

قسم اعلام واتصال
تخصص اتصال تنظيمي

مذكرة ماستر تحت عنوان

تأثير منصة التيك توك على هوية الطلبة في العصر الرقمي

دراسة ميدانية على طلبة ماستر2 تخصص: اتصال تنظيمي- جامعة تبسة

مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر L.M.D

إشراف الأستاذ(ة):
الأستاذ الدكتور: بن مهدي مرزوق

من إعداد الطلبة:

1. صافي حاتم
2. بوطورة باسم

أعضاء لجنة المناقشة:

الاسم واللقب	الرتبة العلمية	الصفة
بدر الدين مسعودي	أستاذ محاضر "أ"	رئيسا
مرزوق بن مهدي	أستاذ التعليم العالي	مشرفا ومقررا
وفاء قحفاز	أستاذ مساعد "ب"	عضوا ممتحنا

السنة الجامعية: 2023-2024

شكر وعرفان

الحمد لله والشكر لله والصلاة والسلام على رسول الله
أحمد الله الذي وفقنا لإتمام هذا العمل فله الحمد كما ينبغي
لجلال وجهه وعظيم سلطانه.

نتوجه بجزيل الشكر وأطيب الامتنان إلى من ساندنا في مشوارنا
الدراسي وكان لنا سندا ومرشدا وعلى رأسهم الاستاذ الدكتور
الذي كان نعم المشرف ونعم الأستاذ أدباً وطيبة وأخلاق الأستاذ
الدكتور: " بن مهدي مرزوق "

الذي أسأل الله أن يرفع مقامه كما رفع السماء ويتقبل منه
الصلاة والدعاء.

وكل استاذ ساهم في توجيهنا سوى في اطار تخصصنا او خارجه
كما لا يفوتني الذكران اشكر جميع أساتذة كلية العلوم
الانسانية والاجتماعية.

والشكر الموصول لأعضاء اللجنة الذين وافقوا على
مناقشة هذه المذكرة.

إهداء

الى من وقفت معي في السراء والضراء الى من سهرت الليالي و انفقت عليا النفيس والغالي
الى المرأة الشامخة المرأة العطف والحنان إلى القلب الرؤوف إلى الشعلة التي استمدت منها
طاقتي ، إلى التي لن أوفىها حقها مهما قلت فيها إلى من تدعمني ليلا ونهارا ب الدعاء إلى من
جعل الله الجنة تحت أقدامها. . أمي أمي... أمي الغالية "نوة" حفظها الله وأدامها بيننا
إلى من فرش لي الأرض وردا وزودني عبر الوقت جهدا إلى من لم يكن له في الوجود مثيل من
الدعم والسند إلى الذي صنع من شقائه لي سعادتي وأفنى أيام حياته من أجل أن يراني
أرتقي درجات المجد والكبرياء إلى من أضاء في دربي إلى الرجل الذي أعطى الكثير ولم يأخذ إلا
القليل، إلى أظهر روح وأسعى نفس على وجه الأرض إلى من علمني أن الحياة كفاح وأن
العلم وسيلة إلى مثلي الأعلى أبي الغالي "الهادي"
و إلى من كانوا عوننا وزادا لي في حياتي إلى من تجمعني بكم أصدق المشاعر وأحلى الذكريات
وبدونه تفقد الحياة معناها إخوتي الكرام "وائل، شهاب"
الي نور عيني ومقلة قلبي اختي "إشراق"
وإهداء خاص إلى كل زملائي في هذه الدفعة تخصص اتصال تنظيمي
إلى كل من ساندنا من قريب أو بعيد.

حاتم صافي

إهداء

أهدي ثمرة مجهودي

إلى الوالدين الكريمين اطال الله في عمرهما

إلى إخوتي وأخواتي

إلى كل الأهل والأصدقاء

إلى كل من ساندني من بعيد أو قريب

بوظرة باسم

فهرس المحتويات:

الصفحة	التعيين
/	شكر وعرفان
/	إهداء
/	فهرس المحتويات
/	قائمة الجداول
/	قائمة الأشكال
1	مقدمة
الفصل الأول: الإطار المنهجي للدراسة	
4	1- إشكالية الدراسة.
5	2- التساؤلات الفرعية
5	3- أهمية الدراسة
5	4- أهداف الدراسة
5	5- أسباب إختيار الموضوع
6	6- تحديد المصطلحات
8	7- المدخل النظري للدراسة
11	8- الدراسات السابقة
الفصل الثاني: الجانب النظري للدراسة	
17	المبحث الأول: شبكات التواصل الاجتماعي
17	المطلب الأول: مفهوم شبكات التواصل الاجتماعي :
19	المطلب الثاني: نشأة مواقع التواصل الاجتماعي :
21	المطلب الثالث: خصائص مواقع التواصل الاجتماعي :
23	المبحث الثاني: شبكات التواصل الاجتماعي خدماتها وأنواعها
23	المطلب الأول: الخدمات التي تقدمها الشبكات الاجتماعية:
24	المطلب الثاني: شبكات التواصل الاجتماعي المكان الافتراضي والزمن الميدياتيكي
25	المطلب الثالث: أنواع مواقع التواصل الاجتماعي :

35	المطلب الرابع: التيك توك
39	المبحث الثالث: الهوية الافتراضية
39	المطلب الأول: مفهوم الهوية الافتراضية ونشأتها
40	المطلب الثاني: أسس الهوية الافتراضية
41	المطلب الثالث: العوامل ونماذج تشكل الهوية الافتراضية
الفصل الثالث: الجانب التطبيقي للدراسة	
44	المبحث الأول: إجراءات الدراسة الميدانية
50	المبحث الثاني: عرض وتحليل ومناقشة نتائج الدراسة
50	المطلب الأول: عرض وتحليل نتائج الدراسة
82	المطلب الثاني: مناقشة نتائج الدراسة على ضوء التساؤلات الفرعية
84	المطلب الثالث: مناقشة النتائج على ضوء الدراسات السابقة
84	نتائج الدراسة
85	الاقتراحات
87	الخاتمة
90	قائمة المصادر والمراجع
//	الملاحق
//	الملخص

قائمة الجداول

الرقم	عنوان الجدول	الصفحة
1	الجنس	50
2	السن	51
3	منذ متى وأنت تستخدم منصة التيك توك.	52
4	عدد المرات التي تقضيها على منصة التيك توك	53
5	الفترة المفضلة لديك لتصفح التيك توك	54
6	البيانات المصرح بها على منصة التيك توك هي بياناتك الشخصية الحقيقية	55
7	أسباب استخدامك لهوية الحقيقية على منصة التيك توك	56
8	متتبعيك في منصة التيك توك هم:	57
9	تستخدم اسم مستعار لتقمص شخصية غير شخصيتك الحقيقية أو من أجل إخفاء هويتك الحقيقية	58
10	هوية افتراضية لديك على حساب التيك توك	59
11	ترى بأن العلاقات الافتراضية هي علاقات جدية ودائمة	60
12	تشعر بالانتماء الى المجموعات الافتراضية التي أنت عضو فيها أكثر من المجتمع الواقعي	61
13	عند نشر البيانات الشخصية على حسابك تستخدم :	62
14	هويتك المستعارة على منصة التيك توك هي بمثابة إنعكاس وتعبير عن ذاتك الحقيقية	64
15	إذا كنت تتخذ هوية مستعارة على حساب التيك توك فهل هذه الهوية تحقق لك جرأة وتحرراً أكثر من استخدامك لهويتك الحقيقية	65
16	تختار هوية افتراضية بمواصفات قد تتمناها في هويتك الحقيقية	66
17	تكون أكثر راحة وحرية في المجتمع الافتراضي أكثر من المجتمع الواقعي	67
18	أسباب استخدام منصة التيك توك	68
19	ساهمت منصة التيك توك في كسر العزلة وبناء الذات	69
20	ما تقدم لك منصة التيك توك	70
21	بناء الهوية الافتراضية تحقق لك	71
22	الهدف من تغيير الهوية الحقيقية إلى الهوية الافتراضية	72
23	التواصل بالهوية الافتراضية عبر منصة التيك توك يميزك على الآخرين	73
24	يعيد الأفراد المستخدمين لمنصة التيك توك تشكيل هويتهم الافتراضية دورياً	74

75	تطمح هذه الهويات الافتراضية إلى بناء الذات التواصلية عبر منصة التيك توك	25
76	الهوية التي تكتسبها أو تتبناها عبر منصة التيك توك تعود عليك بأرباح مادية او معنوية	26
77	هل تتيح لك منصة التيك توك الانضمام للمجتمعات الرقمية المختلفة بهدف	27
78	الجنس	28
79	السن	29
80	منذ متى وأنت تستخدم منصة التيك توك.	30
81	عدد المرات التي تقضيها على منصة التيك توك	31

قائمة الأشكال

الرقم	عنوان الشكل	الصفحة
1	الجنس	50
2	السن	51
3	منذ متى وأنت تستخدم منصة التيك توك.	52
4	عدد المرات التي تقضيها على منصة التيك توك	53
5	الفترة المفضلة لديك لتصفح التيك توك	54
6	البيانات المصرح بها على منصة التيك توك هي بياناتك الشخصية الحقيقية	55
7	أسباب استخدامك لهوية الحقيقية على منصة التيك توك	56
8	متتبعيك في منصة التيك توك هم:	57
9	تستخدم اسم مستعار لتقمص شخصية غير شخصيتك الحقيقية أو من أجل إخفاء هويتك الحقيقية	58
10	هوية افتراضية لديك على حساب التيك توك	59
11	ترى بأن العلاقات الافتراضية هي علاقات جدية ودائمة	60
12	تشعر بالانتماء الى المجموعات الافتراضية التي أنت عضو فيها أكثر من المجتمع الواقعي	61
13	عند نشر البيانات الشخصية على حسابك تستخدم :	62
14	هويتك المستعارة على منصة التيك توك هي بمثابة إنعكاس وتعبير عن ذاتك الحقيقية	64
15	إذا كنت تتخذ هوية مستعارة على حساب التيك توك فهل هذه الهوية تحقق لك جرأة وتحررا أكثر من استخدامك لهويتك الحقيقية	65
16	تختار هوية افتراضية بمواصفات قد تتمناها في هويتك الحقيقية	66
17	تكون أكثر راحة وحرية في المجتمع الافتراضي أكثر من المجتمع الواقعي	67
18	أسباب استخدام منصة التيك توك	68
19	ساهمت منصة التيك توك في كسر العزلة وبناء الذات	69
20	ما تقدم لك منصة التيك توك	70
21	بناء الهوية الافتراضية تحقق لك	71
22	الهدف من تغيير الهوية الحقيقية إلى الهوية الافتراضية	72
23	التواصل بالهوية الافتراضية عبر منصة التيك توك يميزك على الآخرين	73
24	يعيد الأفراد المستخدمين لمنصة التيك توك تشكيل هويتهم الافتراضية دوريا	74

75	تطمح هذه الهويات الافتراضية إلى بناء الذات التواصلية عبر منصة التيك توك	25
76	الهوية التي تكتسبها أو تتبناها عبر منصة التيك توك تعود عليك بأرباح مادية او معنوية	26
77	هل تتيح لك منصة التيك توك الانضمام للمجتمعات الرقمية المختلفة بهدف	27
78	الجنس	28
79	السن	29
80	منذ متى وأنت تستخدم منصة التيك توك.	30
81	عدد المرات التي تقضيها على منصة التيك توك	31

العصر الذي نعيشه اليوم يتميز بالتطور العلمي والتكنولوجي والتغيير المستمر نتيجة للاكتشافات العلمية في كافة مجالات الحياة. بفضل هذه التطورات، أصبح العالم كقرية كونية صغيرة، وذلك بفضل وسائل وتقنيات جديدة. هذه التطورات أصبحت ضرورة اجتماعية ومطلبا استراتيجيا تتطلبه مقتضيات العصر، حيث تتسابق دول العالم لاكتساب هذه التكنولوجيات. بذلت جهود كبيرة لابتكار وسائل علمية حديثة حتى وصلت لتكنولوجيا الإنترنت في التسعينيات من القرن الماضي. أحدثت شبكة الإنترنت فارقا كبيرا مقارنة بالوسائل التقليدية، حيث فرضت نمطا جديدا من الاتصال بين الأفراد وتطورت أدواتها لتشمل مواقع التواصل الاجتماعي، التي مكنت الأفراد من توصيل صوتهم وصورتهم في أي وقت ومن أي مكان. أصبحت مواقع التواصل الاجتماعي وسيلة أساسية للتواصل وقفزة نوعية في هذا المجال.

مواقع التواصل الاجتماعي، كغيرها من الوسائط الحديثة، اكتسبت أهمية كبيرة داخل المجتمعات، حيث أصبحت جزءا لا يتجزأ من حياتهم اليومية. شهدت هذه المواقع تطورات متسارعة وأصبحت فضاء واسعا لتناقل المعلومات والأخبار بين مختلف شرائح المجتمع، مما أتاح لأي شخص القدرة على التواصل مع الآخرين ومتابعة الأحداث الجارية في المجتمع بشكل فوري. تجاوزت هذه المواقع الحواجز الزمنية والمكانية وتناسبت مع احتياجات المستخدمين منها. تعتبر هذه المواقع مجموعة من التطبيقات التي تعزز المشاركة والتواصل، وجذبت الأفراد عامة والطلبة الجامعيين خاصة، حيث أتاحت لهم عصرا جديدا من الاتصالات التفاعلية، مما ساعد في تجسيد مفهوم القرية الكونية. أثرت هذه التطبيقات بشكل كبير على طلبة الجامعات، كونهم أكثر فئات المجتمع استخداما لها، نظرا لتأثيراتها الإيجابية والسلبية، ومن بين هذه التطبيقات يوتيوب، فيسبوك، إنستجرام، وتيك توك.

تيك توك يُعرف بأنه شبكة اجتماعية صينية تتيح للمستخدمين تصوير مقاطع فيديو موسيقية وإضافة مؤثرات بصرية ومشاركتها مع الأصدقاء. اليوم، يعتبر تيك توك أكبر منصة استقطاب للشباب، حيث استحوذ على اهتماماتهم وشغفهم. يوفر هذا التطبيق منصة لإشباع الحاجات النفسية، الثقافية، الاجتماعية، والأخلاقية، وأصبح موجودا على غالبية الهواتف الذكية. يعد تيك توك التطبيق الأكثر شعبية في متاجر التطبيقات، حيث جذب المستخدمين بعرض الفيديوهات الموسيقية الشخصية، التي غالبا ما تكون مقاطع مضحكة أو رقصات. أصبحت الشهرة على تيك توك سهلة المنال لمحبيها، ولم تعد حكرا على نجوم الرياضة أو الفن أو الشخصيات البارزة. يسعى مستخدمو التطبيق إلى جمع الإعجابات والمشاركات والتعليقات على فيديوهاتهم التي تمنحهم

شعورا بالنجاح المزيف، دون مراعاة عادات وقيم المجتمع. الطلبة الجامعيون هم من أكثر رواد هذه المنصة، وذلك بسبب جملة من المعيقات مثل العادات والتقاليد، العزلة، الخجل، والخوف من كشف الهوية الحقيقية، مما أدى إلى تبنيهم لهويات افتراضية تساعدهم على التصرف بحرية والتحرر من قيود المجتمع.

الحديث عن الهوية هو من بين أهم القضايا التي يطرحها استخدام مواقع التواصل الاجتماعي. فقد أثارت هذه المواقع العديد من الإشكاليات المتعلقة بالهوية الفردية الحقيقية والتي استبدلت بهوية افتراضية. بات أمام الطلبة استخدام أكثر من هوية غير هويتهم الحقيقية، وذلك عن طريق تبني أسماء مستعارة وصور غير حقيقية، إضافة إلى تغيير المعلومات الشخصية مثل العمر، الجنس، والمهنة. لا يكشف الطلبة عن هويتهم الحقيقية، بل يستخدمون ألقابا وأسماء وصورا غير حقيقية وأحيانا رموزا تعبر عن مشاعرهم. هذا التداول بين الهوية الحقيقية والهوية الافتراضية قد يؤدي إلى تشكل هويات متعددة قد تكون متناقضة، مدمجة، أو مشتتة، وقد لا تظهر هوية محددة واضحة. في بعض الحالات، قد يؤدي ذلك إلى إعادة تشكيل هويات جديدة تتماشى مع الواقع الافتراضي أو تتصارع معه.

وتم تقسيم الدراسة إلى ثلاث (03) فصول

الفصل الأول: الجانب المنهجي للدراسة، واشتمل على الإشكالية، الفرضيات، أهداف وأهمية الدراسة، تحديد المصطلحات، مقارنة النظرية، والدراسات السابقة.

الفصل الثاني: الجانب النظري للدراسة، واشتمل على: شبكات التواصل الاجتماعي، التيك توك، والهوية الافتراضية.

الفصل الثالث: الإطار التطبيقي للدراسة، واشتمل على الإجراءات الميدانية للدراسة، تحليل نتائج الدراسة، عرض ومناقشة نتائج الفرضيات.

الفصل الأول

الجانب المنهجي

للدراسة

1. الاشكالية:

يشهد العالم اليوم إنفجارا رقميا هائلا في المجتمعات المعاصرة والذي قد قلب النمطية المعتادة في التعامل مع قضاياها الشائكة واستشكالاتها الإستمولوجية. قدم مارشال ماكلوهان مفهوم القرية العالمية، متنبئا بالطابع الذي ستتجه إليه المجتمعات الإنسانية في مجال اتصالاتها وعلاقتها التكنولوجية. ولكن، لم يستطع تحديد سرعة وكم التغيرات الهائلة التي رافقت هذا التطور في مجتمعات الإعلام. اليوم، أصبحت مساحات الإعلام التفاعلي تشبه القرية العالمية، حيث غطت معظم مناطق العالم وتداولت غالبية الأحداث، مما جعل الفرد قادرا على الوصول إلى التفاصيل الدقيقة لأحداث تحدث في مناطق بعيدة عنه بألاف الكيلومترات، وتمكنه من التواصل مع أناس في أماكن بعيدة.

في هذا السياق، ظهرت شبكات التواصل الاجتماعي كإضافة جديدة في الحقل الاتصالي، حيث تعتبر هذه المواقع على الإنترنت واحدة من أهم الوسائل التي تساهم في صناعة واقع افتراضي تشاركي بين الأفراد. تمكنت هذه الشبكات من توفير وسيلة للتواصل وتبادل الصور والفيديوهات والأحداث اليومية بين الأفراد، مما يسمح بتكوين علاقات متعددة الأوجه بين الأفراد والمؤسسات. علاوة على ذلك، تشكل هذه الشبكات الاجتماعية منصة لبناء هوية رقمية للأفراد والتعبير عن أنفسهم بطريقة إبداعية ومسلية. بالإضافة إلى ذلك، تأثر الشباب الجامعي في الجزائر بشكل كبير بشبكات التواصل الاجتماعي، خاصة منصة تيك توك، التي طرحت تحديا جديدا أمام هويتهم الرقمية. يستخدم الطلاب الجامعيون تيك توك للتعبير عن أنفسهم بطريقة إبداعية، وبناء علاقات مع زملائهم في الدراسة والمجتمع، وكذلك للتعلم والتطوير الشخصي. ومع ذلك، يثير استخدام هذه المنصة بعض التساؤلات حول جدواها وتأثيرها على الطلاب، مما يتطلب البحث العميق والتفكير الشامل في هذه القضايا.

مع تطور التكنولوجيا وانتشار وسائل التواصل الاجتماعي، أصبح لدينا الآن فرصة للتعبير عن أنفسنا وبناء علاقاتنا بطرق لم نكن نحلم بها في الماضي. ومن بين هذه المنصات التي أثرت بشكل كبير على حياتنا اليومية هي منصة التيك توك. يعتبر تيك توك مساحة افتراضية تتيح لنا فرصة لمشاركة أفكارنا ومواهبنا وتجاربنا مع الملايين حول العالم، ولكن هل فكرنا يوما في كيفية تأثير هذه المنصة على هويتنا الرقمية؟

في هذا العصر الرقمي، أصبحت هويتنا الافتراضية تلعب دورا أساسيا في كيفية يُنظر إلينا وكيفية نرى أنفسنا. ومن خلال استخدام منصات التواصل الاجتماعي مثل تيك توك، أصبح عرضة لتأثيرها على صورتنا وسمعتنا الافتراضية. لذا، يثير استخدام تيك توك وما نشاركه فيه تساؤلات حول كيفية تأثيرها على هويتنا الرقمية كطلبة جامعيين.

ومن هذا المنطلق ينطرح التساؤل الرئيسي التالي:

ما مدى تأثير منصة التيك توك على هوية الطلبة في العصر الرقمي؟

2. التساؤلات الفرعية:

- 1- لما يستخدم الطلبة الجامعيين هويات افتراضية غير هوياتهم الحقيقية على منصة التيك توك؟
- 2- ما مدى تطابق الهوية الحقيقية والهوية الافتراضية التي يتخذها الطلبة الجامعيين على منصة التيك توك؟
- 3- ماهي دوافع البناء والتمثلات للهويات الافتراضية لدى الطلبة الجامعيين عبر منصة التيك توك؟

3. أهمية الدراسة:

تكتسي الدراسة أهمية من أهمية منصة التيك توك ومن أهمية هويتهم سواء كانت هويتهم الحقيقية التي يمتلكونها أو الهوية الافتراضية التي يتعايشون بها من خلال استخدام منصة التيك توك، وكذا دراسة مختلف أبعاد الهوية وخاصة في العصر الرقمي الذي طغى عليه سمات العولمة والرقمنة، إلى جانب أن موضوع الدراسة يتناول موضوعا قديما ومتجددا في الوقت نفسه، وانتشار مواقع التواصل الاجتماعي في أوساط المجتمع بصفة عامة والطلبة الجامعيين بصفة خاصة والتي لم تستطع المجتمعات والدول التحكم فيه بل تأثرت به تأثرا بليغا ولعل أبرز مواقع التواصل الاجتماعي انتشارا في الفترة الأخيرة موقع التيك توك.

4. أهداف الدراسة

هدفت الدراسة إلى :

- معرفة مدة تأثير منصة التيك توك على هوية الطلبة في العصر الرقمي.
- تبيان مدى تطابق الهوية الافتراضية مع الهوية الحقيقية إثناء استخدام منصة التيك توك.
- التعرف على الأسباب التي أدت بالطلبة الجامعيين إلى اللجوء لإستخدام هوية إفتراضية بدل الهوية الحقيقية على منصة التيك توك.

5. أسباب إختيار الموضوع:

إن اختيارنا لموضوع الدراسة لم يكن أبدا عن طريق الصدفة أو أنه مجرد حتمية، بل يرجع ذلك لمجموعة من الأسباب التي شجعتني و دفعتني للقيام بهذه الدراسة ومن لبنها:

أ- أسباب ذاتية

- 1- أهمية الموضوع خاصة مع التطورات التي شهدتها مواقع التواصل الاجتماعي خاصة التيك توك وسرعة انتشاره.
 - 2- الميل للبحث في مجال شبكات التواصل الاجتماعي والهوية الافتراضية خاصة لدى الطلبة الجامعيين
 - 3- إثراء المكتبة الجامعية بموضوع يتناول دراسة ميدانية
 - 4- انجاز المذكرة لنيل شهادة الماجستير.
 - 5- قابلية الموضوع للانجاز والدراسة.
- ب- أسباب موضوعية

- 1- إدراك مدى تأثير منصة التيك توك على الهوية الافتراضية للطلبة.
- 2- قابلية الموضوع للدراسة والبحث معرفيا ومنهجيا.
- 3- الموضوع من متطلبات هذا العصر بسبب الانتشار السريع لمنصة التيك توك في الأوساط
- 4- التحسيس بأهمية الاستغلال الأمثل لمنصة التيك توك وما ينعكس عليها من أثر على الطلبة الجامعيين سواء كان اجتماعيا أو ثقافيا أو نفسيا.
- 5- التعرف على مدى محافظة الطلبة الجامعيين على هويتهم الحقيقية في ظل العصر الرقمي

6. تحديد المصطلحات:

• شبكات التواصل الاجتماعي

- اصطلاحا:

وتعرف شبكات التواصل الاجتماعي بأنها جميع مواقع الأنترنت التي توفر خدمة التواصل والاتصال مع الغير على الأنترنت، هذه المواقع توفر تطبيقات لمستخدميها تتيح لهم من خلالها إنشاء صفحة شخصية معروضة للعامة ضمن موقع أو نظام معين، وتوفر وسيلة اتصال مع معارف منشئ الصفحة أو غيره من مستخدمي النظام، كما توفر خدمات لتبادل المعلومات بين مستخدمي ذلك الموقع¹.

لقد قدم الباحثون عدة تعريفات لشبكات التواصل الاجتماعي حيث عرفت على أنها "منظومة من الشبكات الالكترونية التي تسمح للمشاركة فيما بإنشاء موقع خاص به ومن ثم ربطه عن طريق نظام

¹ المقدادي خالد غسان يوسف: ثورة الشبكات الاجتماعية، ط1، دار النفائس للنشر والتوزيع، الأردن، 2013، ص24.

اجتماعي الكتروني مع أعضاء آخرين لديهم الاهتمامات والهوايات نفسها" وعرفت كذلك على أنها "شبكات تتيح التفاعل والتواصل لمستخدميها في أي وقت يشاؤون وفي أي مكان من العالم، وسبب اكتسابها وصف اجتماعي لكونها تعزز العلاقات بين البشر¹.

وقد عرفت أيضا بأنها "مواقع تشكل مجتمعات الكترونية ضخمة ، تقدم مجموعة من الخدمات التي من شأنها تدعيم التواصل والتفاعل بين أعضاء الشبكة الاجتماعية من خلال الخدمات والوسائل المقدمة مثل التعارف والصدقة، المراسلة والمحادثة الفورية، انشاء مجموعات اهتمام وصفحات للأفراد والمؤسسات المشاركة في الأحداث والمناسبات، مشاركة الوسائط مع الآخرين كالصور والفيديو، والبرمجيات².

- إجرائيا

هي مجموعة المواقع التي تسمح للمتصفح والمشاركة بنشر أو تحميل أو مشاركة مختلف الملفات سواء كانت صوتية أو صورة أو مقاطع فيديو، كما تتيح للمستخدمين تبادل الآراء والأفكار في ما بينهم سواء من خلال الدردشة أو النشر على الحسابات

• منصة التيك توك:

- اصطلاحا

هو شبكة اجتماعية صينية لمقاطع الفيديو الموسيقية، تم اطلاقها في 2016 بواسطة مؤسسها تشانغ بي مينغ وهو نظام اساسي للفيديو حيث يمكن للمستخدمين تحميل مقاطع فيديو او عمل قصة³

- اجرائيا:

هو تطبيق يتنمي لمواقع التواصل الاجتماعي مخصص لمشاركة مقاطع الفيديو القصيرة وانواع الموسيقى سواء كانت من خلال تحميلها أو إنتاجها أو تركيبها.

¹ علا محمد أبو راجوح: شبكات التواصل الاجتماعي ودورها في العملية التعليمية، المجلة العربية للنشر العلمي، العدد 35، 2021، ص165

² محمد العربي بيوش ،ياسين باهي: مواقع التواصل الاجتماعي وتوظيفها في التعليم الجامعي عن بعد-مشروع تدریس العلوم الاسلامية بجامعة الوادي أنموذجا، مجلة الشهاب، المجلد 7، العدد 1، 2021، ص333.

³ أشرف لعوابدية وخالد عوني: القيم المتضمنة في تطبيق تيك توك، مذكرة ماستر تخصص التكنولوجيا الحديثة والسمعي البصري، جامعة

الحاج لخضر، باتنة، ص 86

7. المدخل النظري للدراسة

نظرية الاستخدامات والاشباعات:

1- الخلفية المعرفية للنظرية :

تهتم نظرية الاستخدامات والاشباعات بدراسة الاتصال الجماهيري دراسة وظيفية ، فخلال عقد الأربعينات من القرن العشرين، أدى إدراك عواقب الفروق الفردية و التباين الاجتماعي على إدراك السلوك المرتبط بوسائل الإعلام ، وكان ذلك تحولاً من رؤية الجماهير على أنها عنصر سلبي غير فعال، إلى رؤيتها على أنها فعالة في انتقاء أفرادها لوسائل ومضمون وسائل الإعلام¹.

كانت النظريات المبكرة ترى الجماهير على أنها خاملة نسبياً، تنتظر وسائل الإعلام في سلبية لكي تنقل لها معلومات يتم إدراكها عندئذ وتذكرها، فإنها تتصرف بناء عليها على نسق واحد، أما وقد اتضح الدور القوي للمتغيرات في المعرفة والإدراك و الجماعات ذات الأنماط السلوكية الخاصة، فلم يعد ممكناً فهم الجماهير بهذه الطريقة²، ويقدم النموذج مجموعة من المفاهيم والشواهد التي تؤكد بأن أسلوب الأفراد أمام وسائل الإعلام والاتصال أكثر قوة من المتغيرات الاجتماعية والسكانية والشخصية³، وتؤكد هذه النظرية فاعلية الجمهور المتلقي إذ أنه دائم التقرير لما يريدان يأخذ من الإعلام بدل السماح للإعلام بتوجيه الوجهة التي يريدونها، فالجمهور يعتمد على معلومات ووسائل الإعلام ليلبي حاجاته ويحصل على ما يحتاج إليه، وليصبح استعمال الإعلام المحك الرئيسي الذي يمكن أن يقاس بموجبه تأثير وسائله عليه⁴، لقد بدأ الاهتمام منذ وقت مبكر بالبحث في أنواع الحاجات التي يلبيها مضمون الإعلام وكذلك الإشباع الذي تقدمه، فخلال الثلاثينات أجريت دراسات عديدة من هذا المنظور على قراءة الكتب ومسلسلات الإذاعة والتلفزيون التمثيلية، والصحف اليومية والموسيقى الشعبية، وأفلام السينما وذلك لتحري سبب اهتمام الناس بمنتجات الإعلام⁵، وفي الأربعينات ظهرت في أعمال لازرسفيلد وستاتون و بيرلسون وفي الخمسينات في أعمال ريليز وفريدسون وماك كوبي، وفي الستينيات في أعمال شران ولايل وباركر⁶، وظهرت هذه الدراسة لأول مرة بطريقة كاملة في كتاب "استخدام وسائل الاتصال الجماهيري" من

¹ حسن عماد مكاي، ليلي حسين السيد: الاتصال ونظرياته المعاصرة، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 1998، ص 239.

² ميلفين ديفلير، ساندر بول روكتش: نظريات وسائل الإعلام ، ترجمة كمال عبد الرؤوف، الدار الدولية للنشر والتوزيع، القاهرة، مصر، 1999، ص 266.

³ مي العبد الله: نظريات الاتصال، دار النهضة العربية، بيروت، لبنان، 2006، ص 198.

⁴ محمد علي أبو العلا: فن الاتصال بالجماهير بين النظرية والتطبيق، ط1، دار العلم والإيمان للنشر والتوزيع، دسوق، 2014، ص 84.

⁵ ملفين ديفلير، ساندر بول روكتش، مرجع سابق، ص 109.

⁶ مي العبد الله، مرجع سابق، ص 198.

تأليف كانز وبلوملر ودار هذا الكتاب حول فكرة أساسية مؤداها تصور الوظائف التي تقوم بها وسائل الإعلام ومحتواها، من جانب ودافع الفرد من التعرض إليها من جانب آخر¹.

يرى كاتز وزملاؤه أن منظور الاستخدامات والاشباعات يعتمد على خمسة فروض كما يلي

- 1- أن أعضاء الجمهور مشاركون فاعلون ويستخدمون وسائل الاتصال لتحقيق أهداف مقصودة تلبي توقعاتهم.
- 2- يعبر استخدام وسائل الاتصال عن الحاجات التي يدركها أعضاء الجمهور، ويتحكم في ذلك عوامل الفروق الفردية، وعوامل التفاعل الاجتماعي، وتتنوع الحاجات باختلاف الأفراد.
- 3- التأكيد على أن الجمهور هو الذي يختار الوسائل والمضمون الذي يشبع حاجاته، فالأفراد هم الذين يستخدمون وسائل الاتصال، وليست وسائل الاتصال هي التي تستخدم الأفراد².
- 4- يكون الجمهور على علم بالفائدة التي تعود عليه، وبدوافعه واهتماماته، فهو يستطيع أن يمد الباحثين بصورة فعلية لاستخدامه لوسائل الإعلام .
- 5- الاستدلال على المعايير الثقافية السائدة من خلال استخدامات الجمهور لوسائل الاتصال وليس من خلال محتوى الرسائل التي تقدمها وسائل الاتصال³.

أهداف النظرية هي:

- 1- محاولة تحديد كيفية استخدام الأفراد لوسائل الإعلام وذلك بالنظر إلى الجمهور النشط الذي يستطيع أن يختار ويستخدم الوسائل والمضامين التي تشبع حاجياته.
 - 2- محاولة تحديد كيفية استخدام الأفراد لوسائل الإعلام والاشباعات المحققة من هذا التعرض.
 - 3- التأكيد على نتائج استخدام وسائل الإعلام بهدف فهم عملية الاتصال الجماهيري⁴.
- عناصر نظرية الاستخدامات والاشباعات : لشرح أبعاد نظرية الاستخدامات والاشباعات نعرض العناصر التالية:

- 1- افتراض الجمهور النشط.
- 2- الأصول الاجتماعية والنفسية لاستخدام وسائل الإعلام .
- 3- دوافع الجمهور وحاجاته من وسائل الإعلام .
- 4- التوقعات من وسائل الإعلام .

¹ محمود حسن إسماعيل: مبادئ علم الاتصال ونظريات التأثير، ط1، الدار العالمية للنشر والتوزيع، الهرم، 2003، ص ص251-252.

² حسن عماد مكاوي، ليلى حسين السيد، مرجع سابق، ص241.

³ محمود حسن إسماعيل، مرجع سابق، ص ص 254-255.

⁴ مرزوق عبد الحكيم العادلي: الإعلانات الصحفية دراسة في الاستخدامات والاشباعات، ط1، دار الفجر، مصر، 2004، ص ص 254-255.

5- التعرض لوسائل الإعلام .

6- اشباع وسائل الإعلام .

أهم نماذج مدخل الاستخدامات والاشباعات

توجد عدة نماذج معتبرة لمدخل الاستخدامات والاشباعات منها:

1- نموذج كاتز وزملاؤه (Katz.E,et al, 1974):

يرى كاتز أن المواقف الاجتماعية التي يجد الأفراد أنفسهم بها هي التي تعمل على إقامة العلاقة بين وسائل الإعلام وإشباع الاحتياجات، إذ أن المواقف الاجتماعية يمكن أن تتسبب في التوتر والصداع الذي يشكل ضغطاً على الفرد مما يجعله يسعى إلى استخدام وسائل الإعلام .

2- نموذج روزنجرين (Rosengren.K.E.1974):

يعرض هذا النموذج مجموعة العوامل التي تشكل مدخل الاستخدامات والاشباعات، والتي تبدأ من تولد حاجات بيولوجية ونفسية واجتماعية لدى الإنسان، وتتفاعل هذه الحاجات مع الخصائص الفردية والإطار الاجتماعي المحيط بالفرد، وينتج عن ذلك مشكلات فردية تختلف في حدتها، وبالتالي تتولد الدوافع لحل المشكلات أو إشباع الحاجات ويتم ذلك من خلال التعرض لوسائل الإعلام أو ممارسة أنشطة أخرى تحقق الإشباع المطلوب¹. ويؤدي ذلك إلى إشباع أو عدم إشباع، ثم تتولد حاجات إضافية تمر بنفس المراحل السابقة.

2- الانتقادات الموجهة لمدخل الاستخدامات والاشباعات:

أن هذه النظرية تتبنى مفاهيم تتسم بشيء من المرونة مثل الدوافع، الإشباع، الهدف، الوظيفة وهذه المفاهيم ليست لها تعريفات محددة، وبالتالي فمن الممكن أن تختلف النتائج التي نحصل عليها من تطبيق النظرية تبعاً لاختلاف التعريفات². ويرى بعض النقاد أن هذا المدخل أقل من أن يكون نظرية مستقلة بذاتها وما هو إلا صياغة معادة محددة لجوانب معينة من نظريات التأثير الانتقائي ويشيرون إلى حقيقة أن الافتراض الرئيسي هنا هو أن احتياجات الأفراد والمكافآت التي يحصلون عليها تؤثر في أنماط اهتمام الناس بمحتوى الإعلام والمنافع التي يحققونها باستخدام ما يحصلون عليه من معلومات³.

