من خلال منشوراته على الصفحة والتي تعكس مواقفه وحدود هويته الافتراضية، وما يميزها من الآخرين.[1]

من هنا تم سؤال المبحوثين عن مدى مساهمة المنشورات في خلق تصوراتهم عن الآخرين، وفي معرض الإجابة عن هذا السؤال نجد أن غالبية المبحوثين أجابوا بالموافقة على عبارة أربط شخصية الفرد بما ينشر، حيث وافق على العبارة 179 من الذكور ما يمثل 63.47% ووافق عليها 84 من الإناث ما يمثل 71.18%، فيما عارضت العبارة نسبة قليلة من المبحوثين16.31% من الذكور و11.86%من الإناث، وتعبر هذه النسب على أهمية المنشورات في خلق تصور عن الذات لدى المستخدم، حيث أن طبيعة استجابته على الصفحة بصفته فاعلا أو متفاعلا أو منفعلا أو مجرد ناقل لمعلومة أو مترقب لها، يعكس طبيعة تفاعله في الصفحة، ويحدد وجوده وحضوره الافتراضي وطبيعة شخصيته.

وفي السياق نفسه نجد أن أغلب المبحوثين يتواصلون مع الشخص بناء على ما ينشره على صفحته، حيث أجاب 293 مبحوثا ما يمثل 73.25% أنهم يوافقون على عبارة أتواصل مع الشخص بناء على ما ينشره، فقد أجاب 198 من الذكور بالموافقة ما يمثل 70.21%، وأجاب 95 مفردة من الإناث ما يمثل80.5% بالموافقة، ولم يعارض العبارة سوى 5.31% من الذكور و11.86% من الإناث، وتؤكد هذه النسب أهمية المنشورات في رسم الشخصية الافتراضية والتي على أساسها يتم التواصل والتفاعل الالكتروني وعلى أساسها يتحدد مفهوم الحضور الافتراضي باعتباره امتدادا للحضور الفيزيائي للمستخدم.

[1] كلثوم بيميمون، **السياقات الثقافية الموجهة للهوية الرقمية في ضوء تحديات المجتمع الشبكي: من التداول الافتراضي إلى الممارسة الواقعية**، مرجع سبق ذكره، ص73.

ففي دراستها عن الحضور الافتراضي لخصت آشلي جنين وولام Ashley Jennings Wollam الحضور الافتراضي في نقطتين: هما التفاعليةinteractivity والحيوية vividness ، فالحيوية هي جوهر أن تكون متواجدا في العالم الرقمي، والتفاعلية هي مقدار سيطرة المستخدم على المحيط الافتراضي. حيث أثبتت الدراسة أن الأشخاص يتفاعلون ويتواصلون مع محيطهم الافتراضي لرسم شخصياتهم والتعبير عن ذواتهم الافتراضية في سياق إشباع حاجاتهم التواصلية والتفاعلية.[1]

أما عن عبارة ترتبط المنشورات بمزاج عابر ولا تعكس الشخصية الحقيقية، فقد أجاب 112 مبحوثا من الذكور بالحياد ما يمثل 39.71%، وأجاب 95 مبحوثا بالموافقة ما يمثل 33.68%، وعارضها 75 مبحوثا من الذكور ما يمثل 26.59%، أما عن الإناث فقد وافقت على العبارة 77 مفردة ما يمثل 65.25%، وعارضتها 27 مفردة ما يمثل 22.88%، والتزمت الحياد 14 مفردة ما يمثل 11.86%، وهي نسب تعكس أن المبحوثين يربطون شخصية المستخدم بالمنشورات ولا يعتبرونها مزاجية فقط. وفيما يخص عبارة تتغير فكرتي عن الشخص بمنشورات سيئة قد ينشرها فقد أجاب بالمعارضة أغلب المبحوثين، فقد عارض العبارة51.41% من الذكور و72.88% من الإناث، ووافق عليها 17.73% من الذكور، و7.62% من الإناث، ويمكن تفسير هذه النسب على اعتبار أن، ورغم أن المستخدمين يربطون شخصية الفرد بما ينشر، إلا أنهم يتغاضون عن بعض المنشورات السلبية التي قد تكون خارجة عن نطاق الشخص أو تدخل في سياق ما يسمى بقرصنة الحسابات وغيرها.

[1] Ashley Jennings Wollam, **facebook encouraging Authentic or Inauthentic Identity Construction,** op cit,p132.

خامسا: كيف أثر الفيسبوك في شخصية المبحوثين.

الجنس / الأثر	ذكر		أنثى		المجموع	
	ك	%	ك	%	ك	%
أثّر إيجابيا	32	11.34	62	52.54	94	23.5
أثّر سلبيا	138	48.93	30	25.42	168	42
لم يؤثّر	112	39.71	26	22.03	138	34.5
المجموع	282	100	118	100	400	100
كا^2 المحسوبة 8.86 كا^2 الجدولية 5.99 درجة الحرية 2 مستوى الدلالة 0.05						
النتيجة: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الجنسين في أثر الفيسبوك في الشخصية.						

جدول رقم 34 يبين كيف أثر الفيسبوك في شخصية المبحوثين.

يتناول الجدول أعلاه تأثير الفيسبوك على شخصية المستخدمين الواقعية، حيث تم سؤال المبحوثين سؤالا مفتوحا كيف أثر الفيسبوك في شخصيتك، وبعد تفريغ الإجابات حاولت تنظيمها في ثلاث أبعاد رئيسية: أثر إيجابيا، لم يؤثر، أثر سلبيا.

ويتبين من خلال البيانات أعلاه أن 168 مفردة بنسبة 42% أجابوا بأن تأثير الفيسبوك كان سلبيا في عمومه، حيث تعددت هذه الجوانب السلبية بين إضاعة الوقت والإدمان على الموقع، وبعض التجاوزات اللاأخلاقية لدى استخدامه من طرف بعض المستخدمين.

في حين أجاب 94 مفردة بنسبة 23.5 % بأن تأثير الفيسبوك كان إيجابيا من حيث التواصل والتعارف وتكوين الصداقات والتعبير عن الذات وغيرها من الممارسات والإيجابيات التي تجعل الفيسبوك فسحة ومدعاة

للرفاهية والراحة النفسية على حد تعبير بعض المبحوثين. فيما أجاب 138 مفردة بنسبة 34.5% أن الفيسبوك لم يؤثر في شخصيتهم لأنه مجرد تطبيق من تطبيقات الانترنت ووسيلة ترفيه لا يمكن أن يكون لها تأثير كبير على شخصية المستخدم.

وتتوافق نتائج هذا الجدول مع النتائج التي توصلت لها الباحثة كلثوم بيميمون حول **تصور الهوية الثقافية لدى الشباب الجزائري بين الفضاء الالكتروني والممارسة الواقعية** والتي توصلت إلى أن أغلب المبحوثين عينة الدراسة صرحوا بعدم تأثير الفيسبوك على تصوراتهم وممارساتهم الهوياتية الواقعية، حيث أكدت نسبة 56.36 % من عينة دراستها بعدم التأثير، وهذا ما أسمته الباحثة شكلا من أشكال المقاومة الثقافية يظهر من خلال إقرار المبحوث بعدم تأثير الفيسبوك على شخصيته في الواقع.وبحساب كا مربع لبيان دلالة الفروق تبين أن هناك فروقا دالة بين الجنسين في تأثير الفيسبوك على شخصياتهم، حيث كانت نسبة كا^2 المحسوبة 8.86 وهي أكبر من كا^2 الجدولية 5.99 عند مستوى الدلالة 0.05 وهو ما يعكس وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الجنسين في أثر الفيسبوك في الشخصية.

حاولنا في هذا الفصل تحليل وتفسير النتائج المتعلقة بالتعبير عن الهوية لدى عينة الدراسة من خلال البحث في عدد أصدقاء المبحوثين ودلالاته، والاسم الذي يتواصل به المبحوثون ودلالاته وخلفيات اختياره، والصور والبيانات المتعلقة بالبروفايل لدى العينة المبحوثة، وفي مبحث ثان تطرقنا إلى امتدادات الهوية الافتراضية وأثرها على الهوية الواقعية للشخص وعلى شخصيته. وقد تبين لنا أن الفيسبوك هو مساحة لعرض الصورة الحسنة عن الذات، حيث أجاب المبحوثون أنهم يحاولون نشر ما هو إيجابي دائما لاهتمامهم بانطباعات المستخدمين في الفضاء الافتراضي.

