



جامعة عمار تليجي الأغواط
كلية العلوم الإنسانية
قسم علم الإعلام والاتصال



الموضوع:

تأثير السياق السوسيوثقافي في اختيار صورة الخلفية
دراسة مسحية على عينة من مستخدمات منصة الإنستغرام
Instagram

مذكرة تخرج ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال
تخصص: اتصال وعلاقات عامة.

إشراف الأستاذ:

د/مساعدي حسين

إعداد الطالبة:

شعيب عزيزة

لجنة المناقشة

الاسم واللقب	الرتبة	الصفة
د/النوعي عبد القادر	بروفيسور	رئيسا
د/مساعدي حسين	أستاذ محاضر صنف - أ -	مشرفا ومقررا
د/بوسعيد رنده	أستاذة محاضر صنف - أ -	ممتحنا

السنة الجامعية: 2026/2025

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

شكر وعرفان

الحمد لله حمد كثيرا حتى يبلغ الحمد منتهاه، والصلاة والسلام على أشرف المرسلين وسيد الخلق من أناره الله بنوره واصطفاه

قال الرسول الله ﷺ:

" من لم يشكر الناس لم ويشكر الله ومن أهدى إليكم معروفا فكافئوه فإن لن تستطيعوا فادعوا له "

بداية أتقدم بخالص الشكر والتقدير إلى الأستاذ المشرف " مساعدي حسين " على إرشاده وتوجيهاته لي التي كانت منار للخطوات العلمية، كما أتقدم بجزيل الشكر والعرفان إلى كل يد رافقتني في دروب هذا العمل سواء من قريب أو من بعيد والشكر الموصول كذلك إلى والديا الكريما على سهرهم وتعبهم معي في مشواري هذا منذ بدايته حتى نهاية وتقديم الظروف الملائم لي، وكذلك التقديم الدعم المستمر للإنجاز هذا العمل

كما لا أنسى شكر جميع الأساتذة الذين رافقوني طيلة هذا السنوات وعلى الدعم الذي قدمه لي، وإلى كل الزملاء الذين لاقتنا بينهم دروب الجامعة وكانوا عوننا لنا في مشوارنا هذا وإلى كل من كان داعما لي طيلة هذا السنوات

وفي الأخير أشكر كل من كان عوننا لي في هذا المشوار من قريب أو من بعيد



الإهداء

بسم الله الرحمن الرحيم

"يرفع الله الذين آمنوا منكم والذين أوتوا العلم درجات والله بما تعملون خبير"

الحمد لله حبا وشكرا وامتنانا على البدء والختام

من قال أنا لها نالها وأنا لها إن ابت رغما عنها أتيت بها

لم تكن الرحلة قصيرة ولا ينبغي لها أن تكون لم يكن الحلم قريبا ولا الطريق كان مخفوفاً بالتسهيلات لكنني فعلتها ونلتها

إلى الذي زين اسمي بأجمل الألقاب، من دعمني بلا حدود وأعطاني بلا مقابل ومن علمني أن الدنيا كفاح وسلاحه العلم دعمي الأول في مسيرتي تاج رأسي وسندي الذي لا يميل وفخري "أبي الغالي"

إلى من جعل الله الجنة تحت أقدامها واحتضنتني بقلبها قبل يدها وسهلت لي الشدائد بدعائها إلى القلب الحنون والشمعة التي كانت لي في الليالي المظلمات سر قوتي ونجاحي "أمي الحبيبة"

إلى ضلعي الثابت الذي لا ينحني وأما في أيامي إلى من شددت عضدي بهم فكانوا لي ينابيع ارتوى منها خيرة أيامي وصوفتها إلى من ألقى إليهم «أخواتي وأخوتي»

"فؤاد وخولة ولامية وطارق وعائشة وعبد الباسط وجيلالي" وإلى حبيبي عمته ونبض قلبي "محمد"

إلى من كانوا لي عوناً وسنداً في الطريق صديقاتي وأخص بالذكر بن بشير فاطمة الزهراء ولعجال فاطمة

ولحمر عزيزة والجودي أميرة وإلى كل ما أفاضني بمشاعره ونصائحه المخلصة

في الأخير أهديكم هذا الإنجاز وثمره نجاحي الذي لطالما تمنيتها أنا اليوم أكملت وأتممت أول ثمراته بفضل

الله سبحانه وتعالى فالحمد لله على ما وهبني

الحمد لله الذي بنعمته تتم الصالحات

- ملخص باللغة العربية:

تهدف الدراسة إلى التعرف على كيفية تأثير السياق السوسيوثقافي على اختيار صورة البروفايل عبر الإنستغرام، لهذا قمنا بدراسة مسحية على عينة من مستخدمات منصة الإنستغرام لمعرفة مدى تأثير السياق السوسيوثقافي في تأثير على اختياراتهن لصورة الخلفية.

ولتحقيق هذا الهدف تم استخدام المنهج المسحي من خلال توزيع استمارة لجمع البيانات من المبحوثات، وتمثلت عينة الدراسة من (50 مفردة) من مستخدمات منصة الإنستغرام.

وقد قسمنا هذه الدراسة إلى الجانب المنهجي وجانب نظري وجانب تطبيقي، وهذا الأخير قمنا فيه بالتأكد من صحة أو خطأ الفرضيات، وقد اعتمدنا في دراستنا على استمارة الاستبيان كأداة لجمع البيانات، حيث قسم إلى ثلاث محاور كالتالي: المحور الأول البيانات الشخصية، في حين تناولنا في المحور الثاني الجانب الاجتماعي وتأثيره في اختيار صورة البروفايل والعوامل المؤثرة في هذا الجانب، أما المحور الثالث فكان يتمثل في كيفية بروز الجانب الثقافي في اختياراتهن لصورة الخلفية وتمثلت الثقافية لدى مستخدمات الإنستغرام.

- كلمات مفتاحية: السياق. الثقافة. المجتمع. السياق السوسيوثقافي

Abstract:

The study aims to identify how the socio-cultural context influences the choice of profile pictures on Instagram. To achieve this, a survey study was conducted on a sample of Instagram female users in order to determine the extent to which the socio-cultural context affects their choices of profile pictures.

To accomplish this objective, the survey method was employed through the distribution of a questionnaire to collect data from the respondents. The study sample consisted of 50 female Instagram users.

The study was divided into three parts: a methodological section, a theoretical section, and an applied section. In the latter, the validity of the study hypotheses was tested. The questionnaire was adopted as the primary data collection tool and was structured around three main axes. The first axis focused on personal data. The second examined the social dimension and its influence on profile picture selection, as well as the factors affecting this aspect. The third axis explored the manifestation of the cultural dimension in respondents' profile picture choices and the cultural representations reflected by Instagram users.

Keywords: Context, Culture, Society, Socio-cultural Context.

فهرس المحتويات

/	الإهداء
/	الشكر والتقدير
/	ملخص الدراسة
أ	مقدمة
الفصل الإطار المنهجي	
01	أولاً: إشكالية الدراسة
02	ثانياً: التساؤلات الفرعية
02	ثالثاً: الفرضيات
03	رابعاً: أهداف الدراسة
03	خامساً: أهمية الدراسة: (علمية – عملية)
04	سادساً: تحديد مفاهيم الدراسة
06	سابعاً: أسباب اختيار الموضوع
07	الإجراءات المنهجية للدراسة
07	أولاً: مجتمع البحث والعينة
08	ثانياً: منهج ونوع الدراسة
09	ثالثاً: أدوات جمع البيانات
10	رابعاً: مجالات الدراسة
10	الدراسات السابقة
10	أولاً: الدراسة الأولى
11	ثانياً: الدراسة الثانية
12	ثالثاً: الدراسة الثالثة
13	رابعاً: الدراسة الرابعة
18	تمهيد
19	المبحث الأول: مواقع التواصل والأسرة
19	المطلب الأول: نشأة ومفهوم ونماذج مواقع التواصل الاجتماعي
24	المطلب الثاني: الانستغرام مفهومه ومميزاته وخصائصه وسلبياته وإيجابيته
28	المطلب الثالث: مفهوم الأسرة والتنشئة الاجتماعية
33	المطلب الرابع: الأسرة ومواقع التواصل الاجتماعي

فهرس المحتويات

36	المبحث الثاني: مواقع التواصل الاجتماعي والمجتمع
36	المطلب الأول: مفهوم المجتمع
38	المطلب الثاني: المجتمع الافتراضي
39	المطلب الثالث: تشكيل المجتمعات الافتراضية
40	المطلب الرابع: الفرق بين المجتمع الافتراضي والواقعي
43	المبحث الثالث: مواقع التواصل الاجتماعي والتعليم
43	المطلب الأول: مفهوم التعليم الافتراضي
43	المطلب الثاني: الشبكات الاجتماعية ومجال التعليم
45	المطلب الثالث: تطبيقات والممارسات للتقنيات الرقمية ودمجها مع الثقافة الرقمية بالتعليم
46	المطلب الرابع: استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في التعلم
46	المبحث الرابع: مواقع التواصل الاجتماعي والدين
46	المطلب الأول: مفهوم الدين
48	المطلب الثاني: مفهوم الوعي الديني
49	المطلب الثالث: الممارسات الدينية في البيئة الافتراضية
50	المطلب الرابع: الدين في البيئة الرقمية
52	خلاصة الفصل
55	تمهيد
56	أولا: عرض وتحليل النتائج الدراسة
75	ثانيا: تحليل بيانات الفرضية الأولى
75	ثالثا: مناقشة نتائج الفرضية الأولى
79	رابعا: تحليل بيانات الفرضية الثانية
79	خامسا: مناقشة نتائج الفرضية الثانية
93	سادسا: تحليل بيانات الفرضية الثالثة
93	سابعا: مناقشة نتائج الفرضية الثالثة
99	ثامنا: تحليل بيانات الفرضية الرابعة
99	تاسعا: مناقشة نتائج الفرضية الرابعة
101	عشرا: الاستنتاج العام
	خلاصة الفصل
109	خاتمة

فهرس المحتويات

112	قائمة المصادر والمراجع
118	الملاحق

فهرس الجداول

الرقم	عنوان الجدول	الصفحة
01	يوضح فئات السن	
02	يوضح الحالة الاجتماعية	
03	يوضح المستوى التعليمي للمبحوثات	
04	يوضح الوضعية المهنية	
05	يوضح مكان الإقامة	
06	يوضح الرغبة في وضع الصورة الحقيقية على البروفايل ويمنع من ذلك المحيط الأسري	
07	يوضح هل يوجد مشكلة في وضع الصورة الشخصية على البروفايل في صفحة الانستغرام.	
08	يبين هل تحب وضع أجمل الصور الشخصية على البروفايل في الانستغرام للظهور بأكثر أناقة	
09	يبين الانزعاج من تفاعل الجنس الآخر مع الصورة الشخصية في البروفايل عبر الانستغرام لذلك لا يراد وضع الصورة الشخصية	
10	يوضح لا مشكلة في وضع الصورة الحقيقية على البروفايل في الانستغرام	
11	يبين أكثر شيء أفكر فيه عندما أضع صورة البروفايل عبر الانستغرام هو محيطي الاجتماعي	
12	يبين المجتمع يمارس رقابة شديدة على المرأة لذلك أفضل الا أضع صورتي عبر الانستغرام	
13	يبين محيطي الأسري يعطيني حرية أكبر في نشر صورتي على الانستغرام	
14	يبين العلاقة بين السن والانزعاج من تفاعل الجنس الآخر مع الصورة الشخصية في البروفايل	
15	يبين العلاقة بين الحالة الاجتماعية ومشكلة في وضع الصورة الحقيقية على البروفايل في الانستغرام	
16	يبين العلاقة بين الإقامة وأكثر شيء أفكر فيه عندما أضع صورة البروفايل عبر الانستغرام هو محيطي الاجتماعي	

فهرس الجداول

17	يبين العلاقة بين الوضعية المهنية ومحيطي الأسري يعطيني حرية أكبر
18	يبين مدى رغبة المبحوثات في تحرر المجتمع من القيود المتعلقة بنشر صور المرأة على الانستغرام
19	يبين تأثير القيم الثقافية المجتمعية في تحديد حرية نشر الصورة الشخصية عبر الانستغرام
20	يبين أثر المعتقدات الدينية في منع نشر الصورة الشخصية عبر الانستغرام
21	يبين تأثير التقاليد الاجتماعية في منع نشر الصورة الحقيقية عبر الانستغرام
22	يبين تعرض المبحوثات للانتقادات بسبب صورة البروفايل ومدى توافقها مع التقاليد
23	يبين دور البيئة الثقافية في التحكم في اختيار صورة البروفايل على الانستغرام
24	يبين الفروق بين المرأة والرجل في التعرض للانتقادات عند نشر الصورة الشخصية على الانستغرام
25	يبين العلاقة بين الحالة الاجتماعية ويعجبني أن يكون المجتمع أكثر تحرا في مسألة نشر المرأة صورتها عبر الانستغرام
26	يبين العلاقة بين الإقامة وأرى أن القيم الثقافية داخل مجتمعي تحدد لي حدودا لنشر صورتي عبر الانستغرام بحرية
27	يبين العلاقة بين الإقامة والبيئة الثقافية التي أنتمي إليها هي التي تتحكم في اختياري لصورة البروفايل
28	يبين العلاقة بين الوضعية المهنية وتعرض المرأة لانتقادات أكثر من الرجل عند نشرها لصورتها على البروفايل بسبب الثقافة السائدة في مجتمعنا

فهرس الأشكال

الرقم	عنوان الشكل	الصفحة
01	يوضح فئات السن	
02	يوضح الحالة الاجتماعية	
03	يوضح المستوى التعليمي للمبحوثات	
04	يوضح الوضعية المهنية	
05	يوضح مكان الإقامة	

يشهد عصرنا الحالي تطوراً متسارعاً في مجال تكنولوجيا الإعلام والاتصال، حيث شهدت شبكة الانترنت ووسائل الاتصال الرقمي انتشار كبيراً، الذي صار جزءاً أساسياً من الحياة اليومية للأفراد والمجتمعات، وهذا ما ساهم في إحداث تغييرات عميقة في أنماط التواصل و التفاعل الاجتماعي، ومع هذا التطور برزت شبكات التواصل الاجتماعي باعتبارها فضاءات افتراضية تتيح للأفراد مجالا واسعا للتعبير عن ذواتهم وبناء هوياتهم الرقمية، ومن بين أهم هذه المنصات ظهرت منصة الانستغرام Instagram التي احتلت مكانة كبيرة بين التطبيقات الأكثر استخداما "حيث قدر عدد مستخدمين هذا التطبيق 3 مليار مستخدم شهريا و 500 مليون ناشطا يوميا أي ما يقدر بـ 33 دقيقة من متوسط ما يقضيه المستخدم في تصفح هذه المنصة"¹، وأكثر متصفح هذا التطبيق هم فئتي الشباب و النساء، لما توفره هذه المنصة من إمكانيات متعددة في مشاركة الصور و الفيديوهات و التفاعل مع الآخرين، فمنصة الانستغرام تبرز كواحدة من بين أكبر تطبيقات استخداما للصورة بوصفها وسيلة أساسية للتواصل وإبراز الشخصية، فهي تتيح للمستخدمين فرصة التعبير عن أنفسهم من خلال الصور والألوان، والرموز، فصورة الخلفية لم تعد تمثل وسيلة للتعبير عن الهوية و الانتماء الثقافي و الاجتماعي فقط، بل أصبحت رمزا لإدارة الانطباع في أوساط المجتمع الافتراضي.

وقد أصبحت وسائل الإعلام امتداد لحواس الانسان كما أشار إليه مارشال ماكلوهان، وهو ما يظهر بوضوح في تأثير منصات التواصل الاجتماعي على سلوك الأفراد وطريقة تقديمهم لأنفسهم داخل الفضاء الرقمي، هذا وقد رأى إفينغ غوفمان في نظرية تقديم الذات "أن الأفراد يسعون إلى بناء صورة معينة عن أنفسهم أمام الآخرين"²، وهو ما يتجسد اليوم من خلال اختيار الصور البروفایل و الصور الشخصية والمنشورات على مواقع التواصل الاجتماعي، وفي جانب آخر يقول "بيير بورديو" أن الممارسات الاجتماعية والثقافية للأفراد ترتبط بالسياق السوسيولوجي الذي ينتمون إليه، من قيم وعادات و تقاليد ومستوى اجتماعي وثقافي³.

وفي هذا السياق تظهر صورة الخلفية كعنصر فعال على منصة الانستغرام ببس لمجرد صورة عادية، بل كأداة للتعبير عن الهوية والانتماء الاجتماعي والثقافي، حيث تمر عملية اختيارها بعدة عوامل سوسيولوجية تختلف من فرد إلى آخر حسب البيئة الاجتماعية، والمستوى الثقافي، والعادات السائدة في محيطه، ونظرة

¹ نافين. كومار تم النشر في: 07 مارس 2026. اطلع عليه يوم: 07 أبريل 2026 على الساعة 21:39 ليلا على الرابط:

<https://www.demandsage.com/instagram-statistics>

² إرفينغ غوفمان. تقديم الذات في الحياة اليومية. ترجمة ثائر ديب. دار معنى للنشر والتوزيع. ط 1. الرياض. 2021. ص 17.

³ بيير بورديو. التميز: النقد الاجتماعي للحكم. بترجمة نصير مروة. الشبكة العربية للأبحاث. ط 1. بيروت. 2024. ص 943 944.

مقدمة

المجتمع لصورة المرأة وتمثلائها داخل الفضاء الرقمي، ومن هنا يبرز الاهتمام بدراسة تأثير السياق السوسيوثقافي في اختيار صورة الخلفية لدى مستخدمي منصة الانستغرام، باعتبارها صورة تعكس جانباً من شخصية الفرد وتوجهاته وقيمه الاجتماعية والثقافية.

وعليه تسعى هذه الدراسة الموسومة بعنوان "تأثير السياق السوسيوثقافي في اختيار صورة الخلفية: دراسة مسحية على عينة من مستخدمي منصة الانستغرام" إلى الكشف عن طبيعة العلاقة بين السياق السوسيوثقافي واختيار مستخدمي الانستغرام لصورة البروفايل، ومعرفة مدى تأثير العوامل الاجتماعية والثقافية في تشكيل هذا السلوك الاتصالي داخل البيئة الرقمية الحديثة. تحقيقاً لذلك قمنا بدراسة على عينة من مستخدمي الانستغرام، باستخدام الاستبيان الإلكتروني، وقد احتوى عملنا على فصول تمثلت في:

الفصل الأول: الإطار المنهجي وفيه قمنا بعرض الآتي:

الإشكالية، التساؤلات الفرعية، الفرضيات، أهداف الدراسة، أهمية الدراسة، تحديد المفاهيم الدراسة، الدراسات السابقة.

الفصل الثاني: وتضمن الجانب النظري الذي عرضنا فيه:

المبحث الأول: مواقع التواصل الاجتماعي والأسرة

المبحث الثاني: مواقع التواصل الاجتماعي والمجتمع

المبحث الثالث: مواقع التواصل الاجتماعي والتعليم

المبحث الرابع: مواقع التواصل الاجتماعي والدين

الفصل الثالث: وتضمن الجانب الميداني وشمل العمل الميداني والاستنتاج العام.

خاتمة.

الفصل الأول

الإطار المنهجي

الإطار المنهجي

1. إشكالية الدراسة
2. التساؤلات الفرعية
3. الفرضيات
4. أهداف الدراسة
5. أهمية الدراسة: (علمية – عملية)
6. تحديد مفاهيم الدراسة
7. أسباب اختيار الموضوع
8. الإجراءات المنهجية للدراسة
9. مجتمع البحث والعينة
10. منهج ونوع الدراسة
11. أدوات جمع البيانات
12. مجالات الدراسة
13. الدراسات السابقة

أولاً: الإطار المنهجي

1. إشكالية الدراسة:

تعد منصات التواصل الاجتماعي في البيئة الرقمية المعاصرة من أكثر الفضاءات استخداماً، إذ لم تعد مجرد أدوات للدردشة، بل تحولت إلى وسائط لإنتاج وإعادة إنتاج الهوية الرقمية، وأصبحت هذه المنصات تحتل حيزاً كبيراً من حياتنا اليومية، وعلى رأسها منصة الإنستغرام بوصفها منصة بصرية يعرض فيها المستخدمون محتوى بصرياً يمثل بحد ذاته لغة قائمة تتجاوز الحدود اللغوية التقليدية، مما جعلها فضاءً رقمياً للتفاعل والتعبير عن الذات وبناء الهوية الرقمية لدى مستخدمي الإنستغرام.

ولم يعد المحتوى المرئي مجرد وسيلة ترفيه، بل أصبح أداة تعكس القيم والثقافات التي تمثل انتماءات الأفراد، وتعتبر صورة الخلفية من أبرز أشكال التعبير البصري، لما تحمله من دلالات اجتماعية وثقافية تشكل انعكاساً لنظرة المستخدمين إلى المجتمع المحيط بهم، وتأثيره على انتمائهم داخل السياق السوسيوثقافي الذي ينتمون إليه، وأثره الكبير عليهم.

ولفهم الفعل التواصل الذي يحدث عبر منصة الإنستغرام، يستوجب الأمر بالضرورة الغوص داخل السياق السوسيوثقافي (socio-cultural context) المحيط بالمستخدمين، باعتباره يمثل مجموعة الظروف و القيم و المعايير و التمثلات الاجتماعية التي تتشكل من خلالها مرجعية الفرد، ومن هنا تظهر بعض المفاهيم مثل : التنشئة الاجتماعية الرقمية ، وكذا مفهوم الفعل الاجتماعي كما يصوره "ماكس فيبر" ، فعند اختيار المحتوى الرقمي يظهر انعكاس المكانة الاجتماعية (social status) و البيئة الثقافية التي ينتمي إليها الفرد ، مما يجعل من الصورة وثيقة اجتماعية تعبر عن ترسبات ثقافية عميقة.

إضافة إلى ذلك، نلاحظ الضغوط المفروضة على المرأة داخل المجتمع، التي انتقلت معها إلى الفضاء الرقمي، الأمر الذي جعل اختيارها للصورة لا يتم بشكل عشوائي، بل يتدخل فيه السياق السوسيوثقافي الذي يمارس تأثيراً مباشراً على طريقة اختيار مستخدمي الإنستغرام لصورة الخلفية.

وفي هذا السياق ، تبرز صورة الخلفية (Background Iage) أو صورة البروفايل ، باعتبارها عنصراً محورياً يربط مباشرة بمفهوم "إدارة الانطباع" (Ipression anageent) عند إرفينغ غوفمان، فهي لا تعد مجرد زخرفة تقنية ، بل تمثل خطاباً ذا بعد سيميولوجي يحمل دلالات اجتماعية و ثقافية عميقة ، إذ تساهم في تشكيل إدراك الآخرين لذات المستخدم ، كما تعد مرآة عاكسة للقيم المجتمعية، وهي تعمل أحياناً على التمرد عليها، ويتمثل الأثر الاجتماعي الكامن في هذه الصورة بقدرتها على تعزيز "الانتماء الجماعي"، فهذا يجعلها

وسيلة لإثبات الذات داخل الفضاء الافتراضي، الذي يتسم بالمنافسة البصرية المستمرة بين مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي.

ويُعتبر اختيار صورة الخلفية على منصة الإنستغرام سلوكاً اتصالياً بصرياً فهو يحمل أبعاداً رمزية، ويعكس هوية المستخدمين وتمثيلاتهم الذاتية والاجتماعية، سواء في التعبير عن شخصياتهن، أو استجابتهن لتوقعات المجتمع والضغط المفروضة عليهن، قد تفضل أخريات اختيار صور تتماشى مع متطلبات المجتمع وتحظى بالقبول الاجتماعي، وهذا ما يشير إلى وجود علاقة بين اختيار صورة الخلفية والسياق السوسيوثقافي المحيطة بالمستخدمات.

تعتبر هذه الدراسة من بين الموضوعات المهمة نظراً لأهمية السياق السوسيوثقافي وتأثيره على المجتمع المستهدف في دراستنا، ومحاولة معرفة أثره في اختيار صورة الخلفية لدى مستخدمي منصة الإنستغرام، لهذا قمنا بإجراء دراسة مسحية على عينة من المستخدمين، من خلال الطرح السابق تتبلور لدينا الإشكالية التالية في التساؤل الرئيسي الآتي:

كيف يؤثر السياق السوسيوثقافي في اختيار صورة البروفايل عبر منصة الإنستغرام؟

2. التساؤلات الفرعية:

- 1- ماهي أبرز العادات والأنماط لمستخدمات منصة الإنستغرام؟
- 2- ما طبيعة اختيار صورة الخلفية لدى مستخدمي منصة الإنستغرام وأسباب اختيارها؟
- 3- ما هو تأثير السياق السوسيوثقافي على اختيار صورة الخلفية عبر صفحة الإنستغرام؟

3. الفرضيات :

- فرضية 1:** هناك فروق دالة احصائية في تخوف أفراد العينة من نظرة محيطهم الأسري بسبب وضع صورهم الشخصية على الإنستغرام من حيث متغير السن.
- فرضية 2:** هناك فروق دالة احصائية في رفض أفراد العينة نشر صورهن على الإنستغرام بسبب الرقابة الشديدة للمجتمع من حيث متغير مكان الإقامة.
- فرضية 3:** هناك فروق دالة احصائية في امتناع أفراد العينة من نشر صورهن على الإنستغرام بسبب اللوازم الديني من حيث متغير المستوى التعليمي.
- فرضية 4:** هناك فروق دالة احصائية في تأثير القيم الثقافية على أفراد العينة في نشر صورهن الشخصية عبر الانستغرام من حيث متغير حالة الاجتماعية.

4. أهداف الدراسة:

- تهدف من خلال هذه الدراسة إلى تحديد المؤسسات الثقافية والاجتماعية المؤثرة في اختيار صورة البروفايل عبر الإنستغرام.
- تهدف من خلال هذه الدراسة إلى معرفة حجم التأثير الذي تساهم فيه المؤسسة السوسيوثقافي في دفع بمستخدمات هذه المنصة لاختيار صورة البروفايل.
- تهدف هذه الدراسة إلى معرفة مدى تأثير الخلفية الاجتماعية والثقافية على مستخدمات الإنستغرام في الجزائر التي تدفعهم إلى اختيار هذه النوع من صور للبروفايل.

5. أهمية الدراسة: (علمية – عملية)

تكمن أهمية هذه الدراسة في أهمية هذا الموضوع في حدا ذاته لأنه يتناول واحدة من أهم منصات التواصل الاجتماعي التي يتم استخدامها بشكل منتشر وواسع جدا وهو الإنستغرام وخاصة عند فئات الفتيات في البيئة التي أنتمي إليها.

بالإضافة إلى أن هذي الدراسة سوف تعرفنا على مستجدات تطبيق الإنستغرام الذي يعتبر ثالث أكبر منصة على مواقع التواصل الاجتماعي استخداما عبر العالم إذ تشير آخر الإحصائيات التي نشرت في موقع Deand sage في 07 مارس 2026 بقلم نافين كومار، أنه قد بلغ عدد المستخدمين الإنستغرام 3 مليار مستخدم شهريا و500 مليون ناشطا يوميا ويقضي متوسط المستخدمين أكثر من 33 دقيقة على المنصة، وينتمي معظم المستخدمين إلى جيل زد وجيل الألفية.¹

تأخذ هذه الدراسة أهميتها كونها تعالج واحدة من أهم القضايا المتعلقة باستخدام موقع الإنستغرام، في هذا الحقل المعرفي الجديد نسبيا والجدير بالدراسة للكشف عن أسباب هذه الظاهرة واستيعابها، وذلك لمعرفة البعد الثقافي والاجتماعي في استخدام هذه المنصات، حيث تركز الدراسة على تفكيك البناء أو المؤسسة السوسيوثقافي التي تؤثر في اختيار صورة الخلفية لدى المستخدمين هذه المنصة في المجتمع الجزائري، على اعتبار أن صورة البروفايل تعتبر واحدة من أهم المحددات الهوية الشخصية السوسيوثقافي للأفراد.

¹ نافين. كومار. مرجع سابق.

- تحديد مفاهيم الدراسة :

يعتبر تحديد مفاهيم الدراسة من بين أهم المصطلحات في البحث العلمي لما لها من خصائص تتسم بالدقة والانضباط والوضوح، فيجب أن نبرز كل مصطلح بشكل واضحة ومحتماً لمنعي واحد، وعليه فإن ضبط مصطلحات في دراستنا يمكننا من معرفة المعاني التي تحملها المفردة، وهذا عن طريق الرجوع إلى الاشتقاقات اللغوية للمفردات، وإظهار المعنى الأصلي للموضوع، ثم نتجه إلى أصحاب الاختصاص لمعرفة المعاني التي كتبت في هذه الدراسة.

1. السياق:

أ- لغة:

" ساق الحديث: سرده أو رده بسهولة وسلاسة "، " ساق القصة: قصها، ساق الحديث إلى موضع معين: وجهه، إليك يُساق الحديث: يُوجّه".¹

بما يقابل لفظ " سياق " في اللغة الأجنبية هو لفظ " Contexte " والذي يعني: " أولاً: أ- البنية الداخلية للنص بما يتضمنه من عناصر لسانية: فونيتيم، كلمة، جملة إلخ، ب- الشروط الخاصة بالخطاب الشفوي أو المكتوب / وثانياً: الطرف أو الوضع العام الذي يقع فيه حدث ما".

ب- اصطلاحاً :

الساق من وجهة نظر علم النفس الثقافي: " كل ما هو خارج الذات، يمكن البعض أن يعتبر حالة عقلية داخلية معينة على أنها سياق، في حالة خارجية عن الذات، يمكن هذا المصطلح أن يعني عدداً مهماً من الأشياء المختلفة.

والسياق بالنسبة لرومان جاك بسون Roan Jacobson وظيفة " مرجعية "، " فالسياق هو البيئة الاجتماعية التي تمدنا بقواعد وأحكام للتفاعل معها، وتتمثل البيئة الاتصالية في المكان والزمان والأشخاص، وكل ذلك يؤثر في عملية الاتصال حتى لو نعي ذلك، ولا يمكن فصل السياق الاجتماعي أو السياسي أو الثقافي عن عملية الاتصال، فكلما كان السياق الذي يتم فيه الاتصال ذا جوانب مشتركة بين المرسل والمتلقي، كلما كانت فرص النجاح للعملية الاتصالية أكبر".²

¹ محمد يوسف. مواقع التواصل الاجتماعي وأثرها على الخلفية السوسيوثقافية لطالب الجامعي دراسة ميدانية. مذكرة متطلبات شهادة ماستر. جامعة زيان عاشور الجلفة. كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية. قسم علم الاجتماع والديمقراطية. تخصص علم الاجتماع والاتصال. 2025/2024. ص 19

² حفيدة بوخاري. أسس بناء الخطاب التلفزي الموجه للطفل الجزائري وعلاقته بالسياق السوسيوثقافي وسيكولوجية المتلقي. أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه. جامعة الجزائر 3. قسم علوم الاعلام والاتصال. 2023-2022. ص 38 و 39

التعريف الإجرائي:

إن المقصود في دراستنا بمفهوم السياق هو البيئة التي تشكل الخلفية الثقافية والاجتماعية لدى مستخدمي منصة الانستغرام وتأثيرها على اختياراتهم لصورة البروفايل.

2. الثقافة :

أ - لغة :

تعني كلمة " ثقف " أي " قوم " الشيء فقال العرب ثقافة الرمح أي قومته، أي جعله عبئ أحسن صورة، الثقافة من الجانب أي تسويته فكرا ووجدانا وتقويمه سلوكا ومعاملة.

ب- اصطلاحا :

الثقافة هي القيم والمعايير والعادات والأفكار التي يشترك فيها الناس وتحدد سلوكهم وتتكون الثقافة من الجانب المعنوي والفكري والجانب المادي.

يعرفها: تايلور: " الثقافة على أنها ذلك الكل المركب الذي يضم المعرفة والعقيدة والفن والأخلاق والقانون والتقاليد وجمع المقومات والعادات الأخرى التي يكتسبها الإنسان كعضو في مجتمع معين."¹
في منظور العلماء الانسان والاثروبولوجيا هي: " المضاف الإنساني إلى الحالات الطبيعة، أي كل المكتسبات والإنجازات النظرية والعلمية التي أنتجها الانسان في تاريخه الاجتماعي."

- وعُرفت الثقافة في قاموس أكسفورد بأنها: " الاتجاهات والقيم السائدة في مجتمع معين، كما تعبر عنها الرموز اللغوية والأساطير والطقوس وأساليب الحياة ومؤسسات المجتمع التعليمية والدينية والسياسية" وقدم "إدوار برنت تايلور" مفهوما عن الثقافة يجمع بينها وبين الحضارة بأنها: ذلك الكل الذي يتضمن المعارف والمعتقدات والفنون والأخلاق والقانون والأعراف، وكل المقومات الأخرى التي يكتسبها الإنسان كعضو في المجتمع.²

• التعريف الإجرائي :

نقصد بالثقافة في هذه الدراسة هي مجموعة من القيم والعادات والتقاليد والأعراف والمعايير التي تضبطها، والأفكار التي تحدد سلوكيات التي يشترك فيها الناس.

¹سعاد بلعربي. أثر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على الهوية الثقافية. مذكرة تخرج ماستر. كلية العلوم الاجتماعية. علوم الإعلام والاتصال. وسائل الإعلام والمجتمع. جامعة عبد الحميد بن باديس. مستغانم. 2015/2014. ص 27 و28.

² بسمة قائد البناء. اتجاهات الشباب على مواقع التواصل الاجتماعي للمؤسسات الثقافية في مكملة البحرين (دراسة مسحية) الطبعة الأولى 2025. دار مخطوطات. ص 27.

3. المجتمع:

يوجد الكثير من تعريفات لمصطلح المجتمع الإنساني، من بين هذه التعريفات، نذكر: " المجتمع بأنه شبكة أو نسيج من العلاقات الاجتماعية التي تقوم بين الأفراد وتهدف إلى سد حاجاتهم وتحقيق طموحاتهم وأهدافهم القريبة والبعيدة.

عرف محمد الحسن المجتمع بأنه: " مجموعة من المبادئ والمفاهيم والروابط الاجتماعية والأهداف المشتركة التي أساسها اللغة والتاريخ والمصير المشترك الواحد"¹

• التعريف الإجرائي :

هو مجموعة من المبادئ والروابط الاجتماعية التي تنشأ بين الأفراد في حياتهم اليومية.

4. السياق السوسيوثقافي: من خلال التعريفات السابقة والمفاهيم الواردة في دراستنا نجد أن السياق السوسيوثقافي هو مجموعة المؤسسات الاجتماعية والثقافية التي يراعيها المستخدم عند وضع صورته عبر الانستغرام.

5. أسباب اختيار الموضوع:

1.5. ذاتية :

- اختياري لهذا الموضوع لأنه من صميم تخصصي المعرفي.
- اختياري لهذا الموضوع لأنه متعلق بظواهر لها انتشار كبير في أوساط كل فئات المجتمع وبخصوص مستخدمي منصة الانستغرام المتواجدين في محيطي.
- اختياري لهذا الموضوع لأنني واحدة من مستخدمي هذه المنصة.
- اختياري لهذا الموضوع بسبب فضولي لمعرفة الخلفية السوسيوثقافية للمستخدمين هذه المنصة.

2.5. موضوعية:

- اختياري لهذا الموضوع هو ملاحظتنا لحجم التباين بين الخلفيات الثقافية التي تضبط صورة البروفايل.
- اختياري لهذا الموضوع لأنني لحظت تناقض في اختيار صورة البروفايل مع واقع المعاش للبعض مستخدمي الانستغرام.

¹ محمد غزالي /إبراهيم يحيوي – التحولات السوسيوثقافية في المجتمع الجزائري بين الأصالة والتأثيرات العولمة الثقافية. مجلة العلوم الإنسانية أم البواقي. المجلد 7. العدد 03. جامعة أم البواقي. ديسمبر 2020. ص 610.

- اثراء مكتبة الكلية بهذا النوع من الدراسات لحداثتها.
- معرفة درجة تأثير الوعي السوسيوثقافي على مستخدمات منصة الانستغرام في اختيار صورة البروفايل.

ثانيا: الإجراءات المنهجية للدراسة

1. مجتمع البحث والعينة:

1.1. مجتمع الدراسة:

تعريفه:

يعني تجميع منظم للحقائق عن جماعة معينة ومعظم المسوح تعتمد من الناحية العلمية استمارات الاستبيان المكتوب والمقابلات من أجل جمع أنواع من البيانات الكمية التي يمكن تحليلها. كما يعتبر منهج المسح من أنسب المناهج العلمية ملائمة للدراسة الوصفية، في مجال الدراسات الإعلامية، لأنه يستخدم في دراسات الظواهر أو المشكلات البحثية في وضعها الراهن، باعتباره جهدا علميا منظماً للحصول على بيانات ومعلومات وأوصاف عن الظاهرة.