ادعاء المدخل بأن أفراد الجمهور يختارون المضمون الذي يتعرضون له بحرية تامة وبناء على احتياجاتهم فقط، ربما يكون مبالغ فيه، فهناك عوامل تحد من هذا الحق في الاختيار:العوامل

¹ عاطف عدلي العبد، نهى عاطف العبد: نظريات الإعلام و تطبيقاتها العربية، دار الفكر العربي، مصر، 2011، ص 317.

² مصطفى يوسف كافي: الرأي العام ونظريات الاتصال، ط1، دار الحامد للنشر والتوزيع، الأردن، عمان، 2015، ص216.

³ ميلفين ديفلير، ساندر بول روكنتش، مرجع سابق، ص266.

الاقتصادية والاجتماعية التي تحد من امتلاك الفرد لوسائل الإعلام الحديثة وعدم وجود بدائل كثيرة من الوسائل الإعلامية نتيجة لمحدودية الوسائل في بعض الدول.

المبالغة في مفهوم الجمهور الايجابي أو النشاط الذي يسعى لتحقيق أهداف محددة وإشباع حاجات بعينها، فليس كل سلوك اتصالي للجمهور هو سلوك اعتيادي، رغم ذلك فإنه عند اجراء الدراسات الميدانية فان المبحوث يجيب عن الاسئلة الخاصة بدافع المشاهدة بعقلانية بما لا يتفق مع ما يفعله في الواقعة. ولهذا يعد مدخل الاستخدامات والاشباعات مدخلا وظيفيا يحدد بوظائف معينة تقوم بها وسائل الاتصال للجمهور.

يطرح تطبيق هذه النظرية تساؤلا حول قياس الاستخدام، وهل يمكن قياسه بالوقت الذي يقضيه الفرد في التعرض؟ وهل تشير كثافة التعرض إلى قوة الدفع أما أن عامل الانتباه أثناء المشاهدة يجب ان يؤخذ بعين الاعتبار مما يتطلب عزلا كاملا لكافة العوامل الأخرى المؤثرة على كثافة التعرض.

- لم يركز المدخل على التفرقة بين الاشباعات التي يبحث عنها الجمهور والاشباعات التي تحققت بالفعل، رغم أهمية توضيح الفرق بها يبرز مبدأ انتقائية الجمهور للمضامين الإعلامية التي يتعرض لها.

- كما أنه لم يتطرق لدور وسائل الإعلام في خلق حاجات أو استخدامات جديدة لدى الجمهور¹.

- يتعامل مدخل الاستخدامات والاشباعات مع استخدام وسائل الإعلام على أساس أنها مسألة فردية أكثر كونها تجربة شائقة أو تفاعلية لكن ليس معنى أنها تتجاهل التفاعل بين الأفراد والنص الإعلامي، ولكن في التفاعل الذي يذهب فيما وراء النص، فمثلا إذا كانت عائلة مكونة من خمسة أفراد يشاهدون التلفزيون فإن كل فرد، قد يستخدم البرنامج نفسه لأغراض مختلفة لإشباع حاجات مختلفة².

8. الدراسات السابقة:

الدراسة الأولى: عيرج زينة، كحيله عائشة (2022): استخدامات الطلبة الجامعيين لتطبيق التيك توك والاشباعات المحققة منه، تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على مدى استخدام الطلبة الجامعيين لتطبيق التيك توك والتعرف على الإشباعات المحققة من هذا الاستخدام، ومن أجل تحقيق هذه الأهداف اعتمدنا في الدراسة على المنهج المسحي، واستخدمنا أداة الاستبيان لجمع البيانات من المبحوثين، حيث تم تقسيم الاستمارة على أربعة محاور، المحور الأول البيانات الشخصية، والثاني عادات وأنماط استخدام

¹ عاطف عدلي العبد، نهى عاطف العبد، مرجع سابق، ص ص 314-315.

² James watson, mass communication : an introduction to the theory and process (honkong, macilan press ltd), 1998, pp62-64.

الطلبة الجامعيين لتطبيق التيك توك، والمحور الثالث دوافع استخدام الطلبة الجامعيين لتطبيق، أما فيما يخص المحور الرابع فقد خصصناه للإشباعات المحققة من وراء استخدام تطبيق التيك توك، حيث تم تطبيق البحث في جامعة محمد الصديق بن يحيى- تاسوست جيغل- بقسم علوم الإعلام والاتصال، على عينة مكونة من 80 طالب وطالبة، وتم اختيارهم بطريقة قصدية. وقد توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج على ضوء فرضيات الدراسة أهمها: - يحرص الطلبة الجامعيين على استخدام تطبيق التيك توك غير أن الإناث هم الأكثر تعرضا لمضامينه من الذكور. - يشاهد الطلبة الجامعيين تطبيق التيك توك من حين لآخر. - المضامين الترفيهية هي الأكثر تفضيلا عند الطلبة. - يحقق التيك توك إشباعات اجتماعية من خلال التعرض للقضايا الاجتماعية. - جاء تقييم المبحوثين للتيك توك بالمقارنة مع الشبكات الأخرى بتطبيق سيء بنسبة 56,26%.

الدراسة الثانية: دراسة بهجة خنفر، حفصة جرادي: (2020)، برنامج التيك توك وتأثيره على الهوية الشخصية لدى الطلبة الجامعيين، هدفت الدراسة الحالية إلى معرفة تأثير برنامج التيك توك على الهوية الشخصية لدى الطلبة الجامعيين بجامعة الأغواط إلى جانب معرفة الفروق بينهم في تأثير التيك توك على الهوية تعود لبعض المتغيرات منها (الجنس، المستوى الجامعي)، وانطلاقا من خلفيات نظرية ودراسات سابقة أشارت إلى تأثير مواقع التواصل الاجتماعي عامة والتيك توك خاصة، صيغت التساؤلات في الدراسة الحالية كالتالي: ما مدى تأثير التيك توك على الهوية الشخصية لدى الطلبة الجامعيين؟ هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية في تأثير التيك توك على الهوية لدى الطلبة الجامعيين تعزى لمتغير الجنس؟ هل يحقق التيك توك إشباعات وقيم جديدة لدى الطلبة الجامعيين؟ ولتحقيق أهداف الدراسة تم اعتماد المنهج الوصفي التحليلي الذي يلائم الدراسة، وحسب تصورنا للدراسة يمكن استخدام الاستبيان كأداة، يمكن التحقق من خصائصه السيكمومترية من صدق وثبات، وقد اشتملت عينة الدراسة على 50 طالبا وطالبة، يتم اختيارهم بطريقة قصدية عرضية، من قسم علم اجتماع وديمغرافيا بجامعة الأغواط. وقد تم مناقشة وتفسير نتائج هذه الدراسة بناء على التصور الذي طلب منا، مستعينة بالتراث النظري وبعض الدراسات السابقة حول الموضوع.

الدراسة الثالثة: دراسة سبتي خولة، بوالدين شهيناز، بوعزيز فاطمة (2023)، جاءت هذه الدراسة بعنوان تأثير تطبيق التيك توك على القيم الأخلاقية للطلبة الجامعيين والتي إعدمت على نظرية الإستخدامات والإشباعات لمحاولة الكشف عن التأثير الذي يحدثه تطبيق التيك توك على القيم الأخلاقية للطلبة الجامعيين، من خلال دراسة ميدانية على عينة من طلبة قسم الإعلام والاتصال بجامعة جيغل، وتمحور مشكلة الدراسة في التساؤل الرئيسي التالي: ما مدى تأثير تطبيق التيك توك على

القيم الأخلاقية لطلبة قسم الإعلام والاتصال جيغل؟ ولمعالجة الإشكال المطروح إنبثقت عنه مجموعة من التساؤلات الفرعية وهي: - ما هي عادات وأنماط استخدام طلبة قسم الإعلام والاتصال بجامعة جيغل لتطبيق التيك توك؟. - ما هي دوافع استخدام طلبة قسم الإعلام والاتصال بجامعة جيغل لتطبيق التيك توك؟. - ما طبيعة المضامين التي يتابعها طلبة قسم الإعلام والاتصال جيغل على تطبيق التيك توك؟. - ما هي التأثيرات التي يحدثها تطبيق التيك توك على القيم الأخلاقية لطلبة قسم الإعلام والاتصال، جامعة جيغل؟ ومن أسباب اختيارنا لموضوع دراستنا: الرغبة في تناول هذا الموضوع للكشف عن مدى تأثير تطبيق التيك توك على القيم الأخلاقية لطلبة قسم الإعلام والاتصال بجامعة جيغل، بالإضافة إلى صلة الموضوع بالتخصص، كذلك أهمية وقيمة وحدائة الموضوع. وللغوص في هذه الدراسة وضعنا مجموعة من الأهداف تتمثل في معرفة عادات وأنماط استخدام طلبة قسم الإعلام والاتصال بجامعة جيغل لتطبيق التيك توك، مع الكشف عن دوافع استخدام طلبة قسم الإعلام والاتصال بجامعة جيغل لتطبيق التيك توك، بالإضافة إلى تحديد طبيعة المضامين التي يتابعونها، وتحديد مختلف التأثيرات التي يحدثها تطبيق التيك توك على قيمهم الأخلاقية. ولتنفيذ هذه الدراسة تم الإعتماد على المنهج الوصفي بإعتباره أنسب المناهج للدراسات الميدانية، واستخدام المقابلة كأداة ثانوية والإستمارة كأداة رئيسية، ليتم توزيعها على عينة من طلبة قسم الإعلام والاتصال بجامعة جيغل. لنصل من خلال هذه الدراسة إلى مجموعة من النتائج: - نادرا ما يستخدم طلبة قسم الاعلام والاتصال بجامعة جيغل تطبيق التيك التوك. - يكمن الدافع الأساسي لاستخدام طلبة قسم الاعلام والاتصال بجامعة جيغل تطبيق التيك توك في التسلية والترفيه وتمضية الوقت. - يتفاعل طلبة قسم الاعلام والاتصال بجامعة جيغل مع المضامين الأخلاقية التي تنشر عبر تطبيق التيك توك. - لا يؤثر تطبيق التيك توك بشكل سلبي على القيم الأخلاقية لطلبة قسم الاعلام والاتصال بجامعة جيغل.

الدراسة الرابعة: دراسة كاتي حنان، كحل السنان حسين: تأثير مواقع التواصل الاجتماعي تيك توك على قيم الطلبة الجامعيين، هدفت هذه الدراسة الى معرفة. عادات وانماط استخدام هذا الموقع ومختلف المواضيع التي يتم متابعتها فضلا عن تحديد درجة تاثير موقع التيك توك على قيم الطلبة الجامعيين بجامعة جيغل ولقد تمحورت اشكالية حول التساؤل الرئيسي التالي كيف يؤثر موقع التواصل الاجتماعي تيك توك في قيم الطلبة الجامعيين. ولقد تم الاعتماد على المنهج الوصفي لملائمة طبيعة الدراسة، حيث تم اجراء الدراسة الميدانية على طلبة جامعة تاسوست من خلال عينة بحث مكونة من 100 طالب تم اختيارها عن طريق العينة العشوائية البسيطة ولقد تم استخدام الاستمارة كأداة بحث. بع جمع البيانات والمعالجة الاحصائية تم التوصل لمجموعة من النتائج نوجزها فيما يلي " - غالبية مستخدمي

موقع التيك توك من الفئة العمرية 20 30 سنة. - غالبية المستخدمين يستخدمون أسماء مستعارة قصد الولوج لهذا الموقع. - قلة تلبية الموقع لحاجة المستخدمين. - وجود تأثير سلبي على القيم الدينية و الاخلاقية. - مساهمة الموقع في تعزيز بعض القيم الاخلاقية والاجتماعية.

الدراسة الخامسة: دراسة كسيرة اسمهان (2017): الهوية الافتراضية في ظل الإعلام الجديد، تهدف هذه الدراسة إلى مناقشة مفهوم الهوية وطرح أهم الإشكالات المرتبطة بها، والتعرف على معالم الهوية الجديدة التي يقدمها الإعلام الجديد، بحيث تلعب مواقع التواصل الاجتماعي دورا رئيسيا على الهوية فهي الخطوة الأولى التي تمكن المستخدمين من معرفة الأشخاص الذين يتواصلون فيما بينهم وبالتالي فهم وتقييم هذا التفاعل، ويعتبر الحديث عن الهوية من بين أهم القضايا التي يطرحها استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، ذلك أنها تعتبر غامضة نوعا ما إذا ما عدنا إلى محددات الهوية التي اعتدنا عليها في العالم الفيزيائي، وتعتبر الصفحات الشخصية وشبكات الأصدقاء التي يقوم المستخدم بخلقها جوهر مواقع التواصل الاجتماعي. فبعد التسجيل عبر الانترنت يكون المستخدم مطالبا بخلق صفحته الشخصية التي تحدد هويته والتي تتنوع حسب طبيعة الموقع.

الدراسة السادسة: دراسة بوخاري مليكة (2022): الصورة وبناء الهوية الرقمية بين الحقيقة والوهم في العوالم الموازنة، تعتبر "الصورة" من بين أهم الركائز التي تشكل بناء الهوية الرقمية لرواد مواقع التواصل الاجتماعي، ولذا فهي بمثابة النافذة التي تميز الملايين في هذه الفضاءات المفتوحة للعوالم الموازنة للواقع، فمن خلال الإحصائيات نلمس وجود قلق كبير من علماء الاجتماع وعلماء النفس حول هذا الانغماس في مواقع التواصل الاجتماعي والذي خلق انثربولوجيا رقمية تستدعي الدراسة والتحليل خاصة ما تعلق بالسلوك. ويهدف من خلال هذه الدراسة إلى تقديم قراءة لواقع الهوية الرقمية من خلال "الصورة" التي تكون واجهة لمن هو وراء الشاشة، ومدى تأثيرها في بناء باقي العلاقات الحقيقية لاسيما وأن الكثير من رواد مواقع التواصل الاجتماعي يلجئون لهويات مغلوبة غير حقيقية أو حتى للانتحال والتزييف وغيرها من الأساليب التي سنحاول الكشف عنها من خلال الدراسة. ومن بين أهم النتائج المتوصل إليها هو أن الصورة بمفهومها الفيزيائي لا تقدم في الكثير من الأحيان الصورة الفعلية للشخص بل تمثيل عما هو يراه ويريده، كما أن الصورة تصنع مساحة من الوهم في بناء العلاقات الإنسانية لاسيما وأن الهوية الافتراضية لا تنقل في الكثير من الأحيان حقيقة الفرد وهويته في أرض الواقع بل تصنع واقعا مزيفا محاط بمختلف التطبيقات والتعديلات التي تفرض اتجاهات إنسانية أكثر تطرفا تبحث عن الكمال من خلال "الصورة"

الدراسة السابعة: دراسة غبغوب منال، دراجي رندة: دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الهوية الافتراضية لدى الطلبة الجامعيين، عطي ظهور مواقع التواصل الاجتماعي فتحا تاريخيا، نقل الإعلام إلى أفق غير مسبوق، وأعطى مستخدميه فرصا أكبر للتأثير والانتقال بلا قيود ولا رقابة، وقد زاد الإهتمام بالهوية الافتراضية في ظل الإعلام الجديد الغير التقليدي، لما يوفره من تفاعل بين الأفراد، فما هو دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الهوية الافتراضية لدى الطلبة الجامعيين؟ وقد إنبثقت عن هذا التساؤل مجموعة من التساؤلات الفرعية مفادها: ماهي عادات وأنماط استخدام الطلبة الجامعيين للفايسبوك؟ وهل تعد مواقع التواصل الاجتماعي وسيلة في تشكيل الهوية الافتراضية؟ وهل تسهم مواقع التواصل الاجتماعي بشكل عام و الفاييسبوك بشكل خاص في تشكيل الهوية الافتراضية لدى الطلبة الجامعيين؟ وتندرج تحتها فرضيات الدراسة حيث يستخدم الطلبة الجامعيين مواقع التواصل الاجتماعي بشكل مكثف، كذلك تعد مواقع التواصل الاجتماعي وسيلة في تشكيل الهوية الافتراضية لدى الطلبة الجامعيين، إضافة إلى أن مواقع التواصل الاجتماعي بشكل عام و الفاييسبوك بشكل خاص تساهم في تشكيل الهوية الافتراضية لدى الطلبة الجامعيين. ومن أسباب اختيارنا لموضوع دراستنا: الرغبة الشخصية والميل الشخصي وإكتساب خبرات علمية لتطوير معارفنا حول موضوع الهوية الافتراضية. بالإضافة إلى صلة الموضوع بالتخصص العلمي، كذلك أهمية وقيمة وحداثة الموضوع و جدته. إذ هدفت دراستنا إلى محاولة إبراز دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الهوية الافتراضية لدى الطلبة الجامعيين، مع معرفة عادات وأنماط استخدام الطلبة الجامعيين للفايسبوك بالإضافة إلى معرفة الدوافع والإشباع المحققة من إستخدامهم للفايسبوك. وبما أن دراستنا ميدانية، فقد طبقنا المنهج الوصفي التحليلي من خلال استخدام استمارة الإستبيان، ليتم توزيعها على عينة من طلبة قسم الإعلام والإتصال جامعة جيجل، حيث قدرت ب (99 مفردة). لنصل من خلال هذه الدراسة إلى مجموعة من النتائج، كان أهمها: أن مواقع التواصل الاجتماعي تساهم في تشكيل الهوية الافتراضية لدى الطلبة الجامعيين، كذلك معظم أفراد العينة يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي منذ أزيد من ثلاث سنوات، ويفضل معظم أفراد العينة تصفح مواقع التواصل الاجتماعي في بيوتهم، وكشفت نتائج الدراسة أن معظم أفراد العينة يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي في حياتهم اليومية دائما كما أن موقع الفاييسبوك هو أكثر الوسائل استخداما من طرف الطلبة الجامعيين، إضافة إلى أن أغلب المبحوثين حققت لهم مواقع التواصل الاجتماعي إشباعا وأن الهوية الافتراضية تمكنهم من التصرف بكل حرية و تمثل الهوية الافتراضية عند غالبية الأفراد نوعا ما إنعكاسا لهويتهم الحقيقية.

الفصل الثاني

الجانب النظري

للدراسة

المبحث الأول: شبكات التواصل الاجتماعي

المطلب الأول: مفهوم شبكات التواصل الاجتماعي :

تطورت وسائل الاتصال المستخدمة من قبل البشر بصورة سريعة نتيجة لظهور العديد من تكنولوجيات الإعلام والاتصال بدء من الحمام الزاجل والرسل كأقدم وسيلتين للاتصال وصولاً إلى قمة التطور في طرق التواصل والاتصال عبر شبكة الأنترنت وما أتاحتها من شبكات للتواصل الاجتماعي¹ ويعد مفهوم شبكات التواصل الاجتماعي مثيراً للجدل نظراً لتداخل الآراء والاتجاهات في دراسته، إذ عكس هذا المفهوم التطور التقني الذي طرأ على استخدام التكنولوجيا، وأطلق على كل ما يتم استخدامه من طرف الأفراد والجماعات على شبكة الأنترنت . ويطلق عليها عدة تسميات الشبكات الرقمية الاجتماعية، الشبكات الاجتماعية، وسائل الإعلام الاجتماعية، مواقع الشبكات الاجتماعية كما تسمى أيضاً مواقع التشبيك الاجتماعي، حيث تعتمد هذه المواقع على الاستفادة من ميزة التفاعلية التي تتيحها الأنترنت كوسيلة اتصالية مما يمكن جمهور المستخدمين من تقديم أنفسهم والتعبير عن آرائهم وأفكارهم للأخريين².

إن شبكات التواصل الاجتماعي هي مصطلح يطلق على مجموعة من المواقع على الأنترنت، ظهرت مع الجيل الثاني للويب أو ما يعرف باسم ويب 2.0 تتيح التواصل بين الأفراد في بيئة مجتمع افتراضي يجمعهم حسب مجموعات اهتمام أو شبكات انتماء ، وتقدم مجموعة من الخدمات للمستخدمين مثل المحادثة الفورية والرسائل الخاصة والبريد الإلكتروني والفيديو والتدوين ومشاركة الملفات وغيرها من الخدمات³.

وهي مواقع الكترونية تؤسسها وتبرمجها شركات كبرى لجمع المستخدمين والأصدقاء لمشاركة الأنشطة والاهتمامات وللبحث عن تكوين صداقات والبحث عن اهتمامات وانشطة لدى اشخاص آخرين⁴.

كما يعرفها زاهر رامي : على أنها منظومة من الشبكات الالكترونية التي تسمح للمشارك فيها بإنشاء موقع خاص به، ومن ثم ربطه عن طريق نظام اجتماعي إلكتروني مع أعضاء آخرين لديهم الاهتمامات والهويات نفسها¹.

¹ حسين رضا النجار، فاضل عبد علي القرشي: الإعلام الرقمي واتجاهاته الحديثة، دار الكتاب الجامعي، العين دولة الإمارات العربية المتحدة، 2017، ص 117.

² عثمان محمد الدليبي: مواقع التواصل الاجتماعي " نظرة عن قرب، دار غيداء للنشر والتوزيع، عمان، 2020، ص 131.

³ ماهر عودة الشمالية وآخرون: الإعلام الرقمي الجديد ' دار الاعصار للنشر والتوزيع، عمان، الاردن، ص 209

⁴ مري عصام صلاح: الإعلام الإلكتروني، الاسس وأفاق المستقبل، دار الاعصار العلمي للنشر والتوزيع، عمان، 2015، ص 246.

تعددت تعريفات شبكات التواصل الاجتماعي من باحث إلى آخر فنجد لها عدة تعريفات نذكر منها:
" أنها برنامج يستخدم لتكوين مجتمعات على شبكة الأنترنت، يمكن لأفراده التواصل مع بعضهم البعض للعديد من الأسباب " .

كما تعرف على أنها مواقع الكترونية على شبكة الأنترنت توفر لمستخدميها خدمات وتتيح لهم إنشاء صفحات خاصة بالأشخاص، والتواصل مع أصدقائهم ومعارفهم مثل موقع الفاييسبوك، ماي سبيس² .

إن مفهوم شبكات التواصل الاجتماعي متداخل، كما يطلق عليها عدة تسميات (مواقع التواصل الاجتماعي، الشبكات الرقمية الاجتماعية، وسائل الإعلام الاجتماعية، مواقع الشبكات الاجتماعية ضمن الجيل الثاني ويب 2.0 .

كما عرفت أيضا بأنها مجموعة متنوعة ومتعددة من مصادر المعلومات عبر الأنترنت التي تم إنشاؤها وتوزيعها، وتستخدم من قبل المستهلكين الراغبين في تعليم بعضهم بعضا حول المنتجات والعلامات التجارية والخدمات والشخصيات والقضايا، كما تم تعريفها على أنها مجموعة من أدوات البرمجيات التي تسمح للمستخدمين بالتفاعل ومشاركة البيانات مع مستخدمين آخرين، بشكل أساسي عبر الويب 2.0³ .

وتصنف هذه المواقع ضمن الجيل الثاني في الويب 2.0 للأنترنت وسميت اجتماعية لأنها تقوم بتشكيل مجتمعات افتراضية يستطيع المستخدم التواصل مع اشخاص لديهم اهتمامات مشتركة من خلال إنشاء موقع خاص به ومن ثم ربطه من خلال نظام اجتماعي إلكتروني مع أعضاء آخرين لديهم نفس الاهتمامات أو جمعه مع أصدقائه⁴ .

فيما بعد استخدم الباحثون مصطلحات مختلفة مثل "المجتمعات الافتراضية"، "شبكات التواصل الاجتماعي"، "خدمات شبكات التواصل الاجتماعي"، "شبكات التواصل الاجتماعي عبر الأنترنت"، "مواقع شبكات التواصل الاجتماعي"، و"وسائل التواصل الاجتماعي". على الرغم من وجود اختلافات طفيفة في هذه المصطلحات، إلا أنها يمكن تصنيفها إلى ثلاث فئات:

- كمصطلح رئيسي من عام 1997 إلى عام 2002.

¹ رضوان بلخيري: مدخل إلى الإعلام الجديد: المفاهيم والوسائل والتطبيقات، جسور للنشر والتوزيع، الجزائر، 2014، ص 20

² حسين رضا النجار، فاضل عبد علي القرشي، مرجع سابق، ص ص 118-119.

³ Stacy Neier, Linda Tuncay Zayer: Students' Perceptions and Experiences of Social Media in Higher Education, Journal of Marketing Education, Vol. 37(3), 2015, p134

⁴ عثمان محمد الدليبي، مرجع سابق، ص 132 .

- كمصطلح رئيسي من عام 2005 إلى عام 2009.

- تستخدم بشكل رئيسي من قبل الباحثين منذ عام 2010¹.

المطلب الثاني: نشأة مواقع التواصل الاجتماعي :

تعتبر شبكات التواصل الاجتماعي من أبرز التطورات التي أفرزتها شبكة الأنترنت والويب، حيث ظهر مصطلح الشبكات الاجتماعية عام 1954 من قبل (جون بارنر) باحث في ميدان العلوم الانسانية بجامعة لندن للدلالة على أنماط من العلاقات تشمل المفاهيم التي يستعملها الجمهور بشكل تقليدي، وتلك التي يستخدمها علماء الاجتماع لوصف المجموعات البشرية كالعائلة والأسر.

ويمكن إرجاع شبكات التواصل الاجتماعي إلى عمر الويب، فمنذ اختراع صفحات الويب الخاصة بشبكة المعلومات، بدأت الأفكار نتيجة نحو ربط الأفراد من خلال تجمعات افتراضية إلكترونية².

وتعتبر شبكات التواصل الاجتماعي عبارة عن مواقع رقمية على شبكة الأنترنت تتيح لمستخدميها مشاركة الآخرين بمواد متنوعة نصية وسمعية ومرئية، كان أول ظهور لمواقع شبكات التواصل الاجتماعي عام 1995 م حيث ظهر موقع Classmantes.com لربط بين زملاء الدراسة ثم تلاه موقع Sixdegees عام 1997، واعتمدت هذه المواقع على فتح صفحات شخصية للمستخدمين وعلى إرسال رسائل لمجموعة من الأصدقاء ولكن تم اغلاقها لعدم تحقيقها أرباحا لمالكيها³.

أطلقت أول موقع تعارف عليه لشبكات التواصل الاجتماعي في عام 1997. وهو موقع SixDegrees.com والذي يسمح للمستخدمين بإنشاء ملفات شخصية وعرض أصدقاؤهم ، وبدء من عام 1998 بدأ الموقع باستعراض قوائم الأصدقاء، وقد كانت كل هذه الميزات موجودة بشكل ما قبل SixDegrees، وكانت هناك ملفات شخصية على معظم مواقع التعارف الرئيسية والعديد من مواقع المجتمع، كما دعمت قوائم أصدقاء AIM و ICQ قوائم أصدقاء، ولكن لم يتمكن المستخدمون من إنشاء ملفات شخصية أو عرض الأصدقاء حتى بعد سنوات، كان SixDegrees أول من دمج هذه الميزات. لقد قام SixDegrees بالترويج لنفسه كأداة لمساعدة الناس على الاتصال وإرسال رسائل للآخرين. بينما جذبت SixDegrees ملايين المستخدمين، فإنها فشلت في أن تصبح عملا قائما وفي عام 2000 أغلقت الخدمة⁴.

¹ Stacy Neier, Linda Tuncay Zayer, op cit,p23-24.

² عثمان محمد الدليبي, مرجع سابق ص 127 .

³ رضوان مفلح العلي وآخرون: مدخل إلى وسائل الإعلام الإلكتروني والفضائي، دار ومكتبة حامد للنشر والتوزيع، عمان، 2016، ص 203 .

⁴ danah m. boyd, Nicole B. Ellison, Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship, Journal of Computer-Mediated Communication, · October 2007 ,p214-215.

وتبع ذلك ظهور مجموعة من مواقع التواصل الاجتماعي خلال الفترة (1997 – 1999) وكان محور اهتمامها هو تدعيم المجتمع من خلال مواقع تواصل اجتماعية مرتبطة بمجموعات معينة مثل موقع الأمريكيين الآسيويين Asianavenue.com وموقع البشر ذوي البشرة السمراء Blackplanet.com، وبعد ذلك ظهرت مجموعة من مواقع التواصل الاجتماعي التي لم تتمكن من تحقيق النجاح الكبير في الفترة الممتدة (1999-2001)، وقد اعتمدت هذه المواقع في نشأتها خلال الفترة الأولى على تقنيات الويب في مراحلها الأولى، والتي ركزت على استخدام غرف الدردشة والرسائل الالكترونية، وخلال تلك الفترة لم تكن تقنيات الجيل الثاني للويب قد ظهرت على الساحة، كما لم يكن يسمح بالتفاعل والإضافة والحذف والنقاش وتبادل الملفات والآراء وكلما أتاحتها تقنيات الويب 2.0 فيما بعد¹.

وكان الميلاد الفعلي للشبكات الاجتماعية كما نعرفها اليوم عام 2002، إذ طلق موقع Frinedster.com في كاليفورنيا من قبل (جونشان ايرامز)، ويعتمد هذا الموقع على دائرة الأصدقاء والتقنية المتعددة للأفراد على شبكات التواصل الاجتماعي خلال المجتمعات الافتراضية، ويستخدم هذا الموقع في نطاق واسع في آسيا كما يوفر خاصة تعدد اللغات (انجليزية – صينية – يابانية – كورية – الاسبانية)، وقد تم تصميمه ليكون وسيلة للتعارف والصدقات المتعددة في مختلف الفئات العمرية وقد نال هذا الموقع شهرة كبيرة .

كان التصميم الأولي لـ Friendster يقيد المستخدمين من استعراض ملفات الأشخاص الذين يبعدون أكثر من أربع درجات (أصدقاء أصدقاء أصدقاء الأصدقاء)، ولكي يتمكنوا من استعراض المزيد من الملفات بدأ المستخدمون في إضافة المعارف والغرباء الذين يبدوون مثيرون للاهتمام لتوسيع نطاقهم، إذ بدأ البعض في جمع الأصدقاء بشكل هائل ومثير، وهو نشاط تشجع عليه ضمناً من خلال ميزة "الأكثر شعبية"، إلا أن الصفحات الشخصية الوهمية التي تمثل شخصيات وهمية رمزية مثل المشاهير والأفكار وكيانات أخرى من بين أكبر الشخصيات الوهمية، وقد أثارت هذه الميزة "Fakesters" غضب الشركة، والتي بدورها قامت بإلغاء الصفحات الشخصية الوهمية وألغت ميزة "الأكثر شعبية".

حذف الصفحات الشخصية الوهمية بشكل نشط (والمستخدمين الحقيقيين الذين اختاروا صورا غير واقعية) أشار إلى بعض الناس أن الشركة لا تشاركهم نفس الاهتمامات، غادر العديد من المستخدمين المبكرين بسبب توليفة من الصعوبات التقنية والصددمات الاجتماعية وانقطاع الثقة بين المستخدمين

¹ حسين رضا النجار فاضل عبد علي القرشي، مرجع سابق، ص ص 120- 121 .

والموقع، ومع ذلك، في الوقت نفسه الذي كان فيه يتلاشى في الولايات المتحدة، ارتفعت شعبيته بشكل كبير في الفلبين وسنغافورة وماليزيا وإندونيسيا¹.

كما ظهر بالتوازي العديد من مواقع التواصل الاجتماعي مثل LinkedIn والذي وصل عدد مستخدميها 250 مليون مشتركاً نهاية عام 2012، ثم كانت النقلة الكبرى في عالم شبكات التواصل الاجتماعي بانطلاق موقع التواصل الاجتماعي الشهير فيس بوك Facebook.com الذي انطلق رسمياً في 4 فبراير 2004، وقد بدأ موقع فايسبوك بالانتشار السريع في أوساط المستخدمين بالإضافة إلى المواقع الأخرى، فطور خدماته فيما بعد إذ أتاح عام 2007 تكوين التطبيقات للمطورين مما أدى إلى الزيادة في أعداد المستخدمين بشكل كبير حتى تربع على عرش مواقع التواصل الاجتماعي²، وقد انتشرت فكرة مواقع التواصل الاجتماعي للمدونات الصغيرة بظهور موقع تويتر Twitter عام 2006 كمشروع تطوير بحثي أجرته شركة Odeo الأمريكية وبعد ذلك أطلقتها الشركة بصورة رسمية في أكتوبر 2006 وقد بدأ هذا الموقع بالانتشار كخدمة جديدة على ساحة التواصل الاجتماعي في عام 2007 لتقديم التدوينات المصغرة ثم قامت الشركة بإطلاق تسمية Twitter بدءاً من ديسمبر 2009³. ثم تم إطلاق تطبيق TikTok في سبتمبر 2016 بواسطة شركة ByteDance الصينية. ومنذ ذلك الحين، حقق التطبيق شعبية كبيرة حول العالم، خاصة بين الشباب، وأصبح واحداً من التطبيقات الرائدة في مجال مشاركة مقاطع الفيديو القصيرة.

المطلب الثالث: خصائص مواقع التواصل الاجتماعي :

تعد شبكات التواصل الاجتماعي منظمات عصرية تتمتع بخصائص اكتسبتها من خصائص الإعلام الجديد على اعتبارها إحدى أدواته، حيث ساعدت هذه الخصائص على تغيير أسلوب الحياة الاجتماعية والتي يمكن إبرازها كما يلي :

- 1) التفاعلية : ظلت وسائل الإعلام التقليدية لزمن طويل تتعامل مع الجمهور كمستقبلين - سلبيين - فقط غير أن الإعلام الجديد قد أحدث تغييراً جذرياً على طريقة التعامل مع الجمهور حيث أصبح المواطن هو الذي يقرر متى يريد المعلومة ويحدد زمن التفاعل والحوار والانتقال من دور المستقبل إلى دور المرسل أو الناشر⁴.

¹ danah m. boyd, Nicole B. Ellison, op cit ,p216

² عثمان محمد الدليبي، مرجع سابق، ص ص 129- 130 .

³ حسين رضا النجار، فاضل عبد علي القرشي، مرجع سابق، ص 122 .

⁴ عثمان محمد الدليبي، مرجع سابق، ص 138 .

كما يستطيع التحاور والادلاء برأيه عبر المحادثات الصوتية والمرئية في أي وقت يشاء وبأي لغة يشاء، وهو ما لم تستطيع وسائل الإعلام التقليدية توفيره كالتلفاز والمذياع والصحف حيث كان المتلقي مجبرا على تلقي وتقبل المادة الإعلامية دون اختيار أو اعتراض¹.

(2) بناء علاقات اجتماعية : وتعد من أبرز الخصائص الأكثر أهمية لكونها تعد أحد أهم أسباب إنشاء هذه الشبكات، حيث تتكون وتنشأ بين جمهور المستخدمين الذين يمتلكون اهتمامات وميولات ورغبات مشتركة علاقات اجتماعية، فعملية التعارف تعد سمة هامة تميز مواقع التشبيك الاجتماعي، فهذه الشبكات تتيح الالتقاء ضمن العديد من أشكال الفضاءات الافتراضية مثل المجموعات أو الصفحات كما تتيح أيضا امكانية أداء الإعجاب من روابط خاصة .

(3) التفاعل والمشاركة : وزادت هذه الخاصية كأحد سمات الويب 2.0 من جاذبية مواقع التواصل الاجتماعي من خلال تجسيد التفاعلية بين مستخدمي هذه الشبكات لضمان الاستمرارية والتطور، حيث أن المستخدم لهذه المواقع هو المستقبل والقارئ والمرسل والكاتب والمشارك فهذه المواقع ألغت سلبية الجمهور التي كانت لصيقة به زمن الإعلام القديم وأعطت حيزا كبيرا للمشاركة الفاعلة من المشاهد القارئ².

(4) التحكم في المحتوى المعروض : عندما تتيح إلى أي موقع إلكتروني عادي سوف تظهر لك صفحات الموقع تبين لك ما يريد أصحاب الموقع أن يظهر للجميع، وأصحاب الموقع هم من يتحكمون في المحتوى وانت كمستخدم ما عليك سوى الموافقة والإذعان أو مغادرة الموقع إذا كان المحتوى والشروط لا تعجبك، غير أن مواقع التواصل الاجتماعي عندما تقوم بزيارتها لأول مرة ستجد صفحة تطلب منك التسجيل لتمكن من الدخول، صفحة فارغة من المحتوى سوى بعض المربعات المخصصة لتضع فيها اسمك وبيانات، وبالتالي تلج إلى هذه المواقع التي لا تعرض إلا ما يريد يده المستخدم .