عرض وتحليل نتائج الدراسة

جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية

نتائج الدراسة

بعد تحليل وتفسير بيانات الدراسة الميدانية المتمحورة حول أشكال التعبير عن الهوية عبر الفيسبوك لدى عينة من الشباب الجزائري، و محاولة قراءتها في سياق الإرث النظري المتعلق بالهوية وسجالاتها والاتصال الافتراضي وسياقاته وخصوصياته، وخصوصية العلاقة بين مرحلة الشباب ومواقع التواصل الاجتماعي، توصلت دراستنا إلى مجموعة من النتائج يمكن إجمالها فيما يأتي:

النتائج الخاصة بتمثلات الشباب الجزائري لموقع الفيسبوك:

– أظهرت الدراسة أن فئة الأصدقاء والزملاء هي المصدر الأساس لتعرف الشباب على موقع الفيسبوك، حيث صرح 306 مبحوثا ما يمثل نسبة 76.5 % أنهم تعرفوا على الموقع عن طريق زملائهم، فيما تعرف 64 مبحوثا ما يمثل نسبة 16 % على الموقع عن طريق وسائل الإعلام، و28 مبحوثا تعرفوا عليه عن طريق أفراد العائلة ما يمثل نسبة 7 %.

– أظهرت الدراسة أن البيت هو المكان المفضل لدى غالبية الشباب لتصفح موقع الفيسبوك، حيث أن نسبة 54.54 % يتصفحون الموقع في البيت على اعتباره المكان الأمثل للتواصل والإبحار في تطبيقات الانترنت.

– أظهرت الدراسة تعدد وتنوع الأجهزة المستخدمة من طرف المبحوثين في تصفح موقع الفيسبوك، ويحتل الصدارة جهاز الهاتف المحمول بنسبة 59.62%، يليه الكمبيوتر المحمول بنسبة 19.24% وبنسبة قريبة منه الكمبيوتر الثابت 16.22%.

– كشفت الدراسة أن الشباب يبني تمثلات إيجابية حول موقع الفيسبوك في كونه أداة تواصلية مهمة، ومصدرا للتعبير بحرية وعلى أنه مصدر مهم للأخبار، حيث وافق 36% من أفراد العينة على أن الفيسبوك وسيلة تواصل لا يمكن الاستغناء عنها، كما ترى نسبة كبيرة من الشباب ما يمثل 77 %أن الفيسبوك وسيلة للتعبير عن الآراء والأفكار بكل حرية. ويوافق 81.5 %من المبحوثين على أن الفيسبوك أداة لنسج علاقات اجتماعية جديدة.

– توصلت الدراسة إلى أن الشباب يعارض كون الفيسبوك وسيلة لإبراز الذات. حيث أجاب 43%من أفراد العينة بمعارضتهم لعبارة الفيسبوك وسيلة لإبراز الذات، وذلك راجع للسمات السوسيو ديموغرافية لعينة الدراسة والتي يغلب عليها ذوو المستوى التعليمي المرتفع من الطلبة والموظفين، والفئة العمرية من 21 إلى 30 وهي فئة عمرية تتميز بالثبات النسبي والاستقرار الاجتماعي، أين يُنظَر للفيسبوك على أنه تطبيق من تطبيقات الانترنت وأداة تواصلية وليست أداة لبناء أو إبراز الذات.

النتائج الخاصة بعادات وأنماط استخدام الشباب الجزائري لموقع الفيسبوك:

– توصلت الدراسة إلى أن نسبة 39 % من الشباب عينة الدراسة يستخدمون الفيسبوك من سنة إلى ثلاث سنوات، ونسبة 31 %يستخدمونه من ثلاث إلى ست سنوات. ومن خلال مؤشرات وبيانات الدراسة تبين أن متوسط عدد سنوات استخدام الفيسبوك هو من سنة إلى ست سنوات، ويتصفح كل المبحوثين ما يمثل نسبة 100 % الموقع بشكل يومي، نسبة 44 % دائما ونسبة 56 % أحيانا، أما المتوسط الزمني لاستخدام الموقع فقد صرحت نسبة 50.5 % أن المتوسط الزمني اليومي لتصفح الموقع من ساعة إلى ثلاث ساعات، وهو متوسط معتبر يدل على وجود تقاليد مهمة لدى أفراد العينة في استخدام الموقع. كما تؤشر الأرقام السابقة وبشدة على تشكل

تصورات وممارسات الهوية لدى المبحوثين عينة الدراسة على اعتبار أنهم تخطوا مرحلة الانبهار بالوسيلة إلى مرحلة الاستخدام الروتيني والمبتذل لها وأضحى الفيسبوك ممارسة يومية اعتيادية دخلت وأدمجت في النشاطات اليومية للشباب. كما سجلت الدراسة عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الجنسين في المتوسط الزمني ونمط استخدام الفيسبوك.

– توصلت الدراسة إلى أن الفترة المفضلة لاستخدام موقع الفيسبوك لدى الشباب هي الفترة الليلية، حيث أجاب 42.5% من المبحوثين أنهم يفضلون تصفح الموقع ليلا، بينما صرح 38.5 % أنهم يستخدمون الموقع متى تسنى لهم ذلك وحسب الظروف.

– توصلت الدراسة إلى أن نصف المبحوثين أي 50.5 % يوافقون على أنهم صاروا أكثر تعلقا بالموقع عبر الزمن، حيث أكدت بيانات الدراسة الميدانية أن موقع الفيسبوك أضحى يحتل حيزا هاما في النشاط الاجتماعي للشباب وأنه جزء هام من الحياة اليومية لهم. ومع ذلك يسجل أن الشباب عينة الدراسة ليسوا من مدمني الموقع، إذ ورغم أن الفيسبوك احتل مكانة معتبرة في حيز الزمن الاجتماعي لهم إلا أنه لم يصل بهم إلى درجة الإدمان، حيث يعتبر معدل الاستخدام متوسطا على اعتبار أن الدراسات الإعلامية درجت على اعتبار ست ساعات كثافة في التعاطي مع الوسيلة متوسطة وعادية وربطت الإدمان بثماني ساعات فما فوق وبالتالي فإن معدل ثلاث ساعات فأكثر معدل متوسط.

– توصلت الدراسة إلى أن دوافع استخدام الفيسبوك لدى الشباب متعددة ومتباينة، يأتي في مقدمتها دافع التواصل بنسبة 30.06 %، يليه دافع كسب المعلومات ومعرفة الأخبار بنسبة 21.62 %، ثم بدافع الترفيه بنسبة 19.5 %، وبنسبة مقاربة كسب صداقات جديدة والتعرف على أصدقاء جدد بنسبة 14.86%.

– أظهرت الدراسة تعدد وتنوع المشاركات التي يتداولها الشباب عبر موقع الفيسبوك من مشاركة الصور إلى المقالات والفيديوهات وغيرها، تأتي في المرتبة الأولى الصور بنسبة 41.70%، تليها المقالات بنسبة 23.31 %، ثم الفيديوهات بنسبة 17.35%، في حين أجاب ستة مبحوثين فقط أنهم لا ينشرون أي محتوى ويكتفون بالإطلاع فقط وهم يمثلون 0.77 %، وتعكس هذه الأرقام الهاجس التواصلي لدى الشباب أفراد العينة، حيث يهدف الشباب إلى التواصل عبر الموقع بالدرجة الأولى، وكذا الاستفادة من خاصية التفاعلية التي يتيحها.

النتائج الخاصة بالتعبير عن الهوية لدى الشباب الجزائري عبر موقع الفيسبوك:

– أظهرت الدراسة أن عدد الأصدقاء يمثل محورا هاما في فهم الذات الافتراضية على اعتبار أنه يمثل جزءا من الهوية المحسوبة، إلى جانب الهوية المعلنة والهوية الفعالة، ومن خلال بيانات الدراسة تبين أن أغلب أفراد العينة من الشباب لديهم أقل من مئة صديق حيث صرح 47 % من المبحوثين أن لديهم أقل من مئة صديق، ثم أكثر من مئتي صديق بنسبة 27.5%، وتم تفسير ذلك وفق السمات السوسيو ديموغرافية لعينة الدراسة والتي يغلب عليها الفئة المثقفة – أغلبهم ذوو مستوى تعليمي جامعي– وبالتالي فإن هناك انتقاء نوعيا لطلبات الصداقة، مما يؤشر إلى أن المبحوثين لا يهمهم كثرة عدد الأصدقاء قدر ما يهمهم التواصل مع أصدقائهم الذين يرغبون فعلا في صداقتهم.

– وفي السياق ذاته توصلت الدراسة إلى أن الشباب عينة الدراسة لا يحيطون عدد الأصدقاء بتلك الهالة الافتراضية التي تجعل من عدد الأصدقاء عبر شبكة الفيسبوك مصدرا للسعادة والرضى، حيث وعلى عكس ما توصلت إليه الكثير من الدراسات التي ربطت عدد الأصدقاء بالرضى والسعادة أجاب 40.42 %من الذكور أنهم يعارضون عبارة كثرة عدد الأصدقاء في الفيسبوك يشعرني بالسعادة، وأجاب 62.71 %من الإناث أنهن تعارضن

أيضا هذه العبارة، وبالتالي فإن العينة محل الدراسة ليست مهووسة بتكوين صداقات افتراضية أو مهووسة بعدد الأصدقاء بقدر ما تستخدم الفيسبوك للتواصل الناضج والعقلاني. وفي السياق نفسه أجاب معظم أفراد العينة أنهم يعارضون عبارة أحس بالشهرة الافتراضية بزيادة عدد أصدقائي في الفيسبوك، حيث أجاب 55.31% من الذكور أنهم يعارضون هذه العبارة، كما أجابت 62.71 %من الإناث أنهن تعارضن أيضا هذه العبارة.

