



جامعة عمار ثليجي الأغواط

كلية العلوم الانسانية

قسم الاعلام والاتصال

الموضوع:

محددات وضو لبط بناء الهوية الرقمية لدى الشباب الجز لثري ضمن

السياقات المحلية

دراسة ميدانية على الشباب الجامعي مستخدمى موقع التواصل الاجتماعي بقسم علوم الاعلام والاتصال
بجامعة عملر ثليجي الاغواط

مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر تخصص اتصال وعلاقات عامة

إشراف الأستاذة:

- د / ذهبية ايت قاسي

إعداد الطالبة

* حدة كعبوش

لجنة المناقشة

الاسم واللقب	الرتبة	الصفة
خير الدين حجار	أستاذ التعليم العالي	رئيسا
ذهبية ايت قاسي	أستاذ التعليم العالي	مشرفا ومقررا
رقية لفلوق	أستاذ التعليم العالي	ممتحنا

السنة الجامعية: 2025/2024

شكر وتقدير

الحمد لله الذي بنعمته تتم الصالحات، وبفضله تتحقق
الطموحات.

الحمد لله الذي وهبنا على هبة العلم والمعرفة نحمده ونستعين به
والصلاة والسلام على سيدنا محمد صلى الله عليه وسلم.
نشكر الله عز وجل الذي وفقنا لإتمام هذا العمل وانار لنا
الطريق للعلم والمعرفة.

اتقدم بالشكر والامتنان للأستاذة المشرفة: الدكتورة ايت قاسي
ذهبية التي لم تبخل علينا بالنصح والتوجيه.
كما لا يفوتنا ان نتوجه بالشكر الجزيل الى اساتذة قسم الاعلام
والاتصال، الذين كانت لهم بصمه في تكويننا العلمي والمعرفي
طيلة سنوات الدراسة.

والى كل من ساعدني من قريب او بعيد



الإهداء

إلى والديّ العزيزين، أطال الله في عمرهما ورزقني بهما.
إلى زوجي رفيق الدرب وسندي في كل لحظة،
إلى اغلى ما املك أبنائي الأعتزاء، بشرى سعيدة، نور الهدى، علي،
محمد أتمنى لكم النجاح والتوفيق في كل خطوة تخطونها.
إلى كل عائلتي إخوتي وأخواتي وازواجهم واولادهم ،
الى كل عائلة كعبوش ورقارقي
شكراً لوجودكم في حياتي ومشاركتكم أفراحي .
الى كل اساتذتي وزملائي الطلبة بجامعة عمار ثليجي
الى أهل الصمود والمقاومة أهل غزة الحبيبة
أهديكم هذا الإنجاز مع أصدق الأمنيات بالسعادة والصحة الدائمة.

حدا



ملخص الدراسة

ملخص الدراسة

تسعى هذه الدراسة إلى تحليل وفهم تمثلات الهوية الرقمية لدى الشباب الجامعي الجزائري ضمن خصوصيات السياق المحلي، من خلال دراسة ميدانية لعينة قصدية من طلبة جامعة عمار ثليجي بالأغواط، النشطين على مواقع التواصل الاجتماعي. تنطلق الدراسة من إشكالية مركزية تتساءل عن محددات وضوابط الهوية الرقمية لدى الطلبة الجزائريين في ظل السياقات الثقافية والاجتماعية المحلية، وتسعى إلى تفكيك هذا الإشكال عبر مجموعة من التساؤلات الفرعية المتعلقة بدوافع الاستخدام، وضوابط تشكيل الهوية الرقمية، تمثلات الفضاء الرقمي، وخصوصيات السياق المحلي.

اعتمدت الباحثة على المنهج الوصفي باعتباره الأنسب لرصد وتحليل الظاهرة كما هي، واستخدمت منهج المسح بالعينة قصد الوصول إلى نتائج قابلة للتعميم، وتم اختيار عينة قصدية تتكون من 50 طالبًا وطالبة من قسم الإعلام والاتصال. ولجمع البيانات، تم استخدام أدوات الاستبيان والملاحظة، مع تحليل البيانات عبر برنامج SPSS.

وقد بيّنت نتائج الدراسة أن الشباب الجامعي يكوّنون هويات رقمية متعددة الأبعاد من خلال تفاعلهم اليومي على منصات التواصل، وأن هذا البناء يخضع لعدة محددات فردية واجتماعية وثقافية، كما يتم ضمن ضوابط أخلاقية وسياقية متنوعة حسب الخلفية الدينية والثقافية المحلية. كما أظهرت النتائج وجود تأثير متبادل بين الهوية الواقعية والرقمية، وأن مواقع التواصل تلعب دورًا مزدوجًا في إبراز الذات الرقمية وتعزيز التفاعل الاجتماعي، لكنها في المقابل قد تُحدث انفصالًا أو تشويهاً للهويات الواقعية.

وتكمن أهمية الدراسة في محاولتها الجمع بين التحليل النظري والميداني لفهم أحد أهم مظاهر العصر الرقمي، وهو بناء الهوية في الفضاء الافتراضي، بما يتلاءم مع خصوصيات المجتمع الجزائري وتحدياته.

الكلمات المفتاحية: الهوية الرقمية- الشباب الجامعي -مواقع التواصل الاجتماعي- المحددات الاجتماعية-
الضوابط الأخلاقية- السياقات المحلية

abstract

This study aims to analyze and understand how Algerian university youth construct and represent their digital identity within the framework of local socio-cultural contexts. Conducted as a field study at Amar Telidji University in Laghouat, the research focuses on a purposive sample of 51 students from the Department of Media and Communication, all active users of social media platforms.

The study is driven by a central research question: *What are the determinants and constraints shaping the digital identity of Algerian university students in local contexts?* This is broken down into sub-questions exploring the motivations behind social media use, the ethical and social boundaries involved in identity construction, and students' representations of the digital space.

A descriptive research method was adopted, using survey sampling and two primary data collection tools: a questionnaire and observation. Data was analyzed using the SPSS software.

Findings reveal that students construct multi-layered digital identities influenced by personal, social, and cultural factors. These identities are expressed through various forms of digital interaction, such as profile choices, content sharing, and online behavior. The construction of these identities is also shaped by ethical, cultural, and social norms, particularly those rooted in the local Algerian context. Furthermore, the study highlights a dynamic interplay between real and digital identities, where social media can both enrich and distort personal identity expression.

The significance of this study lies in its integration of theoretical and empirical analysis to explore a critical aspect of digital life: how identity is shaped in virtual spaces under the influence of local socio-cultural dynamics.

Keywords :Digital identity- University youth -Social media platforms-Social determinants- Ethical constraints- Local contexts- Digital representations



فهرس المحتويات

فهرس المحتويات

الصفحة	فهرس المحتويات
	كلمة شكر وعرفان
	إهداء
	ملخص الدراسة
	فهرس المحتويات
أ	مقدمة
الإطار المنهجي للدراسة	
4	1/ الإشكالية
5	2/ أسباب اختيار موضوع الدراسة
6	3/ أهداف وأهمية الدراسة
6	4/ منهج وأداة الدراسة
9	5/ مجالات الدراسة
9	6/ مجتمع وعينة الدراسة
10	7/ مفاهيم الدراسة
14	8/ الدراسات السابقة
الاطار النظري: مدخل عام للهوية الرقمية ومواقع التواصل الاجتماعي	
24	1/ مفهوم الهوية الرقمية
28	2/ مظاهر الهوية الرقمية وابعادها
29	3/ أثر الهوية الرقمية على الفرد
30	4/ العوامل المؤثرة في تشكيل الهوية الرقمية
33	5/ مواقع التواصل الاجتماعي
الاطار الميداني للدراسة	
44	1/ عرض ومناقشة نتائج الدراسة
64	2/ تفسير نتائج الدراسة
66	3/ تفسير نتائج الدراسة في ضوء الدراسات السابقة

فهرس المحتويات

67	4/ النتائج العامة للدراسة
	الخاتمة
	قائمة المصادر والمراجع
	الملاحق

فهرس الجداول

الصفحة	العنوان	الرقم
08	اختبار الموثوقية للاستبيان	01
44	يبين توزيع العينة حسب الجنس	02
45	يبين توزيع العينة حسب العمر	03
46	يبين توزيع العينة حسب الحالة الاجتماعية	04
47	يبين المواقع الأكثر استخداما لدى عينة دراسة	05
48	يبين أصدقاء افراد العينة على مواقع التواصل	06
49	يبين عدد حسابات التي تمتلكها افراد العينة على موقع الفيس بوك	07
50	يبين نوع الاسم المستخدم على مواقع التواصل	08
50	يبين مدة استخدم مواقع التواصل	09
51	يبين الفترة المفضلة للدخول الى مواقع التواصل	10
52	يبين عدد الساعات التي يقضيها افراد عينة على مواقع التواصل	11
53	يبين استخدم الصورة الشخصية	12
54	يبين نوع المحتوى الذي ينشره افراد عينة	13
55	يبين سبب استخدم مواقع التواصل	14
56	يبين نوع الرموز المتواجدة في هوية الرقمية	15
57	يبين القيم التي لها دور في بناء هوية رقمية عبر مواقع التواصل الاجتماعي	16
58	يبين دور الضغوطات الاجتماعية التي جعلت افراد عينة تنتحل عدة هويات	17
59	يبين البيئة الاجتماعية التي فرضت قيود في بناء هوية الرقمية	18
60	يبين نوع مجموعات التي تتماشى مع هوية الحقيقية	19
61	يبين نوع المحتويات التي تتعرض للمضايقات عبر مواقع التواصل الاجتماعي	20
62	يبين تأثير الهوية الرقمية على تواصل الواقعي مع الاخرين	21

فهرس المحتويات

63	يبين مدى تعبير حساب على المواقع تواصل عن هوية الحقيقية	22
----	--	----

فهرس الأشكال

الصفحة	العنوان	الرقم
44	يوضح توزيع العينة حسب الجنس	01
45	يوضح توزيع العينة حسب العمر	02
46	يوضح توزيع العينة حسب الحالة الاجتماعية	03

مقدمة

تُعدُّ الهوية من أكثر المفاهيم تعقيدًا وتشعبًا في العلوم الاجتماعية والإنسانية، نظرًا لتعدد أبعادها وتشابك مستوياتها بين ما هو نفسي، ثقافي، اجتماعي، وسياقي. فالهوية ليست مجرد معطى ثابت أو جوهر جامد، بل هي بناء اجتماعي ديناميكي يتشكل ويُعاد تشكيله باستمرار عبر التفاعلات الرمزية والانتماءات الثقافية والعلاقات الاجتماعية. وقد أصبح هذا البناء أكثر تعقيدًا في ظل التحولات التي عرفها العالم المعاصر، لا سيما مع بروز البيئة الرقمية، واندماج الأفراد - وخاصة فئة الشباب - في فضاءات افتراضية جديدة، باتت تلعب دورًا متزايدًا في إنتاج المعنى، والتعبير عن الذات، وصياغة صورة الفرد عن نفسه ولدى الآخرين.

في هذا السياق، برز مفهوم الهوية الرقمية كمصطلح حديث يُحيل إلى تمثيلات الفرد لذاته عبر الفضاءات الرقمية، لا سيما من خلال مواقع التواصل الاجتماعي التي أصبحت فضاءً مركزيًا للتفاعل، والتعبير، والتموقع الاجتماعي والثقافي. فالهوية الرقمية لا تُعد مجرد امتداد ميكانيكي للهوية الواقعية، بل هي بناء جديد تُعاد صياغته من خلال أنماط الاستخدام، والتمثيلات الرمزية، وخيارات النشر، ونوع الشبكات التي ينتمي إليها الفرد في العالم الرقمي. كما أن هذا البناء لا يتم في فراغ، بل يخضع لجملة من المحددات الذاتية والسياقية، ويُقيد أو يُوجَّه بضوابط أخلاقية، اجتماعية، وقيمية تختلف باختلاف الثقافات والمجتمعات.

وتُعدُّ مواقع التواصل الاجتماعي من أبرز المنصات التي تسهم في تشكيل الهوية الرقمية، حيث تتيح للفرد إمكانيات غير مسبوقة في التعبير عن ذاته، بناء صورته الرقمية، التفاعل مع الآخرين، والانخراط في شبكات متعددة الأبعاد. غير أن هذه الفضاءات لا تتيح حرية مطلقة، بل تفرض هي الأخرى حدودًا وضغوطًا ضمنية تتعلق بخوارزميات المنصات، ثقافة الجمهور الرقمي، وآليات التقبل أو الرفض. وبالتالي، فإن بناء الهوية الرقمية يتأثر بجملة من المحددات مثل المعطيات النفسية، الخصائص الاجتماعية نمط التنشئة والتربية الرقمية، نوع التعليم والخلفية الأكاديمية، نوع الشبكات الرقمية والعلاقات الرمزية فيها، التفاعل مع المحتوى الإعلامي الرقمي وثقافة الرقمنة. كما أن هذا البناء يخضع لضوابط أخلاقية وسلوكية تتفاوت بين الفردي والاجتماعي، مثل احترام الخصوصية الرقمية، الانضباط لقواعد التواصل الجماعي، الالتزام بالمعايير الثقافية والدينية المحلية، الرقابة الذاتية وضبط الصورة الذاتية، تأثير الأسرة، الجماعة المرجعية، والمؤسسات التربوية والدينية.

كما إن الحديث عن الشباب الجامعي الجزائري لا يخلو من أهمية، كون هذه الفئة تمثل قوة اجتماعية فاعلة، وتعيش مرحلة انتقالية حاسمة في بناء الهوية، فضلًا عن كونها الأكثر اندماجًا في الوسائط الرقمية، ما يجعل من هويتها الرقمية مرآة لانشغالاتها، تطلعاتها، وأحيانًا لصراعاتها الرمزية والهوياتية. كما أن السياق الجزائري، بما يحمله من خصوصيات اجتماعية وثقافية ودينية، وتحديات رقمية (كالفجوة الرقمية، التضارب بين المرجعيات، غياب

مقدمة

التربية الإعلامية الرقمية...)، يضيف على هذا البناء طابعًا مركبًا يحتاج إلى تحليل دقيق يزاوج بين البعد النظري والميداني.

في هذا السياق، فرضت البيئة الرقمية - خاصة شبكات التواصل الاجتماعي - تحديات جديدة على فهم الهوية وبنائها، حيث أصبح الفرد لا يكفي بتمثل ذاته داخل الواقع الاجتماعي فحسب، بل أصبح يُعيد إنتاجها وتمثيلها في فضاء افتراضي مفتوح، تتقاطع فيه المؤثرات المحلية والعالمية، الفردية والجماعية، الواقعية والامتخيلة. ولعل هذا ما دفع العديد من الباحثين إلى الحديث عن بروز ما يُعرف بـ"الهوية الرقمية"، بوصفها امتدادًا للهوية الواقعية، ولكنها تتشكل وفق منطق خاص تفرضه طبيعة التفاعلات الرقمية.

وتأتي هذه الدراسة لمعرفة الكيفيات التي يبني بها الشباب الجامعي الجزائري هويته الرقمية، ضمن خصوصيات السياق المحلي الذي يتميز بتداخل التقليدي والحديث، وبتعدد المرجعيات الثقافية والدينية والاجتماعية. كما تسعى إلى الكشف عن المحددات التي تؤثر في هذا البناء، سواء على مستوى البنية النفسية والمعرفية للفرد، أو على مستوى التأثيرات الخارجية كالجماعة، الأسرة، المؤسسة الجامعية، والبنية الثقافية والاجتماعية.

وعليه جاءت هذه الدراسة في ثلاث فصول كما يلي:

الإطار المنهجي تناولنا فيه الأشكالية، أسباب اختيار الموضوع، الأهمية والأهداف، منهج وإداة الدراسة لمجالات الدراسة مجتمع وعينة الدراسة تحديد المفاهيم، والدراسات السابقة.

الإطار النظري تناولنا فيه مدخل عام للهوية الرقمية ومواقع التواصل الاجتماعي

الإطار الميداني فخصص لدراسة النتائج ومناقشتها.

الإطار المنهجي للدراسة

تعد الهوية الرقمية بمثابة الصورة التي يرى بعضنا البعض الآخر من خلالها، إن هي ما يميز بين الأنا والآخر، وهي مجموعة من الخصائص والسمات الخاصة والعامة التي نتشارك بها، وتستمد الهوية الشخصية للفرد معناها من الوعي بالذات. ومع ظهور الانترنت لم تبقى هذه الهوية حبيسة التواجد في المجتمعات الحقيقية، بل تعدتها إلى نظيرتها الهوية الرقمية، أو هوية الواب، ويتسارع التطور التكنولوجي خلقت بيئات رقمية وفضاءات افتراضية متعددة كانت بمثابة العالم الحقيقي للمجتمعات.

لهذا اصبح موضوع الهوية الرقمية له اهتمام كبير عند العديد من الباحثين كما تداولها بعض المفكرين بالشرح والتحليل في مجالات عدة ، نظرا لتغيرات المشهد الاتصالي على شبكة الواب عموما، ومواقع شبكات التواصل الاجتماعي خصوصا.

ولأنه مكن من تشكيل نظام علائقي اجتماعي يتميز بالتفاعل والتواصل مع الآخرين في ظل غياب العنصر المادي "الجسم"، وفي هذا سياق أصبحت مواقع التواصل الاجتماعية تمثل فضاءات متعددة لبناء الهويات الفردية ومجالات رقمية لاستعراض الذات في المجال العالم الافتراضي فأضحى هذا الفضاء السيبراني نافذة يطل عبرها الأفراد المستخدمين على عوالم الآخرين الذاتية من خلال العديد من الوسائل مراعين عدت محددات وضوابط، حيث تجمع بين الخصوصية الثقافية والتقنيات الحديثة مع ضمان التوافق مع الأنظمة القانونية والاجتماعية ضمن السياقات المحلية ولأن المجتمعات مبنية على اللغة والدين والعادات أدى بنا الى دراسة هذه المحاور الأساسية في بناء الهوية الرقمية عبر شبكة التواصل الاجتماعي لدى عينة من شباب الجامعي. ومنه خلصنا إلى التساؤل الجوهري التالي:

❖ ماهي محددات وضوابط الهوية الرقمية للطلبة الجزائريين ضمن السياقات المحلية ؟

ويندرج تحت هذا التساؤل المركزي مجموعة من التساؤلات الفرعية وضعناها كعملية تفكيك لهذه الإشكالية من أجل الإجابة عليها بشكل أدق والوصول الي أفضل النتائج :

➤ ما هي دوافع استخدام عينة الدراسة لمواقع التواصل الاجتماعي ؟

➤ فيما تتمثل ضوابط بناء الهوية الرقمية عبر مواقع التواصل الاجتماعي ضمن السياقات المحلية؟

➤ ماهي تمثيلات عينة الدراسة للفضاء الرقمي والهوية الرقمية؟

2/ أسباب اختيار موضوع الدراسة :

لكل بحث علمي أسباب أدت إلى القيام به ودراسته، ولكل موضوع دراسة مبررات علمية لإجرائه، كذلك لكل باحث أسباب تجعله يختار موضوع دون آخر من أجل البحث فيه، إذ يعتبر هذه الأسباب بمثابة حوافز تساعد الباحث

الإطار المنهجي للدراسة

على الاستمرار وتخطي لكل الصعوبات التي تواجهه في سبيل تحقيق مبتغاه، وأخرى موضوعية متعلقة بموضوع البحث وقيمه العلمية وهي كالتالي:

أولاً: الأسباب الذاتية:

- الرغبة الشخصية في التعرف على الواقع الافتراضي وأهمية في حياة الأفراد، على غرار معرفة كيف تساهم المواقع الافتراضية في تشكيل هوية الرقمية لدى الطالب الجامعي .
- الاهتمام بتحصيل أكبر قدر من المعارف حول مواقع التواصل الاجتماعي وما تحدثه في هويات شريحة المجتمع الأساسية الا وهي فئة الشباب "الطالب الجامعيين" .
- صلة الموضوع بالتخصص .
- التركيز على موضوع الهوية خاصة منها الرقمية والتي ساهمت مواقع التواصل الاجتماعي بشكل كبير في خلقها وتشكيلها .

ثانياً-أسباب موضوعية :

- اهتمام العديد من الباحثين والمنظرين بموضوع الهوية بمختلف أنواعها الشخصية، الثقافية، الدينية والرقمية خاصة والتي بدت بظهور المجتمعات الافتراضية والعالم الافتراضي وتخوفهم من اضمحلال وتشتت الهوية الشخصية والحقيقية للأفراد.
- الأهمية الكبيرة التي يوليها الشباب خاصة الطلبة الجامعيين لمواقع التواصل الاجتماعي والتي اثرت بشكل كبير على هوياتهم الحقيقية والشخصية .
- نقص المراجع والدراسات التي تناولت موضوع الهوية الرقمية .
- فقدان المجتمع الجزائري للعديد من سمات هويته الثقافية الأصلية بسبب الاحتكاك الثقافي والتبادل الثقافي الذي وفرته مواقع التواصل الاجتماعي عن طريق تقديم محتويات لثقافات مغايرة لثقافتنا العربية الإسلامية.
- حداثة الموضوع ومحورية مشكلته فقد ظهر في السنوات الأخيرة مفهوم الهوية الرقمية وأثره في سلوكيات الشباب تزامنا مع استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي .
- ابراز أهمية وقيمة الهوية الرقمية في تحديد علاقة الشباب بهويتهم الواقعية.

3-أهداف وأهمية الدراسة :

تعتبر الأهداف التي يضعها الباحث في دراسته هي المحرك الاساسي لجل مراحل البحث العلمي في هذه الدراسة من بداية البحث بتحديد المشكلة إلى غاية الوصول إلى النتائج وتحقيق هذه الأهداف المسطرة، وهي عندنا كالاتي:

1-التعرف على دوافع استخدام الشباب الجزائري لمواقع التواصل الاجتماعي.

الإطار المنهجي للدراسة

- 2- التعرف على أهم دوافع انضمام الشباب الجزائري الي المجتمعات الافتراضية عبر مواقع التواصل الاجتماعي.
 - 3- تسليط الضوء على المجتمع الافتراضي الرقمي كمجتمع جديد له هوية عالمية دون حدود.
 - 4- الكشف على ملامح الهوية الرقمية لدى الشباب عبر مواقع التواصل الاجتماعي ودوافعهم في بنائها.
 - 5- الكشف عن العلاقة بين الهوية الرقمية والهوية الحقيقية الواقعية.
 - 6- التعرف على كيفية ممارسة الهوية الرقمية داخل مواقع التواصل الاجتماعي وانعكاساتها على الممارسات الهوياتية في الواقع الاجتماعي الحقيقي لدى الشباب الجزائري.
- كما تكتسي دراسة موضوع الهوية الرقمية أهمية بالغة نظرًا لكونها تعالج هوية الأفراد داخل الفضاء الافتراضي غير المرتبط بحدود جغرافية محددة، على عكس الهوية الواقعية. وتبرز أهمية هذه الدراسة في عدة جوانب، أبرزها تناول مسألة تشكيل الهوية في المجتمع الرقمي، وإعادة النظر في مكوناتها وأبعادها في ظل العصر الرقمي الذي يتسم بسهولة النفاذ إلى العالم الافتراضي دون قيود. كما تكمن أهمية الدراسة في تركيزها على دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الهوية الرقمية لدى الشباب الجامعي، من خلال مساهمتها في بناء عوالم افتراضية يكتسب فيها الفرد هويته الرقمية. إضافة إلى ذلك، تسعى الدراسة إلى فهم تأثيرات هذه الهوية الرقمية على الشباب الجامعي، والكشف عن مظاهر تجليها في سلوكهم وتفاعلاتهم داخل الفضاء الرقمي.

4/ منهج وأداة الدراسة

4-1 منهج الدراسة

ان اختيار المنهج الذي ينتهجه الباحث في دراسته يعد خطوة مهمة وضرورية لذلك وجب عليه اعتماد المنهج العلمي الملائم لطبيعة ونوعية موضوعه المدروس وذلك من اجل الحصول على نتائج بحثية دقيقة ومضبوطة.¹ وتُعد هذه الدراسة وصفية لأنها تهدف إلى وصف وتحليل واقع الظاهرة المدروسة كما هو. فهي تسعى إلى رصد ملامح الهوية الرقمية لدى الشباب الجامعي كما تتجلى في سلوكهم وتفاعلهم عبر شبكات التواصل الاجتماعي ووصف كيفية تشكل هذه الهوية في ظل الفضاء الرقمي، من خلال جمع البيانات حول استخداماتهم، تمثلاتهم، وتصوراتهم للهوية الرقمية.

لذلك اعتمدنا منهج المسح بالعينة في هذه الدراسة لأنه يُعد الأنسب لتحقيق أهدافها، وذلك لأسباب منها صعوبة دراسة المجتمع بأكمله نظرًا لاتساع فئة الشباب الجامعي وتوزعهم عبر مؤسسات مختلفة كما يسمح بجمع معلومات موثوقة وقابلة للقياس الإحصائي حول استخدامات الشباب لشبكات التواصل الاجتماعي، وتمثلاتهم للهوية الرقمية، وبالتالي تحقيق نتائج قابلة للتعميم على المجتمع الأصلي بدرجة معقولة من الدقة.

¹ -عمار بحوش، منهجية البحث العلمي وتقنياته في العلوم الاجتماعية، المركز الديمقراطي ، برلين، 2019 صفحة 14

4-2 أدوات جمع البيانات

تكتسي أدوات جمع البيانات أهمية بالغة في عملية البحث العلمي، باعتبارها الوسيلة الهامة التي تعتمد عليها كافة العلوم في جمع المعلومات والحقائق حول الظاهرة المدروسة، حيث تتوقف دقة وصدق النتائج المتوصل إليها في أي بحث على دقة الأدوات المستخدمة ودرجة مصداقيتها.

أ- الملاحظة

ملاحظة هي عملية منهجية يقوم فيها الباحث بمتابعة ورصد سلوكيات أو تفاعلات أو ظواهر معينة بشكل مباشر، إما بالمشاركة أو من الخارج، بهدف جمع بيانات واقعية وآنية دون الاعتماد على ما يصرّح به المبحوثون فقط. تُعد أداة الملاحظة من أدوات البحث المهمة في الدراسات الاجتماعية، وخاصة تلك التي تتعلق بالسلوكيات والتفاعلات داخل البيئات الطبيعية أو الرقمية. وفي سياق هذه الدراسة حول الهوية الرقمية لدى الشباب الجامعي، وتم توظيف الملاحظة كأداة لجمع البيانات إلى جانب الاستبيان، وذلك لأسباب منها رصد أنماط تفاعل الشباب الجامعي مع منصات التواصل الاجتماعي، كطريقة استخدامهم، أنواع المحتوى الذي يشاركونه، طبيعة التفاعل (تعليقات، إعجابات، إعادة نشر...)، والرموز أو الصور المستخدمة، التعرف على التمثيلات الرقمية للهوية من خلال تحليل ما ينشره الشباب على حساباتهم الشخصية (صور، وصف ذاتي، شعارات، لغة المستخدم...)، فهم سلوكهم الرقمي في سياقه الطبيعي، دون التأثير المباشر عليهم كما قد يحدث في المقابلات أو الاستبيانات

ب- الاستبيان

تم استخدام الاستبيان كأداة ووسيلة رئيسية لجمع البيانات وذلك راجع لما توفره من جهد ووقت وتكلفة كما تساعد في جمع أكبر قدر ممكن من المعلومات والبيانات في وقت قصير

• تعريف الاستبيان: "هي مجموعة من الاسئلة المتنوعة التي ترتبط ببعضها البعض بشكل يحقق الهدف

الذي يسعى اليه الباحث من خلال المشكلة التي يطرحها بحثه¹ "

وعلي تم اعداد استمارة ووزعت على الطلبة الجامعيين، تضمنت 23 سؤال توزعت على ثلاث محاور اساسية وهي:

المحور الاول: خصص لعرض البيانات الشخصية ضم: السن، الجنس، الحالة المدنية.