المستخدم هو الذي يحدد المحتوى الذي سيعرض عليه وعليه فشبكات التواصل الاجتماعي قد جعلت مستخدميها هم من يتحكمون في المحتوى الذي يعرض عليهم، ويشكلوه كيفما أرادوا فحين

¹ محمود خضر حامد: الإعلام والمعلومات والانترنت، دار الكندي للنشر والتوزيع، عمان، 2015، ص 137 .

² طارق سعيدي: قيادة الرأي العام في الحملات الانتخابية عبر مواقع الشبكات الاجتماعية، دراسة تحليلية على الانتخابات الرئاسية الجزائرية، 2014، اطروحة دكتوراه، جامعة باتنة، الجزائر، (2016- 2017)، ص 118- 119 .

تبنى قائمة أصدقائك في موقع فايسبوك على سبيل المثال فانت بذلك تشكل عالم فايسبوك الخاص بك وتحدد ما ستقرأ وتشاهد وتناقش¹.

(5) التلقائية: يتصف التواصل عبر شبكت التواصل الاجتماعي بأنه تلقائي وغير رسمي أو متوقع، فليس هناك تخطيط وتنسيق للتواصل بين الاعضاء، وكذلك عدم وجود لوائح وقيود تنظيمية تحكم التواصل فهو يتم بالتلقائية بين طرفي الاتصال².
غير أنه في بعض الحالات يكون اتصالا رسميا كان يحدث اتصال بين معلم ومتعلمين ويكون رسميا ومنظما وغير تلقائي.

(6) الحضور الدائم غير المادي: حيث لا تتطلب عملية التواصل الحضور الدائم، اذ يمكن لأي مستخدم الاتصال بمستخدم آخر عن طريق ترك (رسالة نصية، صورة، معلومات، موسيقى ... الخ). كما يمكن أن يرد عليه بالطريقة ذاتها من دون أن يلتقيا في وقت متزامن، كما يمكن لهما الاتصال مباشرة (التواصل يكون بطريقة متزامنة أو غير متزامنة).

المبحث الثاني: شبكات التواصل الاجتماعي خدماتها وأنواعها

المطلب الأول: الخدمات التي تقدمها الشبكات الاجتماعية:

يلحظ المتابع والمستخدم شبكات التواصل الاجتماعي بأنها تشترك في خصائص أساسية، في حين نلاحظ أيضا أنها تتميز فيما بينها بمميزات تفرضها طبيعة الشبكة ومستخدميها ومن أبرز تلك المميزات.

(1) الملفات الشخصية (الصفحات الشخصية) (Profile page):³ ومن خلال هذه الملفات الشخصية يمكن التعرف على اسم الشخص ومعرفة المعلومات الأساسية عنه (الجنس . تاريخ الميلاد . البلد . الاهتمامات والصورة الشخصية بالإضافة إلى غيرها من المعلومات، كما يتيح للصفحة الشخصية الملف الشخصي امكانية مشاهدة نشاط الشخص مؤخرا، من هم أصدقاءه، وما هي الصور الجديدة التي قام برفعها، إضافة إلى مجموعة عديدة من المعلومات التي يمكن أن تقدمها.

¹ نوال بركات: انعكاسات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على نمط العلاقات الاجتماعية، دراسة ميدانية على عينة من المستخدمين الجزائريين، اطروحة دكتوراه، جامعة محمد خيضر بسكرة، الجزائر، 2016، ص 151.

² حسين محمود هتيمي: العلاقات العامة وشبكات التواصل الاجتماعي، دار اسامة للنشر والتوزيع، نبلأ ناشرون وموزعون، عمان، 2015، ص ص 85-86.

³ انظر كل من:

- مصطفى يوسف كافي: الإعلام التفاعلي، دار حامد ومكتبة للنشر والتوزيع، عمان، 2016، ص 114.
- رضوان مفلح العلي وآخرون: مدخل إلى وسائل الإعلام الالكتروني والفضائي، دار ومكتبة حامد للنشر والتوزيع، عمان 2016 ص ص 206-207.

ونلخص أهم الخدمات في الملفات الشخصية، الأصدقاء، العلاقات، الألبومات المصورة، إمكانية ترك إعلان مصور عن نشاطك، إمكانية تبادل الهدايا الإلكترونية بين الأعضاء .

- القدرة على التواصل عبر خدمة البريد الإلكتروني أو عن طريق المحادثة الفورية .
- تتيح لمستخدميها خدمة مشاركة الملفات لمستخدمين معينين أو بشكل مفتوح .
- يمكن لأي مستخدم ترك لمحة عن نفسه واهتماماته كما يمكنه إنشاء مجموعات مع عدة أشخاص حسب نوع الاهتمامات المشتركة .
- إمكانية تحديد الموقع الجغرافي وتبديله كلما استدعت الحاجة والتواصل مع الآخرين حسب الموقع الجغرافي
- إمكانية ممارسة الألعاب مع أطراف عدة من خلال هذه الشبكات ¹ .

المطلب الثاني: شبكات التواصل الاجتماعي المكان الافتراضي والزمن الميدياتيكي

أصبحت تشكل فضاءات تواصلية عدة بفضل شبكة الأنترنت وهي بمثابة أمكنة افتراضية، نتحدث عبر غرف الحوار والدرشة، بدون حدود وبدون تاريخ، وتعامل مع هذه الفضاءات بعدة أمكنة ذات شحنة ثقافية يكون الحوار والتواصل أساسها، ويعد المكان الافتراضي مصطلح حديث التداول الفكري وهو يعني كل ما يتصل بالفضاء التخيلي بشقه المادي والمتمثل في إبداع سبل جديدة في هندسة تكنولوجيات الافتراضي وشقه الاعتباري يضم أنشطة عالمنا الواقعي المعتاد أو في إمكانه أن يضمها جميعها ويضم أشياء جديدة أخرى ² .

ومن بين مزايا المكان الافتراضي هو نهاية فوبيا المكان، حيث أن الخوف من المكان هو دليل على تملكنا لمكان آخر، وعندما ندخل في منظومة المكان الافتراضي نصبح لا نخاف شيء بحكم عدم قدرتنا على تملك الافتراضي باعتباره فضاء لذلك، ووصفت الأنترنت كفضاء افتراضي بأكثر الأمكنة تحررية، وعدم قدرة أي طرف على امتلاكها ³ .

ومن الخصائص البارزة للأنترنت، تتجلى في قيام نظام الأنترنت على معادلة زمنية تجمع في الوقت ذاته السرعة اللحظية وسرعة الطواف وهذا ما عناه البعض بالزمن العالمي والذي يعد بمثابة الزمن العابر للحدود بين القارات والمجتمعات واللغات عبر طرق الإعلام المتعددة، التي تتمثل الصور والرسائل

¹ عيشة علة، نوري الود: الأشباع المحققة من استخدام شبكات التواصل الاجتماعي لدى الطالب الجامعي، مجلة الوقاية والارغنونيا، جامعة الجزائر 2 العدد 06، 2016 . ص 176 .

² عبد الرزاق الدليبي: صناعة الإعلام العالمي المعاصر، دار اليازوردي العلمية للنشر والتوزيع، عمان، 2015، عمان، ص 68.

³ رضوان بلخيري، مرجع سابق، ص 29 .

بالسرعة القصوى من وإلى أي نقطة في الأرض، ويقال هذا الزمن ما أسماه الدكتور عبد الله الحيدري " بالزمن الميدياتيكي ". وصورة ذلك هو أن حياة الفرد اليوم ظلت متصلة اتصالا لا فكاك منه بوسائل الإعلام والاتصال الإلكترونية إلى حد تفكيك الروابط الحميمة الأسرية والاجتماعية الأخرى فالزمن الميدياتيكي هو الزمن الذي نحققه في صلاتنا المستمرة مع وسائل الاتصال بوصفنا أفراد اجتماعيين¹.

المطلب الثالث: أنواع مواقع التواصل الاجتماعي :

هناك العديد من شبكات التواصل الاجتماعي والتي سنقوم باستعراضها من خلال التطرق إلى نشأتها وخصائصها .

أولا: موقع الفايسبوك

فيس بوك Face book : هو شبكة اجتماعية لاقت قبولا ورواجا بين الناس خصوصا من الشباب في جميع أنحاء العالم، وهي عبارة عن مدونة شخصية في بداية نشأتها عام 2004 في جامعة (هارفارد) الأمريكية من قبل الطالب (مارك زوكربيرج) وكانت مدونته محصورة في نطاق الجامعة وبحدود أصدقائه، حيث لم يخطر ببال الطالب زوكربيرج أن هذه المدونة ستجتاح العالم الافتراضي، فتخطت شهرتها الجامعة وانتشرت في مدارس الولايات المتحدة الأمريكية المختلفة، وظلت مقتصرة على أعداد من الزوار ولو أنها كانت في زيادة مستمرة، وفي عام 2007 حقق القائمون على هذا الموقع امكانيات جديدة لهذه الشبكة ومنها إتاحة فرصة للمطورين مما أدى إلى زيارة شهرة موقع الفايسبوك بحيث تجاوز حدود الولايات المتحدة الأمريكية إلى كافة دول العالم².

مستخدمو فيسبوك لديهم مواقع شخصية تسمى "الملفات الشخصية" يمكنهم تطويرها من خلال قوائم سهلة الاستخدام، ويمكن للمستخدمين ضبط إعدادات الخصوصية لحساباتهم للحد من الوصول إلى ملفاتهم الشخصية على فيسبوك، وتوفر خاصية "الصدقة" عادة ما تمنح إمكانية الوصول الكامل إلى ملف الشخص بما في ذلك القدرة على عرض جميع الصور في ألبومات الشخص ونشر تعليقات عليه، يمكن للمستخدمين إرسال "طلبات صداقة" إلى أعضاء فيسبوك آخرين وقبول طلبات الصداقة المقدمة من الأشخاص الآخرين للربط بينهم، مما يسمح بالوصول إلى عرض ملفات بعضهم البعض والكتابة على "الجدران" الشخصية لبعضهم البعض، وهي مدونات تفاعلية تتضمن أحداثا وتعليقات من الأشخاص

¹ علي محمد خير المغربي، ابراهيم جابر: الإعلام الاجتماعي وشبكة المعلومات الدولية، مرجع سابق ص 69.

² حسن السواداني، محمد المنصور: شبكات التواصل الاجتماعي وتأثيرها على جمهور المؤلفين، مركز الكتاب الاكاديمي، عمان، 2016، ص

الآخرين، وغالبا ما تزين هذه الجدران بروابط وصور ومقاطع فيديو وعناصر افتراضية أوهدايا، كما يمكن أيضا إنشاء صفحات خاصة للفعاليات والمجموعات¹.

أما عنوان الموقع فهو Facebook.com وقد أسسه مارك زوكربيرج بالاشتراك مع كل من داستين موسكوفيتز وكريس هيوز، وكانا مختصين في دراسة علوم الحاسب .
فوائد وإيجابيات فيس بوك :

- 1/ إتاحة الفرصة للصدقة والتواصل بين مستخدمي هذا الموقع عن طريق تقديم طلبات الصداقة أو تلقيها أو عن طريق اقتراح أصدقاء جدد وبالتالي توسيع شبكة الصداقة والتواصل التي يمتلكها، كما يمكن تصنيف الأصدقاء وفق معلومات مضافة عن كل منهم كزملاء الدراسة أو زملاء العمل حسب المهنة
- 2/ خدمة الشركات أو أصحاب العمل : وتفيد في الإعلان عن الوظائف واختيار الموظفين كأخذ ما نشره من نبذ عن انفسهم وخبرات عبر الموقع .
- 3/ إمكانية تحميل الألبومات والصور .
- 4/ التواصل مع مجتمعات افتراضية متخصصة في ميادين مختلفة تتيح للمستخدم إمكانية التدريب والتعليم من هذه المجتمعات وزيادة خبرته .
- 5/ متابعة أخبار الشخصيات المشهورة² .

ثانيا موقع تويتر

هو أحد شبكات التواصل الاجتماعي الموجودة على الأنترنت الذي عرف انتشارا في الآونة الأخيرة ولعب دورا هاما خلال التوترات السياسية والعسكرية التي مست العديد من البلدان .
وترجع تنسبه إلى (Twit) والتي تعني تغريدة كما اتخذ رمز العصفورة كدلالة عليه أما معناه الحرفي فهو (زقزقة العصافير) أي أن العصفور يغرد إذا فرح، ويغرد إذا حزن أو أحس بخطر فهو يغرد في كل الحالات (وهو كناية على أن المستخدم يعبر عن الحالات الشعورية التي يمر بها أو يشعر بها عبر تغريدة عبر موقع التويتر) .

وقد استقطب هذا الموقع العديد من المستخدمين ليصبح منافسا قويا لموقع (فيس بوك) تمكن من النمو السريع خلال التسميات الاخيرة ليتحول بعدها إلى وسيلة تدوين فائقة القوة ومتعددة الاستخدامات³.

¹ Wankel, Charles ,Management education using social media, Organisation Management Journal, 6 :4, (2009) ,p252.

² علي خليل شقرة، مرجع سابق، ص 68- 69 .

³ المرجع نفسه، ص 171 .

تويتر وهو التطبيق المعروف للمدونة المصغرة المجانية، مفيد بشكل خاص للتبادل السريع للأفكار والأفكار والمعلومات، ويتيح تويتر الإعلان السريع والبسيط للأشخاص أو مشاركة شيء ما مثل ارتباط بالإنترنت عند الحاجة إليها، وعموما تكون التغريدات حول ما يفعله المرسل حاليا أو ما يفكر فيه، أو لتنبه المتابعين بحدوث حدث قريب أو مورد ملحوظ بشكل خاص، في حين سيتلقى المتابعون الآخرون الذين تم قبولهم كمتابعين لتغريدات شخص معين هذه التغريدات، كما يمكن أن نعتبر تويتر أفضل مثال على الويب 2.0، كمنصة اتصال يمكن الوصول إليها في أي مكان وزمان¹.

نشأة التويتر:

لقد كانت بدايات ميلاد تويتر عام 2006 عندما اقدمت شركة Obvious الامريكية على اجراء بحث تطويري لخدمة التدوين المصغر ثم اتاحت الشركة المعنية ذاتها استخدام هذه الخدمة للناس عامة في اكتوبر من نفس السنة 2006 وبدا هذا الموقع بالانتشار بسرعة على اعتباره خدمة حديثة في مجال التدوين المصغر، بعد ذلك قامت الشركة الام بفصل هذه الخدمة عنها واستحداث اسما خاصا لها اطلقت عليه تويتر وذلك في افريل من عام 2007²، صار العالم في تنامي مستمر من خلال كتابة التغريدات أو النشر على الأنترنت لمعلومات عن نفسك أو أي شيء ترغب في قوله، شخصيا أو مهنيا، أو سياسيا في أي وقت تشاء، حيث بدأ مشروع تويتر كمشروع لأشخاص يعملون في بث النشرات الصوتية على الأنترنت Pedcasting هم شركة Odeo للملكية جاك دروسي Jack Drosey نوح جلاص Noah Glass، بيزستون Bizstone وايفان وليامز Evan Williams في مارس 2006 حيث نعى تويتر بسرعة جدا في غضون النصف الأول من عام 2009، ففي فبراير 2009 صار عدد مستخدميه حوالي 6 مليون مقارنة بنحوه 3 مليون مستخدم بحلول مايو من نفس السنة³.

وسرعان ما اكتسب شعبية كبيرة وعرف انتشارا واسعا عبر أنحاء العالم، اذ بلغ عدد مستخدمين عام 2011 م 200 مليون مستخدم⁴.

¹ Charles Wankel op cit,p252-253.

² وردة بن عمر: تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على الحراك السياسي في الدول العربية، مصر، انموذجا، رسالة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال، جامعة الحاج لخضر، باتنة، 2013-2014، ص 60.

³ بول ليفنسون: أحدث وسائل الإعلام الجديدة، ترجمة هبة ربيع، دار الفجر للنشر والتوزيع، مصر، 2015، ص 65.

⁴ عامر قندلجي: الإعلام والمعلومات والآنترنت، دار اليازوردي العلمي للنشر والتوزيع، عمان 2020، ص 358.

تعريف تويتر:

ويعرف تويتر بأنه إنتاج رسائل اتصالية قصيرة كشكل من أشكال التدوين يمكن المستخدم من إرسال الرسائل والصور أو مقاطع الصوتية ونشرها لعامة المستخدمين أو لمجموعة خاصة يحددها المستخدم¹.

كما يعرف على أنه شبكة تواصل اجتماعية تمكن المستخدم من الاشتراك فيها من خلال تسجيل بيانات في الموقع للتمكن من تدوين ما تريد عبر تغريدة لا تتعدى 140 حرف، ويمكن لأصدقائك قراءة تغريدات كما يمكنك مبادلة التغريدات مع اصدقائك، ويتوفر تويتر بعدة لغات الانجليزية - العربية ... إلخ غير ذلك ورابط الموقع هو www.Twitter.com².

ويعرف تويتر على أنه خدمة تساعد الأصدقاء وأفراد العائلة وزملاء العمل على التواصل وإدامة الاتصال بعضها ببعض عبر تبادل أجوبة سريعة ومعتادة لسؤال واحد بسيط هو: ماذا تفعل الآن؟ ويمكن لمن لديه حساب تويتر أن يتبادل مع اصدقائه التغريدات (التويتات) من خلال ظهورها على صفحاتهم الشخصية، أو على حالة دخولهم على صفحة المستخدم كما تتيح شبكة تويتر خدمة التدوين المصغرة هذه إمكانية الردود والتحديثات عبر البريد الإلكتروني، كذلك أهم الأحداث من خلال خدمة (RSS) عبر الرسائل النصية (SMS)³.

استخدامات تويتر:

استخدم موقع التواصل الاجتماعي تويتر منذ اطلاقته الاولى في تبادل الحوارات والمناقشات بين المستخدمين ذوي الاهتمامات المشتركة عبر الرسائل القصيرة والتي تحمل معها الأخبار والأحداث الآنية والمعلومات، كما يستخدم الأفراد تويتر لأغراض كثيرة نذكر أهمها:

- نشرة الأحداث من قبل المغردين.
- إعادة بث المعلومات الحديثة التي قام المستخدم باستلامها .
- إمكانية التعليق على الأحداث والأخبار المنشورة .
- إمكانية التعليق على رسائل الآخرين في شكل مختصر وبصورة مباشرة .
- يقوم بعض المستخدمين باستخدام تويتر للترويج عن أنفسهم ، وقد صنفت استخدامات تويتر على

النحو التالي :

¹ مدين عمران التميمي: الإعلام الجديد والشباب، دار أمجد للنشر والتوزيع، عمان، 2010، ص 125.

² حسن رضا النجار، فاضل عبد علي القرشي، مرجع سابق، ص 127 .

³ عبد الرزاق الدليبي: الإعلام الرقمي والمجتمعات المعاصرة، مرجع سابق، ص 270- 271 .

- 1/ الدردشة اليومية : يقوم المغردين من خلال الدردشات اليومية بنشر اعمالهم الروتينية أو ما يقومون به وقت إرسال التغريدة .
- 2/ المحادثات .
- 3/ تبادل المعلومات والروابط الإخبارية .
- 4/ نقل الاخبار¹ .

ثالثاً: موقع يوتيوب Youtube :

هو أحد أبرز شبكات التواصل الاجتماعي الموجودة على شبكة الأنترنت تحت عنوان www.youtube.com يتيح هذا الموقع للمستخدم إمكانية إرفاق أي ملفات تتكون من مقاطع الفيديو على شبكة الأنترنت دون تكلفة مالية، فبمجرد تسجيل الاشتراك بالموقع يتمكن المستخدم من إرفاق أي ملفات تتكون من مقاطع فيديو يراها ملايين الأشخاص حول العالم، كما يتمكن المشاهدون من إدارة حوار جماعي حول مقاطع الفيديو من خاصية التعليقات، فضلا عن تقييم ملف الفيديو من خلال اعطائه قيمة نسبية مكونة من خمس درجات للتعبير عن مدى أهميته من وجهة نظر المستخدمين² .

تأسس موقع اليوتيوب عام 2005 في ولاية كاليفورنيا في الولايات المتحدة الأمريكية من قبل تشالد هرلي، وستيف تشين، وجاود كريم، وهم موظفون سابقون بشركة Paypal .

يشمل الموقع على مقاطع فيديو متنوعة من أفلام السينما والتلفزيون والفيديو الموسيقي، ويعد موقع يوتيوب من الجيل الثاني Web 2.0، ومع مطلع عام 2006 أصبح موقع يوتيوب شبكة التواصل الأولى حسب اختيار مجلة تايم الأمريكية، ويعد موقعا غير ربحي لخلوه تقريبا من الإعلان³ .

تعريف يوتيوب :

يوتيوب Youtube هو موقع ويب متخصص بمشاركة الفيديو، يسمح للمستخدمين برفع ومشاهدة ومشاركة مقاطع الفيديو بشكل مجاني . ومن شروط الخدمة التي يجب مراعاتها أنه لا يسمح الموقع من وضع أفلام لها حقوق نشر محفوظة من دون إذن صاحب العمل، كما لا يسمح بوضع الافلام الإباحية، أو الافلام التي تسيء لشخصيات معينة، أو الإعلانات التجارية أو الأفلام التي تشجع على الإجرام .

¹ مدين عمران التميمي: الإعلام الجديد والشباب، دار أمجد للنشر والتوزيع، عمان، 2020، ص ص127- 128 .

² رضا عبد الواجد أمين: استخدامات الشباب الجامعي لوقع يوتيوب على شبكة الانترنت، ابحاث المؤتمر الدولي : الإعلام الجديد : تكنولوجيا جديدة .. لعالم جديد، جامعة البحرين 7- 9 افريل 2009، ص 520 .

³ عبد الرحمان بن ابراهيم الشاعر: مواقع التواصل الاجتماعي والسلوك الانساني، دار صنعاء للنشر والتوزيع، عمان 2015، ص 65 .

يعد يوتيوب موقع ويب معروف متخصص بمشاركة الفيديو، كما يتيح لمستخدميه برفع ومشاهدة ومشاركة مقاطع الفيديو بشكل مجاني .

ويرجع تاريخ تأسيس هذا الموقع يوتيوب إلى 14 من شهر فبراير من عام 2005 من قبل ثلاث موظفين سابقين بشركة باي بال هم " تشاد هيرلي و ستيف تشين وجاود كريم، في مدينة سان برينو، سان ماتيو، كاليفورنيا، الولايات المتحدة الأمريكية .

يعتمد موقع يوتيوب على تقنية الادوبي فلاش لعرض المقاطع المتحركة كما يحتوى الموقع على مقاطع متنوعة من مقاطع الافلام، والتلفزيون والموسيقى، الفيديو المنتج من قبل الهواة وغيرها، وفي أكتوبر من عام 2006 أعلنت شركة ف Google الوصول لإتفاقية لشراء الموقع مقابل 1.65 مليار دولار أمريكي، ويعتبر هذا الموقع من مواقع الويب 2.0¹ .

مزايا يوتيوب :

- يتميز اليوتيوب بضخامة سعة التخزين .
- مجانية .
- إمكانية ربطه بالموقع والمدونات الالكترونية .
- إمكانية استقباله على أجهزة الكترونية متعددة .
- تنوع وتعدد مستخدميه .
- إعطاء مستخدميه مساحة حرية كبيرة .
- إمكانية استخدامه كأداة تسويقية وإعلانية وترويجية كما يمكن استخدامه في الحملات السياسية² .

رابعاً: المدونات :

من أهم الظواهر الجديدة التي أفرزتها الأنترنت ظاهرة المدونات التي أتاحت لمستخدم الأنترنت إمكانية أن يكون صحفياً وكاتباً ومنتجاً للمعلومات وقادراً على اسماع صوته للآخرين.

وتعد المدونات Web blogs مصطلح مكون من شقين (web) وتعني الشبكة الدولية للمعلومات، و (log) أي التسجيل أو الدفتر وبذلك يكون معناها:

سجل التدوين : عبارة عن صفحة إلكترونية عليها مجموعة تدوينات للمالكها أو مالكيها وفق نظام، فهي مؤرخة ومرتبطة ترتيباً زمنياً تصاعدياً أو تنازلياً وفق آلية الأرشفة .

¹ مروى عصام صلاح، مرجع سابق، ص 204 .

² مروى عصام صلاح، مرجع سابق المرجع نفسه، ص 209 .

وتعرف المدونة على أنها صفحة أنترنت عليها مجموعة تدوينات مالكيها أو مالكيها وفق نظم، فهي مؤرخة ومرتببة ترتيبا تصاعديا أو تنازليا وفق آلية الأرشفة : التدوينات القديمة، ولكل تدوينة عنوان دائم يمكن الرجوع إليها في أي وقت، كما تتيح للقراء التعليق مباشرة أو عبر البريد الإلكتروني.

وللمدونات عدة تعريفات مختلفة حسب نوع الحقول المعرفية وحسب الباحثين.

1/ تعريف موقع Accenture المدونات على أنها عبارة عن مواقع ويب تفاعلية تمكن مالكيها بنشر المعلومات والأفكار، وتمكن المستخدمين من قراءة وتقييم هذه المضامين كما يمكنهم إضافة مضامين جديدة مع اثاره نقاش حولها يتخطى حدود الزمان والمكان¹.

المدونات تعتبر "المدونة" سجلا يوميا أو سجلا زمنيا يتم تطويره بواسطة فرد أو مجموعة، مع تحديثات مستمرة تتضمن تعليقات نوع اليومية، وغالبا مع النقد والروابط إلى مقالات عبر الأنترنت وأخبار ذات صلة، كما يمكن أن تكون المدونات وسيلة رائعة لتبادل المحتوى بين متعلمي الدورة والمدرس، فبإمكان المدرس إنشاء مدونة تغطي وتقدم دورة يقدم من خلالها ملاحظات حول المحاضرة، ومقاطع الفيديو من المحاضرات أو جلسات الصف، وما إلى ذلك، ليشاهد المتعلمون والآخرين (في حال تم نشرها علنيا على الويب، كما يمكن للمتعلمين مشاركة ملاحظاتهم حول المقالات والمقابلات والمواد الأخرى المتعلقة بواجبات الصف هنا أيضا، قد يقوم المدرس أيضا بإنشاء "فيديو بلوق" (فيديو مدونة) تشمل مقاطع فيديو لأجزاء هامة من الدروس، وتوجيهات لتقارير، وتعليقات حول تقدم الدروس².

التعريف الاصطلاحي: تستخدم كلمة Weblog للدلالة على المواقع التي تستخدم برامج خاصة وتوفر خدمات نشر المحتويات والمعلومات والأفكار المختلفة على مواقع الويب للأفراد مع إتاحة إمكانية التعليق لزوار الموقع وهو ما تمت الإشارة إليه في القاموس الأمريكي Meriam-Webster الذي رصد كلمة Blog الكلمة الأكثر استخداما في عام 2004، ويعرف القاموس الكلمة على اعتبارها اختصارا عن كلمتين web و log وتعني موقع ويب يحتوي اليوميات الشخصية والتعليقات والأفكار التي يسيرها المدون على الخط كما يوفر موقع الويب روابط تشعبية³.

كما تعرف على أنها صحافة مغايرة تتميز بدرجة أعلى من الحرية والتنوع، وتعتبر صحافة رقمية لها القدرة على متابعة ونقل ونشر الأحداث وتغطيتها وقت حدوثها، تتيح للقراء المشاركة في نقل وضع الخبر بالتعليق عليه والمناقشة كما تغير المدونات صحافة بديلة ومساحة شخصية تتيح لمالك الصفحة النشر والمعلومات

¹ عبد العزيز الشريف: الإعلام الإلكتروني، دار بيان العلمية للنشر والتوزيع، عمان، 2014، ص ص 151- 152.

² Wankel, Charles :Management education using social media, Organisation Management Journal, 6 :4, (2009), p 253 .

³ سعاد ولد جاب الله: الخطاب الإعلامي العربي والإعلام الجديد، دراسة وصفية لعينة من المدونات العربية، أطروحة دكتوراه، جامعة باتنة 1، 2016-2017، ص ص 101- 102.

وتغطية الأحداث التي تشهدها أو شارك فيها، ويناقش ويرد المدونون على ما نشر في مواقع أخرى بكل حرية¹.

خصائص وسمات المدونات :

- تعد المدونات إحدى وسائل الإعلام الجديد ونوع جديد من أنشطة النشر الإلكتروني لما توفره للأفراد:
- قدرة الافراد على إنتاج المحتويات ونشرها بسلاسة شديدة ومجانا، ولا تحتاج إلى تصريح للنشر.
- تنقل الصحافة والإعلام إلى آفاق جديدة.
- ساهمت المدونات في تصنيع الصحفيون المواطنون فهي تدعم تحول كل مواطن إلى صحفي يقوم بجمع ونشر الأخبار والقضايا ويعبر عن رأيه .
- تتيح المدونات للأفراد ليكونوا مشاركين فاعلين في الاتصال الإنساني².
- غالبا ما تنشأ المدونات من قبل شخص واحد أو مجموعة صغيرة من الأشخاص، ما جعلها لا تحتكر من قبل الحكومة أو الشركات الكبرى .
- حرية نشر المعلومات وحرية إبداء الرأي والمواقف عبر المدونات، إذ يتضاءل الخوف من المسألة الأمنية والقانونية نتيجة استخدام أسماء مستعارة في المدينة .
- تتيح للزوار التصفح والتعليق عليها والانتقال منها إلى مواقع أخرى، فضلا عن الفهرسة والتي تشمل روابط داخلية وخارجية .
- سهولة الانشاء فهي لا تحتاج إلى معرفة وخبرة في البرمجة .
- تجاوز حاجزي الزمان والمكان فيمكن للمدون أن يدون في أي وقت يشاء ومن أي مكان .
- إمكانية استخدام الصوتيات والفيديوهات في التدوين³.
- المدونات وسيلة للتواصل بين فريق العمل وأفراد الشركة الواحدة، فهي تسمح لأفراد الفريق بإضافة الروابط والملفات والتعليقات، وتتيح للمدوين تبادل الأخبار والمعلومات، كما تتيح للمجموعات الصغيرة على التواصل بصفة أبسط من البريد الإلكتروني والمنتديات .

¹ مصطفى يوسف كافي: الإعلام المعاصر وتحديات العولمة، الفا للوثائق، الجزائر، 2017، مرجع سابق، ص ص 116- 117.

² رضوان مفلح العلي، مصطفى يوسف نيرمين خلدون احمد: مدخل إلى وسائل الإعلام الإلكتروني والفضائي، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان، 2016، ص 232.

³ مدين عمران التميمي، مرجع سابق، ص 116 .

تساعد المدونة في بقاء الجميع على إطلاع حول الموضوع كما تساعدهم على نشر ثقافتهم وإتاحة الفرصة للجميع لإبداء رأيهم في أمر آخر.

توفر المدونات مساحة شخصية لصاحب المدونة، فبإمكانه كتابة آرائه وأفكاره بعيدا عن مقص الرقابة¹.

خامسا: جوجل google:

يعد google محرك بحث مهم على شبكة الانترنت، إذ كان ولا يزال يقدم خدماته المختلفة التي يمكننا أن نصف العديد منها على أنها خدمات تواصل اجتماعي أيضا.

أسس الموقع من قبل طالب دكتوراه عام 1998 في جامعة ستانفورد الأمريكية، حيث يستقبل هذا الموقع على الأقل 200 مليون طلب بحث يوميا، ويعمل بشركة جوجل ما يفوق 5680 عامل، ويعمل برنامج الفهرسة في جوجل بشكل تلقائي، ويقدم موقع جوجل العديد من الخدمات نذكر منها:

- خدمة بحث متميزة وهي خدمة يعتمد عليها معظم الباحثين لجمع المعلومات وهي خدمة بحث متميزة على الويب تقوم على تقويم صفحة الويب من خلال عدد الارتباطات التي تشير إليها، كما يستخدم أيضا أكثر من 250 معيارا لتقويم الصفحات، وفي خدمة البحث على الويب يمكنك دائما القيام بالبحث المتقدم الذي يوفر العديد من الخيارات مما يساعد الباحث على الوصول إلى المعلومة في أقل وقت ممكن ودون تصفح العديد من النتائج².

سادسا: جوجل بليس google plus:

تأسست هذه الشبكة عام 2011 من قبل شركة جوجل الشهيرة، تحتوي على عدة أقسام يمكن من خلال المستخدمين التواصل مع الأصدقاء عبر المحادثات الجماعية ومكالمات الفيديو وتبادل الصور والمراسلات، كما يتمتع الموقع بجميع الخدمات التي يتيحها جوجل، ويتميز موقع جوجل بليس بخصوصيته حيث لا يستطيع أحد خرق خصوصيته إلا إذا كان ضمن أصدقائه المسجلين في قائمة الدوائر، ويتوفر الموقع بعدة لغات، رابط الموقع plus.google.com³.

سابعا: الواتس آب Whats AAP:

زادت أهمية وانتشار استخدام الواتس آب بين جمهور المستخدمين – الشباب بصفة خاصة – نظرا لسهولة استخدامه والتعامل مع هذه التقنية من خلال الهاتف المحمول وإمكانية تشكيل مجموعات

¹ مصطفى يوسف كافي: الإعلام المعاصر وتحديات العولمة، مرجع سابق، ص 128-129.

² عامر قندلجي، مرجع سابق، ص 362.

³ حسين رضا النجار، فاضل عبد علي القريشي، مرجع سابق، ص 128.

التواصل وتحويل الرسائل النصية والصور وإمكانية الحفظ، بل أصبحت الوسيلة الشعبية للتواصل الاجتماعي والمؤثر الفاعل على السلوك الفردي والجماعي.

يساهم هذا الموقع في تداول الاخبار وفي التعليم والنوعية والدعوة والإرشاد¹.

ثامنا: ماي سبايس My space:

هو موقع من مواقع الشبكات الاجتماعية التي تتيح خدمات تتمثل في التفاعل بين الأصدقاء كما يتيح نشر الصور والموسيقى والأفلام الفيديو وكذا خدمة التلوين وهو سادس أكبر موقع في الويب web شعبية في العالم وثالث موقع في الولايات المتحدة الأمريكية شعبية.

وفي عام 2006 حاز موقع ماي سبايس على أقوى موقع للتواصل الاجتماعي من حيث اهتمام الكثيرين إلا أن هذه الشعبية سرعان ما بدأت بالتراجع بعد شرائه من شركة نيوز كويب واستمرت شعبية الموقع بالتراجع أكثر فأكثر بعد ظهور الموقع الشهير فايسبوك الذي جذب الملايين من مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي².

هو موقع تواصل اجتماعي يسمح للمستخدمين بإنشاء ملفات شخصية فردية ويوفر العديد من الأدوات والتطبيقات لمشاركة الملفات الوسائطية والمدونات مع الأصدقاء، حيث يقوم المستخدمون بإنشاء نصوص قصيرة تصف اهتماماتهم ومشاعرهم غالبا أكثر من آرائهم، وقد تجاوزت شعبية MySpace مؤخرا بنجاح Facebook إلى حد كبير، إلا أنه يمكن تشجيع الطلاب على إنشاء مواقع MySpace لمشاركة إنجازاتهم من خلال ملفات الفيديو والصوت، كما يمكن تكليف الطلاب بتطوير صفحة ملفهم الشخصي على MySpace حول موضوع دورة معينة ومن ثم دعوة الطلاب الآخرين والأستاذ للتعليق على أعمالهم، فقد يكون مثلا مشروعا طلابيا حول موضوع دراسي معين³.

تاسعا: موقع لينكدين LinkedIn.com:

يعد شبكة اجتماعية مختصة بالعمل والتجارة تضم من المحترفين يتشاركون مجموعة اهتمامات. إن موقع لينكدين شبكة اجتماعية مهنية تتيح للمهنيين وإنشاء علاقات في المجال العملي والحفاظ عليها وكذا تعزيز خدماتهم ومهاراتهم المهنية ورغم بداياته عام 2002 غير أنه أصبح اليوم من أهم الشبكات الاجتماعية المهنية ويعرف على أنه موقع يتيح لمستخدميه وضع معلومات مهنية شخصية تضم تفاصيل

¹ عبد الرحمان بن ابراهيم: مواقع التواصل الاجتماعي والسلوك الانساني، دار صنعاء للنشر والتوزيع، عمان، 2015، ص ص65-66.