– كشفت الدراسة أن الشباب، ورغم أنهم لا يربطون عدد الأصدقاء بما يسمى بالشهرة الافتراضية، إلا أنهم يربطونه بالعزلة النفسية، على اعتبار أن قلة عدد الأصدقاء يفتح مجالا للعزلة النفسية في ظل انفتاح لا محدود تفتحه هذه الشبكات، فقد أجاب 65.24% من الذكور أنهم يوافقون على عبارة قلة عدد أصدقائي يشعرني بالعزلة النفسية بينما أجاب 29.07% بأنهم يعارضون والتزم 5.67 الحياد، أما عن الإناث فقد أجابت 55.93 بالمائة أنهن توافقن على هذا، فيما عارض العبارة 40.67% والتزم 3.38 بالحياد، ويمكن تفسير هذه النسب باعتبار أن أهم استخدامات الفيسبوك هي خدمة التواصل لتوسيع الشبكة الاجتماعية للفرد، حيث ووفقا لدراسات عدة فإن أحد أهم استخدامات الفيسبوك ليس فقط معرفة معلومات عن الآخرين، إنما لإعادة الاتصال والتواصل بالحياة الحقيقية للأصدقاء، حيث أن واحدة من أكثر إغراءات الفيسبوك تكمن في قابلية توسيع وتقوية الشبكة الاجتماعية للفرد، مما يعطي إحساسا أن الفيسبوك يوفر أداة للتعبير عن الذات لتشكيل روابط اجتماعية تخرج المستخدم من العزلة وتعطيه آفاقا أوسع للتواصل الاجتماعي.

– أما فيما يخص الهوية المعلنة للمستخدمين عينة الدراسة، والتي تشمل الاسم والبيانات الشخصية، فقد توصلت الدراسة إلى أن 61 % أجابوا أنهم يتواصلون بأسمائهم الحقيقية، وهم من الذكور أكثر من الإناث، وقد أرجعوا ذلك إلى أسباب عدة من بينها أنهم يحبون التواصل بأسمائهم الحقيقية، ولفتح المجال للتواصل مع من يعرفونه

مسبقا، وأيضا لإعطاء مصداقية أكبر للحساب، على اعتبار أن التواصل بالاسم الحقيقي يعطي مصداقية للمستخدم ويغلق باب التلاعبات عبر الفيسبوك، وهذا ما يؤشر على أن استخدام شبكات التواصل الاجتماعي لدى عينة الدراسة محاط بإطار من الجدية والثقة، ومن جهة أخرى أجاب 39 % أنهم يحبون التواصل بأسماء مستعارة وذلك لحرصهم على ألا يتعرف على هوياتهم الآخرون، أو رغبة في إيجاد متسع أكبر للتعبير عن الآراء بحرية، أو غلقا لباب المضايقات من المعارف الشخصيين. وقد سجلت الدراسة وجود فروقات دالة إحصائيا بين الإناث والذكور في هذه النقطة على اعتبار أن الذكور أكثر انفتاحا وتلقائية وأكثر حبا للظهور على ركح الفضاء الافتراضي من الإناث اللواتي يفضلن الاستعارات والتخفي وراء الأسماء والهويات المستعارة.

– وفي السياق نفسه أظهرت الدراسة تعدد وتنوع دلالات الأسماء التي يختارها المبحوثون للتعريف بأنفسهم، من شخصية إلى دينية وفكرية وغيرها،حيث أن 78 % من عينة الدراسة صرحوا بأن معاني الاسم الذي يتواصلون به شخصية بين أسماء حقيقية أو أسماء مستعارة ذات دلالات شخصية ، بينما صرح 7 % من المبحوثين أن لأسمائهم دلالات دينية.

– أما فيما يخص نوع البيانات التي يصرح بها المستخدمون عينة الدراسة، والمتمثلة في تاريخ الميلاد والإقامة والعمل وغيرها. فقد صرح 72 %من عينة الدراسة أنهم يدلون ببياناتهم الحقيقية فيما صرح 28 % أنهم يدلون ببيانات مستعارة.

– وعلى اعتبار أن من أهم وأكثر العناصر تعبيرا عن الذات الصورة التي يختارها المبحوث ليتواصل بها في المجتمع الافتراضي، والتي هي خاصية فتحتها مواقع الشبكات الاجتماعية المبنية على صورة البروفايل، والتي تسمح للمستخدم اختيار صورة بروفايله مثل الفيسبوك وماي سبيس، أين لم يعد التعبير عن الذات

مقتصرا على النص الالكتروني أو الكلمات، إنما أضحت الصورة مكونا مركزيا في التعبير عن الذات، فقد تم سؤال المبحوثين عن نوع الصورة التي يضعونها في بروفايلاتهم، وصرح 55 % من عينة الدراسة أنهم يضعون صورهم الشخصية، تلتها صور فنان أو شخصيات مشهورة بنسبة 16 %وصور طبيعية بنسبة 14 %، وقد كشفت الدراسة وجود فروقات في نوع الصورة المستخدمة بين الجنسين، حيث يضع الذكور صورهم الشخصية بنسبة 69.50 % بينما 20.33 % فقط من الإناث تضعن صورهن الحقيقية وأغلبهن يخترن صور أطفال أو صورا طبيعية حيث صرحت 25.42 %من المبحوثات أنهن يخترن صور أطفال، و23.72% صور طبيعية لأزهار أو مناظر طبيعية، أو صورا لأشخاص مشهورين أو فنانين، ويمكن قراءة هذه الممارسات الانترنتية بكون، وإن كان الفرد الافتراضي حرّا في اختيار تمظهره وفق التقنيات المتوّفرة فإنه يظلّ وفيا، في الغالب، لموروثه الثقافي فيما يتعلّق برسم ملامح صورته، وهويته ولذلك لا يرى الرجال حرجا في عرض صورهم الشخصية والتصريح بأسمائهم على عكس المرأة التي لا تؤثر في الغالب، الإعلان عن اسمها أو صورتها.على اعتبار أن موقع المرأة في المجتمع التقليدي الجزائري هو قبل كل شيء: تحفظ، حجز وسر، بالمقارنة بالرجل الذي هو: الظهور، الشرف، والسعادة على حد تعبير الباحث الجزائري مصطفى بوتفنوشات.

– أما فيما يخص مبررات اختيار الصورة لدى المبحوثين عينة الدراسة فتتعدد وتتنوع بين اجتماعية ودينية وشخصية ونفسية فقد أجاب 28 %من عينة الدراسة أنهم اختاروا صورهم لإعطاء مصداقية لحساباتهم في الفيسبوك وتشمل هذه النسبة المستخدمين الذين يضعون صورهم الشخصية، كما أجاب 26.5 %من المبحوثين أن صور بروفايلهم تعكس شخصياتهم أو جانب منها،كما أجاب 35 مبحوثا ما يمثل نسبة 8.5 % أن اختيارهم لصورة البروفايل يحتكم لاعتبارات دينية أو اجتماعية وتتعدد الاعتبارات الدينية بين ثقافة الحجب لدى الإناث وإثبات الانتماء الديني لدى الذكور.

النتائج الخاصة بتمثلات الذات الافتراضية وامتداداتها لدى الشباب الجزائري.

- أظهرت الدراسة أن أغلب المبحوثين يرون أن شخصياتهم على الفيسبوك متطابقة مع شخصياتهم الواقعية، حيث أجاب 73.04% من الذكور أنهم يوافقون على عبارة شخصيتي الافتراضية متطابقة مع شخصيتي الواقعية، وكذا صرحت الغالبية من الإناث بذلك حيث بلغت نسبة الإناث اللواتي توافقن على هذه العبارة 67.79%، فيما كانت نسبة معارضة هذه العبارة 10.63 % لدى الذكور، و20.03 % لدى الإناث، أما عن عبارة شخصيتي الافتراضية أكثر مثالية من شخصيتي في الواقع فقد أجاب بالمعارضة أغلب المبحوثين من الذكور والإناث، حيث بلغت نسبة معارضة العبارة لدى الذكور 51.77% ولدى الإناث 55.93%، وفي السياق ذاته، وفي إطار الإجابة عن عبارة شخصيتي الافتراضية جذابة نجد نسبة كبيرة من المبحوثين تعارض هذه العبارة، حيث عارضها 38.29% من الذكور و38.98% من الإناث، ووافق عليها32.62% من الذكور و40.64% من الإناث، وهي نسب يمكن تحليلها في سياق النتائج السابقة والسمات السوسيوديموغرافية لعينة الدراسة والتي أشارت في معظمها إلى استخدام عقلاني واع لشبكة الفيسبوك بعيد عن المداهنة والتنميق، حيث لا يهدف المبحوثون إلى تزيين صورهم وشخصياتهم الافتراضية بقدر ما يهدفون إلى التواصل الهادف واستغلال خواص وخدمات الفيسبوك في المشاركة والتواصل.