المنهج هو المسار الذي يمر بيه الباحث في سيره إلى إيجاد حل لمشكلته البحثية، على أن يتيح له هذا الطريق عرض المعطيات والأفكار الواردة في بحثه بشكل مرتب ومنطقي وواضح، والمنهج الذي اخترته في دراستنا تقتضيه طبيعة الدراسة، وهدفنا من هذه الدراسة هو معرفة تأثير السياق السوسيوثقافي على مستخدمات الانستغرام في اختيارهم لصورة البروفايل، فإن المنهج الذي نعتمده في هذه الدراسة هو المنهج الوصفي، على اعتبار أن المنهج الوصفي يقوم على " جمع الحقائق والمعلومات ومقارنتها وتحليلها وتفسيرها للوصول إلى تعميمات مقبولة، أو هو دراسة وتحليل وتفسير الظاهرة من خلال تحديد خصائصها وأبعادها وتوصيف العلاقات بينهما، بهدف الوصول لوصف علمي متكامل لها، ولذلك فهو شامل لعدد من المناهج الفرعية والأساليب المساعدة، كأن يعتمد مثلا على دراسة الحالة أو الدراسات الميدانية أو التاريخية أو المسوح الاجتماعية.

وبعني مجتمع الدراسة أو جميع مفردات الظاهرة المراد دراستها ، ويتكون مجتمع الدراسة الأصلي من مستخدمات مواقع التواصل الاجتماعي منصة الإنستغرام في الجزائر ، ونظرا لعدد الهائل لمستخدمين هذا المنصة و صعوبة القيام بالدراسة على جميع مفردات مجتمع البحث ، و الذي لم نتمكن من حصره بشكل دقيق ، وهذا ما يجعل من الدراسات المسحية العلمية في الجزائر، أكثر عرضة للعراقل وحواجز وذلك بسبب عدم توافر قاعدة بيانات رقمية من مصادر رسمية ، تمكن الباحث في المجال الافتراضي من الاستناد عليها و اعتبارها المجال

الرقمي للدراسة ، وعلى عكس ما لاحظناه في البيئات البحثية بالدول المتقدمة من توفر احصائيات دقيقة و التي تخضع فيها الدراسات إلى التطرق إلى قواعد البيانات الخاصة و التي توفرها الشركات المالكة لمثل هذه المواقع ، و لهذا السبب اخترنا العينة الدراسة هي : كرة الثلج.

2.1 العينة:

تتوزع عينة الدراسة المختارة على عدد من مستخدمات منصة الانستغرام والتي تم سحبها وفق العينة كرة الثلج التي تكونت من مجموعة من مستخدمات الجزيئات لمواقع التواصل الاجتماعي، وقد قمنا بتوزيع عليهن استمارة الاستبيان الإلكتروني، عن طريق مستخدمات الانستغرام وهن بدورهن قمنا كذلك بالمشاركة في توزيع الاستبيان على صديقتهن عبر منصة الانستغرام بقصد إيصال هذا الاستبيان إلى أكبر عدد من العينة. وانطلاقاً مما سبق قمنا باختيار العينة العشوائية لدراسة: " هي طريقة معاينة غير احتمالية تستخدم عادة لجمع البيانات من المجتمعات أو الفئات التي يصعب الوصول إليها، مثل مجموعات معينة من الخبراء، المرضى بحالات نادرة أو الأشخاص ذوي شبكات اجتماعية محددة."

"نقوم الفكرة على أن كل مشارك يقدم للباحث أسماء مشاركين آخرين مناسبين، مما شبه كرة الثلج التي تكبر مع تدرجها".

2. منهج ونوع الدراسة:

1.2 منهج الدراسة:

ارتبط المنهج الوصفي ارتباطاً وثيقاً بمعالجة القضايا والمشكلات المختلفة في مجال العلوم الإنسانية عموماً، وعلوم الإعلام والاتصال كونها أحد حقول البحث المعرفية، فهو المنهج الأكثر شيوعاً وانتشاراً في هذا المجال، واستخدمنا للمنهج الوصفي في هذا المجال يعود لصعوبة استخدام المناهج الأخرى نظراً لطبيعة الظواهر المتناولة للموضوعات المدروسة، ولكون الظاهرة الإنسانية ظاهرة معقدة جداً يستحيل على الباحث الفصل فيما بينها، فضلاً عن أنه يجب عليه الإحاطة بجميع المتغيرات والعوامل المؤثرة فيها.

يعرف المنهج الوصفي كذاً على أنه: " دراسة عامة لظاهرة موجودة في جماعة معينة وفي مكان معين وفي الوقت الحاضر."، ولهذا يكثر الاعتماد عليه في الدراسات الإعلامية الاتصالية، نظراً لطبيعة الظاهرة في هذا الحقل المعرفي، التي يغلب عليها دراسة الظاهر الحاضرة والآنية، كما تتسم في العموم بالتغير والتقلب المستمر لارتباطها بالإنسان الذي يتمركز حوله كل الظواهر التي يثيرها الباحثون في علوم الإعلام والاتصال.¹

¹ حسين مساعدي. مواقع التواصل الاجتماعي ودورها في نشر الإسلام بين الشباب الأوروبي دراسة مسحية. اطروحة دكتوراه. علوم الاعلام والاتصال. قسم علوم الاتصال. علوم الإعلام والاتصال. جامعة الجزائر 3. الجزائر. 2024/2023. ص 31 و 32.

نوع الدراسة:

لم يتم الاتفاق بصفة كاملة بين الباحثين في القضايا المنهجية حول تحديد أنواع الدراسات المدرجة تحت المنهج الوصفي، وقد تم تقسيمها إلى ثلاثة أنواع من الدراسات، الدراسات المسحية - دراسات العلاقات المتبادلة - الدراسات التطويرية، هنالك من يجعل دراسات العلاقات التبادلية قسيمة للدراسات المسحية، فيما يدرجها آخرون تحت الدراسات المسحية على غرار ما فعل روجر وبمر وجوزيف دومينيك، ويقسم هذا الأخير إلى نوعين من الدراسات المسحية: الوصفية والتحليلية.

بالنسبة لدراسة المسحية الوصفية فغرضها وصفي بدرجة الأولى ويتم اعتمادها لأغراض الاستطلاع، لكنها تكون في هذه الحالة أقل فاعلية، نظراً لأننا لا نعالج المتغيرات في البحوث المسحية الوصفية، لا يمكن القيام بالبحوث المسحية بغرض تحقيق علاقات العلة والمعلول.

أما الدراسات المسحية التحليلية فهي عادة ما تتضمن فحص متغيرين أو أكثر وذلك لاختبار الأسئلة البحثية وفرضية البحث، وتتيح للباحث معرفة العلاقات المتداخلة بين المتغيرات كما تعطيه استنتاجات تفسيرية.

دراستنا تندرج تحت هذا النوع من الدراسات، كونها تهدف إلى معرفة تأثير السياق السوسيوثقافي على مستخدمات الإنستغرام في اختيارهم لصورة الخلفية، هل يوجد تأثير لسياق الاجتماعي والثقافي على اختيارهم لصورة البروفايل، ومدى تأثير ذلك عليهم.¹

3. أدوات جمع البيانات: (الاستبيان الإلكتروني)

- الاستبيان:

قمنا باستخدام الاستبيان الإلكتروني كأداة لجمع البيانات باعتباره الأنسب لأدوات البحث العلمي في دراسة العينات الكبيرة والمتوسطة، وتم اختيار العينة المتمثلة في مستخدمات الإنستغرام.

1- تصميم الاستبيان:

قمنا بإعداد الاستبيان بطريقة منهجية لتتلاءم مع احتياجات الدراسة، وقد اعتمادنا في تصميمه على صياغة أسئلة بطريقة مغلقة، يتم الإجابة عليها، بمقياس ليكارت، موافق بشدة أو موافق أو محايد أو غير موافق أو غير موافق بشدة، كما يتضمن الاستبيان ثلاث محاور يمكن التعبير عنها كما يلي:

¹ حسين مساعدي. مرجع سابق. ص 33.

- المحور الأول: يشمل البيانات الشخصية ممثلة في خمس فقرات متعلق بالسن والمستوى التعليمي والحالة الاجتماعية والوضعية المهنية ومكان الإقامة.
- المحور الثاني: ويشمل مجموعة الأسئلة حول الجانب الاجتماعي.
- المحور الثالث: ويتضمن مجموعة الأسئلة حول الجانب الثقافي.
- صدق وثبات الاستبيان:
- للتأكد من صدق الاستبيان ومدى جاهزيته لقياس متغيرات الدراسة تم عرض محتوياته على الأستاذ المشرف والذي قام بتقديم الملاحظات الخاصة بالأسئلة من حيث الإجابة عليها بمقياس ليكارت، وقام بإعادة صياغتها، لتصبح ملائمة للتوزيع على عينة الدراسة.
- أدوات الدراسة:

- من خلال الدراسة التطبيقية قمنا بالاعتماد على جملة من البيانات والأدوات والتي كان الغرض منها خدمة الأهداف المتعلقة بالدراسة ونذكر منها:
- تم الاستعانة في تفريغ الاستمارة ببرنامج spss V21.
- الدوائر النسبية: من تحليل محور الدراسة والمتعلقة بالبيانات الشخصية.
- الجداول التكرارية: التي قمنا من خلالها بتحليل استجابات أفراد العينة اتجاه متغيرات الدراسة.

4. مجالات الدراسة:

- المكان: تم إجراء هذه الدراسة على المستخدمين منصة الانستغرام في الجزائر.
- الزمان: تمت الدراسة الميدانية من خلال الفترة الممتدة من 02 فيفري 2026 إلى غاية 30 أبريل 2026.
- البشري: استهدفت هذه الدراسة عينة من مستخدمين منصة الانستغرام.

5. الدراسات السابقة:

هنا دراسات سبقت هذه الدراسة لها علاقة بموضوع دراستنا من بين هذه الدراسات ما يلي:

■ الدراسة الأولى :

للباحثة: بوخاري حفيظة بعنوان: أسس بناء الخطاب التلفزيوني الموجه للطفل الجزائري وعلاقته بالسياق السوسيوثقافي وسيكولوجية المتلقي، دراسة مسحية، أطروحة لنيل شهادة دكتوراه 2022-2023. قسم علوم الاعلام والاتصال.

تم طرح التساؤل: ما أسس بناء الخطاب التلفزيوني " الكارتوني " الموجه للطفل الجزائري وعلاقته بالخصائص السوسيوثقافي للبيئة المحلية، وبخاصية اثبات الذات لدى المتلقي؟

تم طرح عدة تساؤلات في شقين التحليلي وهو محتوى سلسلة الجرائر تاريخ وحضارة والميداني دراسة من عينة من جمهور الأطفال الذين يشاهدوا السلسلة اختارنا تساؤلين من كل (التحليلي والميداني):

- تساؤلات الدراسة التحليلية:

- ما خصائص المعالجة الدرامية لأحداث السلسلة الكارتونية " الجزائر تاريخ وحضارة"؟
- ما القيم التي تبثها السلسلة الكارتونية؟ وهل هي أكثر ارتباطا بشخصية الراوي أو بالشخصيات التاريخية التي عالجتها؟

- تساؤلات الدراسة الميدانية :

- ما عادات وأنماط مشاهدة الطفل الجزائري للسلاسل الكارتونية على شاشة التلفزيون؟
 - ما دوافع مشاهدة طفل الجزائري للسلسلة الكارتونية "الجزائر تاريخ وحضارة"؟
- أهداف الدراسة:

- تحليل خصائص البناء الدرامي للسلسلة الكارتونية " الجزائر تاريخ وحضارة" بغية الكشف عن الأسس والأطر المرجعية المعتمدة في بناء الحبكة القصصية.
- تقييم التجربة الجزائرية في مجال إنتاج الرسوم المتحركة، ومعرفة مدى نجاحها في المساعدة على تطوير الوعي الإنتاجات المماثلة، وذلك من منطلق الرؤية الشخصية .

العينة:

قامت الباحثة بالقيام بدراسة تحليل للسلسلة الكارتونية وتحليل المعطيات لهذه السلسلة. أما في الدراسة الميدانية فقامت الباحثة باعتماد العينة غير الاحتمالية القصدية، وذلك لأن المفردات الدراسة تتوفر فيهم الخصائص في أولئك الأفراد، وكذلك لكون تلك الخصائص من الأمور الهامة بالنسبة للدراسة.

■ الدراسة الثانية:

من إعداد الطالبتين: بلمصطفى صبرين وحلاح إلهام تحت عنوان: الفايكس بوك وبناء الهوية الذاتية عبر الصورة الرمزية، مذكرة مكملة لنيل شهادة ماستر، جامعة ابن خلدون - تيارت -، قسم علم الاجتماع، تخصص علم الاجتماع الاتصال، 2022-2023 .

تم طرح التساؤل: كيف يبنى مستخدمي الفيسبوك هويتهم الذاتية عبر الصور البروفائيل الرمزية لتحقيق التواصل؟

التساؤلات الفرعية :

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

■ منهج الدراسة:

استخدم الباحثين المنهج الكيفي ذي أساس تفسيري باعتماد أسلوب دراسة الحالة من أجل بحث الصورة الرمزية للموقع الاجتماعي فيسبوك.

العينة:

اعتمدت الطالبتين على المنهج الكيفي ذي الأساس التفسيري باعتماد أسلوب دراسة حالة لأنه الأسلوب الذي يتم فيه تحليل عامل فردي سواء كان مؤسسة أو مجرد حلقة في حياة الفرد، ويتجلى استخدامنا لهذا المنهج في بحث الصورة الرمزية للموقع الاجتماعي فيسبوك.

■ الدراسة الثالثة :

من إعداد: بسرة براءة وخضران حورية بعنوان: الدلالات السيميائية للصورة الترويجية لصناع المحتوى الفكري عبر منصة الانستغرام دراسة تحليلية سيميائية، مذكرة لنيل شهادة ماستر، جامعة قاصدي مرباح - ورقلة -، قسم علوم الاعلام والاتصال، تخصص الاتصال الجماهيري والوسائط الجديدة، 2022-2023.

تم طرح التساؤل: ما الدلالات السيميائية للصورة الترويجية لصناع المحتوى الفكري عبر منصة الانستغرام؟
التساؤلات الفرعية:

- ✓ ماهي المعاني الظاهرة التي تحملها الصور الترويجية لصناع المحتوى الفكري عبر منصة الانستغرام؟
- ✓ ماهي الرسائل الكامنة وراء الصورة الترويجية لصناع المحتوى الفكري عبر منصة الانستغرام؟
- ✓ ما العلاقة بين الرسالة الألسنية والرسالة الأيقونية في الصور الترويجية لصناع المحتوى الفكري عبر منصة الانستغرام؟

■ منهج الدراسة :

اعتمدت الباحثين على منهج التحليل السيميائي للإجابة على الإشكالية المطروحة.

العينة:

اعتمدت الطالبتين على المنهج التحليل السيميائي لدراسة الدلالات السيميائية للصورة الترويجية للمحتوى الفكري وتفكيكها من أجل الكشف عما تخفيه من معاني ودلالات.

■ الدراسة الرابعة:

هي للباحثة: تومي فضيلة بعنوان: أثر شبكات التواصل الاجتماعي على تشكيل الهوية الافتراضية دراسة ميدانية، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه، في علوم الاعلام والاتصال تخصص اتصال 2014-2015.

تم طرح التساؤل: ما هو أثر استخدام موقع شبكة التواصل الاجتماعي Facebook على تشكيل الهوية الافتراضية للمستخدمين الجزائريين؟

تم طرح التساؤلات الفرعية:

✓ ماهي عادات وأنماط استخدام موقع شبكة التواصل الاجتماعي Facebook لدى المستخدمين الجزائريين؟

✓ هل تختلف الدوافع والحاجيات التي يسعى لتحقيقها المستخدمين الجزائريين من الجنسين عند تسويق صور عن ذواتهم مخالفة لهوياتهم الحقيقية على حساباتهم في موقع الشبكة الاجتماعية Facebook ؟

✓ كيف يتمثل رقميا المستخدمين الجزائريين من الجنسين في حساباتهم (profils) أو صفحاتهم على موقع الشبكة الاجتماعية Facebook ؟

✓ ماهي مكونات وأنماط الهوية الافتراضية المشكلة والممارسة على موقع شبكة التواصل الاجتماعي Facebook ؟

✓ هل تعتبر الهوية الافتراضية لدى الجنسين من المستخدمين امتدادا تقنيا للهوية الحقيقية أم تعد مزيجا بينهما أو تعد هوية بديلة عنها في هذا السياق الرقمي؟

■ أهداف الدراسة:

✓ أما الهدف من البحث فتمثل في دراسة كيفية عرض وتقديم الذات للآخرين على موقع الشبكة الاجتماعية Facebook ، والكشف عن مكونات هذا التمثيل الذاتي الرقمي ودوافعه.

- ✓ التقرب من مستخدم موقع الفيسبوك ومعايشة حيثيات تواجدهم الرقمي للكشف عن ممارساتهم لهوياتهم الافتراضية عبر الموقع الفيسبوك ودوافع تشكيلها.
- ✓ وضع تصور جديد عن استخدامات هذه الشبكة التواصلية وأبعادها على الهوية الفردية، وطرق التعامل مع البيئة الرقمية .
- ✓ معرفة الأثر السوسيوثقافي لتواجد الرقمي وللمستخدمين والمخاطر المحتملة النفسية والاجتماعية والاتصالية، وتمثلها الهوية الافتراضية وعلاقتها بالهوية الحقيقية للأفراد في المجتمع الجزائري.
- العينة: وظفت العينة القصدية أو العمدية لأنها تمثل العينة الاختيار المقصود منها أن الباحثة تطرقت لعدد من وحدات المعاينة بما يتناسب وهدف الدراسة، والغرض منها اختيار عينة الدراسة بطريقة قصدية من جملة مستخدمين الجزائريين والقاطنين بولاية ورقلة - الجزائر.

- أوجه التشابه:

تتفق دراستنا مع الدراستين الأولى والرابعة في اتباع المنهج الوصفي، وتتفق أيضا مع الدراسات الثانية والثالثة والرابعة في أهدافها، فكل هذه الدراسات تدرج ضمن اهتمام الباحثين ببناء الهوية الافتراضية والشعور بالانتماء داخل هذا الفضاء الرقمي، وكذلك تحقيق الانطباع الذي يريدهونه أمام المستخدمين الآخرين، ومعرفة خبايا مواقع التواصل الاجتماعي وتأثيرها السوسيوثقافي في تشكل ضمن سياقات المجتمع الجزائري على الرغم مما يميزه من خصوصيات.

- أوجه الاختلاف:

بينما تختلف مع الدراسة الثانية والثالثة من حيث المنهج الدراسة لان الدراسة الثانية اعتمدت منهج التحليل السيميائي أما الدراسة الثالثة فقد اعتمدت على منهج دراسة الحالة. وكذلك وجدنا اختلاف من حيث متغيرات الدراسة في الدراسات الأولى والثالثة، فقد ناقشت الدراسة الأولى تحليل البيانات وكان من أهم أهدافها تحليل خصائص البناء الدرامي للسلسلة الكارتونية " الجزائر تاريخ وحضارة". أما الدراسة الثالثة فقد تطرقت إلى نوع آخر من المناهج واختارت دراسة حالة التي من خلالها معرفة الدلالات التي تحملها الصورة الترويجية لصناع المحتوى الفكري، كما لاحظنا وجود تشابه في جميع الدراسات في اختيار العينة القصدية للمجتمع الدراسة وهذا ما يختلف عن العينة التي قمنا باختيارها في دراستنا، لأننا اخترنا العينة كرة الثلج، وهنالك اختلاف في مفردات العينة لان دراستنا استهدفت مستخدمات الإنستغرام أما في العينات الدراسات السابقة كانت مفردات الدراسة مختلطة بين مجتمع العينة بين الذكور والاناث في الدراسة الثانية و الرابعة أما

الدراسة الأولى فقد كان مجتمع البحث لديها هم الأطفال وفي الدراسة الثالثة تم تحليل مجموعة من الصور المنشورة على صفحة الانستغرام.

الفصل الثاني الإطار النظري

الفصل الثاني

المبحث الأول: مواقع التواصل الاجتماعي والأسرة

المطلب الأول: نشأة ومفهوم مواقع التواصل الاجتماعي

المطلب الثاني: الانستغرام مفهومه ومميزاته وخصائصه وسلبياته وإيجابيته

المطلب الثالث: مفهوم الأسرة

المطلب الرابع: الأسرة ومواقع التواصل الاجتماعي

المبحث الثاني: المجتمع ومواقع التواصل الاجتماعي

المطلب الأول: مفهوم المجتمع

المطلب الثاني: المجتمع الافتراضي

المطلب الثالث: تشكيل المجتمعات الافتراضية

المطلب الرابع: الفرق بين المجتمع الافتراضي والواقعي

المبحث الثالث: التعليم ومواقع التواصل الاجتماعي

المطلب الأول: مفهوم التعليم الافتراضي

المطلب الثاني: الشبكات الاجتماعية ومجال التعليم

المطلب الثالث: تطبيقات والممارسات للتقنيات الرقمية ودورها مع الثقافة الرقمية بالتعليم:

المطلب الرابع: استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في التعلم

المبحث الرابع: الدين ومواقع التواصل الاجتماعي

المطلب الأول: مفهوم الدين

المطلب الثاني: مفهوم الوعي الديني

المطلب الثالث: الممارسات الدينية في البيئة الافتراضية

المطلب الرابع: الدين في البيئة الرقمية

تمهيد:

تعتبر مواقع التواصل الاجتماعي من أبرز مظاهر الثورة الرقمية، حيث أصبحت حاضرة في مختلف مجالات الحياة الإنسانية، وأحدث تأثيراً كبيراً في طبيعة العلاقات الاجتماعية والثقافية السائدة داخل المجتمعات، ولم يعد دور مواقع التواصل الاجتماعي مقتصرًا على تبادل المعلومات والأخبار، بل تجاوز ذلك ليصبح أحد محركات الأساسية للقيم والاتجاهات السلوكية وأنماط التفاعل بين الأفراد وجماعات، وهذا ما جعلها أحد أهم العوامل المحورية في تشكيل المحيط السوسيوثقافي.

وقد أحدثت هذا التأثيرات انعكاساً على مختلف المؤسسات الاجتماعية التي تشكل البنية الأساسية للمجتمع، من بينها الأسرة التي تعتبر النواة الأولى للتنشئة الاجتماعية، والتي من خلالها ساهمت مواقع التواصل الاجتماعي في إحداث تغيرات على مستوى العلاقات الأسرية و أساليب التواصل بين أفرادها، كما انتشر تأثيرها على المجتمع بأكمله من خلال إعادة تشكيل أنماط التفاعل الاجتماعي والانفتاح في مجالات التواصل و الاطلاع على الثقافات متعددة، ولم تقتصر على الجانب الاجتماعي فقط، بل امتدت إلى المجال التعليمي، وقد اعتبرت أداة مهمة في الحصول على المعرفة تبادل الخبرات و المعلومات، مما أدى إلى ظهور أنماط جديدة للتعليم، كما برز تأثيرها على الجانب الديني في إتاحة المجال للفضاءات الرقمية لنشر المضامين الدينية وتبادل المعارف و القيم و الممارسات المتعلقة بالحياة الدينية.

وعليه، يسعى هذا الفصل إلى دراسة تأثير مواقع التواصل الاجتماعي في المحيط السوسيوثقافي من خلال أربعة مباحث رئيسية، تناولنا في المبحث الأول علاقة مواقع التواصل الاجتماعي بالأسرة، وقد خصصنا المبحث الثاني لدراسة تأثيرها على المجتمع، كما تناولنا في المبحث الثالث دورها في المجال التعليمي، في حين يعالج المبحث الرابع أثرها في الجانب الديني، وذلك بهدف فهم طبيعة التحولات التي أحدثتها هذه المنصات الرقمية داخل البيئة السوسيوثقافية المعاصرة.

المبحث الأول: مواقع التواصل الاجتماعي والأسرة

يعد موضوع الأسرة ومواقع التواصل الاجتماعي من أكبر القضايا المعاصرة التي تشغلنا وتحظى بالاهتمام المتزايد الذي يدفعنا إلى دراسة الاتصال، وهذا ما يدفعنا إلى تسليط الضوء على هذا الجانب، ونظراً للتحويلات التي طرأت في البيئة الرقمية وغيرت من أنماط التواصل بين أفراد المجتمع، فمواقع التواصل الاجتماعي أصبحت جزءاً لا يجزأ من حياتنا اليومية، فلم تعد مقتصر على تبادل المعلومات والترفيه، بل زاد امتدادها لتشمل التأثير المباشر على العلاقات الأسرية، من حيث التفاعل أو مستوى الترابط بين أفراد الأسرة.

وفي هذا الموضوع قمنا بكتابة هذا المبحث، والذي تناولنا في المبحث الأول الأسرة ومواقع التواصل الاجتماعي من خلال أربعة مطالب، تناولنا في الأول مواقع التواصل الاجتماعي ونشأتها، فيما تطرق في الثاني إلى أهم مواقع التواصل الاجتماعي وركز فيه على منصة الإنستغرام ومميزاتها، وفي المطلب الثالث تطرقنا إلى مفهوم الأسرة، وفي ختام تطرقنا في المطلب الرابع إلى الأسرة ومواقع التواصل الاجتماعي والتواصل الاسري والقيم الأسرية وأثرها على مواقع التواصل الاجتماعي.

المطلب الأول: نشأة ومفهوم مواقع التواصل الاجتماعي

1. نشأة مواقع التواصل الاجتماعي:

يرتبط بروز مواقع التواصل الاجتماعي بتطور شبكة الانترنت العالمية، حيث أحدث هذا التطور تحولا نوعيا في أنماط الاتصال الإنساني، وهذه المواقع ساعدت على توسيع مجال العمل الإعلامي ونقله إلى مستويات غير مسبقة، كما اتاحت للمستخدمين إمكانيات واسعة للتأثير والتفاعل وتجاوزت الحدود الجغرافية، ومع إعطائها درجة من الحرية تقابلها رقابة محدودة نسبياً، بناءً على ذلك، فهذا الموقع لم تكن نشأته آنية، بل تم بعدة مراحل تطويرية يمكن عرضها فيما يلي:¹

1- المرحلة الأولى:

بدأت هذه المرحلة في أواخر التسعينيات مع ظهور مجموعة من المواقع الاجتماعية، مثل classates.com عام 1995 للربط بين زملاء الدراسة، وموقع sixdegees.com عام 1997 حيث ركز الموقع على الربط المباشر بين

¹ أحمد قاسمي. سليم جدي: تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على الأمن المجتمعي للدول الخليجية. المركز الديمقراطي العربي للدراسات الاستراتيجية والسياسية والاقتصادية. برلين / ألمانيا. ط 1. 2019. ص 18 و19.

الأشخاص، وقد قامت تلك المواقع بإنشاء ملفات شخصية للمستخدمين كما منحتهم خدمة إرسال الرسائل الخاصة لمجموعة من الأصدقاء، وقد ظهرت مواقع أخرى مثل "لايف جور نال" وموقع "كأي وورلد" عام 1999 وكان أبرز ما ركزت عليه مواقع التواصل الاجتماعي في بدايتها هي خدمة الرسائل القصيرة مع الأصدقاء، وهذا ما أطلق عليه المرحلة الأولى.

2- المرحلة الثانية:

وفي هذه المرحلة بدأت ظهور مجموعة من التطبيقات على الويب (مدونات، مواقع المشاركة، الوسائط المتعدد، وغيرها....)، وخلال هذه المرحلة تبلورت برمجيات (الويب2) التي صبت اهتمامها على تطوير التجمعات الافتراضية كما صب جل تركيزها على درجة التفاعل والاندماج والتعاون، وقد اتصلت هذه المرحلة بشكل أساسي بتطوير خدمة شبكة الانترنت، وهذا المرحلة تم فيها اكتمال الشبكات الاجتماعية، وتؤرخ هذه المرحلة انطلاق موقع -ماي سبيس- الأمريكي المشهور، تم جاء بعدها موقع الفيسبوك سنة 2003م.

وما لاحظته في المرحلة الثانية أنها شهدت عديد من التطورات للمواقع الاجتماعية، وكذا الإقبال الكبير من قبل المستخدمين على مواقع الشبكات العالمية، ويوافق ذلك تزايد مستخدمي الانترنت عبي مستوى العالم.

3- المرحلة الثالثة:

هذه المرحلة تعتبر الميلاد الفعلي لمواقع التواصل الاجتماعي التي نعرفها اليوم وكانت الانطلاقة في بداية عام 2002م، حيث ظهر موقع "فرن ديستر" وبتحقيقه نجاح كبيرا دفع غوغل إلى محاولة شرائه سنة 2003م، وفي نصف الثاني من نفس العام بفرنسا ظهر موقع "سكاي روك" كمنصة للتدوين، بعدها تحولت إلى شبكة اجتماعية بشكل كلى في 2007م، وقد حقق موقع "سكاي روك" المركز السابع في ترتيب المواقع الاجتماعية عام 2008م وفقا لعدد المشتركين.

وفي بداية 2005م ظهر موقع "ماي سبيس" الأمريكي الشهير الذي فاق موقع غوغل في عدد مشاهدات صفحاته، ويعتبر هذا الموقع من أوائل المواقع الاجتماعية وأكبرها على مستوى العالم، كما تنافس معه الفيسبوك، الذي قد بدا في الانتشار بالموازات مع موقع "ماي سبيس"، اتاحت في عام 2007م تطبيقات للمطورين، وهذا ما نتج عنه زيادة عدد مستخدمي "الفيسبوك" بشكل كبير، وعلى الصعيد العالمي تفوق على

منافسه "ماي سبيس"، كما ظهرت العديد من المواقع الأخرى مثل "تويتر" "انستغرام" "يوتيوب".... الخ، ليمتد في ظهور المزيد من المواقع التواصل الاجتماعي في التنوع و التطور إلى يومنا هذا.¹

2. مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي:

شهدت السنوات الأخيرة ظهور طفرة تكنولوجية فائقة، أحدثت نقلة كبيرة في بنية الاتصال الإنساني وأنماطه التقليدية، خاصة مع انتشار الأنترنت، ويطلق مصطلح الشبكات التواصل الاجتماعية على مجموعة من المواقع على شبكة الانترنت، وهذه المواقع ظهرت مع الجيل الثاني من الويب أو ما يسمى (web2)، وظهر هذه مواقع كان من بين أهم الافرازات الثورة التقنية، وذلك لحاجة الافراد إلى بناء علاقات إنسانية وتعزيز التفاعل داخل الفضاء الرقمي، حيث اعادة صياغة المفاهيم التفاعل البشري وأصبحت عابرة للحدود الزمنية والمكانية وتجاوزت كل العوائق، هذا ما خلق فضاء رقميا شاملا يجمع ملايين من المستخدمين على اختلاف انتمائهم الثقافية في بيئة التفاعلية مما جعلها تواصلهم لحظي .

وتأثير هذه المواقع لم يتوقف عند البعد الاجتماعي فقط، بل زاد من امتداده ليشمل المجالات السياسية والاقتصادية، والتربوية، والدينية، وهذا جعل منها مجال خصباً لدراسة في أدبيات الاعلام والاتصال الحديثة.

وتشير الادبيات إلى أن مواقع التواصل الاجتماعي هي شبكات عالمية تربط المستخدمين مع بعضهم وتتيح لهم فرصة تكوين الصداقات، وتبادل المعلومات والآراء، وضاف إلى ذلك إمكانية إنشاء حسابات شخصية تحمل المعلومات وبيانات المستخدم، وتعكس هويته الرقمية، كما أن هذه المواقع تتيح للمستخدم أدوات للتفاعل، مثل التعليقات والمحادثات والمشاركة، وهو ما يجعل هذا الفضاء شبيهاً بالفضاءات الاجتماعية الواقعية، بل يتفوق عليها من حيث السرعة والانتشار.²

وعرفها شريف اللبان بأنها: خدمات توجد على شبكات الويب تتيح للأفراد بناء بيانات شخصية profile عامة أو شبه عامة خلال نظام محدد، ويمكنهم وضع قائمة لمن يرغبون في مشاركتهم الاتصال ورؤية قوائمهم أيضاً للذين يتصلون بهم، وتلك القوائم التي يصنعها الآخرون خلال النظام".

¹ أحمد قاسمي. سليم جدي: تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على الامن المجتمعي للدول الخليجية. (مرجع سابق ذكره). ص19.
² هناء هولي. راضية غيور. مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقته بالحوار الاسري. قسم علم الاجتماع. علم الاجتماعية والإنسانية. جامعة محمد الصديق بن يحيى. جيجل. 2020/2019. ص 34

وعرفها الدكتور سعد البطوطي في كتابه " التسويق السياحي " بأنها: " مواقع ويب " web " أنشئت بغرض جمع المستخدمين والأصدقاء (العمل، الدراسة) ومشاركة الأنشطة والاهتمامات والبحث عن تكوين صداقات واهتمامات وأنشطة جديدة، كما تقدم مجموعة من الخدمات للمستخدمين كمشاركة الملفات والمحادثات الفورية، والبريد الإلكتروني، ومقاطع الفيديو، والصور، والتدوين.¹

3. نماذج مواقع التواصل الاجتماعي:

أ- الفيسبوك:

موقع الفيسبوك Facebook تم إنشاؤه في شباط عام 2004 بواسطة "مارك زوكربيرج" ark Zuckerberg صاحب 19 سنة وكان حينها طالبا في جامعة هارفارد، كان الموقع في البداية متاحا فقط لطلاب جامعة هارفارد ثم قام بفتحه للطلاب الجامعات الأخرى، بعدها لطلبة الثانوية ولعدد محدود من الشركات، ثم فتحه أخيرا إلى أي شخص يرغب في فتح حساب، ويذكر الموقع الرسمي للفيسبوك Facebook بأنه: " موقع يعطي الناس القدرة على المشاركة والتواصل مع الأصدقاء والاهل ويجعل العالم أكثر انفتاحاً".

ويعني اسم موقع الفيسبوك هو دليل الصور الذي تقدمه الكليات والمدارس في الولايات المتحدة الأمريكية إلى أعضاء هيئة التدريس والطلبة الجدد، وهو يحتوي على وصفاً لأعضاء الحرم الجامعي كوسيلة للتعارف بينهم.

وعرف شري كنكوف كيونت Sherry Kinkoph Gunter الباحث في مجال مواقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك Facebook بأنه: " واحد من موقع الشبكات الاجتماعية، أفراد المجتمع للتفاعل مع بعضهم من خلال تبادل الصور وأشرطة الفيديو، وغيرها من المعلومات، والاتصال بشكل عام مع الأصدقاء والعائلة وزملاء العمل والدراسة أو أي مكان آخر، تبنى هذه العلاقات سطح الصفحات الملف الشخصي التي تسمح للمستخدمين يتبادل المعلومات والتواصل مع الآخرين".²

ب- موقع اليوتيوب: YouTube

¹ أ. حسين محمود هتيمي. العلاقات العامة وشبكات التواصل الاجتماعي. دار أسامة للنشر والتوزيع. الأردن / عمان. ط1. 2015. ص.

83.82.

² أ. حسين محمود هتيمي. مرجع سابق. ص 89.88.

أحدث التطورات التكنولوجية الحديثة في مجال الانترنت تقنية اليوتيوب التي بدأت في الانتشار بشكل واسع بين المستخدمين من كل فئات المجتمع، وهذا نتيجة لما تجمله الخصائص الاتصالية التي تمكن المستخدم من الاطلاع على مضامينها في أي وقت، وبدون أوقات محددة أو تقيد بالزمن محدد الذي كان مجبر عليه من خلال شاشة التلفزيون، وكذا خاصية التعليق على هذه المضامين دون رقابة عليه، وحذف وتعديل كما يحدث فيممع الرسالة الاتصالية في الوسائل التقليدية.

وكانت انطلاق موقع اليوتيوب في 14 شباط عام 2005 على يد كل من "شاد هولي وستيف تشن وجاود كريم" الموظفون السابقون في مؤسسة "باي بال" Pay Pal في ولاية كاليفورنيا في الولايات المتحدة الأمريكية، ويعتمد اليوتيوب في على عرض المقاطع المتحركة على تقنية "آدوب فلاش"، وخلال صيف عام 2006 أصبح يوتيوب واحداً من المواقع الأسرع تطوراً وانتشاراً على شبكة الانترنت، فقد تم اختيار يوتيوب كأفضل موقع لعام 2006 من قبل مجلة تايم الأمريكية، وموقع يوتيوب يحتوي على مقاطع متنوعة من أفلام السينما والتلفزيون ز الفيديو والموسيقى، تم شراء هذا الموقع من طرف فوكل عام 2006 مقابل 1.65 مليار دولار.

