

جامعة محمد بوضياف بالمسيلة  
كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية  
قسم علوم الإعلام والاتصال



الهوية الافتراضية عند مستخدمي الفيسبوك

-دراسة على عينة من طلبة الدراسات العليا قسم علوم الإعلام والاتصال -  
-جامعة محمد بوضياف المسيلة-

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال  
تخصص: اتصال وعلاقات عامة

إشراف الأستاذة:

\*د.باية سيفون

إعداد الطلبة:

✓ لامية يحيايوي

✓ مريم شرقي

لجنة المناقشة

اللقب والاسم	الجامعة	الصفة
د. عبد المالك صاولي	جامعة محمد بوضياف - المسيلة	رئيسا
د. باية سيفون	جامعة محمد بوضياف - المسيلة	مشرفا ومقررا
د.حنان رقاد	جامعة محمد بوضياف - المسيلة	ممتحنا

السنة الجامعية: 2018/2017

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

## \*\* شكر و عرفان \*\*

الحمد لله والصلوة والسلام على أشرف الأنبياء والمرسلين النبي المعلم الأمين  
محمد بن عبد الله عليه الصلاة والسلام وعلى آله وصحبه أجمعين، بدرية الحمد  
والشكر لله عز وجل الذي وفق للأخيار هذا البحث ومن ثم فإننا نقر بولاف  
الشكر والتقدير للدكتورة المتسرة "بابة سيف" لما بذلتها معنا من جهد ونصيحة  
وإرشاد ومنابعة متواصلة، منذ بدرية البحث وحتى انتهاء مراجعته في صورته  
الخيرة طيلة فترة إشرافها على هذه الدراسة فلها منا كل الشكر والعرفان وخالص  
الرجاء لله عز وجل إن هذا الجهد في ميزان حسناتها.

وشكر خاص للدكتور بلعاس عبد الحميد الذي مد لنا يد العون ولم يدخل علينا

بأي مساعدة جزاه الله خيرًا.

# فهرس المحتويات

## فهرس الموضوعات

شكر وعرفان

قائمة المحتويات

قائمة الجداول والأشكال

مقدمة

أ-ب

### الفصل الأول: التوجه النظري والإطار المنهجي للدراسة

- |    |   |
|----|---|
| 04 | 1- الإشكالية                                |
| 05 | 2- التساؤلات                                |
| 05 | 3- أسباب اختيار الموضوع                     |
| 06 | 4- أهداف الدراسة                            |
| 06 | 5- أهمية الدراسة                            |
| 07 | 6- المدخل النظري للدراسة                    |
| 09 | 7- نوع الدراسة ومنهجها                      |
| 10 | 8- أدوات جمع البيانات                       |
| 12 | 9- مجتمع البحث وعينة الدراسة                |
| 14 | 10- تحديد لمفاهيم والمصطلحات                |
| 18 | 11- الأساليب الإحصائية المستخدمة في الدراسة |
| 18 | 12- الدراسات السابقة                        |

### الفصل الثاني: الإطار التطبيقي

- |    |   |
|----|---|
| 25 | 1- عرض الجداول وتحليلها (الكمي والكيفي) |
| 58 | 2- النتائج العامة للدراسة               |
| 59 | 3- التوصيات                             |
| 61 | خاتمة                                   |
| 63 | قائمة المراجع                           |
| 66 | الملاحق                                 |

	ی ظ ئیسعقیر تبجیشتد شدة نذف بم	
	ی ظ ئیسعقیر تبجیشتد شدة نذف بجشد	
	ی ظ ئیسعقیر تبجیشتد شدة بم نشئی یجمشذلاً	
	ی ظ ئیسعقیر تبجیشتد شدة نذف بجذذض	
	ی ظ ئیسعقیر بآبث قیر تبجیشتد شدة قیم نشئی یجمشذلاً	
	ی ظ ئیسعقیر بآبث قیر تبجیشتد شدة قیجم تبثذبت	
	ی ظ ئیسعقیر بآبث قیر تبجیشتد شدة ن بالآبذت	
	ی ظ ئیسعقیر بآبث قیر تبجیشتد می نری بصب لقا نوكه بجقشئی ل	
	ی ظ ئیسعقیر بآبث قیر تبجیشتد می رربمبثبمذلاً نثضق قیبجقشئی ل	
	ی ظ ئیسعقیر بآبث قیر تبجیشتد می بجكشجمذلاً نك ظهق لا بجقشئی ل	
	ی ظ ئیسعقیر بآبث قیر تبجیشتد می رر شبآبثبجمشئی لبمذلاً نذفلب	
	ی ظ ئیسعقیر بآبث قیر تبجیشتد می نری بشذوب ن لامببذ ل بجذذضت بجككت	
	ی ظ ئیسعقیر بآبث قیر تبجیشتد می بمقببثبجمذضت	
	ی ظ ئیسعقیر بآبث قیر تبجیشتد می نری بالذ بجیت بقبظت می ویبجمككت	
	ی ظ ئیسعقیر بآبث قیر تبجیشتد می نری تبشذوبن بجیت بقبظت بلج ت یذ بجی تبككت	
	ی ظ ئیسعقیر بآبث قیر تبجیشتد می نری بتآبج نر ضیت بمقیذ بمجم نسبجق لا ل ت	

## قائمة الجداول

17	يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على مدى استخدام اسم مستعار لتقمص شخصية غير الشخصية الحقيقية في الفيسبوك	42
18	يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على مدى تعدد الهوية الافتراضية على الفيسبوك لتجربة أكثر من هوية افتراضية واحدة	43
19	يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على مدى اختيار الهوية الافتراضية بمواصفات تكمل ما ينقص في الهوية الحقيقية	44
20	يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على مدى ارتياح المبحوثين في المجتمعات الافتراضية أكثر من المجتمع الحقيقي	45
21	يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على مدى الشعور بالانتماء الى المجموعة الافتراضية أكثر من المجتمع الحقيقي.	46
22	يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على مدى ارتياح المبحوثين في النشر على الصفحات الافتراضية أكثر من الحقيقية	47
23	يوضح الفرق بين إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال 07 تبعا لمتغير الجنس	48
24	يوضح الفرق بين إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال 07 تبعا لمتغير السن	50
25	يوضح الفرق بين إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال 07 تبعا لمتغير المستوى التعليمي	52
26	يوضح الفرق بين إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال 08 تبعا لمتغير الجنس	53
27	يوضح الفرق بين إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال 12 تبعا للمستوى المعيشي	55
28	يوضح الفرق بين إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال 13 تبعا لمكان الإقامة	56

## قائمة الأشكال

قائمة الأشكال		
الرقم	عنوان الشكل	الصفحة
01	يوضح توزيع نسب أفراد عينة الدراسة حسب متغير الجنس	32
02	يوضح توزيع نسب أفراد عينة الدراسة حسب متغير السن	33
03	يوضح توزيع نسب أفراد عينة الدراسة حسب متغير الخبرة	34
04	يوضح توزيع نسب أفراد عينة الدراسة حسب متغير الرتبة العلمية	35
05	يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على مدى استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي.	37
06	يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على منذ ومتى وأنت تستخدم مواقع التواصل الاجتماعي.	39
07	يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة عدد ساعات استخدامك لمواقع التواصل الاجتماعي في اليوم.	40
08	يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على من هم الأشخاص الأكثر تواصلًا معهم	42
09	يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على الأماكن التي تفضل فيها استخدام مواقع التواصل الاجتماعي.	43
10	يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على نوع الجهاز الذي تستخدمه للتصفح في شبكة التواصل الاجتماعي.	45
11	يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على أكثر المواقع التي تستخدمها	46
12	يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على تصورات قادة الرأي	48
13	يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على مدى إشارة المنشورات في الفيس بوك إلى أن قادة الرأي يتميزون بالحنكة وسعة الأفق	49
14	يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على مدى إشارة المنشورات في الفيس بوك إلى أن قادة الرأي لهم القدرة على التواصل الاجتماعي	51
15	يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على مدى إشارة المنشورات إلى أن قادة الرأي يمتلكون القدرة على التأثير.	53
16	يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على مدى إشارة المنشورات إلى أن قادة الرأي يتمتعون بالصدق والموضوعية	55

## قائمة الأشكال

57	يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على مدى إشارة المنشورات في الفيس بوك إلى أن قادة الرأي يمتلكون خاصية الانفتاح حول العالم.	17
58	يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على مدى إشارة المنشورات في الفيس بوك على أن قادة الرأي لهم القدرة على التعامل بنجاح مع ثقافة المجتمع	18
60	يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على تأدية قادة الرأي دورهم في نقل المعلومات على الفيس بوك	19
61	يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على إمكانية أن يكون لقادة الرأي دور إيجابي في توجيه الرأي العام	20
63	يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على مدى تحقيق قادة الرأي النجاح في الدور الاتصالي على موقع الفيس بوك	21
65	يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على مدى تأثير قادة الرأي الذي ينتقل شبكة الفيس بوك إلى الواقع	22
66	يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على مدى حرص قادة الرأي من الاستفادة في شبكة الفيس بوك.	23
68	يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على مدى مساهمة قادة الرأي	24
69	يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على أبرز المجالات التي ينشط فيها قادة الرأي.	25

# مقدمة

مقدمة:

يشهد العالم المعاصر مجموعة من التغيرات المتسارعة في مجال الاتصال وتقنية المعلومات ما جعل العالم قرية كونية تنتقل فيها المعلومات إلى جميع أنحاء الكرة الأرضية في أجزاء من الثانية، ولا شك ان هذه التغيرات لها تأثيرها المباشر على الأفراد والمجتمعات.

ما دفع العالم نحو عصر جديد من التفاعلية وحرية الرأي والتعبير مما جعل الإنسان يعيش ثورة جديدة من نوع خاص فاقت في إمكانيتها وأثرها كل ما حققه من تقدم حضاري خلال وجوده على الأرض، وتعتبر الانترنت في مقدمة وسائل الاتصال الجديدة التي أحدثت ثورة هائلة وتغيرات كثيرة في بنية ونوعية الاتصال بين البشر من خلال مواقع التواصل الاجتماعي والتي تعد ظاهرة إعلامية بارزة في وقتنا الحالي، إذ تستقطب عدد كبير من فئات المجتمع خاصة فئة الشباب باعتبارهم الفئة الأكثر تأثيراً في المجتمع، ومن بين أكثر المواقع انتشاراً نجد الفيسبوك الذي يعتبر إحدى وسائل الاتصال الحديثة التي ساعدت على ربط العديد من الناس مهما اختلفت مواقعهم و أماكنهم وأعمالهم، ما جعله يستقطب بشكل لم يسبق له مثيل العديد من الناس على اختلاف أعمارهم، جنسياتهم، ثقافتهم وعقائدهم، فخلفت بذلك شكلاً جديداً من أشكال التواصل الاجتماعي، فبمجرد إدخال اسمك، تاريخ ميلادك، بريدك الإلكتروني، يمكنك ان تكون مظهراً تتواصل من خلاله مع الآخرين ضمن شبكات اجتماعية يمكن من تكوين صداقات أو تبادل معلومات أو تحميل محتويات ..... فهناك من يلجأ إلى إفشاء الذات والخصوصية وفي المقابل نجد من يلجأ إلى إخفاء الذات والخصوصية .

مما سبق ذكره نسعى من خلال بحثنا هذا إلى دراسة موضوع الهوية الافتراضية

في الفيس بوك للإحاطة بهذا الموضوع قمنا بتقسيم الدراسة إلى فصلين:

الفصل الأول: التوجه النظري والبناء المنهجي للدراسة، والذي تناولنا فيه موضوع الدراسة من حيث تحديد مشكلة الدراسة وطرح تساؤلاتها وأسبابها، أهدافها وأهمية الموضوع، كما استندنا على نظرية الاستخدامات والاشباعات باعتبارها من أهم النظريات المستخدمة في دراسات الإعلام الجديد .

بالإضافة إلى الخطوط المنهجية المتبعة في الدراسة من حيث المنهج وأدوات جمع البيانات والعينة إلى جانب ذلك تم التطرق إلى أهم المفاهيم والمصطلحات المتعلقة بموضوع الدراسة واستخدام الأساليب الإحصائية المناسبة لذلك، وكذا عرض الدراسات السابقة التي تناولت جوانب مشابهة لموضوع الدراسة .

أما الفصل الثاني: الجانب التطبيقي للدراسة من خلال التحليل الكمي والكيفي للنتائج وتبسيط الضوء على طبيعة الموضوع حيث يتمثل في عرض الجداول والتحليل الكمي والكيفي بالإضافة إلى النتائج العامة والتوصيات

# الفصل الأول:

التوجه النظري والإطار المنهجي  
للدراصة

## 1-الإشكالية:

أتاحت تكنولوجيا الاتصال فرص عديدة للتواصل بحيث ظهرت عدة تطبيقات تكنولوجية من بينها مواقع التواصل الاجتماعي، إذ لا نجد أي جهاز من الأجهزة الحديثة من دون تطبيقات التي تسمح بالتواصل عبر شبكة الانترنت.

ولا يمكن ان ننكر حقيقة ان مواقع التواصل الاجتماعي قد عادت على العالم اجمع بايجابيات عديدة، ومن هذه الايجابيات على سبيل المثال أنها شملت عملية التعرف على أصدقاء جدد، كما أتاحت هذه المواقع فرصة ليعبر الفرد على نفسه فيشارك أصدقاءه أحزانه وأفراحه، وفتحت مواقع التواصل الاجتماعي العالم على مصرعيه، وأصبح بفضلها أشبه بقرية صغيرة، حيث يستطيع مستخدم هذه المواقع ان يتعرف ويتواصل مع أشخاص آخرين من أماكن مختلفة سواء قريبة أو بعيدة بكل سهولة يشاركونه الاهتمامات وتكوين علاقات جديدة معهم.

هذا ما أكدته الطالبة حنان بنت شعشوع الشهري بجامعة الملك عبد العزيز بالسعودية في دراستها تحت عنوان "أثر استخدام شبكة التواصل الالكترونية على العلاقات الاجتماعية"، حيث أكدت هذه الدراسة ان أغلبية المبحوثين يوافقون ان هذه المواقع ساهمت في تعلم عادات الشعوب الأخرى بنسبة 64.7% من مستخدمي الفيسبوك.

إلا أنه لا يمكن ان يكون له دور خطير المتمثل في عزل الأفراد عن الآخرين وتفكيك العلاقات بينهم وذلك نتيجة قضائهم وقتاً طويلاً مع هذه الأجهزة والانترنت ضمن فضاء المجتمع الافتراضي، فالشبكات الاجتماعية تشكل بدورها منصات مستحدثت يقدم الفرد من خلالها نفسه ليتحول من فرد حقيقي إلى فرد افتراضي ينتمي إلى مجتمع افتراضي.

كما اعتبرت هذه المواقع بمثابة الأرضية المناسبة لتقديم هوية الأفراد وفق شروط افتراضية، والتي مست جوانب عديدة منها اللغة المستخدمة والبيانات الشخصية في التفاعل بين المستخدمين للتعبير عن ذواتهم أو استبدالها بأخرى مزيفة.

وهذا ما يدفعنا إلى دراسة ومناقشة موضوع الهوية الافتراضية لمستخدمي

الفيسبوك

ومن هنا نطرح الإشكالية التالية:

ما طبيعة الهوية الافتراضية التي يظهر بها المبحوثين عند استخدامهم للفيسبوك ؟

2- تساؤلات الدراسة:

1- ماهي عادات وأنماط استخدام المبحوثين للفيسبوك؟.

2- ماهي ملامح الهوية التي يظهر بها المبحوثين عند استخدامهم للفيسبوك؟.

3- هل تعتبر الهوية الافتراضية للمبحوثين انعكاسا لهويتهم الحقيقية؟.

4- لماذا يلجأ المبحوثين لاستعارة هويات أخرى غير هوياتهم الحقيقية عند استخدامهم

للفيسبوك؟.

3- أسباب اختيار الدراسة (أسباب ذاتية /أسباب موضوعية):

تعد مرحلة اختيار الموضوع القابلة للدراسة العلمية ذات أهمية بالغة، وهي من

أصعب المراحل اختيار التي يمر بها الباحث لأنها تمثل مرحلة حاسمة تؤثر على عملية

انجاز الباحث لموضوع معين، فما هي أسباب ذاتية تفرضها طبيعة التخصص أو

اهتمامات وقدرات ورغبات ومن أهم الأسباب التي دفعتنا لاختيار هذا الموضوع.

3-1-أسباب ذاتية:

-صلة الموضوع بتخصص الاتصال والعلاقات العامة.

-تناسب الموضوع مع القدرات المعرفية التي اكتسبناها خلال سنوات الدراسة.

3-2-أسباب موضوعية:

-نقص المراجع والدراسات التي تناولت موضوع الهوية الافتراضية في الفيسبوك

استلزمت بحثا أكاديميا .

-معرفة أهم المتغيرات التي تلعب دورا في تحديد طبيعة الهوية الافتراضية التي يظهر

بها المستخدمون.

- صعوبة تحديد كيفية توظيف الهوية الافتراضية في محتويات الفيسبوك وصعوبة تحديد العوامل الكامنة وراء هذه الاستخدام وبهذه الطريقة.

#### 4- أهداف الدراسة:

تختلف أهداف مجال البحث العلمي وتتعدد معطياته، حيث يهدف أي باحث في تبني موضوع معين إلى سد الفصول المعرفي وإزالة الغموض عن بعض القضايا ومن أهم الأهداف نذكر:

-الوصول إلى نتائج تتضمن كيفية استخدام الهوية الافتراضية من طرف مستخدمي الفيسبوك من طلبة الجامعيين

-التعرف على مكانة الهوية الافتراضية لدى مستخدمي الفيسبوك ودلالاتها وتقييمهم لهذه الأخيرة

-معرفة عادات وأنماط استخدام المبحوثين للفيسبوك

-الكشف عن حاجات ودوافع وراء استخدام الطلبة للهوية الافتراضية

-معرفة ما اذا كانت هناك فروق ذات دلالات إحصائية بين استخدامات وإشباعات وفق متغيرات الجنس، السن.....

#### 5- أهمية الدراسة:

تعتبر الدراسة التي نحن بصدد معالجتها والتي تخص الفيسبوك والهوية الافتراضية ذات أهمية كبيرة وذلك لكونها تسعى للكشف عن مختلف العوامل التي تقف وراء استعارة المبحوثين لهويات افتراضية يظهرون بها في الفيسبوك على غرار هوياتهم الحقيقية.

كما تظهر أهمية هذه الدراسة من خلال أنها تبحث في موضوع الهوية الافتراضية في ظل استخدام الواسع لمواقع التواصل الاجتماعي وعلى رأسها الفيسبوك .

كما ان هذه الدراسة ستساهم في إثراء المكتبات بموضوعاتها وسيستفيد منها طلبة قسم الأعلام والاتصال وكذلك المهتمون بشبكات التواصل الاجتماعية خاصة الفيسبوك ورائه.

وبما أن هذه الشبكات الاجتماعية جديدة العهد نأمل ان تفتح هذه الدراسة الباب الواسع أمام الدارسين والباحثين للخوض أكثر في غمار شبكات التواصل الاجتماعي.

### 6- المدخل النظري للدراسة (النظرية المعتمدة في الدراسة):

حتى لا ننطلق من فراغ في دراستنا، كان من الأنسب لنا أن نستند إلى نظرية محددة الأمر الذي من شأنه ان يقدم نسبياً صفة العمق والشمول لدراستنا وذلك من خلال الاستفادة من التراكم المعرفي وتوجيه مسارنا في العمل من خلال تحديد التساؤلات وبناء الفرضيات.

منذ بداية عصر الاتصال الجماهيري حاول العلماء فهم ماهية التأثيرات التي يمارسها الإعلام الجماهيري على الجمهور ليدركوا خلال الأربعينيات القرن 20 عواقب الفروق الفردية والتباين الاجتماعي على السلوك المرتبطة بوسائل الإعلام ليجدوا ان العلاقة بين الجماهير هذه الوسائل فعالة وان الجماهير تنتقي الرسائل والمضامين.

إذ اعتبرت بحوث الاستخدام والإشباع من المقاربات التي ظهرت في أواخر الستينيات من القرن الماضي، إذ تركزت على دراسة أسباب استخدام وسائل الإعلام والاتصال والتعرف إليها من مختلف الفئات الاجتماعية في ربط بين هذه الدوافع والعائد من هذا الاستخدام الذي يحققه الفرد<sup>1</sup>.

تختلف التسميات التي تطلق على مدخل الاستخدامات والإشباع، فهناك من يطلقون عليه نموذج، وهناك بعض الباحثين يرتقون به إلى مرتبة النظرية، وهناك من يطلقون عليه مدخل، في حين يفضل البعض وهم الأقلية تسميته باسم نظرية المنفعة، وبصفة عامة فقد تطورت بحوث الاستخدامات والإشباع كرد فعل لفشل كثير من الأبحاث في وجود دليل مباشر على تأثير وسائل الاتصال<sup>2</sup>.

1-GUIREY Remond et compren hondt ، lucvan ، manuel de recgerche en sciences sociales dunot(paris :1988) ، p151

<sup>2</sup> - مرفت طرابيش وعبد العزيز السيد، نظريات الاتصال (د.ط، القاهرة:دار النهضة العربية)، ص231.

**6-1- تعريف نظرية الاستخدامات والإشباعات : Uses gratifications theory**

تهتم نظرية الاستخدامات والإشباعات بدراسة الاتصال الجماهيري دراسة وظيفية منظمة. وتتحصر رؤيتها للجماهير على أنها فعالة في انتقاء أفرادها لرسائل مضمون وسائل الإعلام. خلافا للنظريات المبكرة مثل نظرية الآثار الموحدة أو الرصاصة السحرية التي ترى الجماهير عبارة عن كائنات سلبية ومنفصلة وتتصرف على نسق واحد فأسلوب الأفراد أمام وسائل الإعلام أكثر قوة من التغيرات الاجتماعية والسكانية والشخصية<sup>1</sup>.

وتحقق نظرية الاستخدامات والإشباعات ثلاثة أهداف رئيسية:

- 1- محاولة تحديد كيفية الأفراد لوسائل الإعلام وذلك بالنظر إلى الجمهور النشط الذي يستطيع ان يختار ويستخدم الوسائل والمضامين التي تشبع احتياجاته.
- 2- شرح دوافع تعرض لوسائل الإعلام و الإشباعات المحققة من هذا التعرض.
- 3- التأكيد على نتائج استخدام وسائل بهدف فهم عملية الاتصال الجماهيري.<sup>2</sup>

**6-2- الفروض التي تقوم عليها النظرية :**

- أن الجمهور وسائل الإعلام هو جمهور نشط يتسم بالاجابية والفعالية
- أن الجمهور قادر على تحديد أهدافه وحاجاته وكذلك تعرضه لوسائل الإعلام فهو قادر على تحديد اختيار المضمون الذي يلي حاجاته.
- يمتلك أعضاء الجمهور المبادرة في تحديد العلاقات بين إشباع الحاجات واختيار وسائل معينة يرى بأنها تشبع حاجاته.
- تتنافس وسائل الإعلام مع مصادر أخرى في إشباع حاجات الأفراد.<sup>3</sup>

<sup>1</sup> محمد منير حجاب، المعجم الإعلامي (دار النشر للطبع والتوزيع) ص584-585.

<sup>2</sup> مرزوق عبد الحكم العدلي: الإعلانات الصحفية، دراسات في الاستخدامات والإشباعات (ط1، القاهرة: دار الفجر، 2004)، ص 126.

<sup>3</sup> -Guirey Reymond et comprend hondt .lucvan OP.cit ;p 151

**6-3- تطبيق نظرية الاستخدامات الإشباعيات في دراسات استخدام مواقع التواصل****الاجتماعي:**

ان تطبيق نظرية الاستخدامات والإشباعيات في دراسة مواقع التواصل الاجتماعي له أهمية كبيرة، وبعد استعراض المقاربة السابقة تم التوصل التي أكثر العوامل لغتنا بالنسبة لنظرية الاستخدامات والإشباعيات والتي لها علاقة مع الشبكات الاجتماعية إذ وجد كل من بارت وآخرون عام 2009 العوامل الرئيسية لاستخدام مواقع، التواصل الاجتماعي وتحقيق الإشباع هي خلق الصداقات، التسلية، التعرف بالذات، التحصل على معلومات وكل من وجدوا ان أهم هذه العوامل تتلخص في الترفيه، التسلية، استسقاء المعلومات، الحاجات الاجتماعية الأخرى.

إذ تعتبر الاستخدامات الاجتماعية في الشبكات الاجتماعية من أهم الاستخدامات المتعلقة بتطبيق الاستخدامات والإشباعيات، فحسب الإحصائيات فان أغلب مستخدمي هذه الشبكات يستخدمونها للبقاء على اتصال مع أصدقائهم القدامى وكذا الحفاظ على العلاقات القائمة<sup>1</sup>.

**7- نوع الدراسة ومنهجها:****7-1- نوع الدراسة:**

تعتبر الدراسات من الدراسات الوصفية، لأنها تهتم بدراسة واقع الظواهر وتحليلها وتفسيرها بغرض الوصول إلى استنتاجات مفيدة تخدم الهدف من الدراسة وهذا بالوصول إلى نتائج واستنتاجات تمثل فهما للحاضر للوصول إلى توجيه للمستقبل.<sup>2</sup>

<sup>1</sup>-mourice Angers ، initiation pratique a la méthodologie des sciences humaine (Algérie :1997) ،p146

<sup>2</sup>- عمار بوحوش ومحمد محمود الذنبيات، مناهج البحث العلمي وطرق إعداد البحوث (د.ط، ديوان المطبوعات الجامعية)ص100.

## 7-2- منهج الدراسة:

اعتمدنا على المنهج الوصفي، لأنه يتلاءم مع الموضوع محل الدراسة بالإضافة إلى كون مستخدمي الهوية الافتراضية في الفيسبوك هو المجتمع الأصلي، فقد تم اختيار عينة من هذا المجتمع لإجراء الدراسة عليها وتعميم النتائج على المجتمع الأصلي بعد نهاية الدراسة.

يهتم المنهج الوصفي بدقة ذكر الخصائص والمميزات للشيء الموصوف عبرا عنها بصورة كمية وكيفية، ويكثر استخدام هذا المنهج في الحالات العسكرية وكذلك في الدراسات الإنسانية، فيما يصعب تطبيق المنهج التجريبي، ويمكن تعريف هذا المنهج بأنه الطريقة من طرق التحليل والتفسير بشكل علمي، للوصول إلى أغراض محددة لوضعية اجتماعية معينة، أو هو طريقة لوصف الظاهرة المدروسة وتصويرها كمي عن طريق جمع المعلومات مقننة عن المشكلة وتصنيفها وتحليلها وإخضاعها للدراسة الدقيقة.<sup>1</sup>

## 8- أدوات جمع البيانات:

لكي يستطيع أي باحث الوصول إلى نتائج معينة بالنسبة لموضوع دراسته لا بد عليه استخدام أدوات وطرق في جميع المعلومات، وهذه الأدوات هي الأدوات البحث العلمي نستخدم في دراستنا استمارة الاستبيان .

"ويعتبر الاستبيان من أدوات البحث الأساسية شائعة الاستعمال في العلوم الإنسانية، خاصة في علوم الإعلام والاتصال وذلك للحصول على معلومات دقيقة لا يستطيع الباحث ملاحظتها بنفسه في مجال أبحاث.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> صلاح الدين شروخ، منهجية البحث العلمي للجامعيين (د.ط، دار العلوم للنشر والتوزيع)، ص 105.

<sup>2</sup> احمد بن مرسل، مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال، (ط 4، الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية،

كما يعرف الاستبيان على انه "القائمة التي يتضمنها الباحث بسلسلة من الأسئلة التي تحضر بعناية لتقدم إلى المبحوثين من أجل الحصول على حقائق معينة وراء مواقف خاصة بالموضوع محل البحث"<sup>1</sup>.

فالاستبيان هو أسلوب جمع البيانات الذي يستهدف استشارة الأفراد المبحوثين بطريقة منهجية لتقديم حقائق معينة في إطار البيانات المرتبطة بموضوع الدراسة اخترنا استمارة الاستبيان من أجل ضمان تحكم أفضل في طرح الأسئلة بعدها الأفراد بهدف الحصول على إجابات منظمة توفر الجهد والوقت.

الحصول على بيانات معينة، وتعد أداة رئيسية لجمع البيانات التي تتطلبها البحوث الاجتماعية وخاصة منها الإعلامية"<sup>2</sup>.

وتعرف أيضا بأنها "وسيلة للاتصال بالمبحوثين واستفسارهم واحد وبشكل مماثل، وهي تقنية مباشرة لتقضي المعلومات من الأشخاص تسمح باستفسارهم قصد الحصول على علاقات رياضية وعقد مقارنات كمية"<sup>3</sup>.

ولهذا اعتمدنا على الاستمارة كأداة أساسية للبحث في محاولة إعدادها إعدادا جيدا على ان تغطي جميع جوانب الموضوع من خلال تعدد وتنوع الأسئلة.

#### -صدق الاستمارة :

تحتوي الاستمارة على بيانات شخصية وثلاثة محاور، يندرجون بدورهم على مجموعة من الأسئلة :

- **البيانات الشخصية:** وتظم سبعة أسئلة .

-**المحور الأول:** يحتوي على خمسة أسئلة، بعنوان عادات وأنماط استخدام المبحوثين للفيسبوك.

<sup>1</sup> محمد عبد الحميد، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية (ط1، مصر :عالم الكتب، 2004)ص 130.

<sup>2</sup> احمد مصطفى خاطر وآخرون، البحث الاجتماعي في محيط الخدمة الاجتماعية (د.ط، مصر :المكتب الجامعي الحديث، 2001) ص 302.

<sup>3</sup> -Maurice Angers .OP.CIT ،p 146

- **المحور الثاني:** يحتوي على أربعة أسئلة وكان تحت عنوان ملامح الهوية التي يظهر بها المبحوثين عند استخدامهم للفيسبوك ومدى تطابقها مع شخصياتهم الحقيقية.

- **المحور الثالث:** ويضم ستة أسئلة تحت عنوان أسباب لجوء بعض المبحوثين لاستخدام هويات مستعارة أخرى غير هوياتهم الحقيقية عند استخدامهم للفيسبوك.

يقصد بصدق الاستمارة مقدرتها على قياس وتحقيق ما وضعت من أجله، وقد تم التأكد من صدقها، من خلال عرض الاستبيان بصورته الأولية على الأساتذة المشرفة، ثم قمنا بعرضها على أساتذة محكمين<sup>(\*)</sup> في التخصص وذلك للحكم عليها أن كانت مرتبطة بالبعد الذي تقيسه أم غير مرتبطة، وموضوعية الأسئلة الموجودة في الاستبيان في دراسة الهوية الافتراضية عند مستخدمي الفيسبوك، وكذلك مدى ملائمة الأسئلة للمبحوثين، ومطابقتها لمحاور الدراسة وعلى ضوء ملاحظات الأساتذة المحكمين واقتراحاتهم تم صياغة الاستبيان.

## 9- مجتمع البحث وعينة الدراسة:

### 9-1- مجتمع البحث:

هو المجتمع الكلي من المفردات والأشياء الأخرى المحدودة (المجتمع الذي بإمكان الباحث تحديد حجمه الحقيقي) أو غير المحدودة (المجموعات التي ليس باستطاعة الباحث الوصول إلى أحجامها الحقيقية نظيراً لشساعتها كما يقصد بمجتمع البحث، كما عرفة الباحثون "مجموع محدود أو غير محدود من المفردات، العناصر، الوحدات، المحددة مسبقاً حيث تنصب الملاحظات"<sup>1</sup>.

ومجتمع البحث في دراستنا هو فئة أكاديمية والتمثلة في طلبة الدراسات العليا قسم الإعلام والاتصال "بجامعة محمد بوضياف" بالمسيلة، كمستخدمين لموقع الفيسبوك حيث وقع اختيارنا عليهم نسبة لكونهم الشريحة المعرضة لهذه المواقع وهذا بحكم خصائص هذا

<sup>(\*)</sup> -بلعباس عبد الحميد، زواوي أحمد المهدي،

<sup>1</sup>-أحمد بن مرسل، مرجع سبق ذكره، ص16.

الموقع المتاح لهذه الفئة خاصة في التكوين الأكاديمي وكذا احتياجاتهم الشخصية .

### 9-2- عينة الدراسة:

يعتمد الباحثون اليوم في إجراء بحوثهم الميدانية وغيرها من الأبحاث الأخرى على طريقة العينة المأخوذة من مجتمع البحث حيث ان العينة هي عبارة عن عدد محدود من المفردات التي سوف يتعامل الباحث معها منهجيا ويسجل من خلال هذا التعامل البيانات الأولية المطلوبة ويشترط في هذا العدد ان يكون ممثلا لمجتمع البحث في الخصائص والسمات التي يوصف من خلالها هذا المجتمع<sup>1</sup>.

كما عرفها احمد بن مرسللي "بأنها اختيار جزء صغير من وحدات مجتمع البحث اختيارا عشوائيا، أو منتظما (المعروف لدى الباحثين بأسلوب العدد العشوائي)، أو تحكيما قسديا، ليشكل هذا الجزء من وحدات مجتمع البحث المادة الأساسية للدراسة<sup>2</sup>.

فالعينة هي ما تم اختياره من طرف الباحث وفق طرق محددة، تمثل مجتمع البحث تمثيلا علميا سليما، وهي الجزء المراد دراسته من مجتمع البحث وهي أنواع، العشوائية البسيطة، العشوائية المنتظمة، الطبقيّة، العنقودية، القصدية. وبحسب موضوع بحثنا وطبيعته تم اختيار العينة القصدية حيث يتطلب من الاتجاه إلى طلبة الدراسات العليا كلية الإعلام والاتصال كعينة على طلبة الجامعة الذين يملكون حساب فيسبوك ويستخدمون الهوية الافتراضية ويدرجونها ضمن صفحاتهم، كعينة تمثل مجتمع الأصلي الذي يتمثل في كل طالب يستخدم الفيسبوك أي قمنا باختيار طبقي لطلبة جامعة المسيلة لسنة 2017/2018 .

والعينة القصدية هي العينة التي يتم انتقاء أفرادها بشكل مقصود من قبل الباحث، نظرا لتوافر بعض الخصائص لأولئك الأفراد دون غيرهم، ولكن تلك الخصائص هي من الأمور الهامة بالنسبة للدراسة<sup>1</sup>.

<sup>1</sup> - محمد عبد الحميد، مرجع سبق ذكره، ص 133.

<sup>2</sup> - أحمد بن مرسللي، مرجع سبق ذكره، ص 47.

وهناك من يعرفها: بأنها في بعض الأحيان يسعى الباحث لتحقيق هدف أو غرض معين من دراسته فيقوم باختيار أفراد العينة بما يخدم ويحقق هذا الغرض أو الهدف<sup>2</sup>.

## 10- تحديد المفاهيم والمصطلحات:

### 10-1- الهوية :

- لغة:

الهوية هي مركب صناعي من المقطع (الهو) وضمير المفرد الغائب بأداة التعريف بـ"ال" والمقطع اللاحقة المتمثلة في الياء المشددة وعلامة التأنيث هو ومعناه الاتحاد بالذات .

وهي اسم مميز يستخدم لتعريف مستخدم، أو شخص، أو الدور، والهوية تستخدم لمنح حقوق لذلك المستخدم أو الشخص أو الدور، من أمثلة الهوية اسم مستخدم والهوية (منسوبة إلى هو).

1- هوية الإنسان: الحقيقة المطلقة و صفاته الجوهرية .

2- الهوية الوطنية: معالمها وخصائصها المميزة و أصلاتها .

3- بطاقة الهوية: البطاقة الشخصية تحمل اسم الشخص وتاريخ ميلاده و عمله وجنسيته .

4- الهوية في الفلسفة: حقيقة الشيء أو الشخص التي تميزه عن غيره.

5- الهوية: إحساس الفرد بنفسه وفرديته وحفاظه على تكامله

والهوية بطاقة يثبت فيها اسم الشخص وجنسيته ومولده وعمله وتسمى البطاقة الشخصية أيضا<sup>3</sup>.

<sup>1</sup> محمد عبيدات وآخرون، منهجية البحث العلمي -قواعد ومراحل تطبيقات- (عمان: دار وائل، 1999)، ص 96.

<sup>2</sup> ربحي مصطفى عليان وآخرون، أساليب البحث العلمي (عمان: دار الصفاء، 2008)، ص 41.

<sup>3</sup> - 45: [www.almaany.com.11](http://www.almaany.com.11)، الساعة، 2018 مارس 10

## اصطلاحا:

عرفها الجرجاني أنها "الحقيقة المطلقة المشتملة على الحقائق اشتمال النواة على الشميرة" وقال الكفومي بأن "الهوية تطلق معاني التشخيص والشخص نفسه والوجود الخارجي".<sup>1</sup>

## التعريف الإجرائي:

الهوية الافتراضية: الذاتية الخصوصية و المقومات و القيم الشخصية وهي مصطلح يستخدم لوصف مفهوم الشخص لتعبيره عن فرديته وعلاقته مع الجماعات .

## 10-2- الهوية الافتراضية:

يعد مفهوم الهوية من المفاهيم التي أخذت حيزا كبيرا من تفكير الباحثين نقصد هنا بالهوية الافتراضية، مجموعة المعلومات الشخصية التي تكون الذات الالكترونية، كالاسم والسن والجنس وطريقة الإمضاء والحالة الاجتماعية إلى غير ذلك من البيانات التي يقدمها مستخدمو مواقع التواصل الاجتماعي على غرار الفيسبوك على أساس أنها تعكس شخصيتهم وهويتهم الحقيقية.<sup>2</sup>

وتعرف الهوية الافتراضية بأنها مجموع الصفات والرموز والبيانات التي يستخدمها الأفراد في تقديم أنفسهم للآخرين في المجتمعات الافتراضية ويتفاعلون من خلالها.<sup>3</sup>

## 10-3- المجتمع الافتراضي:

<sup>1</sup> - محمد عمر ابو عنزة، إشكالية الهوية العربية بين الأطروحات القومية والإسلامية، دراسة منظور فكري (رسالة ماجستير منشورة، 2011) ص 35  
<sup>2</sup> - صونيا عبديش، الشباب الجزائري والفيسبوك بين فرص الاستخدام ومعضلة الإدمان (، تكسيج كوم للدراسات والنشر والتوزيع) ص 203-204  
<sup>3</sup> - باية يوسف مسعودة، الهوية الافتراضية، الخصائص والابعاد دراسة (استكشافية على عينة من المشتركين في المجتمعات، جامعة ورقلة (ص 396).

ظهرت المجتمعات الافتراضية على خط Online communications في بدايتها بفعل احتياجات التعليم واستخدام تكنولوجيات الحاسوب والاتصالات الرقمية منذ منتصف ثمانينات القرن الماضي، ثم انبثقت بعد ذلك ما عرف بالمجتمعات الشبكية مع تعريف أوائل السبعينات حيث تطورت في شكل جماعات معروفة من مستخدمي الانترنت تشترك تكنولوجيا الويب<sup>1</sup>.

فهذا التعريف يشير إلى ان المجتمع الافتراضي هي شكل من أشكال التجمعات الاجتماعية التي تحدث بواسطة التكنولوجيا.

#### 10-4- الدراسات العليا:

نقصد بها طلبة قسم الإعلام والاتصال ماستر 1 و ماستر 2 وطلبة الدكتوراه.

#### 10-5- الفيسبوك:

أنشئ هذا الموقع عام 2004 على يد "مارك زوكر برغ" الذي كان طالبا في جامعة هارفارد.

#### 10-6- قاموس الإعلام والاتصال:

على انه موقع خاص بالتواصل الاجتماعي، أسس عام 2004، ويتيح نشر الصفحات الخاصة بالبروفایل Profile، وقد وضع في البداية لخدمة طلاب الجامعة وهيئة التدريس والموظفين، لكنه اتسع ليشمل كل الأشخاص<sup>2</sup>.

والفيسبوك سمي بهذا الاسم على غرار ما كان يسمى بـ "كتب الوجوه" التي كانت تطبع وتوزع على الطلاب بهدف إتاحة الفرصة لهم للتعارف والتواصل مع بعضهم البعض، خاصة بعد الانتهاء من الدراسة والتخرج حيث يتفرق الطلاب في شتى الأنحاء.<sup>3</sup>

<sup>1</sup> - www.asf.net/sro/sro4/tfird%25.20scope /24/03/2018/.14 :00h

<sup>2</sup> -marcel dénies 'dictionary of media and communication' (m.e.sharpe 'new yourk :2009)p117

<sup>3</sup> -علي خليل شقرة، الإعلام الجديد شبكات التواصل الاجتماعي (ط1، الأردن: دار أسامة للنشر والتوزيع، 2014)،

ويعرف الفيسبوك على أنه دفتر ورقي يحمل صوراً ومعلومات لأفراد في جامعة معينة أو مجموعة وتعد هذه الطريقة شائعة لتعريف الأشخاص خصوصاً في الجامعات الأجنبية

ببعضهم البعض حيث يتصفح المنتسبون في الجامعة هذه الدفاتر لمعرفة المزيد عن الطلبة المتواجدين في الكلية نفسها.<sup>1</sup>

### التعريف الإجرائي:

الفيسبوك من أشهر مواقع التواصل الاجتماعي حيث يستطيع الأشخاص من خلاله بتكوين علاقات وصدقات وتبادل المعلومات بشكل المتواصلون على موقع ألفي سبوك مجتمعاً افتراضياً أكثر سهولة وراحة من المجتمعات الحقيقية وذلك باختيار الفرد يريد من الأصدقاء كما يقوم الفرد بإعداد نبذة شخصية عن حياته تكون بمثابة مع هوية تخصه مع استعمال أسماء حقيقية أو مستعارة .

### 10-7- الاستخدام:

لغة: استخدم، يستخدم، استخداماً، فهو مستخدم، والمفعول مستخدم:  
استخدم فلان فلاناً: اتخذته خادماً وجعله يخدمه<sup>2</sup>.

اصطلاحاً: يعرفه محمد عبد الحميد: "هو قدرة الجمهور على تحديد أهدافه وحاجاته وكذلك دوافع تعرضه لوسائل الإعلام ومن ثم فهو قادر على تحديد اختيار المضمون الذي يلبي حاجاته.<sup>3</sup>

### التعريف الإجرائي:

يعرف الاستخدام في دراستنا هذه بأنه نشاط اجتماعي يتحول إلى نشاط عادي غي المجتمع بفضل التكرار، والاستعمال متكرراً يندمج في ممارسات وعادات الفرد.

<sup>1</sup>ياس خضير البياتي: الإعلام الجديد للدولة الافتراضية الجديدة، (ط1 كلية الإعلام، الإمارات العربية المتحدة: 2014)، ص390.

<sup>2</sup> [www.almaany.com](http://www.almaany.com)

<sup>3</sup> - محمد عبد الحميد، مرجع سبق ذكره، ص 68.

يعد مفهوم الاستخدام من خلال النظرة العامة مفهوما واضحا وبسيط المعنى غير اي حاجة إلى جهد أو نشاط يتوخى ضبطه غير ان أي محاولة تستهدف ضبط المعاني والدلالات التطبيقية له تصطم بمفهوم غامض ومتنوع يحتمل الكثير من الدلالات المختلفة باختلاف ما هو اجتماعي وما هو تقني، الداخل في تركيبية تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة، الغموض الذي يحيط بلفظ مرد استعماله في تعيين وتحليل وتقرير السلوكيات والمظاهر المرتبطة بمجموع ضبابي المعنى<sup>1</sup>.

### 11- الأساليب الإحصائية:

تمت الاستعانة ببعض الأساليب الإحصائية البسيطة التي تساعد على العمل الميداني، وذلك حسب ما يتلاءم مع طبيعة الدراسة والمنهج المتبع، من اجل تحقيق أهداف الدراسة حيث تم الحصول على البيانات اللازمة للجانب التطبيقي من خلال توزيع استمارة استبيان وقد تم تفريغ البيانات وتحليل النتائج باستخدام البرنامج الإحصائي، واستخدام الاختبارات الإحصائية المناسبة، بهدف الوصول لدلالات ذات معنى ومؤشرات تدعم موضوع الدراسة ومن الأساليب الإحصائية نذكر ما يلي :

النسبة المئوية للعنصر س = تكرار العنصر س × 100 ÷ مجموع التكرارات

بالإضافة إلى التكرارات والأعمدة البيانية، بغية التعرف على إجابات أفراد العينة بناء على المعلومات الشخصية لأفرادها من اجل معرفة توجه أفراد العينة إلى إجمالي العينة .

النسب المئوية: حيث طبقت على البيانات الموضحة بدوائر نسبية.

<sup>1</sup> - بن حامة كهينة، صورة الذات لمنتسبي مواقع التواصل الاجتماعي، (مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال، جامعة المسيلة، 2015).

## 12- الدراسات السابقة:

## الدراسة 1:

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 من 2010 من خلال هذه الدراسة حاول الباحثان ان يبين ما اذا 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 ان 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 ان 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؟ و انطلاقا من هذه الإشكالية صاغا مجموعة من الفرضيات:<sup>1</sup>

1- كلما اشتد 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 دالا إلى تشكل هوية مستقلة .

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

وللتأكد من صحة الفرضيات استخدم المنهج الوصفي التحليلي واعتمادا في ذلك على استبيان وزع على عينة من مستخدمي الانترنت في مدينة ورقلة عبر عدد من مقاهي الانترنت إذ اعتمد الباحثان على عينة عشوائية من اجل تحديد عينة مقاهي الانترنت التي تكون محل دراستهما حيث قاما بحصر العدد الإجمالي لها والذي قدر ب96 مقهى موزعة على مختلف أنواع مدينة ورقلة .

وقد تم تحديد النوادي للدراسة، أما بالنسبة لعينة مستخدمي الانترنت فقاما بتحديد العينة العرضية وأخذ استمارة على مقاهي الانترنت المختارة وتم استرجاع 126 استمارة تم تفرغها.

وقد بينت الدراسة من خلال نتائجها ان مستخدمي الانترنت في المجتمع الجزائري يتفاعلون في مجالات الاجتماعية متعددة لها خصوصيات تعمل على تحديد الهوية المشكلة.

ويتميز هذا المجال بتفاعل مستخدمي الانترنت في هذا المجال لمدة طويلة سواء في مجتمعه المحلي أو الافتراضي وهو ما يعبر عنه المبحوثين بعدم قدرتهم على 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 أربعة ساعات، كما يتميز هذا المجال بشدة التفاعل المبنية على الروابط الاجتماعية (أسرية، مهنية، تجارية.....الخ).

ذلك لان 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 ايجابية.

أما في مجال آخر فانه يتميز عن المجال الأول في ان 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 لهدفه أو مشروعه، ولذلك فدرجة استمرارية التفاعل تكون نسبية ومتوسطة .

### الدراسة الثانية :

دراسة كهينة بن حامة :صورة الذات لمنتسبي مواقع التواصل الاجتماعي، دراسة ميدانية بجامعة محمد بوضياف بالمسيلة مذكرة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال وتدور إشكالية الدراسة حول كيف تظهر صورة الذات لمنتسبي مواقع التواصل الاجتماعي من خلال طبيعة الاستخدام ونوع التفاعل في ضل موقع الفيسبوك؟ اعتمدت الدراسة على منهج المسح الشامل لأنه يتلاءم مع موضوع الدراسة واعتمدت هذه الدراسة على الدراسات الوصفية التي تستخدم لأغراض الوصف المجرد للظاهرة.

-اعتمدت الدراسة على أسلوب الحصر الشامل كأسلوب من أساليب حصر البيانات نظرا لصغر حجم المجتمع الكلي للدراسة، حيث يعتبر أسلوب الحصر الشامل من أفضل الأساليب في جمع البيانات.

-اعتمدت هذه الدراسة على أداة جمع البيانات وهي استمارة الاستبيان وهي أداة محورية مستعملة في دراستنا وهي موجهة إلى عينة من المستخدمين.

### نتائج الدراسة :

1- مواقع التواصل الاجتماعي التي تستأثر بقبول وتجاوب الكثير من الناس وفي جميع أنحاء العالم تطرح في ثنايا استخدامها العديد من القضايا.

2-تعتبر المواقع الاجتماعية عامة والفيسبوك خاصة الفضاء الأنسب للتعبير عن الذات وتقديمها بهامش غير محدود وغير مقترن بأي ضوابط أو قيود من شأنها ان تتبع الذات والتعبير عن ما بداخلها .

- 3- يعتمد الأفراد المبحوثين محل الدراسة على عدة طرق وآليات استخدام المواقع الاجتماعية حيث فضل المبحوثين بأكبر نسبة استخدامها في البيت وفي الفترة الليلية
- 4- يستخدم الأفراد المبحوثين مواقع التواصل الاجتماعي لتلبية عدة إشباكات أولها التواصل مع أقربائهم وأصدقائهم ثم الترويج عن النفس .

#### الدراسة الثالثة:

دراسة بأية يوسف مسعودة "الهوية الافتراضية، الخصائص والأبعاد" دراسة استكشافية على عينة من المشتركين في المجتمعات الافتراضية بجامعة قاصدي مرباح ورقلة مذكرة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال وتدور اشكالية حول علاقة الهوية الافتراضية بالهوية الحقيقية وكيف يتفاعل الأفراد داخل المجتمع الافتراضي وأبعاد هذا التفاعل على الحياة الواقعية.

اعتمدت هذه الدراسة على المنهج الوصفي والذي يهدف إلى وصف الظواهر أو الوقائع وأشياء معينة من خلال جمع الحقائق و المعلومات والملاحظات الخاصة بها. وتتدرج هذه الدراسة ضمن البحوث الاستطلاعية التي تهدف إلى استكشاف الظروف المحيطة بالظاهرة .

اعتمدت هذه الدراسة على الاستبيان الذي يكون موجودا على الخط ضمن مهام صفحة الويب معينة، حيث قامت الباحثة بتصميم استبيان بواسطة خدمات موقع مستندات جوجل .

#### نتائج الدراسة:

-يفضل الأفراد المبحوثين الانضمام إلى أكثر من مجتمع افتراضي كما أنهم يفضلون المجتمعات الافتراضية ذات البعدين العربي و العالمي وذات الطابعين الثقافي والعام .

-ان الانضمام إلى المجتمعات الافتراضية كان بدافع الحوار وتبادل الآراء بالدرجة الأولى.

تمثل الهوية الافتراضية عند غالبية الأفراد انعكاسا لهوياتهم الحقيقية وهو ما يفسر تصريحهم ببياناتهم الحقيقية حول السن والجنس و المواصفات .

-هناك عوامل تزيد من فاعلية الأفراد داخل المجتمعات الافتراضية وتزيد من تمسكهم بها.

-يرى الغالبية أنهم عن طريق الهوية الافتراضية يكون أكثر تفاعلا ونشاطا ومشاركة وأحسن تصرفا في المجتمع الافتراضي.

### الدراسة الرابعة:

Strano « user description et interpretation of seff presntation facelook profile images »

وهدفت هذه الدراسة إلى تفسير كيف يقدم مستخدمو الشبكات الاجتماعية، أنفسهم على موقع الفيسبوك، لا سيما ما يتعلق بصورهم الشخصية من حيث الأسس المستخدمة في الاختيار، وفي تغيير الصورة الشخصية (Profile Image) من وقت لآخر، وهل يتأثر هذا الاختيار بالنوع الاجتماعي والعمر؟


وذلك من خلال عينة مكونة من 427 مفردة تم الحصول عليها من خلال عينة كرة الثلج وقد كشفت الدراسة ان المنتوجات من أفراد العينة المبحوثة غالبا ما يتضمن بتغيير صورة من البروفایل للتأكيد على رغبتها في الصداقة والعلاقات الحميمية كما كشفت الدراسة كذلك ان النساء المتزوجات والرجال على حد سواء يرغبون بوضع الصور العائلية التي تدل على العلاقات الحميمية بين أفراد الأسرة الواحدة وأن تأويل وتفسير وفهم معاني هذه الصور يختلف من مبحوث لآخر وفق للنوع الاجتماعي كما كشفت الدراسة أيضا أن مستخدمي الفيسبوك من كبار السن من الجنسين لا يصلون إلى تغيير صورهم على الموقع، ويقومون بنشر صورهم (Profile Image) الشخصية المنفردة.

### **جانب الاستفادة من الدراسات السابقة :**

تعددت أوجه استفادة الباحث من الدراسات السابقة فيما يتعلق بالمعالجة البحثية قيد

الدراسة وتمثلت فيما يلي:

- تحديد وبلورة مشكلة البحث ووضع تساؤلات و فروض الدراسة .
- تحديد مجال الدراسة بالتركيز على دراسة الهوية الافتراضية لدى مستخدمي دراسة
- اختيار المنهج المناسب لتناول موضوع الدراسة كما ساهمت الدراسات السابقة في مساعدة الباحث فيما يتعلق بتحديد الشروط الأربعة لاختيار عينة الدراسة الميدانية .
- الوقوف على الإطار النظري الملائم لموضوع الدراسة .
- كما استفادت الدراسة الحالية من هذه الدراسات في تعريف مصطلحاتها واختيار بعض أدوات جمع البيانات، ومقارنة النتائج .
- الاهتداء إلى المراجع العربية والأجنبية التي يمكن الاستعانة بها في كتابة الإطار النظري للدراسة .



# الفصل الثاني: الإطار التطبيقي

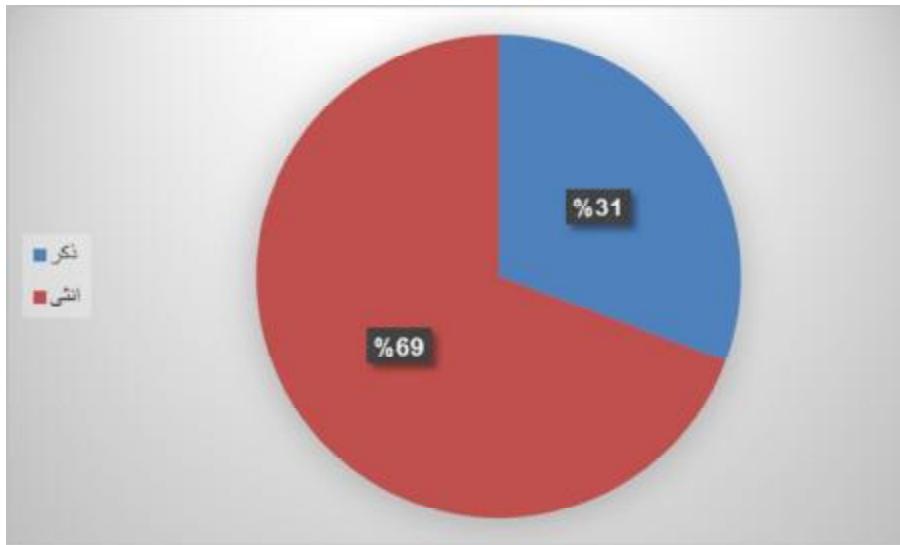
## 1- عرض الجداول وتحليلها (الكمي والكيفي):

## المحور الأول: البيانات الشخصية

## 1- الجنس: الجدول رقم (01) يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير الجنس

الجنس	التكرارات	النسبة المئوية
ذكر	23	30,7
أنثى	52	69,3
الإجمالي	75	%100

من خلال الجدول أعلاه وبالنظر إلى تكرارات أفراد عينة الدراسة والبالغ حجمهم إجمالاً (75) فرداً، نلاحظ أن عدد الذكور بلغ (23) ذكر بنسبة بلغت 30.7%، أما الإناث فقد بلغ (52) أنثى بنسبة قدرت بـ 69.3%، وهذا راجع لطبيعة مجتمع الدراسة، حيث كشفت الإحصائيات أن العدد الكلي للإناث في مختلف التخصصات بلغ 241 أنثى، في حين بلغ عدد الذكور 115 ومنه نستنتج أن أغلب أفراد العينة هم من الإناث وهذا ما هو موضح من خلال الشكل التالي:



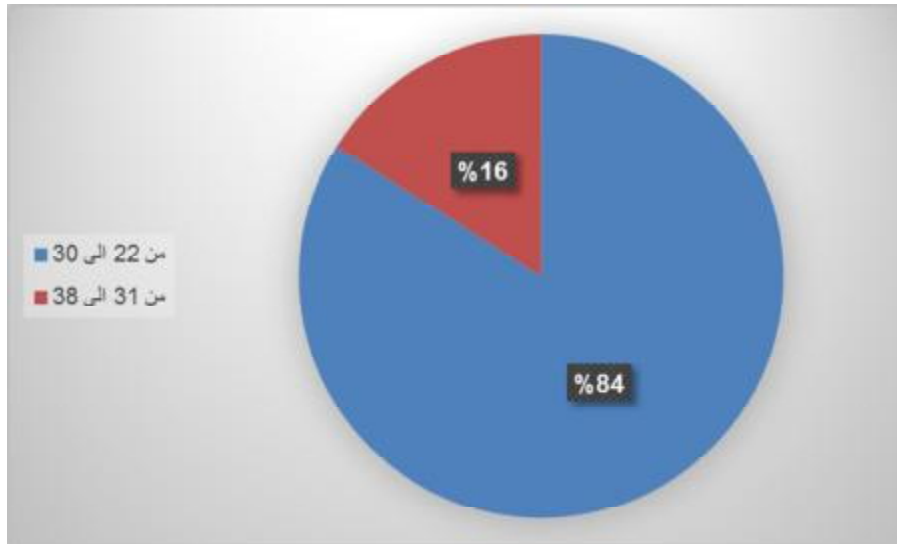
الشكل رقم (01) يوضح توزيع نسب أفراد عينة الدراسة حسب متغير الجنس

## 2- السن:

الجدول رقم (02) يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير السن

النسبة المئوية	التكرارات	السن
84	63	من 22 إلى 30
16	12	من 31 إلى 38
% 100	75	الإجمالي

من خلال الجدول أعلاه وبالنظر إلى تكرارات أفراد عينة الدراسة والبالغ حجمهم إجمالاً (75) فرداً، نلاحظ أن (63) فرد من 22 إلى 30 سنة بنسبة بلغت 84%، أما الذين تتراوح أعمارهم بين 31 إلى 38 سنة فقد بلغ عددهم (12) فرداً بنسبة قدرت بـ16%، منه نستنتج أن معظم أفراد العينة يتراوح سنهم ما بين (22-30) سنة، وهي تمثل مرحلة الشباب وهذا ما يوضحه الشكل التالي:



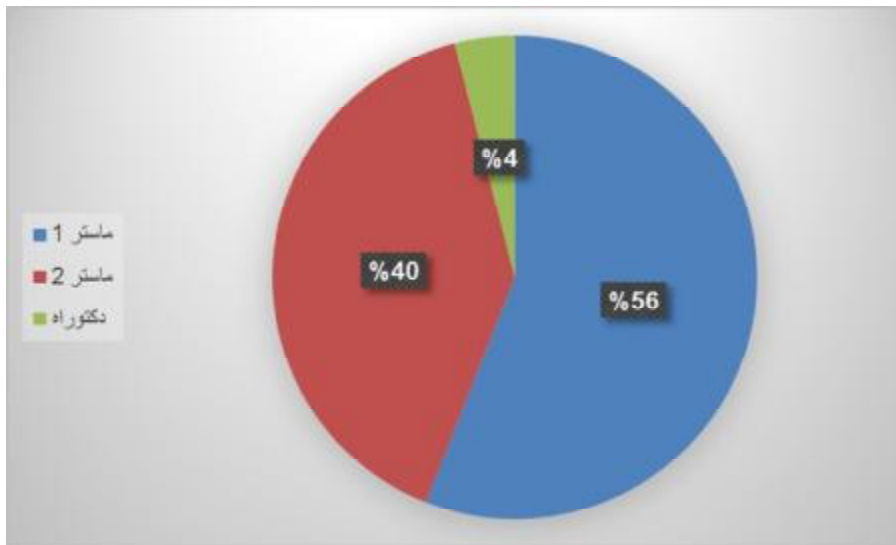
الشكل رقم (02) يوضح توزيع نسب أفراد عينة الدراسة حسب متغير السن

## 3- المستوى التعليمي:

الجدول رقم (03) يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير المستوى التعليمي

النسبة المئوية	التكرارات	المستوى التعليمي
56	42	ماستر 1
40	30	ماستر 2
4	3	دكتوراه
%100	75	المجموع

من خلال الجدول أعلاه وبالنظر إلى تكرارات أفراد عينة الدراسة والبالغ حجمهم إجمالاً (75) فرداً، نلاحظ أن عدد من لديهم مستوى (ماستر 1) بلغ (42) بنسبة بلغت 56%، أما عدد لديهم مستوى (ماستر 2) فقد بلغ عددهم (30) بنسبة قدرت بـ 40%، وهذا راجع لطبيعة مجتمع العينة، فمعظمهم منشغلون بإعداد مذكرة التخرج لذا يصعب إيجادهم، بالإضافة إلى أن أغلبهم من ماستر 1 بكل التخصصات، أما عدد الذين لديهم دكتوراه فقد بلغ عددهم (3) بنسبة قدرت بـ 4%، وهذا ما يوضحه الشكل التالي:



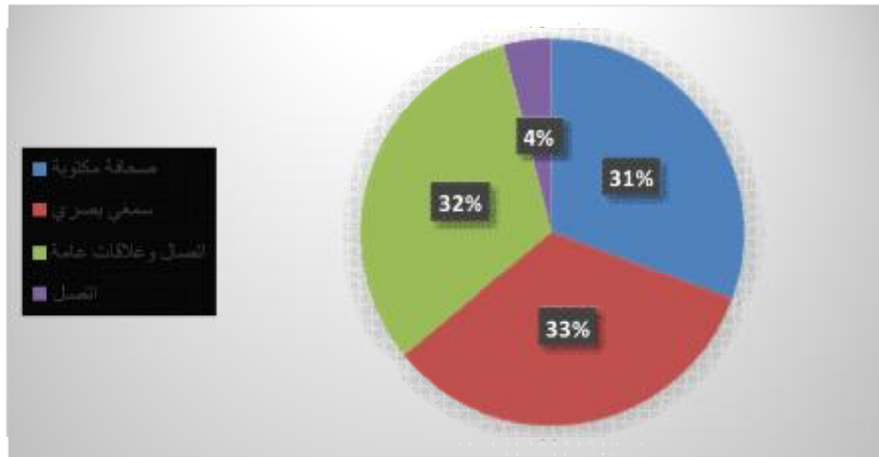
الشكل رقم (03) يوضح توزيع نسب أفراد عينة الدراسة حسب متغير المستوى التعليمي

4-التخصص:

الجدول رقم (04) يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير المستوى التعليمي

النسبة المئوية	التكرارات	التخصص
30,7	23	صحافة مكتوبة
33,3	25	سمعي بصري
32	24	اتصال وعلاقات عامة
4	3	اتصال
%100	75	المجموع

من خلال الجدول أعلاه وبالنظر إلى تكرارات أفراد عينة الدراسة والبالغ حجمهم إجمالاً (75) فرداً، نلاحظ أن عدد من لديهم تخصص (صحافة مكتوبة) بلغ (23) بنسبة بلغت 30.7%، أما عدد من لديهم تخصص سمعي بصري فقد بلغ عددهم (25) بنسبة قدرت بـ 33.3%، أما عدد من لديهم تخصص اتصال وعلاقات عامة فقد بلغ عددهم (24) بنسبة قدرت بـ 32%، أما عدد لديهم تخصص اتصال فقد بلغ عددهم (3) بنسبة قدرت بـ 4%، وهذا الاختلاف في التخصصات يدل على ثراء أفراد العينة من مختلف التخصصات بقسم علوم الإعلام والاتصال بجامعة محمد بوضياف بالمسيلة وهذا ما يوضحه الشكل التالي:



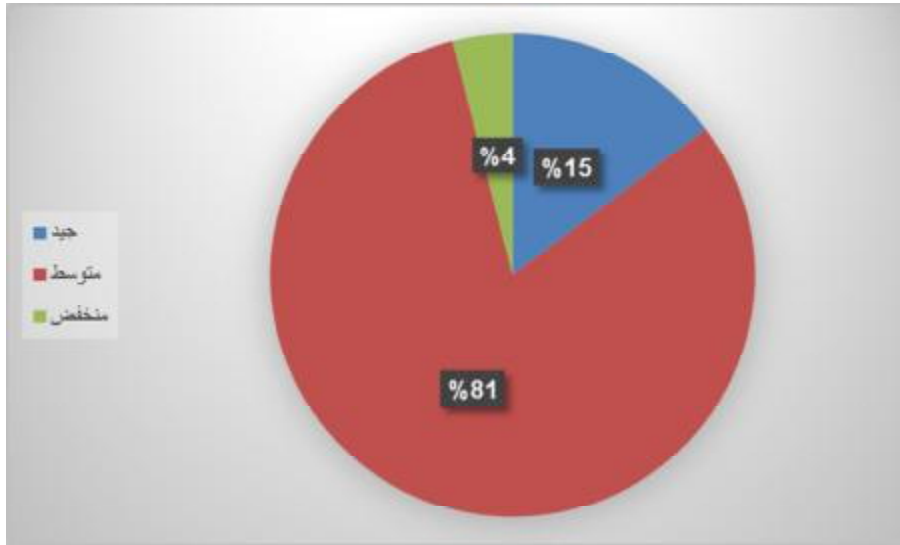
الشكل رقم (04) يوضح توزيع نسب أفراد عينة الدراسة حسب متغير التخصص

5-المستوى المعيشي:

الجدول رقم (05) يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير المستوى المعيشي

النسبة المئوية	التكرارات	المستوى المعيشي
14,7	11	جيد
81,3	61	متوسط
4	3	منخفض
%100	75	المجموع

من خلال الجدول أعلاه وبالنظر إلى تكرارات أفراد عينة الدراسة والبالغ حجمهم إجمالاً (75) فرداً، نلاحظ أن عدد من لديهم مستوى (جيد) بلغ (11) بنسبة بلغت 14.7%، أما عدد لديهم مستوى متوسط فقد بلغ عددهم (61) بنسبة قدرت بـ 81.3%، أما عدد لديهم مستوى منخفض فقد بلغ عددهم (3) بنسبة قدرت بـ 4%، ومنه نستنتج أن أغلب أفراد عينتنا لديهم مستوى معيشي متوسط وهذا راجع بطبيعة الحال لأن أغلب أفراد عينة البحث هم من الطبقة المتوسطة وهذا ما يوضحه الشكل التالي:



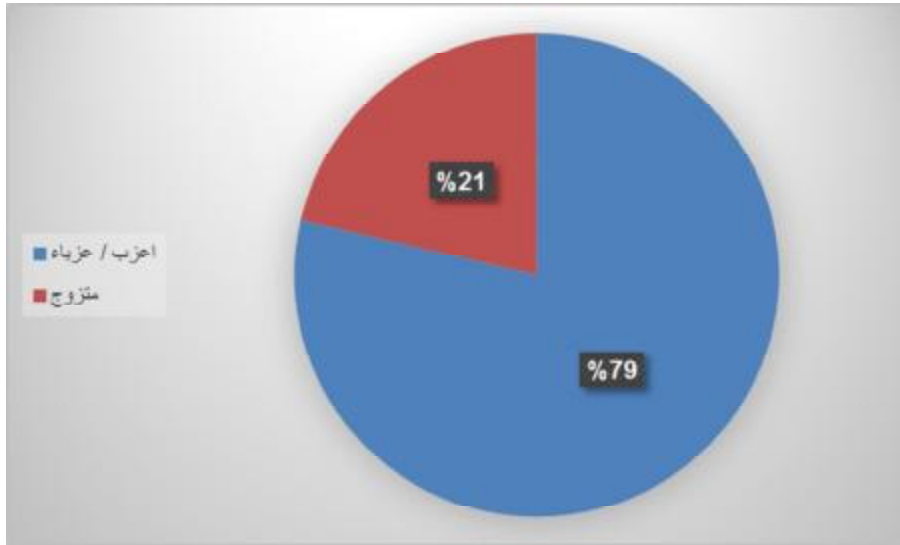
الشكل رقم (05) يوضح توزيع نسب أفراد عينة الدراسة حسب متغير مستوى المعيشة

#### 6- الحالة الاجتماعية:

الجدول رقم (06) يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير المستوى التعليمي

النسبة المئوية	التكرارات	الحالة الاجتماعية
78,7	59	أعزب / عزباء
21,3	16	متزوج
%100	75	المجموع

من خلال الجدول أعلاه وبالنظر إلى تكرارات أفراد عينة الدراسة والبالغ حجمهم إجمالاً (75) فرداً، نلاحظ أن عدد الأفراد (أعزب/عزباء) بلغ (59) بنسبة بلغت 78.7%، أما عدد الأفراد (متزوج) فقد بلغ عددهم (16) بنسبة قدرت بـ 21.3%، ومنه نستنتج أن معظم أفراد العينة الذين وزعت عليهم الاستمارة عازبون/عازبات، هذا ما يبرر أنهم طلبة جامعيين يهتمون بالدراسة والبحث العلمي وهذا ما يوضحه الشكل التالي:



الشكل رقم (06) يوضح توزيع نسب أفراد عينة الدراسة حسب متغير الحالة الاجتماعية

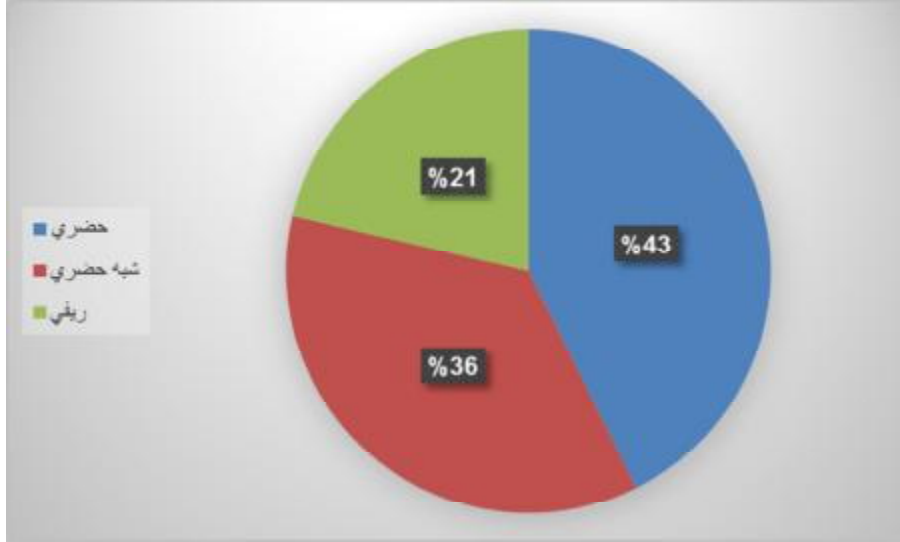
#### 7- محل الإقامة:

الجدول رقم (07) يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير محل الإقامة:

النسبة المئوية	التكرارات	محل الإقامة
42,7	32	حضري
36,0	27	شبه حضري
21,3	16	ريفي
%100	75	المجموع

من خلال الجدول أعلاه وبالنظر إلى تكرارات أفراد عينة الدراسة والبالغ حجمهم إجمالاً (75) فرداً، نلاحظ أن عدد الذين يقيمون في السكن (حضري) بلغ (32) بنسبة بلغت 42,7%، أما عدد الذين يقيمون في السكن (شبه حضري) فقد بلغ عددهم (27) بنسبة قدرت بـ 36%، أما عدد الذين يقيمون في السكن (الريفي) فقد بلغ عددهم (16) بنسبة قدرت بـ 21,3%، ومنه نستنتج أن أغلب أفراد عينتنا يعيشون في المدينة

(حضري) وهذا ما يبرر طبيعة التضاريس الجغرافية للمنطقة (المسيلة) وهذا ما يوضحه الشكل التالي:



الشكل رقم (07) يوضح توزيع نسب أفراد عينة الدراسة حسب متغير محل الإقامة

المحور الثاني: عادات وأنماط استخدام المبحوثين للفيسبوك

1- منذ متى وأنت مشترك في موقع الفيسبوك؟ بعد المعالجة الإحصائية تم التوصل إلى

النتيجة الموضحة في الجدول التالي:

الجدول رقم (08) يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (1)

القرار	مستوى الدلالة	K <sup>2</sup> قيمة	درجة الحرية	الفرق بين التكرار المشاهد والمتوقع	التكرار المتوقع	النسبة %	التكرار المشاهد	بدائل الإجابة
دال عند 0.01	,000	48,320 <sup>a</sup>	2	-10,0	25,0	20,0	15	منذ سنة
				-18,0	25,0	9,3	7	منذ سنتين
				28,0	25,0	70,7	53	منذ أكثر من سنتين
				///////		%100	75	الإجمالي

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً 75 فرداً قد انقسمت إلى ثلاث مجموعات، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال بالبديل "منذ سنة" وقد بلغ عددهم (15) فرداً بنسبة مئوية بلغت 20

%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "منذ سنتين" والبالغ عددهم (7) بنسبة مئوية قدرت بـ 9.3%، أما المجموعة الثالثة فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "منذ أكثر من سنتين" والبالغ عددهم (53) بنسبة مئوية قدرت بـ 70.7%، وللتأكد من دلالة هذه الفروق في التكرارات والنسب تم اللجوء إلى اختبار الدلالة الإحصائية (كا<sup>2</sup>) حيث نلاحظ من الجدول أعلاه أن قيمتها عند درجة الحرية (2) قدرت بـ  $48,320^a$  وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة ألفا ( $\alpha=0.01$ )، وبالتالي يوجد هناك فرق دال إحصائياً بين البدائل الثلاث، لصالح البديل الأكبر تكرار (منذ أكثر من سنتين) ونسبة التأكد من هذه النتيجة هو 99% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 1%. بمعنى أن أغلبية أفراد عينة الدراسة يؤكدون أنهم مشتركون في موقع الفيسبوك منذ أكثر من سنتين، هذا يدل على أنهم متأثرون باستخدام موقع الفيسبوك ومواكبون لثورة التكنولوجيا الحديثة

2- كم من مرة تتصفح فيها حسابك؟. وبعد بعد المعالجة الإحصائية تم التوصل إلى النتيجة الموضحة في الجدول التالي:

الجدول رقم (09) يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (2)

القرار	مستوى الدلالة	K <sup>2</sup> قيمة	درجة الحرية	الفرق بين التكرار المشاهد والمتوقع	التكرار المتوقع	النسبة %	التكرار المشاهد	بدائل الإجابة
دال احصائياً	0.00	$37,520^a$	2	-20,0	25,0	6,7	5	مرة في اليوم
				-3,0	25,0	29,3	22	عدة مرات في اليوم
				23,0	25,0	64,0	48	كلما أتاحت الفرصة لذلك
				////		%100	75	الإجمالي

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (75) فرداً قد انقسمت إلى ثلاث مجموعات، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال بالبديل "مرة في اليوم" وقد بلغ عددهم (5) فرداً

بنسبة مئوية بلغت 6.7%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل " عدة مرات في اليوم " والبالغ عددهم (22) بنسبة مئوية قدرت بـ 29.3%، أما المجموعة الثالثة فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل " كلما أتاحت الفرصة لذلك " والبالغ عددهم (48) بنسبة مئوية قدرت بـ 64%، وللتأكد من دلالة هذه الفروق في التكرارات والنسب تم اللجوء إلى اختبار الدلالة الإحصائية (كا<sup>2</sup>) حيث نلاحظ من الجدول أعلاه أن قيمتها عند درجة الحرية (2) قدرت بـ 37,520<sup>a</sup> وهي قيمة دالة إحصائياً، وبالتالي لا يوجد هناك فرق دال إحصائياً بين البدائل الثلاث

بمعنى أن أفراد عينة الدراسة يرون تعدد المرات التي يتصفحون فيها الحساب سواء مرة في اليوم ، عدة مرات في اليوم ، أو كلما أتاحت الفرصة لذلك ، وذلك لمتابعة الأخبار ومعرفة كل ما هو جديد ووجود وقت فراغ .

3- ما هو الوقت الذي تقضيه في استخدامك للفيديو؟ بعد المعالجة الإحصائية تم التوصل إلى النتيجة الموضحة في الجدول التالي:

الجدول رقم (10) يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (3)

القرار	مستوى الدلالة	K <sup>2</sup> قيمة	درجة الحرية	الفرق بين التكرار المشاهد والمتوقع	التكرار المتوقع	النسبة %	التكرار المشاهد	بدائل الإجابة
غير دال إحصائياً	,210	3,120 <sup>a</sup>	2	-5,0	25,0	26,7	20	أقل من ساعة
				7,0	25,0	42,7	32	من ساعة إلى ثلاث ساعات
				-2,0	25,0	30,7	23	أكثر من ذلك
				////		100%	75	الإجمالي

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (75) فرداً قد انقسمت إلى ثلاث مجموعات، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال بالبديل " أقل من ساعة " وقد بلغ عددهم (20)

فردا بنسبة مئوية بلغت 26.7%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "من ساعة إلى ثلاث ساعات" والبالغ عددهم (32) بنسبة مئوية قدرت بـ 42.7%، أما المجموعة الثالثة فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "أكثر من ذلك" والبالغ عددهم (23) بنسبة مئوية قدرت بـ 30.7%، وللتأكد من دلالة هذه الفروق في التكرارات والنسب تم اللجوء إلى اختبار الدلالة الإحصائية (كا<sup>2</sup>) حيث نلاحظ من الجدول أعلاه أن قيمتها عند درجة الحرية (2) قدرت بـ 3,120<sup>a</sup> وهي قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة ألفا ( $\alpha=0.01$ )، وبالتالي فإنه لا يوجد هناك فرق دال إحصائياً بين البدائل الثلاث، بمعنى أن أغلبية أفراد عينة الدراسة أنه ليس لديهم أوقات محددة لتصفحهم الفيسبوك، أقل من ساعة، من ساعة إلى ثلاث ساعات، أكثر من ذلك، وهذا يرجع إلى طبيعة عملهم وانشغالهم ووقت الفراغ الذي يمتلكونه النتيجة جاءت مشابهة لدراسة بن عيسى محمد المهدي، كانون جمال، أن أغلبية الباحثين عبروا بعدم قدرتهم على التحكم في أوقاتهم أثناء تفاعلهم في هذا المجال ن وغالبيتهم لا يستطيع الاستغناء عن الانترنت بشكل مؤقت أو بشكل دائم من خلال التردد اليومي بمعدل ساعتين إلى أربع ساعات.

4- هل تمتلك حساب فيسبوك واحد؟ وبعد المعالجة الإحصائية تم التوصل إلى النتيجة الموضحة في الجدول التالي:

إذا كانت الإجابة ب لا كم تمتلك من حساب ؟ وما هي الأسباب التي دفعتك لفتح أكثر من حساب على الفيسبوك ؟

- امتلك حسابين تحسبا لضياع الحساب الثاني.
- امتلك أربع حسابات لكثرة الأصدقاء .
- امتلك حسابان من أجل استخدام تفاصيل تحت اسم آخر مستعار
- امتلك اثنان واحد للعائلة والآخر للتسلية .
- امتلك اثنان واحد للعمل والدراسة والثاني شخصي.

الجدول رقم (11) يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (4)

القرار	مستوى الدلالة	K <sup>2</sup> قيمة	درجة الحرية	الفرق بين التكرار المشاهد والمتوقع	التكرار المتوقع	النسبة المئوية	التكرار المشاهد	بدائل الإجابة
دال عند مستوى 0.01	,000	29,453 <sup>a</sup>	1	23,5	37,5	81,3	61	نعم
				-23,5	37,5	18,7	14	لا
				////		%100	75	الإجمالي

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (75) فرداً قد انقسمت إلى مجموعتين، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال بالبديل "نعم" وقد بلغ عددهم (61) فرداً بنسبة مئوية بلغت 81.3%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "لا" والبالغ عددهم (14) بنسبة مئوية قدرت 18.7%، وللتأكد من دلالة هذه الفروق في التكرارات والنسب تم اللجوء إلى اختبار الدلالة الإحصائية (كا<sup>2</sup>) حيث نلاحظ من الجدول أعلاه أن قيمتها عند درجة الحرية (1) قدرت بـ 29,453<sup>a</sup> وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة ألفا ( $\alpha=0.01$ )، وبالتالي فإن هناك فرق دال إحصائياً بين البديلين (نعم/ لا) لصالح المجموعة الأولى الأعلى تكرار (نعم)، ونسبة التأكد من هذه النتيجة هو 99% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 1%.

بمعنى أن أغلبية أفراد عينة الدراسة يؤكدون بأنهم يملكون حساب فيسبوك واحد، وذلك لعدم رغبتهم في امتلاك أكثر من فيسبوك والاكتفاء بفيسبوك واحد.

5- هل تقوم باستخدام بياناتك الحقيقية؟ وبعد المعالجة الإحصائية تم التوصل إلى النتيجة الموضحة في الجدول التالي:

الجدول رقم (12) يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (5)

القرار	مستوى الدلالة	K <sup>2</sup> قيمة	درجة الحرية	الفرق بين التكرار المشاهد والمتوقع	التكرار المتوقع	النسبة المئوية	التكرار المشاهد	بدائل الإجابة
--------	---------------	---------------------	-------------	------------------------------------	-----------------	----------------	-----------------	---------------

				والمتوقع				
غير دالة إحصائياً	.564	,333 <sup>a</sup>	1	2,5	37,5	53,3	40	نعم
				-2,5	37,5	46,7	35	لا
				////		%100	75	الإجمالي

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (75) فرداً قد انقسمت إلى مجموعتين، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال بالبديل "نعم" وقد بلغ عددهم (40) فرداً بنسبة مئوية بلغت 53.3%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "لا" والبالغ عددهم (35) بنسبة مئوية قدرت بـ 46.7%، وللتأكد من دلالة هذه الفروق في التكرارات والنسب تم اللجوء إلى اختبار الدلالة الإحصائية (كا<sup>2</sup>) حيث نلاحظ من الجدول أعلاه أن قيمتها عند درجة الحرية (1) قدرت بـ 333<sup>a</sup>، وهي قيمة غير دالة إحصائياً، وبالتالي فإنه لا يوجد هناك فرق دال إحصائياً بين البديلين (نعم/لا)، بمعنى أن أفراد عينة الدراسة ينقسمون إلى مجموعتين مؤيد ومعارض لاستخدام بياناتهم الحقيقية، وذلك راجع لطبيعة ظروفهم وخصوصيتهم الشخصية.

المحور الثالث: ملامح الهوية التي يظهر بها المبحوثين عند استخدامهم للفيسبوك ومدى تطابقها مع تمثيلها لشخصياتهم الحقيقية.

6- عند نشر البيانات الشخصية على حسابك تستخدم:

-الاسم-م:

الاسم	التكرارات	النسبة المئوية
حقيقي	35	46,7
غير حقيقي	40	53,3
الإجمالي	75	100

نلاحظ من الجدول أعلاه ان إجابة أفراد العينة على السؤال : ملامح الهوية التي يظهر بها المبحوثين عند استخدامهم للفيسبوك ومدى تطابقها مع تمثيلها لشخصياتهم



(72) بنسبة مئوية قدرت بـ 96 %، وفي المرتبة الثانية استخدام الجنس الغير الحقيقي حيث بلغ عددهم (3) بنسبة مئوية قدرت بـ 4 %، ومنه نستنتج أن الطلبة يفضلون وضع الجنس الحقيقي.

- البلاد: \_\_\_\_\_ د:

النسبة المئوية	التكرارات	البلاد
93,3	70	حقيقي
6,7	5	غير حقيقي
100	75	الإجمالي

نلاحظ من الجدول أعلاه ان إجابة أفراد العينة على السؤال: ملامح الهوية التي يظهر بها المبحوثين عند استخدامهم للفيسبوك ومدى تطابقها مع تمثيلها لشخصياتهم الحقيقية. فبالنسبة للبلاد جاء في المرتبة الأولى استخدام البلاد حقيقي حيث بلغ عددهم (70) بنسبة مئوية قدرت بـ 93.3 %، وفي المرتبة الثانية استخدام البلاد الغير الحقيقي حيث بلغ عددهم (5) بنسبة مئوية بـ 6.7 %، نستنتج أن معظم المبحوثين يفضلون ذكر البلاد الحقيقي

- الصورة:

النسبة المئوية	التكرارات	الاسم
25,3	19	حقيقي
74,7	56	غير حقيقي
100	75	الإجمالي

نلاحظ من الجدول أعلاه ان إجابة افراد العينة على السؤال: ملامح الهوية التي يظهر بها المبحوثين عند استخدامهم للفيسبوك ومدى تطابقها مع تمثيلها لشخصياتهم الحقيقية. فبالنسبة للصورة جاء في المرتبة الأولى استخدام الصورة حقيقي حيث بلغ عددهم (19) بنسبة مئوية قدرت بـ 25.3 %، وفي المرتبة الثانية استخدام الصورة

الغير الحقيقي حيث بلغ عددهم (56) بنسبة مئوية قدرت بـ 74.7 %، منه نستنتج أن معظم أفراد العينة يفضلون وضع صورة غير حقيقية حفاظا على الخصوصية .

7- هل ترى أن الهوية الافتراضية التي يظهر بها المستخدمين تعكس هويتهم الحقيقية؟ بعد المعالجة الإحصائية تم التوصل إلى النتيجة الموضحة في الجدول التالي:

الجدول رقم (13) يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (7)

القرار	مستوى الدلالة	K <sup>2</sup> قيمة	درجة الحرية	الفرق بين التكرار المشاهد والمتوقع	التكرار المتوقع	النسبة %	التكرار المشاهد	بدائل الإجابة
دال احصائي 0.001	,000	29,360 <sup>a</sup>	2	-13,0	25,0	16,0	12	نعم
				22,0	25,0	62,7	47	أحيانا
				-9,0	25,0	21,3	16	لا
				////		100%	75	الإجمالي

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (75) فرداً قد انقسمت إلى ثلاث مجموعات، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال بالبديل "نعم" وقد بلغ عددهم (12) فرداً بنسبة مئوية بلغت 16%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "أحيانا" والبالغ عددهم (47) بنسبة مئوية قدرت بـ 62.7%، أما المجموعة الثالثة فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "لا" والبالغ عددهم (16) بنسبة مئوية قدرت بـ 21.3%، وللتأكد من دلالة هذه الفروق في التكرارات والنسب تم اللجوء إلى اختبار الدلالة الإحصائية (ك<sup>2</sup>) حيث نلاحظ من الجدول أعلاه أن قيمتها عند درجة الحرية (2) قدرت بـ 29,360<sup>a</sup> وهي قيمة دالة إحصائية، وبالتالي فإن هناك فرق دال إحصائياً بين البدائل الثلاثة (نعم/ أحيانا /لا) لصالح المجموعة الثانية الأعلى تكرار (أحيانا)، ونسبة التأكد من هذه النتيجة هو 99% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 1%.

بمعنى أن أفراد عينة الدراسة يرون أن الهوية الافتراضية التي يظهرون بها المستخدمين أحيانا ما تعكس هويتهم الحقيقية ، وذلك نتيجة لوجود تقارب بين الهوية الحقيقية والافتراضية يتجلى ذلك في المنشورات اليومية على الصفحة .

8- هل ترى أن استخدام الهوية الافتراضية المستعارة أكثر جرأة وتحررا عن هويتك الحقيقية؟ وبعد المعالجة الإحصائية تم التوصل إلى النتيجة الموضحة في الجدول التالي:

الجدول رقم (14) يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (8)

بدائل الإجابة	التكرار المشاهد	النسبة المئوية	التكرار المتوقع	الفرق بين التكرار المشاهد والمتوقع	درجة الحرية	K <sup>2</sup> قيمة	مستوى الدلالة	القرار
نعم	49	65,3	37,5	11,5	1	7,053 <sup>a</sup>	,008	دال عند مستوى 0.01
لا	26	34,7	37,5	-11,5				
الإجمالي	75	%100	//////					

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً ( 75 ) فرداً قد انقسمت إلى مجموعتين، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال بالبديل "نعم" وقد بلغ عددهم (49) فرداً بنسبة مئوية بلغت 65.3%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "لا" والبالغ عددهم (26) بنسبة مئوية قدرت بـ 34.7 %، وللتأكد من دلالة هذه الفروق في التكرارات والنسب تم اللجوء إلى اختبار الدلالة الإحصائية (كا<sup>2</sup>) حيث نلاحظ من الجدول أعلاه أن قيمتها عند درجة الحرية (1) قدرت بـ 7,053<sup>a</sup> وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة ألفا (α=0.01)، وبالتالي فإن هناك فرق دال إحصائياً بين البديلين (نعم/ لا) لصالح المجموعة الأولى الأعلى تكرار (نعم)، ونسبة التأكد من هذه النتيجة هو 99% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 1%.

بمعنى أن أغلبية أفراد عينة الدراسة يروون أن استخدام الهوية الافتراضية المستعارة أكثر جرأة وتحرراً عن هويتهم الحقيقية، وذلك نتيجة شعور المبحوثين بالراحة والحرية والجرأة في النشر أكثر من الهوية الحقيقية.

9- هل يرتبط تجديد صورتك في البروفایل بحالة مزاجك في كل مرة؟. وبعد المعالجة الإحصائية تم التوصل إلى النتيجة الموضحة في الجدول التالي:

الجدول رقم (15) يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (9)

القرار	مستوى الدلالة	K <sup>2</sup> قيمة	درجة الحرية	الفرق بين التكرار المشاهد والمتوقع	التكرار المتوقع	النسبة المئوية	التكرار المشاهد	بدائل الإجابة
دال عند مستوى 0.01	.004	8,333 <sup>a</sup>	1	12,5	37,5	66,7	50	نعم
				-12,5	37,5	33,3	25	لا
				////		%100	75	الإجمالي

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً ( 75 ) فرداً قد انقسمت إلى مجموعتين، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال بالبديل "نعم" وقد بلغ عددهم (50) فرداً بنسبة مئوية بلغت 66.7%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "لا" والبالغ عددهم ( 25 ) بنسبة مئوية قدرت بـ 33.3 %، وللتأكد من دلالة هذه الفروق في التكرارات والنسب تم اللجوء إلى اختبار الدلالة الإحصائية (ك<sup>2</sup>) حيث نلاحظ من الجدول أعلاه أن قيمتها عند درجة الحرية (1) قدرت بـ 8,333<sup>a</sup> وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة ألفا (α=0.01)، وبالتالي فإن هناك فرق دال إحصائياً بين البديلين (نعم/ لا) لصالح المجموعة الأولى الأعلى تكرار (نعم)، ونسبة التأكد من هذه النتيجة هو 99% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 1%.

بمعنى أن أغلبية أفراد عينة الدراسة يؤكدون على أن تجديد صورتهم في البروفایل يرتبط بحالة مزاجهم في كل مرة، وذلك للتعبير عن حالتهم المزاجية .

المحور الرابع: أسباب لجوء بعض المبحوثين لاستخدام هويات مستعارة أخرى غير هوياتهم الحقيقية عند استخدامهم للفيسبوك

10- تستخدم اسم مستعار لتقمص شخصية غير شخصيتك الحقيقية في الفيسبوك؟. بعد المعالجة الإحصائية تم التوصل إلى النتيجة الموضحة في الجدول التالي:

الجدول رقم (16) يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (10)

القرار	مستوى الدلالة	K <sup>2</sup> قيمة	درجة الحرية	الفرق بين التكرار المتوقع والمشاهد	التكرار المتوقع	النسبة %	التكرار المشاهد	بدائل الإجابة
دال إحصائي عند 0.01	000،	40,560 <sup>a</sup>	2	-13,0	25,0	16,0	12	نعم
				-13,0	25,0	16,0	12	أحيانا
				26,0	25,0	68,0	51	لا
				////		100%	75	الإجمالي

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (75) فرداً قد انقسمت إلى ثلاث مجموعات، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال بالبديل "نعم" وقد بلغ عددهم (12) فرداً بنسبة مئوية بلغت 16%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل " أحيانا " والبالغ عددهم (12) بنسبة مئوية قدرت بـ 16%، أما المجموعة الثالثة فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "لا" والبالغ عددهم (51) بنسبة مئوية قدرت بـ 68%، وللتأكد من دلالة هذه الفروق في التكرارات والنسب تم اللجوء إلى اختبار الدلالة الإحصائية (كا<sup>2</sup>) حيث نلاحظ من الجدول أعلاه أن قيمتها عند درجة الحرية (2) قدرت بـ 40,560<sup>a</sup> وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة ألفا (α=0.01)، وبالتالي فإن هناك فرق دال إحصائياً بين البديلين (نعم/ أحيانا /لا) لصالح المجموعة الثالثة الأعلى تكرار (لا)، ونسبة التأكد من هذه النتيجة هو 99% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 1%

بمعنى أن أغلبية أفراد عينة الدراسة ينفون استخدام اسم مستعار لتقمص شخصية غير شخصيتك الحقيقية في الفيسبوك، وذلك يرجع إلى عدة أسباب منها عدم خوفهم من إظهار أسمائهم وسهولة الوصول إليهم.

11- هل لديك أكثر من هوية افتراضية على الفيسبوك لكي تجرب أكثر من هوية افتراضية واحد؟ وبعد المعالجة الإحصائية تم التوصل إلى النتيجة الموضحة في الجدول التالي:

الجدول رقم (17) يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (11)

القرار	مستوى الدلالة	K <sup>2</sup> قيمة	درجة الحرية	الفرق بين التكرار المشاهد والمتوقع	التكرار المتوقع	النسبة المئوية	التكرار المشاهد	بدائل الإجابة
دال عند مستوى 0.01	,000	52,920 <sup>a</sup>	1	-31,5	37,5	8,0	6	نعم
				31,5	37,5	92,0	69	لا
				/////		%100	75	الإجمالي

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً ( 75 ) فرداً قد انقسمت إلى مجموعتين، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال بالبديل "نعم" وقد بلغ عددهم (6) فرداً بنسبة مئوية بلغت 8%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "لا" والبالغ عددهم ( 69 ) بنسبة مئوية قدرت بـ 92%، وللتأكد من دلالة هذه الفروق في التكرارات والنسب تم اللجوء إلى اختبار الدلالة الإحصائية (كا<sup>2</sup>) حيث نلاحظ من الجدول أعلاه أن قيمتها عند درجة الحرية (1) قدرت بـ 52,920<sup>a</sup> وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة ألفا (α=0.01)، وبالتالي فإن هناك فرق دال إحصائياً بين البديلين (نعم/ لا) لصالح المجموعة الثانية الأعلى تكرار (لا)، ونسبة التأكد من هذه النتيجة هو 99% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 1%.

بمعنى أن أغلبية أفراد عينة الدراسة يؤكدون بأنه ليس لديهم أكثر من هوية افتراضية على الفيسبوك لكي يجربوا أكثر من هوية افتراضية واحدة، وذلك لاكتفائهم لامتلاك أو استخدام هوية افتراضية واحدة .

12- هل اخترت هويتك الافتراضية بمواصفات تكمل ما ينقص في هويتك الحقيقية على الفيسبوك؟ بعد المعالجة الإحصائية تم التوصل إلى النتيجة الموضحة في الجدول التالي:

الجدول رقم (18) يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (12)

القرار	مستوى الدلالة	K <sup>2</sup> قيمة	درجة الحرية	الفرق بين التكرار المشاهد والمتوقع	التكرار المتوقع	النسبة %	التكرار المشاهد	بدائل الإجابة
دال إحصائيا 0.01	,000	48,320 <sup>a</sup>	2	-18,0	25,0	9,3	7	نعم
				28,0	25,0	70,7	53	لا
				-10,0	25,0	20,0	15	نوعا ما
				////		%100	75	الإجمالي

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (75) فرداً قد انقسمت إلى ثلاث مجموعات، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال بالبديل "نعم" وقد بلغ عددهم (7) فرداً بنسبة مئوية بلغت 9.3%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "لا" والبالغ عددهم (53) بنسبة مئوية قدرت بـ 70.7%، أما المجموعة الثالثة فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "نوعاً ما" والبالغ عددهم (15) بنسبة مئوية قدرت بـ 20%، وللتأكد من دلالة هذه الفروق في التكرارات والنسب تم اللجوء إلى اختبار الدلالة الإحصائية (كا<sup>2</sup>) حيث نلاحظ من الجدول أعلاه أن قيمتها عند درجة الحرية (2) قدرت بـ 48,320<sup>a</sup> وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة ألفا (α=0.01)، وبالتالي يوجد هناك فرق دال إحصائياً بين البدائل الثلاث، لصالح البديل

الأكبر تكرار المجموعة الثانية ( لا ) ونسبة التأكد من هذه النتيجة هو 99% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 1%.

بمعنى أن أغلبية أفراد عينة الدراسة ينفون اختيارهم لهويتهم الافتراضية بمواصفات تكمل ما ينقص في هويتهم الحقيقية على الفيسبوك ، وذلك نتيجة لاقتناعهم بواقعهم المعاش واختيارهم لهوية افتراضية راجع لأسباب شخصية.

13- هل تكون أكثر راحة في المجموعات الافتراضية عن المجتمع الحقيقي على الفيسبوك؟ بعد المعالجة الإحصائية تم التوصل إلى النتيجة الموضحة في الجدول التالي:

الجدول رقم (19) يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (13)

بدائل الإجابة	التكرار المشاهد	النسبة %	التكرار المتوقع	الفرق بين التكرار المشاهد والمتوقع	درجة الحرية	K <sup>2</sup> قيمة	مستوى الدلالة	القرار
نعم	17	22,7	25,0	-8,0	2	5,120 <sup>a</sup>	,077	غير دال إحصائياً
لا	25	33,3	25,0	0,0				
نوعاً ما	33	44,0	25,0	8,0				
الإجمالي	75	100%	//////					

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (75) فرداً قد انقسمت إلى ثلاث مجموعات، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال بالبديل "نعم" وقد بلغ عددهم (17) فرداً بنسبة مئوية بلغت 22.7%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "لا" والبالغ عددهم (25) بنسبة مئوية قدرت بـ 33.3%، أما المجموعة الثالثة فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "نوعاً ما" والبالغ عددهم (33) بنسبة مئوية قدرت بـ 44 %، وللتأكد من دلالة هذه الفروق في التكرارات والنسب تم اللجوء إلى اختبار الدلالة الإحصائية (كا<sup>2</sup>) حيث نلاحظ من الجدول أعلاه أن قيمتها عند درجة الحرية (2) قدرت بـ 5,120<sup>a</sup> وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة ألفا (α=0.01)، وبالتالي فإنه لا يوجد هناك فرق دال إحصائياً بين البدائل الثلاث..

بمعنى أن أفراد عينة الدراسة ينقسمون الى ثلاث مجموعات المجموعة الاولى تكون أكثر راحة في المجموعات الافتراضية عن المجتمع على الفيسبوك والمجموعة الثانية ترى بأنها لا ترتاح في المجموعات الافتراضية والمجموعة الثالثة ترى ان هناك نوعا ما من الراحة في المجموعات الافتراضية، وذلك نتيجة لأن كل فئة لها أسباب ودوافع تجعلها إما أكثر راحة في المجموعات الافتراضية أو لا ترتاح في هذه المجموعات أو تشعر بالراحة نوعا ما ، وحسب طبيعة العلاقات التي يمتلكونها على الفيسبوك.

14- هل تحس بالانتماء إلى المجموعة الافتراضية التي تنتمي إليها أكثر من المجتمع الحقيقي؟ بعد المعالجة الإحصائية تم التوصل إلى النتيجة الموضحة في الجدول التالي:

الجدول رقم (20) يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (14)

بدائل الإجابة	التكرار المشاهد	النسبة %	التكرار المتوقع	الفرق بين التكرار المشاهد والمتوقع	درجة الحرية	K <sup>2</sup> قيمة	مستوى الدلالة	القرار
نعم	15	20,0	25,0	-10,0	2	12,480 <sup>a</sup>	,002	دال احصائيا عند 0.01
لا	39	52,0	25,0	14,0				
نوعا ما	21	28,0	25,0	-4,0				
الإجمالي	75	%100		////				

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (75) فرداً قد انقسمت إلى ثلاث مجموعات، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال بالبديل "نعم" وقد بلغ عددهم (15) فرداً بنسبة مئوية بلغت 20%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبديل "لا" والبالغ عددهم (39) بنسبة مئوية قدرت بـ 52%، أما المجموعة الثالثة فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبديل "نوعا ما" والبالغ عددهم (21) بنسبة مئوية قدرت بـ 28%، وللتأكد من دلالة هذه الفروق في التكرارات والنسب تم اللجوء إلى اختبار الدلالة الإحصائية (كا<sup>2</sup>) حيث نلاحظ من الجدول أعلاه أن قيمتها

عند درجة الحرية (2) قدرت بـ  $12,480^a$  وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة ألفا ( $\alpha=0.01$ )، وبالتالي يوجد هناك فرق دال إحصائياً بين البدائل الثلاث، لصالح البديل الأكبر تكرار للبديل (لا) ، ونسبة التأكد من هذه النتيجة هو 99% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 1%.

بمعنى أن أغلبية أفراد عينة الدراسة يؤكدون على عدم إحساسهم بالانتماء إلى المجموعة الافتراضية التي ينتمون إليها أكثر من المجتمع الحقيقي، وذلك نتيجة إلى تمسكهم بالروابط الاجتماعية والمجتمع الذي ينتمون إليه ولا ننسى أن المجتمع الجزائري يفرض عليه ذلك.

15- هل تحس بالراحة في النشر على صفحتك الافتراضية أكثر من الحقيقية؟. وبعد المعالجة الإحصائية تم التوصل إلى النتيجة الموضحة في الجدول التالي:

الجدول رقم (21) يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (15)

القرار	مستوى الدلالة	K <sup>2</sup> قيمة	درجة الحرية	الفرق بين التكرار المشاهد والمتوقع	التكرار المتوقع	النسبة المئوية	التكرار المشاهد	بدائل الإجابة
دال عند مستوى 0.01	,008	7,053 <sup>a</sup>	1	11,5	37,5	65,3	49	نعم
				-11,5	37,5	34,7	26	لا
				////		%100	75	الإجمالي

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (75) فرداً قد انقسمت إلى مجموعتين، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال بالبديل "نعم" وقد بلغ عددهم (49) فرداً بنسبة مئوية بلغت 65.3%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "لا" والبالغ عددهم (26) بنسبة مئوية قدرت بـ 34.7%، وللتأكد من دلالة هذه الفروق في التكرارات والنسب تم اللجوء إلى اختبار الدلالة الإحصائية (كا<sup>2</sup>) حيث نلاحظ من الجدول أعلاه أن قيمتها عند درجة الحرية (1) قدرت بـ  $7,053^a$  وهي قيمة دالة

إحصائياً عند مستوى الدلالة ألفا ( $\alpha=0.01$ )، وبالتالي فإن هناك فرق دال إحصائياً بين البديلين (نعم/ لا) لصالح المجموعة الأولى الأعلى تكرر (نعم)، ونسبة التأكد من هذه النتيجة هو 99% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 1%.

بمعنى أن أغلبية أفراد عينة الدراسة ينتابهم إحساس بالراحة في النشر على صفحاتهم الافتراضية أكثر من الحقيقية. وذلك نتيجة لعدم وجود رقابة والإحساس بالحرية أكثر في المجتمع الافتراضي عكس الواقع الذي يجعل الفرد مقيد .

هل لبعض العوامل دور في تحديد الهوية الافتراضية التي يظهر بها المبحوثين على الفيسبوك.

-السؤال رقم (7) هل ترى أن الهوية الافتراضية التي يظهر بها المستخدمين تعكس هويتهم الحقيقية؟ تبعا للجنس:

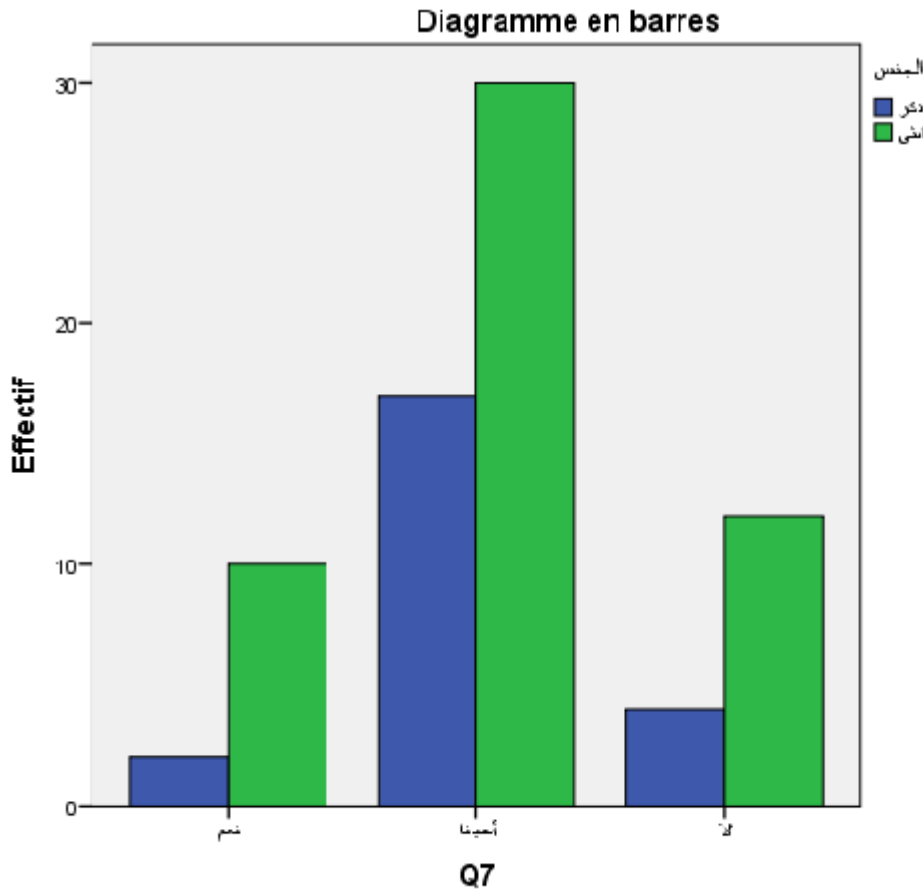
الجدول رقم (22) الفرق بين إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (7) تبعا للجنس

القرار	مستوى الدلالة	Chi-Square	درجة الحرية	التكرارات	الجنس		السؤال رقم (7) تبعا للجنس	
					أنثى	ذكر	نعم	أحيانا
غير دال إحصائياً	0,365	2,017a	2	12	10	2	نعم	74
				47	30	17	أحيانا	
				16	12	4	لا	
				75	52	23	الإجمالي	

من خلال الجدول أعلاه وبالنظر إلى إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم 7 والمتعلق بـ "هل ترى أن الهوية الافتراضية التي يظهر بها المستخدمين تعكس هويتهم الحقيقية؟" والتي جاءت حسب الترتيب التصاعدي، حيث جاء في المرتبة الأولى البديل (أحيانا) بـ 47 تكراراً، وفي المرتبة الثانية (لا) بـ 16 تكراراً، في حين حل في المرتبة الثالثة البديل (نعم) بـ 12 تكرارات، وبالرغم من هذا التفاوت الواضح في عدد التكرارات بالنسبة لبدائل هذا السؤال تبعا لمتغير الجنس إلا أن هناك تقارب واضح بين

إجابات الجنسين وهذا ما دلت عليه قيمة (كا<sup>2</sup>) والتي بلغت 2,017 وهي قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة الفا (0.05)، وهذا معناه أنه لا توجد فروق في إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم 7 تبعاً لمتغير الجنس، ونسبة التأكد من هذه النتيجة هي 95% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 5%.

منه نستنتج أن أغلب أفراد العينة عادة ما يرون أن الهوية الافتراضية التي يظهر بها المبحوثين تعكس هويتهم الحقيقية أحياناً بتكرار 47 ، بالإضافة إلى أنهم يرفضون الهوية الحقيقية، بالتالي هذا راجع إلى الخصوصية والنتيجة جاءت مشابهة لدراسة بايوسف مسعودة حيث أكدت أن الهوية الافتراضية غالباً ما تعكس هوية الأفراد الحقيقية، هذا ما يفسر تصريحهم ببياناتهم الشخصية حول السن، الجنس، والموصفات .



شكل رقم: يوضح استجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (7) تبعا لمتغير الجنس

السؤال رقم (7) هل ترى أن الهوية الافتراضية التي يظهر بها المستخدمون تعكس هويتهم الحقيقية؟ تبعا للسن:

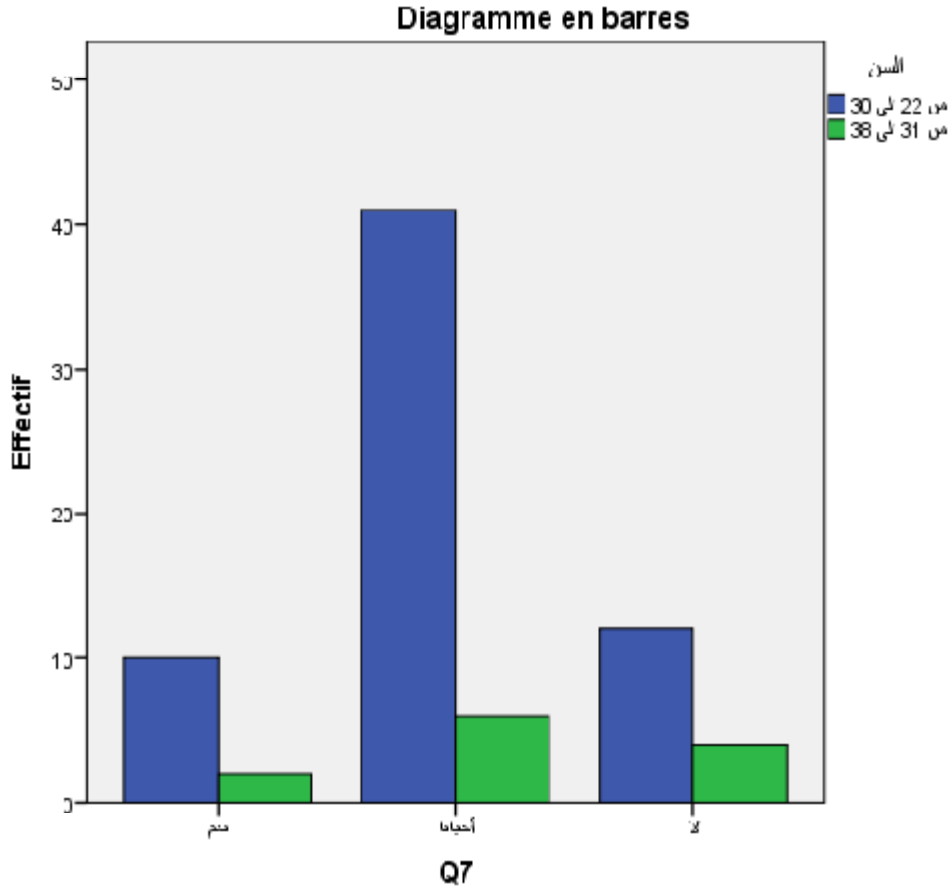
الجدول رقم (23) الفرق بين إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (7) تبعا للسن

القرار	مستوى الدلالة	Chi-Square	درجة الحرية	التكرارات	السن		السؤال رقم (7) تبعا للسن
					من 22 إلى 30	من 31 إلى 38	
غير دال إحصائيا	0,513	1,334 <sup>a</sup>	2	12	2	10	نعم
				47	6	41	أحيانا
				16	4	12	لا
				75	12	63	الإجمالي

من خلال الجدول أعلاه وبالنظر إلى إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم 7 والمتعلق بـ "هل ترى أن الهوية الافتراضية التي يظهر بها المستخدمون تعكس هويتهم الحقيقية؟" والتي جاءت حسب الترتيب التصاعدي، حيث جاء في المرتبة الأولى البديل (أحيانا) بـ 47 تكرارا، وفي المرتبة الثانية (لا) بـ 16 تكرارا، في حين حل في المرتبة الثالثة البديل (نعم) بـ 12 تكرارات، وبالرغم من هذا التفاوت الواضح في عدد التكرارات بالنسبة لبداية هذا السؤال تبعا لمتغير السن لصالح الفئة العمرية من (من 22 سنة إلى 30 سنة) إلا أن هناك تقارب واضح بين إجابات الفئتين العمريتين وهذا ما دلت عليه قيمة (كا<sup>2</sup>) والتي بلغت 1,334 وهي قيمة غير دالة إحصائيا عند مستوى الدلالة الفا (0.05)، وهذا معناه أنه لا توجد فروق في إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم

7 تبعا لمتغير السن، ونسبة التأكد من هذه النتيجة هي 95% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 5%.

ومنه نستنتج أن المبحوثين كلما كان سنهم اكبر كلما زاد ميلهم إلى إفشاء هويتهم الحقيقية أكثر من الهوية الافتراضية و الاستخدام الجدي للفيسبوك في إطار العمل.



شكل رقم (23): يوضح استجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (7) تبعا لمتغير السن

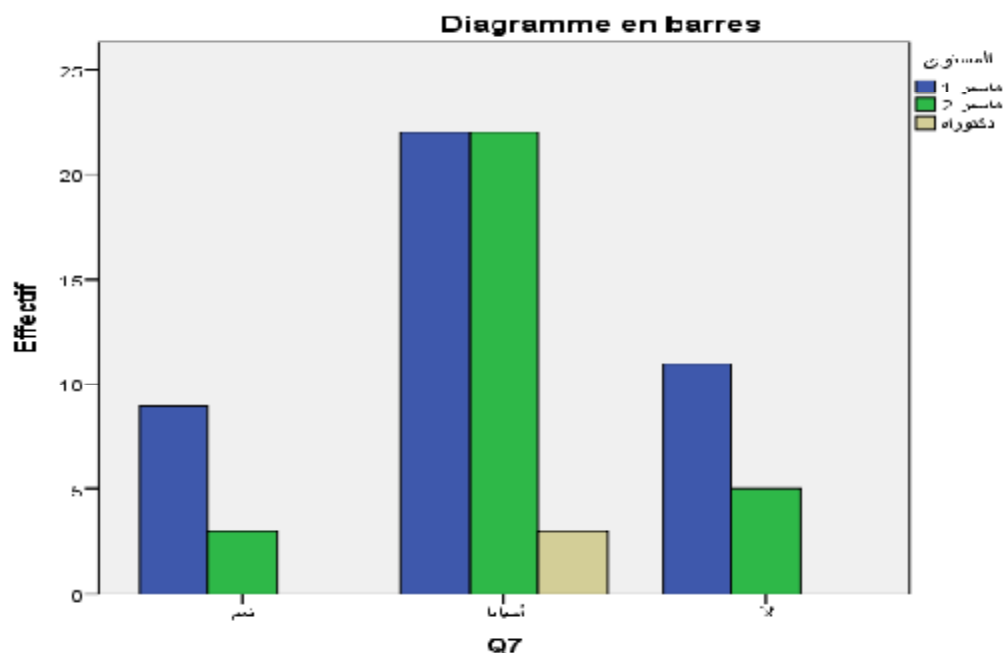
السؤال رقم (7) هل ترى أن الهوية الافتراضية التي يظهر بها المستخدمين تعكس هويتهم الحقيقية؟ تبعا للمستوى التعليمي:

الجدول رقم (24) الفرق بين إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (7) تبعا للمستوى التعليمي

القرار	مستوى الدلالة	Chi-Square	درجة الحرية	التكرارات	للمستوى التعليمي			السؤال رقم (7) تبعا للمستوى التعليمي	
					دكتوراه	ماستر 2	ماستر 1	نعم	لا
غير دال إحصائيا	0,365	4,312 <sup>a</sup>	4	12	0	3	9	نعم	73
				47	3	22	22	أحيانا	
				16	0	5	11	لا	
				75	3	30	42	الإجمالي	

من خلال الجدول أعلاه وبالنظر إلى إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم 7 والمتعلق بـ "هل ترى أن الهوية الافتراضية التي يظهر بها المستخدمين تعكس هويتهم الحقيقية؟" والتي جاءت حسب الترتيب التصاعدي، حيث جاء في المرتبة الأولى البديل (أحيانا) بـ 47 تكرارا، وفي المرتبة الثانية (لا) بـ 16 تكرارا، في حين حل في المرتبة الثالثة البديل (نعم) بـ 12 تكرارات، وبالرغم من هذا التفاوت الواضح في عدد التكرارات بالنسبة لبداية هذا السؤال تبعا لمتغير المستوى التعليمي و لصالح المستويين (ماستر 1 وماستر 2) إلا أن هناك تقارب واضح بين إجابات المستويات التعليمية الثلاث وهذا ما دلت عليه قيمة (كا<sup>2</sup>) والتي بلغت 4,312 وهي قيمة غير دالة إحصائيا عند مستوى الدلالة الفا (0.05)، وهذا معناه أنه لا توجد فروق في إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم 7 تبعا لمتغير المستوى التعليمي، ونسبة التأكد من هذه النتيجة هي 95% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 5%.

ومنه نستنتج إن كلما كان المبحوثين ذو مستوى تعليمي عالي كلما زاد ميلهم إلى إظهار هويتهم الحقيقية أكثر من هويتهم الحقيقية، وذلك يظهر من خلال نشر بياناتهم الشخصية و منشوراتهم اليومية



شكل رقم (24): يوضح استجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (7) تبعا لمتغير المستوى التعليمي

السؤال رقم (8) هل ترى أن استخدام الهوية الافتراضية المستعارة أكثر جرأة وتحرا عن هويتك الحقيقية؟ تبعا للجنس:

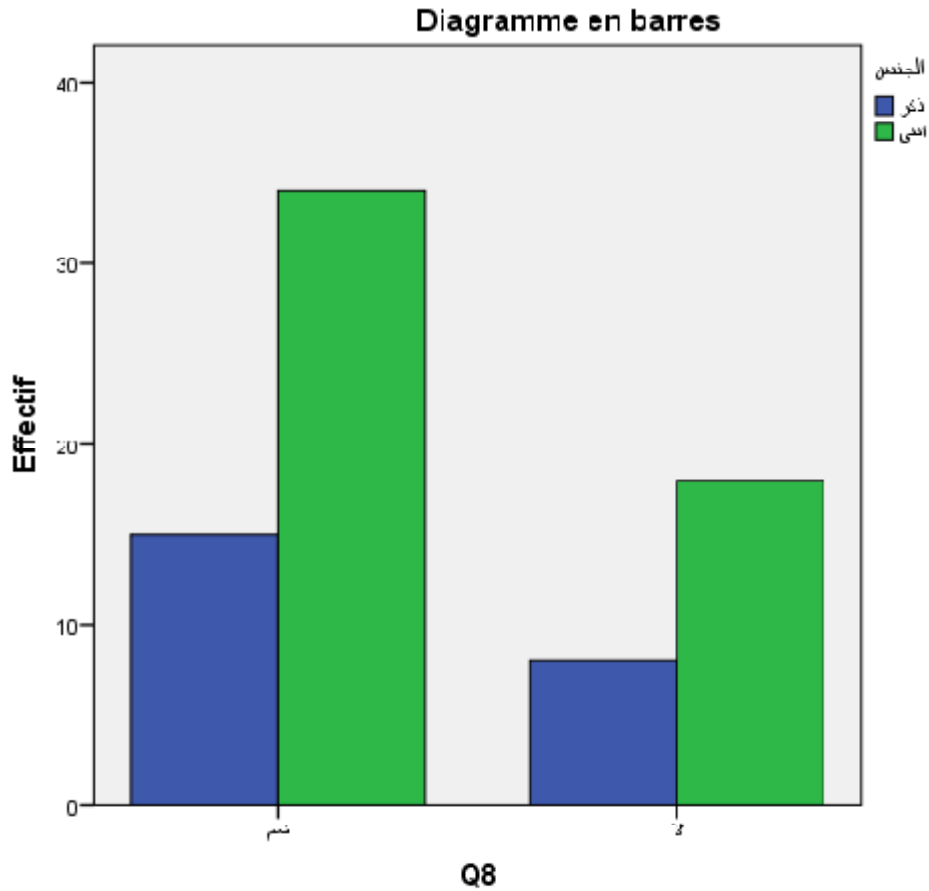
الجدول رقم (25) الفرق بين إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (8) تبعا للجنس

القرار	مستوى الدلالة	Chi-Square	درجة الحرية	التكرارات	الجنس		السؤال رقم (8) تبعا للجنس	
					أنثى	ذكر	نعم	لا
غير دل إحصائيا	0,998	,000 <sup>a</sup>	1	49	34	15	نعم	∞ ٤
				26	18	8	لا	
				75	52	23	الإجمالي	

من خلال الجدول أعلاه وبالنظر إلى إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم 8 والمتعلق بـ "هل ترى أن استخدام الهوية الافتراضية المستعارة أكثر جرأة وتحرا عن هويتك الحقيقية؟" والتي جاءت حسب الترتيب التصاعدي، حيث جاء في المرتبة الأولى البديل (نعم) بـ 49 تكرارا، وفي المرتبة الثانية (لا) بـ 26 تكرارا، وبالرغم من

هذا التفاوت الواضح في عدد التكرارات بالنسبة لبدائل هذا السؤال تبعا لمتغير الجنس ولصالح الإناث إلا أن هناك تقارب واضح بين إجابات الجنسين وهذا ما دلت عليه قيمة (كا<sup>2</sup>) والتي بلغت 0,000 وهي قيمة غير دالة إحصائيا عند مستوى الدلالة الفا (0.05)، وهذا معناه أنه لا توجد فروق في إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم 8 تبعا لمتغير الجنس، ونسبة التأكد من هذه النتيجة هي 95% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 5%.

هذا ما يدل على أن الإناث هي الفئة الأكثر استخداما للهوية الافتراضية باعتبارها الوسيلة الوحيدة التي يتم من خلالها التعبير بحرية وجرأة عن الهوية الحقيقية، وهذا راجع إلى كون الأنثى مقيدة بالمجتمع الذي تنتمي إليه وتخضع لعاداته وتقاليدته إذ لا يمكنها التعبير بحرية وجرأة، عكس الذكور الذين يتمتعون بحرية وجرأة أكثر.



شكل رقم (25): يوضح استجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (8) تبعا لمتغير الجنس

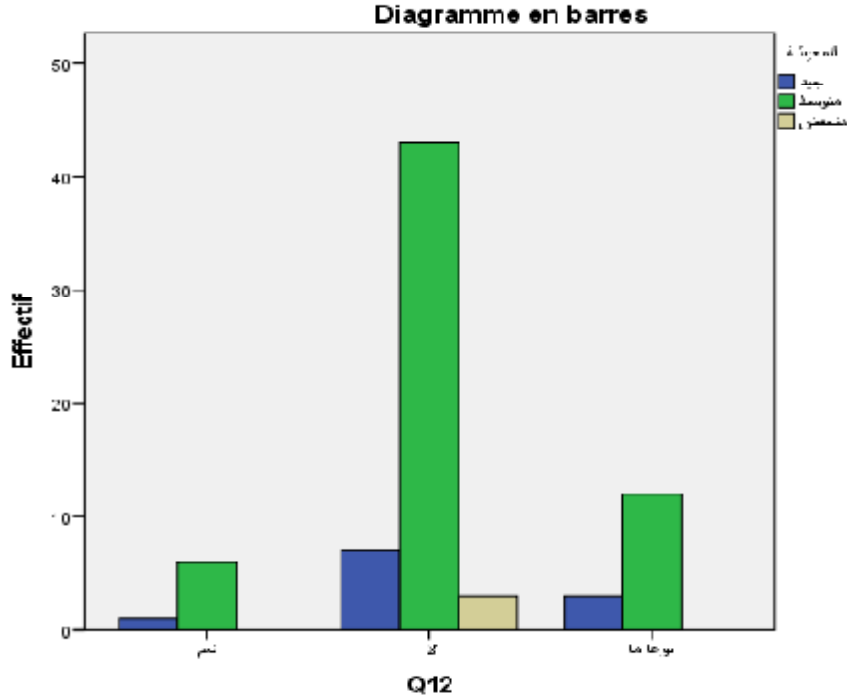
السؤال رقم (12) هل اخترت هويتك الافتراضية بمواصفات تكمل ما ينقص في هويتك الحقيقية على الفيسبوك؟ تبعا لمستوى المعيشة

الجدول رقم (26) الفرق بين إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (12) تبعا لمستوى المعيشة

القرار	مستوى الدلالة	Chi-Square	درجة الحرية	التكرارات	للمستوى المعيشي			السؤال رقم (12) تبعا لمستوى المعيشة	
					منخفض	متوسط	جيد	نعم	لا
غير دال إحصائيا	0,803	1,634 <sup>a</sup>	4	7	0	6	1	نعم	12 <sup>ص</sup>
				53	3	43	7	لا	
				15	0	12	3	نوعا ما	
				75	3	61	11	الإجمالي	

من خلال الجدول أعلاه وبالنظر إلى إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم 12 والمتعلق بـ " هل اخترت هويتك الافتراضية بمواصفات تكمل ما ينقص في هويتك الحقيقية على الفيسبوك؟ " والتي جاءت حسب الترتيب التصاعدي، حيث جاء في المرتبة الأولى البديل (لا) بـ 53 تكرارا، وفي المرتبة الثانية (نوعا ما) بـ 15 تكرارا، في حين حل في المرتبة الثالثة البديل (نعم) بـ 7 تكرارات، وبالرغم من هذا التفاوت الواضح في عدد التكرارات بالنسبة لبدائل هذا السؤال تبعا لمتغير المستوى المعيشي ولصالح المستوى المعيشي المتوسط إلا أن هناك تقارب واضح بين إجابات المستويات التعليمية الثلاث وهذا ما دلت عليه قيمة (كا<sup>2</sup>) والتي بلغت 1,163 وهي قيمة غير دالة إحصائيا عند مستوى الدلالة الفا (0.05)، وهذا معناه أنه لا توجد فروق في إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم 12 تبعا لمتغير المستوى المعيشي، ونسبة التأكد من هذه النتيجة هي 95% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 5%، وهذا يدل على استخدام الهوية الافتراضية

ليس لغرض تكملة ما ينقص في الهوية الحقيقية وإنما قد تكون لأغراض أخرى منها التسلية، إضاعة الوقت، كما هو موضح في الشكل التالي:



شكل رقم (26): يوضح استجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (12) تبعا لمتغير لمستوى المعيشة

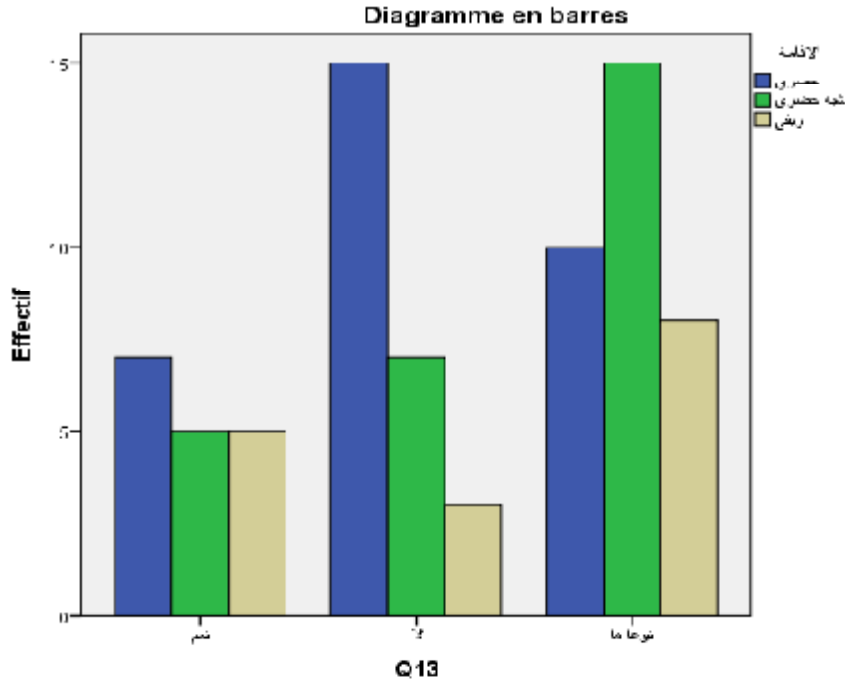
السؤال رقم (13): هل تكون أكثر راحة في المجموعات الافتراضية عن المجتمع الحقيقي في الفيسبوك؟ تبعا لمحل الإقامة:

الجدول رقم (27) الفرق بين إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (13) تبعا مكان الإقامة

القرار	مستوى الدلالة	Chi-Square	درجة الحرية	التكرارات	مكان الإقامة			السؤال رقم (13) تبعا لمحل الإقامة	
					ريفي	شبه حضري	حضري	نعم	لا
غير دال إحصائيا	0,192	6,092 <sup>a</sup>	4	17	5	5	7	نعم	13س
				25	3	7	15	لا	
				33	8	15	10	نوعا ما	
				75	16	27	32	الإجمالي	

من خلال الجدول أعلاه وبالنظر إلى إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم 13 والمتعلق بـ: "هل تكون أكثر راحة في المجموعات الافتراضية عن المجتمع الحقيقي على الفيسبوك؟" والتي جاءت حسب الترتيب التصاعدي، حيث جاء في المرتبة الأولى البديل (نوعا ما) بـ 33 تكرارا، وفي المرتبة الثانية (لا) بـ 25 تكرارا، في حين حل في المرتبة الثالثة البديل (نعم) بـ 17 تكرارات، وبالرغم من هذا التفاوت الواضح في عدد التكرارات بالنسبة لبدائل هذا السؤال تبعا لمتغير مكان الإقامة ولصالح الشبه حضري إلا أن هناك تقارب واضح بين إجابات المجموعات الثلاث وهذا ما دلت عليه قيمة (كا<sup>2</sup>) والتي بلغت 6,092 وهي قيمة غير دالة إحصائيا عند مستوى الدلالة الفا (0.05)، وهذا معناه أنه لا توجد فروق في إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم 13 تبعا لمتغير لمكان الإقامة، ونسبة التأكد من هذه النتيجة هي 95% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 5%.