² علي خليل شقرة، مرجع سابق، ص80.

³ Charles Wankel, op cit, pp254-255.

كالخلفية التعليمية، قائمة المشاريع المهنية، الشهادات المهنية والعضوية المهنية وكل هذه المعلومات توضع في الملف الشخصي الذي يمثل دليل المستخدم¹.

المطلب الرابع: التيك توك

1- نشأة تطبيق التيك توك

تم إنشاء تطبيق التيك توك على يد كل من تشرلد هارلي، ستيف تشين ، و جاويد كريم في سان فرانسيسكو وجميعهم تتراوح أعمارهم ما بين 38-40 عام، حيث جاءتهم الفكرة عقب تصوير العديد من الفيديو معا و أدركوا حينها أنه لا توجد طريقة لمشاركة تلك الفيديوهات مع بعضهم البعض. بعد عدة سنوات، خرجت هذه الفكرة إلى النور وتم بيعها إلى شركة جوجل مقابل 1.6 مليار دولار، وظهر تطبيق التيك توك في بداياته عام 2016 تحت إسم ميوزكلي. و في عام 2017، تغير الإسم إلى المسى الحالي "تيك توك" وأصبح أكثر رواجاً بين المستخدمين . و أيضاً تم تغيير شعار التيك توك في مارس عام 2019 ليعكس الهدف الحقيقي للتطبيق وهو الفيديوهات الموسيقية ، ويعتبر أكثر مستخدمي التطبيق من الإناث، كما أن معظمهم من الشباب²

تم تنزيل التطبيق أكثر من 4.1 مليار مرة حتى 6 جانفي 2024، وهو رقم ضخم مقارنة بعدد التنزيلات سنة 2017 التي بلغت 130 مليون عملية تنزيل ويحتل المرة السادسة أكثر منصات التواصل الاجتماعي شعبية على الصعيد العالمي، وقد تنبؤ له انه خلال سنة 2026 ستجاوز الفايسبوك ويحتل المرة الأولى، بلغ عدد مستخدمي التيك توك 1.5 مليار مستخدم حتى نهاية عام 2023 بزيادة قدرها 16% عن عام 2022، تمتلك الولايات المتحدة الأمريكية وحدها 109.57 مليون مستخدم . يتم الوصول إلى تطبيق التيك توك من طرف المستخدمين بنسبة 90% يوميا، في حين بلغت إيرادات التيك توك من الاعلانات حتى عام 2023 أكثر من 13.2 مليار دولار³، في حين بلغ عدد مستخدمي التيك توك في الجزائر خلال سنة 2024 17.42 مليون مستخدم⁴

2- مفهوم تطبيق التيك توك

منصة تيك توك هي تطبيق لمقاطع الفيديو القصيرة. هي مساحة للمتعة والمحتوى الإيجابي الذي يصنعه أشخاص حقيقيون من حول العالم. تتمثل رسالتنا في إلهام الإبداع والمتعة. توفر تيك توك مكانا للتعبير

¹ مريم نريمان نومار: استخدام موقع الشبكات الاجتماعية وتأثيره في العلاقات الاجتماعية – دراسة عينة من مستخدمي موقع الفايسبوك في الجزائر، مذكرة ماجستير، جامعة باتنة، 2011/2012، ص 61.

² فتحي مها محمد: تأثير تعرض الشباب لفيديوهات التيك توك عبر هواتفهم الذكية على ادراكهم للقيم الاجتماعية في المجتمع، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، المجلد 20، العدد 3، ص 388-389.

³ تاريخ الدخول: 2024/05/24 الساعة: <https://www.websiterating.com/ar/blog/research/tiktok-statistics/21.30>

⁴ تاريخ الدخول: 2024/05/24 الساعة: 22.00 /تقرير-عن-أكثر-المنصات-الرقمية-استخدام <https://elghadeldjazairi.dz/>

الابداعي حيث يمكن للمستخدمين أن يستمتعوا بحزمة واسعة من مقاطع الفيديو الأصيلة والمسلية والتي ينغمس فيها المشاركون – من تحديات الرقص إلى مزامنة الأغاني بالشفاه إلى مقاطع تعليمية حول كيف يمكنكم القيام بأمر ما بأنفسكم إلى مقاطع تهكم تاريخية إلى ميمات الانترنت. اعرفوا المزيد عن "الصفحة المخصصة لكم"، أن تكون صانع محتوى، وسلامة المجتمع على تيك توك¹.

وعرف تطبيق التيك توك أيضا بأنه: "تطبيق اجتماعي للفيديوهات القصيرة الإبداعية المصاحبة للموسيقى تستهدف الشباب من خلال تسجيل ونشر الفيديوهات القصيرة التي مدتها 15 ثانية، وتسمح للمستخدمين باختيار الفيديو الخاص بهم وواجهة الموسيقى المصاحبة له.²

ويعرف بأنه "تطبيق للفيديوهات القصيرة، تم تطويره من قبل شركة "bayte dance" الصينية، يتيح للمستخدم دمج الصورة مع الصوت بالإضافة إلى النص، وذلك عن طريق تقنيات بسيطة وسهلة الإستخدام، وهو ما يسهم في زيادة إنتشاره".³

يعد تطبيق التيك توك من تطبيقات التواصل الإجتماعي، وهو منصة لتبادل الفيديوهات شديدة الصغر، وتسمح للمستخدمين بصناعة الفيديوهات الخاصة بهم، والتي تستمر لثوان معدودة إلى عدة دقائق، ثم يتم نشرها مع قطاع واسع من جمهور التيك توك⁴

هو تطبيق لمشاركة الفيديو القصيرة المتكررة من خلال الهواتف الذكية، وهو تطبيق يهدف إلى تشجيع المستخدمين على الإبداع ومشاركة لحظاتهم المختلفة مباشرة، وأيضا هو عبارة عن تطبيق إجتماعي متخصص بنشر الفيديوهات بين رواده حيث يقوم مستخدم المنصة فيديو أو مقطع قصير مع المشاركة لحظات حياته بكل سهولة⁵.

3- خصائص تطبيق التيك توك

تتنوع الخصائص المميزة لتطبيق التيك توك، ويرجع أحد عوامل نجاحه إلى بساطته، فالتطبيق يظهر العديد من المواهب، مما يجذب المستخدمين، خصوصا أنه يمكن التصوير في العديد من الأماكن التي يتواجد بها المستخدم، كالمنزل، فلا يتطلب إمكانيات هائلة.

يتيح التطبيق مؤشرات عن كل فيديو من حيث عدد الذين قاموا بعمل إعجاب على الفيديو، و

¹ الدخول: 2024/05/23 الساعة: 14.30 تاريخ: <https://www.tiktok.com/safety/ar-ae/new-user-guide/>

² فتحي مها محمد، مرجع سبق ذكره، ص 389

³ محمد فتحي يونس: سمات المحتوى الاعلامي لتطبيق تيك توك، مجلة البحوث الاعلامية، العدد 54، ص 1621.

⁴ نهلة حلمي، محمد عبد الكريم: أثر كثافة التعرض لبرامج التيك توك على بعض الخصائص النفسية والسلوكية لدى الأطفال في المجتمع المصري، مجلة البحوث الاعلامية، العدد 57، ص 354.

⁵ محمد محمد، عبده بكير: إدراك الشباب المصري لتأثيرات الواقع الافتراضي بفيديوهات التيك توك على الذات والآخرين في إطار نظرية تأثير الشخص الثالث، مجلة البحوث الإعلامية، العدد 59، ص 122-123

عدد التعليقات، وعدد من قاموا بإعادة نشر الفيديو، ويكون ذلك عبر تطبيقات التواصل الاجتماعي الأخرى. صفحة كل مستخدم تحتوي على فقط الفيديوهات التي قام برفعها بنفسه عبر حسابه الشخصي، وليس الفيديوهات التي قام بمشاركتها من مستخدمين آخرين.

تنوع محتوى الفيديوهات يشير إلى محتوى الفيديوهات الخاص بالتيك توك، حيث يوفر التطبيق الكثير من أنواع المحتوى للمستخدمين والتي يمكن تصنيفها إلى ثلاثة أنواع رئيسية هي :

◀ **المحتوى التعليمي** : هو المحتوى المتعلق بتعليم المستخدمين مهارات جديدة مثل الرقص والطهي وغيرها من المهارات الحياتية.

◀ **المحتوى الترفيهي**: هو المحتوى الخاص بالفيديوهات القصيرة المصحوبة بالموسيقى لأغراض الترفيه والترويح عن النفس.

◀ **المحتوى الترويجي**: هو المحتوى الخاص بالتسويق أو الترويج لبعض المنتجات مثل أدوات التجميل.

◀ **تفرد التطبيق** : يشير مفهوم تفرد تطبيق التيك توك إلى سماته المميزة التي لا يضاهيه فيها أي تطبيقات مشابهة للفيديوهات القصيرة¹

4- إيجابيات وسلبيات تطبيق التيك توك

• إيجابيات تطبيق التيك توك

◀ **تعزير الإبداع والابتكار**: يعتبر تطبيق التيك توك منصة مثالية للأفراد للتعبير عن أنفسهم بشكل إبداعي من خلال مقاطع الفيديو المختلفة التي يمكنهم إنشائها ومشاركتها.

◀ **تعزير الانتشار السريع**: بفضل خوارزميات التيك توك التي تعتمد على تفضيل المحتوى الشيق والمشاركات الرائجة، يمكن للأفراد بسهولة زيادة نطاق تأثيرهم والوصول لجمهور أوسع بشكل أسرع.

◀ **توفير محتوى ترفيهي ومثير**: يعتبر تطبيق التيك توك مصدراً رائعاً للترفيه والابتسام، حيث يمكن للمستخدمين مشاهدة مقاطع فيديو مثيرة ومضحكة تعزز مزاجهم وتحقق لهم لحظات من المرح².

◀ **سهولة إنشاء محتوى**

◀ **التعرف على ثقافات جديدة**

¹ فتحي مها محمد، مرجع سبق ذكره، ص 389

² https://www.lima-ma.com/2024/02/blog-post_234.html#google_vignette 15.00 الساعة 2024/05/23 تاريخ الدخول:

- سرعة تحقيق الشهرة حيث يسيطر على الإنترنت بسبب توجهه إلى عامة الناس فهو نظام متعدد الإمكانيات لذلك ستجد فيه فيديوهات بأي شيء يخطر على بالك، وأنه مفتوح للجميع ولكل أنواع الاهتمامات والأفكار فسوف تجد ما تبحث عنه بسهولة.
- محتوى ترفيهي: إذا كنت تحب المرح والترفيه فأنت في المكان الصحيح تطبيق تيك توك يتيح لك هذا المرح والتسلية والضحك حتي في أصعب الأوقات كأنه وسيلة لتنشيط العقول والحصول على الدعابة.
- هو عبارة عن مكتبة فيديوهات لا تنتهي¹.
- سلبيات تطبيق التيك توك
- انتشار المعلومات الخاطئة: قد يؤدي انتشار مقاطع فيديو غير دقيقة أو مضللة على التيك توك إلى نشر المعلومات الخاطئة بشكل واسع، مما قد يؤثر سلبا على فهم الجمهور للقضايا المختلفة.
- تأثير سلبي على الصحة النفسية: قد يؤدي الانخراط الزائد في استخدام تطبيق التيك توك إلى الاعتماد الزائد على وسائل التواصل الاجتماعي وتأثيرها السلبي على الصحة النفسية والعلاقات الاجتماعية.
- قطع الوقت الثمين: يمكن أن يؤدي الانخراط المستمر في مشاهدة مقاطع الفيديو على التيك توك إلى قطع الوقت الثمين الذي يمكن استثماره في الأنشطة الإنتاجية أو التعلم أو التفاعل الحقيقي مع الآخرين².
- ضيعة الوقت حيث أن الأطفال والمراهقين يمتلكون وقت فراغ مما يجعلهم يتجهون إلى تيك توك ولا يمكن للمشاهد الخروج منه بسهولة فهو يأخذ كل الوقت.
- يحتوي على محتوى غير مناسب يمكن لطفل لم يتجاوز الخامسة عشر فتح التطبيق ومشاهدة الفيديوهات التي غير خاضعة للرقابة
- المحتوى الغير أخلاقي مثل الغناء والرقص وغيرهم
- العزلة الاجتماعية والتوتر والاكتئاب فإنه من أخطر أضرار التيك توك على الأطفال
- حيث أن أغلب محتوى المنصة كوميدي مما يجذب المشاهد للمتابعة دون توقف³.

¹ <https://www.mthqfon.com/%D8%A5%D9%8A%D8%AC%D8%A7%D8%A8%D9%8A%D8%A7%D8%AA-%D9%88%D8%B3%D9%84%D8%A8%D9%8A%D8%A7%D8%AA-%D8%A7%D9%84%D8%AA%D9%8A%D9%83-%D8%AA%D9%88%D9%83/18.00> الساعة 2024/05/23 تاريخ الدخول:

² https://www.lima-ma.com/2024/02/blog-post_234.html#google_vignette

³ <https://www.mthqfon.com>

المبحث الثالث: الهوية الافتراضية

المطلب الأول: مفهوم الهوية الافتراضية ونشأتها

أولاً: مفهوم الهوية الافتراضية

تعددت المفاهيم التي تناولت الهوية الافتراضية ومن بينها: هي مجموعة المعلومات الشخصية التي تكون الذات الإلكترونية كالاسم والسن والجنس وطريقة الإمضاء والحالة الاجتماعية إلى غير ذلك من البيانات التي يقدمها مستخدمو مواقع التواصل الاجتماعي على أساس أنها تعكس شخصيتهم وهويتهم الحقيقية¹.

هي هوية متحركة دينامية، يكونها الفرد البشري في مجتمع الانترنت، وهي في هذا المجتمع تتسم بملامح رئيسية أو بالأحرى مقومات مظهرية لوجودها في فضاء السايبر².

تعريف آخر للهوية الافتراضية بأنها عبارة استخدامات تبني من خلال مجموعة من العناصر:

- البيانات الشخصية بملامح الشخصية.
- المعلومات التي يتم نشرها على صفحة الويب.
- معلومات الآخرين التي تنشر حول المواضيع التي تنشر من طرف شخص.
- علامات التي تبقى آثارها من خلال الاستخدام بوعي أو بدون وعي³

ثانياً: نشأة الهوية الافتراضية

يطلق مفهوم الافتراضية على مستخدمي الشبكات الاجتماعية عندما يقوم المستخدمون بإنشاء حساباتهم على هذه المواقع وبالتالي ينشئون ملامح لشخصيتهم (profile) وفي أدبيات أخرى تعني الهوية على الخط خلق الحضور الذاتي creation of self presentation فمن خلال الميزات الخاصة بهذا النوع من المواقع يمكن تعديل الطريقة أي يمكننا تلقي أو تقديم أو إعادة تقديم هويتنا هذا يدل على أن الهوية الافتراضية تنشأ عندما ينخرط الفرد في إحدى مواقع التواصل الاجتماعي مثل التيك توك، التويتير واليوتيوب مدونات منتديات إلخ حيث تسمح له هذه الهوية بالتواصل مع الآخرين عبر السايبراني وبالتالي تتطور وتنمو وتتغير الهوية الافتراضية على حسب استعمالات الفرد ومدى تفاعله وتواصله مع الآخرين.

¹ جنات رجم: الهوية الافتراضية لدى المراهقين"، مجلة الآداب والعلوم الاجتماعية، الصادرة عن جامعة محمد لمين دباغين، سطيف 2 المجلد 16، ع 3، 2019، ص 30

² علي محمد رحومة: الانترنت المنظومة تكنولوجيا اجتماعية، بيروت، مركز دراسات الوحدة العربية، ط 1، 2005، ص 307.

³ جمال يوسف، جدلية المجتمع الافتراضي في ظل تواجد المجتمع الواقعي بين تناغم وتنافر، جامعة الجزائر 2، العدد 6، 2019، ص 336.

المطلب الثاني: أسس الهوية الافتراضية

أولاً: خصائص الهوية الافتراضية

من أبرز خصائص الهوية الافتراضية في العالم الافتراضي ما يلي:

- ◀ أنها غامضة وأشخاص العالم الافتراضي مشتتون ومن هنا يمكن لأي مستخدم أن تكون له أكثر من شخصية متعددة بتعدد لوحات المفاتيح التي سيتعينها.
- ◀ إنها هوية تستفيد من خصائص الشبكة العنكبوتية كالتفاعلية مع نظريتها ومع مختلف الأحداث المحلية والدولية كما أنها تأخذ التمكين خاصة لها بحيث تتجاوز حدود الزمان والمكان. تتمتع بحرية منقطعة النظير وتمارس بحق الحق في الاتصال لما تنفرد به من نقد ومشاركة.
- ◀ أنها صعبة المعرفة وإن عرفها أصحابها فإن مشاعرهم الافتراضية عادة ما تختلف عن المشاعر التي يتميزون بها في عالمهم الحقيقي وربما كانت هي المشاعر الحقيقية.
- ◀ إنها وإن تعاملت معها هويات أخرى تختلف معها فإنها في كثير من الأحيان تنطلق من إرثها وثقافتها وتقدم نفسها من الذات الكلية وهو ما يؤكد الاستثناء الثقافي في مواجهة الثقافة.
- ◀ إذا كانت الهوية الحقيقية هي المعروف بها الإنسان فإنها قد تأخذ أشكالاً متعددة مثل الهوية الواجهة الهوية السلبية، الهوية في الموقف الدفاعي وغيرها.¹
- ◀ وفي المجال الافتراضي فإن أكثر شكل استراتيجي تقترب منه هو هوية الواجهة حيث يتظاهر الفرد بهوية أخرى غير تلك التي هو عليها فعلاً في محاولة منها إما لتفادي الانتقاد أو بحثاً عن الإرضاء وهي ظرفية أو مستمرة تعالج موقفاً ما².

ثانياً: سمات الهوية الافتراضية

للحوية الافتراضية سمات تختلف عن الهوية الواقعية ومن أهمها:

- ◀ لها مطلق الحرية أن تختار وفق التقنيات المتاحة خصائص تظهرها كشخصية حوارية عبر القنوات بأنواعها وقد تكون فردية أو جماعية.
- ◀ هي شخصية قابلة للتغيير والتبدل في أي لحظة بحسب اختيارات الفرد الإنساني نفسه.
- ◀ هي شخصية قابلة للتغيير حسب اختيارات أطراف أخرى ربما شخصيات أنثوية أخرى تتقمص هويات غيرها أو من قبل اختراقات برمجية أو توظيفات متنوعة لهوية منتقلة لا تستقر على وضع

¹ جمال يوسف، مرجع سبق ذكره، ص 336

² بهناس سعيد عادل: من الهوية الحقيقية إلى الهوية الافتراضية جامعة الجزائر، 3، مجلة أنسنة للبحوث والدراسات، المجلد 7 العدد الأول

خصائصها.

تكون الهوية الافتراضية مزيفة من خلال استعمال الصورة غير صورة الشخص ولنشر معلومات على صفحة الويب غير صحيحة عن الشخص هذا ما يعتبره الكثير من الباحثين نقطة سلبية في الهوية الافتراضية تميزها عن الهوية الواقعية لكن في رأينا أنه حتى في المجتمع الواقعي يمكن للفرد استعمال ملامح مزيفة أو مصطنعة لا تعبر عن هويته الحقيقية ما يقود إلى تعدد ملامح الشخصية الواقعية فنجد أن الكثير من الأفراد يستعملون ملامح هوية خاصة بالعمل ولامح خاصة بالرفقاء ولامح خاصة بالعائلة وأخرى في الجامعة هذا ما يدل على أن البيئة الافتراضية التي تسمح بتعدد ملامح الهوية كذلك نجدها في البيئة الواقعية¹

ثالث: أبعاد الهوية الافتراضية

أفرزت العملية المتكررة لنماذج الدخول إلى العوامل الافتراضية نموذجا هوياتي أثر على تمثيلات الفرد الثقافية ويمكننا التمييز بين ثلاث نماذج

◀ هوية معلنة (Identité déclaration) وتتمثل في المعلومات التي يصحح بها المستخدم مثل اسم الدخول الحقيقي أو مستعار، السن، الجنس المدينة والتي تسمح بوصفه وتمييزه داخل المجتمع الافتراضي.

◀ هوية فاعلة: (Identité agissante) بعض آثار أنشطة الفرد الأثرنت تكمل بنية هويته نتيجة لتفاعله غير المشروط مع التطبيقات مثل الأصدقاء والتعامل مع البرامج وإدماج تمثيلات الآخر في تمثيلات لذات والمعلومات عن العلاقات ليس شخصية كما تظهر من خلال الرسائل والأنشطة التي يقوم بها المستخدم.

◀ هوية محسوبة (Identité calcule) يبرز من خلال متغيرات عديدة يعدها النظام وتعرض على الصفحة، توضح عدد الأصدقاء عدد المجموعات، التواريخ المهمة.²

المطلب الثالث: العوامل ونماذج تشكل الهوية الافتراضية

أولا: العوامل التي تشكل الهوية الافتراضية

◀ طبيعة الاعتبارات التي تدفع الشباب للتعامل مع منصة التيك توك وبالتالي تشكيل هوية رقمية أو افتراضية يسعى من خلالها الشباب لتمضية وقت الفراغ والتسلية والتنفيس على الذات، إذ تؤدي لتزايد ارتباط الشباب بالمجتمع الافتراضي عموما وبموقع التيك توك خصوصا.

¹ جمال يوسف، مرجع سبق ذكره، ص 338.

² عبد القادر بودريالة: مواقع التواصل الاجتماعي وأثرها على الشباب الجزائري، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه في علوم الإعلام والاتصال، كلية علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر 3 2017، ص 153

- ◀ الدوافع المعرفية: يتجه الشباب إلى التعامل مع موقع التيك توك على المعلومات تقيم له أحيانا من خلال ثقافة الصورة الأكثر ملاءمة لذهنية الشباب.
- ◀ الدوافع الاجتماعية: تتمثل في السعي لإقامة علاقات اجتماعية جديدة والحرص على التفاعل الاجتماعي.
- ◀ سعي الشباب لتطوير هوية افتراضية جديدة على التيك توك، فالحقيقة أن بعض عناصر الهوية الافتراضية لم تنشأ من فراغ فالبعد الأول للهوية التي يطولها الشباب على موقع التيك توك هي البعد الأبرز في تحديد هوية المتفاعلين على ساحة التيك توك أما البعد الثاني تدور حول عدة مشاكل تتصل إما بالاحتياجات الشبابية التي تميل إلى التواصل مع الآخرين.
- ◀ درجة الاندماج المستخدم في المجتمعات الافتراضية ذات الاهتمام المشترك ومشاركتها فيها.
- ◀ وتيرة استخدامه ومعدل تردده اليومي عليها وعلى اعتبار أنه كلما زاد حضور المستخدم زادت حاجته إلى عرض الذات وتبادل المعلومات مع المجتمعات ذات الاهتمام المشترك.
- ◀ ارتباط هوية الافتراضية المتداولة على المجتمع الشبكي بهويته الحقيقية في الواقع.
- ◀ طبيعة استجابته على الموقع سواء كفاعل أو متفاعل أو منفعل أو مجرد ناقل للمعلومة أو مرتقب لها، ذلك أن طبيعة تفاعله في الصفحة ومواقفه تحدد وجوده في المجموعة الافتراضية¹.

ثانيا: نماذج الهوية الافتراضية

للحوية الافتراضية ثلاث نماذج نذكر منها:

- ◀ هوية متجذرة تضم الأقلية المهاجرة التي تعترض بوصولها وعرض ذلك عبر الصفحة.
- ◀ هوية ثنائية القطب: تضم الأقلية عن ارتباطها العميق في الوقت ذاته بالوطن المستقل.
- ◀ الهوية العالمية: تعرض انفتاحا على مختلف الثقافات العالمية².

¹ بشيرريم مرواني، طاهر عبد الصمد: الهوية الافتراضية في مواقع التواصل الاجتماعي لدى الطلبة الجامعيين، مذكرة مقدمة استكمالا لمتطلبات نيل شهادة الماستر، كلية الآداب والعلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة باجي مختار، عنابة، 2020، ص 43

² كلثوم بميمون: سياقات الثقافية موجبة للهوية الرقمية في ضوء تحديات المجتمع الشبكي من الافتراض إلى الممارسة الرقمية"، مجلة الإضافات، العدد 24-33، شتاء ربيع 2016، ص 46

الفصل الثالث

الجانب التطبيقي

المبحث الأول: إجراءات الدراسة الميدانية

1-1- منهج الدراسة

نسعى من خلال هذه الدراسة الى الكشف عن تأثير منصة التيك توك على هوية الطلبة في العصر الرقمي.

ولفهم الموضوع وتحليل مشكلة بحثنا، وجب على الباحثين اتباع منهج معين، كون المنهج هو: "الطريقة التي يتبعها الباحث في دراسة الموضوع للوصول الى نتائج علمية وموضوعية تمكنه من الاجابة على الاسئلة والاستفسارات التي يثيرها الباحث"¹.

- "وهو الطريقة التي يتعين على الباحث ان يلتزمها في بحثه، حيث يتقيد باتباع مجموعة من القواعد العامة التي تهيم على سير البحث، ويسترشدها الباحث في سبيل الوصول الى الحلول الملائمة لمشكلة البحث."²

- كما ان "المنهج هو علم التفكير، وهو طريق كسب المعرفة او الطريقة التي يتبعها الباحث في دراسة المشكلة لاكتشاف الحقيقة."³

- "وهو الأداة والوسيلة التي تعتمد وترتكز عليها المجتمعات في تحقيق اهدافها ومكانها داخل او خارج المؤسسات التربوية التعليمية."⁴

وقد اقتضت طبيعة الموضوع اتباع المنهج الوصفي نظرا لملاءمته مع الدراسة الحالية، حيث يعتبر المنهج الوصفي من اكثر المناهج تداولاً في البحوث العلمية ذلك أنه "يقوم بالبحث عن اوصاف دقيقة للظاهرة المدروسة."⁵

* يقوم المنهج الوصفي على وصف ظاهرة من الظواهر للوصول الى اسباب هذه الظاهرة والعوامل التي تتحكم فيها، واستخلاص النتائج لتعميمها، ويتم ذلك وفق خطة بحثية معينة، وذلك من خلال تجميع البيانات وتنظيمها وتحليلها.⁶

* "المنهج الوصفي يعتمد على دراسة الظاهرة كما توجد في الواقع ويهتم بوصفها وصفا دقيقا."⁷

¹ خالد حامد: منهجية البحث العلمي في العلوم الاجتماعية والانسانية، ط2، جسور للنشر والتوزيع، الجزائر، 2012، ص 27،

² عبد الفتاح خضر: ازمة البحث العلمي في العالم العربي، ط3، مكتبة الملك عبد العزيز العامة، الرياض، السعودية، 1992، ص17،

³ محمد ركان الدغيبي: اساليب البحث العلمي ومصادر الدراسات الاسلامية، ط2، مكتبة الرسالة، عمان، الاردن، 1998، ص 33،

⁴ مروان عبد المجيد ابراهيم: اسس البحث العلمي لإعداد الرسائل الجامعية، ط1، مؤسسة الوراق، عمان، الاردن، 2000، ص61،

⁵ فاطمة عوض جابر، ميرفت علي خفاجة: اسس ومبادئ البحث العلمي، ط1، مكتبة الاشعاع الفني، الاسكندرية، مصر، 2002، ص90،

⁶ محمد الصاوي محمد مبارك: البحث العلمي اسسه وطريقة كتابته، ط1، المكتبة الاكاديمية للنشر القاهرة، 1992، ص30،

⁷ امين ساعاتي: تبسيط كتابة البحث العلمي، ط1، المركز السعودي للدراسات الاستراتيجية، جدة، 1991، ص 78،

* "اسلوب من اساليب التحليل المرتكز على معلومات كافية ودقيقة عن ظاهرة او موضوع محدد من خلال فترة او فترات زمنية معلومة وذلك من اجل الحصول على نتائج علمية ثم تفسيرها بطريقة موضوعية وبما ينسجم مع المعطيات الفعلية للظاهرة".¹

* المنهج الوصفي عبارة عن طريقة لوصف الموضوع المراد دراسته من خلال منهجية علمية صحيحة وتصوير النتائج التي يتم التوصل اليها على اشكال رقمية معبرة يمكن تفسيرها.²

2-1-2-1- مجالات الدراسة:

1-2-1- المجال المكاني: تجرى الدراسة الحالية بكلية العلوم الإنسانية والاجتماعية
التعريف بكلية الإنسانية والاجتماعية تبسة

أنشئت كليه العلوم الإنسانية والاجتماعية منشور وزاري صادر بموجب المرسوم التنفيذي 363/12 المؤرخ في 22 ذي القعدة 1433 هـ الموافق لـ 08 أكتوبر بحكم 2012 م. تتكون من عماده تضم عميد ونائبين والأمانة العامة وقسمين هما قسم العلوم الإنسانية وقسم العلوم الاجتماعية حتى سنة 2015. اين تم استحداث ستة اقسام بالإضافة الى قسمين اساسيين هما: قسم أساسي جذع مشترك علوم إنسانية وجذع مشترك علوم اجتماعية، بالإضافة إلى قسم مستحدث العلوم الاسلامية بمجموع 9 أقسام موزعة كالتالي:

* الأقسام التي تنطوي تحت شعبة العلوم الإنسانية فهي:

- قسم علوم الاعلام والاتصال فيه تخصصين في الليسانس الاتصال و الإعلام بالإضافة للسنة الثانية علوم الاعلام والاتصال وتخصصين في الماستر هما الاتصال التنظيمي والسمعي بصري، بعدد طلبة يبلغ 580 طالب في القسم ككل.

- قسم التاريخ والآثار والذي يحوي بالإضافة للسنة ثانية تاريخ تخصص واحد وفي السنة الثالثة تاريخ عام وتخصص واحد في الماستر تاريخ الثورة الجزائرية بتعداد 265 طالب .

- قسم المكتبات فيه تخصص واحد سنة ثالثة مكتبات ومعلومات وتخصص واحد في ماستر تسيير ومعالجة المعلومات بسعة 161 طالب.

* أما عن شعبة العلوم الاجتماعية تنطوي تحتها ثلاث أقسام أيضا وهي:

- قسم علم الاجتماع، ويحوي العديد من التخصصات الليسانس والماستر بعدد 414 طالب بمختلف مستويات.

¹ محمد عبيدات وآخرون: منهجية البحث العلمي، ط2، داروائل للطباعة والنشر، عمان، 1999، ص 36،

² رجاء وحيد دويدري: البحث العلمي (اساسياته النظرية وممارسته العلمية)، ط1، دارالفكر للطباعة والنشر، دمشق، سوريا، 2000، ص

- قسم علم النفس وبه مستوى ليسانس فقط بتعداد 172 طالب.
 - قسم علوم التربية ارشاد وتوجيه وبه مستوى ليسانس فقط ب 113 طالب.
 - قسم فلسفة عامة والذي يحتوي مستوى ليسانس وكذلك الماستر بعدد 63 طالب.
 - قسم انثروبولوجيا والذي يحتوي مستوى ليسانس ب 35 طالب.
 - * أما شعبة العلوم الاسلامية كفرع جديد بتعداد 82 طالب.
- بالإضافة إلى أن أقسام علوم الاعلام والاتصال والتاريخ والآثار وعلم الاجتماع فإنها أيضا تكون في الطور الثالث دكتوراه ل.م.د .

كما تحوي الكلية ثلاث مخابر بحثية في الرقمنة والاتصال والدراسات الإنسانية والأدبية. كما يحتوي كل قسم على مصلحة تدريس خاصة به تعنى بملفات الطلبة وشؤونهم البيداغوجية.

◀ الكادر البشري:

- الكلية يرتادها أكثر من 2456 طالب موزعين على مختلف المستويات والتخصصات والأقسام .
- أما الأساتذة فيبلغ عددهم حوالي 132 أستاذا في مختلف الرتب والمناصب،
- الموظفون فهم 52 موظف إداري أما الموظفين متعاقدين يتوزعون بين الصيانة والأمن والنظافة بتعداد 28 موظفا.
- والمكتبة بها 15 موظف بمختلف الرتب، التي تحتوي العديد من المراجع المتنوعة في كل التخصصات بتعداد 51213 نسخة.

◀ الهياكل البيداغوجية:

- تضم الكلية العديد من الهياكل البيداغوجية المهيئة والمجهزة بأحدث التقنيات قصد توفير جميع الظروف الملائمة والمساعدة للطلاب على التحصيل العلمي .
- المدرجات والقاعات: يوجد بالكلية 07 مدرجات للمحاضرات بطاقة استيعاب تقدر ب 1800 مقعد بيداغوجي لكل المدرجات مجهزة بالنظام السمعي البصري إضافة إلى 43 قاعة للأعمال الموجهة بطاقة استيعاب 1764 مقعدا بيداغوجيا، بالإضافة إلى 5 قاعات المؤتمرات بطاقة استيعاب أكثر من 400 مقعدا ، في مكتبة القطب بطاقة استيعاب 360 مقعد .
- قاعات الإعلام الآلي 01: نظرا للأهمية البالغة التي تكتسبها المعلوماتية في البحث العلمي فقد جهزت قاعتان للإعلام الآلي كل منهما تحتوي على 14 جهاز حاسوب، يتلقى الطلبة في هذه القاعات دروسا تطبيقية في الإعلام الآلي تسمح لهم بالاستفادة من تطبيقات تكنولوجيا المعلومات والعديد من البرامج كبرنامج البحث الإحصائي الرياضي .

أهداف التعليمية لكلية العلوم الانسانية والاجتماعية

- توفير التعليم العالي والتدريب والبحث العلمي للطلاب والباحثين.
- تطوير المعرفة والتكنولوجيا وتحفيز الإبتكار والإكتشاف العلمي.
- توفير الخدمات الإجتماعية والثقافية والرياضية والطبية للطلاب والمجتمع المحلي.
- تنمية القدرات الإبداعية والعلمية والمهارات اللازمة للتفوق في الحياة المهنية والشخصية.
- توفير فرص العمل والتوظيف للخريجين وتطوير قدراتهم ومهاراتهم لسوق العمل.
- تطوير العلاقات الدولية والتعاون مع الجامعات والمؤسسات الأخرى.
- تكوين وإعداد الخبراء في العديد من الإختصاصات المرتبطة بالتطورات الواقعية للمحيط الإقتصادي والكفاءات المؤسساتية.
- الإحتواء الكمي للأعداد المتزايدة من الطلبة وتوفير الشروط الأساسية الملائمة للتكوين.
- الإرتقاء النوعي بالعمل البيداغوجي والعلمي من خلال تنوع الإختصاصات.
- التأهيل المستمر للموارد البشرية التي تقوم بعملية التأطير البحث والتكوين.
- تطوير العلاقات التوافقية مع المحيط المجتمعي والإستجابة لإحتياجاته من الإختصاصات المتعددة وبالمواصفات المطلوبة.
- دراسة المشكلات المطروحة على مستوى مشاريع البحث والمذكرات العروض
- يسعى فريق التكون بشكل مستمر وخلال كل سنة جامعية بتقديم عروض جديدة لليسانس أو الماستر
- تسعى الكلية مستقبلاً إلى تقديم عروض تكوين في الطور الثالث (دكتوراه) (ل م د) وفق دفتر الشروط الخاص.

- تقديم مجالات للتكوين المستقبلي المتنوع بين تخصصات عديدة.
- إبراز كفاءتها العلمية وإمكانياتها المادية، التي تتيح لها الفرصة لمنافسة الجامعات الكبرى ورفع مستوى التكوين والتأطير في مختلف التخصصات والفروع الموجودة.

مهام كلية العلوم الانسانية والاجتماعية

- توفير التعليم العالي: توفير البرامج الأكاديمية والتدريبية التي تمكن الطلاب من الحصول على درجات علمية عالية مثل الماجستير والدكتوراه.
- البحث العلمي: تشجيع الأساتذة والباحثين لإجراء البحوث العلمية المتعلقة بمختلف المجالات والتخصصات وتطوير البحث العلمي والتكنولوجيا في البلاد.