- أظهرت الدراسة اهتمام المبحوثين عينة الدراسة بسمعتهم الالكترونية وبما يقوله عنهم أصدقاؤهم في الفيسبوك حيث أجاب 63.82% من الذكور و52.54% من الإناث بالموافقة على عبارة أهتم بشدة لما يقوله عني أصدقائي، وعارضها 11.34% من الذكور و18.64% من الإناث، ويمكن قراءة هذه النسب من وجهة نظر التفاعلية الرمزية في سياق ما أسماه اريك غوفمان في تمسرح الذات في الواقع الاجتماعي، أين يبني

المستخدم سمعة هويته الالكترونية على الشبكة فيهتم بانطباعات المستخدمين ويتصرف في الفضاء الافتراضي بمقتضاها في سياق البحث عن ثقة أصدقائه واحترامهم، ملتزما بالنموذج الهوياتي الذي تدافع عنه المجموعة، والذي تنسجه من خلال ردود الأفعال والتعليقات مما يحدث الرضى والتناسق الاجتماعي، وفي السياق ذاته أجاب المبحوثون بالغالبية على أنهم يوافقون على عبارة أحاول أن أنشر ما هو إيجابي دائما.

– أما عن انطباعات المبحوثين حينما يعلق شخص ما إيجابيا على صفحتهم فقد بينت الدراسة تعدد وتنوع الانطباعات لدى المبحوثين، يأتي الإحساس بالرضى والسعادة في المرتبة الأولى ب180 تكرارا وبنسبة 38.29%، يليه الإحساس بالفخر والثقة والمكانة لدى الأصدقاء ب94 تكرارا وبنسبة 20%، ثم الإحساس بالفائدة والإيجابية ب84 تكرارا وبنسبة 17.87%، ثم التحفز لنشر الأفضل ب44 تكرار وبنسبة 9.36%،ويليه دون أي انطباع أو عادي ب42 تكرارا وبنسبة 8.93%.

– أظهرت الدراسة أن غالبية المبحوثين يوافقون على عبارة أربط شخصية الفرد بما ينشر، حيث وافق على العبارة 179 من الذكور ما يمثل 63.47% ووافق عليها 84 من الإناث ما يمثل 71.18%، فيما عارضت العبارة نسبة قليلة من المبحوثين16.31% من الذكور و11.86%من الإناث، وتعبر هذه النسب على أهمية المنشورات في خلق تصور عن الذات لدى المستخدم، حيث أن طبيعة استجابته على الصفحة بصفته فاعلا أو متفاعلا أو منفعلا أو مجرد ناقل لمعلومة أو مترقب لها، يعكس طبيعة تفاعله في الصفحة، ويحدد وجوده وحضوره الافتراضي وطبيعة شخصيته.

– وفي السياق نفسه نجد أن أغلب المبحوثين يتواصلون مع الشخص بناء على ما ينشره على صفحته، حيث أجاب 293 مبحوثا ما يمثل 73.25% أنهم يوافقون على عبارة أتواصل مع الشخص بناء

على ما ينشره، فقد أجاب 198 من الذكور بالموافقة ما يمثل 70.21%، وأجاب 95 مفردة من الإناث ما يمثل80.5% بالموافقة، ولم يعارض العبارة سوى 5.31% من الذكور و11.86% من الإناث، وتؤكد هذه النسب أهمية المنشورات في رسم الشخصية الافتراضية والتي على أساسها يتم التواصل والتفاعل الالكتروني وعلى أساسها يتحدد مفهوم الحضور الافتراضي باعتباره امتدادا للحضور الفيزيائي للمستخدم.

جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية

خاتمـــــة

جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية

خاتمة

حاولت هذه الدراسة استكشاف أهم أشكال التعبير عن الذات عبر الفيسبوك لدى عينة من الشباب الجزائري، لما تمثله هذه الفئة من أهمية في تفاعلاتها مع تكنولوجيا الشبكات الاجتماعية، فالفيسبوك وعلى غرار باقي أنواع الشبكات الاجتماعية أضحى يحتل حيزا مهما ومعتبرا في النشاط الاجتماعي لفئة الشباب نظرا للخدمات التي يوفرها والإغراءات التي يسمح بها من خلال تطبيقاته وخدماته المتنوعة، وبالنظر أيضا إلى أرقام وبيانات استخدامه مما يوحي بأهميته وشعبيته لدى أفراد المجتمع.

من جهة أخرى يمثل الشباب الفئة الاجتماعية الأكثر أهمية وحساسية ، بسبب خصائصها النفسية والاجتماعية والثقافية، والفئة الأكثر انجذابا نحو المستحدثات التقنية والفكرية والسلوكية، وبالنظر إلى أهميتها كعنصر أساسي في بناء المجتمع وتنميته واستمراريته ،فهي أيضا محل رهانات سياسية واجتماعية وثقافية واقتصادية.

لذا حاولت الدراسة فهم العلاقة بين الشباب والفيسبوك من خلال زاوية مهمة جدا في التفاعل البيني وهي زاوية الهوية أو كيف تتبدى وتتمثل هويات الشباب المستخدم لتقنية الشبكات الاجتماعية وكيف يعبر عن ذاته من خلال هذه الفضاءات.

ولمقاربة هذا الموضوع الشديد التعقيد استعنا بالعديد من المقاربات، مقاربات فلسفية وفكرية لفهم الهوية وامتداداتها وتمظهراتها من جهة، ومقاربات تقنية لفهم الشبكات الاجتماعية ورمزية الفضاء الافتراضي وخصوصيته، وأيضا مقاربات نظرية سوسيولوجية لفهم العلاقة بين التقنية والمستخدم من مثل مقاربة التفاعلية الرمزية ومقاربة الاستخدامات والإشباعات والتمثلات.

وفي محاولة لقراء الدراسة قراءة سوسيولوجية توصلنا إلى عدة نتائج مهمة منها أن استخدام الفيسبوك لدى الشباب معتبر من الناحية الزمنية مما يدل على وجود تقاليد مهمة لدى الشباب في استخدام الموقع. ويؤشر على تشكل تصورات وممارسات الهوية لدى المبحوثين على اعتبار أنهم تخطوا مرحلة الانبهار بالوسيلة إلى مرحلة الاستخدام الروتيني والمبتذل لها وأضحى الفيسبوك ممارسة يومية اعتيادية دخلت

وأدمجت في النشاطات اليومية للشباب. ورغم أن الفيسبوك احتل مكانة معتبرة في حيز الزمن الاجتماعي للشباب عينة الدراسة إلا أنه لم يصل بهم إلى درجة الإدمان، حيث يعتبر معدل الاستخدام متوسطا.

كما كشفت الدراسة أن أغلبية الشباب عينة الدراسة يتواصلون بهوياتهم وبياناتهم الحقيقية ليحيطوا التواصل عبر الفيسبوك بإطار من المصداقية والجدية، بعيدا عن الانبهار بالتقنية أو التلاعبات عبرها، كما توصلت الدراسة إلى أن المنشورات عبر الفيسبوك لدى دلالات اجتماعية واضحة ولها أثر في بناء تصور عن الذات الافتراضية والذات الواقعية للمستخدم.

وفي الأخير نشير إلى أن لهذه الدراسة حدودا وقصورا ، وهو من طبيعة الاجتهاد غير أننا نأمل أن تكون محفزة لدراسات أخرى عن هذا الموضوع ، تستفيد من إيجابياتها وتسد نقائصها وتلك سنة البحث العلمي .

والله المستعان وهو ولي التوفيق

جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية

قائمة المراجع

جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية

قائمة المراجع:

- المراجع باللغة العربية:

أولا: المعاجم والقواميس والموسوعات:

1- ابن منظور، **لسان العرب**، دار إحياء التراث العربي، بيروت، الجزء الثاني.

2- بينيت طوني وآخرون، **مفاتيح اصطلاحية جديدة: معجم مصطلحات الثقافة والمجتمع**، ترجمة سعيد الغانمي، مركز دراسات الوحدة العربية، لبنان، الطبعة الأولى 2010.

3- غيث محمد عاطف، **قاموس علم الاجتماع**، دار المعرفة الجامعية للنشر والطبع والتوزيع، 2006.

4- ستفان شوفالييه، كريستيان شوفيري، **معجم بورديو**، ترجمة الزهرة إبراهيم، الشركة الجزائرية السورية للنشر والتوزيع، الجزائر، الطبعة الأولى 2013.