المحور الثاني: ضم مجموعة من الاسئلة حول استخدامات الشباب لمواقع التواصل الاجتماعي

المحور الثالث: تضمن عدة اسئلة عن ضوابط ومحددات الهوية الرقمية للشباب ضمن السياقات المحلية عبر مواقع التواصل الاجتماعي

¹ سعيد ميروك ابراهيم، البحث العلمي، ديوان المطبوعات الجامعية، ط 2، الجزائر، 2009 صفحة 61

ج- صدق وثبات لأداة الدراسة

أولاً: الصدق

صدق الدراسة هو أن تؤدي وتقيس أسئلة الاستبانة ما وضع لقياسه فعلا ,ويقصد وضوح الاستبانة وفقراتها ومفرداتها ومفهومة لديهم , حيث قامت الباحثة بتوزيع الاستبيان في هيئته الأولى على عدد من المحكمين بلغ عددهم 02 وذلك للتأكد من صدقه والملحق رقم (01) يوضح أسماء الأساتذة المحكمين ,وبناء على التوجيهات المقدمة من طرفهم , قامت الباحثة بإجراء تعديلات حتى يزداد وضوحا ودقة ومنه الخروج باستبيان نهائية (ملحق رقم 02).

ثانيا : الثبات

ويقصد به الاتساق الداخلي بحيث تكون كل فقرة من الاستبانة متسقة مع المجال الذي تنتمي إليه الفقرة ,وقد قامت الباحثة باستخدام حساب معاملات الارتباط بين كل فقرة من الفقرات في الاستبانة عن طريق استخدام معامل (ألفا كرونباخ) وحساب معامل الصدق (الجزر التربيعي لمعامل الثبات) والنتائج موضحة في الجدول التالي:

الجدول رقم (01): اختبار الموثوقية للاستبيان

المتغيرات	عدد البنود	معامل الثبات	معامل الصدق
الاستبيان	19	0.820	0.905

من الجدول يتضح أن معامل الثبات الكلي لأداة البحث بلغ (0.820) ومعامل الصدق بلغ (0.905) وهما معاملان مرتفعان، كما تعتبر جميع معاملات الثبات والصدق مرتفعة أيضا ،وبهذا نكون قد تأكدنا من ثبات أداة البحث، مما يجعلنا على ثقة بصحتها وصلاحيتها للتحليل. وبعد جمع البيانات قمنا بتفريغها وتحليلها باستخدام برنامج SPSS للحصول على نتائج التي سنعرضها لاحقا في الاطار الميداني.

5/ مجالات الدراسة

• المجال المكاني :

أجريت هذه الدراسة بجامعة عمار ثليجي كلية العلوم الانسانية والاسلامية والحضارة بقسم الاعلام والاتصال بالاغواط.

• المجال الزمني:

تمت الدراسة في السنة الجامعية 2025/2024، من شهر نوفمبر الى غاية شهر ماي 2025

• المجال البشري:

يتمثل المجال البشري لدراستنا في طلبة الماستر تخصص اعلام واتصال بجامعة عمار ثليجي

6/مجتمع وعينة دراسة

6-1-مجتمع الدراسة:

يعرف مجتمع البحث بأنه جميع الافراد او الاشياء او الاحداث التي تشترك في مجموعة من الخصائص والتي يسعى الباحث الى دراستها من اجل تعميم نتائجه عليها¹ وعليه تمثل مجتمع الدراسة في شباب جامعي جزائري اللذين يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي.

3-2- العينة:

بعد تحديد مجتمع الدراسة يتعين على الباحث تحديد العينة التي يبني عليها دراسته، ويجب ان تكون العينة ممثلة لمجتمع الدراسة حتى يتمكن الباحث من تعميم النتائج، كما ينبغي تحديد نوع العينة وحجمها. تم اختيار عينة قصدية في هذه الدراسة لأن طبيعة الموضوع تتطلب استهداف فئة معينة من المجتمع تتوفر فيها خصائص محددة ومرتبطة مباشرة بموضوع البحث، وهي فئة الشباب الجامعي النشطين على شبكات التواصل الاجتماعي. وتُبرر هذه الاختيارية بما يلي:

1. توافق خصائص العينة مع أهداف الدراسة: تهدف الدراسة إلى فهم الهوية الرقمية لدى الشباب الجامعي، وبالتالي لا يمكن أن تشمل العينة فئات لا تنتمي لهذا الإطار (مثل غير الجامعيين أو غير النشطين رقمياً)، مما يجعل العينة القصدية ضرورية لضمان ملاءمة البيانات للموضوع المدروس.
2. توفير الوقت والجهد البحثي: العينة القصدية تتيح للباحث استهداف الأشخاص المعنيين مباشرة دون الحاجة إلى غرلة مجتمع الدراسة الكامل، مما يزيد من كفاءة جمع البيانات.
3. الاستجابة لمتطلبات الدراسة الوصفية والتحليلية: بما أن الدراسة تهتم بوصف ظاهرة رقمية محددة عند فئة بعينها، فإن العينة القصدية تُعد مناسبة لأنها تسهم في توفير بيانات دقيقة ومركزة يمكن تحليلها بشكل أعمق.

وقد تمثلت عينة دراستنا في طلبة الماستر بقسم الاعلام والاتصال مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي، وبلغ حجمها 50 طالب وطالبة.

¹درويش عبد الباسط محمد، أسس البحث العلمي النظرية والتطبيق، دار المعرفة الجامعية، 2002، صفحة 45

7/ مفاهيم الدراسة.

7-1- تعريف الهوية الرقمية:

• مفهوم الهوية

يعد مفهوم الهوية من المفاهيم التي أخذت حيزاً كبيراً من تفكير الباحثين على غرار الهوية الرقمية التي اقترنت بظهور المجتمعات الافتراضية، والهوية الافتراضية تشتمل على مجموعة من المعلومات الشخصية التي تدخل في تكوين الذات الإلكترونية كالاسم والسن والحالة الاجتماعية وغيرها من البيانات التي يقدمها مستخدمو مواقع التواصل الاجتماعي على صفحات الشبكات الاجتماعية كالفيس بوك والانسيتغرام والتويتير ومنصة التيك توك، على أساس أنها تعكس شخصيتهم وهويتهم الحقيقية.¹

• الهوية الرقمية:

"هي مجموع الصفات والرموز والبيانات التي يستخدمها الأفراد في تقديم أنفسهم للآخرين في المجتمعات الافتراضية ويتفاعلون من خلالها" بتعريف علي محمد رحومة: يطلق عليها اسم الهوية الرقمية ويصفها "بالمفهوم ذو الخصوصية الغامضة والمعقدة ويصفها بالذات الواهمة أو الموهوم.²

• التعريف الاجرائي للهوية الرقمية:

مجموعة من الخصائص والمعطيات والسلوكيات الرقمية التي يُظهرها الشباب الجامعي من خلال تفاعلهم على شبكات التواصل الاجتماعي، وتشمل طريقة تمثيلهم لأنفسهم رقمياً (كالصور، الأسماء المستعارة، المعلومات الشخصية، المحتوى المنشور)، ونمط تفاعلهم مع الآخرين (الإعجاب، التعليق، المشاركة)، بما يعكس تصورهم الذاتي وانتماءاتهم الثقافية والاجتماعية في الفضاء الافتراضي.

7-2- تعريف المجتمع الافتراضي:

• مفهوم المجتمع الافتراضي

في ظل التطور التكنولوجي والتغيرات التي صاحبت هذا التطور والتي أدت إلى تغيير نمط الحياة الاجتماعية للفرد من خلال تواجد ضمن كينونة حياة رقمية في فضاء افتراضي، فوجد الفرد نفسه من تمثيلات المجتمع الطبيعي

¹ - صونيا عبديش، الشباب الجزائري والفيس بوك بين فرص الاستخدام ومعضلة الإدمان، تكسينج كوم للدراسات والنشر والتوزيع ، ص 204-203

² - محمد علي رحومة، الأنترنت والمنظومة التكنو اجتماعية، بحث تحليلي في الآلية النفسية للأنترنيت ونموذجه منظومتها الاجتماعية مركز دراسات الوحدة العربية، 2005، ص 304

الإطار المنهجي للدراسة

الواقعي الى تمثلات رقمية غيرت من انتمائه الفكري والجسمي والسلوكي، حتى ذلك من خلال خلق فضاء افتراضي يعكس الحياة الواقعية.

ويعرف محمد منير حجاب المجتمع الافتراضي بانه: مجتمع يتكون من اشخاص متباعدين جغرافيا ولكن الاتصال والتواصل بينهم يتم عبر شبكات الاجتماعية وينتج بينهم نتيجة لذلك نوع من الاحساس والولاء والمشاركة وتعبير اخر فان المجتمع الافتراضي عبارة عن تجمعات اجتماعيه شبكيه في اطار نسيج من العلاقات الشخصية في الفضاء السيبراني.¹

• التعريف الاجرائي للمجتمع الافتراضي:

مجموعة من الفضاءات الرقمية التفاعلية التي ينشط فيها الشباب الجامعي عبر شبكات التواصل الاجتماعي، والتي تتيح لهم إنشاء محتوى، تبادل الأفكار، بناء علاقات، وتمثيل هوياتهم بصورة فردية أو جماعية، دون التقيد بالزمان أو المكان.

ويشمل هذا المجتمع المنصات الإلكترونية مثل فيسبوك، إنستغرام، تويتر، تيك توك، وغيرها، والتي تُشكّل بيئة تواصلية بديلة للمجتمع الواقعي، وتتسم بالتفاعلية، والسرعة، والانفتاح، وتُمكن الأفراد من بناء روابط اجتماعية ومعرفية تعكس توجهاتهم وقيمهم وهوياتهم الرقمية.

7-3- تعريف مواقع التواصل الاجتماعي:

• مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي

هي كيانات اجتماعية يتفاعل عبرها الأفراد والتي توفر لهم خاصية الاتصال والتواصل عبر الفضاء الافتراضي الذي يمكنهم من تكوين علاقات اجتماعية تفاعلي إذ تعرف ان على انها مواقع الكترونيه تتيح للأفراد خلق صفحه خاصه بهم يقدمون فيها لمحاه عن شخصيتهم امام جمهور عريض او محدد وفقا لنظام معين يوضح قائمة لمجموعة من المستخدمين الذين يتشاركون معهم في الاتصال مع امكانية الاطلاع على صفحاتهم الخاصة ايضا والمعلومات المتاحة علما ان طبيعة وتسمية هذه الروابط تختلف وتتنوع من موقع الى اخر كما يمكنهم من تكوين صداقات عبر نطاق غير محدود حول العالم. كما تعتبر مواقع التواصل الاجتماعي انها مواقع تتيح تبادل المعلومات والافكار والثقافات والتعارض بين اناس يتشاركون في الفكر والثقافة والتوجه والميول اذ تتيح هذه المواقع التواصل بين المستخدمين في بيئة افتراضية وتسمح لمستخدميها بتسجيل وخلق هوية افتراضيه والتي يتم من خلالها التواصل ما بين المستخدمين الذين تجمعهم روابط اجتماعيه وثقافية.²

¹ - نديم منصور، سوسيولوجيا الانترنت، ط 1، منتدى المعارف، بيروت، 2014، ص 21

² - كلثوم بيسون، السياقات الثقافية الموجهة للهوية الرقمية في ضوء تحديات المجتمع الشبكي من التداول الافتراضي الى الممارسة الواقعية، مجله إضافات، العدد 33، 2016، ص 76

• التعريف الإجرائي لمواقع التواصل الاجتماعي

منصات رقمية يستخدمها الشباب الجامعي للتفاعل والتواصل وتبادل المعلومات والآراء والمحتوى الرقمي (كالصور، الفيديوهات، النصوص)، وتُعد فضاءات أساسية لتشكيل الهوية الرقمية، من خلال ما تتيحه من إمكانيات التعبير عن الذات، بناء العلاقات، والانتماء إلى مجتمعات افتراضية

7-4-تعريف الشباب:

"الشباب هم الفئة التي تمر بمرحلة انتقالية من الطفولة إلى الرشد، وتتميز بالحيوية والطاقة والبحث عن الذات، وهم يمثلون قوة اجتماعية واقتصادية كامنة."¹

• التعريف الإجرائي للشباب

هي مرحلة عمرية تمتد بين 18 إلى 40 سنة، وتُعد من أهم المراحل في حياة الفرد والمجتمع الجزائري. يتميز الشباب بالنشاط والطموح والرغبة في التغيير، ويمر خلالها الفرد بمرحلة نمو بيولوجي، نفسي واجتماعي. هذه المرحلة تُقسم عادة إلى ثلاث فئات:

• من 18 إلى 25 سنة: تُعرف بمرحلة الشباب المبكر، ويبدأ فيها تكوين الأفكار والوعي

• من 26 إلى 36 سنة: تُعتبر مرحلة الشباب المتقدم حيث تظهر الطموحات بشكل أوضح

• من 36 إلى 40 سنة: تمثل مرحلة انتقالية نحو النضج، تسبق الدخول في مرحلة الكهولة

هذه الفترة هي فترة تحمّل المسؤوليات وتكوين القيم والأدوار، كما تتأثر بمتغيرات عديدة مثل التكنولوجيا والتغيرات الاجتماعية.

7-5-تعريف المحددات والضوابط

• مفهوم المحددات:

يشير مفهوم المحددات إلى "العوامل التي تؤثر على الظواهر أو السلوكيات، سواء كانت اجتماعية أو نفسية أو اقتصادية أو تكنولوجية"، وتعد مدخلاً لفهم سلوك الأفراد داخل المجتمع أو داخل البيئة الرقمية. وقد عرفها الهواري، 2016 بأنها: "مجموعة من العوامل الموضوعية أو الذاتية التي تتحكم في توجيه السلوك الاتصالي عبر وسائل الإعلام، ومنها الوسائط الرقمية".²

كما أشارت الزبيدي (2020) (إلى أن المحددات قد تكون داخلية (مثل الدافع الشخصي، الاهتمامات، والخصائص النفسية) أو خارجية (مثل البيئة الثقافية، والضغط الاجتماعي، والتكنولوجيا المتاحة)³

¹ حسين عبد الباسط محمد، علم الاجتماع العام. مكتبة النهضة المصرية، القاهرة، 2006، ص 65

² الهواري، عبد الرزاق، سوسيولوجيا الإعلام الجديد. دار الهدى، الجزائر، 2016، ص 85

³ -الزبيدي، فاطمة، الاتصال الرقمي وبناء الهوية عند الشباب العربي. دار الفكر العربي، القاهرة. 2020. ص 86

• مفهوم الضوابط

الضوابط هي "مجموعة من المعايير والقواعد الأخلاقية والقانونية والاجتماعية التي تضبط استخدام الأفراد للوسائط الحديثة"، وتهدف إلى حماية الأفراد والمجتمع من الانزلاق نحو الاستخدام السلبي. وقد عرفها مكي، 2018 بأنها: "إجراءات أو مبادئ يلتزم بها المستخدمون أثناء تفاعلهم الرقمي، وتشمل الضوابط الذاتية والاجتماعية والتشريعية¹."

كما أشار سليم (2019) (إلى أن الضوابط تشمل الرقابة الذاتية، الالتزام بالقيم، احترام خصوصية الآخرين، والامتثال للقوانين المنظمة للفضاء السيبراني²).

• التعريف الإجرائي للمحددات :

تشير "المحددات" في هذه الدراسة إلى جملة العوامل الفردية والاجتماعية والسياقية التي تؤثر على الكيفية التي يبني بها الطلبة الجامعيون الجزائريون هويتهم الرقمية عبر مواقع التواصل الاجتماعي. ويشمل ذلك:

• المحددات الفردية: مثل مستوى الوعي الذاتي، الحاجات النفسية (القبول، التقدير، التعبير عن الذات)، الكفاءات الرقمية، والميول الشخصية.

• المحددات الاجتماعية: مثل التأثير الأسري، الأقران، الجماعة المرجعية، نمط التنشئة، القيم المجتمعية.

• المحددات التعليمية والمؤسسية: مثل الدور التربوي للجامعة، المحتوى التعليمي، مدى توجيه الطلبة نحو الاستخدام الواعي للتكنولوجيا.

• المحددات الثقافية: كالنظام القيمي، الخلفية الدينية، التمثلات الثقافية للهوية.

وبالتالي، فالمحددات تُقاس من خلال مدى تأثير هذه العوامل على سلوك الطلبة الرقمي، أنماط استخدامهم للمواقع، وتمثلاتهم لهويتهم الرقمية.

التعريف الإجرائي للضوابط:

تشير "الضوابط" إلى القيود والقواعد الأخلاقية والاجتماعية والثقافية التي تُؤطر وتُمارس تأثيرًا على طريقة تشكّل الهوية الرقمية لدى الطلبة الجامعيين في الفضاء الرقمي. وتشمل:

• الضوابط الذاتية: مثل الرقابة الذاتية، الحس الأخلاقي، احترام الخصوصية الشخصية.

• الضوابط الاجتماعية: مثل الأعراف الاجتماعية، التوقعات الجماعية، ردود فعل المتابعين أو الأقران.

• الضوابط القيمية والثقافية: كالمحافظة على الهوية الدينية، الامتثال للثقافة المجتمعية الجزائرية.

¹ - مكي، سامي.. "محددات وضوابط استخدام شبكات التواصل الاجتماعي". مجلة الدراسات الإعلامية، العدد 7. 2018، ص5

² سليم، نضال، الهوية الرقمية والإعلام الجديد. دار صفاء، عمان، 2019، ص26

الإطار المنهجي للدراسة

• الضوابط المؤسسية: مثل سياسات الجامعة، التشريعات القانونية المرتبطة بالنشر الرقمي، والأطر القانونية المنظمة لاستخدام الإنترنت.

وتُقاس هذه الضوابط من خلال مدى التزام الطالب بمعايير محددة في التفاعل الرقمي، تجنبه لسلوكيات قد تمس بقيم المجتمع، وحفاظه على توازن بين التعبير الحر والمسؤولية الرقمية

7-6- السياقات المحلية

تعريف السياقات المحلية:

السياق المحلي هو البيئة الثقافية والاجتماعية التي تحكم إنتاج المعنى وتلقيه، وهو مرجعية لا يمكن تجاوزها عند تحليل الخطاب أو السلوك¹.

التعريف الإجرائي للسياقات المحلية:

الظروف الثقافية والاجتماعية والاقتصادية والتعليمية المحيطة بالشباب الجامعي الجزائري، والتي تؤثر في تمثلاتهم وسلوكهم الرقمي داخل الفضاء الافتراضي، وتسهم في بناء هويتهم الرقمية وتوجيه تفاعلاتهم على مواقع التواصل الاجتماعي. وتشمل هذه السياقات: البيئة الجامعية، الواقع الثقافي والاجتماعي، الوضع الاقتصادي، المؤثرات المحلية.

8/ الدراسات السابقة:

تشير الدراسات السابقة إلى الدراسات التي درست نفس المجال الخاص للمشكلة التي يقوم الباحث بدراستها، حيث تمثل بالنسبة للمشكلة المطروحة قاعدة معرفية أولية لها، ولذلك تحتل الدراسات السابقة اهتماما كبيرا من الباحثين وتعمقا أكبر في الرجوع إلى تفصيلاتها ونتائجها وعرضها في أدبيات البحث. إذا تتلخص أهميتها في اكتساب الباحثين في البحث العلمي، والاستفادة من نتائجها في تطوير المشكلة وبناء إطار نظري كافي لصياغة التساؤلات وتفسير النتائج .

الدراسة الأولى: دراسة الباحثة: ریحانة بلوطي²، بعنوان دوافع استخدام الهوية الافتراضية في الشبكات الاجتماعية وأثرها على الفرد (دراسة استكشافية لعينة من مستخدمي الفيس بوك نموذجاً)، مذكرة مكملة لنيل الشهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال تخصص وسائل الإعلام والمجتمع، جامعة الحاج لخضر باتنة، الموسم الجامعي 2014/2015.

¹-إبراهيم، عبد الله. الثقافة والهوية والاختلاف، المركز الثقافي العربي، بيروت، 2007، ص55

² - ریحان بلوطي: دوافع استخدام الهوية الافتراضية في الشبكات الاجتماعية وأثرها على الفرد (دراسة استكشافية لعينة من مستخدمي الفيس بوك، نموذجاً)، مذكرة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال، تخصص وسائل الإعلام والمجتمع، جامعة الحاج لخضر - باتنة، 2014/2015.

الإطار المنهجي للدراسة

انطلقت هذه الدراسة من إشكالية مفادها: ما هي دوافع استخدام الهوية الافتراضية على الشبكات الاجتماعية؟ وما أثرها على الفرد؟ و كان الهدف من القيام بهذه الدراسة هو التواصل إلى معرفة أسباب و دوافع استخدام الهوية الافتراضية في تواصله عبر الشبكات الاجتماعية، و التعرف على ماهية المجتمع الافتراضي و الحدود الفاصلة أو المرتبط بينه و بين المجتمع الحقيقي و التعرف كذلك على مفهوم الشبكات الاجتماعية و دورها في تفعيل الحياة الاتصالية للأفراد و المجتمعات، و التواصل إلى معرفة الهوية الافتراضية، و معرفة الأثر المترتب عن استخدام الفرد للهوية الافتراضية في تواصله مع غيره في شبكات التواصل الاجتماعية سواء بالإيجاب أو بالسلب على مستوى هويته الحقيقية.

اعتمدت هذه الدراسة على المنهج الوصفي من خلال وصف ظاهرة الهوية الافتراضية في الشبكات التواصلية عن طريق استخدام أداة الاستمارة طبقت هذه الدراسة على المجتمع الجزائري مستهدفة مستخدمي الفايسبوك والذي يتراوح أعمارهم بين 16 و 37 سنة باستخدام العينة العشوائية البسيطة وكان عدد أفرادها المبحوثين 200 مفردة قد أجريت عليها الدراسة وتوصلت هذه الدراسة إلى مجموعة من النتائج نذكرها فيما يلي :

- يمتلك أفراد العينة من المجتمع الجزائري الأنترنت في الخط الثابت بنسبة ،60.52% وهذا نظرا للتطور التكنولوجي في حقل الاتصالات الذي عرفته الجزائر وهذا مكنهم من التعرف على الشبكات الاجتماعية ومنها الفايسبوك إذا يعود امتلاكهم لهذا الموقع إلى أكثر من ثلاثة سنوات، و يستخدمونها بشكل يومي بمدة لا تزيد عن ثلاث ساعات يوميا وتتنوع الصداقات عبر هذا الموقع على معايير مختلفة منها تقارب السن، الاهتمامات المشتركة والمستوى المعرفي... الخ
- ينخرط المستخدمون في الفايسبوك في المجتمعات الافتراضية المختلفة والتي تكون ذات توجه متنوع لديهم، ويستخدم أكثرهم أسماء مستعارة أو مركبة من اسم مستعار وآخر حقيقي ودلالة هذه الأسماء المستعارة هي مختلفة، حسب طبيعة كل مشترك في الموقع، و قد تتوافق بيناتهم المعروضة مع بيناتهم الحقيقية في الواقع وكثيرا منها ، فبعضهم يخفي معلوماته الشخصية خوفا من المضايقات والإحراج أو بداعي رفض المبدأ أساسا، و كذلك جلهم لا يصل إلى عرض صورته الحقيقية للخوف من القرصنة أو الاختراق، و كان مبرر المبحوثين في عدم التصريح بهويتهم الحقيقية والتواصل من خلال هويته الافتراضية هو الخوف من القرصنة أو الاختراق وتجنب المضايقات والاحراج.
- أما أثر الهوية الافتراضية على الفرد فلقد انقسمت إلى شقين أحدهما إيجابي وتمثله ثلاثة أبعاد مكنت الفرد من الحديث بكل حرية دون التخلي عن مبادئ والقيم التي يعملها وساعدت الأخلاق و إبقاء هويتهم الحقيقية

الإطار المنهجي للدراسة

محفوفة من القرصنة أو الاختراق أما عن جانبها السلبي فيتمثل في بعد واحد و هو التوقع في الشخصية الافتراضية و التقليل من العلاقات الاجتماعية بين الأفراد في الأسرة الواحدة.

التعقيب على الدراسة: من خلال استعراضنا لهذه الدراسة تبين لنا الاتي .استخدام الباحثة للمنهج الوصفي انطلاقا من استخدام استمارة الاستبانة وتوزيعها على 200 مفردة من المجتمع البحث والتي كانت مقسمة على المناطق الأربعة للوطن مما جعل العينة معبرة إلى حد كبير عن المجتمع البحث العام الجزائري، وذلك ما سهم في الوصول إلى أفضل النتائج في هذه الدراسة حول استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وكذلك دوافع بناء الهوية الافتراضية عبر الفضاء الخارجي العالمي عبر الشبكة .من حيث الأداة المستخدمة استخدمت الباحثة أداة واحدة وهي الاستبانة وتم الاستفادة من الدراسة من خلال الاعتماد على النتائج التي توصلت إليها الدراسة حول الهوية الافتراضية والدوافع الخاصة بالأفراد في استخدام هذه الهوية عبر مواقع الشبكات الاجتماعية حيث كانت هذه النتائج بمثابة بوصلة لنا من أجل التوجه نحو البحث عن الجديد في موضوع الهوية الرقمية ودوافع الشباب في استخدامها، الاعتماد على بعض المراجع المستخدمة في الدراسة خاصة المتعلقة بمواقع التواصل الاجتماعي وحتى الهوية الافتراضية، ضبط بعض المفاهيم الخاصة بالدراسة من خلال الدراسة السابقة من أجل إعداد الإطار النظري للدراسة .

6-2-الدراسة الثانية: دراسة الباحث بدر الدين بلعباس¹ بعنوان شبكات التواصل الاجتماعي والهوية الثقافية عند الطلبة الجامعيين،(الفاييسبوك وطلبة جامعة بسكرة نموذجاً) ، مذكرة مقدمة الاستكمال متطلبات الحصول على شهادة الماجستير في علم الاجتماع تخصص علم اجتماع التربية،2014/2015

انطلقت هذه الدراسة من إشكالية مفادها: البحث عن العلاقة الموجودة بين فاييسبوك و الهوية الثقافية عند الطلبة الجامعيين في جامعة بسكرة كان الهدف من هذه الدراسة هو البحث عن مسألة شبكات التواصل الاجتماعي و الهوية الثقافية عند الطلبة الجامعيين و كيف تتمظهر هذه الهوية الثقافية في مواقع التواصل الاجتماعي و هل تؤثر هذه الأخيرة على الهوية الثقافية، و اعتمدت هذه الدراسة على المنهج الوصفي باعتباره هو المنهج المستخدم في دراسات جمهور وسائل الإعلام و أجريت هذه الدراسة في جامعة محمد خيضر بسكرة على طلبة الجامعة بمجتمع بحث بلغ عدده 30.000 ثلاثون ألف طالب جامعي، تم تطبيق الدراسة على عينة بحث عشوائية بسيطة حجمها هو 786 طالب من أصل 30.000 ألف طالب المجتمع المدروس و تم استخدام عدة أدوات في هذه الدراسة

¹ - بدر الدين بلعباس: شبكات التواصل الاجتماعي والهوية الثقافية عند الطلبة الجامعيين،(الفاييسبوك وطلبة جامعة بسكرة نموذجاً) ، مذكرة ماجستير في علم الاجتماع، تخصص علم اجتماع تربية، جامعة بسكرة، 2014/2015

الإطار المنهجي للدراسة

تناسبا مع متطلبات المنهج و خصوصية استخدام أداة الاستمارة، بشكل اساسي و كذلك الاعتماد على مقابلة و الملاحظة، و توصلت هذه الدراسة إلى مجموعة من النتائج نذكرها في النقاط التالي:

- أثبتت نتائج الدراسة في المحور الأول المتعلق باستخدام الطلبة للفييس بوك ورؤيتهم للعادات الاجتماعية العديد من الملاحظات منها يناقش الطلبة الجامعيون المواضيع المتعلقة بالعادات الاجتماعية على فايسبوك ويؤكدون على أهمية هذه المواضيع وضرورة التعاطي معها بالتمييز لمنطقة دون أخرى ويراها أغلب الطلبة أن طرحهم لقضايا العادات الاجتماعية على الفايسبوك أنما يختزل رؤيتهم لها في الواقع ويدافعون عليها، وقد اثبتت الدراسة من خلال تعاملات الطلبة وإجاباتهم على هناك عالقة بين استخدام الطلبة للفييس بوك وبين رؤيتهم للعادات الاجتماعية ومن خلال ما سبق يمكننا الخروج بالخالصة ويمكن لنا القول بأن نقشات الطلبة حول فايسبوك لمسألة التقاليد الاجتماعية، تأتي من باب الدفاع عن مكتسب الحرية اثناء الرد والنقاش على صفحات الفيس بوك، ومهما يكون اتجاه هذا الرد في صالح التقاليد ام في ضدها أو في احداث موازنات والتعامل بشكل حذر في كل مقام

- أما فيما يخص استخدام الطلبة للفييس بوك ومسألة الأعراف الاجتماعية فانه من خلال إجابات الطلبة حول هذا المحور يمكن لنا القول أن الطلبة يناقشون المسائل المتعلقة بالأعراف الاجتماعية على صفحات الفايسبوك ويهتمون بها بشكل كبير، وتؤثر مجموعات التي يتواصل معها الطالب في رؤيته ومعتقداته حول الأعراف الاجتماعية ويؤكد الأغلبية منهم على أن الفايسبوك فضاء حر ومتنفس كبير لطرح وتبادل اراءهم حول الهوية الثقافية بجرأة كبيرة

- وحول استخدام الطلبة للفايسبوك واللغة المستعملة يرى الطلبة أنهم يستخدمون العربية مع ادراكهم للبعد الحقيق للغة ودورها في الصراع وكونها من أهم دعائم الهوية الثقافية، وبالتالي أكدوا على ضرورة إحلال دورها في الرقى فأكسبوها اهتماما كبيرا وساعدت اللغة نقاشاتهم المتعددة في رسم أبعاد حقيقية للواقع

التعقيب على الدراسة: من خلال ملاحظتنا للغرض في هذه الدراسة والذي هو يقول أن الطلبة الجامعيون يناقشون مسألة التقاليد الاجتماعية على شبكة التواصل الاجتماعي فايسبوك باعتبارها أحد أبعاد الهوية الثقافية، وبالمقارنة مع النتائج المتوصل إليها في تحقيق هذا الغرض فإن الطالب كان موفقا تماما في الحصول على كل المعلومات التي تعبر عن الفرضية وتحقيقها. الباحث كذلك استخدم أداة المقابلة وأداة الملاحظة، وتم الاستفادة من الدراسة من خلال الاعتماد على النتائج التي توصلت إليها حول أن مواقع التواصل الاجتماعي تؤثر وتتأثر بالهوية الثقافية للشباب كونها هي أحد الأسس التي تبني الهوية بشكل عام سواء كانت طبيعية أو رقمية، حيث كانت هذه النتائج بمثابة القاعدة الأساسية للانطلاق في الجانب النظري والميداني في دراستنا. الاعتماد كذلك على بعض المراجع

الإطار المنهجي للدراسة

المستخدمة في الدراسة خاصة المتعلقة بمواقع التواصل الاجتماعي والاستفادة منها في بناء الإطار النظري للدراسة أيضا .

6-3- الدراسة الثالثة دراسة وارم العيد¹ بعنوان البعد الثقافي للعولمة وأثره على هوية الشباب الجامعي الجزائري (دراسة ميدانية على طلبة ببعض الجامعات الجزائرية)، أطروحة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الدكتوراه علوم فرع علم الاجتماع تخصص علم اجتماع التربية مقدمة بجامعة محمد لمين دباغين - سطيف - في الموسم الجامعي 2017/2018.

إنطلقت هذه الدراسة من إشكالية مفادها هل ساهم استخدام الشباب الجامعي لشبكات التواصل الاجتماعي الفايسبوك (نموذج) في اكتسابه لعناصر قيمة ولغوية جديدة؟ وتفرعت هذه الإشكالية إلى تساؤلات فرعية: عن علاقة الشباب الجامعي بمواقع التواصل الاجتماعي، عن مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في اكتساب الشباب الجامعي لعناصر قيمة جديدة، و عن مساهمة الفايسبوك في اكتساب الشباب الجامعي لعناصر لغوية جديدة، و كان الهدف من هذه الدراسة هو الكشف عن الظاهرة محل الدراسة ميدانيا من خلال ما تم تصوره و هو التعرف على مساهمة استخدام الشباب الجامعي لشبكات التواصل الاجتماعي (الفايسبوك) في اكتسابه لعناصر قيمة و لغوية جديدة ومن خلال نموذج من نماذج شبكات التواصل الاجتماعي و هو الفايسبوك كأحد أهم أدوات العولمة ووسائلها الإعلامية للتأثير الثقافي والعلاقة بينه و بين الهوية من خلال اللغة والقيم.

تنتمي هذه الدراسة للدراسات الاستكشافية و لذلك فقد اعتمدت على المنهج الوصفي لأنه يستقصي ويكشف و يصف الظاهرة كما هي عليه في الواقع، كما يحاول تحليل نتائجها و فهمها، وحسب طبيعة المنهج والدراسة فلقد اعتمدت على الملاحظة وإستمارة الاستبانة وطبقت هذه الدارسة على مجتمع بحث وهو الطلبة الذين يمثلون فئة الشباب الجامعي المستخدم لموقع التواصل الاجتماعي الفايسبوك، أما العينة فكانت قصدية وهي عينة غير احتمالية يكون فيها الاختيار كيفي من قبل الباحث وكان حجمها 300 طالب مقسمة على 3 جامعات وهي جامعة برج بوعرييج وجامعة المسيلة وجامعة سطيف، ولقد توصلت الدراسة في الأخير إلى مجموعة من النتائج نجزها فيما يلي :

- ساهم استخدام الشاب الجامعي لشبكات التواصل الاجتماعي (فايسبوك نموذجا) في اكتسابه لعناصر قيمة ولغوية جديدة، وبالتالي فإن الفرضية العامة للدراسة قد تحققت حيث أن النتائج أكدت بان الشباب المبحوثين في ميدان الدراسة يتجه نحو الاستخدام الكثيف لشبكة التواصل الاجتماعي فايسبوك مما ساهم

¹ وارم العيد، البعد الثقافي للعولمة وأثره على هوية الشباب الجامعي الجزائري، (دراسة ميدانية على طلبة ببعض الجامعات الجزائرية)، أطروحة دكتوراه علوم في علم الاجتماع تخصص علم اجتماع التربية، جامعة محمد لمين دباغين، سطيف، 2017/2018.

الإطار المنهجي للدراسة

في اكتسابه عناصر قيمة جديدة على مستوى القيم الاجتماعية ممثلة في بعض قيم الأسرة وبصفة عامة التخلي عن قيمة التواصل الاسري والتخلي بقيمة التواصل الافتراضي وبالتالي ضعف الترابط الاسري بضعف التواصل المباشرة والانعزال عن الآخرين

• اكتسابه عناصر قيمة جديدة على مستوى القيم الأخلاقية ممثلة في اهتمام الشباب بالمظهر والتخلي على الجوهر والتحرر المطلق لكال الجنسين.

• كذلك تشكل وانتشار لغة جديدة هجينة وداخلية عن طريق عناصر جديدة تساهم في تراجع دور اللغة العربية وبمساهمة موقع فيس بوك .

التعقيب على الدراسة: من خلال ملاحظتنا لإشكالية موضوع الدراسة و نتائجها التي وضعها الباحث يمكن لنا القول أن الباحث كان موفق إلى حد كبير في معالجة الموضوع المتعلق بتأثير مواقع التواصل الاجتماعي و التي هي احد وسائل العولمة في الهوية لدى الشباب الجامعي الجزائري و كذلك النتائج الواقعية، التي وصل إليها من خلال دراسته الميدانية. وتم الاستفادة من هذه الدراسة من خلال ضبط بعض المفاهيم الخاصة بدارستنا خاصة مفهوم الهوية، الاستفادة كذلك من النتائج التي توصلت إليها الدراسة نحو دور وسائل التواصل الاجتماعي في خلق مجموع من القيم الثقافية واللغوية الجديدة لدى الطالب أو الشباب الجامعي الجزائري بصفة عامة إذ كانت هذه النتائج هي بوابة انطلاق لنا نحو دراسة الهوية الرقمية التي خلقتها هذه القيم في المجتمع لمواقع التواصل الاجتماعي.

6-4- الدراسة الرابعة: دراسة الباحث بايوسف مسعود¹ (جامعة قاصدي مرياح ورقلة) عنوان الدراسة هو الهوية الافتراضية (الخصائص والابعاد).

نوع الدراسة دراسة استكشافية على عينة من المشتركين في المجتمعات الافتراضية، هذه الدراسة عبارة عن ورقة بحثية مقدمة للملتقى الدولي حول مفهوم الهوية والمجالات الاجتماعية في ظل التحولات السوسيوثقافية في المجتمع الجزائري، .

إنطلقت هذه الدراسة من إشكالية مفادها البحث في إشكالية عالقة الهوية الافتراضية بالهوية الحقيقية و كيف يتفاعل الأفراد داخل المجتمع الافتراضي وبعد هذا التفاعل على الحياة الواقعية، و كان الهدف العام من هذه الدراسة هو التعرف على المجتمع الافتراضي و الاطلاع على بعض الدراسات و الكتابات حول الموضوع، و الكشف على ملامح الهوية الافتراضية و أبعاد التفاعل الرقمي، اعتمدت هذه الدراسة باعتبارها دراسة استطلاعية على المنهج

¹ بايوسف مسعود، الهوية الافتراضية (الخصائص والابعاد) دراسة استكشافية على عينة من المشتركين في المجتمعات الافتراضية، الملتقى الدولي حول مفهوم الهوية والمجالات الجماعية في ظل التحولات السوسيوثقافية في المجتمع الجزائري.2014،

الإطار المنهجي للدراسة

الوصفي، و تم تطبيق هذه الدراسة على عينة قوامها 60 مفردة من خلال استخدام أداة الاستبانة الإلكترونية عبر شبكة الأنترنت في دراسة هذه العينة و توجيه الأسئلة الخاصة بموضوع الدراسة إليها، توصلت هذه الدراسة إلى مجموعة من النتائج نذكرها فيما يلي :

- أن الأفراد المبحوثين يفضلون الانضمام إلى أكثر من مجتمع افتراضي كما أنهم يفضلون المجتمعات الافتراضية ذات البعدين العربي و العالمي و كذلك الطابعين الثقافي و العام، و هو ما يعكس عملية الانفتاح على المجتمعات الأخرى لكن بطابع افتراضي لا واقعي.
- كذلك انضمام الأفراد إلى المجتمعات الافتراضية، كان بدافع الحوار و تبادل الآراء بالدرجة الأولى، مما يؤكد سعي الأفراد لإثبات الذات و نشر الأفكار الخاصة بهم، إذ تمثل الهوية الافتراضية عند غالبية الأفراد انعكاسا لهويتهم الحقيقية، و يرى البعض أنهم عن طريق الهوية الافتراضية يكونون أكثر تفاعل و نشاطا و مشاركة في المجتمع الافتراضي عنه في المجتمع الحقيقي، و ذلك لخصائص المجتمع الافتراضي التي تركز على التخاطب و التواصل الفكري و ليس على المظهر و الانطباعات مثل ما هو عليه الحالي في الفضاء الواقعي.

التعقيب على الدراسة: من خلال استعراضنا لهذه الدراسة تبين لنا التالي :أن التواجد الافتراضي في المجتمع لا يعتبر معيار فعال لبناء الهوية الافتراضية أو الرقمية كما يقول الباحث، بل هي مرتبطة أيضا بالكيفية التي يتم بها التفاعل عبر هذه المواقع (التواصل الاجتماعي) ، أما من ناحية النتائج المتواصل إليها فقد كانت معبرة تماما عن أسئلة الدراسة، وتم الاستفادة من هذه الدراسة في جوانب التالية: من حيث النتائج المتواصل إليها حيث كانت هذه النتائج بمثابة البوصلة لنا في تحديد ما نريد أن نصل إليه من أهم الدراسات السابقة حول موضوع الهوية الرقمية لدى الشباب الجزائري عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

الدراسة الخامسة: دراسة بن زغمان كلثوم،¹ كانت بعنوان **تمظهرات الهوية الافتراضية وعلاقتها بالروابط الاجتماعية، دراسة ميدانية لعينة من الشباب الجزائري المرتاد لمواقع التواصل الاجتماعي (فيسبوك نموذج) ،** مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات شهادة الماستر أكاديمي، تخصص علم اجتماع الاتصال ميدان علم الاجتماع، جامعة قاصدي مرباح -ورقلة، الموسم الجامعي 2015/2016.

انطلقت هذه الدراسة من الإشكالية التالية: هل تمظهرات الهوية الافتراضية لدى الشباب الجزائري على علاقة بأنماط روابطه الاجتماعي ضمن المجال الاجتماعي الذي ينتمي إليه؟ وكان الهدف الأساسي من الدراسة تسليط

¹ بن زغمان كلثوم، **تمظهرات الهوية الافتراضية وعلاقتها بالروابط الاجتماعية، دراسة ميدانية لعينة من الشباب الجزائري المرتاد لمواقع التواصل الاجتماعي (فيسبوك نموذج) ،** مذكرة ماستر تخصص علم اجتماع الاتصال، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، 2015/2016.

الإطار المنهجي للدراسة

الضوء على الفضاء الافتراضي كمؤسسة اجتماعية وكمجال للتفاعل مغرزة من التقدم التكنولوجي ومحاولة الكشف عن مظهرت الهوية الافتراضية و أبعاد التفاعل الرقمي لدى الشباب ودراسة علاقة الروابط الاجتماعية لدى الشباب الجزائري بتمظهر هويتهم الافتراضية.

اعتمدت هذه الدراسة على المنهج الوصفي باعتباره المنهج المعتمد في دراسات الجمهور، أجريت هذه الدراسة على عينة قوامها 25 مفردة و مجتمع البحث ككل الشباب الجزائري، استعملت مجموعة من الأدوات وهي المقابلة والملاحظة وتحليل المضمون، تم توزيع المقابلة الكترونيا على عينة البحث وتوصلت هذه الدراسة إلى مجموعة من النتائج نذكرها فيما يلي: فيما يخص علاقة تمظهرات الهوية لدى الشباب الجزائري بتماسك روابطهم الأسرية فإن الأشخاص الذين يحضون بروابط أسرية متماسكة يميلون إلى عرض هوية افتراضية تعبر عن صلتها وامتدادها بواقعها الاجتماعي مقارنة بأولئك الذين يعانون ارتخاء في روابطهم الأسرية فإنهم يميلون إلى عرض هوية افتراضية لا تمد للواقع باي صلة، أما فيما يخص علاقة تمظهرات الهوية الافتراضية لدى الشباب الجزائري بتدينهم تبين أن الأشخاص الذين لديهم علاقة قوية بتدينهم يسعون إلى عرض هوية افتراضية تعبر عن امتدادها وصلتها بالواقع الاجتماعي الذي تنتمي إليه عكس الأفراد الذين لديهم علاقة سطحية مع الدين، أما عالقة تمظهرات الهوية الافتراضية لدى الشباب بإكراهات مجالهم الاجتماعي فقد أكدت الدراسة على وجود عالقة إرتباطية بين ظهور الهوية الافتراضية لدى الشباب والإكراهات التي يتعرض لها هؤلاء الشباب في مجالهم الاجتماعي .

التعقيب على هذه الدراسة: من خلال استعراضنا لهذه الدراسة تبين لنا التالي: حجم العينة يعتبر قليلا جدا بالنسبة لمجتمع البحث ككل والذي يعتبر غير معبر بالمطلق عن مجتمع الدراسة الكبير، وكذلك استخدام أداة المقابلة في مثل هذا النوع من العينات يعتبر قاصرا لأن المجتمع كبير وبالتالي كان من الأفضل استخدام إستمارة الاستبانة من أجل زيادة حجم العينة، وكل هذا نتج عنه عدم معالجة الموضوع بشكل جيد . وتمت الاستفادة من الدراسة من خلال ضبط بعض المفاهيم المتعلقة بمتغيرات الدراسة فيما يخص متغير الهوية الرقمية، الاعتماد على الإطار الذي وضعت فيه الدراسة ومنهج الدراسة، الاعتماد كذلك على بعض المراجع التي اعتمدها هذه الدارسة في الجانب النظري.

أوجه التشابه والاختلاف بين الدراسة الحالية والدراسات السابقة:

❖ **أوجه التشابه :**

الإطار المنهجي للدراسة

- تتشابه دراسة ریحانة بلوطي مع دراستنا الحالية في بعض الأهداف إذ أن الدراستان كالمها يبحث عن دوافع استخدام الهوية الرقمية وكذلك الأثار التي تحدث على الفرد عند استخدام الهوية الرقمية .
- تتشابه مع دراسة بدر الدين بلعباس في البحث عن دوافع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي من قبل الشباب وتأثيراتها عليهم بشكل كبير خاصة فيما يخص هوية الأفراد الثقافية.
- تتشابه مع دراسة وارم العيد في البحث عن دور مواقع التواصل الاجتماعي على الشباب في اكتساب عناصر قيمية جديدة وهذه القيم هي التي تعتبر من أحد مقومات الهوية وكذلك تأثير هذه المواقع على هوية الفرد الحقيقية
- تتشابه مع دراسة بايوسف مسعود في البحث عن عالقة الهوية الافتراضية بالواقعية وأيضا البحث عن ملامح الحقيقة للهوية الرقمية.
- تتشابه مع دراسة بن زغمان كلثوم في البحث عن الكيفية التي تظهر بها الهوية الرقمية وأيضا أثرها على الفرد وعلاقاته الاجتماعية

❖. أوجه الاختلاف:

تختلف هذه الدراسة مع الدراسات السابقة من حيث التوسع في موضوع الهوية الرقمية والتعمق فيه أكثر وكذلك الاختلاف من حيث الزمان والمكان أيضا، كذلك من حيث المنهج حيث استخدمنا المنهج الوصفي التحليلي قصد الوصول إلى معلومات دقيقة أكثر من المعلومات التي تم الحصول عليها في الدراسات السابقة.

الاطار النظري:

مدخل عام للهوية الرقمية ومواقع التواصل

الاجتماعي

1/ مفهوم الهوية الرقمية

أولاً: تعريف الهوية

1 : الهوية لغة:

يعرفها المعجم الوجيز بأن الهوية هي الذات، وهي حقيقة الشيء، أو الشخص الذي تميزه عن غيره¹. وفي المعجم الوسيط هي حقيقة الشيء أو الشخص تميزه عن غيره، أو هي بطاقة هوية يثبت فيها اسم الشخص وجنسه ومولده وعمله، وتسمى البطاقة الشخصية أيضاً².

وفي التعريفات لجرجاني هي ما يكون عليه الشيء هو، أي من حيث تشخصه وتحققه في ذاته وتميزه عن غيره³. أما في لسان العرب لابن منظور فالهوية هي مأخوذة من هوى يهوى هو والهوية تصغير هوة، وقيل الهوية بئر بعيد المهواة أي الحفرة بعيدة القعر، وهذا الأصل في الشيء ومن أين أتى.

ونجد لها تفصيل أكثر في المنجد: الهوية (هو) ضمير للغائب المفرد المذكر، ويقال للمثنى (هما) وجمع المذكر (هم) ويقال للمؤنث المفرد (هي) وللمثنى (هما) وللجمع (هن) والهوية: حقيقة الشيء أو الشخص المطلقة المشتملة على صفاته الجوهرية وذلك منسوب إلى (هو)⁴.

في اللغة العربية مصدر مركب من ضمير الغائب هو المعروف بأداة التعريف ال ومن اللاحقة المتمثلة في الياء المتشددة وعالمة التأنيث وهي تأتي بمعنى ذات الشيء⁵.

ولا تختلف الهوية في المعنى الفلسفي عن المعنى اللغوي فهي تعني حقيقة الشيء من حيث تميزه عن غيره، وتسمى أيضاً وحدة الذات .

وبهذا فالهوية في المعنى اللغوي لم تختلف تعاريفها كثيراً فهي بالمختصر تعني أصل الشيء ومنبته.

1- مصطفى حجازي وآخرون: المعجم الوجيز، مجمع اللغة العربية، القاهرة، 2000، ص 654.

2 - إبراهيم مذكور وآخرون: المعجم الوسيط، ط3، ج2، مجمع اللغة العربية، القاهرة، 1972، ص 1039.

3 - الشريف الجرجاني: التعريفات، دار الكتب، بيروت، 1987، ص 320.

4 - لوس معلوف: المنجد في اللغة والإعلام، دار المشرق، بيروت، 2000، ص 875.

5 - محمد إبراهيم عيد: الهوية والقلق والإبداع، دار القاهرة للنشر، 2002، ص 17.

2- الهوية اصطلاحاً

في البداية يمكن القول إن الهوية مجموعة من السمات التي تسمح لنا بتعريف موضوع معين وبناءً على ذلك فإن التحديد الخارجي للهوية يكون بالبحث عن هذه السمات وتحديدها.

يعرفها تاجفيل: الذي يرى أن الهوية التي تعكس ذلك الجزء من مفهوم الشخص عن ذاته و الذي يتأسس في ضوء معرفته المسبقة بانتمائه لعضوية جماعة (أو جماعات) معنية و هو ما يقضي تمسكه بالقيم و الأعراف السائدة¹، و في هذا الإطار لا يبتعد 'إيمانويل وينو كثيرا عن التعريف السابق إذ يرى أن الهوية هي ما توجد عليه على نحو فردي و ما نريد أن نكون عليه، على معنى ما يميز خصوصيتها و الكيفية التي تتمثل بها هذه الخصوصية معاً، و بعبارة أخرى الكيفية التي يتعين بها كل فرد على حدى، و التي يتطابق في ذات الوقت مع المعايير عامة و ينتسب بها إلى جماعات محددة².

وتعرف كذلك على أنها معرفة وإدراك الذات القومية ومكوناتها من القيم والأخلاق والعادات والتقاليد، وهي سمات وخصائص يتميز بها شعب ما عن غيره من الشعوب وترتبط هذه السمات بالسلوكيات العامة لمجموعة من الأفراد والعائلات السائدة والمنتج الفني والثقافي لهذه المجموعة أو هذا المجتمع³.

وميكشيللي يعرفها بوصف منظومة من المعطيات المادية والمعنوية، والاجتماعية التي تنطوي على نسق من عمليات التكامل المعرفية، فالهوية ليست جامدة بل هي حقيقية تتطور وفقاً لمنطقها الخاص الذي يتجسد في عمليات التقمص والاصطفاء، وهي في سياق تطورها تتحدد على نحو تدريجي، وتعيد تنظيم نفسها وتحتيز من غير توافق⁴.

وبذلك فالهوية هي مفهوم تتأرجح معانيه بين عدة مدلولات أهمها السمات والميزات التي تميز الفرد أو الجماعة أو الأمة عن غيرها، كما ترمز من جانب آخر إلى ما هو خصوصي وكذلك ما هو ذاتي فيما يتعلق باللغة والعقيدة والحضارة والتاريخ والجنس والعرق، فهي بهذا خليط منسجم من التقاليد والأفكار والثقافات تختص به من جهة ما عن غيرها من الجهات الأخرى، وتنتقل بينها بالتوارث.

الهوية هي الذاتية والخصوصية، وهي اجتماع القيم والمثل والمبادئ التي تشكل الأساس الراسخ للشخصية الفردية أو الجماعية، وهوية الفرد هي عقيدته ولغته وثقافته وحضارته وتاريخه، الهوية هي ما به يكون الشيء في أصله،

¹ - باديس لونيبي: الهوية المحلية والهوية الافتراضية في ظل الإعلام الجديد، حدود التلاقي والتلاقي، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة باتنة، عدد، 31 ديسمبر، 2014، ص 34.

² - إيمانويل رينو: التصورات الأوروبية للهوية، ضمن كتاب الهوية، سلسلة مفاهيم عالمية، المركز الثقافي العربي، 2005، ص 143.

³ - عبد الحكيم احمين، الهويات الافتراضية في المجتمعات العربية، دار الأمان، المغرب، 2017، ص 63.

⁴ - اليكس وميكشيللي، الهوية، ترجمة على وطفة، دار الوسيم، دمشق، 1993، ص 129.

ومما سبق يتضح أن المعنى الاصطلاحي لا يختلف عن اللغوي فكلاهما يرى أن معنى الهوية ومفهومها الأساسي هو أصل الشيء ومن أين ظهر

ثانيا: تعريف الهوية الرقمية

تعرف الهوية الرقمية بأنها الشخصية التي يتم إنشاؤها من طرف المستخدم الإنسان الذي يعمل كصلة وصل بين الشخص الطبيعي والشخص الظاهري للمستخدم. وحسب هذا التعريف فإن التواصل في إطار الهوية الافتراضية الرقمية يتم بين ثلاثة عناصر وهي الشخص الطبيعي وما يعرضه هذا الشخص عبر الفضاء الافتراضي والأفراد الآخرين¹

ويقصد بها كذلك مجموعة المعلومات الشخصية التي تكون الذات الإلكترونية كالاسم والسن والجنس وطريقة الإيماء إلى غير ذلك من البيانات التي يقدمها المستخدمون على أساس أنها تعكس شخصياتهم الواقعية².

وهذا يعني أن تلك المعلومات الموجودة عبر الحسابات الشخصية لهؤلاء المستخدمين عبر مواقع التواصل الاجتماعي هي معلومات تدل على هويتهم الرقمية وأحيانا تكون معبرة بشكل كبير عن هويتهم الواقعية في المجتمع الذي يعيشون فيه، ومن خلال هذه المعلومات المعروضة يقومون ببناء عملية تفاعلهم وتواصلهم مع الأفراد الآخرين والذين بدورهم يتفاعلون أيضا بهوية رقمية يكون الرقم والشفرة الرقمية لحساب مواقع التواصل الاجتماعي هو البطاقة الهويةية لهؤلاء المستخدمين .

وتعرف أيضا على أنها مجموعة من الصفات والرموز والبيانات التي يستخدمها الأفراد في تقديم أنفسهم للآخرين في المجتمعات الافتراضية ويتفاعلون معهم من خلالها.³

ضف إلى ذلك على أن هذه الهوية هي هوية قابلة للتغيير ولتعدد كذلك:

➤ للتغيير: يعني أن هذا المواطن الرقمي عبر شبكات التواصل الاجتماعي يمكن في أي لحظة أن يقوم

بتعديل معلوماته الشخصية عبر الموقع ويجعلها توافق متطلباته وماذا يريد هو أن يصبح في هذا الموقع.

➤ للتعدد: أحيانا يلجأ هذا المستخدم إلى فتح أكثر من حساب له وكل حساب يعبر عن هوية خاصة عبر هذا

الفضاء الافتراضي وهنا نعود إلى الرغبة في التعدد والتقمص للفرد ببناؤه لعدة هويات رقمية لا هي تعبر

¹ -طاله لمية : الإعلام الجديد و الفضاء الافتراضي مقارنة المفاهيمية و نظرية ، مجلة الرسالة للدراسات الإعلامية، المجلد 2، العدد8، ديسمبر 2018، ص 74

² -أمال عساسي: انثوغرافيا الفيسبوك في المجتمع الجزائري(دراسة انثوغرافيا لعينة من مشتركى المجموعات الأمازيغية بالفيسبوك)، مذكرة ماجستير تخصص وسائل الإعلام و المجتمع ، جامعة باتنة ، 2014/2015 ، ص 177

³ -يايوسف مسعود: الهوية الافتراضية الخصائص و الأبعاد (دراسة استكشافية على عينة من المشتركين في المجتمعات الافتراضية) ، الملتقى الدولي الأول حول مفهوم الهوية و المجالات الاجتماعية في ظل التحولات السوسيوثقافية في المجتمع الجزائري، 2014، ص 470

عنه ولا عن واقعه الاجتماعي ولكن تدخل في إطار ماذا يريد الفرد أن يكون، وبالتالي فهو في هذا الفضاء الرقمي له الحرية في أن يضع الهوية التي يريدها، في تعامله مع الآخرين.

فالفرد هنا قادر على أن يتمثل كيفما يشاء، وكيف ما توفر له التقنية المستخدمة من امكانيات التواصل، والتمثل وهو دائما ليس هو إلا بما يقدم نفسه للآخرين فقد يغير أو يكيف بياناته الشخصية أو يزيّفها على كل المستويات¹ تعرفها الباحثة كلثوم بيبيمون في احد دراساتها و تصفها بأنها مجموعة الصفات و الدلالات و الرموز التي يوظفها الإنسان للتعريف بنفسه في الفضاء الافتراضي، فيتفاعل و يتواصل على أساسها مع الآخرين بحيث لا يتوافق مضمونها مع هويته الحقيقية في الواقع الاجتماعي²، و هنا ترى الباحثة أن هذه الرموز و الدلالات لا تتوافق في مضمونها مع هوية الفرد الحقيقية و بالتالي فهم يحاولون بناء واقع مغاير عن الواقع الذي يعيشونه في الحقيقة و هذا ما نطلق عليه التخيّل الرقمي، و لهذا يعرفها محمد علي رحومة و يصفها بالمفهوم ذو الخصوصية الغامضة و المعقدة و يصفها بالذات الواهمة الموهومة³، و بهذا المعنى فإن هؤلاء المستخدمين للفضاء الرقمي يوهمون أنفسهم بشخصيتهم المعروضة في صفحاتهم على المواقع الاجتماعية وأيضاً يوهمون من تتواصلون معهم أنهم أشخاص لهم صفات تعكس شخصيتهم الواقعية على هذا الفضاء الافتراضي.

إن هؤلاء المتواصلين عبر مواقع التواصل الاجتماعي قد أسسوا بذلك عالم جديد للهوية من التواصل حتى و أنهم أصبحوا يتخلصون من بعض التزاماتهم الهوياتية في الواقع في مقابل الت ازمات جديدة ذات حدود وحرّيات أكبر في هويتهم عبر المجتمعات الافتراضية وهذا ما ذهب اليه الباحث الصادق رابح بقوله عن الهوية الرقمية بأنها هوية لا تزامنية تسعى إلى القفز على محرمات الهوية الاجتماعية بمعنى أنها تتسلخ من التزاماتها الاجتماعية وتتخلص من قيودها المفروضة عليها في الواقع بل حتى تتعداها إلى الابتعاد عن العادات والتقاليد في مقابل أخرى جديدة ذات طابع عالمي موسع بلا حدود.

حتى أن هناك من يعرفها بأنها مجموعة من المعلومات والبيانات التي تخص الفرد بالتحديد، ويمكن تعريفها بأنها الرابط التكنولوجي بين الكيان الحقيقي للشخص والافتراضي الرقمي، واجهة الملف الشخصي Profile أو الصفحة

¹ -امال عيساسي: المرجع السابق، ص 118.

² - كلثوم بيبيمون: السياقات الثقافية الموجهة للهوية الرقمية في ضوء تحديات المجتمع الشبكي من التداول الافتراضي الي الممارسة الواقعية، مجلة إضافات، العددان، 33-34 ربيع، 2016، ص 77.

³ - محمد علي رحومة: الأنترنت والمنظومة التكنو اجتماعية بحث تحليلي في الآليات النفسية للأنترنت، ونمذجة منظومتها الاجتماعية، مركز دراسات الوحدة العربية، 2005، ص 304.

الرقمية¹ ، وهذا ما يحدث في الكثير من مواقع التواصل الاجتماعي، إذ يعد الملف الشخصي بمثابة بطاقة الهوية لهذا المستخدم.

2/ مظاهر الهوية الرقمية وابعادها

تلعب الشخصية الرقمية دورا كبيرا في مدى نجاح التفاعل الافتراضي من خلال مواقع التواصل الاجتماعي، وقد تناول الباحثون هذه الأخيرة بلا دراسة والتحليل من خلال جملة من المؤشرات التي يختارها المستخدم إبرازها واطهارها أو اخفائها والتي تكون ملمحة عن هويته (كالجنس والعمر والدين والمدينة التي يعيش فيها ... الخ)، ويعتمد المستخدم لمواقع التواصل الاجتماعي استراتيجيات مختلفة للظهور إلى الآخرين كاختيار صورة دون أخرى لملمحه وما يظهره عن حياته الخاصة وما يخفيه عن الآخرين² ، حيث أن مواقع التواصل الاجتماعي تتيح استراتيجيات بناء الهوية الذاتية من خلال دراسة التفاعل بين الهوية الواقعية والرقمية .

أن أبرز مظاهر الهوية الرقمية الجديدة لدى الشباب هو التحول بل لنقل الانسلاخ من هويته الواقعية في مقابل بناء هوية رقمية افتراضية على الشبكة العنكبوتية عن طريق مواقع التواصل الاجتماعي وشبكاتها وهو ما يسميه البعض بالتجرد من الخصوصية الواقعية للالتزامات الفرد تجاه هويته الحقيقية .

والى جانب ذلك كما تقول الباحثة ريحانة بلوطي في دراستها أن هناك العديد من المؤشرات التي تدل على اكتساب الفرد للهوية الرقمية وهذه المؤشرات هي³ :

- فك الارتباط بالوطن، أي الارتباط بالحدود ففي هذا الفضاء الرقمي لا حدود تفصل بها الأوطان
- فك الارتباط بالرموز القومية (الذاكرة المشتركة للمجتمع في الواقع) .
- فك الارتباط بالرموز الدينية والتاريخية ➤ تغيير اللغة المستعملة في التواصل والإشارات والتحية والرموز، في مقابل لغة جديدة هي أقرب اللغة الوحشية كما يصفها بعض الباحثين أنها تنتهك اسس ومبادئ كل اللغات بكسر طابعها وأصلها عن طريق دمج أكثر من لغة في الكلام.

¹ - تومي فضيلة، نبيلة بو خيزة: الهوية في مواجهة ثقافة المجتمع الشبكي المخلعة، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، العدد، 21، ديسمبر، 2015، ص 247.

² - الخامسة رمضان، ليلي بن لطرش: العلاقات الاجتماعية في عصر الشبكات الاجتماعية (دراسة في آليات التفاعل في الفضاء الافتراضي)، مجلة الحقوق والعلوم الإنسانية، المجلد، 10، العدد، 2، الجزء 2، (دون سنة نشر)، الجزائر، ص 400.

³ - ریحانة البلوطي : دوافع استخدام الهوية الافتراضية في الشبكات الاجتماعية و أثرها على الفرد (دراسة استكشافية على عينة ن مستخدمين الفايسبوك نموذجا) مذكرة ماجستير في علوم الإعلام و الاتصال وسائل الإعلام و المجتمع ، جامعة الحاج لخضر باتنة، 2014/2015 ،

وهذا ما يجعل الهوية الرقمية هوية مرنة ومتحركة أحيانا هنا و أحيانا هناك، أحيانا تدخل العالمية وأحيانا أخرى تحمل سمة المجتمع المغلق، يكونها الفرد في مجتمع الأنترنت وهي في هذا المجتمع تتسم أيضا بعدة ملامح رئيسية أو بالأحرى مقومات مظهرية لوجودها في هذا الفضاء السيبري¹:

1- لها مطلق الحرية أن تختار وفق التقنيات المتاحة خصائص تمظهرها، كشخصية حوارية عبر قنوات الأنترنت بأنواعها وقد تكون فردا أو جماعة.

2- هي شخصية قابلة للتغيير والتبديل في أي لحظة حسب اختيار الفرد المستخدم لمواقع الشبكات الاجتماعية.

3- هي أيضا قابلة للتغيير والتبديل كما ذكرنا سابقا حسب اختيارات أطراف أخرى، ربما شخصيات أنترناتية أخرى تتقمص غير هوياتها الأصلية، أو من قبل اختراقات برمجية أو توظيفات متنوعة لهويات متنقلة ال تستقر على وضع خصائص موحدة لها.

3/ أثر الهوية الرقمية على الفرد

تعتبر مواقع التواصل الاجتماعي بالنسبة للبعض إمانا كبيرا يؤثر بشكل كبير على حياتهم الشخصية في الواقع، إذ تجذبنا مواقع التواصل الاجتماعي لتشكيل هويتنا الرقمية في فضاءها الرقمي الواسع خاصة وأنها تعتبر أداة اجتماعية بالدرجة الأولى تتيح التواصل عبر هذه الهوية في أي وقت، حيث نريد أن نظهر بمظهر معين ونقضي الكثير من الوقت قلقين حول ملفنا الشخصي، الذي هو بمثابة بطاقة الهوية التي تعبر عنا في هذا الواقع.

- نبقى دوما نتساءل عما ينبغي أن نقوله وكيف نظهر، ويأخذ منا ذلك الكثير من الوقت .
- نقضي الكثير من الساعات نحدق من خلالها في حياة الآخرين إنطاقا من ملفاتهم الشخصية حتى إذا لم نكن نعرفهم، ويصبح هذا الفرد مشغولا في بناء وتحسين هذه الهوية الرقمية الإلكترونية أكثر من قضاء وقته في بناء شخصيته وهويته الواقعية.

- أضف إلى ذلك أن هناك امر واحد يجعلنا عالقين في واقع التواصل الاجتماعي، يسميه البعض الخوف من التقويت، يجعلنا الخوف من التقويت نتفقد المواقع طوال الوقت تحسبا لحدوث شيء جديد².

أدى ذلك إلى القضاء على شعور الشباب بالانتماء إلى مجموعاته الاجتماعية الواقعية (أسرة، جامعة، اصدقاء، رفاق، زملاء، جيران، أو جماعات انتماء) والتي كانت في رحلة زمنية ما تتسم بالاستمرار والجلسات الجماعية والأسرية... فالهوية التي تبنى عبر مواقع التواصل الاجتماعي أصبحت تعزز ظاهرة الفردانية والانعزال لدى

¹ -ياديس لونيبي: المرجع السابق، ص 38.

² - فرانسيس بروث: مصيدة التشتت (كيف تركز في فوضى العالم الرقمي)، مكتبة جرير (دون سنة نشر)، ص40

الشباب بمختلف فئاتهم العمرية، محللين ذلك بان الانضمام أو متابعة ذلك امر يتوجب فعله على انفراد وعدم مشاركة الآخرين هذه التجربة، وبالتالي يرسخ لديهم التمحور حول الأنا¹.

4/ العوامل المؤثرة في تشكيل الهوية الرقمية

1- التحرش الرقمي: يتحدد معنى التحرش في السياقات التي يستخدم بها، فحين يقال: حرش الدابة، فإنه حك ظهرها بعضاً أو نحوها لتسرع، وحين يقال: حرش الصيد، فإنه يعني هيجبه ليصيده، وحين يقال: حرش بينهم، فإنه يعني أفسد، وحين يقال: نحرش به، فإنه يعني تعرض له ليهيجه، ولصياغة تعريف لكلمة التحرش التي تسند إلى الرقم انطلاقاً من المعاني السابقة، يمكن القول: هو تحريك الرعبة داخل شخص ما نحو عمل معين بقصد الإساءة إليه، وذلك عن طريق الإتصال بالإنترنت الذي يوفر مواقع للتواصل بين الأفراد، وينم التحرش الرقمي بين بعض أفراد المجتمعات الافتراضية وذلك من خلال الأنماط الآتية: الدردشة، والفيديو، والتعليق.

أ- الدردشة: يجري التمهد للتحرش بدهاء يبدأ بإطراء أحدهم على ما تنشر/ ينشر، وحشد التعبيرات التي تثير الإهتمام وتلفت النظر إلى التميز من بين كل الأصدقاء، ويترصّد ردود الفعل ليجد مدخلا للخوض بالقضايا الفكرية، التي لا تحسمها الكتابة المختصرة على مستوى التعليقات، فيطلب التحدث على الماسنجر بالصوت فقط بهدف إختبار مدى الثقة في العلاقة، وهكذا يكتشف المتحرش به أن مخاوفه ليست في محلها، فيسمح بالمحادثة عبر الفيديو رغبة في توثيق أواصر الصداقة، وهنا يبدأ الفصل الحقيقي من المسرحية التي تقود إلى ما خطط إليه منذ البداية، لتكون المأساة ناجمة عن تسجيلات صوتية ومرئية، وربما يختلف السيناريو قليلاً فيستغل أحدهم الصور المتوفرة لضحيته ويخضعها إلى دوبلاج مع صور أخرى، بحيث يدو الفيديو المبدلج حقيقياً وتعرض الضحية للبلطجة الرقمية.

ب- الفيديو: يصعب إكتشاف الإيديولوجية التي ينتمي إليها كل الأصدقاء إلا من خلال القراءة المواظبة على كل ما يكتب هؤلاء جميعاً، وحتى هذه القراءة تتحول إلى عبء كبير حين يصل عدد الأصدقاء إلى مئات، فما بالك بالوصول إلى بضعة آلاف؟، وحين تجتمع الحرفية الإلكترونية مع الإيديولوجية النقدية للمتحرش به، يوضع في صفحته فيديو فاحش يستطيع أن يشاهده الأصدقاء أما هو فلا يتمكن من إكتشاف وجوده، وحين يتم إبلاغه من قبل أحدهم يكتب في صفحته ما يبين براءته مما نشر في صفحته. ومن أمثلة ذلك ما كتب أحد الشعراء: أصدقائي.. صديقاتي، يؤسفني أن بعض الأصابع تمتد كي تعبأ بالمساحة الملونة المضيئة التي يلتقي الناس في دوائرها المفتوحة، هؤلاء الذين يبعثون على صفحاتنا أو صفحات البعض منا بالصور الفاضحة والفيديوهات المقرزة،

¹ -سامي سفيان: تكوين الهوية الرقمية للشباب الجزائري (مقاربة سوسولوجيا لاستخدام شبكات التواصل الاجتماعي)، فعاليات المؤتمر الرقمي

على صفحتي الآن نموذج مقرف من هذا النمط حاولت إلغاءه فما استطعت، أستسمحك العذر أصدقائي، وكونوا على ثقة أنني أشعر بضيق ما بعده ضيق.

ليس دافع العمل السابق هو البلطجة الرقمية كما لاحظنا في القسم السابق، بل تشويه صورة الصديق الذي يختلف معه إيديولوجيا، أو يختلف عنه في درجة النقاوة وعدد الأصدقاء، وغير ذلك من الأمور التي تولد الحقد في داخله، وما يجعله غير مبال بالضرر النفسي الفادح؛ لكون ضحيته شاعرا، ذلك أنه يعد هذا الصديق رقما وليس إنسانا مرهف الحس مادته في الحياة أن يبني عالمه بالكلمة.

ج- التعليق: التعليقات التي تكشف عن غرث معين، إما أن تكون على نص مكتوب أو على صورة أو على فيديو. وقد تأتي من باب الدعابة والتطرف فيفهم أيا تحرش، كأن تكنب إحداهن كلمة واحدة: ملل، فتتلقى تعليقات تمضي في اتجاهات مختلفة، منها: تعالي نلعب على المرجوحة.

أو من باب سوء أخلاقيات التلقي، كأن يعلق أحدهم على نص في الغزل مرفق بصورة عاشقين رومانسيين، فنجد من التعليقات: أتمنى أن أتدحرج على صدرك، والغريب أن الشاعرة نفسها تشير إلى أعجبي دون التعليق، وهذا ما يشجع على وجود مثل هذه التعليقات في نصوص آخر مشابهة.¹

والسؤال الذي يطرح بهذا الصدد حول تعليقات النمطين السابقين "القصيدة والصورة": من يتحرش بمن؟ . والإجابة باختصار: إن الشعر ليس محكوما عليه بالتزام الأخلاق الفاضلة، وإن كانت منزلته المرموقة في الذاكرة العربية تتطلب ذلك، وإلا حذفنا نسبة كبيرة مما يتعارض مع أفكارنا وقيمنا وميولنا، بل محكوم عليه أن يقدم جماليات متعددة في اللغة والخيال والعاطفة والموسيقى، وأن يؤكد الصدق الفني وليس الصدق الواقعي. أما الصورة فتتطلب الأخذ بعين الاعتبار أن ثقافة البلد الذي تنتمي إليه صاحبها لا جد حرجا في أن تثبت للأصدقاء والعامة هكذا، بصرف النظر عن مخالفتها لثقافة البلدان الأخرى التي ينتمي إليها أولئك، من أجل هذا تبدو أية معارضة خارج هذا الأمر سواء في شخصية المتلقي الثقافية، وليس فيما يقدم إليه في اجتماع ثملها عليه طبيعة العاطفة وغيرها، إنه تشكيل رقمي يتعامل مع تشكيل رقمي آخر، وليس لدى الفرد حرج من التعبير بهذه الطريقة أو ما يقترب منها. أما مسألة مدى تقبل أو رفض الطرف المتحرش به فمتروكة إليه تعليقا أو حذفًا من الصداقة أو إبداء الإعجاب، كما نجد عند صاحبه النص الشعري وعند صاحبة الصورة أيضا.

2- العزلة الرقمية: أقيمت دراسات وبحوث في حقول معرفية مختلفة في الشرق والغرب؛ لدراسة أثر وسائل التواصل الاجتماعي في طبيعة اتصال الفرد بمن حوله، وتوصلت جميعها إلى أن هذه الوسائل عزلت الإنسان أو

¹ - إبراهيم احمد ملحم، المجتمعات الافتراضية : التكنولوجيا و رقمته الإنسان ،عالم الكتب الحديث للنشر و التوزيع، أربد، شارع

أضعفت علاقاته الاجتماعية. واستخدمت تسميات متعددة، منها: العزلة التكنولوجية، والعزلة الإلكترونية، وكلتا التسميتين دالتان على شيء واحد وهو: أن يعيش الشخص في مجتمع خاص به، مجتمع يتعامل مع الصور والبيانات، ويتصل من خلال الأسلاك وأجهزة الكمبيوتر وغيرها بعضه ببعض؛ لينشئ الشخص لنفسه مجتمعا مغلقا عليه، يعيش فيه حياة أخرى منفصلة بشكل أو بآخر عن الحياة الطبيعية المعتادة أو هو مجتمع يخلقه الشخص لنفسه من خلال اتصاله بأشخاص آخرين عن طريق الأنترنت من وسائل مختلفة كالماسنجر، والمنتديات، الفيسبوك، التويتر، والمدونات الخاصة، يعيش فيه داخل عالم تخيلي بنسبة كبيرة، ويفصل عن الواقع الذي يعيشه. وتحدث هذه العزلة نتيجة إدمان الأنترنت، وهو رغبة ملحة ومتزايدة في قضاء أكبر وقت ممكن أمام الأنترنت، بوصفه نوعا من البحث الحسي للمثيرات أو النشاطات العديدة بهدف تحقيق الإشباع.¹

3- العنف الرقمي: حظيت كلمة العنف بتعريفات متعددة؛ لأن كل تعريف كان ينبثق من الزاوية التي ينظر منها. وتأسيسا على هذا، نجد العنف بمعنى القوة الجسدية التي توظف بغرض الإضرار بالآخرين، أو لغة التخاطب الأخيرة والممكنة من الواقع ومع الآخرين حين يحس المرء بالعجز عن إيصال صوته بوسائل الحوار العادي، وحين تترسخ القناعة لديه بالفشل في إقناعهم بالاعتراف بكيانه وقيمه، أو هو الاستخدام غير الشرعي للقوة أو التهديد باستخدامها لإلحاق الأذى أو الضرر بالآخرين، وهو شكل من أشكال السلوك ونتاج مأزق علائقي بحيث يصيب التدمير ذات الشخص في الوقت نفسه الذي ينصب فيه على الآخر لإبادته، فتشكل العدوانية طريقة معينة للدخول في العلاقة مع الآخر، وغير ذلك من التعريفات، وحتى نطمئن إلى تعريف للعنف المستخدم في سياق التكنولوجيا، بوصفه ظاهرة موجودة في التجمعات الافتراضية، ينبغي العودة إلى الأصل كنقطة انطلاق، وهو المعنى اللغوي للكلمة.

وهذا يقودنا إلى أن الوصول إلى نقطة العنف لا يتم عن تفكير وحكمة، بل عن تسرع وحمق. فهل ينطبق المعنيان على "العنف الرقمي"؟ وقبل الإجابة عن هذا السؤال، ينبغي التفريق بين أشكال العنف المستخدمة في المجتمعات الافتراضية، ومنها: العنف في بث الأفكار والمعلومات، والعنف في التعليق والحوار. فالأول جاء نتيجة دهاء كبير وعبقرية موظفة لأغراض لا يتوخى منها الرفق؛ لذلك نجدها تشين الأمور. والآخر جاء نتيجة نجاح الأول في الإثارة التي حققت استجابة طائشة تتم عن حمق كبير. وهكذا تتكون لدينا تسمية "العنف الرقمي" بمعنى: توظيف الكلمة والوسائط الأخرى بطريقة مأكرة تتم عن تخطيط محكم، ولكنه موظف للإساءة إلى الآخرين سواء بالتهديد أو التحريض أو الشتم أو غير ذلك.²

¹ - إبراهيم احمد ملحم، مرجع سابق، ص140-143

² - إبراهيم احمد ملحم، مرجع سابق، ص151-152

5/ مواقع التواصل الاجتماعي

أولاً: تعريف ونشأة مواقع التواصل الاجتماعي

❖ تعريف مواقع التواصل الاجتماعي

تعد مواقع التواصل الاجتماعي من بين الفضاءات الرقمية التي فرضت نفسها كوسيط اتصالي وإعلامي هام يدخل في صلب الحياة اليومية للأفراد في مختلف المجتمعات، التي أصبحت لا تتخذ من هذه المواقع مجرد مصدر للمعلومات وإنما باتت في حد ذاتها أسلوب حياة افتراضي موازي للعالم الواقعي. وقد ارتبط ظهور مواقع التواصل الاجتماعي بظهور الجيل الثاني من الويب (2.0) الذي أحدث بحق ثورة عالم الأنترنت وشكل ما أصبح يعرف بالمجتمع الافتراضي، وقبل الخوض في مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي وأطرها النظرية نود رفع اللبس عن إشكالية في التسمية فقد شاع لدى الكثير من الباحثين مصطلح الشبكات الاجتماعية للدلالة عن مواقع التواصل الاجتماعي وهو خطأ لا بد من توضيحه فمصطلح الشبكات الاجتماعية إلى مفهومين مختلفين الأول مفهوم سوسيولوجي وثاني تكنولوجي متعلق بظهور الأنترنت وتطبيقاتها الحديثة، فمن نظرة سوسيولوجية يرى الباحث أن واسرمان وفوست أن الشبكة الاجتماعية هي مجموعة من العلاقات بين وحدات اجتماعية، بينما يحيل مصطلح الشبكات الاجتماعية إلى مجموعة نوع جديد من المواقع الإلكترونية مثل الفايسبوك، التويتر وعوغل بلوس.¹

و لقد تعددت واختلفت التعريفات التي قدمها الباحثون حول مواقع التواصل الاجتماعي، حيث بحد بعض الباحثين يشيرون إلى أكما: بمجموعة الشبكات الافتراضية الموجودة على شبكة الأنترنت والتي تمكن الجماهير من التواصل مع الآخرين وتبادل النقاشات حول الموضوعات السياسية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية والخاصة، وتختلف طبيعتها من شبكة لأخرى، فبينما توجد بعض الشبكات التي تتيح إمكانية التعرف على الأصدقاء وتكوين الصداقات عبر العالم، فإن الأخرى بإمكانها إرفاق ملفات الفيديو المصورة حول الموضوعات المختلفة ليتبادل الأفراد الحديث والتعليقات والنقاشات حولها على نطاق واسع.²

ويرى خالد المقداد على أنما " المواقع الإلكترونية التي توفر فيها تطبيقات الأنترنت خدمات لمستخدميها تتيح لهم إنشاء صفحة معروضة للعمامة ضمن موقع أو نظام معين، وتوفر وسيلة اتصال مع معارف منشتي الصفحة أو مع غيره من مستخدمي النظام وتوفر خدمات لتبادل المعلومات بين مستخدمي ذلك الموقع أو النظام عبر الأنترنت. وعرفت أمانى بجاهد بأنها "مواقع ويب تسمح لمستخدميها بإنشاء صفحات ومساحات خاصة ضمن الموقع نفسه، ومن نمّة التواصل مع الأصدقاء ومشاركة المحتويات والاتصالات.

¹ - هوارى حمزة، مواقع التواصل الاجتماعي وإشكالية الفضاء العمومي، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، العدد 20، سبتمبر 2015، ص224

² - رضا أمين، الإعلام الجديد، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة-مصر، ط1، 2015، ص108

أما شريف اللبان فيعرفها على أنها "خدمات توجد على شبكة الويب تتيح للأفراد بناء بيانات شخصية عامة أو شبه عامة خلال نظام محدد، ويمكنهم وضع قائمة لمن يرغبون في مشاركتهم الاتصال، ورؤية قوائمهم أيضا للذين يتصلون بهم، وتلك القوائم التي يصنعها الآخرون خلال النظام.¹

ونجد أيضا طاهر أبو زيد هي: منظومة من الشبكات الالكترونية التي تسمح للمشارك فيها بإنشاء حساب خاص به ومن ثمة ربطه من خلال نظام اجتماعي الكتروني مع أعضاء آخرين لديهم نفس الاهتمامات والهويات أو جمعه مع أصدقاء الجامعة أو الثانوية'. تعد شبكات التواصل الاجتماعي مواقع تتيح تبادل المعلومات والأفكار والثقافات والتعارف بين أناس يتشاركون في الفكر والتوجه والميول. كما أنها كيانات تتكون من أشخاص ومؤسسات اجتماعية ترتبط فيما بينها بروابط تفاعلية متبادلة. ويستعمل لفظ الشبكة الاجتماعية لدلالة على مواقع الانترنت التي تسمح لمستخدميها بالتسجيل وخلق هوية افتراضية. ويطلق على هذه المواقع صفة اجتماعية لأنها تسمح بتبادل الرسائل العامة والخاصة بين المشتركين التي قد تتضمن فيديوهات وصور وألعاب يهدف إمكانية توسيع دائرة الأصدقاء والعلاقات، حيث شكلت مسألة المصطلح اهتماما أساسيا لدى الباحثين منذ سنة، 2007 خاصة عندما اتفق بعض الباحثين على أن الفيسبوك، التويتر والمواقع الشبيهة بما لا تمثل شبكات اجتماعية، بل مواقع الكترونية أي منظومات مؤسسة تكنولوجية " لا تتيح التواصل الاجتماعي بقدر ما تسمح للفرد بإدارة علاقاته الاجتماعية القديمة، دون أن يصبح التواصل نوعا مخصوصا من الاستخدامات لكل هذه التطبيقات.²

يمكن القول أن مواقع التواصل الاجتماعي منظومة من الشبكات الالكترونية التي تسمح للمشارك فيها بإنشاء موقع خاص به، ومن ثم ربطه عن طريق نظام اجتماعي الكتروني مع أعضاء آخرين لديهم الاهتمامات والهويات نفسها، ويشار إليها أيضا بأنها "مواقع على الانترنت تمكن المستخدم من إنشاء ملف تعريف وبناء شبكة شخصية تربطه مع الآخرين وبمجموعات متنوعة.

❖ تطور مواقع التواصل الاجتماعي

"أول من استخدم مصطلح مواقع التواصل الاجتماعي هو الأنثروبولوجي الأمريكي "جون برنز" عام 1954، وذلك للتعبير عنها من خلال علاقات الأفراد ببعضهم البعض، عندما أصبحت هذه الروابط والتفاعلات معقدة وسببت خلط داخل الاتصالات، فالشبكة الاجتماعية هي مثله للعلاقات الاجتماعية القائمة داخل المجتمع، والتواصل الاجتماعي هو العصب النابض هذه المواقع، وقد بدأت ظاهرة المواقع الاجتماعية تنتشر مع موقع الدرجات Sixdegrees.Com عام 1997 لإتاحة الفرصة بوضع ملفات شخصية للمستخدمين على الموقع وكذلك إمكانية

¹ - سلمى بن سعيد، الإعلام الجديد والتحول الاجتماعي، الفاسبوك نموذجا، مجلة باحثون، العدد الأول، المغرب، ص55

² - نضال عبد الله بريخ، اعتماد النخبة السياسية الفلسطينية على شبكات التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات أثناء العدوان الإسرائيلي، دراسة ميدانية في محافظات غزة، رسالة ماجستير، كلية الأدب، غزة، 2015-2014، ص79

التعليق على الأخبار الموجودة على الموقع وتبادل الرسائل مع باقي المشتركين، وهذه المواقع اتبعت أسلوبا مغايرا ببساطة عن طريق الارتباط مع البعض عبر عناوين البريد الالكتروني، وفي نهاية العقد التاسع أصبحت الملفات الشخصية هي الخاصية الحورية لمواقع التواصل الاجتماعي، حيث أتاحت للمستخدمين تكوين قوائم من الأصدقاء والبحث عن مستخدمين آخرين هم نفس الاهتمامات، وبهذا تضمنت مواقع تلك الشبكات الملفات الشخصية للمستخدمين وخدمة وإرسال الرسائل الخاصة مجموعة من الأصدقاء¹.

وعند الحديث عن نشأة وتطور مواقع التواصل الاجتماعي تحدر الإشارة إلى مرحلتين أساسيتين فالمرحلة الأولى هي مرحلة الجيل الأول للويب Web1.0 ومرحلة الثانية هي الجيل الثاني Web2.0 وأكثر مواقع التواصل الاجتماعي المعروفة حاليا ظهرت أغلبها خلال الجيل الثاني، فبالنسبة إلى:

الجيل الأول: يشير IWeb إلى شبكة المعلومات الموجهة الأولى التي وفرها عدد قليل من الناس لعدد كبير جدا من المستخدمين تتكون أساسا من صفحات ويب ثابتة وتتيح بحال صغير للتفاعل. ويعكس وصف الجيل الأول للويب Web1 المرحلة التأسيسية لمواقع التواصل الاجتماعي، حيث ظهرت في السبعينات من القرن العشرين بعض المواقع الالكترونية الاجتماعية من النوع البدائي وكانت قوائم البريد الالكتروني (BBS) Systemes Bulletin Board من أوائل التقنيات التي سهلت التواصل والتفاعل الاجتماعي، وأتاح هذا التفاعل للمستخدمين تطوير علاقات ثابتة وطويلة الأمد مع الآخرين وغالبا ما يكونوا بأسماء مستعارة، وفي منتصف التسعينات من القرن العشرين بدأت مواقع التواصل الاجتماعي بشكلها الحديث بالظهور مدفوعة بالطبيعة الاجتماعية للبشر وحاجاتهم للتواصل وتكوين العلاقات الاجتماعية بمختلف أنماطها.²

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

ويمكن أن نصف مواقع التواصل الاجتماعي بأنها تركيبة اجتماعية إلكترونية تتم صناعتها من أفراد أو جماعات أو مؤسسات، ويتم تسمية الجزء التكويني الأساسي مثل الفرد الواحد باسم العقدة، بحيث يتم إيصال هذه العقد بأنواع

¹ -ريحانة البلوطي، مرجع سابق، ص 49-50

² - نوال بركات، انعكاسات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على نمط العلاقات الاجتماعية، أطروحة دكتوراه في علم الاجتماع، تخصص علم الاجتماع، جامعة محمد خيضر بسكرة 2015 2016 ص 275

مختلفة من العلاقات كتشجيع فريق معين أو الانتماء لشركة ما، أو حمل جنسية لبلد ما في هذا العالم، وقد تصل هذه العلاقات لدرجات أكثر عمقا كطبيعة الوضع الاجتماعي أو المعتقدات أو الطبقة التي إليها الفرد.

ثانيا: أشهر مواقع التواصل الاجتماعي

1- موقع الفيس بوك

هو شبكة تواصل اجتماعية مجانية منتشرة على الانترنت تسمح للمستخدمين المسجلين بإنشاء متصفحات أو صفحات شخصية، وتحميل الصور والفيديو وإرسال الرسائل إلى العائلة والزملاء، بهدف التواصل. يهدف موقع الفيس بوك إلى إعطاء الناس القدرة على المشاركة في جعل عالمهم أكثر انفتاحا.¹

يعرف أيضا على أنه: المجتمع افتراضي يشير إلى "مكان أين يمكن أن يلتقي الأفراد ويتفاعلوا: تبادل صور، فيديو، ومعلومات أخرى، واتصالات عامة مع الأصدقاء، العائلة..."، المشاركة في أعمال مشتركة، والتفاعل حول اهتمامات متبادلة، والتواصل مع مجموعات الاهتمام والأفراد.²

يعرف كذلك على أنه: "منشور المنظمة، عادة ما تكون كلية أو تجارية، والذي يتضمن ملامح مثل: الأسماء وتواريخ الميلاد، والصور والاهتمامات، والتي تخدم عرض معرفة بعضنا البعض بشكل أفضل. وحسب تقلب في الولايات المتحدة، تبع اسم الفيسبوك من الاسم العامي لكتاب يعطى الطلبة في بداية العام الدراسي من قبل إدارات الجامعات بنية أن يكون الطلبة متآلفين مع بعضهم".³

أما مكتشفه مارك زوكربيرج من مواليد 14 مايو 1984، وهو من عائلة يهودية تقيم في نيويورك، يمتلك أبوه "الدارد" عيادة لطب الأسنان أما أمه "كارين" فتشتغل في بحال الفيزياء، برزت مواهبه في بحال البرحة منذ وقت مبكر حتى أنه لفت أنظار ميكروسوفت إليه ورغبت في انتدابه وصمه إلى قائمة مطوريها وهو لم ينته بعد دراسته الثانوية، لكنه اختار مواصلة الدراسة الجامعية في جامعة هارفارد الأمريكية، وهناك أطلق شبكة التواصل الاجتماعي والآن أصبح رجل أعمال ومبرمج أمريكي يعمل كرئيس لشركة فيس بوك التي تملك موقع فيس بوك الاجتماعي . يرى زوكربيرج أن "الفيس بوك حركة اجتماعية وليس مجرد أداة أو وسيلة للتواصل، وأنه سوف يزيح البريد الإلكتروني من الطريق وأنه سوف يسيطر أو يستعمر" ويحتل كل النشاط البشري على الشبكة الدولية، لذا

¹ قمحية حسان أحمد، الفيس بوك تحت المجهر، ط1، مدار الكتب المصرية، 2017، ص 24

² -رضا أمين، مرجع سابق، ص113

³ -مرزوق أسماء، هوية الشباب الجزائري عبر فيسبوك، مذكرة مكملة لنيل شهادة ماستر في علوم الإعلام والاتصال تخصص اتصال وعلاقات عامة، جامعة العربي بن مهيدي أم البواقي، 2015-2014، ص 107

فوصفه بأنه "دليل سكان العالم وأنه موقع يتيح للأفراد العاديين أن يخلقوا من أنفسهم هويات عامة عن طريق الإدلاء بما يريدون من معلومات حول أنفسهم وتكوينهم الذهني والعاطفي ونشر صورهم الشخصية.¹

2- تويتر

يعد تويتر من مواقع النشر للمستخدمين المسجلين فيه، حيث يمكنهم نشر منشورات قصيرة على شكل تغريدات "tweets" ويستطيع مستخدمو تويتر نشر تغريدات ومتابعة تغريدات الآخرين باستخدام أجهزة ومنصات متعددة. ظهر تويتر في بداية عام 2006 على يد ثلاثة من المبرمجين الطموحين كمشروع تجريبي للتواصل الداخلي بين موظفي شركة Odeo في مدينة سان فرانسيسكو الأمريكية، ومع ظهور الفائدة من خدمات هذا المشروع قامت الشركة في وقت لاحق من ذلك العام بإطلاق تويتر بشكل رسمي للاستخدام كموقع للتواصل الاجتماعي باسم Twitter.com أي المغرّد. ورغم تعرض الموقع للعديد من الصعوبات التقنية حتى وقت قريب بسبب تزايد عدد المستخدمين له، إلا أنه لاقى نجاحاً واضحاً على شتى الأصعدة، وبعد انفصال تويتر عن الشركة الأم وتحوله في العام 2007 إلى شركة قائمة بذاتها باسم Twiter.Inc والاستمرار في تطويره والارتقاء بخدماته.²

3- لينكد ان Linked-in

هو شبكة تواصل اجتماعي صممت المجتمع الأعمال على وجه التحديد. والهدف من هذا الموقع هو السماح للأعضاء المسجلين بإنشاء وتوثيق شبكات من الأشخاص الذين يعرفونهم ويثقون بهم مهنياً. إن موقع "لينكد ان" هو أداة تواصل مهنية، ويستخدمه الكثير من الناس الآن كدفتر رقمي للعناوين، حيث أنها تعتبر طريقة لجمع البيانات، وتجمع معظم الجمعيات المهنية التي تساهم بها في مكان واحد، إلا أنه تعدى ذلك الآن، فأصبحت شركات التوظيف وشركات البحث التنفيذي تستخدمه على نحو منتظم لاصطياد المواهب.³

4- اليوتيوب بات

موقع اليوتيوب الوجهة المفضلة للعديد من المستخدمين على صعيد العالم، لدرجة جعلته الوسيلة الترفيهية الأكثر تفضيلاً من التلفزيون وغيره من أجهزة تشغيل الوسائط المنزلية، وذلك لما يضيفه الموقع من محتوى هائل في شتى المجالات السياسية والاجتماعية والتعليمية والتنقيفية وأصبح في الآونة الخيرة من الوسائل السريعة في نقل الخبر المصور من موقع حدوثه، وإجمال المشاهدات التي يحققها اليوتيوب كل عام تبلغ تريليون مشاهدة.⁴

5- الإنستغرام

¹ - عباس مصطفى صادق، الإعلام الجديد: المفاهيم والوسائل والتطبيقات، دار الشروق للنشر والتوزيع، ط1، عمان، 2008، ص218

² - الحلاق بشير، تويتر 140 حرفاً تغير العالم، النشر 2012/01/01، ص7

³ - بيفرلي جونز، فكر كرجل أعمال تصرّف كمدیر، ترجمة حسكي محمد ياسر وهاني جرجيس، دار الخيال للنشر والتوزيع، ص 203.

⁴ فرح العتيبي فرحان، المعلوماتية وأثرها السياسي على النظم العربية، ص 142

يعد أحد أشهر شبكات التواصل الاجتماعي التي تتيح للمستخدمين التقاط الصور ومشاركتها في مجموعة متنوعة من خدمات الشبكات الاجتماعية، كالتويتر والفيسبوك وشبكة الأنستغرام نفسها، ويضم هذا الموقع عدد هائل من الصور والمصورين.

وبرنامج الإنستغرام هو برنامج يعمل على الهواتف الذكية يستخدم لمشاركة الصور عبر البرنامج ومواقع التواصل الاجتماعي وما يميّزه أنه يتيح لنا خاصيّة الهاشتاق لتنتشر فيه صورك ويراها المهتمين في نفس التخصص، كما يعرف أيضا أنّه برنامج مجاني أنشئ من أجل الاحتراف في التصوير وبسبب الإقبال الشديد استفاد منه عدد كبير من المشتركين في التسويق وعرض المشروعات الصغيرة لما له من إمكانية في دعم المشروع وانتشاره بسرعة فائقة ولما فيه من ربح اقتصادي هائل¹.

6/ الواتس آب

هو برنامج للتواصل بين أجهزة الهاتف، بحيث يمكن لشخص يمتلك رقم هاتف شخص آخر ولديه حساب على الواتساب يتوصلا فيما بينهما بوجود الانترنت فهو تطبيق ترسل فوري ويمكن عن طريقة إرسال رسائل نصية وصور ومقاطع الفيديو.

يعرف على أنه وسيلة تفاعلية واجتماعية، يتم من خلالها الاتصال والتواصل المستمر، تبادل الآراء، التعبير الحر، الصور، الفيديو، التقارير، ونماذج العمل².

ثالثا: خصائص ومميزات مواقع التواصل الاجتماعي

تتصف مواقع التواصل الاجتماعي بمجموعة من المميزات والخصائص التي تميزها عن غيرها من المواقع الأخرى، ومن أهم هذه المميزات ما يلي:

- ❖ التمكن من مشاركة المصادر والموارد العلمية حيث يتم نشرها بسهولة ومشاركتها مع الآخرين والحصول على التغذية الرجعية السريعة والفعالة والمتنوعة.
- ❖ توفير التواصل المستمر بين المجموعات المختلفة آلية الالتحام الالكتروني بين المشاركين فيظل الجميع على دراية بكل ما يفعله الأصدقاء
- ❖ التفاعلية حيث يؤثر المشاركون في عملية التواصل الالكتروني، على أدوار الآخرين وأفكارهم، ويتبادلون معهم المعلومات، وهو ما يطلق عليه الممارسة الاتصالية، والمعلوماتية المتبادلة أو التفاعلية.

¹ قبوري عبد الله حسن عفاف، دور برنامج الانستغرام في دعم المشروعات الصغيرة للأسر المنتجة، جامعة أم القرى، ص 3-2

² عبد العزيز هلال عمر، وسائل التواصل الاجتماعي وأحكامها في الفقه الإسلامي، دار الكتب العلمية، د س ن، بيروت - لبنان، ص 7

- ❖ تجاوز وحدة المكان والزمان لا يفترض فيه تواجد أطراف عملية الاتصال في مكان واحد، كما هو الحال في الاتصال المواجهي، والذي كان شرطا في توافر عنصر المرونة والتفاعلية في الاتصال ويفقدها بالتالي الاتصال الجماهيري الذي كان يفنق ويصعب معرفة رجع الصدى من المتلقي نظرا لأن الاتصال يتم عن بعد ويصعب اللقاء بين القائم بالاتصال والمتلقي.
- ❖ التوفير والاقتصادية اقتصادية في الجهد والوقت والمال، في ظل مجانية الاشتراك والتسجيل، فالفرد البسيط يستطيع امتلاك حيز على شبكة التواصل الاجتماعي وليس ذلك حكرا على أصحاب الأموال أو حكرا على جماعة دون أخرى.
- ❖ سهولة الاستخدام: فالشبكات الاجتماعية تستخدم بالإضافة للحروف وبساطة اللغة، تستخدم الرموز والصور التي تسهل للمستخدم التفاعل.¹
- ❖ قوة التأثير: فنظرا لما تتطوي عليه شبكات التواصل الاجتماعي من قوة التأثير والسرعة في الوصول والكثافة في الانتشار، مما يسعنا أن نقول إنها أصبحت لغة العصر، وقد اكتسحت هذه اللغة التقنية الجديدة، جميع لغات العالم وطورتها في سجلها وأثرت في استعمالها.
- ❖ الشمولية: حيث تسمح من خلال نظمها الرقمية بنقل البيانات على شكل نصوص وكتابات.
- ❖ الاتصال السريع فالشبكات لديها القدرة على نقل الأخبار والمعلومات بسرعة فائقة، فأى حدث أو موقف يحدث في أي مكان يمكن نقله وتداوله عبر الشبكات الاجتماعية في نفس الوقت.²

رابعا: ايجابيات وسلبيات مواقع التواصل الاجتماعي:

1-الايجابيات

يمكن إجمالها فيما يلي³:

- أنها تقلل من انطوائية الأفراد وتعزز الاجتماعية لديهم، وتجعلهم يشعرون بالمجتمع وبالحياء من حولهم.
- أنها تسمح للمستخدمين التفاعل مع أصدقائهم والاتصال بهم، ومقابلة أفراد جديدة وخلق صداقات معهم وتطوير العلاقات الاجتماعية.
- التعرف على ثقافات وعادات الشعوب الأخرى.
- أنها وسيلة عابرة للحدود تتيح التواصل بين الأشخاص لتكوين صداقات جديدة.

¹ - علي سيد إسماعيل، مواقع التواصل الاجتماعي بين التصرفات المرفوضة والأخلاقيات المرفوضة، دار التعليم الجامعي، الإسكندرية ، 2020 ص48

² علي سعد إسماعيل، مرجع سابق، ص 49

³ رفعت محمد مصطفى، الرأي العام في الواقع الافتراضي وقوة التعبئة الافتراضية، ط1، العربي للنشر والتوزيع، القاهرة ، 2018 ، ص 34


- عرض وتبادل الأنشطة الثقافية والاجتماعية التي تهدف إلى التقارب بين الأفراد.
- تبادل الآراء بين المستخدمين بعضهم البعض، والتعبير عن الذات وهموم المجتمع وقضايا بطريقتة غير مسبوقه في وسائل الإعلام التقليدية.
- المتابعة المخصصة للأخبار والأحداث والمواضيع، حيث يمكن للمستخدمين تخصيص ما يتابعه على المحتوى الذي يناسبه ويثير اهتمامه، إضافة إلى الوصول السريع والمباشر إلى الأخبار.
- الترويج للمنتجات والخدمات وتوسيع نطاق أعمالهم ليشمل أكبر عدد من الجمهور المستهدف.
- قضاء الوقت الممتع خلال أوقات الاستراحة وأوقات الفراغ.

2-السلبيات

ونجملها فيما يلي:

- إدمان العديد من الأفراد على مواقع التواصل الاجتماعي مما سبب هدرا للوقت بصورة كبيرة.
- انتهاك خصوصيات العديد من الأفراد وخصوصا المشاهير بسبب نشر صورهم الخاصة وأخبارهم دون أي رقابة.
- انتشار العنف بين المراهقين بسبب نشر بعض العادات السلبية بينهم، بالإضافة إلى نشر بعض الأفكار التخريبية.
- ظهور مصطلح التجارة الالكترونية المزيفة التي تتم من خلالها عقد بعض الصفقات الوهمية وهذا بسبب انتشار حالات النصب والاحتيال.
- اضاءة الوقت حيث أنها مع خدماتها الترفيهية التي توفرها للمستخدمين، قد تكون جذابة جدا لدرجة تنسى معها الوقت.¹

¹ علي حجازي إبراهيم، التكامل بين الإعلام التقليدي والجديد، ط1، دار المعتر للنشر والتوزيع، ، 2017، ص 90.



الاطار الميداني

عرض النتائج ومناقشتها

1 / عرض ومناقشة نتائج الدراسة

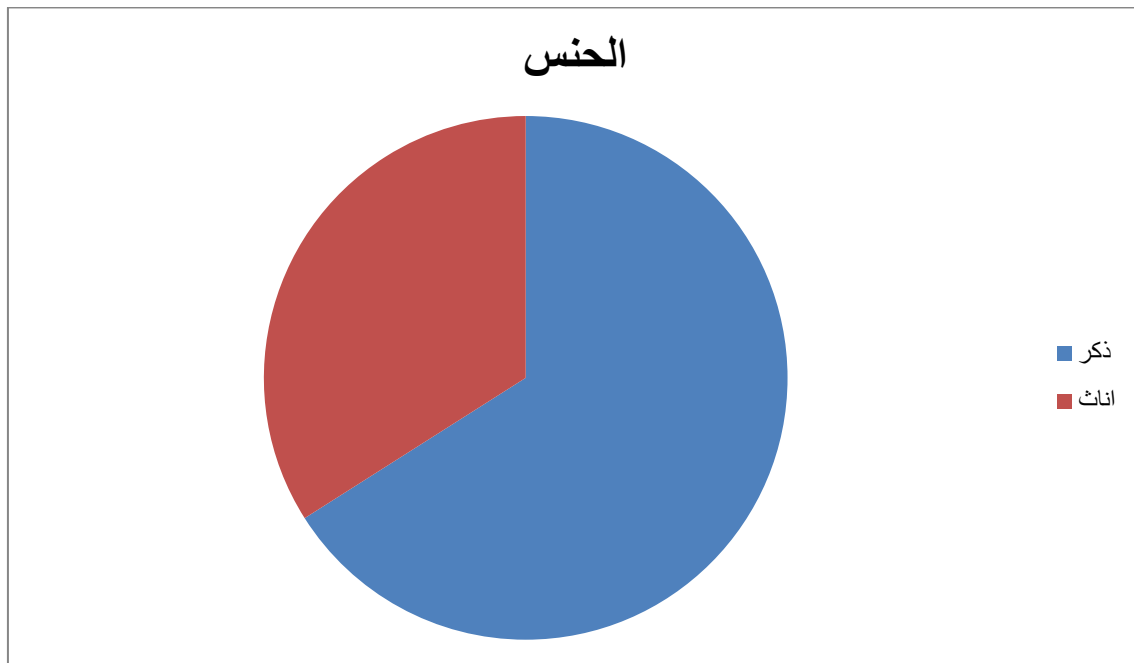
1-1 نتائج المحور الأول: البيانات الشخصية

يتوزع افراد العينة حسب متغيرات ذات اهمية بحثية منها الجنس، السن، الحالة الاجتماعية. هذا التنوع في خصائص العينة يساهم في توفير معطيات غنية ومتكاملة حول موضوع الدراسة. وفيما يلي تحليل الخصائص الديموغرافية والاجتماعية لعينة الدراسة، كما هو موضح: الجدول 02: يوضح توزيع العينة حسب الجنس

المتغير	الفئة	التكرار	النسبة
الجنس	ذكر	33	66,0
	انثى	17	34,0
	المجموع	50	%100

من خلال الجدول 02 والشكل 02 نلاحظ بان نسبة الذكور في مرتبة الأولى بنسبة 66% في حين كانت نسبة الاناث 34% . أي ان اغلب العينة ذكور.

الشكل 01: يوضح توزيع عينة حسب الجنس

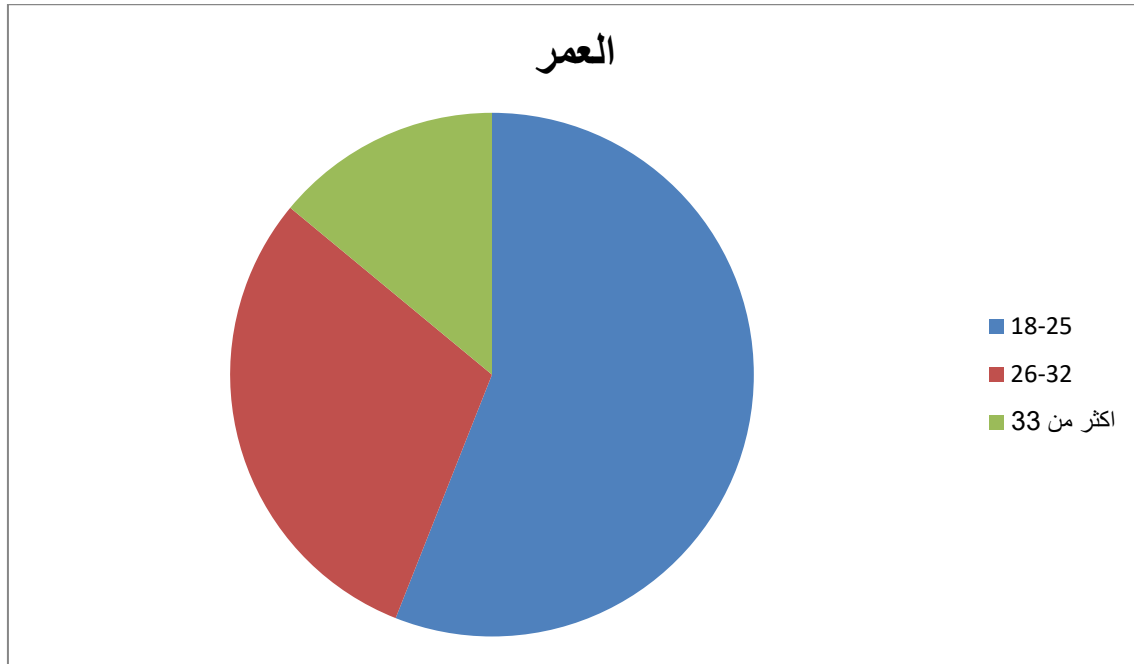


الجدول 03: يوضح توزيع العينة حسب العمر

المتغير	الفئة	التكرار	النسبة
العمر	من 18-25 سنة	28	56,0
	من 26 الى 32 سنة	15	30,0
	اكثر من 33 سنة	7	14,0
	المجموع	50	%100

من خلال الجدول 03 والشكل 02 نلاحظ بان الفئة من 18 الى 25 سنة جاءت في مرتبة الأولى بنسبة 56% في حين كانت نسبة الفئة من 26 الى 32 سنة 30% وفي الاخير فئة اكثر من 33 سنة بنسبة 14% ومن ذلك نستنتج أن الفئتين العمريتين (18-25) و(26-32) هي الفئة الأكبر تواجداً. وأغلب المشاركين شباب في المرحلة الجامعية (أكثر من 85% أقل من 33 سنة)، مما يجعل النتائج معبرة عن جيل رقمي نشأ في ظل الإنترنت ووسائل التواصل

الشكل 02: يوضح توزيع عينة حسب العمر

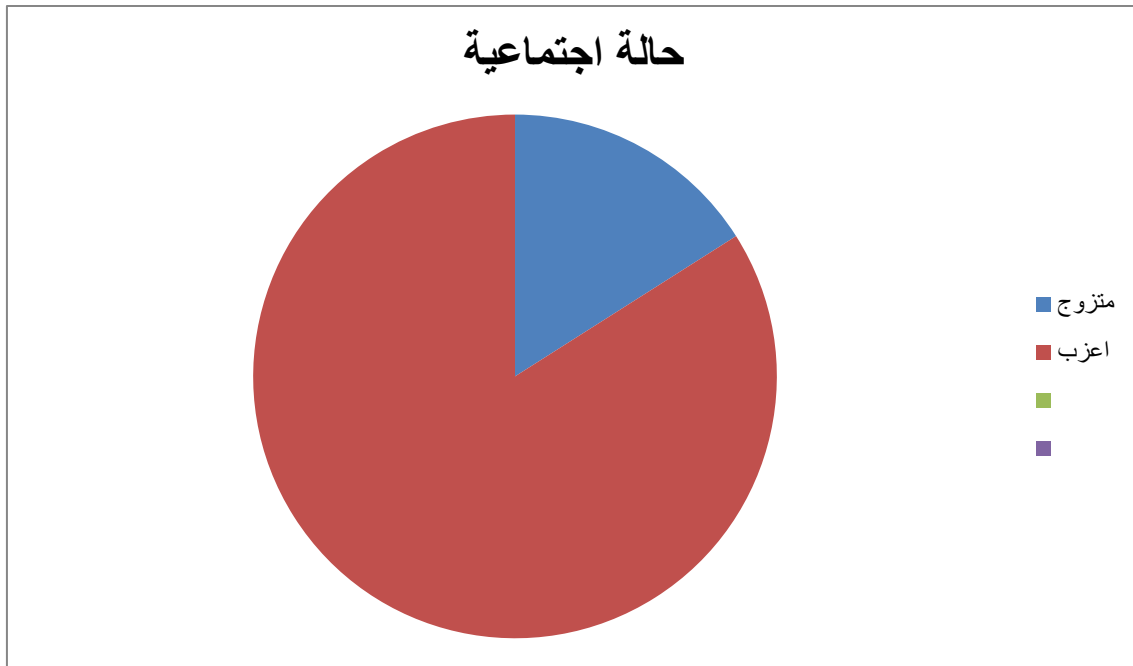


الجدول 04: يوضح توزيع العينة حسب الحالة الاجتماعية

المتغير	الفئة	التكرار	النسبة
الحالة المدنية	اعزب/ عزباء	42	84,0
	متزوج(ة)	8	16,0
	المجموع	50	100.0%

من خلال الجدول (04) يتضح أن غالبية أفراد العينة عزاب بنسبة 84 % بينما المتزوجون بنسبة 16.0 % . الغالبية العظمى من العينة غير متزوجة ، وهو أمر طبيعي لكون العينة من الطلبة الجامعيين . هذا الوضع الاجتماعي قد ينعكس على طبيعة استخدامهم للهوية الرقمية من حيث الحرية، وغياب الالتزامات العائلية.

الشكل 03: يوضح توزيع عينة حسب الحالة المدنية



1-2- نتائج المحور الثاني: استخدامات الشباب لمواقع التواصل الاجتماعي

الجدول 05: يبين المواقع المستخدمة من طرف عينة الدراسة اكثر

النسبة	التكرار	المواقع المستخدمة
21,4 %	37	فيسبوك
12,1 %	21	سناب
10,4 %	18	تلغرام
20,2 %	35	انستغرام
15 %	26	يوتيوب
5,8 %	10	تيكتوك
10,4 %	18	واتساب
4,6 %	8	فايبر
100 %	173 ¹	المجموع

من خلال الجدول نلاحظ أن فيسبوك هو أكثر مواقع التواصل استخدامًا بين المبحوثين بنسبة 21.4% يليه إنستغرام بنسبة 20.2%، ثم يوتيوب بنسبة 15%، بعد ذلك يأتي سناب شات بنسبة 12.1%، وتلغرام وواتساب بنسبة متساوية 10.4%، بينما يُسجل تيك توك وفايبر نسبةً أقل (5.8% و4.6% على التوالي). هذا يشير إلى تفضيل المنصات التقليدية والأكثر استقرارًا على حساب التطبيقات الأحدث أو الأقل شهرة. أي ان هناك تفضيل واضح للمنصات التي تمزج بين التواصل النصي/الصوري والمحتوى الترفيهي (فيسبوك، إنستغرام، يوتيوب). واستخدام منخفض لتيكتوك وفايبر يشير إلى تباين في القبول الثقافي أو الوظيفة الاجتماعية للموقع

ظهر هذه النتائج أن الشباب يميلون إلى استخدام منصات تمكنهم من التفاعل الاجتماعي الأوسع، مثل فيسبوك وإنستغرام، وهي منصات تسمح بنشر المحتوى والتفاعل مع جمهور متنوع. أما الحضور القوي ليوتيوب، فيعكس أهمية المحتوى المرئي الطويل في الاستهلاك الإعلامي، وهو ما ينسجم مع تحول المستخدم من مجرد متفاعل إلى مشاهد ومتعلم وباحث عن محتوى نوعي.

المنصات مثل تيك توك وسناب شات تُستخدم بدرجة أقل، رغم شعبيتها بين بعض الفئات، ما قد يشير إلى أن العينة تميل إلى المحتوى الأكثر جدية أو الأكثر تفاعلًا الكتابي والفكري مقارنةً بالمحتوى الترفيهي السريع.

المجموع اكثر من 50 لان سؤال متعدد الاختيارات¹

كما أن الاستخدام المتساوي لتلغرام وواتساب يعكس اعتماد الشباب على هذه المنصات في التواصل المباشر والخاص، بعيداً عن الفضاء العام. وهذا يُفسّر ضمن نظرية الاستخدامات والإشباع، حيث يختار المستخدم المنصة حسب حاجته: ترفيه، تواصل، تعبير، أو متابعة معلومات.

الجدول 06: يبين نوع اصدقاء على مواقع التواصل

النسبة	التكرار	اصدقاءك على مواقع التواصل
38,2 %	29	اصدقاء من عائلة
39,5 %	30	اصدقاء دراسة
17,1 %	13	اصدقاء شارع
5,3 %	4	اصدقاء من العالم الافتراضي
100,0 %	76 ¹	المجموع

يتبين من الجدول أن أصدقاء الدراسة يحتلون المرتبة الأولى ضمن شبكة الأصدقاء على مواقع التواصل بنسبة 39.5%، يليهم أصدقاء العائلة بنسبة 38.2%، ما يشير إلى أن التفاعلات الرقمية للمبحوثين تتمحور أساساً حول دوائرهم الواقعية القريبة. أما أصدقاء الشارع فقد شكّلوا نسبة 17.1%، فيما جاءت نسبة الأصدقاء الافتراضيين في المرتبة الأخيرة بنسبة 5.3% فقط، ما يعكس حذرًا أو محدودية في بناء علاقات جديدة خارج النطاق الاجتماعي الواقعي.

تكشف هذه البيانات عن أن المجال الرقمي يُعاد تشكيله من خلال الامتدادات الواقعية للعلاقات الاجتماعية. إذ تُظهر النتائج أن الشباب لا يستخدمون مواقع التواصل بالأساس لتكوين علاقات جديدة من الصفر، بل لتوسيع وتعزيز علاقاتهم القائمة في الحياة اليومية، وخاصة داخل فضاءي المدرسة/الجامعة والعائلة. ويُشير ذلك إلى هيمنة ما يُعرف في نظريات الاتصال بـ"الدوائر الاتصالية القريبة"، أي أن الأفراد يفضلون التفاعل مع من يعرفونهم شخصياً، مما يحد من انفتاحهم على علاقات جديدة في العالم الافتراضي. وهذا يتماشى مع نظرية الاستخدامات والإشباع، حيث يُستخدم الفضاء الرقمي بشكل وظيفي لتعزيز الروابط الاجتماعية الموجودة، أكثر من كونه أداة لاكتشاف مجتمعات أو علاقات جديدة.

¹ المجموع أكثر من 50 لأن سؤال متعدد الاختيارات

الجدول 07: يبين عدد الحسابات على مواقع التواصل

النسبة	التكرار	كم حساب تمتلك على مواقع التواصل
70 %	35	حساب واحد
30 %	15	العديد من الحسابات
100 %	50	المجموع

نلاحظ من الجدول أن 70% من المبحوثين يمتلكون حسابًا واحدًا فقط على مواقع التواصل الاجتماعي، في حين أن 30% لديهم عدة حسابات. وتُظهر هذه النتائج أن الأغلبية تفضل الاكتفاء بحساب واحد، ما قد يدل على نمط استخدام بسيط ومركّز، مقابل أقلية تميل إلى التعدد، وهو ما قد يرتبط باستخدامات متنوعة أو تقسيمات وظيفية بين الحسابات.

تعكس هذه النتائج أنماطًا مختلفة في استراتيجيات التواصل الرقمي. فامتلاك حساب واحد من قبل غالبية المستخدمين قد يُعبّر عن ميل إلى الوضوح والشفافية والاقتصاد في الهوية الرقمية، حيث تُدار الحياة الاجتماعية والرقمية من خلال واجهة واحدة، ما يُسهّل عملية التواصل ويعزز استمرارية الانطباع الواحد عن الذات.

أما فئة المستخدمين الذين يمتلكون عدة حسابات (30%)، فيمكن أن يخصص الفرد حسابًا شخصيًا، وآخر مهنيًا، وربما ثالثًا باسم مستعار. هذه الممارسات تشير إلى تحوّل المستخدم من مجرد متلقٍ إلى فاعل اتصالي ذكي يوزع حضوره الإعلامي بحسب السياق والجمهور المستهدف.

وتتسجم هذه الظاهرة مع نظرية الفضاءات المتعددة، حيث ينتقل الأفراد بين حسابات تعكس شخصيات مختلفة، ويعيدون تشكيل صورتهم الرقمية بحسب نوع التفاعل، وهو ما يعكس مستوى متقدمًا من الوعي الاتصالي والتحكم في بناء الصورة الذاتية في الفضاء الرقمي.

الجدول 08: يبين استخدام الاسم الحقيقي على مواقع التواصل

النسبة	التكرار	ماذا تستخدم على مواقع التواصل
20%	10	اسم مستعار
80%	40	اسم حقيقي
100%	50	المجموع

من خلال الجدول نجد أن أغلب أفراد العينة بنسبة 80% يستخدمون اسم حقيقي على مواقع التواصل الاجتماعي ما يدل على ميل واضح نحو إبراز الهوية الواقعية في الفضاء الرقمي ونسبة قليلة 20% يستخدمون اسم مستعار مما يعكس توجهًا أقل نحو التخفي أو إخفاء الهوية. وتُظهر هذه النتائج ميلاً عامًا بين الشباب إلى تمثيل أنفسهم بشكل

مباشر وصريح في البيانات الرقمية، وهو ما قد يرتبط بالثقة بالنفس أو الرغبة في بناء هوية رقمية تتسق مع الشخصية الواقعية.

تُظهر هذه النتيجة أن أغلب الشباب يفضلون استخدام أسمائهم الحقيقية على مواقع التواصل، وهو ما يدل على أنهم يرون هذه المنصات امتدادًا لهويتهم الواقعية، وليس فقط فضاءً افتراضيًا للترفيه أو التخفي. هذا يعكس رغبة في الظهور بشفافية وصدق أمام الآخرين، وربما أيضًا بهدف بناء صورة موثوقة اجتماعيًا أو مهنيًا.

كما أن استخدام الاسم الحقيقي يُساعد على تعزيز الحضور الرقمي، ويُسهّل التفاعل وبناء العلاقات، خاصة أن هذه المنصات أصبحت جزءًا من الحياة اليومية. في المقابل، من يستخدمون أسماء مستعارة (20%) قد يكون هدفهم الحفاظ على الخصوصية أو التعبير بحرية دون الكشف عن هويتهم الحقيقية.

بالتالي، تُوضح النتائج أن الاسم على المنصة ليس مجرد اختيار تقني، بل هو قرار اتصالي يعكس طريقة تمثيل الذات وتفاعلها مع المجتمع الرقمي.

الجدول 09: يبين مدة استخدام مواقع التواصل

النسبة	التكرار	منذ متى تستخدم مواقع التواصل
8%	4	سنتين
92%	46	أكثر من 3 سنوات
100%	50	المجموع

يتبين من الجدول أن الغالبية الساحقة من المبحوثين 92% يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي منذ أكثر من ثلاث سنوات، ما يدل على تجذّر هذه المنصات في حياتهم اليومية وتحولها إلى جزء ثابت من روتينهم الاجتماعي والرقمي. في المقابل، فإن 8% فقط بدأوا استخدام هذه المواقع منذ سنتين أو أقل، وهي نسبة ضئيلة تعكس قلة المستخدمين الجدد ضمن هذه العينة، ما يُظهر نضجًا رقميًا عامًا لدى المستجوبين ومرورهم بتجربة رقمية طويلة نسبيًا.

تُعدّ هذه النتيجة مؤشرًا واضحًا على التحوّل نحو التواصل الرقمي المستدام، حيث أن استخدام 92% من المبحوثين لمواقع التواصل لأكثر من ثلاث سنوات يُظهر أن هذه المنصات لم تعد وسائل هامشية، بل أصبحت وسائل اتصال رئيسية في حياة الأفراد، خاصة لدى فئة الشباب.

هذا الاستخدام طويل الأمد يدل على ترسخ ما يُعرف في نظريات الاتصال بمفهوم "الوسيلة المُدمجة"، أي أن وسائل التواصل لم تعد مجرد أدوات إضافية، بل أصبحت جزءًا من البنية الاتصالية الأساسية التي يعتمد عليها الأفراد في التفاعل، التعبير، وتبادل المعلومات.

كما أن هذه النتيجة تتسق مع نظرية الاستخدامات والإشباع ، حيث يشير الاستخدام الممتد إلى أن الأفراد وجدوا في هذه المنصات إشباعاً دائماً لحاجاتهم الاتصالية، سواء كانت معرفية (البحث عن المعلومات)، تفاعلية (التواصل مع الآخرين)، أو حتى ترفيهية. طول فترة الاستخدام يعني أيضاً أن المنصات أثبتت قدرتها على التكيف مع توقعات الجمهور وتقديم محتوى أو خدمات تواكب تطور احتياجاتهم.

الجدول 10: يبين الفترة المفضلة للدخول الى مواقع التواصل

ماهي الفترة المفضلة للدخول الى مواقع التواصل	التكرار	النسبة
المساء	4	8 %
الليل	30	60 %
كل اوقات	16	32 %
المجموع	50	100 %

يبين الجدول أن أغلب المبحوثين يفضلون استخدام مواقع التواصل الاجتماعي خلال الفترة الليلية، حيث بلغت نسبتهم 60% ، مما يجعل الليل الفترة الأكثر جذباً للتفاعل الرقمي. في المقابل، أفاد 32% من المشاركين أنهم يدخلون مواقع التواصل في كل الأوقات، ما يدل على تداخل الاستخدام مع مختلف لحظات اليوم. أما الفترة المسائية فقد جاءت في المرتبة الأخيرة بنسبة 8% فقط ، وهو ما يدل على ضعف الإقبال على الاستخدام خلال هذه الفترة مقارنة ببقية الأوقات.

تعكس هذه النتائج أن الفضاء الرقمي أصبح امتداداً زمنياً لحياة الأفراد، لا سيما في فترة الليل، التي تمثل لحظة انكفاء الفرد إلى ذاته، وابتعاده عن الالتزامات اليومية، ما يجعلها اللحظة الاتصالية الأمثل للتفاعل الرقمي الحر . وتفسّر هذه النتيجة أن الأفراد يقبلون على وسائل الإعلام خلال الأوقات التي تتوفر فيها الراحة النفسية، والفرغ الزمني، وقلة الضغوط.

كما يمكن فهم تفضيل الليل كفترة استخدام في إطار نظرية الاستخدامات والإشباع، حيث يبحث الأفراد في هذا الوقت عن الترفيه، الاسترخاء، أو الهروب من ضغوط اليوم، فيلجؤون إلى مواقع التواصل كوسيلة للتفريغ أو لإعادة التواصل الاجتماعي. أما الذين يستخدمونها في كل الأوقات (32%)، فيمثلون فئة المرتبطة اتصالياً بشكل دائم، وهذا الذي يُميز الجيل الرقمي المعاصر، حيث لا توجد حدود واضحة بين الزمن الواقعي والزمن الاتصالي.

أما انخفاض نسبة الاستخدام في المساء، فقد يُفسّر بانشغال الأفراد بأنشطة اجتماعية أو مهنية خلال هذا الوقت، أو لأن التفاعل الرقمي في هذه الفترة لا يُحقق نفس الإشباع الذي توفره فترة الليل.

الجدول 11: يبين عدد الساعات التي تقضيها على مواقع التواصل

النسبة	التكرار	كم عدد الساعات التي تقضيها على مواقع التواصل
8,0 %	4	اقل من ساعة
36,0 %	18	من ساعة الى 3
26,0 %	13	من 3 الى 5 ساعة
30,0 %	15	اكثر من 5 ساعة
100,0 %	50	المجموع

تشير بيانات في الجدول أن النسبة الأكبر من المبحوثين 36% يقضون ما بين ساعة إلى ثلاث ساعات يوميًا على مواقع التواصل الاجتماعي، ما يعكس نمط استخدام معتدل. يليهم من يقضون أكثر من خمس ساعات بنسبة 30%، وهي نسبة لافتة تدل على وجود فئة شديدة التعلق أو الاعتماد على هذه المنصات. أما الذين يستخدمونها بين 3 إلى 5 ساعات فبلغت نسبتهم 26%، في حين أن فئة من يقضون أقل من ساعة يوميًا تُعد الأقل بنسبة 8% فقط. بشكل عام، تظهر النتائج أن أغلب المستخدمين يقضون وقتًا طويلًا نسبيًا يوميًا على هذه المنصات، وهو ما يعكس حضورًا رقميًا مكثفًا.

تبيّن هذه النتائج أن مواقع التواصل الاجتماعي قد أصبحت جزءًا أساسيًا من النشاط اليومي للفرد، حيث أن أكثر من نصف المبحوثين (56%) يقضون أكثر من ثلاث ساعات يوميًا على هذه المنصات. وهو ما يمكن تفسيره من خلال نظرية الاستخدامات والإشباع، إذ يسعى الأفراد إلى تلبية حاجات متعددة (المعلومة، الترفيه، التفاعل الاجتماعي، التعبير عن الذات...)، وكلما زادت درجة الإشباع التي تقدمها المنصة، زاد الزمن المخصص لها. كما أن ارتفاع نسبة من يقضون أكثر من خمس ساعات يوميًا يشير إلى ظاهرة قد تُفسّر في إطار نظرية الإدمان الرقمي، حيث يصبح استخدام المنصة عادة متكررة وغير خاضعة دائمًا للتحكم الواعي، ما يطرح تساؤلات حول أثر هذا التعلق على الجوانب النفسية والاجتماعية والوظيفية للفرد.

في المقابل، الفئة التي تستخدم هذه الوسائط أقل من ساعة يوميًا تعكس وعيًا بالاستخدام أو نمطًا منضبطًا، وربما تدل على مواقف نقدية تجاه المحتوى الرقمي أو الأولويات الزمنية الأخرى.

الجدول 12: يبين استخدام صورة الشخصية

النسبة	التكرار	هل تستخدم صورتك الشخصية	
18,0 %	9	للتعبير عن هوية حقيقية	نعم
8,0 %	4	لاكتساب شهرة	
22,0 %	11	لاشيء يدعو لإخفائها	
8,0 %	4	إخفاء هوية	لا
14,0 %	7	لتقاضي احكام اجتماعية خاصة اناث	
30,0 %	15	للحصول على خصوصية	
100,0 %	50	المجموع	

نلاحظ من الجدول أن 30% من المبحوثين لا يستخدمون صورتهم الشخصية بدافع الحفاظ على الخصوصية، وهي النسبة الأعلى في العينة. يليها من يستخدمون الصورة لأن "لا شيء يدعو لإخفائها" بنسبة 22%، ثم من يستخدمونها للتعبير عن هوية حقيقية بنسبة 18%. أما من يمتنعون عن استخدام الصورة لتقاضي أحكام اجتماعية خاصة بالإناث فبلغوا 14%، وهي نسبة لافتة، خصوصاً في السياقات الثقافية المحافظة. في حين أن نسبة من يخفون هويتهم كانت 8%، ونفس النسبة استخدمت الصورة لاكتساب شهرة.

إجمالاً، فإن 58% من المبحوثين لا يستخدمون صورتهم الشخصية، مما يدل على وجود ميل ملحوظ لإخفاء الهوية الرقمية بدرجات وأسباب متعددة، مقابل 42% فقط يشاركون صورهم.

تبيّن هذه النتائج أن استخدام الصورة الشخصية على مواقع التواصل ليس قراراً عادياً، بل هو اختيار مرتبط بكيفية تقديم الذات في الفضاء الرقمي. فهناك من يُفضل إظهار صورته للتعبير عن هويته الحقيقية أو بهدف لفت الانتباه، بينما يختار آخرون إخفاء صورتهم بدافع الحفاظ على الخصوصية أو تقاضي أحكام اجتماعية، خاصة بالنسبة للإناث.

ويُفسّر هذا السلوك بمحاولة الأفراد التحكم في ما يُظهرونه من معلومات، بما فيها الصورة، حسب نوع الجمهور والسياق. كما أن وجود نسبة معتبرة ترفض إظهار الصورة حفاظاً على الخصوصية يُشير إلى وعي المستخدمين بمخاطر النشر الرقمي، وهو ما تؤكد نظرية إدارة الخصوصية في الاتصال.

وتُبرز هذه النتيجة أن الصورة الشخصية ليست مجرد مسألة شكلية، بل تعكس موقفاً اتصالياً واجتماعياً، يتأثر بالعادات، والثقافة، والجنس، ومدى شعور الأفراد بالأمان في الفضاء الرقمي.

الجدول 13: يبين نوع المحتوى الذي تنشره

النسبة	التكرار	ما نوع المحتوى الذي تنشره
2,9 %	3	صورة شخصية
10,5 %	11	اخبار ومقالات
6,7 %	7	حياتي شخصية
29,5 %	31	منشورات فكرية
23,8 %	25	لحظات حياتية
10,5 %	11	افكاري وتوجهاتي
16,2 %	17	تصفح فقط
100,0 %	105	المجموع

يتبين من الجدول أن النوع الأكثر شيوعاً من المحتوى الذي ينشره المبحوثون على مواقع التواصل هو "المنشورات الفكرية" بنسبة 29.5%، يليه "اللحظات الحياتية" بنسبة 23.8%، ثم "التصفح فقط دون نشر" بنسبة 16.2%، ما يعكس وجود فئة تميل إلى الاستهلاك أكثر من الإنتاج. أما المنشورات التي تعبر عن الأفكار والتوجهات الشخصية والأخبار والمقالات فقد سجّل كل منها 10.5%، بينما نُشرت المحتويات ذات الطابع الشخصي المباشر مثل "الحياة الشخصية" بنسبة 6.7%، و"الصور الشخصية" بنسبة 2.9% فقط، وهي النسبة الأقل.

تعكس هذه النتائج أن المستخدمين يميلون إلى التعبير عن أنفسهم من خلال محتوى فكري أو تأملي أكثر من نشر تفاصيلهم الشخصية. النسبة المرتفعة لمنشورات فكرية (29.5%) تدل على وجود نزعة نحو إبراز الرأي والموقف والتفكير النقدي، وهو ما يتماشى مع فكرة أن المنصات الرقمية أصبحت فضاءً للنقاش والتعبير عن الهوية الفكرية، وليس فقط للعرض الذاتي.

كذلك، تُظهر نسبة "اللحظات الحياتية" المرتفعة (23.8%) أن المستخدمين يسعون أيضاً إلى مشاركة جوانب من حياتهم اليومية بطريقة انتقائية، مما يساهم في بناء صورة اجتماعية عن الذات، وهو ما يُفسّر من خلال نظرية إدارة الانطباع، حيث يحاول الأفراد التحكم في ما يُظهرونه من حياتهم على المنصات.

أما النسبة الكبيرة نسبياً للمستخدمين الذين يكتفون بـ"التصفح فقط" (16.2%)، فتدل على وجود شريحة مستهلكة أكثر من كونها منتجة للمحتوى. في المقابل، ضعف النشر المرتبط بالصور الشخصية والحياة الخاصة قد يكون نتيجة لمخاوف تتعلق بالخصوصية أو الخوف من التقييم الاجتماعي، خاصة في السياقات الثقافية المحافظة.

الجدول 14: يبين سبب استخدام مواقع التواصل

النسبة	التكرار	لماذا تستخدم مواقع التواصل
33,9 %	42	تواصل مع أصدقاء
2,4 %	3	تعبير عن ذات
20,2 %	25	متابعة اخبار
3,2 %	4	بناء صورة اجتماعية معينة
19,4 %	24	تواصل عائلي
6,5 %	8	ترويج للذات ومشاريع شخصية
14,5 %	18	تسلية
100,0 %	50	المجموع

تشير النتائج إلى أن السبب الأكثر شيوعاً لاستخدام مواقع التواصل بين المبحوثين هو "التواصل مع الأصدقاء" بنسبة 33.9%، ما يعكس الطابع الاجتماعي الغالب على استخدام هذه المنصات. يليه في المرتبة الثانية "متابعة الأخبار" بنسبة 20.2%، ثم "التواصل العائلي" بنسبة 19.4%. أما الاستخدام بغرض التسلية فبلغ 14.5%، في حين جاءت باقي الدوافع بنسب أقل: الترويج للذات أو المشاريع الشخصية (6.5%)، بناء صورة اجتماعية معينة (3.2%)، والتعبير عن الذات (2.4%)، ما يدل على أن الأهداف التعبيرية والشخصية تأتي في مرتبة ثانوية لدى غالبية المستجيبين.

تُظهر هذه النتائج أن الشباب يستخدمون مواقع التواصل في الأساس كوسيلة اجتماعية للتواصل والتفاعل مع الأصدقاء والعائلة، وهو ما يعكس أهمية هذه المنصات في تعزيز الروابط والعلاقات الواقعية. وهذا يتماشى مع نظرية الاستخدامات والإشباع، التي تؤكد أن الناس يستخدمون الوسائط الرقمية لإشباع حاجات محددة مثل التواصل، الترفيه، والمعلومة.

كما أن النسبة المرتفعة لمتابعة الأخبار تشير إلى أن هذه المنصات تحولت أيضاً إلى مصدر إعلامي بديل، يلجأ إليه المستخدمون للاطلاع على ما يجري حولهم بطريقة سريعة وسهلة، بدلاً من الاعتماد على وسائل الإعلام التقليدية.

أما الدوافع المرتبطة ببناء صورة معينة عن الذات أو الترويج للمشاريع الشخصية، رغم ضعفها عددياً، فإنها تعكس ظهور بعد جديد للهوية الرقمية، حيث يستخدم البعض هذه المنصات كفضاء لعرض الذات أو التسويق لها، سواء لأهداف شخصية أو مهنية.

في المقابل، ضعف نسبة من يستخدمون المنصات للتعبير عن الذات قد يدل على خوف من الأحكام أو الرقابة الاجتماعية، أو ربما عدم الإحساس بأهمية هذا الجانب لدى المستخدمين.

الجدول 15: يبين الرموز المتواجدة في هوية الرقمية

النسبة	التكرار	الرموز المتواجدة في هويتك الرقمية
68,4 %	39	دينية
26,3 %	15	محلية وشعارات
5,3 %	3	أخرى
100,0 %	75	المجموع

*مجموع اكثر من 50 لان السؤال متعدد اختيارات

يُظهر الجدول أن غالبية المبحوثين (68.4%) يُدرجون رموزًا دينية ضمن مكونات هويتهم الرقمية، وهي النسبة الأكبر بشكل واضح، ما يعكس حضورًا قويًا للبعد الديني في تمثيل الذات على مواقع التواصل. تليها الرموز المحلية والشعارات (مثل الأعلام، اللباس التقليدي، أو رموز ثقافية وطنية) بنسبة 26.3%، بينما جاءت الرموز المصنفة كـ"أخرى" في المرتبة الأخيرة بنسبة ضئيلة بلغت 5.3% فقط.

عكس هذه النتائج أن الهوية الرقمية للمبحوثين تتأثر بشكل واضح بالمرجعية الدينية، حيث تُستخدم الرموز الدينية كأداة للتعريف بالذات أو لإبراز الانتماء. ويُظهر هذا الميل إلى "التمثل الرمزي" أن مواقع التواصل ليست فقط أماكن للتعبير الحر، بل أيضًا فضاءات لعرض الهويات الثقافية والدينية والاجتماعية.

وتُفسر هذه النتيجة في ضوء نظرية الهوية الاجتماعية، التي تشير إلى أن الأفراد يسعون لتأكيد انتمائهم لجماعات مرجعية (مثل الجماعة الدينية أو الوطنية)، من خلال استخدام رموز بصرية وكلمات ومؤشرات دالة. ويُعد ذلك أيضًا شكلاً من إدارة الهوية الرقمية، حيث يختار المستخدم عناصر رمزية ليظهر بها أمام الجمهور الرقمي بطريقة تعكس قناعاته أو موقعه الاجتماعي والثقافي.

أما الرموز المحلية والشعارات، فتشير إلى وجود نزعة للتعبير عن الانتماء الوطني أو الثقافي المحلي، لكنها تظل أقل من الرموز الدينية، مما يدل على أن الدين يُعتبر أكثر حضورًا وتأثيرًا في تمثيل الذات لدى هذه العينة.

في المقابل، ضعف استخدام رموز "أخرى" قد يدل على محدودية التنوع الثقافي أو ضعف التمثيل لهويات فرعية (مثل الرموز الفنية أو الفكرية أو الهويات العالمية)، وهو ما يمكن تفسيره بخصوصية البيئة الاجتماعية والثقافية التي تشكّل وعي المستخدم واتصاله بالفضاء الرقمي.

1-3- نتائج المحور الثالث : ضوابط ومحددات الهوية الرقمية للشباب ضمن السياقات المحلية عبر مواقع التواصل الاجتماعي

الجدول 16: يبين القيم التي لها دور في بناء هوية رقمية عبر مواقع التواصل الاجتماعي

النسبة	التكرار	القيم التي لها دور في بناء هويتك رقمية عبر مواقع التواصل الاجتماعي
47,9%	34	القيم الدينية
38,0%	27	العادات والتقاليد
14,1%	10	اللغة
100,0%	171	المجموع

نلاحظ من الجدول أن القيم الدينية تلعب الدور الأبرز في تشكيل الهوية الرقمية للمبحوثين، حيث بلغت نسبتهم 47.9% تليها العادات والتقاليد بنسبة 38% ثم تأتي اللغة في المرتبة الأخيرة بنسبة 14.1% فقط. ما يعكس ميلاً واضحاً نحو المرجعيات الثقافية والمحافظة كعناصر أساسية في بناء التمثيل الرقمي للذات.

تُشير هذه النتائج إلى أن الشباب الجزائريين لا ينفصلون عن مرجعياتهم الثقافية والدينية عندما يتواجدون في الفضاء الرقمي. فهم لا يستخدمون مواقع التواصل فقط للتسلية أو التفاعل، بل أيضاً لبناء صورة ذاتية تعكس هويتهم وقيمهم، خصوصاً تلك المرتبطة بالدين والعادات.

أي أن المستخدمين يختارون محتوهم وسلوكهم على المنصة بما يتماشى مع القيم التي نشؤوا عليها، وهو ما يُعزز شعورهم بالانتماء والاتساق بين الواقع والافتراضي.

أما انخفاض نسبة الذين يرون أن اللغة تلعب دوراً في بناء الهوية الرقمية، فقد يدل على أن اللغة تُعتبر وسيلة للتواصل أكثر من كونها عنصراً هوياتياً قوياً، أو أن هناك تعدداً لغوياً في الاستخدام يجعل اللغة أقل وضوحاً كمحدد للهوية.

بالتالي، تبرز هذه النتائج كيف أن مواقع التواصل ليست فضاءً حُرّاً بالكامل، بل تُستخدم أيضاً كمنصة لعرض القيم الشخصية والاجتماعية، مما يجعل الهوية الرقمية انعكاساً مباشراً للهوية الثقافية والدينية للفرد.

¹ - المجموع أكثر من 50 لأن سؤال متعدد الاختيارات

الجدول 17: يبين دور الضغوط الاجتماعية في انتحال عدة هويات

هل الضغوطات الاجتماعية جعلتك تنتحل عدة هويات	التكرار	النسبة
نعم	18	36,0%
لا	32	64,0%
المجموع	50	100,0%

يتبين من الجدول أن غالبية المبحوثين، بنسبة 64%، صرّحوا بأنهم لا ينتحلون هويات متعددة بسبب الضغوط الاجتماعية، بينما أقرّ 36% منهم بأنهم يلجؤون إلى انتحال هويات مختلفة نتيجة لتلك الضغوط. ما يُظهر أن الظاهرة موجودة بشكل ملحوظ، لكنها ليست سائدة بين أفراد العينة.

تُظهر هذه النتائج أن جزءًا معتبرًا من الشباب يُواجه تحديات في التعبير عن ذاته الحقيقية على المنصات الرقمية، ما يدفعه أحيانًا إلى تبني أكثر من هوية رقمية للتكيف مع التوقعات أو تقادي الأحكام الاجتماعية. وهذا يتماشى مع نظرية تعدد الهويات الرقمية، التي ترى أن الأفراد يُكيّفون حضورهم الاتصالي حسب السياق والجمهور، خاصة في بيئات تفرض رقابة اجتماعية صارمة أو معايير ثقافية ضاغطة.

الضغط الاجتماعي يمكن أن يؤدي إلى نوع من "الرقابة الذاتية الرقمية"، حيث يُضطر المستخدم لتقديم نسخة "آمنة" أو "مقبولة" من ذاته، ما يؤثر في التمثيل الصادق للهوية. أما الأغلبية التي لم تنتحل هويات متعددة، فقد يعود ذلك إلى الثقة بالنفس أو إلى شعور نسبي بحرية في التعبير داخل دوائرهم الرقمية، أو لكونهم يستخدمون حسابات مغلقة وخاصة.

بالتالي، تعكس هذه النتيجة التوتر بين الذات الحقيقية والتمثيل الرقمي، وتُبرز كيف أن الفضاء الرقمي ليس دائمًا مساحة حرة، بل قد يكون مشحونًا بقيود ثقافية واجتماعية تؤثر في تشكيل الهوية الرقمية.

الجدول 18: يبين البيئة الاجتماعية التي فرضت عليك قيود في بناء هويتك الرقمية

ماهي البيئة الاجتماعية التي فرضت عليك قيود في بناء هويتك الرقمية	التكرار	النسبة
بيئة عائلية	24	48,0%
بيئة مهنية	4	8,0%
بيئة دراسية	14	28,0%
لا يوجد	8	16,0%
المجموع	50	100,0%

نلاحظ من خلال الجدول أن البيئة العائلية هي أكثر البيئات التي فرضت قيودًا على بناء الهوية الرقمية، بنسبة 48%، تليها البيئة الدراسية بنسبة 28%، ثم البيئة المهنية بنسبة 8% فقط. في المقابل، صرّح 16% من المبحوثين بأنه لا توجد أي بيئة فرضت عليهم قيودًا، ما يعكس تنوعًا في درجات الحرية الرقمية حسب السياق الاجتماعي.

تشير هذه النتيجة إلى أن الرقابة الاجتماعية داخل الأسرة تُعد العامل الأبرز في تقييد تمثيل الهوية الرقمية. فالعائلة - خاصة في مجتمعات محافظة - تُمارس تأثيرًا كبيرًا على ما يمكن نشره أو قوله عبر المنصات، مما يُجبر بعض الأفراد على مراقبة ذواتهم رقمياً أو إخفاء جوانب من شخصيتهم.

أما القيود الدراسية، فقد تعكس القلق من صورة الذات أمام الزملاء أو الأساتذة، خصوصًا في الفضاءات الجامعية حيث تتقاطع الحياة الشخصية مع الأكاديمية. بينما تمثل القيود المهنية نسبة ضئيلة، ربما لأن العديد من المبحوثين لم يدخلوا سوق العمل بعد، أو لا يستخدمون المنصات لأغراض مهنية.

وتتسجم هذه النتائج مع نظرية إدارة الانطباع ونظرية السياقات الاجتماعية المتعددة، اللتين تفسران كيف يُغيّر الأفراد سلوكهم الرقمي حسب البيئة والجمهور. فكل بيئة تفرض قواعد تحدد المقبول والمرفوض، ما ينعكس مباشرة على بناء الهوية الرقمية.

بالتالي، يتضح أن بناء الهوية الرقمية ليس فعلاً فردياً حرّاً بالكامل، بل يتم ضمن شبكة من الضغوط والتوقعات الاجتماعية التي تختلف حسب البيئة المحيطة بالفرد.

الجدول 19: يبين الدخول في مجموعات مغلقة تتماشى مع هويتك الحقيقية

النسبة	التكرار	هل تفضل الدخول في مجموعات مغلقة تتماشى مع هويتك الحقيقية
32,9%	28	مجموعات دينية
24,7%	21	مجموعات ثقافية
9,4%	8	مجموعات سياسية
32,9%	28	مجموعات تسلية
100,0%	185	المجموع

يبين الجدول أن هناك تفضيلاً متساوياً بين المبحوثين للانضمام إلى مجموعات دينية ومجموعات تسلية، حيث حاز كل نوع على نسبة 32.9%، يليهما المجموعات الثقافية بنسبة 24.7%، في حين سُجّلت أقل نسبة لدى

¹ المجموع أكثر من 50 لأن سؤال متعدد الاختيارات

المجموعات السياسية بـ 9.4% فقط . مما يعكس تنوعاً في الاهتمامات الرقمية، لكن ضمن أولويات واضحة تميل نحو البُعدين الديني والترفيهي.

تُشير هذه النتائج إلى أن الشباب ينجذبون إلى المجموعات المغلقة التي تسمح لهم بالتفاعل مع قيمهم الشخصية وهويتهم الحقيقية، خاصة في الجوانب الدينية والترفيهية .يُمكن تفسير ذلك من خلال نظرية الاستخدامات والإشباع، حيث يختار المستخدم المنصة أو المجموعة الرقمية التي تُشبع حاجاته، سواء كانت روحية أو نفسية أو ترفيهية.

الانضمام إلى مجموعات دينية يدل على رغبة في الانتماء إلى مجتمع يعكس القيم الدينية للفرد، بينما تمثل مجموعات التسلية نوعاً من الهروب من الضغوط الواقعية أو وسيلة للاسترخاء والتفاعل غير الرسمي. أما الإقبال على المجموعات الثقافية، فهو مؤشر إيجابي على وجود فئة تسعى إلى تغذية فكرية أو تبادل معرفي ضمن بيئات آمنة. ضعف الانتماء للمجموعات السياسية يعكس حذرًا عامًا من الانخراط في الفضاءات السياسية الرقمية، ربما نتيجة الخوف من الرقابة أو تبعات التعبير السياسي.

هذه النتائج تدل ان المستخدم يجد في المجموعات المغلقة بيئة مريحة وآمنة للتعبير عن الذات، بعيداً عن الحكم العلني أو الصراع المفتوح، ما يُسهم في تشكيل هوية رقمية أكثر خصوصية واتساقاً مع الذات الواقعية.

الجدول 20: يبين نوع محتويات عرضتك للمضايقات عبر مواقع التواصل الاجتماعي

النسبة	التكرار	أي محتويات عرضتك للمضايقات عبر مواقع التواصل الاجتماعي
28,0%	14	دينية
14,0%	7	سياسية
36,0%	18	أخرى
22,0%	11	لا يوجد
100,0%	50	المجموع

تُظهر بيانات الجدول أن 36% من المبحوثين تعرّضوا للمضايقات بسبب محتويات أخرى لم تُصنّف دينية أو سياسية، وهو ما يمثل النسبة الأعلى. تليها المضايقات المرتبطة بالمحتويات الدينية بنسبة 28%، ثم السياسية بنسبة 14%، في حين صرّح 22% بأنهم لم يتعرضوا لأي مضايقات.

تعكس هذه النتائج أن التعبير عبر مواقع التواصل الاجتماعي ليس دائماً آمناً أو حرّاً، حيث يُمكن أن يؤدي نشر بعض المحتويات إلى مضايقات رقمية، تختلف حسب نوعية المواضيع المطروحة.

تُعد المحتويات الدينية من أكثر المواضيع حساسية، لأنها تتقاطع مع معتقدات قوية في المجتمع، ما يجعل التعبير عنها عرضة للنقد أو الإساءة، خصوصاً إذا كانت الآراء غير تقليدية أو مثيرة للجدل. كما أن المحتويات السياسية، رغم أنها الأقل نسبياً، تُعتبر بدورها محفوفة بالمخاطر في السياقات التي تكون فيها حرية الرأي محدودة أو تُقابل بحساسية مجتمعية أو رقابة.

أما الفئة التي تعرّضت للمضايقات بسبب محتويات "أخرى"، فقد تشير إلى منشورات ذات طابع شخصي، أو جمالي، أو حتى ترفيهي، وهو ما يعكس أن الهجوم الرقمي لا يقتصر على المواضيع الكبيرة، بل يمكن أن يستهدف أي سلوك يُعتبر "غير مطابق" للمعايير المجتمعية، خاصة بالنسبة للإناث.

وتتماشى هذه النتيجة مع مفهوم "العنف الرمزي" و"الرقابة الاجتماعية الرقمية"، حيث يُمارس الضغط والمضايقة من قبل المتابعين أو الجمهور العام على الفرد لإعادة تشكيل محتواه بما يتوافق مع قيم الجماعة، ما يحدّ من حرية التعبير ويؤثر على بناء الهوية الرقمية.

بالتالي، توضح هذه المعطيات أن المساحة الرقمية ليست خالية من الصراع أو الأحكام، بل هي فضاء اجتماعي حساس تُمارس فيه أشكال جديدة من الرقابة والتأثير، ما يجعل الأفراد يختارون محتوهم بحذر ووعي متزايد.

الجدول 21: يبين تأثير الهوية الرقمية على تواصل الواقعي مع الآخرين

النسبة	التكرار	كيف تصف تأثير الهوية الرقمية على تواصلك الواقعي مع الآخرين
34,0%	17	اصبح اكثر تواصل وثقة
24,0%	12	اصبح اكثر انعزالا وقلقا
42,0%	21	لم يتغير شيء
100,0%	50	المجموع

من خلال الجدول نجد أن النسبة الأكبر من المبحوثين 42% ترى أن الهوية الرقمية لم تؤثر على تواصلهم الواقعي مع الآخرين، أي أن تواجدهم الرقمي لم يحدث تغييراً واضحاً في سلوكهم الاجتماعي المباشر. بينما أفاد 34% أن التواصل الواقعي أصبح أكثر ثقة وانفتاحاً بفضل الهوية الرقمية، مقابل 24% شعروا بأنهم أصبحوا أكثر انعزالاً وقللاً نتيجة لهذا الحضور الرقمي.

تشير هذه النتائج إلى أن الهوية الرقمية أصبحت امتدادًا جزئيًا للذات الواقعية، تؤثر على العلاقات الاجتماعية بدرجات مختلفة حسب تجربة الفرد ونوع تفاعله على المنصات.

النسبة التي قالت إن التواصل أصبح "أكثر تواصلًا وثقة" قد تكون مرتبطة بما تُسميه نظرية "التقارب الاجتماعي الرقمي"، حيث تُمكن الهوية الرقمية الأفراد من التعبير عن أنفسهم بحرية أكبر، وكسر الحواجز الاجتماعية، مما يُعزز العلاقات الواقعية لاحقًا، خاصة بين من يشاركون اهتمامات أو تجارب عبر الإنترنت.

أما الفئة التي شعرت بـ"انعزال وقلق"، فهي تُعبر عن الآثار السلبية للتمثيل الرقمي الزائد أو الزائف، كالإفراط في المقارنة الاجتماعية أو القلق من الانطباعات الرقمية، وهو ما توضحه نظرية "إرهاق الهوية الرقمية"، التي تُحذر من الضغط الناتج عن التوفيق بين الصورة الرقمية والصورة الواقعية.

أخيرًا، نسبة الذين لم يلاحظوا أي تأثير تعكس أن ليس كل الأفراد يتأثرون بنفس الطريقة بالهوية الرقمية، وقد يعود ذلك إلى نمط الاستخدام (مثلًا، من يستخدم الإنترنت للتصفح فقط دون تفاعل كبير).

بالتالي، توضح هذه النتيجة أن الهوية الرقمية يمكن أن تكون أداة لتعزيز أو إضعاف العلاقات الواقعية، حسب كيفية استخدامها ومدى وعي الأفراد بها.

الجدول 22: يبين مدى تعبير حسابك على المواقع تواصل عن هويتك الحقيقية (افكارك-توجهاتك- ارائك)

هل في نظرك حسابك على المواقع تواصل يعبر عن هويتك الحقيقية (افكارك-توجهاتك- ارائك)	التكرار	النسبة
نعم	22	44,0%
لا	28	56,0%
المجموع	50	100,0%

يوضح الجدول أن غالبية المبحوثين 56% لا يرون أن حساباتهم على مواقع التواصل الاجتماعي تُعبر عن هويتهم الحقيقية (من حيث الأفكار، التوجهات، والآراء)، بينما يرى 44% فقط أن حساباتهم تُجسد ذاتهم الواقعية.

هذه النتيجة تعكس فجوة بين الهوية الرقمية والهوية الواقعية. فكون أكثر من نصف المشاركين يشعرون بأن حساباتهم لا تُعبر عن أفكارهم وتوجهاتهم الحقيقية يُشير إلى أن هناك نوعًا من الرقابة الذاتية أو الاجتماعية تُمارس أثناء التواجد الرقمي.

أي ان الأفراد يقومون بتعديل ما يُظهرونه على الإنترنت بناءً على توقعات الجمهور، أو لتفادي الانتقادات، أو لحماية أنفسهم من المضايقات. لذلك، قد يلجأ البعض إلى التحفظ، مما يؤدي إلى تمثيل غير كامل أو غير دقيق للذات على المنصات الرقمية.

كما يُمكن تفسير ان الأفراد يقيدون أنفسهم ضمن حدود معينة تتماشى مع ما يُعتبر مقبولاً في بيئتهم الاجتماعية أو الثقافية، مما يؤدي إلى بناء حساب رقمي آمن لكن غير معبر بصدق عن الذات. بالتالي، هذه النتيجة تكشف أن مواقع التواصل ليست دائماً مساحة للتعبير الحر، بل تُمارس فيها ضغوط اجتماعية وثقافية غير مرئية، تدفع المستخدمين إلى تقديم نسخة "معدّلة" من هويتهم، حفاظاً على القبول أو الخصوصية أو السلامة النفسية.

2/ تفسير نتائج الدراسة

أ. تفسير نتائج المحور الأول: استخدامات الشباب لمواقع التواصل الاجتماعي

يركز هذا المحور على أنماط الاستخدام الفعلي لمواقع التواصل لدى الشباب، ويشمل مجموعة من الأبعاد، منها المنصات المفضلة، طبيعة الأصدقاء، عدد الحسابات، زمن الاستخدام، ونوعية المحتوى.

1. المنصات المفضلة: أظهر الشباب تفضيلاً لـ فيسبوك وإنستغرام ويوتيوب، مما يعكس اعتمادهم على المنصات المتعددة الوظائف (تواصل، ترفيه، متابعة)، مع إقبال أقل على تيك توك وسناب شات رغم شعبيتهما.

2. الأصدقاء على المنصات: العلاقات الرقمية قائمة أساساً على دوائر معروفة مسبقاً (الدراسة، العائلة)، ما يعكس هيمنة التواصل الواقعي المسبق على الحياة الرقمية، وهو ما يُفسّر وفق نظرية الدوائر الاتصالية القريبة.

3. عدد الحسابات: أغلب الشباب يكتفون بحساب واحد، مما يدل على استخدام بسيط وشفاف، بينما فئة الأقلية التي تمتلك عدة حسابات تعكس وعياً باتصالات موجهة وسياقية، وتُفسّر وفق نظرية الفضاءات المتعددة.

4. الهوية الاسمية والصورة: 80% يستخدمون أسماءهم الحقيقية، ما يدل على ميول واقعية وشعور بالثقة، لكن بالمقابل نجد تحفظاً في استخدام الصورة الشخصية، حيث يفضل 58% إخفاءها لأسباب تتعلق بالخصوصية أو الأحكام الاجتماعية.

5. مدة وفترة الاستخدام: النسبة الأكبر تستخدم المنصات منذ أكثر من 3 سنوات، و60% يفضلون التفاعل ليلاً، مع نسبة معتبرة (56%) تقضي أكثر من 3 ساعات يوميًا. هذه المؤشرات تعكس الدمج الزمني المتزايد بين العالم الرقمي والحياة اليومية.

6. أهداف الاستخدام: تتركز دوافع الشباب حول التواصل الاجتماعي بالدرجة الأولى، ثم متابعة الأخبار والتسلية، بينما تأتي الدوافع المرتبطة بالتعبير عن الذات أو الترويج الشخصي في مراتب متأخرة، ما يدل على أن المنصات تُستخدم أكثر للربط الاجتماعي منها للتعبير الذاتي.

7. نوعية المحتوى: هناك ميل نحو نشر محتوى فكري وتأملي، أكثر من التفاصيل الشخصية، ما يعكس نزعة معرفية نسبية أو حذرًا في الانكشاف الشخصي، وهو ما يعزز فكرة إدارة الانطباع الرقمية.

8. الرموز في الهوية الرقمية: سيطرت الرموز الدينية بنسبة عالية (68.4%) على تمثيل الهوية، تليها الرموز المحلية، ما يُظهر أن الهوية الرقمية مشبعة بالمرجعيات الثقافية والدينية.

أظهرت النتائج المحور الأول أن الطلبة الجامعيين يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي بشكل يومي وفعال، وتتمحور استخداماتهم حول التواصل مع الأصدقاء والعائلة، ومتابعة الأخبار، والتسلية، في حين كانت أهداف مثل التعبير عن الذات أو الترويج للمشاريع الشخصية أقل حضوراً. كما أن نوعية المحتوى المنشور تُظهر ميلاً نحو المشاركات الفكرية واللحظات الحياتية، مع محدودية في نشر الصور والمحتوى الشخصي، ما يدل على استخدام واعٍ وانتقائي يوازن بين التعبير والانضباط.

كذلك، تبين أن أغلب الطلبة يفضلون استخدام أسماءهم الحقيقية، وينخرطون في مجموعات مغلقة دينية وثقافية، مما يعكس حرصهم على الانتماء إلى فضاءات افتراضية تتوافق مع قيمهم وهويتهم الواقعية. هذه النتائج تؤكد أن الاستخدامات ليست عشوائية، بل تخضع لاختيارات وظيفية وهوية واضحة.

ب. تفسير نتائج المحور الثاني: ضوابط ومحددات الهوية الرقمية للشباب ضمن السياقات المحلية

يتناول هذا المحور العوامل التي تُعَيِّد أو تُشكّل تمثيل الشباب لهويتهم على الإنترنت، من قيم وضغوط اجتماعية وسياقات مؤثرة.

1. القيم المؤثرة في الهوية الرقمية: القيم الدينية جاءت أولاً، تليها العادات والتقاليد، ثم اللغة. وهذا يدل على أن المرجعيات الثقافية والدينية تلعب الدور الأبرز في تشكيل صورة الفرد الرقمية، وتُحدد ما يمكن وما لا يمكن مشاركته.

2. الضغوط الاجتماعية وانتحال الهوية: رغم أن 64% لم ينتحلوا هويات متعددة، إلا أن 36% فعلوا ذلك، ما يكشف عن وجود تأثير ملموس للضغط الاجتماعي على تمثيل الذات الرقمية، خاصة في البيئات المقيدة.

3. البيئة التي تفرض القيود: البيئة العائلية كانت في المقدمة، ثم الدراسية، ثم المهنية، مما يؤكد أن الرقابة الأولى على المحتوى تأتي من الأسرة، خصوصاً في المجتمعات التقليدية، وهو ما يخلق نوعاً من الرقابة الذاتية الرقمية.

4. المجموعات المغلقة: يُفضّل الشباب المجموعات الدينية والترفيهية، ما يعكس بحثهم عن بيئات آمنة ومتجانسة تعبّر عن قيمهم دون تعريضهم للمساءلة أو المضايقة.

5. المضايقات الرقمية: المحتويات "غير المصنفة" (شخصية أو ترفيهية...) شكّلت النسبة الأكبر في أسباب التعرض للمضايقة، تليها المحتويات الدينية والسياسية. وهذا يُظهر أن المعايير الاجتماعية تُمارس رقابة على جميع أنواع التعبير، حتى العفوي منها.

6. أثر الهوية الرقمية على العلاقات الواقعية %42: قالوا إنها لم تؤثر، و%34 أكدوا أنها عززت الثقة والتواصل، بينما %24 شعروا بمزيد من العزلة والقلق. وهذا يعكس أن الهوية الرقمية قد تكون عاملاً إيجابياً أو سلبياً حسب طبيعة التفاعل والمحتوى.

7. مدى تعبير الحساب عن الذات الحقيقية %56: قالوا لا، و%44 قالوا نعم، ما يُبرز فجوة واضحة بين الذات الرقمية والحقيقية، ويُشير إلى تحفّظ أو تقييد ذاتي مدفوع بالسياقات الاجتماعية والثقافية.

من خلال نتائج المحور الثاني أثبتت الدراسة أن الهوية الرقمية للطلبة الجامعيين تُبنى ضمن ضوابط اجتماعية وثقافية قوية، تنصدها القيم الدينية والعادات والتقاليد، إلى جانب تأثير الأسرة والمجتمع المحلي. فقد أظهرت النتائج أن نسبة كبيرة من الطلبة لا يُظهرون صورهم الشخصية أو لا يُعبّرون عن آرائهم الحقيقية بشكل كامل، وذلك بدافع الخصوصية أو تجنباً للأحكام الاجتماعية، خاصة لدى الإناث.

كما كشفت الدراسة أن البيئة العائلية تُعد القيد الأكبر في تمثيل الهوية الرقمية، تليها البيئة الدراسية، ما يدفع بعض الشباب إلى تبني أكثر من هوية رقمية حسب السياق. من جهة أخرى، فإن المضايقات التي يتعرض لها البعض بسبب محتوى ديني أو شخصي تُسهم أيضاً في تشكيل حدود غير مباشرة للتعبير.

3/ تفسير نتائج الدراسة في ضوء الدراسات السابقة:

أظهرت نتائج الدراسة الحالية توافقاً كبيراً مع العديد من الدراسات السابقة التي تناولت موضوع الهوية الرقمية والافتراضية في سياق استخدام الشباب لمواقع التواصل الاجتماعي. فقد بينت نتائجنا أن الشباب الجزائري يُظهرون ميلاً لاستخدام أسمائهم الحقيقية، والارتباط بعلاقات واقعية على المنصات الرقمية، مع تحفظ ملحوظ في عرض صورهم وهويتهم الكاملة، وهو ما يتقاطع مع ما توصلت إليه دراسة ربحانة بلوطي (2015) (التي كشفت عن دوافع الحذر والاحتراس في التمثيل الرقمي بسبب الخوف من المضايقات أو الاختراق).

كما دعمت نتائج دراستنا ما خلصت إليه دراسة بدر الدين بلعباس (2015) (التي أبرزت دور الفضاء الرقمي في الحفاظ على الهوية الثقافية والتقاليد الاجتماعية، حيث أظهرت دراستنا أن القيم الدينية والعادات والتقاليد تُعد المرجعية الأساس في تشكيل الهوية الرقمية للشباب. وفي السياق نفسه، تُظهر نتائج الدراسة الحالية توازناً بين التفاعل الرقمي والانتماء الاجتماعي، وهو ما توافق أيضاً مع دراسة بن زغمان كلثوم (2016) (التي أثبتت وجود علاقة بين قوة الروابط الاجتماعية وتمظهرات الهوية الرقمية الواقعية).

من جهة أخرى، وبينما أظهرت دراسة ورام العيد (2018) (تأثر الشباب بالعولمة القيمية واللغوية نتيجة الاستخدام المكثف لوسائل التواصل، فقد كشفت دراستنا عن حضور قوي للمرجعيات المحلية مع تأثر محدود بالقيم المعولمة، ما يشير إلى نوع من المقاومة الثقافية لدى المستخدم الجزائري. كذلك ساعدت دراسة بايوسف مسعود في دعم

الإطار النظري لمفهوم الهوية الافتراضية باعتبارها انعكاسًا تفاعليًا للهوية الحقيقية، وهو ما ظهر بوضوح في نتائج دراستنا من خلال التفاوت بين من يُظهر ذاته الرقمية كاملة ومن يعتمد إخفاء بعض عناصرها. بناءً عليه، فإن نتائج الدراسة الحالية تؤكد ما توصلت إليه الأبحاث السابقة من أن الهوية الرقمية لدى الشباب الجزائري تُبنى داخل فضاء افتراضي مشبع بالسياقات الثقافية والاجتماعية، وتُدار بوعي واتزان بين الرغبة في التعبير والخوف من الانكشاف، وهو ما يجعل من مواقع التواصل فضاءات للتفاعل المحسوب أكثر من كونها مساحات للحرية المطلقة.

4/ النتائج العامة للدراسة

- أظهرت نتائج الدراسة أن بناء الهوية الرقمية لدى الطلبة الجزائريين يتأثر بمجموعة من المحددات والضوابط التي تتبع من السياقات المحلية والاجتماعية والثقافية والتقنية، ويمكن تلخيص أهم النتائج فيما يلي:
- ✓ ارتفاع معدل استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لدى الشباب، مع تفضيل واضح لفيسبوك، إنستغرام، ويوتيوب على حساب التطبيقات الأحدث مثل تيك توك وفايبر.
 - ✓ الاعتماد على العلاقات الواقعية (أصدقاء الدراسة والعائلة) في تكوين الشبكات الرقمية، مقابل ضعف التفاعل مع الغرباء أو الأصدقاء الافتراضيين.
 - ✓ ميل كبير لاستخدام الاسم الحقيقي على المنصات، مما يدل على رغبة في الشفافية والظهور بهوية واقعية.
 - ✓ ضعف استخدام الصورة الشخصية، خاصة بين الإناث، نتيجة لمخاوف تتعلق بالخصوصية والأحكام الاجتماعية.
 - ✓ غالبية الشباب يستخدمون المنصات منذ أكثر من 3 سنوات، مما يعكس نضجًا رقميًا وتجذرًا في الثقافة الاتصالية الرقمية.
 - ✓ الفترة الليلية هي الوقت المفضل للتفاعل الرقمي، ما يشير إلى ارتباط الاستخدام بالراحة والفراغ الشخصي.
 - ✓ تنوع في مدة الاستخدام اليومية، مع وجود نسبة معتبرة تقضي أكثر من 3 ساعات يوميًا، ما قد يشير إلى بداية حالات تعلق أو إدمان رقمي.
 - ✓ الدافع الأساسي لاستخدام المنصات هو التواصل الاجتماعي، يليه متابعة الأخبار والتسلية، بينما تأتي الدوافع الفردية (التعبير عن الذات أو الترويج الشخصي) في مراتب متأخرة.
 - ✓ غلبة المحتوى الفكري والتأملي على المنشورات، مع قلة في نشر الصور والمحتوى الشخصي، ما يعكس حذرًا وميولًا فكرية لدى بعض الشباب.

- ✓ الرموز الدينية تهيمن على تمثيلات الهوية الرقمية، تليها الرموز المحلية، ما يعكس تشبع الفضاء الرقمي بالقيم الثقافية والدينية.
- ✓ القيم الدينية والعادات والتقاليد تشكل المرجع الأساسي في بناء الهوية الرقمية، في حين تلعب اللغة دورًا ثانويًا.
- ✓ الضغوط الاجتماعية تؤدي إلى تعدد الهويات الرقمية لدى بعض الشباب، خاصة نتيجة للرقابة الأسرية أو الخوف من الانتقادات.
- ✓ الأسرة تُعد العامل الأكثر تأثيرًا في تقييد الهوية الرقمية، يليها الوسط الدراسي، مع تأثير ضعيف للبيئة المهنية.
- ✓ يفضل الشباب الانضمام إلى مجموعات مغلقة ذات طابع ديني أو ترفيهي، مما يشير إلى بحثهم عن فضاءات آمنة للتعبير.
- ✓ تعرض الشباب للمضايقات الرقمية بسبب المحتويات المنشورة، خاصة تلك ذات الطابع الشخصي أو الديني، ما يدفعهم لتعديل تمثيلهم الذاتي.
- ✓ تأثير الهوية الرقمية على الواقع متباين: فبينما يرى البعض أنها عززت الثقة والعلاقات، يشعر آخرون بالعزلة والقلق نتيجة لها.
- ✓ أكثر من نصف الشباب لا يرون أن حساباتهم تعكس هويتهم الحقيقية بالكامل، ما يدل على وجود فجوة بين الذات الواقعية والرقمية بفعل الضغوط الاجتماعية والثقافية.



الخاتمة

الختام

في ظل التحولات العميقة التي أحدثتها الوسائط الرقمية في أنماط التفاعل الاجتماعي، أضحت مسألة الهوية الرقمية من أبرز القضايا السوسولوجية التي تستوجب الدراسة والتحليل، خاصة لدى فئة الشباب الجامعي التي تمثل الفاعل الرئيسي في الحقل الرقمي المعولم. وقد جاءت هذه الدراسة لتسبر أغوار محددات وضوابط بناء الهوية الرقمية في السياق الجزائري، من خلال التركيز على عينة من الطلبة الجامعيين كنموذج لفهم هذه الدينامية المتغيرة.

أظهرت نتائج الدراسة أن الهوية الرقمية لدى الطلبة لا تُبنى بصورة عشوائية، بل تتشكل وفق محددات متعددة تتداخل فيها الدوافع الذاتية (كالرغبة في التعبير والظهور والقبول)، والعوامل الاجتماعية والثقافية (كالتنشئة والتقاليد الدينية والرقابة الأسرية)، إلى جانب خصائص الفضاء الرقمي نفسه (مثل طبيعة المنصة وخوارزمياتها). ومن جهة أخرى، فإن عملية بناء هذه الهوية لا تخلو من ضوابط، سواء كانت ذاتية (مرتبطة بالوعي الذاتي والأخلاقيات الشخصية)، أو اجتماعية (مرتبطة بصورة الفرد أمام أسرته ومجتمعه)، أو مؤسسية (قوانين وتنظيمات وإن كانت محدودة الفعالية).

وقد بينت الدراسة أن العديد من الطلبة يتبنون هويات رقمية جزئية أو مغايرة لهوياتهم الواقعية، مما يعكس حالة من المرونة والانفصال النسبي بين الهويتين الواقعية والافتراضية، وهو ما يعيد طرح سؤال العلاقة بين الفرد والمجتمع في عصر الرقمنة. كما كشفت النتائج عن ضعف الوعي القانوني والتربوي لدى الطلبة، ما يستدعي تدخل المؤسسات التربوية والإعلامية لتعزيز الثقافة الرقمية ورفع مستوى الوعي بالضوابط الأخلاقية والقانونية لاستخدام الفضاء الرقمي.

إن هذه الدراسة، رغم طابعها المحدود من حيث العينة والمجال، تفتح آفاقاً أوسع لفهم التحولات التي تمس هوية الشباب في البيئة الرقمية، وتدعو إلى تبني مقاربات متعددة الاختصاصات لفهم هذه الظاهرة المعقدة، وكذا إلى بناء استراتيجيات تربوية وثقافية قادرة على مرافقة الشباب في بناء هويات رقمية متوازنة ومنسجمة مع خصوصياتهم الثقافية والاجتماعية.

قائمة المراجع

قائمة المراجع

أولاً: الكتب

- 1) إبراهيم احمد ملحم، المجتمعات الافتراضية : التكنولوجيا و رقمته الإنسان ،عالم الكتب الحديث للنشر و التوزيع، أربد، شارع الجامعة،2017،
- 2) إبراهيم مذكور وآخرون، المعجم الوسيط، ط3، ج2، مجمع اللغة العربية، القاهرة، 1972،
- 3) ابراهيم مصطفى وآخرون، معجم الوسيط، ط1 المكتبة الاسلامية للنشر والتوزيع، دس
- 4) ايمانويل رينو، التصورات الأوروبية للهوية، ضمن كتاب الهوية، سلسلة مفاهيم عالمية، المركز الثقافي العربي، 2005،
- 5) بيفرلي جونز، فكر كرجل أعمال تصرف كمدیر، ترجمة حسكي محمد ياسر وهاني جرجيس، دار الخيال للنشر والتوزيع.دس
- 6) درويش عبد الباسط محمد، أسس البحث العلمي النظرية والتطبيق، دار المعرفة الجامعية، 2002
- 7) رضا أمين، الإعلام الجديد، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة-مصر، ط1، 2015،
- 8) رفعت محمد مصطفى، الرأي العام في الواقع الافتراضي وقوة التعبئة الافتراضية، ط1، العربي للنشر والتوزيع ،القاهرة ، 2018 .
- 9) الزبيدي، فاطمة، الاتصال الرقمي وبناء الهوية عند الشباب العربي .دار الفكر العربي، القاهرة. 2020.
- 10) سعيد مبروك ابراهيم، البحث العلمي، ديوان المطبوعات الجامعية، ط 2 ،الجزائر، 2009
- 11) سليم، نضال، الهوية الرقمية والإعلام الجديد .دار صفاء، عمان، 2019
- 12) الشريف الجرجاني، التعريفات، دار الكتب، بيروت، 1987،
- 13) صونيا عبديش، الشباب الجزائري والفيسبوك بين فرص الاستخدام ومعضلة الإدمان، تكسينج كوم للدراسات والنشر والتوزيع .
- 14) عباس مصطفى صادق، الإعلام الجديد: المفاهيم والوسائل والتطبيقات، دار الشروق للنشر والتوزيع، ط1، عمان، 2008،
- 15) عبد الحكيم احمين، الهويات الافتراضية في المجتمعات العربية، دار الأمان، المغرب، 2017،
- 16) عبد العزيز هلال عمر ، وسائل التواصل الاجتماعي وأحكامها في الفقه الإسلامي، دار الكتب العلمية، دس ن ، بيروت -لبنان،
- 17) علي حجازي إبراهيم، التكامل بين الإعلام التقليدي والجديد، ط1، دار المعتز للنشر والتوزيع، ، 2017،

قائمة المراجع

- 18) علي سيد إسماعيل، مواقع التواصل الاجتماعي بين التصرفات المرفوضة والأخلاقيات المفروضة، دار التعليم الجامعي، الإسكندرية، 2020
- 19) عمار بحوش، منهجية البحث العلمي وتقنياته في العلوم الاجتماعية، المركز الديمقراطي، برلين، 2019
- 20) فرانسيس بروث، مصيدة التشتت (كيف تركز في فوضى العالم الرقمي)، مكتبة جرير (دون سنة نشر)،
- 21) قبوري عبد الله حسن عفاف، دور برنامج الانستقرام في دعم المشروعات الصغيرة للأسر المنتجة، جامعة أم القرى.
- 22) قمحية حسان أحمد، الفيس بوك تحت المجهر، ط1، بدار الكتب المصرية، 2017.
- 23) لوس معلوف، المنجد في اللغة والإعلام، دار المشرق، بيروت، 2000
- 24) مجمع اللغة العربية، المعجم الفلسفي، اصدار مجمع اللغة العربية الهيئة العامة لشؤون المطابع الأميرية، القاهرة، 1979
- 25) محمد إبراهيم عيد، الهوية والقلق والإبداع، دار القاهرة للنشر، 2002
- 26) محمد علي رحومة، الأنترنت والمنظومة التكنو اجتماعية بحث تحليلي في الآليات النفسية للأنترنت، ونمذجة منظومتها الاجتماعية، مركز دراسات الوحدة العربية، 2005
- 27) مصطفى حجازي واخرون، المعجم الوجيز، مجمع اللغة العربية، القاهرة، 2000،
- 28) نديم منصور، سوسيولوجيا الأنترنت، ط 1، منتدى المعارف، بيروت، 2014،
- 29) الهواري، عبد الرزاق، سوسيولوجيا الإعلام الجديد. دار الهدى، الجزائر، 2016.
- 30) اليكس وميكشيللي، الهوية، ترجمة على وطفة، دار الوسيم، دمشق، 1993

ثانيا: المجالات والملتقيات

- 1) باديس لونيسي، الهوية المحلية والهوية الافتراضية في ضل الإعلام الجديد، حدود التلاقي والتلاقي، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة باتنة، عدد، 31 ديسمبر، 2014
- 2) بايوسف مسعود، الهوية الافتراضية (الخصائص والابعاد) دراسة استكشافية على عينة من المشتركين في المجتمعات الافتراضية، الملتقى الدولي حول مفهوم الهوية والمجالات الجماعية في ظل التحولات السوسيوثقافية في المجتمع الجزائري. 2014،
- 3) تومي فضيلة، نبيلة بو خبزة: الهوية في مواجهة ثقافة المجتمع الشبكي المخلعة، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، العدد، 21 ديسمبر، 2015
- 4) الحلاق بشير، تويتر 140 حرفا تغير العالم، النشر 2012/01/01.

قائمة المراجع

- (5) الخامسة رمضان، ليلي بن لطرش، العلاقات الاجتماعية في عصر الشبكات الاجتماعية (دراسة في أليات التفاعل في الفضاء الافتراضي)، مجلة الحقوق والعلوم الإنسانية، المجلد، 10 العدد، 2 الجزء، 2، (دون سنة نشر)، الجزائر.
- (6) سامي سفيان، تكوين الهوية الرقمية للشباب الجزائري (مقاربة سوسيولوجيا لاستخدام شبكات التواصل الاجتماعي)، فعاليات المؤتمر الرقمي الأول للإنسانيات و العلوم الاجتماعية ، 2-17 اوت 2015
- (7) سلمى بن سعيد، الإعلام الجديد والتحول الاجتماعي، الفاسبوك نموذجا، مجلة باحثون، العدد الأول، المغرب.
- (8) طاله لمية، الإعلام الجديد و الفضاء الافتراضي مقارنة المفاهيمية و نظرية ، مجلة الرسالة للدراسات الإعلامية، المجلد 2، العدد8، ديسمبر 2018.
- (9) فاطمة الزهراء دريم، الهوية الثقافية للطلاب الجامعي في ظل الإعلام الجديد، مجلة دراسات، ديسمبر، 2017،
- (10) كلثوم ببيمون، السياقات الثقافية الموجهة للهوية الرقمية في ضوء تحديات المجتمع الشبكي من التداول الافتراضي الي الممارسة الواقعية، مجلة إضافات، العددان ،34-33 ربيع، 2016
- (11) مكي سامي، "محددات وضوابط استخدام شبكات التواصل الاجتماعي". مجلة الدراسات الإعلامية، العدد 7. 2018،
- (12) هوارى حمزة، مواقع التواصل الاجتماعي وإشكالية الفضاء العمومي ، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية ، العدد 20، سبتمبر 2015،

ثالثا : المذكرات

- (1) امال عساسي، انثوغرافيا الفيسبوك في المجتمع الجزائري (دراسة انثوغرافيا لعينة من مشتركى المجموعات الأمازيغية بالفيسبوك)، مذكرة ماجيسترس تخصص وسائل الإعلام و المجتمع ، جامعة باتنة ، 2014/2015
- (2) بدر الدين بلعباس، شبكات التواصل الاجتماعي والهوية الثقافية عند الطلبة الجامعيين، (الفيسبوك وطلبة جامعة بسكرة نموذجا) ، مذكرة ماجستير في علم الاجتماع، تخصص علم اجتماع تربية، جامعة بسكرة، 2014/2015.

قائمة المراجع

- (3) بن زغمان كلثوم، تظاهرات الهوية الافتراضية وعلاقتها بالروابط الاجتماعية، دراسة ميدانية لعينة من الشباب الجزائري المرتاد لمواقع التوصل الاجتماعي (فيسبوك أنموذج) ، مذكرة ماستر تخصص علم اجتماع الاتصال، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، 2015/2016.
- (4) ریحان بلوطي، دوافع استخدام الهوية الافتراضية في الشبكات الاجتماعية وأثرها على الفرد (دراسة استكشافية لعينة من مستخدمي الفيس بوك، نموذجا)، مذكرة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال، تخصص وسائل الإعلام والمجتمع، جامعة الحاج لخضر - باتنة، 2015/2014.
- (5) مرزوق أسماء، هوية الشباب الجزائري عبر فيسبوك، مذكرة مكملة لنيل شهادة ماستر في علوم الإعلام والاتصال تخصص اتصال وعلاقات عامة، جامعة العربي بن مهيدي أم البواقي، 2015-2014،
- (6) نوال بركات، انعكاسات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على نمط العلاقات الاجتماعية، أطروحة دكتوراه في علم الاجتماع، تخصص علم الاجتماع، جامعة محمد خيضر بسكرة 2015 2016
- (7) ورام العيد، البعد الثقافي للعولمة وأثره على هوية الشباب الجامعي الجزائري، (دراسة ميدانية على طلبة ببعض الجامعات الجزائرية)، أطروحة دكتوراه علوم في علم الاجتماع تخصص علم اجتماع التربية، جامعة محمد لمين دباغين، سطيف، 2018/2017.



الملاحق

الملاحق

الملحق 01: قائمة الأساتذة المحكمين

الاسم واللقب	الرتبة	الجامعة
ذهبية ايت قاسي	أستاذ التعليم العالي	جامعة عمار ثليجي الاغواط
سوسن سكي	أستاذ التعليم العالي	جامعة عمار ثليجي الاغواط

الملاحق

الملحق 02: استمارة الاستبيان

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة عمار ثليجي

كلية العلوم الإنسانية والإسلامية والحضارة – قسم الاعلام والاتصال

تخصص: اتصال وعلاقات عامة

استبيان حول:

محددات وضوابط بناء الهوية الرقمية لدى الشباب الجزائري ضمن السياقات المحلية

(دراسة ميدانية: على الشباب الجامعي مستخدمى مواقع التواصل الاجتماعي بقسم علوم الاعلام والاتصال جامعة عمار ثليجي بالاغواط)

اشراف الأستاذة الدكتورة:

اعداد الطالبة

ايت قاسي ذهبية

○ كعبوش حدة

التساؤل العام:

ماهي محددات وضوابط بناء الهوية الرقمية للطلبة الجزائريين ضمن السياقات المحلية؟

التساؤلات الفرعية:

س 1- ماهي استخدامات الشباب لمواقع التواصل الاجتماعي؟

س 2- ماهي ضوابط بناء الهوية الرقمية عبر مواقع التواصل الاجتماعي ضمن السياقات المحلية؟

الملاحق

المحور الاول: البيانات الشخصية

- 1- الجنس: ذكر أنثى
- 2- الحالة العائلية: أعزب (ة) متزوج (ة) مطلق (ة) أرمل (ة)
3. الفئة العمرية: من 18 الى 25 من 26 الى 32 سنوات من 33 فأكثر

المحور الثاني: استخدامات الشباب لمواقع التواصل الاجتماعي:

4. ماهي مواقع التواصل الاجتماعي التي تستخدمها أكثر؟
(يمكن اختيار أكثر من إجابة)
- الفاييس بوك الانستغرام تيك توك
- سناب شات منصة إكس (X) وات ساب
- تلغرام اليوتيوب الفايبير

5. من هم أصدقاؤك على مواقع التواصل الاجتماعي؟

- من العائلة من الدراسة من الشارع
- من العالم الافتراضي

لماذا.....

6. كم من حساب تمتلك على مواقع التواصل الاجتماعي؟

- حساب واحد عدة حسابات

لماذا.....

7. ماذا تستخدم على مواقع التواصل الاجتماعي؟

- اسم مستعار اسم حقيقي

لماذا.....

8. منذ متى وأنت تستخدم مواقع التواصل الاجتماعي؟

- منذ سنة منذ سنتين أكثر من ثلاث سنوات

9. ماهي الفترة الزمنية التي تفضل فيها الولوج الى شبكات التواصل الاجتماعي؟ (يمكن اختيار أكثر من إجابة)

الملاحق

- الصباح المساء الليل في كل الأوقات

10. عدد الساعات التي تقضيها يوميا على مواقع التواصل الاجتماعي؟

- أقل من ساعة من ساعة الى ثلاث ساعات
- من ثلاث ساعات الى خمس ساعات أكثر من خمس ساعات

11. لماذا تستخدم صورتك الشخصية على مواقع التواصل الاجتماعي؟

- للتعبير عن الهوية الحقيقية لاكتساب الشهرة

- لا شيء يدعو لإخفائها

12. لماذا تستخدم على حسابك صورة غير صورتك الشخصية؟

- لإخفاء الهوية الحقيقية للحصول على نوع من الخصوصية

- لتفادي احكام اجتماعية (خاصة الانثى) الخوف من استعمالها لأغراض مؤذية

13. لماذا تستخدم مواقع التواصل الاجتماعي؟

(يمكن اختيار أكثر من إجابة)

- التواصل مع الاصدقاء التواصل مع العائلة

- التعبير عن الذات الترويج للذات او لمشاريع شخصية

- متابعة الاخبار التسلية وتمضية الوقت

- بناء صورة اجتماعية معينة الحصول على إعجابات وتفاعل

- دوافع أخرى أذكرها

14. ما نوع المحتوى الذي تنشره على مواقع التواصل الاجتماعي؟

(يمكن اختيار أكثر من إجابة)

- صور شخصية منشورات فكرية منشورات سياسية

الملاحق

- أخبار ومقالات
- لحظات حياتية
- افكاري وتوجهاتي
- حياتي الشخصية
- لا انشر أي محتوى
- لتصفح فقط

لماذا.....

15. ماهي الرموز التي لها تواجد في هويتك الرقمية؟

- رموز دينية
- رموز محلية وشعارات

• رموز اخرى

المحور الثالث: ضوابط ومحددات الهوية الرقمية للشباب ضمن السياقات المحلية عبر مواقع التواصل الاجتماعي:

16. ماهي القيم التي لها دور في بناء هويتك الرقمية على مواقع التواصل الاجتماعي؟
(يمكن اختيار أكثر من إجابة)

- القيم الدينية
- العادات والتقاليد
- اللغة

قيم أخرى.....

17. هل الضغوطات الاجتماعية جعلتك تنتحل عدة هويات؟

- نعم
- لا

لماذا.....

18. ماهي البيئة الاجتماعية التي فرضت عليك قيود في بناء هويتك الرقمية؟

- البيئة العائلية
- البيئة المهنية

- البيئة السياسية
- البيئة الدراسية

19. هل تفضل الدخول في مجموعات مغلقة تتماشى مع هويتك الحقيقية؟
(يمكن اختيار أكثر من إجابة)

- مجموعات دينية
- مجموعات ثقافية

- مجموعات سياسية
- مجموعات تسلية

لماذا.....

الملاحق

20. أي المحتويات عرضتك للمضايقات عبر مواقع التواصل الاجتماعي؟

- محتويات دينية
- محتوى سياسية
- محتويات أخرى

لماذا.....

21. كيف تصف تأثير الهوية الرقمية على تواصلك الواقعي مع الآخرين؟

- أصبح أكثر تواصل وثقة
- أصبح أكثر انعزالا وقلقا

- لم يتغير شيء

22. هل في نضرك حسابك على مواقع التواصل الاجتماعي يعبر عن هويتك الحقيقية؟
(افكارك، توجهاتك، ارائك)

- نعم
- لا

لماذا.....