



جامعة محمد بوضياف - المسيلة
Université Mohamed Boudiaf - M'sila

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة محمد بوضياف المسيلة .
كلية العلوم الانسانية والاجتماعية
قسم الاعلام والاتصال



جامعة محمد بوضياف - المسيلة
Université Mohamed Boudiaf - M'sila

عنوان المذكرة

صورة الذات لمنتسبي مواقع التواصل الاجتماعي "الفيسبوك"
-دراسة في طبيعة الاستخدام وأشكال التفاعل لدى طلبة جامعة محمد
بوضياف بالمسيلة-

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الاعلام والاتصال

تخصص: اتصال

تحت إشراف الدكتور:

غزال عبد الرزاق .

إعداد الطالبة:

- بن حامة كهينة

السنة الجامعية: 2014-2015



بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ
الْحَمْدُ لِلَّهِ الَّذِي
خَلَقَ السَّمَوَاتِ وَالْأَرْضَ
وَالَّذِي يُضَوِّبُ الْمَوْتَى
إِنَّ رَبَّهُ لَسَمِيعٌ عَلِيمٌ
اللَّهُمَّ صَلِّ وَسَلِّمْ
وَبَارِكْ عَلَى سَيِّدِنَا مُحَمَّدٍ
وَعَلَى آلِهِ الطَّيِّبِينَ الطَّاهِرِينَ
وَجْعَلْ مُحَمَّدًا وَسَيِّدِي
مِنْ الْمُرْسَلِينَ

شكر وعرفان

بعد حمد الله و شكره الذي و هبنا القوة و الإرادة و الصبر لانجاز هذا العمل

المتواضع ، لا نملك إلا أن نتوجه بخالص الشكر و التقدير لكل يد ساهمت في انجازه ، لكل

صاحب فكر أو رأي فتح أمامنا آفاقا أرحب و مجالات أوسع للمعرفة ، سعيد كثيرا أن أتقدم

بأسمى معاني الشكر و التقدير و الاحترام للدكتور : "عبد الرزاق خزال" لقيامه بالإشراف

على هذه الدراسة، لما قدمت سيادته من توجيهات و نصائح وإرشادات منجبية و ما نمرنا

به من سعة قلب و رحابة صدر ندعو الله زيادة في علمه و جعله نبزاسا للعلم ، كما نتقدم

بموفور الشكر و العرفان إلى الأستاذ بوقرة رضوان ، وإلى كل الأساتذة الذين تتلمذنا

على أيديهم طيلة مشوارنا الدراسي الفع ثخية وشكر.

وكذا لا ننسى كل من مد لنا يد العون في هذا العمل مهما كانت بسيطة، وكل

من إلتمس لنا العذر عن الأخطاء و المفوات و النقص التي وردت دون قصد منا،

فالشمول أمر دعوى و الكمال لله وحده.

قائمة المحتويات

الصفحة	الموضوع
	كلمة شكر
	قائمة المحتويات
	قائمة الجداول والأشكال
أ	مقدمة
الباب الأول: الجانب المنهجي والنظري للدراسة	
الفصل التمهيدي	
5	1- إشكالية الدراسة.
6	2- تساؤلات الدراسة.
6	3- أهداف الدراسة.
7	4- أسباب اختيار الموضوع.
7	4-1- أسباب ذاتية.
7	4-2- الأسباب الموضوعية.
8	5- مجالات الدراسة.
8	5-1- المجال المكاني للدراسة.
8	5-2- المجال الزمني للدراسة.
8	5-3- المجال البشري للدراسة.
8	5-4- المجال النوعي للدراسة.
9	6- أهمية الدراسة.
9	7- المدخل النظري للدراسة.
9	7-1- تعريف نظرية التفاعلية الرمزية.
10	7-2- رواد النظرية.
10	7-3- مصطلحات النظرية الموظفة في الدراسة.

11	7-4- تطبيقات النظرية التفاعلية الرمزية
11	8- نوع الدراسة والمنهج المستخدم.
12	9- مجتمع الدراسة.
12	10- خصائص عينة الدراسة.
19	11- أدوات الدراسة.
22	12- الدراسات السابقة
27	13- ضبط المفاهيم وتحديد المصطلحات.
27	13-1- الذات.
27	13-2- مواقع التواصل الاجتماعي.
28	13-3- الاستخدام.
30	13-4- التفاعل.
الفصل الأول: الشبكات الاجتماعية الماهية والمقومات	
33	تمهيد
34	1- مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي
34	1-1- التواصل
34	1-2- الاجتماعي
35	2- نشأة شبكات التواصل الاجتماعي
36	3- آلية عمل شبكات التواصل الاجتماعي:
36	4- خصائص الشبكات الاجتماعية :
36	4-1- التعريف بالذات:
36	4-2- الاستعانة بالبيانات الخارجية :
37	4-3- طرق جديدة لتشكيل المجتمع:
37	4-4- الأنشطة من أسفل إلى أعلى:
37	4-5- سهولة الاستخدام:

37	4-6- التفاعلية:
37	4-7- الاهتمام :
38	5- الاستخدامات الايجابية والسلبية لشبكات التواصل الاجتماعي:
38	5-1- الاستخدامات الايجابية للشبكات الاجتماعية :
38	5-1-1- الاستخدامات الاتصالية الشخصية:
39	5-1-2- الاستخدامات الحكومية:
39	5-1-3- الاستخدامات الإخبارية:
39	5-1-4- الاستخدامات الدعوية:
40	5-2- الاستخدامات السلبية لشبكات التواصل الاجتماعي:
40	5-2-1. بث الأفكار الهدامة والدعوات المنحرفة والتجمعات الفاسدة المفسدة:
40	5-2-2. عرض المواد الإباحية والفاضحة والخادشة للحياء:
41	5-2-3. التشهير والفضيحة والمضايقة، التحايل والابتزاز والتزوير:
41	5-2-4. انتهاك الحقوق الخاصة والحقوق العامة:
41	5-2-5. تكريس العزلة الاجتماعية:
43	6- أنواع مواقع التواصل الاجتماعي:
43	6-1- التصنيف الأول:
43	6-1-1. نوع أساسي:
43	6-1-2- نوع مرتبط بالعمل :
43	6-1-3- ميزات إضافية:
43	6-2- التصنيف الثاني:
43	6-2-1. النوع الأول:
44	6-2-2. النوع الثاني:
44	6-2-3. النوع الثالث:
44	6-2-4. النوع الرابع:

44	6-2-5. النوع الخامس:
45	7- الفيسبوك: الماهية والأثر
45	7-1- تعريف الشبكة الاجتماعية الفيسبوك
46	7-2- الوصف التقني لموقع الفيسبوك
46	7-2-1- الأرصدة:
46	7-2-2- الملفات الشخصية (<i>profiles</i>):
46	7-2-3- لوحة الحائط:
46	7-2-4- الحالة :
47	7-2-5- الصور
47	7-2-6- سمة النكرة
47	7-2-7- التقاسم أو المشاركة:
47	7-2-8- الرسائل
47	7-2-9- سمة الاستحسان
47	7-2-10- الأحداث المرتقبة
47	7-2-11- المحاورة الآنية
47	7-3- إحصائيات عن استخدامات الفيسبوك :
48	7-4- إيجابيات وأضرار الفيسبوك:
48	7-4-1. إيجابيات الفيسبوك:
49	7-4-2. أضرار الفيسبوك:
50	خلاصة
الفصل الثاني: المجتمع الافتراضي وتشكيل الهوية الافتراضية	
54	تمهيد
55	1- الهوية الافتراضية: المفاهيم والتصورات.
55	1-1- مفهوم الهوية الافتراضية.

55	1-1-1- مفهوم الهوية.
55	2-1-1- تصنيفات الهوية.
56	1-1-2-1- الهوية الفردية:
56	1-1-2-2- هوية الذات:
57	1-1-2-3- هوية الفرد:
59	1-1-2-4- الهوية الثقافية:
63	1-1-3- عناصر الهوية:
63	1-1-4- وظائف الهوية:
64	2- مفهوم الافتراضية.
65	3- مفهوم الهوية الافتراضية.
66	4- المجتمعات الافتراضية من خلال شبكات الإنترنت.
66	4-1- تعريف المجتمع الافتراضي.
66	4-1-1- تعريف المجتمع المحلي.
67	4-2- تعريف المجتمع الافتراضي.
69	4-3- بدايات المجتمعات الافتراضية.
70	4-4- ظهور المجتمعات الافتراضية.
71	4-5- أسباب ظهور المجتمعات الافتراضية.
73	5- المقومات والتأسيس.
73	5-1- شروط ومقومات تأسيس المجتمعات الافتراضية.
74	5-2- آليات تطور المجتمعات الافتراضية.
77	6- أنواع المجتمعات الافتراضية والكيانات الاجتماعية على شبكة النت.
77	6-1- مجتمعات نشر المحتويات النصية:
77	6-2- مجتمعات التعليم الإلكتروني: (على الخط):
78	6-3- مجتمعات الواقع الافتراضي: (<i>Virtual Reality</i>)

78	4-6- مجتمعات البث الإلكتروني (البرودكاست) (<i>Prodcast</i>):
79	5-6- مجتمعات الصحة الإلكترونية: (<i>E-Health</i>):
79	6-6- مجتمعات المشكلة داخل المنتديات:
79	7-6- مجتمعات الشراء الإلكتروني: (<i>E-Bay</i>)
80	8-6- مجتمعات الاهتمامات المشتركة:
80	9-6- مجتمعات المصالح المشتركة:
80	10-6- مجتمعات التفضلات (<i>Social Bookmarking</i>)
81	11-6- مجتمعات المكتبات الإلكترونية:
81	12-6- مجتمعات تقاسم محتويات
81	13-6- مجتمعات الأخبار والقوائم المالية:
81	14-6- مجتمعات اللعب الإلكتروني
82	خلاصة
الفصل الثالث: الذات من خلال الفيسبوك	
87	تمهيد
88	1- صورة الذات وتشكلها عبر مواقع التواصل الاجتماعي:
88	1-1- تشكل الذات الفردية ولأنا:
88	2-1- بناء الذات الفردية بين ما هو حقيقي وما هو مستعار:
88	3-1- بناء الذات والتفاعلية:
89	4-1- اللغة التواصلية كأداة للتعبير عن الذات:
89	5-1- تشكل الذات والأنا:
89	6-1- إخراج الدواخل إلى العلن:
89	7-1- إنتاج جانب من هويتهم:
90	8-1- تشكل الذات الفردية والآخر:
91	9-1- تشكل الذات الجمعية والتقليدية:

91	10-1- فضاء لتقديم الشهادة والتعبير:
91	11-1- الكشف عن الذات:
91	12-1- تقديم وجهة النظر والرأي:
92	2- المحتويات من خلال شبكات التواصل الاجتماعي: توظيف القيم.
92	1-2- تعريف القيم.
94	2-2- القيم في زمان مواقع التواصل الاجتماعي:
94	1-2-2- حتمية الاستخدام:
94	2-2-2- إفرازات الاستخدام:
96	2-2-3- القيمة والسلوك <i>value and behavior</i> :
96	2-3- تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على الفرد في الجزائري:
96	1-3-2- التلوث الثقافي:
96	2-3-2- الانحلال الأخلاقي:
97	3- اللغة التواصلية عبر شبكات التواصل الاجتماعي:
97	1-3- لغة السير:
97	2-3- أشكال اللغة (اللغة السيرانية) داخل مواقع التواصل الاجتماعي:
97	1-2-2- الكلمات المختصرة:
98	2-2-3- الرسوم والأيقونات (السماليز).
100	خلاصة
الباب الثاني: الجانب التطبيقي للدراسة	
105	الفصل الأول: بناء الهوية الفردية من خلال طبيعة الاستخدام ونوع التفاعل في مواقع التواصل الاجتماعي
144	الفصل الثاني: اللغة والتواصل من خلال شبكات التواصل الاجتماعي
154	الفصل الثالث: توظيف القيم عبر مواقع التواصل الاجتماعي

168	نتائج الدراسة
176	خاتمة
	قائمة المراجع
	الملاحق

قائمة الجداول		
الرقم	الجدول	الصفحة
01	يمثل توزيع استمارة الاستبيان حسب التوزيع والاسترجاع	14
02	يشتمل على فئتي الذكور والإناث من الطلاب وتوزيعهم النسبي.	15
03	يوضح التخصصات التي ينتمي إليها أفراد عينة الدراسة	16
04	يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير مكان الإقامة	17
05	يمثل توزيع المبحوثين حسب حالتهم الاجتماعية	18
06	يمثل الفوارق بين المجتمع الطبيعي والمجتمع الافتراضي	76
07	يوضح طرق وآليات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي	106
08	يوضح الإشباع المحققة من وراء الاستخدام الشبكات الاجتماعية	111
09	يوضح لخدمات التي يتيحها استخدام الشبكات الاجتماعية والمستخدم من قبل أفراد العينة	114
10	يوضح الغايات والأهداف وراء استخدام الشبكات الاجتماعية	118
11	يوضح إظهار البيانات الشخصية من خلال صفحات مواقع التواصل الاجتماعي	121
12	يوضح الغايات من وراء توظيف الأسماء المستعارة على مواقع التواصل الاجتماعي	128
13	يوضح مقارنة الشخصية الافتراضية بسمات الشخصيات الواقعية	130
14	يوضح الإشباع المحققة من وراء الهوية الافتراضية	137
15	يوضح محددات العلاقات مع الآخرين من خلال مواقع التواصل الاجتماعي	141
16	يوضح نوعية اللغات التواصلية المستخدمة عبر مواقع التواصل الاجتماعي	145
17	يوضح توظيف الكلمات المختصرة عبر مواقع التواصل الاجتماعي كأداة تواصلية	147
18	يوضح توظيف تقنيات التواصل للتعبير عن السمات الشخصية عبر مواقع التواصل الاجتماعي.	150
19	يوضح نوع المضامين المستخدمة في مواقع التواصل الاجتماعي	155
20	يوضح مجالات القيم المرتبطة بالغير	156
21	يوضح قيم مرتبطة بالتفاعل مع الآخرين	159
22	يوضح قيم مرتبطة بالهوية الفردية الذاتية	161

قائمة الأشكال		
الصفحة	الشكل	الرقم
14	يمثل توزيع أفراد العينة حسب التوزيع والاسترجاع	01
15	يمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس	02
16	الذي يوضح توزيع أفراد العينة حسب التخصص.	03
17	يمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير مكان الإقامة	04
18	يمثل توزيع العينية حسب الحالة الاجتماعية	05
38	يمثل خصائص مواقع التواصل الاجتماعي	06
107	يوضح طرق وآليات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي	07
111	يوضح الإشباع المحققة من وراء الاستخدام الشبكات الاجتماعية	08
115	يوضح لخدمات التي يتيحها استخدام الشبكات الاجتماعية والمستخدم من قبل أفراد العينة	09
118	يوضح الغايات والأهداف وراء استخدام الشبكات الاجتماعية	10
121	يوضح إظهار البيانات الشخصية من خلال صفحات مواقع التواصل الاجتماعي	11
128	يوضح الغايات من وراء توظيف الأسماء المستعارة على مواقع التواصل الاجتماعي	12
130	يوضح مقارنة الشخصية الافتراضية بسمات الشخصيات الواقعية	13
137	يوضح الإشباع المحققة من وراء الهوية الافتراضية	14
141	يوضح محددات العلاقات مع الآخرين من خلال مواقع التواصل الاجتماعي	15
145	يوضح نوعية اللغات التواصلية المستخدمة عبر مواقع التواصل الاجتماعي	16
147	يوضح توظيف الكلمات المختصرة عبر مواقع التواصل الاجتماعي كأداة تواصلية	17
151	يوضح توظيف تقنيات التواصل للتعبير عن السمات الشخصية عبر مواقع التواصل الاجتماعي.	18
155	يوضح نوع المضامين المستخدمة في مواقع التواصل الاجتماعي	19
157	يوضح مجالات القيم المرتبطة بالغير	20
159	يوضح قيم مرتبطة بالتفاعل مع الآخرين	21
162	يوضح قيم مرتبطة بالهوية الفردية الذاتية	22

مما لا شك فيه أن التطور الهائل في تكنولوجيا الاتصال الحديثة غير أنماط كثير في حياة الناس بعد مساهمة هذه الأخيرة في العديد من القضايا التي ترتبط حتى بالعلاقات الإنسانية وتكنولوجيا الإنترنت مثلا بلغت درجة متقدمة من التطور ليبرز الجيل الثاني من الإنترنت والذي قلب الكثير من المفاهيم وأتاح العديد من الخدمات من خلال وسائله المتنوعة التي تأتي في مقدمتها مواقع الشبكات الاجتماعية عبر الإنترنت وهي ظاهرة برزت خلال السنوات الخمس الماضية، وتطورت منذ بداية ظهورها إلى يومنا هذا لتصبح من أكثر المواقع استخداما عبر الإنترنت، حيث تحولت إلى بديل عن مختلف النشاطات التقليدية الماضية من خلال تفاعل عدد كبير جدا من المستخدمين، فأصبح الأشخاص يقضون وقتا كبيرا مع الآخرين يبادلونهم نفس الاهتمام ويشاركونهم نفس الفضاء، ومع هذا التزايد الملموس في استخدام هذه المواقع من مختلف الفئات تعددت وتنوعت مقدمة بذلك عددا هائلا من الخدمات التي تتنوع من موقع إلى آخر فظهر موقع "ماي سبايس"، "فيس بوك"، "الكيندة"، "تويتر"، وغيرها....

حيث أدى هذا التطور إلى تحول العالم بطابعه المادي (*real word*) إلى العالم الرقمي الافتراضي (*vertual*)، حيث أصبحت كافة مجالات الحياة تأخذ طابعا رقميا يدور في فلك الفضاء الإلكتروني لتصبح قوة الكومبيوتر و الشبكات في تزايد عاما بعد عام لتجعل من السهولة إدراك وجود هذا الكون الإلكتروني، حيث انتشرت شبكات التواصل الاجتماعي بشكل كبير في أنحاء العالم مما أدى لكسر الحدود الجغرافية وجعل العالم كقرية صغيرة تربط أبنائه ببعضهم البعض وهذا ما جعل الناس يرون في المجتمع الافتراضي على أنه عالم موازي للواقع الذي نعيش فيه حيث تطورت هذه المواقع شيئا فشيئا لتصبح الأشهر استخداما بين مرتادي الإنترنت، ومع التطور الذي يشهده العالم في مجال التقنيات والاتصال ذاع صيت هذه الشبكات الاجتماعية بين مجتمعات في أواسط الشباب.

ويعتبر الفايسبوك واحد من أشهر مواقع التواصل الاجتماعي على مستوى العالم، الذي تم إطلاقه في عام 2004م، وتوفير أدوات الاتصال القائمة على مواقع التواصل الاجتماعي أعطت فرصا جديدة لعرض الذات الحقيقية وتجسيد ذات افتراضية، حيث تسمح للمستخدمين بإنشاء صفحات تعريف مخصصة لهم، وتقديم معلومات عن أنفسهم عبر مجموعة متنوعة بدء من استخدام نص عادي وكتابة التعليقات في صفحات الملف الشخصي.

وهذا ما جعلنا نسعى لمناقشة موضوع صورة الذات لمستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي في ظل ما يتضمنه هذا الموقع من خصائص للكشف عن الذات والتعبير عنها بحرية وبدون أية قيود وضوابط اجتماعية.

فبدل الاتصال وجها لوجه دخل الاتصال الوسيط على الخط والذي تغلغل في كل منحى من مناحي الحياة ليتحول الشخص إلى فرد افتراضي يتفاعل ضمن مجتمع افتراضي وأصبح لهذا النوع من الاتصالات دورا فعالا في مختلف المجتمعات ليسهل التواصل بين الأفراد غير أنه طرح عدة قضايا من الجهة الأخرى حول إلغاء بعض لغات الاتصال المواجهي مثل تعابير الوجه والإيماءات غيرها من طرق للاتصال ليستبدلها بأخرى إلكترونية يتحكم الفرد المستخدم فيها تحكما كاملا، كما خولت خصائص هذه المواقع تقديم الفرد لذاته وإعطاء صورة بالشكل الذي يريد، فمنحت بذلك حرية وضع البيانات الحقيقية أو استبدالها بأخرى على كل المستويات للفرد (الجنس، السن، الاسم، الصورة،.....) وهذا ما يطال حتى نوعية المضامين التي يتفاعل بمقتضاها المستخدم مع الآخرين، فخصائص هذه الشبكات قدمت هامشا حرا وغير محدود للمستخدم ويعبر عن كل أوجه الرقابة، وانطلاقا من هذا ارتأينا تسليط الضوء عن مدى واقعية صورة الذات التي يتمثل بها المستخدمين في ظل مواقع التواصل الاجتماعي حيث قسمنا هذه الدراسة إلى بابين: نظري وباب ميداني بالإضافة إلى مقدمة والخاتمة، حيث سيشتمل الباب الأول على الجانب المنهجي والنظري للدراسة والذي سنقوم في جانبه المنهجي بتحديد إشكالية الدراسة وتساؤلاتها إلى جانب مفاهيم الدراسة، أسبابها، أهميتها، أهدافها وكذا عرض الدراسات السابقة ومناقشتها، بالإضافة إلى الخطوط المنهجية المتبعة في الدراسة من حيث المنهج وأدوات جمع البيانات والعينة الممثلة بأسلوب الحصر الشامل.

حيث سنتناول الفصل النظري انطلاقا من نظرية التفاعلية الرمزية كنظرية استندنا عليها للانطلاق في هذه الدراسة من تراكم معرفي حاصل باعتبارها من أهم النظريات المستخدمة في دراسات الإعلام الجديد.

كما سنتعرض في الفصل الثاني من الباب الأول للدراسة إلى الشبكات الاجتماعية من ناحية المفاهيم والمقومات، حيث ارتأينا أن نقدم فيه تعريفات حول الشبكات الاجتماعية، نشأتها وكذا خصائصها وتقييمها، إلى جانب التعرض إلى أهم المواقع على الشبكات الاجتماعية ألا وهو "الفيسبوك" (facebook) من ناحية الماهية والأثر وكذا الوصف التقني لهذا الموقع بهدف إلقاء نظرة مفصلة عليه كونه يمثل النموذج الذي اعتمده لدراسة موضوعنا هذا.

أما الفصل الثالث فستتطرق فيه إلى المجتمعات الافتراضية وكيفية تشكل هويات افتراضية في ظل هذه الأخيرة، ولدراسة الهوية الافتراضية كان من الأنسب التطرق إلى مفهوم الهوية وتصنيفاتها وكذا عناصرها ووظائفها من جهة ومفهوم الافتراضية من جهة أخرى لتتوصل إلى مفهوم مفصل للهوية الافتراضية اعتمادا على ما سبق.

- كما ستتطرق إلى المجتمعات الافتراضية في ظل شبكة الإنترنت حيث سنحاول التفصيل في تعاريف ومفاهيم حول المجتمع الافتراضي إضافة إلى مراحل ظهور وتشكل هذه المجتمعات بدءا من بدايات وأسباب ظهورها إلى شروط ومقومات تأسيسها وكذا آليات تطورها ستتطرق أخيرا إلى أنواع هذه المجتمعات الافتراضية و مختلف الكيانات الاجتماعية على شبكة الانترنت

- أما فيما يخص الفصل الرابع فسنحاول تسليط الضوء على صورة الذات وتشكلها من خلال مواقع التواصل الاجتماعي "الفيسبوك"، حيث ستتطرق إلى مختلف الاستخدامات لموقع الفيسبوك والتي من شأنها أن توضح كيفية تشكل الذات الفردية والأنا والذات الجمعية عبر هذه المواقع.

كما ستتطرق إلى مكانة القيم وتوظيفها في المحتويات التي يتفاعل بمقتضاها المستخدم مع الآخرين عبر الشبكة، وكذا تسليط الضوء على حالة القيم في زمان مواقع التواصل الاجتماعي، وتأثيرها على الفرد الجزائري.

الباب الأول

الاطار المنهجي والنظري للدراسة

الفصل التمهيدي: الجانب المنهجي للدراسة.

الفصل الأول: الشبكات الاجتماعية الماهية والمقومات

الفصل الثاني: المجتمع الافتراضي وتشكيل الهوية الافتراضية

الفصل الثالث: الذات من خلال الفيسبوك

الفصل التمهيدي

الإطار المنهجي للدراسة

- 1- إشكالية الدراسة.
- 2- تساؤلات الدراسة.
- 3- أهداف الدراسة.
- 4- أسباب اختيار الموضوع.
- 5- مجالات الدراسة.
- 6- أهمية الدراسة.
- 7- المدخل النظري للدراسة.
- 8- نوع الدراسة والمنهج المستخدم.
- 9- مجتمع الدراسة .
- 10- أدوات الدراسة.
- 11- خصائص عينة الدراسة.
- 12- الدراسات السابقة.
- 13- تحديد المفاهيم والمصطلحات.

1- الإشكالية:

احتل الاتصال مكانة محورية في حياة البشر حيث أن تكنولوجيا الإعلام والاتصال فرصا وإمكانيات جديدة في مجال التواصل فتعددت أشكاله ووسائله وتأثيراته، وقد غيرت التطورات الهائلة في مجال تكنولوجيا الاتصال العديد من المفاهيم والأدوار وأكبر مثال على هذا الإنترنت التي تعدى دورها نقل المعلومات وإرسالها فقط إلى العديد من الانعكاسات الثقافية والاجتماعية التي خلفها هذا الوسيط الجديد فتورة الجيل الثاني من الإنترنت بمختلف وسائلها والتي تأتي في مقدمتها مواقع التواصل الاجتماعي كالفيسبوك، تويتر، ماي سبايس، أصبحت ظاهرة عالمية واسعة الانتشار، استطاعت أن تجعل الشباب يتعلقون بها شكل كبير نظرا للخدمات المتعددة التي أتاحتها.

فمنذ ظهورها بات يعيش الشباب اليوم في ظل عالم تقني ومجتمع افتراضي يسيطر على أكثر اهتماماتهم وأخذ الكثير من أوقاتهم، ومن بين أبرز تلك الاهتمامات "مواقع التواصل الاجتماعي" التي توفرت لهم عن طريق الشبكات الاجتماعية على الإنترنت، ليكون لهذا العالم أثره الكبير على الهوية الاجتماعية والفردية والوطنية وعلى الترابط الاجتماعي داخل المجتمع الواحد، وهذا الأثر على جانبيه طبيعي وسلبي، وإن كان الحديث في الغالب عن الأثر السلبي بحكم التخوف من الجهول وبحكم أن الإنسان اجتماعي بطبعه فإغفال الجانب الطبيعي الإيجابي لهذه الشبكات أمر لا يقره عاقل ولا ينظمه واقع، حيث أصبح الإنسان اليوم يعد مجتمعه الافتراضي من ضمن اهتماماته الأولى وربما على الجانب الاجتماعي الواقعي.

فاستخدام هذه المواقع وإن كان يعبر عن صيحة تكنولوجيا لافقة ساهمت بشكل كبير في بناء العديد من العلاقات بعد إلغائها لجميع المسافات، إلا أنه يحيلنا للدور الخطير الذي تقوم به هذه الشبكات في عزل الأفراد اجتماعيا وتفكيك العلاقات بينهم في المجتمع كونهم أصبحوا يقضون وقتا طويلا في التعامل مع الكمبيوتر والإنترنت ضمن فضاء المجتمع الافتراضي بطريقة لافقة تستدعي الاهتمام، فالشبكات الاجتماعية تؤثر كوسيط جديد في ذوات مستخدميها وأشكال تقديمها بما يتوافق مع خصائص هذا الأخير، حيث باتت تشكل بدورها منصات مستحدثة يقدم الفرد من خلالها ذاته بإعطاء صورة عنها، ليتحول بذلك من فرد حقيقي إلى فرد افتراضي ينتمي إلى مجتمع افتراضي شكلته الشبكات الاجتماعية، كما تعتبر هذه المواقع الأرضية المناسبة والبديلة لتقديم ذوات الأفراد وفق قوانين افتراضية والتي مست بدورها مختلف محددات التعبير عن الذات من لغة مستخدمة

في هذه المواقع والقيم مدرجة ضمن المضمون المتبادل في مسار تفاعلي بين المستخدمين وكذا التعبير عن ذواتهم الفعلية بإدراج بياناتهم الشخصية أو استبدالها بأخرى مزيفة.

هذا ما يدفعنا إلى دراسة ومناقشة موضوع الذات من خلال مواقع شبكات التواصل الاجتماعي لمستخدميها لنطرح الإشكال التالي:

❖ كيف تظهر وتتجلى صورة الذات لمنسوبي مواقع التواصل الاجتماعي من خلال طبيعة

الاستخدام ونوع التفاعل في ظل الشبكات الاجتماعية؟

2- تساؤلات الدراسة:

- كيف يهتم طلبة ما بعد التدرج بمواقع التواصل الاجتماعي؟.
- ما هي طبيعة اللغة المستخدمة في مواقع التواصل الاجتماعي؟.
- كيف تظهر سمات التعبير عن الشخصية في المضامين المتداولة في مواقع التواصل الاجتماعي؟.
- كيف يؤثر التفاعل بين مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي على عملية بناء القيم للأفراد المستخدمين؟.
- ما هي طرق وآليات التعبير عن الذات من خلال مختلف الاستخدامات لمواقع التواصل الاجتماعي؟.

3- أهداف الدراسة:

- يعتبر مجال البحث العلمي مجالا تختلف أهدافه وتتعدد معطياته، حيث يهدف تبني أي باحث لموضوع معين إلى سد الفضول المعرفي الذي يلازمه وإزالة الغموض عن بعض القضايا ولذلك ارتأينا أن نتعرض من خلال هذه الدراسة الى التعرف لمختلف تأثيرات مواقع التواصل الاجتماعي على ذوات مستخدميها للوصول إلى الأهداف التالية:
- معرفة الدور الكبير الذي تلعبه التكنولوجيا الحديثة للإعلام والاتصال في حياة الأشخاص.
- التعرف على الجوانب التي تشكل العالم الافتراضي لهذه المواقع.
- محاولة رصد مختلف التأثيرات المترتبة على الذوات الاجتماعية والنفسية للأفراد في ظل استخدامهم للشبكات الاجتماعية الافتراضية.
- التعرف على الأسباب التي تساعد في انتشار العلاقات الافتراضية علي حساب نظيرتها الواقعية وكذا مختلف إفرازاتها.

- تسليط الضوء على مختلف الطرق التي يعتمدها الأفراد في تقديم ذواتهم في ظل فضاءات التعبير الحر للشبكات الاجتماعية (التعبير عن الشخصية بالطريقة الدائرية بعيدا عن الرقابة)
"الآخرين لا يعرفونك وبدون إلزاما وقيود".

4-أسباب اختيار الموضوع:

- من أصعب مراحل البحث هو اختيار الباحث لموضوع بحث يساهم في إثراء المجال المعرفي، حيث وقفت مجموعة من الأسباب التي دفعتنا إلى الخوض في هذا الموضوع والتي تتمثل في:

4-1- الأسباب الذاتية:

- محاولة التعرف على موقع وأهمية شبكات التواصل الاجتماعي بالنسبة لحياة الأفراد.
- صعوبة السيطرة على الذات الاجتماعية والنفسية للأفراد في ظل استخدامهم للشبكات الاجتماعية الافتراضية.
- ميول ذاتي لموضوع الدراسة نظرا لولوج هذه التكنولوجيات وبالتالي محاولة الاسترسال في تحليل العلاقة القائمة بين مواقع التواصل الاجتماعي والجوانب الشخصية لمستخدميها، وكذا طرح موضوع صورة الذات وبناءها بالنسبة للأفراد المستخدمين لهذه المواقع انطلاقا من كوني مستخدما تمثل مواقع التواصل الاجتماعي مجالا مفتوحا للتعبير عن ذاتي وتقديمها.

4-2- الأسباب الموضوعية:

- نقص المراجع التي تداولت هذا الجانب والذي يتمثل في صورة الذات لمنتسبي مواقع التواصل الاجتماعي، والذي استلزم بحثا أكاديميا يضاف إلى خزينة المعلومات والتي بدورها تخدم الجانب الأكاديمي والعلمي.
- محاولة تسليط الضوء على الجانب الآخر لتأثير الإنترنت بصفة عامة وشبكات التواصل الاجتماعي خاصة على شخصيات الأفراد.
- مناقشة موضوع تشكل الذات لمستخدمي المواقع الاجتماعية من حيث الخصائص التفاعلية التي توفرها هذه الأخيرة.
- محاولة الكشف عن نوعية اللغة التي يستخدمها الأفراد للتعبير عن ذواتهم بتقديم صورة عنها، وكذا مجموع القيم التي يوظفها الأفراد في المضامين التي يتشاركونها مع الآخرين في المجتمعات الافتراضية.

5- مجالات الدراسة:

تأتي هذه الدراسة لتسليط الضوء على فضاءات التعبير الحر في المجتمعات الافتراضية والمجسدة من خلال مواقع التواصل الاجتماعي لما وفرته هذه الأخيرة من هامش غير متاح في وسائل الاتصال الأخرى للتعبير عن الشخصية الفردية بعيدا عن كلما له علاقة بالرقابة.

وعلى اعتبار أن موضوع بحثنا حول: صورة الذات لمستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي من خلال دراسة وصفية تحليلية لمجموعة من الأفراد المستخدمين لهذه المواقع وفقا لطبيعة استخدامها وكذا نوع التفاعل الحاصل من خلالها.

وعليه فإن الحدود التي توضح أبعاد الدراسة الحالية تتمثل فيما يلي:

5-1- المجال المكاني:

تتخذ جل الدراسات البحثية الأكاديمية، مكانا وحيزا جغرافيا، يتجلى من خلال الدراسة، والتي تحوي بدورها مجتمع وعينة الدراسة. وفي دراستنا هذه تمثل جامعة المسيلة الحدود المكانية لهذه الدراسة، حيث تم اختيار هذه الولاية باعتبارها مكان مزاولا للدراسة بالنسبة للباحثة، بالإضافة لكون مجتمع البحث هو من طلبة جامعة المسيلة.

5-2- المجال الزمني:

يمثل الموسم الجامعي 2015/2014 الحدود الزمنية للدراسة خلال الفصل الثاني من العام الجامعي.

5-3- المجال البشري:

تتعلق الحدود البشرية بمجموعة الأفراد الذين سوف تطبق عليهم الدراسة أو ممن لديهم صلة مباشرة عن قريب أو من بعيد بموضوع الدراسة والعنصر البشري في دراستنا هذه ينطبق على كل الأفراد الممثلين في أهم الفئات الأكاديمية فئة طلبة ما بعد التدرج باعتبارهم الفئة الأكثر استعمالا وتعرضا لهذه المواقع والتي تسهل بدورها مهامهم الدراسية .

5-4- المجال النوعي:

تتمحور هذه الدراسة حول شبكات التواصل الاجتماعي بصفقتها فضاءا مستحدثا لتقديم و بناء ذوات مستخدميه وهذا لكونها ظاهرة جديدة تحتاج إلى الدراسة لذا ارتأينا أن تكون هذه المواقع الاجتماعية الافتراضية المجال المناسب لدراسة موضوع صورة ذوات مستخدمي هذه الأخيرة.

6- أهمية الدراسة:

- تعتبر الدراسة التي نحن بصدد معالجتها والتي تخص بشكل كبير مواقع التواصل الاجتماعي كفضاء وعالم جديد الملامح، ومرحلة انتقالية للإنترنت التي تعد مشكلة تقديم صورة ذات جديدة تتناسب مع خصائص هذا الوسيط الجديد ومدى الحفاظ على مواصفات الذوات الحقيقية بكل مميزاتها أثناء استخدامهم لهذه المواقع والتي تعتبر وجهاً جديداً للدراسات العلمية الحالية.
- تهتم الدراسة بمعرفة الجوانب الخفية والفعلية لمختلف استعمالات مواقع التواصل الاجتماعي وإلى ما تهدف.
- التعرض لمختلف الاستخدامات السلبية التي تترتب عن استخدام الأفراد للشبكات الاجتماعية في مجتمع معين و في خدمة معينة ليتسنى لنا معرفة موقع الخطر الحقيقي ومحاولة معالجته بشكل أعمق وأدق.
- إثراء بنك المعلومات الجامعية في ما يخص موقع "الفيسبوك" باعتباره من أشهر المواقع الافتراضية في العالم من حيث الاستخدام و الانتشار عند الأفراد.
- طرح قضية تشكل ذوات افتراضية للأفراد المستخدمين لمواقع التواصل الاجتماعي (الفيسبوك) وكذا تسليط الضوء على مختلف المحددات التي تؤثر في الشخصية الذاتية و طريقة تقديمها على مستوى الشبكات الاجتماعية بما يتوافق وخصائص الوسيط الجديد.

7- المدخل النظري للدراسة:

1-1- تعريف نظرية التفاعلية الرمزية:

تعتبر التفاعلية الرمزية واحدة من المحاور الأساسية التي تعتمد عليها النظرية الاجتماعية في تحليل الأنساق الاجتماعية وهي تبدأ بمستوى الوحدات الصغرى (*Micro*) منطلقاً منها لفهم الوحدات الكبرى بمعنى أنها تبدأ بالأفراد وسلوكهم كمدخل لفهم النسق الاجتماعي فأفعال الأفراد تصبح ثابتة لتشكل بنية من الأدوار، ويمكن النظر إلى هذه الأدوار من حيث توقعات البشر بعضهم اتجاه الآخر من حيث المعاني والرموز، وهنا يصبح التركيز إما على تبني الأدوار والأنساق الاجتماعية ضمناً، باعتبارها بني للأدوار بنفس طريقة "بارسونز *parsons*" إلا أنها لا تشغل نفسها بالتحليل على مستوى الأنساق بقدر اهتمامها بالتفاعل الرمزي المتشكل عبر اللغة، والمعاني والصور الذهنية، استناداً إلى حقيقة مهمة هي أن على الفرد أن يستوعب أدوار الآخرين.

7-2- رواد النظرية:

-جورج هربرت ميد:

يبدأ جورج هربرت ميد بتحليل عملية الاتصال، وتصنيفها إلى صنفين: الاتصال الرمزي والاتصال الغير رمزي، فبالنسبة للاتصال الرمزي فإنه يؤكد بوضوح على استخدام الأفكار والمفاهيم وبذلك تكون اللغة ذات أهمية بالنسبة لعملية الاتصال بين الناس في المواقف المختلفة وعليه فإن النظام الاجتماعي هو نتاج الأفعال التي يضعها أفراد المجتمع، ويشير ذلك إلى أن المعنى ليس مفروضا عليهم، وإنما هو موضوع خاضع للتفاوض والتداول بين الأفراد.

ويتفق بلومر مع جورج ميد في أن التفاعل الرمزي هو السمة المميزة للتفاعل البشري وأن تلك الخاصة تنطوي على ترجمة رموز وحدات الأفراد وأفعالهم المتبادلة وقد أوجز فرضياته في النقاط التالية:
- إن البشر يتصرفون حيال الأشياء على أساس ما تعنيه تلك الأشياء بالنسبة إليهم.
- هذه المعاني هي نتاج للتفاعل الاجتماعي الإنساني.

- هذه المعاني تتغير وتعدل، ويتم تداولها عبر عمليات تأويل يستخدمها كل فرد في تعامله مع الإشارات التي يواجهها.

من جهته جوفمان قد وجه اهتمامه لتطوير مدخل التفاعلية الرمزية لتحليلي الأنساق الاجتماعية، مؤكداً على أن التفاعل وخاصة النمط المعياري والأخلاقي ما هو إلا الانطباع الموقوف، وتوضيح توقعات الدور.

8-2- مصطلحات النظرية الموظفة في الدراسة:

- التفاعل *interaction*: هو سلسلة متبادلة ومستمرة من الاتصالات بين فرد وفرد أو فرد وجماعة، أو جماعة وجماعة.

- المرونة *flexibility*: يقصد بها استطاعة الإنسان أن يتصرف في مجموعة ظروف بطريقة واحدة في وقت واحد، وبطريقة مختلفة في وقت آخر، وبطريقة متباينة في فرصة ثالثة.

- الرموز *Symbols*: هي مجموعة الإشارات المصطنعة، يستخدمها الناس فيما بينهم لتسهيل عملية التواصل، وهي سمة خاصة في الإنسان، وتشكل عند جورج ميد اللغة، وعند بلومر المعاني، وعند جوفمان: الانطباعات والصور الذهنية.

- الوعي الذاتي *Self- Consciencs*: مقدرة الإنسان على تمثل الدور، فالتوقعات المذكورة لدى الآخرين عن سلوكنا في ظروف معينة، هي بمثابة نصوص يجب أن نعيها هي تمثلها على حد تعبير جوفمان.¹

7-3- تطبيقات النظرية التفاعلية الرمزية على موضوع الدراسة:

انطلاقاً من التحليل يمكن إسقاط هذه النظرية على بحثنا، كونها تفسر لنا طبيعة التفاعل الاجتماعي للفرد مع غيره عن طريق الوسائل الإلكترونية وموقعه والدور الذي يؤديه من خلال اندماجه في المجتمع الافتراضي وهو دور إعادة إنتاج قيم هذا الأخير، كونه أصبح موضوعاً لها يملئ عليه رموز وقيم جديدة داخل المجتمع الافتراضي باستخدامه لهذه الوسائل وما هي المعاني والرموز التي تنتجها هذه الوسائل بالنسبة للفرد ثم المجتمع، وكيف يصبح الفرد ذات وفاعل أي هو الذي يصدر الرموز والقيم التي تنتجها الوسائل الإلكترونية عن طريق الإنترنت والأدوار التي يملئها هذا الوسيط الجديد في إطار عمليات التفاعل ضمن مجتمع افتراضي.

حيث ان مستخدمي الإنترنت ومن خلال تفاعلهم المباشر والمتنوع والمتعدد المجالات عبر الإنترنت قد يكسبهم خبرات وقيم ورموز ذات مضمون اجتماعي وثقافي أو ديني يحقق الذات أو يقوي انتمائها وقد يؤدي تفاعل مستخدمي الإنترنت مع مضامينها أو مع مستخدميها على مختلف تفاعلهم ومجالاتهم الاجتماعية إلى اكتساب معاني ورموز وقيم وعادات وخاصة تجعلهم ضمن مجال اجتماعي متميز عن المجتمع الأصلي ينتج نماذج عديدة من الذوات كمنبه للتفاعل الحاصل عبر صفحات التواصل الاجتماعي وما يترتب من خلالها كآليات مختلفة للتعبير عن الذات وطرق التفاعل مع الآخرين وكذا مجالات هذا التفاعل حتى طبيعة اللغة المستخدمة في ظل هذه المواقع وكذا طبيعة القيم المدرجة في المحتويات المتبادلة بين المستخدمين.

8- نوع الدراسة والمنهج المستخدم:

تعتمد الدراسات العلمية في علوم الإعلام والاتصال على مجموعة متكاملة من المناهج العلمية المستوحاة من العلوم التجريبية لتحاكي نتائجها العلمية القابلة للتعميم، فالمنهج هو وسيلة لغاية من حيث استعمالنا له من أجل الوصول إلى الحقيقة العلمية سواء كانت مجهولة أو معلومة.²

تنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية التي تستخدم لأغراض الوصف المجرد للظاهرة وأما المنهج المستخدم فهو منهج المسح الشامل، فهو عبارة عن عملية تحليلية لجميع القضايا الحيوية،

إذ بفضلها يمكن الوقوف على الظروف المحيطة بالموضوع الذي يرغب في دراسته والتعرف على الجوانب التي هي بحاجة إلى تغيير وتقييم شامل، فهو في مجمله أداة لتوضيح الطبيعة الحقيقية للمشكلة أو الواقع الاجتماعي وتحليل تلك الأوضاع والوقوف على الظروف المحيطة بها والأسباب الدافعة إلى ظهورها.³

ويرى الباحث "عبد الباقي زيدان" أن الدراسات المسحية هي الدراسات التي تتمحور حول مشكلات عديدة تتطلب جمع البيانات بطريقة منظمة سواء من الجمهور أو عينة من الناس باستخدام الاستمارة أو أي أداة أخرى.⁴

وقد تم اختيار منهج المسح بالعينة دون المناهج الأخرى كونه يتوافق وموضوع الدراسة حيث يعتبر من المناهج المستعملة في الدراسات الوصفية.⁵

9- مجتمع البحث وعينة الدراسة:

9-1- مجتمع الدراسة:

هو المجتمع الأكبر أو مجموع المفردات التي يستهدف الباحث دراستها لتحقيق نتائج الدراسة ويمثل هذا المجتمع الكل أو الجزء الأكبر للمجتمع المستهدف الذي يهتم الباحث بدراسته ويتم تعميم نتائج الدراسة على كل مفرداته إلا أنه يصعب الوصول إلى هذا المجتمع المستهدف لضخامته فيتم التركيز على المجتمع المتاح أو الممكن الوصول إليه أو الاقتراب إليه لجمع البيانات.⁶

ومجتمع البحث في دراستنا هو فئة أكاديمية والمتمثلة في طلبة ما بعد التدرج في كلية العلوم الاجتماعية و الإنسانية بجامعة "مُحَمَّد بوضياف" بالمسيلة كمستخدمين لمواقع التواصل الاجتماعي، حيث وقع اختيارنا عليهم نسبة لكونهم الشريحة المعرضة أكثر من غيرها لهذه المواقع وهذا بحكم التسهيلات التي تتيحها خصائص هذه المواقع بالنسبة لهذه الفئة خاصة في التكوين الأكاديمي وكذا احتياجاتهم الشخصية.

9-2- عينة الدراسة:

نظرا لصغر حجم المجتمع الكلي للدراسة، ارتأينا أن نعتمد على أسلوب الحصر الشامل كأسلوب من أساليب حصر البيانات، حيث يعتبر أسلوب الحصر الشامل من أفضل الأساليب في جمع البيانات كونه يجهز الباحث ببيانات كاملة عن كافة مفردات مجتمع البحث، حيث اعتمدنا هذا

الأسلوب بهدف الوصول إلى نتائج أدق وأشمل وهذا راجع لرغبتنا في الحصول على بيانات تفصيلية عن جميع وحدات المجتمع.

ويعرف هذا الأسلوب بأنه أسلوب جمع البيانات من جميع الوحدات الإحصائية (وحدات المجتمع موضوع الدراسة) دون استثناء، ومن أمثلة الحصر الشامل: التعداد العام للسكان، التعداد العام الزراعي، وفي مجالات أخرى كالصناعة والتجارة.

يهدف الحصر الشامل إلى الحصول على بيانات ومعلومات شاملة عن كل وحدة من وحدات المجتمع سواء كانت هذه الوحدة شخصا أو أسرة أو مؤسسة أو أي وحدة أخرى. يستخدم هذا النوع من الأساليب عندما:

- نرغب في الحصول على بيانات تفصيلية عن جميع وحدات المجتمع.
 - كذلك عندما يجهل الباحث طبيعة المجتمع خاصة إذا لم تنفذ عنه بحوث في السابق.
 - عندما لا تستطيع أخذ عينة عشوائية تمثل المجتمع.
- ومن أهم مزاياه:

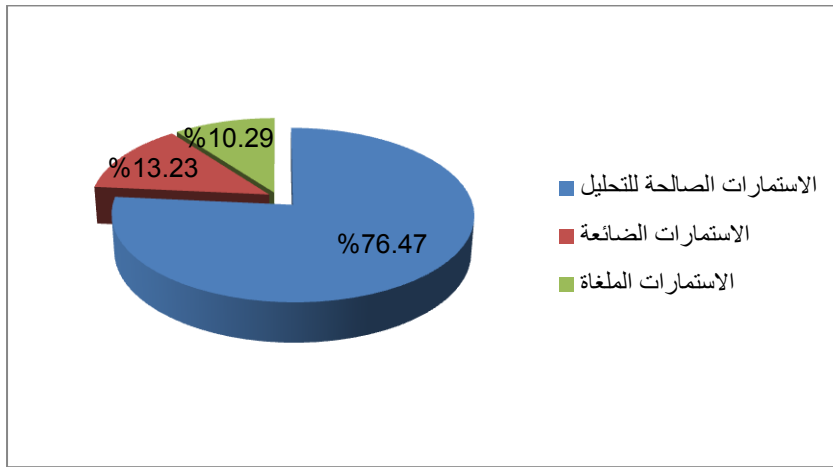
- الحصول على بيانات عن جميع الوحدات الإحصائية ويساعد ذلك على دراسة الظاهرة بشكل شامل.

- استخراج أهم معالم المجتمع (المتوسط والتباين) الاستخدام من أجل التحليل الإحصائي.
- يساعد على إعداد إطار *frame* شامل لجميع وحدات المجتمع ويمكن استخدامه في أغراض بحوث أخرى.

- إمكانية استخدام الحصر الشامل في حالة عدم توافر معلومات مسبقة عن الظاهرة التي تدرسها⁷.
وعليه فإن مجتمع البحث يقدر بـ: 68 مفردة ممن يستخدمون فعليا مواقع التواصل الاجتماعي والذي تم توزيع استمارات الاستبانة عليها وبعد عليه توزيع الاستمارات المناسبة مع حجم مجتمع البحث والمقدر بـ: 68 استمارة حسب ما يبينه الجدول أدناه:

الجدول رقم (01): يمثل توزيع استمارة الاستبيان حسب التوزيع والاسترجاع

النسبة	التكرار	
%76.47	52	الاستمارات الصالحة للتحليل
%13.23	9	الاستمارات الضائعة
%10.29	7	الاستمارات الملغاة
%100	68	مجموع الاستمارات الموزعة



الشكل رقم (01): يمثل توزيع أفراد العينة حسب التوزيع والاسترجاع

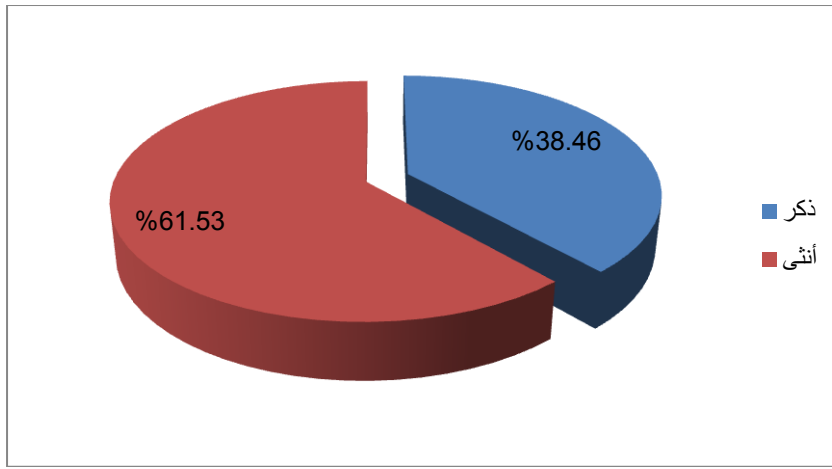
- بعد توزيع 68 استمارة بطريقة عمدية على أفراد عينة الدراسة، استرجعنا 59 استمارة بمعدل %86.76 من مجموع الاستمارات، حيث ضاعت 9 استمارات بنسبة %13.23، بالإضافة إلى إلغاء 7 استمارات بنسبة %10.29، وعليه فإن العينة الفعلية للدراسة هي 52 استمارة صالحة للتحليل.

9-3- خصائص عينة الدراسة: تتمثل خصائص عينة الدراسة في متغيرات الجنس، التخصص، مكان الإقامة، الحالة الاجتماعية.

9-3-1-الجنس:

الجدول رقم(02):يشتمل على فئتي الذكور والإناث من الطلاب وتوزيعهم النسبي.

الجنس	التكرار	النسبة
ذكر	20	%38.46
أنثى	32	%61.53
المجموع	52	%100



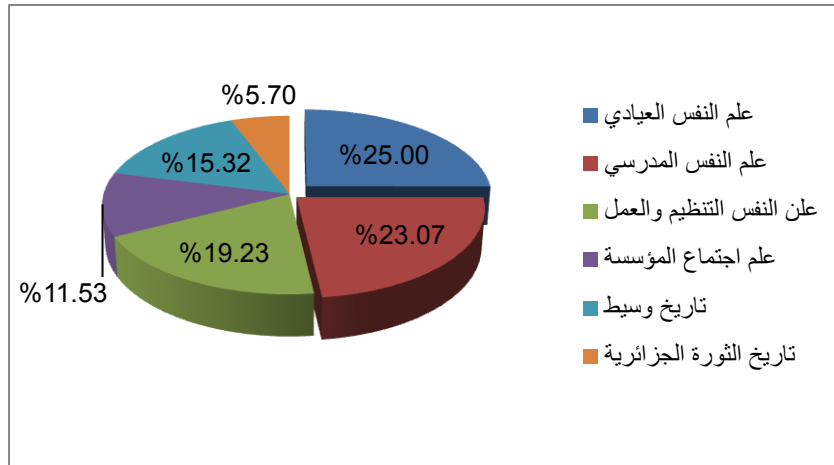
الشكل رقم (02): يمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس

يمثل الجدول أعلاه توزيع المبحوثين حسب الجنس، فمن خلال حصص البيانات يتضح أن %61.53 من الإناث، فيما بلغ عدد الذكور 20 مفردة بنسبة %38.46 ويبين من خلال هذه البيانات أن إقبال الإناث على استخدام مواقع التواصل الاجتماعي.

3-9-2- التخصص:

الجدول رقم(03): يوضح التخصصات التي ينتمي إليها أفراد عينة الدراسة

التخصص	التكرار	النسبة
علم النفس العيادي	13	25%
علم النفس المدرسي	12	23.07%
علم النفس التنظيم و العمل	10	19.23%
علم اجتماع المؤسسة	6	11.53%
تاريخ وسيط	8	15.32%
تاريخ الثورة الجزائرية	3	5.7%



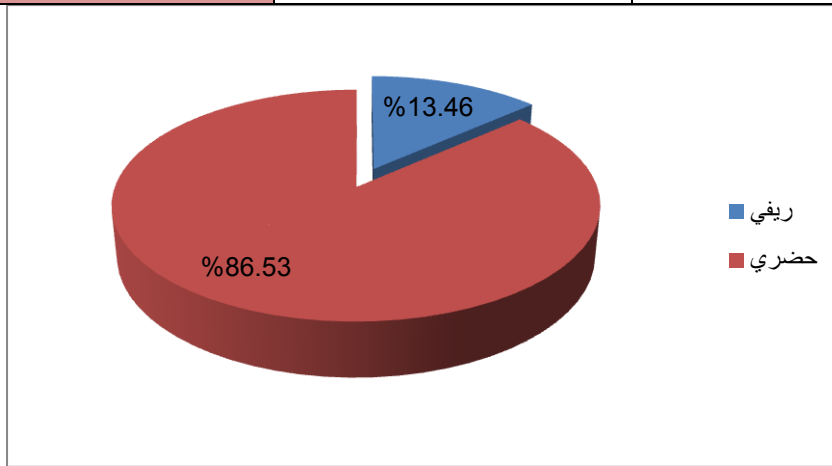
الشكل رقم(03): الذي يوضح توزيع أفراد العينة حسب التخصص.

يمثل تخصص علم النفس العيادي أكبر نسبة تمثلت في 25%، يليها علم النفس المدرسي بنسبة 23.7%، ثم تخصص علم النفس التنظيم والعمل بنسبة 19.23%، أما تخصص تاريخ وسيط فقد مثل بنسبة 15.32%، في حين مثلت نسبة 11.53% تخصص علم الاجتماع المؤسسة، وأخيرا تخصص تاريخ الثورة الجزائرية بنسبة 5.7%.

3-9-3- مكان الإقامة: مثل الريف والحضر

الجدول رقم (04): يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير مكان الإقامة

مكان الإقامة	تكرار	النسبة
ريفي	7	%13.46
حضري	45	%86.53
المجموع	52	%100



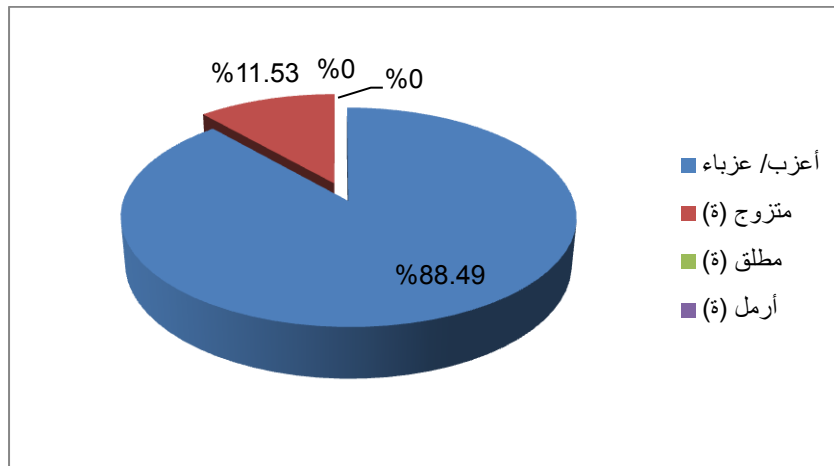
الشكل رقم (04): يمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير مكان الإقامة

يوضح الجدول رقم (03) توزيع أفراد العينة حسب مكان الإقامة حيث نجد أن أعلى نسبة مثلها المقيمين في الحضر بـ: %86.53 أما المقيمين في الريف فجاءت نسبهم %13.46 والملاحظ أن المقيمين في الريف استخدامهم قليل للمواقع وهنا شيء طبيعي لما تتوفر عليه المدن من شبكة الإنترنت ومقاهي الإنترنت وقتلتها في المناطق الريفية.

3-9-4- الحالة الاجتماعية:

الجدول رقم (05): يمثل توزيع المبحوثين حسب حالتهم الاجتماعية

الحالة الاجتماعية	التكرار	النسبة
أعزب/ عزباء	46	%88.49
متزوج (ة)	6	%11.53
مطلق (ة)	0	%0
أرمل (ة)	0	%0
المجموع	52	%100



الشكل رقم (05): يمثل توزيع المبحوثين حسب الحالة الاجتماعية

تمثل نسبة العزاب أكبر نسبة قدرت بـ %88.49، تليها فئة المتزوجين بنسبة %11.53، وهذا ما مرده إلى أن فئة المبحوثين لا تزال في سنة مبكرة نظرا للالتزام بمتابعة الدراسة في أطوار ما بعد التدرج.

10- أدوات جمع البيانات:

لكي يستطيع أي باحث الوصول إلى نتائج معينة بالنسبة لموضوع دراسته لابد عليه استخدام أدوات وطرق في جمع المعلومات، وهذه الأدوات هي التي يعتمد عليها الباحث في جمع بياناتها ضمن خطة معينة ومن بين أدوات البحث العلمي نستخدم في دراستنا استمارة الاستبيان: وهي أداة محورية مستعملة في دراستنا وهي موجهة إلى عينة من المستخدمين والعينة في تعريفها العلمي: "هي جزء من المجتمع الكلي المراد تحديد سماتها ممثلة بنسبة مئوية يتم حسابها طبقا للمعايير الإحصائية وطبيعة مشكلة البحث ومصادر بياناته".

كما يعرف الاستبيان على أنه: "القائمة التي يتضمنها الباحث بسلسلة من الأسئلة التي تحضر بعناية لتقدم إلى المبحوث من أجل الحصول على حقائق معينة وآراء ومواقف خاصة بالموضوع محل البحث.⁸

فالاستقصاء أو الاستبيان هو أسلوب جمع البيانات الذي يستهدف استشارة الأفراد المبحوثين بطريقة منهجية ومقننة لتقديم حقائق أو آراء وأفكار معينة في إطار البيانات المرتبطة بموضوع الدراسة وأهدافها دون تدخل من الباحث في التقرير الذاتي للمبحوثين في هذه البيانات".

ويعتبر الاستقصاء من أكثر وسائل وأدوات جمع البيانات شيوعا واستخداما في منهج المسح وذلك لإمكانية استخدامه في جمع المعلومات عن موضوع معين من عدد كبير من الأفراد يجتمعون أو لا يجتمعون في مكان واحد، ويعتبر الاستبيان منهجيا عبارة عن مجموعة من الخطوات المنتظمة التي تبدأ بتحديد البيانات المطلوبة وتنتهي باستقبال استمارات الاستبيان عن المبحوثين بعد استفتاء هذه البيانات فيها، ويعتبر مقننا لأن تنظيم إجراءاته وأدواته بطريقة نمطية وتوفر كثيرا من الوقت والجهد والنفقات المبذولة وتوفر على الباحث التدخل ثانية في مراحل الاستبيان.⁹

وأسلوب الاستبيان كاستمارة لجمع المعلومات "هي عبارة عن شكل مطبوع يحتوي على جملة من الأسئلة موجهة إلى عينة من الأفراد حول موضوع أو موضوعات ترتبط بأهداف الدراسة.

وقد اخترنا استمارة الاستبيان من أجل ضمان تحكم أفضل في طرح الأسئلة إضافة إلي ضمان الحصول على إجابات منظمة توفر علينا الوقت والجهد وتتضمن عدم خروج المبحوثين بعيدا عن أهداف الدراسة، حيث اتبعنا عدة خطوات لبناء استمارة بحثنا:

- تحديد البيانات والأسئلة المطلوبة.

- بناء الاستمارة في صورتها المبدئية.
- عرض الاستمارة على الأستاذ المشرف.*
- تحكيم الاستمارة من طرف الأساتذة.
- صياغة أسئلة الاستمارة.
- ضبط الاستمارة في شكلها النهائي.

كما مرت الاستمارة بمراحل عدة أولها النظر في التراث النظري للدراسة ومعاينة الدراسات السابقة المشابهة للدراسة للاستفادة منها، حيث قمنا بتقسيم استمارة الاستبانة إلى 4 محاور أساسية مسبقة بمجال خاص بالبيانات الشخصية لعينة الدراسة من خلال أربعة متغيرات: الجنس، التخصص الدراسي، مكان الإقامة و الحالة الاجتماعية.

❖ أما المحاور الأربعة الأساسية فكانت على النحو التالي :

-**المحور الأول:** يتعلق هذا المحور بعادات وأنماط استخدام مواقع التواصل الاجتماعي من قبل الأفراد المبحوثين، حيث يتضمن هذا المحور على 07 (س5، س6، س7، س8، س9، س10، س11)، واحتوى كل سؤال على عدة مقترحات، ليصل مجموع عباراته الى 29 عبارة .

-**المحور الثاني:** يتعلق ببناء الهوية الفردية من خلال مواقع التواصل الاجتماعي قسم إلى 23 سؤال، من بينهم سؤالين مفتوحين.

-**المحور الثالث:** يتعلق بالاستخدام التواصلي داخل مواقع التواصل الاجتماعي ، والذي قسم بدوره إلى 10 أسئلة.

-**المحور الرابع:** يتعلق بالمنظومة القيمية في شبكات التواصل الاجتماعي، والذي تضمن 19 سؤال.

❖ اعتمدنا في تصميمنا لأداة الدراسة المتمثلة في استمارة الإستبانة على طريقة مقياس " ليكرت" في تدرج الإجابات من خلال التدرج الثلاثي على نموذج الإجابات الثلاث لتحديد اتجاهات المبحوثين حيال الأسئلة المتعلقة بامتداد صورة الذات نحو العالم الافتراضي الذي تمثله "الفيسبوك"، والتي تم توزيعها تبعا لطبيعة المحور و نوعية السؤال كالأتي:

-بالنسبة للمحور الأول : المتعلق بطبيعة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي قمنا بتوظيف نموذج واحد من الإجابات وهو : (دائما، أحيانا، نادرا).

* تم تحكيم الاستمارة من طرف: الأستاذ رحاب مختار، الأستاذ بوقرة رضوان، والأستاذ جغلولي يوسف.