ويقدم اليوتيوب للقائك بالاتصال عدداً من المزايا التي تتمثل في:

1. إمكانية التعرف على مستخدمين اليوتيوب الذين قاموا بنشر مواد الفيديو، وذلك من خلال تتبع اسمه على اليوتيوب والاطلاع على ما سبق نشره على الانترنت، وهذا أحياناً يعطي دلالات أو محاذير في التعامل مع الفيديو.
 2. معرفة تاريخ رفع الفيديو على الانترنت، وذلك عن طريق اشعار يصل للمتلقي عند تنزيل أي فيديو من قبل المستخدم، كما توجد هنالك ميزة تظهر صدق أو تزيف عدد من مواد الفيديو، فإذا تم نشر هذه المادة من قبل حدث معين فيوحي هذا الاختلاف هذا الفيديو وتاريخ التحميل.
 3. بقدرك متابعة البرامج الإعلامية المهمة التي لقيت رواجا ولم يستطيع القائم بالاتصال متابعتها أثناء عمله.
- يعتبر اليوتيوب وسيلة اتصالية وثقافية عالمية وذلك بوصفه أحد أبرز الملامح للتقنيات الأنترنت وتطبيقاته، فقد ساهم اليوتيوب في انطلاق عشرات الأفكار باستخدام كلمة Tube مقترنة بالكثير من

المسميات لمواقع دينية وثقافية وغيرها، لو كان الأصدقاء الثلاثة يعلمون بأن هذا الموقع سوف يصبح بهذه الأهمية لما تم بيعه إلى قوقل التي استطعت فهم الموضوع بشكل أفضل.¹

■ مميزات اليوتيوب:

4. إمكانية إنشاء قناة خاصة بالمستخدم.
5. نشر المشاهد لمقاطع الفيديو بكل سهولة
6. يمنحك القدرة على التحكم في الملفات (إضافة ألبومات، تصنيف الملفات....).
7. مواقع يوتيوب يسمح بالتواصل ومشاركة أعمال صاحب الحساب.
8. المشاركة في صغ المحتوى.²

المطلب الثاني: الانستغرام مفهومه ومميزاته وخصائصه وسليباته وإيجابيته

يعد الإنستغرام من أبرز منصات التواصل الاجتماعي التي تركز على المحتوى البصري، حيث يمكن المستخدمين من مشاركة الصور ومقاطع الفيديو وتفاعل معها، هذا ما يجعلها وسيلة فعالة للتواصل الرقمي والتعبير عن الذات.

تعريف ونشأة الإنستغرام:

بالنظر إلى المسار التاريخي للإنستغرام، فقد ظهرت منصة الإنستغرام في عام 2010 وهي سنة البداية، بجانب "تويتر" الذي كان متوغلا و "فيسبوك" الذي كان عملاقا ومع إطلاق الصغير "إنستغرام" بواسطة صورة كلب وصندل شاطئ بلاستيكي، لم يكن الأمر مدعاة للفخر ولكن عام 2010 أيضا هو عام الأيفون 4 المدعم بكاميرا 5 ميغا بيكسل، وفي إحدى مقالات مجلة «tech Crunch»، «الأمريكية المهتمة بأخبار التكنولوجيا.»

الإنستغرام هو عبارة عن خدمة تواصل اجتماعي، ومشاركة صور، ومقاطع الفيديو، وهو مملوك لشركة أمريكية Facebook، قام بإنشائه "كيفين سيستروم" و"مايك كرايغر" وإطلاقه في عام 2010 حصريا على IOS وكذلك على أجهزة "أبل"، وبعد ذلك قام بإصداره على أجهزة Android وكان ذلك بعد عام ونصف.

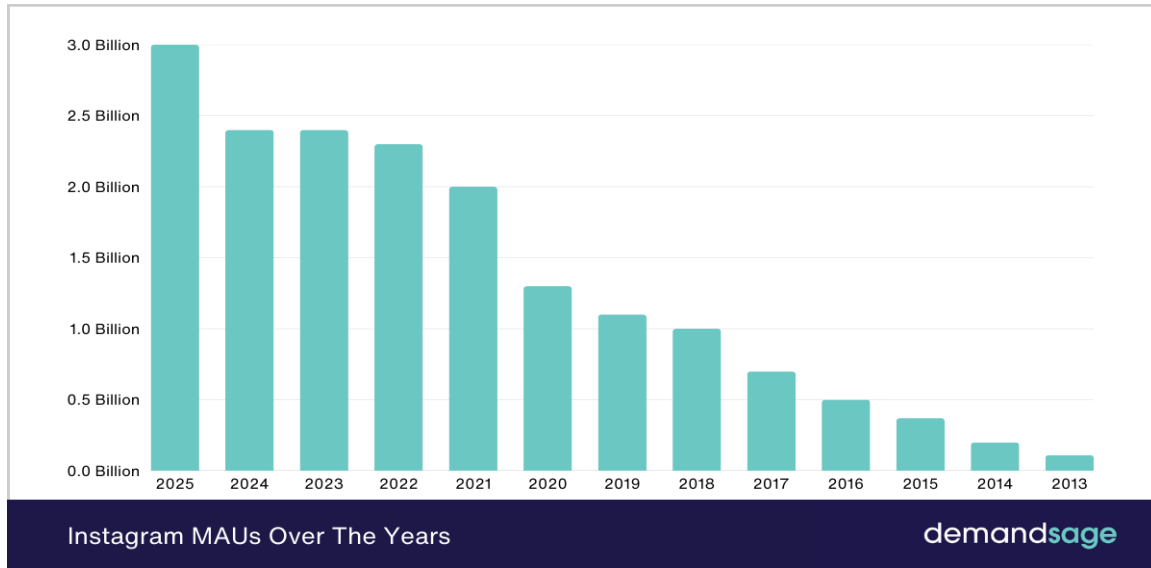
¹ أ. د سعد سلمان المشهداني. فراس حمود العبيدي. مواقع التواصل الاجتماعي وخصائص البيئة الإعلامية الجديدة. دار أمجد للنشر والتوزيع. الأردن. ط 1. 2020. ص 103.102.

² عبد الحميد حريزي. تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على التحصيل الدراسي لدى طلبة الجامعيين. دراسة ميدانية. اطروحة دكتوراه. علم الاجتماع والاتصال. علم الاجتماع. العلوم الإنسانية والاجتماعية. جامعة 08 ماي 1945. قالمة. 2025/2024. ص 110.111.

وهذا تطبيق يسمح للمستخدمين يتحمل الصور ومقاطع الفيديو، مع إمكانية تعديلها واستخدام عوامل التصفح والترشيح المختلفة الموجودة في التطبيق، وبواسطته تتم عملية تنظيم الصور في هذا الموقع عن طريق استخدام العلامات ومعلومات الموقع.¹

الانستغرام هو ثالث أكبر منصة على مواقع التواصل الاجتماعي استخداما عبر العالم إذ تشير آخر الإحصائيات التي نشرت في موقع Deand sage في 07 مارس 2026 بقلم نافين كومار، أنه قد بلغ عدد المستخدمين الإنستغرام 3 مليار مستخدم شهريا و500 مليون ناشطا يوميا ويقضي متوسط المستخدمين أكثر من 33 دقيقة على المنصة، وينتمي معظم المستخدمين إلى جيل Z وجيل الألفية.²

الشكل رقم "01"



تتربع دولة الهند على عرش مستخدمين منصة الإنستغرام، حيث يقدر عدد المستخدمين 49.4 % من الإناث وعدد الذكور 50.6 %، وتحتل الدولة الأمريكية المرتبة الثانية فقد قدر عدد المستخدمين 171.7 مليون مستخدم، وقدر عدد النساء بـ 55.4 % وعدد المستخدمين الرجال بـ 44.6 %، وتحتل البرازيل المرتبة الثالثة بـ 140.7 مليون مستخدم.³

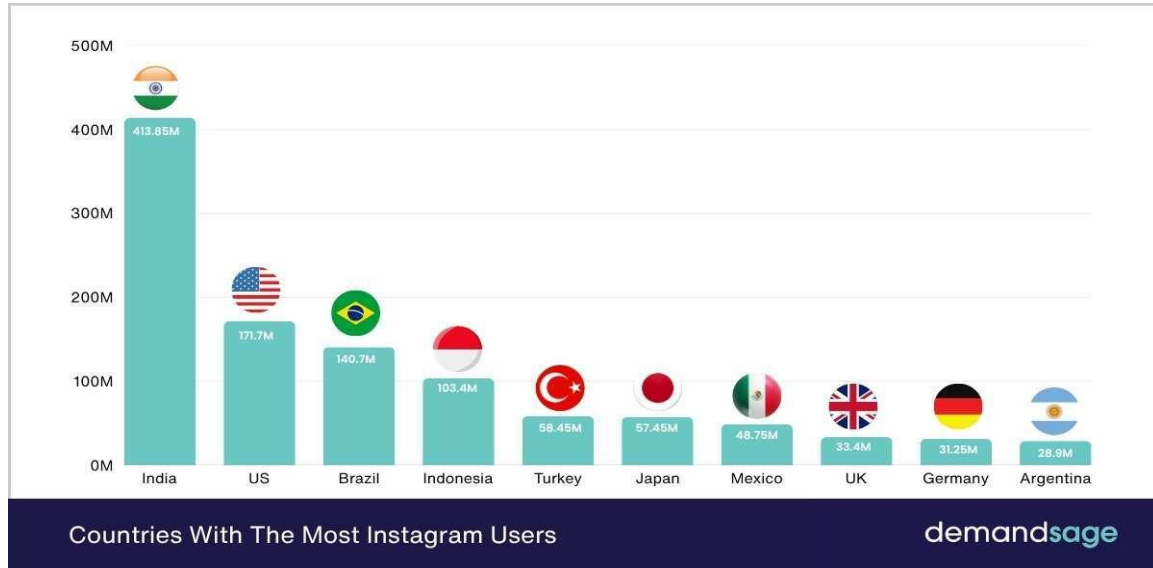
¹ وراجيه أمينة. بوكاف روفيدة. **دوافع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي والإشباع المحققة لدى الطلبة**. مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر. كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية. قسم علوم الإعلام والاتصال وعلم المكتبات. تخصص اتصال وعلاقات عامة. جامعة 08 ماي 1945. قالمة. 2023/2022. ص 30.29.

² نافين. كومار تم النشر في: 07 مارس 2026. اطلع عليه يوم: 07 أبريل 2026 على الساعة 21:39 ليلا على الرابط:

<https://www.deandsage.co/instagram-statistics>

أما بالنسبة للجزائر فقد قدر عدد المستخدمين بـ 13.5 مليون مستخدم، وقد لاحظ أن نسبة الذكور هي الأعلى استخداما حيث قدر 52.1% لهذه المنصة وفيما كانت الاناث النسبة الأقل في استخدام هذه المنصة قدر عددهم بـ 49.9%¹.

الشكل رقم " 02"



3»

• مميزات الانستغرام:

1. لدى موقع الإنستغرام مجموعة من المميزات والإيجابيات المختلفة والمتمثلة فيما يلي:
1. يسمح تطبيق الإنستغرام لأي شخص بالتقاط عدد كبير من الصور على حسب الرغبة، وكذا القيام بتحميل تلك الصور في ذات اللحظة عبر هذا الموقع.
2. قام موقع الإنستغرام في عام 2013 بإضافة مجموعة من ميزات الأخرى وهي تحميل الفيديوهات، مما أتاح لأي شخص إمكانية تحميل أي فيديو والقيام بإرساله على الفور.
3. يمكن الإنستغرام مستخدميه من عمل إشارة إلى بعض الأصدقاء على الصور التي يقومون بنشرها مثلها يحدث على تطبيق الفيسبوك.

¹ تم الاطلاع يوم الثلاثاء 07 أبريل 2026 على 22:27 سا <https://www.elkhabar.comeconomi/>
² نافين. كومار. تم النشر في: 07 مارس 2026. اطلع عليه يوم: 07 أبريل 2026 على الساعة 21:39 ليلا على الرابط: <https://www.deandsage.co/instagra-statistics>

4. كما يتيح لأي شخص القيام بنشر التعليقات والصور أو مقاطع الفيديو أو تسجيل الإعجاب بها.
5. الانستغرام يسمح للمستخدمين برفع أي عدد من الصور مهما كان حجمها أو مساحتها.
6. تطبيق الانستغرام يصنف من بين أفضل التطبيقات التي تسمح بمشاركة مقاطع الفيديو بدقة عالية، ويمكن أي نظام فيديو أن يعمل على أي نظام تشغيل خاص الهواتف الذكية.
7. البرنامج يقوم على فكرة التتبع، بحيث يسمح لك بتتبع أي شخص لديه تطبيق الانستغرام، ويعرض لك كل النشاطات التي يقوم بها ذلك الشخص من تحميلات أو صور يضعها على الصفحة الخاصة.
8. تطبيق الانستغرام مرتبط بالفيسبوك، بحيث يستطيع أي شخص أن يقوم بتحميل صور من خلال تطبيق الانستغرام على صفحات الفيسبوك الخاصة به بكل سهولة.
9. لتطبيق الانستغرام بعض الخصائص وهي تحتوي على عدة خيارات منها: حجب الالبومات معينة، وإظهار المعلومات الخاصة بالمستخدم الحساب لبعض الأشخاص فقط.
10. يتميز تطبيق الانستغرام بتصميمه فريد ومميز ويختلف عن باقي التطبيقات، كما أنه سهل الاستخدام.

11. تطبيق الانستغرام حصل على جائزة أفضل تطبيق في عام 2011م.¹

• خصائص الانستغرام:

1. يتيح لك مشاركة الصورة وإضافة ميزة تصوير مقاطع فيديو.
2. يمكنك من التفاعل مع الأصدقاء وذلك عن طريق نشر التعليقات على الصورة أو مقاطع الفيديو تسجيل الإعجاب بها والتعليق عليها.
3. الإشارة إلى الأصدقاء في الصور التي يتم نشرها.
4. يتيح لك رفع عدد غير محدود من الصور.
5. يمنحك خاصية المتابعة ويمكنك من متابعة حسابات للأشخاص يشيرون اهتماماتك بمحتواهم.
6. يسمح لك بخاصية تعديل الصورة باستخدام الفلتر التي تقوم بتحسين الصورة وإضافة تأثيرات عليها.
7. التبليغ عن التطبيقات السيئة.
8. إرسال الصورة عبر السائل الخاصة بين المستخدمين.

¹ وراجيه أمينة. بوكاف روفيدة. مرجع سابق. ص 30.

9. خاصية القصص (Stories) التي تتيح نشر والمشاركة الصور والفيديوهات عليها ومن خلال يستطيع الأشخاص الاطلاع على ما يقوم بنشره الآخرون.¹

• طبيعة الاستخدام:

تتنوع استخدامات التطبيق بين الاستخدام الشخصي (التعبير عن ذات)، والاستخدام الاجتماعي (التفاعل مع الآخرين)، والاستخدام الثقافي (عرض القيم والعادات والتقاليد)

• الجمهور المستهدف:

يستهدف التطبيق مختلف الفئات العمرية، مع التركيز الواضح على فئة الشباب والطلبة وصناع المحتوى، مما يعكس تنوع مستخدميه.

• إيجابيات وسلبيات الانستغرام:

1. الإيجابيات:

- يساعد المستخدم في التقاط الصور وتحميلها.
- يتيح للمستخدم الاطلاع على ما ينشروه الآخرون من خلال الصور ومعرفة أخبارهم.
- منصة أخرى في شبكات التواصل الاجتماعي تسمح بتكوين صداقات.
- لديه خاصية الترويج للمنتجات الخاصة التي يقدمها الأشخاص للتعريف بالأعمال أو المحلات.

2. السلبيات:

تكن سلبيته في سماح الاطلاع على صور الآخرين بكل سهولة وبأخص من ينشرون ويشاركون حياتهم الخاصة، وهذا ما يشكل خطراً على حياتهم ويسبب لهم المشاكل.²

المطلب الثالث: مفهوم الأسرة

يصعب علينا تقديم تعريف شامل للأسرة في مفهوم الاصطلاحي، هذا يعود إلى وجود تعدد في أنماط الأسرة من جهة، وتعدد وظائفها من جهة أخرى، ومع ذلك ورغم هذا الاختلاف فإن الأسرة في جميع

¹ سلمى عليوان. رحمة شريفي. واقع الاتصال الشخصي في ضوء استخدام مواقع التواصل الاجتماعي أنستغرام نموذجاً. دراسة ميدانية. مذكرة ماستر. علم اجتماع الاتصال. قسم علم الاجتماع. كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية. جامعة محمد الصديق بن يحيى. جيجل. 2020/2019. ص 66.

² سلمى عليوان. رحمة شريفي. مرجع سابق. ص 67.

الأحوال هي عبارة عن تكوين بشري اجتماعي، يقوم على مجموعة من الوظائف اتجاه المجموعات التي ينتمي إليها.

التعريف اللغوي:

تطلق كلمة الأسرة على الجماعة التي تربطها رابط مشترك، يقال أسرة أشرا أي قيد أخذه أسيراً، ويحمل معنى الأسر في اللغة على التماسك والقوة، وأسرة الرجل عشيرته ورهطه الأدنون، لأنه يتقوى بهم.

وتعددت التعاريف التي أشار إليها العلماء بمختلف تخصصاتهم من السوسيولوجيا والأنثروبولوجيا وحتى في ميدان التربية واختلفت الأفكار موحد للأسرة، ولكنها اتفقت على أن الأسرة هي البنية الأساسية لتكوين المجتمع، حيث تعد من أبسط أشكال البناء تنوعاً وتداخلاً في جملة العلاقات والأدوار والوظائف التي غالباً ما تعرف بها، لذلك يختلف علماء الاجتماع في تعريفاتهم لها حيث يمكن ذكرها فيما يلي:

يعرفها زكي بدوي:

على أنها الوحدة الاجتماعية الأولى التي تهدف إلى المحافظة على النوع الإنساني وتقوم على مقتضيات التي يرتضيها العقل الجمعي والقواعد والمجتمعات المختلفة.

ويعرفها محمد إحسان الحسن:

الأسرة عبارة عن منظمة اجتماعية تتكون من أفراد يرتبطون ببعضهم بروابط اجتماعية وأخلاقية ودموية وروحية، وهذه الروابط هي التي جعلت العائلة البشرية تتميز عن العائلة الحيوانية.¹

لغة: هي الدرع الحصينة، وأهل الرجل هم عشيرته وأقاربه الأدنون، وتطلق على الجماعة التي تربطها أمر مشترك، كما تطلق على القيد والشدة والقوة.

أما مفهوم الأسرة اصطلاحاً: فقد تعددت تعريفاتها وكلها تدور حول كونها: مجموعة من الأشخاص تربطهم روابط الزواج أو الدم ويكونون بيتاً واحداً، ويتفاعلون مع بعضهم البعض في إطار الأدوار الاجتماعية المحددة، كزوج وزوجة وأب وأم وأخ وأخت.

¹ أحمد تمير. تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على الأسرة الفيسبوك دراسة ميدانية. علم اجتماع اتصال. علم اجتماع وديموغرافية. كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية. جامعة زيان عاشور. الجلفة. 2025/2024. ص35.

هناك علاقة بين المعنيين اللغوي والاصطلاحي، إذ أن الأسرة تشكل حصانة للفرد وتحميه من المخاطر والمشكلات التي تواجهه في حياته.¹

من أهم التعاريف التي حاولت تحديد مفهوم الأسرة ما يلي:

- جماعة اجتماعية أولية وقال بعضهم العائلة هي مجموعة الأفراد الذين ترتبطون ببعضهم البعض عن طريق القرابة دموية ويسكنون ويعيشون معاً، ولها تعريف آخر هم مجموعة من الناس تربطهم قرابة قوية وينتمون إلى وحدة اجتماعية صغيرة وتسمى خلية من خلايا المجتمع.²
 - وتعتبر العائلة بأنها كتلة اجتماعية، والجوامع والنوادي والمؤسسات السياسية وجميع الهيئات الاجتماعية الأخرى، وللمجتمع مسؤولية كبيرة اتجاه العائلة وتربطهم صلة وعلاقات ووثيقة معاً.
 - تتشكل على هيئة جماعة اجتماعية بيولوجية نظامية تتكون من رجل وامرأة تربطهم علاقة زوجية مقررّة وأبنائهم.
 - تشكل الأسرة وحدة اجتماعية القاعدية في المجتمع، فهي تقوم على العلاقات الزوجية من أجل تلبية حاجات فطرية والقيام بوظائف شخصية اجتماعية.
- ونلاحظ وجود تداخل في المفاهيم ثلاث لها علاقة بالأسرة التي تكون العائلة الممتدة والعائلة النووية والعائلة المركبة.

3. الأسرة الجزائرية:

تتضمن الأسرة عدة أشكال موجودة في شتى المجتمعات مهما كانت طبيعتها للأسرة شكلان أساسيان يتلخصان في الأسرة الممتدة أو ما يسميه الجزائريون العائلة، وهي الأسرة كبيرة الحجم، والأسرة النووية أو الأسرة الصغيرة التي يعتبرها علماء الاجتماع نواة المجتمع.

✓ الأسرة الممتدة:

¹ ظافر على آل عشوه. برامج التواصل الاجتماعي وأثرها على استقرار الأسرة. دراسة ميدانية. المجلة الدولية لنشر البحوث والدراسات. المجلد 3 العدد 26. جامعة الملك عبد العزيز. المملكة العربية السعودية. 20 ديسمبر 2021. ص 99

² نسيم برونّي / وليد بخوش: مواقع التواصل الاجتماعي وتأثيرها على الأسرة. الجزائر. مجلة علوم الإنسان والمجتمع. المجلد 09. العدد 03. جوان 2020. ص 292.

هذا الشكل هو من بين الأشكال الأكثر شيوعا في تاريخ المجتمعات الإنسانية، فقد عرفت الدراسات بأنه عبارة عن تجمع "لأسرتين نوويتين أو أكثر تنتميان بواسطة النسب من خلال العلاقة الأوبين و الجد واحد، بمعنى انتساب الأسرة النووية إلى أب راشد ينتسب مع الأسرة النووية الأخرى - بواسطة الزواج - إلى جد واحد، وقد " تتكون من عدة عائلات نواتيه تربط فيما بينهم علاقة تربط فيما بينهم علاقة أعمام وأبناء عم ويكون القاسم المشترك للعائلة الممتدة المسكن الواحد"، كما قد "تتألف من أسرتين صغيرتين أو أكثر يرتبطان فيها بينهما من خلال امتداد علاقة الابن المتزوج بوالديه".¹

✓ الأسرة النووية:

أطلق الباحثون هذا الاسم على الأسرة الصغيرة لأنها تشكل النواة المكونة للمجتمع، وهذا النموذج الأسري يتمثل في الزوج و الزوجة و أطفالهما المباشرين، ويكونون مستقلين معيشيا و اقتصاديا و مكانيا عن الأسرة الممتدة، وهذا الاستقلال هو عبارة عن مصادر دخل فردية والانفاق على أنفسهم، من كل جوانب الحياة المعيشية مثل المأكل و المشرب، وهم مستقلين عن الوالدين الجد و الجدة ولكنهم يعيشون في نفس مكان الإقامة، تشمل وحدة اجتماعية مكونة من عدة أجيال في أن واحد تحت سقف واحد، فيمكن أن تتكون الأسرة من الجد و الجدة و الأبناء وزوجاتهم و الأحفاد.

الأسرة النووية لها قدرة عالية من الحرية والاستقلالية فهي " نموذج أسري يتميز أعضاؤه بدرجة عالية من الفردية والتحرر الواضح من الضبط الأسري، ما يجعل مصلحة الفرد فوق مصلحة الأسرة في حد ذاتها، الأسرة النواة تتميز بصغر حجمها، لأنها تتكون من زوج والزوجة وأبنائهما غير المتزوجين، وإمكانية عيش أحد الأبناء المتزوجين مع والديهم يكون شيء نادر ولا يمكن حدوثه إلا في ظروف استثنائية.

وهذه النوع من الأسر ظهرا مع دخول الصناعة وتحول المجتمعات من مجتمعات زراعية إلى مجتمعات صناعية، فقد أصبحت الأسرة ذات طابع صناعي وهذا ما أكسبها خصائص تميزها عن الأسرة الممتدة تمثلت فيمت يلي:

- صغر الحجم.
- الحرية التي تتمتع بيها والفردية والتنافس، وتحررها من القيود الأسرية السائدة في الأسرة الممتدة.

¹ سيد أحمد يحيوي. مواقع التواصل الاجتماعي والعلاقات الأسرية في الجزائر. اطروحة دكتوراه. علوم الإعلام والاتصال. العلوم الإنسانية. كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية. جامعة عبد الحميد بن باديس مساتغان. الجزائر. 2023/2022. ص 88.87.

- أفرادها تصب اهتماماتهم على المظهر الخارجي وأشكال الحضارة والكماليات.
- علاقات القرابة فيها تخضع للانتقاء وعملية الفلترة.
- يكثر فيها الفراغ بين الزوجين مما يؤدي إلى الانفصال.

وفي هذا السياق يمكن القول إن الأسرة النووية هي أسرة صغيرة الحجم، تتشكل من أعضاء هم الأب والأم والأبناء وهي كثيرة الانتشار في المجتمعات الحديثة، وفي نفس الوقت تواجه هذه الاسر تحديات كبيرة في ظل التغيرات الاجتماعية الذي يصاحبه التطور التكنولوجي الهائل الذي زاد من انتشار الفردانية داخل المجتمع.¹

✓ الأسرة المركبة:

يبرز هذا الشكل من التنظيم العائلي في تداخل مجموعة من الأسر النووية، فذا النوع يتكون من أب و احد وزوجاته الذين يعيشون في مساكن مختلفة مع أطفالهم، وفي هذه الحالة تقوم الزوجات بتكفل بأمور أسرهن والرجل يقوم بإدارة هذه الأسر، الأسرة المركبة هي نموذج أسري يقوم على نظام تعدد الزوجات لزوج واحد وإخوة غير أشقاء، مما ينشئ عنه اختلاف في الأنماط العلاقات الاجتماعية، التي تكون بين الأخوة و الأخوات غير الأشقاء والزوج و أبناء زوجته أو الزوجة و أبناء زوجها، إن الأسرة المركبة تتشابه مع الأسرة الممتدة فكلا خصائصها و طبيعة علاقاتها الداخلية و تتشابه إلى حد كبير فيما بينها.

تتعدد أشكال الأسر حسب الزمان والمكان، حيث يبرز الاختلاف في عدد الأفراد وصلة القرابة التي تربط بينهم، في المقابل لا يختلف اثنان حول أهمية الأسرة والوظائف التي تقوم بها لخدمة الفرد والمجتمع.

■ التنشئة الاجتماعية:

تعتبر التنشئة الاجتماعية عملية التي من خلال يتعلم الإنسان وبيني القيم والمعايير وأنماط التفكير والسلوك المكون لمجتمعه، فبواسطتها يتحول من كونه فرد إلى أن يصبح شخصا، الشيء الذي سيتم تغييره من صيفته البدائية الغريزية التي تربطه بالنوع إلى صفات ثقافية تربطه بالمجتمع، فالتنشئة الاجتماعية تعتبر الجسر الذي يتصل بين الثقافة والشخصية، أي بين المجتمع والفرد، فهي تشكل الفرد على أساس القالب النمط الثقافي لمجتمعه.

¹ سيد أحمد يحيى. مرجع سابق ص 90.91.

وهذا ما يجعلها تكتسي أهمية قصوى للفرد أو بالنسبة للمجتمع، فهي تحقق الوظائف التالية:

- ✓ إدماج الفرد في المجتمع وفق القالب الثقافي الذي يميزه.
- ✓ خلق التوازن ووحدة شخصية الفرد، وحد من الصراع النفسي والاضطرابات السلوكي الناتج عنه.
- ✓ المجتمع يحقق التوازن والانسجام للفرد ضمن ثقافته، وتقليل من الصراعات القيمة والأيدولوجية.
- ✓ استمرار المحافظة على النمط الثقافي للمجتمع، أي الهوية الحضارية.
- ✓ بفضل المرجعية الثقافية المشتركة يتم تحقيق التفاعل الاجتماعي بين أفراد المجتمع (توقع الأدوار وردود الفعل).

في نهاية القرن 19، في فرنسا تحديداً قام "إميل دوركايم"، مؤسس هذا العلم، بجعل مسألة الاندماج الاجتماعي الموضوع الأساسي للسوسيولوجيا، ما أضفى أهمية محورية على عمليات التنشئة الاجتماعية للأفراد¹.

كما يعنى مفهوم التنشئة الاجتماعية من الناحية السوسيولوجية، أنها عملية إدماج الفرد داخل المجتمع وإشراكه في مختلف الجماعات الاجتماعية ومختلف فعاليات المجتمع، وذلك من خلال استيعابه لعناصر الثقافية والمعايير الاجتماعية، التي تنتج على أساسها سمات الفرد ذات الأهمية الاجتماعية².

المطلب الرابع: الأسرة ومواقع التواصل الاجتماعي

أحدث التغير الاجتماعية حالة نشاط بمعدلات كبير في سيطرت مواقع التواصل الاجتماعي على الحياة الاجتماعية بصفة عامة، والأسرية بصفة خاصة، وهذا ما شكل تحولا في العلاقات الاسرية، فأصبحت الأسرة هي أول من يتأثر بالعناصر الأساسية للمجتمع، وهي الوصف الحقيقي للمجتمع العام بما يؤثر فيه من القيم واتجاهات ومعايير، فقد أثبتت بعض الدراسات في هذا المجال أن تأثير وسائل الاعلام المختلفة على الأسرة والعلاقات الأسرية، جعل من الاهتمام بتأثير استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على الأسرة و على التفاعل داخلها، وهذا ما أظهر اختلافا في الآراء وفي معرفة الأثر على الأسرة و هذا ما نتج عنه تحوفاً من الخطورة

¹ حسين آيت عيسى. علم الاجتماع التربوي والتنشئة الاجتماعية. مجلة دفاتر البحوث العلمية. المجلد 10. العدد 1. المركز جامعة مرسلبي عبد الله. تيبازة. 2022. ص 410.409.

²

التفاعل على الأسرة و علاقات الأسرية، وفي رأي آخر هنالك فرصة لإعطاء تفاعل وتنمية العلاقات الأسرية وكذلك على علاقة الأفراد بأسرهم.

أن التأثير الاجتماعي لمواقع التواصل الاجتماعي أحدث فجوة بسبب العزلة الاجتماعية و الأسرية، وهذا الفجوة خلقت وفي المقابل علاقات اجتماعية ذات طابع مغاير مع أشخاص مجهولين الهوية، من خلال أجهزة مادية ودون معرفة وجهة نظر الطرف الآخر، ولحظ وجود آراء تساند هذا التفاعل داخل المواقع الاجتماعية لأنه يساهم في زيادة التفاعل بين أفراد الأسرة، وذلك من خلال انشاء مادة يدور حولها الحوار أو من خلال إعطاء معلومات ونصائح للتعامل بها بين أفراد الأسرة، وذلك عن طريق مواقع المحادثات، وفي نفس الوقت من ممكن أن تكون سببا في انهيار الأسرة إذا قاموا بإساءة استخدام هذا الموقع، وهذا ما قد يسبب لهم الإدمان الذي يهدد حياتهم المهنية والأسرية والاجتماعية والأكاديمية بالإضافة إلى تعرض الفرد إلى دخول في حالات نفسية أو تفكك لعلاقته الأسرية والاجتماعية، وتدهور حالته إلى درجة خسارته أشياء ثمينة في حياته، من هنا نرى أن مواقع التواصل الاجتماعي لها دور بارز وفعال في التأثير على الأسرة لأنها خلقت تغييراً داخل الأسرة بغض النظر عنه إذا كان إيجابياً أم سلبياً.¹

■ مواقع التواصل الاجتماعي والتواصل الاسري:

ربط العلاقة المستخدمة ببقية أفراد الأسرة في حقيقة استخدامهن لمواقع التواصل الاجتماعي (الآباء- الأزواج- والأبناء)، هي محاولة لمعرفة هل الشريك يستخدم حسابات وما هو ردت فعله اتجاه هذه المواقع، ولمعرفة واقع الاتصال الأسري في ظل استخدام المواقع التواصل الاجتماعي.²

■ القيم الأسرية وأثرها على مواقع التواصل الاجتماعي

القيم تعرف بأنها مجموعة من المعايير والأحكام النابعة من تصورات أساسية عن الكون والحياة والإنسان والإله، كما ذكرت في الإسلام، فهي تبرز عند الفرد والمجتمع وذلك في التفاعل مع المواقف والخبرات الفردية والاجتماعية، فهي تساعد على اختيار أهداف وتوجهات حياة تتماشى مع وقدرته وإمكانياته، وتتضح من خلال الاتجاهات والاهتمامات أو السلوك اللفظي أو العملي بصفة مباشرة وغير مباشرة، ويرى البعض هذه صفات على أنها عينة تتجسد في طبائع الأفعال، وهكذا نتأكد أنها ثابتة موضوعية ومطلقة.

¹ أحمد تميز. مرجع سابق. ص 40.41.

لمواقع التواصل الاجتماعي دور كبير في تغيير القيم الاجتماعية بصفة عامة، والقيم الأسرية بخصوص لما لها من خصائص ومميزات، تجعل منها أكثر تفاعلية والأنية والحالية وإمكانية التحديث والشمولية والعالمية والعلمية والخدماتية.... هذا ما يمكن من فرض نفسها على الجميع.

إن ما شاهده اليوم من مواقع التواصل و أدوات الاتصال على مستوى العالم، هو أحد مظاهر العولمة التي تحتاج العالم من أدناه إلى أقصاه، و العولمة - كما نعرف - هي ظاهرة اقتصادية في الأساس، فقد تحالف فيها التقنية و الاقتصاد لتصبح معا ضد الثقافة، فيساعدنا في تطويرها على الطريقة التي يشتهي أصحابها، ومن هنا نعرف أننا قد اخترقنا من خلال هذه التصميمات ليس للتغير ثقافتنا بل لان هذا المواقع و الأدوات لا تراعي ثقافتنا، فهذا الشركات الكبرى غرضها ربحي مادي على نحو الأساسي، هذا من جهة، ومن جهة أخرى استهداف العادات والتقاليد والقيم الأسرية والإسلامية.¹

كما تتمثل أهمية القيم في:

- أ. للقيم دورا هاما في تشكيل شخصية الفرد وتحديد أهدافه في إطار معياري صحيح.
- ب. إمكانية التنبؤ بأفعال صاحبها إذا عرفت سلوكه والقيم وأخلاقه في المواقف المختلفة، وبالتالي يكون التعامل على ضوء التنبؤ بسلوكه.
- ✓ يصبح لدى الفرد القدرة على أداء ما هو مطلوب منه، كما يتيح له التكيف والقدرة على التوافق الإيجابي ليحقق الرضا عن نفسه وكذلك تجاوب مع الجماعة
- ✓ تحرر الانسان من الآنا والذاتية وتساعد على تحسين سلوكه وتجعله أكثر إيجابيا
- ✓ تمنح للفرد الإحساس بالأمان، وتحقق له فرصة تعبير عن نفسه وتمنه من فهم العالم المحيط به.
- ✓ إصلاح نفسية الفرد وخلقها وتوجيه نحو الخير والإحسان والواجب، فهي أداة لتغيير السلوك

وقد نفت القيم إلى ست مجموعات تمثل في الآتي:

- القيم الدينية: هي مجموعة القيم التي تجعل الفرد يعي ويدرك الكون.
- القيم السياسية: هي مجموعة القيم التي تشغل الفرد بالاهتمام بالبحث عن الشهرة والنفوذ في مجالات الحياة المختلفة.

¹معمّر بونقاب. إبراهيم طواهرى مواقع التواصل الاجتماعي ودورها في تغيير القيم الأسرية دراسة ميدانية. تخصص دعوة. أصول الدين كلية العلوم الإسلامية. جامعة حمة لخضر الوادي. 2020/2019. 71.70.

- القيم النظرية: هي مجموعة القيم التي يعبر عنها الفرد بالعلم والمعرفة.
- القيم الاجتماعية: هي مجموعة القيم التي تدمج الفرد في الاهتمامات الاجتماعية.
- القيم الاقتصادية: هي مجموعة القيم التي تفرض على الفرد اهتمامات العلمية.
- القيم الجمالية: وهي مجموعة القيم تجعل للفرد اهتمامات الفنية والجمالية.¹

المبحث الثاني: المجتمع ومواقع التواصل الاجتماعي

المطلب الأول: مفهوم المجتمع

وراي جورج بوناك أن المجتمع هو: " عبارة عن مجموعة من الناس عاشوا وعملوا معا فترة من الزمن، بلغت من الطول ما مكنهم من تنظيم أنفسهم، واعتبار أنفسهم وحدة اجتماعية لها حدودها المعروفة.²

- مفهوم ماكويل للوظائف المجتمعية:
- الإعلام: نشر المعلومات الخاصة بالوقائع والأحداث التي تقع داخل المجتمع وخارجه وتحديد اتجاهات القوى الفاعلة والعلاقات بينها وتسهيل عملية التحديث والتقييم من خلال التعرف على المستحدثات في التجارب الأخرى.
- تحقيق التماسك الاجتماعي: الشرح والتفسير والتعليق على الأفكار والأحداث والمعلومات، ثم تدعيم الضبط الاجتماعي والمعايير الخاصة.
- تحقيق التواصل الاجتماعي: التعبير عن الثقافة السائدة والكشف عن الثقافات الفرعية والثقافات النامية ودعم القيم الشائعة.
- الترفيه: ويتمثل في تقديم التسلية وتهيئة الراحة والاسترخاء والقضاء على التوتر الاجتماعي.
- التعبئة: وتتمثل في المساهمة في الحملات الاجتماعية وبصفة خاصة في الأزمات السياسية والاقتصادية والحروب.³

¹ ظافر علي آل عشوة. برامج التواصل الاجتماعي وأثرها على استقرار الأسرة. المجلة الدولية لنشر البحوث والدراسات. المجلد 3. العدد 26. جامعة الملك عبد العزيز. المملكة العربية السعودية. 20 ديسمبر 2021. ص 125.124.