ثانيا: الكتب:

1- البياتي ياس خضير، **الإعلام الجديد الدولة الافتراضية الجديدة**، دار البداية ناشرون وموزعون، عمان، الأردن، الطبعة الأولى 2014.

2- الحمامي الصادق، **الميديا الجديدة الإشكالات والسياقات**، المنشورات الجامعية بمنوبة، تونس، الطبعة الأولى،2012

3- العبد عاطف عدلي، العبد نهى عاطف، **نظريات الإعلام وتطبيقاتها العربية**، دار الفكر العربي، القاهرة، 2011.

4- العياضي نصر الدين، **الاتصال والإعلام والثقافة: عتبات التأويل**، دائرة الثقافة والإعلام، الشارقة، 2015

5- الغذامي عبد الله، **ثقافة تويتر: حرية التعبير أو مسؤولية التعبير**، المركز الثقافي العربي، الدار البيضاء، المغرب، الطبعة الأولى 2016.

6- الواكدي جليلة المليح، **مفهوم الهوية: مساراته النظرية والتاريخية في الفلسفة، في الانثروبولوجيا وفي علم الاجتماع**، مركز النشر الجامعي، منوبة، تونس 2010.

7- الفارابي نصر، **كتاب الحروف**، حققه محسن مهدي، دار المشرق، بيروت لبنان، الطبعة الثانية، 1990.

8- السعدي مؤيد نصيف جاسم ، **فلسفة التواصل في موقع الفيسبوك**، ألفا دوك، قسنطينة الجزائر، الطبعة الأولى 2016.

9- المقدادي خالد غسان يوسف ، **ثورة الشبكات الاجتماعية**، دار النفائس للنشر والتوزيع، الأردن، الطبعة الأولى، 2013.

10- بلخيري رضوان، **مدخل إلى الإعلام الجديد: المفاهيم، الوسائل والتطبيقات**، جسور للنشر والتوزيع، الجزائر، الطبعة الأولى 2014.

11- بوجمعة رضوان، **الاتصال التقليدي في الجزائر: مقاربة انثروبولوجية**، مخبر علم الاجتماع الاتصال، جامعة منتوري قسنطينة، الجزائر،2010.

12- بوخريسة بوبكر، **المفاهيم والعمليات الأساسية في علم النفس الاجتماعي**، عنابة، منشورات جامعة باجي مختار، 2006.

13- بن مرسلي أحمد، **مناهج البحث في علوم الإعلام والاتصال**، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، ط3 ،2007.

14- بن تمسك مصطفى، **في التأصيل المفهومي للهوية**، في كتاب سؤال الهوية في التأسيس والنقد والمستقبل، منشورات الاختلاف، الجزائر، 2016.

15– جيلالي بوبكر، **اللغة والهوية والعولمة: معركة المفاهيم**، في كتاب **السؤال عن الهوية في التأسيس والنقد والمستقبل**، منشورات ضفاف، بيروت، لبنان، 2016

16– حلاوة محمد السيد عبد العاطي رجاء علي العشماوي، **العلاقات الاجتماعية للشباب بين دردشة الانترنت والفيسبوك**، دار المعرفة الجامعية، الاسكندرية، مصر 2011.

17– عباس صادق، **الإعلام الجديد: المفاهيم والوسائل والتطبيقات**، دار الشروق للنشر والتوزيع، عمان، 2008.

18– عبد الحميد محمد ، **دراسة الجمهور في بحوث الإعلام**، بيروت، عالم الكتب.

19– عزي عبد الرحمان، **الإعلام وتفكك البنيات القيمية في المنطقة العربية: قراءة معرفية في الرواسب الثقافية**، الدار المتوسطية للنشر، تونس، الطبعة الأولى، 2009.

20– عزي عبد الرحمان وبومعيزة السعيد ، **الإعلام والمجتمع رؤية سوسيولوجية مع تطبيقات على المنطقة العربية والإسلامية**، الورسم للنشر والتوزيع، الجزائر، 2010.

21– عزي عبد الرحمان، **الفكر الاجتماعي المعاصر والظاهرة الإعلامية الاتصالية: بعض الأبعاد الحضارية**، دار الأمة، الجزائر، 1995.

22– علي إسماعيل محمود، **الإعلام الجديد والتحديات النظرية والتطبيقية**، مكتبة الوفاء القانونية، الإسكندرية، الطبعة الأولى،2015.

23– عليان ربحي مصطفى، عثمان محمد غنيم، **أساليب البحث العلمي**، عمان، دار صفاء للنشر و التوزيع، 2008.

24– عمر محمد زيان،**البحث العلمي: مناهجه وتقنياته**،ط4، الجزائر:ديوان المطبوعات الجامعية،1983.

25– هارلمبس وهولبورن، **سوشيولوجيا الثقافة والهوية**، ترجمة حاتم حميد محسن، دار كيوان للطباعة والنشر سوريا، الطبعة الأولى 2010.

26– هتيمي حسين محمود، **العلاقات العامة وشبكات التواصل الاجتماعي**، دار أسامة للنشر، عمان،الأردن، الطبعة الأولى 2015.

27– ربوح البشير، **فرش معرفي لسؤال الهوية: الهوية الطفولية نزعة ارتكاسية، في كتاب: السؤال عن الهوية: في التأسيس والنقد والمستقبل**، منشورات الاختلاف، الجزائر، 2016

28– دليو فضيل، **أسس البحث وتقنياته في العلوم الاجتماعية**، قسنطينة، الجزائر، ديوان المطبوعات الجامعية، 1994.

29– صابر عوض، خفاجة ميرفت علي، **أسس و مبادئ البحث العلمي**: الإسكندرية، مكتبة ومطبعة الإشعاع الفنية، 2002، ط1

30– شعبان خضير، **مصطلحات في الإعلام و الاتصال**، دار اللسان العربي، الجزائر،2001

31– شقرة علي خليل، **الإعلام الجديد شبكات التواصل الاجتماعي**، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، الطبعة الأولى 2014

32– كوزن بيتر، **البحث عن الهوية: الهوية وتشتتها في حياة إيريك إيريكسون وأعماله**، ترجمة سامر جميل رضوان، دار الكتاب الجامعي، العين الإمارات العربية المتحدة، 2010

33– زايد أحمد، الطنطاوي أمال، عبد البديع محمد، **رأس المال الاجتماعي لدى الشرائح المهنية من الطبقة الوسطى**، مطبوعات مركز البحوث والدراسات الاجتماعية، كلية الآداب، جامعة القاهرة، الطبعة الأولى.

ثالثا: المجلات والدوريات:

1- الحمامي الصادق، **الميديا الجديدة: الإحياء والانبعاث**، مجلة اتحاد الإذاعات العربية، تونس، العدد 4، 2009.

2- الحمامي الصادق، **الإعلام الجديد مقاربة تواصلية**، مجلة الإذاعات العربية، لاتحاد إذاعات الدول العربية، العدد4، 2006.

3- الحيدري عبد الله الزين، **الإعلام الجديد:النظام والفوضى**، أبحاث المؤتمر الدولي الإعلام الجديد : تكنولوجيا جديدة.. لعالم جديد جامعة البحرين 7-9 أبريل 2009، منشورات جامعة البحرين ط2009.

4- العياضي نصر الدين، **الهوية الوطنية والتلفزيون عشر أطروحات لتطليق المسلمات**، مجلة المعيار، جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية، قسنطينة، العدد 18 مارس2009

5- العياضي نصر الدين، **الشباب في دولة الإمارات: مقاربة للتمثلات والاستخدامات**، المجلة العربية للإعلام والاتصال، الجمعية السعودية للإعلام والاتصال،جامعة الملك سعود الرياض، المملكة العربية المتحدة، العدد الثامن، ماي 2012

6- العياضي نصر الدين، **الشباب في دولة الإمارات والشبكات الاجتماعية الافتراضية: مقاربة للتمثلات والاستخدامات**، دراسة منشورة في مجلة أفكار وآفاق لجامعة الجزائر2، العدد 2، 2011.

7- العيفة جمال ، **الاتصال الشخصي في عصر شبكات التواصل الاجتماعي**، مجلة علوم الإنسان والمجتمع، العدد 10، جوان 2014.

8- الصادق رابح، **الانترنت كفضاء مستحدث لتشكل الذات**، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، المجلد الثامن، العدد الثاني، أبريل يونيو 2007

9- الصادق رابح، **الهوية الرقمية للشباب: بين التمثلات الاجتماعية والتمثل الذاتي،** مجلة إضافات، العدد 19 صيف 2012

10- الصادق رابح، **قراءة في الرهانات الثقافية والاجتماعية للتكنولوجيات الشبكية الحديثة،** مجلة الاتصال والتنمية، بيروت العدد الأول 2010

11- الزرن جمال، **سلطة التدوين،** مجلة شؤون عربية، 31 يوليو،2007 العدد130

12- اليامين بودهان، **تشكل الهويات الافتراضية ضمن بيئة مواقع المحادثة الالكترونية،** ورقة مقدمة لأشغال الملتقى الدولي حول نظرية الحتمية القيمية مستغانم 2012.