- خدمة المجتمع: توفير الخدمات العامة والتعاون مع الجهات الحكومية والخاصة لتقديم النصح والإرشاد والمشورة اللازمة في مختلف المجالات.

- توسيع الثقافة: تشجيع الطلاب على الإطلاع على ثقافات وتقاليد مختلفة، وتوفير الفرص لتبادل الخبرات الثقافية والتعليمية بين الطلاب.

- التطوير المستمر: السعي لتحسين المستمر وتطوير مختلف الأنشطة والخدمات المقدمة من الجامعة، وتحسين جودة التعليم والبحث العلمي.

1-2-2- المجال الزمني: وشملت الحدود الزمنية لدراستنا في شقها النظري والتطبيقي منذ الموافقة على موضوع الدراسة من طرف اللجنة العلمية ويمكن تجزئتها الى مراحل :

أولاً: مرحله التفكير في الموضوع : بداية اختيار وتحديد موضوع الدراسة

ثانياً: مرحله التجسيد العملي والفعلي للدراسة وجاء فيه تحديد الاطار المفاهيمي والنظري وتحديد الاطار التطبيقي والميداني للدراسة من خلال التواصل مع الطلبة واعداد استمارة استبيان وكتابه المذكرة واخراجها بشكل نهائي.

1-3- ضبط عينة الدراسة:

تعد العينة دعامة اساسية للبحث العلمي باعتبارها مصدرا اساسي في انتقاء المعلومات والمعطيات الواقعة ومن اهم الامور الواجب مراعاتها في اختيار العينة هو حجم العينة.¹

وقد وقع اختيارنا على العينة القصدية (حصر شامل) التي تعرف على انها تلك العينة التي يقصد بها الباحث اختيارها ليعلم نتائج هذه العينة على الكل فكثير من الباحثين يختارون عينه لسهوله جمعها ومراجعتها وتوفير المستلزمات الخاصة بالبحث.²

ويعود سبب اختيارنا لهذا النوع من العينات لانها تتوافق مع طبيعة الدراسة حيث اشتملت العينة على طلبة السنة الثانية ماستر تخصص اتصال تنظيمي بكلية العلوم الإنسانية والاجتماعية بجامعة تبسة والبالغ عددها 80 طالب تم اختيارهم من بين 101 طالب

◀ تبرير اختيار العينة:

- سهولة الوصول إلى أفراد العينة المبحوثين كوننا طالبين من نفس الكلية والتخصص.
- امتلاك الطلبة لمكتسبات قبلية حول الموضوع كونه درس كأحد المقاييس في السنة اولى ماستر.
- إمتلاك أفراد العينة لتطبيق التيك توك.

¹ محمد فتحي عبد الهادي: البحث ومناهجه في علم المكتبات والمعلومات، ط1، الدار المعرفية، مصر، 2002، ص 112،

² وجيه محجوب: اصول البحث العلمي ومناهجه، دار المناهج الاردن، ط 2 ، 2005 ، ص 125

- العينة تحقق أهداف الباحث من الدراسة.

4-1- أدوات جمع البيانات

الاستبيان:

يقصد بالاستبانة مجموعة من الاسئلة المصممة لجمع البيانات اللازمة عن المشكلة تحت الدراسة وهي اهم الوسائل الفعالة في جمع البيانات شريطة ان يكون الباحث على معرفة دقيقة بالبيانات المطلوب جمعها وبكيفية قياس المتغيرات المرغوب دراستها.¹

"اداة تجميع البيانات عن الظروف والأساليب القائمة بالفعل، وتعتمد على اعداد مجموعة من الاسئلة توجه الى جميع أفراد العينة المبحوثة او الى عينات مختارة منها ليقوموا بالإجابة عنها."²

يعتبر الاستبيان احد الوسائل التي يعتمد عليها الباحث في تجميع البيانات والمعلومات من مصادرها ويعتمد الاستبيان على استنطاق الناس المستهدفين بالبحث من اجل الحصول على اجاباتهم عن الموضوع والتي يتوقع الباحث انها شافية بالتمام.³

* هو اداة لجمع البيانات تتمثل في مجموعة من الاسئلة المكتوبة تتعلق بظاهرة ما يطلب من المستجوب الاجابة عليها.⁴

* كما تعرف على انها نموذج يضم مجموعة من الاسئلة توجه الى الافراد من اجل الحصول على معلومات حول موضوع او مشكل او موقف ويتبع تنفيذ الاستبيان اما عن طريق المقابلة الشخصية او ان ترسل الى المبحوث عن طريق البريد.⁵

وقد احتوى الاستبيان على 30 عبارة مقسمة على محورين محور متعلق بالموظفين ومحور متعلق بالطلبة وهو موضح كمايلي:

المحور الاول: البيانات الشخصية

المحور الثاني: استخدام الطلبة الجامعيين هويات افتراضية غير هوياتهم الحقيقية على منصة التيك توك.

المحور الثالث: تطابق الهوية الحقيقية والهوية الافتراضية التي يتخذها الطلبة الجامعيين على منصة التيك توك.

¹ محمد عبد الفتاح الصيرفي: البحث العلمي الدليل التطبيقي للباحثين، ط1، دار وائل للطباعة ، عمان، 2002، ص 15،

² ناهد حمدي احمدي: مناهج البحث في علوم المكتبات، ط1، دار المريخ للنشر، الرياض، 1979، ص 126،

³ عقيل حسين عقيل: فلسفة مناهج البحث العلمي، مكتبة مدبولي للنشر، 1999، ص 148،

⁴ فايز جمعة صالح النجار وآخرون: اساليب البحث العلمي، ط1، دار الحامد للنشر، عمان، 2008، ص 58،

⁵ زيدان عبد الباقي: قواعد البحث الاجتماعي، ط2، مطبعة السعادة للنشر والتوزيع، عمان، الاردن، 1995، ص 181،

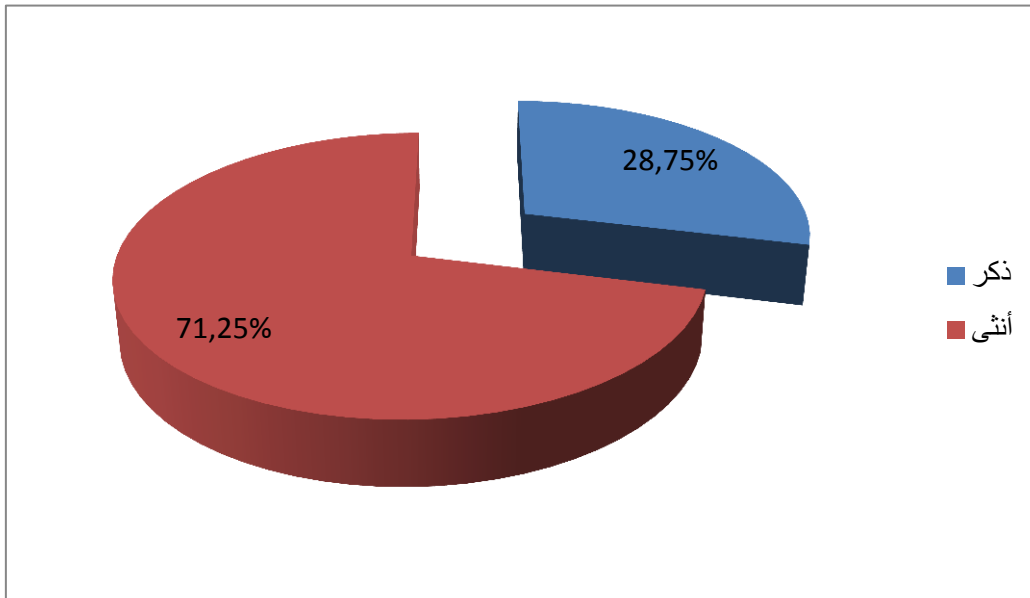
المبحث الثاني: عرض وتحليل ومناقشة نتائج الدراسة

المطلب الأول: عرض وتحليل نتائج الدراسة

المحور الأول: البيانات الشخصية

جدول رقم 01: يبين الجنس (النوع)

النسبة	التكرار	
28,75%	23	ذكر
71,25%	57	أنثى
%100	80	المجموع

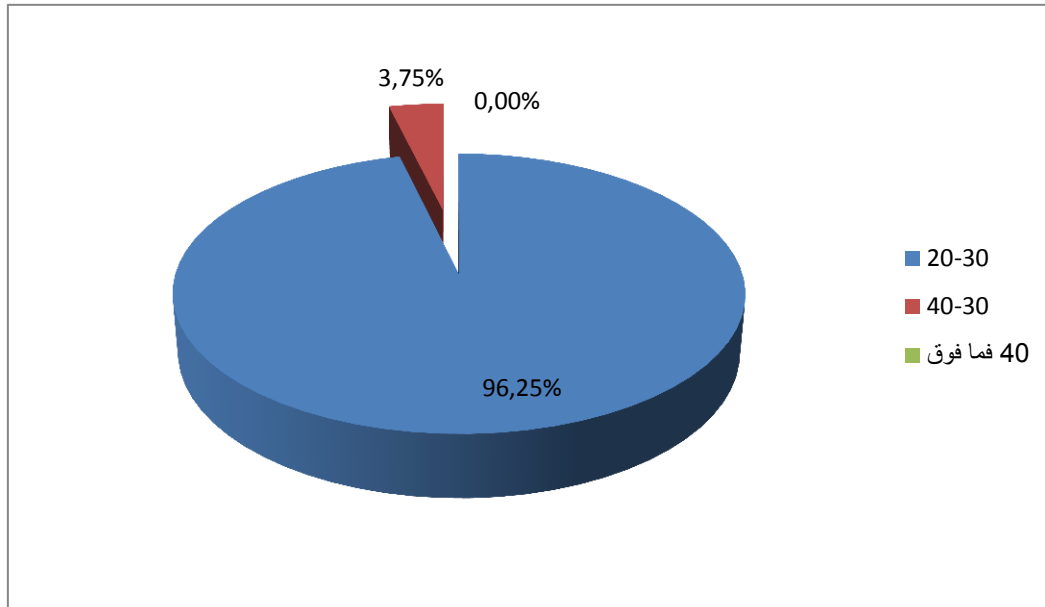


الشكل رقم 01: يبين الجنس (النوع)

من خلال نتائج الجدول المبين اعلاه نلاحظ ان نسبة الاناث بلغت 71.25%، بينما بلغت نسبة الذكور 28.75%، ومرد ذلك إلى ان مجتمع الدراسة والمتمثل في طلبة السنة الثانية ماستر قسم اتصال تنظيمي عدد الإناث أكبر من عدد الذكور، حيث ان هذا التخصص يجذب الاناث أكثر من الذكور

جدول رقم 02: يبين السن

النسبة	التكرار	
96,25%	77	30-20
3,75%	3	40-30
0,00%	0	40 فما فوق
%100	80	المجموع



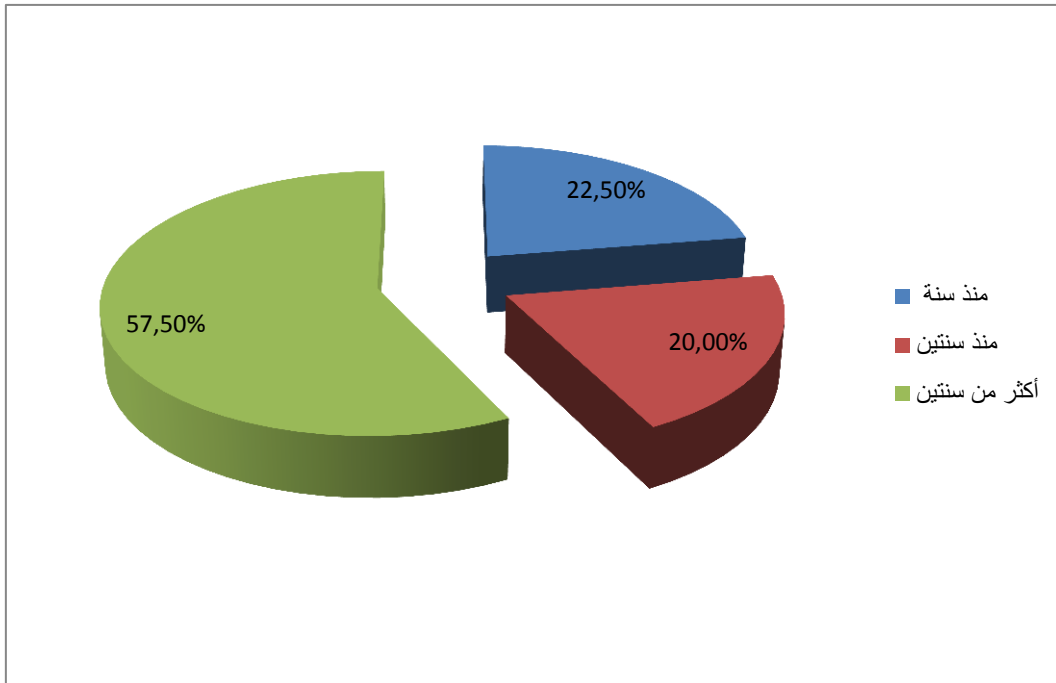
الشكل رقم 02: يبين السن

من خلال الجدول اعلاه والمتعلق بمتغير السن نلاحظ ان النسبة الأعلى عادت للفئة العمرية 20-30 سنة بنسبة 96.25%، ثم تلتها نسبة 40-30 سنة مقدرة بـ 3.75%، بينما جاءت النسبة 00% بالنسبة للفئة العمرية 40 فما فوق مما سبق نستنتج ان النسبة الغالبة من الطلبة تتراوح اعمارهم بين سن 20 إلى 30 سنة وهذا امر جد واقعي فطلبة الماجستير يكون سنهم ضمن هذه الفئة باستثناء فئة قليلة من فئة 20% من الطلبة الذين تم التحاقهم بالماجستير، والبقية الباقية من 30 إلى 40 سنة تعود سواء للطلبة المتحصلين على شهادة البكالوريا في عمر متأخر أو من فئة 20%.

المحور الثاني : استخدام الطلبة الجامعيين هويات افتراضية غير هوياتهم الحقيقية على منصة التيك توك.

جدول رقم 03: منذ متى وأنت تستخدم منصة التيك توك.

النسبة	التكرار	
22,50%	18	منذ سنة
20,00%	16	منذ سنتين
57,50%	46	أكثر من سنتين
%100	80	المجموع

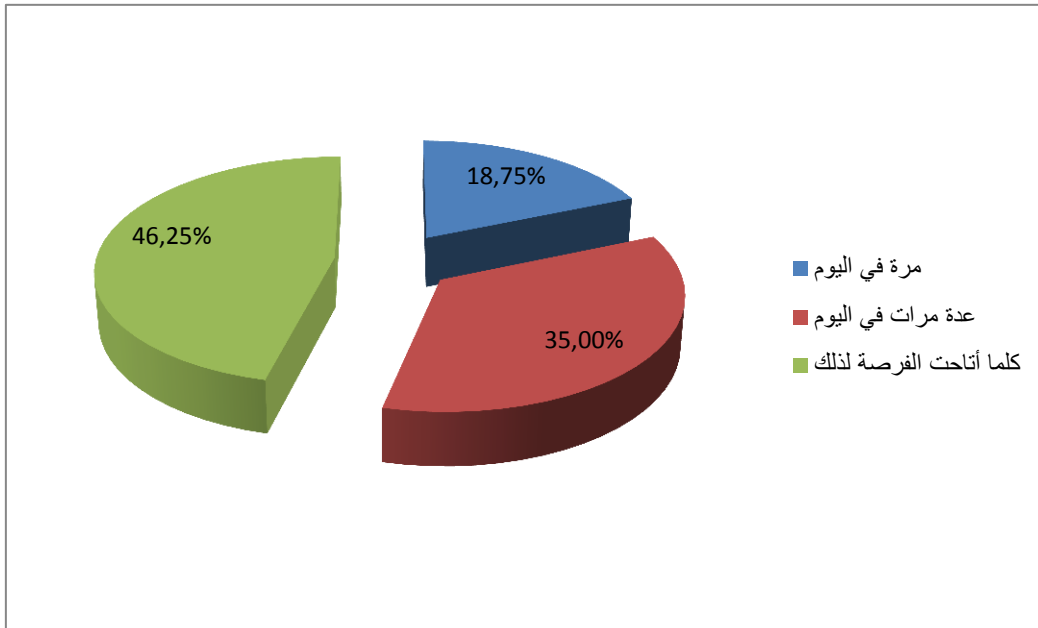


الشكل رقم 03: منذ متى وأنت تستخدم منصة التيك توك.

توضح النتائج المبينة في الجدول اعلاه والمتعلقة بمدة استخدام منصة التيك توك، نجد أن النسبة الأكبر تعود لفئة أكثر من سنتين بنسبة 57.50%، ثم تلتها نسبة 22.50% التي عادت لمستخدمي التيك توك منذ سنة، وحلت في الأخير نسبة 20% عادت لمستخدمي التيك توك منذ سنتين. مما سبق نستنتج ان النسبة الغالبة من المبحوثين تستخدم التيك توك من أكثر من سنتين وهذا راجع للانتشار الواسع لمنصة التيك توك في الفترة الأخيرة وما توفره من اشباعات وتحقيق للرغبات للطلبة الجامعيين من خلال الفيديوهات المنتشرة عبر هذه المنصة

جدول رقم 04: عدد المرات التي تقضيها على منصة التيك توك

النسبة	التكرار	
18,75%	15	مرة في اليوم
35,00%	28	عدة مرات في اليوم
46,25%	37	كلما أتاحت الفرصة لذلك
%100	80	المجموع



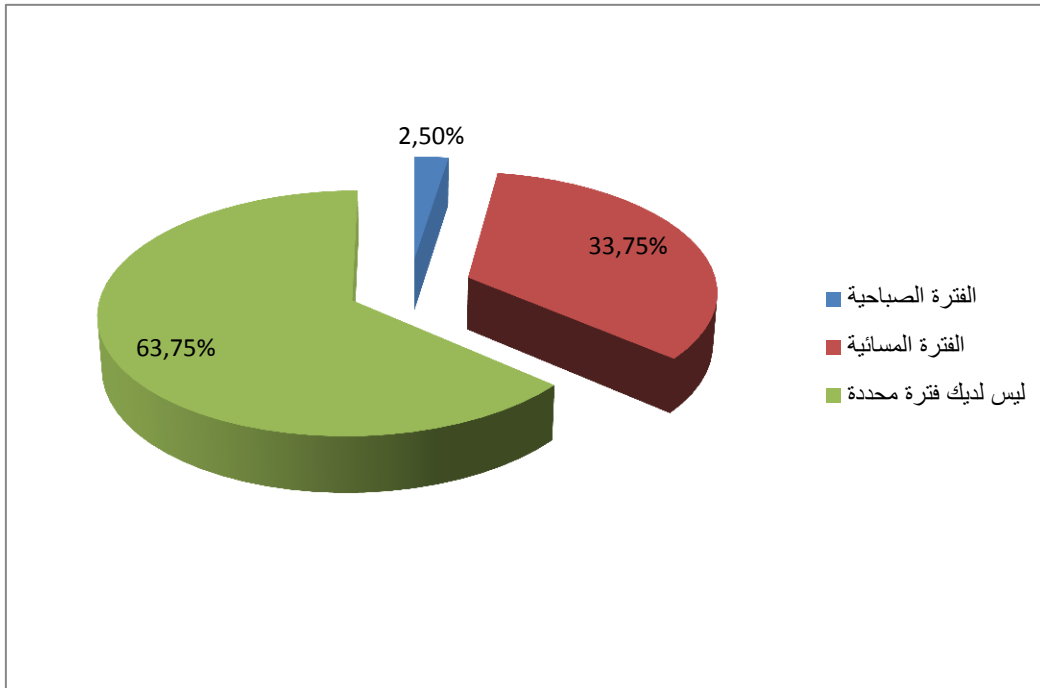
الشكل رقم 04: عدد المرات التي تقضيها على منصة التيك توك

من خلال الجدول اعلاه والمتعلق بعدد المرات التي يقضيها الطلبة على منصة التيك توك، نلاحظ ان نسبة 46.25% عادت للمبحوثين الذين اجابوا كلما أتاحت الفرصة لذلك، في حين جاءت نسبة 35% لعدة مرات في اليوم، أما من اختاروا مرة في اليوم قدرت نسبتهم بـ 18.75%.

مما سبق يتبين أن الطلبة يستخدمون منصة التيك توك كلما اتاحت لهم الفرصة بسبب ارتباطهم بالدراسة ولا يوجد وقت محدد وعدد معين من المرات للولوج لهذه المنصة هذا من جهة ومن جهة أخرى ارتباط اغلب الطلبة بوظائف سواء كانت نظامية أو أعمال حرة.

جدول رقم 05: الفترة المفضلة لديك لتصفح التيك توك

النسبة	التكرار	
2,50%	2	الفترة الصباحية
33,75%	27	الفترة المسائية
63,75%	51	ليس لديك فترة محددة
%100	80	المجموع



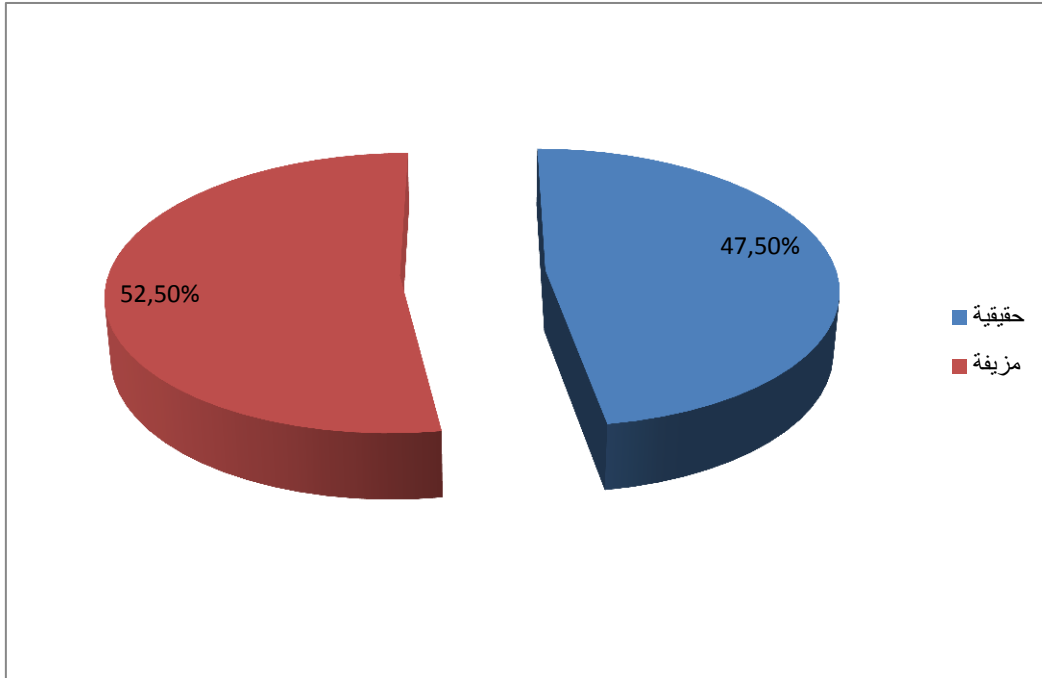
الشكل رقم 05: الفترة المفضلة لديك لتصفح التيك توك

من خلال الجدول اعلاه نجد أن عدم وجود فترة محددة لتصفح التيك توك هي النسبة الغالبة والتي بلغت 63.75%، ثم تلتها نسبة 33.75% التي عادت للفترة المسائية، بينما نسبة المبحوثين الذين اختاروا الفترة الصباحية قدرت بـ 2.50%.

مما سبق نستنتج أن الطلبة الجامعيين ليس لهم وقت محدد للولوج وتصفح منصة التيك توك بل كلما اتاحت لهم الفرصة وسنحت لهم يقومون بتصفح منصة التيك توك في حالة تفرغهم وعدم ارتباطهم بانشغالات مثل الدراسة او العمل او متطلبات الحياة، وكلما توفرت لديهم تدفق للانترنت ، في حين نجد نسبة ضئيلة تتصفح التيك توك مساء بسبب انتهاء الدراسة وارتباطهم من العمل

جدول رقم 06: البيانات المصحح بها على منصة التيك توك هي بياناتك الشخصية

النسبة	التكرار	
47,50%	38	حقيقية
52,50%	42	مزيفة
%100	80	المجموع

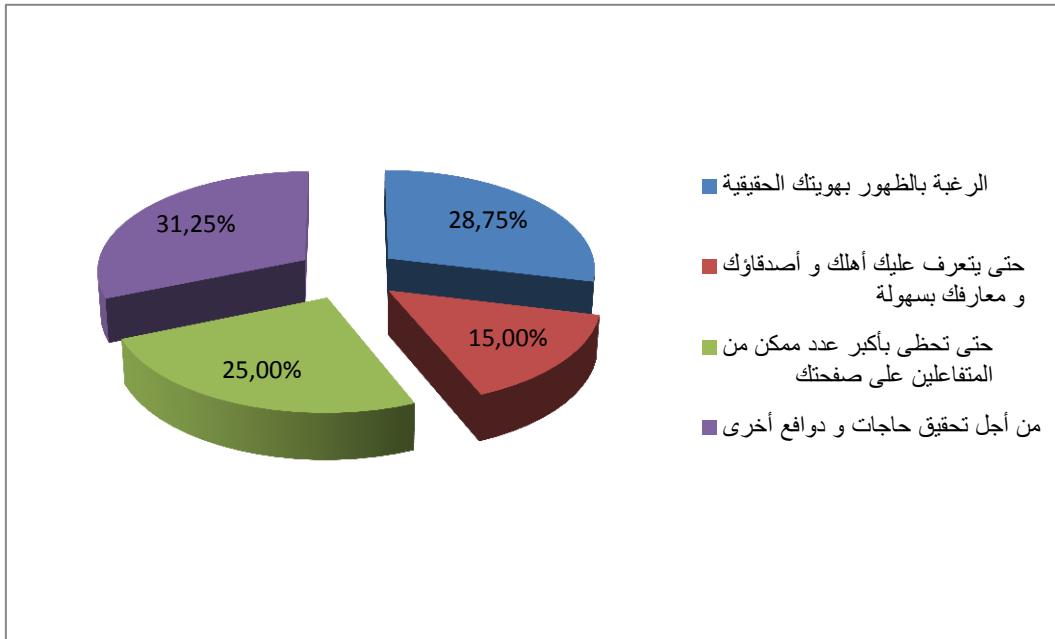


الشكل رقم 06: البيانات المصحح بها على منصة التيك توك هي بياناتك الشخصية

مما سبق نلاحظ ان نسبة من صرحوا بأنهم بياناتهم الشخصية على منصة التيك توك مزيفة بلغت 52.50%، بينما من صرح بأن بياناته الشخصية عبر منصة التيك توك حقيقية بنسبة 47.50%. مما سبق نستنتج أن البيانات الشخصية المصحح بها عبر منصة التيك توك (مزيفة) غير حقيقية ومرد ذلك إلى أن أغلب المبحوثين من جنس إناث اللاتي فرض عليهن المجتمع والعادات والتقاليد اخفاء بياناتهم الشخصية والاعتماد على هوية غير حقيقية خوفا من الضغوطات من طرف الأسرة والمجتمع.

جدول رقم 07: أسباب استخدامك لهوية الحقيقية على منصة التيك توك

النسبة	التكرار	
28,75%	23	الرغبة بالظهور بهويتك الحقيقية
15,00%	12	حتى يتعرف عليك أهلك و أصدقاؤك و معارفك بسهولة
25,00%	20	حتى تحظى بأكبر عدد ممكن من المتفاعلين على صفحتك
31,25%	25	من أجل تحقيق حاجات و دوافع أخرى
%100	80	المجموع



الشكل رقم 07: أسباب استخدامك لهوية الحقيقية على منصة التيك توك

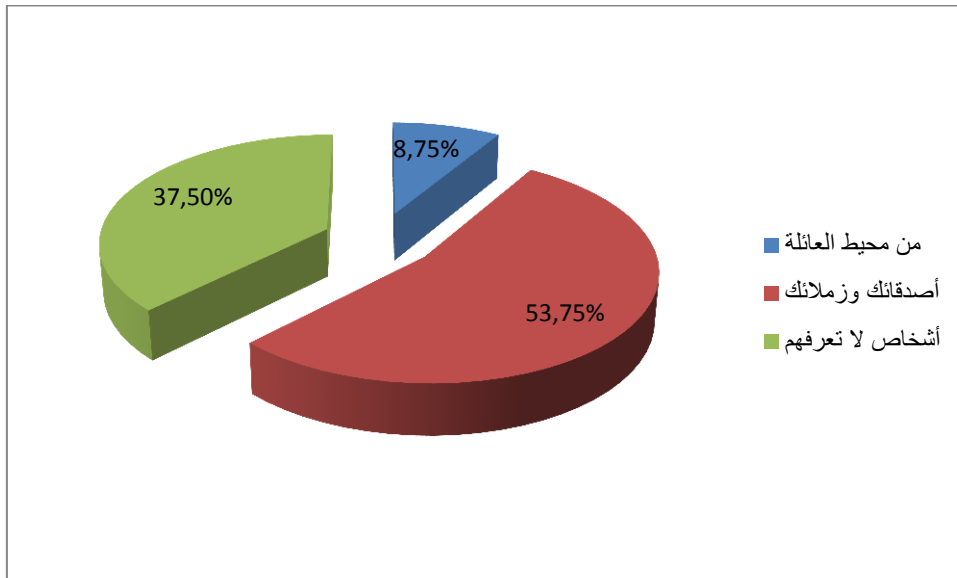
من خلال الجدول اعلاه نلاحظ ان نسبة 28.75% يرجعون أسباب استخدامهم للهوية الحقيقية هو الرغبة في الظهور بهويتهم الحقيقية في حين نجد ان نسبة 25% ترجع الأمر حتى يحظى بأكبر عدد ممكن من المتفاعلين عبر حسابه، وتلتها نسبة 15% عادت حتى يتعرف عليهم الأهل والأصدقاء والمعارف بسهولة، في حين أرجع البعض الأمر إلى تحقيق حاجات ودوافع أخرى بنسبة 31.25%.

مما سبق يبرز جليا أن أسباب استخدام مستخدمي منصة التيك توك لهويتهم الحقيقية يعود لكل من عدم اخفاء هويتهم الحقيقية وذلك من اجل أن يتم التعرف عليهم بسهولة من طرف الأهل

والأصدقاء والمعارف، بينما أبدى البعض أنه توجد حاجات ودوافع أخرى تمثلت في إبراز هويته الشخصية في ما يعرض من اجل الريح المادي أو الموقع يطلب هوية حقيقة من اجل العوائد

جدول رقم 08: متابعيك في منصة التيك توك هم

النسبة	التكرار	
8,75%	7	من محيط العائلة
53,75%	43	أصدقائك وزملائك
37,50%	30	أشخاص لا تعرفهم
%100	80	المجموع



الشكل رقم 08: متابعيك في منصة التيك توك هم

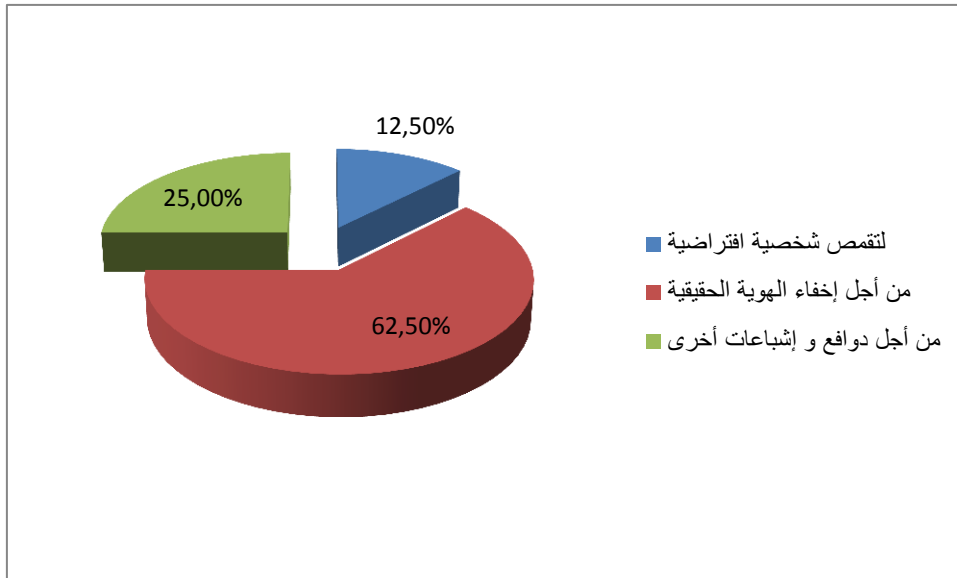
من خلال الجدول اعلاه نلاحظ أن الأصدقاء والزلاء هم أكثر نسبة للمتابعين للحساب الشخصي للطلبة بنسبة 53.75%، ثم تلتها نسبة 37.50% للأشخاص غير المعروفين، بينما عادت النسبة الأصغر والمقدرة بـ 8.75% لمحيط العائلة.

مما سبق نستنتج أن الأصدقاء والزلاء هم النسبة الأعلى من متبعي حساب الطلبة، ثم يليها أشخاص لا تربطهم بهم علاقة ثم العائلة ومحيطها ومرد ذلك إلى أن منصة التيك توك توفر قدر هائل من مقاطع الفيديو ونجد الطلبة يشاركون هذا المحتوى مع بعضهم. أما عن الأشخاص المجهولين فهو راجع إلى المحتوى المقدم في المنصة فهو يجذب الأشخاص نحو هذا الشخص لمتابعته، ونرجع أسباب ضعف نسبة

المتبعين من أفراد العائلة ومحيطها إلى جملة من الأسباب كون بعض المحتويات المقدمة على منصة تيك توك لا يمكن لأفراد العائلة متابعتها مع بعض.

جدول رقم 09: تستخدم اسم مستعار لتقمص شخصية غير شخصيتك الحقيقية من أجل

النسبة	التكرار	
12,50%	10	لتقمص شخصية افتراضية
62,50%	50	من أجل إخفاء الهوية الحقيقية
25,00%	20	من أجل دوافع وإشباعات أخرى
%100	80	المجموع



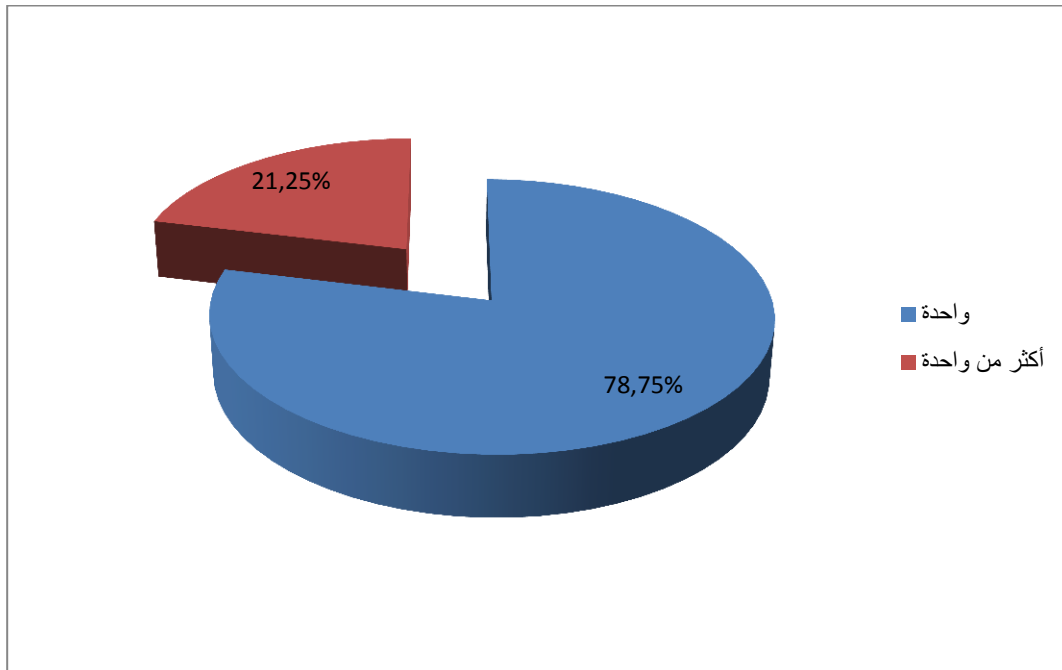
الشكل رقم 09: تستخدم اسم مستعار لتقمص شخصية غير شخصيتك الحقيقية من أجل

مما خلال الجدول اعلاه نجد أن النسبة العالية عادت من أجل إخفاء الهوية الحقيقية بنسبة 62.50%، ثم تلتها نسبة 25% من اجل دوافع وإشباعات أخرى، بينما لتقمص شخصية افتراضية بلغت 12.50%.

وهذا يعني أن مستخدمي منصة التيك توك يستخدمون اسم مستعار في حساباتهم من أجل إخفاء الهوية الحقيقية أو من اجل تحقيق اشباعات أخرى يمكن أن لا يحققها من خلال اسمه الحقيقي أو انه يظهر عكس ما هو عليه في الواقع.

جدول رقم 10: كم هوية افتراضية لديك على حساب التيك توك

النسبة	التكرار	
78,75%	63	واحدة
21,25%	17	أكثر من واحدة
%100	80	المجموع



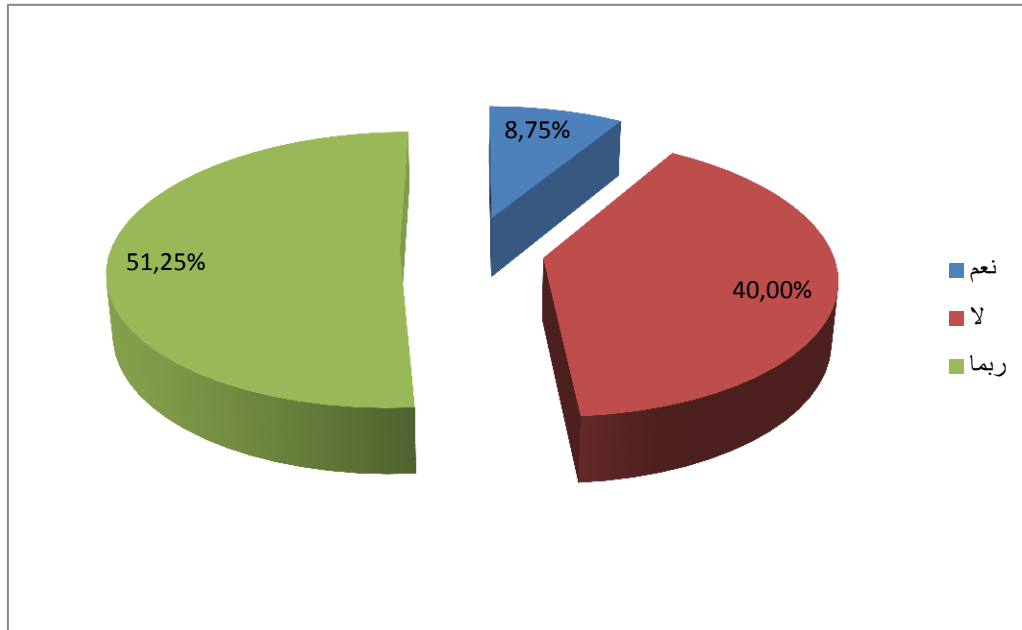
الشكل رقم 10: كم هوية افتراضية لديك على حساب التيك توك

من خلال الجدول اعلاه المتعلق بعدد الهويات الافتراضية التي يملكها الطلبة على منصة التيك توك نجد أن نسبة 78.75% أجابوا انهم يملكون هوية افتراضية واحدة، بينما نسبة 21.25% يملكون أكثر من هوية افتراضية.

مما سبق نستنتج أن الطلبة الجامعيين يملكون هوية افتراضية واحدة على منصة التيك توك ومهم من يملك أكثر من واحدة وهذا راجع إلى ان الطلبة يستعملون هوية واحدة فقط من اجل أن يتم التعرف عليها والكسب من ورائه سواء كان الكسب ماديا او معنويا، اما في حالة أكثر من هوية فإنه لا يمكن التعرف على صاحب الحساب من طرف الجميع وهو ما يؤدي إلى نقص في عدد المتبعين

جدول رقم 11: ترى بأن العلاقات الافتراضية هي علاقات جدية ودائمة

النسبة	التكرار	
8,75%	7	نعم
40,00%	32	لا
51,25%	41	ربما
%100	80	المجموع

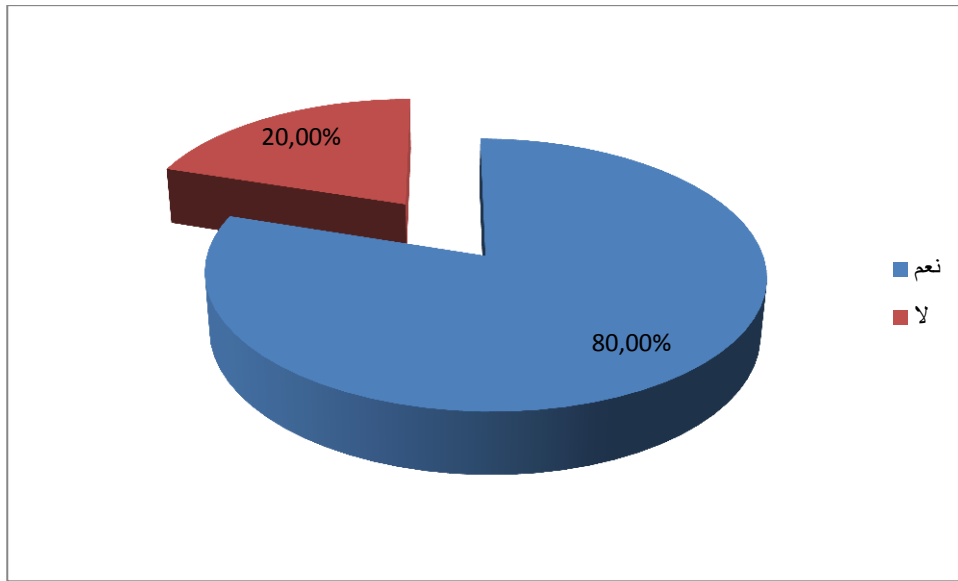


جدول رقم 11: ترى بأن العلاقات الافتراضية هي علاقات جدية ودائمة

من خلال الجدول اعلاه نلاحظ أن نسبة 51.25% يرون ويشككون في أن العلاقات الافتراضية علاقات جدية ودائمة في حين يرى ما نسبته 40% أنها علاقات غير جدية وغير دائمة، بينما يرى نسبة 8.75% أنها علاقات جدية ودائمة مما سبق نستنتج ان العلاقات الافتراضية عبر منصة التيك توك تحول حولها الشكوك ويعتبرها الأغلبية أنها العلاقات الافتراضية هي علاقات غير جدية وغير دائمة بينما نسبة قليلة ترى انها هذه العلاقات تتميز بالجدية والديمومة

جدول رقم 12: هل تشعر بالانتماء الى المجموعات الافتراضية التي أنت عضو فيها أكثر

النسبة	التكرار	
80,00%	64	نعم
20,00%	16	لا
%100	80	المجموع



الشكل رقم 12: هل تشعر بالانتماء الى المجموعات الافتراضية التي أنت عضو فيها أكثر

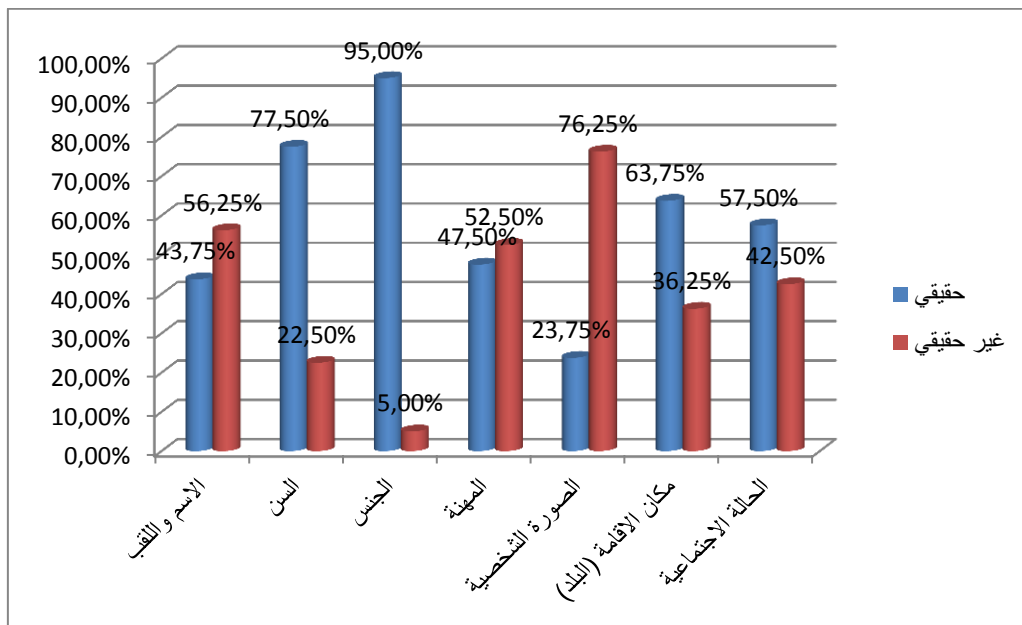
من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن النسبة الأكبر من المشاركين يشعرون بالانتماء إلى المجموعات الافتراضية التي هم أعضاء فيها (80%). بينما نسبة أقل بكثير من المشاركين لا يشعرون بالانتماء إلى المجموعات الافتراضية (20%).

من خلال تحليل الجدول، يمكننا الاستنتاج أن الأغلبية العظمى من الأفراد المشاركين في هذا الاستطلاع يشعرون بالانتماء إلى المجموعات الافتراضية التي هم أعضاء فيها. هذا يمكن أن يشير إلى أن المجموعات الافتراضية تلعب دوراً مهماً في بناء الشعور بالانتماء والتواصل بين الأعضاء. في المقابل، هناك أقلية صغيرة (20%) لا يشعرون بهذا الانتماء، مما يشير إلى أن هذه المجموعات قد لا تكون بنفس الفعالية أو الجاذبية للجميع، وربما توجد عوامل أخرى تؤثر على شعور الانتماء لبعض الأعضاء.

المحور الثالث : تطابق الهوية الحقيقية والهوية الافتراضية التي يتخذها الطلبة الجامعيين على منصة التيك توك.

جدول رقم 13: عند نشر البيانات الشخصية على حسابك تستخدم

غير حقيقي		حقيقي		
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
56,25%	45	43,75%	35	الاسم واللقب
22,50%	18	77,50%	62	السن
5,00%	4	95,00%	76	الجنس
52,50%	42	47,50%	38	المهنة
76,25%	61	23,75%	19	الصورة الشخصية
36,25%	29	63,75%	51	مكان الإقامة (البلد)
42,50%	34	57,50%	46	الحالة الاجتماعية
%100	80	المجموع		



الشكل رقم 13: عند نشر البيانات الشخصية على حسابك تستخدم

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن

النسبة الكبيرة من الأفراد يفضلون نشر معلوماتهم الحقيقية المتعلقة بالجنس (95.00%) والسن (77.50%). قد يكون ذلك بسبب أن هذه المعلومات تعتبر أقل حساسية نسبياً أو أكثر ضرورة في بناء تفاعلات أصيلة على المنصات الاجتماعية.

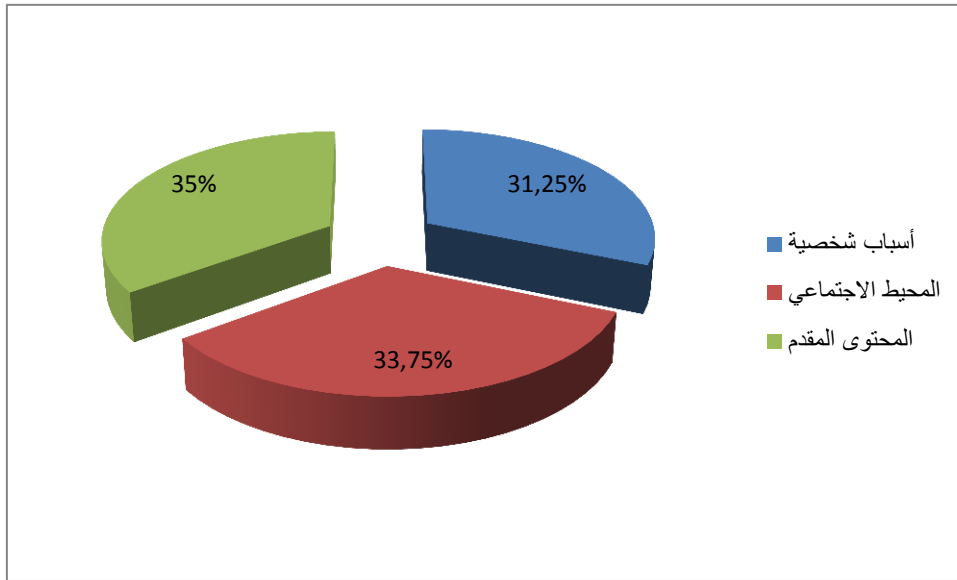
نسبة كبيرة من الأفراد تفضل استخدام صور غير حقيقية (76.25%) وأسماء وألقاب غير حقيقية (56.25%). يمكن أن يكون هذا نتيجة لقلق حول الخصوصية أو الخوف من الاستخدام غير المناسب لهذه المعلومات.

أكثر من نصف الأفراد يفضلون نشر مكان الإقامة الحقيقي (63.75%) وحالتهم الاجتماعية (57.50%)، مما يشير إلى أن هذه المعلومات قد تكون أقل حساسية أو أكثر أهمية لتحديد الهوية بشكل صحيح ضمن المجتمعات الافتراضية.

هناك توازن نسبي بين من ينشرون مهنتهم الحقيقية (47.50%) ومن لا يفعلون ذلك (52.50%). هذا يعكس تفاوتاً في مستوى الراحة أو الضرورة بين الأفراد بخصوص مشاركة معلوماتهم المهنية. مما سبق نستنتج وجود تفاوتاً واضحاً في تفضيلات الأفراد بشأن نشر بياناتهم الشخصية على حساباتهم في منصة التيك توك. بينما هناك استعداد كبير لمشاركة بعض المعلومات الحقيقية مثل الجنس والسن، كما أنه هناك تحفظ أكبر فيما يتعلق بمعلومات تعتبر أكثر خصوصية أو حساسة مثل الصورة الشخصية والاسم واللقب. يشير هذا التحليل إلى استخدام معظم الطلبة هويات افتراضية خاصة فيما يتعلق بالصورة الشخصية والاسم وهذين المتغيرين هما من أكثر الأشياء التي يتم التحفظ عليها واللجوء إلى هويات افتراضية.

الجدول رقم 14: على أي أساس تختار هويتك على حساب التيك توك

النسبة	التكرار	
31,25%	25	أسباب شخصية
33,75%	27	المحيط الاجتماعي
35%	28	المحتوى المقدم
100%	80	المجموع



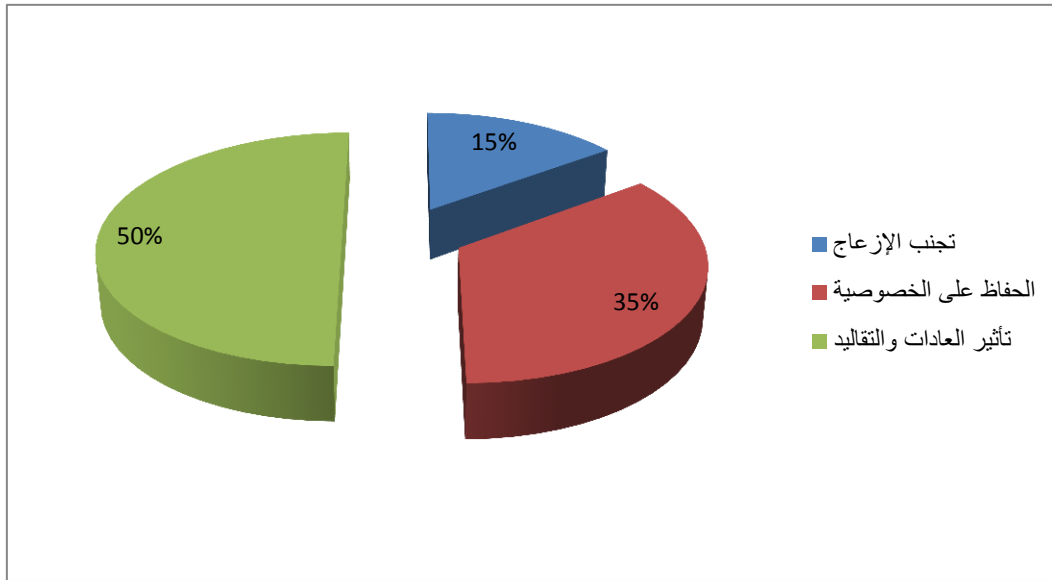
الشكل رقم 14: على أي أساس تختار هويتك على حساب التيك توك

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن النسبة الأكبر من المشاركين يختارون هويتهم على حساب التيك توك بناء على المحتوى الذي يقدمونه بنسبة (35%)، ثم تليها المحيط الاجتماعي في المرتبة الثانية بنسبة 33.75%. ثم تحل الأسباب الشخصية في المرتبة الأخيرة بنسبة 31.25%.

هذا يعني أن تأثير الأشخاص المحيطين بالمستخدم، مثل الأصدقاء والعائلة والمجتمع، له دور كبير في تحديد الهوية على التيك توك. قد يكون هذا التأثير إيجابياً أو سلبياً بناء على دعم أو نقد المجتمع المحيط. كما تعكس النتائج توازناً نسبياً بين العوامل المؤثرة في اختيار الهوية على التيك توك، مع ميل طفيف نحو أهمية المحتوى المقدم. يشير هذا إلى أن المستخدمين يهتمون بمدى توافق هويتهم مع المحتوى الذي يقدمونه، بالإضافة إلى تأثير المجتمع المحيط بهم. في حين أن الأسباب الشخصية لها دور، إلا أنها تأتي في مرتبة أقل مقارنة بالعوامل الأخرى. يعكس هذا التحليل الأهمية المتزايدة للتفاعل الاجتماعي والمحتوى في تحديد الهوية الرقمية على المنصات الاجتماعية مثل التيك توك.

جدول رقم 15: على أي أساس تظهر بهوية غير هويتك على حساب التيك توك

النسبة	التكرار	
15%	12	تجنب الإزعاج
35%	28	الحفاظ على الخصوصية
50%	40	تأثير العادات والتقاليد
100%	80	المجموع



الشكل رقم 15: على أي أساس تظهر بهوية غير هويتك على حساب التيك توك

من خلال تحليل نتائج الجدول أعلاه ملاحظ أن النسبة الأكبر من المشاركين يختارون الظهور بهوية غير هويتهم الحقيقية على حساب التيك توك بسبب تأثير العادات والتقاليد بنسبة 50%. يأتي الحفاظ على الخصوصية في المرتبة الثانية بنسبة 35%. ثم تأتي أسباب تجنب الإزعاج في المرتبة الأخيرة بنسبة 15%.

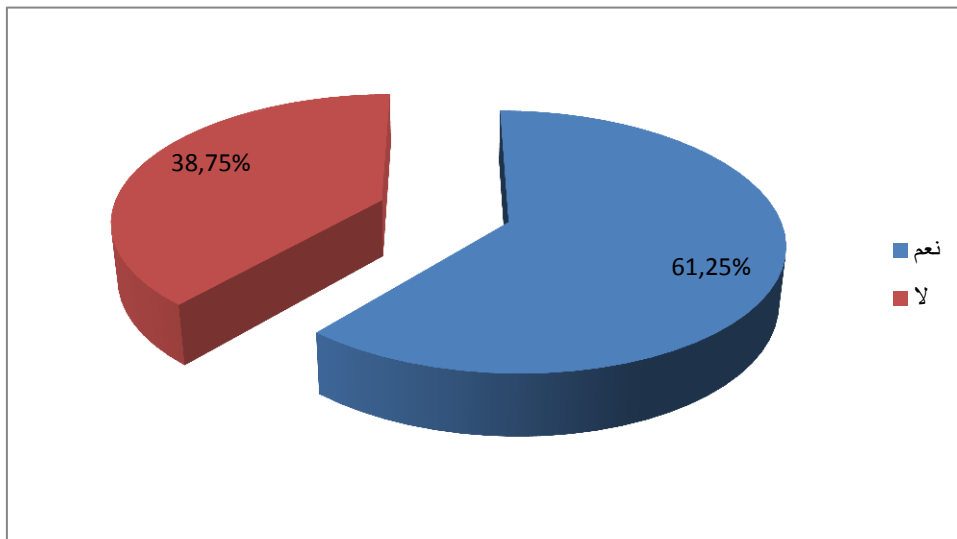
مما سبق يعكس النتائج تأثير العوامل الثقافية والاجتماعية على سلوك المستخدمين على التيك توك بشكل كبير، حيث أن نصف المشاركين يختارون الظهور بهوية غير هويتهم الحقيقية بسبب تأثير العادات والتقاليد. كون أغلب المبحوثين من جنس إناث ما للعادات والتقاليد من تأثير على الفرد وخوف معظم بأن تكشف العائلة امتلاكهم لحساب على التيك توك بالإضافة إلى ذلك، يمثل الحفاظ على الخصوصية دافعا قويا لتجنب الكشف عن الهوية الحقيقية. يعكس هذا التحليل التحديات التي يواجهها

الأفراد في تحقيق توازن بين الحفاظ على الخصوصية والامتثال للتوقعات الاجتماعية على وسائل التواصل الاجتماعي خاصة منصة التيك توك

جدول رقم 16: هل هويتك المستعارة على منصة التيك توك هي بمثابة إنعكاس وتعبير عن ذاتك

الحقيقية

النسبة	التكرار	
61,25%	49	نعم
38,75%	31	لا
%100	80	المجموع



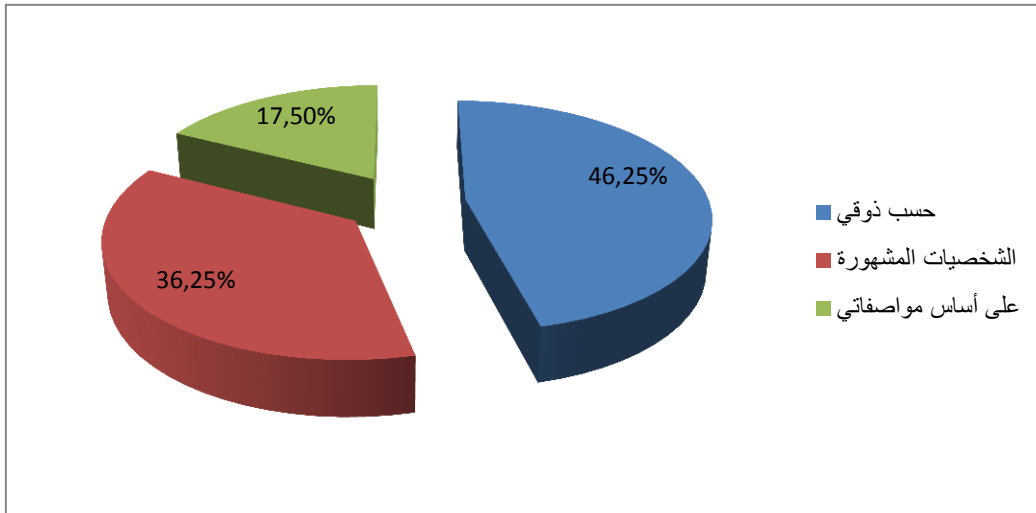
الشكل رقم 16: هل هويتك المستعارة على منصة التيك توك هي بمثابة إنعكاس وتعبير عن ذاتك

الحقيقية

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ ان النسبة النسبة الأكبر من المبحوثين (61.25%) يعتقدون أن هويتهم المستعارة على منصة التيك توك هي بمثابة انعكاس وتعبير عن ذاتهم الحقيقية. بينما نسبة أقل من المشاركين والمقدرة بـ (38.75%) يعتقدون أن هويتهم المستعارة لا تعكس ذاتهم الحقيقية يبرز من خلال تحليل نتائج الجدول تفضيلات المستخدمين فيما يتعلق بكيفية استخدامهم لهوياتهم المستعارة على التيك توك. الأغلبية يرون أن هويتهم المستعارة هي تعبير حقيقي عن ذاتهم، مما يشير إلى مستوى من الأصالة والصدق في التفاعل على المنصة، حتى عند استخدام هوية غير حقيقية. في المقابل، يفضل جزء آخر من المستخدمين فصل بين هويتهم الحقيقية والمستعارة، مما يعكس تنوعاً في استخدام المنصة لأغراض مختلفة، سواء كانت شخصية أو اجتماعية أو حتى تجريبية.

جدول رقم 17: على أي أساس تختار صورتك الشخصية على حساب التيك توك

النسبة	التكرار	
46,25%	37	حسب ذوقي
36,25%	29	الشخصيات المشهورة
17,50%	14	على أساس مواصفاتي
100%	80	المجموع



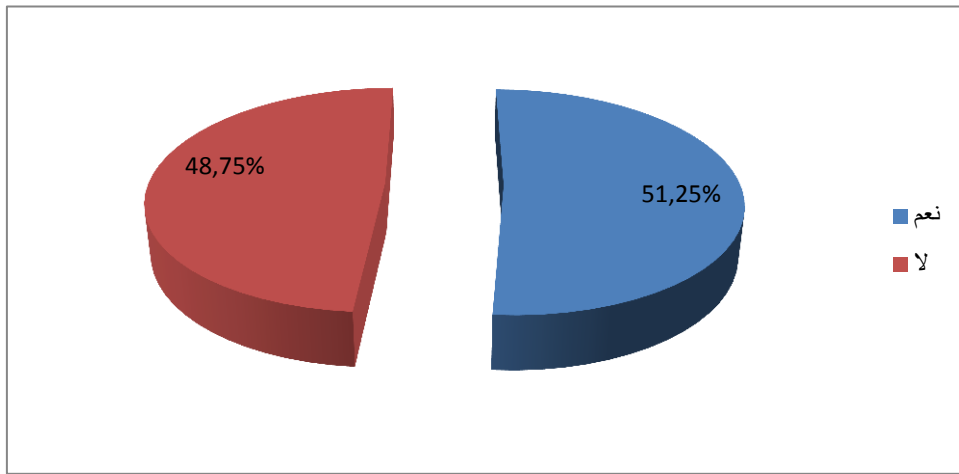
الشكل رقم 17: على أي أساس تختار صورتك الشخصية على حساب التيك توك

من خلال الجدول اعلاه نلاحظ أن نسبة (46.25%) من أفراد العينة المبحوثين يختارون صورهم الشخصية بناء على ذوقهم الشخصي. ثم تليها نسبة (36.25%) يختارون صورهم الشخصية مستوحاة من الشخصيات المشهورة. بينما نسبة أقل من المشاركين والمقدرة بـ (17.50%) يختارون صورهم الشخصية بناء على مواصفاتهم الشخصية.

مما سبق نستنتج ان هناك تنوع في الأسس التي يعتمد عليها الأفراد في اختيار صورهم الشخصية على التيك توك. الغالبية يختارون الصور بناء على ذوقهم الشخصي، مما يشير إلى رغبتهم في التعبير عن أنفسهم بشكل فريد. في الوقت نفسه، يؤثر المشاهير بشكل كبير على اختيار الصور، حيث يسعى الكثيرون لتقليد أو الارتباط بصور الشخصيات المشهورة. هناك أيضا جزء من المستخدمين يفضلون أن تكون صورهم الشخصية تعبيرا عن مواصفاتهم الحقيقية، مما يعكس توجهها نحو الأصالة والشفافية. هذا التنوع في الأسس يعكس تعددية الأهداف والاهتمامات التي يمتلكها مستخدمو التيك توك عند اختيار صورهم الشخصية.

جدول رقم 18: إذا كنت تتخذ هوية مستعارة على حساب التيك توك فهل هذه الهوية تحقق لك جرأة وتحررا أكثر من استخدامك لهويتك الحقيقية

النسبة	التكرار	
51,25%	41	نعم
48,75%	39	لا
%100	80	المجموع



الشكل رقم 18: إذا كنت تتخذ هوية مستعارة على حساب التيك توك فهل هذه الهوية تحقق لك جرأة وتحررا أكثر من استخدامك لهويتك الحقيقية

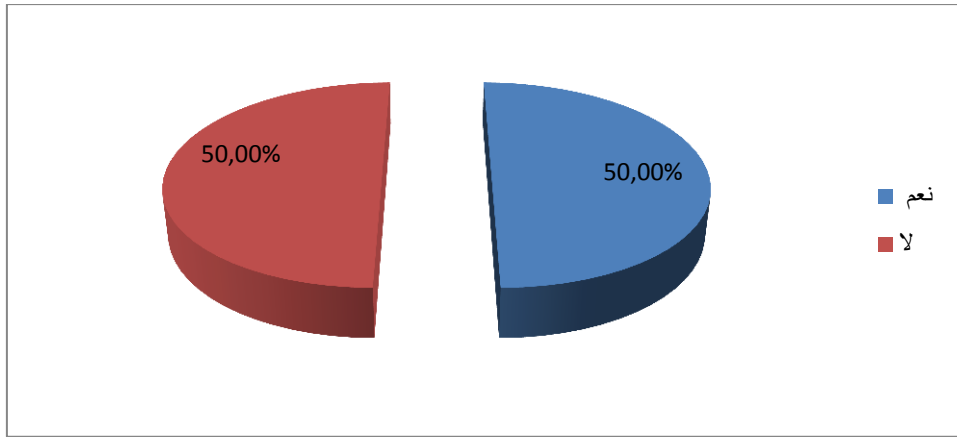
من خلال الجدول أعلاه المتعلق تتخذ هوية مستعارة على حساب التيك توك فهل هذه الهوية تحقق لك جرأة وتحررا أكثر من استخدامك لهويتك الحقيقية نجد ان نسبة مقبولة والمقدرة بـ (51.25%) يشعرون أن استخدام الهوية المستعارة على حساب التيك توك يمنحهم جرأة وتحررا أكثر مقارنة باستخدام هويتهم الحقيقية. بينما نسبة مقارنة والمقدرة بـ (48.75%) من المشاركين لا يشعرون بأن الهوية المستعارة تمنحهم جرأة وتحررا أكبر. يمكن أن يكون هذا بسبب أن هؤلاء الأفراد يشعرون بالراحة والثقة في التعبير عن أنفسهم باستخدام هويتهم الحقيقية، أو ربما يعتقدون أن الصدق والشفافية أهم من التحفظ والجرأة الزائدة.

نستخلص من الجدول توازنا نسبيا بين الأفراد الذين يشعرون أن الهوية المستعارة تمنحهم جرأة وتحررا أكبر والأفراد الذين لا يشعرون بذلك. فئة تعتقد أن الهوية المستعارة توفر لهم مساحة للتعبير بحرية أكبر، مما يشير إلى أهمية الشعور بالأمان والخصوصية عند التفاعل على المنصة. في المقابل، هناك نسبة معتبرة تقريبا ترى أن الهوية المستعارة لا تؤثر على مستوى الجرأة والتحرر لديهم، مما يدل على أن

بعض الأفراد يفضلون التعامل بهويتهم الحقيقية ويشعرون بالثقة في ذلك. يعكس هذا التنوع في الآراء يبرز إتاحة منصة التيك توك للأفراد خيارات مرنة للتعبير عن هوياتهم وفقا لاحتياجاتهم واهتماماتهم الشخصية.

جدول رقم 19: هل تختار هوية افتراضية بمواصفات قد تتمناها في هويتك الحقيقية

النسبة	التكرار	
50,00%	40	نعم
50,00%	40	لا
%100	80	المجموع



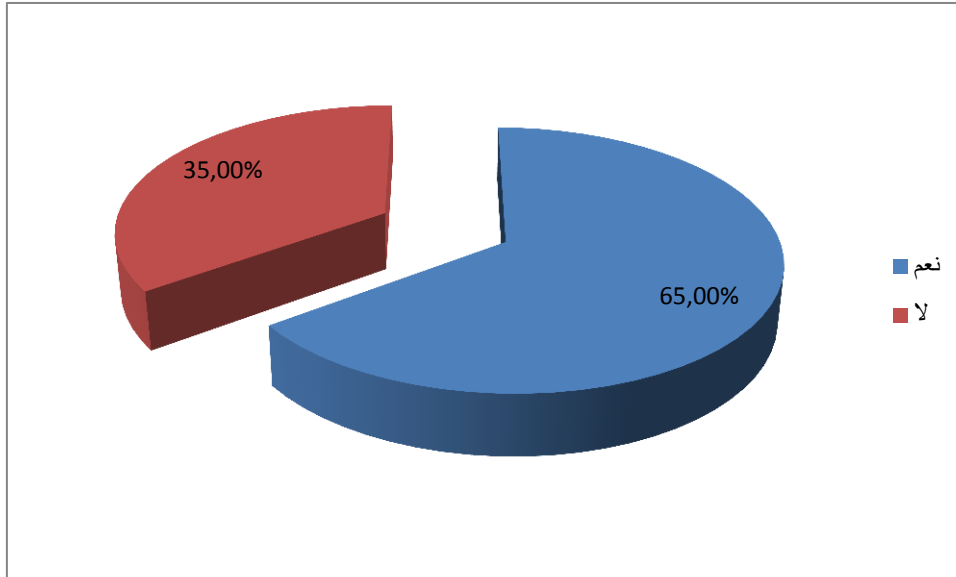
الشكل رقم 19: هل تختار هوية افتراضية بمواصفات قد تتمناها في هويتك الحقيقية

من خلال الجدول اعلاه نلاحظ أن الإجابتان "نعم" و"لا" حصلتا على نفس العدد من التكرارات والنسبة 50.00% لكل منهما والجدول يعكس توازنا تاما بين الأفراد الذين يختارون هوية افتراضية بمواصفات يتمنونها في هويتهم الحقيقية وبين الذين لا يفعلون ذلك فنصف المشاركين (50%) يرون في الهوية الافتراضية فرصة لتحقيق مواصفات وأحلام قد تكون صعبة المنال في الحياة الواقعية، والنصف الآخر من المشاركين (50%) لا يختارون هوية افتراضية بمواصفات يتمناها في هويتهم الحقيقية.

نستخلص مما سبق تساوي بين اهتمام المستخدمين الذين يرغبون في استخدام هوياتهم الافتراضية لتحقيق مواصفات وأحلام شخصية، وبين الذين يفضلون الحفاظ على واقعية وصدق هوياتهم الحقيقية حتى في الفضاء الافتراضي. يشير هذا الانقسام إلى وجود تنوع كبير في كيفية استخدام الأفراد للهوية الافتراضية على التيك توك، حيث يرى البعض فيها فرصة للتعبير عن طموحاتهم وأمانهم، بينما يفضل البعض الآخر الالتزام بالواقعية والشفافية.

جدول رقم 20: هل تكون أكثر راحة وحرية في المجتمع الافتراضي أكثر من المجتمع الواقعي

النسبة	التكرار	
65,00%	52	نعم
35,00%	28	لا
%100	80	المجموع



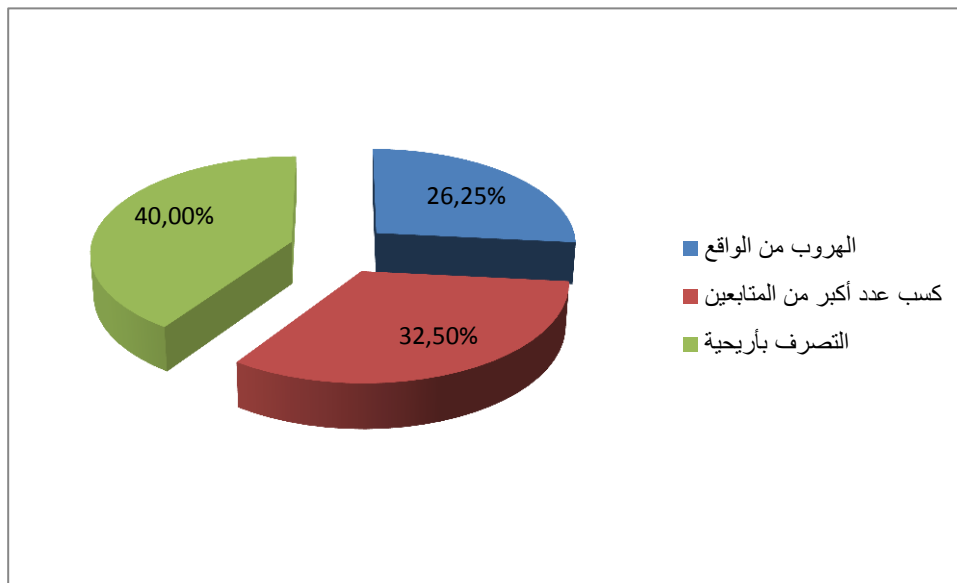
الشكل رقم 20: هل تكون أكثر راحة وحرية في المجتمع الافتراضي أكثر من المجتمع الواقعي

من خلال الجدول اعلاه نلاحظ أن نسبة (65%) أجابوا بنعم أي انهم يشعرون براحة وحرية أكبر في المجتمع الافتراضي مقارنة بالمجتمع الواقعي. بينما نسبة (35%) أجابوا بلا أي أنهم يشعرون براحة وحرية أكبر في المجتمع الواقعي.

مما سبق نستنتج أنه يوجد ميلا واضحا نحو تفضيل المجتمع الافتراضي كمكان للشعور براحة وحرية أكبر لدى الأغلبية. يظهر هذا التوجه أن البيئات الافتراضية توفر ملاذا آمنة للأفراد للتعبير عن أنفسهم دون قيود، مما يعزز الشعور بالتححرر والانفتاح. في المقابل، لا يزال هناك نسبة معتبرة من الأفراد يشعرون براحة أكبر في المجتمع الواقعي، مما يشير إلى أهمية التفاعل الاجتماعي المباشر والأصالة في العلاقات الشخصية. هذا التحليل يعكس التنوع في احتياجات الأفراد وكيفية تفاعلهم مع المجتمعات المختلفة، سواء كانت افتراضية أو واقعية. يعكس أيضا الدور المتزايد للمنصات الافتراضية في توفير مساحات آمنة ومريحة للتعبير والتفاعل الاجتماعي، وهو ما قد يكون ضروريا لرفاهية الأفراد النفسية والاجتماعية في العصر الرقمي.

جدول رقم 21: حسب رأيك ما هو الدافع وراء استخدام بعض الطلبة الجامعيين لهويات افتراضية والتي قد تختلف مع هوياتهم الحقيقية.

النسبة	التكرار	
26,25%	21	الهروب من الواقع
32,50%	26	كسب عدد أكبر من المتابعين
40%	32	التصرف بأريحية
%100	80	المجموع



الشكل رقم 21: الدافع وراء استخدام بعض الطلبة الجامعيين لهويات افتراضية

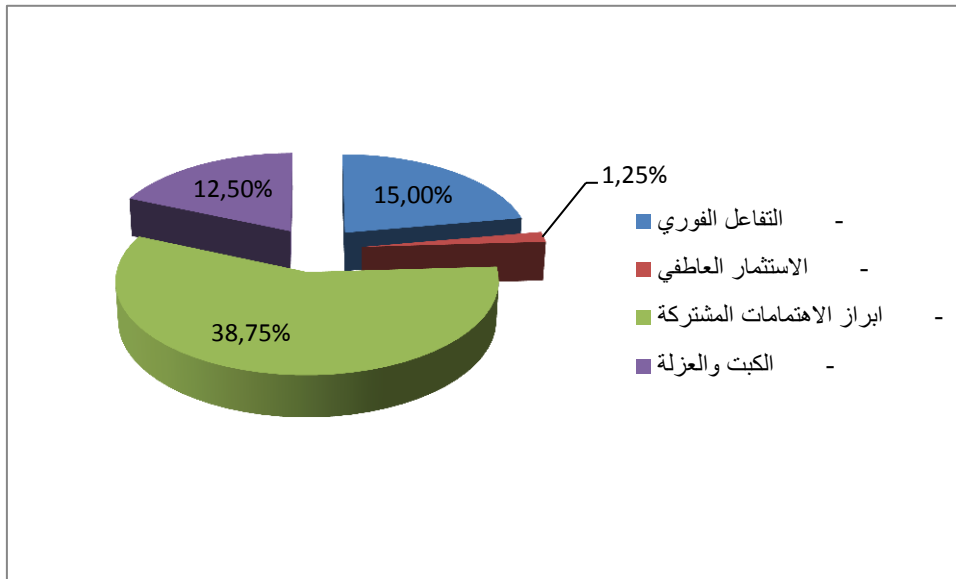
من خلال الجدول أعلاه نلاحظ ان نسبة معتبرة من الطلبة الجامعيين والمقدرة نسبتهم بـ (40.00%) يستخدمون هويات افتراضية للتصرف بأريحية أكبر في البيئة الافتراضية مقارنة بالواقع. نسبة معتبرة أقل من الطلبة الجامعيين (32.50%) يستخدمون هويات افتراضية بهدف كسب عدد أكبر من المتابعين ، بينما النسبة الأقل (26.25%) يرى الطلبة أن الهروب من الواقع هو الدافع وراء استخدامهم لهويات افتراضية.

نستخلص مما سبق أن هناك عدة دوافع لاستخدام الهويات الافتراضية من قبل الطلبة الجامعيين منها استخدام هويات افتراضية لتحقيق الراحة والخصوصية في البيئة الافتراضية، يمكن أن يكون لدى آخرين دوافع مرتبطة بالشهرة أو الانتشار الاجتماعي. في المقابل، يعتبر الهروب من الواقع دافعا أقل شيوعا وراء استخدام الهويات الافتراضية، ولكن لا يزال له وجودا بنسبة معتبرة.

المحور الرابع: تمثيلات الهوية الافتراضية لدى الطلبة الجامعيين عبر منصة التيك توك.

جدول رقم 22: أسباب استخدام منصة التيك توك

النسبة	التكرار	
32,50%	26	تحقيق الذات
15,00%	12	التفاعل الفوري
1,25%	1	الاستثمار العاطفي
38,75%	31	ابراز الاهتمامات المشتركة
12,50%	10	الكبت والعزلة
%100	80	المجموع



جدول رقم 22: أسباب استخدام منصة التيك توك

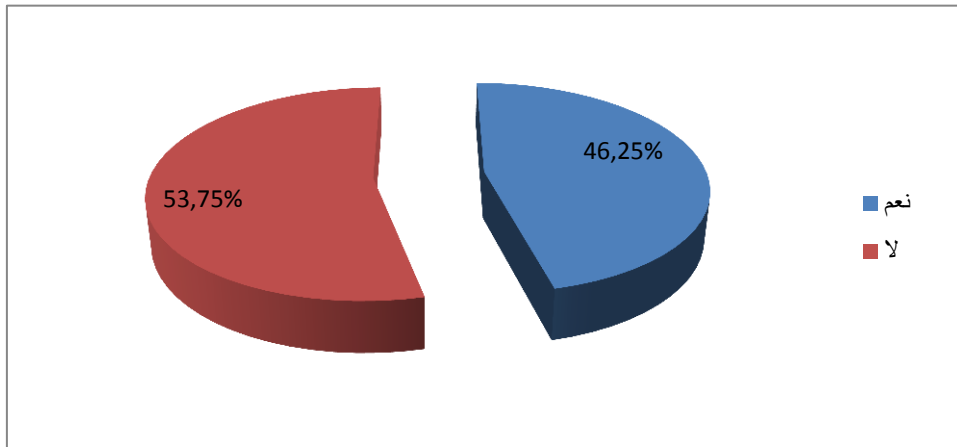
من خلال الجدول اعلاه نلاحظ ان النسبة الأكبر والمقدرة بـ 38.75%. عادت لابرز الاهتمامات المشتركة يشير ذلك إلى أن العديد من مستخدمي منصة التيك توك يستخدمونها للتفاعل مع الآخرين الذين يشتركون في الاهتمامات والهوايات المشتركة. يأتي في المرتبة الثانية بنسبة 32.50%. يشير هذا إلى أن العديد من المستخدمين يستخدمون منصة التيك توك لتعبير الذات وتحقيق الانتماء أو الشهرة. بنسبة 15.00%، يشير هذا إلى أن بعض المستخدمين يستخدمون التيك توك للحصول على التفاعل الفوري مع المحتوى أو المتابعين. الكبت والعزلة يظهر بنسبة 12.50%، مما يعني أن هناك مجموعة صغيرة تستخدم التيك توك كوسيلة للتخلص من الكبت والشعور بالعزلة. بنسبة 1.25%، وتعود لفئة الاستثمار العاطفي

هذه الفئة تظهر بنسبة قليلة، مما يشير إلى أن عدد قليل جدا من المستخدمين يستخدمون التيك توك للاستثمار العاطفي أو العلاقات الشخصية.

توضح النتائج تنوعا في أسباب استخدام منصة التيك توك، حيث يمكن أن يكون الدافع وراء استخدامها مرتببا بالتواصل والتفاعل الاجتماعي، أو بالتعبير الفني وتحقيق الذات. يعكس هذا التنوع في الأهداف الشخصية والاحتياجات المختلفة للمستخدمين.

جدول رقم 23: مساهمة منصة التيك توك في كسر العزلة وبناء الذات

النسبة	التكرار	
46,25%	37	نعم
53,75%	43	لا
%100	80	المجموع



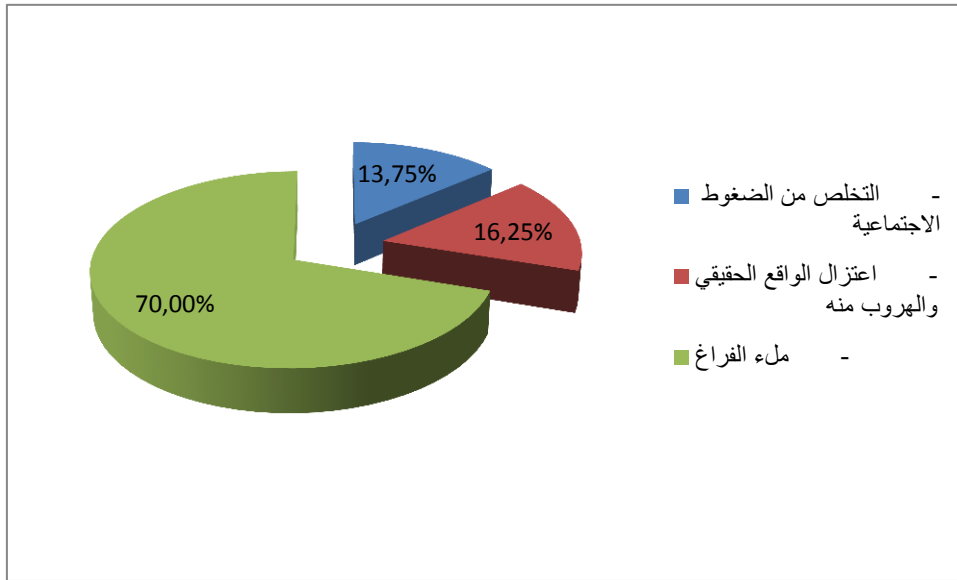
الشكل رقم 23: مساهمة منصة التيك توك في كسر العزلة وبناء الذات

من خلال تحليل هذا الجدول والمتعلق بمساهمة منصة التيك توك في كسر العزلة وبناء الذات نلاحظ أن النسبة الأكبر (53.75%) عادت للمبحوثين الذين اختاروا "لا"، بمعنى أنهم لا يرون أن منصة التيك توك تساهم في كسر العزلة وبناء الذات. بنما نسبة 46.25% يرون أن منصة التيك توك تساهم في كسر العزلة وبناء الذات

نستخلص من التحليل أن هناك توجها سلبيا نسبيا نحو مساهمة منصة التيك توك في كسر العزلة وبناء الذات، حيث يعكس أكثر من نصف المشاركين عدم اعتقادهم بالدور الإيجابي للمنصة في هذا الصدد. وأن هذه المنصة ليس في مقدورها تخليص الطلبة الجامعيين من حالة العزلة بل تزيد من ذلك من خلال الانطواء وراء هذه المنصة وقطع العلاقات مع المحيط الواقعي.

جدول رقم 24: ما تقدم لك منصة التيك توك

النسبة	التكرار	
13,75%	11	التخلص من الضغوط الاجتماعية
16,25%	13	اعتزال الواقع الحقيقي والهروب منه
70,00%	56	ملء الفراغ
%100	80	المجموع



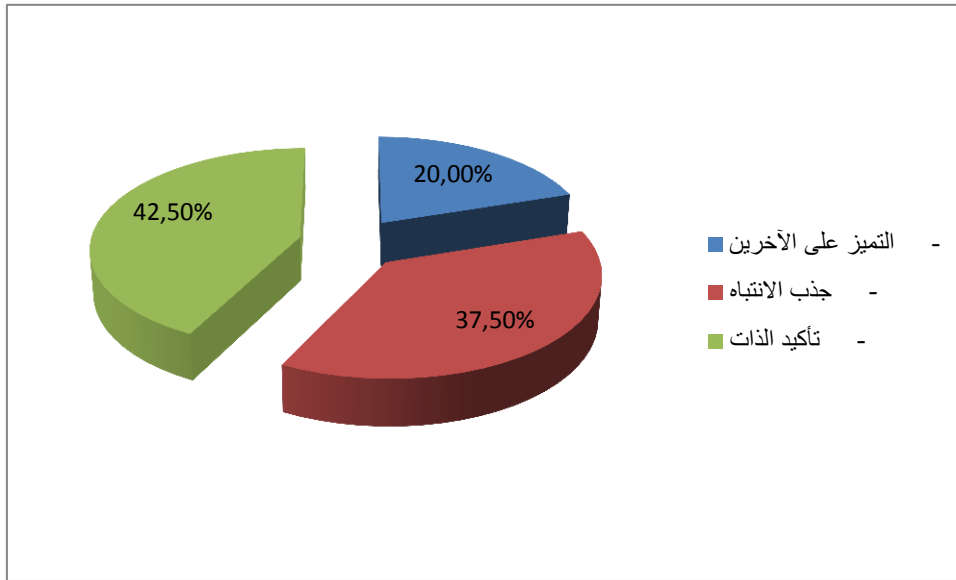
الشكل رقم 24: ما تقدم لك منصة التيك توك

يعتبر ملء الفراغ هو الدافع الأكبر لاستخدام منصة التيك توك، حيث بلغت نسبته 70.00%. يشير هذا إلى أن العديد من المستخدمين يستخدمون التيك توك كوسيلة لقضاء الوقت الفراغ أو التسلية. يأتي في المرتبة الثانية بنسبة 16.25% اعتزال الواقع الحقيقي والهروب منه. يشير هذا إلى أن بعض المستخدمين يلجأون إلى التيك توك كوسيلة للاعتزال عن الواقع الحقيقي والهروب من الضغوط والتحديات التي يواجهونها. بينما التخلص من الضغوط الاجتماعية يعتبر الدافع الأقل شيوعاً بنسبة 13.75%. يبدو أن عدداً أقل من المستخدمين يستخدمون التيك توك كوسيلة للتخلص من الضغوط الاجتماعية.

تظهر نتائج الجدول أن ملء الفراغ هو الدافع الرئيسي لاستخدام منصة التيك توك، حيث يلي ذلك الرغبة في اعتزال الواقع الحقيقي والهروب منه. يعكس هذا استخدام المنصة بوصفها وسيلة للترفيه والتسلية بالإضافة إلى البعد عن الضغوط الاجتماعية والتحديات اليومية.

جدول رقم 25: بناء الهوية الافتراضية تحقق لك

النسبة	التكرار	
20,00%	16	التمييز على الآخرين
37,50%	30	جذب الانتباه
42,50%	34	تأكيد الذات
%100	80	المجموع



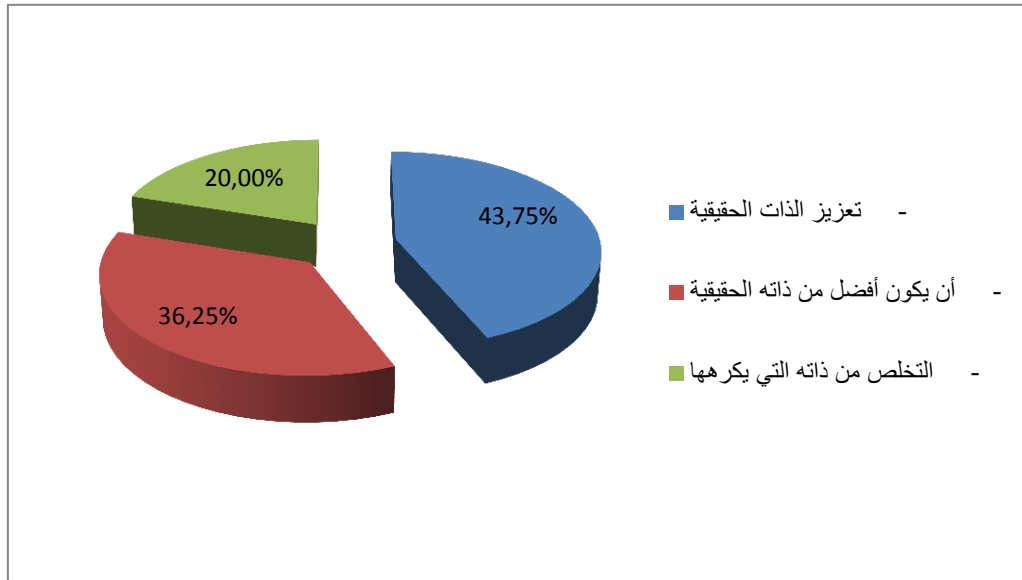
الشكل رقم 25: بناء الهوية الافتراضية تحقق لك

من خلال الجدول اعلاه نجد ان فئة تأكيد الذات: تظهر بنسبة 42.50%، مما يعني أن العديد من المستخدمين يستخدمون بناء الهوية الافتراضية كوسيلة لتأكيد هويتهم الشخصية أو التعبير عن أنفسهم. تلتها جذب الانتباه: بنسبة 37.50%، يبدو أن العديد من المستخدمين يستخدمون بناء الهوية الافتراضية لجذب الانتباه إليهم أو لتحقيق شعبية أو اهتمام من الآخرين. بينما التمييز على الآخرين: يظهر هذا الدافع بنسبة 20.00%، مما يعني أن عددا أقل من المستخدمين يستخدمون بناء الهوية الافتراضية بهدف التمييز على الآخرين أو البروز عنهم.

تعكس وتظهر النتائج تنوعا في أسباب بناء الهوية الافتراضية، حيث يشير إلى أن العديد من المستخدمين يستخدمونها لتأكيد هويتهم الشخصية وتعبير عن أنفسهم، بينما يستخدم آخرونها لجذب الانتباه أو التمييز على الآخرين.

جدول رقم 26: الهدف من تغيير الهوية الحقيقية إلى الهوية الافتراضية

النسبة	التكرار	
43,75%	35	تعزير الذات الحقيقية
36,25%	29	أن يكون أفضل من ذاته الحقيقية
20,00%	16	التخلص من ذاته التي يكرهها
%100	80	المجموع



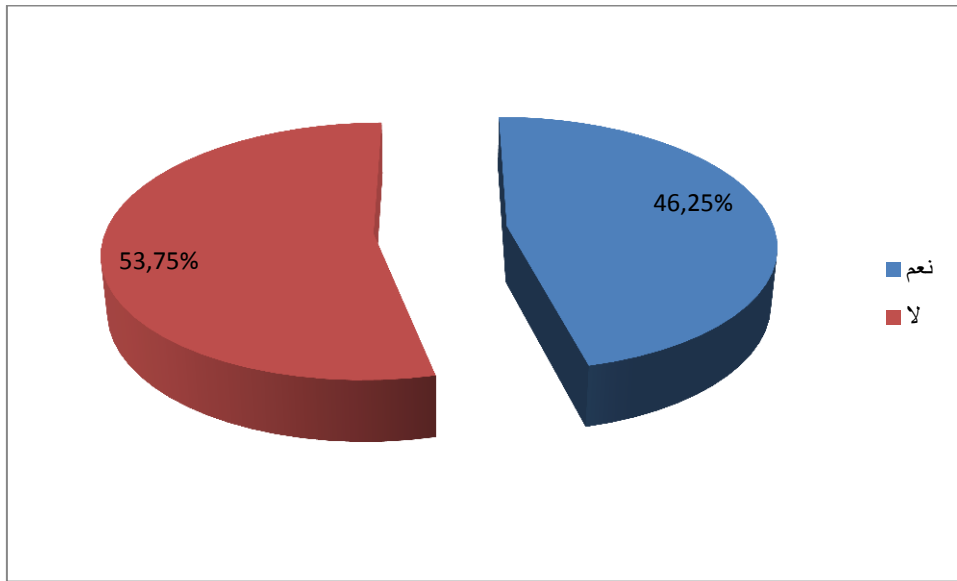
الشكل رقم 26: الهدف من تغيير الهوية الحقيقية إلى الهوية الافتراضية

من خلال الجدول أعلاه يظهر أن الهدف الأساسي لتغيير الهوية الحقيقية إلى الهوية الافتراضية لدى العديد من الأشخاص هو تعزير الذات الحقيقية، حيث بلغت نسبتهم 43.75%. حيث يرغب هؤلاء الأفراد في استخدام الهوية الافتراضية لتعزيز صورتهم الذاتية أو تحسين مواقفهم الاجتماعية. بينما جاء هدف أن يكون أفضل من ذاته الحقيقية بنسبة 36.25%. ويبرز رغبة الأشخاص في تحسين أنفسهم أو تحقيق مستوى أفضل من الذات عبر الهوية الافتراضية. وحل الهدف الثالث وهو التخلص من ذاته التي يكرهها بنسبة 20.00% فقط، مما يعني أن هناك عددا أقل من الأشخاص يستخدمون الهوية الافتراضية كوسيلة للهروب من جوانب من ذاتهم التي يكرهونها.

نستخلص مما سبق تنوعا في أهداف تغيير الهوية الحقيقية إلى الهوية الافتراضية، حيث يشير إلى أن العديد من الأشخاص يستخدمونها لتعزيز الذات الحقيقية أو لتحقيق مستوى أفضل من الذات.

جدول رقم 27: التواصل بالهوية الافتراضية عبر منصة التيك توك يميزك على الآخرين

النسبة	التكرار	
46,25%	37	نعم
53,75%	43	لا
%100	80	المجموع



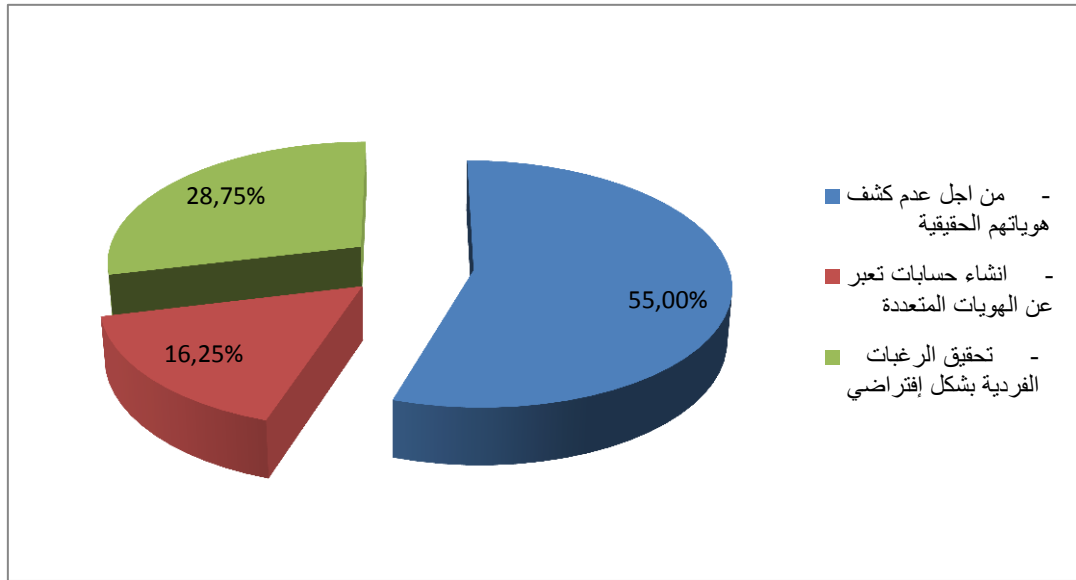
الشكل رقم 27: التواصل بالهوية الافتراضية عبر منصة التيك توك يميزك على الآخرين

يشير تحليل الجدول إلى النقاش حول ما إذا كان التواصل بالهوية الافتراضية عبر منصة التيك توك يميز الفرد على الآخرين. يمثل 53.75% من الأشخاص الذين شاركوا في الاستطلاع إجابة "لا"، مقارنة بنسبة 46.25% من الذين أجابوا بـ "نعم".

هذا يعني أن أغلبية الأشخاص لا يعتقدون أن التواصل بالهوية الافتراضية يميزهم عن الآخرين عبر منصة التيك توك

جدول رقم 28: إعادة الأفراد المستخدمين لمنصة التيك توك تشكيل هويتهم الافتراضية دوريا

النسبة	التكرار	
55,00%	44	من اجل عدم كشف هوياتهم الحقيقية
16,25%	13	انشاء حسابات تعبر عن الهويات المتعددة
28,75%	23	تحقيق الرغبات الفردية بشكل إفتراضي
%100	80	المجموع

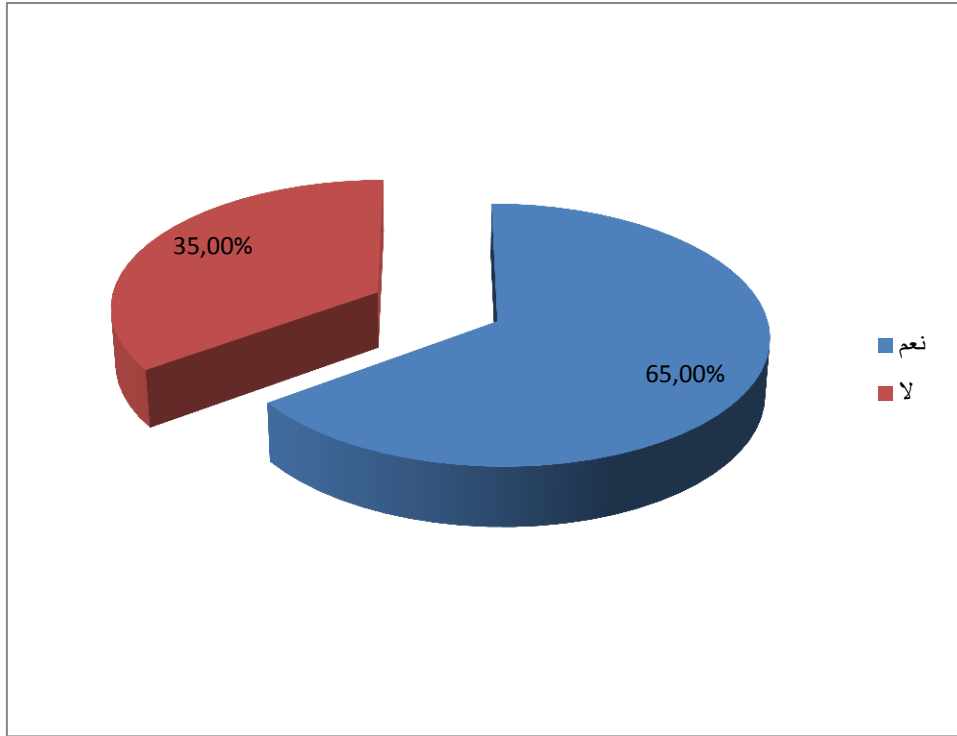


الشكل رقم 28: إعادة الأفراد المستخدمين لمنصة التيك توك تشكيل هويتهم الافتراضية دوريا

يبرز الجدول تفضيلا في أسباب إعادة تشكيل هويات المستخدمين لمنصة التيك توك بشكل دوري. يشير الأكثرية الساحقة (55.00%) إلى أن الأفراد يقومون بذلك من أجل عدم كشف هوياتهم الحقيقية، بينما يستخدم البعض الآخر (28.75%) هذه العملية لتحقيق الرغبات الفردية بشكل افتراضي. بالمقابل، نسبة صغيرة (16.25%) تستخدم إنشاء حسابات تعبر عن الهويات المتعددة. مما سبق نستخلص أن إعادة الطلبة الجامعيين لتشكيل هويتهم الافتراضية دوريا إلى عدة أسباب أبرزها عدم كشف هوياتهم الحقيقية أو تحقيق الرغبات الفردية بعيدا عن الواقع وفي منأى عن الجميع خاصة المقربين

جدول رقم 29: تطمح هذه الهويات الافتراضية إلى بناء الذات التواصلية عبر منصة التيك توك

النسبة	التكرار	
65,00%	52	نعم
35,00%	28	لا
%100	80	المجموع



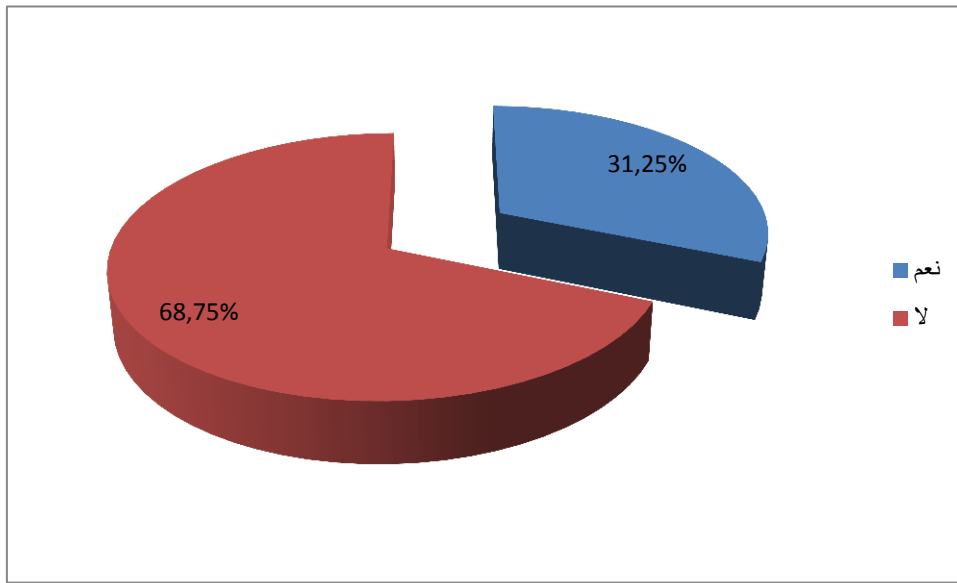
الشكل رقم 29: تطمح هذه الهويات الافتراضية إلى بناء الذات التواصلية عبر منصة التيك توك

توضح نتائج الجدول أن 65.00% من الأشخاص الذين شاركوا في الاستطلاع يؤكدون أن الهويات الافتراضية التي يستخدمونها على منصة التيك توك تطمح إلى بناء الذات التواصلية. بينما يشير 35.00% من الأشخاص إلى إنعدام هذا الطموح. يوحي هذا بأن العديد من المستخدمين يرغبون في استخدام الهويات الافتراضية كوسيلة لبناء وتعزيز الاتصالات والتفاعلات الاجتماعية على منصة التيك توك.

جدول رقم 30: الهوية التي تكتسبها أو تتبناها عبر منصة التيك توك تعود عليك بأرباح مادية أو

معنوية

النسبة	التكرار	
31,25%	25	نعم
68,75%	55	لا
%100	80	المجموع



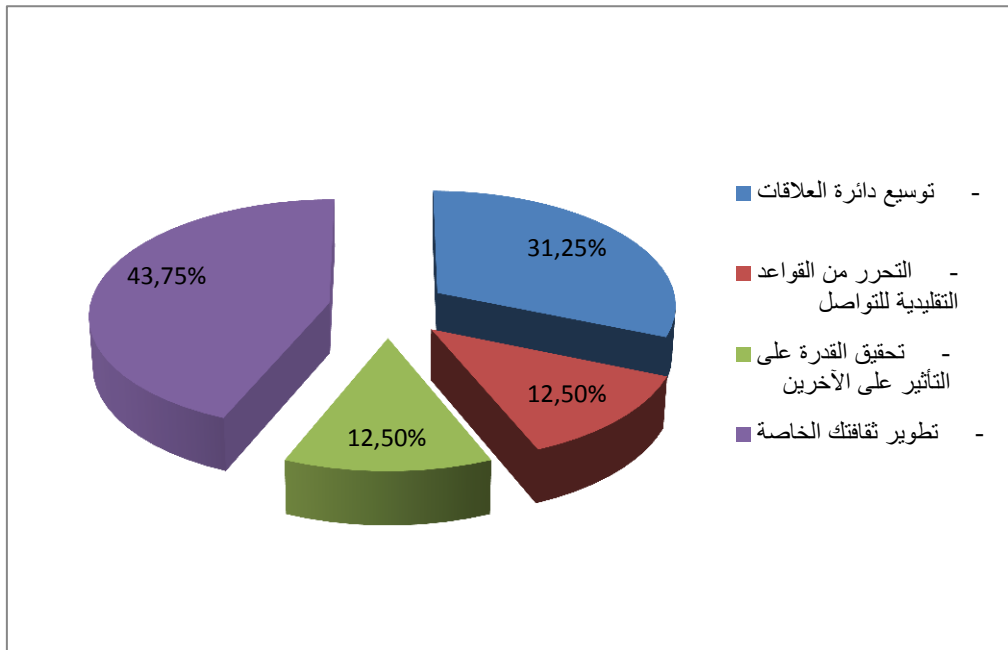
الشكل رقم 30: الهوية التي تكتسبها أو تتبناها عبر منصة التيك توك تعود عليك بأرباح مادية أو

معنوية

من خلال نتائج الجدول أعلاه نلاحظ ان نسبة 68.75% من المشاركين أجابوا بـ"لا" أي انهم يلمحون إلى أن الهوية التي يكتسبونها أو يتبنونها عبر منصة التيك توك لا تعود عليهم بأرباح مادية أو معنوية، بينما صرح ما نسبته 31.25% منهم أنها تعود عليهم بهذه الأرباح. يعكس ذلك التوجه الشائع بأن استخدام منصات التواصل الاجتماعي (منصة التيك توك) قد يكون في الغالب للتسلية والتفاعل الاجتماعي، بدلا من التوجه لتحقيق أرباح مادية أو معنوية رغم ما تتيحه منصة التيك توك من فوائد مادية من خلال عدد المتابعين.

جدول رقم 31: تتيح لك منصة التيك توك الانضمام للمجتمعات الرقمية المختلفة بهدف

النسبة	التكرار	
31,25%	25	توسيع دائرة العلاقات
12,50%	10	التحرر من القواعد التقليدية للتواصل
12,50%	10	تحقيق القدرة على التأثير على الآخرين
43,75%	35	تطوير ثقافتك الخاصة
%100	80	المجموع



جدول رقم 31: تتيح لك منصة التيك توك الانضمام للمجتمعات الرقمية المختلفة بهدف

يبين الجدول أن الأفراد الذين يستخدمون منصة التيك توك يميلون بشكل أساسي إلى استخدامها لتطوير ثقافتهم الشخصية وتعزيز معرفتهم وفهمهم للعالم بنسبة 43.75%. بعد ذلك، يأتي توسيع دائرة العلاقات بنسبة 31.25%. بينما يبدو أن التحرر من القيود التقليدية للتواصل وتحقيق القدرة على التأثير على الآخرين ليست أهدافاً رئيسية للأفراد على هذه المنصة، حيث يأتيان في المرتبة الأخيرة بنسبة 12.50% لكل منهما.

تعكس نتائج الجدول تفضيلات المستخدمين على منصة التيك توك وأهدافهم في الانضمام للمجتمعات الرقمية. يبدو أن العديد من المستخدمين يركزون على تحسين أنفسهم وتطوير ثقافتهم

الشخصية من خلال المشاركة في محتوى متنوع وتوسيع شبكة علاقاتهم. من المهم أيضا أن نلاحظ أن التحرر من القيود التقليدية للتواصل وتحقيق القدرة على التأثير ليست أولويات رئيسية للعديد من المستخدمين. تظهر هذه النتائج التطور المستمر في طريقة التفاعل والتواصل الاجتماعي في العصر الرقمي وتأثير منصات التواصل الاجتماعي على تشكيل وتطوير الهوية الافتراضية.

المطلب الثاني: مناقشة نتائج الدراسة على ضوء التساؤلات الفرعية

- الفرضية الأولى: استخدام الطلبة الجامعيين هويات افتراضية غير هوياتهم الحقيقية على منصة التيك توك.

من خلال تحليل الجداول المتعلقة بالمحور الأول يتبين أن مستخدمي منصة التيك توك من الطلبة الجامعيين مشتركون في المنصة لأكثر من سنتين وهي الفترة التي برز فيها التيك توك بقوة، وأن الطلبة يلجئون إلى هذه المنصة كلما سنت لهم الفرصة لارتباطاتهم اليومية سواء كان بالدراسة أو العمل، وهذا في فترات مختلفة من اليوم، ويلجأ الكثير من الطلبة إلى إخفاء أو الإدلاء ببيانات شخصية غير حقيقية خاصة كون أغلب المشاركين في الدراسة من جنس الإناث، بينما نجد أن من أسباب استخدام الطلبة لهوياتهم الحقيقية هو الرغبة بالظهور بهويتهم الحقيقية وكذا حتى يتعرف عليهم الأهل والأصدقاء كون أغلب المتابعين من الأصدقاء والزملاء، ولكن ما يدعو الطلبة إلى استخدام اسم مستعار يعود إلى إخفاء الهوية الحقيقية وعدم معرفة المتابعين لأسمائهم الحقيقية، ورغم التخفي وراء هوية افتراضية نجد الطلبة يملكون هوية واحدة افتراضية إلا أن هذه الهوية الافتراضية لا تشكل لهم علاقات جدية ودائمة مع المتابعين بل هي مجرد علاقات افتراضية تزول مع زوال الحساب أو الغاء المتابعة، ومنصة التيك توك تسمح لمستخدميها بتكوين مجموعات افتراضية يتعايش فيها الطلبة الجامعيين أكثر من الواقع ومن خلال ما صرح به المشاركين في الدراسة وتحليل البيانات المستخلصة من أداة جمع البيانات نجد ان الطلبة يستخدمون هويات افتراضية غير هوياتهم الحقيقية عبر منصة التيك توك وهو الفرض الذي فرضناه وهو محقق.

- الفرضية الثانية: تطابق الهوية الحقيقية والهوية الافتراضية التي يتخذها الطلبة الجامعيين على منصة التيك توك.

من خلال تحليل بيانات الجداول نجد أن أغلب البيانات التي يستخدمها الطلبة الجامعيين عبر منصة التيك توك والمصرح بها حقيقية باستثناء الصورة الشخصية والاسم، في حين تنوع أسس اختيار الهوية عبر منصة التيك توك إلى أسباب شخصية والمحيط الاجتماعي والمحتوى المقدم، ويعتمد الطلبة الجامعيين على الهوية الافتراضية قصد تجنب الإزعاج وإخفاء الهوية الحقيقية وخوفا من تبعات

العادات والتقاليد، ويرى الأغلبية أن هويتهم الافتراضية تتطابق وهويتهم الحقيقية، وأن من أبرز أسباب التي تعتمد في اختيار الصورة الشخصية نجد كل من الشخصيات المشهورة وتطابقها مع مواصفاتي وتتوافق مع ذوقي. ويلجأ الطلبة الجامعيين إلى استعمال الهويات الافتراضية عبر حسابهم في منصة التيك توك كون هذه الأخيرة توفر جرأة وتحراً أكثر من الهوية الحقيقية. إلا أنه نجد عدم توافق بين الباحثين حول إذا ما كانت الهوية الحقيقية والهوية الافتراضية متشابهتان فمنهم من صرح بالتماثل ومنهم من نفى ذلك، ويجد الطلبة انفسهم أكثر راحة بهوياتهم الافتراضية أكثر من هوياتهم الحقيقية لما تتيح لهم الهوية الافتراضية من تحرر والتصرف بأريحية.

مما سبق نستنتج ان الفرضية الثانية محققة

● الفرضية الثالثة: تمثالات الهوية الافتراضية لدى الطلبة الجامعيين عبر منصة التيك توك

من خلال نتائج الجداول والتحليل للمعطيات يبرز جلياً أن من أسباب استخدام منصة التيك توك ابراز الاهتمامات المشتركة بين المشتركين وكذا تحقيق الذات التي تكون مغلف عليها في الواقع خوفاً من التعليقات الاجتماعية، ويرى معظم الطلبة ان منصة تيك توك رغم انتشارها الكبير لم تستطع كسر العزلة وبناء الذات بل زادت الأمر سوء فأصبح الطلبة أكثر عزلة ولا يتواصلون فيما بينهم في الواقع إلا من خلال منصة التيك توك او غير من مواقع التواصل الاجتماعي، وهذا كله من اجل ملء الفراغ الذي يعاني منه الطلبة كون اغلب الطلبة عاطلين على العمل ولا يمارسون أي نشاط يومي، ويسعى الطلبة من وراء استخدام الهوية الافتراضية إلى تأكيد الذات وجذب الانتباه إليهم وكسبهم شهرة بين المتابعين، ويرى البعض أن الهدف من تغيير الهوية الحقيقية إلى الهوية الافتراضية هو تعزيز ذاته الحقيقية ولما لا أن يكون أفضل، رغم الاستعانة بالهوية الافتراضية إلا أن الطلبة يرون أن هذه الهوية لا تجعلهم مميزين عن غيرهم، ويلجأ الطلبة إلى تغيير هوياتهم الافتراضية كلما تم كشف هويتهم، وهذه الهوية الافتراضية تتيح للمستخدمين بناء ذات تواصلية مع الآخرين ونوع من حرية التصرف وإبداء الرأي، ورغم ان منصة التيك توك من المنصة الربحية والتي تسمح لمستخدميها من حصد فوائد مالية إلا ان أغلب الطلبة لا يجنون منها أرباح مادية ولا معنوية، ويلجأ الطلبة إلى الانضمام للمجتمعات الرقمية بهدف تطوير واكتساب ثقافة الغير وتوسيع دائرة المعارف.

مما سبق يتبين ان للطلبة تمثالات عن الهوية الافتراضية عبر منصة التيك توك.

المطلب الثالث: مناقشة النتائج على ضوء الدراسات السابقة

توصلت دراسة عيرج زينة ، كحيلة عائشة (2022) إلى استخدام الإناث لمنصة التيك توك أكثر من الذكور وهذا ما توصلت له الدراسة الحالية حيث بلغت نسبة الإناث 71.25%، كمات توصلت نفس الدراسة إلى أن التيك توك يحقق اشباعات اجتماعية، حيث أن الدراسة الحالية توصلت إلى أن منصة التيك توك تستخدم من اجل إبراز اهتمامات مشتركة وملء الفراغ، وتطوير الثقافة الخاصة وتوسيع دائرة العلاقات.

توصلت دراسة بهجة خنفر، وحفصة جرادي (2020) إلى أن تأثير منصة التيك توك على الهوية الشخصية لدى الطلبة الجامعيين، ولا يحقق اشباعات إيجابية بل يحقق اشباعات سلبية، وهو الأمر الذي توصلت له الدراسة الحالية التي تمثلت في تأكيد الذات وتعزيز الذات الحقيقية.

توصلت دراسة خولة سبتي، بوالدين شهيناز، بوعزيز فاطمة (2023) إلى ان طلبة تخصص اعلام واتصال بجامعة جيجل نادرا ما يستعملون تطبيق التيك توك، عكس ما توصلت له الدراسة الحالية أن الطلبة الجامعيين يستعملون التيك توك عدة مرات في اليوم وكلما اتاحة لهم الفرصة.

توصلت دراسة كاتي حنان، وكحلة سينان (2023) إلى أن أغلب المستخدمين من الفئة العمرية 20-30 سنة، وهو نفس الأمر الذي توصلت له الدراسة الحالية حيث بلغت نسبة الفئة العمرية 96.25%، كما توصلت دراسة كاتي إلى ان أغلب المستخدمين يستعملون أسماء مستعارة، وهذا ما توصلت له الدراسة الحالية.

توصلت دراسة كسيرة اسمهان (2017) تأثير مواقع التواصل على الهوية وهذا ما توصلت له دراستنا الحالية

دراسة بخاري مليكة (2022)، إلى أن مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي يلجؤون إلى بناء هوية افتراضية للتواصل بدل هويتهم الحقيقية وهو ما توصلت له الدراسة الحالية حيث أغلب المستخدمين لا يستخدمون صورهم الشخصية حيث بلغت نسبة من يستخدمون صور غير حقيقية 76.25%.

❖ نتائج الدراسة

- أغلب المستخدمين لمنصة التيك توك من جنس الإناث
- أغلب مستخدمي منصة التيك توك من الفئة العمرية 20-30 سني
- مستخدمي منصة التيك توك من الطلبة الجامعيين يستخدمون المنصة كلما اتاحت لهم الفرصة ويملكون حساب منذ أكثر من سنتين

- متابعة حساب الشخصي لمنصة التيك توك أغلبهم من الأصدقاء والزلاء
 - أغلب المستخدمين يستخدمون هويات افتراضية بدل هويتهم الحقيقية
 - يستخدم منصة التيك توك من الطلبة الجامعين من اجل التحرر من قيود المجتمع والعادات والتقاليد
 - يستخدم الطلبة منصة التيك توك من اجل تحقيق الذات وبناء علاقات اجتماعية.
- ❖ اقتراحات
- تشجيع الطلبة على استعمال هوياتهم الحقيقية أكثر من الهويات الافتراضية
 - برمجة دروس في التخصص تنويه بايجابيات وسلبيات مواقع التواصل الاجتماعي
 - التقليل من استخدام منصة التيك توك بسبب ما تقدمه من مواضيع تافهة
 - استعمال منصة التيك توك في مواضيع داعمة وتعود بالربح المادي والمعنوي كالترويج والتسويق والاشهار
 - دخول الطلبة لعالم الشغل مثل التجارة الالكترونية و استعمال منصة تيك توك وسيلة داعمة

الخاتمة

الخاتمة

في ختام هذه الدراسة، يمكننا التأكيد على أن تطبيق تيك توك يلعب دورا محوريا في تشكيل الهوية الافتراضية للطلبة الجامعيين. من خلال استكشاف استخدام الطلبة لهويات غير هوياتهم الحقيقية، وجدنا أن هناك تباينا واضحا بين الهوية الحقيقية والهوية الافتراضية التي يتبنونها على هذه المنصة. الهوية الافتراضية التي يتم تشكيلها على تيك توك تمثل بُعدا جديدا ومعقدا لشخصيات الطلبة، حيث يسعون من خلالها لتحقيق أشكال مختلفة من التعبير الذاتي والقبول الاجتماعي.

النتائج تشير إلى أن الطلبة غالبا ما يتخذون هويات افتراضية تتسم بالمرونة والابتكار، مما يسمح لهم باستكشاف جوانب جديدة من شخصياتهم بعيدا عن القيود الاجتماعية والضغوطات اليومية. هذا التباين بين الهوية الحقيقية والافتراضية يعكس الرغبة في التفاعل مع الجمهور بشكل يضمن لهم التقدير والاحترام في الفضاء الرقمي.

من جهة أخرى، تمثلات الهوية الافتراضية للطلبة على تيك توك تؤكد على أن هناك مساحة واسعة للتعبير عن الذات بطرق غير تقليدية، ولكنها قد تؤدي في بعض الأحيان إلى تشويه بعض جوانب الهوية الحقيقية أو المبالغة في تقديمها. لذلك، ينبغي مراعاة تأثير هذه الهوية الافتراضية على تطور الشخصية الحقيقية للطلبة وكيفية تحقيق توازن بينهما.

في ضوء ما سبق، نجد أن هناك ضرورة ملحة لتوجيه الطلبة الجامعيين نحو استخدام أكثر وعيا ونقدا لتطبيق تيك توك، بحيث يتمكنون من الاستفادة من مزاياه دون الوقوع في فخ الهوية المزدوجة أو التناقضات الشخصية. تحقيق هذا الهدف يتطلب جهودا متكاملة من المؤسسات التعليمية والأسر، بالإضافة إلى مبادرات توعوية تهدف إلى تعزيز الوعي الرقمي والثقافة الرقمية بين الشباب.

يجب أن تشمل هذه الجهود توفير برامج تعليمية حول إدارة الهوية الرقمية، وكيفية التعبير عن الذات بطرق صحية وأمنة على الإنترنت. كما ينبغي تعزيز مهارات التفكير النقدي لدى الطلبة، لمساعدتهم على التمييز بين ما هو واقعي وما هو مُبالغ فيه في العالم الافتراضي، وكيفية التعامل مع الضغوطات الاجتماعية والنفسية الناجمة عن استخدام وسائل التواصل الاجتماعي.

إلى ذلك، يجب أن تلعب المؤسسات التعليمية دورا أكبر في دعم البحث العلمي حول تأثيرات تيك توك وغيرها من منصات التواصل الاجتماعي على الهوية الشخصية والنفسية للطلبة. يمكن لهذه الأبحاث أن توفر رؤى أعمق وأدوات فعّالة للمساعدة في توجيه السياسات التعليمية والتربوية نحو بناء بيئة رقمية صحية ومستدامة.

في النهاية، تؤكد هذه الدراسة على أهمية فهم تأثيرات منصة التيك توك على الهويات الافتراضية للطلبة، وتشير الحاجة لمزيد من الأبحاث حول كيفية استخدامه الأمثل لهذه المنصة لتحقيق توازن بين الهوية الحقيقية والافتراضية، وضمان أن تكون هذه الأدوات وسيلة لتعزيز النمو الشخصي والاجتماعي للطلبة بدلا من أن تكون مصدرا للضغط النفسي أو الانعزال عن الواقع.

ختاما، يظل السؤال مفتوحا حول كيفية تحقيق توازن متين بين الهوية الحقيقية والافتراضية في العصر الرقمي. إن تحقيق هذا التوازن يتطلب وعيا جماعيا وتعاوننا بين مختلف الأطراف المعنية، لضمان أن تبقى هذه الأدوات التكنولوجية وسيلة لتعزيز التواصل والإبداع، دون أن تؤثر سلبا على التكوين النفسي والاجتماعي للطلبة الجامعيين.

قائمة

المصادر

والمراجع

قائمة المصادر والمراجع

أولاً: المراجع باللغة العربية

1- الكتب

1. امين ساعاتي: تبسيط كتابة البحث العلمي، ط1، المركز السعودي للدراسات الاستراتيجية، جدة، 1991.
2. بول ليفنسون: أحدث وسائل الإعلام الجديدة، ترجمة هبة ربيع، دار الفجر للنشر والتوزيع، مصر.
3. حسن السواداني، محمد المنصور: شبكات التواصل الاجتماعي وتأثيرها على جمهور المؤلفين، مركز الكتاب الأكاديمي، عمان، 2016.
4. حسن عماد مكاوي، ليلي حسين السيد: الاتصال ونظرياته المعاصرة، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 1998.
5. حسين رضا النجار، فاضل عبد علي القرشي: الإعلام الرقمي واتجاهاته الحديثة، دار الكتاب الجامعي، العين دولة الإمارات العربية المتحدة، 2017.
6. حسين محمود هتمي: العلاقات العامة وشبكات التواصل الاجتماعي، دار اسامة للنشر والتوزيع، نبلاء ناشرون وموزعون، عمان، 2015.
7. خالد حامد: منهجية البحث العلمي في العلوم الاجتماعية والانسانية، ط2، جسور للنشر والتوزيع، الجزائر، 2012.
8. رجاء وحيد دويدري: البحث العلمي (اساسياته النظرية وممارسته العلمية)، ط1، دار الفكر للطباعة والنشر، دمشق، سوريا، 2000.
9. رضا عبد الواحد أمين: استخدامات الشباب الجامعي لوقع يوتيوب على شبكة الانترنت، ابحاث المؤتمر الدولي : الإعلام الجديد : تكنولوجيا جديدة .
10. رضوان بلخيرري: مدخل إلى الإعلام الجديد: المفاهيم والوسائل والتطبيقات، جسور للنشر والتوزيع، الجزائر، 2014.
11. رضوان مفلح العلي، مصطفى يوسف نيرمين خلدون احمد: مدخل إلى وسائل الإعلام الإلكتروني والفضائي، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان، 2016.
12. رضوان مفلح العلي وآخرون: مدخل إلى وسائل الإعلام الإلكتروني والفضائي، دار ومكتبة حامد للنشر والتوزيع، عمان، 2016.
13. رضوان مفلح العلي وآخرون: مدخل إلى وسائل الإعلام الإلكتروني والفضائي، دار ومكتبة حامد للنشر والتوزيع، عمان 2016.
14. زيدان عبد الباقي: قواعد البحث الاجتماعي، ط2، مطبعة السعادة للنشر والتوزيع، عمان، الاردن.

15. عاطف عدلي العبد، نهى عاطف العبد: نظريات الإعلام وتطبيقاتها العربية، دار الفكر العربي، مصر، 2011.
16. عامر قندلجي: الإعلام والمعلومات والانترنت، دار اليازوردي العلمي للنشر والتوزيع، عمان 2020.
17. عبد الرحمان بن ابراهيم الشاعر: مواقع التواصل الاجتماعي والسلوك الانساني، دار صنعاء للنشر والتوزيع، عمان 2015.
18. عبد الرحمان بن ابراهيم: مواقع التواصل الاجتماعي والسلوك الانساني، دار صنعاء للنشر والتوزيع، عمان.
19. عبد الرزاق الدليبي: صناعة الإعلام العالمي المعاصر، دار اليازوردي العلمية للنشر والتوزيع، عمان، 2015، عمان.
20. عبد العزيز الشريف: الإعلام الالكتروني، دار ريان العلمية للنشر والتوزيع، عمان، 2014.
21. عبد الفتاح خضر: ازمة البحث العلمي في العالم العربي، ط3، مكتبة الملك عبد العزيز العامة، الرياض، السعودية، 1992.
22. عثمان محمد الدليبي: مواقع التواصل الاجتماعي " نظرة عن قرب، دار غيداء للنشر والتوزيع، عمان، 2020.
23. عقيل حسين عقيل: فلسفة مناهج البحث العلمي، مكتبة مدبولي للنشر، 1999.
24. علي محمد رحومة: الانترنت المنظومة تكنواجتماعية، بيروت، مركز دراسات الوحدة العربية، ط 1، 2005.
25. فاطمة عوض جابر، ميرفت علي خفاجة: اسس ومبادئ البحث العلمي، ط1، مكتبة الاشعاع الفني، الاسكندرية، مصر، 2002.
26. فايز جمعة صالح النجار وآخرون: اساليب البحث العلمي، ط1، دار الحامد للنشر، عمان.
27. ماهر عودة الشمايلة وآخرون: الإعلام الرقمي الجديد ' دار الاعصار للنشر والتوزيع، عمان، الاردن.
28. محمد الصاوي محمد مبارك: البحث العلمي اسسه وطريقة كتابته، ط1، المكتبة الاكاديمية للنشر القاهرة، 1992.
29. محمد ركان الدغيبي: اساليب البحث العلمي ومصادر الدراسات الاسلامية، ط2، مكتبة الرسالة، عمان، الاردن، 1998.
30. محمد عبد الفتاح الصيرفي: البحث العلمي الدليل التطبيقي للباحثين، ط1، دار وائل للطباعة، عمان، 2002.
31. محمد عبيدات وآخرون: منهجية البحث العلمي، ط2، دار وائل للطباعة والنشر، عمان، 1999.
32. محمد علي أبو العلا: فن الاتصال بالجماهير بين النظرية و التطبيق، ط1، دار العلم والإيمان للنشر والتوزيع، دسوق، 2014..

33. محمد فتحي عبد الهادي: البحث ومناهجه في علم المكتبات والمعلومات، ط1، الدار المعربية، مصر، 2002.
34. محمود حسن إسماعيل: مبادئ علم الاتصال ونظريات التأثير، ط1، الدار العالمية للنشر والتوزيع، الهرم، 2003.
35. محمود خضر حامد: الإعلام والمعلومات والانترنت، دار الكندي للنشر والتوزيع، عمان، 2015.
36. مدين عمران التميمي: الإعلام الجديد والشباب، دار أمجد للنشر والتوزيع، عمان، 2010.
37. مدين عمران التميمي: الإعلام الجديد والشباب، دار أمجد للنشر والتوزيع، عمان، 2020.
38. مرزوق عبد الحكيم العادلي: الإعلانات الصحفية دراسة في الاستخدامات والاشباكات، ط1، دار الفجر، مصر، 2004.
39. مروان عبد المجيد ابراهيم: اسس البحث العلمي لإعداد الرسائل الجامعية، ط1، مؤسسة الوراق، عمان، الاردن، 2000.
40. مري عصام صلاح: الإعلام الالكتروني، الاسس وآفاق المستقبل، دار الاعصار العلمي للنشر والتوزيع، عمان، 2015.
41. مصطفى يوسف كافي: الإعلام التفاعلي، دار حامد ومكتبة للنشر والتوزيع، عمان، 2016.
42. مصطفى يوسف كافي: الرأي العام ونظريات الاتصال، ط1، دار الحامد للنشر والتوزيع، الأردن، عمان، 2015.
43. المقدادي خالد غسان يوسف: ثورة الشبكات الاجتماعية، ط1، دار النفائس للنشر والتوزيع، الأردن، 2013.
44. مي العبد الله: نظريات الاتصال، دار النهضة العربية، بيروت، لبنان، 2006.
45. ميلفين ديفلير، ساندر بول روكتش: نظريات وسائل الإعلام ، ترجمة كمال عبد الرؤوف، الدار الدولية للنشر والتوزيع، القاهرة، مصر، 1999.
46. ناهد حمدي احمدي: مناهج البحث في علوم المكتبات، ط1، دار المريخ للنشر، الرياض.
47. وجيه محجوب: اصول البحث العلمي ومناهجه، دار المناهج الاردن، ط 2 ، 2005 .

2- المجالات والدوريات

1. بهناس سعيد عادل: من الهوية الحقيقية إلى الهوية الافتراضية جامعة الجزائر، 3 مجلة أنسنة للبحوث والدراسات، المجلد 7 العدد الأول 2016.
2. جمال يوسف، جدلية المجتمع الافتراضي في ظل تواجد المجتمع الواقعي بين تناغم وتنافر، جامعة الجزائر، العدد 6، 2019.
3. جنات رجم: الهوية الافتراضية لدى المراهقين"، مجلة الآداب والعلوم الاجتماعية، الصادرة عن جامعة محمد لمين دباغين، سطيف 2 المجلد 16، ع 3، 2019.

4. علا محمد أبو راجوح: شبكات التواصل الاجتماعي ودورها في العملية التعليمية، المجلة العربية للنشر العلمي، العدد 35، 2021.
 5. عيشة علة، نوري الود: الاشباعات المحققة من استخدام شبكات التواصل الاجتماعي لدى الطالب الجامعي، مجلة الوقاية والارغنوميا، جامعة الجزائر 2 العدد 06، 2016
 6. فتحي مها محمد: تأثير تعرض الشباب لفيدوهات التيك توك عبر هواتفهم الذكية على ادراكهم للقيم الاجتماعية في المجتمع، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، المجلد 20، العدد 3.
 7. لثوم بميمون: سياقات الثقافية موجبة للهوية الرقمية في ضوء تحديات المجتمع الشبكي من الافتراض إلى الممارسة الرقمية"، مجلة الإضافات، العدد 24-33، شتاء ربيع 2016.
 8. محمد العربي بوش، ياسين باهي: مواقع التواصل الاجتماعي وتوظيفها في التعليم الجامعي عن بعد-مشروع تدريس العلوم الاسلامية بجامعة الوادي أنموذجا، مجلة الشهاب، المجلد 7، العدد 1، 2021.
 9. محمد فتحي يونس: سمات المحتوى الاعلامي لتطبيق تيك توك، مجلة البحوث الاعلامية، العدد 54.
 10. محمد محمد، عبده بكير: إدراك الشباب المصري لتأثيرات الواقع الافتراضي بفيدوهات التيك توك على الذات والآخرين غي إطار نظرية تأثير الشخص الثالث، مجلة البحوث الإعلامية، العدد 59.
 11. نهلة حلمي، محمد عبد الكريم: أثر كثافة التعرض لبرامج التيك توك على بعض الخصائص النفسية والسلوكية لدى الأطفال في المجتمع المصري، مجلة البحوث الاعلامية، العدد 57.
- 3- الأطروحات والمذكرات**
1. أشرف لعوابدية وخالد عوني: القيم المتضمنة في تطبيق تيك توك، مذكرة ماستر تخصص التكنولوجيا الحديثة والسمعي البصري، جامعة الحاج لخضر، باتنة.
 2. بشيريم مرواني، طاهر عبد الصمد: الهوية الافتراضية في مواقع التواصل الاجتماعي لدى الطلبة الجامعيين، مذكرة مقدمة استكمالاً لمتطلبات نيل شهادة الماستر، كلية الآداب والعلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة باجي مختار، عنابة، 2020.
 3. سعاد ولد جاب الله: الخطاب الإعلام ي العربي والإعلام الجديد، دراسة وصفية لعينة من المدونات العربية، أطروحة دكتوراه، جامعة باتنة 1، 2016-2017.
 4. طارق سعدي: قيادة الرأي العام في الحملات الانتخابية عبر مواقع الشبكات الاجتماعية، دراسة تحليلية على الانتخابات الرئاسية الجزائرية، 2014، اطروحة دكتوراه، جامعة باتنة، الجزائر، (2016-2017).
 5. عبد القادر بودريالة: مواقع التواصل الاجتماعي وأثرها على الشباب الجزائري، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه في علوم الإعلام والاتصال، كلية علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر 3

2017.

6. مريم نريمان نومار: استخدام موقع الشبكات الاجتماعية وتأثيره في العلاقات الاجتماعية – دراسة عينة من مستخدمي موقع الفايستوك في الجزائر، مذكرة ماجستير، جامعة باتنة، 2012/2011.
7. نوال بركات: انعكاسات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على نمط العلاقات الاجتماعية، دراسة ميدانية على عينة من المستخدمين الجزائريين، اطروحة دكتوراه، جامعة محمد خيضر بسكرة، الجزائر، 2016.
8. وردة بن عمر: تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على الحراك السياسي في الدول العربية، مصر، انموذجا، رسالة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال، امعة الحاج لخضر، باتنة، 2013-2014.

ثانيا: الكتب الأجنبية

1. danah m. boyd, Nicole B. Ellison, Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship, Journal of Computer-Mediated Communication, · October 2007 .
2. James watson, mass communication : an introduction to the theory and process (honkong, macilanpress ltd), 1998.
3. Stacy Neier, Linda Tuncay Zayer: Students' Perceptions and Experiences of Social Media in Higher Education, Journal of Marketing Education, Vol. 37(3), 2015..
4. Wankel, Charles ,Management education using social media, Organisation Management Journal, 6 :4, (2009).
5. Wankel, Charles :Management education using social media, Organisation Management Journal, 6 :4, (2009).

ثالثا: المواقع الالكترونية

1. <https://elghadeldjazairi.dz> / تقرير - عن - أكثر - المنصات - الرقمية - استخدام
2. https://www.lima-ma.com/2024/02/blog-post_234.html#google_vignette
3. <https://www.mthqfon.com>
4. <https://www.tiktok.com/safety/ar-ae/new-user-guide/>
<https://www.websiterating.com/ar/blog/research/tiktok-statistics/>

الملاحق

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة الشهيد الشيخ العربي التبسي تبسة
كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية
القسم: علوم الإتصال
استمارة مقدمة في إطار الحصول على شهادة ماستر
تخصص: اتصال تنظيمي
بعنوان: تأثير منصة التيك توك على هوية الطلبة في العصر الرقمي
دراسة ميدانية على طلبة ماستر 2 تخصص: اتصال تنظيمي

تأتي هذه الاستمارة في إطار التحضير لإنجاز مذكرة ماستر، حيث تسعى الدراسة إلى مدى استخدام الطلبة الجامعيين هويات افتراضية غير هوياتهم الحقيقية على منصة التيك توك. وكذا معرفة إلى أي حد تتطابق الهوية الحقيقية والهوية الافتراضية التي يتخذها الطلبة الجامعيين على منصة التيك توك.

أعزائي الطلبة

يسرنا ويشرفنا مشاركتكم في هذه الدراسة، فيرجى من سيادتكم التكرم والإجابة بموضوعية على الأسئلة الموجودة أدناه ، لما في ذلك أثر كبير على صحة النتائج التي سيتوصل إليها هذا البحث. كما نعلمكم أن هذه البيانات سوف تستخدم لأغراض البحث العلمي فقط وسنتعامل معها بسرية تامة، شاكرين لكم سلفا حسن تعاونكم.

الإجابة تكون بوضع x في المكان المخصص أو التصريح برأيك على بعض الأسئلة.

الأستاذ المشرف

الأستاذ الدكتور: بن مهدي مرزوق

إعداد الطلبة:

صافي حاتم

بوطورة باسم

المحور الأول : البيانات الشخصية

1- الجنس : ذكر أنثى

2- السن: 20-30 30-40 40 فما فوق

المحور الثاني : استخدام الطلبة الجامعيين هويات افتراضية غير هوياتهم الحقيقية على منصة التيك توك.

3- منذ متى وأنت تستخدم منصة التيك توك.

منذ سنة منذ سنتين أكثر من سنتين

4- عدد المرات التي تقضيها على منصة التيك توك

مرة في اليوم عدة مرات في اليوم كلما أتاحت الفرصة لذلك

5- الفترة المفضلة لديك لتصفح التيك توك

الفترة الصباحية الفترة المسائية ليس لديك فترة محددة

6- هل البيانات المصرح بها على منصة التيك توك هي بياناتك الشخصية الحقيقية

نعم لا

7- أسباب استخدامك لهوية الحقيقية على منصة التيك توك

الرغبة بالظهور بهويتك الحقيقية

حتى يتعرف عليك أهلك وأصدقاؤك ومعارفك بسهولة

حتى تحظى بأكبر عدد ممكن من المتفاعلين على صفحتك

من أجل تحقيق حاجات ودوافع أخرى

8- أصدقاؤك في منصة التيك توك هم:

من محيط العائلة

أصدقاؤك وزملائك

أشخاص لا تعرفهم

9- تستخدم اسم مستعار لتقمص شخصية غير شخصيتك الحقيقية أو من أجل إخفاء هويتك

الحقيقية

لتقمص شخصية افتراضية

من أجل إخفاء الهوية الحقيقية

من أجل دوافع وإشباع أخرى

10- كم هوية افتراضية لديك على حساب التيك توك

واحدة أكثر من واحدة

11- هل ترى بأن العلاقات الافتراضية هي علاقات جدية ودائمة

نعم لا ربما

12- هل تشعر بالانتماء الى المجموعات الافتراضية التي أنت عضو فيها أكثر من المجتمع الواقعي

نعم لا

المحور الثالث : تطابق الهوية الحقيقية والهوية الافتراضية التي يتخذها الطلبة الجامعيين على منصة التيك توك.

13- عند نشر البيانات الشخصية على حسابك تستخدم :

<input type="checkbox"/>	غير حقيقي	<input type="checkbox"/>	حقيقي	الاسم واللقب:
<input type="checkbox"/>	غير حقيقي	<input type="checkbox"/>	حقيقي	السن :
<input type="checkbox"/>	غير حقيقي	<input type="checkbox"/>	حقيقي	الجنس :
<input type="checkbox"/>	غير حقيقية	<input type="checkbox"/>	حقيقية	المهنة :
<input type="checkbox"/>	غير حقيقية	<input type="checkbox"/>	حقيقية	الصورة الشخصية:
<input type="checkbox"/>	غير حقيقية	<input type="checkbox"/>	حقيقية	مكان الإقامة (البلد):
<input type="checkbox"/>	غير حقيقية	<input type="checkbox"/>	حقيقية	الحالة الاجتماعية:

14- على أي أساس تختار هويتك على حساب التيك توك

.....

.....

15- على أي أساس تظهر بهوية غير هويتك على حساب التيك توك

.....

.....

16- هل هويتك المستعارة على منصة التيك توك هي بمثابة إنعكاس وتعبير عن ذاتك الحقيقية

نعم لا

17- على أي أساس تختار صورتك الشخصية على حساب التيك توك

.....

.....

18- إذا كنت تتخذ هوية مستعارة على حساب التيك توك فهل هذه الهوية تحقق لك جرأة وتحرراً أكثر من استخدامك لهويتك الحقيقية

نعم لا

- إذا كانت إجابتك ب نعم ، فكيف ذلك

19- هل تختار هوية افتراضية بمواصفات قد تتمناها في هويتك الحقيقية

نعم لا

20- هل تكون أكثر راحة وحرية في المجتمع الافتراضي أكثر من المجتمع الواقعي

نعم لا

21- حسب رأيكم ماهو الدافع وراء استخدام بعض الطلبة الجامعيين لهويات افتراضية والتي قد تختلف مع هوياتهم الحقيقية

المحور الثالث: تمثلات الهوية الافتراضية لدى الطلبة الجامعيين عبر منصة التيك توك.

22- ما هي أسباب استخدام منصة التيك توك؟

- تحقيق الذات

- التفاعل الفوري

- الاستثمار العاطفي

- ابراز الاهتمامات المشتركة

- الكبت والعزلة

23- هل ساهمت منصة التيك توك في كسر العزلة وبناء الذات؟

نعم لا

24- ما تقدم لك منصة التيك توك؟

- التخلص من الضغوط الاجتماعية
- اعتزال الواقع الحقيقي والهروب منه
- ملء الفراغ

25- بناء الهوية الافتراضية تحقق لك

- التميز على الآخرين
- جذب الانتباه
- تأكيد الذات

26 - الهدف من تغيير الهوية الحقيقية إلى الهوية الافتراضية

- تعزيز الذات الحقيقية
- أن يكون أفضل من ذاته الحقيقية
- التخلص من ذاته التي يكرهها

27- هل التواصل بالهوية الافتراضية عبر منصة التيك توك يميزك على الآخرين

- نعم لا

28- لماذا يعيد الأفراد المستخدمين لمنصة التيك توك تشكيل هويتهم الافتراضية دوريا

- من اجل عدم كشف هوياتهم الحقيقية
- انشاء حسابات تعبر عن الهويات المتعددة
- تحقيق الرغبات الفردية بشكل إفتراضي

29- هل تطمح هذه الهويات الافتراضية إلى بناء الذات التواصلية عبر منصة التيك توك؟

- نعم لا

30- هل الهوية التي تكتسبها أو تتبناها عبر منصة التيك توك تعود عليك بأرباح مادية او

معنوية؟

- نعم لا

31- هل تتيح لك منصة التيك توك الانضمام للمجتمعات الرقمية المختلفة بهدف:

- توسيع دائرة العلاقات

- التحرر من القواعد التقليدية للتواصل

- تحقيق القدرة على التأثير على الآخرين

- تطوير ثقافتك الخاصة



الملخص

هدفت الدراسة إلى معرفة مدى تأثير منصة التيك توك على الهوية الافتراضية للطلبة الجامعيين، استخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي لملائمته لمثل هذه الدراسة، اعتمدت الدراسة على أداة جمع البيانات الإستبيان، اجريت الدراسة على عين قدرها 80 طالب تخصص اتصال تنظيمي، من جامعة الشيخ العربي التبسي- تبسة، اسفرت الدراسة على أن الطلبة الجامعيين يستخدمون هويات إفتراضية غير هوياتهم الحقيقية، عدم تطابق بين الهوية الافتراضية المستخدمة في منصة تيك توك مع الهوية الحقيقية، يسعى الطلبة من خلال استخدام منصة اليتك توك إلى تحقيق الذات وابرز اهتماماتهم الشخصية المشتركة مع المتابعين.

الكلمات المفتاحية: مواقع التواصل الاجتماعي، منصة التيك توك، الهوية الافتراضية، الطلبة الجامعيين.

Abstract

The study aimed to determine the impact of the TikTok platform on the virtual identity of university students. The descriptive-analytical method was employed, deemed suitable for this type of study. The research relied on a questionnaire as the data collection tool and was conducted on a sample of 80 students specializing in Organizational Communication at the University of Sheikh Larbi Tebessi - Tebessa. The study revealed that university students use virtual identities different from their real ones, showing a discrepancy between the virtual identity used on TikTok and their true identity. Students use the TikTok platform to achieve self-fulfillment and highlight their personal interests shared with followers.

Keywords: Social media, TikTok platform, virtual identity, university students.