² حبيبة عامر. وسائل الضبط الاجتماعي في المجتمع الحضري. أطروحة دكتوراه. علم الاجتماع القانوني. قسم علم الاجتماع. جامعة باتنة 1. 2021/2020. ص 120.

³ محي الدين إسماعيل محمد الديهي. تأثير شبكات التواصل الاجتماعي الإعلامية على الجمهور المتلقي. كلية الاعلام. الناشر مكتبة الوفاء القانونية. جامعة القاهرة. ط 1. 2015. ص 34

- الخلفية السوسيو-ثقافية للمجتمع الجزائري:

المجتمع الجزائري تميزه تركيبته غنية وفريدة للخلفية السوسيوثقافية، فهي مستمدة من عراقة تاريخه الممتزج بمجموعة من الحضارات التي يتكون منها كالحضارة الأمازيغية، والإسلامية، والمحلية، والعثمانية، والأندلسية، فالمجتمع الجزائري تعاقبت عليه عبر العصور حضارات هذا ما أحدث عدة تحولات اجتماعية وثقافية عميقة أثرت فيها العديدة من العوامل، منها التاريخية، ومنها التكنولوجية التي كان أساسها التطورات الحديثة، حيث أدى ظهور الفضاء الرقمي وانتشار وسائل التواصل الاجتماعي إلى بروز ظواهر جديدة أدت إلى التأثير على القيم الاجتماعية وأنماط التفاعل داخل المجتمع، هذا ما أعد تشكيل الهوية الثقافية وفق معطيات العصر الرقمي.¹

- الضبط الاجتماعي:

جاء في المعجم العلوم الاجتماعية أن ضبط الاجتماعي هو: "مختلف القوى التي يمارسها المجتمع للتأثير على أفرادها، من عرف وتقاليد وأجهزة، يستعين بها على حماية مقوماته والحفاظ على قيمه ومواصفاته، ويقاوم بها ما قد يتطرق إليها من عوامل الانحراف ومظاهر العصيان والتمرد، وينطوي مفهوم الضبط الاجتماعي على تقرير علاقة بين الفرد والنظام الاجتماعي، وعلى كيفية تقبل الأفراد وفئات المجتمع للطرق والأساليب التي يتم بها هذا الضبط".²

وقد سلط العالم الأمريكي إدوارد روس Edward Ross الضوء على مفهوم الضبط الاجتماعي الذي أبرز أهميته في الحياة الاجتماعية لحفظ على كيان المجتمع، وبعد ذلك بدأت الدراسات في تطوير الضبط في الأونة الأخيرة بزيادة الإقبال على الأبحاث التي تحلل الجماعات وعمليات التفاعل الاجتماعي، وما انبثق منها من مواضيع جديدة في علم الاجتماع كمستويات الفعل الاجتماعي والمعايير الاجتماعية، والقيم والقواعد العامة للسلوك.

¹ أشواق تفرار. التحولات السوسيو-ثقافية في المجتمع الجزائري في ظل بروز ظاهرة المؤثرين الرقميين: مؤثرين الانستغرام. مجلة الناصرية للدراسات الاجتماعية والتاريخية. المجلد 16. العدد 01. جامعة عبد الحميد بن باديس. مستغانم. 01 جوان 2025. ص139.
² سليمان بن قاسم الفالح. الضبط الاجتماعي. مفهومه وأبعاده والعوامل المحددة له. العبيكان للنشر والتوزيع. ط 1. الرياض. 2020. ص25.

وهذا ما جعل الضبط الاجتماعي يبرز في رأي علماء الاجتماع على أنه الواقع المرادف للتنظيم الاجتماعي Social organisation، لأن التنظيم الاجتماعي يشير إلى القيود والأنماط التي يتولد منها الضبط الاجتماعي بطابعه الإنساني.¹

المطلب الثاني: المجتمع الافتراضي

ظهر مصطلح المجتمع الافتراضي في صورته الإنجليزية عنواناً لكتاب هووارد راينجولد 1993م ويعني جماعة من البشر تربطهم اهتمامات مشتركة، ولا تربطهم بالضرورة حدود جغرافية أو أواصر عرقية أو قبلية أو سياسية أو دينية، يتفاعلون عبر وسائل الاتصال ومواقع التواصل الاجتماعي الحديثة، ويطورون فيما بينهم شروط الانتساب إلى الجماعة وقواعد الدخول والخروج وآليات التعامل والقواعد والأخلاقيات التي ينبغي مراعاتها، ويعتبر دي موور ووايجماند المجتمع الافتراضي هو: نظام اجتماعي تكنولوجي.²

هو مجموعة من الأفراد الذين يشاركون عبر شبكة الانترنت لفترة زمنية لتحقيق غاية أو هدف من خلال علاقة اجتماعية افتراضية تحددها تكنولوجيا اجتماعية.

يتميز المجتمع الافتراضي بأنه نتائج عقول إنسانية وتفاعلات آلية لان باستطاعة المستخدمين أن يشارك في تصميم المجتمع الذي يريدونه وذلك وفق الهدف الذي يسمونه، يوجد تنوع كبير لدرجة فإننا لا نتصادف غي أي مجال اجتماعي أو سياسي أو ثقافي أو ديني أو اقتصادي أو تعليمي... إلخ إلا نجد المجتمعات الافتراضية.³

أثار مفهوم Rheingold عام 1994م تشكيل المجتمع الافتراضي، استحسان علماء الاجتماع وغيرهم من الذين اهتموا بتقنين المجتمع الفضائي، فسهولة الاتصال أدت إلى تشكيل مجتمعات الكترونية، هي مجتمعات ذات الاهتمامات المشتركة أضحت تشعر بوجود الاتصال فيما بينها حتى وأن كانت في المجتمع الحقيقي، ومع هذا فقد كانت هناك وجه نظر أخرى تقول: إن رغم سهولة الاتصال بين أعضاء المجتمع

¹ صبرينة بن جامع. الضبط الاجتماعي منظور نظري. مجلة العلوم الإنسانية. العدد 47. جامعة محمد خيضر. بسكرة. جوان 2017. ص 568.

² محمود قرزیز / هشام بوخاري: المجتمعات الافتراضية وشبكات التواصل الاجتماعي رؤية سوسيولوجيا تحليلية. مجلة بحوث ودراسات في الميديا الجديدة. المجلد 2. العدد 2. 2021. ص 39.

³ رمضان الخامسة. دور الشبكات الاجتماعية في العلاقات الاجتماعية. أطروحة دكتوراه. وسائل الاعلام والمجتمع. الصحافة. علوم الاعلام والاتصال والسعي البصري. جامعة صالح بوبنيدر قسنطينة. 2017/2018. ص 161.

الافتراضي، ولكنه لا يكفي لخلق القيم المجتمعية التقليدية التي تتميز بالولاء للمجتمع والإحساس بالهوية المشتركة.¹

مفهوم المجتمع الافتراضي، يمثل مجموعة من الأفراد يتفاعلون في علاقات اجتماعية، يجمعهم كيان وثقافة واحدة، وتضبطهم قواعد واضحة والسلوك والقيم وكذلك مكانات السلطة، وتبقى مستمرة لفترة طويلة من الزمن.

المطلب الثالث: تشكيل المجتمعات الافتراضية:

برزت ظاهرة العولمة كثقافة تنتشر في مجتمع المعرفة العالمي، فقد انحصرت بين الترحيب التام والاندماج الكامل كحتمية عالمية، كما وقعت بين الرفض التام والدعوة لمقاومة هذه الظاهرة الغربية والثقافة الوافدة، وقد اعتبرت بمثابة هجمة من الهجومات الإمبريالية الجديدة، التي تحاول غرس ثقافة جديدة لسيطرة على العقول الأجيال الجديدة واتجاهاتها وهويتها وولائها.

وقد انتشرت هذه التكنولوجيا في أوساط المجتمعات الحديثة للتحويل من مجرد الاهتمام بإنتاج السلع والخدمات، إلى اهتمام متزايد بقطاع المعلومات، فقد تحولت من الصناعات القديمة إلى الصناعة الجديدة سميت صناعة المعلومات Information Industry فقد برزت هذه الأخير بالموازاة مع ثورة أخرى وهي ثورة الاتصالات.

وبرى ميلز (ills.1956)، إن وسائل الإعلام تطورت بكيفية تخفى ملامح تكوين الجمهور العام وتعمل آلياتها على دمج ضمن الجمهور الكلي لتدعيم موقع القائم بالاتصال، في ذات السياق أن مستخدمي موقع الفيسبوك يعتبر كجمهور وسائط الاتصال جاءت منه ثورة تكنولوجيا الاتصال الجديدة، وأدى إلى ظهور مصطلحات جديدة.

مستخدمي الانترنت (Internauts)، ويقصد بهم جميع المتعاملين بالانترنت سواء مرسل أو مستقبل للرسالة.

جمهور الواب (web audience)، ويقصد بهذا المصطلح جميع مستخدمي شبكة الانترنت دون تحديد طبيعة الاستخدام، كما يطلق عليهم المبحرين الافتراضيين.

¹ محمد العوض محمد وداعة الله: مواقع التواصل الاجتماعي وقضايا الشباب الجامعي. دار الخليج للنشر والتوزيع. عمان/الأردن. ط1.

جمهور على الخط أو جمهور خارج الخط (Online-Offline audience)، ويقصد به الجمهور المتفاعل فوري وهو جمهور على الخط، أما الجمهور خارج الخط فهو الجمهور المستخدم المتفاعل عبر الشبكة الانترنت لكنه لا يتفاعل مع الرسالة في نفس لحظة الإرسال، لأنه غير متصل بالشبكة.

الجمهور الشامل أو الدولي (Global Audience)، وهو جمهور وسائل الإعلام الإلكتروني، وحتى مصطلح الجمهور الإلكتروني (e-Audience)، ينسب هذا المصطلح إلى وسائل الإعلام الالكترونية سواء التقليدية المشبكة أو الإلكترونية فقط.¹

المطلب الرابع: الفرق بين المجتمع الافتراضي والواقعي

يشير الباحثون أنه يوجد مصطلحين يوضحان طبيعة كل من المجتمع الواقعي و المجتمع الافتراضي وهما: المكان و الفضاء، فالمجتمع الواقعي يعني الأرض المادية وهي مكان اللقاء (حيث يجتمع بالروح و الجسد)، أما في المجتمع الافتراضي فأنا نلتقى عبر الفضاء الالكتروني بأفكارنا و آرائنا فقط، كما أن " تفاعلات المجتمع الواقعي تؤكد على التواجد الجسدي، من إشارات وإيماءات تلعب دوراً بارزاً في التفاعل، بينما تفاعلات المجتمع الافتراضي ذات طبيعة عقلية بالأساس، إنه تفاعل بالصور و الرموز ومقاطع الفيديو، وأحيانا تفاعلات بين شخصيات خيالية تخفي ذواتها أحيانا لتمارس الكذب و الهروب"، ويطلق الباحثون المجتمع الواقعي مصطلح مجامع الانطباعات الدافئة، بينما يطلقون على المجتمع الافتراضي مصطلح الانطباعات الباردة كدلالة على أهمية لغة الجسد (الإيماءات و الإشارات... الخ)، والتي تكون منعدمة في المجتمع الافتراضي، كما يطلقون عليها المجتمع المادي و مجتمع الظل .

بالإضافة إلى أن تفاعل في المجتمع الواقعي قد يتأثر بمتغيرات السن والنوع و مستوى التعليم والحالة الاجتماعية و المستوى الاجتماعي والاقتصادي، وهذه المتغيرات ينعدم فاعليتها في المجتمع الافتراضي، حيث أن هذه التفاعلات تختفي وتصبح بدون متغيرات منظمة، أو ممكن تحدث في ظل رموز كاذبة للمتغيرات، فأنا ندرك كلا المجتمعين من منطق المتصل، ومن هنا فالانتقال من المجتمع الواقعي، انطلاقا من المجتمع الافتراضي، فإنه يسير خلف هذا التحول إلى نقد المجتمع الواقعي، وذلك كمن أجل تطويره بما يتماشى و إشباع حاجاته،

¹ سهام بوقلوف. استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وأثرها على القيم الأخلاقية والاجتماعية. دراسات الجمهور. علوم الاتصال. كلية علوم الإعلام والاتصال. جامعة الجزائر 3. 2018/2017. ص213.214.

المجتمع الافتراضي يجعل من الفرد خاضعا لأوهام يعيشها في عالم افتراضي، يخيل له أنه حقيقي، فهو يتواصل مع أفراد يشبهه لكنهم محاطون بالغموض، متعلقين بالآلات و الأجهزة أكثر من ارتباطه بالمشاعر الإنسانية.¹

في المجتمعات الافتراضية أصبح الانسان بإمكانه في وقت قصير، أن يتحرك من بيته، والتواصل مع معارفه في جميع أنحاء العالم، وكذلك التعرف على أشخاص جدد، وأن يزور مساحات الجغرافية متنوعة ومتباعدة، وأصبح يستخدم الانترنت من أجل زيادة معارفه ومطالعة الأدبيات والاطلاع على التخصصات فقد غيرت التكنولوجيا استخدامنا المفاهيم الجديدة والاهتمامات التي أصبح بإمكاننا الوصول إليها، كذا الرموز التي تواصل بينها، وفي ذات الوقت فإن تطور العلم والتقنية التي منحت الانسان المعاصر سلطة لم يكن يفكر في الوصول إليها من قبل.²

وفي دراسة مسحية أجراها كل من باركرز وروبرتس Roberts,Parks لمعرفة الروابط التي تجمع الأصدقاء في المجتمع الخارجي أكدت أهم النتائج إلى أن أفراد العينة بالرغم من أنهم اكتسبوا المزيد من الأصدقاء من خلال الألعاب الجماعية، إلا أنهم أفصحوا على أن العلاقات بأصدقائهم التي تربطهم أقوى وأعمق في المجتمع الواقعي.

وقد انقسمت آراء الباحثين فيما يخص العلاقة بن المجتمع الافتراضي والواقعي إلى ثلاثة آراء:

- الرأي الأول:

تم تبنيه من قبل مجموعة من الباحثين أمثال ايليكنز Elkins، يرى أنه من طبيعي مع هذا التطور التكنولوجي أن ينشأ المجتمع الافتراضي الذي يعتبر فرعاً صغيراً من المجتمع الواقعي ولا غنى عنه، فالأفراد هم يتلقون ظرفياً في المجتمعات الافتراضية ويتواصلون عن طريقها اختصاراً للجهد والوقت، في نفس الوقت هم لا يستغنون عن اللقاء الواقعي في أغلب الحالات

- الرأي الثاني:

الذي يبناه مجموعة من الباحثين أمثال ألكسندر Alexander ولوكارد Lockard، يرى أن انغماس الفرد في مجتمع الانترنت فهو يصبح أكثر بعداً عن الآخرين في المجتمع الواقعي، مما يجعله يبقى محصوراً في مكان

¹ رمضان الخامسة. دور الشبكات الاجتماعية في العلاقات الاجتماعية. مرجع سابق.. ص 169.

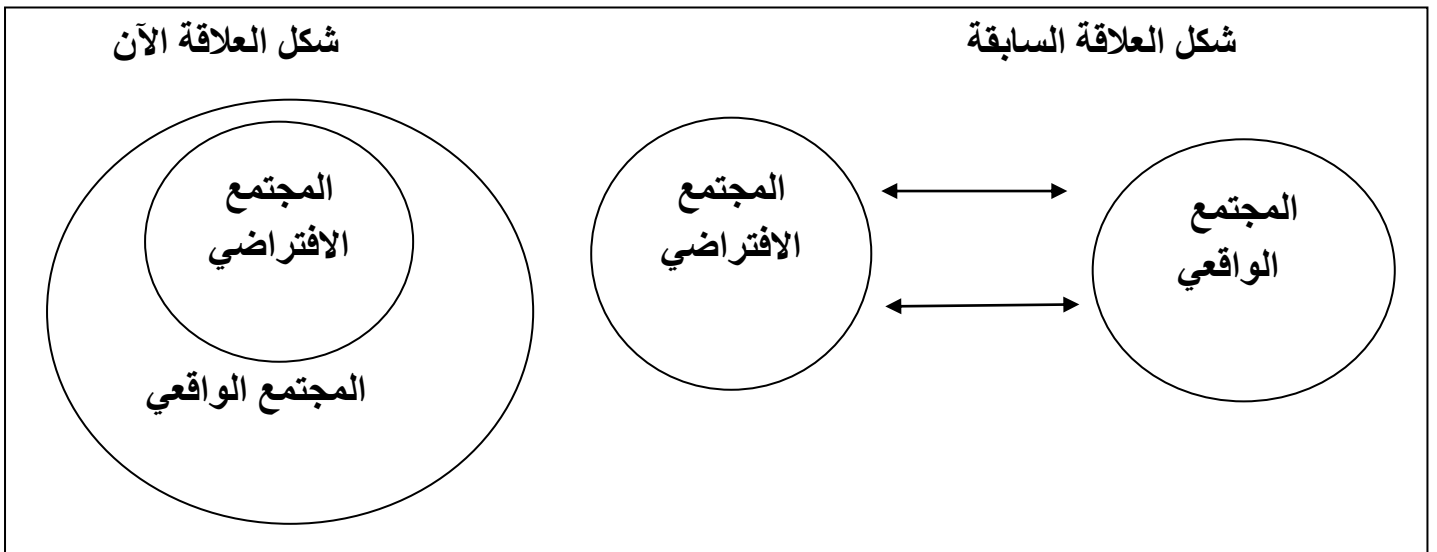
² رمضان الخامسة. مرجع سابق 170 و171.

واحد داخل الانترنت، وينتج عنه نوعا من الفردية والتوحد مع مجتمع الانترنت، ليكون التواصل بين الأفراد مرتبطا بالشخصية والذات أكثر من تواجد الجسد، وقد تناولت العديد من الدراسات مختلف المشاكل النفسية الناجمة عن استخدام المفرط للفرد للانترنت وتواصل مع المجتمعات الافتراضية، مما يقود الانسحاب التدريجي من الحياة الواقعية.

- الرأي الثالث:

الذي تتبناه مجموعة من الباحثين أمثال ويليمان Wellan وداير Daer يرى أن المجتمع الواقعي والمجتمع الافتراضي مجتمعان مكملان لبعضهما، ويوجد تفاعل واعتيادية بينهما، بالفرد بإمكانه التعرف على أشخاص جدد عبر الانترنت ونقل صداقتهم إلى الواقع، والعكس صحيح، يمكن للمجتمع الانترنت أن يساعد في تقوية العلاقات بين الأفراد في المجتمع الواقعي، ولا شك أن هذا الرأي الأقرب من وجهة نظرنا، وقد أكدت الكثير من الدراسات العلاقة التبادلية بين كل من المجتمعات الافتراضية والواقعية.¹

وقد عبر الباحثون عن شكل العلاقة بين المجتمعين كالآتي:



الشكل يوضح العلاقة بين المجتمع الواقعي والمجتمع الافتراضي

¹رمضان الخامسة. مرجع سابق 172

المبحث الثالث: التعليم ومواقع التواصل الاجتماعي

المطلب الأول: مفهوم التعليم الافتراضي

التعليم الافتراضي هو أحد أنواع التعليم عن بعد، ويعتبر نمط تعليمي يقوم عن طريق الشبكة ليقدم خدمة والفكرة الجوهرية في التعليم الافتراضي الإلكتروني، ويقوم باستخدام تكنولوجيا المعلومات و الاتصالات و الشبكات لمساعدة المتعلمين الولوج إلى هذه المواقع وتعلم ما يريدون تحصيله، وبطريقة التي يريدون وفي الوقت الذي يشاءون، وقد تكون المعلومات التي يبحثون عنها من مصدر واحد أو من مصادر مختلفة، ولأن هذه المجالات متعددة ومتنوعة فهذا يجعل العالم كله بين أيديهم، و بشكل آخر التعليم الافتراضي هو الفضاء الرقمي الذي يسمح للقراءة و المشاهدة الفورية فردية أو جماعية، ويفسح المجال أمام المعلم كي يوجه المتعلم في عملية التعليمية.

من خلال ما سبق يمكن تعرف التعليم الافتراضي بأنه نوع من التعليم الإلكتروني يتيح للمتعلم الاستفادة من كل الخدمات الدراسية التقليدية، وضم إلى هذا كونه أحد مواقع الشبكات المعلومات على الانترنت، ويوفر مجهود البحث من المعلومة في التعليم التقليدي، ويدخل المتعلم في حالة تفاعل عكس الروتين الذي يره في التعليم التقليدي، كما يوفر إمكانيات اقتصادية هائلة من خلال تقليص الوقت و الجهد في عملية البحث في المكتبات و الجامعات ومراكز البحث، وما يتبعها توفير في الطاقات و الخدمات البشرية و إدارية وتقنية وفنية، فهو تعليم يقوم على بيئة تفاعلية رقمية عن بعد.¹

المطلب الثاني: الشبكات الاجتماعية ومجال التعليم

خلقت مواقع الشبكات الاجتماعية للمستفيدين منها مجالا لتبادل الخبرات والمعلومات مع بعضها البعض، وبذلك تفتح المجال بين الصداقات لتمكنهم من الوصول إلى ملفاتهم الخاصة، فهذه المواقع لم تؤثر في نطاق للمجتمع الافتراضي فقط بل امتدت إلى المستفيدين منه، اجتماعيا وسياسيا وثقافيا ودينيا، اتجه البعض إلى انشاء صفحات تعليمية تفاعلية دخل هذه الشبكات، من خلال هذا بدأ تظهر أهمية التفاعل مع الآخرين عبر الأنشطة المختلفة، داخل الصفحات التعليمية، لتمكنها من مساعدتهم في اكتساب خبرات، و زيادة المسؤولية من خلال هذه الأنشطة المختلفة و التفاعل بين الأفراد، التي تضمن تلك الصفحات التعليمية داخل

¹د محمد حاج هني. جميلة روقاب. التعليم الافتراضي في ضوء الوسائط الرقمية. بين التطوير والتطبيق. مجلة اللغة والاتصال. المجلد 12. العدد 20. الجزائر. 2017. ص 215.

الشبكات مستخدميهما من التجمع في كيانات اجتماعية افتراضية مترابطة، تحاكي الكيانات الواقعية ويطلق عليها مجموعات العمل، من هنا نقول أن شبكة التواصل الاجتماعي أصبحت من الوسائل المهمة و المؤثر على مستوى العامة وخاصة في المجال التربوي، فهي تساعد في تأثير على توعية الأفراد، مما يكسبهم معلومات و مهارات و اتجاهات أخرى، وتعتبر أداة مهمة من أدوات التغيير و التطوير، وهذا ما جعل المؤسسات التعليمية تعتمد على بشكل كبير على مواقع التواصل الاجتماعي في نشر أخبارها و التواصل مع الطلاب والمعلمين وتبادل الآراء، وكذا الإجابة على الاستفسارات كقناة اتصال مستمرة بيم المؤسسة التعليمية وجميع العناصر التعليمية.¹

✓ بناء نموذج تربوي لتعزيز القيم:

يعتبر نموذج تربوي من بين أسس التي تعزز القيم وضبط السلوك وهذا ضمن معايير اجتماعية وتربوية ونفسية.

يشير الأشقر (1431) إلى أن للمؤسسات التربوية دوراً كبيراً في تحقيق الأمن الفكري، لأنها الأهم في حياة الفرد، يحكم ما يقضي فيها النشء من مدة زمنية ليست بالقصيرة من نوات عمره، بالخصوص مرحلة الطفولة و المراهقة، وهنا يجتمع التربية والتعليم مع بعضهم للاتقاء بمجموعة من أفراد مجتمعه، وتركز المؤسسة التعليمية من خلال المناهج والأنشطة الطلابية المختلفة في غرس وترسيخ العلوم و المعارف و القيم الفاضلة بين طلابها، فالتعليم هو من أهم الدعامات المهمة في المجتمعات البشرية وهي أساسية في نشر عقائد المجتمع ونقل ثقافته من جيل إلى جيل.

ويرى ألفا أم النموذج يشكل مخططاً أساسياً من مهامه توجيه العمل وإيجاد حلول للمشكلات التي تواجهه، ويعرفه الشرفاوي " بأنه تمثيل مبسط لمكونات المنهج المساعد على فهم طبيعة والعوامل المؤثرة فيه والعلاقات بينها، كما يقدم وصفاً للإجراءات والعمليات اللازمة لبناء المنهج في إطار الفكر التربوي".

وتشير الأدبيات إلى بناء النماذج يحقق ما يلي:

¹ محمود طارق هارون الشبكات الاجتماعية على الانترنت. تأثيرها في العلاقات البشرية النظرية والتطبيق. دار الفجر للنشر والتوزيع. القاهرة /مصر. ط 1. 2017. ص 180.

- ✓ يحدث السلوك في بيئة مليئة بالمعاني التي من خلالها يتم كسب التفاعل الاجتماعي مع الآخرين في سياق اجتماعي واسع.
- ✓ التركيز على النماذج الذي تبرز مدى التوافق بين القيم السائدة والمحددات الثقافية والاجتماعية والدينية والأخلاقية وبين مصادر النماذج مختلفة من ناحية أخرى.
- ✓ المهارة الكبيرة في تطبيقات التربية المرتبطة بالأنشطة التي يتم تقديمها دون التحدث عنها وبدون قالب لفظي وأن تضم عناصر التشويق والقناعة وتصحيح الأخطاء.
- ✓ التطبيقات التربوية تتبع أنماط سلوكية التي يقوم بها الطلاب والتوقعات المرتبطة بها والآثار المترتبة عليها، ولفت انتباه الطلاب، واستخدام جميع الوسائل الحديثة التي تجذب انتباه الطلاب للقيام بنشاطات مختلفة، والبحث عن النماذج السلوكية المراد اكتسابها لديهم والنماذج التي يقومون بالاقتراء بها ومحاكاتها.¹

المطلب الثالث: تطبيقات والممارسات للتقنيات الرقمية ودمجها مع الثقافة الرقمية بالتعليم:

أصبح التعليم يعرف تحولات كبيرة في وقتنا الراهن وذلك عن طريق دمج الوسائل الرقمية فيه، فلم يعد الدرس كما كان سابق في القلم والكتاب، بل أدخلت عليه تحديثات ليشمل عملية الفهم والتواصل، باستخدام التقنيات الرقمية التي أصبحت جزءاً أساسياً في الممارسات التعليمية، وهذا ما جعل العديد من المدارس تشرع في إدخال المنصات الرقمية وذلك لتسهيل عملية التكوين و التواصل بين الأستاذ و الطالب، مثل ما هو مستخدم في الجامعات و خصوصاً جامعات التكوين التواصل التي أنشأت فضاءات خاصة للتعليم الرقمي، التي تعزز من قدراتهم في استخدام هذه الوسائل و الربط بين الطالب والاستاد من خلال توفير الأدوات والوسائل اللازمة لها.

وفي المدارس ظهرت بوادر هذه التجارب من خلال توظيف التعليم الرقمي بطرق عملية، تمثلت في استخدام أدوات الحديثة كالصورة الذكية و المنصات التعليمية، وكذلك أشرفت على متابعة تقييم التلاميذ، وعلى الرغم من محدودية هذه الممارسات إلا أنها لا تزال محدودة مقارنة بالجامعات، لكنها تعتبر الخطوة الأولى نحو تعميم الثقافة الرقمية من خلال دمج الثقافة الرقمي في التعليم بالجزائر، وجعلها من العمليات الحيوية الناجحة فهي تتيح للمؤسسات الاستثمار في الطاقات البشرية و اكتشاف المواهب وتطويرها، من أجل تنميتها

¹ عبد الرحمان بن إبراهيم الشاعر. مواقع التواصل الاجتماعي والسلوك الإنساني. دار صفاء للنشر والتوزيع. ط1. عمان. 2015. ص 265.264.

وتقديم أفضل ما عندها، لكن هذه العمليات تواجه تحديات عديدة و صعوبات التي تستلزم استراتيجية واضحة للتغلب عليها وكسر الحواجز التي تعيق سير هذه التقنيات.¹

المطلب الرابع: استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في التعلم

موقع التواصل الاجتماعي ساعد في التعليم وهيئة لع البيئة الخصبة لذلك، فقد وفرت له بيئات تفاعلية تساهم في اكتساب المعرفة، وطرح الأسئلة، وإنشاء مجال للتفاعل مع الخبراء والمجتمعات المتخصصة في انستغرام على الرغم أنه يستخدم بشكل أساسي في نشر الصور والفيديوهات، ويمكن إيجاد العديد من الحسابات التي تضم محتوى تعليمي مختصر وعميق وفي مواضيع متنوعة مثل:

- ✓ حسابات تعليمية: هنالك من تقدم نصائح حول البرمجة، وتساعد على تطوير الذات، أو تتيح لهم التعليم النفسي.
- ✓ البث المباشر (Live Sessions): يقوم المتخصصين بتقديم جلسات تعليمية مباشرة يمكن للمستخدمين التفاعل معها.

- المزايا:

- التعليم السريع عن طريق المنشورات القصيرة.
- الوصول إلى محتوى المرئي يثير إعجاب المستخدمين.

- التحديات:

- بسبب الشكل السريع والمنشورات القصيرة، يجعل من صعب التعمق في مواضيع معينة والحفاظ عليها.²

المبحث الرابع: الدين ومواقع التواصل الاجتماعي

المطلب الأول: مفهوم الدين

- لغة:

¹ نور الهدى غرابية. الثقافة الرقمية ودورها في تطوير التعليم والارتقاء به (الواقع والآفاق). مجلة المعيار. المجلد 30. العدد 1. جامع الأمير عبد القادر قسنطينة. الجزائر. 2025. ص 1259.

² نسيمه مرايية. نبيلة عيساوة. جريدة عسولات. مواقع التواصل الاجتماعي وتداعياتها على المجتمع مقاربات متعددة التخصصات. المركز الديمقراطي العربي للدراسات الإستراتيجية والسياسية والاقتصادية. ط1. برلين/ألمانيا. 2025. ص 23.22.

تستعمل كلمة "الدين" في كلام بمعان شتى هما:

1- " القهر والسلطة والحكم والأمر: فيقولون (دان الناس) أي قهرهم على الطاعة و(دنته) أي ساسته ومملكته، وفي هذا المعنى جاء الحديث النبوي: « الكيس من دان نفسه وعمل لما بعد الموت » أي قهر نفسه وتليها طاعة الله.

قال تعالى: {فَلَوْلَا إِنْ كُنْتُمْ غَيْرَ مَدِينِينَ (86) تَرْجِعُونَهَا إِنْ كُنْتُمْ صَادِقِينَ (87)}. سورة الواقعة (الآية 86-87)

2- الطاعة والعبودية، والخدمة، والخضوع تحت غلبه وقهره.... تقول العرب: دنتهم فدانوا أي قهرتهم فأطاعوا.

3- الشرع والقانون والطريقة والمذهب والملة والعادة والتقاليد، فيقولون " مازال ذلك ديني وديدي " أي دأبي وعادتي.

4- الجزاء والمكافأة والقضاء والحساب، فمن أمثال العرب: " كما تدين تدان " أي تصنع بغيرك يصنع بك وتجازي ومن تأتي كلمة «الديان» بمعنى القاضي وحاكم المحكمة.

الدين هو " اسم جامع لجميع ما يعبد به الله الملة، الإسلام، الاعتقاد بالجنان والقرار باللسان والعمل الجوارح بالأركان.¹

- اصطلاحاً:

" أن الدين عند الله الإسلام، يقصد بالدين عند الإطلاق ما فصحت عنه الرسائل السماوية إلى رسل الله عليهم السلام من لدن نوح عليه السلام إلى محمد عليه الصلاة والسلام، وهو المنهج الذي رضي الله تعالى لخلقه وانزله على رسله، وهو واحد من حيث العقيدة، ومقتضاه توحيد الله سبحانه في أسمائه وصفاته والإقرار بربوبيته وألوهيته وعبادته على مقتضى ما شرع وأمر في كتابه العزيز وعلى لسان رسوله الكريم عليه الصلاة والسلام.

¹ أسماء عامرة: دور مواقع التواصل الاجتماعي في التوعية الدينية دراسة ميدانية. مذكرة ماستر. دعوة وأعلام واتصال. أصول الدين. معهد العلوم الإسلامية. جامعة حمة لخضر. الوادي. 2016/2017. ص 31.

قال ابن كثير في تفسيره: "إخبار من الله بأن لادين عنده يقبله من أحد سوى الإسلام، وهو إتباع الرسل فيما بعثهم به في كل دين، حتى ختموا بمحمد ﷺ، الذي سد جميع الطرق إليه إلا من جهة محمد ﷺ فمن لقي الله بعد بعثته محمد ﷺ بدين غير شريعته فليس بمتقبل.

قال تعالى: {وَمَنْ يَبْتَغِ غَيْرَ الْإِسْلَامِ دِينًا فَلَنْ يُقْبَلَ مِنْهُ وَهُوَ فِي الْآخِرَةِ مِنَ الْخَاسِرِينَ}. سورة آل عمران الآية: 85.

مفهوم الدين في الإسلام هو عبارة عن حالة من الوعي تتجسد في مفهوم العبادة وهذا مفهوم شامل يغطي جميع جوانب الحياة الروحية والمادية والدينية والأخروية وهي مكونة في المحصلة من علم.¹

المطلب الثاني: مفهوم الوعي الديني

ظهر الوعي كمفهوم لكي يوضح لنا ودبلنا علة الإدراك والمعرفة، لكنع في وقتنا الحالي صار يعبر عن التنمية على مختلف الأصعدة، هو مفهوم شمولي وله معني لكنه غير قابل للتجزئة في إطار التخصصات، فالوعي أصبح موضوعا جذابا للعديد من تخصصات العلمية على غرار العلوم الاجتماعية والإنسانية، وللوعي مجموعة من التداخلات التي تكمل بعضها البعض منها الوعي الديني، الاجتماعي، السياسي، الصحي... إلخ، في هذا الدراسة سوف نتطرق إلى الوعي الديني، الذي يعد ضرورة مجتمعية، فما نقصد بالوعي الديني.

✓ لغة:

الوعاء هو مفرد الأوعية، وأوعى الزاد والمتاع أي جعله في الوعاء، ووعى الحديث أ " حفظه وفهمه وقبله"، والوعي هو الحفظ والتقدير والفهم وسلامة الإدراك.

✓ اصطلاحا:

الوعي الديني هو "الربط بين الوعي والقيم الدينية أي التمسك بالدين والعمل به وبما طلبه القرآن والسنة والحفاظ على القيم الدينية، ومن مميزات الوعي الديني القوة هو تحصين الأفراد ضد الانحرافات السلوكية ضد الغزو الثقافي الغربي على قيمهم الدينية الفعلية والكامنة، وكما أنه عندما يكون الوعي الديني ضعيف ينتج عنه

¹ أسماء عامرة. مرجع سابق. ص 32.

فرد ضعيف دينيا ويوكون خاضعا لأي تغير في المبادئ والقيم الدينية، وذلك من خلال البيئة التي يعيش فيها وتأثير الجماعة المحيط به، أو وسائل الإعلام على هذا الوعي وتحويله إلى فرد تابع لهم.

إن الوعي الديني في بنيته الرئيسية لا يعاني من مشكلة إثبات الوجود فهو حاضر في المكونات الأصلية للدين من نصوص القرآن والسنة الواضحة، وكذلك في دلالاته وإثباته منذ قرون طويلة، وغياب الوعي الديني في ظل هذا الإرث العظيم وتغييبه ناتج عن الانحرافات الجهل والأهواء، الذي تتمثل به الأمة في عصور المختلفة، هنالك أسباب تجعلنا نهتم بالوعي الديني في دراستنا هي:¹

- ✓ الوعي الديني يساعد الفرد على تحقيق السلوك الديني الصحيح.
- ✓ الوعي الديني يحمي الدين من التطرف بنوعيه المغالاة أو التلميع.
- ✓ الوعي الديني يضبط سلوك الأفراد داخل المجتمع.
- ✓ ومن يمتلك وعياً دينياً يمكنه التأثير في الآخرين والوعي الديني هو الوعي الصحيح بالدين، والذي له أهمية بالغة على الفرد والمجتمع.²

المطلب الثالث: الممارسات الدينية في البيئة الافتراضية

قبل الحديث عن طبيعة الممارسات الدينية في البيئة الافتراضية، التي أصبحت من العوالم الافتراضية واقعا لها، سنتطرق إلى تعريف كل من الممارسة والدين لكنني سوف أعرف الممارسة فقط لأنني قد تطرقت إلى تعريف الدين سابقا، وسنحاول تعريف إجرائي لهذا النوع من الممارسات الدينية.

- مفهوم الممارسات الدينية:

الممارسات **Practices**: يعود أصل الكلمة لاتيني Praxis ويطلق عليها في اللغة الفرنسية Pratique وبالغة الإنجليزية practice، فهي تدل على حسب موسوعة لالاند الفلسفية على الداء العادي لنشاط معين، أي عملية التقيد بهذه أو بتلك من قواعد العمل الممارسة اليومية لنشاط أو الممارسة (تطبيق) لتعليم أخلاقية مقبولة عموما.

¹ جمال بوسيف. الممارسات الدينية داخل مواقع التواصل الاجتماعي دراسة استطلاعية. مجلة الاتصال والصحافة. المجلد 06. العدد 1. المدرسة الوطنية العليا للصحافة وعلوم الإعلام. 2019. ص 167-168.