13- باربي دارن ، **المجتمع الشبكي،** ترجمة أنور الجمعاوي، المركز العربي للأبحاث ودراسة السياسات، بيروت، الطبعة الأولى، فبراير 2015.

14- بخيت السيد، **الإشكالات النظرية والمنهجية لبحوث وسائل التواصل الاجتماعي،** المجلة العربية للإعلام والاتصال، الجمعية السعودية للإعلام والاتصال،جامعة الملك سعود الرياض، المملكة العربية المتحدة، العدد السادس عشر، نوفمبر 2016

15- بن رمضان يوسف، **الشباب والميديا في العالم وفي المجتمعات العربية: ثقافة الشباب: الخصوصيات، الدلالات والرهانات،** مجلة الإذاعات العربية، اتحاد إذاعات الدول العربية، تونس، العدد3

16- بوجمعة رضوان ، **التكنولوجيات الجديدة للاتصال وعولمة الثقافة، الهوية كشرط في الاتصال،** مجلة فكر ومجتمع، طاكسيج, كوم للدراسات والنشر والتوزيع، الجزائر، العدد الأول يناير 2008

17- بيميمون كلثوم، **السياقات الثقافية الموجهة للهوية الرقمية في ضوء تحديات المجتمع الشبكي: من التداول الافتراضي إلى الممارسة الواقعية،** مجلة إضافات، العددان 33 34، شتاء ربيع 2016.

18– بيبيمون كلثوم، **تصور وممارسة الهوية الثقافية لدى الشباب الجزائري بين الفضاء الالكتروني والممارسة الواقعية: دراسة ميدانية لعينة من الشباب الجزائري مستخدمي شبكة التواصل الاجتماعي الفيسبوك باتنة نموذجا**، مجلة باتنة.

19– رحومة عادل بن الحاج ، **تنشئة الهويات الفردية عند الشباب عبر الفضاءات الاتصالية والمعلوماتية**، مجلة إضافات العدد التاسع شتاء

20– عايش محمد ، قيراط محمد ، **استخدامات وإشباعات الانترنت، دراسة ميدانية تحليلية لشباب الإمارات العربية المتحدة**، مجلة العلوم الاجتماعية والإنسانية، جامعة باتنة، العدد12، جوان 2005

21– علي نبيل، **الثقافة العربية وعصر المعلومات**، سلسلة عالم المعرفة، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، ديسمبر 2001، العدد 276

22– رحومة علي محمد ، **علم الاجتماع الآلي**، سلسلة عالم المعرفة، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، الكويت، 2008

23– مصطفى ريبه ركون ، درويش عبد الرحمان كريم ، **التسويق السياسي عبر مواقع التواصل الاجتماعي**، المجلة العربية للإعلام والاتصال الجمعية السعودية للإعلام والاتصال، العدد السادس عشر نوفمبر 2016

24– كبور منال ، **مدمنو الفيسبوك: شيء من طغيان الذات الافتراضية وكثير من الاغتراب عن الواقع**؛ دراسة ميدانية على عينة من الشباب الجزائري، بمجلة الآداب والعلوم الإنسانية، الجزائر: جامعة باتنة 1، ع 8، جوان 2012

25– هال ستيوارت، **حول الهوية الثقافية**، ترجمة بول طبر، مجلة إضافات، العدد الثاني، ربيع 2008.

26– هماش ساعد، **الشبكات الاجتماعية وآثارها على الفرد والمجتمع**، مجلة الدراسات الإعلامية القيمية العاصرة، دار الورسم للنشر والتوزيع، الجزائر العدد 2 المجلد 1، 2012

رابعا: الأطروحات والرسائل الجامعية:

1- العباسي مفيدة، **المجال العمومي والاتصال الافتراضي مقاربة هابرماسية لدراسة المجموعات الافتراضية التونسية**، رسالة ماجستير في علوم الإعلام الاتصال، جامعة منوبة تونس، 2010-2009.

2- بوجمعة رضوان، **أشكال الاتصال التقليدية في منطقة القبائل: محاولة تحليل انثروبولوجي**، أطروحة دكتوراه في علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر، 2006-2007

3- بوجلال وردة،**الجمهور القسنطيني و برامج قناة إقرأ الفضائية، دراسة في العادات والأنماط والاتجاهات**، مذكرة ماجستير غير منشورة جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية،كلية أصول الدين، 2002-2003

4- بوخنوفة عبد الوهاب، **المدرسة، التلميذ والمعلم، وتكنولوجيات الإعلام والاتصال: التمثل والاستخدامات**، أطروحة دكتوراه في علوم الإعلام والاتصال غير منشورة، جامعة الجزائر، 2006-2007

5- بلوطي ريحانة، **دوافع استخدام الهوية الافتراضية في الشبكات الاجتماعية وأثرها على الفرد –دراسة استكشافية على عينة من مستخدمي الفيسبوك–** مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال جامعة الحاج لخضر باتنة،السنة الجامعية 2014-2015

6- بن عمار سعيدة خيرة، **تمثلات واستخدامات الصحفيين الجزائريين لمواقع الشبكات الاجتماعية**، دكتوراه الطور الثالث في علوم الإعلام والاتصال، جامعة مستغانم، 2015-2016

7- بركات نوال، **انعكاسات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على نمط العلاقات الاجتماعية**، أطروحة دكتوراه علوم في علم اجتماع الاتصال والعلاقات العامة، جامعة محمد خيضر بسكرة، 2015-2016.

8- حسن أحمد جمال، **التربية الإعلامية نحو مضامين مواقع الشبكات الاجتماعية: نموذج مقترح لتنمية المسؤولية الاجتماعية لدى طلاب الجامعة**، رسالة ماجستير عير منشورة كلية التربية النوعة، جامعة المنيا.

9- عبدلي أحمد، **استخدام الانترنت والتغير الثقافي لدى الشباب الجزائري**، أطروحة دكتوراه غير منشورة، جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية، قسنطينة، 2011-2012

10- عدنان فوضيل، **خطابات الفيسبوك وخطاب المثقف: مقاربة سيميائية ثقافية**، مذكرة لنيل درجة الماجستير في النقد الثقافي، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2014-2015

11- عوض حسني، **أثر استخدام الفيسبوك على تقدير الذات لدى فئة الشباب في محافظة طولكرم**، جريدة القدس، الأحد 6 ماي 2012.

12- قرناني ياسين ، **استخدام الشباب الجزائري المراهق لتكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة في ضوء النظرية القيمية: دراسة ميدانية على عينة من الشباب الثانوي ومواقع التواصل الاجتماعي**، رسالة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه علوم في علوم الإعلام والاتصال، جامعة باجي مختار عنابة، 2014-2015

13- زقوت ماجدة، **هوية الذات وعلاقتها بالتوكيدية والوحدة النفسية لدى مجهولي النسب**،أطروحة ماجستير في الإرشاد النفسي والتوجيه التربوي، كلية التربية، الجامعة الإسلامية، غزة، 2011 متوفرة على الرابط http://library.iugaza.edu.ps/thesis/95139.pdf

خامسا الملتقيات والندوات والدراسات والأبحاث:

1- العتيبي بدر بن جويعد، وآخرون، **العولمة الثقافية وأثرها على هوية الشباب السعودي وقيمهم**، الإدارة العامة لبرامج المنح البحثية، المملكة العربية السعودية، 2012.

2- الدريدي، أمال **الإعلام الجديد في عصر التكنولوجيا الرقمية**، المؤتمر الدولي التعلم في عصر التكنولوجيا الرقمية، مركز جيل البحث العلمي، طرابلس لبنان 2016

3- المليتي عماد، **ثقافة الشباب العربي الأوضاع الحالية والرؤى المستقبلية**، اجتماع الخبراء حول تعزيز الإنصاف الاجتماعي: إدماج قضايا الشباب في عملية التخطيط للتنمية، أبو ظبي، 29 31 مارس 2009، ص5 دراسة متوفرة على الرابط -http://css.escwa.org.lb/sdd/0988/b7a.pdf تاريخ الولوج 9 فيفري 2017.

4- المهدي بن عيسى محمد، جمال كانون، **مستخدمي الانترنيت في المجتمع الجزائري بين الهوية المستقلة والهوية المغتربة**،أشغال الملتقى الدولي الأول حول الهوية والمجالات الاجتماعية في ظل التحولات السوسيوثقافية في المجتمع الجزائري، أيام 29.28.27 فيفري 2011، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، الجزائر.

5- الصغيري فريد، **شبكات التواصل الاجتماعي للشباب والفضاءات الجديدة لصناعة الصورة العنيفة**، مداخلات الملتقى الدولي الثاني حول الإعلام الجديد، جامعة بسكرة 2016

6- العبد الله مي، **استخدام الصورة في تغطية العدوان الإسرائيلي على غزة**، مؤتمر ثقافة الصورة، جامعة فيلادلفيا عمان 2007، ص3.