حيث نجد أن المبحوثين رغم اختلاف أماكن إقامتهم إلا أن هناك تقارب من حيث استخدامهم وراحتهم في المجموعات الافتراضية، حيث اقل نسبة تترتاح في المجتمعات الافتراضية هم سكان الأرياف وهذا راجع إلى قوة العلاقات الأسرية والروابط الاجتماعية.



شكل رقم(27): يوضح استجابات افراد عينة الدراسة على السؤال رقم (13) تبعا لمتغير مكان الإقامة  
2- النتائج العامة:

توصلت دراستنا إلى العديد من النتائج أهمها:

1-توصلت الدراسة إلى أن الطلبة المشتركين في مواقع الفيسبوك من أكثر من سنتين بنسبة 70 % كما هو موضح في الجدول رقم (8) .

2-كشفت الدراسة إلى أن المبحوثين يتصفون حسابهم كلما أتاحت الفرصة إلى ذلك بنسبة 64 % كما هو موضح في الجدول رقم (9)

3-أظهرت الدراسة ان المبحوثين الذين يستخدمون بياناتهم الحقيقية بنسبة 53.3 % أجابوا بنعم وهذا ما يوضحه الجدول رقم (12).

4-توصلت الدراسة إلى أن المبحوثين لا يفشون أسمائهم الحقيقية بنسبة 53.3 % .

5- بينت الدراسة إلى أن الهوية الافتراضية التي يظهر بها المستخدمون تعكس هويتهم الحقيقية بنسبة 63.7% كما هو موضح في الجدول رقم (13).

- 6- كشفت الدراسة بأن المبحوثين يجددون صورهم مرتبطة بحالة مزاجهم كل مرة بنسبة 66.7% هذا ما هو موضح في الجدول رقم (15).
- 7- توصلت الدراسة إلى أن اختيار المبحوثين لهوية افتراضية تكمل ما ينقص في هويتهم الحقيقية على الفيسبوك بنسبة 70.7% هذا ما هو موضح في الجدول رقم (18).
- 8- بينت الدراسة أن أغلبية أفراد العينة يؤكدون على عدم إحساسهم بالانتماء إلى المجتمع الافتراضي الذي ينتمون إليه أكثر من المجتمع الحقيقي بنسبة 52% الذين أجابوا بـ "لا" هذا ما هو موضح في الجدول رقم (20).

## التوصيات:

من نتائج الدراسة يلاحظ أن هناك إقبال متزايد على مواقع التواصل الاجتماعي أغلبها الفيسبوك لهذا لا بد من محاولة التعرف على دوافع استخدام هذا الأخير لزيادة قدرة الباحثين على التوجيه الصحيح لهذه الفئة من الطلبة وتوعيتهم بمخاطرها وكيفية التمييز بين المعلومات الصحيحة والخاطئة.

- العمل على التوعية المستمرة عن طريق تقديم معلومات دقيقة وكافية تنمي الوعي لدى الطلبة .

-النظر لهذه الفئة (الطلبة) واعتبارهم جزء هام وفعال في المجتمع .

- إتاحة الفرص أمام الطلبة لإقامة علاقات اجتماعية، وذلك عن طريق تفعيل نشاطات وندوات.

- إقامة إعلانات توعوية وحملات تحسيسية في الأوساط الجامعية .

- إجراء دراسات أخرى تحاول التعرف على الأسباب الحقيقية وراء استخدام هذه المواقع ليتم توجيه الطلبة الى كيفية الاستفادة المثلى من هذه المواقع.

# خاتمة

## خاتمة :

نستنتج من خلال هذه الدراسة أن المبحوثين الذين يستخدمون موقع الفيسبوك شكلوا هوية افتراضية بديلة عن هويتهم الحقيقية ببعض من معلوماتهم الحقيقية لكن تبقى هويته على الشبكة محفوظة في أرشيف رقمي لدى الموقع الذي يتطلب العديد من المعطيات .

وقد جاءت نتائج الدراسة تثبت تقارب ملامح الهوية الافتراضية من ملامح الهوية الشخصية الحقيقية للأفراد ، كما تثبت الأثر الايجابي لها على تفاعل الأفراد وسلوكهم وبقاء ارتباطهم بالمجتمع الحقيقي ، مما يشجع على زيادة الاهتمام بالمجتمعات الافتراضية خاصة في ميادين التعليم و التوعية و التنمية الاجتماعية و الاقتصادية و الثقافية وغيرها .  
وفي ختام هذه الدراسة نتمنى أن نكون قد وفقنا في إعداد هذا الموضوع وتغطية الجوانب المتعلقة بطبيعة الهوية الافتراضية، وان تكون هذه الدراسة مرجعا للطلبة والباحثين في مجال الإعلام والاتصال .

# الملاحق

## الملاحق

الملحق رقم 01: استمارة الاستبيان



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية  
وزارة التعليم العالي و البحث العلمي  
جامعة محمد بوضياف بالمسيلة  
كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية  
قسم: علوم الإعلام والاتصال



استمارة استبيان

## الهوية الافتراضية عند مستخدمي الفيسبوك

دراسة ميدانية لعينة من طلبة الدراسات العليا قسم علوم الإعلام والاتصال بالمسيلة

رسالة مكملة لنيل شهادة ماستر في علوم الإعلام والاتصال  
تخصص: اتصال وعلاقات عامة

إشراف الدكتورة:

باية سيفون

إعداد الطلبة:

\* شرقي مرهم

\* يحياوي لامية

الرجاء الإجابة على أسئلة الاستمارة بالشطب على العبارة المناسبة بكل موضوعية، كما نؤكد على سرية إجاباتكم وأنها لا تستعمل إلا لأغراض علمية فقط وشكرا.

السنة الجامعية : 2017-2018

## الملاحق

### المحور الأول: البيانات الشخصية

1- الجنس : ذكر  أنثى

2- السن : .....

من 22 إلى 30 سنة

من 31 إلى 38 سنة

3- المستوى التعليمي:

ماستر 01

ماستر 02

دكتوراه

4- التخصص:

صحافة مكتوبة

سمعي بصري

اتصال وعلاقات عامة

اتصال

5- المستوى المعيشي:

جيد

متوسط

منخفض

6- الحالة الاجتماعية:

أعزب/عزباء

متزوج (ة)

7- محل الإقامة:

حضري

شبه حضري

ريفي

### المحور الثاني: عادات وأنماط استخدام المبحوثين للفيديوك

1- منذ متى وأنت مشترك في موقع الفيديوك؟.

منذ سنة

منذ سنتين

منذ أكثر من سنتين

## الملاحق

2- كم من مرة تتصفح فيها حسابك؟.

□ مرة في اليوم □ عدة مرات في اليوم □ كلما أتاحت الفرصة لذلك □

3- ما هو الوقت الذي تقضيه في استخدامك للفيسبوك؟.

□ أقل من ساعة □ من ساعة إلى ثلاث ساعات □ أكثر من ذلك □

4- هل تمتلك حساب فيسبوك واحد؟.

□ نعم □ لا □

- إذا كانت الإجابة بـ (لا) كم تمتلك من حساب؟ وما هي الأسباب التي دفعتك لفتح أكثر من حساب على الفيسبوك؟  
.....

5- هل تقوم باستخدام بياناتك الحقيقية؟.

□ نعم □ لا □

المحور الثالث: ملامح الهوية التي يظهر بها المبحوثين عند استخدامهم للفيسبوك ومدى تطابقها مع شخصياتهم الحقيقية.

6- عند نشر البيانات الشخصية على حسابك تستخدم:

- الاسم: \_\_\_\_\_ □ حقيقي □ غير حقيقي □

- السن: \_\_\_\_\_ □ حقيقي □ غير حقيقي □

- الجنس: حقيقي □ غير حقيقي □

- البلد: \_\_\_\_\_ □ حقيقي □ غير حقيقي □

- الصورة: حقيقي □ غير حقيقي □

7- هل ترى أن الهوية الافتراضية التي يظهر بها المستخدمون تعكس هويتهم الحقيقية؟

□ نعم □ أحيانا □ لا □

8- هل ترى أن استخدام الهوية الافتراضية المستعارة أكثر جرأة وتحررا عن هويتك الحقيقية؟.

□ نعم □ لا □

9- هل يرتبط تجديد صورتك في البروفايل بحالة مزاجك في كل مرة؟.

□ نعم □ لا □

المحور الرابع: أسباب لجوء بعض المبحوثين لاستخدام هويات مستعارة أخرى غير هوياتهم الحقيقية عند استخدامهم للفيسبوك

10- تستخدم اسم مستعار لنقمص شخصية غير شخصيتك الحقيقية في الفيسبوك؟.

□ نعم □ أحيانا □ لا □

## الملاحق

- 11- هل لديك أكثر من هوية افتراضية على الفيسبوك لكي تجرب أكثر من هوية افتراضية واحد؟.  
نعم  لا
- 12- هل اخترت هويتك الافتراضية بمواصفات تكمل ما ينقص في هويتك الحقيقية على الفيسبوك؟  
نعم  لا  نوعا ما
- 13- هل تكون أكثر راحة في المجموعات الافتراضية عن المجتمع الحقيقي على الفيسبوك؟.  
نعم  لا  نوعا ما
- 14- هل تحس بالانتماء إلى المجموعة الافتراضية التي تنتمي إليها أكثر من المجتمع الحقيقي؟.  
نعم  لا  نوعا ما
- 15- هل تحس بالراحة في النشر على صفحتك الافتراضية أكثر من الحقيقية؟.  
نعم  لا

## الملاحق

الملحق رقم 02: عدد طلبة الدراسات العليا علوم الإعلام والاتصال للموسم الجامعي  
2018/2017.

المجموع	سنة ثانية	سنة أولى	ماستر		
	5	10	ذكور	الصحافة	
	8	21	إناث	المطبوعة	
	13	31	المجموع	والإلكترونية	
	13	12	ذكور	السمعي البصري	
	18	30	إناث		
	31	42	المجموع		
	34	39	ذكور	اتصال وعلاقات عامة	
	78	85	إناث		
	112	124	المجموع		
			02	ذكور	دكتوراه تخصص اتصال
			01	إناث	
			03	المجموع	
356	156	200			

## الملاحق

الملحق رقم 03: نماذج بروفائلات مستخدمي الهوية المستعارة والحقيقيةة





## Ópřtimis Tíč Giřl

صديق مشترك واحد: اميرة بحجابي

هناك ذكريات جميلة... #تخطر في بالك فجأة ""وتجبرك على الابتسام  
مهما كان مزاجك سيئا!! 😊😊



رسالة



إضافة صديق

تدرس في **University Mohamed Boudiaf**

رؤية الآخرين الذين يدرسون هنا



تقييم في **M'Sila**

## الملاحق



## Jüste Më

صديق مشترك واحد: Mosaab Bibi

أضف سيرة ذاتية مؤقتة



رسالة



الأصدقاء

الأصدقاء

الصور

حول

الصور



## الملاحق



## سيد علي يحياوي

أضف سيرة ذاتية مؤقتة



رسالة



متابعة

يقيم في **Sidi Aïssa, Bouira, Algeria**

رؤية الآخرين الذين يقيمون هنا



في علاقة مفتوحة



## الملاحق



## Hadjazi Houssa

صديق مشترك واحد: Mosaab Bibi

أضف سيرة ذاتية مؤقتة



رسالة



إضافة صديق

Wilaya de Batna لدى mowadaf 

Batna لدى Teacher 

درس في ناس جامعة الحاج لخضر باتنة 

• Támimi hiġh Şchθöl • درس في 

الأصدقاء

الصور

حول



# قائمة المراجع

## قائمة المصادر والمراجع

### قائمة المراجع:

### أولاً: المعاجم:

(1) حجاب محمد منير، المعجم الإعلامي (القاهرة: دار الفجر، 2004).

### ثانياً: الكتب:

(1) ألبياتي ياس الخضير، الإعلام الجديد للدولة الافتراضية الجديدة (ط1؛ كلية الإعلام، الإمارات العربية المتحدة: 2014).

(2) بوحوش عمار، الذنيات محمد محمود، مناهج البحث العلمي وطرق إعداد البحوث (دط؛ ديوان المطبوعات الجامعية).

(3) خاطر مصطفى أحمد وآخرون، البحث الاجتماعي في محيط الخدمة الاجتماعية (د ط، مصر: المكتب الجامعي الحديث، 2001).

(4) رحومة محمد علي، علم الاجتماع الآلي (عالم المعرفة، 2008).

(5) شروخ صلاح الدين، منهجية البحث العلمي للجامعيين (دط؛ دار العلوم للنشر والتوزيع).

(6) شقرة علي خليل، الإعلام الجديد شبكات التواصل الاجتماعي (ط1؛ الأردن: دار أسامة للنشر والتوزيع، 2014).

(7) طرايبش ميرفت وسيد عبد العزيز، نظريات الاتصال (د ط؛ القاهرة: دار النهضة العربية).

(8) عبديش صونيا، الشباب الجزائري والفيس بوك بين فرص الاستخدام ومعضلة الإدمان، (طكسيج كوم للدراسات والنشر والتوزيع).

(9) عبيدات محمد وآخرون، منهجية البحث العلمي، القواعد، المراحل والتطبيقات (عمان: دار وائل، 1999).

(10) العدلي مرزوق عبد الحكم، الإعلانات الصحفية، دراسة في الاستخدامات والإشباع (ط1؛ القاهرة: دار الفجر، 2004).

## قائمة المصادر والمراجع

- 11) عقيل سين، فلسفة ومناهج البحث العلمي (د ط؛ مكتبة مدبولي، 1999).
- 12) عليان ربحي مصطفى وآخرون، أساليب البحث العلمي (عمان، دار الصفاء، 2008).
- 13) محمد بن مرسل، مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال (ط4؛ الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية، 2010).
- 14) محمد عبد الحميد، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية (ط1؛ مصر: عالم الكتب، 2004).

### ثالثا: الدراسات:

- 1) أبو عنزة محمد، إشكالية الهوية العربية بين الأطروحات القومية والإسلامية، دراسة منظور فكري (رسالة ماجستير منشورة، 2011).
- 2) بن محبوس كهينة، صورة الذات لمنتسبي مواقع التواصل الاجتماعي (مذكرة لنيل شهادة الماستر علوم الإعلام والاتصال، جامعة المسيلة، 2015).
- 3) بيوسف مسعودة، الهوية الافتراضية، الخصائص والأبعاد (دراسة استكشافية على عينة من المشتركين في المجتمعات، جامعة ورقلة).
- 4) حنان بنت شعشوع الشهري، أثر استخدام شبكات التواصل الإلكترونية على العلاقات الاجتماعية "الفيسوك وتويتر نموذجا" (رسالة ماجستير في علم الاجتماع، 2015).

### رابعا: الكتب بالأجنبية :

- 1) Maurice Angers, initiation pratique a la méthodologie des science humaine (Algérie :1997).
- 2) guirey Reymond et compn handt ,lucvan ,manuel de recherche en sciences sociales dunot (paris :1988).

### خامسا: المواقع الإلكترونية.

- 1) [www.almaany.com](http://www.almaany.com)
- 2) [www.asf.net/sno/sno4/tfind](http://www.asf.net/sno/sno4/tfind)

## ملخص الدراسة :

تناولنا في دراستنا هاته إشكالية الهوية الافتراضية عند مستخدمي الفيسبوك على عينة من طلبة الدراسات العليا تخصص علوم الإعلام واتصال جامعة المسيلة ، حيث تطرقنا من خلال هذه الدراسة إلى ملامح الهوية في الفضاء الافتراضي لدى مستخدمي الفيسبوك، بحيث يتعلق المحور الأول: بعبادات وأنماط استخدام الباحثين للفيسبوك .

**المحور الثاني:** بملامح الهوية التي يظهر بها الباحثين عند استخدامهم الفيسبوك ومدى تطابقها مع هويتهم الحقيقية.

**المحور الثالث:** أسباب لجوء بعض الباحثين لاستخدام هويات مستعارة أخرى غير هوياتهم الحقيقية عند استخدامهم الفيسبوك.

وأخيرا وبناء على هذه المعطيات توصلت نتائجنا إلى بروز هوية ثالثة تمزج بين الهوية الحقيقية والهوية الافتراضية للفرد عبر الفيسبوك مع توسع دائرة العلاقات الافتراضية بين المستخدمين انطلاقا من خصوصية وطبيعة ذلك الفضاء.

**الكلمات المفتاحية:** الهوية الافتراضية-الفيسبوك- مستخدمي الفيسبوك.

### **Résumé de l'étude:**

Dans notre étude, nous avons traité ces circonstances par défaut problématique identitaire chez les utilisateurs de Facebook à l'Université des étudiants Masila des médias spécialisés et de la communication, où nous avons eu affaire à travers cette étude, les caractéristiques de l'identité dans l'espace virtuel des utilisateurs de Facebook, par rapport au premier axe: les habitudes et les modes d'utilisation des répondants à Facebook.

Le deuxième axe: les caractéristiques de l'identité des répondants lorsqu'ils utilisent Facebook et leur compatibilité avec leur véritable identité.

Troisième axe: Raisons de recourir à certains répondants pour utiliser les identités d'alias autres que leurs véritables identités lors de l'utilisation de Facebook.

Enfin, sur la base de ces données, nos résultats ont révélé l'émergence d'une troisième identité qui allie l'identité réelle et l'identité virtuelle de l'individu via Facebook, avec l'élargissement du cercle de relations virtuelles entre utilisateurs basé sur la confidentialité et la nature de cet espace.

**Mots clés:** Identité virtuelle - Facebook - Utilisateurs de Facebook.

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