² الوليد رفاص. دور الفيسبوك في نشر الوعي الديني لدى الأفراد. مجلة الإعلام والمجتمع. المجلد 6. العدد 2. جامعة سطيف. ديسمبر 2022. الجزائر. ص 252

من هذا منطلق يمكن تعرف الممارسة الدينية داخل مواقع التواصل الاجتماعي على أنها تلك الأفعال والنشاطات التي يفعلها الفرد أو مجموعة من الأفراد، وذلك سواء من خلال النشر المواد الدينية أو التفاعل معها بمختلف الاشكال (الاعجاب- المشاركة- التعليق....)، وذلك من واجب أن تكون هذا الممارسة بطريقة قصدية ناتج عن الوعي (نية الفعل) ونابعة من قناعات دينية من طرف المستخدمين.¹

المطلب الرابع: الدين في البيئة الرقمية:

التكنولوجيا في يومنا الحال لعبت دورا كبيرا في توسيع ونشر الأديان حيث يرى البعض بأن "التركيز على دور التكنولوجيا في بناء المجتمع عن طريق نشر الرسائل على أوسع نطاق من الأدوار الفرعية التي تلعبها هذه التكنولوجيا، فالمتعارف عليه لدينا أن التكنولوجيا تنشر الرسالة الدينية وتضع الأفراد في تنظيم ديني معين، وبالتالي تعمل التكنولوجيا على توسيع وتعزيز المجتمعات الدينية"، وهذا التقدم التكنولوجي قد تنبأ به العالم السويسري أندري مالرو André alraux الذي رأى بأن: "القرن الواحد والعشرون سيكون قرن الأديان أو لن يكون، حيث أن الانترنت أصبحت تشكل مفتاحا لمستقبل الاتصال بالنسبة للأديان".

وهذا ما عزز زيادة استخدامات الدينية على شبكة الانترنت، حيث قام الباحث أماندا سبينك Aanda Spink بجمع بيانات عن أكثر من خمس ملايين مستخدم من سنة 1997م إلى 2005م، فوجد بأن المستخدمين المنتظمين للإنترنت يبحثون عن المعلومة المتعلقة بالأديان التي تتواجد على الخط.

وبعد ظهور الويب 0.2 التي أفرزت مواقع التواصل الاجتماعي هذا ما أعكاسها حرية أكبر في نشر المحتوى من طرف المستخدمين حيث يرى أحد الباحثين بأن: "مواقع التواصل الاجتماعي SNS تعد الوسيلة الأفضل لتبادل الأفكار والآراء بين الأفراد والجماعات.

وكما ورد في كتاب "علم الديان" لخزعل الماجدي أنه يوجد الفضاء ديني روحي جديد يمكن أن تمارس فيه مكونات الدين الرئيسية كل معتقدات وأساطير وطقوس وشرائع وغيرها، كما يمكن أن نرى نشوء دور عبادة شبكية مساجد أو كنائس أو معابد تمارس طقوس فيها جماعيا في وقت واحد محدد، كما أشار الكاتب

¹ جمال بوسيف. مرجع سابق. ص 167.168.

إلى زيادة مساحة الاتصال بين الأديان في مجاميع مشتركة لكسر العزلة، التي تعاني منها الأديان، وخلق فضاء للمشاركة والحوار.¹

نفصد بالتوعية الدينية فهم الإسلام وإدراك حقيقته السليمة، وتهدف التوعية الدينية إلى إعداد الفرد المتكامل ذو سلوك سوي مع إيمان بالعقيدة، لكي يكون هذا الفرد لديه التوافق النفسي والاجتماعي وله قدرة على الالتزام بالضوابط الدينية والاجتماعية التي تضبطه لابتعاد عن الانحرافات السلوكية في المجتمع، " وتبني التوعية الدينية على أساس تقوية الإيمان وعقيدة الفرد بالله ودينه أولاً، وتعريفه بطرق الخير و الشر، ثم تركه بعد ذلك، ليختار لنفسه على ضوء إيمانه ولذلك لأنه يعرف الن ما حرمه الله على الم=نفس، لاجتنابه حتى يمكن إقناعه بالابتعاد عن المحرمات التي تسبب له أضراراً نفسية وجسدية.²

¹ جمال بوسيف. الممارسات الدينية داخل مواقع التواصل الاجتماعي. مرجع سابق. ص 167.168.

² أسماء عامرة. مرجع سابق. ص33.32.

خلاصة:

تناولنا في هذا الفصل تأثير مواقع التواصل الاجتماعي في المحيط السوسيوثقافي وذلك من خلال أربع مجالات أساسية وهي الأسرة والمجتمع والتعليم والدين، وقد تبين أن المواقع هذه أصبحت جزءاً أساسياً في الحياة اليومية للأفراد، لأنها تساهم في تسهيل التواصل وتبادل المعلومات والأفكار بين مختلف فئات المجتمع.

كما أبرزت هذه الدراسة أن مواقع التواصل الاجتماعي لها تأثير على العلاقات الأسرية من خلال تغيير أنماط التفاعل والتواصل بين أفراد الأسرة، وأتاحت للأفراد فرصة المساهمة في تكوين مجتمعات الافتراضية جديدة تعبر وتتفاعل اجتماعياً، وفي المجال التعليمي خلقت هذا المواقع إمكانات متنوعة لتبادل المعارف وتشجيع على العملية التعليمية من خلالها، دون الخوف من التحديات المرتبطة بالاستخدام المفرط لهذه المواقع.

وفي الجانب الديني فالمواقع التواصل الاجتماعي أصبحت فضاءً لنشر المحتويات الدينية والقيم وتبادل المعارف، وهذا ما قد يساهم في توسيع دائرة الوعي الديني لدى المستخدمين، حيث تتجلى ضرورة التحلي الوعي والنقد عند التعامل مع المحتويات المنشورة.

ومن خلال ما سبق يمكن القول إن مواقع التواصل الاجتماعي تمثل أداة التي لها تأثير كبير في مختلف جوانب الحياة السوسيوثقافية، وهذا لوجود تأثيرات إيجابية وسلبية في الوقت نفسه، تجعلها تقدر حجم هذا التأثير على طبيعة الاستخدام ودرجة وعي الأفراد بها.

الفصل الثالث

الإطار الميداني

الفصل الثالث

تحليل البيانات وتفسيرها والاستنتاج العامة

تمهيد

أولاً: عرض وتحليل نتائج الدراسة

ثانياً الاستنتاج العامة

تمهيد:

يهدف الجانب النظري إلى التطرق لمختلف الجوانب المفاهيم والأبعاد المرتبطة بموضوع الدراسة، وتوضيح أهم الطروحات العلمية التي تناولت تأثير السياق السوسيوثقافي وعلاقته باستخدام منصة الإنستغرام، وهذا الفصل يأتي ليترجم تلك المعطيات النظرية إلى دراسة ميدانية تهدف إلى الكشف عن واقع السياق السوسيوثقافي في اختيار صورة الخلفية لدى مستخدمات منصة الإنستغرام.

وهذا الفصل يعرض ويحلل البيانات التي قمنا بجمعها من أفراد عينة الدراسة من استمارة الاستبيان، وذلك من خلال اعتماد الأساليب الإحصائية المناسبة لاستخراج النتائج وتفسيرها في ضوء الإشكالية والفرضيات، كما سوف نقدر قراءة تحليل سوسيولوجية لمختلف الجداول والبيانات، بهدف الوقوف على طبيعة العلاقة بين المتغيرات السوسيوثقافية واختيارات المبحوثات لصورة البروفايل على منصة الإنستغرام.

وفي الأخير سيتم مناقشة النتائج العامة المتواصل إليها وربطها بالإطار النظري للدراسة، وذلك من أجل استخلاص أهم الاستنتاجات التي تساهم في الفهم العميق للموضوع والإجابة عن تساؤلات البحث والتحقق من فرضياته.

1. عرض وتحليل النتائج الدراسة

1.1 البيانات الشخصية:

- الجدول رقم 01: يوضح الفئة العمرية

النسبة	التكرار	الفئة العمرية
8%	4	26- 22
2%	1	31-27
40%	20	36-32
50%	25	37 فما فوق
100%	50	المجموع

التحليل الاحصائي:

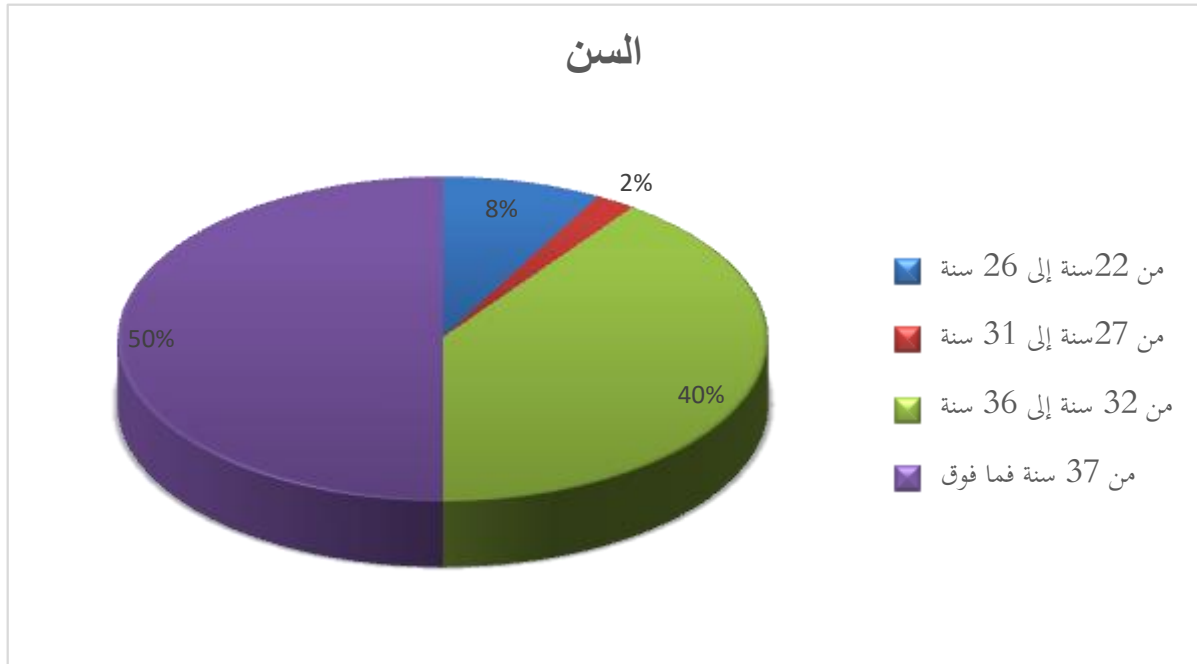
يبين الجدول رقم "01" توزيع أفراد العينة حسب الفئة العمرية، حيث بلغ عدد المبحوثات 50 مفردة من منصة الانستغرام Instagram وتكشف المعطيات أن الفئة العمرية 37 سنة فما فوق تستحوذ على النسبة الأكبر المقدرة بـ 50%، تليها الفئة 36-32 سنة بنسبة 40%، وهو ما يدل على هيمنة الفئات الناضجة داخل مفردات العينة، في المقابل، تسجل الفئات الأصغر سناً نسباً ضعيفة، حيث تمثل الفئة 26-22 سنة نسبة 8% فقط، بينما تكاد الفئة 31-27 سنة تكون منعدمة بنسبة 2%.

الاستنتاج:

ويعكس هذا التوزيع أغلبية المبحوثات ينتمين إلى فئات عمرية متقدمة نسبياً، وهو ما قد يؤثر على نتائج الدراسة، خاصة أن هذه الفئات تكون عادة أكثر ارتباطاً بالسياق السوسيوثقافي من حيث القيم والعادات والتقاليد، وأكثر نضجاً في اتخاذ القرارات بخصوص تمثلاتهن الاجتماعية وإبراز الهوية الرقمية التي يردنّها في صور الخلفية، وذلك لمعرفتهم الكبيرة بالبيئة الثقافية التي ينتمين إليها، وهذا ما ينعكس على اختياراتهن لصورة الخلفية في منصة الانستغرام Instagram كما أن ضعف تمثيل الفئات الشابة قد يحد

من إبراز تأثيرات الثقافة الرقمية الحديثة، التي غالباً ما تكون أكثر حضوراً لدى المستخدمين الأصغر سناً، وبالتالي، فإن نتائج الدراسة قد تميل إلى إبراز الطابع الثقافي المحافظ في تفسير اختيار صورة الخلفية.

الشكل رقم 01 يوضح الفئة العمرية



مرجع Google Drive

2.1 الحالة الاجتماعية:

- الجدول رقم "02" يوضح الحالة الاجتماعية

الحالة الاجتماعية	التكرار	النسبة
عزباء	23	46%
متزوجة	22	44%
مطلقة	04	8%
أرملة	01	2%
المجموع	50	100%

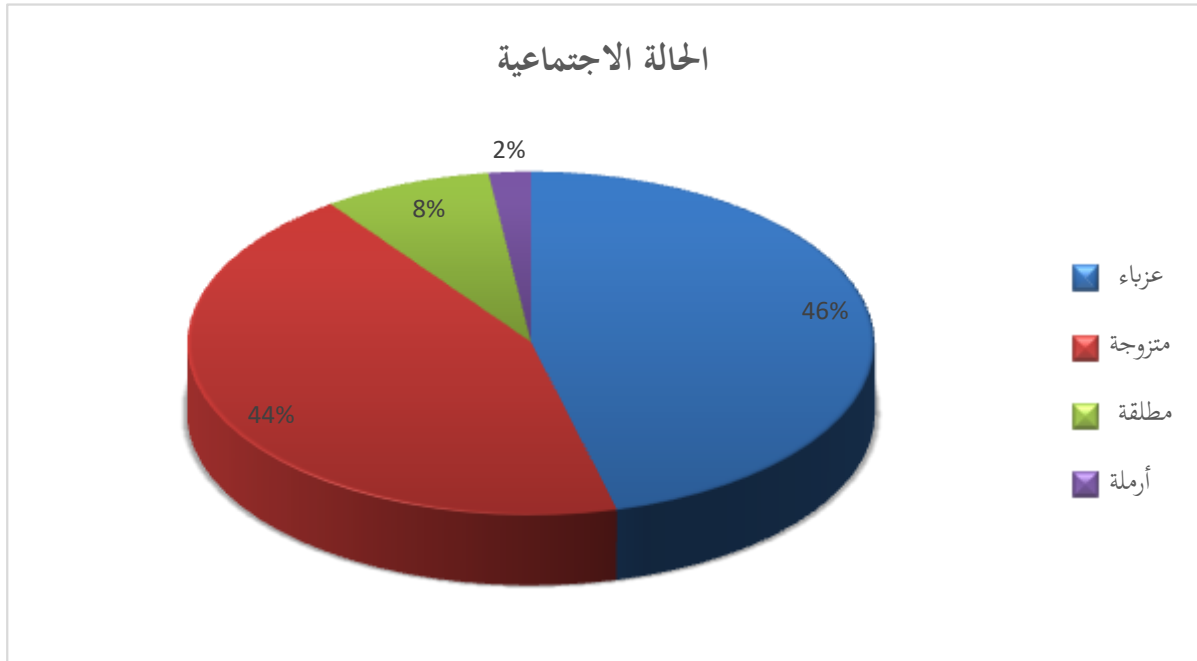
التحليل الاحصائي:

الجدول رقم (02) يبين توزيع المبحوثات حسب الحالة الاجتماعية، حيث يبلغ عددهن 50 مستخدمة من منصة الانستغرام Instagram وتوضح النتائج تقارباً واضحاً بين فئتي العازبات والمتزوجات، إذ تمثل العازبات نسبة 46% بتكرار 23 مفردة، تليها المتزوجات بنسبة 44% بتكرار 22 مفردة، ما يدل على توازن شبه كبير بين الفئتين داخل العينة، في حين تسجل فئة المطلقات نسبة أقل قدرت بـ 8% من 4 مفردات، أما الأرمال فتمثل أضعف نسبة بـ 2% مفردة واحدة فقط.

الاستنتاج:

ويعكس هذا التوزيع تنوعاً في الحالة الاجتماعية للمبحوثات، غير أن الغلبة تعود إلى للعازبات و المتزوجات، وهو ما قد يؤثر على طبيعة اختيار صورة الخلفية في منصة الانستغرام فالعازبات قد يملن إلى اختيار صور تعكس الحرية الشخصية و الاهتمامات الفردية، فإن العازبات تميل إلى إبراز شخصية التي تعبر عن الذات و بناء الهوية الرقمية، كما نجدها تبحث عن القبول الاجتماعي و الانتماء، هذا ما يعطيها حافزاً للاهتمام بصورة البروفايل أكثر من الفئات الأخرى، بينما تكون المتزوجات أكثر رغبة في إبراز مسؤولياتها الأسرية، ولهذا تجدها دائماً ما تقوم بنشر صور ذات طابع عائلي أو اجتماعي يعكس الاستقرار و الهوية الأسرية، في المقابل، فإن ضعف تمثيل لفئتي المطلقات و الأرمال قد يجعل تأثيرهما محدوداً في نتائج الدراسة، وعليه فإن القيود الاجتماعية و الثقافية التي تحد من حضور هذه الفئات في الفضاء الرقمي، وكذا طبيعة التجربة الاجتماعية التي تخضع لها تؤثر على أنماط التفاعل الرقمي لهذه الفئة، ونستطيع القول أنه أصبح لديها انخفاض الدافعية لاستخدام المنصات لأغراض التعبير البصري مقارنة بالفئات الأخرى، فإن نتائج هذا المحور تعكس بالأساس توجهات الفئتين الأكثر حضوراً، مع احتمال بروز تأثيرات اجتماعية وثقافية مرتبطة بكل من نمط الحياة الفردية و الأسرية.

الشكل رقم "02" يوضح الحالة الاجتماعية



مرجع Google Drive

3.1 المستوى التعليمي:

- الجدول رقم "03" يوضح المستوى التعليمي

النسبة	التكرار	المستوى التعليمي
76%	38	جامعي
24%	12	ما قبل الجامعي
100%	50	المجموع

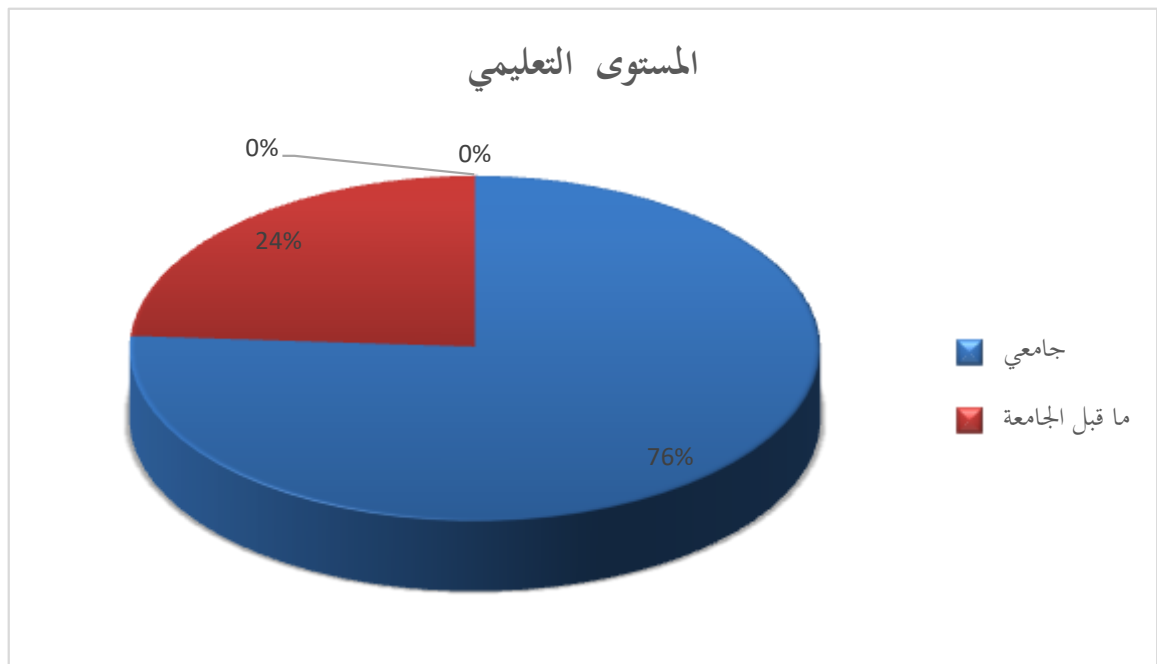
التحليل الاحصائي:

يوضح الشكل رقم "03" توزيع المبحوثات حسب المستوى التعليمي، حيث بلغ عددهن 50 مستخدمة من منصة الانستغرام وتبرز النتائج أن أغلبية العينة ذات مستوى جامعي بنسبة 76% ممثلين في 38 مفردة، يقابلها 24% فقط من المستوى ما قبل الجامعي ممثلة في 12 مفردة.

الاستنتاج:

ويشير توزيع هذه العينة إلى تغلب الطابع المتعلم عليها، وهو ما قد ينعكس على طريقة استخدام منصة الانستغرام من قبل الطبقة الأكثر تعليماً أو ذات المستوى التعليمي العالي، و هذا ما يحدث تأثيراً على اختيارهم لصور الخلفية، بشكل مدروس، ويمكن القول أن الفئة الجامعية الغالبة في هذه العينة تعطي للمستخدمين الحرية الكبيرة في طريقة الاختيار لصور البروفايل لأنهم أكثر وعياً، ويبحثون عن دلالات القوية للبناء هويتهم الافتراضي بطريقة تمثل خلفيتهم الثقافية و مستواهم الاجتماعي الذي ينتمون إليه، فيما نلاحظ أن الفئة الأقل تعليماً يخضعون لضوابط أكبر في اختيارهم لصور الخلفية مما يؤثر على اختياراتهم وجعلها تتماشى مع الصور الرائجة، كما نشعر بالقيود الاجتماعي لهذه الفئة التي تجعل اختياراتهم تخضع بشكل كبير لضوابط الاجتماعي المحيط بهم، ولذلك ما يدفعهم إلى اختيار نشر صور الأكثر عفوية للهروب من هذه القيود.

الشكل رقم "03" يوضح المستوى التعليمي للمبحوثين



مرجع Google Drive

4.1 الوضعية المهنية:

- الجدول رقم "04" يوضح الوضعية المهنية

الوضعية المهنية	التكرار	النسبة
موظفة	36	72%
ماكثة في البيت	9	18%
طالبة	5	10%
المجموع	50	100%

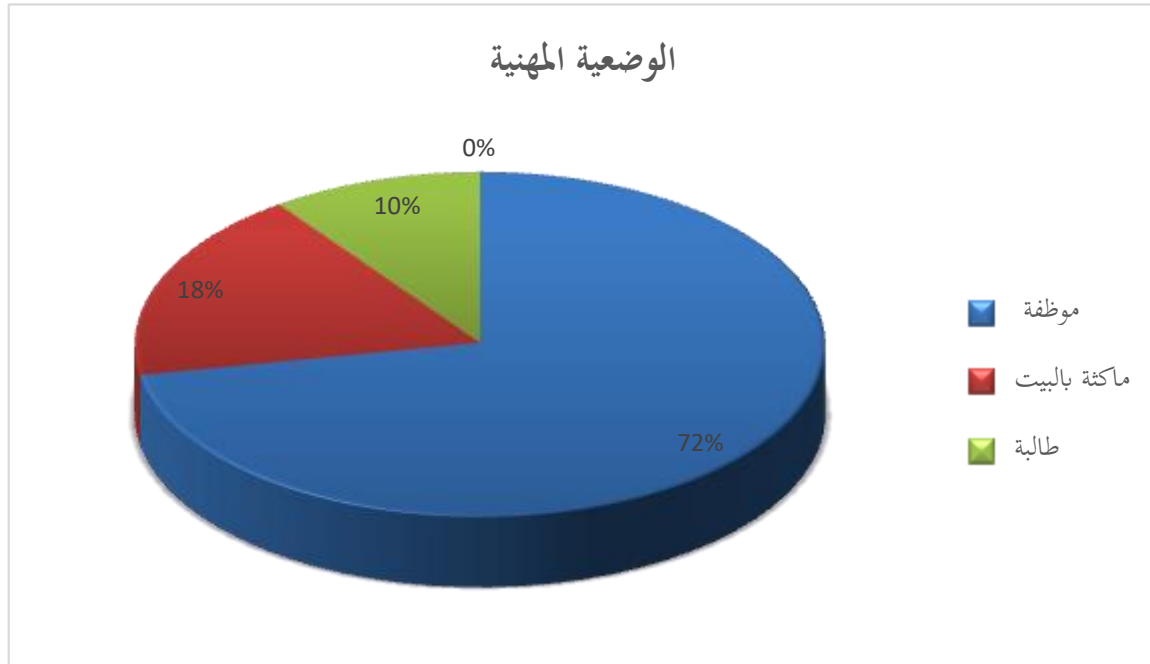
التحليل الاحصائي:

يوضح الجدول رقم "04" توزيع المبحوثات حسب الوضعية المهنية، وتظهر النتائج هيمنة واضحة لفئة الموظفات، إذ تمثل نسبة 72% بتكرار 36 مفردة، ما يدل على أن أغلبية أفراد العينة ينتمين إلى فئة نشطة مهنية، تليها فئة الماكثات بالبيت بنسبة 18% تمثلها 9 مفردات، ثم فئة الطالبات بنسبة 10% تضم 05 مفردات، وهي نسبة تبقى محدودة مقارنة بباقي الفئات.

الاستنتاج:

توزيع العينة يعكس عليه الطابع المهني، وهو ما يكون تأثيراً على طبيعة استخدام منصة الانستغرام واختيار صورة البروفايل لدى هذه الفئة، لأنها غالباً ما تكون اختياراتهن تعكس الجدية و المكانة الاجتماعية أو الاهتمامات المهنية، ومحاول عطاء انطبعا يوضح خلفيتهم الثقافية التي ينتمين إليها، ومحاول إبراز مدى تحررهم في اختيارهم لهذه الصور، في حين قد تتجه الماكثات بالبيت إلى صور مرتبطة بالحياة الأسرية و الأجواء العائلية، التي تمثل لهن البيئة المحيط بهم، والتي تمنحهم المكانة الاجتماعية، كما نلاحظ انعكاساً لتمتلاتهن الثقافية في اختياراتهن لصور الخلفية، بينما تميل الطالبات إلى اختيار صور أكثر عصرية وتعبيراً عن الهوية الشبابية، وكذا الأكثر جراءة من باقي الفئات الأخرى، كما أن ضعف تمثيل الطالبات قد يقلل من إبراز تأثير الثقافة الرقمية الحديثة داخل نتائج الدراسة، مما يجعلها تميل أكثر نحو أنماط تعكس الاستقرار المهني والاجتماعي.

الشكل رقم "04" يوضح الوضعية المهنية



مرجع google Drive

5.1 مكان الإقامة:

- الجدول رقم "05" يوضح مكان الإقامة.

النسبة	التكرار	مكان الإقامة
90%	45	حضري
10%	5	غير حضري
100%	50	المجموع

التحليل الاحصائي:

يوضح الجدول رقم "05" توزيع المبحوثات حسب مكان الإقامة، وتظهر النتائج هيمنة واضحة للفئة الحضرية، إذ تمثل نسبة 90% بتكرار 45 مفردة، في حين تمثل الفئة غير الحضرية نسبة ضعيفة قدرت بـ 10% فقط ممثلة في 5 مفردات.

الاستنتاج:

ويعكس هذا التوزيع أن أغلبية المبحوثات ينتمين إلى الوسط الحضري، وهو ما قد يؤثر بشكل كبير على نتائج الدراسة، خاصة أن البيئة الحضرية تتميز بالانفتاح والتعرض الأكبر لوسائل الاعلام و التكنولوجيا الحديثة، مما ينعكس على طريق استخدام منصة الانستغرام واختيار صورة الخلفية فيها، وتعتبر هذه الفئة الأكثر ارتياحاً من ناحية الروابط الاجتماعية لأن المجتمعات الحضرية تكون فيها هذه الروابط أكثر مرونة من المجتمعات أخرى، فقد تميل المستخدمين في هذا الوسط إلى اعتماد صور أكثر تنوعاً وحادثة تتجلا فيها تأثير الثقافة الرقمية وتبرز فيها صور الهوية الافتراضية، في حين قد تكون اختيارات المستخدمين في الوسط غير الحضري أكثر تحفظاً بسبب القيم الاجتماعية التي تحكمه، ونظرت البيئة المحيط بهم تلعب دوراً في إبراز الخلفية الثقافية في اختيار صور البروفايل، التي تكون أكثر ارتباطاً بالعادات و التقاليد المحلية.

الشكل رقم "05" يوضح مكان الإقامة



مرجع Google Drive

- الجدول رقم "06": يوضح الرغبة في وضع الصورة الحقيقية على البروفايل ويمنع من ذلك المحيط الأسري.

النسبة	التكرار	الرغبة
2%	1	موافق بشدة
12%	6	موافق
14%	7	محايد
52%	26	غير موافق
20%	10	غير موافق بشدة
100%	50	المجموع

التحليل الاحصائي:

يُظهر الجدول أن أغلبية المبحوثين لا يرغبون في وضع الصورة الحقيقية على البروفايل بسبب المحيط الأسري، حيث بلغت نسبة غير الموافقين (52%) و(20%) لغير الموافقين بشدة، أي مجموع (72%). في المقابل، كانت نسبة الموافقين ضعيفة جدًا (14%) فقط، بينما بلغت نسبة المحايدين 14%.

تحليل سوسيولوجي:

يعكس هذا التوزيع الإحصائي هيمنة واضحة لرفض استخدام الصورة الحقيقية على البروفايل مدفوعاً بضغوطات المحيط الأسري، وهو ما يمكن تفسيره سوسيولوجياً في إطار طبيعة البناء القيمي والمعياري للمجتمع. فارتفاع نسبة غير الموافقين (72%) يدل على أن الأسرة لا تزال تمارس دوراً رقابياً قوياً على سلوك الأفراد في الفضاء الرقمي، باعتباره امتداداً للفضاء الاجتماعي الواقعي، حيث تُنقل نفس معايير الضبط الاجتماعي¹ إلى العالم الافتراضي، وهو المصطلح الذي تكلم عنه إدوارد روس Edward A. Ross لوصف "تلك الآلية التي تحقق بها المجتمع لنفسه التماسك والامتثال".²

من هذا المنظور، يعكس سلوك عدم وضع الصورة الحقيقية خضوع الأفراد لمنظومة الضبط الاجتماعي غير الرسمي، التي تمارسها الأسرة حفاظاً على القيم المرتبطة بالخصوصية، وهو ما يتسق مع نظرية الفعل الاجتماعي ماكس فيبر، الذي يرى أن سلوك الفرد يتوجه بتوقعات الآخرين ويستجيب لمعايير الجماعة، كما يرتبط هذا الرفض بثقافة الحياء والخوف من التقييم الاجتماعي، مما يستدعي مفهوم "إدارة الانطباع" للعالم

¹ طاهر بصيص. خالد لراة. الضبط الاجتماعي الافتراضي وتحديات تعزيز العلاقات الاجتماعية في المجتمعات الافتراضية. دراسة نانثواغرافية. المجلة الجزائرية للعلوم الاجتماعية والإنسانية. المجلد 10. العدد 02. 2022. جامعة الجزائر. ص 339.

² إدوارد روس. Social control. 1902. ص 411.

لإرفينغ غوفمان، "الذي يؤكد أن الفرد يسعى دائماً للتحكم في الصورة التي يظهر بها أمام الآخرين لتجنب الانتقاد والوصم"¹.

في المقابل، فإن ضعف نسبة الموافقين (14%) يشير إلى وجود فئة محدودة فقط تميل إلى قدر أكبر من الاستقلالية الرقمية أو تتبنى قيماً أكثر انفتاحاً، ربما نتيجة تأثير العولمة أو الاحتكاك بثقافات رقمية مختلفة. أما نسبة المحايدون (14%) فتعكس حالة من التردد أو عدم الحسم، وهو ما يمكن تفسيره بوجود صراع بين القيم التقليدية التي يفرضها المحيط الأسري وبين الرغبة في التعبير عن الذات داخل الفضاء الافتراضي. وعليه، فإن هذه النتائج تبرز استمرار تأثير الأسرة كفاعل سوسيولوجي أساسي في توجيه السلوك الرقمي، وتؤكد أن استخدام وسائل التواصل الاجتماعي لا يتم بمعزل عن السياق الثقافي والاجتماعي، بل يخضع لمنظومة من القيم والمعايير التي تحدد ما هو مقبول أو مرفوض داخل المجتمع.

- الجدول "07": يوضح هل يوجد مشكلة في وضع الصورة الشخصية على البروفايل في صفحة الانستغرام.

التردد	النسبة	الرغبة
2	4%	موافق بشدة
11	22%	موافق
28	56%	غير موافق
9	18%	غير موافق بشدة
50	100%	المجموع

التحليل الإحصائي:

يبين الجدول أنّ أغلبية المبحوثات لا يرون وجود مشكلة في وضع الصورة الشخصية على البروفايل، حيث بلغت نسبة غير الموافقين (56%) و(18%) لغير الموافقين بشدة، أي ما مجموعه (74%). في المقابل، سجّلت نسبة الموافقين (22%) و(4%) للموافقين بشدة، أي (26%)

¹ خلود نزار خادم. عبد القادر مالح. عرض الذات في العالم الرقمي رؤية تحليلية وفق منظور إرفينغ غوفمان الدرامي. مجلة الحوار الثقافي. المجلد 10. العدد 2. جامعة عبد الحميد بن باديس. مستغانم. 2021. ص 117.

التحليل السوسيولوجي:

يوضح هذا التوزيع عن توجه سوسيولوجي مغاير، حيث تميل أغلبية المبحوثات (74%) إلى عدم اعتبار وضع الصورة الشخصية على البروفايل مشكلة، وهو ما يعكس تحوُّلاً نسبياً في تمثالتن للفضاء الرقمي وطبيعة حضوره في حياتن اليومية. فهذا القبول الواسع يمكن تفسيره بتزايد اندماج الأفراد، خاصة الإناث، في الثقافة الرقمية التي تعزز قيم الظهور، والتعبير عن الذات، وبناء الهوية الافتراضية بشكل أكثر تحرراً مقارنة بالسياقات التقليدية.

كما يشير هذا المعطى إلى تراجع نسبي لحدة الضبط الاجتماعي المباشر في هذا المجال، أو على الأقل إعادة تشكيله بطريقة أكثر مرونة، حيث لم يعد عرض الصورة الشخصية يُنظر إليه بالضرورة كفعل مهدد للسمعة أو مخالف للمعايير، بل قد يُفهم كوسيلة للتواصل، وبناء الثقة، وإثبات الحضور داخل الشبكات الاجتماعية. ويمكن ربط ذلك أيضاً بتأثير العولمة والاحتكاك المستمر بنماذج ثقافية رقمية تجعل من الصورة الشخصية عنصراً عادياً بل ومطلوباً في التفاعل الاجتماعي.

في المقابل، فإن وجود أقلية (26%) ترى في وضع الصورة الشخصية إشكالاً يعكس استمرار حضور بعض القيم التقليدية المرتبطة بالتحفظ والخصوصية، وربما الخوف من التقييم الاجتماعي أو التعرض للمضايقات، وهو ما يدل على أن التحول في القيم ليس كلياً بل يتم بشكل تدريجي ومتفاوت بين الأفراد. مما تعكس هذه النتائج حالة من التغير الاجتماعي في تمثالات المبحوثات للهوية الرقمية، حيث يتجه جزء معتبر منهن نحو تبني سلوكيات أكثر انفتاحاً في الفضاء الافتراضي، دون أن يعني ذلك اختفاء تأثير البنى الاجتماعية التقليدية، بل إعادة التفاوض معها داخل سياق رقمي جديد.

- الجدول رقم "08": يبين هل تحب وضع أجمل الصور الشخصية على البروفايل في الانستغرام للظهور بأكثر أناقة.

الترتبة	التكرار	النسبة
موافق بشدة	2	4%
موافق	7	14%
محايد	7	14%
غير موافق	21	42%
غير موافق بشدة	13	26%
المجموع	50	100%

التحليل الاحصائي:

يبين الجدول رقم (08) مدى رغبة المبحوثات في وضع أجمل الصور الشخصية بهدف الظهور بأكثر أناقة، حيث أظهرت النتائج أن الأغلبية لا توافق على ذلك بنسبة (42%) و(26%) لغير الموافقين بشدة، أي (68%)، مقابل نسبة ضعيفة من الموافقين (18%)، ونسبة محايدة (14%).

التحليل السوسيولوجي:

نستنتج من هذا التوزيع الإحصائي نزعة واضحة لدى أغلبية المبحوثات (68%) نحو رفض وضع "أجمل الصور" بقصد الظهور بمظهر أكثر أناقة، وهو ما يمكن تفسيره سوسيولوجيًا في ضوء طبيعة القيم الاجتماعية التي تضبط تمثلات الجسد والهوية الرقمية. فهذا الرفض لا يعني بالضرورة غياب الاهتمام بالمظهر، بل يشير إلى تحفظ تجاه المبالغة في إبراز الذات أو "تجميلها"، بشكل قد يُفهم اجتماعيًا على أنه تصنع أو سعي مفرط للفت الانتباه.