- أما بالنسبة للمحور الثاني :المتعلق ببناء الهوية الفردية للمبحوثين من خلال مواقع التواصل الاجتماعي فقد ارتأينا استخدام نموذج واحد للإجابات وهو:(موافق،نوعا ما،غير موافق).
- ❖ في حين اعتمدنا على نموذج الإجابات : (دائما،أحيانا،نادرا) في المحور الثالث و الذي يخص الاستخدام التواصلي في مواقع التواصل الاجتماعي.
- أما فيما يخص المحور الرابع : المتعلق بالمنظومة القيمية في الشبكات الاجتماعية فقد اعتمدنا نموذج واحد للإجابات مع كل أسئلة المحور وهو : (موافق،نوعا ما،غير موافق).

11- الدراسات السابقة:

تتمثل الدراسات السابقة لموضوع بحثنا في مختلف البحوث والدراسات التي لها تشابه إلى حد ما بموضوع بحثنا و التي انصبت تقريبا جلها على آثار مواقع /شبكات التواصل الاجتماعي على المجتمع وسلبيات هذه الأخيرة و هي على النحو الآتي:

1-الدراسة الأولى:

- دراسة الدكتور السعيد بومعيزة، تحت عنوان: "أثر وسائل الإعلام على القيم والسلوكيات الشباب" دراسة استطلاعية بمنطقة البلدية.

وتحاول هذه الدراسة أن تجيب على إشكالية أثر وسائل الإعلام على نشر القيم أو تعزيزها وتغيير السلوكيات لدى الشباب الجزائري عامة، و هذا من خلال طرح إشكالية الآتية:

- ما أثر وسائل الإعلام على القيم و السلوكيات لدى الشباب الجزائري ؟

ولقد استخدمت الدراسة المنهج المسحي لاستطلاع، عن طريق استمارة استبيان بالإضافة إلى مقياس للقيم وآخر للسلوكيات، رأي أفراد العينة المتكونة من 215 مفردة إناث و200 مفردة ذكور بولاية البلدية (الجزائر)، في الفترة الممتدة من جوان/حزيران إلى جويلية/يوليو 2005. وهذا من أجل اختبار فرضيات الدراسة عن طريق تحليل العلاقة بين المتغيرات مثل العلاقة بين المتغير المستقل وسائل الإعلام والمتغيرين التابعين: القيم والسلوكيات. وكذا تحليل العلاقة بين هذه المتغيرات والمتغيرات السوسيو-ديمغرافية.

أيضا، اعتمدت الدراسة على مفاهيم: التأثير والأثر والاستعمال والتعرض والخيال والواقع والقيم والسلوكيات، واقتصر على: التلفزيون والإذاعة والجرائد والمجلات والانترنت.

ولتأطير الدراسة نظريا، تمت مراجعة الأدبيات في الفصل الثاني الذي احتوى في جزئه الأول على إشكالية التأثير في بحوث وسائل الإعلام الجماهيرية، ومقترب الاستعمالات والإشباع، والمنظور المعرفي، وبحوث دور وسائل الإعلام في التنمية؛ وفي الفصل الثاني تم التعرض إلى إشكالية مفهوم القيم، والسلوكيات، والشباب.

أما الفصل الرابع فخصص للدراسة الميدانية لمعالجة البيانات عن طريق تحليل الجداول البسيطة ثم الجداول المركبة فمناقشة النتائج على ضوء فرضيات الدراسة ومحاولة ربطها بالدراسات السابقة. ولقد توصلت الدراسة إلى الكثير من الاستنتاجات التي يمكن حصر أهمها فيما يلي:

- أن معظم المبحوثين يتعرضون إلى محتويات الخيال في التلفزيون إلى جانب الرياضة والبرامج الدينية، وبالتالي يستعمل التلفزيون لغرض الترفيه أساسا ويستمتع المبحوثين إلى الأغاني أساسا في الإذاعة الجزائرية ثم الحصص الدينية ويقبل الذكور على الحصص الإذاعية الرياضية بينما تقبل الإناث على حصص التدبير المنزلي من جهة أخرى، يطالع معظم المبحوثين موضوعات الواقع في الجرائد اليومية لكن الإناث يملن إلى موضوعات الفن والتدبير المنزلي ويستعمل أغلبية المبحوثين الانترنت من أجل التفاعل الاجتماعي الشبهي بالدرجة الأولى ثم البحث العلمي والتسلية؛ لكن الإناث يملن إلى استعمال الانترنت لغرض البحث العلمي أكثر من الذكور .

- ويعتبر المبحوثين أن وسائل الإعلام مصدرا لتعزيز القيم عندهم، باستثناء بعض القيم التي لها علاقة بالبيئة الاجتماعية مثل: التفتح، أو التي هي بعيدة عن إدراكهم مثل: احترام الذات وإثبات الذات.

- أن الشباب الأصغر سنًا أكثر اعتقادا في أن وسائل الإعلام تساعدهم على الارتباط أكثر بالقيم وبصفة خاصة القيم المرتبطة بالشخصية والمعتقد والبيئة الاجتماعية لكن صغار الشباب وكبارهم لا يعتقدون بأن وسائل الإعلام تساعدهم على الارتباط بالقيم ذات البعد السياسي.

- أن الذكور أقل اعتقادا من الإناث في أن وسائل الإعلام تساعدهم على الارتباط بقيم البعد الاجتماعي والبعد الديني، وتعتبر الإناث أكثر اعتقادا من الذكور في قدرة وسائل الإعلام على جعلهن ترتبطن بقيمة الديمقراطية بمفهومها الواسع الذي يشمل العلاقات الفردية والأسرية.

- أن أغلبية المبحوثين مشبعون بالقيم ذات البعد الاجتماعي التي تعلموها واستنتجوها بفعل عوامل التنشئة وبالتالي صارت تضبط تفاعلاتهم الاجتماعية وتجعلهم موجهين (على مستوى الشخصية) نحو الخارج أكثر مما هم موجهين نحو الداخل.

- يستعمل الشباب محتويات وسائل الإعلام وفق ما يتماشى وقيمهم بصفة خاصة ذات البعد الاجتماعي والديني، ويتحاشون كل ما يتنافر وهذه القيم.

- أن قيم البعد الديني هي أكثر تجليا في شخصية المبحوثين، وبالتالي فهي تضبط ما يستعملونه من وسائل إعلام وما يتعرضون له من محتويات.

- إن نتائج السلوكيات تناقض ما جاء في نتائج القيم التي كانت جلها موجبة، فالشباب في معظمهم لا يعتقدون أن وسائل الإعلام تساعدهم على تجاوز السلوكيات السلبية أو القيام بالسلوكيات الإيجابية موضوع الدراسة، لأن السلوكيات هي نتاج القيم أساسا.

- أن وسائل الإعلام لا تساعد على تجاوز بعض السلوكيات إذا كانت هذه الأخيرة موجهة بالقيم وتحدث في البيئة الاجتماعية التي ينتمي إليها الشباب ويعيشون فيها. فما يمنع من القيام بهذه السلوكيات أو القيام بها هي مؤسسات التنشئة الاجتماعية المختلفة .

2- الدراسة الثانية:

- دراسة د.حسني عوض، تحت عنوان: "أثر مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية المسؤولية المجتمعية لدى فئة الشباب".

وقد تمحورت الدراسة حول فحص أثر مواقع التواصل المختلفة، في تنمية المسؤولية المجتمعية لدى فئة الشباب ، وذلك من خلال تطبيق برنامج تدريبي على مجموعة من شباب - مجلس شبابي عرار- بلغ عددهم 18 شابًا وفتاة ، ثم طبق عليهم مقياس المسؤولية الاجتماعية (القياس القبلي) الذي قام الباحث بتطويره، وتم التأكد من صدقه وثباته، أما محتوى البرنامج فقد تكون من هدف رئيس وعدد من الأهداف السلوكية التي انبثقت عنه، و تكون البرنامج من (5) لقاءات نفذت خلال خمسة أيام بمعدل (4) ساعات لكل لقاء، وقد حدد الباحث عدة أهداف لكل لقاء، كما حدد آلية التنفيذ والإجراءات، واستخدم الباحث الفنيات وأساليب التدريب المختلفة منها التعارف، التوضيح، تشكيل المجموعات، التدريب العملي، التساؤل والاستفسار، الإنهاء والتقييم، المحاضرة والمناقشة الجماعية والألعاب التنشيطية، كما استخدم الباحث وسائل متعددة في إنجاح البرنامج منها أقلام...

وتتلخص إشكالية الدراسة في: "ما أثر استخدام موقع التواصل الاجتماعي "الفيس بوك" في

تنمية المسؤولية الاجتماعية لدى فئة الشباب؟.

تتلخص نتائج الدراسة في الإجابة على الفرضيات الآتية:

الفرضية الأولى:

لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسط درجات أفراد المجموعة التجريبية قبل تطبيق البرنامج وبعده فمن خلال تطبيق مقياس المسؤولية الاجتماعية على أفراد المجموعة التجريبية قبل تطبيق البرنامج وبعدها إختبار صحة الفرض "فقد استخدم الباحث اختبار " ولكوكسون Wilcoxon" اللابارا متري لحساب دلالة الفروق وهو أحد أساليب الإحصاء الخاصة بالعينات

الصغيرة (المجموعات المرتبطة واستخدمت نتائج التطبيقين القبلي والبعدي للعينة التجريبية على أبعاد مقياس المسؤولية الجماعية وعلى الدرجة الكلية. الفرضية الثانية:

أعطى الباحث ملاحظاته لتساوي كل من الذكور والإناث في تفاعله م ومشاركتهم ومهاراتهم في استخدام موقع التواصل الاجتماعي "الفيسبوك".

3- الدراسة الثالثة:

دراسة بن عيسى محمد المهدي، كانون جمال: "مستخدمي الانترنت في المجتمع الجزائري بين الهوية المستقلة والهوية المغتربة -دراسة لعينة من مستخدمي الانترنت بمدينة ورقلة".

والتي قدمت في ملتقى الدولي الأول حول الهوية والمجالات الاجتماعية في ظل التحولات السوسيوثقافية في المجتمع الجزائري يومي 27-28 أكتوبر 2010.

من خلال هذه الدراسة حاول الباحثان أن يبينوا ما إذا كان مستخدمي الانترنت في المجتمع الجزائري يتفاعلون في مجالات اجتماعية ذات مضامين ثقافية خاصة ونوعية ترقى إلى تشكل هوية مستقلة قادرة على الاختيار والإنتاج والتأثير أم أن تفاعلهم في هذه المجالات هو تفاعل استهلاكي منتج لهوية مغتربة وذلك من خلال دراسة لعينة من مستخدمي الانترنت بمدينة ورقلة منطلقين من الإشكالية التالية:

هل أن مستخدمي الانترنت في الجزائر يتفاعلون في مجالات اجتماعية ذات مضامين ثقافية خاصة ونوعية ترقى إلى مستوى تشكل مجتمع منتج لهوية مستقلة أم أنها مجالات تفاعلية استهلاكية ومنتجة لهوية مغتربة؟

وانطلاقا من هذه الإشكالية صاغا مجموعة من الفرضيات:

1- كلما اشد واستمر وقوع التفاعل بين مستخدمي الانترنت أدى إلى تشكل مجال اجتماعي ذو مضامين ثقافية واجتماعية منتج لهوية.

2- كلما كانت خصوصيات هذا المجال الاجتماعي ذو المضامين الثقافية غير مناقضة للمجال الاجتماعي الأصلي لمستخدمي الانترنت أدى إلى تشكل هوية مستقلة.

3- وكلما كانت خصوصيات هذا المجال الاجتماعي ذو مضامين ثقافية مناقضة للمجال الاجتماعي الأصلي لمستخدمي الانترنت أدى إلى تشكل هوية مغتربة.

وللتأكد من صحة الفرضيات استخدمنا المنهج الوصفي التحليلي واعتمادا في ذلك على استبيان وزع على عينة من مستخدمي الانترنت في مدينة ورقلة عبر عدد من مقاهي الانترنت، إذ اعتمدا الباحثان على عينة عشوائية من أجل تحديد عينة المقاهي الانترنت، التي تكون محل دراستهما حيث قاما بمحصر العدد الإجمالي لها والذي قدر بـ 96 مقهى موزعة على مختلف أنحاء مدينة ورقلة، وقد تم تحديد النوادي للدراسة، أما بالنسبة للعينة لمستخدمي الانترنت فقاما بتحديد على العينة العرضية وأخذا 25 مبحوثا من كل مقهى انترنت، وتم توزيع 250 استمارة على المقاهي الانترنت المختارة وتم استرجاع 126 استمارة تم تفرغها.

وقد بينت الدراسة من خلال نتائجها أن مستخدمي الانترنت في المجتمع الجزائري يتفاعلون في مجالات اجتماعية متعددة لها خصوصيات تعمل على تحديد الهوية المشككة.
المجال الأول:

- يتميز هذا المجال بتفاعل مستخدمي الانترنت في هذا المجال لمدة طويلة سواء في مجتمعه المحلي أو الافتراضي وهو ما يعبر عنه المبحوثين بعدم قدرتهم التحكم في أوقاتهم أثناء تفاعلهم في هذا المجال وغالبيتهم لا يستطيع الاستغناء عن الانترنت بشكل مؤقت أو بشكل دائم من خلال التردد اليومي بمعدل من ساعتين إلى أربع ساعات، كما يتميز هذا المجال بشدة التفاعل المبنية على الروابط الاجتماعية (أسرية، مهنية، تجارية.. الخ) ذلك لأن غالبية مستخدمي الانترنت في الجزائر حسب نتائج الدراسة ينطلقون عند تفاعلهم عبر شبكة الانترنت من مجالاتهم الاجتماعية أما عن درجة استمرار التفاعل فتكون قوية ومتينة، تتيح لمستخدمي الانترنت لإنتاج وإعادة إنتاج رموز ومعاني ومضامين إيجابية.

غير مناقضة لخصوصيات مجاله الاجتماعي الأصلي ومن خلال ذلك يكون هذا المجال منتجا ومكرسا لهوية مستقلة لدى مستخدمي الانترنت، هوية قادرة على الاختيار وإنتاج مضامين ثقافية إيجابية داعمة للهوية في مجتمعه المحلي.

المجال الثاني:

هو مجال يتميز عن المجال الأول في أن مستخدمي الانترنت في المجتمع الجزائري سواء في مجتمعه المحلي أو الافتراضي يمتاز بمدة تواصل غير مستقرة وقد تكون ظرفية، أما شدة التفاعل فتكون مبنية على تحقيق هدف معين أو مشروع أو إستراتيجية، فتواصله أو تفاعله مرهون بمدى تحقيقه لهده أو مشروعه، ولذلك فدرجة استمرارية التفاعل تكون نسبية ومتوسطة مما يجعل مستخدم

الانترنت في هذا المجال غير منتج لمضامين أو معاني أو رموز جديدة كما أنه لا يتأثر بما يدور في مجال تفاعله، وهو ما ينتج لديه هوية منسجمة.

المجال الثالث:

في هذا المجال يختلف عن المجالين السابقين فمدة التواصل تكون ظرفية إلى أقصى درجة، سواء في المجتمع المحلي وتواصله مع المجتمع الافتراضي يكون لمدة طويلة دون القدرة على الاختيار، وشدة التفاعل لا تبني على أهداف أو إستراتيجية معينة فهي مفتوحة على كل المجالات الاجتماعية، ما يجعله مستهلكا ووعاء لما يمليه عليه هذا المجال من مضامين ثقافية لذلك تكون درجة التفاعل لديه متقطعة ومنخفضة، ما يجعل المستخدم في هذا المجال مرتبك ومتردد بين الهوية الخارجية والداخلية ما يجعله موضوعا يتأثر وليس له القدرة على الاستقلالية أو الاختيار ما ينتج لديه هوية مغتربة.

12- المصطلحات و المفاهيم:

يعتبر تحديد المفاهيم من إحدى الخطوات الهامة التي يحتاجها الباحث في دراسته وبحوثه بهدف الاتفاق على المحددات الخاصة لكل مفهوم ولتأكيد الاتفاق على هذه المحددات والتعميمات والتفسيرات العلمية التي تقوم على بناء المفاهيم تظهر حاجتنا لهذه المرحلة كي نحدد من خلالها مجموعة وجملة من المفاهيم والتي غالبا ما تتصادم في ذهن الباحث مع مفاهيم مشابهة.¹⁰

12-1- الذات:

نقصد بشكل الذات في مواقع التواصل الاجتماعي: بناء الذات من خلال الممارسة على مستوى مواقع التواصل الاجتماعي وهذا من خلال تعبير الفرد المستخدم لهذه المواقع عما يحول بداخله من أفكار وقيم ليتجاوز الواقع ويتم بناء الذات من خلال التفاعل من الآخرين وإخراج الدواخل إلى العلن بإدراج خصوصياته إلى العلن أي كلما له عمق مادي، وصوري ورمزي والمرتبطة أساسا لتجارهم العاطفية والاجتماعية وكذلك إنتاج جانب من الهوية الفردية من جهة أخرى.

12-2- مواقع التواصل الاجتماعي:

هو مفهوم كمثير للجدل نظرا لتداخل الآراء والاتجاهات في دراسته، عكس هذا المفهوم التطور التقني الذي طرأ على استخدام التكنولوجيا وأطلق على كل ما يمكن استخدامه من قبل الأفراد والجماعات على الشبكة العنكبوتية العملاقة.

ويعرفها زاهر راضي بأنها: منظومة من الشبكات الالكترونية التي تسمح للمشارك فيها بإنشاء حساب خاص به ومن ثم ربطه عن طريق نظام اجتماعي إلكتروني مع أعضاء آخرين لديهم الاهتمامات والهوايات نفسها أو جمعه مع أصدقاء الجامعة أو الثانوية.¹¹

وتعتبر مواقع التواصل الاجتماعي تطبيقات تكنولوجيا عبر النت تتيح التفاعل بين الناس، بحيث يتبادلون بسهولة جل المعلومات والبيانات، وتوفر للمستخدمين إمكانية العثور على آخرين يشتركون في نفس المصالح والتوجه ليشكلوا ما اصطلح على تسميته "المجتمعات الافتراضية".

12-3- مفهوم الاستخدام:

يبدو مفهوم الاستخدام من خلال النظرة العامة مفهوما واضحا وبسيط المعنى غير ذي حاجة إلى جهد أو نشاط يتوخى ضبطه، غير أن أية محاولة تستهدف ضبط المعاني والدلالات النظرية والتطبيقية له تصطدم بمفهوم غامض ومتنوع (يحمل الكثير من الدلالات النظرية والتطبيقية) يحتمل الكثير من الدلالات المختلفة باختلاف ما هو اجتماعي وما هو تقني، الداخلة في تركيبة تكنولوجيا الاتصال والإعلام الحديثة، الغموض الذي يحيط باللفظ مرد إلى استعماله في تعيين وتقرير وتحليل السلوكيات والمظاهر المرتبطة بمجموع ضبابي المعنى.

إن العلاقة القائمة بين تكنولوجيا الاتصال والإعلام الحديثة علاقة مركبة متداخلة يكاد يستحيل تواجدها خارج الممارسة المباشرة، هذه المباشرة المستمرة هي التي تضمن الاستخدام - كفعل اتصالي - معنى اجتماعي تقني، فقه ينصرف المعنى إلى الأداء التقني فيصبح المعنى معلق على التحكم وإدارة النظم المختلفة لهذه التكنولوجيا، من تشغيل وإيجاز على النسيج والقدرة على انتقاء المحتوى، المتوقع خلف العقد والروابط، ثم القدرة على معالجته تخزينا واسترجاعا وإنتاجا للمحتوى، وكذا إعادة إنتاجه.

كما يمكن أن يعالج المفهوم كمنشآت ذات طابع اجتماعي ثقافي داخل المنظومة السلوكية السابقة الوجود حينئذ لا يصبح الاستخدام مجرد فعل عابر منفصل على التكريس النفسي المادي لشخصية الفرد المستخدم بل تتخذ شكل نماذج استخدامية تتجلى أساسا في التكرار والاستمرار الذي يحيلها إلى عادات متكاملة مع باقي الممارسات اليومية - للمستخدم - بهدف فرضها ودمجها واقعا في إطار الموروثات الثقافية المسبقة، كممارسة نوعية قد تتبع فيها أو تتباين عنها في مقابل الممارسات الأخرى المنافسة أو المتصلة بها، إننا بصدد الحديث عن نماذج سلوكية تطبع عملية الاتصال الجديدة، تنبثق من

العلاقة القائمة بين الإنسان المستخدم، وتكنولوجيا الاتصال والإعلام (القنوات الفضائية، الإنترنت، الحاسب الآلي، الهاتف المحمول، ألعاب الفيديو... إلخ) يصطلح علميا بالاستخدام وهنا كانت الاستعاضة المفاهيمية عن الوصف التقليدي (تلقي، إرسال)، المستدل حجمها طبيعة العلاقة مع وسائل الإعلام التقليدية لاعتبار أنها مفهومان مشحونان بمعاني ومفاهيم نظرية ومعرفية تستجيب فلسفيا وعمليا إلى طبيعة العلاقة المتبادلة بين أقطاب تلك التجربة الاتصالية، وبالتالي فإنهما يعانيان بعض القصور الدلالي في التعبير عن عمق التجربة حدود وسلوك جديد مع تكنولوجيا الاتصال الحديثة، التي لا تتوقف عن حدود المشاهد أو الاستماع أو القراءة مهما كانت درجة التفاعل فيها، بل يتعداه إلى المشاركة والمباشرة الفعلية، الأمر الذي يفرض انتقالا مفاهيمي نحو مصطلح استخدام كدال على تجربة الاتصال مغايرة لما سبقها تتأسس من حيث المبدأ النظري على قاعدة متكاملة النسق البنيوي يشمل معاني:

الانتقال: من نماذج تقليدية طبعت عملية الاتصال الجماهيري إلى نموذج مختلف يركز على تكنولوجيا الاتصال والإعلام الحديثة التي خرقت شروط الاتصال الجماهيري، ليستبدل نمط قائم على التفاعلية كأساس للعلاقة القائمة بين التفاعلين لنشر وتوزيع المحتوى والتواصل الجغرافي والثقافي على الصعيد العالمي.

الاندماج والاحتواء: فيما بين مختلف الوسائط الاتصالية التقليدية السابقة (المكتوبة، المسموعة، المرئية والشفهية) لتشكيل مجتمعة دعائم وسيط اتصالي هجين والذي يضيف إليها تقنيات وبنى خاصة تضيف عليه هذا الوسيط الاتصالي.

- طابع التفرد والخصوصية- هذا الاندماج يجعل استخدام هذا الوسيط بمثابة استخدام الوسيلة من وسائل أي واحد من كثيرا، أما الاحتواء فيجعل سلوك التعرض -الاستخدام- الفردي والجمعي سلوكا هجينا يحتل أي فعل من الأفعال الاتصال التقليدية، فقد يكون إرسال، استقبال، إنتاج، استهلاك، إلى غيرها من النماذج الممكنة.

معنى هذا أنه لا يمكننا الحديث عن عملية اتصال بالمدلول الجماهيري، حيث العداد الغفيرة تتلقى المحتوى نفسه في الوقت نفسه، إذ يختلف الموقف في حالة الاتصال الشبكي المرتكز على تكنولوجيا الاتصال، الذي يقوم على مبدأ انتقيت العملية، حيث مستخدمون شتى يتعرضون أو يشغلون محتويات شتى من منتجين شتى أي اللاجماهيرية واللامركزية إنتاج واستهلاك المحتوى وطبعا في

عمليتي من هذا القبيل من الطبيعي أن يصعب الفصل والتمييز بين المرسل والمستقبل، إذ أن التفاعل هنا هو مستقبل ومرسل في آن واحد نشط وفعالاً.¹²

12-4- مفهوم التفاعل:

إن مفهوم التفاعل الذي يعيننا في هذه الدراسة هو ذلك الشكل من التفاعلات التي تحدث عبر وسيط تكنولوجي.

ويعرف عمر ضيري حافظ التفاعل الاجتماعي: بأنه عملية تنشأ من خلال شبكة العلاقات الاجتماعية التي تقوم بين أفراد الجماعة ويؤثر التفاعل الاجتماعي بصورة تبدو واضحة في تبادل الأفكار والمشاعر والتصرفات، وبهذا فإن الجماعة تعيش عملية التفاعل الاجتماعي الذي يعتبر أحد محركاتها الإنسانية (.). ويجري هذا التفاعل عادة عبر وسيط معين (لغة، رموز، إشارات، وأشياء) ويتم خلال ذلك التبادل رسائل معينة ترتبط بغاية أو وصف محدد، وتتخذ عمليات التفاعل أشكالاً ومظاهر مختلفة تؤدي إلى علاقات اجتماعية معينة.¹³

الهوامش:

- ¹ أحمد نُجْد الكندري: علم النفس الاجتماعي، مكتبة الفلاح، الكويت، 1992، ص 124، 125.
- ² عبد الناصر الجندلي: تقنيات البحث العلمي في العلوم السياسية، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2010، ص 14.
- ³ صلاح الدين شروخ: منهجية البحث العلمي، دار العلوم، عنابة، 2003، ص 150.
- ⁴ مصطفى حميد الطائي، خبير ميلاد أبو بكر: مناهج البحث العلمي وتطبيقاتها في الإعلام والعلوم السياسية، دار الوفاء، الإسكندرية، 2001، ص 95.
- ⁵ أحمد بدر: أصول البحث العلمي ومنهجه، ط6، وكالة المطبوعات، الكويت، 1982، ص 112.
- ⁶ نُجْد عبد الحميد: البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، عالم الكتاب، مصر 2004، ص 130.
- ⁷ المرجع نفسه، 144.
- ⁸ المرجع نفسه، ص 353.
- ⁹ المرجع نفسه، ص 159.
- ¹⁰ زاهر راضي: استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في العالم العربي، مجلة التربية، العدد 15، جامعة عمان، 2003، ص 23.
- ¹¹ أحمد عبدلي: مستخدمو الإنترنت، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير، في علوم الإعلام والاتصال، جامعة الأمير عبد القادر، قسنطينة، 2002-2003، ص 4.
- ¹² أحمد عبدلي: مرجع نفسه، ص 5، 6.
- ¹³ عبد الفتاح حافظ وآخرون: علم النفس الاجتماعي، مكتبة الزهراء، الشرق، القاهرة، 2000، ص 128.

الفصل الأول

الشبكات الاجتماعية: الماهية والمقومات

تمهيد.

- 1- نشأة شبكات التواصل الاجتماعي.
- 2- آلية عمل شبكات التواصل الاجتماعي.
- 3- خصائص الشبكات الاجتماعية.
- 4- الاستخدامات الايجابية والسلبية لشبكات التواصل الاجتماعي.
- 5- أنواع مواقع التواصل الاجتماعي.
- 6- الفايسبوك: الماهية والأثر.

خلاصة.

تمهيد:

أصبحت مواقع الشبكات الاجتماعية الالكترونية على الانترنت مثل الفيسبوك *Facebook* وماي سبيس *My Space* من أكثر المواقع التي تردد عليها المراهقون والكبار منذ أن بدأت موقعها على المنصة الاجتماعية للانترنت منذ عدة سنوات، وبات لها تأثير كبير، على أوجه عديدة في حياتنا اليومية والعملية لتندرج ضمن السلوك اليومي للأفراد لذا ارتأينا أن نتعرض في الفصل الثاني في دراستنا حول صورة الذات لمنتسبي مواقع التواصل الاجتماعي لتسليط الضوء حول ماهية هذه المواقع الاجتماعية بدءاً من مفهومها إلى خصائصها وكذا أنواعها، وبما أن دراستنا تمحورت حول الفيسبوك فقد حاولنا التعرف عليه الخلفية التاريخية لهذا الموقع وكذا التعريف به نظرياً وتقنياً تختلف خصائصه، وكذا محاولة تقسيم هذا الموقع من حيث إيجابياته وسلبياته .

1- الشبكات الاجتماعية: "الماهية والمقومات":

1-1- مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي:

1-1-1- التواصل: عملية تبادل المعلومات والآراء والأفكار والمشاعر والمواقف والاتجاهات بين الأفراد والمجموعات سواء داخل المجتمع الواحد أو خارجه.¹

1-1-2- الاجتماعي: الاجتماع عبارة عن نسيج مكون من صلات اجتماعية، تلك الصلات التي يحددها الإدراك المتبادل بين الجانبين، أو هو مجموعة من الأفراد يربط بينهما رابط مشترك، يجعلها تعيش عيشة مشتركة تنظم حياتها في علاقات منتظمة معترف بها فيما بينهم.²

لغة: حسب قاموس أكسفورد: هو موقع مخصص أو التطبيقات الأخرى التي تمكن المستخدمين من التواصل مع بعضهم البعض عن طريق نشر المعلومات والتعليقات والرسائل والصور.... الخ.³

اصطلاحاً: هي منظمة من الشبكات الالكترونية التي تسمح لمشارك فيها بإنشاء حساب خاص به ومن ثم ربطه من خلال نظام اجتماعي الكتروني مع أعضاء آخرين لديهم نفس الاهتمامات والهوايات أو.... مع أصدقاء الجامعة أو الثانوية. أيضا هي صفحات الويب التي يمكن أن تسهل التفاعل النشط بين الأعضاء المشتركين في هذه الشبكة الاجتماعية الموجودة بالفعل على الانترنت وتهدف إلى توفير مختلف وسائل الاهتمام والتي من شأنها أن تساعد على التفاعل بين الأعضاء بعضهم ببعض، ويمكن أن تشمل هذه المميزات (المراسلة الفورية، الفيديو، الدردشة، تبادل النقاش مجموعة الملفات، البريد الالكتروني، المدونات)⁴.

وفقا لـ : سيلفي شابي "Sylvie chabi":

سابقا، كان الناس يجتمعون في منطقة جغرافية مع نفس التقاليد والدين والطبقة الاجتماعية. مع العلم بأنها شبكات تنطوي على الاتصال بين الأشخاص والأفراد، وكانت المعوقات المادية والاجتماعية على شبكة الانترنت خالية من هذه القيود، حيث تسمح للناس للخروج من المبادئ التوجيهية المحددة سلفا وتشكيل الشبكات غير المتجانسة في الواقع، ويتم تنظيم هذه المجموعات حول المصالح المشتركة، دون القيود المادية وإقامة الاتصالات الشخصية سهلة عن طريق شبكة الانترنت.⁵

الشبكات الاجتماعية على الانترنت هو استنساخ من الشبكة التقليدية (التي تتكون من العقد الاشتراك والعلاقات بين الأعضاء)، وتسير الدمج بين الأفراد تبادل المصالح المشتركة دون أن يعوق حتى الآن بسبب القيود الجغرافية والاجتماعية القديمة.

وهي مجموعة من الشبكات العالمية المتصلة بملايين الأجهزة حول العالم، لتشكل مجموعة من الشبكات الضخمة، والتي تنقل المعلومات الهائلة بسرعة فائقة بين دول العالم المختلفة، وتتضمن معلومات دائمة التطور.⁶

وفقا لـ: ميشيل فورسي "Michel Forsé": يرى بان الشبكة الاجتماعية هي عبارة عن مجموعة من العلاقات بين مجموعة من الجماعات الفاعلة، هذه المجموعة يمكن تنظيمها (مثل شركة)، أو كشبكة من الأصدقاء (ويمكن لطبيعة هذه العلاقات أن تكون متنوعة جدا (السلطة، تبادل الهدايا... الخ) أو الخاصة). يعرفها أيضا: جون أ. بارنز وهو عالم أنثروبولوجيا إنجليزي اجري دراسة من الطبقة الاجتماعية وثم الحديث عن الشبكات الاجتماعية، حيث عرفها على أنها: "العلاقات المعرفية بين هيكل الأفراد"، على وجه التحديد، هو مجموعة من الأفراد اللذين يكونون في الاتصال مع أشخاص، وهو يربط أيضا بين الناس: سكان حي، وعشاق فن، المرأة...⁷

كما يعرفها: مجّد عواد: "بأنها تركيبة اجتماعية إلكترونية تتم صناعتها من أفراد أو جماعات أو مؤسسات، وتتم تسمية الجزء التكويني الأساسي (مثل الرجل الواحد) (العقدة - Node) بحيث يتم إيصال هذه العقدة بأنواع مختلفة من العلاقات وقد تصل هذه العلاقات لدرجة أكثر عمقا كطبيعة الوضع الاجتماعي أو المعتقدات أو الطبقة التي ينتمي إليها الشخص"⁸.

ويرى آخرون أنها: "شبكات اجتماعية تفاعلية تتيح التواصل لمستخدميها في أي وقت يشاءون وفي أي مكان من العالم، ظهرت على شبكة الانترنت من سنوات قليلة وغيرت في مفهوم التواصل والتقارب بين بني البشر، وتعدت في الآونة الأخيرة وظيفتها الاجتماعية لتصبح وسيلة تعبيرية واحتجاجية، وبرزت شبكات التواصل الاجتماعي هي: (الفيسبوك، تويتر، واليوتيوب)، التي لم يتجاوز عمرها الست سنوات وبلغ عدد المشتركين فيها أكثر من (800) مليون شخص من كافة أنحاء العالم"⁹.

2- نشأة شبكات التواصل الاجتماعي:

كان أول ظهور للمواقع الاجتماعية في أواخر القرن العشرين حيث ظهر موقع *ClassmaSt.com* عام 1995 ثم تلاه موقع *sixdegrees.com* اعتمدت هذه المواقع على فتح صفحات شخصية للمستخدمين وعلى إرسال رسائل لمجموعة من الأصدقاء لكنه تم إغلاقها لأنها لم تأت بأرباح مالمكيها. خلال سنوات التسعينيات راجت صناعة مواقع الانترنت التي تقوم على تزويد مستخدميها بما يبحثون عنه من محتويات عبر شبكة بث مكونة من مواقع انترنت (مرسلة) وعد كبير يعقد بالملايين 10 متصفحات الانترنت أن تستخدموا هذه الأخيرة لإرسال واستقبال البيانات في نفس الوقت، بدلا عن دورها الأصلي كمتقبل أعمى للبيانات بداية بتطبيقات البريد الإلكتروني، الدردشة، منتديات الحوار وانتهاء بالتطبيقات الإلكترونية الأكثر حداثة وثورية مثل موسوعة الويكيبيديا، وقد كانت هذه القفزة في تغيير طريقة التعامل مع متصفحات الانترنت هي البداية لما يعرف بتطبيقات الويب: 2.0.

ومن هنا فإننا نطلق مصطلح الويب (2.0) على المواقع التي تقدم خدماتها على تطبيقات خصائص الويب (2.0) وهي *Media live international* والتي تعتمد على أن يكون الويب 2.0 متعاملا مع الويب كمصحة تطوير بمعزل عن أي عوامل الويب والتي هي منصة تطوير متكاملة النظام الذي يبرمج الموقع ليشفيه من موارد وخصائص الشبكة تماما كما يشفيه مطور التطبيقات من أوامر تقنية أخرى.¹⁰

3- آلية عمل شبكات التواصل الاجتماعي:

تقوم الفكرة الرتبية للشبكات الاجتماعية على جمع بيانات المشتركين في الشبكة ويتم نشر هذه البيانات علنا على الشبكة حتى يتجمع الأعضاء ذو المصالح المشتركة والذين يبحثون عن ملفات أو صور، اعتمادا على صلاحيات الخصوصية التي تمنحها للزوار وتعمل كشبكة مواقع فعالة جدا في تسهيل الحياة الاجتماعية بين مجموعة من المعارف والأصدقاء، كما تمكن الأصدقاء القدامى من الاتصال ببعضهم البعض وبعد طول سنوات وتمكنهم أيضا من التواصل المرئي والصوتي وتبادل الصور وغيرها من الإمكانيات التي توطد العلاقة الاجتماعية بينهم.

وهناك الآلاف من مواقع الشبكات الاجتماعية التي تعمل على الصعيد العالمي وهناك الشبكات الاجتماعية الصغيرة التي طرحت لتناسب القطاعات البسيطة في المجتمع في حين هناك شبكات تخدم وحدة جغرافية للمجتمع، وهناك بعض الشبكات تستخدم واجهة استخدام بسيطة بينما البعض الآخر أكثر جرأة في استخدام التكنولوجيا الحديثة للقدرات الإبداعية.¹¹

4- خصائص الشبكات الاجتماعية :

4-1- التعريف بالذات: المستوى الأساسي من الدخول إلى معظم الشبكات الاجتماعية هو إنشاء صفحة معلومات شخصية وهي الصفحة التي يصنعها المستخدم ويطورها، ويقوم من خلالها بالتعريف بنفسه هو/هي ويعرض نفسه/نفسها لأقرانهم، من خلال النص والصور والموسيقى ومقاطع الفيديو بين وظائف أخرى تسمح لمستخدمي الشبكات الاجتماعية بتعبئة وتنظيم العلاقات الاجتماعية وملفاتهم الشخصية بالطريقة التي يريدونها مع الأعضاء الآخرين لرؤيتهم.

4-2- الاستعانة بالبيانات الخارجية : معظم مواقع الشبكات الاجتماعية تسمح لأعضائها بعرض جل اتصالاتهم وأيضا في كثير من الحالات لاجتياز الشكل الخارجي لشبكات ربما هي واحدة من المرات الأولى على الانترنت للمستخدمين تمكنت من عرض الشبكات الاجتماعية على الانترنت الخاصة بها، ومشاركتها مع الأصدقاء وعامة الجمهور بعض مواقع الشبكات الاجتماعية أيضا تدعم التطبيقات التي تسمح للمستخدمين لوصف العلاقة بين أنفسهم وأعضاء آخرين.

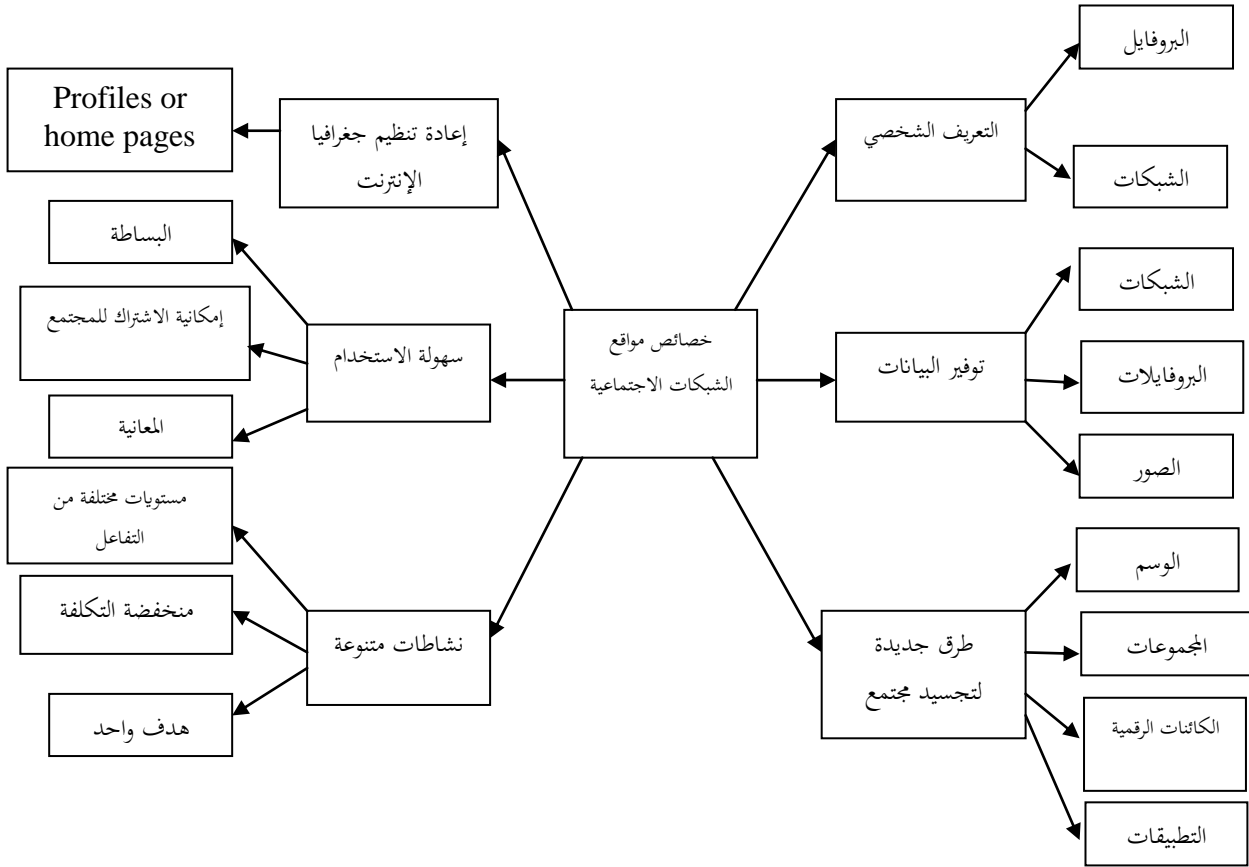
4-3- طرق جديدة لتشكيل المجتمع: على الرغم من مفاهيم المجتمعات الافتراضية كانت موجودة منذ بداية تطبيقات الانترنت، مواقع الشبكة الاجتماعية تدعم طرق جديدة للناس للتواصل فيما بينهم، ويمكن للمستخدمين اختيار هذه المواقع للاتصال عبر مختلف الأشكال الرقمية، مثل العلامات "Tags" والتطبيقات المبنية في مواقع الشبكات كما بإمكان الأشخاص الانضمام إلى مجموعات قراءة الكتب للتواصل حول الكتب التي احبوها وغير من الخدمات.

4-4- الأنشطة من أسفل إلى أعلى: توفر مواقع الشبكات الاجتماعية منصات مثالية يمكن من خلالها للمستخدمين ابتداء من وجود قيم ومصالح عائلية يمكن أن تأتي معا للتعاون بشكل فعال وبتكلفة منخفضة، على سبيل المثال، يمكن للأطباء تبادل ومضاعفة فحص الحالات الطبية النادرة على مواقع الشبكات الاجتماعية الصحية كما هو معمول به في الحالات العادية، أو يمكن لنشطاء تنظيم احتجاج من خلال مواقع مثل: "يهمني"، "care".¹²

4-5- سهولة الاستخدام: من بين الأمور التي ساعدت بشكل كبير في انتشار الشبكات الاجتماعية هي بساطتها لذا فإن أي تخصص يملك مهارات أساسية في الانترنت يمكن خلق وتسيير موقع شبكة اجتماعية، فمن قبل كان بإمكان الأشخاص الحصول على تواجد عبر الشبكة من خلال الحصول على صفحات شخصية ولكن المشكل كان صعوبة خلق هذه الصفحات وتطويرها واستضافة الموقع غالبا ما يتحمل تكاليف في حين أن الشبكات الاجتماعية مجانية ومفتوحة أمام الجميع فأغلبيتها تتيح للأشخاص التسجيل فيها في الوقت الذي يتم فيه التسجيل في مواقع أخرى من خلال إرسال دعوة من طرف أعضاء سابقين في الموقع.

4-6- التفاعلية: لقد سعت مواقع الشبكات الاجتماعية منذ بداية ظهورها إلى تجسيد التفاعلية بين أفرادها لضمان الاستمرارية والتطور.

4-7- الاهتمام: هي شبكات تبنى من خلال مصلحة مشتركة مثل: الألعاب، الموسيقى، سوق المال، السياسة، الصحة، الشؤون الخارجية وغيرها.¹³



شكل (01)*: خصائص مواقع التواصل الاجتماعي

5- الاستخدامات الايجابية والسلبية لشبكات التواصل الاجتماعي:

5-1-1- الاستخدامات الايجابية للشبكات الاجتماعية : يمكن الاستفادة من الشبكات الاجتماعية في

الاجيبيات التالية:

5-1-1-1- الاستخدامات الاتصالية الشخصية: وهو الاستخدام الأكثر شيوعا ولعل الشرارة الأولى

للشبكات الاجتماعية اليوم كانت بهدف التواصل الشخصي بين الأصدقاء في منطقة معينة أو مجتمع معين وهذا الهدف موجود حتى الآن برغم تطور الشبكات الاجتماعية على مستوى الخدمات وعلى مستوى التقنيات والبرمجيات، ويرغم خروجها من حدود الدولة إلى فسيح هو العالم.

ويمكن من خلال الشبكات الاجتماعية الخاصة تبادل المعلومات والملفات الخاصة والصور ومقاطع الفيديو، كما أنها مجال رحب للتعرف والصدقة، وخلق جو مجتمع يتميز بوحدة الأفكار والرغبات غالبا، وان اختلفت أعمارهم وأماكنهم ومستوياتهم العلمية هذا وقد أوضح علماء النفس الألمان أن استخدام شبكات التواصل الاجتماعي عبر الانترنت يجعل المستخدم أكثر انفتاحا وصراحة وقالت (رايينيه تربيته) في دراستها التي أجرتها بالتعاون مع زميلتها (ليونارد راينكه) بكلية (هامبرغ ميديا) وأعلنت عنها في المؤتمر الأوروبي للتواصل "بهامبورغ": "أن من يذكر الكثير من بياناته الشخصية على احد مواقع التواصل

الاجتماعي مثل: موقع الفاييسبوك. تصبح لديه بعد عام قدرة نفسية أكبر على المصارحة الذاتية، وأوضحت أن استعداد أكبر للبوخ بالمزيد من المعلومات الشخصية يتكون لدى مثل هؤلاء الأشخاص مع مرور الوقت مضيقه أنهم يتغيرون فيما يتعلق بمدى الاستعداد بالبوخ بالمعلومات عن أنفسهم عبر الانترنت".

كما تؤكد الدراسة أن الأشخاص الذين يدلون بالمزيد من المعلومات عن أنفسهم في صفحات التواصل الاجتماعي يجمعون "أصدقاء أكثر خلال نصف عام، غير أن هذه الصداقات قلما تكون منها صداقات حميمة"، أما الصداقات الحقيقية فلا تزال تتم وتستمر بعيدا عن الانترنت "فشبكة التواصل الاجتماعي عملية نقل المعلومات بالبريد الالكتروني واستقبالها من خلال برنامج نقل أو نسخ الملفات ATP حيث توصل "درلي وكتمان" 1996 في دراستها إلى أن شبكة الانترنت تساعد على تنمية مهارة التفكير العلمي وتطور التفكير الإبداعي وتحقق بعض أهداف التعلم، كما تساعد على إيجاد استراتيجيات لحل بعض المشكلات التعليمية.

5-1-2- الاستخدامات الحكومية: اتجهت كثير من الدوائر الحكومية للتواصل مع الجمهور من خلال مواقع التواصل الاجتماعي، بهدف قياس وتطوير الخدمات الحكومية لديها، ومباشرة للتقنية الحديثة، بل أصبح التواصل التقني مع الجمهور من نقاط تقييم الدوائر الحكومية وخدماتها المقدمة، وتتميز هذه الخدمة بقله التكلفة والوصول للمباشر للمنتفعية الأولى، والتغذية الراجعة المباشرة، مما يساعد في تفادي الأخطاء والوصول بالخدمة المقدمة للإتقان والتميز، ويمكن الاستفادة من الشبكات الاجتماعية في حجز المواعيد وتأكيدها، ونشر التعليمات والإجراءات والتواصل مع الرئيس مباشرة وإبداء الملاحظات والمقترحات.

5-1-3- الاستخدامات الإخبارية: أصبحت الشبكات الاجتماعية مصدرا أصيلا من مصادر الإخبار لكثير من روادها. وهي أخبار تتميز بأنها من مصدرها الأول وبصياغة فردية حرة غالبا، لا احترافية لاستخدامات مختلفة سياسية أو دعائية وقد تميزت المدونات الخاصة كشكل من أشكال مواقع التواصل الاجتماعي باستقطاب الباحثين عن الأخبار ومواقع الأخبار المتخصصة، وقنوات إخبارية كبيرة في أحداث مختلفة سابقة، وكان لأصحابها التأثير الكبير في نقل الأخبار الصحيحة للرأي العام.

5-1-4- الاستخدامات الدعوية: فتحت الشبكات الاجتماعية الباب للتواصل والدعوة مع الآخرين مسلمين وغير مسلمين باختلاف لغاتهم واختلاف أجناسهم وبلدانهم، وأصبح لكثير من الدعاة صفحاتهم الخاصة ومواقعهم الثرية، وهو انتقال ايجابي للتواصل العالمي في ظل الانغلاق الإعلامي الرسمي في كثير من الدول، وفي ظل أنظمة تعيق التواصل المباشر وتقولب الداعية والعالم على قوالب جامدة، وتتميز الدعوة عن طريق الشبكات الاجتماعية بالعالمية والفورية والتحديث المستمر، مع كسر حاجز الوقت والزمان، والسهولة في الاستخدام والتواصل، والتوفير في الجهد والتكاليف.

• إلى جانب هذه الاستخدامات تعمل أيضا هذه الشبكات على تهيئة وضع المحاضرات الجامعية من خلال تحديد احد المواقع التعليمية في الشبكة، والتي تمنح للطلاب الفرصة للاستفادة من تلك الخدمات بمراجعة المادة الدراسية، والإجابة عن الاستشارات التي طرحها أستاذ المقرر، كما أنها توصل العلاقة بين الطالب والأستاذ عن طريق المراسلة بالبريد الالكتروني وتقوم شبكات التواصل الاجتماعي أيضا بدور فعال في الإغاثة الدولية لضحايا الزلزال وفي نشر رسائل الإغاثة والدعوة للتبرع، حيث استخدم نجوم السينما والفن الذين يسجلون حضورا على تلك المواقع بصفحاتهم التي يتابعها الملايين نشر رسائل تحث على التبرع للصليب الأحمر.

- وقد أشار استطلاع أجرته (كارير تشونيتي دوت كوم) البوابة الالكترونية المتخصصة في مجال التوظيف في منطقة الشرق الأوسط إلى أن الشبكات الاجتماعية باتت من بين أكثر الوسائل الشعبية للبحث عن وظائف وفرص التطوير الوظيفي في منطقة الشرق الأوسط واطهر الاستطلاع أن 63% من الذين استطلعت آراؤهم سيستخدمون تلك المواقع للبحث عن وظائف مما جعل على البحث عن الوظائف تأتي في المرتبة الثانية من حيث الاستخدام لهذه المواقع بعد التواصل الاجتماعي، وجاء موقع "الفيسبوك" أكثر مواقع الشبكات الاجتماعية شعبية، حيث سجل 4.5 نقطة من أصل خمس نقاط، تبعه موقع "النيكدن" بـ 3.5 نقطة في حين جاء موقع "تويتر" في المرتبة الثالثة في استطلاع وحصل على 3.4 نقطة.

5-2-2- الاستخدامات السلبية لشبكات التواصل الاجتماعي:

جرائم الانترنت اخطر ما يواجهه المستخدم البسيط وحتى المحترف، وان كان المعلم والحذر قد يخفق من وطأة الجرائم، وكان حذيفة بن إيمان رضي الله عنه يسأل عن الشر لتجنبه، وليحذر منه فكان يقول: "كاد الناس يسألون رسول الله صلى الله عليه وسلم عن الخير وكنت أسأله عن الشر مخافة أن يدركني" ومن تلك الاستخدامات السلبية ما يلي:¹⁴

5-2-1- بث الأفكار الهدامة والدعوات المنحرفة والتجمعات الفاسدة المفسدة:

وهذا البث مما يحدث خلالا امنيا وفكريا، وخاصة أن أكثر رواد الشبكات الاجتماعية من الشباب مما يسهل إغرائهم وإغوائهم بدعوات لا تحمل من الإصلاح شيئا جل هي للهدم والتدمير، وقد يكون وراء ذلك منظمات وتجمعات : بل ودول لها أهداف تخريبية .

5-2-2- عرض المواد الإباحية والفاضحة والحادشة للحياة:

أن مسألة الإباحية الخلقية والدعارة من المخاطر العظيمة على المجتمعات القديمة والمعاصرة وقد أوردنا سابقا قول رسول الله صلى الله عليه وسلم: (ما تركت بعدي فتنة هي أخطر على الرجال من النساء)¹⁵، لقد ذكرت

وزارة العدل الأمريكية في دراسة لها أن تجارة الدعارة والإباحية الخلقية تجارة رائجة جدا يبلغ رأس مالها ثمانية مليار دولار ولها أواصر وثيقة تربطها بالجريمة المنظمة، وتجارة الدعارة هذه تشمل وسائل عديدة كالكتب والمجلات وأشربة الفيديو والقنوات الفضائية الإباحية والانترنت وتفيد الإحصاءات الاستخبارات الأمريكية (FBI) أن تجارة الدعارة هي ثالث أكبر مصدر دخل للجريمة المنظمة بعد المخدرات والقمار.¹⁶

5-2-3- التشهير والفضيحة والمضايقة، التحايل والابتزاز والتزوير:

وهي أخلاقية تظهر على الشبكة العنكبوتية بشكل عام لسهولة التدوين والتخفي على الشبكة، وهي أخلاقيات لا تحتاج بالضرورة إلى معرفة تامة بالبرمجة والبرمجيات، ولا تستند في الغالب العام إلى مستند شرعي حقيقي، فلا يحتاج صاحبها للتدليل أو التعليل أو الإثبات. كل هذا تقابله أنظمة وقوانين لا تملك الرد الرادع لمثل هذه التصرفات والابتزاز قد يكون أخلاقيا بصور أو مقاطع فيديو خاصة أو أخذت كرها وغضبا وهي أكثر من صور الابتزاز على الشبكات الاجتماعية، وقد يكون ماليا من قبل أشخاص أو من قبل عاملين في مؤسسة أو شركة خاصة عند ترك العمل أو الفصل، فقد تكون بجوزته معلومات فيساوم صاحب المؤسسة الشركة على تلك المعلومات. والتزوير من أكثر الجرائم نظم المعلومات انتشارا على الإطلاق، ويتم التزوير في صور شتى منها على سبيل المثال: إدخال بيانات خاطئة أو التعديل البيانات الموجودة ومن صورها على الشبكات الاجتماعية تزويد البيانات الخاصة للشخص مثل الجنس أو العمر أو وضع صورة مخالفة للواقع.¹⁷

5-2-4- انتهاك الحقوق الخاصة والحقوق العامة:

الخصوصية الشخصية الخاصة أو الخصوصية الاعتبارية للمواقع من الحقوق المحفوظة والتي يعتبر الاعتداء عليها جرما يستحق صاحبها العقاب والتجريم، وقد أدى انتشار الشبكة وخاصة الاجتماعية، بما تحمله من خصوصية اجتماعية للشخص والمواقع إلى سهولة هتك مسار الحقوق والتلاعب بها أما بالتعطيل أو التغيير أو بالاستغلال السلبي لها ولمعلوماتها، وانتهاك الخصوصية تم من عدة طرق منها انتحال الشخصية الخاصة للأفراد أو الاعتبارية للمواقع والشركات، فلكل شخصية فردية واعتبارية حقوقها المحفوظة، وخاصة للشخصيات المهمة والمعروفة وأصحاب الرئاسات الكبرى، وكذلك الحال مع المواقع الشهيرة والمتميزة، استغلالا للنفوذ والشهرة والثقة الاعتبارية لكثير من الشخصيات والمواقع.¹⁸

5-2-5- تكريس العزلة الاجتماعية:

حيث يحذر كثير من التربويين والأخصائيين النفسيين من خطورة إدمان الأفراد للانترنت أو أي متحدث تكنولوجياي آخر بعامة. لما له من انعكاسات سلبية على حياتهم وسلوكياتهم؟، حيث تؤدي إلى تدمير قيم المجتمع ومعايير وانتشار السلوك المضاد للمجتمع كالجريمة والعنف والفوضى، بالإضافة إلى تعرض

الأبناء وخاصة المراهقين في المرحلة الثانوية أو الجامعية لكافة أشكال الاضطرابات النفسية المتزايدة، وفقدان الثقة بالنفس.¹⁹

حيث تعتبر العزلة الاجتماعية من بين القضايا الاجتماعية التي افرزها استخدام الانترنت ومع التطور الكبير للشبكات الاجتماعية عبر الانترنت أصبح الأفراد يتعلقون بشكل كبير بالعلاقات التي ينشئونها عبرها ويقضون وقتا كبيرا أمام الشاشة أكثر من الوقت الذي يخصصونه للأشخاص الواقعيين في حياتهم والذين تجمع بينهم علاقات مختلفة وهو ما يؤدي إلى العزلة الاجتماعية.

ونظرا للوقت الكبير الذي يقضيه الأفراد وهم يتصلون مع آخرين عبر الشبكة أكدت الكثير ممن الدراسات انه كلما زادت ساعات استخدام الانترنت، كلما قل الوقت الذي يقضيه الأفراد مع الأشخاص الحقيقيين في حياتهم وهذا من شأنه أن يؤثر على العلاقات الاجتماعية ويتسبب في العديد من المشاكل يأتي في مقدمتها العزلة الاجتماعية، ففي المنزل الحديث الذي تقطنه أسرة ذات نواة واحدة: "أبوان وأطفال" نجد أن كل فرد في الأسرة أصبحت له وسائله المنفصلة للوصول إلى مصادره الاتصالية الخاصة ويزداد اهتمام المواطن العربي لاسيما الجيل الجديد بما تحويه الشبكة العنكبوتية من مزايا وخدمات ويعمل كثير منهم على استثمارها كأحد الشروط المطلوبة للحصول على المواقع والوظائف والتقدم الاجتماعي.²⁰

لكن حتى وان كان الكمبيوتر والدخول إلى شبكة الانترنت وغرف الدردشة تعبيرا عن صيحة علمية وتكنولوجية باهرة، فإنها في وجهها الآخر تعبير عن الفراغ العاطفي والنفسي والوجداني لدى بعض الأفراد، وخصوصا في هذا العصر الذي يغلب عليه الطابع المادي، كما أن الإقبال الشديد على غرف الكمبيوتر والدردشة عبر الانترنت يعبر - في أحيان عديدة- عن غياب الضبط الأسري والهروب من العلاقات الاجتماعية المباشرة والواضحة إلى علاقات محكومة بالسرية ومحاطة بالكتمان ومأمونة العواقب في ظاهرها إلى أنها قد تقود في النهاية إلى مزلق خطيرة تعصف بحياة الأفراد ومستقبلهم.²¹

وفي الجملة لكل تقنية جديدة مؤيدين ومعارضين وتبقى الشبكات الاجتماعية تقدم الكثير من الخدمات والمنافع والتي لو استغلت تمام الاستغلال لتحقق منها فائدة كبيرة لكثير من مستخدمي الانترنت.²²

6- أنواع مواقع التواصل الاجتماعي:

6-1- التصنيف الأول:

6-1-1- نوع أساسي: وهذا النوع يتكون من ملفات شخصية للمستخدمين وخدمات عامة مثل: المراسلات الشخصية ومشاركة الصور والملفات الصوتية والمرئية والروابط والنصوص والمعلومات بناء على تصنيفات عديدة مرتبطة بالدراسة أو العمل أو المجال الجغرافي مثل: مواقع الفيسبوك، ماي سبيس، وهاي فايف....

6-1-2- نوع مرتبط بالعمل: وهو من أنواع الشبكات الاجتماعية الأكثر أهمية وهي ترتبط بأصدقاء العمل بشكل احترافي وأصحاب الأعمال والشركات وتتضمن ملفات شخصية للمستخدمين تتضمن سيرتهم الذاتية وما قاموا به في سنوات دراستهم وعملهم ومن قاموا بالعمل معهم.

6-1-3- ميزات إضافية: هناك بعض الشبكات الاجتماعية توفر مميزات أخرى مثل: التدوين المصغر *Micro blogging* مثل: موقع تويتر، بلارك والشبكة الجغرافية مثل: موقع برايت كايث.²³

6-2- التصنيف الثاني:

6-2-1- النوع الأول: يختص بالاتصالات وإيجاد وتبادل المعلومات، من الأمثلة على هذا النوع من التواصل الاجتماعي:

- مواقع الترابط الشبكي الاجتماعي: لعل من أشهر هذه المواقع هو موقع "فيس بوك" و"لينكدان" وهي مواقع تمكن المستخدمين من التواصل المباشر ببعضهم ومشاركة الاهتمامات والفعاليات، كما يمكن استخدام تلك المواقع للبحث عن أصدقاء الدراسة.

- مواقع الفعاليات: هذه نوعية من المواقع لتنظيم الفعاليات والتحكم بعدد الأشخاص المدعوين، كما تمكن هذه المواقع من استخدام تحديد المواقع الجغرافية (*LBS*) لتحديد موقع التجمع، مما يميز هذه المواقع الالكترونية إمكانية التحدث التلقائي، فيمكن التغيير مباشرة دون الحاجة لإبلاغهم للفعالية تغيير الموقع والزمان وبالتالي يتعرف كل المدعوين كل على حدة.²⁴

- المدونات: تعرف المدونة على أنها صفحة انترنت ديناميكية تتغير زمنيا حسب المواضيع المطروحة فيها، حيث تعرض المواضيع في بداية المدونة حيث تاريخ نشرها (حديثه النشر أولا ثم التي تليها وهكذا)، والموضوعات التي يتناولها الناشر في مدونات تتراوح ما بين اليوميات، الخواطر، التعبير المسترسل عن الأفكار، الإنتاج الأدبي والموضوعات التخصصية في هذا المجال التقني.

- يمكن تصنيف المدونات حسب محتواها إلى خمسة أنواع: كتابية، صورية (*photo blog*)، مدونات فيديو (*vidéo blog*)، مدونات صوت (*audio blogging*)، مدونات باستخدام الهاتف الجوال (*moblog*)

6-2-2- النوع الثاني: من مواقع التواصل الاجتماعي والتي تعرف بمواقع التعاون وبناء ترفيهي مواقع تمكن العديد من الناس الاشتراك في تكوين معلومات مترابطة العمل (الويكي) بشكل منطقي عن طريق روابط الكترونية، من أفضل الأمثلة موقع ويكيبيديا الموسوعة العلمية والتي بنيت من قبل مستخدمين عن طريق مشاركة المعلومات.

6-2-3- النوع الثالث: من مواقع التواصل الاجتماعي هي مواقع الوسائط المتعددة: مواقع التصوير والفن (*photo sharing*) يمكنك الاشتراك في العديد من مواقع تخزين و بث الفيديو، باستخدام هذه النوعية من المواقع يمكنك مشاركة الآخرين المقاطع الصوتية والموسيقى، كما يمكن الموسيقيين من نشر إبداعاتهم الموسيقية والتعرف على رأي الجمهور فيها، كما تمنحهم فرصة استكشافها من قبل شركاء الإنتاج الفني.²⁵

مواقع التصوير والفن (*photo sharing*): تقدم هذه المواقع العديد من الفوائد حيث تمنحك مكانا يمكنك فيه حفظ تخزين وعرض أعمالك الفنية سواء كانت صورا أو رسومات فنية حيث يتمكن الناس من رؤيتها وإبداء الإعجاب أو النقد لها، كما تفيد في إمكانية بيع أعمالك للغير وإيجاد دخل مالي منها، وبناء على نوعية الفن هناك العديد من المواقع مثل: *deviant art .flicker. photobucket. picasa. smugmung.zoom*²⁶

6-2-4- النوع الرابع: هي مواقع الرأي والاستعراض (*reviews and opinions*)، استعراضات السلع.

استعراضات السلع: *PRODUCT REVIEWS*

تخيل انك تود شراء سيارة جديدة، أو جهاز كمبيوتر حديث يمكنك زيارة مواقع الآراء لمعرفة رأي من اشتروا هذه السلع قبلك وتقييمهم لها، كما يمكنك معرفة جودة المنتج ومدى تحمله لعوامل الزمن والاستخدام اليومي، أما إن أردت فيمكنك زيارة مواقع استعراض مميزات ومواصفات السلع حيث نحصل على رأي خبراء في المجال، كما انك ستجد رأي المستهلكين في نهاية التقييم لإعطائك صورة واضحة عن المنتج وعن مميزاته، يمكنك زيارة العديد من مواقع الرأي والاستعراض التالية:²⁷ *opinions, Month shut*

6-2-5- النوع الخامس: من مواقع التواصل الاجتماعي هي المواقع الترفيهية الاجتماعية مواقع العوالم الافتراضية (*vertual WORLDS*)²⁸.