7- بايوسف مسعودة، **الهوية الافتراضية: الخصائص والأبعاد**، دراسة منشورة في مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية لجامعة ورقلة، العدد الخاص بالملتقى الدولي الأول حول الهوية والمجالات الاجتماعية في ظل التحولات السوسيوثقافية في المجتمع الجزائري، أيام 29.28.27 فيفري 2011، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، الجزائر.

8- بدوي عبد المحسن محمد أحمد، **مشكلات الإعلام الجديد**، المؤتمر الدولي الإعلام الجديد، البحرين

9- بلغيث سلطان، **تمظهرات أزمة الهوية لدى الشباب** ، دراسة منشورة في مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية لجامعة ورقلة، العدد الخاص بالملتقى الدولي الأول حول الهوية والمجالات الاجتماعية في ظل التحولات السوسيوثقافية في المجتمع الجزائري. أيام 29.28.27 فيفري 2011، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، الجزائر

10- قرامي أمال، **قراءة في محتوى بعض المدونات العربية من منظور الجندر**، أبحاث المؤتمر الدولي الإعلام الجديد، تكنولوجيا جديدة لعالم جديد، جامعة البحرين 7-9 أفريل2009، منشورات جامعة البحرين، 2009، ص233.

سادسا مواقع الانترنت:

1- http://www.socialbakers.com/facebook-statistics/algeria تاريخ الولوج 14 سبتمبر2012

2- تقرير المركز العربي للأبحاث ودراسة السياسات متوفر على الرابط.
http://www.dohainstitute.org/file/Get/7ea0ca02-c653-4078-b31e-2f59d30482a5.pdf

3- http://www.internetworldstats.com/africa.htm#dz تاريخ الولوج 13 ماي 2017

4- http://www.webopedia.com/TERM/V/virtual_identity.html

5- http://www.dailymedicalinfo.com/2012/04/facebook-effects.html تاريخ الولوج 14سبتمبر2012

6- http://drgawdat.edutech-portal.net/wp content/uploads/2015/03/socialnetworks_timeline.png

الموسوعة الحرة ويكيبيديا تاريخ الولوج 12 ديسمبر 2016 -7

سابعا الجرائد:

1-أحمد العمراوي، **الكتابة والجدار: عن جمهورية الفيس بوك الكونية**، مقال منشور في جريدة القدس العربي بتاريخ 13-04-2012 متوفر على الرابط http://www.alquds.co.uk/index.asp

2-نصر الدين العياضي، **بين النرجسية والأناوية**، مقال منشور في جريدة الخبر 9 نوفمبر 2014

3-نصر الدين العياضي، **لمادا تفزعنا تكنولوجيا الاتصال؟** مقال منشور على جريدة الخبر اليومي بتاريخ الاثنين 11 مارس 2013 متوفر على الرابط: http://www.elkhabar.com/ar/autres/makal/326447.html

المراجع باللغة الاجنبية

1- Ashley Jennings Wollam, **facebook encouraging Authentic or Inauthentic Identity Construction,** thesis submitted in partial fulfillment of the requirements of the Research Honors Program in the Department of Communication of Marrietta College, Ohio, April 2008

2- Breton Philippe**, le culte de l'internet une menace pour le lien social**, casbah édition, Alger, 2004

3- Breton Philippe et Proulx Serge: **L'explosion de la communication au XXème siècle**, édition la Découverte, Paris, 2002

4- Bryan S Turner **the Cambridge dictionary of sociology** Cambridge University press 2006

5- Charles Taylor, **les sources de moi ; la formation de l'identité moderne**, traduit de l'anglais par Charlotte Melancon, Paris, Seuil, 1998

6- danah m. boyd nicole b. ellison ,**Social Network Sites: Definition, History,and Scholarship**, Journal of Computer-Mediated Communication 13 (2008) International Communication Association

4- Denis Berthier, **Virtuel, Dictionnaire International des termes littéraires**, Jean Marie Grassin, éd 2005

5- Fanny George, **Représentation de soi et identité numérique, une approche sémiotique et quantitative de l'emprise culturelle du web 2.0**, La découverte, 2 n154,, Réseaux, 2009.

6- Fanny George, **Communication médiée par ordinateur : un processus identitaire informatisé, vers une identité mixte, http://culture.numerique.free.fr/publications/ludo10/georges_ludovia2010.pdf**

7- Jan Fernback, **There is a there there; Notes toward a definition of Cybercommunity**, Doing internet research, Critical Issues and methods for Examining the Net

8- Jessica Lee Pugh, **A qualitative study of the facebook social network, the desire of influence, associate and construct a representative and ideal identity**, California state University, may 2010

9- Junghyun Kim, and Jong-Eun Roselyn Lee, **The Facebook Paths to Happiness: Effects of the Number of Facebook Friends and Self-Presentation on Subjective Well-Being,** CYBERPSYCHOLOGY, BEHAVIOR, AND SOCIAL NETWORKING Volume 14, Number 6, 2011

10- Kauffman Laurance, **Qu'est ce que le virtuel ?** Réseaux, volume 14, n°76, 1996. Le temps de l'événement II. pp. 171-174. Disponible sur le web http://www.persee.fr/doc/reso_0751-7971_1996_num_14_76_3720

11- khe Foon Hew,**Students and teachers use facebook**, computers in human behavior, 27,2011,P663, revue en ligne sur le site www.elsevier.com/locate/comphumbeh

12- Laurent collée, **sécurité et vie privée sur les réseaux sociaux**, mémoire pour l'obtention du diplôme de master en gestion de la sécurité des systèmes d'information, université de Luxembourg 2009,

13- Madeleine. Grawitz ; « **Méthodes de sciences sociales** », Dollaz, Paris, 1974, P 110.

14- Maurice Angers, initiation **pratique à la méthodologie des sciences humaines**, Alger, Casbah éditions, 1997.

15- Mogos Andrea Alina, réalités sociales médiatisées, **représentations sociales des roumains dans la presse écrite française**, thèse de doctorat en sciences de l'informations et de la communication , université Paris 8,2009

16- Noelle J. Hum, Perrin E. Chamberlin , et al, **A picture is worth a thousand words: A content analysis of Facebook profile photographs**, Computers in Human Behavior, 27 (2011) p 1828-1833 journal homepage: www.elsevier.com/locate/comphumbeh

17- Nouria Benghabrit-Remaoun et Mohand Akli Hadibi, **Jeunes, quotidienneté, et quête d'identité,** insaniyat, Revue algérienne d'anthropologie et de sciences sociales, numero double 55-56 Janvier juin 2012

18- Nicole B. Ellison, Charles Steinfield, Cliff Lamp ; The Benefits of Facebook ''Friends:'' Social Capital and College Students' Use of Online Social Network Sites, Journal of Computer-Mediated Communication 12 (2007) 1143–1168 ª 2007 International Communication Association

19- Pisani F et. Piotet D: **Comment le Web change le monde. L'alchimie des multitudes**, éd Pearson p24

20- S. Proulx : **Communautés virtuelles : ce qui fait lien** in S. Proulx, L. Poissant, M. Sénécal, éds, Communautés virtuell s : penser et agir en réseau, Presses de l'Université Laval, Québec, 2006

21- Sherry Turckle, **alone together why we expect more from technology and less from each other**, Basic Books New York,2011

22- Tiffany A. Pempek, Yevdokiya A. Yermolayeva, Sandra L. Calvert, **College students' social networking experiences on Facebook,** Journal of Applied Developmental Psychology 30 2009

جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية

الملاحـــق

جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية

جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية قسنطينة

كلية أصول الدين قسم الدعوة والإعلام والاتصال

استمارة استبيان حول:

أشكال التعبير عن الهوية عبر الفيسبوك

– دراسة ميدانية على عينة من الشباب الجزائري –

صاحبة البحث: الأستاذ المشرف:

عائشة لصلج د. يامين بودهان

أخي الشاب، أختي الشابة :

أرجو أن تساعدني، وتساعديني على إنجاز بحثي الذي يندرج في إطار الإعداد لنيل شهادة الدكتوراه في علوم الإعلام والاتصال من خلال الإجابة عن أسئلة الاستمارة التي بين يديكم، برجاء قراءة الأسئلة والإجابة عنها بما يعبر عن رأيكم الخاص، والمعلومات المقدمة لن تستخدم إلا لأغراض البحث العلمي.

ملاحظة:الرجاء وضع علامة (X) أمام الإجابة المناسبة.

نرجو منكم تحويل الاستمارة عبر البريد الالكتروني التالي: aicha_lasledj@yahoo.fr

المحور الأول: البيانات الشخصية.