من هذا المنظور، يبدو أن المبحوثات يتأثرن بمنظومة معيارية تُعلي من قيمة البساطة والصدق في تقديم الذات، حيث يُفضّل الظهور بشكل "طبيعي" يتماشى مع ما هو مقبول اجتماعيًا، بدل اللجوء إلى استراتيجيات إبراز جمالي قد تضعهن تحت طائلة التقييم أو النقد. كما يمكن ربط هذا السلوك باستمرار تأثير الضبط الاجتماعي غير المباشر، الذي يجعل الأفراد، خاصة الإناث، أكثر حذرًا في كيفية عرض صورهن داخل الفضاء الرقمي، تفاديًا لأي تأويلات سلبية قد تمس بالسمعة.

في المقابل، فإن نسبة الموافقين (18%) تعبر عن وجود فئة تتبنى منطق "إدارة الانطباع" كما ذكرها "ارفينغ غوفمان" يسمح هذا الوجود المستمر للأفراد بتعديل سلوكهم واختيار التفاصيل بشكل تلقائي وهي عملية تسمى إدارة الانطباع¹، في الفضاء الافتراضي، حيث يتم توظيف الصورة كوسيلة لتحسين التمثيل الذاتي وبناء هوية رقمية أكثر جاذبية، متأثرة بثقافة الصورة السائدة على منصات التواصل الاجتماعي. أما النسبة المحايدة (14%) فتعكس حالة تردد بين منطقتين: منطق القيم التقليدية التي تدعو إلى التحفظ، ومنطق الثقافة الرقمية التي تشجع على إبراز الذات وتحسينها بصرياً.

وعليه، فإن هذه النتائج تكشف عن توازن سوسيولوجي دقيق بين الرغبة في الاندماج ضمن ثقافة رقمية قائمة على الصورة، وبين الالتزام بمعايير اجتماعية تضبط حدود هذا الظهور، ما يعكس استمرار التفاوض بين القيم التقليدية ومتطلبات الهوية الرقمية المعاصرة.

- الجدول رقم "09" يبين الانزعاج من تفاعل الجنس الآخر مع الصورة الشخصية في البروفايل عبر الانستغرام لذلك لا يراد وضع الصورة الشخصية.

النسبة	التكرار	الرغبة
16%	8	موافق بشدة
32%	16	موافق
28%	14	محايد
16%	8	غير موافق
8%	4	غير موافق بشدة
100%	50	المجموع

التحليل الإحصائي:

يبين الجدول رقم (09) تأثير الانزعاج من تفاعل الجنس الآخر على قرار وضع الصورة الشخصية، حيث أظهرت النتائج أن نسبة (48%) من المبحوثات توافق على هذا الطرح بدرجات مختلفة، مقابل (24%) لا يوافقن، بينما سجلت نسبة المحاييدات (28%)

¹ خلود نزار خادم. عبد القادر مالقي. مرجع سبق ذكره. ص117.

التحليل السوسيولوجي:

يمكن تفسير هذا التوزيع عن حضور واضح لتأثير التفاعل مع الجنس الآخر كعامل محدد في سلوك المبحوثات داخل الفضاء الرقمي، حيث تمثل نسبة معتبرة (48%) إلى الإقرار بأن الانزعاج من هذا التفاعل يؤثر على قرار وضع الصورة الشخصية. ويمكن تفسير ذلك سوسيولوجيًا في إطار علاقة النوع الاجتماعي بالفضاء الافتراضي، إذ لا يُنظر إلى هذا الفضاء كحيز محايد، بل كامتداد للعلاقات الاجتماعية التي قد تتضمن أشكالًا من التقييم أو الإزعاج أو حتى التحرش الرمزي.

هذا المعطى يعكس استمرار اشتغال آليات حيث يطلق على هذا مفهوم عند إدوارد روس الضبط الاجتماعي وهو وسيلة اجتماعية أو ثقافية تفرض عن طريقها قيود منظمة على السلوك الفردي، بهدف مساهمته للتقاليد وأنماط السلوك السائد في المجتمع وفق ما حددته المعايير وتوقعات الدور¹، وهذه المرة ليس فقط عبر الأسرة، بل أيضًا عبر تفاعلات المستخدمين أنفسهم، حيث يشكل "نظر الآخر" عاملاً ضاغطاً يدفع المبحوثات إلى تعديل سلوكهن الرقمي، ومنه تجنّب نشر الصور الشخصية أو التحكم فيها. كما يمكن فهم هذا في ضوء سعي المبحوثات إلى حماية خصوصيتهن وصورتهم الاجتماعية، خاصة في بيئات قد تُؤوّل فيها تفاعلات الجنس الآخر بشكل سلبي.

في المقابل، فإن نسبة (24%) التي لا ترى في هذا التفاعل عاملاً مؤثراً تشير إلى وجود فئة أكثر استقلالية في ممارستها الرقمية، ربما تمتلك استراتيجيات للتعامل مع هذا النوع من التفاعل أو تتبنى تمثلات أكثر تحرراً للفضاء الرقمي. أما نسبة المحايادات (28%) فتعكس حالة من التردد أو التجربة غير المستقرة، حيث قد يتفاوت تأثير هذا العامل بحسب السياق أو طبيعة التفاعل.

وعليه، فإن هذه النتائج تبرز أن الفضاء الرقمي، رغم طابعه المفتوح، لا يزال محكومًا بعلاقات القوة والتمثلات الاجتماعية المرتبطة بالنوع، وأن سلوك الأفراد داخله، خاصة الإناث، يتشكل من خلال تفاعل معقد بين الرغبة في الحضور الرقمي وبين الحاجة إلى الأمان الاجتماعي والرمزي.

¹ صبرينة بن جامع. الضبط الاجتماعي منظور نظري. مجلة العلوم الإنسانية. العدد 74. جامعة محمد خيضر. بشكرة. جوان 2017. ص 568.567

- الجدول رقم "10" يوضح لا مشكلة في وضع الصورة الحقيقية على البروفايل في الانستغرام.

التردد	النسبة	الرغبة
12	24%	موافق
1	2%	محايد
25	50%	غير موافق
12	24%	غير موافق بشدة
50	100%	المجموع

التحليل الإحصائي:

يبين الجدول رقم (10) مدى اعتبار وضع الصورة الحقيقية على البروفايل في الانستغرام مشكلة، حيث تُظهر النتائج أن أغلبية المبحوثات لا يوافقن على أنه لا توجد مشكلة، إذ بلغت نسبة غير الموافقين (50%) و(24%) لغير الموافقين بشدة، أي ما مجموعه (74%)، مقابل (24%) من الموافقات، ونسبة ضئيلة جدًا من المحايدات. (2%)

التحليل السوسيولوجي:

نستخلص من خلال التوزيع الإحصائي عن اتجاه سوسيولوجي واضح لدى المبحوثات نحو اعتبار وضع الصورة الحقيقية على البروفايل في الانستغرام مسألة إشكالية، حيث تُظهر نسبة الرفض المرتفعة (74%) أن الغالبية لا تتبنى فكرة "عدم وجود مشكلة"، ما يعني ضمناً أنهن يدركن وجود مخاطر أو تحفظات مرتبطة بهذا السلوك.

يمكن تفسير هذا المعطى في إطار استمرار تأثير البنية القيمية للمجتمع، خاصة ما يتعلق بمعايير الحشمة، والخصوصية، والحفاظ على السمعة، حيث يُنظر إلى الصورة الشخصية كعنصر حساس قد يعرض صاحبه للتقييم الاجتماعي أو التفاعل غير المرغوب فيه. كما يعكس هذا الوعي نوعاً من الحذر الرقمي، الناتج عن تجارب مباشرة أو غير مباشرة مع الفضاء الافتراضي، الذي قد يتضمن أشكاً من التعليقات السلبية أو المضايقات.

من جهة أخرى، يدل ضعف نسبة الموافقين (24%) على أن تبني رؤية أكثر تحرراً تجاه نشر الصورة الحقيقية لا يزال محدوداً، رغم انتشار ثقافة الصورة على منصات التواصل الاجتماعي. وهذا يشير إلى أن

المبحوثات، رغم انخراطهن في الفضاء الرقمي، يقمن بإعادة تكييف سلوكهن وفق ما يتماشى مع القيم الاجتماعية السائدة.

أما النسبة الضئيلة جداً للمحايدات (2%) فتعكس وضوح المواقف لدى أغلب المبحوثات، حيث لا يوجد تردد كبير في هذا الموضوع، بل اتجاهات محددة إما بالرفض أو القبول، مع غلبة واضحة للرفض. وعليه، فإن هذه النتائج تؤكد أن استخدام الإنستغرام لا يتم بمعزل عن السياق السوسيولوجي، بل يخضع لمنظومة من الضوابط والمعايير التي تجعل من مسألة عرض الصورة الحقيقية موضوعاً حساساً، يتم التعامل معه بحذر ووعي اجتماعي مرتفع.

- الجدول رقم "11" يبين أكثر شيء أفكر فيه عندما أضع صورة البروفايل عبر الانستغرام هو محيطي الاجتماعي.

النسبة	التكرار	الرغبة
8%	4	موافق بشدة
42%	21	موافق
20%	10	محايد
26%	13	غير موافق
4%	2	غير موافق بشدة
100%	50	المجموع

التحليل الإحصائي:

يبين الجدول رقم (11) أن المحيط الاجتماعي يُعد من أبرز العوامل التي تفكر فيها المبحوثات عند وضع صورة البروفايل، حيث بلغت نسبة الموافقين (42%) و(8%) للموافقين بشدة، أي ما مجموعه (50%)، مقابل (30%) من غير الموافقين بدرجةاتهم، و(20%) من المحايدات.

التحليل السوسيولوجي:

من خلال هذه القراءة الإحصائية حضوراً معتبراً لتأثير المحيط الاجتماعي في توجيه سلوك المبحوثات داخل الفضاء الرقمي، حيث تُظهر نسبة الموافقة (50%) أن نصف العينة تقريباً تضع في الحسبان آراء وتوقعات المجتمع عند اتخاذ قرار وضع صورة البروفايل. ويمكن تفسير هذه النتيجة في إطار مفهوم الضبط الاجتماعي غير

الرسمي " هو امتثال للمعايير السائدة في المجتمع"¹، حيث لا يتخذ الفرد قراراته بشكل مستقل، بل يخضع لتوقعات الجماعة المرجعية الأسرة، المجتمع، الأصدقاء وتؤكد هذه النتيجة أن الفضاء الرقمي Instagram لا يمثل مجالاً للتحرر المطلق بل هو امتداد للبنية الاجتماعية الواقعية حيث تستمر آليات الرقابة الرمزية في توجيه السلوك كما يمكن الربط ذلك بنظرية غوفمان Goffan حول إدارة الانطباع حيث يحاول المستخدمين تقديم صورة مقبولة اجتماعياً أمام الآخرين.

ذلك سوسيولوجياً بكون الفرد لا يتصرف في الفضاء الافتراضي بمعزل عن الجماعة، بل يظل خاضعاً لمنطق "الرقابة الاجتماعية" وتمثلات الآخر، خاصة في المجتمعات التي تُعلي من قيمة الانتماء والامتثال للمعايير السائدة.

فالمحيط الاجتماعي هنا يشكل مرجعية معيارية تضبط حدود ما هو مقبول أو مرفوض في عرض الصورة الشخصية، حيث تسعى المبحوثات إلى تفادي أي سلوك قد يعرضهن للنقد أو يؤثر على صورتهم الاجتماعية. كما يمكن فهم هذا في إطار ما يُعرف بإدارة الانطباع، إذ تحاول المبحوثات تقديم صورة رقمية منسجمة مع توقعات الجماعة، بما يحافظ على التوازن بين الحضور في الفضاء الرقمي والقبول الاجتماعي. في المقابل، فإن نسبة غير الموافقين (30%) تشير إلى وجود فئة تتجه نحو قدر من الاستقلالية في اتخاذ القرار الرقمي، بحيث لا تعطي أهمية كبيرة لضغوط أو آراء المحيط الاجتماعي، وهو ما قد يعكس تحولات قيمية مرتبطة بالفردانية أو بتأثير الثقافة الرقمية المعولة. أما نسبة المحايدات (20%) فتعكس حالة وسطية من التردد، حيث قد يتغير موقف هذه الفئة بحسب السياق أو نوعية التفاعل الاجتماعي.

¹ سليمان بن قاسم الفالح. ضبط الاجتماعي. دراسة في ضوء الأطر الفكرية والنظرية والمنهج الإسلامي وتطبيقاته على المجتمع السعودي. العبيكات لنشر والتوزيع. ط 1. الرياض. 2020. ص31.

- الجدول رقم "12" يبين المجتمع يمارس رقابة شديدة على المرأة لذلك أفضل الا أضع صورتي عبر الانستغرام.

الترتبة	التكرار	النسبة
موافق بشدة	6	12%
موافق	22	44%
محايد	9	18%
غير موافق	10	20%
غير موافق بشدة	3	6%
المجموع	50	100%

التحليل الاحصائي:

يبين الجدول رقم (12) أن نسبة معتبرة من المبحوثات ترى أن المجتمع يمارس رقابة شديدة على المرأة، مما يدفعهن لتفضيل عدم وضع صورهن عبر الانستغرام، حيث بلغت نسبة الموافقين (44%) و(12%) للموافقين بشدة، أي ما مجموعه (56%)، مقابل (26%) من غير الموافقين، و(18%) من المحايدين.

تحليل سوسيولوجي:

يكشف هذا المعطى عن حضور قوي لما يمكن تسميته بالرقابة الاجتماعية المفروضة على المرأة داخل الفضاءين الواقعي والرقمي، حيث تُدرك المبحوثات أن سلوكهن على منصات التواصل، خاصة ما يتعلق بعرض الصورة الشخصية، لا يفهم كاختيار فردي خالص، بل كفعل اجتماعي خاضع للتقييم والمساءلة. فالمجتمع، في تمثلاتهن، لا يكتفي بوضع معايير عامة، بل يمارس نوعاً من "الضبط الرمزي" الذي يحدد ما ينبغي أن تظهر به المرأة في الفضاء العام، بما في ذلك الفضاء الافتراضي.

هذا الإدراك يدفع العديد من المبحوثات إلى تبني استراتيجيات حذرة في تقديم ذواتهن رقمياً، من بينها تجنب نشر الصور الشخصية، كآلية لتفادي الأحكام الاجتماعية أو التأويلات السلبية التي قد تمس بالسمعة. ويعكس ذلك استمرار هيمنة النسق الثقافي الذي يربط صورة المرأة بقيم الشرف والخصوصية، مما يجعل جسدها وصورتها موضوعاً للضبط والمراقبة أكثر من كونه مجالاً للتعبير الحر عن الذات.

من جهة أخرى، يمكن فهم هذا السلوك في إطار "الرقابة الذاتية"، حيث تستبطن المبحوثات نظرة المجتمع وتعيد إنتاجها في قراراتهن اليومية، حتى في غياب رقابة مباشرة، وهو ما يعكس قوة التنشئة الاجتماعية

في تشكيل الوعي والسلوك. كما يشير إلى أن الفضاء الرقمي، رغم ما يتيح من إمكانيات للتعبير، لا يزال يعيد إنتاج نفس علاقات القوة والتمييز القائمة في الواقع.

- الجدول رقم "13" يبين محيطي الأسري يعطيني حرية أكبر في نشر صورتي على الانستغرام.

التردد	النسبة	الرغبة
2	4%	موافق بشدة
6	12%	موافق
9	18%	محايد
21	42%	غير موافق
12	24%	غير موافق بشدة
50	100%	المجموع

التحليل الاحصائي:

يبين الجدول رقم (13) أن أغلبية المبحوثات لا يرين أن محيطهن الأسري يمنحهن حرية أكبر في نشر صورهن على الانستغرام، حيث بلغت نسبة غير الموافقين (42%) و(24%) لغير الموافقين بشدة، أي ما مجموعه (66%)، مقابل (16%) فقط من الموافقين، و(18%) من المحايدين.

التحليل السوسيولوجي:

يعكس هذا المعطى استمرار حضور الأسرة كفاعل سوسيولوجي مركزي في ضبط السلوك الرقمي للمبحوثات، حيث لا يُنظر إلى المنصات كفضاء منفصل، بل كامتداد لـ "المجال الخاص" الخاضع لسلطة العائلة ومعاييرها. إن تغييب الإحساس بالحرية في نشر الصور يعكس استبطان المبحوثات لآليات الرقابة، وهو ما يتقاطع مع أطروحة ميشيل فوكو حول "السلطة الانضباطية" التي تجعل الفرد يراقب نفسه بنفسه دون حاجة لرقيب مباشر. فالمبحوثات يمارسن ما يسميه أرفينغ غوفمان "إدارة الانطباع"، عبر تنظيم صورتهن الرقمية بما يتوافق مع "الرأسمال الرمزي" للأسرة وقيم السمعة والخصوصية. ورغم هيمنة هذا النسق التقليدي الذي يحد من المبادرة الفردية، إلا أن وجود توجهات مغايرة، ولو كانت محدودة، يشير إلى "مفاوضات" صامتة تسعى من خلالها بعض المبحوثات لإعادة تعريف حريتهن الرقمية، مما يضعنا أمام حالة انتقالية تعكس صراعاً بين منطقتين: منطق "الامتثال الجمعي" التقليدي، ومنطق "الفردانية" الناشئ، لتظل الممارسة الرقمية للإنثا محكومة بتوازن دقيق بين الرغبة في التعبير والامتثال للحدود الاجتماعية.

1. عرض وتحليل نتائج الفرضية الاولى هناك فروق دالة احصائية في تخوف أفراد العينة من نظرة محيطهم الأسري بسبب وضع صورهم الشخصية على الانستغرام من حيث متغير السن.

- الجدول رقم "14": يبين العلاقة بين السن والانزعاج من تفاعل الجنس الاخر مه الصورة الشخصية في البروفايل.

السن										الانزعاج من تفاعل الجنس الاخر مع الصورة الشخصية في البروفايل
المجموع		37 فما فوق		36-32		31-27		26-22		
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
%16	08	%24	06	%05	01	00	00	%25	01	
%32	16	%12	03	%50	10	%100	1	%50	02	
%28	14	%32	08	%25	05	00	00	%25	01	
%16	08	%24	06	%10	02	00	00	00	00	
%08	04	%08	02	%10	02	00	00	00	00	
%100	50	%100	25	100	20	100	1	%100	4	

التحليل الاحصائي:

يبين الجدول رقم 14 أن أعلى نسبة سُجلت كانت لفئة "موافق" بـ 32% من إجمالي العينة، وقد تدعمت هذه النسبة أساساً من الفئة العمرية 36-32 سنة بنسبة 50%، تليها فئة 26-22 سنة بنفس النسبة 50%، ثم فئة 37 سنة فما فوق بنسبة 12%، في حين سجلت الفئة 31-27 سنة نسبة 100% لكنها غير معبرة نظراً لضعف حجمها. ويعكس ذلك أن الاتجاه نحو الموافقة على الانزعاج يبرز بشكل أوضح لدى الفئات المتوسطة.

تليها في المرتبة الثانية فئة "محايد" بنسبة 28%، وقد تدعمت أساساً من الفئة 37 سنة فما فوق بنسبة 32%، ثم الفئتين 36-32 سنة و 26-22 سنة بنسبة متساوية بلغت 25% لكل منهما، وهو ما يدل على أن الفئة الأكبر سنّاً تميل أكثر إلى الحياد مقارنة بغيرها.

أما في المرتبة الثالثة فنجد فئة "موافق بشدة" بنسبة 16%، والتي تدعمت بشكل أساسي من الفئة 32-36 سنة بنسبة 25%، تليها الفئة 22-26 سنة بنفس النسبة 25%، ثم الفئة 37 سنة فما فوق بنسبة 24%، بينما تنعدم في الفئة 27-31 سنة، ما يشير إلى أن شدة الانزعاج ترتبط أكثر بالفئات المتوسطة والشابة. وتتقاسم المرتبة الرابعة فئة "غير موافق" بنسبة 16%، حيث تدعمت أساساً من الفئة 37 سنة فما فوق بنسبة 24%، تليها الفئة 32-36 سنة بنسبة 10%، مع غيابها لدى الفئات الأصغر، وهو ما يعكس تراجع مستوى الانزعاج لدى الفئات الأكبر سناً.

وأخيراً تأتي فئة "غير موافق بشدة" بنسبة 8% كأضعف نسبة، وقد تدعمت من الفئة 32-36 سنة بنسبة 10% ثم الفئة 37 سنة فما فوق بنسبة 8%، مع انعدامها تماماً لدى الفئات الأصغر.

التحليل السوسولوجي:

يعكس هذا التوزيع تبايناً سوسولوجياً واضحاً في تمثيلات المبحوثات لمسألة الانزعاج وفق متغير السن، حيث يبدو أن التجربة العمرية تلعب دوراً حاسماً في تشكيل المواقف داخل الفضاء الرقمي. فبروز الاتجاه نحو الموافقة، خاصة لدى الفئات المتوسطة، يشير إلى أن هذه الفئة تعيش نوعاً من الوعي المزدوج؛ فهي من جهة مندمجة نسبياً في استخدام وسائل التواصل الاجتماعي، ومن جهة أخرى أكثر إدراكاً لمخاطرها الاجتماعية، خاصة ما يتعلق بالتفاعل مع الآخرين ونظرتهم.، يمكن تفسير ذلك بمفهوم ارفينغ غوفمان حول "الحفاظ على الوجه"، حيث تهتم هذه الفئة بنفسها في مرحلة تداخل الأدوار الاجتماعية، مما يجعلها أكثر حرصاً على صورتها العامة.

وهذا الوعي يجعل الفئات المتوسطة أكثر حساسية تجاه مسألة الانزعاج، لأنها غالباً ما تكون في مرحلة اجتماعية تتسم بتعدد الأدوار (مهنية، أسرية، اجتماعية)، مما يزيد من حرصها على صورتها الاجتماعية ويجعلها أكثر تأثراً بأي تفاعل قد يُفهم بشكل سلبي. كما يمكن تفسير ذلك بكون هذه الفئة أكثر احتكاكاً بالواقع الرقمي، ما يمنحها خبرة مباشرة في التعامل مع مواقف قد تولد شعوراً بعدم الارتياح.

في المقابل، يُلاحظ أن الفئة الأكبر سناً تميل إلى الحياد بما يسميه بيير بورديو (Pierre Bourdieu) بـ "المسافة النقدية" أو ضعف الاندماج في "الحقل الرقمي"، حيث لا يُنظر إلى التفاعلات الرقمية بنفس الحساسية التي تميز الفئات الأصغر. كما قد يعكس ذلك نوعاً من النضج الاجتماعي الذي يقلل من تأثير "نظرة الآخر" في تشكيل السلوك.

أما الفئات الأصغر، فرغم انخراطها الكبير في العالم الرقمي، فإنها تُظهر مزيدًا من القبول والانزعاج، وهو ما يعكس حالة من التذبذب بين الرغبة في التعبير عن الذات والانفتاح، وبين الخوف من التقييم الاجتماعي أو التعرض لتفاعلات غير مرغوب فيها. ويمكن فهم هذا في إطار سعي هذه الفئة إلى بناء هويتها الرقمية، مع ما يرافق ذلك من حساسية تجاه ردود الفعل.

إن هذه النتائج تبرز أن الإحساس بالانزعاج داخل الفضاء الرقمي ليس ثابتًا، بل يتشكل وفق المسار العمري والتجارب الاجتماعية، حيث تتداخل عوامل الخبرة، والنضج، والاندماج الرقمي، لتحديد كيفية إدراك الأفراد للتفاعلات الاجتماعية عبر المنصات الرقمية.

- الجدول رقم "15" يبين العلاقة بين الحالة الاجتماعية ومشكلة في وضع الصورة الحقيقية على البروفايل في الانستغرام.

الحالة الاجتماعية										مشكلة في وضع الصورة الحقيقية على البروفايل في الانستغرام
المجموع		أرملة		مطلقة		متزوجة		عزباء		
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
%24	12	100 %	01	%00	00	%13.6	03	%34.8	08	موافق
%02	01	%00	00	%00	00	%00	00	%4.3	01	محايد
%50	25	%00	00	%50	02	%40.9	09	%60.9	14	غير موافق
%24	12	%00	00	%50	02	%45.5	10	%00	00	غير موافق بشدة
%100	50	100 %	01	100	04	%100	22	%100	23	المجموع

التحليل الإحصائي:

تُظهر معطيات الجدول أن أعلى نسبة كانت لفئة غير الموافقين على وجود مشكلة في وضع الصورة الحقيقية على البروفايل، حيث بلغت 50% من إجمالي العينة، وتدعمت هذه النسبة بما سجلته العازبات بنسبة 60.9%، تليها المتزوجات بنسبة 40.9% ثم المطلقات بنسبة 50%، وهو ما يعكس ميلًا عامًا نحو عدم اعتبار ذلك مشكلة. تليها مباشرة فئة غير الموافقين بشدة بنسبة 24%، حيث برزت المتزوجات بنسبة 45.5%

والمطلقات بنسبة 50%، ما يعزز الاتجاه الرفض بقوة لفكرة وجود مشكلة. وفي نفس المستوى تقريباً جاءت فئة الموافقين بنسبة 24%، مدعومة أساساً بالعازبات بنسبة 34.8% ثم المتزوجات بنسبة 13.6%، مع تسجيل نسبة 100% للأرملة، رغم محدودية تمثيلها العددي. أما أدنى نسبة فقد كانت لفئة المحايدين بـ 2% فقط، وسُجلت عند العازبات بنسبة 4.3%، في حين غابت تمامًا لدى باقي الفئات، وهو ما يدل على ضعف التردد في المواقف ووضوح الاتجاه العام نحو الرفض.

التحليل السوسيولوجي:

يعكس هذا التوزيع الإحصائي عن تحولاً في التمثيلات السوسيولوجية للمبحوثات من خلاله تميل فيه إلى عدم اعتبار وضع الصورة الحقيقية على البروفایل مشكلة، وهو ما يشير إلى أن هذا السلوك الرقمي أصبح، في نظر جزء معتبر من المبحوثات، ممارسة عادية داخل الفضاء الرقمي وليست محل تحفظ اجتماعي قوي كما قد يُتوقع. ويمكن فهم هذا التحول باعتباره جزءاً من إعادة تشكيل التمثيلات المرتبطة بالهوية الرقمية، حيث لم تعد الصورة الشخصية تُحمّل بالمعاني التقليدية ذات الطابع الحساس بنفس الدرجة السابقة.

كما يظهر أن هذا الاتجاه العام لا يخلو من اختلافات مرتبطة بالحالة الاجتماعية، حيث تبدو العازبات أكثر ميلاً إلى تبني هذا التصور، وهو ما قد يعكس انخراطاً أكبر في الفضاء الرقمي ورغبة في استخدامه كفضاء للتعبير عن الذات وبناء الحضور الاجتماعي. في المقابل، يظهر لدى المتزوجات والمطلقات حضور أكبر للمواقف الراضية أو الراضية بشدة، وهو ما يمكن تفسيره باستمرار تأثير البنية الاجتماعية التقليدية التي ترتبط فيها صورة المرأة بمعايير أكثر تحفظاً، إضافة إلى المسؤوليات الاجتماعية التي قد تزيد من الحساسية تجاه مسألة الظهور العلني.

كما أن بروز فئة راضية بشدة يعزز فكرة أن جزءاً من المبحوثات ما يزال يتبنى تصوراً حذراً تجاه نشر الصورة الحقيقية، انطلاقاً من اعتبارات تتعلق بالخصوصية أو السمعة أو نظرة المجتمع. أما فئة الموافقات فتعكس في المقابل توجهاً أكثر انفتاحاً، حيث يتم التعامل مع الصورة الشخصية كجزء طبيعي من التفاعل الرقمي وإثبات الهوية داخل الشبكات الاجتماعية، مع وجود بعض الحالات الفردية التي تعزز هذا الاتجاه بشكل أقوى.

في حين أن ضعف فئة المحايدين يكشف عن وضوح المواقف وعدم وجود تردد كبير، مما يدل على أن موضوع الصورة الشخصية لم يعد قضية رمادية بقدر ما أصبح مجالاً لاتجاهات واضحة، يغلب عليها إما القبول

أو الرفض. وعليه، فإن هذه النتائج تعكس ديناميكية اجتماعية تتقاطع فيها العوامل الثقافية والاجتماعية والتجارب الفردية في تشكيل تمثيلات المبحوثات للظهور الرقمي ومعناه داخل الفضاء الافتراضي.

2. عرض وتحليل الفرضية: هناك فروق دالة احصائية في رفض أفراد العينة نشر صورهن على الانستغرام بسبب الرقابة الشديدة للمجتمع من حيث متغير مكان الإقامة.
- الجدول رقم "16": يبين العلاقة بين مكان الإقامة وأكثر شيء أفكر فيه عندما أضع صورة البروفايل عبر الانستغرام هو محيطي الاجتماعي.

مكان الإقامة						أكثر شيء أفكر فيه عندما أضع صورة البروفايل عبر الانستغرام هو محيطي الاجتماعي.
المجموع		غير حضري		حضري		
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
%08	04	%20	01	%6.7	03	موافق بشدة
%42	21	%60	03	%40	18	موافق
%20	10	%00	00	%22.2	10	محايد
%26	13	%20	01	%26.7	12	غير موافق
%04	02	%00	00	%4.4	02	غير موافق بشدة
%100	50	%100	05	%100	45	المجموع

التحليل الاحصائي:

تُبين معطيات الجدول أن أعلى نسبة سُجلت لفئة الموافقين على أن أكثر ما يفكرون فيه عند وضع صورة البروفايل هو محيطهم الاجتماعي، حيث بلغت 42% من إجمالي العينة، وقد تدعمت هذه النسبة بما سجلته الفئة الحضرية بنسبة 40%، مقابل 60% لدى غير الحضريين، ما يدل على حضور هذا العامل لدى الفئتين مع تفوق نسبي لغير الحضريين. تليها فئة غير الموافقين بنسبة 26%، مدعومة بنسبة 26.7% لدى الحضريين و20% لدى غير الحضريين، وهو ما يعكس وجود اتجاه معتبر لا يضع المحيط الاجتماعي ضمن أولويات التفكير. ثم تأتي فئة المحايدين بنسبة 20%، وقد سُجلت هذه النسبة بالكامل لدى الحضريين بنسبة 22.2%، في حين غابت لدى غير الحضريين، مما يشير إلى نوع من التردد أو عدم الحسم داخل الوسط الحضري فقط. بعد ذلك نجد فئة الموافقين بشدة بنسبة 8%، حيث بلغت 6.7% لدى الحضريين و20% لدى غير

الحضريين، وهو ما يعزز فكرة أن بعض الأفراد، خاصة من غير الحضريين، يولون أهمية كبيرة للمحيط الاجتماعي. وأخيراً سُجلت أدنى نسبة لدى فئة غير الموافقين بشدة بـ 4%، وقد ظهرت فقط لدى الحضريين بنسبة 4.4%، مقابل غيابها التام لدى غير الحضريين، مما يدل على محدودية الرفض القوي لهذا الطرح.

التحليل السوسولوجي:

تُظهر القراءة السوسولوجية لنتائج الجدول رقم (16)، والمتعلق بالعلاقة بين مكان الإقامة ومدى استحضار المحيط الاجتماعي عند اختيار صورة البروفایل عبر منصة إنستغرام، أن قرار وضع صورة لا يُبنى كقرار فردي معزول، بل يتشكل داخل شبكة من التأثيرات الاجتماعية التي يتصدرها المحيط كمرجعية أساسية للتقييم والتوجيه. ويشير هذا المعطى إلى أن "نظرة الآخر" ما تزال فاعلة في ضبط سلوك الأفراد داخل الفضاء الرقمي، حيث يتم استحضار توقعات المجتمع حتى في القرارات المرتبطة بالهوية الرقمية، وهو يمثل امتداداً لآليات "الضبط الاجتماعي غير الرسمي كما يراها إدوارد روس، إذ لاثمارس الرقابة هما بشكل مباشر، بل عبر "الاستبطان الداخلي".

وهذه المعايير التي تدفع بالمستخدمات إلى تراجع خياراتها البصرية قبل التعبير عنها رقمياً، ويتجلى هذا التأثير بشكل كبير وسوسولوجيا لدى الفئات غير الحضرية نتيجة تشابك الروابط التقليدية فيما يعرف "بالتضامن الآلي" عند دوركايم، في الجهة الأخرى يبرز الوسط الحضري الذي يسير نحو اتجاه الفردي وتخلل نسبي من سلطة الجماعة

ومن زاوية سوسولوجية، التي تهدف لها دراستنا فإن النتائج تعزز مفهوم "الهابيتوس" **Habitus** لبير بورديو حيث يعكس اختيار صورة الخلفية أو البروفایل بنية ذهنية مكتسبة سوسيوثقافياً توازن بين الرغبة في الظهور والامتثال للمحيط، كما يتقاطع هذا التحليل مع نظرية "إدارة الانطباع" لإرفينغ غوفمان، حيث تتحول صورة الخلفية في إنستغرام إلى جزء من الأداء المسرحي الذي تهدف من خلاله المستخدمات إلى التشبث بصورتهن الاجتماعية وتحشى من التقييم سلبي الذي يمس مكانتهن، يمكن فهم هذا المعطى باعتباره امتداداً للضبط الاجتماعي غير الرسمي، حيث لا تُمارس الرقابة بشكل مباشر، بل من خلال الاستبطان الداخلي للمعايير الاجتماعية التي تجعل الفرد يراجع سلوكه قبل التعبير عنه رقمياً. ويبدو أن هذا التأثير يزداد وضوحاً لدى الفئات غير الحضرية، حيث تظل الروابط الاجتماعية التقليدية أكثر كثافة، ما يعزز حضور الجماعة كمرجع في اتخاذ القرار.

في المقابل، يظهر لدى جزء من المبحوثات اتجاه معاكس لا يمنح المحيط الاجتماعي نفس الوزن في تحديد خياراتهن الرقمية، وهو ما يمكن تفسيره بوجود تحولات في بنية القيم نحو مزيد من الفردانية، خاصة داخل السياقات الحضرية التي تتميز بتنوع اجتماعي أكبر ومرونة أعلى في أنماط التفاعل. كما أن بروز فئة محايدة داخل الوسط الحضري يعكس حالة من التذبذب بين الامتثال للمعايير الاجتماعية والرغبة في الاستقلالية في إدارة الهوية الرقمية.

أما الفئة التي تولي أهمية كبيرة جدًا للمحيط الاجتماعي، فهي تعكس استمرار منطق الانتماء الجماعي القوي، حيث لا يزال الفرد يحرص على توافق سلوكه الرقمي مع توقعات محيطه، تفاديًا لأي تقييم سلبي أو تأثير على صورته الاجتماعية. وفي المقابل، فإن وجود فئة ترفض بشدة هذا التأثير يشير إلى بداية تشكل أنماط سلوك أكثر استقلالية، تتعامل مع الفضاء الرقمي كمساحة شخصية أكثر حرية في التعبير عن الذات.

وعليه، فإن هذه النتائج تكشف عن تداخل معقد بين البنية الاجتماعية التقليدية والتحولات الحديثة في أنماط العيش الرقمي، حيث لا يزال المحيط الاجتماعي حاضرًا كفاعل مؤثر، لكنه لم يعد مطلق التأثير، بل أصبح جزءًا من عملية تفاوض مستمرة بين الفرد ومجتمعه داخل الفضاء الافتراضي.

- الجدول رقم "17": يبين العلاقة بين الوضعية المهنية ومحيطي الأسري يعطيني حرية أكبر.

الوضعية المهنية								محيطي الأسري يعطيني حرية أكبر
المجموع		طالبة		ماكثة في البيت		موظفة		
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
%04	02	%00	00	%00	00	%5.6	02	
%12	06	%20	01	%00	00	%13.9	05	موافق بشدة
%18	09	%00	00	%22.2	02	%19.4	07	موافق
%42	21	%80	04	%44.4	04	%36.1	13	محايد
%24	12	%00	00	%33.3	03	%25	09	غير موافق
%100	50	%100	05	%100	09	%100	36	غير موافق بشدة
المجموع								

التحليل الاحصائي:

تُظهر معطيات الجدول أن أعلى نسبة سُجلت لفئة غير الموافقين على أن المحيط الأسري يمنح حرية أكبر، حيث بلغت 42% من إجمالي العينة، وقد تدعمت هذه النسبة بما سجلته الطالبات بنسبة مرتفعة بلغت 80%، تليها الماكثات بالبيت بنسبة 44.4% ثم الموظفات بنسبة 36.1%، وهو ما يعكس اتجاهًا عامًا نحو الإحساس بضعف الحرية داخل المحيط الأسري خاصة لدى الطالبات. تليها فئة غير الموافقين بشدة بنسبة 24%، مدعومة بنسبة 33.3% لدى الماكثات بالبيت و25% لدى الموظفات، في حين غابت لدى الطالبات، مما يعزز وجود موقف رافض بقوة لدى بعض الفئات. ثم تأتي فئة المحايد بنسبة 18%، حيث سجلت الماكثات بالبيت نسبة 22.2% والموظفات 19.4%، مع غيابها لدى الطالبات، ما يدل على تردد نسبي لدى هاتين الفئتين. بعد ذلك نجد فئة الموافقين بنسبة 12%، مدعومة أساسًا بنسبة 20% لدى الطالبات و13.9% لدى الموظفات، مع غيابها لدى الماكثات بالبيت، وهو ما يشير إلى محدودية الشعور بالحرية داخل الأسرة. وأخيرًا سُجلت أدنى نسبة لدى فئة الموافقين بشدة بـ 4% فقط، وقد ظهرت عند الموظفات بنسبة 5.6%، مع غيابها التام لدى باقي الفئات، مما يؤكد ضعف الإحساس القوي بالحرية الأسرية لدى معظم أفراد العينة.

التحليل السوسولوجي:

تعكس هذه النتائج أن أغلب المبحوثات لا يشعرن بأن المحيط الأسري يمنحهن حرية أكبر في نشر صورهن، وهو ما يدل على استمرار تأثير الأسرة كإطار ضابط للسلوك داخل الفضاء الرقمي. ويمكن تفسير ذلك بأن القرارات المرتبطة بالصورة الشخصية لا تزال تخضع لاعتبارات أسرية وقيم اجتماعية تحد من هامش الحرية الفردية، خاصة فيما يتعلق بتمثيل المرأة لذاتها عبر الإنترنت.

كما يظهر أن هذا الإحساس بعدم الحرية يختلف حسب الوضعية الاجتماعية، حيث تبدو الطالبات أكثر شعورًا بالقيود مقارنة بباقي الفئات، وهو ما يمكن ربطه باستمرار خضوعهن المباشر للسلطة الأسرية ومراقبة السلوك اليومي. في حين تُظهر بعض الفئات الأخرى تباينًا بين الشعور بالقيود ومحاولة التكيف معها، من خلال مواقف وسطية أو أقل حدة.

في المقابل، تبقى فئة ترى وجود حرية داخل المحيط الأسري محدودة نسبياً، ما يعكس بداية تحولات في طبيعة العلاقات الأسرية، لكنها تحولات غير مكتملة، حيث لا تزال القيم التقليدية تؤثر بشكل واضح في ضبط السلوك الرقمي.

وعليه، تشير هذه النتائج إلى أن الفضاء الرقمي لا يلغي تأثير الأسرة، بل يعيد إنتاجه بشكل جديد، حيث تستمر الأسرة في لعب دور مهم في توجيه قرارات الأفراد المتعلقة بالظهور والصورة الشخصية.

- الجدول "18": يبين مدى رغبة المبحوثات في تحرر المجتمع من القيود المتعلقة بنشر صورة المرأة على الانستغرام.

الرغبة	التكرار	النسبة
موافق	4	8%
محايد	12	24%
غير موافق	26	52%
غير موافق بشدة	8	16%
المجموع	50	100%

التحليل الاحصائي:

يبين الجدول رقم (18) أن أغلبية المبحوثات لا يوافقن على فكرة أن يكون المجتمع أكثر تحراً في مسألة نشر المرأة لصورتها عبر الانستغرام، حيث بلغت نسبة غير الموافقين (52%) و(16%) لغير الموافقين بشدة، أي ما مجموعه (68%)، مقابل (8%) فقط من الموافقين، و(24%) من المحايدين.

التحليل السوسيولوجي:

تعكس هذه النتائج وجود توجه سوسيولوجي غالب يميل إلى عدم تبني فكرة زيادة تحرر من القيود المجتمع في مسألة نشر المرأة لصورتها عبر الانستغرام، وهو ما يشير إلى استمرار حضور تصورات محافظة تجاه هذه المسألة. ويمكن تفسير إلى رفض التحرر من القيود في الجدول بنسبة 68% ضد التحرر وهذا لاي عني فقط رفض التحرر بل تعكس الاستبطان الداخلي للقيم الاجتماعية حيث تتبنى المبحوثات نفس المعايير التي تقيدهن وهو ما يفسره بيير بورديو بمفهوم الهابشيتوس Habitus أي أن الأفراد يعيدون إنتاج البنية الاجتماعية

دون وعى منهم. ذلك بأن مسألة صورة المرأة في الفضاء الرقمي ما تزال مرتبطة بمنظومة قيم اجتماعية تعتبر الظهور العلني موضوعاً حساساً يخضع للضبط والتقييم الاجتماعي.

كما يدل هذا الرفض على أن جزءاً كبيراً من المبحوثات لا يرى في مزيد من التحرر الرقمي ضماناً إيجابياً بالضرورة، بل قد يرتبط في أذهانهن بمخاوف تتعلق بالخصوصية أو الاستغلال أو التقييم الاجتماعي السلبي. وبالتالي، فإن الموقف هنا لا يعبر فقط عن رفض التغيير، بل عن تصور حذر تجاه نتائجه المحتملة داخل بيئة اجتماعية ما تزال محافظة نسبياً.

في المقابل، فإن ضعف نسبة المؤيدات لفكرة التحرر يعكس أن الاتجاه نحو الانفتاح في هذا المجال لا يزال محدوداً، ويظل مرتبطاً بفئة صغيرة تتبنى رؤية أكثر مرونة تجاه حضور المرأة الرقمي. أما الفئة المحايدة فتعكس حالة من التردد وعدم الحسم، ما يدل على وجود صراع بين قيم تقليدية موروثية وتصورات حديثة مرتبطة بالفضاء الرقمي.

وعليه، توضح هذه النتائج أن مسألة نشر صورة المرأة عبر منصات التواصل ما تزال موضوعاً مثار جدل سوسيولوجي، حيث تتداخل فيه الاعتبارات الثقافية والاجتماعية مع التحولات الرقمية، دون أن يصل المجتمع بعد إلى تبني واضح لفكرة التحرر الكامل في هذا المجال.

- الجدول رقم "19": يبين تأثير القيم المجتمعية في تحديد حرية نشر الصورة الشخصية على الانستغرام.

النسبة	التكرار	الرغبة
02%	1	موافق بشدة
48%	24	موافق
10%	5	محايد
30%	15	غير موافق
10%	5	غير موافق بشدة
100%	50	المجموع

التحليل الاحصائي:

يبين الجدول رقم (19) أن أغلبية المبحوثات ترى أن القيم الثقافية داخل المجتمع تحد من حرية نشر الصورة الشخصية عبر الانستغرام، حيث بلغت نسبة الموافقين (48%) و(2%) للموافقين بشدة، أي ما مجموعه (50%)، مقابل (30%) من غير الموافقين، و(10%) من المحايدين، و(10%) من غير الموافقين بشدة.

التحليل السوسيولوجي:

تُبرز هذه النتائج من زاوية سوسيولوجية مفهوم “الضبط الاجتماعي غير رسمي” على الأفراد من خلال القيم والعادات والتقاليد، وليس عبر القوانين فقط. فالفرد يتجنب نشر صور أو محتويات معينة خوفاً من رفض الاجتماعي أو الأحكام الأخلاقية، مما يعني أن الثقافة تتحول إلى سلطة رمزية تضبط السلوك الرقمي، حيث يتضح أن القيم الثقافية والاجتماعية تلعب دوراً حاسماً في تقييد حرية الأفراد، خاصة فيما يتعلق بتمثيل الذات عبر الفضاء الرقمي. فالقيم هنا لا تُفهم فقط كمبادئ أخلاقية مجردة، بل كمنظومة معيارية تُحدد ما هو مقبول أو مرفوض في عملية نشر الصورة الشخصية.

وتشير المعطيات إلى أن جزءاً معتبراً من المبحوثات يدرك أن هذه القيم تمارس تأثيراً مباشراً على خياراتهن الرقمية، مما يعكس استمرار قوة الثقافة الاجتماعية في توجيه السلوك حتى داخل الفضاء الافتراضي. ويمكن فهم ذلك في إطار “التنشئة الاجتماعية المستمرة”، حيث يتم استبطان هذه القيم وتحوّلها إلى محددات داخلية توجه قرارات الفرد دون حاجة إلى رقابة مباشرة.

في المقابل، يُلاحظ وجود فئة لا ترى أن القيم الثقافية تشكل عائقاً، وهو ما قد يعكس بداية تحولات في الوعي الاجتماعي نحو مزيد من الفردانية وإعادة تعريف حدود الحرية الشخصية في الفضاء الرقمي. كما أن وجود فئة محايدة يدل على تذبذب في المواقف بين الامتثال للقيم التقليدية والانفتاح على ممارسات رقمية أكثر حرية.

تكشف هذه النتائج أن وسائل التواصل الاجتماعي ليست فضاءً حرّاً بالكامل، بل هي امتداد للبنية الاجتماعية والثقافية للمجتمع. فالأفراد يمارسون حريتهم داخل حدود ترسمها القيم الجماعية، مما يؤكد أن الثقافة ما تزال تؤدي دوراً قوياً في تشكيل الهوية والسلوك حتى في العصر الرقمي. كما أن النتائج تعكس وجود تحول تدريجي نحو الفردانية، لكنه لم يبلغ بعد تأثير القيم التقليدية داخل المجتمع.

- الجدول رقم "20": يبين أثر المعتقدات الدينية في منع نشر الصورة الشخصية عبر الانستغرام.

التردد	النسبة	الرغبة
16	32%	موافق بشدة
20	40%	موافق
6	12%	محايد
6	12%	غير موافق
2	4%	غير موافق بشدة
50	100%	المجموع

التحليل الاحصائي:

يبين الجدول رقم (20) أن أغلبية المبحوثات ترى أن الدين يشكل سبباً يمنعهن من نشر صورهن عبر الانستغرام، حيث بلغت نسبة الموافقين (40%) و(32%) للموافقين بشدة، أي ما مجموعه (72%)، مقابل (12%) من غير الموافقين، و(4%) من غير الموافقين بشدة، و(12%) من المحايدين.

التحليل السوسيولوجي:

يُظهر هذا المعطى حضوراً قوياً لما يمكن تسميته بـ "الضبط القيمي الديني" باعتباره أحد أهم المرجعيات الموجهة للسلوك الاجتماعي داخل الفضاء الرقمي، حيث يتبين أن الدين لا يُفهم فقط كمنظومة اعتقادية، بل كإطار معياري يحدد حدود الظهور والتعبير عن الذات، خاصة فيما يتعلق بنشر الصورة الشخصية عبر الانستغرام.

ويعكس هذا الاتجاه أن جزءاً كبيراً من المبحوثات يستبطن القيم الدينية في قراراته الرقمية، بحيث تتحول هذه القيم إلى نوع من الرقابة الذاتية التي تضبط السلوك حتى في غياب رقابة خارجية مباشرة. ويمكن تفسير ذلك في إطار قوة التنشئة الدينية داخل المجتمع، والتي تجعل من الاعتبارات الدينية عنصراً أساسياً في تقييم مدى قبول أو رفض ممارسات الظهور العلني.

في المقابل، تُظهر الفئات الأخرى وجود تصورات مختلفة لا ترى في الدين عائقًا مباشرًا أمام نشر الصورة، وهو ما قد يعكس تنوعًا في مستويات التأويل الديني أو درجة الالتزام به في الحياة اليومية، إضافة إلى تأثير التحولات المرتبطة بالثقافة الرقمية التي تعيد تشكيل بعض الممارسات الاجتماعية.

كما أن وجود فئة محايدة يشير إلى حالة من التردد أو عدم الحسم، حيث قد يتأرجح الموقف بين الالتزام بالقيم الدينية والانفتاح على أنماط جديدة من التعبير الرقمي عن الذات.

وعليه، تكشف هذه النتائج أن الدين ما يزال فاعلاً سوسيولوجيًا مؤثرًا في ضبط السلوك داخل الفضاء الافتراضي، وأن استخدام منصات التواصل لا يتم بمعزل عن المرجعيات القيمية، بل يتشكل داخل تفاعل مستمر بين البعد الديني والتحولات الرقمية المعاصرة.

- الجدول رقم "21": يبين تأثير التقاليد الاجتماعية في منع نشر الصورة الحقيقية عبر الانستغرام.

النسبة	التكرار	الرغبة
18%	9	موافق بشدة
52%	26	موافق
12%	6	محايد
14%	7	غير موافق
4%	2	غير موافق بشدة
100%	50	المجموع

التحليل الإحصائي:

يبين الجدول رقم (21) أن أغلبية المبحوثات ترى أن التقاليد الاجتماعية تمنعهن من نشر صورهن الحقيقية عبر الانستغرام، حيث بلغت نسبة الموافقين (52%) و(18%) للموافقين بشدة، أي ما مجموعه (70%)، مقابل (14%) من غير الموافقين، و(4%) من غير الموافقين بشدة، و(12%) من المحايدين.

التحليل السوسيولوجي:

تُبرز هذه النتائج من منظور سوسيولوجي حضور مفهوم “الضبط الاجتماعي التقليدي” كإطار مرجعي يحدد حدود السلوك داخل الفضاء الرقمي، حيث يتضح أن التقاليد الاجتماعية ما تزال تمارس تأثيراً قوياً على خيارات المبحوثات المتعلقة بنشر صورهن الحقيقية عبر الإنستغرام. فالتقاليد هنا لا تُفهم كعادات موروثة فقط، بل كنظام معياري غير رسمي يحدد ما هو مقبول اجتماعياً وما قد يعرض الفرد للتقييم أو النقد.

ويعكس هذا المعطى أن جزءاً كبيراً من المبحوثات يستبطن هذه التقاليد في سلوكهن الرقمي، مما يؤدي إلى نوع من الرقابة الذاتية التي تدفعهن إلى تقييد ظهورهن أو التحكم في طريقة عرض صورهن. ويمكن تفسير ذلك باستمرار قوة البناء الثقافي التقليدي، خاصة فيما يتعلق بصورة المرأة داخل المجتمع، حيث تُربط مسألة الظهور العلني باعتبارات الشرف والسمعة والانتماء الاجتماعي.

في المقابل، تُظهر الفئات الأخرى وجود اتجاهات أقل ارتباطاً بهذه القيود، وهو ما قد يدل على بداية تحولات في التمثيلات الاجتماعية نتيجة تأثير الثقافة الرقمية، التي تمنح مساحة أكبر للتعبير الفردي وإعادة تعريف حدود الخصوصية والظهور.

أما الفئة المحايدة فتعكس حالة من التردد بين الامتثال للتقاليد والانفتاح على ممارسات رقمية جديدة، ما يدل على وجود صراع رمزي بين المرجعيات التقليدية ومتطلبات العصر الرقمي.

وعليه، تكشف هذه النتائج أن التقاليد الاجتماعية لا تزال تشكل عاملاً أساسياً في تنظيم السلوك داخل الفضاء الافتراضي، وأن استخدام الإنستغرام لا يتم بمعزل عن السياق الثقافي، بل يتأثر بشكل مباشر بمنظومة القيم والمعايير الاجتماعية السائدة.

- الجدول رقم "22": يبين تعرض المبحوثات للانتقادات بسبب صورة البروفايل ومدى توافقها مع التقاليد.

الترغبة	التكرار	النسبة
موافق بشدة	3	6%
موافق	11	22%
محايد	5	10%
غير موافق	23	46%
غير موافق بشدة	8	16%
المجموع	50	100%

التحليل الاحصائي:

يبين الجدول رقم (22) أن أغلبية المبحوثات لا يتعرضن لانتقادات بسبب صورة البروفايل التي يضعنها، حيث بلغت نسبة غير الموافقين (46%) و(16%) لغير الموافقين بشدة، أي ما مجموعه (62%)، مقابل (22%) من الموافقين، و(6%) من الموافقين بشدة، و(10%) من المحاييدات.

التحليل السوسيولوجي:

تكشف هذه النتائج من زاوية سوسيولوجية عن مفهوم "التطبيع الرقمي" لسلوك نشر الصورة الشخصية، حيث يبدو أن وضع صورة البروفايل لم يعد يثير ردود فعل نقدية قوية داخل المحيط الاجتماعي، بل أصبح ممارسة عادية إلى حد كبير داخل الفضاء الافتراضي. وهذا يعكس نوعاً من التحول في تمثيلات المجتمع تجاه الظهور الرقمي، خاصة فيما يتعلق بصورة المرأة.

ويمكن تفسير غياب الانتقادات لدى أغلب المبحوثات بأن معايير التقييم الاجتماعي أصبحت أكثر مرونة مقارنة بالسابق، حيث لم يعد نشر الصورة يُنظر إليه بالضرورة كخرق للمعايير الاجتماعية، بل كجزء من الاستخدام الطبيعي لوسائل التواصل الاجتماعي. كما يدل ذلك على تراجع نسبي لحدة الرقابة الاجتماعية المباشرة، أو تحولها إلى أشكال أقل صراحة وأكثر ضمنية.

في المقابل، فإن وجود فئة لا تزال تتعرض لانتقادات يعكس استمرار حضور بعض التصورات المحافظة داخل المجتمع، والتي ما تزال تربط بين الصورة الشخصية والسمعة أو القيم الأخلاقية. أما الفئة التي لم تحسم موقفها فتعكس تبايناً في الخبرات الاجتماعية، حيث قد تختلف درجة التعرض للنقد حسب السياق الاجتماعي أو طبيعة المحيط.

وعليه، توضح هذه النتائج أن الفضاء الرقمي يشهد عملية إعادة تشكيل للمعايير الاجتماعية، حيث يتجه جزء من المجتمع نحو تقبل أكبر لظهور الأفراد عبر الصور الشخصية، في حين تستمر بعض المواقف التقليدية في ممارسة تأثيرها بشكل محدود ومتفاوت.

- الجدول رقم "23": يبين دور البيئة الثقافية في التحكم في اختيار صورة البروفايل على الانستغرام.

التردد	النسبة	التردد
موافق بشدة	5	10%
موافق	23	46%
محايد	9	18%
غير موافق	9	18%
غير موافق بشدة	4	8%
المجموع	50	100%

التحليل الاحصائي:

يبين الجدول رقم (23) أن أغلبية المبحوثات ترى أن البيئة الثقافية تتحكم في اختيار صورة البروفايل على الانستغرام، حيث بلغت نسبة الموافقين (46%) و(10%) للموافقين بشدة، أي ما مجموعه (56%)، مقابل (18%) من غير الموافقين، و(8%) من غير الموافقين بشدة، و(18%) من المحايدين.

التحليل السوسيولوجي:

تعكس هذه النتائج من منظور سوسيولوجي حضور مفهوم "الهيمنة الثقافية" كإطار يفسر كيفية تشكّل السلوك الرقمي، حيث يتبين أن البيئة الثقافية لا تُمارس تأثيراً خارجياً مباشراً فقط، بل تعمل كمنظومة

رمزية تُوجّه اختيارات الأفراد، بما في ذلك اختيار صورة البروفايل على الإنستغرام. فالصورة هنا لا تُعد مجرد قرار فردي، بل تعبيراً عن مدى توافق الذات مع المعايير والقيم السائدة داخل المجتمع.

ويشير هذا المعطى إلى أن جزءاً معتبراً من المبحوثات يدرك أن اختياراتهنّ الرقمية ليست حرة بالكامل، بل تخضع لاعتبارات ثقافية تحدد ما هو مقبول من حيث الشكل والمضمون. ويمكن تفسير ذلك بأن التنشئة الاجتماعية تجعل الأفراد يستبطنون هذه المعايير، مما يؤدي إلى نوع من الضبط الذاتي في اختيار الصورة بما يتماشى مع توقعات المحيط الاجتماعي والثقافي.

في المقابل، تعكس الفئات الأخرى وجود هامش من الاستقلالية في اتخاذ القرار، حيث لا ترى أن البيئة الثقافية تتحكم بشكل مباشر في هذا الاختيار، وهو ما قد يدل على بروز توجهات فردانية متزايدة داخل الفضاء الرقمي. أما الفئة المحايدة فتعكس حالة من التذبذب بين تأثير الثقافة والرغبة في التعبير الفردي.

وعليه، تؤكد هذه النتائج أن اختيار صورة البروفايل لا يتم بمعزل عن السياق الثقافي، بل يتشكل ضمن شبكة من القيم والمعايير الاجتماعية التي تؤثر بشكل واضح في تمثيلات الأفراد وسلوكهم داخل الفضاء الافتراضي.

- الجدول رقم "24": يبين الفروق بين المرأة والرجل في التعرض للانتقادات عند نشر الصورة الشخصية على الانستغرام.

النسبة	التكرار	الرغبة
18%	9	موافق بشدة
68%	34	موافق
8%	4	محايد
4%	2	غير موافق
2%	1	غير موافق بشدة
100%	50	المجموع

التحليل الاحصائي:

يبين الجدول رقم (24) أن أغلبية المبحوثات ترى أن المرأة تتعرض لانتقادات أكثر من الرجل عند نشر صورتها على البروفايل، حيث بلغت نسبة الموافقين (68%) و(18%) للموافقين بشدة، أي ما مجموعه (86%)، مقابل (4%) من غير الموافقين، و(2%) من غير الموافقين بشدة، و(8%) من المحايدات.

التحليل السوسيولوجي:

تكشف هذه النتائج من منظور سوسيولوجي عن استمرار اختلافات النوع الاجتماعي داخل الفضاء الرقمي، حيث يتضح أن المرأة تُخضع لمستوى أعلى من التقييم الاجتماعي مقارنة بالرجل عند نشر صورتها على منصات التواصل. ويمكن فهم هذا الوضع في إطار "اللامساواة الرمزية"، التي تجعل جسد المرأة وصورتها أكثر عرضة للرقابة والتأويل الاجتماعي.

ويعكس هذا الإدراك لدى المبحوثات أن الفضاء الافتراضي لا يُلغي البنى الاجتماعية التقليدية، بل يعيد إنتاجها بصيغة رقمية، حيث تنتقل التوقعات والمعايير المرتبطة بسلوك المرأة من الواقع إلى العالم الافتراضي. وبالتالي، تصبح الصورة الشخصية مجالاً حساساً يخضع لمعايير مزدوجة، أكثر صرامة تجاه المرأة مقارنة بالرجل.

كما يمكن تفسير هذا المعطى باستمرار تأثير الثقافة الاجتماعية التي تربط بين صورة المرأة ومفاهيم السمعة والقبول الاجتماعي، مما يجعل أي ظهور رقمي لها محل مراقبة أو نقد محتمل. في المقابل، يعكس وجود فئة محدودة لا تتبنى هذا الطرح بداية تحولات في الوعي الاجتماعي، حيث يتم إعادة النظر في الفوارق بين الجنسين داخل الفضاء الرقمي.

أما الفئة المحايدة فتعكس حالة تردد أو عدم وضوح في المواقف، وقد ترتبط بتجارب شخصية متفاوتة في التعرض للنقد حسب السياق الاجتماعي.

وعليه، تؤكد هذه النتائج أن التمييز بين الجنسين لا يزال حاضراً بقوة داخل الفضاء الرقمي، وأن استخدام منصات التواصل يعيد إنتاج بعض أشكال اللامساواة الاجتماعية، خاصة فيما يتعلق بتمثيل المرأة وصورتها العامة.

3. عرض وتحليل الفرضية: هناك فروق دالة احصائية في تأثير القيم الثقافية على أفراد العينة في نشر صورهن الشخصية عبر الانستغرام من حيث متغير حالة الاجتماعية.

- الجدول رقم "25": يبين العلاقة بين الحالة الاجتماعية ويعجبني أن يكون المجتمع أكثر تحراً في مسألة نشر المرأة صورتها عبر الانستغرام.

ويعجبني أن يكون المجتمع أكثر تحراً في مسألة نشر المرأة صورتها عبر الانستغرام.										الحالة الاجتماعية
عزباء		متزوجة		مطلقة		أرملة		المجموع		
التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	
01	4.3%	02	9.1%	00	00%	01	100%	04	8%	موافق
08	34.8%	04	18.2%	00	00%	00	00%	12	24%	محايد
13	56.5%	10	45.5%	03	75%	00	00%	26	52%	غير موافق
01	4.3%	06	27.3%	01	25%	00	00%	08	16%	غير موافق بشدة
23	100%	22	100%	04	100%	01	100%	50	100%	المجموع

التحليل الاحصائي:

تُبين معطيات الجدول أن أعلى نسبة سُجلت لفئة غير الموافقين على فكرة أن يكون المجتمع أكثر تحراً في مسألة نشر المرأة صورتها عبر الانستغرام، حيث بلغت 52% من إجمالي العينة، وقد تدعمت هذه النسبة بما سجلته العازبات بنسبة 56.5%، تليها المتزوجات بنسبة 45.5% ثم المطلقات بنسبة 75%، وهو ما يعكس اتجاهًا عامًا رافضًا لفكرة زيادة التحرر في هذا الجانب. تليها فئة المحايدين بنسبة 24%، مدعومة بنسبة 34.8% لدى العازبات و18.2% لدى المتزوجات، مع غيابها لدى باقي الفئات، مما يشير إلى وجود قدر من التردد خاصة عند العازبات. ثم تأتي فئة غير الموافقين بشدة بنسبة 16%، حيث سجلت المتزوجات نسبة 27.3% والمطلقات 25% والعازبات 4.3%، وهو ما يعزز موقف الرفض القوي لدى بعض الفئات. بعد ذلك نجد فئة

الموافقين بنسبة 8%، مدعومة بنسبة 9.1% لدى المتزوجات و4.3% لدى العازبات، مع تسجيل نسبة 100% لدى الأرملة رغم محدودية تمثيلها العددي. وهو ما يدل على ضعف التأييد لفكرة التحرر في هذا السياق.

الاستنتاج:

تُظهر هذه النتائج من منظور سوسيولوجي أن مسألة "تحرر المجتمع في نشر صورة المرأة" ما تزال خاضعة لهيمنة تمثيلات ثقافية محافظة، حيث يسود اتجاه عام يميل إلى رفض مزيد من الانفتاح في هذا المجال. ويمكن تفسير ذلك باستمرار اشتغال ما يمكن تسميته بـ"الضبط الاجتماعي الرمزي"، الذي يجعل من صورة المرأة موضوعًا حساسًا يرتبط بالقيم والمعايير الاجتماعية أكثر من كونه ممارسة فردية مرتبطة بالاختيار الشخصي.

ويبدو أن هذا الرفض يتغذى من اختلافات مرتبطة بالحالة الاجتماعية، إذ تتباين تمثيلات المبحوثات حسب تجربتهن الاجتماعية ومسارهن الحياتي. فالعازبات، رغم انخراطهن الأكبر في الفضاء الرقمي، يظهرن ترددًا واضحًا بين القبول والرفض، وهو ما يعكس صراعًا بين الانفتاح على الثقافة الرقمية وبين تأثير القيم الاجتماعية التقليدية. أما المتزوجات والمطلقات، فيظهر لديهن ميل أكبر نحو الرفض أو التحفظ، وهو ما يمكن ربطه بتراكم الخبرة الاجتماعية وارتفاع مستوى الحساسية تجاه مسألة الصورة والسمعة داخل المجتمع.

كما أن بروز فئة رافضة بشدة يعكس وجود تمسك قوي بالقيم التقليدية التي ترى أن توسيع حرية نشر صورة المرأة قد يفتح المجال لتأويلات اجتماعية غير مرغوبة. في المقابل، فإن ضعف فئة المؤيدات يشير إلى أن فكرة التحرر في هذا السياق لا تزال محدودة الانتشار، ولم تتحول بعد إلى اتجاه اجتماعي غالب.

أما الفئة المحايدة فتعكس حالة من عدم الحسم، حيث يتجاذبها منطقتان: منطق ثقافي محافظ يحد من حرية الظهور، ومنطق رقمي حديث يشجع على الانفتاح والتعبير عن الذات. وعليه، توضح هذه النتائج أن النقاش حول حرية نشر صورة المرأة عبر الإنترنت ما يزال مجالًا سوسيولوجيًا مفتوحًا، تتحكم فيه توازنات دقيقة بين القيم التقليدية والتحول الرقمية.

- الجدول رقم "26": تبين العلاقة بين مكان الإقامة وأرى أن القيم الثقافية داخل مجتمعي تحدد لي حدوداً لنشر صورتي عبر الانستغرام.

مكان الإقامة						أرى أن القيم الثقافية داخل مجتمعي تحدد لي حدودا لنشر صورتي عبر الانستغرام.
المجموع		غير حضري		حضري		
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
02%	01	00%	00	2.2%	01	موافق بشدة
48%	24	60%	03	46.7%	21	موافق
10%	05	00%	00	11.1%	05	محايد
30%	15	40%	02	28.9%	13	غير موافق
10%	05	00%	00	11.1%	05	غير موافق بشدة
100%	50	100%	05	100%	45	المجموع

التحليل الاحصائي:

تُظهر معطيات الجدول أن أعلى نسبة سُجلت لفئة الموافقين على أن القيم الثقافية داخل المجتمع تحدد حدوداً لنشر الصورة عبر الإنستغرام، حيث بلغت 48% من إجمالي العينة، وقد تدعمت هذه النسبة بما سجلته الفئة غير الحضرية بنسبة 60%، مقابل 46.7% لدى الحضريين، وهو ما يعكس حضوراً قوياً لتأثير القيم الثقافية خاصة لدى غير الحضريين. تليها فئة غير الموافقين بنسبة 30%، مدعومة بنسبة 28.9% لدى الحضريين و40% لدى غير الحضريين، مما يدل على وجود شريحة معتبرة لا ترى أن هذه القيم تمثل قيداً واضحاً. ثم تأتي فئة المحايد بنسبة 10%، وقد سُجلت فقط لدى الحضريين بنسبة 11.1%، مع غيابها لدى غير الحضريين، ما يشير إلى نوع من التردد داخل الوسط الحضري. وبنفس النسبة 10% نجد فئة غير الموافقين بشدة، حيث ظهرت أيضاً فقط لدى الحضريين بنسبة 11.1%، في حين غابت تماماً لدى غير الحضريين، مما يعكس محدودية الرفض القوي. وأخيراً سُجلت أدنى نسبة لفئة الموافقين بشدة بـ 2% فقط، وقد ظهرت لدى الحضريين بنسبة 2.2%، مع غيابها لدى غير الحضريين، وهو ما يدل على أن التأييد القوي لفكرة تأثير القيم الثقافية يبقى ضعيفاً رغم انتشار الموافقة العامة.

التحليل السوسيولوجي:

تُظهر هذه النتائج، من منظور سوسيولوجي، حضور مفهوم “الضبط الثقافي” كإطار مفسر للعلاقة بين الفرد والفضاء الرقمي، حيث يتضح أن القيم الثقافية ما تزال تُشكل مرجعًا أساسيًا يحدد حدود نشر الصورة عبر الإنترنت. فاختيارات الأفراد لا تُبنى بمعزل عن السياق الثقافي، بل تتأثر بما هو متداول من معايير وقيم تحدد المقبول والمرفوض في تمثيل الذات.

ويبدو أن هذا التأثير يزداد وضوحًا في الوسط غير الحضري، حيث تستمر قوة الروابط الاجتماعية التقليدية في ضبط السلوك وتعزيز الامتثال للمعايير الثقافية، بينما يظهر الوسط الحضري أكثر تباينًا في المواقف، مع وجود ترددات واتجاهات أقل حدة، ما يعكس تنوعًا أكبر في مصادر التأثير الثقافي والاجتماعي.

في المقابل، تشير نسبة غير الموافقة إلى وجود اتجاه لا يرى في القيم الثقافية عاملًا حاسمًا، وهو ما قد يرتبط بتنامي الفردانية وتأثير الثقافة الرقمية التي تمنح مساحة أوسع للتعبير الشخصي. أما الفئات المحايدة أو الراضية بشدة، فهي تعكس مواقف أقل انتشارًا، لكنها تكشف عن تباين في درجات الإحساس بتأثير الثقافة بين الأفراد حسب السياق الاجتماعي.

وعليه، تؤكد هذه النتائج أن نشر الصورة عبر الإنترنت لا يُعد فعلًا فرديًا صرفًا، بل هو ممارسة اجتماعية وثقافية تخضع لتأثيرات البيئة الثقافية، مع تفاوت في حدتها بين الوسطين الحضري وغير الحضري.

- الجدول رقم "27": يبين العلاقة والبيئة الثقافية التي أنتمي إليها هي التي تتحكم في اختياري لصورة البروفایل.

مكان الإقامة						والبيئة الثقافية التي أنتمي اليها هي التي تتحكم في اختياري لصورة البروفايل.
المجموع		غير حضري		حضري		
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
%10	05	%00	00	%11.1	05	موافق بشدة
%46	23	%60	03	%44.4	20	موافق
%18	09	%00	00	%20	09	محايد
%18	09	%40	02	%15.6	07	غير موافق
%08	04	%00	00	%8.9	04	غير موافق بشدة
%100	50	%100	05	%100	45	المجموع

التحليل الاحصائي:

تُبين معطيات الجدول أن أعلى نسبة سُجلت لفئة الموافقين على أن البيئة الثقافية التي ينتمين إليها تتحكم في اختيار صورة البروفایل، حيث بلغت %46 من إجمالي العينة، وقد تدعمت هذه النسبة بما سجلته الفئة غير الحضرية بنسبة %60 مقابل %44.4 لدى الحضريين، وهو ما يعكس تأثيراً واضحاً للبيئة الثقافية خاصة خارج الوسط الحضري. تليها فئة المحايدين بنسبة %18، وقد سُجلت هذه النسبة بالكامل لدى الحضريين بنسبة %20، مع غيابها لدى غير الحضريين، مما يدل على وجود نوع من التردد داخل الوسط الحضري. وبنفس النسبة %18 تأتي فئة غير الموافقين، مدعومة بنسبة %15.6 لدى الحضريين و%40 لدى غير الحضريين، وهو ما يشير إلى وجود شريحة ترى أن اختيار صورة البروفایل لا يخضع بالضرورة لتأثير البيئة الثقافية. ثم نجد فئة الموافقين بشدة بنسبة %10، حيث ظهرت فقط لدى الحضريين بنسبة %11.1، مع غيابها لدى غير الحضريين، مما يدل على أن التأييد القوي يتركز داخل الوسط الحضري. وأخيراً سُجلت أدنى نسبة لفئة غير الموافقين بشدة بـ %8، وقد ظهرت كذلك لدى الحضريين بنسبة %8.9، مع غيابها لدى غير الحضريين، وهو ما يعكس محدودية الرفض القوي لهذا الطرح.

تحليل السوسيولوجي:

تُبرز هذه النتائج من منظور سوسيولوجي حضور مفهوم "التأثير الثقافي السياق" في تشكيل اختيارات الهوية الرقمية، حيث يتضح أن البيئة الثقافية تُعد إطارًا مرجعيًا يوجّه بدرجات متفاوتة قرار اختيار صورة البروفايل على الإنستغرام. فالصورة هنا لا تُختار بمعزل عن السياق الاجتماعي، بل تتأثر بمنظومة القيم والمعايير التي تحدد ما هو مقبول داخل كل بيئة اجتماعية.

ويظهر أن هذا التأثير أكثر وضوحًا في الوسط غير الحضري، حيث تستمر قوة الضبط الاجتماعي التقليدي في توجيه السلوك، مما يجعل اختيار الصورة مرتبطًا بشكل أكبر بتوقعات الجماعة والمعايير الثقافية السائدة. في المقابل، يبدو الوسط الحضري أكثر تباينًا في المواقف، حيث تتعايش اتجاهات مختلفة بين التأثير الثقافي والرغبة في الاستقلالية في الاختيار، ما يعكس تعدد مصادر التأثير الاجتماعي داخل هذا السياق.

كما أن وجود فئة لا ترى أن البيئة الثقافية تتحكم في الاختيار يشير إلى بداية بروز توجهات فردانية داخل الفضاء الرقمي، حيث يُعاد تعريف العلاقة بين الفرد ومحيطه الثقافي بشكل أكثر مرونة. أما فئة المحايدين فتعكس حالة تردد مرتبطة بتداخل التأثيرات الثقافية مع التجارب الفردية.

4. عرض وتحليل الفرضية: هناك فروق دالة احصائية في امتناع أفراد العينة مم نشر صورهن على الانستغرام بسبب الوازع الديني من حيث متغير المستوى التعليمي

- الجدول رقم 28: يبين العلاقة بين المستوى التعليمي وتعرض المرأة لانتقادات أكثر من الرجل عند نشرها لصورتها على البروفايل بسبب الثقافة السائدة في مجتمعنا.

المستوى التعليمي						تتعرض المرأة لانتقادات أكثر من الرجل عند نشرها لصورتها على البروفايل بسبب الثقافة السائدة في مجتمعنا.
المجموع		ما قبل الجامعي		الجامعي		
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
%20	10	%50	06	%10.52	04	موافق بشدة
%64	32	%50	06	%68.42	26	موافق
%08	04	%00	00	%10.52	04	محايد
%04	02	%00	00	%5.26	02	غير موافق
%04	02	%00	00	%5.26	02	غير موافق بشدة
%100	50	100M	12	%100	38	المجموع

التحليل الاحصائي:

يبين الجدول رقم (28) الخاص بالعلاقة بين المستوى التعليمي ورأي المبحوثين حول تعرض المرأة لانتقادات أكثر من الرجل عند نشر صورتها على البروفايل بسبب الثقافة السائدة في المجتمع، أن فئة «موافق» جاءت في المرتبة الأولى ضمن المجموع العام بنسبة 64% وبعدد تكرارات بلغ 32 مفردة، حيث سجلت هذه الفئة أعلى نسبة لدى الجامعيين بـ 68.42% وبعدد 26 مفردة، مقابل 50% لدى فئة ما قبل الجامعي وبعدد 06 مفردات. تليها فئة «موافق بشدة» بنسبة 20% من مجموع أفراد العينة وبعدد 10 مفردات، توزعت بين 50% لدى فئة ما قبل الجامعي وبعدد 06 مفردات، و 10.52% لدى الجامعيين وبعدد 04 مفردات.

وفي المرتبة الثالثة جاءت فئة «محايد» بنسبة 08% وبعدد 04 مفردات، وقد سجلت هذه النسبة كلها لدى الجامعيين بنسبة 10.52%، بينما لم تسجل أي نسبة لدى فئة ما قبل الجامعي. ثم جاءت فئة «غير موافق» بنسبة 04% وبعدد مفردتين، وهي كذلك سجلت فقط لدى الجامعيين بنسبة 5.26%، في حين انعدمت لدى فئة ما قبل الجامعي. وأخيراً جاءت فئة «غير موافق بشدة» بالنسبة نفسها المقدرة بـ 04% وبعدد مفردتين، وكلها ضمن فئة الجامعيين بنسبة 5.26% دون تسجيل أي حالة لدى فئة ما قبل الجامعي.

وتبرز هذه النتائج أن أغلبية المبحوثين، خاصة من ذوي المستوى الجامعي، يتفقون على أن المرأة تتعرض لانتقادات أكبر من الرجل عند نشر صورتها الشخصية على مواقع التواصل الاجتماعي، وهو ما يعكس تأثير الثقافة الاجتماعية السائدة في تشكيل الأحكام المرتبطة بحضور المرأة داخل الفضاء الرقمي.

التحليل السوسيولوجي:

يمكن تفسير نتائج الجدول سوسيولوجيًا في ضوء تأثير الثقافة الاجتماعية والمعايير القيمية السائدة داخل المجتمع، حيث أظهرت أغلبية المبحوثين موافقتهم على أن المرأة تتعرض لانتقادات أكثر من الرجل عند نشر صورتها على البروفایل، وهو ما يعكس استمرار النظرة الاجتماعية التقليدية التي تفرض رقابة أكبر على سلوك المرأة داخل الفضاءين الواقعي والافتراضي معًا. فالمجتمع لا يزال ينظر إلى حضور المرأة في مواقع التواصل الاجتماعي من زاوية مرتبطة بالعادات والتقاليد والمحافظة الاجتماعية، في حين يُمنح الرجل هامشًا أوسع من الحرية والتقبل الاجتماعي.

كما تكشف النتائج أن فئة الجامعيين كانت الأكثر إدراكًا لهذه الظاهرة، وهو ما يمكن تفسيره بارتفاع مستوى الوعي الاجتماعي لديهم وقدرتهم على ملاحظة أشكال التفاوت الرمزي بين الجنسين داخل البيئة الرقمية. فرغم الانفتاح التكنولوجي وانتشار استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، إلا أن الثقافة المحلية ما تزال تؤثر في طريقة تقييم سلوك المرأة، خاصة فيما يتعلق بالصورة الشخصية والظهور العلني، حيث تصبح المرأة أكثر عرضة للنقد الاجتماعي أو الأحكام الأخلاقية مقارنة بالرجل.

ومن منظور سوسيولوجي، يمكن ربط هذه النتائج بنظرية الضبط الاجتماعي التي ترى أن المجتمع يمارس أشكالًا مختلفة من الرقابة للحفاظ على القيم والمعايير الجماعية، إذ تتعرض المرأة لضغط اجتماعي أكبر باعتبارها تمثل “صورة الشرف الاجتماعي” داخل الثقافة التقليدية. كما يمكن تفسير ذلك في ضوء نظرية التنشئة

الاجتماعية، حيث يتم غرس أدوار اجتماعية مختلفة لكل من الرجل والمرأة منذ الصغر، ما يؤدي إلى استمرار التمييز في الحكم على السلوك الرقمي لكلا الجنسين حتى داخل الفضاء الافتراضي.

النتائج العامة:

من خلال تفسير وتحليل النتائج الإحصائية للدراسة توصلنا الى مجموعة من النتائج الإحصائية والتفسيرية نذكرها كالآتي:

تُظهر المعطيات أن عينة الدراسة يغلب عليها الطابع الناضج، حيث تهيمن الفئات العمرية 32 سنة فما فوق، مع ضعف تمثيل الفئات الشابة، وهو ما يجعل النتائج تميل إلى إبراز تأثير القيم التقليدية أكثر من الثقافة الرقمية الحديثة.

كما يتضح وجود توازن بين العازبات والمتزوجات، مقابل ضعف تمثيل المطلقات والأرامل، ما يجعل الاتجاهات العامة تعكس أساساً تصورات الفئتين الأكثر حضوراً.

ومن جهة أخرى، يغلب الطابع المهني على العينة، حيث تشكل الوظائف النسبة الأكبر، وهو ما يعكس مستوى من الوعي والتنظيم في استخدام المنصات الرقمية .

كما أن أغلب المبحوثات ينتمين إلى الوسط الحضري، مع مستوى تعليمي جامعي مرتفع، وهو ما يشير إلى أن النتائج تعبر عن فئة واعية ومتعلمة، لكنها في الوقت نفسه قد لا تعكس بشكل كافٍ خصوصيات الوسط غير الحضري أو الفئات الأقل تعليمًا.

النتائج العامة المتعلقة بالفرضية الأولى هناك فروق دالة إحصائية في تخوف أفراد العينة من نظرة محيطهم الأسري بسبب وضع صورهم الشخصية على الإنستغرام

أظهرت نتائج الدراسة أن تخوف أفراد العينة من نظرة المحيط الأسري يمثل عاملاً مؤثرًا في قرار نشر الصورة الشخصية على الإنستغرام، حيث تبين أن جزءًا كبيرًا من المبحوثات يربطن بين نشر الصورة وبين ردود فعل الأسرة وتقييمها.

كما كشفت النتائج أن هذا التخوف لا يرتبط فقط بالأسرة كسلطة مباشرة، بل يتجاوز ذلك إلى رقابة اجتماعية غير مباشرة تمارسها القيم الأسرية داخل الفضاء الرقمي. وقد تبين وجود فروق حسب متغيرات

السن، حيث كانت الفئات المتوسطة أكثر حساسية تجاه هذا العامل مقارنة بباقي الفئات، في حين أظهرت الفئات الأكبر سنًا درجة أقل من الانزعاج أو اعتمادًا أكبر على الحياد

تكشف النتائج أن المحيط الأسري لا يمثل عائقًا مباشرًا وصريحًا أمام نشر الصورة الشخصية، إلا أن ذلك لا يعني وجود حرية مطلقة، حيث يظهر أن الأسرة تُمارس نوعًا من التأثير غير المباشر الذي يدفع إلى التحفظ. كما تبين أن أغلب المبحوثات لا يعتبرن وضع الصورة الشخصية مشكلة في حد ذاته، مما يعكس نوعًا من القبول الاجتماعي لهذا السلوك.

في المقابل، لا يُعد الدافع الجمالي (كالظهور بأناقة) العامل الأساسي في اختيار الصورة، حيث تتقدم عليه اعتبارات اجتماعية وثقافية. كما أن تفاعل الجنس الآخر يمثل عاملاً مؤثرًا نسبيًا في اتخاذ قرار نشر الصورة، ما يعكس استمرار الحساسية تجاه هذا الجانب.

وتبرز النتائج أيضًا أن المحيط الاجتماعي يُعد من أهم المحددات المؤثرة في اختيار صورة البروفایل، حيث تأخذ المبحوثات بعين الاعتبار نظرة الآخرين وتوقعاتهم. كما يظهر بوضوح أن المجتمع يمارس نوعًا من الرقابة على المرأة، وهو ما يدفع نسبة معتبرة إلى التحفظ في الظهور الرقمي.

وفي السياق نفسه، يتضح أن الأسرة لا تُنظر إليها كمصدر يمنح الحرية، بل كعامل قد يحد منها، خاصة لدى الفئات الشابة. كما أن الإحساس بالانزعاج من تفاعل الجنس الآخر يختلف باختلاف السن، حيث يكون أكثر لدى الفئات المتوسطة والشابة، وأقل لدى الأكبر سنًا.

تؤكد هذه النتائج أن سلوك نشر الصورة الشخصية لا تحكمه قرارات فردية خالصة، بل يتأثر بشكل كبير بالمحيط الاجتماعي والأسري

يمكن القول إن الفرضية الأولى متحققة جزئيًا، حيث إن نظرة المحيط الأسري ما تزال تمثل عنصرًا ضاغطًا في تشكيل السلوك الرقمي، لكنها تختلف في حدتها حسب الخصائص الاجتماعية للمبحوثات.

النتائج العامة المتعلقة بالفرضية الثانية هناك فروق دالة إحصائية في رفض أفراد العينة نشر صورهن على الإنترنت بسبب الرقابة الشديدة للمجتمع من حيث الإقامة

بينت النتائج أن أغلبية المبحوثات يرفضن نشر صورهن الشخصية على الإنستغرام نتيجة إدراكهن لوجود رقابة اجتماعية شديدة تمارسها البيئة المحيطة، حيث تُعتبر صورة المرأة موضوعًا حساسًا يخضع للتقييم الاجتماعي والضبط الثقافي.

وقد أظهرت الدراسة أن هذا الرفض يتأثر بمجموعة من العوامل، أبرزها الحالة الاجتماعية والوضعية المهنية ومكان الإقامة، حيث تتباين درجة الرفض بين الفئات المختلفة، مع استمرار هيمنة الاتجاه العام الرفض.

كما تبين أن الرقابة الاجتماعية لا تمارس بشكل مباشر فقط، بل يتم استبطانها داخل وعي الأفراد، مما يؤدي إلى ما يمكن تسميته بالرقابة الذاتية في الفضاء الرقمي.

تُظهر النتائج أن هناك اتجاهًا عامًا رافضًا لفكرة التحرر الكامل في مسألة نشر صور المرأة، حيث تميل أغلب المبحوثات إلى الحذر والاعتدال بدل الانفتاح المطلق. ويعكس ذلك استمرار تأثير القيم الاجتماعية التقليدية في تشكيل المواقف تجاه هذا السلوك.

كما تبين أن القيم الثقافية تمثل عاملاً أساسيًا في تحديد حدود الحرية الرقمية، حيث ترى نسبة معتبرة من المبحوثات أن هذه القيم تضبط سلوكهن على المنصات الاجتماعية. ويزداد هذا التأثير وضوحًا عند ربطه بالمعتقدات الدينية، التي تُعد من أقوى العوامل المانعة لنشر الصور، تليها التقاليد الاجتماعية التي تحدد المقبول والمرفوض في الظهور الرقمي.

ورغم ذلك، فإن التعرض الفعلي للانتقادات بسبب الصور ليس شائعًا بدرجة كبيرة، ما يدل على وجود فجوة نسبية بين التوقعات الاجتماعية والواقع المعيش. ومع ذلك، فإن إدراك وجود رقابة اجتماعية يظل حاضراً بقوة.

كما تؤكد النتائج أن البيئة الثقافية تلعب دورًا مهمًا في توجيه اختيار صورة البروفايل، خاصة في الأوساط غير الحضرية، في حين يظهر نوع من التردد أو التوازن داخل الوسط الحضري.

ومن أهم النتائج كذلك وجود وعي جماعي واضح بأن المرأة تتعرض لانتقادات أكثر من الرجل عند نشر صورتها، وهو ما يعكس وجود تمييز اجتماعي قائم على النوع، مرتبط بالثقافة السائدة.

وعليه، فإن الفرضية الثانية **متحققة بشكل واضح**، إذ تؤكد النتائج أن الرقابة الاجتماعية تمثل عاملاً رئيسياً في الامتناع عن نشر الصور الشخصية عبر الإنترنت.

نتائج الفرضية الثالثة: هناك فروق دالة إحصائية في تأثير القيم الثقافية على أفراد العينة في نشر صورهن الشخصية عبر الإنترنت

كشفت النتائج أن القيم الثقافية تلعب دوراً محورياً في توجيه سلوك المبحوثات داخل الفضاء الرقمي، حيث تعتبر أغلبية العينة أن هذه القيم تحد من حرية نشر الصور الشخصية وتحدد حدود الظهور الاجتماعي عبر الإنترنت.

وقد تبين أن هذا التأثير يختلف حسب متغير الإقامة، حيث يظهر بشكل أقوى لدى غير الحضرين مقارنة بالحضرين، مما يعكس استمرار قوة البنية الثقافية التقليدية في الوسط غير الحضري.

كما أظهرت النتائج أن القيم الثقافية لا تُمارس فقط كقواعد خارجية، بل يتم استبطانها داخل السلوك الفردي، مما يجعلها جزءاً من عملية اتخاذ القرار الرقمي.

ومنه نقول، فإن الفرضية الثالثة **متحققة**، حيث تؤكد النتائج أن القيم الثقافية تشكل عاملاً حاسماً في تحديد حرية نشر الصورة الشخصية عبر الإنترنت.

الفرضية الرابعة: هناك فروق دالة إحصائية في امتناع أفراد العينة عن نشر صورهن على الإنترنت بسبب **الوازع الديني من حيث متغير المستوى التعليمي**

توضح النتائج العامة كذلك أن أغلبية أفراد العينة، باختلاف مستوياتهم التعليمية، يتفقون على أن المرأة تتعرض لانتقادات اجتماعية أكثر من الرجل عند نشر صورتها على البروفایل في مواقع التواصل الاجتماعي، حيث جاءت فئة «موافق» و«موافق بشدة» في المراتب الأولى، وهو ما يدل على إدراك واسع لوجود تفاوت في نظرة المجتمع إلى سلوك المرأة والرجل داخل الفضاء الرقمي. كما تعكس النتائج استمرار تأثير الثقافة الاجتماعية التقليدية والقيم السائدة في توجيه الأحكام الاجتماعية نحو المرأة بشكل أكبر، رغم التطور التكنولوجي واتساع استخدام وسائل التواصل الاجتماعي، الأمر الذي يؤكد أن الفضاء الافتراضي ما يزال متأثراً بالبنية الثقافية والاجتماعية للمجتمع الواقعي.

الاستنتاج العام:

في ضوء التحليل الإحصائي لمختلف الجداول، يتضح أن سلوك المبحوثات في اختيار ونشر الصورة الشخصية على منصة Instagram لا يتم بشكل عفوي أو فردي خالص، بل يخضع بدرجة كبيرة لتأثير منظومة سوسيوثقافية متكاملة، تتداخل فيها القيم الثقافية، التقاليد الاجتماعية، المعتقدات الدينية، إضافة إلى تأثير المحيطين الاجتماعي والأسري.

وقد أظهرت النتائج أن هناك نوعاً من التوازن بين القبول الظاهري لنشر الصورة الشخصية وبين التحفظ الفعلي في الممارسة، حيث لا تعتبر أغلب المبحوثات أن نشر الصورة يمثل مشكلة في حد ذاته، إلا أنهن في المقابل يتجنبن ذلك أو يتحفظن عليه تحت تأثير عوامل غير مباشرة، مثل الخوف من نظرة المجتمع أو تفاعل الجنس الآخر أو القيود الأسرية.

كما كشفت الدراسة عن حضور قوي للرقابة الاجتماعية، سواء بشكل مباشر أو ضمني، حيث تبين أن المحيط الاجتماعي يمثل أحد أهم المحددات في اختيار صورة البروفايل، وأن المرأة تحديداً تخضع لمستوى أعلى من التقييم والانتقاد مقارنة بالرجل، وهو ما يعكس استمرار التمييز القائم على النوع داخل الفضاء الرقمي.

ومن جهة أخرى، برزت القيم الثقافية والمعتقدات الدينية كعوامل حاسمة في ضبط سلوك المبحوثات، حيث تفرض حدوداً واضحة على حرية التعبير البصري، خاصة فيما يتعلق بنشر الصور الشخصية. كما أن التقاليد الاجتماعية لا تزال تلعب دوراً مركزياً في تحديد المقبول والمرفوض، حتى في ظل انتشار وسائل التواصل الاجتماعي.

ورغم أن البيئة الحضرية والمستوى التعليمي المرتفع قد يوحيان بوجود قدر من الانفتاح، إلا أن النتائج بينت أن هذا الانفتاح يظل نسبياً ومقيداً بسياق ثقافي واجتماعي أوسع، ما يؤكد أن الفضاء الرقمي ليس منفصلاً عن الواقع، بل يعكسه ويعيد إنتاجه.

وعليه، يمكن القول إن هذه الدراسة تؤكد أن منصة Instagram، رغم طابعها الرقمي، تظل خاضعة لمنطق الضبط الاجتماعي والثقافي، وأن سلوك المستخدمين داخلها يعبر عن تفاعل مستمر بين الرغبة في التعبير الذاتي ومتطلبات الامتثال للمعايير المجتمعية، وهو ما يجعل حرية النشر نسبية وليست مطلقة.

وتؤكد النتائج من خلال اختبار الفرضيات الأربعة، يمكننا الاستنتاج أن سلوك المبحوثات اتجه نشر الصورة الشخصية على الإنستغرام يتحدد ضمن إطار سوسيولوجي مركب، تتداخل فيه الأسرة، والرقابة الاجتماعية، والقيم الثقافية بشكل متكامل.

فقد أثبتت النتائج أن الفضاء الرقمي لا يمثل مجالاً منفصلاً عن الواقع الاجتماعي، بل بعيد إنتاج نفس البنى القيمية والضبط الاجتماعي الموجود في المجتمع التقليدي، خاصة فيما يتعلق بصورة المرأة.

كما تبين أن الأسرة ما تزال تمارس تأثيراً مباشراً وغير مباشر على السلوك الرقمي، في حين تستمر القيم الثقافية والدينية في تحديد حدود الحرية الفردية داخل الفضاء الافتراضي.

وفي المقابل، تظهر بوادر تحول اجتماعي تدريجي نحو مزيد من الانفتاح الرقمي، إلا أن هذا التحول يبقى محدوداً ويخضع لتفاوتات حسب السن، الحالة الاجتماعية، الإقامة، الوضعية المهنية.

وعليه يمكن القول إن الفضاء الرقمي في المجتمع محل الدراسة هو فضاء تفاوض اجتماعي بين قيم تقليدية ضابطة وتوجهات حديثة نحو التعبير عن الذات، دون أن يتمكن أحدهما من إقصاء الآخر بشكل كامل.

خلاصة:

من خلال الدراسة التطبيقية التي قمنا بها حول تأثير السياق السوسيوثقافي في اختيار صورة الخلفية لدى مستخدمي منصة الانستغرام، تم استخلاص مجموعة من النتائج التي أبرزت وجود علاقة بين الخصائص السوسيوثقافية للمبحوثات واختياراتهن لصورة البروفايل على المنصة، وقد أظهرت النتائج أن اختيار صورة الخلفية لا يكون بشكل عشوائي، بل هو مجموعة من تأثيرات والعوامل الاجتماعية والثقافية المرتبطة بالبيئة التي تنتمي المستخدمين إليها، وكذلك القيم والعادات السائدة داخل محيطهن الاجتماعي.

كما أظهرت نتائج الدراسة أن المتغيرات الشخصية والاجتماعية، مثل السن والمستوى التعليمي ومكان الإقامة والوضعية المهنية، تلعب دوراً في تحديد طبيعة الصور المختارة، حيث تميل المستخدمين إلى اختيار صور تعكس هويتهن الاجتماعية والثقافية، كما تساهم في تقديم صورة عن ذواتهن بشكل إيجابي أمام الآخرين، وأكدت النتائج أن منصة الانستغرام أصبحت فضاءً للتعبير عن الانتماءات والقيم والاهتمامات المختلفة من خلال العناصر البصرية التي تبرزها المستخدمين من خلال حساباتهم.

ومنه يمكن القول إن السياق السوسيوثقافي يعتبر من بين العوامل المؤثرة في تشكيل الممارسات الرقمية للمستخدمين، في اختيار صورة الخلفية، وهذا يبرز أهمية دراسة التفاعل بين البيئة الاجتماعية والثقافية والاستخدامات الحديثة لوسائل التواصل الاجتماعي وذلك من أجل فهم السلوك الاتصال في البيئة الرقمية المعاصرة.

خاتمة

خاتمة:

في ختام دراستنا التي سعيينا من خلالها إلى تسليط الضوء على تأثير السياق السوسيوثقافي في اختيار صورة الخلفية (Profile Picture) لدى مستخدمي منصة الإنستغرام، يمكن القول إن الفضاء الرقمي لا يمثل الوسيط التقني فقط، بل هو امتداد للمجال الاجتماعي الواقعي، فهو يعكس بوضوح التقاطعات المعقدة بين الهوية الرقمية والمنظومة القيمية السائدة.

تتجلى خلاصة هذه الدراسة إلى مجموعة من الاستنتاجات أهمها:

التمثيلات الاجتماعية للهوية الرقمية: أوضحت نتائج دراستنا أن اختيار صورة الخلفية "البروفایل" للمرأة عبر إنستغرام لا تكون بشكل عفوي أو قراراً عشوائياً، بل هو رد فعل اتصالي يحمل بالدلالات، خاضع للعملية الاجتماعية "لفترة" تهدف إلى الرغبة في الموازنة وبروز الرقمي وبين الالتزام بالمعايير الثقافية والاجتماعية التي تعكسها البيئة المحيطة.

حضور الرقابة الاجتماعية: تعكس نوعاً من ممارسة التي يفرض السياق السوسيوثقافي على المستخدمين وهي "الرقابة الناعمة"، التي تدفعها إلى اللجوء لخيارات بديلة مثل: (الصورة الرمزية والطبيعة، أو الصور الجزئية) لتفادي الصدمات الاجتماعية أو الحفاظ على صورتهم، فهذا يربطنا مباشرة بمفهوم "الرأسمال الاجتماعي" عند بيير بورديو. "أي أن المستخدم تخشى على صورتها ومكانتها (رأسمالها) في الواقع، فتعكس ذلك في صورتها الرقمية"، والسمعة الشخصية في الفضاء العام الافتراضي.

التفاعل بين الأصالة والحداثة: أوضحت هذه الدراسة عن وجود نوع من التفاوض المستمر بين الرموز الثقافية التقليدية وبين الأدوات التقنية الحديثة، حيث تعتبر منصة إنستغرام خاضعة لخدمة الهوية الثقافية للمستخدمين، فهي لا تنصهر بشكل كلي داخل الثقافة الرقمية المفتوحة.

وفي ضوء نظرية "عرض الذات" لإرفينغ غوفمان Erving Goffman أثبتت الدراسة أن واجهة إنستغرام تمثل مسرح "تمارس فيه مستخدمي منصة إنستغرام عملية إدارة الانطباع بدقة عالية فصورة البروفايل لا تعتبرها مجرد زينة، بل هي أداء اجتماعي تبرز فيه المستخدمين ما تبدو عليه المنطقة الأمامية وما لا تظهره الكواليس، وذلك ما يعكس الدور الاجتماعي المتوقع منها في سياقها الثقافي.

وفي الأخير، يمكن القول إن منصات التواصل الاجتماعي لم تعد مجرد فضاءات للتواصل والترفيه، بل أصبحت مجالاً يعكس التحولات الاجتماعية والثقافية المعاصرة، الأمر الذي يستدعي المزيد من الدراسات

خاتمة

والبحوث لفهم سلوك المستخدمين ودوافعهم الاتصالية داخل البيئة الرقمية، خاصة في ظل التطور المستمر لوسائل الإعلام الجديدة وتأثيرها المتزايد على مختلف فئات المجتمع.

قائمة المراجع

1. الكتب

- 1 أ حسين محمود هتيمي. العلاقات العامة وشبكات التواصل الاجتماعي. دار أسامة للنشر والتوزيع. الأردن /عمان. ط1. 2015.
- 2 أحمد قاسمي. سليم جدادي: تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على الامن المجتمعي للدول الخليجية. المركز الديمقراطي العربي للدراسات الاستراتيجية والسياسية والاقتصادية. برلين / ألمانيا. ط 1. 2019.
- 3 إدوارد روس. 1902. Social control.
- 4 ارفينغ غوفمان. تقديم الذات في الحياة اليومية. ترجمة ثائر ديب. دار معنى للنشر والتوزيع. الرياض. ط 1. 2021.
- 5 إرفينغ غوفمان. تقديم الذات في الحياة اليومية. ترجمة ثائر ديب. دار معنى للنشر والتوزيع. ط 1. الرياض. 2021.
- 6 بسمة قائد البناء. اتجاهات الشباب على مواقع التواصل الاجتماعي للمؤسسات الثقافية في مكملة (دراسة مسحية). دار مخطوطات. الطبعة الأولى. البحرين. 2025.
- 7 بدير بورديو. التميز: النقد الاجتماعي للحكم. بترجمة نصير مروة. الشبكة العربية للأبحاث. ط 1 بيروت. 2024.
- 8 د. سعد سلمان المشهداني. فراس حمود العبيدي. مواقع التواصل الاجتماعي وخصائص البيئة الإعلامية الجديدة. دار أمجد للنشر والتوزيع. ط 1. الأردن. 2020.
- 9 سليمان بن قاسم الفالح. ضبط الاجتماعي. دراسة في ضوى الأطر الفكرية والنظرية والمنهج الإسلامي وتطبيقاته على المجتمع السعودي. العبيكات لنشر والتوزيع. ط 1. الرياض. 2020.
- 10 عبد الرحمان بن إبراهيم الشاعر. مواقع التواصل الاجتماعي والسلوك الإنساني. دار صفاء للنشر والتوزيع. ط1. عمان. 2015.
- 11 محمد العوض محمد وداعة الله: مواقع التواصل الاجتماعي وقضايا الشباب الجامعي. دار الخليج للنشر والتوزيع. ط1. عمان/الأردن. 2020.
- 12 محمود طارق هارون. الشبكات الاجتماعية على الانترنت. تأثيرها في العلاقات البشرية النظرية والتطبيق. دار الفجر للنشر والتوزيع. ط 1. القاهرة /مصر. 2017 .

قائمة المصادر والمراجع

- 13 محي الدين إسماعيل محمد الديهي. تأثير شبكات التواصل الاجتماعي الإعلامية على الجمهور المتلقي. الناشر مكتبة الوفاء القانونية. كلية الاعلام. ط 1. جامعة القاهرة. 2015.
- 14 نسيم مرابية. نبيلة عيساوة. جريدة عسولات. مواقع التواصل الاجتماعي وتداعياتها على المجتمع مقاربات متعددة التخصصات. المركز الديمقراطي العربي للدراسات الإستراتيجية السياسية والاقتصادية. ط 1. برلين/ألمانيا. 2025.

2. المقالات العلمية

1. أشواق تقار. التحولات السوسيو-ثقافية في المجتمع الجزائري في ظل بروز ظاهرة المؤثرين الرقميين: مؤثرين الانستغرام. مجلة الناصرية للدراسات الاجتماعية والتاريخية. المجلد 16. العدد 01. جامعة عبد الحميد بن باديس. مستغانم. 01 جوان 2025 .
2. جمال بوسيف. الممارسات الدينية داخل مواقع التواصل الاجتماعي دراسة استطلاعية. مجلة الاتصال والصحافة. المجلد 06. العدد 1. المدرسة الوطنية العليا للصحافة وعلوم الإعلام. 2019.
3. حسين آيت عيسى. علم الاجتماع التربوي والتنشئة الاجتماعية. مجلة دفاتر البحوث العلمية. المجلد 10. العدد 1. المركز جامعة مرسلبي عبد الله. تيبازة. 2022.
4. خلود نزار خادم. عبد القادر مالقي. عرض الذات في العالم الرقمي رؤية تحليلية وفق منظور ارفينغ غوفمان الدرامي. مجلة الحوار الثقافي. المجلد 10. العدد 2. جامعة عبد الحميد بن باديس. مستغانم. 2021.
5. د محمد حاج هني. جميلة روقاب. التعليم الافتراضي في ضوء الوسائط الرقمية. بين النظر والتطبيق مجلة اللغة والاتصال. المجلد 12. العدد 20. الجزائر. 2017.
6. صبرينة بن جامع. الضبط الاجتماعي منظور نظري. مجلة العلوم الإنسانية. العدد 47. جامعة محمد خيضر. بسكرة. جوان 2017.
7. طاهر بصيص. خالد لراة. الضبط الاجتماعي الافتراضي وتحديات تعزيز العلاقات الاجتماعية في المجتمعات الافتراضية. دراسة نانتواغرافية. المجلة الجزائرية للعلوم الاجتماعية والإنسانية. المجلد 10. العدد 02. جامعة الجزائر. 2022.

قائمة المصادر والمراجع

8. ظافر على آل عشوه. برامج التواصل الاجتماعي وأثرها على استقرار الأسرة. دراسة ميدانية. المجلة الدولية لنشر البحوث والدراسات. المجلد 3 العدد 26. جامعة الملك عبد العزيز. المملكة العربية السعودية. 20 ديسمبر 2021.
9. محمد غزالي / إبراهيم يحياوي - التحولات السوسيوثقافية في المجتمع الجزائري بين الأصالة والتأثيرات العولمة الثقافية. مجلة العلوم الإنسانية أم البواقي. المجلد. العدد 03. جامعة أم البواقي. ديسمبر 2020 .
10. نسيم بروني / وليد بخوش: مواقع التواصل الاجتماعي وتأثيرها على الأسرة. الجزائر. مجلة علوم الإنسان والمجتمع. المجلد 09. العدد 03. جوان 2020.
11. نور الهدى غرابة. الثقافة الرقمية ودورها في تطوير التعليم والارتقاء به (الواقع والآفاق). مجلد المعيار. المجلد 30. العدد 1. جامع الأمير عبد القادر قسنطينة. الجزائر. 2025
12. الوليد رفاص. دور الفيسبوك في نشر الوعي الديني لدى الأفراد. مجلة الإعلام والمجتمع. المجلد 6. العدد 2. جامعة سطيف. الجزائر. ديسمبر 2022.

3. الرسائل الجامعية

- 1 أحمد تميز. تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على الأثرة الفيسبوك دراسة ميدانية. علم اجتماع اتصال. علم اجتماع وديموغرافية. كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية. جامعة زيان عاشور. الجلفة. 2025/2024.
- 2 أسماء عمامرة: دور مواقع التواصل الاجتماعي في التوعية الدينية دراسة ميدانية. مذكرة ماستر. دعوة وأعلام واتصال. أصول الدين. معهد العلوم الإسلامية. جامعة حمه لخضر. الوادي. 2017/2016.
- 3 حبيبة عامر. وسائل الضبط الاجتماعي في المجتمع الحضري. أطروحة دكتوراه. علم الاجتماع القانوني. قسم علم الاجتماع. جامعة باتنة 1. 2021/2020 .
- 4 حفيظة بوخاري. أسس بناء الخطاب التلفزيوني الموجه للطفل الجزائري وعلاقته بالسياق السوسيوثقافي وسيكولوجية المتلقي. جامعة الجزائر 3. قسم علوم الاعلام والاتصال. اطروحة لنيل شهادة الدكتوراه. 2023-2022

قائمة المصادر والمراجع

- 5 رمضان الخامسة. دور الشبكات الاجتماعية في العلاقات الاجتماعية. أطروحة دكتوراه. وسائل الاعلام والمجتمع. الصحافة. علوم الاعلام والاتصال والسمعي البصري. جامعة صالح بونيندر قسنطينة 03. 2018/2017.
- 6 سلمى عليوان. رحمة شريف. واقع الاتصال الشخصي في ضوء استخدام مواقع التواصل الاجتماعي انستغرام نموذجاً. دراسة ميدانية. مذكرة ماستر. علم اجتماع الاتصال. قسم علم الاجتماع. كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية. جامعة محمد الصديق بن يحيى. جيجل. 2020/2019.
- 7 سهام بوقلوف. استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وأثرها على القيم الأخلاقية والاجتماعية. دراسات الجمهور. علوم الاتصال. كلية علوم الاعلام والاتصال. جامعة الجزائر 3. 2018/2017.
- 8 سيد أحمد يحياوي. مواقع التواصل الاجتماعي والعلاقات الاسرية في الجزائر. اطروحة دكتوراه. علوم الاعلام والاتصال. العلوم الإنسانية. كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية. جامعة عبد الحميد بن باديس مستغانم. الجزائر. 2023/2022.
- 9 عبد الحميد حريزي. تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على التحصيل الدراسي لدى طلبة الجامعيين. دراسة ميدانية. أطروحة دكتوراه. علم الاجتماع الاتصال. علم الاجتماع. العلوم الإنسانية والاجتماعية. جامعة 08 ماي 1945. قلمة. 2025/2024.
- 10 محمود قرزيز / هشام بوخاري: المجتمعات الافتراضية وشبكات التواصل الاجتماعي رؤية سوسيولوجيا تحليلية
- 11 مساعدي حسين. مواقع التواصل الاجتماعي ودورها في نشر الإسلام بين الشباب الأوروبي دراسة مسحية. أطروحة دكتوراه. علوم الاعلام والاتصال. قسم علوم الاتصال. علوم الاعلام والاتصال. جامعة الجزائر 3. الجزائر. 2024/2023.
- 12 معمر بونقاب. إبراهيم طواهري مواقع التواصل الاجتماعي ودورها في تغيير القيم الأسرية دراسة ميدانية. تخصص دعوة. أصول الدين كلية العلوم الإسلامية. جامعة حمه لخضر الوادي. 2020/2019.
- 13 هناء هولي. راضية غيبور. مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقته بالحوار الاسري. قسم علم الاجتماع. علم الاجتماعية والإنسانية. جامعة محمد الصديق بن يحيى. جيجل. 2020/2019.

- 14 وراحميه أمينة. بوكاف روفيدة. دوافع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي والإشباع المحققة لدى الطلبة. مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر. كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية. قسم علوم الإعلام والاتصال وعلم المكتبات. تخصص اتصال وعلاقات عامة. جامعة 08 ماي 1945. قلمة. 2023/2022.
- 15 يوسف محمد. مواقع التواصل الاجتماعي وأثرها على الخلفية السوسيوثقافي لطالب الجامعي دراسة ميدانية. مذكرة متطلبات شهادة ماستر. جامعة زيان عاشور الجلفة. كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية. قسم علم الاجتماع والديمقراطية. تخصص علم الاجتماع والاتصال. 2025/2024 .
4. المواقع الإلكترونية
- 1 نافين. كومار تم النشر في: 07 مارس 2026. اطلع عليه يوم: 07 أبريل 2026 على الساعة 21:39 ليلا على الرابط: <https://www.deandsage.co/instagram-statistics>

الملاحق

الاستبيان:

1-المحور الأول : البيانات الشخصية :

أ- السن:

- من 22 سنة إلى 26 سنة
- من 27 سنة إلى غاية 31 سنة
- من 32 سنة إلى غاية 36 سنة
- من 37 سنة فما فوق

ب- المستوى التعليمي :

- ما قبل الجامعي
- جامعي

ج- الحالة الاجتماعية :

- عزباء
- متزوجة
- مطلقة

د- الوضعية المهنية:

- طالبة
- موظفة
- مأكثة بالبيت

هـ- مكان الإقامة :

☐

- حضري

☐

- غير حضري

1. المحور الثاني: الجانب الاجتماعي:

الرقم	الأسئلة	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة
01	- أرغب في وضع صورتي الحقيقية على البروفايل ويمنعني من ذلك محيطي الأسري.					
02	- ليست عندي مشكلة في وضع صورتي على البروفايل في صفحتي عبر الانستغرام.					
03	-أحب وضع أجمل صوري على البروفايل في الانستغرام لأبدو أكثر أناقة.					
04	-انزعج من تفاعل الجنس الآخر مع صورتي في البروفايل عبر الانستغرام لذلك لا أفضل وضع صورتي الشخصية.					
05	- لا مشكلة لدي في وضع صورتي الحقيقية على البروفايل في الانستغرام.					
06	- أكثر شيء أفكر فيه هو عندما أضع صورة البروفايل عبر الانستغرام هو محيطي الاجتماعي.					
07	-المجتمع يمارس رقابة شديدة على المرأة لذلك أفضل ألا أضع صورتي عبر الانستغرام.					
08	- محيطي الأسري يعطيني حرية أكبر في نشر صورتي على الانستغرام.					

2. المحور الثالث: الجانب الثقافي

الرقم	الأسئلة	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة
09	-يعجبني أن يكون المجتمع أكثر تحررا في مسألة نشر المرأة صورتها عبر الانستغرام.					
10	- أرى أن القيم الثقافية داخل مجتمعي تحدد لي حدودا لنشر صورتي عبر الانستغرام بحرية.					
11	-أكثر ما يمنعني من نشر صورتي عبر الانستغرام هو أن ديني يمنعني من ذلك.					
12	-تقاليدنا تمنعني من نشر صورتي الحقيقية عبر الانستغرام.					
13	-اتعرض أحيانا للانتقادات بسبب صورة البروفايل التي أضعها على حسابي لأنها لا تتماشى مع تقاليدنا.					
14	- البيئة الثقافية التي أنتهي إليها هي التي تتحكم في اختيار لصورة البروفايل التي انشرها عبر الانستغرام.					
15	- تتعرض المرأة للانتقادات أكثر من الرجل عند نشرها لصورتها بسبب الثقافة السائدة في مجتمعنا.					