لقد طرح مصطلح الحقيقة الافتراضية *virtual reality* لأول مرة في عام 1989 وقد أطلقت مصطلحات أخرى عديدة تشير إلى هذا المفهوم منها: الحقيقة الاصطناعية *Artificial Raelity* عام في السبعينات، و *CYBERSPACE* عام 1984 ومؤخرا العالم الافتراضية *virtual world* والبيئات الافتراضية *virtual environments* في التسعينات.²⁹

7- الفاييبوك: الماهية والأثر:

7-1- تعريف الشبكة الاجتماعية الفاييبوك :

الخلفية والنشأة: الفاييبوك (*Facebook*) وموقعه الرسمي (*www.Facebook.com*) شبكة للتواصل الاجتماعي ينتمي إلى مواقع الويب (*web:2.0*)، ويمكن الاشتراك به مجانا، تديره شركة "الفايبوك" محدودة المسؤولية كملكية خاصة لها، فالمستخدمون بإمكانهم الانضمام إلى الشبكات التي تنظمها المدينة أو جهة العمل أو المدرسة أو الإقليم.... الخ، و ذلك لأجل الاتصال بالآخرين والتفاعل معهم، ويمكن للمستخدمين إضافة أصدقاء إلى قائمة أصدقائهم وإرسال الرسائل إليهم، وأيضا تحديث ملفاتهم الشخصية وتعريف الأصدقاء بأنفسهم.

* وتعود فكرة تسمية الموقع ب: "فايبوك" أو "كتاب الوجه" في الأساس إلى دليل الصور الذي تقدمه الكليات والمدارس التمهيديّة في الولايات المتحدة لأعضاء هيئات التدريس والطلبة الجدد، والذي يتضمن تعريفا لأعضاء الحرم الجامعي كوسيلة للتعرف، حيث يعرف هذا الدليل في الولايات المتحدة الأمريكية أيضا هذا الاسم³⁰ وشعار هذه الشبكة هو "الفايبوك شبكة اجتماعية مجانية وسيبقى كذلك *It's free*" وهذا يعني إن الطابع التجاري في هذه الشبكة يأتي بعد الطابع الاجتماعي الإنساني، فأول ما فكر فيه مؤسس هذه الشبكة هي كيف يجعل الكل متواصل ومتصل مع الآخرين بجميع الطرق أينما كان، وبعدها فرض الطابع التجاري نفسه كعمول لإرباح هذه المؤسسة عن طريق الإشهار والشراء والبيع ومختلف التطبيقات المتصلة وكذا مجموعة الأعمال التي يحصل داخل هذه الشبكة.

قام مارك زوكربورغ (*Mark Zuckerberg*) بالاشتراك مع زملائه في جامعة هارفرد (*HARVARD*) وقتها داستين موسكو فيتز (*DUSTIN MOSKOVITZ*) وكريس هوز (*Chris Hughes*) وهم مختصون في برمجيات ودراسة علوم الحاسب وتأسيس الفاييبوك كشبكة اجتماعية في عام 2004، ليفتح مجال العضوية به أمام جامعات ستانفورد (*Stanford*) وكولومبيا (*Columbia*) ويال (*yale*) بعد ذلك، ثم اتسع الموقع أكثر وفتح أبوابه أمام جميع كليات مدينة بوسطن وجامعة أيفي ليج، شيئا فشيئا أصبح متاحا للعديد من الجامعات في كندا والولايات المتحدة الأمريكية، وفي 26 سبتمبر عام 2006 فتح الموقع أبوابه أمام جميع الأفراد البالغين من العمر ثلاثة عشر سنة فأكثر والذين لديهم عنوان

بريد الكتروني صحيح، ويشغل بالمؤسسة حاليا أكثر من 1.700 فرد.³² أما عالميا فتعد المواقع الاجتماعية عامة أربعة من بين الخمس المواقع الأولى الأكثر زيادة، بحيث يتصدرها موقع الفيسبوك، حسب الموقع العالمي المختص في الإحصاءات الكسا (Alexa)³³ إن الفيسبوك هو ثاني موقع من حيث الزيارات بعد موقع البحث جوجل وهو الأول من حيث انه شبكة اجتماعية وموقع للتواصل الاجتماعي، وهذه الإحصائيات من بين أهم أسباب اختيار هذا المجتمع الافتراضي الفيسبوك كنموذج للمجتمعات الافتراضية على شبكة الانترنت، عربيا وحسب آخر الإحصائيات فان هناك أكثر من 24 مليون عربي³⁴ على الفيسبوك، 64% منهم ذكور و36% إناث.

7-2-2- الوصف التقني لموقع الفيسبوك :

يتضمن الفيسبوك عددا من السمات التي تتيح للمستخدمين إمكانية التواصل مع بعضهم البعض ونشر أنواع متعددة من المعلومات بجميع إشكالها، ومن بين هذه السمات:

7-2-2-1- الأرصدة: (les comptes) هناك أربعة أنواع من الأرصدة على الفيسبوك أولها الرصيد العادي أو رصيد المستخدم (profile)، أو (les comptes d'utilisateur) والثاني صفحات المحبين (les pages de fans) وهي في الغالب خاصة بالمؤسسات والتخصصات المشهورة محليا أو عالميا وتستخدم عادة لأغراض التجارية، ثالثا المجموعات (les groups) والتي تجتمع بشأن قضايا أو أفكار وغيرها وأخيرا أرصدة الأحداث (Event) وذلك للتذكير والتجمع لإحياء حدث ما داخل الفضاء الافتراضي أو نقلها وتجسيدها في الفضاء الواقعي.

7-2-2-2- الملفات الشخصية (profiles): ومن خلال الملف أو الرصيد الشخصي يمكن التعرف على اسم الشخص ومعرفة المعلومات الأساسية عنه مثل: الجنس، تاريخ الميلاد، البلد، الاهتمامات والصورة الشخصية بالإضافة إلى غيرها من المعلومات، يعد الملف الشخصي بوابة الدخول لعالم الشخص، فمن خلال الصفحة الرئيسية للملف الشخصي يمكنك مشاهدة نشاط الشخص مؤخرا ومن هم أصدقائه، وما هي الصور الجديدة التي رفعها إلى غير ذلك من النشاطات.

7-2-2-3- لوحة الحائط: (Wall) وهي عبارة عن مساحة مخصصة في صفحة الملف الشخصي لأي مستخدم، بحيث تتيح للأصدقاء إرسال الرسائل المختلفة إلى هذا المستخدم، وتتيح للمستخدم تقاسم معلومات (صور، تعليقات، مقاطع فيديو، ... الخ) والتغير الآني.

7-2-2-4- الحالة: (status) التي تتيح للمستخدمين إمكانية إبلاغ أصدقائهم بأماكنهم وما يقومون به من أعمال في الوقت الحالي، ويمكن من خلاله تقاسم الصور والروابط (links) والنصوص ومقاطع الفيديو والأحداث المرتقبة .

7-2-5- الصور (photo): التي تمكن المستخدمين من تحميل الألبومات والصور من أجهزتهم إلى الموقع، كما يعد الفايسبوك من أشهر المواقع من حيث تحميل الصور حيث يتم تحميل 14 مليون³⁵ صورة إلى الموقع يوميا.

7-2-6- سمة النكزة (pokes): التي تتيح للمستخدمين إرسال "نكزة" افتراضية لإثارة الانتباه إلى بعضهم البعض وهي عبارة عن إشعار يخطر للمستخدم بان احد الأصدقاء يقوم بالترحيب به.

7-2-7- التقاسم أو المشاركة:³⁶ (Share) (partager) هذه السمة تمكن المستخدم من تقاسم معلومات (صور أو غيرها) مع أصدقاءه أو الكل.

7-2-8- الرسائل (Messages): تتيح هذه الخاصية إمكانية إرسال رسالة مباشرة للشخص، سواء كان في قائمة الأصدقاء لديك أو لم يكن كذلك.

7-2-9- سمة الاستحسان (J'AIME): وهي سمة قام المطورون على هذه الشبكة الاجتماعية بإصدارها .

7-2-10- الأحداث المرتقبة (Events): وهي تجمعات قصد إحياء أحداث شخصية أو جماعية ستقام على الفايسبوك أو في الفضاء الواقعي.

7-2-11- المحاورة الآنية (Chat): اصدر الفيسبوك تطبيق إرسال رسائل فورية إلى شبكات الاتصال باستخدام برنامج (Comet) وأطلق عليه اسم (Chat) ويوفر هذا التطبيق للمستخدمين إمكانية التواصل مع أصدقائهم.

جدير بالذكر إن لوحة الحائط الخاصة بالمستخدم تمكن كل مستخدم من مشاهدة الملف الشخصي لهذا المستخدم وفقا لإعداد الخصوصية.³⁷ التي تقوم بإدخالها على رصيده حيث يقوم الموقع لمستخدميه القدرة على التحكم في نوع البيانات التي يمكن تبادلها مع الأصدقاء بصورة تلقائية، فضلا عن ذلك فإنه يمكن للمستخدمين مع أصدقائهم من مشاهدة التحديثات التي تطرأ على أنواع محددة من الأنشطة التي يقومون بها مثل: التغيير في الملف الشخصي أو الرسائل المكتوبة على لوحات الخاصة بهم والأصدقاء الذين تمت إضافتهم مؤخرا.³⁸

7-3- إحصائيات عن استخدامات الفيسبوك :

بلغ عدد مستخدمي الفيسبوك النشطين في العالم إلى غاية جويلية 2011 حوالي 800 مليون مستخدم، وتشير إحصائيات إن 11% من سكان العالم يملكون حساب الفيسبوك يدخل 50% إلى الفيسبوك يوميا ومتوسط عدد الأصدقاء للمستخدم الواحد 130 و80 صفحة ومجموعة مشتركة بها. وتشير الإحصائيات أنه 20 مليون تطبيق يسجل يوميا في الفيسبوك، وخلال 60 ثانية فقط:

- 510 آلاف مستخدم يصنع تعليقات *Poste Comment*
- يتم تحديث 293 ألف حالة *Status updates*
- يتم تحميل 136 ألف صورة *Uploads photos*
- 3 بليون قطعة محتوى يتم مشاركتها في الشهر.
- 50% من المشتركين الذين تتراوح أعمارهم بين 18 و34 سنة يفتحون صفحة الفيسبوك بمجرد استيقاظهم من النوم في حين إن 28% يتصفحون صفحاتهم قبل النوم .
- وحسب إحصائيات موقع (*socialhadker.com*) المتخصص في متابعة شبكات التواصل الاجتماعي على الانترنت تأتي الولايات المتحدة الأمريكية أول القائمة من حيث عدد مستخدمي الفيسبوك وذلك بأكثر من 157 مليون مستخدم، تليها اندونيسيا والهند بأكثر من 41 مليون مشترك ثم البرازيل بأكثر من 35 مليون مشترك أما في العالم العربي فتصدر مصر القائمة بعدد مستخدمين فاق تسعة ملايين مشترك ثم السعودية والمغرب بأكثر من 4 ملايين تليها الجزائر في المرتبة 4 بما يقارب 3 ملايين مستخدم ثم تونس والإمارات بأكثر من مليوني مستخدم.³⁹

7-4-4- إيجابيات وأضرار الفيسبوك:

- 7-4-4-1- إيجابيات الفيسبوك: هو نشاط نفسي مجدي يزودنا بإحساس الرفاهية إلى مستوى عميق بالإضافة إلى نسبة الوقت غير العادية التي يقضيها الناس على صفحات الفيسبوك والتي قد تعكس قدرة موقع التواصل الاجتماعي المذكور على إشباع حاجات الأنا الأساسية بالنسبة لحالة الإنسان.
- إن الفيسبوك هو أداة مفيدة ضمن جهود الأشخاص الرامية إلى الحفاظ على شعورهم بقيمة الذات وثقتهم بأنفسهم.
- الفيسبوك وسيلة تواصل مجانية ويعد واحد من أفضل وسائل التواصل الاجتماعي حيث انه بإمكاننا إنشاء صفحة خاصة للدراسة فيتسنى للطلاب إن يشاركوا فيها دروسهم وواجباتهم ومشروعاتهم واختياراتهم.
- الانغماس في مجتمع آخر من حيث النوعية التي يختارها الباحث.
- متابعة جديد الأخبار وملخصات الأحداث.
- الفيسبوك هو انفتاح ثقافي معرفي واسع بين الدول ويساعد على سرعة التواصل والتعارف بين الأشخاص لمعرفة أهم أخبارهم وأهم الأحداث على المستوى الاجتماعي والرياضي والفني والديني وجميع المجالات.
- سهولة الاستفادة منه في حقل الدعوة ونشر النصائح والتوصيات.
- تحول العالم إلى شبكة مصغرة يتواصل فيها الناس على اختلاف أجناسهم بسهولة.⁴⁰

7-4-2- أضرار الفيسبوك:

- هو موقع بات يؤرق الآباء والمربين في المؤسسات التربوية التي تحرص على التنشئة جيل مسلم ويمكن إن تتلخص أضراره فيما يلي:

1- أضرار نفسية: حيث إن أي عضو يستطيع نشر المعلومات والصور التي تتيح للأصدقاء مشاهدتها وقد تنحدر إلى الحضيض وانعدام الحياء.

2- أضرار اجتماعية: ويعتبر عنها البعض بالقول انه يمكن لأي شخص وضع اسم مستعار وإضافة اسم أي عائلة يريد تشويه سمعتها ووضع معلومات أو صور مخلة بالآداب مما يؤدي إلى الكثير من المشاكل.

خلاصة:

بعدما استعرضنا في محتوى الفصل الأول حول شبكات التواصل الاجتماعي عامة وموقع الفايسبوك خاصة، لا يسعنا إلا الإقرار بأهمية ومكانة هذه المواقع في حياتنا ودورها الفعال الذي بات من الصعب تجاهله وكذا إفرازاته هذه التكنولوجية المتقدمة من هويات افتراضية إلى مجتمعات وكيانات قائمة بذاتها في أواسط الكترونية تجسدت في مواقع تواصل ذا بعد اجتماعي وهذا إن دل فهو يدل على المميزات والخصائص التي وفرتها هذه المواقع ولعل من أبرزها هامش التعبير الحر للغير محدود عبرها والذي استقطب بدوره الكبار والصغار ليكون حقلا نشطا للتعبير في ذوات الأفراد وتوجيهاتهم.

¹ Arab British Academy for higher Education: <http://www.abache.co.uk>.

² ماجد رجب العبد سكي: التواصل الاجتماعي وأنواعه -ضوابطه-آثاره معوقاته، دراسة قرآنية موضوعية، رسالة لنيل ماجستير في التفسير وعلوم القرآن، الجامعة الإسلامية، غزة، 2011.

³ قاموس أكسفورد *Oxford Dictionaries*.

⁴ وائل مبارك خضر فضل الله: اثر الفيسبوك على المجتمع، المكتبة الوطنية السودان، 2011، ص 07.

⁵ *Manuella tescira- l'émergence de réseaux sociaux sur le web comme nouveaux outils de marketing, thèse département de communication, université d'Ottawa, 18 mai 2009, page: 22.*

⁶ زهير عابد: دور شبكات التواصل الاجتماعي في تعبئة الرأي العام الفلسطيني نحو التغيير الاجتماعي والسياسي، دراسة وصفية تحليلية، قسم العلاقات العامة والإعلان آية الإعلام، مجلة النجاح للأبحاث (العلوم الإنسانية) جامعة الأقصى، غزة، فلسطين، مجلة 26، 2012، ص 12.

⁷ *Manon le cone, les réseaux sociaux dans un stratégie de communication d'une grande entreprise, Mémoire pour l'obtention du diplôme de master, le04 juillet 2011, page: 27.*

⁸ محمد المنصور: تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على جمهور المتلقين : دراسة مقارنة للمواقع الاجتماعية والمواقع الالكترونية، رسالة ماجستير في الإعلام والاتصال، الأكاديمية العربية في الدانمارك، 2012، ص 27.

⁹ محمد المنصور: تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على جمهور المتلقين : دراسة مقارنة للمواقع الاجتماعية والمواقع الالكترونية، رسالة ماجستير في الإعلام والاتصال، الأكاديمية العربية في الدانمارك، 2012، ص 27.

¹⁰ وائل مبارك خضر فضل الله: مرجع سبق ذكره، 2011، ص 07-08.

¹¹ وائل مبارك خضر فضل الله: مرجع سبق ذكره، 2011، ص 09.

¹² *Romania Cachia: social computing- study one the use and impact of the online social networking, scientific and technical reports,usa,2008,page:02.*

¹³ *Romania Cachia: op.cit.page:20*

* *Romina Cachia.(2008): social computing: study on the use and Impact of one line social networking: JRC. Scientific and technical reports[online] <ftp.es/EURO doc/JRC 48650.PDF>*

¹⁴ علي بن عبد الله عسيري: الآثار الأمنية لاستخدام الشباب للانترنت، مركز الدراسات والبحوث، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، الطبعة، 1425 هـ، ص 44.

¹⁵ متفق عليه : البخاري : كتاب المناقب، باب علامات النبوة في الإسلام، حديث رقم (3411) مسلم : كتاب الإمامة، باب الأمر بلزوم الجماعة عند ظهور الفتن، حديث رقم (4890)

¹⁶ مشعل عبد الله القدهي : المواقع الإباحية على شبكة الانترنت وأثرها على الفرد والمجتمع، مدينة الملك عبد العزيز للعلوم والتقنية .ص 5.

¹⁷ حسن طاهر داود : جرائم نظم المعلومات ص 45.

¹⁸ *Rhp://www.facebook.com/groups/sssss 11111/.*

¹⁹ محمد عبد الهادي وآخرون : إدمان الانترنت وعلاقته بكل من الاكثاب والمساندة الاجتماعية لدى طلاب الجامعة، مجلة كلية التربية بيني يوسف، العدد 4، القاهرة، يوليو 2001، ص 4.

²⁰ مريم ناريمان نومار: تأثير استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على العلاقات الاجتماعية، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، جامعة باتنة، 2011-2012، ص 69.

- ²¹ إبراهيم إسماعيل عبده: العلاقات الاجتماعية عبر الانترنت - دراسة في الفرص الكامنة والمخاطر المنتشرة، منشورات مركز أسيار للبحوث والدراسات والإعلام، لبنان، 2009.
- ²² بوشعالة أمال : اتجاهات استخدام الشباب لمواقع التواصل الاجتماعي، دراسة في التأثيرات على التواصل الأسري، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في الإعلام والاتصال : تخصص : اتصال، سبتمبر 2013، جامعة المسيلة، ص 62.
- ²³ صهيب عيسي وصورية وهلة : تأثير استخدام شبكات لتواصل الاجتماعي على الممارسات المهنية للصحفي الجزائري : مذكرة لنيل شهادة الليسانس في الإعلام والاتصال، جامعة المسيلة، 2012، ص 93.
- ²⁴ علو محمد بن فتح محمد : مواقع التواصل الاجتماعي وآثارها الاخلاقية والقيمية، الجامعة الإسلامية، دون ذكر البلد، ص 05.
- ²⁵ علي محمد بن فتح محمد : المرجع السابق، ص 05.
- ²⁶ د.م صفاء زمان : الشبكات الاجتماعية **Social networks** تعريفها، تأثيرها، أنواعها. متاح علي : www.kse.org.kw
- ²⁷ د. م صفاء زمان : المرجع نفسه .
- ²⁸ علي محمد بن فتح محمد : المرجع نفسه، ص 05.
- ²⁹ عصام فريجات : مقال الحقيقة الافتراضية، مراكز مصادر التعلم والمكتبات المدرسية، متاح علو : www.informatics.gov.sa/lrc/redaltule
- ³⁰ محمد ناصر، حرب بيانات باردة بين : "غوغل" و"فايسبوك"، موقع الإسلام أون لاين، 2010/11/23.
- ³¹ موقع الفاييسبوك : <http://www.facebook.com/le:21/05/2011>.
- ³² للتعرف أكثر على مسيرة الموقع الرجاء زيارة الموقع التالي : <http://www.facebook.com/press/fler.php>
- ³³ موقع ألكس : <http://www.alesca.com/le:2001>.
- ³⁴ Arab advisous group(2001):<http://www.arabadviosous.com>.
- ³⁵ Goleve plate-fome.facebook.<http://developers.facebook.com/shoncase/>.
- ³⁶ بمعنى التشارك.
- ³⁷ الإعدادات الخصوصية: وهي إعدادات تسمح بحضر أو منع مجموعة أو كل المستخدمين للشبكة الاجتماعية بالاطلاع على معلومات معينة لا يردي المستخدم إفشاءها.
- ³⁸ للمزيد عن الموقع وتطوراتها:
- <http://www.facebook.com/press/info.php?atistics=!/press/info.php?timeline>.
- ³⁹ The social skinny. "too social media statistics for 2012online/ <http://the-socialskinning.com/social-media-statistics-for>.
- ⁴⁰ إكرام أبركان : دور الإعلام التواصلي الجديد في تحريك الثورات العربية : الأحد 10 فبراير 2013.

الفصل الثاني

المجتمع الافتراضي وتشكيل الهوية الافتراضية

تمهيد.

1. الهوية الافتراضية: المفاهيم والتصورات.
2. مفهوم الافتراضية.
3. مفهوم الهوية الافتراضية.
4. المجتمعات الافتراضية من خلال شبكات الإنترنت.
5. المقومات والتأسيس.
6. أنواع المجتمعات الافتراضية والكيانات الاجتماعية على شبكة النت.

خلاصة.

تمهيد:

شهدت السنوات الأخيرة اهتمام بالغاً بموضوع الهوية من قبل الباحثين والمفكرين، حيث أصبحنا مشككةً تميز كل ثقافة بالذات كما ذلك لتضج أزمة تعيينها الجماعات الثقافية في صميمها على حد قول "كلود لفي شتراوس" وتقع مثاله الهوية اليوم على مفترق الطرق وأصبحت تمثل الداء الجديد الذي يميز عصرنا.

و بعد مفهوم الهوية منه أكثر المفاهيم إثارة للجدل والنقاش والتشابك والتداخل خاصة في ظل التحولات العميقة التي شهدتها العالم اليوم، والتطور التكنولوجي الكبير الذي أصبح يهيمن على حياة البشر، فأصبحت الهوية وجه افتراضي يظهر به الفرد على شاشة التواصل.

الفصل الثاني: المجتمع الافتراضي وتشكيل الهوية الافتراضية:

شكلت ظاهرة الافتراضية أحد أهم إفرازات ظهور الإنترنت بوصفها تمثل نوعاً جديداً من الوجود، منذ ظهور وسائل الإعلام تقسم الواقع إلى وجود حقيقي تمثله تجربة المياه المعاشة فعلياً ووجود رمزي تقسمه وسائل الإعلام عن طريق إمكاناتها التقنية، يتسم هذا الوجود الرمزي أيضاً بصفة الواقعية لأنه يطابق أو يشابه الوجود الحقيقي في الكثير من مضامينه التطبيقية الإنترنت نوعاً آخر من الوجود هو الوجود الافتراضي¹.

1- الهوية الافتراضية: المفاهيم والتصورات:

1-1- مفهوم الهوية الافتراضية:

1-1-1- مفهوم الهوية:

إن كلمة الهوية من أصل لاتيني وتعني: الشيء نفسه، أو الشيء ما هو عليه أي أن الشيء له طبيعة نفسها التي لشيء آخر².

كما يعني هذا المصطلح في اللغة الفرنسية إلى مجموع الموصفات التي تجعل شخص ما معروف أو متعين³.

و يحي معجم روبير الفرنسي الهوي "باعتبارها الميزة الثابتة في الذات"⁴.

أما المصطلح في اللغة العربية:

لغة: مصدر صناعي مركب من المقطع (هو) وضمير المفرد الغائب بأداة التعريف (ب ال) ومن المقطع اللاحقة المتمثلة في "الياء" المشددة وعلامة التأنيث "ه" ومعناه الاتحاد بالذات.

اصطلاحاً: عرفها الجرحاني: أنها "الحقيقة المطلقة المشملة على الحقائق اشتمال النواة على الشميرة".

وقال الكفومي بأن الهوية تطلق على معان: التشخيص والشخص نفسه والوجود الخارجي⁵.

1-1-2- تصنيفات الهوية:

لقد طرحت تصنيفات عديدة للهوية ومتنوعة، وذلك لتعدد الباحثين واختلاف تخصصاتهم ونظراتهم وتصوراتهم وأطروحاتهم حول الهوية، فهذه التصنيفات ليست محصورة ولا مقيدة بالواقع الفعلي والعلمي ولا الزمان ولا المكان، بقدر ما هي مرنة يستخدمها الباحث حسب شروط بحثه، وما التصنيفات التي سنوردها فيما يلي إلا لفك اللبس عن مفهوم الهوية والتداخل في أبعادها ومؤثراتها، بين الهوية الفردية، والهوية الاجتماعية، والهوية الثقافية:

1-1-2-1- الهوية الفردية: يطرح البعد المزدوج للهوية الفردية إشكالاً أساسياً ما بين تلك الرغبة في التميّز كفرد أو كـ "أنا" مستقلة (وهذه تعني بها الدراسات السيكلولوجية التي تجعل من الشخصية الإنسانية محوراً أساسياً في تناولاتها، سواء في ذاته أو في علاقاته مع الآخرين، والتي نظرت إلى الهوية باعتبارها ذاتاً) وإما بين امتداد الهوية في نسق من الرموز والقيم الممتدة في قيم الجماعة وأدوارها ووظائفها (وهذه يعني بها علم النفس الاجتماعي الذي يرى بان الهوية أداة تسمح بالتفكير في العلاقة الموجودة بين الجانب النفسي والاجتماعي لدى الفرد، أي أنها تعبّر عن محصلة مختلف التفاعلات المتبادلة بين الفرد ومحيطه، ولذلك فهي مظهر من مظاهر الذات ناتج عن إدراك الأفراد لانتماءاتهم الاجتماعية، ويعبّر عنها من خلال الدلالة العاطفية لهذا الانتماء اعتماداً على تصنيف وانسجام التصور الاجتماعي للذات). وبهذا الطرح نحاول عرض هذا العنصر بالتحليل السيكلوسولوجي.

1-1-2-2- هوية الذات: غالباً ما يستعمل مصطلح الذات للدلالة على الهوية الشخصية، التي تشمل مجموع الخصائص التي يملكها الفرد، وتمنح له قيمته الاجتماعية والعاطفية. فهذه الهوية تقتضي تعريف الذات، بحيث يتضمّن الفكرة التي يكوّنها الفرد عن نفسه من جهة، والشعور بأنه لم يتغير من جهة أخرى. فيشمل بذلك مظهرين هما: الشعور بالذات وتقديرها الذي يعتمد على تحقيق الطموحات من أجل الموافقة الاجتماعية والتمثيل. كما تشمل الهوية الشخصية التاريخ الشخصي والوضعية والمكانة والأدوار والقيم والدافعية والقدرات، وترتكز الهوية الشخصية على الجسد ونزواته من عواطف وانفعالات، الوعي والشعور بالانتماء، والشعور بالوحدة والتماسك، والشعور بالتميز والاختلاف عن الآخرين، والشعور بالقيمة (تقدير الذات)، الشعور بالاستقلالية والثقة، وأن التفاعل بين هذه المشاعر المكونة للهوية تحدد بقسط كبير نوعية وحالة الهوية، وقد نظر السيد عثمان إلى الذاتية والتي تشير على أنها ذلك النتاج المتفرّد الذي تصنعه الذات وتصوغه، وتعهده صوتاً وتوكيداً وتنمية فهي إذن:

نتاج عمل، أي أنها ليست هبة معطاة فطرياً ووراثياً وهي: -صوغ قصد وتديبر، أي أنها ليست عشوائية أو مصادفة، ثم هي -موضوع مسؤولية الذات، صوتاً لتكوينها ووظيفتها، ورعاية لتمييز صيغتها وتفرّد تناميتها، وتوكيداً لاستقلاليتها، وجدارة مكانتها وكفاءة اقتدارها. وتحقيق الذات، إذ يؤكد فرديتها، ويعلي تفرّدها، ليس لإضعاف اجتماعيتها، ولا معطل لثقافتيتها، بل إنه مؤكّد

لاجتماعية الذاتية، إذ يؤكد فرديتها، بل انه مؤكد لاجتماعيتها في قلب فرديتها. وتنقسم الهوية الذاتية أو "الذات" إلى مستويات أربع نلخصها فيما يلي⁶:

-**الذات الواقعية:** وهي التي يدرك بها الفرد إمكانياته وقدراته، والأدوار المنوطة به، وهو يتضمن الاتجاهات الشعورية للفرد نحو نفسه، وتتراوح هذه الاتجاهات بين قطبين احدهما سالب في رفض للذات الاجتماعية، أو السخط عليها، والثاني موجب وهو نتيجة نحو تقبل الذات والرضى عنها.⁷

-**الذات الاجتماعية:** وهي ذاتنا كما نعتقد أن الآخرين يروننا، أو على الرغم من أن هذه النظرة قد لا تكون مطابقة في الواقع للصورة التي يرانا بها الآخرون فعلاً، فإن هذا المستوى له تأثيراً مباشراً في سلوكياتنا، والطريقة التي نجهد بها لإثبات هويتنا. وتقوم الذات الاجتماعية على حاجتين هي الحاجة إلى الأمن، والحاجة لاحترام الذات، وبينهما علاقة جدلية .

-**الذات الظاهرية:** يفسر الفرد في الغالب القيمة الاجتماعية للذات على ضوء خبراته الشخصية، فهو يحوّل اتجاهات الآخرين نحوه طبقاً لمدركاته، وهذه الوظيفة التي تقوم بها الذات الظاهرية التي تعتبر وسيلة الفرد وطريقته في إدارة هويته، وتنظم اتجاهاته نحو الآخرين، وتسمى الذات الظاهرية لأنها الوجه الوحيد من الهوية التي يدركها الشخص حقيقة.

-**الذات المثالية:** وهي النموذج الذي يرغب الفرد، أو يأمل أن يكون عليه، ويتوقف ذلك النموذج المرغوب على مستوى الطموح، ومدى تناسبه مع قدرات الفرد، والفرص المتاحة له لتحقيق ذاته وانجاز هويته.

1-1-2-3-هوية الفرد: هي إدراك الفرد نفسياً واجتماعياً لذاته، والدراية إلى توحد الذات مع وضع اجتماعي معين أو مع تراث ثقافي معين، أو مع جماعة سلالية أو جماعة قرايية. أو هي جهد للتوجه نحو الآخر لاكتساب بطانة الذات، وعودة من الآخر نحو الذات لإثبات وجودها المتميز. إن الإحساس بالهوية هو الأمر الذي يجعل شخصاً ما يشعر بكونه هو، ويبقى كذلك في الزمن، وبمعنى أكثر وضوحاً فإنها نسق من الأحاسيس والتمثلات التي يستطيع بواسطتها فرد ما الإحساس بتميزه. وبهذا المعنى فهوية الفرد هو ما يجعله مماثلاً لنفسه، ومختلفاً عن الآخرين. وفي هذا الصدد يعرفها بيير تاب *Pierre Tap* بأنها: "المسافة التي يقطعها الفرد بين محاولة التمييز عن الآخرين واضطراره للتطابق معهم، إنها جهد دائم لتوحيد آليات الذات، وانسجامها الداخلي، يبطل ضرورات قوالب الثقافة التي يعيشها الفرد و المجتمع الذي نشأ فيه، وذلك الإبطال نفسه هو الذي يدفعه لتحديد

تميزه، ورسم حدود هويته الفردية، وتتواصل عملية الإثبات والإبطال والعودة إلى الإثبات مدى الحياة⁸. يرى وليام جيمس *William James* بأن الهوية تقع عند نقطة التقاطع بين معرفة الذات، والمعرفة المتمخضة عن العلاقة مع الآخر، كما يعتبر إدراك الفرد للآخرين، وإدراك الآخرين له يكون الهوية الاجتماعية، أي أن ذلك ينطلق من التقاء "الأنا" مع "الآخر"⁹. أما تجفيل فيقول عن الهوية: "أن الهوية الاجتماعية للفرد مرتبطة بمعرفته لانتمائه إلى فئات اجتماعية، كما أنها مرتبطة كذلك بالدلالة الوجدانية التي تتمخض عن هذا الانتماء"¹⁰. أما عالم النفس الاجتماعي الأمريكي اريكسون *Erikson* فقد رأى بأن الهوية: "هي عملية تتم في إطار الثقافة الاجتماعية للفرد، وأنها ذات تأثير نفسي متزامن على كافة المستويات الوظيفية الفعلية، والتي عن طريقها يستطيع المرء أن يقيم نفسه في ضوء إدراكه لما هو عليه، وفي ضوء إدراكه لوجهة نظر الآخرين فيه، وأنها عملية نفسية اجتماعية دائمة التغيير والنمو". وقد أرجع اريكسون الإحساس الواعي بوجود الهوية إلى عاملين هما¹¹: إدراك تماثل أفراد الجماعة المحلية واستمرارية الوجود عبر الزمان والمكان. وإدراك حقيقة أن الآخرين يتعرفون عليه من خلال هذا التشابه والاستمرارية. فالشعور بالهوية يأخذ بالحسبان في جانب منه العلاقة بين الآخرين، فالفرد يكتسب هويته الخاصة من كل الهويات الفردية والجماعية. وأنه لتحقيق هوية الأنا الفردية والتي تتضمن أربع خصائص رئيسة ذكرها اريكسون نوجزها فيما يلي¹²:

-الفردية: وتعني الإدراك الواعي بالاستقلالية الفردية، وتحقيق هوية مستقلة واضحة.

-التكامل وتحقيق المتناقضات: أي الإحساس بالتكامل الداخلي واللانقسامية.

-التماثل والاستمرارية: أي الإحساس بالتماثل الداخلي والاستمرارية، بين ما هو ماضي، وما هو متوقع أن يكون في المستقبل، والشعور بأن حياة الفرد ملائمة له، وأنه يسير في اتجاه ذو معنى.

-التماسك الاجتماعي: وهو الإحساس الداخلي بالمثاليات والقيم التي يعتنقها بعض الناس، والشعور بالتساند الاجتماعية. والهوية الايجابية تحقق إحساس داخلي بالتماثل والاستمرارية، ويكونها ذات معنى للآخرين، وأن الفرد قريب لادراكاتهم وتوقعاتهم، وعند حسن ظن الآخرين، لذلك فالهوية كعملية مستقرة ليست فقط في ذات الفرد ولكن أيضا في ثقافته.

-الهوية الاجتماعية-الجماعية: لا تتعلق الهوية الاجتماعية بالأفراد فحسب، بل تتجاوز في مفهومها الفرد إلى الجماعة، إذ لكل جماعة هوية تتعلق بتعريفها الاجتماعي، وهو التعريف الذي يسمح بتحديد موقعها في المجموع الاجتماعي، ولقد وظّفها دونيس كوش *Denis Couche* بعملية

الاحتواء والأبعاد في نفس الوقت، لأنها تقوم بالتمييز بين "النحن" و"الهم". فالهوية الاجتماعية للفرد هي مجموع انتماءاته لمنظومة اجتماعية، كانتمائه إلى طبقة جنسية، أو عمرية، أو إلى مجتمع محلي بدوي أو ريفي أو حضري... الخ. لذلك فهي تتيح للفرد التعرف على نفسه من خلال المنظومة الاجتماعية المنتمى إليها، وتمكّن المجتمع من التعرف عليه¹³. وهي عبارة عن هوية "النحن"، وهي تلك الصورة أو ذاك الشكل الذي تكوّنه مجموعة معينة عن نفسها، وأنها تنشأ من الداخل (من الأفراد) باتجاه الخارج (تداولها داخل الجماعة).

1-1-2-4- الهوية الثقافية:

إذا كان الإنسان إنسان ثقافة معينة، فإن هويته تتحدّد بانتمائه إلى تلك الثقافة التي يمكن تسميتها بالثقافة القاعدية، التي هي نتاج نشاط الأفراد وحصيلة تفاعلهم مع بعضهم البعض من جهة، وتفاعلهم مع بيئتهم من جهة أخرى. وأن الإنسان ليس إنسان إلا بكونه عاقلاً يقيم علاقات مع مختلف الثقافات، وهو كائن اجتماعي تواصلية، ومن هنا ضرورة ربط الهوية بالعقل والبعدين الخاص والعام. تعتبر الهوية بمثابة الصورة التي تكونها جماعة ما عن نفسها، ويستنبطها أفرادها بإدماج التشابهات الدالة على الانتماء للجماعة، وإظهار خصوصيات مميزة عن باقي الجماعات في حركات انخراط للداخل، وحركات كتأكيد الاختلاف نحو الخارج. فالهوية الثقافية هي أيضاً الرمز أو القاسم المشترك، أو النمط الراسخ الذي يميز فرداً أو جماعةً أو شعباً من الشعوب عن غيره¹⁴.

إن الثقافة كمفهوم سوسيولوجي تشمل كل ما في البعد الأدبي والتراثي والمسرحي والفني، كما تشمل البعد الأنثروبولوجي الذي يطال الفن والأدب، كما يطال حقل التعابير الاجتماعية، والتي تميز جماعة بشرية معينة كالتقاليد والعادات، وأنماط الحياة والتصورات والأفكار والمعتقدات.

فالثقافة هي ماضي كما هي حاضر ومستقبل من المنظور السوسيولوجي. أي أن في كل ثقافة شقاً موروثاً، وشقاً آخر مكتسب من خلال الأنماط الثقافية السائدة، والمؤسسات التي تقوم بإنتاج وإعادة إنتاج شروط الإنتاج الثقافي. وبالتالي فالهوية الثقافية تتميز بطابعها المتقلب الذي يضيء عليها نوعاً من المرونة بسبب وضعيات الثقاف، فيلجأ حينها الأفراد والجماعات بصفة واعية أو لا واعية إلى بناء استراتيجيات توظيفها لتحقيق غاية ما، أو مصالح وأهداف محددة. وهي أساليب تتوقف على وضعية التفاعل، أي وفقاً لمختلف المحددات التاريخية والنفسية والاجتماعية والثقافية، بحيث يمكننا القول أن الهوية الثقافية هي نتاج تفاوض بين هوية ذاتية (فردية. اجتماعية) تتحدّد بذاتها، وهوية

خارجية يحددها الآخرون. وبهذا الطرح فالهوية لا تؤدي إلى الانطواء والتقوقع في المحيط أو المجال الاجتماعي، لان الفرد لا يحي في الماضي والحاضر فقط بل هو كائن مستقبلي. وبالتالي فالهوية الثقافية تنفك وتتشكل ويعاد تشكيلها من جديد تبعاً للحالات الإستراتيجية.

وفي هذا يرمي جورج لارتين *L,Geordg*¹⁵ إلى أن الثقافة تتسم بتنوع طرق الحياة، وتتخذ هذه الطرق شكل الاستمرارية في وحدة ووعي الذات تماثلاً مع الهويات الذاتية (الفردية والجماعية). فأثناء تشكيل الهوية يشارك معظم الأفراد في الصفات المعينة، أو ولاءات جماعات محلية معينة مثل الجنس أو الطبقة أو الدين أو العرف أو القومية التي تساعد على تحديد الذات وإحساسها بهويتها. ورأى لارتين أن هناك طريقتان لتصوّر وإدراك الهوية الثقافية:

- الأولى ماهوية طبقة مغلقة تفكر في الهوية الثقافية بوصفها حقيقة واقعية.
- الثانية تاريخية مفتوحة تفكر في الهوية الثقافية بوصفها شيئاً ما إنتاجه مستمراً، أي يتم إنتاجه بشكل متواصل في عمليات دائمة لم تكتمل اطلاقاً.

فالهوية الثقافية هي موضوع سيرورة شأن "الوجود". أنها موضوع ينتمي للمستقبل بقدر ما ينتمي للماضي، إنها ليست شيئاً ما موجوداً بالفعل مجاوزاً أو مفارقاً للمكان والزمان والتاريخ والثقافة. فالهويات الثقافية تنبثق من أماكن لها تاريخ، لكنهم مثل كل شيء وحدث تاريخي يعانون ويكابدون التغيير والتحوّل الدائم.

الهوية الثقافية هي تعبير عن الحاجة للاعتراف والتقدير للإنسان كما هو تفرده وتميّزه، ففي الهوية الثقافية تشغل جدلية الذات والآخر، وتعيد كل جماعة بشرية تأويل ثقافتها من خلال اتصالاتها الثقافية، أو قد تنتزع نحو المثاقفة وما شابهها، وهي كائن اجتماعي يتحوّل ويتغيّر من الداخل على ضوء تغيّر المصادر القيمية والسلوكيات، ومن الخارج بفعل أشكال التأثير الخارجي الناتج عن علاقة الفرد بالمحيط، وايضاً كيان يسير ويتطور، وليست معطى جاهزاً ولا نهائياً. وهي تسير وتتطور أما في اتجاه الانكماش، وإمّا في اتجاه الانتشار، وهي تعني بتجارب أهلها ومعاناتهم، وأيضاً باحتكاكها سلباً وإيجاباً مع الهويات الثقافية الأخرى التي تدخل معها في تغيّرات معها من نوع ما. ويضيف القول محمّد عابد الجابري عن الهوية الثقافية: "أنها الحد المكتسب من المعارف والتصورات والممارسات الفكرية لدى الإنسان في محيطه الاجتماعي، والتي تلقاها لمصلحته ولمصلحة هذا المحيط".

ونجد إيمانويل رينو *E.Rino*¹⁶ في مقاله "التصورات الأوروبية للهوية" يتصوّر أن الهوية هي عبارة عن: "تصوّر يكونه فرد أو جماعة عن خصوصيتها، كما هو تمثيل لقيمتها الخاصة، ويمكن أن نسلم على وجه صحيح لكل واحد بكونه يستطيع أن يعيش حياته، وفقاً لما تتوقف عليه قيمه حسب رأيه. وأن مطالبات الهوية قد تعود إلى الإنكار الجذري لقيم الجماعات الإنسانية الأخرى... وقد تكون مسألة الهويات الجمعية في غالب الأحوال مردودة إلى بعدها الثقافي، وبدون شك بكونها الأكثر استقراراً والأكثر جموداً. غير أنه يصعب أن نتكلم عن هويات بدون الرجوع إلى الهوية الشخصية، وتضمّ هذه في ذاتها هويات جمعية عديدة (الهوية الأسرية، المهنية، الاجتماعية، السياسية، الدينية، الثقافية...). والحال أن الهويات الجمعية إذا رُدت إلى الهوية الشخصية التي لا تكون منها إلا مثل مظاهر مختلفة، فإنها تفقد ظاهرها الثابت والجامد، لان من حق كل فرد أن يقف فيما بينها، وأن يُسهم في إعطائها دلالة ومعنى وقيمة.

وهكذا تبدوا الهويات الجمعية كتصورات مستقلة لقيم نسبية وخاصة، إذا كان التفكير فيها يُنشِطها...¹⁷، إن المجتمعات المحلية تمتاز وتختلف باختلاف البيئة الطبيعية والايكولوجية (في أساليب تكيف الناس ومعيشتهم، وطرق مواجهتهم للحياة في بيئات مختلفة، فالبدوي أو الريفي أو الحضري هو نتاج هذه البيئات الايكولوجية). والبيئة الاجتماعية (في معيشة جماعة منظمة ومنظمة في مكان معين، تشترك في مجموعة من الاتجاهات والأهداف والمصالح، وأنماط السلوك والتصورات، والتي هي عبارة عن المشاعر الجماعية والأفكار، التي تزود الجماعة بوحدها بصفاتها الفريدة، وشبكة للعلاقات الاجتماعية التي تختلف بين المجالات متدرجة من الحياة الجماعية إلى الحياة الفردية، ومن ذاكرة جماعية لكل مجتمع محلي نابغة من الممارسات الاجتماعية والثقافية).

والبيئة الثقافية (وما تتضمنه من أنماط معيشية، وأساليب فكرية وسلوكية، معتقدات ومشاعر واتجاهات، وقيم وعادات وتقاليد، وتكنولوجيا حديثة من عدمها. أي من أنماط تقليدية وأخرى حديثة ومعاصرة...). نفهم من كل هذا أن لكل مجتمع محلي أو جماعة في تجمع سكني تضع لنفسها مجالاً حيويًا ماديًا معنويًا تتحرك ضمنه، لإنتاج الحياة ولإعادة إنتاجها من جديد، والقيام بالأنشطة، والعمل على الإيفاء بالحاجات الضرورية للعيش.

إن التزام الأفراد ضمن مجالاتهم العمرانية الاجتماعية بالتمسك بالتنظيم الاجتماعي، وبالسير والقيم والمعايير الاجتماعية السائدة، أو للحياة الجماعية أو للحياة الفردانية المبنية على التغير واللاتجانس. وبتقوية الروابط الانتمائية المؤكدة على التكامل والتضامن والتناصر والانسجام كتوحد

وإفراز للروح الجماعية في العمران التقليدي (البدوي-الريفية) أو الإضعاف منها وضعفها وانحلالها واستبدالها أو بشيوع النزعة الفردية والاستقلالية في العمران الحضري الحديث.

كما أن ارتباط واندماج الأفراد ضمن جماعة انتماء، أو جماعة مرجعية، تدفعهم إلى تقمص شخصيتها، والتوحد وأنفسهم بها وبقيمها وقواعدها وضوابطها وسلوكياتها. بحيث يسعون من خلال هذا الانتماء إلى توطيد الهوية الجماعية. وفي المقابل دليل على وجوده، ومن ثمة تبرز سلوكيات الأفراد للتعبير عن الهوية والانتماء، وبالتالي تظهر لنا الهوية الجماعية أو الفردية التي تنشأ بين الأفراد ومجالاتهم (الحي، القرية، المدينة، الجماعة القرابية...)). وبهذا يمكن لنا القول إن الهوية هي التمسك بالذاكرة الجماعية والتي هي إعادة بناء الماضي. لذلك نجد لكل مجال عمراني ذاكرته الجماعية الخاصة به، تربط أفرادهم بعمرانهم، وتشكل لهم هوية خاصة تميزهم عن المجتمعات المحلية الأخرى. إذ تعتبر الهوية نتاجاً لسيرورة تاريخية وتفاعلات اجتماعية تتم في مجال اجتماعي معيّن، وهذه التفاعلات تتولّد عنها معاني وقيم وخبرات مشتركة بين الأفراد لتعطي لنا في نهاية الأمر خصوصيات، وخصائص الجماعات والمجتمعات، مما يضمن استمراريتها، وهذا المجال الاجتماعي تحكمه أولاً ديناميكية خاصة به تعمل على تغييره وتطويره، وكما تشكل أيضاً وعاء لعمليات الاندماج الاجتماعي، مما يؤثر سلباً أو إيجاباً على الهوية وتشكلها. ويؤدي إلى إعادة إنتاجها بصيغ وأشكال مختلفة.

فالهوية تعمل بعد ذلك بكل أشكالها وتشكلاتها على إعادة إنتاج هذا المجال الذي صاغها. وفق التفاعلات التي تحكمها الموارد المادية والرمزية في إطار زمني (بدو، ريف، حضر، قرية، مدينة). فإن تعدد الأطر والمؤسسات والانتماءات التي ينتجها المجال الاجتماعي تترك الأثر الكبير في وعي الأفراد، وسلوكياتهم، وعلى أفعالهم وتفاعلاتهم، بالقدر الذي هم موضوع لها، أو هي موضوع لهم، وكذا بقدر وعيهم والتزامهم بها من عدمه¹⁸. إن الأفراد يتمتعون بشكل واعٍ أو غير واعٍ بحرية الاختيار في مجال تحديد هوياتهم، وهو الأمر الذي يسمح للفرد باستخدام العقل، حيث يمكن للشخص أن يتمتع بهويات مشتركة مع أكثر من واحدة، ويكون أحياناً اختياراً من بين مجموعة من الهويات البديلة أو المتضاربة.

1-1-3- عناصر الهوية:

يمكن التعرّف على عناصر الهوية بصفة عامة من خلال مؤشرات أو الخصائص والمميزات المتعلقة بالأفراد والجماعات والمجتمعات، كما نجد مثلاً أو متداول غالباً (مكان الولادة، روابط الأسلاف والأجداد، الانتماء القبلي، الانتماء السياسي، الانتماء المهني التنظيمي، الارتباط بمكان ما، الانتماء للمجال الاجتماعي العمراني، محل الإقامة ونوعية السكن، السلالة، الاسم، التصورات والآراء، المعتقدات، التنشئة الاجتماعية، الشكل الفيزيائي الخارجي، المحتوى الداخلي، الزي ... الخ). وأيّ كان المستوى فإن للهوية الإنسانية فردية كانت أو جماعية، تتضمن مجموعة من العناصر يمكن الإشارة إليها فيما يلي¹⁹:

-العناصر المادية والفيزيائية: وتشتمل على الحيازات، القدرات الاقتصادية والعقلية، التنظيمات المادية، الانتماءات الفيزيائية، والسمات المورفولوجية.

-العناصر التاريخية: وتتضمن الأحوال التاريخية مثل (الأسلاف، الولادة، الاسم، المبدعين، الاتحاد، القرابة، الحرفات الخاصة بالتكوين، تاريخ الحالة بصفة عامة). الأحداث التاريخية، الآثار التاريخية (العقائد، العادات، التقاليد، القيم، المعايير).

-العناصر الثقافية والنفسية: وتتضمن النظام الثقافي مثل (العقائد، الأديان، الرموز الثقافية، الإيديولوجية، نظام القيم الثقافية، أشكال التعبير الأدبي والفني). ثم العناصر العقلية مثل (النظرة إلى العالم، التصورات، نقاط التقاطع الثقافية، الاتجاهات والمعايير الجمعية). ثم النظام المعرفي ويتضمن (السمات النفسية الخاصة، اتجاهات نظام القيم، وبصفة عامة مقدمات الهوية).

-العناصر النفسية الاجتماعية: وتتضمن الأسس الاجتماعية مثل (السن، الجنس، الاسم، المهنة، السلطة، الدور، المكانة الاجتماعية، الأنشطة، الانتماءات، الولاءات، ثم القدرات الخاصة بالمستقبل مثل القدرة والإمكانات، الإثارة الإستراتيجية، التكيف والاندماج، ونمط السلوك.

1-1-4- وظائف الهوية:

حدّد كاميليري *C. Camilleri* ثلاث وظائف أساسية نوجزها بتصرّف فيما يلي²⁰:

-الوظيفة المعنوية: تلعب الهوية دوراً معنوياً في عملية إنتاج الذات الفردية والجماعية، وتأكيد الذات الفردية والجماعية، وإعادة ترتيب علاقتها بمحيطها من أجل إثبات وجودها وتحقيق الاستقرار فتجعلهم المنتمين إلى هوية معينة يحافظون على معرفة ذواتهم، ويعرّفون الآخرين بها، لأن الوعي

بالذات ليس انتاجاً فردياً صرفاً، ولكنه ينتج عن مجموعة التفاعلات الاجتماعية التي يكون الفرد أو الجماعة منغمساً فيها، وانعدام أو انقطاع معنى "الذات" يؤدي إلى حدوث أزمة الهوية. ففي حالة عزل الذات عن هويتها قد يحدث بما نسميه بانعزال الهوية الذي هو قبل كل شيء تعبير عن التصرف والإقصاء والانسلاخ عن الهوية الأصلية وتشكيل هوية جديدة .

-الوظيفة الإدماجية والكيفية: أن المحيط الذي يعيش فيه الأفراد مليء بالتناقضات والتنوع وعدم التوافق والتماثل والانسجام بين مكوناته، يكون مهتد حقيقياً لوحدة وانسجام مقومات الهوية أو بين الأطراف والمكونات الثقافية المتميزة. لذا ينبغي أن يكون بناء مقوماتها في تناغم مع المحيط عن طريق التفاوض. لذا فالهوية تسعى إلى إدماج وتكييف الأفراد والجماعات مع محيطهم، ومع الأوضاع المختلفة التي يوجدون فيها (تغيير السلوك والفعل أو تطويره طبقاً للظروف المحيطة) فالهوية تراعي الواقع، الذي تستقي منه أكبر قسط من مكوناتها. فالهوية تتأسس على عملية تحقيقها، وتوحيدها على المؤسسات والجماعات من أجل الاعتراف بها.

-الوظيفة القيمية: يعتم الفرد بإسناد نفسه مميزات ذات قيمة ايجابية بناء على أنه المثالي، فهو يسعى إلى إنعاش العلاقة الايجابية مع الذات بعدما يحصل الاعتراف، فحينما تصير مبررة ومشروعة على نحو أساسي. ولأن الهوية مسألة لها قيمتها. ولا يمكن أن تستخلص قيمها إلا من خلال المعايير العليا للمجتمع وللجماعة، لذلك فالأفراد والجماعات حينما يعون أثناء عملية التفاوض مع المحيط الذي يعيشون فيه إلى تشكل هوية مرغوب فيها وذات قيمة لدى الآخرين. فالهويات تتغير وتتصارع من أجل الاعتراف بها في جو من الفضاء العام.

2- مفهوم الافتراضية:

إن المقابل العربي للمصطلح (*Unituarité unitual*) ليس واحد هنا نتحدث عن تعددية على مستوى المصطلح افتراضي وخائلي إن هذا التقابل اللغوي يعكس حيرة اللغة أمام سرعة التحول والتطور التقني، إن مصطلح "خائلي" مصطلح معبر ويسير عملية الاشتقاق مثلما يرى "نبيل علي"²¹، وإن كان اللفظ لا يخلو من ملاحظات²².

يرى "بيلر ليفي" أن الخائلية هي حركة عامة تمس الإعلام والأجسام والأداء الاقتصادي والحساسية والذكاء والسياسة، وإذا ما أردنا أن نفهم الواقع الافتراضي فإن مؤشرات الآتية تحاول أن تلمس طبيعة هذا الواقع²³.

الافتراضية هي تحويل لنوع من الوجود إلى نوع آخر من الوجود الواقعي إلى الوجود الضوئي. عد الارتباط بمكان محدد فالنص الممنهل على سبيل المثال: L'HYPERSTRUST موجود بقامة في كل مكان يتم استحضاره فيه، فهو كل مكان ولا مكان إنه مرتبط بالمكان ومنفصل عنه بنفس الدرجة.

الافتراضي يحكم طبيعته الفرارة والمثقلة باستمرار وتأنيب وسبب عدم ارتباطه بالمكان يخدم وينشئ ثقافته والترحال تنقل المعلومات والمعطيات وأمكنة الاستقبال بل أنه ما يجعل الإنسان كائنا مسافرا وباختصار يمكننا القول أن الواقع الافتراضي بل أنه يقيم علاقة جديدة مع الفضاء والزمن ويشكل نمطا جديدا من الكونية²⁴.

3- مفهوم الهوية الافتراضية:

ظهر مصطلح الهوية الافتراضية مع ظهور المجتمع الافتراضي حيث تلعب الهوية دورا أساسيا في الشبكات الاجتماعية، إذ تمكن المستخدمين من صنع الهوية وتشكيلها من خلال الملف الشخصي الذي يتم بناء من طرف المستخدم وهذا من خلال الصور وتحديثات الحالة، المعلومات الشخصية وتقديم النفس لشبكة على الإنترنت، أو "الجمهور" التي قد تكون أو لا تكون متطابقة مع الذات. و قد عرفها *Philippe Mouran* بأنها إسقاط للهوية الحقيقية في العالم الافتراضي أو لا يفترض م نقبل صاحب وهي مكونة من واقع بيانات تحديد: "الاسم العمر والتوجيه والآراء والمصالح..."²⁵.

تشكل الإنترنت سبب خصائصها التقنية فضاء يتيح للفرد التحرر من الكثير من الإكراهات الاجتماعية، إن العنصر الأهم هنا هو عملية التلاعب بالذات من خلال إعادة بناء ذوات جديدة تجد آليات بنائها من آليا تالتواصل التي توفرها التقنية وليس الآليات الاجتماعية التي يتكلم عنها "مين" في مؤلفته "الذهن الذات والمجتمع" وسبب البيئة التي تتشكل فيها الذات الافتراضية، الجماعة والواقعية ويمكنها أن تتدخل ولا أن تفرض إكراهاتها وشروطها مثل الجماعة الواقعية حيث يمكن يستخدم الإنترنت يجرب ما يشاء من الذوات دون عقاب.

إن الرؤية النفسية الاجتماعية ترى إنه في غالب الأحيان يتم استبدال الذات الحقيقية بذوات تسعى إلى تحقيق رغبات وتطلعات أقصتها شروط الواقع من التحقق.²⁶

ويتمثل استبدال الفيزيائي بالافتراضي أحد النتائج المترتبة عن الظاهرة السابقة تحلل أفراد البيئة الافتراضية تتميز هذه الوضعية بوجود إكراهات للذات لاستبدال الافتراضي بالواقعي وليس العكس (الإدمان) في هذه الحالة تنحصر علاقة الفرد بالواقع في إطلاقات عبر تجهيزاتها الإلكترونية تتلاعب بالأبعاد الفيزيائية والاجتماعية للواقع، إن العملية تتحول إلى نكوص وصرع يتمثل في النهاية في رفض قبول أخاه كما هو ليستدل تمثل النماذج الاجتماعية كوسيلة لبناء ذاته بالذوبان في الذوات الافتراضية²⁷.

4- المجتمعات الافتراضية من خلال شبكات الإنترنت:

إن الفضاء الذي شكلته شبكة الإنترنت بمختلف خدماتها وتدفعاتها الإعلامية وتنوع الاتصال بما قد أدى إلى تمثل آخر للواقع الذي يعيشه الفرد يوميا، فأنتج هذا الفضاء ما أصطلح عليه بالعالم الافتراضي الذي يجعله الباحثون عالما موازيا للعالم الواقعي، بغض النظر على الفروق التي تميز كل منهما عن الآخر، إذ أن العالم الافتراضي أيضا سكنية أفراد وجماعات وتنشأ فيه تجمعات اجتماعية بشتى أنواعها تجريبيا.

4-1- تعريف المجتمع الافتراضي:

قبل التطرق إلى مصطلح المجتمعات الافتراضية يجب التعرّيج على مصطلح مهم هو مصطلح المجتمع المحلي، لأن الأول يتضمن الثاني ففي الحقيقة المجتمع الافتراضي هو مجتمع محلي افتراضي ومصطلح "محلي" لا تعني التحصير والحصر بل تعني المحلية بمعنى المجتمعات لا تكون إلا بمصطلح المشتركة المحددة، والتي تعتبر مقوما أساسيا من مقومات تشكل المجتمع الافتراضي والخدمات المستفاد من هذا المجتمع أيا كان نوعها.

4-1-1- تعريف المجتمع المحلي:

يعرف جورج هيليري: المجتمع المحلي بأنه "عبارة عن مجموعة من الناس يشتركون به في تفاعل اجتماعي وبغض الروابط المشتركة بينهم ويشتركون في مساحة على الأقل لبعض الوقت فهناك بصفة عامة أربعة عناصر أساسية لتكوين المجتمع المحلي، وهي الجماعة والتفاعل والروابط والمكان والزمان"²⁸. و هذا التعريف يجعلنا نعد أربعة عناصر لتكون الجماعة (مجتمعا محليا)، (الجماعة، أو الأفراد، التفاعل، الروابط، المكان والزمان الكافيين).

فهو مجموعة من الناس تشترك في تفاعل اجتماعي وبينهما بعض الروابط المشتركة بينهم وبين الأعضاء الآخرين المجموعة ويشتركون في العيش في منطقته على الأقل بعض الوقت، هذه الشروط الأربعة المصطلح يجب توفرها عند التحدث عن المجتمعات المحلية في العالم الواقعي، لكن على مر السنين تغيرت شروط المجتمع المحلي كما كتب بعض علماء الاجتماع.²⁹

4-2- تعريف المجتمع الافتراضي:

يعني مصطلح المجتمع الافتراضي *Unitual Community* من المفاهيم الجديدة التي برزت مع ثورة الاتصالات الحديثة ونحاول أن نشير إلى تعدد الترجمات حول مصطلح نظرا لطبيعة المفهوم الجديدة فالمصطلحات الجديدة أكثر إثارة للجدل منها إلى الاتفاق لا سيما إن كان أمل المصطلح غريبا وليس يدل علو ذلك من الاختلافات في ترجمة هذا المصطلح سوى طرح بعض الترجمات.

ترجم نبيل علي: كلمة *Unitual* خائلي أي *Unitual Community* هي الجماعات الخائلية فقد ترجم اسم الفاعل: (خائل) مقابل كلمة *Unitual* ويقصد به السراب. أما شاكر عبد الحميد: ترجم مصطلح إلى افتراضي.

ظهر مصطلح في صورته الانجليزية عنوانا لكتاب هوورد وأنخلو *Reingold* ويعني جماعة من الشر تربطهم اهتمامات مشتركة، ولا تربطهم بالضرورة حدود جغرافية وأواصر عرفية أو قبلية أو دينية، يتفاعلون غير وسائل الاتصال ومواقع التواصل الاجتماعي الحديثة، ويطورون فيما بينهم شروط الاكتساب إلى الجماعة وقواعد الدخول والخروج وآليات التعامل والقواعد والأخلاقيات التي ينبغي مراعاتها، وبتغيير دي موور وإيجانته *Moor and Weigaird* المجتمع الافتراضي هو "نظام اجتماعي تكنولوجي"³⁰، يشتمل مجموعة من العناصر المهمة هي:

1- جماعة: من الشر، تزيد وتنقص، تكبر وتصغر، وقف شعبية للموقع وسهولة استخدامه، غير أن هويات أفراد هذه الجماعة تبقى موضع تساؤل وريته ما لم يكن لها وجود حقيقي معلوم العالم الافتراضي.

2- اهتمامات: مشتركة بالأدب والعلوم أو الفنون أو الصناعات أو الهوايات أو غير ذلك وقد تكون الاهتمامات "تافهة"، أو غير جادة أو جايحة غير مقبولة من جهة نظر من لا ينتهون إلى الجامعة أو المجموعة.

3- تفاعل: يتصف بالاستمرارية وسرعة الاستجابة من هنا لا يعني البريد الإلكتروني مجتمعا افتراضيا، إلا إذا أصابته الدردشة والرسائل النصية الفورية، تشمل التفاعلات تبادل المعلومات والدعم والنصيحة والمشاعر وفق طبيعة الجماعة أو المجتمع الافتراضي.

4- وسيلة: فضاء للتواصل - منتدى أو غرفة الدردشة أو موقع تواصل اجتماعي أو مجموعة بريدية أو مدونة، أو غير ذلك.

5- شروط: عضوية كلمة مرور واسم مستخدم وبياناتا وقواعد تنظم المشاركة التفاعل ، وما إلى ذلك³¹.

- يعرف قاموس الإعلام والاتصال: *Dictionary of Media and Communication* أن المجتمع الافتراضي: "مجموعة من الأشخاص يتفاعلون في الإنترنت مثل غرف الدردشة ويتبادلون الاهتمام"³².

- و يعرف "ميرج بروكس" المجتمع الافتراضي بأنها مجموعة أفراد يستخدمون المحادثة النقاش أو مجموعات الحوار...، والذين تنشأ بينهم علاقة انتماء إلى جماعة واحدة ويتقاسمون نفس الأذواق، القيم، الاهتمامات ولهم أهداف مشتركة³³.

- أما "*K.arason*" فعرّفه على أنه: "مجموعة من الأشخاص إذا محوا الاتصالات والتفاعلات عبر الإنترنت حلقات النقاش أو منتديات المحادثة الإلكترونية".

- أما "إريسكون" فيرى أن المجتمع الافتراضي لمصطلح يشير إلى المحادثة والحوار على الكمبيوتر وهو يشير إلى أن الحوار مهما كان نوعه هو مبني أساسا على التفاعلية بين العددي من المتصلين والمستخدمين³⁴.

أما هذه التعريفات المتعددة للمجتمع الافتراضي نلاحظ أن كل باحث اتخذ اتجاهها معيناً فهناك من قام بإسقاط تعريف المجتمع الطبيعي وعناصره على هذا المفهوم التي تشمل أساسا إلا الجماعة، التفاعل والروابط والمكان والزمان وغيرها، غير أن البعض من خلال حصر تعريف المجتمع الافتراضي وما يقوم إلى تكوينه أو تشكيله في عدد من الاستخدامات الأساسية مثل: غرف الدردشة والحوار وغيرها، في حين أن المجتمع الافتراضي ومع تطور الإنترنت أصبح له العديد من الأسس التي يجسد من خلال المواقع.

من بين الشروط ما يميز الجماعات والمجتمعات البشرية التقليدية، كالتفاعل والقواعد التي تنظم حركة الحياة والعلاقات الإنسانية، غير أن الميزة المهمة التي تنفرد بها المجتمعات الافتراضية، بالإضافة إلى ما يرد فيها يلو هي انهيار الحدود الجغرافية والعرقية والقبلية التي ظلت تشكل منها الجماعات والمجتمعات لآلاف السنين.

لا يحدد التواصل في المجتمعات الافتراضية وجها لوجه "*Face to face*" بل من خلال قنوات اتصال إلكترونية تستخدمها فيها كلمة والصورة والصوت، أما ينتج عن مزج الطرائق إن الكتابة حالة من التواصل لا يسمح فيها صوت ولا ترى فيها صورة، وقد فترت وسائل الاتصال الحديثة التفاعل بالصوت والصورة، غير أن التفاعل من خلال هذه الوسائل والوسائط يظل يفتقد إلى دفء المشاعر الإنسانية وحميميتها.³⁵

3-4- بدايات المجتمعات الافتراضية:

تعود بدايات تشكل المجتمع الشبكي (على الخط) إلى فترة الستينات بظهور شبكات الحواسيب لغرض التعليم مثل شبكة بلاتو (*Plato*) وكذلك ظهور شبكة آربانت (*Airpanet*) المعروفة في فترة لاحقة من أواخر الستينات وأوائل السبعينيات وغير ذلك منه شبكات الحواسيب في السبعينيات والثمانينيات، وبخاصة مع انتشار استخدام لوحات الاتصال المحلي: مثل لوحات النشرات (*BBSs*) وإتاحة تقاد عام أو واسع للتكنولوجيات الجديدة آمداك ومن أهم المجتمعات المعينة هي:

- المجتمع المحلي الافتراضي "ويل" "*Well*" (*Whole earth Lectric Link*) في سان فرانسيسكو (الثمانينات).
- مجتمع نظام تويكس (*Twix*) الذي أسس في طوكيو.
- سي - أي - أكس (*CIX*) في لندن.
- كالفاكوم (*calvacom*) في باريس.
- بورنت (*Usenet*) في الولايات المتحدة.
- مجتمع شبكة سياتل (*Seate Community*) في الولايات المتحدة أيضا.
- و نظم (*Echo*) في نيويورك سيتي، والتي كانت تستخدم بصعوبة للمحافظة على مواكبتها للتقنية الشبكية في نماذج الأعمال في ذلك الوقت.

و لقد واجهت مختلف هذه النظم صعوبات لخلق قاعدة بيانات للمشاركين تشمل جماعات سويسرا اقتصادية، خاصة في ظل غياب نموذج مالي ذي قاعدة ربحية، وفي فترة التسعينيات تمثلت بجماعات الشبكاتية نفسها الحركة الاجتماعية نفسية خاصة في عام 1996، حيث لم نشير شبكة دوغلاس شولر للمجتمع المحلي الجديد - إبرد للتغيير - *Douglas Dshuler new community wetworkink*³⁶.

4-4- ظهور المجتمعات الافتراضية:

بعد ظهور الشبكات الاجتماعية وشبكة الإنترنت بذات بعدها المجتمعات الافتراضية النشوء "كل ذلك في نوع من التطور الاجتماعي المتسارع (*Special Solution*)"³⁷ وذلك نتاج للتفاعل الإلكتروني في المهم الذي بدأ في الظهور والحاجة إلى مجال أو بيئة محددة ومنظمة لتركيز هذا التفاعل.

و إذا اتفقنا على أن الإنترنت هي بنية فوقية مجتمعية (*Super Ptmetural*) تهتم فيها الكثير من الخطوط العامة التي تميز المجتمعات السائدة وتعتمد عليها لاستمرار وجودها فهذه المجتمعات التي تمتد عبرها، فإن العديد من علماء الاجتماع كتبوا عن تطوير الكيانات الاجتماعية على الإنترنت، أو لم غنى أكثر تحديداً، كتبوا عن المجتمعات على الخط (*Cyberspace*) وتلك الكيانات الاجتماعية الرقمية الجديدة تكونت في هيئة جماعات رقمية يتم تحاور وتواصل البشر عبرها³⁸.

يعتبر العديد من المختصين في المجال أن أول مجتمع محلي وعلى الخط هو شبكة بلاتو (*Plato*) سنة (1973-1974) فهي تعتبر عن النظام الرائد للتواءات والمنتديات على الخط (*Forumes is line*) أو المراسلات واللوحات الإلكترونية والبريد الإلكتروني وعرف الدردشة والتراسل الآتي بمثابة الشكل الأولي والبداية للمجتمعات الافتراضية الحالية³⁹ فهي نوع من التنظيم الافتراضي والمجتمع التشاركي على الخط.

يقول الدكتور علي رحومة في كتابه علم الاجتماع الآلي: "لقد انتقلت الظاهرة الاجتماعية بمختلف جوانب الثقافية والتقنية السلوكية والاقتصادية والسياسية والقانونية... إلخ من إنها فقط تتمثل طبيعياً في المجتمع البشري الطبيعي إلى أن تتمثل أيضاً صناعياً (رمزياً، رقمياً، آلياً)، وأيضاً

بمختلف الأصلية إلا أنها أصمت في شكلها الإلكتروني المصنع من الذرة إلى الإلكترون⁴⁰ ويعني ذلك صورة انتقال أولي للمياه الاجتماعية إلى فضاء اليسير المتحدث.

ونشوء هذه المجتمعات بدأ أفرادها يتبادلون المعلومات الخاصة وقبلها العلمية وأصبح ينشأ نوع من العرف والعادات والتقاليد المميزة التي ألقاها في عالمنا الفيزيائي والخبرات والاتصالات بين الجامعات ونشر الأبحاث، ثم انتقلت لأغراض أخرى (اقتصادية واجتماعية... إلخ) وكان أول من صاغ مصطلح المجتمع الافتراضي هو هورد رينغولد **Haward Rheingold** في كتاباته الكثيرة عن الموضوع.

4-5- أسباب ظهور المجتمعات الافتراضية:

جاء ظهور المجتمعات كنتاج عادي ومنطقي ككل التفاعلات الحاصلة داخل الفضاء الافتراضي (النقاشات، المراسلات، الاتصالات... إلخ) وهذا ما جعلنا نتطور بكل كبير واضح، حيث أصبح لها أنواع عديدة ومتنوعة (تقنيا، من حيث المحتوى نوع المادة الإعلامية... إلخ)، وقد ظهرت المجتمعات الافتراضية كحاجة وبدل تعكس التطور العلمي والتكنولوجي والاجتماعي وكذا في مختلف نواحي الحياة اليومية للإنسان المعاصر وذلك بإعطاء الطابع المستقبلي للحياة الاجتماعية وتحولها من طابعها الطبيعي إلى طابعها الافتراضي، وإحداث تغيير في طبيعة الحياة الاجتماعية وإبراز التأثير بالتقدم التقني والتكنولوجي ويمكن إجمال أسباب ظهور رهن النوع من المجتمعات في:

- اكتساح الفضاء الإلكتروني (الإنترنت) في جميع مجالات الحياة البشرية الاقتصادية والسياسية والاجتماعية والثقافية... إلخ.

- فقدان المجتمعات للتفاعل البشري والتواصل لدورها الترفيهي وتراجع دور الأماكن الثالثة التقليدية في إيجاد مساحات للتفاعل البشري والتواصل، وهذا ما نفتح الباب واسعا أمام ظهور هذا النوع من المجتمعات، وحاجة الناس إلى مكان ثالث غير (العمل والبيت) يؤكد هورد رينغولد "إن هذه المجتمعات المحلية الافتراضية في جزء منها هي رد فعل واستجابة لجوع الناس وافتقارهم إلى المجتمع المحلي بعد تفرق وتفكك المجتمعات المحلية التقليدية"⁴¹ لذا يمكن القول أن المجتمعات الافتراضية عوضت أو سدت الفراغ الذي تركته المجتمعات المحلية التقليدية، وأصبحت تمثل المكان الثالث الجديد (الرقمي) (غرف الدردشة، الشبكات الاجتماعية الجماعات الأخبار... إلخ).

- دوافع الحركة الآلية والتفاعل المتحمتي اليومي نشاطاته الربحية هي من أهم دوافع تطوير المجتمعات الافتراضية على الخط⁴² فهذه البيئة جعلت من التعاملات الاقتصادية والربحية أكثر سهولة ويسر وكذا تم اكتشاف ونام داخل هذا الفضاء.
- الوصول إلى المعلومات المتاحة عن الأدلة المتوفرة وإرسال التعليقات والملاحظات والتعرف على الأحداث المتنوعة بصورة أنية⁴³، والوصول إلى المعلومات بكل تنوعاتها وفتراتها، لأن المشاركين في صناعة ونشر المعلومات هم مستخدمون من كل أنحاء العالم بمختلف الأعمار والثقافات والخبرات.

5- المقومات والتأسيس:

5-1- شروط ومقومات تأسيس المجتمعات الافتراضية:

يجب أولاً التعرف على مقومات تأسيس المجتمعات التقليدية لإسقاطها على ظاهرة التأسيس داخل الفضاء الافتراضي وذلك رغم الاختلاف بين البيئتين وخصوصية الفضاء الافتراضي وهناك أربعة مقومات أساسية لتأسيس المجتمع وهي⁴⁴:

-المقوم الأول: قدرة المجتمع على الاستمرار إلى مدى زمني أطول من عمر الأعضاء الذين يكونون ذلك المجتمع بقاء المجتمع واستمراره عملو الرغم من فناء الأجيال المتصلة و.

-المقوم الثاني: قدرة المجتمع على تحديد نفسه من خلال التناسل من جهة، وعن طريق غرض ثقافته من خلال توافر نظام تربوي قادر على تحقيق التنشئة الاجتماعية للأعضاء الجدد، وفقاً لثقافة المجتمع ونظمه من ناحية أخرى.

-المقوم الثالث: مدى توفر مجموعة من المعايير المشتركة للمنظمة للأفعال الاجتماعية للأعضاء ومدى توافر الشعور بالولاء للمجتمع لدى هؤلاء الأعضاء، وتعد المعايير (*Norms*) موجّهات للسلوك الذي يجب الأخذ به أو تطبيقه في مواقف اجتماعية محددة تتخذ الالتزامات التي يميلها دور التخصص في الجماعة الاجتماعية، عن طريق المعايير التي يضعها الجماعة، والتي تسير عليها وعلى هذا الأساس فإن المعايير الاجتماعية تكون بمثابة قواعد أو مبادئ سلوكية عامة ملزمة للأفراد ابتداءً من الأفعال البسيطة في الحياة اليومية وانتماء بالأحكام الأخلاقية المعقدة التي تزيد من وحدة المجتمع وتماسكه من خلال تقبل الأفراد لها.

-المقوم الرابع: مدى قدرة المجتمع على تحقيق الاكتفاء الذاتي والاستقلال النسبي، ويقصد الاستقلال النسبي هنا معنيين، أولهما أن يكون المجتمع وحدة قائمة بذاتها وليس فقط جماعة أو جماعة فرعية تنتمي كل واحد منها إلى مجتمع آخر، وثانيهما أن يحقق التكامل داخل المجتمع، وأهم المقومات التكامل الاجتماعي هو الاعتماد المتبادل بين الأعضاء ووجود معايير وقيم يخضع لها الأفراد في سلوكهم ويسبرون وقتاً لها.

وفي تعريف لـ "هاورد راينغولد" يقول أن: المجتمعات الافتراضية هي عبارة عن تجمعات اجتماعية وثقافية تظهر عندما يكون هناك عدد كافٍ من الأفراد يشاركون في مناقشات عامة خلال

وقت كاف ويصنعون من وجدانهم ما يكف لنتج شبكات من العلاقات الإنسانية الفضاء السبيرياني⁴⁵ نستنتج من هذا التعريف وجوب توفر سنة عناصر ومقومات لوجود جماعة افتراضية هي:

- الفضاء السبيرياني.
- العدد الكافي من الأفراد.
- الاستمرار الزمني والتفاعل الكافي (نوعياً) وما يعزز هذا التفاعل والاستمرار هي المناقشات العامة داخل المجالات.

- وجود الشعور الكافي وشبكات العلاقات الإنسانية.

- **النظام:** وهذا ما يصفه رحومة بأنه: "نظام اجتماعي إلكتروني جديد يقوم للإنسان عالماً من الخيال والافتراض والوهم، وحاوي بالشرطة الاجتماعية والتكنولوجية ومختلف عناصره وعلاقاته، وحدودها وبيئاتها وتحكماتها وأهدافها ومستنتجاتها"⁴⁶.

- **المصطلح المشترك:** وهو ما يشير يقول: "إن ما يحتاجه الناس هو إيجاد فرصة لتكوين علاقات مع جيرانهم للموجودين في أماكن نائية من القرية العالمية" وهو يتصور عالماً يستطيع فيه أناس لم يتقابلوا قط أن يقوموا بفضل ما يجمعهم من مصالح مشتركة وأن يقصوا أوقاتاً عبر الشبكة يتناقشون في أمور السياسة ويقومون بعقد صفقات تجارية أو يتبادلون الأحاديث⁴⁷.

5-2- آليات تطور المجتمعات الافتراضية:

يرى موور وإيجانه *De moor and weingand* أن تلك المجتمعات تمر بمراحل أربعة هي: مرحلة التأسيس والتجريب، ثم مرحلة التدشين والانطلاق، ثم مرحلة النمو من الداخل ثم مرحلة النمو من الخارج، لنفترض مثلاً موقعا للتواصل الاجتماعي بين عمومة من المدرسين، سوف تكون البداية هي إنشاء الموقع وتجريبه على نطاق محدود حتى يتيقن القائمون عليه من كفاءته أطلقوه بعد ذلك ينضم مدرسون من خارج المجموعة إلى الموقع فيكون النمو من الداخل، قد يبقى المواقع مغلقة على هذه الفئة من الناس لكن الغالب أن يفتح أبوابه لغير أفرادها فيكون النمو من الخارج، وتزايد شعبية المواقع وشهرته وتتشعب أغراضه وغاياته.

برجر ماكميلا وتشافير *McMillan and Chavis* العاومل التي ينشأ من خلالها هذا الإحساس فيما يلي:

-الشعور بالانتماء: *Belonging* إلى جماعة من خلال عضويتها ومتابعة ما يحدث فيها بسهولة التفاعل مع أفرادها وأحداثها.

-الشعور بالقدرة على التأثير: (*Influence/Impact*) في تلك الجماعة أو المجتمع الافتراضي من خلال ردود الأفعال التي يتلقاها الفرد من بقية أعضاء الجماعة أو الأفراد المجتمع الافتراضي وكذلك التأثير بما يحدث في ذلك المجتمع⁴⁸.

-تبادل الدعم: *Support* وإشباع الحاجات النفسية والشعورية والارتباط الوجداني بأفراد الجماعة من خلال تبادل التهاني والتعازي والمواساة والنصيحة وبطاقات المعايدة وما إلى ذلك.

-الحضور والتواجد: *Availability* وهما نقيض العزلة والغياب الذين نتجا عن هيمنة القيم المادية وانشغال الجميع بتأمين أسباب الحياة لا يتصور طويلا في مجتمع افتراضي ليس فيه من يتوصل معه فلا يسمع فيه إلى صدى صوته سوف نلاحظ من باب الكلام عن سمات المجتمعات الافتراضية أن الحضور الافتراضي ربما ينتهي إلى عزلة وغياب عن العالم الواقعي.

- الثقة: لا يستطيع الفرد أن يشعر بالانتماء إلى جماعة لا يثق في أحد من أفرادها ولا يشعر بالأمان فيه، من هنا تبقى المجتمعات الافتراضية في علمها هشّة ما لم تتأسس على علاقات سابقة في العالم الواقعي وما لم تحف سكانها من تطفل المتطفلين واختيال المختالين لا بد من أن يبذل أفراد المجتمعات الافتراضية هي مضمينا في التحقيق ما هويات من يتفاعلون معهم ما يكن هناك سابق عهدا ومعرفة على أرض الواقع فعواقب الوقوع في براري المختالين قد تكون وخيمة في سبيل الشعور بالثقة يلجأ مستخدمو المواقع الاجتماعية وسكان المجتمعات الافتراضية إلى أصدقائهم في عالم الواقع، ومن أسباب الثقة انتماء الأفرج إلى مؤسسات معروفة حسنة السمعة، ومنها يكون هؤلاء الأفراد أنفسهم من التحصينات العامة، وفي مناقشة الصداقة "الفيسبوك" مزيد من التفاصيل.

- الخلفيات المشتركة: (*Common Background*) تزداد قوت العلاقات الافتراضية كلما تأسس على خلفية مشتركة في العلام الواقعي أو على اهتمامات وهويات وصيل مشتركة في العالم الافتراضي، لاعنا نلاحظ أن مواقع التواصل الاجتماعي والخدمات الإلكترونية يتجمع فيها الأفراد من الخلفيات العلمية والمهنية والتجارية المشتركة من منطلق "الطيور على أشكالها تقع" وقد نشأ بجمعات افتراضية حول قضية "نجم" من نجوم الفن والرياضة أو حول مفكر أو عالم أو شخصية سياسية⁴⁹.

وفي هذا الإطار تمكنا من إدراج الفوارق بين المجتمع الواقعي والمجتمع الافتراضي، حيث ورغم أنه الافتراضي يحاكي بشكل كبير المجتمع الطبيعي إلا أنه هناك العديد من الفوارق التي يمكن من خلالها التمييز بينهما.

- من أهم الصفات التي يتميز بالمجتمع الطبيعي أنه يدوم لفترة طويلة في حين أن المجتمع الافتراضي مهدد بالزوال.

- يتميز المجتمع الافتراضي بالعالمية والكونية، في حين يعتبر المجتمع الطبيعي محليا.

- ندرك المجتمع الطبيعي من خلال حواسنا أم المجتمع الافتراضي فهو اتصال وسيط⁵⁰.

الجدول رقم (06): يمثل الفوارق بين المجتمع الطبيعي والمجتمع الافتراضي.

العلاقات	الاتصال	الإدراك	المحلية والعالمية	المكان	البقاء	
المجتمع الطبيعي	مواجهي	من خلال الحواس	المحلية	محصور بالمجال	دائم	
المجتمع الافتراضي	وسطية	من خلال الأفكار والآراء	العالمية والكونية	غير محصور بمجال جغرافي	مهدد بالزوال	

المصدر: جدول من إعداد الطالبة بن يحيى حميدة، مرجع سبق ذكره، ص 57.

6- أنواع المجتمعات الافتراضية والكيانات الاجتماعية على شبكة النت:

يمكن تصنيف أنواع المجتمعات الافتراضية عامة على أساس ثلاثة اعتبارات هي:

- أولاً: من حيث الهدف من إنشاء هذه المجتمعات.
- ثانياً: من حيث نوع المحتوى أو المادة الموجودة داخل هذه المجتمعات الافتراضية.
- ثالثاً: التقنية المستعملة لتداول المعلومات داخلها.

تساهم العوالم النصية الافتراضية (*Univers Textuels Irtuels*): "منتديات النقاش، مواقع الدردشة، البريد الإلكتروني..." وتلك البصرية الصوتية تشكيل أنماط جديدة من الجماعات ضمن نسق حديث أطلق عليه القبيلة الجديدة (*Neo-Tribalisme*)⁵¹، وذلك بإطلاق العنان للتفاعل الاجتماعي بين أفراد هذه الجماعات التي تطيعها الخصوصيات، لطن مع ذلك فإنه يمكن أن يتوفر في كل مجتمع من هذه المجتمعات كل هذه الاعتبارات (الآتقة الذكر)، لهذا سنكتفي بتعداد الأنواع الأكثر شهرة ورواجاً لدى المتفاعلين.

6-1- مجتمعات نشر المحتويات النصية: وهي مجتمعات تنتمي إلى نوع مجتمعات المحتوى

متخصصة في نشر المحتويات النصية، تحتوي على مجموعة كبيرة من المتميزين الذين يقومون بنشر محتويات نية (دراسات، مقالات، بحوث... إلخ) وهناك نت يصنف هذه المواقع على أنها مجتمعات التحرير الحرويكي (*WIKI*)، لكن هذا النوع من المواقع لا يعتمد على معلومات مجردة بل أغلبها مقالات ورؤي دراسات وبحوث تم صياغتها ذاتياً بجهد تخصصي وأكاديمي واضح.

ومن أمثله مواقع أو مجتمعات النشر الإلكتروني موقع مجتمع كنول (*knol*)⁵²، وهو عنوان مقتبس من كلمة (*Knowledge*) أي معرفة، أطلق عام 2008 وهو موقع تابع لشركة (*GOOGLE*) وهو مجتمع لنشر المحتويات، يقوم فيه المستخدمون بنشر بحوثهم ودراساتهم وكذا كل المعلومات التي يرون بأنها مهمة لشريحة معينة من المستخدمين الآخرين في مختلف المجالات (السياسية، الاقتصادية، الاجتماعية، التكنولوجية، الصحية، والثقافية، والعلوم وغيرها...).

وتسمح هذه الخدمة أيضاً بالقيام بتعليقات ونقاشات حول هذه المواضيع.

6-2- مجتمعات التعليم الإلكتروني: (على الخط): هي تجمعات على مواقع تفتح المجال للتجمع

في أقسام رفقة معلم أو متخصص في المجال الذي نختاره الطلبة الافتراضيون، ويتم التعليم باستخدام

أدوات إعلامية (سمعية ، بصرية، نصوص، وكذا تطبيقات تعليمية) فيقوم الطلبة بتباعد الدروس وطرح الأسئلة والنقاش.

3-6- مجتمعات الواقع الافتراضي: (Virtual Reality) هي مجتمعات تنشأ داخل بيئة مشاهدة للحقيقية بواسطة الحاسوب، وذلك عبر التفاعل الحاصل بين الكائنات الافتراضية / الواقعية المتفاعلة داخل هذه البيئة بواسطة شاشة الحاسب أو السماعات المجسمة للصوت أو النظارات وهي تعتمد على تقديم صورة مشابهة للواقع في أماكن لا يمكن للإنسان الوصول إليها وإنشائها، فهو عبارة عن عالم سيجري متفاعل⁵³.

فهذا العالم يخلق ما يسمى بالتواجد الحميم والانغماس (*Impressio*) داخل هذه البيئة وهذا ما يجعل كائنات (مستخدمي) هذا الفضاء ويشعرون بالارتباط بهذا العالم، فالمستخدم يستطيع التأثير في هذا الواقع الاحتكاك بالمستخدمين الآخرين وكذا التأثير بهم، فيقدم الواقع الافتراضي إمكانات التهيئة للضوء والامتداد والصوت والإحساس والإدراك والرؤية واضطراب المشاعر، وكلما يشتمل عليها الفن المعاصر والسرور وراء نجاح فنون الواقع الافتراضي.

و من أمثلة الواقع الافتراضي: موقع الحياة الثانية⁵⁴ (*Secondlife*) وهي عبارة عن برمجيات تسمح بالقيام بزيارات افتراضية لعدد كبير من المواقع، قام بإنشائها مجموعة من مهندسي المعلوماتية على رأسهم المهندس أنشء شونغ⁵⁵ (*Anshe Chang*) والحياة على هذا النوع من المواقع يشابه إلى حد كبير الحياة الواقعية، فبإمكان الزائر العمل وشراء الحاجيات واتباع قطعة أرض والزواج وغيرها...⁵⁶

4-6- مجتمعات البث الإلكتروني (البرودكاست) (Prodcast): فهي مواقع اجتماعية تضمن لأفرادها مساحة للبث الشبه إذاعي والبث السمعي البصري (*Streaming*) أو يكون البث فيها مباشرا أو مسجلا لمواد منتج ذاتيا أو يقوم المستخدمون بإعادة إنتاج مواد منتجة سابقا مثل: (أفلام برامج أو أشرطة وثائقية...إلخ) أو مثال ذلك مواقع (*Streaming*)⁵⁷، للبث المسجل للأفلام والأفلام الوثائقية، (*Justin*)⁵⁸ للبث المباشر والآتي أم البث المسجل غير الآني فالمتمثل في مواقع تتضمن مواد سمعية أو سمعية بصرية أنتجت أو أعيد إنتاجها أو بثها، مثال ذلك اليوتيوب (*Youtube*)⁵⁹ والدايلي موشين (*Dailymotion*)⁶⁰، بالنسبة إلى موقع اليوتيوب فهو آخر شهر المواقع الإلكترونية على شبكة الإنترنت، و تقوم فكرة الموقع على إمكانية إرفاق أي ملفات

تتكون من مقاطع الفيديو على شبكة الإنترنت دون أي تكلفة مالية، فبمجرد أن يقوم المستخدم بالتسجيل في الموقع تمكن من إرفاق أي عدد من هذه الملفات ليراها ملايين الأشخاص حول العالم، كما تمكن المشاهدين من إدارة حوار جماعي حول مقطع الفيديو من خلال إضافة تعليقات المصاحبة، فضلا عن تقييم ملف الفيديو من خلال إعطائه قيمة نسبية مكونة من خمسين درجة لتعبر عن مدى أهمية ملف الفيديو من وجهة نظر مستخدمي الموقع، وطبقا لتصنيف اليكسا العالمي فإن موقع اليوتيوب يأتي في المركز الثالث من حيث أكثر المواقع عالمية مشاهدة، بعد كل من ياهو وجوجل

61

5-6- مجتمعات الصحة الإلكترونية: (E-Health): هي مجتمعات يقوم المشتركون فيها بالتناقل والتحاوور حول الحياة الصحية وكيفية لمواجهة والتعامل مع الحالات المرضية المتنوعة، ويكون ذلك أحيانا بحضور تحصيل وكذا أطباء مهنيين الإجابة على أسئلة السائلين، لكن أهم التفاعلات تكون بين المستخدمين العاديين الذي يطرحون انشغالهم وتجاربهم حولها ليعطي كل واحد منهم الحلول التي ساعدتهم على تجاوز الأمر.

6-6- مجتمعات المشكلة داخل المنتديات: هي مجتمعات من المستخدمين الذين يتلقون داخل مواقع مخصصة عبر مختلف أجنحة المنتديات وموضوعها يقوم هؤلاء المستمرون بالإحساس بحتمية التجمع حسب الاهتمامات المشتركة وهذا ما يجعلهم يخلقون نوعا من الإجماع الخاص والتفاعل المتبادل غير النقاشات والرسائل العلنية والخاصة، وهذا ما يخلق نوعا من الشعور بالانتماء والمسؤولية.

6-7- مجتمعات الشراء الإلكتروني: (E-Bay) وهي مجتمعات متعلقة بالسلوك الشرائي وأيضا سلوك البيع المؤسسي وكذا الفردي ويكون الدفع الإلكتروني عبر تحويل الموال عبر شركات متخصصة أو عبر بطاقات التأمين الضم عدد هائل من المستخدمين الذين يقومون بالتفرج على السلع وتقييمها وكذا تبادل الآراء فيما بينهم حول جودة وكذا مقارنة أسعارها والنتائج حول المنتجات، وطرح الأسئلة والتجمع الإداري حول المنتجات والأنواع المختلفة كما يمكن أيضا وضع إعلانات حول منتجات المستخدمين بييعها.

و من أمثلة ذلك موقع (E-Bay)⁶²، أنشء عام 2005، وهو معد خصيصا لي المواد والمنتجات عبر البيع بالمزايدة *Ventes aux enchères* ويتم داخله البيع والشراء والتخليص عبر الطرق المختلفة للدفع الإلكتروني، يقوم الموقع في السنوات الأخيرة يتوسع سوقه عبر بلدان العالم

والدخول إلى البلدان المستهلكة داخل العالم الثالث خاصة يحتوي المواقع على 276 مليون مستخدمة دائم (مج ملايين المستخدم في فرنسا وحدها، موجود في) 1.3 مليون مادة تعريض للبيع داخل هذا المجتمع يوميا⁶³.

8-6- مجتمعات الاهتمامات المشتركة: المشاركة في المجتمع الافتراضي من خلال تشكيل مجموعات افتراضية في مختلف مجالات التخصص ك: (مجتمع الأطباء والمهندسين والعاشين غيرها...) ويتيح المجتمع الافتراضي للمستخدمين الشعور بوجودهم في بيئة مختلفة تماما للواقع المادي أو الواقع الحقيقي تمكنهم من تبادل الخبرات والمعارف مع الآخرين الذين ينتمون لنفس البيئة الافتراضية أو المجتمع الافتراضي⁶⁴.

9-6- مجتمعات المصالح المشتركة: مجتمعات تشكل بفعل حاجة مرتبطة بمجموعة من المستخدمين مثل علم لغة معينة، حيث يقوم المستخدمون بتبادل المعلومات والتفاعل الإيجابي كالتقاسم والمحادثات الخاصة والعلنية وتبادل مواقع في مجالات متنوعة واجتماعات مشتركة.

10-6- مجتمعات التفضلات (Social Bookmarking) المفضلة الاجتماعية هي طريقة لمستخدمي شبكة الإنترنت لتبادل ومشاركة وتنظيم وبحث إدارة مواقع مفضلة لمصادر شبكة الإنترنت، خلافا لمشاركة الملفات فالمصادر ذاتها ليس مشتركة إلا أن المفضلة تشير وتعود لتلك المصادر⁶⁵.

فهي عبارة عن شبكة تفاعلية واجتماعية يتم فيها تبادل مشترك للمفضلات الفردية المفهرسة إلى مجالات مختلفة يمكن للمستخدمين من حفظ الروابط لصفحات الإنترنت التي يرغبون في تقاسمها أو تذكرها، وعادة ما تكون هذه العناوين عامة ولكن يمكن حفظها بشكل خاص والسماح بمشاركتها مع أشخاص معينين أو مجموعات معينة أو مشاركة ذلك فقط داخل شبكات معينة، وهو تطبيق مهم من تطبيقات الويب. (2.0).

تقوم على مشاركة مجتمع من المستفيدين من المصادر المفضلة لدى كل منهم فمثلا يعد موقع دليسيوس (*Delicious*) الذي ظهر في عام 2003 أول موقع يقدر تطبيقات وصف المحتوى ومن خلاله يمكن للمستخدمين في الموقع حفظ أي موقع أو صفحة على الإنترنت ووضع الكلمات المفتاحية التي تصف الموقع، ويحفظ الموقع يصم لدى كل عضو في هذه الخدمات قائمة من الروابط لمواقع ومحتويات مفضلة لديه، محفوظة ومفهرسة⁶⁶.

11-6- مجتمعات المكتبات الإلكترونية: وهي مجتمعات خدمتية يمكن من خلالها الاطلاع على نسخ إلكترونية لكتب ووثائق على الخط أو عن طريق تحميل الكتب المتوفرة بطريقة مجانية أو مقابل دفع رسوم التحميل أو دفع ثمن النسخة الإلكترونية وتفتح هذه المجتمعات المجال للنقاش والتعريف بهذه الوثائق مثل موقع إيسو (*Issuu*)⁶⁷.

12-6- مجتمعات تقاسم محتويات⁶⁸: وهي مواقع تسمح بتقاسم أو تشارك كل أنواع الملفاتو المواد (الفيديو) الصور، وكل أنواع المعلومات ومختلف أشكالها، ومن أمثلة ذلك موقع (*Media Fire*) أو فيقوم المستخدمون بإدراج مواد مختلفة الأشكال والأنواع على هذا النوع من المواقع وذلك لتخزينها وتقاسمها مع مستخدمين آخرين.

13-6- مجتمعات الأخبار والقوائم المالية: القوائم البريدية هي مواقع اجتماعية يتم التسجيل فيها وذلك قصد الاستفادة من الخدمات الإعلامية التي توفرها والتي تتميز بالسرعة والكم الكبير من المعلومات التي تفس الكثير من الجوانب والمواضيع وتمكن هذه المواقع المسجلين التعليق على هذه الأخبار وخلق نقاشات حولها وهذا ما يخلق نوعا من التفاعل داخلها.

14-6- مجتمعات اللعب الإلكتروني: وهي مجتمعات يتم إنشاؤها بطرق متقدمة وذلك بهدف جمع مجموعة من الأفراد حول قضية ترفيهية خيالية يتشاركون في السيطرة على شخصياتها وعادة ما تكون هذه القصص مجسدة في خيالات ثنائية أو ثلاثية الأبعاد يمكن اللاعبين أثناء ممارسته ألعابهم المفضلة التواصل فيما بينهم بطرق مختلفة.

هناك العديد من الأنواع المستخدمة من المجتمعات الافتراضية داخل الفضاء الافتراضي، ومن المتوقع أن تظهر لاحقا أنواع أخرى، أو ذلك حسب نوع الحامل المعلوماتي المستعمل في تداول المعلومات حاليا وكذا حسب نوع الأغراض المعلوماتية المستحدثة من أجلها ونوع المعلومات المنشورة والمتداولة عبرها.

خلاصة:

أدى التطور المذهل والمتسارع الذي تشهده تكنولوجيا الإعلام والاتصال بصفة عامة إلى بروز عدة إشكالات على عدة جبهات ومستويات ولعل أهم هذه الإشكالات وأكثرها إلحاحا للبحث فيها والعمل على استجلاء أبعادها في الوقت الراهن هي التأثيرات التي تحدثها هذه التكنولوجيات على مستوى الهوية باختلاف أنواعها حيث خلقت هذه التكنولوجيات نوعا جديدا من الهوية ألا وهي الهوية الافتراضية التي باتت تحكمها قوانين الوسيط الجديد لشكل في مجملها مجتمعات افتراضية أصبح يتفاعل الفرد بمقتضاها فلهوية أبعاد شائكة ومتداخلة فيما بينها تتصل بالحقل الفلسفي والسوسيولوجي علاوة على ذلك هناك عوامل أخرى تتفاعل مع الهوية كاللغة والإيديولوجيا والتراث والدين... فالهوية الافتراضية هي مشروع متطور وفاعل مفتوح على المستقبل نظرا إلى درجة أهمية هذا العنصر لتأثيره على الفرد والمجتمع، كما اهتم هذا الفصل بتعداد أسباب ظهور المجتمعات الافتراضية والتعرف عن قرب عن خصائص هذه المجتمعات مع التطرق إلى الأنواع الأكثر شهرة وشعبية في أوساط الشباب.

الهوامش:

- ¹ رضا رضوان بوقرة: الترفيه بين الإعلام الكلاسيكي والواقع الافتراضي، مقال في كتاب: فكر ومجتمع، فصيلة محكمة، تصدير عن طاكسيج، كوم للدراسات والنشر والتوزيع، العدد، 20، أبريل، 2014، ص 568.
- ² هاني نسيرة: "مفهوم الهوية بين الثبات والتحول" (د ت):
www.assakina.col/news/news1/6042.html/21.dec.2010
- ³ الطيب عبد الجليل، حسين عبد الحمود: إشكالية الهوية وبناء الدولة الوطنية المعاصرة مركب الهوية ولجنة الثقافات وتلاقي المصالح ووحدة المعايير، رؤية تحليلية بدراسة حالة المجتمع ولاية التضارب، ص 13.
- ⁴ بن عيسى محمد المهدي وكانون جمال: مستخدمو الإنترنت في المجتمع الجزائري بين الهوية المستقلة والهوية المنعزلة، دراسة غنية لمستخدمي الإنترنت بمدينة ورقلة، مجلة العلوم الإنسانية، ص 586.
- ⁵ محمد عمر أبو عنزة: "واقع إشكالية الهوية العربية بين الأطروحات القومية والإسلامية، دراسة منظور فكري" رسالة ماجستير منشورة، 2011، ص 35.
- ⁶ المقال مقتطف من مذكرة ماجستير ل: الزبير بن عون، تحليل سوسيولوجي للصراع في الهيئات المحلية المنتخبة، مذكرة ماجستير في علم الاجتماع الاتصال في المنظمات، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة ورقلة، الجزائر، 2012.
- ⁷ المسيري عبد الوهاب، وفتحي التريكي، الحداثة وما بعد الحداثة
- ⁸ المسيري عبد الوهاب، وفتحي التريكي، المرجع نفسه.
- ⁹ م. روزنتال، و ب. بادين، الموسوعة الفلسفية.
- ¹⁰ Petit Robert, Dictionnaire alphabétique et analogique de la langue française, paris.
- ¹¹ علي سعيد اسماعيل، الهوية والتعليم.
- ¹² الزاوي الحسين، الشك ومكامن الغل في فلسفة المشهد الجزائري.
- ¹³ وهبة مراد، المعجم الفلسفي.
- ¹⁴ عيد محمد إبراهيم، الهوية. القلق والإبداع.
- ¹⁵ لارتين جورج، الإيديولوجيا والهوية الثقافية (الحداثة وحضور العالم الثالث).
- ¹⁶ حركات إبراهيم، الصراع بين هويتين ثقافيتين
- ¹⁷ العظمة عزيز وآخرون، الهوية (مفاهيم عالمية من اجل حوار بين الثقافات).
- ¹⁸ إشكالية الملتقى الدولي حول الهوية والمجالات الاجتماعية في ظل التحولات السوسيوثقافية في المجتمع الجزائري، أيام: 27، 28، 29 فيفري 2011، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة ورقلة، الجزائر.
- ¹⁹ سعيد اسماعيل علي، نفس المرجع السابق.
- ²⁰ C.Camilleri, La culture et l'identité (Concepts et enjeux pratiques de l'interculturels), Paris.
- ²¹ نبيل علي: الثقافة العربية وعصر المعلومات: "سلسلة عالم المعرفة، العدد: 205 المجلس الأعلى للثقافة والفنون والآداب الكويت".
- ²² "إن مصطلح الحائلية يتضمن مفهوم التوهم والتخيل حيث أن الواقع الذي تنشئه الإنترنت موجود بالفعل، إن الافتراضية كمفهوم موجود في وسائل الإعلام القديمة ولكن بصورة مختلفة ولكنها مشروطة بالزمان والمكان وفي هذا الإطار تعد عملية التقمص الوجداني الموجودة على مستوى وسائل الإعلام التقليدية نوعا من تجسيد الافتراضية"
- ²³ محمد سبيلا: "زمن العولمة فيما وراء الوهم"، توبقال للنشر، الدار البيضاء، 2006.
- ²⁴ أ.رضوان بوقرة: "الترفيه بيت الإعلام الكلاسيكي والواقع الافتراضي" المرجع السابق، (ص 568-565).

²⁵ Philippe Mourar : "internet et identité virtuelle des personnes allocataire" montion a lindic, France page 3

²⁶ الصادق رابع: "الإنترنت كفضاء متحدث لشكل الذات"، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، المجلة الثامنة، العدد 02، أبريل/ يونيو، 2007، ص 2.

²⁷ أ: بوقرة رضوان: "الترفيه بين الواقع الافتراضي والإعلام الكلاسيكي"، فس المرجع السابق، ص 569.

²⁸ علي مُجَد رحومة: تنمية المجتمعات الافتراضية عوامل جديدة للتطوير الشبكي والتكنولوجيا الاجتماعي (معهد النفط الليبي) مركز بحوث النفط سابقا. <http://newmediausersethssgraphy.weebly.com/uploads...> ص 3 (12-11-2010).

²⁹ أحمد مُجَد صالح: إنترنتها الافتراضية وتداعياتها الاجتماعية والثقافية والسياسية، دار الهلال بالقاهرة، 2002، ص 34.

³⁰ بهاء الدين: "المجتمعات الافتراضية بديلا للمجتمعات الواقعية، كتاب الوجود" Facebook نموذجاً، جامعة الإمارات العربية، (ب ت) ص 4-5.

³¹ بهاء الدين: المجتمعات الافتراضية بديلا للمجتمعات الواقعية، نفس المرجع السابق.

³² Macel demsi ; dictionary of merdia and communicatio,, united states of america: library of congress catalogoing-in-publication data, 2009, page : 300.

³³ Serge pronlx ; les communauté virtuelles, costurent elles du lien social, collegue international: l'organisation media diagnostic médiatiques, sémiotiques et des médiations de l'organisation, université tean monlin, Lyon 2004

³⁴ با يوسف مسعود: "الهوية الافتراضية، الخصائص والأبعاد" دراسة استكشافية على عينة من المشتركين في المجتمعات الافتراضية مجلة العلوم الإنسانية، ص 46.

³⁵ بهاء الدين، المرجع نفسه، ص 5.

³⁶ علي مُجَد رحومة: تنمية المجتمعات الافتراضية، المرجع السابق، ص 4.

³⁷ علي مُجَد رحومة: علم الاجتماع الآلي، عالم المعرفة، 347، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، الكويت، 2008، ص 67.

³⁸ أحمد مُجَد صالح: مرجع سابق ذكره، (ص 27-28).

³⁹ علي مُجَد رحومة: علم الاجتماع الآلي، مرجع سبق ذكره، ص 70.

⁴⁰ علي مُجَد رحومة: علم الاجتماع الآلي، مرجع سبق ذكره، ص 23.

⁴¹ علي مُجَد رحومة: علم الاجتماع الآلي، مرجع سبق ذكره، ص 64.

⁴² علي مُجَد رحومة: نفس المرجع، ص 90.

⁴³ علي مُجَد رحومة: نفس المرجع، ص 91.

⁴⁴ موقع مقاتل الصحراء (<http://www.moqatel.com>) 2010-06-12.

⁴⁵ شوقي العلوي: رهانات الإنترنت، المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع، بيروت، لبنان، الطبعة الأولى، 2006، ص 122.

⁴⁶ علي مُجَد رحومة: الإنترنت والمنظومة التكنو-اجتماعية، مرجع سبق ذكره، ص 206.

⁴⁷ Haward Rheingold, the electronic versio of the virtual community <http://www.rheingold.com/uc/book/intro.html> 16-02-2011.

⁴⁸ بهاء الدين: المرجع نفسه، ص 6.

⁴⁹ بهاء الدين: المرجع نفسه، ص 7.

⁵⁰ بن يحيى حميدة: الهوية الافتراضية للطالب الجامعي على شبكة الإنترنت، شبكات التواصل الاجتماعي "Facebook" أنموذجاً، مذكرة لنيل شهادة ماستر علم الاجتماع، جامعة، أبي بكر بلقاية، تلمسان، ص 57.

- ⁵¹ حسبية قيدوم: الأبعاد النفسية والاجتماعية، للعالم الافتراضي، في المجلة العربية للعلوم والمعلومات، العدد7، 2006، ص 07.
- ⁵² Knoll ; <http://knoll.google.com> 17-03-2011.
- ⁵³ مايكل راش: الواقع الافتراضي عالم سحر، الشرق الأوسط، 2006، العدد 9919.
<http://www.aawsat.com/details.asp?section=13andarticle=344725endussweno=9919>
12-05-2011.
- ⁵⁴ www.secondlife.com 12-04-2011
- ⁵⁵ www.anshechnay.com 12-04-2011.
- ⁵⁶ عباس مصطفى صادق: الإعلام الجديد المفاهيم والوسائل والتطبيقات دار الشروق للنشر والتوزيع، الإصدار الأول، عمان (الأردن)، 2008، ص 47.
- ⁵⁷ <http://www.streaming.com> 12-04-2011.
- ⁵⁸ <http://www.justin.com> 12-04-2011
- ⁵⁹ <http://www.youtube.com> 12-04-2011
- ⁶⁰ <http://www.dailymotions.com> 12-04-2011
- ⁶¹ رضا عبد الواحد أمين: استخدامات الشباب الجامعي لموقع يوتيوب، على شبكة الإنترنت، أبحاث المؤتمر الدولي للإعلام الجديد، تكنولوجيا جديدة...، إعلام جديد، جامعة البحرين، 9-7 أبريل، 2009، ص 520.
- ⁶² EBay <http://www.ebay.com> 12-04-2011
- ⁶³ Wikipédia :<http://fr.wikipedia.org/wiki/ebay>.12-04-2011
- ⁶⁴ محمد لعقاب، وسائل الإعلام والاتصال الرقمي، الطبعة الأولى، يناير 2007، دار هومة، الجزائر، ص 55.
- ⁶⁵ المعرفة الموسوعة الشاملة <http://mwhtawa.org/indesc/16/03/2011>
- ⁶⁶ فضاء التعلم الإلكتروني <http://eleasingspaces.net/?p=3,7/12-03-2011>
- ⁶⁷ Issnn :<http://issnn.com/> :12/03/2011.
- ⁶⁸ Site de partage= shar site.

الفصل الثالث

الذات من خلال الفايسبوك

تمهيد.

- 1- صورة الذات عبر مواقع التواصل الاجتماعي
- 2- المحتويات من خلال شكل التواصل الاجتماعي: توظيف القيم.
- 3- اللغة التواصلية عبر شبكات التواصل الاجتماعي.

خلاصة.

تمهيد:

أصبحت مواقع التواصل الاجتماعي فضاءات واسعة للتعبير الحر والذي يعد الفايسبوك فيه من أبرز المواقع الذي يمثل نظاما افتراضيا يضع لنفسه قواعد وضوابط يجب على المتصل احترامها وفي المقابل فهو يعبر عن حرية بالنسبة للأشخاص المتصلين والتي يمكن أن تعتبر عن ديناميكية بين الذات الاجتماعية والذات الشخصية كتعبير عن رغبة في تجاوز النظم الاجتماعية والرغبة في ابتكارات الذات داخل وضعية تفاعلية افتراضية لتعيد بناء معاني مغايرة للقيم الاجتماعية بالإضافة إلى المجال الرمزي الذي يتجسد في موقع الفايسبوك كفضاء افتراضي وما بينه من تفاعلات بين الفاعلين الاجتماعيين من خلال إنتاج لغة مغايرة نوعا ما عن المألوف وهي لغة السبيل والتي باتت تستعمل في المحادثات المكتوبة والتي تتجاوز ضمنا قواعد النحو والصرف لتصل إلى حد يستعمل فيه المستخدم لهذه المواقع أكثر من لغة للتعبير عن ذاته ويلجأ إلى استعمال رسوم أيقونية كبديل أو مكمل للتعبير اللغوي.

1- صورة الذات عبر مواقع التواصل الاجتماعي:

1-1- تشكل الذات الفردية ولأنا:

إن الفاييسبوك في المنطقة العربية "هي حقل التجريب الأنا" فهي تعطي مزيدا من الثقة وكذلك ظهور صفحات محملة بهواجس الذات الداخلية وبـ "تذويب" العالم الخارجي بلغة قريبة من نبض الشارع ومختلفة عن أشكال التعبير الأدبي، إذ يكشف الفاييسبوك على أنه فضاء لصقل التعبير الشخصي الذي يتراوح بين الحديث المفرط عن الأنا وصولا إلى سرد التفاصيل الحميمة إلى حد معين والذي تتجلى فيه بعض النرجسية حتى إن كان البعض يبدو في وضع غير مريح ويستعرض ذاته أو يسردها بحكم موقع الفرد في الثقافة العربية الإسلامية، حيث أعطى الفاييسبوك شرعية إقحام الحياة الخاصة في الفضاء العمومي.

1-2- بناء الذات الفردية بين ما هو حقيقي وما هو مستعار:

بناء الذات في الفاييسبوك بين الأسماء الحقيقية والمنتحلة إذ رغم تزايد عدد منتسبي الفاييسبوك الذين يكشفون عن أسماءهم الحقيقية، إلا أن استعمال الأسماء المستعارة يظل واسع الانتشار خاصة لدى الفتيات، فإذا كانت الأنا تخفي أسماءهن الحقيقية على صفحاتهن أكثر من الذكور فإن الامتناع عن نشر صورهم يعد القاسم المشترك الذي يجمعهن بالذكور، حيث تعدد أسباب عدم الكشف عن الاسم الحقيقي أو الصورة الشخصية كـرغبة الفرد في أن يكون حرا فيما يكتب وينشر فهو شكل من أشكال الاختفاء لتفادي المحاصرة والمراقبة من طرف المعارف الذين يتعرفون على هويته لعل هذه الحقيقية هي التي تفسر سبب اختفاء الإناث وراء الأسماء المستعارة والذي يعتبر بدوره شكلا من أشكال التعري في فضاء يعتقد أن الفصل فيه بين الإناث والذكور زال، من خلال ممارسة لعبة الاختفاء والتجلي ليظهر الشخص ما يرغب في إظهاره من شخصيته وتجاربه وأفكاره وأحاسيسه وإخفاء ما يفضل إخفاءه.

1-3- بناء الذات والتفاعلية:

بناء الذات يتم من خلال التفاعل مع الآخر على أساس المحتوى المتداول الذي يتم اقتسامه وإنتاج المحتويات تبعا على إنتاج الذات، وبالتالي على إنتاج منظومة من العلاقات، فالذات هي الهوية وهذه الحالة لا توجد في حالتها المبنية والمصاغة بشكل نهائي وتنتظر منا أن نكشفها فقط، فالهوية هي تشكيل لصورتنا عن ذاتنا وهي عبارة عن مسار طويل ومعقد وحسب الدراسة التي كشفت أن في الغالب الشباب الذين يتراوح سنهم ما بين 18-24 سنة وجلهم ذوي مستوى تعليمي جامعي وخلافا لما يعتقد الكثيرون أن منتسبي الفاييسبوك من الذكور يتابع صفحاتهم الذكور والتي ينشئها الإناث تتابع أكثر من طرف الإناث وهذا لا يعني بتاتا عدم متابعة الإناث لصفحات الذكور وإنما يشير إلى الضوابط الاجتماعية القائمة في الحياة الفعلية لا تفقد كل مفعولها في الحياة الافتراضية في شبكة الإنترنت.

1-4- اللغة التواصلية كأداة للتعبير عن الذات:

يتم تناول الواقع بنوع من المجاز والاستعارات فهي لا تشكل مجرد انزياح لساني فهي وسيلة اتصال قوية، إذ يتم إدماج المعارف والقيم في مجتمع ما بمقتضاها والاتكاء على اللغة لنقل التجارب والمعارف والقيم وتقديم الذات للآخرين وبعث الحياة في قديمه والارتكاز على الأقوال واللغة العامية لاختراق حدود التعبير التي فرضتها السلطة الرمزية في الفايسبوك أو الفضاء الافتراضي.

إذ يلاحظ في الفايسبوك تعايش المنظومات اللسانية المختلفة (اللغة العربية واللغة الأجنبية واللهجات العامية) فاللجوء إلى اللغة المحلية كامن بين العوامل الأساسية التي شجعت الشباب في الفايسبوك كونها سمحت باستخدام لغتهم المألوفة التي يستعملونها في حياتهم اليومية والتي تمكنه بدورها من تفجير قدراته في التعبير عن ذاته ومشاعره وأفكاره.

1-5- تشكل الذات والأنا:

حب الإنسان في الظهور أن يكون مرئياً أكثر فالظهور هي الطريقة الوحيدة لإثبات الوجود لذا فإن شبكات التواصل الاجتماعي خاصة الفايسبوك أصبحت أداة لجذب النظري وتحولها إلى لبنة من لبنات النرجسية، فارتفاع عدد المشتركين لا يلبي رغبتهم في حب الظهور فحسب، ولا يشبع تعطشهم إلى التعبير عما تحتلجهم من مشاعر وأفكار فقط، بل يداهن نرجسيتهم.

1-6- إخراج الدواخل إلى العلن:

كالكتابة عن تفاصيل الحياة الحميمية وإدراجها في الفضاء العام، وإنتاج جانب من جوانب هويته بقصد إخراج الدواخل في التعبير عن الذات من خلال التركيز على ما هو حميمي فيها، فما هو حميمي لدى الأفراد هو احتياطهم ومنطقة انطوائهم على ذواتهم وتعبيره عن تجاربهم العاطفية والاجتماعية، حيث لا يمكن تعميم تكافؤ الشباب في الحديث المعلن وبمحض إرادتهم عن تفاصيل حياتهم الحميمية، كالاعتراف بسهولة عن إصابتهم بأمراض تنير الحشمة.

1-7- إنتاج جانب من هويتهم:

لقد سمح الفايسبوك في إنتاج جانب من جوانب هويتهم وهذا ما يتجلى في تمسكهم بوطنيتهم أو قوميتهم أو مثليتهم أو إيديولوجيتهم كشكل من أشكال التفاعل على أرضية مجهزة في الفايسبوك، من خلال التركيز على هواياتهم وآرائهم وتطلعاتهم في الحياة وحتى أحداثهم اليومية بمشاطرة الآخرين فيها وجعل الفايسبوك فضاءاً للتعبير عن مواقفهم الاجتماعية أو السياسية أو حتى الفكرية.

8-1- تشكل الذات الفردية والآخر:

إن الفاييسبوك شبكة فردية وجماعية في الوقت ذاته، لأنه يشكل همزة وصل بين الأنا والآخرين من الآخرين من خلال متابعة ما ينشر على صفحات الفاييسبوك وما يصلها الي تعقيبات وردود وما تقوم من تشبيك الصفحات الأخرى والشبكات الافتراضية لكن الإشكالية الكبرى التي يثيرها الفاييسبوك تتعلق الفرد في هذه الظاهرة لأنها تطرح على بساط جملة القضايا الاجتماعية والثقافية المرتبطة بمكانة الفرد في الثقافة العربية والإسلامية، وقد يستغل الجمعية والدعوة لحمايتها أو للمطالبة بالتعددية مع الآخر، فالآخر يكون دائما مختلفا، وتأسيسا على ما سبق يمكن أن نسال كيف يستعمل الفرد في المنطقة العربية الفاييسبوك لبناء ذاته وسردها في كنف هذا الغموض والتعارض في النظرة للفرد؟ فعملية بناء الذات لا تتحقق إلا ممكن خلال العلاقة بالآخر والفايسبوك باعتباره ظاهرة فردية وجماعية في آن واحد يستطيع الفرد من خلال هذا البناء ضمن مسعى تفاوضي ضمني بين الفعل الذاتي (كشف الذات) والإكراهات الاجتماعية التي نزع منها لم تندثر نهائيا رغم ما يقال عن الحرية التي ينعم بها منتسبي الفاييسبوك كما تفصح عنها تمثلاثهم للكتابة. والإشكال المطروح هو: هل يختلف التفاعل الرمزي الافتراضي الذي يتيح الفاييسبوك عن التفاعل الذي يؤسس العلاقات الاجتماعية اليومية في الواقع؟ وهل أن إستراتيجية بناء الذات في الفاييسبوك تختلف عن تلك التي توظف في الأطر التقليدية التي تبني فيها العلاقات الاجتماعية وتتطور؟

9-1- تشكل الذات الجمعية والتقليدية:

إذا كان بعض الحاضر مبنيا على الماضي فان معظم الأنثروبولوجيين الفرنسيين مثل: "دوتي" يؤكدون لن المغاربة على سبيل المثال يدركون بصعوبة كونهم قادرين على التصرف بطريقة مستقلة، ولا يشعرون بالارتياح إلا عندما يكونون مندمجين ضمن جماعة ما، والمجتمع الذي يكون فيه حضور الفرد اقل من الجماعة يلعب التقليد دورا مهما لاسيما في المجال السياسي فمحاورة الأشخاص الذين يتفقون مع رأيك يتحولون الي ضرب من المجاملة التي تعزز خصوصية الاتصال في المنطقة العربية، هذا الاتصال الذي يتسم بتجنب التصريح والميل الي التلميح للتعبير عن المواقف والأحاسيس والمشاعر والآراء.

إن هذا يحيلنا إلى تصور الآخر للثقافة العربية إذ تتسم صفحات الفاييسبوك بانتشار حالة انغلاق وبالتالي يمكن القول أن الفاييسبوك في المنطقة العربية أدى إلى انتشار "قبائل جديدة" فهي تنطلق في بدايتها من العلاقات الاجتماعية القائمة في الحياة اليومية الواقعية أي أنها تعتمد في انطلاقتها على أفراد من الأسرة، ثم الأصدقاء وأصدقاء الأصدقاء.

وهكذا تشع الحلقة من خلال التعليقات والإحالات الي صفحات أخرى، فمنتسبوا الفاييسوك يسعون الي بناء علاقات اجتماعية بناء على النص اللفظي إذ لا يدرك أي نص لا يشكل جسرا مغلقا من العلاقات والدلالات، بل يتحدد انطلاقا من حركيته.

الفايسبوك فضاء ل: تقديم الشهادة، الكشف عن الذات، تقديم وجهة النظر والرأي.

10-1- فضاء لتقديم الشهادة والتعبير:

إن الفاييسبوك هو المكان أو المتنفس الذي يلجا إليه صاحب الصفحة للتعبير عما يجول بداخله بغض النظر عن طبيعة الموضوع أو المجال الذي يتحدث عنه، فهو مرآة عاكسة للصورة التي يرغب صاحبها في لإيصالها لأصدقائه إذ توفر فرصة الاطلاع والتعرف على شخصيات جديدة وتجاوز الواقع.

11-1- الكشف عن الذات:

الفايسبوك هو العالم الخاص لمنتسبيه إذ يتمتعون فيه بكامل الحرية والتحكم التام فيما يعرضونه فهو وسيلة لهندسة علاقة الذات بالآخر اجتماعيا، إذا يتمادى البعض على صفحاتهم الي حد التطابق، فهو يقدم حقيقة يخفيها خجله من الناس والهدوء الظاهري، ويخرج انفعالاته المدفونة فالفايسبوك أرضية بناء الذات وأداة علاجية في الوقت ذاته تعالج خلل الاتصال الناجم عن نقصه أو انعدامه، فيحافظون على توازنهم النفسي ويساعدها ذلك في حل الكثير من المشاكل واكتساب خبرة اجتماعية.

12-1- تقديم وجهة النظر والرأي:

تتجلى ملامح الذات وسردها على مستويين وبالتالي يقارن بالحرية والتعبير عن الأفكار والآراء الخاصة، والفايسبوك فضاء رمزي للتواصل وبناء علاقات اجتماعية ووسيلة للتعبير والتواصل مع العالم، إذ يتم لقاء أشخاص يتشاركون الاهتمامات والأفكار والمبادئ والرؤى وهو المكان الذي يفضل التعبير فيه عن الذات وتوصيل أفكار إلى أوسع مدى أو بأفضل طريقة والتفاعل حول قضايا تمم الأمة والمجتمع بشكل مركز ومفصل.

2- المحتويات من خلال شبكات التواصل الاجتماعي: توظيف القيم.

2-1- تعريف القيم:

لغة: لم يعرف احد من العلماء العرب استعماله كلمة القيم بالمعنى الذي يستعمل اليوم، والمترجمة حرفيا من كلمة *value* بالانجليزية، أما الكلمة التي تقابل لفظة القيم في اللغة العربية فهي ما يعرف بالأخلاق، وهي تسمية تكررت عند الجانب الفلسفي وتداخلت مع لفظتي "القيم" والمثل الأعلى.¹

اصطلاحا:

إن لفظ القيمة ذكر في القرآن الكريم في ثمانية مواضع هي:

- ﴿ذَلِكَ الدِّينُ الْقِيَمُ فَلَا تَظْلُمُوا فِيهِنَّ أَنْفُسَكُمْ﴾ سورة التوبة، الآية (99).
- ﴿أَمْرًا أَلَّا تَعْبُدُوا إِلَّا إِيَّاهُ ذَلِكَ الدِّينُ الْقِيَمُ﴾ سورة يوسف، الآية (40).
- ﴿ذَلِكَ الدِّينُ الْقِيَمُ وَلَكِنَّ أَكْثَرَ النَّاسِ لَا يَعْلَمُونَ﴾ سورة التوبة، الآية (30)
- ﴿فَاقُمْ وَجْهَكَ لِلدِّينِ الْقِيَمِ مِنْ قَبْلِ أَنْ يَأْتِيَ يَوْمٌ لَا مَرَدَّ لَهُ مِنَ اللَّهِ﴾ سورة الروم، الآية (43)
- ﴿وَلَمْ يَجْعَلْ لَهُ عِوَجًا، قِيَمًا لِيُنذِرَ بَأْسًا شَدِيدًا مِنْ لَدُنْهُ﴾ سورة الكهف، الآية (1-2).
- ﴿رَسُولٌ مِنَ اللَّهِ يَتْلُو صُحُفًا مُطَهَّرَةً، فِيهَا كُتِبَ قِيَمَةٌ﴾ سورة البينة، الآية (3)
- ﴿وَذَلِكَ دِينُ الْقِيَمَةِ﴾ سورة البينة، الآية: (5)
- ﴿قُلْ إِنِّي هَدَانِي رَبِّي إِلَى صِرَاطٍ مُسْتَقِيمٍ دِينًا قِيَمًا﴾ سورة الأنعام، الآية (5)

ويعرف عبد اللطيف حليفة القيم على أنها "مجموعة من الأحكام التي يصدرها الفرد بالتفصيل أو مدم التفصيل للموضوعات والأشياء وذلك في ضوء تقديره لهذه الموضوعات والأشياء، وتتم هذه العملية من خلال التفاعل بين الفرد ومعارفه وبخبراته وبين ممثلي الإطار الحضاري الذي يعيش فيه ويكسب من خلاله هذه الخبرات والمعارف.²

- أما بالنسبة الي محي الدين أحمد حسين مناف القيم هي "مفاهيم تختص بغايات يسعى الفرد إليها كغايات جديدة بالرغبة، سواء كانت هذه الغايات تطالب لذاتها أم لغاية ابعدها منها وتظهر من خلال التفاعل بين الفرد بمجرداته الخاصة وبين نوع معين من أنواع الخبرة وتكشف دلالة القيم فيما تمليه علو محتضنيها من اختيار توجه معين في الحياة يراه جديرا في توظيف إمكانياته المعرفية والسلوكية والوجدانية.³

- يمكن تعريف القيم بأنها: "عبارة عن الاعتقادات التي يحملها الفرد نحو الأشياء والمعاني وأوجه النشاط المختلفة والتي تعمل على توجيه رغباته واتجاهاته نحوها، وتحدد له السلوك المقبول والمرفوض والصواب والخطأ، وتتصف بالثبات النسبي.

- الأحكام التي يصدرها الفرد بالترتيب أو عدم التفضيل للموضوعات والأشياء، وذلك في ضوء تقسيمه أو تقديره لهذه الموضوعات أو الأشياء، وتتم هذه العملية من خلال التفاعل بين الفرد ومعارفه وخبراته وبين ممثلي الإطار الحضاري الذي يعيش فيه، ويكتسب من خلال هذه الخبرات والمعارف"⁴.

وقد اهتم الباحثون والعلماء والمفكرون على اختلاف انتمائهم العلمية والفكرية بمفهوم القيمة وشمل بذلك عدة مجالات في جميع المجتمعات ويمكن تناول البعض منها بوجهات نظر مختلفة⁵.

ويعرفها الإيمان عبد الله بأنها مجموعة من المعايير والمقاييس المعنوية بين الناس يتفقون عليها فيما بينهم ويتخذون منها ميزانا يزنون به أعمالهم ويحكمون بها على تصرفاتهم المادية والمعنوية، وهي مقياس أو معيار تستهدفه سلوكنا وينظر إليه على انه مرغوب فيه أو مرغوب عنه".

يتفق هذا التعريف مع التعريف السابق في اعتبار القيم موجهاً لسلوك الأفراد وحسب رأيها فان القيم تعتبر إطاراً مرجعياً إذ ينطلقون منها كموجة الهدف الوصول إليها أما بالفعل أو عدمه، وهي تعتبر أن القيم يكتسبها الإنسان من خلال التربية⁶.

- هناك أنواع مختلفة من القيم، وبالتالي وجود نظام قيم متعددة في كل شخص داخل كل شركة ويتفق معظم العلماء في الاعتراف بان القيم تتراوح من دائمة إلى المتعمد والعميق إلى سطحية البعض وصف القيم بأنها "شكلت جزئياً" وغيرها استخدام مصطلحات مثل: "الأولية" أو "المنطوق"، القيم.

- إذا كانت الثقافة قيماً لا تحمل التلفظ ببعض الكلمات والتغيرات خوفاً من انتقالها إلى الفعل فان الزمن الإعلامي يقفز فوق هذه الحاجز ويتمثل في لحظة ما منعت الثقافات لعقود، أنه المشهد السلبي له تأثير سلبي على الفرد ومن ذلك أن لا يأخذ الفرد الحدود التي تسطرها ثقافته على محمل الجد فيتخطى تلك الحدود معتقداً بحكم تعوده علوماً يتعرض لها في الزمن الإعلامي بأنه ذلك أمر عادي أو من العادات.

وقد أظهرت الدراسة المذكورة أن الشباب اللواتي يتحد من الزمن الإعلامي للتواصل مع الجنس الآخر أصبحن لا يستجبن من مقابلة هؤلاء وطرح المواضيع المفيدة ثقافياً بجرأة دون تردد والحاصل لأن أضعاف الحساسية قد تجعل الفرد يتجاوز الممنوعات بسهولة دون وعي بذلك وذلك بالرغم من رمزية هذه العلاقة كما أشرنا⁷.

2-2-2- القيم في زمان مواقع التواصل الاجتماعي:

يتيح الإعلام ووسائل الاتصال الحديثة (الحاسوب، ألعاب الفيديو، الفيديو، الهاتف النقال) لأفراد الأسرة العربية فرصاً عديدة للتعرف على العالم الخارجي، والتعلم، واكتساب خبرات جديدة، وحتى الدعوة إلى الله عز وجل، إلا أن هناك في المقابل عدداً من المخاطر والتحديات التي تفوق في خطورتها الإيجابيات.⁸

2-2-1- حتمية الاستخدام: إن الزمن الإعلامي أثر سلباً على الزمن القيمي في الشكل ومعظم المضمون، وتعود هذه التأثيرات السالبة جزئياً إلى سوء استخدام الزمن الإعلامي، يقوم بسوء استخدام المبالغ إلى الإدمان فالاستخدام الذي يخل في المجتمع لتأثير غير مباشر بالمضامين والذي يتيح أنماطاً وسلوكاً غير قيمة أو الأثر المباشر الظاهر في الإعلانات المروجة للتدخين والخمر وكذا الدخول في علاقات رمزية غير مشروعة مع الجنس الآخر والاطلاع على المواقع الإباحية أي نوع الاستخدام.⁹

إن سوء استخدام الزمن الإعلامي المضمون يؤدي إلى إهدار القيم أو تضييدها حيث أظهرت دراسات عديدة أن الفرد الشاب يستخدم الزمن الإعلامي، كالانترنت بحثاً عن الجنس الآخر ويظهر هذا في الدراسات إن المواضيع التي تدفع الإناث البحث عن الجنس الآخر في الزمن الإعلامي معرفة منظور الذكور وكيفية حل النزاع مع الأصدقاء والقلق مع الأولياء والزواج المثالي كما اعتبر الجنسان إن التواصل مع الجنس الآخر عبر الزمن الإعلامي يؤثر سلباً على أخلاقيات وسلوكيات الشباب.¹⁰

أظهرت دراسة " الكويت " إن 30% من الشباب يستخدمون الانترنت للقاء الجنس الآخر ويعني ذلك إن القيود القيمية الخاصة بعدم لقاء الجنس الآخر، خارج الأقارب والزواج ثم تجاوزها، ويظهر في الدراسة المذكورة إن المواضيع التي تدفع الإناث إلى الاحتكاك بالجنس الآخر معرفة منظور الذكور وكيفية التعامل مع الصراع مع الأصدقاء والقلق مع الأولياء والزواج المثالي كما اعتبر الجنسان إن التواصل مع الجنس الآخر على الشبكة يوفر أمناً شخصياً وجذاباً، والبعض من هذا التواصل يتحول إلى لقاءات حقيقية في المقاهي مثلاً، وتشير الدراسة المذكورة إن 60% من هؤلاء الشباب يرون أن علاقاتهم مع الجنس الآخر على الانترنت ليس بغرض تكوين علاقة حقيقية كالزواج مثلاً ولكن يرونها علاقة مؤقتة ليست جدية في كل الأوقات.¹¹

2-2-2- إفرازات الاستخدام:

أبرزت معطيات العصر الجديد أنواع عديدة من الجرائم نتيجة الاستخدامات والأدوات التي وفرتها تكنولوجيا العصر من الجرائم التي ظهرت مع ظهور واستخدام الانترنت صناعة ونشر الفيروسات التي أصبحت الأكثر انتشاراً وتأثيراً. فضلاً عن الدخول غير المصرح به إلى أجهزة الحاسوب والشبكات والتي يطلق عليها الاختراقات، ويضاف إلى ذلك جريمة تعطيل الأجهزة، وانتحال الشخصية والمضايقات، وقد

تبدو جريمة التشهير وتشويه السمعة ونشر وصناعة الأفلام الإباحية الأكثر تأثيراً على الحياة الاجتماعية، وبالتالي فانه من خلال نشر الجريمة وتنوعها تتكون لدينا إفرازات ونتائج اجتماعية خطيرة، وكل جرائم الانترنت هذه تعني سلوك اجتماعي سلبي كان بفضل التطورات التقنية المعاصرة في العالم الجديد عالم التقنيات وعالم الاتصالات والمعرفة، وخدمة الانترنت خدمة منافعها همة وعطائها غزير وهي مصدر مخير وعلم ومعرفة وهداية وصلة وتطور للأمم والأجيال، وهي في الوقت نفسه قد تكون مصدراً للنشر العظيم لمن أصر على سوء استخدامها.¹²

- إن القيم هي: مجموعة من الأصول الأخلاقية والثقافية والدينية ذات الطابع المعنوي المتوارثة والمتبادلة بين أفراد المجتمع بحيث لا يحق لأي شخص داخل هذا المجتمع بالخروج عنها وعن تعاليمها كونها تشكل مجموعة ضوابط تحكم سلوك الإنسان ويتصدى بمقتضاها.

2-2-3- القيمة والسلوك *value and behavior*

القيم الأكثر تجريداً من السلوك، فهي ليست مجرد سلوك انتقائي، بل تضمن المعايير التي يحدثها تفضيل السلوك وهي محصلة للتوجهات القيمة .

وأمام يتعلق بالقيم فقد قدم البطش وجبريل 1999 توضيحاً للفروق والعلاقات المتبادلة بين القيم والأعراف الاجتماعية من ناحية وبين القيم والعادات من جهة أخرى كالتالي:

- القيمة والعرف الاجتماعي: يمكن التفريق بين القيمة والعرف الاجتماعي فيما يلي :

✓ القيمة تشير إلى نمط مفصل للسلوك أو غاية من غايات الوجود بينما يشير المعيار أو العرف إلى نمط سلوكي فقط.

✓ القيم تتسامى على المواقف الخاصة بينما العرف هو تحديد السلوك أو منع لسلوك آخر.

✓ القيم أكثر شخصية وداخلية، بينما الأعراف اتفاقية وخارجية.

- القيم والعادة: تتفق القيم مع العادات والاتجاهات في كونها دوافع وطاقت للسلوك تتأثر بالسياق الثقافي للمجتمع، إلا أن مصطلح العادة يشير إلى حركة نمطية متكررة في موقف محدد، في حين أن القيمة تتطلب سلوكاً متكرراً ولكن بدرجة أكبر من التعقيب والتجريد، وتنطوي على أحكام معيارية للتمييز بين الصواب والخطأ والخير والشر.¹³

ويتلخص التغيير الحاصل بين المتغيرات القيمة واستخدام مواقع التواصل الاجتماعي في المسار الذي حدده حسن راوية في تغيير السلوك في إطار مؤسساتي والذي تنتهجه المؤسسات الالكترونية - كالفيسبوك والتويتر وغيرهما.

- تغيير المعتقدات والقيم ← تغيير الاتجاهات ← تغيير السلوك.¹⁴

2-3- تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على الفرد في الجزائري:

2-3-1- التلوث الثقافي: اتجه أعداد معتبرة من الشباب من يغرف الكثير عن البلدان الغربية وخاصة ما يتعلق بالفن والسينما والرياضة، ويعرف القليل عن تاريخه الديني ومنجزات الحضارة الإسلامية مثلا: يكفي أن تسال الشباب عن مناسبة عاشوراء وماذا تعنيه، أو عن تسميات الأشهر العربية فلا يمكنهم أن يجيبوا، أما إذا سألتهم عن معنى سان فالونتين *le saint valentin* فالكل يعلم ماذا يعنيه.

وتجد الإقبال الكبير على القنوات التلفزيونية الغربية الخاصة، خاصة منها الفرنسية " لفهم اللغة" مقابل أحجام عن تتبع القناة الوطنية أو القنوات الدينية وكذا تتبع البرامج الشبابية المتحدثة وعلى رأسها *Star Academy* وأيضا ملاحظة مظاهر التنصير في أوساط الشباب إذ أصبح هؤلاء يستجيب لمحاولات التنصير السرية بالجزائر، وهذا طمس آخر للمقومات الدينية ببلدنا، يميل أيضا شيوع الثقافة الاستهلاكية، مساهم في تشويه بعض من تقاليدنا وأعرافنا، فانتشار الأزياء والمنتجات الأمريكية والأوروبية جعلت الكل يلبس على الموضة الغربية، وظهور اللغة الفرنسية والانجليزية المطبوعة على ملابس الأطفال والشباب التحمل أحيانا الفظ وجملا جنسية مثيرة للشهوة وتمس المشاعر والأخلاق الإسلامية وتروج للإباحية في العلاقات بين الرجل والمرأة.¹⁵

2-3-2- الانحلال الأخلاقي: يشوع ما يسمى بأدب الجنس في أوساط الشباب من خلال الحصص

والأفلام الإباحية التي يتدعوها على القنوات الفضائية، ما أدى الي تفشي أنواع الرذيلة بينهم. توافه الأمور: كالأستخدام اللاعقلاني لأجهزة الهواتف النقالة، الأستخدام السلي للهاتف للانترنت، حيث اهت الشباب الجزائري في المصاحبات الجديدة من حيث النوع والشكل، حيث أصبح يسعى إلى للتعارف مع شباب العالم وعقد الصداقات معهم من خلال *msn* وأكثرها استخداما مواقع، *chat* المراسلات الالكترونية أو الشات والتي تضمن الصوت والصورة معا مع المتحدث، *skype- gmail* وفي اغلب الأحيان تكون لأجل التحدث في أمور الحب والغرام.¹⁶

3- اللغة التواصلية عبر شبكات التواصل الاجتماعي:

3-1- لغة السير:

وتعتبر اللغة احد العوامل الأساسية في إنشاء الكيان الاجتماعي للفرد أو تزويده بإحساس حميم بهويته الاجتماعية، وانتمائه إلى الجماعة التي تشترك معه بنطق اللغة ذاتها، وتلعب اللغة الدور الجوهرى ذاته ضمن الفضاء المعلوماتي بعد أن عمد المستخدمون إلى توظيفها في خدمات معلوماتية جمة كالبريد الإلكتروني والدردشة الإلكترونية ومجاميع الأخبار.¹⁷

فالتفاعل بين الأفراد من خلال الاتصالات والنقاشات يؤدي إلى تمازج وتلاقح ثقافتهم ولغاتهم فتحصل علاقة تأثير متبادلة في كل طرف يعطي للآخر يأخذ منها ومنه تشكلت بشكل اعتباطي لغة السير .

3-2- أشكال اللغة (اللغة السيرانية) داخل مواقع التواصل الاجتماعي:

إضافة إلى التحاور الكتابي العادي وكذا الصوتي والصورى (الصورة)¹⁸ نجد أن النصوص المتداولة بين المستخدمين في الاتصال والحوار والمناقشات عبر تقنيات الانترنت تغص بتعايير مختصرة ورموز متنوعة والملاحظ أنها تلقي رواجاً واسعاً لدى أوساط المستخدمين في مراسلات وحوارات على الشبكة عبر العالم، وستتطرق في هذه النقطة إلى تعريف كل شكل من الأشكال وضع أمثلة كل واحد منها:

3-2-1- الكلمات المختصرة: الملاحظ أن لكل مجتمع افتراضي كلماته المختصرة وكذلك تنوعها على حسب مجال المجتمع واهتمامات أفرادها، فهي كلمات تكون القاموس الخاص لكل مجتمع يصعب فهمها من طرف أفراد غير منتمين إلى هذا المجتمع فمثلاً الكتابات بشكل كبير *majuscule* أو عريض *gras* يعنى الغضب وعدم الرضا عن الموقف أو عن الكلام الذي قرأته أو صدر من الطرف الآخر، أما كتابة حروف عدة مرات متتالية فيعني الصراخ... الخ.

ففي الوسائل الودية أو غير الرسمية يمكنك استخدام بعض الاختصارات المتداولة باللغة الإنجليزية وذلك لتقليل عدد الكلمات في الوثيقة الواحدة ومن أمثلة ذلك:

- *how are you.....how r u.*
- *be seeing you.....bcnu.*
- *by the way.....btw.*
- *In my humble opinion.....Imho.*
- *Talk to you later....T.T.Y.L.*

ويوجد العديد من الاختصارات لنقل التعابير العامة بين مستخدمي الحوارات والنقاشات وهي مكتسبة في حوارات ومخاطبات الانترنت بين مختلف الجماعات والأفراد على نطاق واسع، وإعادة يتعلمها المستخدم سريعا ويتعامل بها وكأنها أسست من صميم اللغة، فهي مفهومة ومتداولة بين المستخدمين بكل سهولة ويسر.¹⁹

هناك شكل آخر من اللغة المستعملة في المجتمعات الافتراضية وهي التي تجمع بين الكتابة والشفوي يتميز هذا النوع بأنه هجين (*HYBIRDE*) أي يشمل الاتصال المكتوب والاتصال الشفوي أو بالأحرى كزواج بينهما فعندما يقوم المستخدم بقراءة الكلمات يتخيل له انه يسمعها فهي مكتوبة بشكل يوحي لك انك تسمعها فهي نوع من المحاكات الصوتية *les onomatopées* وهي ما أطلق عليها رينغولد (*Rheingold*) المحادثة المكتوبة (*la conversation écrit*) أو كما يسميها (*l.Amis*) بالكتابة الحوارية أو التفاعلية (*dialogique*) يسميها كذلك جاك غولير بالشفوية النصية (*Textuelle oralité*).²⁰

وقد تستعمل بين أفراد المجتمعات الافتراضية المقربين أو المبتدئين الذين يجهلون كلمات أو رموز المجتمع.

3-2-2- الرسوم والأيقونات (السمائلز): والتي تعني الابتسامة باللغة الإنجليزية ويطلق على هذا الرمز والأيقونات المكونة لهذه اللغة تسمية السمايلز (*smileys*) أو أيقونات العواطف (*Econe d'émotions*) أو (*E-motions*) أي المشاعر الالكترونية، وتعتبر أكثر تداولا بغض النظر عن الجنسيات واللغات والأقاليم والثقافات المتعددة داخل هذا الفضاء، فهي مفهومة من طرف الكل وكذا المبتدئين في مجال المعلوماتية والوافدين الجدد إلى قارة الفضاء الافتراضي الجديد، ومنها ما يعبر عن تغيرات وحالات انفعالية للأشخاص والتي يمكن تصويرها على وجه اصغر أو بألوان أخرى وهي تقلبات مزاجية تتطابق مع تلك التي تمر بالأفراد أو منها ما تعبر عن حيوانات ومواقف حياتية كرتونية ساخرة.

ويعود ظهورها إلى سنة 1979 حيث ابتكر كيفن ماكينزي، تعبيرا شعوريا كرمز لتمثيل ابتسامه باستخدام العلامتين (" ") لأجل تلطيف النص الجاف للبريد الالكتروني.²¹

والسمائلز عبارة عن أيقونات معبرة عن حالات مختلفة مثل (السرور والحزن والغضب والدهشة) لاستغراب والرضا والحيرة... الخ، وكذلك توفير رموز وجمل مختصرة ومعبرة عن شيء يريد المستخدم مثل إرسال رسالة خاصة المستخدم آخر ومصافحته، وإهدائه باقة ورود أو ربما التحرش به بكلمات لإذائه أو صفعه على وجهها الحيرة أو مداعبته أو السخرية منه أو إهائته بلباقة أو إطرائه أو تقديره أو الإعجاب به... الخ.²² وذلك في الرسائل غير الرسمية.

وعلى أهميتها ويرى العديد من الباحثين أن استعمال الكلمات المختصرة والرسومات وأيقونات المشاعر لها جانب سلبي حيث أن هذه اللغة قد تشوش المستخدمين الجدد فالمختصرات والرموز والأشكال التي تستخدم في الجواز و البريد عبر الانترنت غالبا ما تكون عائقا للغرباء والمستخدمين الجدد حتى لو كانوا ناطقين بالانجليزية، فاستعمال المفردات التخصصية ودمجها مع المصطلحات التقنية الضرورية قد يبدو هذا للمستخدمين الجدد أنهم يواجهون خبراء ويستعملون لغة مختلفة.²³

ومع ذلك فالكلمات المختصرة تخلق نوعا ما من الخصوصية فلكل مجتمع نوع من الاستقلالية والشخصية الاجتماعية المختلفة عن المجتمعات الأخرى، ولهذا النوع من اللغة دور في تسهيل العمليات الاتصالية داخل هذا المجتمع الواحد، ومن الملاحظ انتقال لغة السبير في الفضاء الافتراضي أي لغة العديد من الثقافات ودخولها العديد من القواميس والمعاجم فقد أصبحت أكثر تعبيرا عن حالات شعورية لا وجود لها في الواقع فأصبح يتحدثها ويقتبسها ليوظفها في الحياة الطبيعية.

كما اعتبرت البروفيسورة كرتيادور شايدان لجوء الشباب الي مفردات كثيرة لا يستخدمها الكبار أو إضافة معاني جديدة لمفردات من اللغة هو وسيلة يلجأ إليها الشباب للتمييز عن الكبار، وعن عالمهم الذي يتميز بالجدية والعقلانية ويدير الشباب أن يكونوا مجتمعا مستقلا يهتم بربطهم فيه لغة مشتركة تقرب بعضهم من بعض.

فأكدت دورشايد أن دراستها توصلت إلى أن الطالب الذي يستخدم الاختصارات أو العلامات الوجوه الضاحكة أو الحزينة أو الغاضبة في رسائل الشات هو بهدف تكميل المعنى أو التعبير عن حالة مزاجه وذاته بالفعل.

خلاصة:

شكلت ولا تزال تشكل شبكات التواصل الاجتماعي إحدى أهم الطرق المميزة والتي يلجأ إليها الفرد في بناء ذاته وتقديم صور متعددة لها وهذا تعرضنا له في هذا الفصل لمحاولة رصد مختلف الطرق التي يستخدمها الفرد لبناء ذاته وتقديم صورها عنها على شبكات التواصل الاجتماعي عامة وشبكة الفايبروك خاصة. بدءاً من الطريق التي يستخدم الفرد من خلالها مختلف الخصائص التي يستعملها الموقع للتعبير عن ذاته وكذا ضمن مسار تفاعلي بين المستخدم والآخر وكذا كيفية تشكل ذات فردية وجمعية الآن ذاته وكذا ضمن مسار تفاعلي بين المستخدم والآخر وكذا ذاته باعتبار الفايبروك فضاء مستخدماً لتقديم الشهادة والكشف عن الذات الفردية والتعبير عنها ما هو حقيقي وما هو مستعار عبر الحقيقة وبهذا يخرج الأفراد المستخدمين دواخلهم إلى العلن وبالتالي إنتاج جوانب ضرورية من هويتهم، ومدى توظيف القيم الاجتماعية الخاصة بالفرد في صياغة المضامين والمحتويات التي يتبادلها ويتفاعل بمقتضاها مع الأفراد الآخرين في الموقع ومختلف أشكال اللغة التي يعتمد عليها الفرد في تواصله وتفاعله مع الآخرين بشبكات التواصل الاجتماعي.

الهوامش:

- ¹ فهمي فارطاجي: دراسة حول القيم الغربية وأثرها على كيان الأسرة المسلمة، بيروت، ص 180.
- ² السعيد بومعيزة: أثر وسائل الإعلام على القيم والسلوكيات لدى الشباب دراسة استطلاعية بمنطقة البلدية، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه دولة في علوم الإعلام والاتصال: جامعة الجزائر، 2005-2006، ص 148.
- ³ السعيد بومعيزة: المرجع نفسه: ص 149.
- ⁴ إحسان عبد الله المرزوق، دورة المعلمين الجدد، القيم ومظاهرها السلوكية نسخة مزينة ومنقحة، 2007، ص 05.
- ⁵ محمد عبد الغني حسين: مهارات إدارة السلوك الإنساني: متطلبات التحديث المستمر لسلوك، مركز تطوير الأداء والتنمية، مصر الجديدة، ط2، 2004، ص 89.
- ⁶ صليحة رحالي: القيم الدينية والسلوك المنضبط، الكشافة الإسلامية الجزائرية نموذجاً، دراسة ميدانية للافواج الكشفية لمدينة المسيلة، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في علم الاجتماع، تخصص: علم الاجتماع الديني، جامعة الحاج لخضر، باتنة، 2007-2008، ص:12
- ⁷ نهي قارطاجي: دراسة حول القيم الغربية وتأثيرها على كيان الأسرة المسلمة مرجع سابق، ص: 128.
- ⁸ غري عبد الرحمن، المرجع السابق نفسه، ص 37.
- ⁹ غري عبد الرحمن، المرجع السابق نفسه، ص 37-38.
- ¹⁰ إبراهيم سعيد البيضاوي وناهد حسين علي: القيم المجتمعية في ظل عصر العولمة وإدارة المعرفة، المؤتمر العلمي الدولي، عولمة الإدارة في عصر المعرفة، 15-17 ديسمبر 2012، ص 04.
- ¹¹ عزري عبد الرحمن: الانترنت والشباب، بعض الافتراضات القيمة، جامعة الإمارات، مقال ص 06.
- ¹² غري عبد الرحمن، الإعلام وتفكك الق... القيمة في المنطقة العربية قراءة معرفية في الرواسب الثقافية، دار المتوسطة للنشر، ط1، 2009، ص 33.
- ¹³ جهاد نعم عبد الرحمان قمحية: البناء القيمي لدى طلبة الجامعات الفلسطينية أطروحة مكتملة لنيل شهادة الماجستير في الإدارة التربوية، جامعة النجاح الوطنية، فلسطين، ص:165.
- ¹⁴ راوية حسن، السلوك التنظيمي المعاصر، الدار الجامعية الإسكندرية، مصر 2004، ص: 165.
- ¹⁵ أمينة ياسين بلقاسمي: العولمة الثقافية وتأثيرها على هوية الشباب والمراهقين الجزائريين- دراسة تحليلية- مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، ع8، جامعة وهران، السانبا، الجزائر، جوان 2012، ص 53.
- ¹⁶ نهي قارطاجي: دراسة حول القيم الغربية وأثرها على الكيان الأسرة المسلمة، مرجع سبق ذكره، ص:128.
- ¹⁷ حسن مضفر الرزو: الفضاء المعلوماتي، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت (لبنان)، الطبعة الأولى، 2008، ص: 55.
- ¹⁸ محمد وحيد صيام: الحاسوب كوسيلة اتصال، **cmc communication Mediated**، جامعة البحرين، كلية التربية، قسم تكنولوجيا التعليم /computer/ والمعلومات الدراسية (المقرر) المنشورة رقم EDTC422، ص 118.
- ¹⁹ علي رحومة، الانترنت والمنظومة التكنو- اجتماعية، بحث تحليلي في الآلية تقنية الانترنت ونمذجة منظومتها الاجتماعية، مركز دراسات الوحدة العربية، الطبعة الأولى، بيروت (لبنان)، 2005، ص .
- ²⁰ عمر وحيد صيام، الحاسوب كوسيلة اتصال، المرجع سابق الذكر، ص 95.
- ²¹ علي محمد رحومة، علم الاجتماع الآلي، مرجع سبق ذكره، ص 75.
- ²² علي محمد رحومة، علم الاجتماع الآلي، مرجع سبق ذكره، ص 139-138.
- ²³ احمد محمد صالح، اثنوغرافيا الانترنت وتداعياتها الاجتماعية والثقافية والسياسية، مرجع سبق ذكره، ص 70.

الباب الثاني

الإطار الميداني للدراسة

تمهيد:

الفصل الأول: بناء الهوية الفردية من خلال طبيعة الاستخدام ونوع التفاعل.

الفصل الثاني: اللغة والتواصل من خلال شبكات التواصل الاجتماعي.

الفصل الثالث: توظيف القيم عبر مواقع التواصل الاجتماعي .

نتائج الدراسة

تمهيد:

تزامنا مع الثورة المعلوماتية والتطور التقني الكبير الذي نعاصره ، وثورة الاستخدام التقني لشبكات التواصل الاجتماعية تحديدا، حيث تقودنا الكثير من الإحصائيات لمعرفة نقاط التغيير التي برزت الآن والتي توضح نسبة الاختلاف في وقتنا الحالي عن السابق ، وهذا التغيير حتما لم يأتي من فراغ ، إنما نتيجة عوامل عديدة تزامنت مع التطورات العصرية والتي تدفع بنا لمواكبة هذه التطورات بلا شك، فاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي عبر الإنترنت في العالم، انتشر بوتيرة فاقت كثيرا من التوقعات حيث أصبح «الفيسبوك» ضمن السلوك اليومي لكثير من مستخدمي الإنترنت، سواء عبر أجهزة الكمبيوتر أو الأجهزة الدفترية، وكذلك عبر الهواتف المحمولة، فقد عمدت هذه المواقع منذ ظهورها إلى إتاحة أكثر الفضاءات الحرة للتعبير بعدة خدمات وخيارات اختزلت بها الكثير من المسافات و الجهود الواقعية لتنقلها إلى عالم افتراضي بمواصفات واقعية وسهولة وانية خيالية ، مما يشكل بدوره الأرضية المناسبة للتعبير وإعطاء صورة عن الذات في ظل هذه المواقع ، وهذا ما سنتناوله في هذا الجانب من الدراسة حيث سنحاول توضح كيفية بناء الهوية الفردية للمبحوثين من خلال طبيعة استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي من خلال تبيان مختلف عادات وأنماط استخدامهم لهذه الأخيرة ، وكذا مجموعة الإشباع التي يحققها هؤلاء وراء ذلك بالإضافة إلى رصد مختلف الغايات والأهداف من وراء الانتساب إليها كما سنحاول من خلال هذا الفصل التعرف على كيفية امتثال المبحوثين بشخصياتهم الواقعية في ظل مواقع التواصل الاجتماعي، أما فيما يخص الفصل الثاني فسنحاول من خلاله رصد مختلف أنواع اللغات التواصلية التي يعتمد عليها المبحوثين للتواصل في كنف المواقع الاجتماعية و كذا مختلف التحولات و التغييرات التي طالت هذه اللغات بالإضافة إلى رصد مختلف تقنيات التواصل التعبيري التي يعتمدها المبحوثين للتعبير عن سماتهم الشخصية عبر مواقع التواصل الاجتماعي ، و في الفصل الأخير سنحاول أن نكشف عن مدى توظيف القيم الفردية والاجتماعية للمبحوثين في المحتويات التي يتفاعلون بمقتضاها مع الآخرين عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

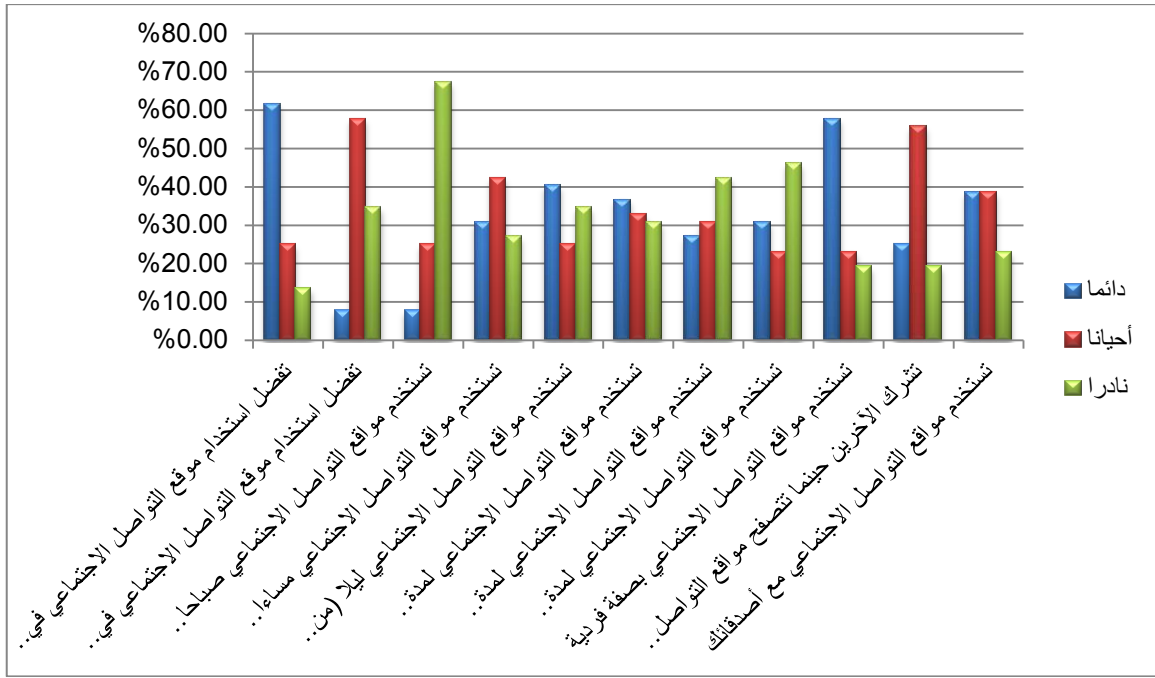
اعتمدنا على استمارة الاستبيان كأداة لجمع البيانات كونها تتوافق و طبيعة الدراسة ،حيث استخدمناها كأداة لإستيقاء البيانات حول صورة الذات لمنتسبي مواقع التواصل الاجتماعي معتمدين في تصميمها على مجموعة من المصادر ذات العلاقة بالموضوع حيث تتكون من أربعة وتسعون عنصرا لقياس الظاهرة محل الدراسة مع تطبيق أسلوب التكرارات و النسب المئوية كأسلوب إحصائي لمعالجة الإجابات بتحديد نوعين من الاتجاهات : "موافق ،نوعا ما،غير موافق /دائما ،أحيانا،نادرا"

1- الفصل الأول: بناء الهوية الفردية من خلال طبيعة الاستخدام ونوع التفاعل:**تمهيد:**

تعتبر الهوية مظها من مظاهر الذات الناتجة عن إدراك الفرد لانتماءاته الاجتماعية و النفسية فالإحساس بالهوية هو الأمر الذي يجعل شخصا ما يشعر بكونه هو ويبقى كذلك في الزمن أو بمعنى آخر فإنها نسق من الأحاسيس و التمثلات التي يستطيع بواسطتها فرد ما الإحساس بتميزه ،فهوية الفرد ما يجعله مماثلا لنفسه و مختلفا عن الآخرين ، ومن هنا نستطيع إسقاط هذا الطرح الهوية الفردية لمستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي وكيفية بناء هذه الأخيرة لهويات افتراضية لمستخدميها تتحدد حسب مختلف الطرق و الآليات التي يعتمدها الأفراد في استخدامهم للشبكات الاجتماعية بدءا من عادات و أنماط استخدامها إلى مختلف الإشباعات المحققة من خلال استخدامها و كذا مختلف الخدمات التي يتيحها هذا الأخير و صولا الى مختلف الغايات و الأهداف وراء استخدامها من جهة بالإضافة إلى مدى تمثل الفرد المستخدم لمواقع التواصل الاجتماعي من خلال توظيف بياناته الشخصية بمعالم حقيقية أو افتراضية كاستخدام أسماء مستعارة و صور رمزية في ظل هذه المواقع من جهة و مقارنة سمات الشخصية الافتراضية بالواقعية.

❖ جدول رقم (07): يوضح طرق وآليات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي

المجموع	نادرا	أحيانا	دائما	مقترحات الإجابة
52	7	13	32	تفضل استخدام موقع التواصل الاجتماعي في البيت
100%	13.46	25	61.53	النسبة
52	18	30	4	تفضل استخدام موقع التواصل الاجتماعي في أماكن أخرى
100%	34.61	57.69	7.69	النسبة
52	35	13	4	تستخدم مواقع التواصل الاجتماعي صباحا (من 6 سا إلى 12 سا)
100%	67.3	25	7.69	النسبة
52	14	22	16	تستخدم مواقع التواصل الاجتماعي مساءا (من 12 سا إلى 18 سا)
100%	26.92	42.30	30.76	النسبة
52	18	13	21	تستخدم مواقع التواصل الاجتماعي ليلا (من 18 سا إلى 6 صباحا)
100%	34.61	25	40.38	النسبة
52	16	17	19	تستخدم مواقع التواصل الاجتماعي لمدة قصيرة (أقل من 2 سا)
100%	30.76	32.69	36.53	النسبة
52	22	16	14	تستخدم مواقع التواصل الاجتماعي لمدة متوسطة (أكثر من 3 سا)
100%	42.30	30.76	26.92	النسبة
52	24	12	16	تستخدم مواقع التواصل الاجتماعي لمدة طويلة (أكثر من 4 سا)
100%	46.15	23.07	30.76	النسبة
52	10	12	30	تستخدم مواقع التواصل الاجتماعي بصفة فردية
100%	19.23	23.07	57.69	النسبة
52	10	29	13	تشارك الآخرين حينما تتصفح مواقع التواصل الاجتماعي
100%	19.23	55.76	25	النسبة
52	12	20	20	تستخدم مواقع التواصل الاجتماعي مع أصدقائك
100%	23.07	38.46	38.46	النسبة



الشكل رقم (07): طرق وآليات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي

-التحليل الكمي لنتائج الجدول رقم (07):

1- أماكن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي:

يفضل 61.53% من الأفراد المبحوثين استخدام مواقع التواصل الاجتماعي دائما في البيت في حين يفضل 25% من المبحوثين استخدامها في البيت أحيانا، أما 13.46% فنادرا يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي في البيت.

* عبر المبحوثين نسبة 7.69% أنهم دائما ما يفضلون استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في أماكن أخرى، و 57.69% ممن يفضلون استخدامها أحيانا في أماكن أخرى، وكما أكد 13.46% من المبحوثين أنهم نادرا ما يستخدمون المواقع الاجتماعية في أماكن أخرى.

1- أوقات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي:

مثلت نسبة المستخدمين هذه المواقع الاجتماعية من قبل الأفراد المبحوثين في الفترة الصباحية دائما نسبة 7.69% أما من يستخدمونها أحيانا صباحا فقدت نسبتهم بـ 25% ونادرا بـ 67.3%.

في حين نسبة المبحوثين الذين يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي في الفترة المسائية فقد قدرت بـ 30.76% و 42.30% أحيانا ما يستخدمونها في الفترة المسائية، أما 26.32% فنادرا ما يستخدمون لهذه المواقع مساء.

أما 40.38% من أفراد العينة فقد فضلوا استخدام هذه المواقع في الفترة الليلية دائما في حين 25% منهم أحيانا ما يفضلون استخدامها ليلا، أما 34.61% فقد أكدوا على عدم استخدامهم لهذه المواقع الاجتماعية.

2- مدة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي:

عبرت النتائج في الجدول رقم (07) على أن نسبة المبحوثين يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي يصل معدل استخدامها لهذه الأخيرة 36.53% إلى ساعتين في اليوم دائما، أما 32.69% فأحيانا ما يصل معدل استخدامهم إلى ساعتين في حين أكد 30.70% من المبحوثين على عدم استخدامها للشبكات الاجتماعية لساعتين في اليوم.

أما 26.92% من أفراد العينة فيصل متوسط استخدامهم إلى أكثر من ثلاث ساعات يومية بصفة دائمة لمواقع التواصل الاجتماعي نسبة: 30.70% أحيانا و 42.30% من المبحوثين الذين عبروا أنهم نادرا ما يصل معدل استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي إلى أكثر من 3 ساعات.

- فيحين أكد ما يقارب 30.76% من أفراد العينة على أنهم يستغرقون أكثر من 4 ساعات يوميا دائما، و 23.07% أحيانا، أما 46.15% فقد أكدوا على أنهم نادرا ما يستغرقون أكثر من 4 ساعات في اليوم في تصفح مواقع التواصل الاجتماعي.

3- كفاءات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي من قبل المبحوثين:

- عبر ما يقارب 57.63% من المبحوثين عن تصفحهم لمواقع التواصل الاجتماعي بصفة فردية دائما، في حين أكد 23.07% من تصفحهم لمواقع التواصل الاجتماعي بصفة فردية أحيانا، أما 19.23% فقد أكدوا بأنهم نادرا ما يتضمنون هذه المواقع بصفة فردية.

- في حين عبر 25% من المبحوثين عن استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي بصفة جماعية مع الآخرين أما 55.76% فقد عبروا على أنهم يستخدمونها أحيانا مع أفراد آخرين على العكس من أفراد من المبحوثين والذين أكدوا على أنهم لا يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي بصفة جماعية.

التحليل الكيفي للجدول رقم (07):

حاولنا من خلال استعراض نتائج الجدول رقم (07) أن نبين مختلف آليات وطرق استخدام مواقع التواصل الاجتماعي من طرف المبحوثين محل الدراسة، حيث ارتأينا أن نعتمد طريقة تجمع فيها

أكثر من مؤشر متغير واحد وهذا النموذج علاقة هذه المؤشرات وتداخلها فيما بينها لتعطينا رؤية واضحة لمتغير آليات وطرق استخدام الشبكات الاجتماعية.

- حيث أظهرت نتائج الجدول على نسبة للديمومة من المبحوثين الذين يفضلون استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في البيت بنسبة 61.55% في حين كانت أدنى نسبة من المبحوثين للذين يفضلون استخدام هذه المواقع في أماكن أخرى، وهذا أن دل إنما يدل على ولوج هذه التكنولوجيا بقوة في مجتمعنا وبالتالي ارتفعت نسبة تجهيز المنازل بالانترنت فحسب إحصائيات ديسمبر 2011 بلغ عدد المشتركين بالانترنت إلى 04 ملايين و700 ألف مستخدم أو من جهة أخرى بالنظر إلى المبحوثين نجد النسبة العالية من حيث الجنس تتمثل في الفتيات بنسبة 61.53% والمكان الأنسب للفتيات هو البيت حيث مازالت النظرة الضيقة فيما يخص الإناث بخصوص تنقلهم وترددهم على أماكن عامة وبالتالي هذا ما يفسر النتيجة التي تملأ في الجدول أعلاه ضف إلى ذلك صعوبة إيجاد وتخصيص وقت للتنقل إلى أماكن أخرى بالنظر إلى الالتزامات الدراسية بشأنها أن تضيق من الوقت للمبحوثين.

- لكن رغم هذا تبقى الأماكن الأخرى كنادي الانترنت تمثل المرتبة الثانية بعد البيت وهذا لكثرتها وانتشارها خاصة في أوساط الجامعة والتي تعتبر بمثابة بديل عن الخيار الأول والتي إليها الطلاب بالاستيفاء المعلومات وكذا استخدام مواقع التواصل الاجتماعي.

- أما بالنسبة للمدة التي ستغرقها المبحوثين في استخدام هذا المواقع فنلاحظ أن أعلى نسبة للديمومة كانت للفترة الليلية من إلى 6 صباحا بنسبة 40.83% تليها الفترة المسائية وهذا لالتزام الطلبة المبحوثين بأوقات دراسية وفيما إلى نوعية المبحوثين (طلبة) يبدو هذا الترتيب منطقيا كون الفترة الليلية والمسائية هي الفترات الأنسب واليهما يتفرغ الطالب لدخول إلى مواقع التواصل الاجتماعي بالإضافة إلى كون الدراسة متاحة في كل الأوقات عكس بقية الوسائل الإعلامية الأخرى.

أما فيما يخص المدة التي يقضيها المبحوثين في تصفح مواقع التواصل الاجتماعي نلاحظ من خلال النسب أن المدة التي نالت أكبر نسبة للديمومة هي أقل من ساعتين في اليوم بنسبة 36.53% ثم تليها مدة أكثر من 4 ساعات في اليوم بنسبة 30.76% وهذا بالطبع إذا ما دل إنما يدل على الاهتمام الكبير الذي أصبح بيده الأفراد اتجاه هذا المواقع بالتالي أصبحت مواقع التواصل الاجتماعي تندرج ضمن السلوك اليومي للأفراد فمدة ساعتين أو أكثر ليست مدة صغيرة ولا يستهان بها وان دل هذا فإنما يدل على درجة استمتاع ورغبة واندماج المبحوثين في هذه المواقع ليصل

المستخدم إلى درجة استمتاع ورغبة واندماج المبحوثين في هذه المواقع لما تتيحه في خيارات ومجالات وسهولة للأفراد والجدير بالذكر إن قضاء أكثر من 4 ساعات على استخدام مواقع التواصل الاجتماعي يخلق مع تكرار الأمر حالة من الإدمان والتي يترتب عليها عدة عواقب من شأنها أن تخلق عدة عواقب من شأنها إن تخلق عدة اختلالات على مستوى الفرد والمجتمع.

- كما يتبين أيضا من خلال النتائج أن الأفراد المبحوثين يستخدمون دائما مواقع التواصل الاجتماعي بصفة فردية بنسبة 57.69% والتي تمثل أعلى نسبة مقارنة بالأفراد الذين يستخدمونها بصفة جماعية بنسبة 25% حيث يمكن تفسير ذلك إلى طبيعة الاستخدام الفردي لجهاز الكمبيوتر والذي يتطلب مستخدما واحدا بالإضافة إلى ولوج وانتشار الانترنت على عدة أجهزة عمولة كالكمبيوتر والهواتف الذكية واللوحات الالكترونية وغيرها من الأجهزة.

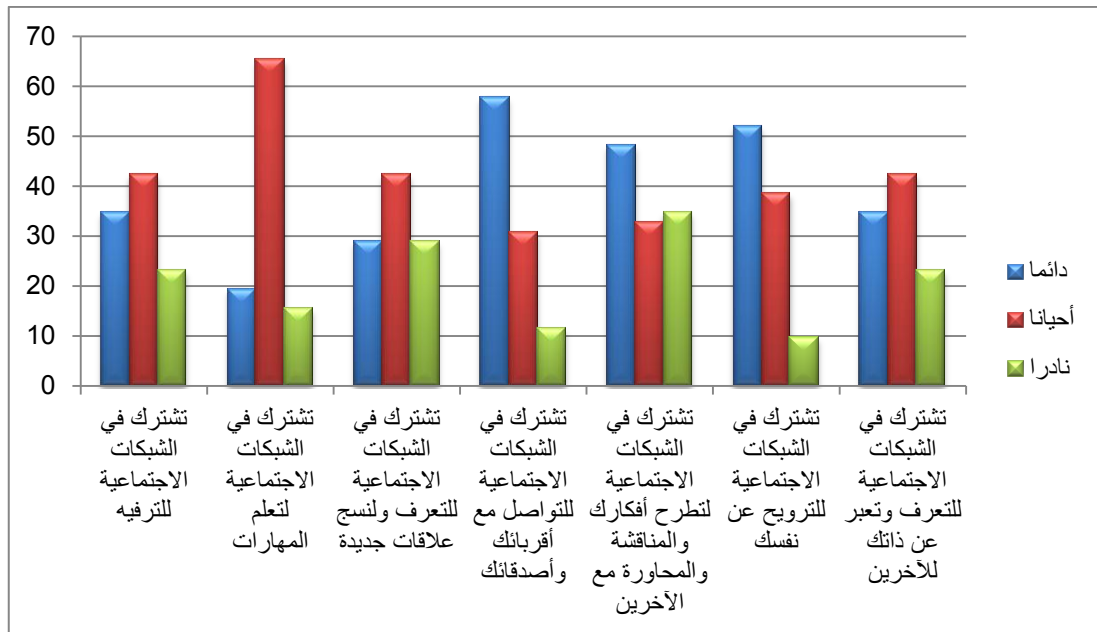
- أما بالصفة الجماعية فقد يرغب بعض الأفراد في تصفح المواقع الاجتماعية برفقة بعض الأصدقاء للتسلية أو تقصي بعض المعلومات.

- أن استقراء ما تناوله التحليل السابق للجدول رقم (07) المتعلق بـ: طرق واليات استخدام موقع التواصل الاجتماعي من طرق المبحوثين محل الدراسة يشير إلى أن مختلف الطرق والآليات التي تحكم استخدام هذه المواقع الاجتماعية تعبر عن مدى أهمية ومكانة هذه التكنولوجيا في حياة الأفراد.

- حيث يظهر من النتائج أن الأفراد المبحوثين يفضلون استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في البيت ليلا لمدة ساعتين وأكثر بصفة فردية وهذا يبدو منها ومنطقيا بالنظر إلى الطبيعة المبحوثين حيث يمثل البيت المكان الأنسب لتصفح هذه المواقع في أي وقت خاصة وان المبحوثين على الدراسة يفضون لالتزامهم بالدراسة بالتالي عدم النقد بالوقت والقدرة على استغراق أكيد وقت ممكن وكذا استخدامها بصفة فردية بالنظر إلى ولوج هذه التكنولوجيا في معظم البيوت الجزائرية بالتالي تعدد الأجهزة والخيارات يخول استخدام هذه المواقع في المكان الذي تريدون في الوقت الذي تريد وللمدة التي تراها بصفة فردية أو جماعية.

❖ جدول برقم (08): يوضح الإشباع المحققة من وراء الاستخدام الشبكات الاجتماعية

مقترحات الإجابة	دائما	أحيانا	نادرا	المجموع
تشارك في الشبكات الاجتماعية للترفيه	18	22	12	52
النسبة	34.61	42.30	23.07	100%
تشارك في الشبكات الاجتماعية لتعلم المهارات	10	34	8	52
النسبة	19.23	65.38	15.38	100%
تشارك في الشبكات الاجتماعية للتعرف ولنسج علاقات جديدة	15	22	15	52
النسبة	28.84	42.30	28.84	100%
تشارك في الشبكات الاجتماعية للتواصل مع أقبائك وأصدقائك	30	16	6	52
النسبة	57.69	30.76	11.53	100%
تشارك في الشبكات الاجتماعية لتطرح أفكارك والمناقشة والمحاورة مع الآخرين	25	17	10	52
النسبة	48.07	32.69	34.61	100%
تشارك في الشبكات الاجتماعية للترويج عن نفسك	27	20	5	52
النسبة	51.92	38.46	9.61	100%
تشارك في الشبكات الاجتماعية للتعرف وتعبر عن ذاتك للآخرين	18	22	12	52
النسبة	34.61	42.30	23.07	100%



الشكل رقم (08): يوضح الإشباع المحققة من وراء الاستخدام الشبكات الاجتماعية

التحليل الكمي الجدول رقم (08):

يوضح الجدول رقم (08) مختلف الإشباعات التي تدفع الأفراد بالاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي لكونها تمثل مجالا واسعا وغير محدود دائما لما تمنحه من إشباعات.

1-أسباب الانتماء إلى مواقع التواصل الاجتماعي:

حيث توضح نسب الجدول أن الأفراد المبحوثين يشتركون في هذه الشبكات بغرض الترفيه بصفة دائمة بنسبة: 34.61% وكذا نسبة 42.30% أحيانا، أما 23.07% فيشتركون في المواقع الاجتماعية لهذا السبب بصفة نادرة.

- في حين ينتسب ما يقدر بـ: 19.23% من أفراد عينة الدراسة لتعلم المهارات أما 65.38% فقد عبروا أنهم ينتسبون أحيانا لهذا الغرض عبر الشبكات الاجتماعية .
-عكس 15.38% من المبحوثين الذين أكدوا أنهم نادرا ما ينتسبون للشبكات الاجتماعية لغرض تعلم المهارات .

- أما بالنسبة لخيار التعرف ونسج العلاقات الجديدة عبر الشبكات الاجتماعية فقد عبر 28.84% من عينة الدراسة عند انتسابهم للمواقع الاجتماعية لهذا الغرض بصفة دائمة و 42.30% أحيانا، أما نادرا فبنسبة 28.84%.

- في حين يشترك ما يقدر بـ: 57.69% من المبحوثين في الشبكات الاجتماعية بغرض التواصل مع الأقرباء والأصدقاء بصفة دائمة، و 30.76% أحيانا ما يستخدمونها لهذا الغرض، أما 11.53% فنادرا ما يستخدمونها للتواصل مع الأصدقاء والأقارب.

- وقد عبر 48.07% من عينة الدراسة عن اشتراكهم في الشبكات الاجتماعية دائما لطرح أفكارهم ومناقشتها مع الآخرين ثم تليها نسبة 32.69% من المبحوثين الذين يستخدمونها لنفس الغرض أحيانا، أما 19.23% فنادرا ما يستخدمونها لهذا الغرض (طرح الأفكار ومناقشتها).

- كما اتفق 51.92% من المبحوثين في استخدامهم الاجتماعية لهدف الترويج عن أنفسهم بصفة دائمة بينما عبر 38.46% على أن استخدام الشبكات الاجتماعية لنسف الغرض أحيانا، أما 9.61% من عينة الدراسة فقد أكدوا أنهم نادرا ما ينتسبون للشبكات الاجتماعية لغرض الترويج من أنفسهم.

- أما 34.61% من المبحوثين فيشتركون في شبكات التواصل الاجتماعي بهدف التعرف والتعبير عن ذواتهم للآخرين في إطار التواصل بصفة دائمة بينما عبر 42.30% عن اشتراكهم لنفس السبب أحيانا أما 23.07% فنادرا ما يشتركون في الشبكات الاجتماعية للتعرف والتعبير عن ذواتهم الآخرين في إطار التواصل.

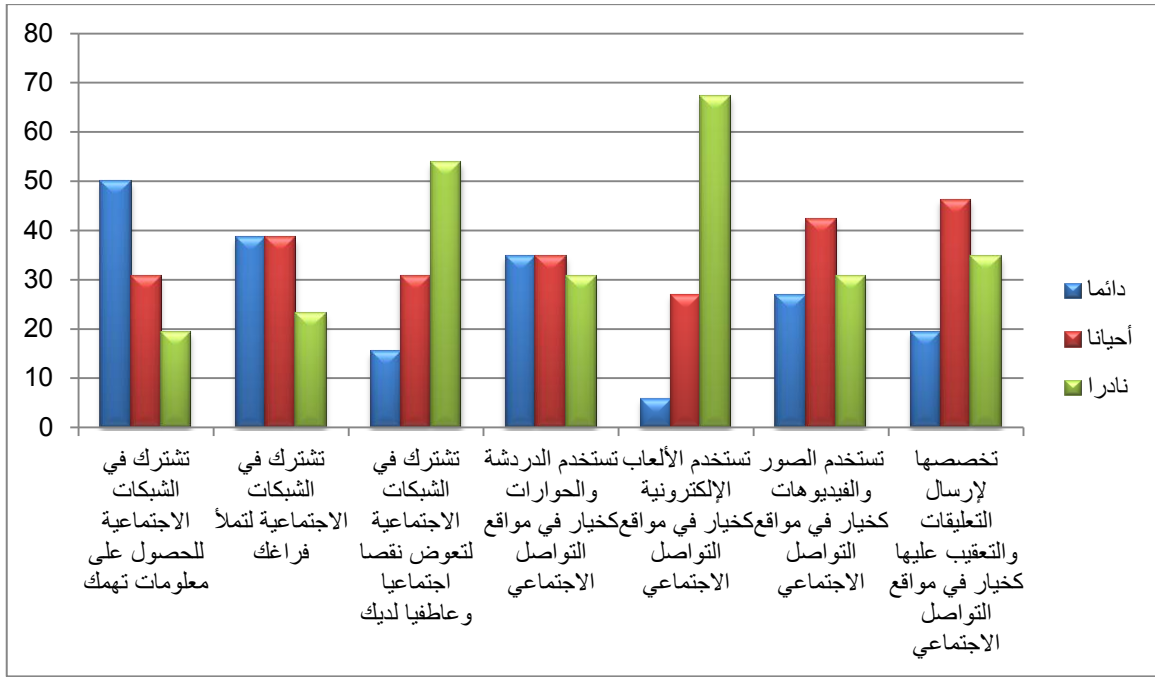
-تحليل نتائج الجدول رقم (08) كيفيا:

تختلف الأغراض وراء انتساب الأفراد إلى مواقع التواصل الاجتماعي كونها تعتبر وسيلة من الوسائل التي يعتمد عليها الفرد لإرضاء غاياته وإشباع حاجاته. بالتالي بالنظر إلى النتائج التي وردت في الجدول رقم (08) المتعلق بمختلف الإشباع التي يحققها مستخدمو مواقع التواصل الاجتماعي من وراء انتسابهم إلى هذه الأخيرة حيث كانت أعلى نسبة للديمومة لخيار التواصل مع الأقرباء والأصدقاء عبر هذه المواقع فمن المنطقي وبالنظر إلى طبيعة المبحوثين الذين يضطر أغلبهم إن لم نقل كلهم إلى التنقل إلى ولايات غير ولاياتهم لمزاولة الدراسة. كما مالت إجابات المبحوثين بأكبر نسبة إلى أن السبب وراء استخدام الشبكات الاجتماعية هو الترويح عن أنفسهم وهذا ما يمكن تفسيره بالنظر إلى حجم الضغوطات التي يعيشها المبحوثين في ما يتعلق بالالتزامات العلمية الخاصة بهم .

فمن خلال استقراء نتائج الجدول يتبين أن المبحوثين يستخدمون المواقع الاجتماعية كوسيلة للتواصل مع الأقارب والأصدقاء وكذا الترويح عن النفس وهذا ما يعتبر منطقيا كونها الوسيلة الأفضل والأنسب لذلك كما أن الهدف الرئيسي لهذه الشبكات هو التواصل والتفاعل وكذا الترويح عن النفس في ظل فضاء متنوع وجذاب بالدرجة الأولى من حيث الخصائص المتاحة عبرها.

❖ جدول برقم (09): يوضح لخدمات التي يتيحها استخدام الشبكات الاجتماعية والمستخدم من قبل أفراد العينة

المجموع	نادرا	أحيانا	دائما	مقترحات الإجابة
52	10	16	26	تشارك في الشبكات الاجتماعية للحصول على معلومات تهتمك
100%	19.23	30.76	50	النسبة
52	12	20	20	تشارك في الشبكات الاجتماعية لتملأ فراغك
100%	23.07	38.46	38.46	النسبة
52	28	16	8	تشارك في الشبكات الاجتماعية لتعوض نقصا اجتماعيا وعاطفيا لديك
100%	53.84	30.76	15.38	النسبة
52	16	18	18	تستخدم الدردشة والحوارات كخيار في مواقع التواصل الاجتماعي
100%	30.76	34.61	34.61	النسبة
52	35	14	3	تستخدم الألعاب الإلكترونية كخيار في مواقع التواصل الاجتماعي
100%	67.30	26.92	5.76	النسبة
52	16	22	14	تستخدم الصور والفيديوهات كخيار في مواقع التواصل الاجتماعي
100%	30.76	42.30	26.92	النسبة
52	18	24	10	تخصصها لإرسال التعليقات والتعقيب عليها كخيار في مواقع التواصل الاجتماعي
100%	34.61	46.15	19.23	النسبة



الشكل رقم (09): الخدمات التي يتيحها استخدام الشبكات الاجتماعية والمستخدم من قبل أفراد العينة

التحليل الكمي للجدول رقم (09): الخدمات التي يتيحها استخدام مواقع التواصل الاجتماعي والمستخدم من قبل أفراد العينة:

1- الغرض من الاشتراك في الشبكة الاجتماعية:

- يوضح الجدول رقم (09) مختلف الخدمات التي يتيحها استخدام مواقع التواصل الاجتماعي من قبل أفراد العينة محل الدراسة حيث يتبين من خلال النسب الواردة بان 50% من المبحوثين يشتركون في مواقع التواصل الاجتماعي دائما بهدف إلى الحصول على المعلومات التي تمهم أما 30.76% من المبحوثين فأحيانا ما يستخدمونها لهذا الغرض على خلاف 19.23% الذين يؤكدون بدورهم ندرة استخدامها في هذا الغرض.

- أما 38.46% من أفراد العينة يشتركون في المواقع الاجتماعية لملأ أوقات فراغهم كما عبر المبحوثين بنفس النسبة عن استخدامهم المواقع الاجتماعية لنفس الغاية أحيانا، أما 23.07% فأكدوا ندرة استخدامهم هذه المواقع لملأ الفراغ لديهم.

- في حين عبر ما يقدر بـ: 15.38% من أفراد العينة عن اشتراكهم في الشبكات الاجتماعية دائما لتعويض نقص اجتماعي أو عاطفي لديهم كما عبر 30.76% من المبحوثين عن اشتراكهم لنفس

الغاية أحيانا، أما 53.84% فقد أكدوا رفضهم لفكرة الانتساب إلى الواقع الاجتماعية بهدف تعويض نقص اجتماعي أو عاطفي لديهم.

2- اشتراك المبحوثين حسب الخيارات المتاحة في مواقع التواصل الاجتماعي:

* تتيح شبكات التواصل الاجتماعي عدة خيارات أمام مستخدميها والتي تشكل بدورها مجالات ينتمي إليها كل فرد حسب حاجته و ميولاته إذ عبر المبحوثين بنسبة 34.61% عن استخدامهم للدردشة والحوارات دائما كخيار في مواقع التواصل الاجتماعي، وبنفس النسبة عند المبحوثين عن استخدام الشبكات الاجتماعية لنفس الخيار أحيانا ، فيما أكد 30.76% على ندرة تعرضهم لهذا الخيار في الشبكة الاجتماعية.

* في حين عبر 5.76% من عينة الدراسة عن استخدامهم لخيار الألعاب الالكترونية في المواقع الاجتماعية دائما، أما 26.92% فأحيانا ما يستخدمون هذا الخيار عكس 67.30% من المبحوثين الذين أكدوا على ندرة استخدامهم لخيار الألعاب الالكترونية في ظل مواقع التواصل الاجتماعي.

* أما 26.92% من المبحوثين فقد عبروا عن استخدامهم لخيار الصور والفيديوهات في مواقع التواصل الاجتماعي بصفة دائمة كما عبر ما يقارب 42.30% عن استخدامهم لنفس الخيار أحيانا، بينما عارض 30.76% فكرة استخدامهم خيار تحميل ومشاهدة الصور والفيديوهات على المواقع الاجتماعية.

* كما فضل 19.23% من المبحوثين خيار إرسال التعليقات والتعليق عليها في مواقع التواصل الاجتماعي بصفة دائمة، كما عبر 46.15% عن استخدامهم لنفس الخيار أحيانا أما 34.61% من عينة الدراسة فقد أكدت على ندرة استخدامها لهذا الخيار عبر الشبكات الاجتماعية.

التحليل الكيفي للجدول رقم (09):

تعتبر مواقع التواصل الاجتماعي من أكثر الوسائل التي وفرت مجالا فضفاضا للأفراد بعدة خدمات وخيارات اختزلت بها الكثير من المسافات و الجهود الواقعية لتقلها إلى عالم افتراضي بمواصفات واقعية وسهولة وانية خيالية.

- حيث تتجلى لنا من النسب الواردة في الجدول رقم (09) أن أعلى نسبة للديمومة كانت لخيار الحصول على المعلومات التي تهم الأفراد المبحوثين في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة 50% وهذا ما يعتبر واقعيا جدا إذا ربطناه بطبيعة المبحوثين كونهم طلاب في دراسات عليا، بالتالي فاستخدام هذه المواقع يكون غالبا للحصول على معلومات تهمهم وتخدمهم محاولين تسخير هذه الوسيلة بخصائصها لفائدة دراساتهم وبحوثهم العلمية.

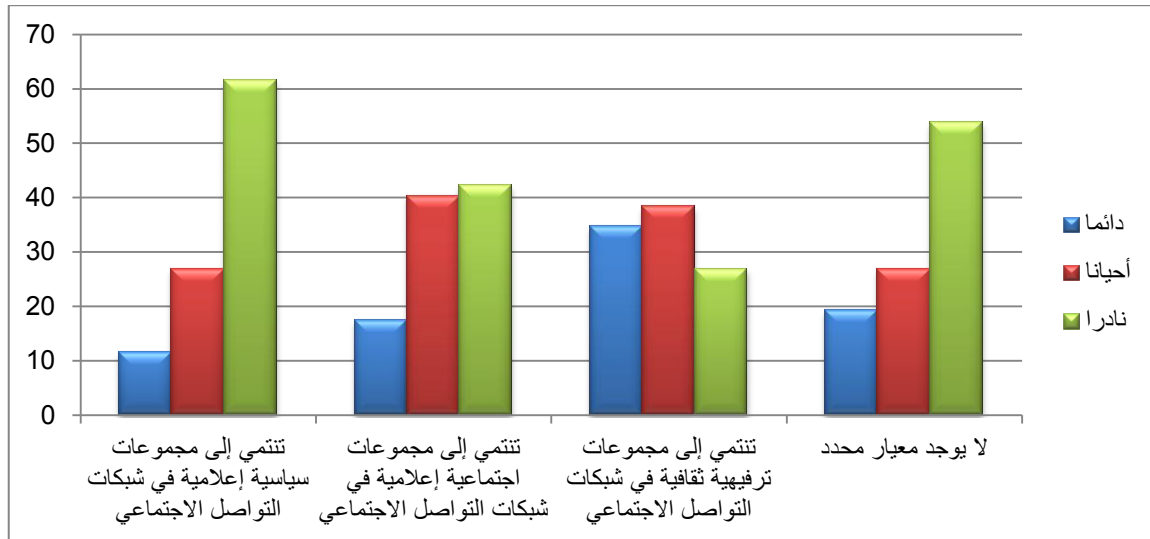
- وفي المرتبة الثانية نجد خيار الاشتراك في الشبكات الاجتماعية يملأ الفراغ بنسبة 38.46% كون هذه المواقع تشكل مجالا تفاعليا حرا بخدمات عديدة ومتنوعة ومتجددة ووسيلة أولى لملا الفراغ والترويح عن النفس.

- والملاحظ أن أعلى نسبة للندرة كانت بخيار استخدام الألعاب الالكترونية وهذا ما يعتبر منطقيا بالنظر إلى سن المبحوثين وكذا حجم الوقت و ميولات أفراد العينة، فمن المنطقي أن لا يميل المبحوثين لمثل هذا الخيار حيث أثبتت جل الدراسات بان الفئة العمرية الأكثر ميولا وتأثرا لهذا النوع من الخيارات (العاب الفيديو) هم فئة المراهقين والشباب.

إن استقراء ما تناوله التحليل السابق للجدول رقم (09) المتعلق ب: مختلف الخدمات التي يتيحها استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لمجموعة أفراد العينة محل الدراسة، يتبين لنا أن المبحوثين يفضلون استخدام الشبكات الاجتماعية للحصول على معلومات تهمهم وبالتالي فخيار الدردشة والحوارات هو انسب خيار لتبادل المعارف والخبرات وخلق مجال خصب للحوار وهذا ما يبدو منطقيا جدا بالنظر إلى طبيعة المبحوثين ومستواهم الثقافي والعلمي.

❖ جدول برقم (10): يوضح الغايات والأهداف وراء استخدام الشبكات الاجتماعية

مقترحات الاجابة	دائما	أحيانا	نادرا	المجموع
تنتمي إلى مجموعات سياسية إعلامية في شبكات التواصل الاجتماعي	6	14	32	52
	النسبة	11.53	26.92	61.53
تنتمي إلى مجموعات اجتماعية إعلامية في شبكات التواصل الاجتماعي	9	21	22	52
	النسبة	17.30	40.38	42.30
تنتمي إلى مجموعات ترفيهية ثقافية في شبكات التواصل الاجتماعي	18	20	14	52
	النسبة	34.61	38.46	26.92
لا يوجد معيار محدد	10	14	28	52
	النسبة	19.23	26.92	53.84



الشكل رقم (10): الغايات والأهداف وراء استخدام الشبكات الاجتماعية

التحليل الكمي لنتائج الجدول رقم (10):

تختلف الغايات والأهداف وراء استخدام الأفراد لمواقع التواصل الاجتماعي وهذا ما حاولنا أن نشير إليه في الجدول في الجدول أعلاه، حيث عبر المبحوثين بنسبة 11.53% عن انتمائهم لمجموعات سياسية أو إعلامية في شبكات التواصل الاجتماعي دائما، أما 26.92% من المبحوثين فقد مالت إجاباتهم إلى اتجاه أحيانا، على عكس 61.53% الذين أكدوا على عدم انتمائهم إلى مجموعات سياسية إعلامية في مواقع التواصل الاجتماعي.

* في حين عبر ما يقارب 17.30% على أنهم يفضلون الانتماء إلى مجموعات اجتماعية في شبكات التواصل الاجتماعي ، و40.38% فنادرا ما ينتمون إلى مجموعات اجتماعية في شبكات التواصل الاجتماعي.

أما 34.61% من المبحوثين فقد أكدوا انتمائهم إلى مجموعات ترفيهية ثقافية بصفة دائمة في مواقع التواصل الاجتماعي كما عبر 40.38% على انتمائهم إلى مجموعات ترفيهية ثقافية في مواقع التواصل الاجتماعي.

- أما 19.23% فقد أكدوا فكرة عدم اعتمادهم على معيار محدد في تحديد انتمائهم إلى مجموعات معينة بصفة دائمة إضافة إلى 26.92% من المبحوثين لا يعتمدون على معيار محدد في انتمائهم إلى مجموعات محددة أحيانا، أما 53.84% فقد أكدوا أنهم يعتمدون على معيار محدد لانتمائهم وهذا لرفضهم لفكرة عدم وجود معيار محدد لانتمائهم إلى مجموعات مختلفة عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

التحليل الكيفي لنتائج الجدول رقم (10):

من بين أكثر الدوافع التي نسبة إليها الأفراد لقيامهم على استخدام للشبكات الاجتماعية هي تعدد خيارات هذه الأخيرة بتعدد اهتمامات الأفراد و انتمائهم وهذا ما حاولنا أن نبينه في الجدول أعلاه حيث وحسب النتائج الموردة تبين أن أغلبية الأفراد المبحوثين لديهم معيار محدد في اختيار المجموعات التي يفضلوا الانتساب إليها داخل مواقع التواصل الاجتماعي.

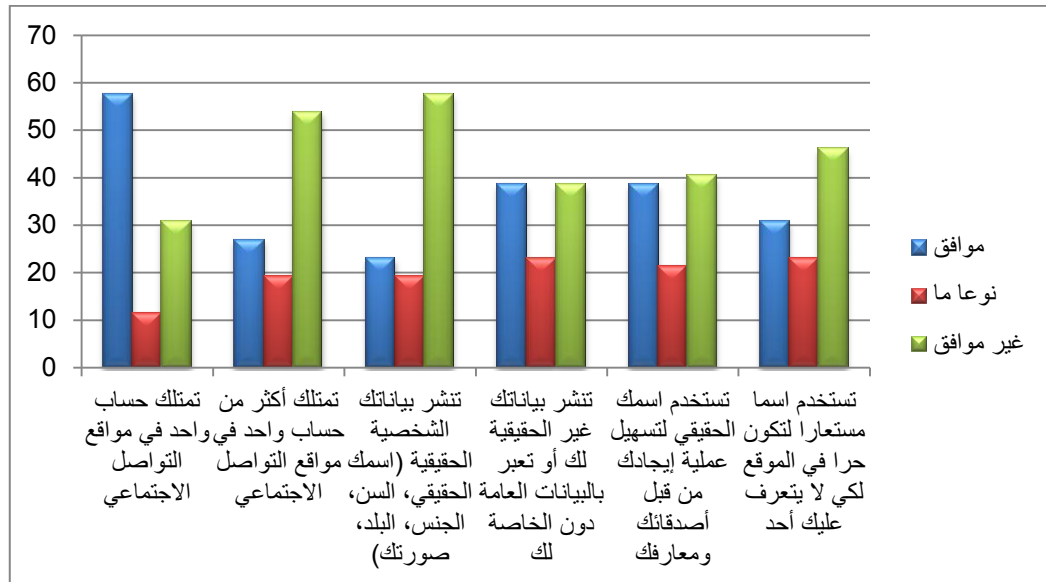
حيث تصدر المجموعات الترفيهية الثقافية علم الخيارات بنسبة 34.61% وهذا أن دل فيدل على محاولة الأفراد رفع المستوى الثقافي وكذا محاولة الاندماج في أمور مسلية يمكن للجماعات الافتراضية أن تتيحها بهدف الترفيه والهروب من مشاكل الواقع، ضف إلى ذلك أن مواقع التواصل الاجتماعي تتيح لمستخدميها اختيار أصدقائهم وتحديد صفاتهم بما يفضلون وبالتالي هي انسب وسيلة للترفيه والترويح عن النفس والتخلص من مختلف الضغوطات التي يواجهها الأفراد ولعل هذا ما يفسر أعلى نسبة للندرة للمجموعات السياسية الإعلامية، كون الفرد الجزائري يبحث عن الفضاءات الإيجابية التي تمنح بعض الراحة والاستمتاع والشعور بالأمان على عكس ما يجري في الساحة الإعلامية والسياسية، من بؤر توتر وضغوطات سلبية على المجتمعات وهذا ما يفسر ميل الأفراد إلى عدم الخوض في مثل هذه الحوارات التي باتت تبعث الإحساس بالقلق والاضطراب.

ينتمي الأفراد المبحوثين لمجموعات ترفيهية ثقافية في مواقع التواصل الاجتماعي في المرتبة الأولى وهذا ما يبدو منطقياً كونها تشكل الفضاء المناسب للترفيه وكذا رفع المستوى الثقافي للأفراد مما تتيحه من مجالات وإمكانيات معرفية وثقافية وبالتالي وبالنظر إلى طبيعة لا أفراد المبحوثين والتزاماتهم وانشغالهم اليومية وهذا ما يبرر تفضيلهم لهذه المجموعات على حساب الأخرى بهدف الترويح والتخلص من التعب والضغطات.

❖ جدول برقم (11): يوضح إظهار البيانات الشخصية من خلال صفحات مواقع التواصل

الاجتماعي

مقترحات الإجابة	موافق	نوعا ما	غير موافق	المجموع
تمتلك حساب واحد في مواقع التواصل الاجتماعي	30	6	16	52
	النسبة	11.53	30.76	100%
تمتلك أكثر من حساب واحد في مواقع التواصل الاجتماعي	14	10	28	52
	النسبة	19.23	53.84	100%
تنشر بياناتك الشخصية الحقيقية (اسمك الحقيقي، السن، الجنس، البلد، صورتك)	12	10	30	52
	النسبة	19.23	57.69	100%
تنشر بياناتك غير الحقيقية لك أو تعبر بالبيانات العامة دون الخاصة لك	20	12	20	52
	النسبة	23.07	38.64	100%
تستخدم اسمك الحقيقي لتسهيل عملية إيجادك من قبل أصدقائك ومعارفك	20	11	21	52
	النسبة	21.15	40.38	100%
تستخدم اسما مستعارا لتكون حرا في الموقع لكي لا يتعرف عليك أحد	16	12	24	52
	النسبة	23.07	46.15	100%



الشكل رقم (11): يوضح إظهار البيانات الشخصية من خلال صفحات مواقع التواصل الاجتماعي

التحليل الكمي لنتائج الجدول رقم (11):

تكرس شبكات التواصل الاجتماعي مجالا وساحة واسعة تسمح للفرد بالتعبير عن ذاته وتقديمها بشكل حر وبدون أية قيود أو ضوابط لتصل بأهميتها ومكانتها إلى حد بناء هويات بأبعاد افتراضية تتطابق إلى حد ما مع الواقعية.

لذا ارتأينا أن نحاول توضيح الصورة فيما يخص بناء الأفراد لذواتهم الفردية في ظل هذه المواقع الاجتماعية من خلال ربط عدة مؤشرات في جدول بياني يبين إظهار البيانات الشخصية من خلال صفحات التواصل الاجتماعي للأفراد المستخدمين لها.

1- تمثل المبحوثين حسب امتلاك حساب في الشبكات الاجتماعية

حيث عبر 57.69% عن موافقتهم لامتلاك حساب واحد في مواقع التواصل الاجتماعي، أما 11.59% فنوعا ما 32.76% من المبحوثين فغيروا موافقين لفكرة امتلاك حساب واحد في مواقع التواصل الاجتماعي.

في حين وافق 26.92% على امتلاك أكثر من حساب واحد في مواقع التواصل الاجتماعي أما 19.23% فنوعا ما، أما 53.84% من عينة الدراسة فقد عارضوا عن فكرة امتلاك أكثر من حساب.

2- توظيف البيانات الشخصية في الصفحات الاجتماعية:

- أكد ما يقارب 23.07% من المبحوثين عن نشرهم لبياناتهم الشخصية الحقيقية في صفحاتهم عبر مواقع التواصل الاجتماعي فيما عبر 19.23% عن موافقتهم نوعا ما على عرض ونشر البيانات الحقيقية له، أما 57.69% فقد عارضوا هذه الفكرة.

- في حين وافق 38.64% من المبحوثين عن فكرة نشر بياناتهم غير الحقيقية أو لجوئهم إلى التعبير عن بياناتهم العامة دون الخاصة في صفحاتهم عبر مواقع التواصل الاجتماعي أما 23.07% فيوافقون نوعا ما على نفس الفكرة على خلاف 38.64% من عينة الدراسة الذين ابدوا عدم موافقتهم على الفكرة.

3- استخدام الأسماء المستعارة:

- كما وافق ما يقدر 38.64% عن فكرة توظيفهم لأسمائهم الحقيقية لتسهيل عملية إيجادهم من قبل أصدقائهم ومعارفهم أما 21.15% فيوافقون نوعا ما على استخدام أسمائهم الحقيقية في مواقع التواصل الاجتماعي، عكس 40.38% ممن عارضو الفكرة.

- في حين وافق 30.76% من المبحوثين على استخدام اسم مستعار ليضمنوا حرمتهم في الموقع تفاديا لتعرف الآخرين عليهم كما وافق نوعا ما 23.07% من المبحوثين على نفس الفكرة خلافا لـ 46.15% من عينة الدراسة الذين عارضو فكرة التخفي وراء اسم مستعار لضمان الحرية في الموقع وتجنب تعرف الآخرين عليهم.

التحليل الكيفي لنتائج الجدول رقم (11):

يقول سموك: " أن العرض الذاتي هو بناء النظري يشير إلى العمليات التي يستخدمها الأفراد في محاولة للسيطرة على كيف يرى بها الآخرون لهم لذلك المستخدمين يختارون في النهاية كيف يريدون أن يقدموا أنفسهم على شبكة الاتصال.¹

حيث تكفل مواقع التواصل الاجتماعي حرية الاختيار في وضع البيانات الشخصية لمستخدميها في صفحاتهم الاجتماعية أو استبدالها ببيانات غير حقيقية كما تمنح حرية وإمكانية امتلاك أكثر من حساب على نفس الموقع وهذا ما حاولنا أن نبينه في الجدول رقم (11) أعلاه، حيث كانت أعلى نسبة للديمومة للأفراد المبحوثين الذين يوافقون على امتلاك حساب واحد في مواقع التواصل الاجتماعي وهذا ما يدل على التزام هؤلاء الأفراد لنوع واحد ويشرح رغبتهم وكذا اكتفائهم بموقع واحد لإشباع رغبتهم وبالتالي بربط هذا المؤشر مع حقيقة صورة الذات عبر مواقع التواصل الاجتماعي فنجد أن:

- الفرد بالذي يمتلك حسابا واحد في مواقع التواصل الاجتماعي ببيانات حقيقية يدل على تعامله بشكل نظامي مع الوسيلة حيث يعتبرها منبرا أو وسيلة للتعبير عن ذاته الحقيقية وإيصالها إلى الآخرين كما هي، أما فئة الأفراد الذين يمتلكون أكثر من موقع فهذا ما يستدعي العديد من الاستفسارات أولها البحث عن السبب وراء امتلاك أكثر من حساب وكيف يتمثلون في هذه الحسابات ويوظفون معلوماتهم وهوياتهم الحقيقية أم ينتسبون إلى هويات افتراضية وذوات تختلف عن ذواتهم الواقعية. حيث

يلجأ الكثير من الأفراد إلى تسخير هذه المواقع لتقمص أكثر من ذات وهوية عبرها بدون لقاء العقاب وهذا ما حاولنا أن نستكشفه من خلال الاتجاهات التي صممناها في أداة الدراسة.

- بالرجوع إلى عينة الأفراد الذين يمتلكون أكثر من حساب والتي تعتبر فئة نوعا ما فئة متطلعة ليس فقط للتواصل بل كفئة مساهمة ربما في تطوير هاته المواقع الشبكية هذا أن نظرنا إلى تعدد امتلاك الحسابات بنظرة ايجابية.

- يتضح من خلال النتائج الواردة في الجدول أن المبحوثين يميلون إلى نشر بياناتهم العامة دون الخاصة في المواقع وهذا ما يتعارض مع نتيجة الدراسة التي قامت بها "با يوسف مسعودة" والتي توصلت إلى أن الهوية الافتراضية عند غالبية الأفراد انعكاس لهوياتهم الحقيقية وهو ما يفسر تصريحه لبياناتهم الحقيقية حول السن والجنس والمواصفات ووضع صورهم الحقيقية.

وتماشى نتائج دراستنا مع نتائج الدراسة التي أجريت حول سلوكيات الطلاب أثناء استخدام الفيسبوك في الجامعات السعودية ،حيث أظهرت الدراسة أن نسبة 98% من المستخدمين يخفون هويتهم الحقيقية ولا يظهرونها إلا لمن يثقون به من الأقارب والأصدقاء حيث يفضل 9% منهم استخدام عنصر رمزي ذات دلالة تعاملية كاستخدام اسم العائلة والصورة الحقيقية للمستخدم بينما لا يجد 13% من العينة حرجا في استخدام صورهم الشخصية وأسمائهم الصريحة في هذا الموقع الملفت أن غالبية من يفضل إخفاء هويته يكون أكثر نشاطا والتفاعل في استخدام الفيسبوك مقارنة بمن يستخدم هويته الحقيقية وبهذا يرون أن هذه الطريقة تعطي المستخدم قدرا أكبر من الحرية في الطرح والنقد والثقة قد لا تتوفر للفئة الأخرى التي لا تستخدم الهوية الرمزية.²

-اقتضت الحاجة الاجتماعية أن يكون لكل فرد من أفراد المجتمع اسم يميزه عن غيره والملاحظ من خلال نتائج المبحوثين محل الدراسة أنهم يميلون إلى استخدام أسمائهم الحقيقية عبر شبكات التواصل الاجتماعي الفيسبوك تحديدا وهذا لتسهيل عملية إيجادهم من قبل أصدقائهم ومعارفهم في الشبكة الاجتماعية وهذا إن دل فيدل على نظامية استخدام هؤلاء الأفراد لمواقع التواصل الاجتماعي حيث يميل المبحوثين إلى استخدام ذواتهم الحقيقية وإعطاء صورة حقيقية عنها كونهم لا يلجئون إلى التخفي بأسماء مستعارة على عكس مجموعة المبحوثين الذين اختاروا استخدام أسماء مستعارة بنسبة 30.76% وهي ليست بالنسبة القليلة إذ يمتنع هؤلاء الأفراد عن استخدام أسمائهم الحقيقية

واستخدام أسماء مستعارة بدلا منهم حيث يسمي أغلبية الأفراد أسمائهم المستعارة من أسمائهم الحقيقية أو من أسماء الدلع الخاصة بهم وأسماء أشخاص معنويين أو مشاهير.....الخ.

والجدير بالقول وحسب الدراسات السابقة وما توصلت إليه من نتائج أن استخدام الأسماء المستعارة ليست عبثا، بل له مبررات نفسية واجتماعية وهذا ما يدل على حرص مستخدمي الفيسبوك أن تعكس أسمائهم المستعارة جانبا من شخصياتهم الحقيقية، إذ يعتبر الاسم هو المفتاح الأول لجلب الأصدقاء، لذلك تحاول الإناث أن تكون أسمائهم أكثر أنوثة وإثارة، أما الذكور فوقع اختيار أسمائهم على الأسماء العصرية الأقرب إلى الأسماء الغربية (الموضة).

تتيح إدارة الفيسبوك لمستخدميها البحث عن الأصدقاء في الشبكة، من خلال كتابة الاسم المراد الوصول إليه بإضافته إلى قائمة الأصدقاء وهذا ما يفسر ميل أفراد العينة إلى استخدام أسمائهم للاستفادة من خصائص هذا الموقع للتواصل وكذا محاولة انتقاء المعلومات وتكوين شبكة افتراضية مع الأصدقاء لإبقاء الاتصال.

كما تتيح فتح أكثر من حساب على الفيسبوك لكن معظم أفراد العينة محل الدراسة يفضلون امتلاك حساب واحد على الموقع ويربط كل هذه النتائج مع بعض نستنتج أن:

- الأفراد والمبجوثين يفضلون امتلاك حساب واحد الموقع بأسمائهم الحقيقية لكن يميلون إلى نشر البيانات الغير حقيقية أو بالتعبير بالبيانات العامة دون الخاصة بدون وضع صورهم الحقيقية و هذا ما يبدوا منطقيا أيضا حيث يجب الحذر من موضوع الخصوصية في هذا المجال وبالتالي عدم التصريح بكل البيانات لدواعي أمنية في الموقع.

- العبارة (01) والتي توضح الأساس الذي يختار المبجوثين بمقتضاه أسمائهم المستعارة عبر مواقع التواصل الاجتماعي:

إن كل عنصر من العناصر المكونة للملف الشخصي عبر مواقع التواصل الاجتماعي مهم ويساهم في بلورة ذات محددة، حيث أن الاسم والصورة الشخصية هما اثنتان من الخطوات الأولى في اختيار تقديم الذات على نحو ما يريده المستخدم، فأولى وأهم الخطوات للتعبير عن الذات وإعطاء صورة عنها هي اختيار الاسم والصورة التي يضعها الفرد المستخدم على ملفه الشخصي، والملاحظ على مستوى الأسماء لجوء العديد من الأفراد المستخدمين لمواقع التواصل الاجتماعي عامة والفيسبوك خاصة إلى صياغة واستخدام أسماء مستعارة توضع بدل أسمائهم الحقيقية في الملفات وهذا ما حاولنا

دراسته من خلال تصميم السؤال المفتوح والذي وزع على أفراد العينة حيث وجه هذا الأخير للأفراد المستخدمين لأسماء مستعارة الدراسة لترك المجال أمامهم للتعبير عن أساس اختيارهم لأسمائهم المستعارة على مواقع التواصل الاجتماعي.

حيث عبر أفراد العينة الذين يستخدمون الأسماء المستعارة بإعطاء أكثر من سبب اختيارهم لأسمائهم المستعارة والتي قمنا بتقسيمها إلى فئات حسب امتداد الاسم.

1- استخدام الاسم الحقيقي بالإضافة إلى رمز معين: حيث يدرج عدة أفراد من عينة البحث أسمائهم الحقيقية بالإضافة إلى الرمز، قد يكون رمز لولايته التي ينتمي إليها أو لتخصصه العلمي أو ميلاده وهذا مرده غالباً للتمايز والافتخار عند المستخدم كما ورد في إحدى الإجابات من ظرف احد الباحثين:

(أضع اسمي في ملفي الخاص بالإضافة إلى رمز ولايتي لأنني افتخر بكوني أنتمي إليها).

- استخدام تسمية أشخاص معنويين: حيث عبر الباحثين عن إعجابهم لهؤلاء الأشخاص حسب ميولهم وتطلعاتهم.

كما ورد في إحدى الإجابات من طرف أحد الباحثين المذكور:

(أضع صورة لاعب كرة مشهور عالمي لأني اعتبره قدوة في الرياضة..).

- أما بالنسبة للإناث فمعظم الإجابات في هذه الفئة كانت اختيارهن لشخصيات نسائية على أساس الجمال أو الشهرة كما أوضحت فتاة من الباحثين في إجابتها قائلة:

(اخترت اسمي المستعار باستخدام اسم ممثلة هندية مشهورة أحب جمالها وأنوثتها ونجاحها).

- هذه كانت عينة عن الباحثين المستخدمين لأسماء مستعارة والتي كان مرد استخدامها لها التخفي وعدم إظهار أسمائهم الحقيقية كما ورد في إحدى الإجابات:

(أضع اسم مستعار لأن ثقافة الفيسبوك لا تنطبق على مجتمعنا.....).

وهذا ما يعتبر السبب الأول لكثير من المستخدمين الذين يتقصدون التخفي وراء استخدام أسماء مستعارة وهذا ما يحول بدوره إلى التعبير عن دواخل ذوات الأشخاص الفعلية، فاختيارهم للاسم يكون بمثابة تعبير عن ذات الفرد المستخدم وصورة حقيقية عنها.

أما بقية المبحوثين فيفضلون استخدام أسمائهم الحقيقية لكي يتعرف عليهم الآخرون في الموقع كما ورد في إحدى الإجابات:

(أضع اسمي الحقيقي كوني أرى أنه ما من داع لشخصية مصطنعة....).

وهذا ما يعتبر تقديرا للذات فالأشخاص الذين يعبرون بنفس بياناتهم وأسمائهم الحقيقية أشخاص تستطيع القول أنهم يتمتعون بقدر من التوازن و الاستقرار النفسي والاجتماعي.

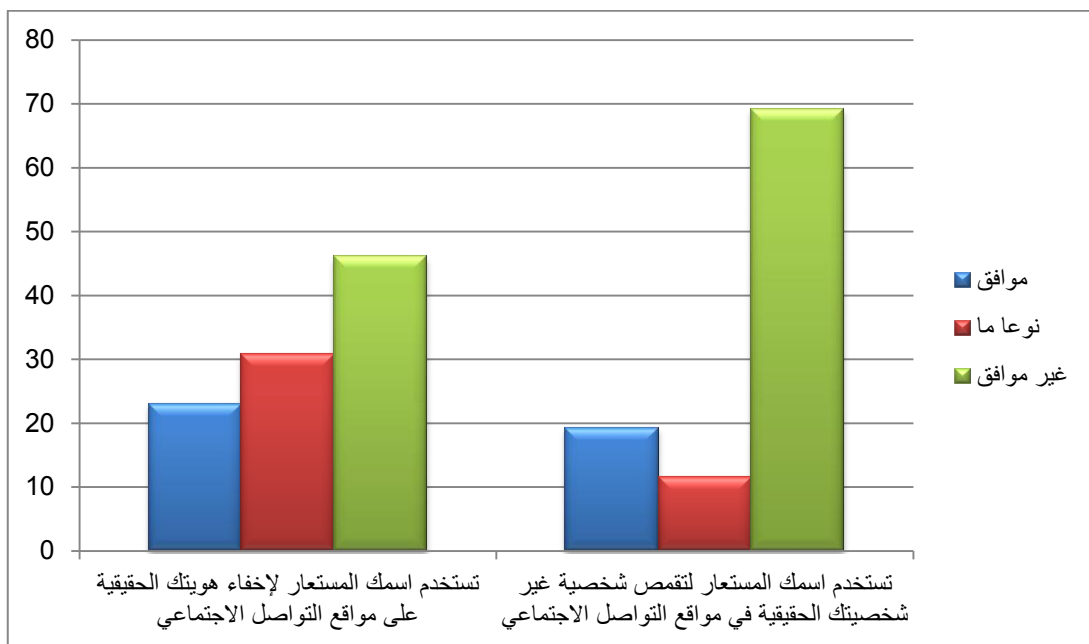
وانطلاقا من هذا يمكننا القول أن إدارة الفيسبوك أتاحت لمستخدميها عملية البحث عن الأصدقاء على شبكة الفيسبوك من خلال كتابة الاسم المراد الوصول إليه أيا كان لإضافته إلى قائمة الأصدقاء وهذا ما جعل المبحوثين يستخدمون أسماء مستعارة بدلا من أسمائهم الحقيقية حتى لا يتم التعرف عليهم من طرف الأهل والأصدقاء والأقارب، وهذا ما ورد في عدة إجابات لعدة مبحوثين وهذا يهدف للتصرف بكل حرية في الموقع ويكفل حرية التعبير مما يتيح للمستخدم أن يتكلم بصراحة وجرأة في مختلف المواضيع مع الأصدقاء الذين يتفاعلون معه على الفضاء الافتراضي .

والجدير بالذكر أن الفيسبوك يعتبر من أكثر الوسائل المناسبة لإقامة علاقات غرامية افتراضية على الشبكة للجنسين، وهذا نتيجة الفراغ الاجتماعي والعاطفي الذي يعيشه الشباب في المجتمع الواقعي بدون الكشف عن أسمائهم الحقيقية كما يمكن إرجاع سبب عدم تصريح الإناث بأسمائهن الحقيقية إلى كون الأهل والأصدقاء ينصحنهن بعدم التصريح بأسمائهن عبر الموقع وهذا بسبب الثقافة السائدة في المجتمع فهناك من الإناث من لا تصرح بامتلاكها أصلا للفيسبوك.

❖ جدول برقم (12): يوضح الغايات من وراء توظيف الأسماء المستعارة على مواقع التواصل الاجتماعي

الاجتماعي

مقترحات الاجابة	موافق	نوعا ما	غير موافق	المجموع
تستخدم اسمك المستعار لإخفاء هويتك الحقيقية على مواقع التواصل الاجتماعي	12	16	24	52
	23.07	30.76	46.15	100%
تستخدم اسمك المستعار لتقمص شخصية غير شخصيتك الحقيقية في مواقع التواصل الاجتماعي	10	6	36	52
	19.23	11.53	69.23	100%



الشكل رقم (12): يمثل الغايات من وراء توظيف الأسماء المستعارة على مواقع التواصل الاجتماعي

التحليل الكمي لنتائج الجدول رقم (12):

- عبر 23.07% من المبحوثين يوافقون على استخدام أسماء مستعارة بإخفاء هويتهم الحقيقية على مواقع التواصل الاجتماعي، أما 30.76% فيوافقون نوعا ما على هذا الخيار، على عكس 46.15% الذين يعارضون فكرة التخفي وراء أسماء مستعارة لإخفاء هويتهم الحقيقية على المواقع الاجتماعية.

في حين وافق 19.23% من أفراد العينة على أن الغاية من وراء استخدام أسماء مستعارة هو لتقمص شخصيات غير شخصياتهم الحقيقية مواقع التواصل الاجتماعي، بينما يوافق 11.53% من

المبحوثين نوعا ما على هذا الخيار، عكس 69.23% من الذين عارضوا فكرة استخدام الاسم المستعار لتقمص شخصية أخرى على الموقع.

التحليل الكيفي لجدول رقم (12):

- تختلف الغايات والأهداف وراء استخدام الأسماء المستعارة في شبكة التواصل الاجتماعي، ولكل فرد سبب يدفعه للجوء إلى التخفي وراء اسم غير اسمه أو استخدام عبارات و تعابير تم انتقائها لأغراض معينة ، و هذا ما حاولنا تبيانه إلى حد ما في هذا الجدول.

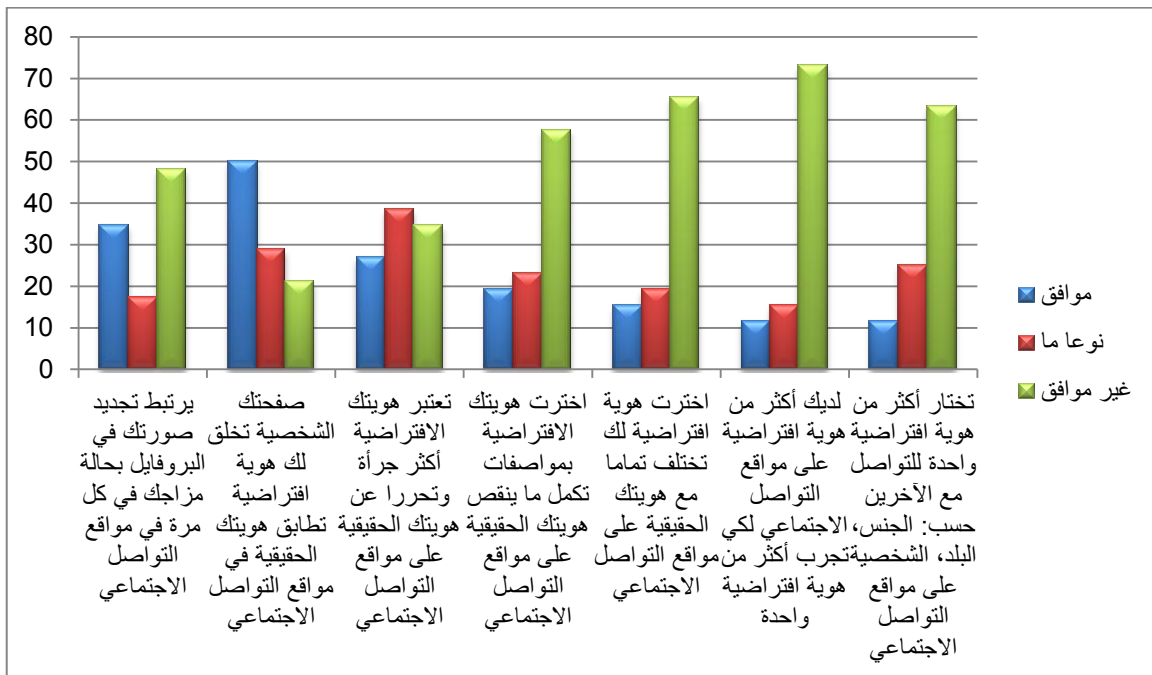
- حيث يتضح من خلال نتائج الجدول رقم (12) أن نسبة لا بأس بها من المبحوثين وافقوا على استخدام اسم مستعار لإخفاء هوياتهم الحقيقية كما أن أكبر نسبة كانت لفئة غير الموافقين على هذه الفكرة وهذا ما يعتبر إيجابيا لان إخفاء الذات الحقيقية وتزييفها ببيانات مغايرة أمر يستدعي القلق والبحث، فمن المفروض أن تستخدم هذه الأداة لإظهار أو إعطاء صورة الذات الحقيقية للأفراد لا إنكارها أو إخفائها واستبدالها بأخرى، وهذا ما تهدف دراستنا لكشفه، فحسب النتائج الواردة نجد أن إجابات المبحوثين تميل إلى إعطاء صورة حقيقة لذواتهم بدءا من استخدام أسمائهم الحقيقية عبر الموقع.

- وهذا ما نلاحظه أيضا من إجابات المبحوثين التي عكست رفضهم بنسبة 69.23% لفكرة تقمص شخصية غير شخصية للفرد الحقيقية باستخدام أسماء مستعارة في مواقع التواصل الاجتماعي.

- وهذا ما يؤكد نسبة تقدير الذات التي يتميز بها المبحوثين ويعكس نظاميتهم في التعامل مع هذه الوسيلة، بالتالي اعتبارها أداة مستحدثة لإظهار صورة الذات للمستخدم لا تزييفها أو إخفائها واستبدالها بأخرى، فمن أخطر الظواهر التي باتت محل الدراسة من طرف العديد من الباحثين هي قضية الهوية الافتراضية ومدى تجسيدها للهوية الواقعية.

❖ جدول برقم (13): يوضح مقارنة الشخصية الافتراضية بسمات الشخصيات الواقعية

مقترحات الاجابة	موافق	نوعا ما	غير موافق	المجموع
يرتبط تجديد صورتك في البروفايل بحالة مزاجك في كل مرة في مواقع التواصل الاجتماعي	18	9	25	52
	34.61	17.30	48.07	100%
صفحتك الشخصية تُخلق لك هوية افتراضية تطابق هويتك الحقيقية في مواقع التواصل الاجتماعي	26	15	11	52
	50	28.84	21.15	100%
تعتبر هويتك الافتراضية أكثر جرأة وتحرا عن هويتك الحقيقية على مواقع التواصل الاجتماعي	14	20	18	52
	26.92	38.46	34.61	100%
اخترت هويتك الافتراضية بمواصفات تكمل ما ينقص هويتك الحقيقية على مواقع التواصل الاجتماعي	10	12	30	52
	19.23	23.07	57.69	100%
اخترت هوية افتراضية لك تختلف تماما مع هويتك الحقيقية على مواقع التواصل الاجتماعي	8	10	34	52
	15.38	19.23	65.38	100%
لديك أكثر من هوية افتراضية على مواقع التواصل الاجتماعي لكي تجرب أكثر من هوية افتراضية واحدة	6	8	38	52
	11.53	15.38	73.07	100%
تختار أكثر من هوية افتراضية واحدة للتواصل مع الآخرين حسب: الجنس، البلد، الشخصية على مواقع التواصل الاجتماعي	6	13	33	52
	11.53	25	63.46	100%



الشكل رقم (13): مقارنة الشخصية الافتراضية بسمات الشخصيات الواقعية

- التحليل الكمي للجدول رقم (13):

- تمنح المواقع الاجتماعية مجالا حرا لخلق هويات افتراضية بالصفات التي يقررها المستخدم وهذا ما نسعى إلى تبيانه من خلال الاتجاهات التي صممناها في هذا الجدول والتي رصدت إجابات الباحثين والتي كانت كالتالي:

- وافق 34.61% من الباحثين على ارتباط تجديد صورهم في البروفايل بحالة مزاجهم في كل مرة في مواقع التواصل الاجتماعي، بينما 17.30% فيوافقون نوعا ما، أما 48.07% فقد نفوا فكرة ارتباط تجديد صورة البروفايل الخاص بهم بحالة مزاجهم في كل مرة عبر الشبكات الاجتماعية.

- في حين أكد 50% من عينة الدراسة على أن صفحاتهم الشخصية تخلق لهم هويات افتراضية تطابق هوياتهم الحقيقية في مواقع التواصل الاجتماعي، بينما عبر 28.84% من الباحثين على أنهم يوافقون نوعا ما على الفكرة، عكس 21.15% من الباحثين الذين نفوا فكرة خلق هوية افتراضية عبر صفحاتهم الاجتماعية بشكل يطابق هوياتهم الحقيقية في مواقع التواصل الاجتماعي.

- كما عبر 26.96% على أنهم أكثر جرأة وتحرا في هوياتهم الافتراضية مقارنة بالحقيقية على مواقع التواصل الاجتماعي، كما وافق ما نسبتهم 38.46% نوعا ما على هذا الطرح، على خلاف 34.61% من عينة الدراسة الذين ابدوا رفضهم على التواجد بشكل أكثر تحرا وجرأة في الهويات الافتراضية عن الحقيقة.

- أما 19.23% فقد ابدوا موافقتهم على أن اختيارهم لهويات الافتراضية كانت بمواصفات تكمل ما ينقص هوياتهم الحقيقية عبر الشبكات الاجتماعية، كما أبدى 23.07% من عينة الدراسة موافقتهم نوعا ما على هذا الخيار، على عكس 57.69% الذين عارضوا هذا الطرح.

- في حين أكد 15.38% على موافقتهم على اختيار هوية افتراضية تختلف تماما عن هوياتهم الحقيقية، أما 19.23% فمثلت من يوافقون نوعا ما على نفس الفكرة من الباحثين، بينما نفي 65.38% من عينة الدراسة فكرة اختيارهم لهويات افتراضية تختلف تماما عن الواقعية.

- تمثل مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي بأكثر من هوية عبر المواقع:

- عبر ما يقدر نسبهم بـ: 11.53% عن موافقتهم على امتلاك أكثر من هوية افتراضية عبر الموقع للتمكن من تجريب أكثر من هوية افتراضية واحدة، أما 15.38% فيوافقون نوعا ما على هذا

الخيار على عكس 73.07% من الباحثين الذين ابدوا معارضتهم على فكرة امتلاك أكثر من هوية لتجريب أكثر من هوية على الشبكات الاجتماعية.

- في حين أبدى 11.53% موافقتهم على امتلاك أكثر من هوية افتراضية واحدة للتواصل مع الآخرين حسب (السن، الجنس والبلد...) على مواقع التواصل الاجتماعي كما أبدى أيضا 25% من عينة الدراسة موافقتهم نوعا ما على نفس الفكرة ، أما 63.46% فقد عبروا عن رفضهم لنفس الفكرة.

التحليل الكيفي للجدول رقم (13):

- تشكل المواقع الاجتماعية مجالا حرا وواسعا للتعبير عن الذات وإعطاء صورة عنها بدءا من اسم المستخدم إلى صورته الشخصية في البروفايل وصولا إلى المضامين والمحتويات التي يترجمها المستخدم في حواراته التواصلية، فالمواقع في الشبكة تعتبر مرآة تعكس شخصية وذاتية صاحبها ، ومن هنا ارتأينا أن نجتمع بين عدة مؤشرات في الجدول رقم (13) وهذا لمحاولة مقارنة الشخصية الافتراضية للباحثين محل الدراسة بسمات الشخصية الواقعية.

- حيث نلاحظ من خلال النسب الواردة في الجدول أن أعلى نسبة من الباحثين عبروا عن رفضهم لفكرة تجديد صورهم في البروفايل وارتباطها بحالة مزاجهم في كل مرة ، وهذا إن دل فان ما يدل على أن أغلبية الباحثين يضعون صورهم الشخصية في البروفايل، وهذا ما هو نظامي جدا حيث يعتبر الموقع أو البروفايل وما يحمله من بيانات حول صاحبه امتدادا لذوات حقيقية لا مزيفة أو مخبأة وهذا ما يرفع كثيرا من اللبس الذي يمكن أن ينتج على تغيير أو إخفاء الهويات الحقيقية خاصة في مجال العلاقات والتواصل ، فالمستخدم الذي يضع صورته الشخصية في البروفايل يدل على ثقته بنفسه وكذا اعتباره لصفحته امتدادا لشخصيته وذاته الحقيقية .

- لكن الجدير بالذكر انه وفي زمن كثرت فيه التعسفات وعدم احترام الخصوصيات بات من الصعب خاصة على الفتيات وضع صورهن الشخصية في البروفايل خشية التلاعب بها ، ولعل هذا ما يبرر تجديد الصورة في البروفايل واللجوء إلى صورة تعبيرية أو رمزية كما ورد في إجابات 34.61% من الباحثين الذين وافقوا على هذا الخيار ، وبالتالي يمكن القول أن هؤلاء الأفراد يعتبرون مواقعهم أو صفحاتهم بمثابة أداة تعبيرية لحالتهم النفسية والاجتماعية بإخراج الدواخل إلى العلن وترجمتها في صور وأسماء مستعارة ومضامين متداولة تشكل في مجملها صورة لذات خفية ومكبوتة للمستخدم.

- أكدت إجابات 50% من المبحوثين محل الدراسة موافقتهم على أن صفحاتهم الاجتماعية عبر مواقع التواصل الاجتماعي تخلق لهم هويات افتراضية تتطابق مع هوياتهم الحقيقية عبر الشبكات الاجتماعية، وهذا ما يعتبر إيجابيا جدا ، فالمفروض والمتوقع من إنشاء صفحات اجتماعية هو إثبات الشخص لوجوده في هذه الشبكات بمعالم حقيقية وواقعية ، والذي يكفل استمرار العلاقات وصدقها في ظل هذه المواقع وكذا الاستفادة منها كأداة تواصلية وتفاعلية بخصائص أكثر مرونة ونجاعة على عكس المستخدمين الذين يجسسون أنفسهم داخل إطار افتراضي بمواصفات افتراضية وشخصيات افتراضية اختيرت بدافع الهروبية والاستسلام لهواجس نفسية أو اجتماعية.

- وبالتالي تطابق الهوية الافتراضية مع الحقيقة هو انعكاس للاستخدام الأمثل والعقلاني لهذه المواقع، وهذا ما نجده منطقيا بالنظر إلى طبيعة المبحوثين ومستواهم العلمي والثقافي وكذا نضج شخصياتهم.

- في غياب ملامح الشخص ووجوده الفيزيائي يمكن أن ينسج الشخص وراء الشاشة من خلال التفاعل عبر الفيسبوك للمستخدم أن يتكلم بصراحة وجرأة في مختلف المواضيع مع الأصدقاء الذين يتفاعلون معه في العالم الافتراضي أكثر من صراحتهم وجرأتهم أثناء اتصاله بهم وجها لوجه ، حيث مالت إجابات المبحوثين إلى فئة الموافقين نوعا ما على الطرح، وهذا إن دل فيدل على ضعف الاتصال المواجهي عند المبحوثين ، حيث يفضلون التحرر والجرأة في طرح المواضيع أو التعبير عن الطابوهات في ظل هذه المواقع عوض التحرر والتجرؤ على طرح مواضيع وقضايا مشابهة وجها لوجه.

- أبدى ما يقارب 57.69% من عينة الدراسة رفضهم لفكرة اختيارهم لهويات افتراضية بمواصفات تكمل الهويات الحقيقية على مواقع التواصل الاجتماعي، وهذا ما يبدو منطقيا بربطه مع النتائج الأنفة الذكر، حيث يميل المبحوثين إلى تجسيد هوية افتراضية بأبعاد حقيقية وواقعية لا تخضع إلى التزييف والتجميل أو تغطية النواقص على مستوى ذواتهم الحقيقية وبالتالي ترجمة ذواتهم الحقيقية بمعالم حقيقية في مجال تواصل افتراضي.

- وهذا ما يفسر رفضهم لفكرة اختلاف هوياتهم الحقيقية عن الافتراضية بنسبة 65.38% والتي تعكس التوازن الذي يتمتع به أفراد العينة سواء في الجانب النفسي أو الاجتماعي.

- يساعد الفيسبوك كغيره من المواقع الاجتماعية على خلق العديد من الهويات عبر الشبكة، حيث تصبح الهوية محل استكشاف وتجريب ، أي بإمكان المستخدم أن يقدم لنفسه ما يشاء وعلى النحو الذي يريد وهو السلوك الذي قد يتعذر عليه في المجتمع الواقعي، حتى أن بعض العلماء أطلقوا على

العولم الافتراضية اسم ورشات الهوية "identity work"، حيث يستطيع الفرد اكتشاف إمكاناته وقدراته المختلفة، وجعل الفيسبوك للأفراد إعادة اختراع نفسها من خلال إنتاج هويات جديدة على سبيل المثال، في عالم الانترنت، يمكن للرجل أن يتظاهر بكونه امرأة والعكس، والطالب الذي يذكر كثيرا أن يكون نجما رياضيا، ولمنطو أن يكون منبسط.

- حيث يرى الباحثان "وزينسكي وكوين" في كتابهما "القناع والهوية" في تفسير بناء الشخصية في عصر المعلومات، أن إخفاء الشخصية بين مستخدمي الشبكات الاجتماعية هو تجسيد لواقع غير مثالي قد يعيشه المستخدم، بمعنى انه قد لا يلجأ إلى هذه الطريقة إلا هروبا من واقع يفرض عليه أن يبقى بعيدا على الضوء فلا يحسن إلا لغة الأقنعة، وعندها تتفاقم ظاهرة الأفكار المجهولة بغض النظر عن مدى تأثيرها على الواقع.³

- وهذا ما لم ينطبق على المبحوثين محل الدراسة حيث عبروا بنسبة 73.07% عن رفضهم للطرح السابق.

- وهذا ما يفسر رفض المبحوثين لفكرة التواجد بأكثر من هوية واحدة للتواصل مع الآخرين حسب (الجنس البلد الشخصية) في مواقع التواصل الاجتماعي، إذ أن التواجد بأكثر من هوية على شبكات التواصل الاجتماعي يعتبر عند علماء النفس انفصاما في الشخصية ومرضا نفسيا.

- نستنتج من خلال ما تم استقراؤه من نتائج الجدول (13) أن نسبة كبيرة من المبحوثين لا يعتمدون على تغيير الصورة في البروفايل مما يتوافق مع حالة مزاجهم في كل مرة، كما أنهم يحاولون خلق هويات افتراضية تتطابق مع هوياتهم الحقيقية لا مكملة أو مختلفة عنها، كما يميلون إلى التحرر والجرأة أكثر في طرح المواضيع ومناقشتها عبر هوياتهم الافتراضية في مواقع التواصل الاجتماعي، كما يرفضون فكرة التواجد بأكثر من هوية عبر هذه الشبكات لأي سبب من الأسباب وهذا ما يعتبر منطقيا إذا ما ربطناه بالنتائج في الجداول السابقة، و أن دل هذا فيدل على نسبة الاستقرار التي يعيشها هؤلاء الأفراد على مستوى ذواتهم وكذا نسبة تقديرهم لذواتهم الحقيقية.

- العبارة الثانية التي توضح أساس اختيار المبحوثين للصور الرمزية التي يضعونها في ملفاتهم الشخصية:

يلجأ الكثير من الأفراد المستخدمين لمواقع التواصل الاجتماعي إلى وضع صور رمزية في ملفاتهم الشخصية غير صورهم الحقيقية، كما يفضل البعض الآخر وضع صورهم الحقيقية ولكل من الفئتين أسبابهم الخاصة.

لكن الملاحظ في دراستنا أن نسبة لا بأس بها من المبحوثين محل الدراسة يتفادون وضع صورهم الحقيقية في ملفاتهم الشخصية ويميلون إلى وضع صور رمزية مكانها والتي يتم غالبا تحصيلها بواسطة برامج الفوتوشوب، كما قد تكون صور لمشاهير (كنجوم الرياضة ونجوم السينما ورجال الأعمال الناجحين أو شخصيات دينية مشهورة أو سياسية...) والذين يمثلون بدورهم النموذج الناجح كما قد تكون صور لرموز عاطفية كصور قلب، أزهار... الخ.

حيث أثبتت الدراسات أن المواد البصرية تعطي معلومات إضافية هامة جدا حول ذات صاحب الملف الشخصي وهويته. لذلك ارتأينا لأن نقسم إجابات المبحوثين إلى فئات حسب ما ورد فيها.

1- فئة صور المشاهير: ورد في عدة إجابات للمبحوثين أنهم يضعون صور لمشاهير في حسابهم الشخصي على الفيسبوك حيث كانت الحصة الأكبر للإناث، كونهن يحاولن دائما عرض صورة مثالية من الجمال وجاذبية الأنوثة على شبكة الفيسبوك، لذا مال اختيارهن إلى صور فنانات أو ممثلات... الخ، إذ يعتبر عنصر الجمال مؤشرا بالنسبة للمرأة للقبول الاجتماعي ومرد ذلك إلى قاعدة اجتماعية تؤكد على الجاذبية الجسدية للمرأة، كما أرجع معظم المبحوثات سبب عدم وضعهن لصورهن الخاصة إلى قضية التلاعب بصور الفتيات وكذا الابتزاز وانتحال الشخصيات .

وهذا ما يبرر بدرجة كبيرة استبدال الإناث لصورهن الشخصية بصور رمزية لدواعي أمنية، كما ورد في إحدى الإجابات:

(اخترت صورة ممتلئة تشبهي في الجمال لكي أتفدى الوقوع في مشاكل التلاعب بالصور...).

أما أحد المبحوثين الشباب فقال: (أميل إلى البساطة وأضع صورة ممثل يشبهي لكي لا يتعرف عليا الآخرون كما أركز على وضع صوري كلها باللون الأبيض والأسود لعشقي لهذا المزيج).

كما يقول في هذا الصدد أورين كلاب أنه (يمكن تصنيف شباب اليوم بأنه متابع للمشاهير ومتربح لهم بالفطرة فقد تربى على محبة النجوم ... فهو مدمن على وسائل الاتصال الإعلامية، عين له على التلفاز وأذن له على الراديو ...).

2- فئة الرموز العاطفية: وهي ثاني فئة إقبالا بنسبة للمبحوثين على الفيسبوك حيث يميل المبحوثين لوضع صور العاطفية كصور القلوب والورد مكان صور الشخصية تعبيرا عن حالته العاطفية والمزاجية في كل مرة كما ورد في إحدى الإجابات (أستخدم الصور الرموز في كل مرة حسب حالتي العاطفية).

3- فئة الصور والحكم والمقولات: حيث يفضل بعض المبحوثين الاستئثار بصور لحكم ومقولات وكثرا ما يتم المزج بين الدور الاجتماعي والدور المهني. وهذا يعتبر أيضا تقدما لذات من خلال إظهار جانب من جوانب لشخصية الفعلية الداخلية للمستخدم.

4- فئة المستخدمين لصور متحركة: حيث مال بعض المبحوثين إلى وضع صور رسوم متحركة كما ورد في إحدى الإجابات:

(أنا أضع صورة لصور متحركة كوني أميل إلى التميز وكذا حيي الكبير لهذه الشخصية...).

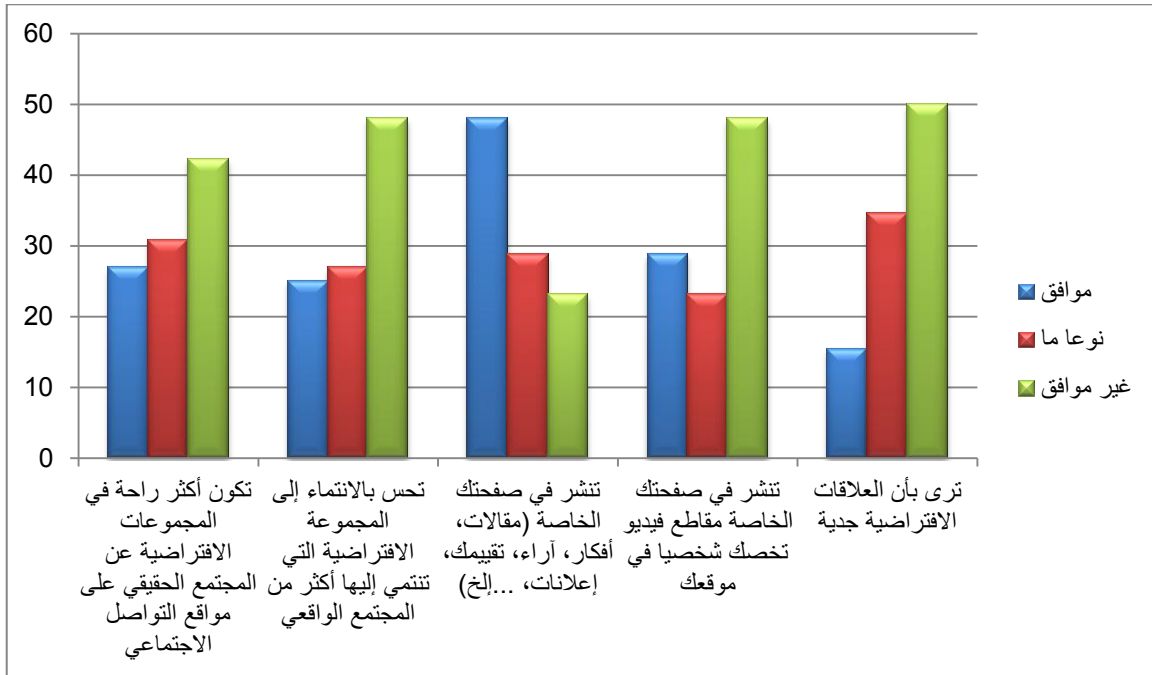
كانت هذه مختلف الفئات إلى حددها المبحوثين في إجاباتهم المختلفة بتوظيف صور المشاهير والرموز والمقولات والحكم والرسوم المتحركة بدل استخدام الصورة الشخصية.

أما عن الأسباب وراء عدم وضع الفتيات لصورهن الشخصية في ملفاتهم الخاصة على "الفيسبوك" فيرجع إلى العرف في المجتمع الجزائري الذي يمارس على المرأة إذ لا يتقبل صورة المرأة على صفحات الشبكة التي يشاهدها الكل، وهناك من أرجعها إلى الخوف من قرصنتها واستخدامها لإغراض غير معروفة.

أما الذكور فسبب عدم وضع صورهم الخاصة في الملف يرجع إلى الأسباب الأمنية وبالضبط الخوف من القرصنة وهذا ما يدفع المبحوثين لتعبير عن ذواتهم بطرق مختلفة ، و هذا ما يحول من جهة أخرى المجال الواسع و الحر للتعبير عن الدواخل الحقيقية و الميولات الخاصة لكل فرد مستخدم على عدة مستويات ، كالاسم والصورة فكل استخدام لأسم مستعار ولصورة رمزية دلالة نفسية واجتماعية راجعة إلى ذات الفرد الحقيقية وتمثلاته على مستوى هذه مواقع.

❖ جدول برقم (14): يوضح الإشباع المحققة من وراء الهوية الافتراضية

مقترحات الاجابة	موافق	نوعا ما	غير وافق	المجموع
تكون أكثر راحة في المجموعات الافتراضية عن المجتمع الحقيقي على مواقع التواصل الاجتماعي	التكرار	14	16	22
	النسبة	26.92	30.76	42.30
تحس بالانتماء إلى المجموعة الافتراضية التي تنتمي إليها أكثر من المجتمع الواقعي	التكرار	13	14	25
	النسبة	25	26.92	48.07
تنشر في صفحتك الخاصة (مقالات، أفكار، آراء، تقييمك، إعلانات، ... إلخ)	التكرار	25	15	12
	النسبة	48.07	28.84	23.07
تنشر في صفحتك الخاصة مقاطع فيديو تخصك شخصا في موقعك	التكرار	15	12	25
	النسبة	28.84	23.07	48.07
ترى بأن العلاقات الافتراضية جديدة	التكرار	8	18	26
	النسبة	15.38	34.61	50



الشكل رقم (14): الإشباع المحققة من وراء الهوية الافتراضية

- التحليل الكمي لنتائج الجدول رقم (14) :

إن الهدف أو السبب من التعرض لأي وسيلة اتصالية هو إرضاء وتحقيق إشباعات من وراء التعرض لها، وهذا ما حاولنا أن نرصده في المؤشرات التي وضعناها في الجدول رقم (14) من حيث:

1- الشعور بالانتماء إلى المجتمعات الافتراضية:

- عبر 26.92% من المبحوثين عن شعورهم بالراحة في المجموعات الافتراضية أكثر من المجتمع الحقيقي في مواقع التواصل الاجتماعي كما أيد 30.76% من أفراد العينة نفس فكرة نوعا ما، عكس 42.30% من عينة الدراسة الذين أبدوا رفضهم لنفس الطرح.

- كما اتفق 25% من المبحوثين على إحساسهم بالانتماء إلى مجموعاتهم الافتراضية التي ينتمون إليها أكثر من المجتمع الحقيقي الذي يعيشون فيه، كما وافق 26.92% نوعا ما على نفس الطرح، على خلاف 23.07% الذين عارضوا فكرة انتمائهم إلى المجموعات الافتراضية أكثر من المجتمع الحقيقي.

2- طبيعة المضامين التي ينشرها الأفراد المستخدمون في مواقع التواصل الاجتماعي:

- وافق 48.07% من أفراد العينة على فكرة نشرهم "لمقالات وأفكار، وآراء، تقييمات... الخ" على صفحاتهم الخاصة كما وافقهم الرأي نوعا ما يقدر نسبتهم بـ: 28.48% من المبحوثين على خلاف 23.07% الذين أبدوا رفضهم على نفس الطرح.

- في حين عبر 28.84% من عينة الدراسة عن موافقتهم على فكرة نشر مقاطع فيديو تخصهم شخصا في صفحاتهم الخاصة عبر مواقع التواصل الاجتماعي، كما اتفق 23.07% نوعا ما على هذا الطرح، بينما اختلف 48.07% من المبحوثين على نفس الطرح بإبداء عدم موافقتهم.

- أما 15.38% من المبحوثين فيرون أن العلاقات الافتراضية جدية، كما يتفق ما نسبتهم 34.61% نوعا ما على هذا الطرح، على خلاف 50% من عينة الدراسة الذين أبدوا معارضتهم لنفس الطرح.

- التحليل الكيفي للجدول رقم (14):

الإشباع هو إرضاء رغبة أو بلوغ هدف أو دافع، وتدل الكلمة أيضا على الحال التي يتم بها ذلك، ويعني الإشباع في النظرية التحليل النفسي خفض التنبيه والتخلص من التوتر.⁴

- حيث يشير إشباع الوسيلة إلى مزيد من الاستجابات الفردية المرتبطة بالحاجة ويمكن وصف تلك الإشباعات كالتالي:

1- **إشباع المضمون:** وهي التي تنتج من التعرض لمضمون وسائل الاتصال وتنقسم إلى:

- **إشباع توجيهية:** يقصد بها اكتساب الفرد لمعلومات جديدة أو مهارات عامة متخصصة أو تأكيد الذات والتعلم من بعض المعلومات.

- **إشباع اجتماعية:** وهي تربط بين المعلومات التي يحصل عليها الفرد من شبكة علاقاته الاجتماعية مثل التحدث مع الآخرين والإحساس بالتميز، والقدرة على حل المشكلات.

2- **إشباع عملية:** تحقق نتيجة اختيار الفرد لوسيلة اتصال معينة وتنقسم إلى:

- **إشباع شبه توجيهية:** هي مكملة للإشباع التوجيهية وتتمثل في الشعور بالراحة والاسترخاء والمتعة وتحدد النشاط.

- وهذا ما عبر عليه المبحوثين نسب متقاربة كانت أعلاها لفئة المعارضين لهذا الطرح ولكن الجدير بالذكر أن نسبة الموافقين نوعا ما كانت قريبة جدا وهذا ما يفسر شعور المبحوثين بالراحة أكثر في المواقع الاجتماعية كونهم يجدون هامشا واسعا من حرية التعبير والتصرف على عكس المجتمع الواقعي التي تحكمه العديد من الاعتبارات ضف إلى ذلك المرونة التي توفرها الوسيلة في التواصل عبر وسيط الكتروني مما يوفر عناء التواصل المواجهي (وجها لوجه).

- كما يتضح أيضا أن أعلى نسبة من المبحوثين يعارضون فكرة الإحساس بالانتماء إلى المجموعات الافتراضية أكثر من الواقعية وان أتينا لنفسر هذا فمن الواضح من خلال النتائج السابقة أن المبحوثين يتواصلون بشكل كبير مع نفس الأشخاص في الواقع فدائرة الأصدقاء الافتراضيين تتضمن تقريبا الأصدقاء الواقعيين وهذا ما أدى إلى انعدام الإحساس بالانتماء الزائد إلى المجموعات الافتراضية.

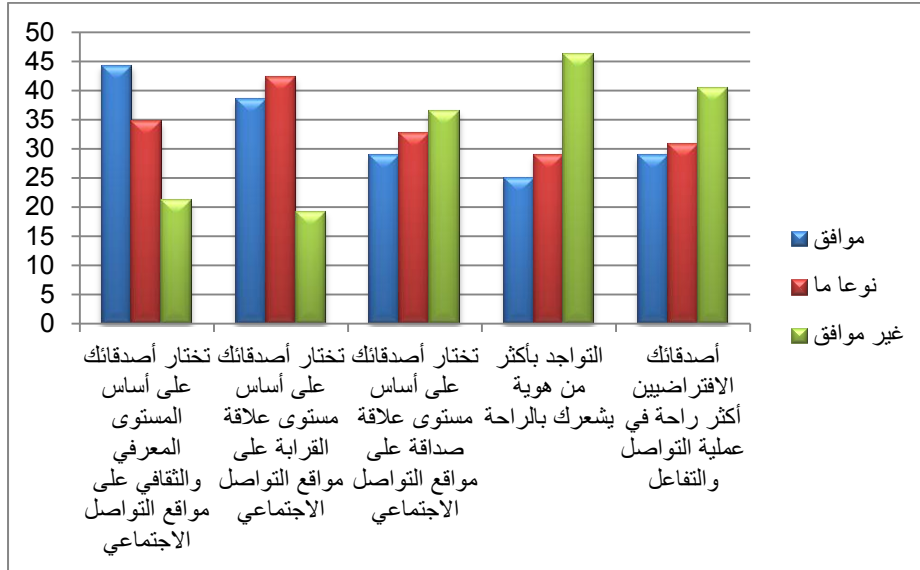
- كما مالت اجابات المبحوثين محل الدراسة إلى تفضيل نشر مقالات أفكار وأراء وتقييمهم للأمور... الخ، وهذا ما نجده منطقيا بربط هذا المؤشر بالمستوى العلمي الذي يتمتع به المبحوثين فمن الطبيعي أن ينشر المبحوثين مقالات علمية تخصهم وكذا طرح أفكار ومناقشتها مع الآخرين عبر صفحاتهم الاجتماعية فالغرض الأسمى من وراء استخدام هذه الوسيلة هي تسخيرها في سبيل البحوث العلمية واعتبارها كوسيلة لاستقاء المعلومات.

- أما بالنسبة لنشر مقاطع فيديو شخصية عبر مواقع التواصل الاجتماعي فقد عبر المبحوثين عن رفضهم لهذه الفكرة بأعلى نسبة، وهذا راجع إلى ضعف الثقة بهذه الوسائل من حيث الأمان والحماية فرغم التطور التقني الهائل ، إلا أنه لم يتوصل الأفراد إلى خلق نظام حماية للخصوصيات عبر هذه المواقع لما تشهده هذه الأنظمة من اختراقات وانتهاكات وقرصنة، لهذا بات من الصعب وضع مقاطع فيديو شخصية في هذه المواقع، و إن قمنا بربط هذه النتيجة بمتغير الجنس لعينة الدراسة و التي تمثل الفتيات فيها النسبة الأكبر نجد انه من الصعب عليهن وضع مقاطع فيديو وصور خاصة بهن لأسباب مجتمعية ثم أمنية.

- أما بشأن جدية العلاقات الافتراضية فنلاحظ من خلال نتائج الجدول انقسام المحورين إلى نصفين بين 50% من موافقين و موافقين نوعا ما على جدية العلاقة الافتراضية ،وبين 50% من المعارضين لهذا الطرح، وهذا ما يمكن تفسيره كون العلاقة هي أمر يطغى عليه طابع الشخصية، فلكل فرد معايير يستند عليها في بناء علاقاته الشخصية أو الاجتماعية. والجدير بالقول أن الفيسبوك وغيرها من المواقع الاجتماعية تعتبر المجال الأمثل والأنسب لنسج العلاقات لما يتيح من خصائص وكذا مرونة في التفاعل والتواصل، فالفيسبوك أصبح يعتبر نقطة البداية لكثير من علاقات الصداقة و العلاقات العاطفية التي توجت بالزواج أو العمل... الخ.

❖ جدول برقم (15): يوضح محددات العلاقات مع الآخرين من خلال مواقع التواصل الاجتماعي

مقترحات الاجابة	موافق	نوعا ما	غير موافق	المجموع
تختار أصدقاؤك على أساس المستوى المعرفي والثقافي على مواقع التواصل الاجتماعي	23	18	11	52
	44.23	34.61	21.15	100%
تختار أصدقاؤك على أساس مستوى علاقة القرابة على مواقع التواصل الاجتماعي	20	22	10	52
	38.46	42.30	19.23	100%
تختار أصدقاؤك على أساس مستوى علاقة صداقة على مواقع التواصل الاجتماعي	15	17	19	52
	28.84	32.69	36.53	100%
التواجد بأكثر من هوية يشعرك بالراحة	13	15	24	52
	25	28.84	46.15	100%
أصدقاؤك الافتراضيين أكثر راحة في عملية التواصل والتفاعل	15	16	21	52
	28.84	30.76	40.38	100%



الشكل رقم (15): محددات العلاقات مع الآخرين من خلال مواقع التواصل الاجتماعي.

-التحليل الكمي لنتائج الجدول رقم (15):

يتيح موقع الفيسبوك كغيره من المواقع الاجتماعية تكوين شبكات صداقات وملفات للتواصل يحدد بمقتضاها المستخدم في الشبكة الأفراد الذين يرغب في التواصل معهم، لما تمنحه هذه المواقع من حرية في تحديد دائرة المعارف والأصدقاء المراد إضافتهم لقائمة الأصدقاء.

-حيث عبر 44.23% من الباحثين على موافقتهم على اختيار أصدقائهم على أساس المستوى المعرفي والثقافي على مواقع التواصل الاجتماعي، بينما أبدى 34.61% موافقتهم نوعاً ما على نفس الطرح، أما 21.15% فقد عارضوا فكرة اختيارهم لأصدقائهم على أساس المستوى المعرفي والثقافي على مواقع التواصل الاجتماعي.

- في حين أبدى 38.46% موافقتهم على اختيار أصدقائهم على أساس مستوى علاقة القرابة على مواقع التواصل الاجتماعي، كما وافقهم الرأي 42.30% نوعاً ما على نفس الطرح، بينما عارض هذا الطرح 19.23% من الباحثين محل الدراسة.

- أما 28.8% من الباحثين فيختارون أصدقائهم على أساس مستوى علاقة الصداقة على مواقع التواصل الاجتماعي، إضافة إلى 32.6% ممن يوافقون نوعاً ما على هذا الطرح، عكس 36.5% من الباحثين الذين يعارضون فكرة اختيار الأصدقاء على أساس مستوى علاقة الصداقة على مواقع التواصل الاجتماعي.

- كما يتضح أيضاً من نتائج الجدول أن نسبة 25% من عينة الدراسة يشعرون بالراحة بالتواجد بأكثر من هوية على الشبكات الاجتماعية، أما 28.84% فيشعرون بالراحة نوعاً ما للتواجد بأكثر من هوية على الشبكة بينما عارض 40.38% من مفردات العينة هذا الطرح.

- في حين أكد 28.84% على أن أصدقائهم الافتراضيين أكثر راحة في عملية التواصل الاجتماعي، أما 30.76% فيوافقون على هذا الطرح نوعاً ما، عكس 40.38% الذين يفتقدون فكرة شعورهم بالراحة أكثر مع أصدقائهم الافتراضيين.

-التحليل الكيفي لنتائج الجدول رقم (15):

يوضح الجدول رقم (15) محددات العلاقات مع الآخرين في ظل مواقع التواصل الاجتماعي، وانطلاقاً من مقولة "قل من تصاحب أقول لك من أنت" يمكن التأكيد على ضرورة تحديد وانتقاء الأصدقاء الذين نتواصل ونبنى علاقات معهم وهذا ما حاولنا رصده من خلال الجدول رقم (15)،

حيث مالت إجابات المبحوثين في هذا الصدد إلى اختيارهم لنوعية أصدقائهم حسب المستوى الثقافي والمعرفي على مواقع التواصل الاجتماعي وهذا ما يبدو منطقيا مقارنة بالمستوى العلمي لعينة الدراسة. والملاحظ أنهم يستندون إلى معيار محدد في انتقائهم لأصدقائهم وهذا ما يدل على تعاملهم بنوع من الوعي في استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي، وكذا انتقائهم لأصدقائهم بهدف الاستفادة والإفادة وهذا ما يتضح من خلال إجاباتهم.

كما تستنتج من خلال النسب الواردة أيضا في الجدول أن المبحوثين يميلون بأعلى نسبة إلى معارضة فكرة الشعور بالراحة بتعدد الهويات الافتراضية عبر مواقع التواصل الاجتماعي وهذا ما هو إيجابي ومنطقي إن ربطناه مع النتائج السابقة، حيث تعكس هذه النتائج الاستقرار والتوازن النفسي لأفراد العينة، إذ أن التواجد بأكثر من هوية على مواقع التواصل الاجتماعي يعتبر نوعا من الاضطراب النفسي الذي يترتب عليه عدة اختلالات على مستوى الفرد أولا ثم المجتمع.

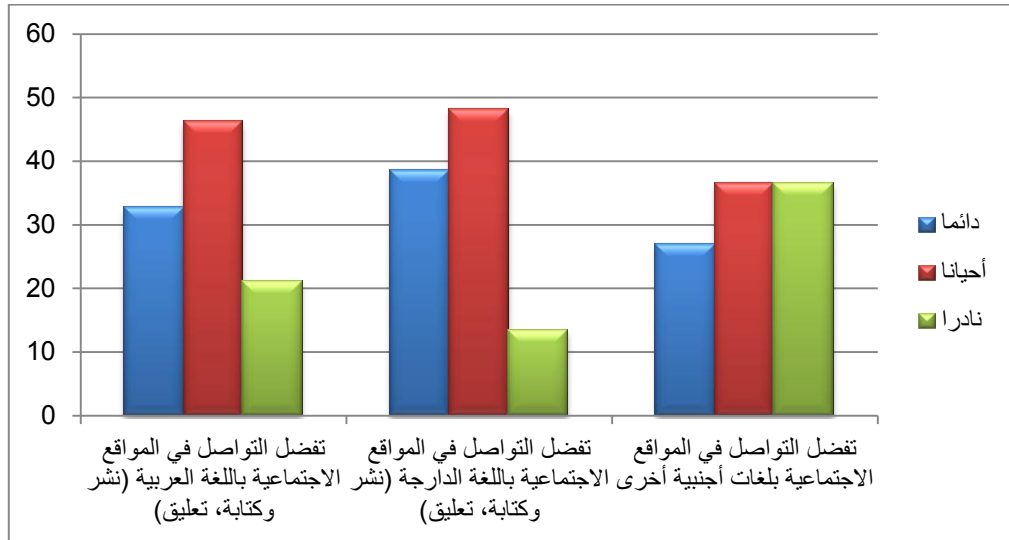
كما عبر أيضا المبحوثين عن رفضهم بأعلى نسبة لفكرة الشعور بالراحة في التواجد مع الأصدقاء الافتراضيين أكثر من الحقيقيين، وهذا ما يعتبر عقلا نيا إذا ما ربطناه بما توصلنا إليه من نتائج، فالمبحوثين يميلون إلى اعتبار مواقعهم الاجتماعية امتدادا لذواتهم وعلاقاتهم الاجتماعية الحقيقية، وبالتالي فالأصدقاء الافتراضيين يتعلق وجودهم بالشبكة عكس الواقعيين ضف إلى ذلك عدم الثقة الذي أصبح يسيطر على العلاقات الافتراضية في "الفيسبوك" كموقع من مواقع التواصل الاجتماعي، فبعدما شهدته هذه المواقع من حوادث وقصص تناولتها أكثر من وسيلة إعلامية، بات من الصعب الوثوق بحقيقة الأصدقاء الافتراضيين و لعل هذا ما حد من شأن تطور الكثير من هذه العلاقات.

-الفصل الثاني: اللغة والتواصل من خلال شبكات التواصل الاجتماعي: تمهيد:

طالما كانت ولا تزال اللغة أداة التواصل الأولى و الأقوى التي يعتمد عليها الفرد لترجمة وإيصال أفكاره وأرائه و التعبير عن حالاته من خلالها ، فلكل مجتمع لغة تميزه عن الآخر ، وانطلاقا من هذا سنحاول في هذا الفصل الكشف عن مختلف أنواع اللغات التواصلية التي يعتمدها المبحوثين في مواقع التواصل الاجتماعي ، و كذا معرفة مدى اعتماد أفراد العينة لتوظيف مختلف تقنيات التواصل للتعبير عن السمات الشخصية الخاصة بهم عبر هذه المواقع ، كما سنتطرق أيضا من خلال هذا الفصل إلى رصد الأسباب الكامنة وراء توجه المبحوثين إلى استخدام مفردات و رموز المشاعر في مضامينهم التي يتفاعلون بواسطتها مع الآخرين.

❖ جدول برقم (16): يوضح نوعية اللغات التواصلية المستخدمة عبر مواقع التواصل الاجتماعي

مقترحات الاجابة	دائما	أحيانا	نادرا	المجموع
تفضل التواصل في المواقع الاجتماعية باللغة العربية (نشر وكتابة، تعليق)	التكرار	17	24	11
	النسبة	32.69	46.15	21.15
تفضل التواصل في المواقع الاجتماعية باللغة الدارجة (نشر وكتابة، تعليق)	التكرار	20	25	7
	النسبة	38.46	48.07	13.46
تفضل التواصل في المواقع الاجتماعية بلغات أجنبية أخرى	التكرار	14	19	19
	النسبة	26.92	36.53	36.53



الشكل رقم (16): يوضح نوعية اللغات التواصلية المستخدمة عبر مواقع التواصل الاجتماعي

- التحليل الكمي لنتائج الجدول رقم (16):

يتيح الوسيط الإلكتروني اختيار نوعية اللغات التي يستخدمها الفرد خلال تواصله عبر الشبكات الاجتماعية مع الآخرين ، والتي يتم من خلالها تكيف اللغة المستخدمة مع خصائص الوسيط وكذا الظروف الاتصالية من حيث المرونة في التواصل والاستخدام.

- حيث عبر المبحوثين بنسبة 32.69% عن تفضيلهم دائما لاستخدام اللغة العربية في النشر والكتابة والتعليق على المحتويات التي يتواصل بمقتضاها مع الآخرين ، كما عبر 46.15% على

نفس الطرح أحيانا ،بينما أكد 21.15% على عدم استخدامهم للغة العربية في التواصل عبر الشبكات الاجتماعية.

- في حين أكد 28.46% من أفراد العينة أنهم يفضلون التواصل في المواقع الاجتماعية باللغة الدارجة في نشر المحتويات والكتابة والتعليق، كما عبر 48.07% على استخدامهم للغة الدارجة أحيانا في مواقع التواصل الاجتماعي، بينما رفض 13.46% هذه فكرة.

- أما 26.92% من المبحوثين فيفضلون استخدام اللغات الأجنبية الأخرى دائما في مواقع التواصل الاجتماعي ، كما عبرت نسبة 36.53% من عينة الدراسة على استخدامهم للغات الأجنبية أحيانا في التواصل، على عكس 36.53% الذين عارضوا هذا الطرح.

التحليل الكيفي للجدول رقم (16):

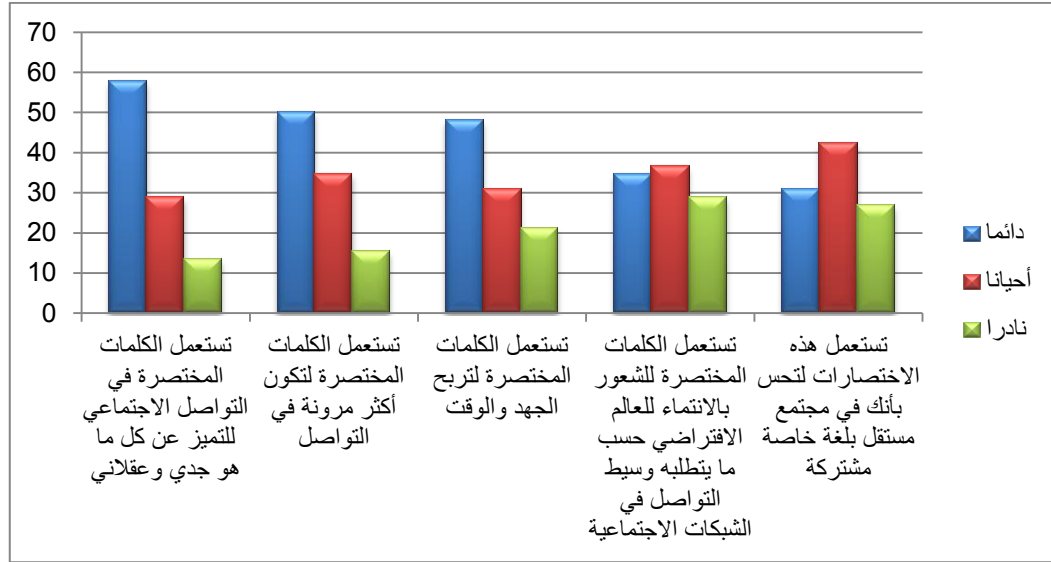
تعتبر اللغة عنصرا أساسيا في العصر الرقمي الذي نعيشه حاليا باعتبارها محددًا من محددات الهوية وعنصرا من عناصر تكوين الذات ، فكل مجتمع ثقافته ولغته وهويته ، فاللغة أداة فعالة للتواصل و التعبير عن الذات كونها تعتبر بمثابة مفتاح لترجمة الذات والتواصل والتفاعل مع الآخرين ، وهذا ما حاولنا تسليط الضوء عليه من خلال الجدول رقم (16) باعتبار اللغة الأداة الأولى للتعبير عن الذات وترجمتها.

- عبر المبحوثين بأعلى نسبة في الجدول على استخدامهم للغة الدارجة في مواقع التواصل الاجتماعي ،وهي خليط بين اللغة العربية ولغات أجنبية أخرى، كالفرنسية مثلا أو ما يسمى بـ "العرايبي" وهو مصطلح مستعمل عموما في الشرق الأوسط والذي يعني خليط بين اللغة العربية والإنجليزية ثم تليها فئة المتصلين باستخدام اللغة العربية في النشر والكتابة والتعليق وأخيرا اللغات الأجنبية الأخرى.

- والجدير بالقول أن استخدام اللغة الدارجة للتواصل هو شيء يلام عليه الأفراد المبحوثين، وهذا نظرا لمستواهم العلمي والثقافي وكذا إدراكهم لحجم خطورة هذه اللغة المختلطة على سلامة لغتهم العربية، وبالتالي فالأنسب أن يعبر الفرد عن ذاته بلغته الأصلية فاللغة هي موروث ثمين ومحدد للهوية والثقافة وبالتالي يجب المحافظة عليه ونقله للأجيال القادمة .

❖ جدول برقم (17): يوضح توظيف الكلمات المختصرة عبر مواقع التواصل الاجتماعي كأداة تواصلية:

مقترحات الاجابة	دائما	أحيانا	نادرا	المجموع
تستعمل الكلمات المختصرة في التواصل الاجتماعي للتميز عن كل ما هو جدي وعقلاني	30	15	7	52
النسبة	57.69	28.84	13.46	100%
تستعمل الكلمات المختصرة لتكون أكثر مرونة في التواصل	26	18	8	52
النسبة	50	34.61	15.38	100%
تستعمل الكلمات المختصرة لتربح الجهد والوقت	25	16	11	52
النسبة	48.07	30.76	21.15	100%
تستعمل الكلمات المختصرة للشعور بالانتماء للعالم الافتراضي حسب ما يتطلبه وسيط التواصل في الشبكات الاجتماعية	18	19	15	52
النسبة	34.61	36.53	28.84	100%
تستعمل هذه الاختصارات لتحس بأنك في مجتمع مستقل بلغة خاصة مشتركة	16	22	14	52
النسبة	30.76	42.30	26.92	100%



الشكل رقم (17): توظيف الكلمات المختصرة عبر مواقع التواصل الاجتماعي كأداة تواصلية

-التحليل الكمي للجدول رقم (17):

بات يعيش شباب اليوم عصرا أطلقت عليه تسمية "عصر السرعة" وهذا ما أثر على كافة أوجه الحياة اليوم، حيث بات وصار لكل شيء اختصار حتى اللغة والمخاطبة مع الآخرين باتت توضع لها شيفرات جماعية واختصارات لربح الوقت والجهد، خاصة إن أضفنا إلى هذا التكنولوجيا وأحدث تقنياتها في ميدان الاتصال وهذا ما سعينا لتبينه من خلال تصميم هذا الجدول لرصد التأثيرات التي طالت اللغة كأداة تواصلية عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

- حيث عبر 75.69% من المبحوثين على أنهم يوظفون الكلمات المختصرة بهدف التمييز عن كل ما هو جدي وعقلاني، كما أكد 28.84% من المبحوثين توظيفهم للكلمات المختصرة أحيانا لنفس الغرض، على خلاف 13.46% من عينة الدراسة الذين أكدوا عدم استخدامهم للكلمات المختصرة للتمييز على كل ما هو جدي وعقلاني.

- في حين أكد نصف أفراد العينة أن السبب وراء استخدامهم للكلمات المختصرة كان المرونة في التواصل، كما عبر 34.61% على استخدامهم للكلمات المختصرة لنفس الغرض أحيانا، أما 15.38% فقد عبروا بدورهم عن رفضهم لاستخدام الكلمات المختصرة لنفس الهدف.

- كما عبر 48.07% من المبحوثين عن استخدامهم دائما للكلمات المختصرة لربح الوقت والجهد، كما أبدى 30.76% عن استخدامهم للكلمات المختصرة لنفس الغرض أحيانا، على خلاف 21.15% من عينة الدراسة الذين أكدوا معارضتهم لاستخدام الكلمات المختصرة لربح الوقت والجهد.

- أما 34.61% أكدوا أن السبب وراء استعمالهم الكلمات المختصرة كان بهدف الشعور بالانتماء للعالم الافتراضي حسب ما يتطلبه وسيط التواصل في الشبكات الاجتماعية دائما، كما عبر 36.53% عن موافقتهم على نفس الطرح أحيانا، بينما عارض 28.84% استخدامهم للكلمات المختصرة لنفس السبب.

- في حين أكد 30.76% من المبحوثين محل الدراسة أنهم دائما ما يستعملون الاختصارات للإحساس بكونهم في مجتمع مستقل بلغة خاصة مشتركة، أما 42.30% فأحيانا ما يستخدمون الكلمات المختصرة لنفس السبب، بينما أكد 26.92% معارضتهم لفكرة استخدام الاختصارات للإحساس بأنهم في مجتمع مستقل بلغة خاصة مشتركة.

التحليل الكيفي للجدول رقم (17):

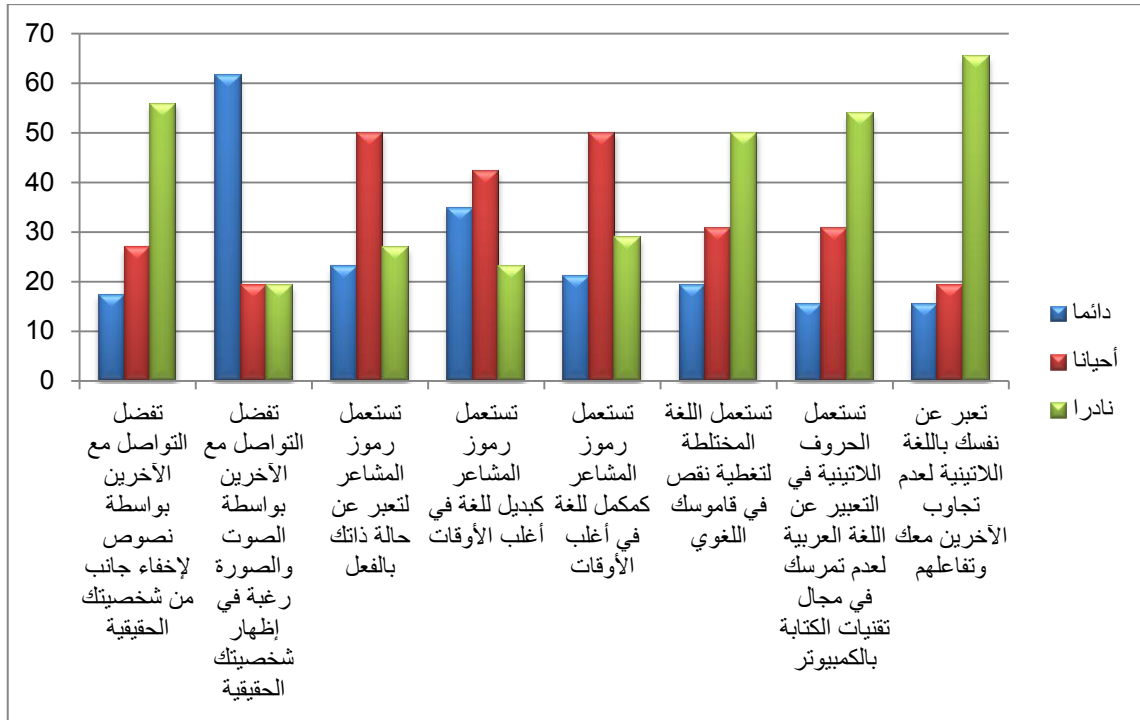
- أول صور التأثير على اللغة هي تحويلها إلى كلمات مختصرة تم التعارف والاتفاق الفعلي عليها من أجل عدة أسباب حاولنا ذكر أهمها كمؤشرات في الجدول رقم (17)، حيث كانت أكبر نسبة للديمومة لفئة الراغبين في التميز عن كل ما هو جدي وعقلاني عن طريق التفاهم والاتفاق على اختيارات لكلمات معينة، وهذا ما يمكن تفسيره بحجم الجدية التي يلتزم بها أفراد العينة في حياتهم العملية و التزاماتهم العلمية وبالتالي فاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي يكون بهدف الاسترخاء والراحة ومحاولة التخلص من مختلف الضغوطات العملية التي يواجهها الأفراد وهذا ما توصلت إليه البروفيسورة "كريستا دور شايد" في دراستها حول اللغة لدى الشباب، حيث اعتبرت أن لجوء الشباب إلى مفردات لا يستخدمها الكبار وإضافة معان جديدة لمفردات من اللغة وإدراج اختيارات لكلمات هو وسيلة يلجأ إليها الشباب لتمييزوا عن الكبار، وعن عالمهم الذي يتميز بالجدية والعقلانية حيث يريد الشباب أن يكونوا مجتمعاً مستقلاً بهم تربطهم فيه لغة مشتركة تقرب بعضهم من بعض.

- كما يتضح أيضاً أن فئة لا بأس بها من المبحوثين يستخدمون اللغة المختصرة بما يتطلبه الوسيط للتواصل في الشبكات الاجتماعية، وهذا ما يفسر الانتشار السريع لهذه الاختصارات في الرسائل القصيرة في الهواتف النقالة، و كذا الدردشة والمحادثات في مواقع التواصل الاجتماعي حيث فرضت على كل الأوساط وراء سبب ربح الوقت والجهد.

- أما بالنسبة للفئة القليلة من المبحوثين الذين عبروا عن عدم التواصل للاختصار لأي سبب من الأسباب فقد يفسر هذا بعدم فهمهم لها لكونها خاصة جداً، أو لطبيعتهم الاتصالية التقليدية في الكتابة أو ببساطة لغيرتهم على لغتهم الأم، فالكثير يرى أن الكلمات المختصرة تشكل خطراً على اللغة الأم.

جدول برقم (18): يوضح توظيف تقنيات التواصل للتعبير عن السمات الشخصية عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

المجموع	نادرا	أحيانا	دائما	مقترحات الاجابة
52	29	14	9	التكرار
100%	55.76	26.92	17.30	النسبة
52	10	10	32	التكرار
100%	19.23	19.23	61.53	النسبة
52	14	26	12	التكرار
100%	26.92	50	23.07	النسبة
52	12	22	18	التكرار
100%	23.07	42.30	34.61	النسبة
52	15	26	11	التكرار
100%	28.84	50	21.15	النسبة
52	26	16	10	التكرار
100%	50	30.76	19.23	النسبة
52	28	16	8	التكرار
100%	53.84	30.76	15.38	النسبة
52	34	10	8	التكرار
100%	65.38	19.23	15.38	النسبة



الشكل رقم (18): توظيف تقنيات التواصل للتعبير عن السمات الشخصية عبر مواقع التواصل الاجتماعي

- التحليل الكمي لنتائج الجدول رقم (18):

1- أدوات التواصل مع الآخرين عبر شبكات التواصل الاجتماعي:

- عبر المبحوثين عن نسبة 17.30% عن تفضيلهم دائما للتواصل مع الآخرين بواسطة النصوص لإخفاء جانب من شخصياتهم الحقيقية، كما عبر 26.92% أنهم أحيانا ما يستخدمون النصوص لنفس الغرض، أما 55.76% فعارضوا هذه الفكرة.

- في حين أكد 61.53% من عينة الدراسة على أنهم يفضلون التواصل مع الآخرين بواسطة الصوت والصورة وإظهار رغبتهم في إظهار شخصياتهم الحقيقية.

2- مفردات استخدام رموز المشاعر للتواصل عبر مواقع التواصل الاجتماعي:

- عبر المبحوثين بنسبة 34.61% على أنهم دائما ما يستعملون رموز المشاعر كبديل لثقة في أغلب الأوقات، أما 42.30% من المبحوثين فأحيانا ما يستعملون رموز المشاعر لنفس الغرض، بينما أكد 23.07% منهم على رفضهم لفكرة استخدام المشاعر كبديل للغة غالبا.

- في حين أكد 23.07% من عينة الدراسة على أن الغرض من استعمالهم لرموز المشاعر هو التعبير عن حالة ذواتهم بالفعل، إضافة إلى 50% من المبحوثين الذين يستعملون رموز المشاعر أحيانا لنفس الغرض، بينما عارض 26.92% لفكرة استخدام رموز المشاعر للتعبير عن حالة الذات غالبا. أما 21.15% فقد صرحوا بأنهم دائما ما يستعملون رموز المشاعر لمكمل للغة في أغلب الأوقات، بينما يلجأ 50% من المبحوثين لذلك فعلى خلاف 28.84% الذين يعارضون هذه الفكرة.

3- نوعية اللغة التواصلية التي يستخدمها في مواقع التواصل الاجتماعي:

- يستعمل ما يقدر بنسبة 19.23% دائما للغة المختلطة لتغطية نقص في قاموسهم اللغوي، أما 30.76% فأحيانا ما يستعملون اللغة المختلطة، على خلاف 50% من أفراد العينة الذين يعارضون فكرة استخدام اللغة المختلطة في التواصل.

- في حين أكد 15.38% من المبحوثين على أنهم دائما ما يستعملون الحروف اللاتينية في التعبير عن اللغة لعدم تفرسهم في مجال تقنيات الكتابة بالكمبيوتر، كما يلجأ 30.76% من المبحوثين إلى استعمال الحروف اللاتينية للتعبير عن اللغة لنفس السبب، أما 53.84% فيعارضون هذا الطرح. أما 15.38% من عينة الدراسة فدائما ما يعبرون عن أنفسهم باللغة اللاتينية لعدم تجاوب الآخرين وتفاعلهم معهم، كما عبر 19.23% عن استعمالهم للحروف اللاتينية للتعبير عن أنفسهم أحيانا لنفس الغرض، في حين يرفض 65.38% هذا العرض.

التحليل الكيفي لنتائج الجدول رقم (18):

- تختلف التقنيات التي يوظفها مستخدمو مواقع التواصل الاجتماعي للتعبير عن سماتهم الشخصية وذواتهم عبر هذه المواقع، حيث يلجأ المستخدم إلى عدة أشكال من اللغة التواصلية إما بالنصوص أو بالصوت أو الصورة، فلكل مستخدم طريقته في التواصل مع الآخرين.

- وهذا ما قصدنا تبياناه من خلال الجدول رقم (18) حيث: وحسب نتائج الواردة يتبين أن المبحوثين يفضلون التواصل بالصوت والصورة كخيار أول عبر مواقع التواصل الاجتماعي، وهذا ما يبدو منطقيا بالنظر إلى التطورات على مستوى خصائص الوسيط وكذا المواقع الاجتماعية فمن أنجع طرق التواصل الصوت والصورة، حيث يوفر هذا عناية الكتابة والجهد وهذا ما يبدو منطقيا في وقت أصبح الفرد يميل ويبحث عن أسهل الطرق وأكثرها مرونة في التواصل كون التواصل بالصوت والصورة

هو إحدى الطرق التي تبرهن أن صاحبها إنسان يرغب في تقديم ذاته الحقيقية وإظهارها للعلن عكس الفئة الذين يستخدمون التواصل بالنصوص و الذي يكون غالبا لإخفاء جانب من شخصيتهم الحقيقية ، وانطلاقا من هذا نستطيع أن نقول أن المبحوثين يعبرون عن ذواتهم الحقيقية ، وبالتالي لا يسعون إلى تزييفها وإخفاءها، وإنما إعطاء الصورة الحقيقية لها.

- من بين الخصائص التي تميز المحادثة والدردشات عبر مواقع التواصل الاجتماعي هم رموز المشاعر (*Smylies*) وهي رموز تعبيرية يدرجها المستخدم في نصوصه كرموز معبرة وفي هذا الصدد عبر المبحوثين بأكبر نسبة عن اعتمادهم لهذه الرموز في تواصلهم مع الآخرين كبديل للغة في أغلب الأحيان ثم تليه سبب التعبير عن ذواتهم وحالتها بالفعل وأخيرا كمكمل للغة غالبا.

- و إن دل هذا فإنما يدل على ميل المبحوثين إلى استخدام الخصائص وتوظيفها أكثر من استخدام اللغة وبذل الجهد، حيث يلجئون إلى أسهل الطرق للتعبير عن ذواتهم.

- انتشرت ظاهرة استخدام الحروف اللاتينية للتعبير عن اللغة العربية وكذا الأرقام الموظفة في مكان الحروف في أوساط الشباب بشكل كبير، حيث أكد المبحوثين بأعلى نسبة للديمومة على أن السبب وراء التعبير عن لغتهم بالحروف اللاتينية يعود لعدم تجاوب الآخرين وتفاعلهم معهم.

- و هذا ما يعتبر منطقيا بربطه مع النتائج السابقة، فالفكرة السائدة عن هذه المجتمعات الافتراضية هي التميز سواء على مستوى اللغة أو الاتصال أو الأفكار.

- كما نلاحظ أيضا من خلال النتائج أن المبحوثين انقسموا بالتساوي بين معارضين ومؤيدين لفكرة استعمال اللغة المختلطة لتغطية نقص في القاموس اللغوي لديهم.

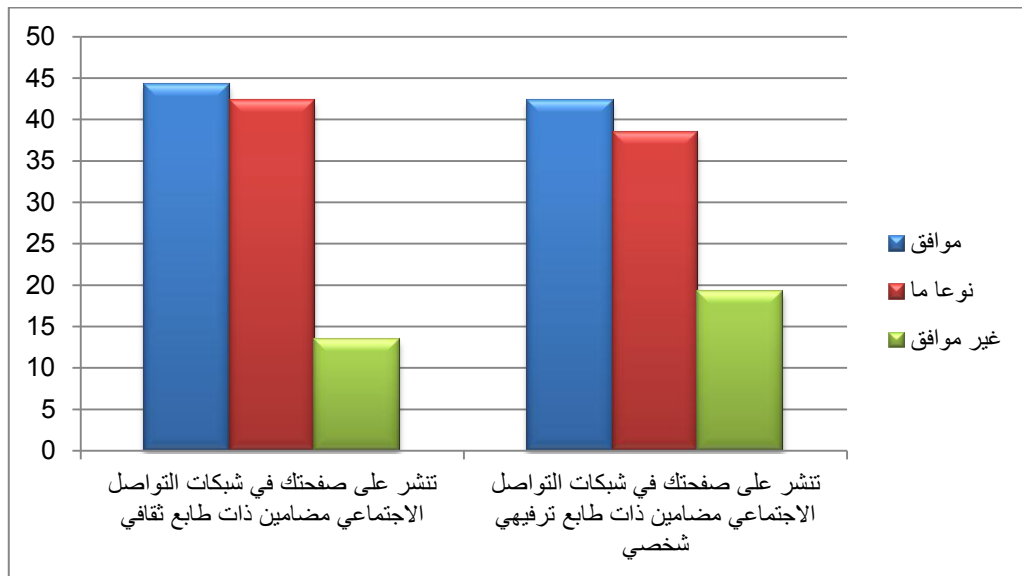
الفصل الثالث: توظيف القيم عبر مواقع التواصل الاجتماعي

تمهيد:

لكل فرد مجموعة قيم وضوابط يستند إليها في تقرير تصرفاته و أفعاله داخل النسق الاجتماعي الذي ينتمي إليه، و التي هي عبارة عن مجموعة من الأصول الأخلاقية و الثقافية والدينية ذات الطابع المعنوي المتوارثة والمتبادلة بين أفراد المجتمع الواحد بحيث لا يحق لأي شخص داخل المجتمع الخروج عنها وعن تعاليمها ، كونها تشكل في مجملها مجموعة المعايير التي تضبط سلوك الأفراد و تكيفه مع باقي الأفراد داخل المجتمع الواحد، من هنا نسعى من خلال هذا الفصل إلى الكشف عن مدى توظيف الأفراد المبحوثين لقيمهم الاجتماعية والفردية في المحتويات التي يدرجونها وينشرونها أو يتبادلونها مع الآخرين عبر الشبكات الاجتماعية، سواء على مستوى القيم المرتبطة بالغير أو بالقيم الذاتية للفرد المستخدم لمواقع التواصل الاجتماعي، باعتبار أن القيم هي أهم محدد من محددات الذات الفردية للإنسان.

❖ جدول برقم (19): يوضح نوع المضامين المستخدمة في مواقع التواصل الاجتماعي

مقترحات الإجابة	موافق	نوعا ما	غير موافق	المجموع
تنشر على صفحتك في شبكات التواصل الاجتماعي مضامين ذات طابع ثقافي	التكرار	23	22	7
	النسبة	44.23	42.30	13.46
تنشر على صفحتك في شبكات التواصل الاجتماعي مضامين ذات طابع ترفيهي شخصي	التكرار	22	20	10
	النسبة	42.30	38.46	19.23



الشكل رقم (19): نوع المضامين المستخدمة في مواقع التواصل الاجتماعي

- التحليل الكمي لنتائج الجدول رقم (19):

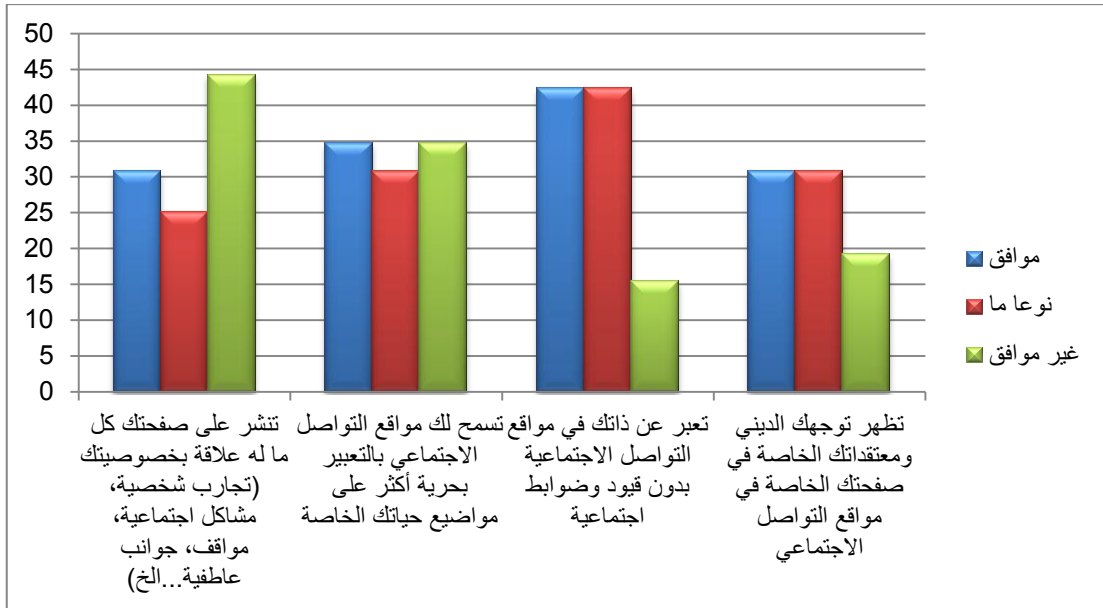
- عبر المبحوثين بنسبة 44.23% عن موافقتهم على نشر مضامين ذات طابع ثقافي في صفحاتهم على شبكات التواصل الاجتماعي، أما 42.30% فيوافقون على نفس الطرح نوعا ما، بينما أبدى 13.46% عدم موافقتهم على نشر مضامين ثقافية عبر صفحاتهم.
- في حين أكد 42.30% عن موافقتهم على نشر مضامين ذات طابع ترفيهي شخصي على صفحاتهم في شبكات التواصل الاجتماعي، أما 38.46% فيوافقون نوعا ما على هذا الطرح، بينما أكد 19.23% عدم موافقتهم على نشر مضامين الترفيهية الشخصية على صفحاتهم في المواقع الاجتماعية

التحليل الكيفي للجدول رقم (19):

- تعتبر نوعية المضامين محددًا أساسيًا في شخصية المستخدم حيث تعكس ميولاته وقناعاته التي يتفاعل بمقتضاها مع الآخرين عبر مواقع التواصل الاجتماعي، كما تعكس في كثير من الأحيان المستوى الثقافي والعلمي للمستخدم وحتى طريقة التفكير الخاصة به فهي تقديم للذات.
- وحسب النتائج الواردة في الجدول نرى بان أعلى نسبة كانت للمبحوثين الذين يعتمدون على نشر مضامين ذات طابع ثقافي وهذا ما نفسره منطقياً بربطه مع خصائص عينة الدراسة كونهم يتمتعون بمستوى علمي وثقافي مرموق وهذا ما يبرر إجاباتهم الواردة في الجدول أعلاه.

❖ جدول برقم (20): يوضح مجالات القيم المرتبطة بالغير

مقترحات الاجابة	موافق	نوعا ما	غير موافق	المجموع
تنشر على صفحتك كل ما له علاقة بخصوصيتك (تجارب شخصية، مشاكل اجتماعية، مواقف، جوانب عاطفية... الخ)	16	13	23	52
النسبة	30.76	25	44.23	100%
تسمح لك مواقع التواصل الاجتماعي بالتعبير بحرية أكثر على مواضيع حياتك الخاصة	18	16	18	52
النسبة	34.61	30.76	34.61	100%
تعبير عن ذاتك في مواقع التواصل الاجتماعي بدون قيود وضوابط اجتماعية	22	22	8	52
النسبة	42.30	42.30	15.38	100%
تظهر توجهك الديني ومعتقداتك الخاصة في صفحتك الخاصة في مواقع التواصل الاجتماعي	26	16	10	52
النسبة	30.76	30.76	19.23	100%



الشكل رقم (20): مجالات القيم المرتبطة بالغير:

التحليل الكمي لنتائج الجدول رقم (20):

- عبر المبحوثين بنسبة 30.76% عن موافقتهم على نشر ماله علاقة بخصوصياتهم (تجارب شخصية، ومشاكل اجتماعية، مواقف، جوانب عاطفية...الخ) في صفحاتهم عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

- في حين أكد 34.61% من المبحوثين على أن مواقع التواصل الاجتماعي تسمح لهم بالتعبير بحرية أكثر على مواضيع حياتهم الخاصة، أما 30.76% فيوافقون على هذا الطرح نوعا ما، بينما عبر 34.61% عن رفضهم لفكرة أن المواقع الاجتماعية تسمح لهم بالتعبير أكثر على مواضيع حياتهم الخاصة.

- أما 42.30% فقد أبدوا موافقتهم على أن مواقع التواصل الاجتماعي تسمح لهم بالتعبير عن ذواتهم بدون قيود أو ضوابط اجتماعية، كما عبر المبحوثين بنفس النسبة على موافقتهم نوعا ما على هذا الطرح بينما أبدى 15.38% لهذا الطرح.

- كما أكد 50% من أفراد العينة على إظهارهم لتوجهاتهم الدينية ومعتقداتهم الخاصة في صفحاتهم الخاصة في مواقع التواصل الاجتماعي، أما 30.76% فقد وافقوا على هذا الطرح نوعا ما، في حين أبدى 19.23% رفضهم لفكرة إظهارهم لمعتقداتهم الدينية وتوجهاتهم في صفحاتهم الاجتماعية.

-التحليل الكيفي لنتائج الجدول رقم (20):

لكل فرد قيم و معايير يستند إليها في تقرير أفعاله ، حيث تعتبر المرجعية الأولى لسلوك الفرد وهذا ما حاولنا تسليط الضوء عليه من خلال تصميم هذا الجدول، حيث يتبين لنا من خلال النسب الواردة فيه أن أعلى نسبة للمبحوثين عارضوا فكرة نشر كل ماله علاقة بخصوصياتهم (حياتهم الخاصة على صفحاتهم الاجتماعية في مواقع التواصل الاجتماعي)، وهذا ما يعتبر سليما حيث أن الحياة الخاصة للفرد هي ملك للفرد والخصوصية في هذا المجال واجبة فمن غير المناسب أن يجعل الفرد حياته الخاصة ومشاعره وتجاربه الشخصية موضوعا للمناقشة عبر فضاءات افتراضية مفتوحة كالتى تكرسها مواقع التواصل الاجتماعي.

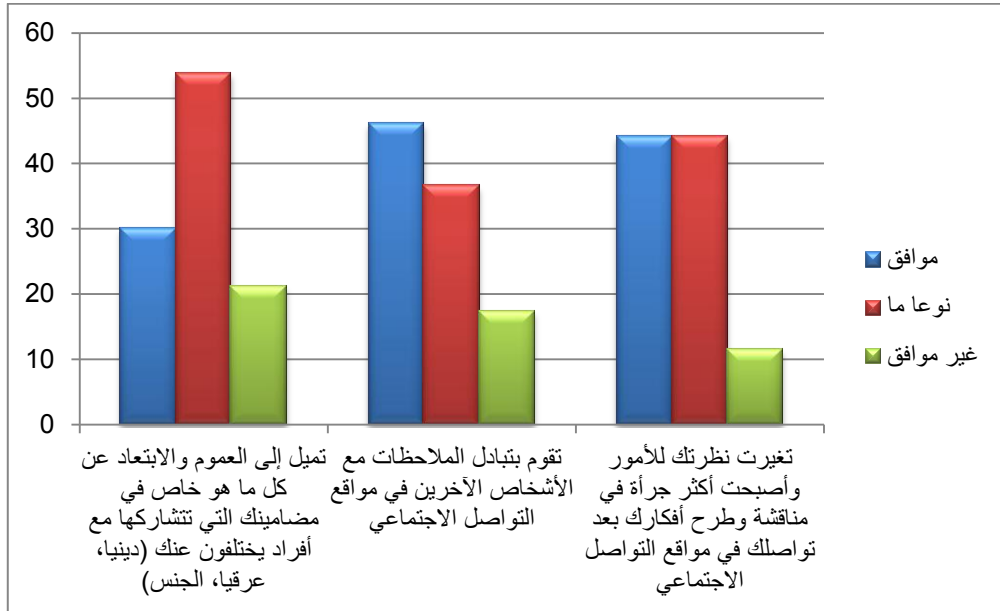
كما عارض المبحوثين بأعلى نسبة فكرة أن مواقع التواصل الاجتماعي تسمح لهم بالتعبير بحرية أكثر على مواضيع حياتهم الخاصة ، وهذا ما يبدو منطقيا إذا ربطناه بالنتيجة التى قبله حيث أن المبحوثين يتمتعون بالوعي الكافي لعدم توظيف هذه المواقع بطريقة تؤثر على حياتهم الشخصية أو العملية.

كما يتضح أن المواقع الاجتماعية تسمح لأكثر نسبة من المبحوثين بالتعبير عن ذواتهم دون قيود أو ضوابط، وهذا مرده الهامش الواسع والغير المحدود لحرية التعبير التي تستخدمها شبكات الاجتماعية، حيث يستطيع الفرد من خلالها أن يظهر ويعبر عن ذاته، بدون أية ضوابط اجتماعية أو قيود تحد من هامش حرية تعبيره عن ذاته وإعطاء صورة عنها.

كما أكدت نصف عينة الدراسة على إظهارهم لتوجهاتهم الدينية ومعتقداتهم الخاصة في صفحاتهم الخاصة، عبر مواقع التواصل الاجتماعي، وهذا بهدف إبراز التوجه الديني للآخرين وهذا ما يعتبر إيجابيا.

❖ جدول برقم (21): يوضح قيم مرتبطة بالتفاعل مع الآخرين

مقترحات الاجابة	موافق	نوعا ما	غير موافق	المجموع
تميل إلى العموم والابتعاد عن كل ما هو خاص في مضامينك التي تشاركها مع أفراد يختلفون عنك (دينيا، عرقيا، الجنس)	12	28	11	52
	النسبة	30.07	53.84	21.15
تقوم بتبادل الملاحظات مع الأشخاص الآخرين في مواقع التواصل الاجتماعي	24	19	9	52
	النسبة	46.15	36.53	17.30
تغيرت نظرتك للأمور وأصبحت أكثر جرأة في مناقشة وطرح أفكارك بعد تواصلك في مواقع التواصل الاجتماعي	23	23	6	52
	النسبة	44.23	44.23	11.53



الشكل رقم (21): قيم مرتبطة بالتفاعل مع الآخرين

التحليل الكمي لنتائج الجدول رقم (21):

- مجموعة القيم التي يستند إليها المستخدم في تفاعله مع الغير عبر مواقع التواصل الاجتماعي:

- وافق 30.07% من المبحوثين على ميلهم إلى العموم والابتعاد عن كل ما هو خاص مضامينهم التي يشاركونها مع أفراد يختلفون عنهم (دينيا، عرقيا، والجنس)، أما 53.84% فيوافقون نوعا ما على هذا الطرح، بينما أبدى 21.15% معارضتهم على نفس الطرح.

- في حين أكد 46.15% على قيامهم بتبادل الملاحظات مع الأشخاص الآخرين في مواقع التواصل الاجتماعي، بينما صرح 36.53% على موافقتهم نوعا ما على هذا الطرح، أما

17.30% فقد ابدوا رفضهم لفكرة تبادل الملاحظات مع الأشخاص الآخرين في مواقع التواصل الاجتماعي.

- أما 53.84% فقد تغيرت نظرتهم للأمور وأصبحت أكثر جرأة في مناقشة وطرح أفكارهم بعد تواصلهم في مواقع التواصل الاجتماعي، بينما وافق 34.61% على هذا الطرح نوعا ما، أما 11.53% فقد عارضوا من عينة الدراسة هذا الطرح.

-التحليل الكيفي لنتائج الجدول رقم (21):

- تتيح شبكات التواصل الاجتماعي التفاعل مع أكثر من شخص غيرها ، حيث يحدد هذا التفاعل مجموعة العلاقات التي بينها المستخدم مع الأفراد الآخرين عبر الشبكة سواء كانت علاقة عمل أو شراكة أو اجتماعية واقتصادية... الخ.

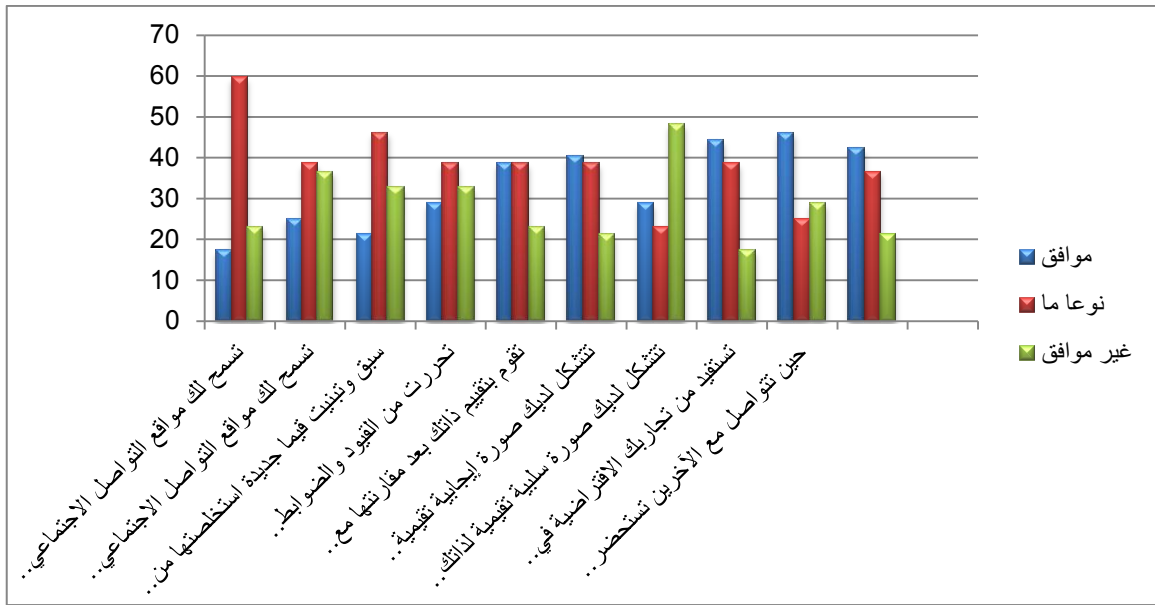
لكن أكثر نوع من العلاقات التي بينها المستخدمون عبر الفيسبوك هي العلاقات ذو الطابع الشخصي، و انطلاقا من هذا حاولنا رصد القيم التي تستند إليها الأفراد في تفاعلهم مع الآخرين عبر الشبكة ، حيث عبر المبحوثين بأكبر نسبة عن موافقتهم نوعا ما على الميل إلى العموم والابتعاد عن كل ما هو خاص في مضامينهم التي يتشاركونها مع الآخرين الذين يختلفون عنهم على مستوى العرق أو الجنس أو الدين، وهذا إن دل فإنما يدل على احترام المبحوثين لقيم الأفراد الذين يتفاعلون معهم في مواقع التواصل الاجتماعي.

- كما مالت إجاباتهم بأكبر نسبة للموافقة على تبادل الملاحظات مع الآخرين في مواقع التواصل الاجتماعي، فان دل هذا فيدل على تفاعل المبحوثين مع الآخرين بشكل معمق وهذا ما يتيح الاتصال الواسطي عبر مواقع التواصل الاجتماعي، على خلاف وسائط الاتصال التقليدية التي تحد من حرية التفاعل والتعبير وتبادل الملاحظات والتعليقات بين الأفراد.

- كما عبرت أكبر نسبة من المبحوثين عن تغير نظرتهم للأمور وأصبحت أكثر جرأة في مناقشة وطرح أفكارهم بعد تواصلهم في مواقع التواصل الاجتماعي وهذا ما يبدوا منطقيا إذا ربطناه بخصائص المواقع الاجتماعية وحجم الحرية التي يتيحها للتواصل في ظلها، فالاتصال الواسطي أسهل و امن من الاتصال المواجهي في طرح الأفكار ومناقشتها بجرأة، حيث أثبتت هذه المواقع نفسها في العديد الساحات خاصة السياسية التي كانت بمثابة الفضاء الأنسب لطرح القضايا السياسية وانقلاب الأوضاع في عدة دول.

❖ جدول برقم (22): يوضح قيم مرتبطة بالهوية الفردية الذاتية

مقترحات الاجابة	موافق	نوعا ما	غير موافق	المجموع
تسمح لك مواقع التواصل الاجتماعي بتكريس قيم الديمقراطية بمفهوم واسع تشمل حتى علاقاتك الفردية والأسرية	9	31	12	52
النسبة	17.30	59.61	23.07	100%
تسمح لك مواقع التواصل الاجتماعي بالهروب من المشكلات التي تواجهها في الواقع	13	20	19	52
النسبة	25	38.46	36.53	100%
سبق وتبنت قيما جديدة استخلصتها من خلال تفاعلك مع الآخرين على الشبكات الاجتماعية	11	24	17	52
النسبة	21.15	46.15	32.69	100%
تحررت من القيود والضوابط الاجتماعية التي كنت تتصرف بمقتضاها قبل تعرضك لمواقع التواصل الاجتماعي	15	20	17	52
النسبة	28.84	38.46	32.69	100%
تقوم بتقييم ذاتك بعد مقارنتها مع الآخرين في الشبكات الاجتماعية	20	20	12	52
النسبة	38.46	38.46	23.07	100%
تشكل لديك صورة إيجابية تقييمية لذاتك قياسا بالآخرين على مواقع التواصل الاجتماعي	21	20	11	52
النسبة	40.38	38.46	21.15	100%
تشكل لديك صورة سلبية تقييمية لذاتك قياسا بالآخرين على مواقع التواصل الاجتماعي	15	12	25	52
النسبة	28.84	23.07	48.07	100%
تستفيد من تجاربك الافتراضية في عالمك الحقيقي	23	20	9	52
النسبة	44.23	38.46	17.30	100%
حين تتواصل مع الآخرين تستحضر عناصر الاختلاف ثقافيا	24	13	15	52
النسبة	46.15	25	28.84	100%
تستحضر القيم الاجتماعية الخاصة بك في تقييم ما يدرجه الآخرين	22	19	11	52
النسبة	42.30	36.53	21.15	100%



الشكل رقم (22): قيم مرتبطة بالهوية الفردية الذاتية

- التحليل الكمي لنتائج الجدول رقم (22):

1- تأثيرات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على القيم الفردية لمُنسبها:

- عبر المبحوثين نسبة 17.30% على موافقتهم على أن مواقع التواصل الاجتماعي تسمح لهم بتكريس قيم الديمقراطية بمفهوم واسع تشمل حتى علاقاتهم الفردية والأسرية، كما وافق 59.61% نوعا ما على هذا الطرح، بينما عارض 23.07% على الطرح.

- أكد 25% من المبحوثين على أن مواقع التواصل الاجتماعي تسمح لهم بالهروب من المشكلات التي يواجهونها في الواقع، كما وافق 38.46% من المبحوثين نوعا ما على هذا الطرح، أما 36.53% فقد رفضوا هذا الطرح.

- في حين عبر 21.15% من عينة الدراسة على أنهم سبق وتبنوا قيما جديدة استخلصوها من خلال تفاعلهم مع الآخرين على الشبكات الاجتماعية، كما وافق 46.15% على هذا الطرح، أما 32.69% فقد ابدوا رفضهم لتبني قيم جديدة استخلصوها من خلال تفاعلهم مع الآخرين.

- أما 28.84% فقد أكدوا أنهم تحرروا من القيود والضوابط الاجتماعية التي كانوا يتصرفون بمقتضاها قبل تعرضهم لمواقع التواصل الاجتماعي، كما أيد 38.46% من المبحوثين هذا لأطرح

نوعاً ما ، بينما عارض 32.69% فكرة التحرر من القيود والضوابط الاجتماعية التي كانوا يتصرفون بمقتضاها .

2- مقارنة ذات المستخدم بذوات الآخرين عبر مواقع التواصل الاجتماعي:

- عبر 38.46% من عينة الدراسة على موافقتهم على تقييم ذواتهم بعد مقارنتها مع الآخرين في الشبكات الاجتماعية ، كما وافق المبحوثين بنفس النسبة نوعاً ما على هذا الطرح ، أما 23.07% فعبروا عن عدم موافقتهم على تقييم ذواتهم بعد مقارنتها مع الآخرين في شبكات التواصل الاجتماعي .

- في حين أكد 40.38% على تشكل صورة إيجابية تقييمية لذواتهم قياساً بالآخرين على مواقع التواصل الاجتماعي ، كما وافق 38.46% نوعاً ما على هذا الطرح ، على خلاف 21.15% ممن لا تتشكل لديهم صورة إيجابية تقييمية لذواتهم بعد مقارنتها بالآخرين على الشبكة .

- بينما عبر 28.48% من المبحوثين على تشكل صورة سلبية تقييمية لذواتهم قياساً بالآخرين على مواقع التواصل الاجتماعي ، كما وافق 23.07% نوعاً ما على نفس الطرح . أما 48.07% فقد عارضوا هذا الطرح .

- في حين عبر 46.15% عن موافقتهم على استحضار عناصر الاختلاف ثقافياً بينهم و بين الآخرين على الشبكة ، كما أيد 25% هذا الطرح نوعاً ما ، أما 28.84% فقد عارضوا فكرة استحضارهم لعناصر الاختلاف ثقافياً بينهم و بين الآخرين حين يتواصلون معهم .

- بينما أكد 42.30% على أنهم يقومون باستحضار القيم المعيارية الخاصة بهم في تقييم ما يدرجه الآخرين ، كما أيد 36.53% من المبحوثين هذا الطرح نوعاً ما ، في حين عارض 21.15% فكرة استحضار القيم الاجتماعية الخاصة بهم في تقييم ما يدرجه الآخرين .

- التحليل الكيفي لنتائج الجدول رقم (22):

من الصعب تجاهل التأثيرات المختلفة التي تترتب على استخدام مواقع التواصل الاجتماعي خاصة تلك التي تمس القيم الفردية للمستخدمين ، وهذا ما يعتبر سلبياً كون القيم نقطة فاصلة في حياة الفرد ، حيث حاولنا من خلال ربط المؤشرات في الجدول وإدراجها تحت متغير التأثير على القيم الفردية لمستخدم المواقع الاجتماعية رصد مختلف أنماط التأثير والاختلاف التي تتم من خلال التفاعل في هذه المواقع على القيم الفردية لذات المستخدم لها .

- حيث مالت إجابات المبحوثين فيما يخص تكريس قيم الديمقراطية لديهم بمفهوم واسع لتشمل هذه العلاقات الفردية والأسرية لهم ، باستخدامهم مواقع التواصل الاجتماعي إلى فئة الموافقين نوعا ما بأعلى نسبة، وهذا إن دل فإنما يدل على التأثير الجلي لمواقع التواصل الاجتماعي على مستخدميها حيث يستخلص الأفراد المبحوثين عدة قيم من خلال تفاعلهم على مستوى الشبكات الاجتماعية، فالديمقراطية وحرية التعبير هي المبدأ والقيمة الأكبر التي تسعى هاته المواقع لتكريسها وهذا ما لاحظناه على مستوى خصائصها .

- كما عبر المبحوثين بأعلى نسبة على ان مواقع التواصل الاجتماعي تسمح لهم بالهروب من المشكلات التي يواجهونها في الواقع.

- وهذا ما يعتبر سلبيا إذا نظرنا له من منطلق أن بوادر الإدمان على هذه المواقع تترجم في اعتبار هذا هذه الاخيرة الملاذ الوحيد في حالة التعرض لمشاكل في الحياة الواقعية ،وبالتالي الهروب من الضغوطات التي تواجهه في الواقع.

- كما مالت إجابات المبحوثين فيما يخص تبني قيم جديدة استخلصت من خلال التفاعل مع الآخرين على الشبكات الاجتماعية إلى فئة الموافقين نوعا ما كأعلى نسبة ،وهذا لكون الإنسان مؤثر ومتأثر بطبعه عموما، وبالتالي فمن الصعب عدم التأثير بواقع الشبكات الاجتماعية في ظل جو التفاعلية الذي تمنحه هذه المواقع لمستخدميها في كل شيء سيء أو ايجابي، حيث من الممكن استخلاص قيم جيدة ،كما يمكن استخلاص قيم سلبية ،وهذا ما يحدده طبيعة الاستخدام لهذه الوسيلة وكذا نوعية المضامين التي يتفاعل الفرد بمقتضاها مع الآخرين ونوعية الأصدقاء الذي يتفاعل ويتواصل معهم.

- وقد ينجر عن هذا الاستخدام التحرر من عدة ضوابط وقيود اجتماعية كان الفرد يتصرف بمقتضاها قبل تعرضه لمواقع التواصل الاجتماعي ،وهذا ما مالت إليه إجابات المبحوثين بموافقتهم نوعا ما على هذا الطرح بأعلى نسبة.

- كما عبر المبحوثين بأكثر نسبة في النتائج الواردة في الجدول عن تحررهم من مختلف القيود والضوابط الاجتماعية و التي كانوا يتصرفون بمقتضاها قبل تعرضهم لمواقع التواصل الاجتماعي، وهذا نظرا لها مش التحرر الذي تكرسه هذه المواقع للأفراد المستخدمين لها والحواجز والضوابط التي تحكم سلوكيات الأفراد وعلاقاتهم وتصرفاتهم وردود أفعالهم في العالم الحقيقي والتي تكاد تنعدم في العالم الافتراضي الذي يعيشه الأفراد في مواقع الفيسبوك، كالعلاقات العاطفية التي تنشأ في كنف هذه الفضاءات والتي

أصبحت تمتد من الفضاء الواقعي ، وهذا إن دل فيدل على فكرة التحرر التي باتت شيئا ملموسا في واقعنا الحقيقي.

كما عبر أكبر نسبة من الباحثين على قيامهم بتقييم ذواتهم بعد أن يقارنوها مع الآخرين على الشبكة الاجتماعية، وتشكيل صورة إيجابية تقييمية لذواتهم قياسا بالآخرين على المواقع الاجتماعية، وهذا ما يدل على نسبة تقدير الذات التي يشعر بها الباحثين فالمقارنة واردة في كل الأحوال ولكن الإيجابي هو الشعور بالراحة والرضا عن الذات وعدم احتقارها، وهذا ما يولد كثيرا من المشاكل والآثار السلبية التي يمكن أن تترتب على الجانب النفسي والاجتماعي للفرد.

كما مالت أكبر نسبة من أفراد العينة إلى كونهم يستفيدون دائما من تجاربهم الافتراضية، في الواقع ، كما يستحضر اغلب الباحثين عناصر الاختلاف ثقافيا بينهم وبين الآخرين في الشبكات الاجتماعية، وهذا ما هو ايجابي جدا كون هذا مؤشر على وعي الباحثين بانتمائهم الثقافي .

وقوة الحساسية الثقافية اتجاه الثقافات الأخرى ، وكذا إدراكهم للاختلافات و الفروقات بين الثقافات مما يدل على تمسكهم بثقافتهم ووعيهم بأهمية الحفاظ عليها.

وكما عبر الباحثين بأكثر نسبة على استحضارهم للقيم الاجتماعية الخاصة بهم في تقييمهم لما يدرجه الآخرون، إن دل هذا فإنما يدل على أن الباحثين متمسكون بقيمتهم في ظل التواصل الاجتماعي وأنهم يستندون الى القيم كمرجعية لسلوكياتهم و ردود أفعالهم، وهذا ما من شأنه ان يوطر كيفية تعامل الأفراد مع هذه الوسيلة، بالتالي اعتبارها وسيلة لتقديم الذات الحقيقية بكل محدداتها الحقيقية .

الهوامش:

¹strano « user description and interpretation of self presentation through facebook profile image

الدولي الأول حول الهوية والمجالات الإجتماعية في ظل التحولات السوسيو ثقافية للمجتمع الجزائري 2010.

³ صالح الشهيري: الفاييسبوك وإخفاء الهوية... الأسباب ، كدونة الشرق 2012، ص4-5

⁴ محمد منير حجاب: المعجم الإعلامي، مصر دار الفجر، 2004، ص47-48

نتائج الدراسة

نتائج الدراسة:

1- توصلت الدراسة النظرية إلى:

1/ أن مواقع التواصل الاجتماعي التي تستأثر بقبول وتجاوب الكثير من الناس وفي جميع أنحاء العالم تطرح في ثنايا استخدامها العديد من القضايا، خاصة وأنها تتيح للمستخدم فضاءا واسعا وحرًا للتفاعل من دون قيود أو ضوابط من أي نوع ضمن فضاء افتراضي بخصائص تكاد تطابق المجتمعات الحقيقية والذي يقوم المستخدم بمقتضاه ببناء علاقات افتراضية مع أشخاص من عدة أجناس مختلفة ومع أشخاص تجمعهم معهم علاقة قرابة أو صداقة في الواقع ويبادلونه نفس الاهتمامات.

2- / تعتبر المواقع الاجتماعية عامة والفايسبوك خاصة الفضاء الأنسب للتعبير عن الذات وتقديمها بهامش غير محدود وغير مقترن بأية ضوابط أو قيود من شأنها أن تذيب الذات والتعبير عن ما بداخلها.

إن ما تم تقييمه من نتائج تم استقراؤها من الدراسة النظرية ،حاولنا ان نقارنها بما تم التوصل اليه من نتائج في الدراسة الميدانية والتي كانت على النحو التالي:

نتائج الدراسة الميدانية:

الفصل الأول: بناء الهوية الفردية من خلال طبيعة استخدام الموقع الاجتماعي "الفايسبوك"

- بالنسبة لعادات وأنماط الاستخدام الفايسبوك فقد تبين:

1/يعتمد الأفراد المبحوثين محل الدراسة على عدة طرق وآليات استخدام المواقع الاجتماعية، حيث فضل المبحوثين بأكبر نسبة استخدامها في البيت وفي الفترة الليلية ،حيث يصل معدل استخدامهم لساعتين يوميا وبصفة فردية، إذ تفسر هذه النتائج تفسيراً منطقياً بالنظر إلى الطبيعة المبحوثين حيث يمثل البيت المكان الأنسب لتصفح هذه المواقع في أي وقت خاصة وان المبحوثين على الدراسة يفضون لالتزاماتهم بالدراسة بالتالي عدم النقد بالوقت والقدرة على استغراق أكيد وقت ممكن وكذا استخدامها بصفة فردية بالنظر إلى ولوج هذه التكنولوجيا في معظم البيوت الجزائرية بالتالي تعدد الأجهزة والخيارات يحول استخدام هذه المواقع في المكان الذي تريدون في الوقت الذي تريد وللمدة التي تراها بصفة فردية أو جماعية.

2/ يستخدم الأفراد المبحوثين مواقع التواصل الاجتماعي لتلبية عدة إشباعات أولها التواصل مع أقربائهم وأصدقائهم ثم الترويح عن النفس ،وكذا طرح أفكارهم ومناقشتها مع الآخرين، وهذا ما

يعتبر منطقيا كونها الوسيلة الأفضل والأنسب لذلك كما أن الهدف الرئيسي لهذه الشبكات هو التواصل والتفاعل وكذا الترويج عن النفس في ظل فضاء متنوع وجذاب بالدرجة الأولى من حيث الخصائص المتاحة عبرها.

3/ يستخدم المبحوثين الخدمات الشبكات الاجتماعية للحصول على معلومات تهمهم وملاً وقت فراغهم، وهذا ما يعتبر واقعيًا جدًا إذا ما ربطناه بطبيعة المبحوثين كونهم طلاب في دراسات عليا، بالتالي فاستخدام هذه المواقع يكون غالبًا للحصول على معلومات تهمهم وتخدمهم محاولين تسخير هذه الوسيلة بخصائصها لفائدة دراساتهم وبحوثهم العلمية

4/ تندرج الألعاب الالكترونية ضمن الخيارات المستبعدة من طرف المبحوثين، وهذا ما يفسر منطقيا بالنظر إلى سن المبحوثين وكذا حجم الوقت أفراد العينة، فمن الواقعي أن لا يميل المبحوثين لمثل هذا الخيار، كون جل الدراسات أثبتت بان الفئة العمرية الأكثر ميولا وتأثرا لهذا النوع من الخيارات (العاب الفيديو) هم فئة المراهقين والشباب.

5/ ينتمي الأفراد المبحوثين لمجموعات ترفيهية ثقافية في مواقع التواصل الاجتماعي في المرتبة الأولى كونها تشكل الفضاء المناسب للترفيه و رفع المستوى الثقافي للأفراد لما تتيحه من مجالات وإمكانيات معرفية وثقافية، فبالنظر إلى طبيعة الأفراد المبحوثين والتزاماتهم وانشغالهم اليومية نستطيع تبرير تفضيلهم لهذه المجموعات على حساب الأخرى بهدف الترويج عن النفس والتخلص من التعب والضغوطات.

6/ يتمثل المبحوثين بحساب واحد في مواقع التواصل الاجتماعي و هذا ما يدل على تعامل المبحوثين بشكل نظامي مع الوسيلة حيث يعتبرونها منبرا أو وسيلة للتعبير عن ذواتهم الحقيقية وإيصالها إلى الآخرين كما هي بنشر بيانات عامة تخصهم دون الخاصة، بالإضافة إلى استخدامهم لأسمائهم الحقيقية لتسهيل عملية إيجادهم من قبل أصدقائهم ومعارفهم في الشبكة الاجتماعية، وهذا أكبر دليل على نظامية استخدام هؤلاء الأفراد لمواقع التواصل الاجتماعي كونهم يميلون إلى استخدام ذواتهم الحقيقية وإعطاء صورة حقيقية عنها بمواصفات واقعية.

7/ تقف عدة مبررات وراء استخدام المبحوثين لأسماء مستعارة ذلك أنهم يسعون إلى تقمص شخصيات دون شخصياتهم الحقيقية في الموقع حيث ينتسبون إلى هويات افتراضية وذوات تختلف عن ذواتهم الواقعية، كون الكثير من الأفراد يلجئون إلى تسخير هذه المواقع لتقمص أكثر من ذات وهوية

عبرها بدون لقاء العقاب، وهذا ما حاولنا أن نستكشفه من خلال الاتجاهات التي صممناها في أداة الدراسة.

8/ أتاحت إدارة الفيسبوك لمستخدميها عملية البحث عن الأصدقاء على شبكة الفيسبوك من خلال كتابة الاسم المراد وصول إليه أيا كان لإضافته إلى قائمة الأصدقاء وهذا ما جعل المبحوثين يستخدمون أسماء مستعارة بدلا من أسمائهم الحقيقية حتى لا يتم التعرف عليهم من طرف الأهل والأصدقاء والأقارب، وهذا ما ورد في عدة إجابات لعدة مبحوثين حيث كان الهدف لذلك للتصرف بكل حرية في الموقع و ضمان حرية التعبير، مما يتيح للمستخدم أن يتكلم بصراحة وجرأة في مختلف المواضيع مع الأصدقاء الذين يتفاعلون معه على الفضاء الافتراضي.

9/ يعتبر الفيسبوك الوسيلة الفعالة لإقامة العلاقات العاطفية الافتراضية على الشبكة الاجتماعية للجنسين، وهذا نتيجته للفراغ الاجتماعي والعاطفي الذي يتعرض له الشباب في المجتمع الواقعي بدون الكشف عن أسمائهم الحقيقية، كما يمكن إرجاع سبب عدم تصريح الإناث بأسمائهن الحقيقية إلى كون الأهل والأصدقاء ينصحنهن بعدم التصريح بأسمائهن عبر الموقع وهذا بسبب الثقافة السائدة في المجتمع فهناك من الإناث من لا تصرح بامتلاكها أصلا للفيسبوك.

10/ يساعد الفيسبوك كغيره من المواقع الاجتماعية على خلق العديد من الهويات عبر الشبكة، حيث تصبح الهوية محل استكشاف وتجريب، أي بإمكان المستخدم أن يقدم لنفسه ما يشاء وعلى النحو الذي يريد وهو السلوك الذي قد يتعذر عليه في المجتمع الواقعي، وهذا ما رفضه المبحوثين محل الدراسة بأعلى النسب، فان دل هذا فإنما يدل على وعي الأفراد بخطورة التواجد بأكثر من هوية على شبكات التواصل الاجتماعي حيث يعتبر هذا عند علماء النفس انفصاما في الشخصية ومرضا نفسيا.

11/ إن التعامل مع الصور في البروفايل (profile) عبر تجديدها لا يتعلق بحالات مزاج المبحوثين في كل مرة إضافة إلى صفحاتهم الشخصية تخلق لهم هويات افتراضية تكاد تتطابق مع هويتهم الحقيقية في مواقع التواصل الاجتماعي، كما يعتبرون أن هوياتهم الافتراضية أكثر جرأة وتحرا من هويتهم الحقيقية على موقع الفيسبوك.

12/ يتفادى اغلب المبحوثين وضع صورهم الشخصية في ملفاتهم الخاصة على مواقع التواصل الاجتماعي، حيث يميلون إلى وضع صورهم الرمزية مكانها والتي يتم غالبا تحصيلها بواسطة برامج الفوتوشوب، كما قد تكون صور لمشاهير (كنجوم الرياضة ونجوم السينما ورجال الأعمال الناجحين

أو شخصيات دينية مشهورة أو سياسية...)والذين يمثلون بدورهم النموذج الناجح ، كما قد تكون صور لرموز عاطفية كصور قلب، أزهار...الخ.

13/تتفادى معظم الفتيات وضع صورهن الشخصية في ملفاتهن الخاصة على الفيسبوك استنادا إلى العرف الذي يمارس على المرأة في المجتمع الجزائري ، إذ لا يتقبل صورة المرأة على صفحات الشبكة التي يشاهدها الكل ، كما أن هناك من أرجعها الخوف من أن تتم قرصنتها واستخدامها لإغراض غير معروفة.

14/ يرجع الذكور سبب عدم وضع صورهم الخاصة في الملف إلى الأسباب الأمنية وبالضبط الخوف من القرصنة ، وهذا ما يدفع الباحثين لتعبير عن ذواتهم بطرق مختلفة ، في ظل المجال الواسع و الحر الذي تتيحه مواقع التواصل الاجتماعي للتعبير عن الدواخل الحقيقية و الميولات الخاصة في كل فرد مستخدم على عدة مستويات كالاسم والصورة ، فكل استخدام لأسم مستعار ولصورة رمزية دلالة نفسية واجتماعية راجعة إلى ذات الفرد الحقيقية و تمثلاته على مستوى هذه المواقع ، حيث يعتبر الأفراد الباحثين صفحاتهم الاجتماعية أداة تعبيرية لحالتهم النفسية والاجتماعية بإخراج الدواخل إلى العلن وترجمتها في صور وأسماء مستعارة ومضامين متداولة تشكل في مجملها صورة لذات خفية ومكبوتة للمستخدم.

15/يشعر الباحثين بالراحة أكثر في المواقع الاجتماعية كونهم يجدون هامشا واسعا من حرية التعبير والتصرف، على عكس المجتمع الواقعي التي تحكمه العديد من الاعتبارات ضف إلى ذلك المرونة التي توفرها الوسيلة في التواصل عبر وسيط الكتروني مما يوفر عناء التواصل المواجهي (وجها لوجه).

16/ ينشر الباحثين مقالاتهم وأفكارهم و آرائهم و تقييمهم للأمور...الخ، على صفحاتهم في المواقع الاجتماعية ، وهذا ما يفسر منطقيا بربط هذا المؤشر بالمستوى العلمي الذي يتمتع به الباحثين ، فمن الطبيعي أن ينشر الباحثين مقالات علمية تخصهم وكذا طرح أفكارهم ومناقشتها مع الآخرين عبر صفحاتهم الاجتماعية، فالغرض الأسمى من وراء استخدام هذه الوسيلة هي تسخيرها في سبيل البحوث العلمية واعتبارها كوسيلة لاستقاء المعلومات.

17/ يلقي نشر مقاطع فيديو الخاصة عبر مواقع التواصل الاجتماعي نوعا من الرفض من قبل الباحثين ، لضعف الثقة بهذه الوسائل من حيث الأمان والحماية ، فرغم التطور التقني الهائل إلا أنه لم يتوصل الأفراد إلى خلق نظام حماية للخصوصيات عبر هذه المواقع لما تشهده هذه الأنظمة من اختراقات وانتهاكات وقرصنة، فمن الصعب وضع مقاطع فيديو شخصية في هذه المواقع الخاصة إن

قمنا بربط هذه النتيجة بمتغير الجنس لعينة الدراسة التي كانت فيها الحصة الأكبر للفتيات إذ يصعب عليهن وضع مقاطع فيديو وصور خاصة بهن لأسباب مجتمعية ثم أمنية.

18/ يختار المبحوثين نوعية أصدقائهم على مواقع التواصل الاجتماعي حسب المستوى الثقافي والمعرفي على مواقع التواصل الاجتماعي وهذا ما يبدو منطقياً مقارنة بالمستوى العلمي لعينة الدراسة، وهذا ما يعكس بدوره وعي أفراد العينة في استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي، وكذا انتقائهم لأصدقائهم بهدف الاستفادة والإفادة وهذا ما يتضح من خلال إجاباتهم

-أما فيما يخص الفصل الثاني والذي تناولنا فيه اللغة التواصلية من خلال شبكات التواصل الاجتماعي الفيسبوك:

19/ يشكل الفضاء الافتراضي في الفيسبوك مجالا رمزياً لما بينه من تفاعلات بين الفاعلين الاجتماعيين من خلال إنتاج لغة مغايرة نوعاً ما عن المألوف والتي يتم استعمالها في المحادثات المكتوبة والتي تتجاوز ضمناً قواعد النحو والصرف لتصل إلى حد استعمال لغتين اللغة الفرنسية للكتابة واللهجة المحلية المتضمنة للمعنى، هذا بالإضافة إلى الأرقام التي تستعمل عادة للتعويض عن الأحرف غير الموجودة في اللغة الفرنسية

20/ يعتبر الفيسبوك لغة صامتة ومسنة ومتضمنة لنظام لغوي غير مواز للغة الشرعية لتعبر عن نصية توليدية بين المجال الواقعي والافتراضي ضمن لغة خفية تعبر عن الهوية المستنبطة بالنسبة للممثلين الاجتماعيين المتصلين على شبكة الفيسبوك .

21/ تكسر اللغة الصامتة على صفحات الحوار في الفيسبوك نظام اللغة القاعدية من خلال أشكال التعبير عن اللغة وإشكالية العلاقة بين اللغة الصناعية والافتراضية لتعبر بذلك عن كيفية تمثيل الفاعلين الاجتماعيين لهوياتهم الشخصية.

22/ يعتمد أغلب المبحوثين على اللغة الدارجة المختلطة في النشر الكتابة والتعليق، كما يلجئ أغلبهم إلى استخدام الكلمات المختصرة في التواصل الاجتماعي بدافع التميز عن كل ما هو جدي وعقلاني بالإضافة إلى الشعور بالانتماء إلى العالم الافتراضي حسب ما يتطلبه وسيط التواصل في الشبكات الاجتماعية.

23/ يتواصل المبحوثين مع الآخرين بواسطة الصوت والصورة رغبة في إظهار شخصياتهم الحقيقية للآخرين عبر الشبكات الاجتماعية.

أما فيما يخص نتائج الفصل الثالث والذي يتعلق بتوظيف القيم الفردية والجماعية عبر الشبكات الاجتماعية فتبين أن:

24/ ينشر أغلب المبحوثين مضامين ذات طابع ثقافي على صفحاتهم الاجتماعية، وهذا ما نفسره منطقياً بربطه مع خصائص عينة الدراسة كونهم يتمتعون بمستوى علمي وثقافي مرموق.

أما فيما يخص مجالات القيم الفردية المتعلقة بالمستخدم فقد تبين:

25/ يبدي أغلب المبحوثين نوعاً من الرفض لفكرة نشر كل ما له علاقة بخصوصياتهم (تجارب شخصية، مشاكل اجتماعية، مواقف وجوانب عاطفية... الخ) على صفحاتهم الاجتماعية، كون الحياة الخاصة للفرد هي ملك للفرد والخصوصية في هذا المجال واجبة فمن غير المناسب أن يجعل الفرد حياته الخاصة ومشاعره وتجاربه الشخصية موضوعاً للمناقشة عبر فضاءات افتراضية مفتوحة كالتى تركزها مواقع التواصل الاجتماعي.

26/ يعبر المبحوثين عن ذواتهم في المواقع الاجتماعية بدون قيود وضوابط اجتماعية، كما يميلون إلى العموم في مناقشة المضامين مع الآخرين المختلفين دينياً وعرقياً، غير أنهم يظهرون توجهاتهم الدينية ومعتقداتهم في صفحاتهم عبر هذه المواقع.

27/ تغيرت نظرة أغلب المبحوثين للأمر إذ أصبحوا أكثر جرأة في مناقشة وطرح أفكارهم بعد تواصلهم في مواقع التواصل الاجتماعي وهذا ما مرده هامش الحرية الذي تتيحه هذه المواقع لمنتسبيها وحجم الحرية التي تتيحها للتواصل في ظلها، حيث أثبتت هذه المواقع نفسها في العديد من الساحات خاصة السياسية التي كانت بمثابة الفضاء الأنسب لطرح القضايا السياسية كما وانقلاب الأوضاع في عدة دول.

28/ تركز المواقع الاجتماعية قيم الديمقراطية بمفهوم واسع شمل حتى العلاقات الفردية والأسرية للمبحوثين، حيث يستخلص الأفراد المبحوثين عدة قيم من خلال تفاعلهم على مستوى هذه المواقع، فالديمقراطية وحرية التعبير هي المبدأ والقيمة الأكبر التي تسعى هاته المواقع لتكريسها وهذا ما يتجلى على مستوى خصائصها.

29/ تحرر اغلب المبحوثين من مختلف القيود والضوابط الاجتماعية التي كانوا يتصرفون بمقتضاها قبل تعرضهم لمواقع التواصل الاجتماعي، وهذا نظرا لهامش التحرر الذي تكرسه هذه المواقع للأفراد المستخدمين لها والحواجز والضوابط التي تحكم سلوكيات الأفراد وعلاقاتهم وتصرفاتهم في العالم الحقيقي، والتي تكاد تنعدم في العالم الافتراضي الذي يعيشه الأفراد في مواقع الفيسبوك، كالعلاقات العاطفية التي تنشأ في كنف هذه الفضاءات والتي أصبحت تمتد من الفضاء الواقعي .

30/تشكل لدى اغلب المبحوثين صورة إيجابية تقييمية بعد مقارنة ذواتهم بالآخرين على الشبكة الاجتماعية ، وهذا ما يدل على نسبة تقدير الذات التي يشعر بها المبحوثين بالمقارنة وارادة في كل الأحوال ولكن الإيجابي هو الشعور بالراحة والرضا عن الذات وعدم احتقارها، وهذا ما يولد كثيرا من المشاكل والآثار السلبية التي يمكن أن تترتب على الجانب النفسي والاجتماعي للفرد.

31/يستحضر اغلب المبحوثين عناصر الاختلاف ثقافيا حين يتواصلون مع الآخرين مما يقوي انتماءهم الثقافي ويقوي الحساسية اتجاه تبني العناصر الثقافية الأخرى.

32/ يستحضر اغلب المبحوثين القيم الاجتماعية الخاصة بهم في تقييم ما يدرجه الآخرون عبر شبكات التواصل الاجتماعي، وهذا ما يدل على تمسك المبحوثين بقيمهم في ظل التواصل الاجتماعي ، وكذا استنادهم إلى القيم كمرجعية لسلوكياتهم و ردود أفعالهم، وهذا ما من شأنه أن يؤثر كيفية تعامل الأفراد مع هذه الوسيلة ،بالتالي اعتبارها وسيلة لتقديم الذات الحقيقية بكل محدداتها الحقيقية

الخطمة

الخاتمة

يختلف استخدام التقنيات والتكنولوجيات حسب اختلاف خصوصيات كل مجتمع عن الآخر، إذ أن البناء الاجتماعي و الخصوصية الثقافية والاجتماعية لكل مجتمع تتحكم في طريقة تعامل الأفراد مع هذه التكنولوجيات، حيث أن علاقة الأفراد معها ليست علاقة فردية بل تمر بالضرورة بالمجتمع كما تحكمها مجموعة من القيم والضوابط الاجتماعية التي يستند إليها الفرد في تقرير مختلف قراراته و سلوكياته، و الجدير بالذكر أن تكنولوجيا الاتصال عملت على إنتاج وسائل اتصال جديدة مختلفة تماما غيرت الكثير من اوجه الإتصال التقليدي و المواجهي حيث بات من السهل على الفرد التواصل مع الآخرين بدون أية قيود أو ضوابط اجتماعية طالما انه يتواصل بواسطة جهاز بسيط يقف بينه وبين الآخر على نفس الشبكة، فهامش الحرية الذي تكفله هذه الوسيلة من شأنه أن يخلق عدة تمثيلات للفرد الواحد على المواقع الاجتماعية لما تتيحه هذه المواقع من خيارات أمام المستخدم في إظهار صورة عن ذاته بالشكل الذي يريد وهذا ما حاولنا من خلال هذه الدراسة أن نسلط الضوء عليه محاولين من خلالها تناول موضوع صورة الذات لمنتسبي مواقع التواصل الاجتماعي والكشف عن كيفية تمثّل الأفراد لذواتهم عبرها و رصد مختلف مواطن التعبير التي من شأنها أن تغير و تعدل من صورة ذات المستخدم الاجتماعية انطلاقا من مجموعة الخصائص التي تتيحها هذه الأخيرة لمنتسبيها، حيث و بالنظر إلى أهمية هذه المواقع و المكانة التي أصبحت تشغلها في حياة الأفراد كان لا بد من تسليط الضوء على كيفية تسخير هذه المواقع من قبل الاشخاص في التعبير عن أنفسهم وإعطاء صور عن ذواتهم الحقيقية وهوياتهم الواقعية حيث عرجنا من خلال هذه الدراسة على ماهية الشبكات الاجتماعية و أشهر مواقعها وكذا تقييمها باستعراض ايجابيتها وسلبياتها ثم حاولنا التفصيل في كيفية تشكل الهوية الافتراضية لمستخدميها في ظل مجتمعات افتراضية تكاد تطابق بخصائصها المجتمعات الواقعية هذا من جهة، ومن جهة أخرى حاولنا من خلال هذه الدراسة أن نفصل في مختلف استخدامات المواقع الاجتماعية والتي من شأنها ان تبين لنا كيفية تقديم المستخدم لذاته عبرها وكذا عملية بناء وتشكل ذوات تتوافق وخصائص هذه المواقع في إطار أهم المحددات التي تحكم سلوك

الأفراد و توجهاتهم والتي تتمثل في مجموعة القيم والضوابط الإجتماعية للأفراد كما سعينا إلى تبيان أهم التغيرات التي مست اللغة التواصلية للأفراد الناتجة عن استخدام هذه المواقع حيث تبين لنا أن الأفراد المبحوثين يعتبرون أن صفحاتهم الإجتماعية تمثل منبرا لتقديم ذواتهم الحقيقية بمواصفاتها الواقعية وهذا ما يظهر على مستوى التزامهم بحساب واحد على مواقع التواصل الإجتماعي بتوظيف بياناتهم العامة دون الخاصة على ملفاتهم الشخصية إلا أن فئة معتبرة منهم يلجؤون الى استخدام أسماء مستعارة وصور رمزية تعبيرية عوض أسمائهم أوصورهم الحقيقية و هذا ما مرده الدواعي الأمنية التي باتت شبه مستحيلة على هذه الشبكات إلا أن الغرض من استخدامهم لهذه المواقع كان للتواصل مع اصدقائهم وأقاربهم وكذا محاولة تسخير هذه الأخيرة لصالح بحوثهم ودراساتهم العلمية بنشر مقالاتهم وأفكارهم في صفحاتهم الشخصية و الجدير بالذكر أن الأمر السلبي الذي يؤخذ عليها المبحوثين هو استخدامهم للغة المختلطة في التواصل بدل اللغة الأم العربية كونهم يمثلون فئة متعلمة ومؤطرة أكاديميا و هذا ما لا يبرر لهم جهل درجة خطورة استخدام هذا النوع من اللغات التواصلية على حساب لغة الأم لكن الإيجابي في المبحوثين هو اعتمادهم على مجموعة القيم والمعايير في تواصلهم مع الآخرين خاصة على مستوى استحضار عناصر الاختلاف الثقافية بين المبحوثين والآخرين على الشبكات.

انطلاقا من هذا يمكن القول أن أفراد العينة محل الدراسة يتعاملون بدرجة من الوعي مع هذه الوسيلة التي تعتبر ثورة في حد ذاتها بالنظر إلى ما شكلته من تحولات منذ ظهورها في حياة الأفراد،فأساس التعامل مع أي وسيلة إعلامية يكمن في حسن استخدامها في الوقت والمكان المناسب فإذا زاد الشيء عن حده انقلب إلى ضده ،وهذا ما ينطبق على هذه المواقع بالدرجة الأولى فكثرة استخدامها يولد انغماسا كليا في ثناياها الافتراضية مما يؤثر على ذات الفرد وهويته.

قائمة المراجع

قائمة المصادر والمراجع:

- القرآن الكريم

- الحديث النبوي الشريف

الموسوعات والقواميس:

1- قاموس أكسفورد Oxford Dictionaries.

2- م. روزنتال، و ب. بادين، الموسوعة الفلسفية.

3- وهبة مراد، المعجم الفلسفي.

الكتب العربية :

4- إحسان عبد الله المرزوق، دورة المعلمين الجدد، القيم ومظاهرها السلوكية نسخة مزيدة ومنقحة، 2007.

5- أحمد بدر: أصول البحث العلمي ومنهجه، ط6، وكالة المطبوعات، الكويت، 1982.

6- أحمد محمد الكندري: علم النفس الاجتماعي، مكتبة الفلاح، الكويت، 1992.

7- أحمد محمد صالح: إنتوغرافيا الإنترنت وتداعياتها الاجتماعية والثقافية والسياسية، دار الهلال بالقاهرة، 2002.

8- البخاري: كتاب المناقب، باب علامات النبوة في الإسلام، حديث رقم (3411) مسلم : كتاب الإمارة، باب الأمر بلزوم الجماعة عند ظهور الفتن، حديث رقم (4890)

9- بهاء الدين: "المجتمعات الافتراضية بديلا للمجتمعات الواقعية، كتاب الوجود" "Facebook" نموذجاً، جامعة الإمارات العربية، (ب ت).

10- حسن مضفر الرزو: الفضاء المعلوماتي، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت (لبنان)، الطبعة الأولى، 2008.

11- راوية حسن، السلوك التنظيمي المعاصر، الدار الجامعية الإسكندرية، مصر 2004.

12- شوقي العلوي: رهانات الإنترنت، المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع، بيروت، لبنان، الطبعة الأولى، 2006.

13- صلاح الدين شروخ: منهجية البحث العلمي، دار العلوم، عنابة، 2003.

14- عباس مصطفى صادق: الإعلام الجديد المفاهيم والوسائل والتطبيقات دار الشروق للنشر والتوزيع، الإصدار الأول، عمان (الأردن)، 2008.

- 15- عبد الفتاح حافظ وآخرون: علم النفس الاجتماعي، مكتبة الزهراء، الشرق، القاهرة، 2000.
- 16- عبد الناصر الجندلي: تقنيات البحث العلمي في العلوم السياسية، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2010.
- 17- علو مُحمَّد بن فتح مُحمَّد: مواقع التواصل الاجتماعي وآثارها الاخلاقية والقيمية، الجامعة الإسلامية، دون ذكر البلد.
- 18- على بن عبد الله عسيري: الآثار الأمنية لاستخدام الشباب للانترنت، مركز الدراسات والبحوث، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، الطبعة، 1425 هـ.
- 19- علي رحومة، الانترنت والمنظومة التكنو- اجتماعية، بحث تحليلي في الآلية تقنية الانترنت ونمذجة منظومتها الاجتماعية، مركز دراسات الوحدة العربية، الطبعة الأولى، بيروت (لبنان)، 2005.
- 20- علي مُحمَّد رحومة: علم الاجتماع الآلي، عالم المعرفة، 347، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، الكويت، 2008.
- 21- غري عبد الرحمن، الإعلام وتفكك الق... القيمة في المنطقة العربية قراءة معرفية في الرواسب الثقافية، دار المتوسطة للنشر، ط1، 2009.
- 22- مُحمَّد سبيلا: "زمن العولمة فيما وراء الوهم"، توبقال للنشر، الدار البيضاء، 2006.
- 23- مُحمَّد عبد الحميد: البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، عالم الكتاب، مصر 2004.
- 24- مُحمَّد عبد الغني حسين: مهارات إدارة السلوك الإنساني: متطلبات التحديث المستمر لسلوك، مركز تطوير الأداء والتنمية، مصر الجديدة، ط2، 2004.
- 25- مُحمَّد لعقاب، وسائل الإعلام والاتصال الرقمي، الطبعة الأولى، يناير 2007، دار هومة، الجزائر.
- 26- مصطفى حميد الطائي، خبير ميلاد أبو بكر: مناهج البحث العلمي وتطبيقاتها في الإعلام والعلوم السياسية، دار الوفاء، الإسكندرية، 2001.
- 27- وائل مبارك خضر فضل الله : اثر الفيسبوك على المجتمع، المكتبة الوطنية السودان، 2011.
- المقالات والدوريات والمجلات:**
- 28- إبراهيم إسماعيل عبده: العلاقات الاجتماعية عبر الانترنت -دراسة في الفرص الكامنة والمخاطر المنتشرة، منشورات مركز أسيار للبحوث والدراسات والإعلام، لبنان، 2009.

- 29- إكرام أبركان: دور الإعلام التواصلي الجديد في تحريك الثورات العربية: الأحد 10 فبراير 2013.
- 30- أمنة ياسين بلقاسمي: العولمة الثقافية وتأثيرها على هوية الشباب والمراهقين الجزائريين- دراسة تحليلية- مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، ع 8، جامعة وهران، السانبا، الجزائر، جوان 2012.
- 31- با يوسف مسعود: "الهوية الافتراضية، الخصائص والأبعاد" دراسة استكشافية على عينة من المشتركين في المجتمعات الافتراضية مجلة العلوم الإنسانية.
- 32- بن عيسى مُجَّد المهدي وكانون جمال: مستخدمي الإنترنت في المجتمع الجزائري بين الهوية المستقلة والهوية المنعزلة، دراسة غنية لمستخدمي الإنترنت بمدينة ورقلة، مجلة العلوم الإنسانية.
- 33- حركات إبراهيم، الصراع بين هويتين ثقافيتين
- 34- حسن طاهر داود : جرائم نظم المعلومات.
- 35- حسية قيديم: الأبعاد النفسية والاجتماعية، للعالم الافتراضي، في المجلة العربية للعلوم والمعلومات، العدد7، 2006.
- 36- رضا رضوان بوقرة: الترفيه بين الإعلام الكلاسيكي والواقع الافتراضي، مقال في كتاب: فكر ومجتمع، فصيلة محكمة، تصدير عن طاكسيج، كوم للدراسات والنشر والتوزيع، العدد، 20، أبريل، 2014.
- 37- الزاوي الحسين، الشك ومكامن الغل في فلسفة المشهد الجزائري .
- 38- زهير عابد: دور شبكات التواصل الاجتماعي في تعبئة الرأي العام الفلسطيني نحو التغيير الاجتماعي والسياسي، دراسة وصفية تحليلية، قسم العلاقات العامة والإعلان آلية الإعلام، مجلة النجاح للأبحاث (العلوم الإنسانية) جامعة الأقصى، غزة، فلسطين، مجلة 26، 2012.
- 39- الصادق رابح: "الإنترنت كفضاء متحدث لشكل الذات"، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، المجلة الثامنة، العدد 02، أبريل/ يونيو، 2007.
- 40- الطيب عبد الجليل، حسين عبد المحمود: إشكالية الهوية وبناء الدولة الوطنية المعاصرة مركب الهوية ولجنة الثقافات وتلاقي المصالح ووحدة المعايير، رؤية تحليلية بدراسة حالة المجتمع ولاية التضارب.
- 41- عزي عبد الرحمن: الانترنت والشباب، بعض الافتراضات القيمية، جامعة الإمارات، مقال. العظمة عزيز وآخرون ، الهوية (مفاهيم عالمية من اجل حوار بين الثقافات).
- 42- فهمي فارطارجي: دراسة حول القيم الغربية وأثرها على كيان الأسرة المسلمة، بيروت.

- 43- لارتين جورج، الإيديولوجيا والهوية الثقافية (الحدثة وحضور العالم الثالث).
- 44- مايكل راش: الواقع الافتراضي عالم سحر، الشرق الأوسط، 2006، العدد 9919.
- 45- محمد عبد الهادي وآخرون: إدمان الانترنت وعلاقته بكل من الاكثتاب والمساندة الاجتماعية لدى طلاب الجامعة، مجلة كلية التربية ببني يوسف، العدد 4، القاهرة، يوليو 2001.
- 46- محمد ناصر، حرب بيانات باردة بين: "غوغل" و"فايسبوك"، موقع الإسلام أون لاين، 2010/11/23.
- 47- محمد وحيد صيام: الحاسوب كوسيلة اتصال، communication Mediated (cmc)، جامعة البحرين، كلية التربية، قسم تكنولوجيا التعليم /computer/ والمعلومات الدراسية (المقرر) المنشورة رقم EDTC422.
- 48- المسيري عبد الوهاب ، وفتحي التريكي ، الحدثة وما بعد الحدثة
- 49- مشعل عبد الله القدهي: المواقع الإباحية على شبكة الانترنت وأثرها على الفرد والمجتمع، مدينة الملك عبد العزيز للعلوم التقنية.
- 50- نبيل علي: الثقافة العربية وعصر المعلومات: "سلسلة عالم المعرفة، العدد: 205 المجلس الأعلى للثقافة والفنون والآداب الكويت".
- المؤتمرات والملتقيات:**
- 51- إبراهيم سعيد البيضاوي وناهد حسين علي: القيم المجتمعية في ظل عصر العولمة وإدارة المعرفة، المؤتمر العلمي الدولي، عولمة الإدارة في عصر المعرفة، 15-17 ديسمبر 2012.
- 52- إشكالية الملتقى الدولي حول الهوية والمجالات الاجتماعية في ظل التحولات السوسيوثقافية في المجتمع الجزائري، أيام: 27، 28، 29 فيفري 2011، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة ورقلة ، الجزائر.
- 53- رضا عبد الواحد أمين: استخدامات الشباب الجامعي لموقع يوتيوب، على شبكة الإنترنت، أبحاث المؤتمر الدولي للإعلام الجديد، تكنولوجيا جديدة...، إعلام جديد، جامعة البحرين، 9-7 أبريل، 2009.
- 54- زاهر راضي: استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في العالم العربي، مجلة التربية، العدد 15، جامعة عمان، 2003.

الرسائل الجامعية والأطروحات الأكاديمية :

- 55- أحمد عبدلي: مستخدمو الإنترنت، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير، في علوم الإعلام والاتصال، جامعة الأمير عبد القادر، قسنطينة، 2002-2003.
- 56- بن يحي حميدة: الهوية الافتراضية للطلاب الجامعي على شبكة الإنترنت، شبكات التواصل الاجتماعي "Facebook" أنموذجا، مذكرة لنيل شهادة ماستر علم الاجتماع، جامعة، أبي بكر بلقاية، تلمسان.
- 57- بوشعالة أمال: اتجاهات استخدام الشباب لمواقع التواصل الاجتماعي، دراسة في التأثيرات على التواصل الأسري، مذكرة مكتملة لنيل شهادة الماستر في الإعلام والاتصال، تخصص: اتصال، جامعة المسيلة، سبتمبر 2013،
- 58- جهاد نعم عبد الرحمان قمحية: البناء القيمي لدى طلبة الجامعات الفلسطينية أطروحة مكتملة لنيل شهادة الماجستير في الإدارة التربوية، جامعة النجاح الوطنية، فلسطين.
- 59- السعيد بومعيزة: أثر وسائل الإعلام على القيم والسلوكيات لدى الشباب دراسة استطلاعية بمنطقة البلدية، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه دولة في علوم الإعلام والاتصال: جامعة الجزائر، 2005-2006.
- 60- صليحة رحالي: القيم الدينية والسلوك المنضبط، الكشافة الإسلامية الجزائرية نموذجا، دراسة ميدانية للافواج الكشفية لمدينة المسيلة، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في علم الاجتماع، تخصص: علم الاجتماع الديني، جامعة الحاج لخضر، باتنة، 2007-2008.
- 61- صهيب عيسي وصورية ولهة: تأثير استخدام شبكات لتواصل الاجتماعي على الممارسات المهنية للصحفي الجزائري: مذكرة لنيل شهادة الليسانس في الإعلام والاتصال، جامعة المسيلة، 2012.
- 62- ماجد رجب العبد سكي: التواصل الاجتماعي وأنواعه -ضوابطه-آثاره معوقاته، دراسة قرآنية موضوعية، رسالة لنيل ماجستير في التفسير وعلوم القرآن، الجامعة الإسلامية، غزة، 2011.
- 63- محمد المنصور: تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على جمهور المتلقين : دراسة مقارنة للمواقع الاجتماعية والمواقع الالكترونية، رسالة ماجستير في الإعلام والاتصال، الأكاديمية العربية في الدانمارك، 2012.

64- مُجَّد المنصور: تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على جمهور المتلقين : دراسة مقارنة للمواقع الاجتماعية والمواقع الالكترونية، رسالة ماجستير في الإعلام والاتصال، الأكاديمية العربية في الدانمارك، 2012.

65- مُجَّد عمر أبو عنزة: " واقع إشكالية الهوية العربية بين الأطروحات القومية والإسلامية، دراسة منظور فكري " رسالة ماجستير منشورة، 2011.

66- مريم ناريمان نومار: تأثير استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على العلاقات الاجتماعية، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، جامعة باتنة، 2011-2012.

67- المقال مقتطف من مذكرة ماجستير لـ: الزبير بن عون، تحليل سوسيولوجي للصراع في الهيئات المحلية المنتخبة، مذكرة ماجستير في علم الاجتماع الاتصال في المنظمات، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة ورقلة، الجزائر، 2012.

الكتب الأجنبية:

68- C.Camilleri, La culture et l'identité (Concepts et enjeux pratiques de l'interculturels), Paris.

69- Macel demsi ; dictionary of merdia and communicatio, united states of america: library of congress cataloging-in-publication data, 2009, page : 300.

70- Manon le cone, les réseaux sociaux dans un stratégie de communication d'une grande entreprise, Mémoire pour l'obtention du diplôme de master, le04 juillet 2011.

71- Manuella tescira- l'émergence de réseaux sociaux sur le web comme nouveaux outils de marketing, thèse département de communication, université d'Ottawa, 18 mai 2009.

72- Petit Robert, Dictionnaire alphabétique et analogique de la langue française ,paris.

73- Philippe Mourar : "internet et identité virtuelle des personnes allocataire" montion a lindic, France .

74- Romania Cachia: social computing- study one the use and impact of the online social networking, scientific and technical reports,usa,2008.

75- Serge pronlx ; les communauté virtuelles, costurent elles du lien social, colleague international : l'organisation media diagnostic médiatiques, sémiotiques et des médiations de l'organisation, université tean monlin, Lyon 2004

المراجع الويبوغرافية:

76- هاني نسيرة: "مفهوم الهوية بين الثبات والتحول"

(دت): <http://www.assakina.col/news/news1/6042.html/21.dec.2010>

77- موقع الفاييسبوك: <http://www.facebook.com/le:21/05/2011>

78- موقع ألكس: <http://www.alesca.com/le:2001>

79- موقع مقاتل الصحراء (<http://www.moqatel.com>) 2010-06-12

80- المعرفة الموسوعة الشاملة <http://mwhtawa.org/indesc/16/03/2011>

للتعرف أكثر على مسيرة الموقع الرجاء زيارة الموقع التالي:

<http://www.facebook.com/press/fler.php>

للمزيد عن الموقع وتطوراتاه:

<http://www.facebook.com/press/info.php?atistics=!/press/info.php?timeline>

81- فضاء التعلم الإلكتروني -03-12/7/3-p=<http://eleasmingspaces.net/?p=3,7/12-03>
2011

82- علي محمد رحومة: تنمية المجتمعات الافتراضية عوامل جديدة للتطوير الشبكي والتكنولوجيا الاجتماعي
(معهد النفط الليبي) مركز بحوث النفط سابقا

12) <http://newmediausersethssgraphy.weebly.com/uploads...>
(2010-11).

83- عصام فريجات : مقال الحقيقة الافتراضية، مراكز مصادر التعلم والمكتبات المدرسية، متاح

على: www.informatics.gov.sa/lrc/redaltule

د.م صفاء زمان : الشبكات الاجتماعية Social networks تعريفها، تأثيرها، أنواعها. متاح
على: www.kse.org.kw

84- Arab advisous group(2001):<http://www.arabadvisous.com>.

Arab British Academy for higher Education:

<http://www.abache.co.uk>.

85-EBay <http://www.ebay.com> 12-04-2011

Goleve plate-

fome.facebook.<http://developers.facebook.com/shoncase/>.

86-Haward Rheingold, the electronic versio of the virtual community

87-<http://www.rheingold.com/uc/book/intro.html> 16-02-2011.

- 88-<http://www.aawsat.com/details.asp?section=13andarticle=344725endussweno=9919>- 12-05-2011.
- 89-<http://www.dailymotions.com> 12-04-2011
- 90- <http://www.justin.com> 12-04-2011
- 91- <http://www.streaming.com> 12-04-2011.
- 92-<http://www.youtube.com> 12-04-2011
- 93-Issnn :<http://issnn.com/> :12/03/2011.
- 94-Knoll ; <http://knoll.google.com> 17-03-2011.
- 95-Romina Cachia.(2008): social computing: study on the use and Impact of one line social networking: JRC. Scientific and technical reports[online] <ftp.es/EURO doc/JRC 48650.PDF>
- Site de partage= shar site.
- 97-The social skinny. "too social media statistics for 2012online/
- 98-<http://the socialskining.com/social media- statistics. for>.
- 99-Wikipédia :<http://fr.wikipedia.org/wiki/ebay>.12-04-2011
- 100-www.anshechnay.com 12-04-2011.
- 101-www.secondlife.com 12-04-2011.
- 102-<http://www.facebook.com/groups/sssss 11111/>.

جامعة مُجَّد بوضياف -المسيلة-

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

قسم علوم الإعلام والاتصال

استمارة استبانة

هذه الاستمارة تندرج ضمن إطار إعداد رسالة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال

تخصص "اتصال"

تحت عنوان:

صورة الذات لمنتسبي مواقع التواصل الاجتماعي

"Face book"

-دراسة في طبيعة الاستخدام وأشكال التفاعل لدى طلبة جامعة مُجَّد بوضياف بالمسيلة-

إعداد الطالبة:

بن حامة كهينة

استمارة الاستبانة هذه موجهة إلى طلبة ما بعد التدرج بجامعة مُجَّد بوضياف بالمسيلة ممن يقبلون على استخدام مواقع التواصل الاجتماعي كفضاء مستحدث لتجلي وتشكيل ذواتهم في ظل التفاعلية وطبيعة استخدامهم لشبكات التواصل الاجتماعي.

وعليه نرجو مساهمتكم في إنجاز هذا البحث من خلال ملأ هذه الاستمارة بوضع علامة (x) في مكان الاختيار المناسب فيما يتعلق بالأسئلة المطروحة والإجابات المقترحة، مع العلم أن المعلومات التي ستسترجع من هذه الاستمارة لن تستخدم إلا في أغراض البحث العلمي فقط.

شكرا على حسن تعاونكم

تقبلوا مني خاص التقدير والامتنان

الموسم الجامعي: 2014-2015

المحور الأول: البيانات الشخصية:

1- الجنس: ذكر أنثى

2- التخصص:

- علم النفس العيادي
 علم النفس المدرسي
 علم النفس التنظيم وعمل
 علم اجتماع المؤسسة
 تاريخ وسيط
 تاريخ الثورة الجزائرية

3- مكان الإقامة:

- ريفي
 حضري

4- الحالة الاجتماعية:

أعزب/عزباء
 متزوج (ة)
 مطلق (ة)
 أرمل (ة)

المحور الثاني: أنماط الاستخدام لموقع التواصل الاجتماعي

نادرا	أحيانا	دائما	مقترحات الإجابة
			تفضل استخدام موقع التواصل الاجتماعي في البيت
			تفضل استخدام موقع التواصل الاجتماعي في أماكن أخرى
			تستخدم مواقع التواصل الاجتماعي صباحا (من 6 سا إلى 12 سا)
			تستخدم مواقع التواصل الاجتماعي مساء (من 12 سا إلى 18 سا)
			تستخدم مواقع التواصل الاجتماعي ليلا (من 18 سا إلى 6 صباحا)
			تستخدم مواقع التواصل الاجتماعي لمدة قصيرة (أقل من 2 سا)
			تستخدم مواقع التواصل الاجتماعي لمدة متوسطة (أكثر من 3 سا)
			تستخدم مواقع التواصل الاجتماعي لمدة طويلة (أكثر من 4 سا)
			تستخدم مواقع التواصل الاجتماعي بصفة فردية
			تشارك الآخرين حينما تتصفح مواقع التواصل الاجتماعي
			تستخدم مواقع التواصل الاجتماعي مع أصدقائك
			تشارك في الشبكات الاجتماعية للترفيه
			تشارك في الشبكات الاجتماعية لتعلم المهارات
			تشارك في الشبكات الاجتماعية للتعرف ولنسج علاقات جديدة
			تشارك في الشبكات الاجتماعية للتواصل مع أقرائك وأصدقائك
			تشارك في الشبكات الاجتماعية لتطرح أفكارك والمناقشة والمحاوره مع الآخرين
			تشارك في الشبكات الاجتماعية للترويج عن نفسك
			تشارك في الشبكات الاجتماعية للتعرف وتعبر عن ذاتك للآخرين
			تشارك في الشبكات الاجتماعية للحصول على معلومات تهمك
			تشارك في الشبكات الاجتماعية لتملأ فراغك
			تشارك في الشبكات الاجتماعية لتعوض نقصا اجتماعيا وعاطفيا لديك
			تستخدم الدردشة والمحاورات كخيار في مواقع التواصل الاجتماعي
			تستخدم الألعاب الإلكترونية كخيار في مواقع التواصل الاجتماعي
			تستخدم الصور والفيديوهات كخيار في مواقع التواصل الاجتماعي
			تخصصها لإرسال التعليقات والتعليق عليها كخيار في مواقع التواصل الاجتماعي
			تنتمي إلى مجموعات سياسية إعلامية في شبكات التواصل الاجتماعي
			تنتمي إلى مجموعات اجتماعية إعلامية في شبكات التواصل الاجتماعي
			تنتمي إلى مجموعات ترفيهية ثقافية إعلامية في شبكات التواصل الاجتماعي
			لا يوجد معيار محدد

المحور الثالث: بناء الهوية الفردية من خلال مواقع التواصل الاجتماعي

مقترحات الإجابة	موافق	نوعا ما	غير موافق
تمتلك حساب واحد في مواقع التواصل الاجتماعي			
تمتلك أكثر من حساب واحد في مواقع التواصل الاجتماعي			
تنشر بياناتك الشخصية الحقيقية (اسمك الحقيقي، السن، الجنس، البلد، صورتك)			
تنشر بياناتك غير الحقيقية لك أو تعبر بالبيانات العامة دون الخاصة لك			
تستخدم اسمك الحقيقي لتسهيل عملية إيجادك من قبل أصدقائك ومعارفك			
تستخدم اسما مستعارا لتكون حرا في الموقع لكي لا يتعرف عليك أحد			

على أي أساس اخترت اسمك المستعار؟

.....

تستخدم اسمك المستعار لإخفاء هويتك الحقيقية على مواقع التواصل الاجتماعي			
تستخدم اسمك المستعار لتقمص شخصية غير شخصيتك الحقيقية في مواقع التواصل الاجتماعي			

على أي أساس اخترت صورتك الشخصية في حسابك الخاص؟

.....

يرتبط تجديده صورتك في البروفايل بحالة مزاجك في كل مرة في مواقع التواصل الاجتماعي			
صفحتك الشخصية تخلق لك هوية افتراضية تطابق هويتك الحقيقية في مواقع التواصل الاجتماعي			
تعتبر هويتك الافتراضية أكثر جرأة وتحررا عن هويتك الحقيقية على مواقع التواصل الاجتماعي			
اخترت هويتك الافتراضية بمواصفات تكمل ما ينقص هويتك الحقيقية على مواقع التواصل الاجتماعي			
اخترت هوية افتراضية لك تختلف تماما مع هويتك الحقيقية على مواقع التواصل الاجتماعي			
لديك أكثر من هوية افتراضية على مواقع التواصل الاجتماعي لكي تجرب أكثر من هوية افتراضية واحدة			
تختار أكثر من هوية افتراضية واحدة للتواصل مع الآخرين حسب: الجنس، البلد، الشخصية على مواقع التواصل الاجتماعي			
تكون أكثر راحة في المجموعات الافتراضية عن المجتمع الحقيقي على مواقع التواصل الاجتماعي			
تحس بالانتماء إلى المجموعة الافتراضية التي تنتمي إليها أكثر من المجتمع الواقعي			
تنشر في صفحتك الخاصة (مقالات، أفكار، آراء، تقييمك، إعلانات، ... إلخ)			
تنشر في صفحتك الخاصة مقاطع فيديو تخصك شخصيا في موقعك			
ترى بأن العلاقات الافتراضية جديدة			
تختار أصدقائك على أساس المستوى المعرفي والثقافي على مواقع التواصل الاجتماعي			
تختار أصدقائك على أساس مستوى علاقة القرابة على مواقع التواصل الاجتماعي			
تختار أصدقائك على أساس مستوى علاقة صداقة على مواقع التواصل الاجتماعي			

			التواجد بأكثر من هوية يشعرك بالراحة
			أصدقاؤك الافتراضيين أكثر راحة في عملية التواصل والتفاعل

المحور الرابع: الاستخدام التواصلي داخل شبكات التواصل الاجتماعي:

نادرا	أحيانا	دائما	من خلال مقترحات الإجابة
			تفضل التواصل في المواقع الاجتماعية باللغة العربية (نشر وكتابة، تعليق)
			تفضل التواصل في المواقع الاجتماعية باللغة الدارجة (نشر وكتابة، تعليق)
			تفضل التواصل في المواقع الاجتماعية بلغات أجنبية أخرى
			تستعمل الكلمات المختصرة في التواصل الاجتماعي للتميز عن كل ما هو جدي وعقلاني
			تستعمل الكلمات المختصرة لتكون أكثر مرونة في التواصل
			تستعمل الكلمات المختصرة لتربح الجهد والوقت
			تستعمل الكلمات المختصرة للشعور بالانتماء للعالم الافتراضي حسب ما يتطلبه وسيط التواصل في الشبكات الاجتماعية
			تستعمل هذه الاختصارات لتحس بأنك في مجتمع مستقل بلغة خاصة مشتركة
			تفضل التواصل مع الآخرين بواسطة نصوص لإخفاء جانب من شخصيتك الحقيقية
			تفضل التواصل مع الآخرين بواسطة الصوت والصورة رغبة في إظهار شخصيتك الحقيقية
			تستعمل رموز المشاعر لتعبر عن حالة ذاتك بالفعل
			تستعمل رموز المشاعر كبديل للغة في أغلب الأوقات
			تستعمل رموز المشاعر كمكمل للغة في أغلب الأوقات
			تستعمل اللغة المختلطة لتغطية نقص في قاموسك اللغوي
			تستعمل الحروف اللاتينية في التعبير عن اللغة العربية لعدم تمرسك في مجال تقنيات الكتابة بالكمبيوتر
			تعتبر عن نفسك باللغة اللاتينية لعدم تجاوب الآخرين معك وتفاعلهم

المحور الخامس: المنظومة القيمية في شبكات التواصل الاجتماعي

موافق	نوعا ما	غير موافق	مقترحات الإجابة
			تنشر على صفحتك في شبكات التواصل الاجتماعي مضامين ذات طابع ثقافي
			تنشر على صفحتك في شبكات التواصل الاجتماعي مضامين ذات طابع ترفيهي شخصي
			تنشر على صفحتك كل ما له علاقة بخصوصيتك (تجارب شخصية، مشاكل اجتماعية، مواقف، جوانب عاطفية... الخ)
			تسمح لك مواقع التواصل الاجتماعي بالتعبير بحرية أكثر على مواضيع حياتك الخاصة
			تعبّر عن ذاتك في مواقع التواصل الاجتماعية بدون قيود وضوابط اجتماعية
			تظهر توجهك الديني ومعتقداتك الخاصة في صفحتك الخاصة في مواقع التواصل الاجتماعي
			تميل إلى العموم والابتعاد عن كل ما هو خاص في مضامينك التي تشاركها مع أفراد يختلفون عنك (دينيا، عرقيا، الجنس)
			تقوم بتبادل الملاحظات مع الأشخاص الآخرين في مواقع التواصل الاجتماعي
			تغيرت نظرتك للأمور وأصبحت أكثر جرأة في مناقشة وطرح أفكارك بعد تواصلك في مواقع التواصل الاجتماعي
			تسمح لك مواقع التواصل الاجتماعي بتكريس قيم الديمقراطية بمفهوم واسع تشمل حتى علاقاتك الفردية والأسرية
			تسمح لك مواقع التواصل الاجتماعي بالهروب من المشكلات التي تواجهها في الواقع
			سبق وتبنيت قيما جديدة استخلصتها من خلال تفاعلك مع الآخرين على الشبكات الاجتماعية
			تحررت من القيود والضوابط الاجتماعية التي كنت تتصرف بمقتضاها قبل تعرضك لمواقع التواصل الاجتماعي
			تقوم بتقييم ذاتك بعد مقارنتها مع الآخرين في الشبكات الاجتماعية
			تشكل لديك صورة إيجابية تقييمية لذاتك قياسا بالآخرين على مواقع التواصل الاجتماعي
			تشكل لديك صورة سلبية تقييمية لذاتك قياسا بالآخرين على مواقع التواصل الاجتماعي
			تستفيد من تجاربك الافتراضية في عالمك الحقيقي
			حين تتواصل مع الآخرين تستحضر عناصر الاختلاف ثقافيا
			تستحضر القيم الاجتماعية الخاصة بك في تقييم ما يدرجه الآخرون

السلطة الخامسة

الفيس بوك يلغي أدوار الوسائط التقليدية

طريقة سمارك إتماماً، في استخدام المواقع الاجتماعية وفيس بوك في الانتخابات البرلمانية الأخيرة. وتحت إلهام الرسائل عن الفيس بوك والإسلام الجديد، إن شباب الحزب الوطني استغلوا موقع فيس بوك لإنشاء مجموعات مثل تحيي وويزدي وشنق جمال مبارك، التي شارك فيها 3000 عضو، معربين ترشيحه للرئاسة طلب كل شاب جلم بالمشور والرخاء والتنمية، وأنه خير من يمتقهم واصفين إياه بصوت الشباب. وأشارت الرئاسة إلى أنه ظهرت مجموعات عديدة أطلقت حالة من الحوار والجدل حول ترشيح جمال مبارك لرئاسة الجمهورية، من بينها تحم أو لا ترشح جمال الرئاسة، جمال مبارك ليه لآ، فترة قبل عدداً، مبارك هو الأفضل، حالاً نتم مصر، وبعد جمال - قول وجهة نظر، أمين عاؤل جمال رئيساً للجمهورية، وآية ما يفغان جمال الرئيس وقالوا في الحزب الوطني في مصر أمية التي الأهمية الضوي لسلاح الإنترنت الذي أصبح يشكل احد البؤر التي تشتعل صداعاً زمناً في رأس الحزب والحكومة خاصة وأنه اندلعت منه شرارة الاضراب الشهير وظهر ما يسمى بحركة 6 ابريل أو الحملات المقننة بالبوريز أو المعارضة للحزب، لذا أبلغت الحكومة عن مهادنة وحظر تلك المبادرات ومشاركة الفاعلين عليها بل أنهجست طريقة أخرى وهي سياسة التذلل، وقد أكدت مصادر داخل الحزب أن هناك شبكة المصالاة التكنولوجية تنميع الجهات الراي العام وتعليقات زوار المواقع وصحات الفيس بوك والمدونات مع وضع خطة للحزب الحزبي تهدف للتفاعل مع شباب الحزب على جميع المستويات.



خبرة عالية حول التمثيل

راموشي، رئيس التحرير السابق لصحيفة لوموند ديبلوماتيك الفرنسية، ومؤسس جمعية أطباء العالمية، وكان ماسل يهدم السلطة ابحاد بور

وحرية المثالية والعدم الرقيب، بحيث لا يوجد له لا رئيس تحرير ولا رئيس قسم ولا مدير نشر فانت المسؤول عن كل ما تنكب.

التواصل مع المعاملين معهم في مختلف أنحاء العالم بحرية. وفي المسماق نفسه تذكر ذات الماحة برنامج هاسنك الذي

الساس، لخصاً 'الواطن الإعلامي' إلى تصوير الأحداث على جواله أو كأميرة ومن ثم وضع أشرطة الفيديو على الشبكات الاجتماعية حتى ماتت

لا توجد عبارة جازمة أكثر اتضاحاً على الفيس بوك في جانبه الإعلامي -إذا سلمنا جديلاً بأنه يوفّر فعلاً على هذا الجانب في احدى تعريفاته ووظائفه أي نشر المعلومة وإيصالها إلى تسريحة واسعة من المثلثين... لا توجد عبارة أفضل من سلاح ذي حدين، فكلما أن عالم الدنيا وشاغل الناس الجديد يستمتع أن يكون أداة مثلى لتفكير على حواجز الإعلام الحكومي المختص، ومن بينه الإعلام العربي، فإنه يستطيع أن يكون مرعاً خصياً للأشاعة والمعلومة المظلمة ومن ثم بث الوعي الموقوم، بل أكثر من ذلك لا شيء يفتح الحكومات، التي تطرد إعلامها من العباب، أن تعود من تشتت الفيس بوك لتروج سياساتها بطرق شتى وغير متناهية.

وعن الفيس بوك باعتبارها إعلاماً بديلاً يتروج كم كبير من الطروحات المثباتة بل من يعطسه خبر من يستطيع القيام بسور هذا الإعلام المتشور، وليس من يلغي عنه كل إمكانية للقيام بذلك الوي.

في هذا الباب يستل الصحفي محمد أبو زيد مستغرباً، من كان يتوقع أنه سيأتي يوم يستطيع فيه جمع انديقاء صباك وزنالك في العمل، وإقاربه، وربما كل من عرفته في حياتك في مكان واحد.. ليس هذا محسباً، بل الحصول على أشرطة محاسبات في وثائقه أثناء ترويته بالمستجدات في حياتهم، أولاً بأول، ولتلك الماحة إيمان شري إلى دور الشبكات الاجتماعية ومن بينها الفيس بوك في بحث الوعي المتأخر باعتبارها ميدان معقولاً عن التواصل الإنساني المباشر.

¹ العربيالاسبوع،السلطة الخامسة،الفيديوك يلغي أدوار الوسائط التقليدية.(http://www.al-araby.com) 2014/08/15

https://www.facebook.com/connect/user/server.p... Demande de permission 27/08/2011 17:19

facebook Recherche

Demande de permission

Meilleur Ami demande une autorisation pour effectuer l'action suivante :

-  **Accéder à mes informations de base**
Comprend le nom, la photo du profil, le sexe, les réseaux, l'identifiant utilisateur, la liste d'amis et d'autres informations que j'ai communiquées à tout le monde.
-  **M'envoyer des messages électroniques**
Meilleur Ami peut m'envoyer des messages électroniques directement à aboubamine@gmail.com · [Changer](#)
-  **Publier sur mon mur**
Meilleur Ami peut publier des messages de statut, des articles, des photos et des vidéos sur mon mur
-  **Accéder aux publications de mon fil d'actualité**
-  **Accéder à mes données en permanence**
Meilleur Ami peut accéder à mes données lorsque je n'utilise pas l'application
-  **Accéder aux informations de mon profil**
J'aime, musique, TV, films, livres, citations, Activités, Intérêts, Anniversaire, Ville d'origine, Ville actuelle et Parcours scolaire
-  **Accéder à mes photos et vidéos**
Photos que j'ai téléchargées et Photos et vidéos de moi
-  **Accéder aux informations de mes amis**
Anniversaires, Membres de la famille et situation amoureuse, Villes de résidence, Villes actuelles, J'aime, musique, TV, films, livres, citations, Activités, Intérêts, Parcours scolaire, Parcours professionnel, Photos et Photos et vidéos d'eux

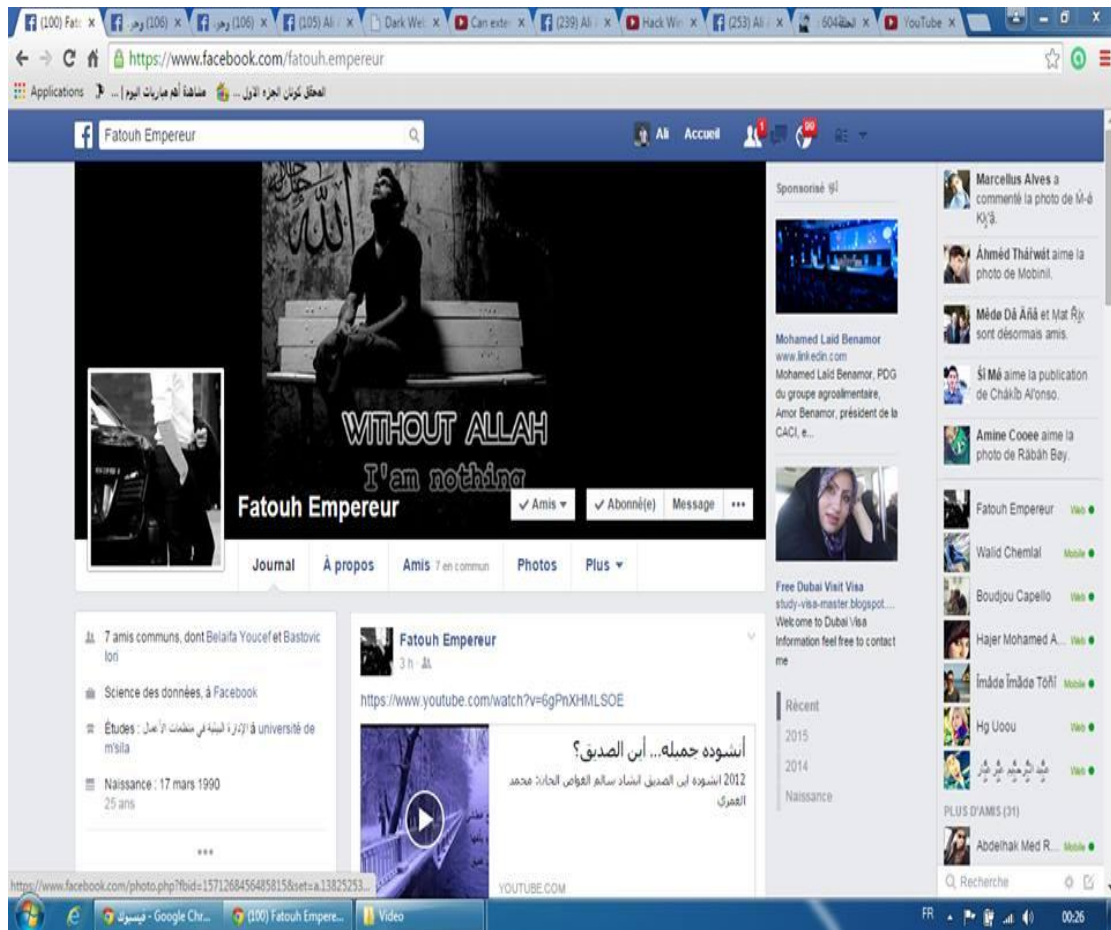
En continuant, vous déclarez accepter la [Politique de confidentialité](#) de Meilleur Ami · [Signaler l'application](#)

Connexion en tant que Aboub Mohamed Amine (Ce n'est pas vous ?) **Autoriser** Ne pas autoriser

شروط الدخول أو استعمال إحدى تطبيقات الفيسبوك على ما تنشره من معلومات عن المستخدم¹

¹ موقع الفيسبوك (www.facebook.com) 2014/07/15

صورة الملف الشخصي لأحد منتسبي الفيسبوك¹



¹www.facebook.com



عَلَّمَ الْقُرْآنَ
لِإِبْرَاهِيمَ