س1- الجنس:

ذكر : ( ) أنثى : ( )

س2- الفئة العمرية:

من 15الى 20 ( ) من 21 إلى 25 ( )

من 26 إلى 30 ( ) من 31 إلى 35 ( )

س3- المستوى التعليمي:

ابتدائي ( ) متوسط ( ) ثانوي ( ) جامعي ( )

س4- المهنة:

- طالب ( )
- موظف (حدد الوظيفة):

أستاذ ( ) موظف حكومي ( ) تاجر( ) صحفي ( ) طبيب ( )

مهندس ( ) موظف قطاع خاص ( ) مهنة أخرى .....

- دون عمل ( )

س5- الحالة الاجتماعية:

أعزب، عزباء ( ) متزوج ة ( ) مطلق ة ( ) أرمل ة ( )

جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية

المحور الثاني: تمثلات موقع الفيسبوك.

س6- ما هو مصدر تعرفك على موقع الفيسبوك ؟

عن طريق الأصدقاء والزملاء ( ) عن طريق أفراد العائلة ( )

عن طريق وسائل الإعلام ( ) مصادر أخرى تذكر .....

س7- ما هو مكان تصفحك لصفحتك في الفيسبوك؟

البيت ( ) الجامعة ( ) العمل ( ) مقهى الانترنت ( ) أخرى تذكر.....

س8- من أي جهاز تستخدم موقع الفيسبوك ؟

هاتف محمول ( ) لوحة رقمية ( ) كمبيوتر محمول ( ) كمبيوتر ثابت ( )

جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية

س09– ماذا يمثل موقع الفيسبوك بالنسبة لك؟

الرقم	العبارة / الرأي	موافق	محايد	معارض
01	الفيسبوك وسيلة تواصل لا يمكن الاستغناء عنها.			
02	الفيسبوك أداة للتعبير عن الرأي والأفكار بحرية.			
03	الفيسبوك وسيلة لإبراز الذات.			
04	الفيسبوك وسيلة لنسج علاقات اجتماعية جديدة.			
05	الفيسبوك مضيعة الوقت.			
06	الفيسبوك وسيلة للترفيه.			
07	الفيسبوك مصدر مهم للأخبار.			
08	الفيسبوك فضاء تفاعلي هام.			
09	أتاح لي الفيسبوك الفرصة للتعرف على الكثير من الشخصيات الفاعلة.			
10	يهدد موقع الفيسبوك علاقاتي الاجتماعية الواقعية.			
11	يسمح لي الفيسبوك بالانتماء إلى جماعة أتقاسم معها اهتمامات مشتركة.			
12	الفيسبوك وسيلة للهروب من الواقع			

جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية

المحور الثالث: عادات وأنماط استخدام الفيسبوك.

س10– منذ متى وأنت تملك حسابا في الفيسبوك؟

أقل من سنة ( ) من سنة إلى ثلاث سنوات ( ) من ثلاث إلى ست سنوات ( )

من ست إلى تسع سنوات ( ) أكثر من تسع سنوات ( )

س11 – هل تتصفح صفحتك في الفيسبوك بشكل يومي؟

دائما ( ) أحيانا ( ) أبدا ( ) **في حالة الإجابة بدائما**

س12 – ماهو متوسط استخدامك للفيسبوك في اليوم؟

أقل من ساعة ( ) من ساعة إلى 3 ساعات ( ) أكثر من 3 ساعات ( )

س13– ماهي الفترة المفضلة لديك لتصفح الفيسبوك الخاص بك ؟

الفترة الصباحية ( ) الفترة المسائية ( ) الفترة الليلية ( ) مابعد منتصف الليل( ) حسب الظروف ( )

س14– كيف تجلت علاقتك بالفيسبوك عبر الزمن؟

الرقم	الرأي / العبارة	موافق	محايد	معارض
01	أتعامل معه كأي تطبيق من تطبيقات الانترنت			
02	صرت أكثر تعلقا به مع الزمن			
03	أصبح جزءا هاما من انشغالاتي			
04	فكرت كثيرا في التخلي عنه مع مرور الوقت			
05	حاولت حذف حسابي والتخلي عنه مرارا لكن لم أستطع			

س15- ما الذي يدفعك لمواصلة استخدام الفيسبوك؟

.....

.....

س16- ما نوع المشاركات التي تنشرها على صفحتك الشخصية ؟

صور ( ) مقالات ( ) فيديوهات ( ) كتب ومجلات ( ) روابط ( ) ألعاب الكترونية ( ) أخرى تذكر.....

المحور الرابع: التعبير عن الذات عبر الفيسبوك.

س17- كم هو عدد أصدقائك في الفيسبوك؟

أقل من مئة صديق ( ) من مئة إلى مائتي صديق ( ) أكثر من مائتي صديق( )

س18- ماذا يعني لك عدد أصدقائك في الفيسبوك؟

الرقم	العبارة / الرأي	موافق	محايد	معارض
01	كثرة عدد الأصدقاء في الفيسبوك يشعرني بالسعادة			
02	كثرة عدد الاصدقاء لا يعني لي شيئا			
03	أحس بالشهرة الافتراضية بزيادة عدد أصدقائي في الفيسبوك			
04	لا أراقب عدد الأصدقاء			
05	أفخر وأتباهى بعدد أصدقائي في الفيسبوك			
06	قلة عدد أصدقائي يشعرني بالعزلة النفسية			

س19– ما هو الاسم الذي تتواصل به عبر الفيسبوك؟

اسمي الخاص ( ) اسم مستعار ( )

س20– إذا كنت تستعمل اسمك الخاص لماذا؟

الرقم	العبارة / الرأي	موافق	محايد	معارض
01	أحب أن أتواصل بهويتي الحقيقية.			
02	ليتمكن من يعرفني من الوصول إلي بسهولة.			
03	التواصل بالاسم الحقيقي يعطي مصداقية أكبر لحسابي.			
04	التواصل بالاسم الحقيقي يغلق باب التلاعب عبر الفيسبوك.			

س21– إذا كنت تتواصل باسم مستعار لماذا؟

الرقم	العبارة / الرأي	موافق	محايد	معارض
01	لا أحب أن يتعرف الآخرون على هويتي الحقيقية.			
02	لأجد حرية أكبر في التعبير عن آرائي.			
03	لتجنب المضايقات ممن يعرفني شخصيا.			

س22– ما هي معاني الاسم الذي تتواصل به؟

معنى شخصي ( ) معنى ديني ( ) معنى وطني قومي ( )

معنى فكري إيديولوجي ( ) معنى إنساني ( ) أخرى تذكر..... لا معنى له ( )

س23- هل البيانات الشخصية المتعلقة بالبروفايل

حقيقية ( ) مستعارة ( )

س24- ما نوع الصورة التي تستخدمها في صفحتك الشخصية ؟

صورة شخصية ( ) صورة شخص مشهور ( ) صورة فنان ( ) صورة زهرة ( )

صور أطفال ( ) صورة طبيعية ( ) أخرى تذكر.....

س25- لماذا اخترت هذه الصورة؟

.....

.....

المحور الخامس: تمثلات الذات الافتراضية وامتداداتها

س26- ما هي علاقة شخصيتك في الفيسبوك بشخصيتك الواقعية؟

الرقم	الرأي / العبارة	موافق	محايد	معارض
01	شخصيتي في الفيسبوك متطابقة مع شخصيتي في الواقع.			
02	شخصيتي الافتراضية أكثر مثالية من شخصيتي في الواقع.			
03	شخصيتي الحقيقية أكثر فعالية من شخصيتي الافتراضية.			
04	شخصيتي الافتراضية جذابة .			

س27– هل يهمك ماذا يقول أصدقاؤك في الفيسبوك عنك؟

الرقم	العبارة / الرأي	موافق	محايد	معارض
01	أهتم بشدة لآرائهم .			
02	أحاول نشر ماهو إيجابي دائما.			
03	لا أهتم وأنشر ما أريد نشره وفقط.			
04	أبحث عن انطباعاتهم عني من خلال اهتمامهم بمنشوراتي وتعليقهم عليها.			

س28– كيف يكون انطباعك حينما يعلّق شخص ما إيجابيا عن صفحتك الشخصية في الفيسبوك؟

.....

.....

س29– إلى أي مدى تساهم المنشورات في خلق تصور عن الذات في رأيك؟

الرقم	العبارة / الرأي	موافق	محايد	معارض
01	أربط شخصية الفرد بما ينشر.			
02	المنشورات ترتبط بمزاج عابر ولا تعكس الشخصية الحقيقية.			
03	أتواصل مع الشخص بناء على ما ينشره.			
04	تتغير فكرتي عن الشخص بمنشورات سيئة قد ينشرها			
05	لا أهتم بما ينشره الشخص قدر اهتمامي بالشخص نفسه.			

جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية

س30- كيف أثر الفيسبوك في شخصيتك؟

.....

.....

.....

.....

شكرا على كريم تعاونكم معي.

جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية