

قسم علوم الاعلام والاتصال
تخصص اتصال تنظيبي

مذكرة ماستر تحت عنوان

تمثلات الهوية الافتراضية لدى الطلبة الجامعيين

عبر منصة فايسبوك

دراسة ميدانية على عينة من طلبة علوم الإعلام والاتصال جامعة تبسة.

مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر L.M.D

إشراف الأستاذ:
أ.د. رضوان بلخيري

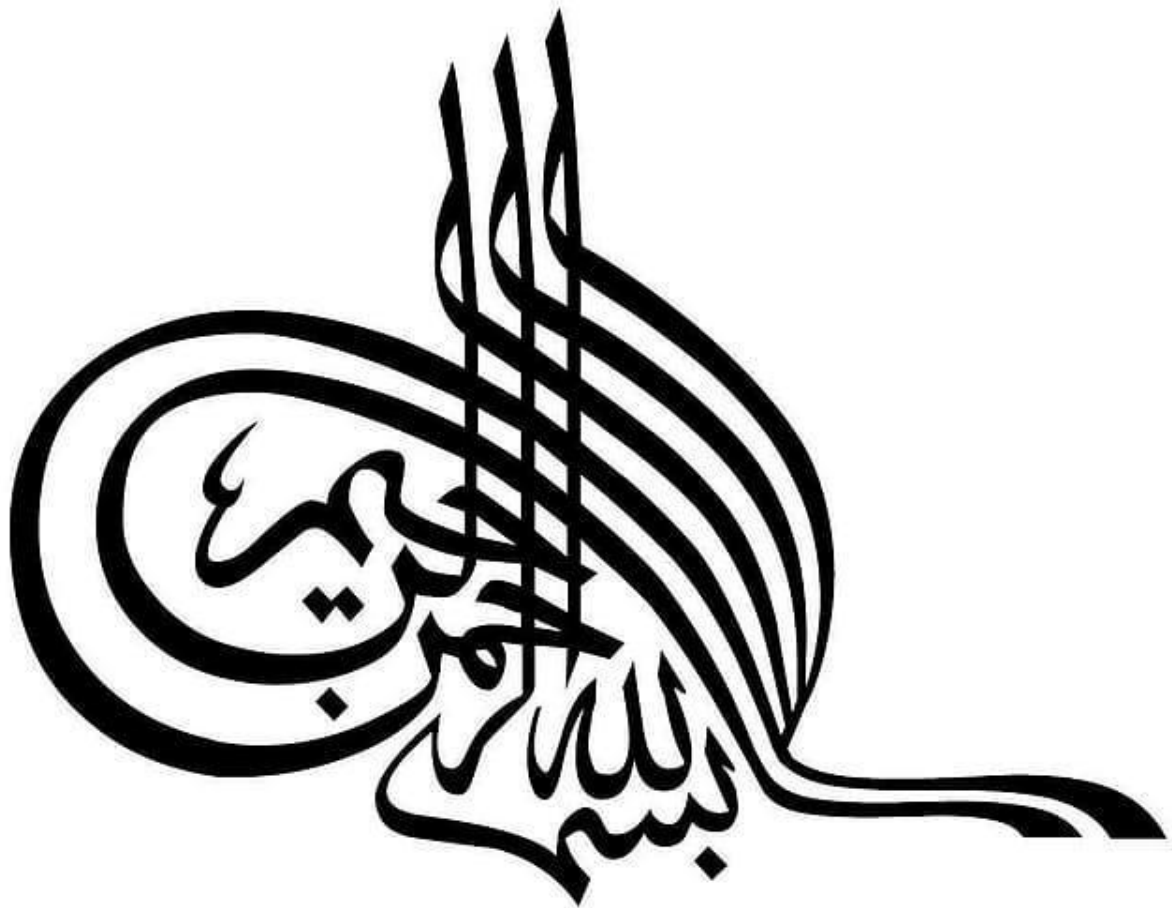
من اعداد الطالبتين:

- أمال قوتال
- مرام عبيدي

أعضاء لجنة المناقشة:

الاسم واللقب	الرتبة العلمية	الصفة
فاطمة الزهراء أميرعلي	أستاذ مساعد أ	رئيسا
رضوان بلخيري	أستاذ تعليم عالي	مشرفا ومقررا
ابتسام أونيس	أستاذ مساعد ب	عضوا ممتحنا

السنة الجامعية : 2024/2023



شكر و عرفان

أول شكر لله العلي القدير الذي منحنا الصحة والعزيمة لإنجاز وإتمام هذا العمل، ونصلي
ونسلم على الرسول الأمين محمد بن عبد الله وعلى آله وصحبه ومن تبعه بإحسان الى يوم
الدين

قال تعالى: {وَإِذْ تَأَذَّنَ رَبُّكُمْ لَئِن شَكَرْتُمْ لَأَزِيدَنَّكُمْ وَلَئِن كَفَرْتُمْ إِنَّ عَذَابِي لَشَدِيدٌ} صدق الله
العظيم

(إبراهيم: 9)

أما بعد:

لا يسعنا إلا أن نتقدم بأرقى وأسمى عبارات الشكر والتقدير والاحترام الى أستاذنا المتميز
والقدير البروفيسور "رضوان بلخيري" لقبوله الإشراف على هذا العمل البحثي منذ بدايته
الى نهايته الذي أعاننا كثيرا ولم يتوان علينا بنصائحه وتوجيهاته التي رافقتني طيلة إنجاز هذا
العمل رغم انشغالاته فأطال الله في عمره وجزاه كل خير.

كما نتقدم بجزيل الشكر والامتنان الى الأستاذة المحكمين لاستمارة دراستنا {الأستاذ جهاد
صحراوي، الأستاذ عبان سيف الدين، الأستاذ منصر هارون والأستاذ مرزوق بن مهدي}

كما نتقدم بجزيل الشكر والعرفان الى اللجنة المناقشة الأستاذة أمير علي فاطمة الزهراء
والأستاذة لونيس ابتسام على تحملهم عناء القراءة والتصحيح الذي نلتزم بكل توجيهاتهم
وانتقاداتهم وملاحظاتهم العلمية والموضوعية.

وشكر خاص الى الأستاذ "جهاد صحراوي" الذي أعاننا كثيرا بمساعدته ولم يبخل علينا
بالمادة العلمية جزاه الله كل خير.



الإهداء

باسم الله الرحمان الرحيم

{ وَيَرَى الَّذِينَ أُوتُوا الْعِلْمَ الَّذِي أُنزِلَ إِلَيْكَ مِنْ رَبِّكَ هُوَ الْحَقُّ وَيَهْدِي إِلَى صِرَاطٍ الْعَزِيزِ الْحَمِيدِ { صدق
الله العظيم

(سيا: 6)

الحمد لله الذي يسر البدايات وأكمل النهايات وبلغنا الغايات الحمد لله الذي ما أتم جهد إلا بعونه. أرى
مرحلي الدراسية قد شارفت على الانتهاء بالفعل بعد تعب ومشقة دامت سنين في سبيل العلم وأصبح
عنائي اليوم للعين قرتها أنا اليوم أقف على عتبة تخرجي أقطف ثمار تعبي وأرفع قبعتي بكل فخر، فاللهم
لك الحمد قبل أن ترضى ولك الحمد إذا رضيت و لك الحمد بعد الرضا لأنك وفققتني على إتمام هذا
النجاح وتحقيق حلمي.

وبكل حب اهدي تخرجي وثمره جهدي :

الى روح أبي الطاهر الذي لم يشاهدني وأنا أتوج على هذه المنصة فكم كنت أتمنى أن تكون بجانبني في هذه
اللحظة الجميلة في حياتي وها قد تخرجت اليوم يأبي وأنت بجوار ربي أقدم لك تخرجي وأنت بقبرك رحمك
الله يا أبي حبيبي وأنا قبرك يا أعلى سند وأعلى أب رحل عن دنيا.

الى من جعل الجنة تحت أقدامها واحتضني قلبها قبل يديها الى من حصدت الأشواك عن دربي لتمهيد لي
طريق العلم الى أمان الله على الأرض وقررة عيني أطال الله في عمرها أمي الحبيبة الغالية
وشكر خاص الى أختي عزيزتي ورفيقة دربي ومن وقفت معي جنب الى جنب في مشواري الدراسي من
مرحلي الابتدائية حتى الجامعية أطال الله في عمرها ورزقها بما تتمنى "ن"

الى من بهم أكبر وعلمهم أعتمد ومن بوجودهم ومن بوجودهم أكتسب قوة ومحبة لا حدود لها والى من
عرفت معهم معنى الحياة إخواني وإخوتي

الى كتكوتتي جودي بهجة المنزل حفظها الله ورعاها

الى من تحلت بالإخاء وتميزت بالوفاء والعطاء رفيقتي في المشوار الدراسي صديقتي وحبيبتي "أمال"

الى صديقاتي العزيزات أتمنى لهم التوفيق

إلى كل من أحببتهم وأحبوني بإخلاص أهدي لهم جميعا ثمرة جهدي المتواضع

"مرام"



الإهداء

" من قال أنا لها نالها "

وأنا لها وان أبت رغما عنها أتيت بها نلتها وعانقت اليوم مجدا عظيما فعلتها بعد أن كانت مستحيله كانت دروبا قاسية وطرقا خسرت بها الكثير ولكني "وصلت" الحمد لله حبا وشكرا وامتنانا الحمد لله الذي بفضلته أدركت أسى الغايات

وبكل حب أهدي ثمرة نجاحي وتخرجي الى:

الى من أفضلها على نفسي الى من وضعتني على طريق الحياة الى التي ذودتني بالحنان والمحبة الى من بها أعلو وبها ارتكز الى القلب الحنون، الى من دعاؤها سر نجاحي الى من أرشدتني وساعدتني في النهوض كلما وقعت أمي الغالية "زكية" حفظها الله

الى من جعل الجنة تحت أقدامها واحتضني قلبها قبل يديها وسهلت لي الشدائد بدعائها أمي العزيزة "بهجة" حفظها الله وأطال الله في عمرها

الى من زين اسمي بأجمل الألقاب، من دعمني بلا حدود وأعطاني بلا مقابل الى من علمني ان الدنيا كفاح وسلاحها العلم والمعرفة، سندي وقوتي وملاذي بعد الله فخري واعتزازي والدي العزيز "جمال"

الى تلك النجوم التي تنير طريقي دوما الى ملهبي نجاحي وصناع قوتي وصفوة أيامي الى من انتظر قطاف ثمار جهدي طويلا وكانوا شركاء في كل بسمة ودمعة وحسرة الى أحباب قلبي إخوتي وأخواتي وأبناء خالي (عيسى، سيف، محمد العيد، ضحى، شيماء، خليل، جيهان، خلود وأخر عنقود ملاك)

الى من بهم اكبر وعلمهم اعتمد ومن بوجودهم أكتسب قوة ومحبة لا حدود لها والى من عرفت معهم معنى الحياة "أعمامي وعماتي كل باسمه" شكرا على مساعدتكم ودعمكم لي طيلة مشواري الدراسي الى خالي "احمد" حفظه الله.

الى جدي الحبيبة "محبوبة" حفظها الله وأطال الله في عمرها.

الى من تحلت بالأخاء وتميزت بالوفاء والعطاء رفيقة دربي وتوأم روحي صديقتي "مرام"

الى من عشت معهم أجمل لحظات حياتي الى شموع دربي، الى من شهدوا معي متاعب الدراسة وسهر الليالي "صديقاتي" حفظهم الله.

"أمال"



فهرس المحتويات

فهرس المحتويات

شكر وعرفان

إهداء

I.....	فهرس المحتويات
III	فهرس الجداول
V.....	فهرس الأشكال
أ.....	مقدمة:

الفصل الأول: الإطار المنهجي للدراسة

4	1.الإشكالية
5	2.أسباب اختيار الموضوع:
6	3.أهمية الدراسة :
6	4.أهداف الدراسة:
7	5.مجتمع البحث وعينة الدراسة:
8	6.منهج الدراسة وأدواته:
8	7.أدوات الدراسة :
10.....	8.تحديد مفاهيم الدراسة:
12.....	9.الدراسات السابقة :

الفصل الثاني: الإطار النظري للدراسة

21.....	المبحث الأول: الهوية الافتراضية
21.....	1.الهوية الافتراضية:النشأة والمفهوم
22.....	2.مكونات الهوية الافتراضية
23.....	3.أنواع الهوية الافتراضية :
23.....	4.أشكال الهوية الافتراضية :
24.....	5.خصائص الهوية الافتراضية
26.....	6.أسس وقيم الهوية الافتراضية:
27.....	المبحث الثاني : منصات التواصل الاجتماعي
27.....	1.منصات التواصل الاجتماعي النشأة والمفهوم :
29.....	2.أنواع منصات التواصل الاجتماعي :
30.....	3.خصائص منصات التواصل الاجتماعي :

فهرس المحتويات

31	4. مكونات منصات التواصل الاجتماعي:
32	5. خدمات منصات التواصل الاجتماعي :
33	6. أهم منصات التواصل الاجتماعي:
37	7. ايجابيات وسلبيات منصات لتواصل الاجتماعي :
39	المبحث الثالث: منصة الفايسبوك
39	1. نشأة الفايسبوك:
39	2 تعريف منصة فايسبوك:
40	3. خصائص الفايسبوك :
41	4. خدمات منصة الفايسبوك:
42	5. استخدامات منصة فايسبوك:
43	6. آلية التواصل في منصة فايسبوك:
الفصل الثالث: الإطار التطبيقي للدراسة	
46	1. تحليل المعطيات:
79	2. النتائج العامة التي توصلت إليها الدراسة الميدانية في ضوء التساؤلات:
85	خاتمة:
88	قائمة المصادر والمراجع:
94	الملاحق

فهرس الجداول

فهرس الجداول

الصفحة	عنوان الجدول
46	الجدول رقم(01): يبين توزيع مفردات العينة حسب الجنس
47	الجدول رقم(02): يبين توزيع مفردات العينة حسب متغير السن
48	الجدول رقم(03): يبين توزيع مفردات العينة حسب الحالة الاجتماعية
49	الجدول رقم (04): يبين المدة التي يمتلكون فيها مفردات العينة لمنصة فايسبوك
50	الجدول رقم (05): يبين الوقت التي يفضل فيه مفردات العينة استخدام منصة فايسبوك
51	الجدول رقم (06): يبين توزيع مفردات العينة حسب عدد الحسابات المملوكة في منصة فايسبوك
52	الجدول رقم(07): يبين دو افع استخدام مفردات العينة لمنصة فايسبوك.
54	الجدول رقم (08): يبين استخدام مفردات العينة للفايسبوك للتعبير عن آرائهم ومشاركة وجهات نظرهم
55	الجدول(09): يبين طبيعة المواضيع التي تجذب انتباه مفردات العينة على منصة فايسبوك.
57	الجدول رقم (10): يبين أهم خدمات منصة فايسبوك المفضلة لدى مفردات العينة على منصة فايسبوك
58	الجدول رقم (11): يبين توزيع مفردات العينة حسب مشاركة البيانات الشخصية على منصة فايسبوك
59	الجدول رقم(12) : يبين الدلالة التي يحملها اسم مفردات العينة على منصة فايسبوك
60	الجدول رقم (13): يبين مدى تطابق الهوية الافتراضية لمفردات عينة على منصة فايسبوك مع هويتهم الحقيقية
61	الجدول رقم (14): يبين مدى مساهمة الهوية الافتراضية على منصة فايسبوك في حماية الخصوصية الشخصية لمفردات العينة
62	الجدول رقم (15) : يبين توزيع مفردات العينة حسب الصورة الرمزية التي يستخدمونها لتمثيل هويتهم الافتراضية.
63	الجدول رقم (16) : يبين نسبة احتفاظ مفردات العينة بخصوصيتهم في منشوراتهم على الفايسبوك.
64	الجدول رقم (17) : يبين توزيع مفردات العينة حسب المجموعات والصفحات التي تخص اهتماماتهم وهو اياتهم على منصة فايسبوك.
65	الجدول رقم (18) : يبين اللغة التي يفضل مفردات العينة استخدامها أثناء نشر محتوياتهم والتفاعل بها في صفحاتهم الخاصة.
67	الجدول رقم (19) : يبين توزيع مفردات العينة حسب تأثير استخدام منصة فايسبوك على الهوية الحقيقية.
68	الجدول رقم (20) : يبين مدى مساعدة منصة فايسبوك مفردات العينة على التعبير عن ذاتهم وعرض هويتهم الافتراضية.
70	الجدول رقم (21) : يبين توزيع مفردات العينة حسب درجة تأثير منصة فايسبوك على طريقة تفكيرهم وسلوكياتهم في الحياة الافتراضية.

فهرس الجداول

71	الجدول رقم (22): يبين توزيع مفردات العينة حسب مدى مساعدة منصة فايسبوك على بناء علاقات اجتماعية وتواصل مع الآخرين بشكل أفضل
72	الجدول رقم (23): يبين مدى تأثير منصة فايسبوك على التفاعل الاجتماعي لدى مفردات العينة في الحياة الحقيقية.
73	الجدول رقم (24): يبين مدى مساعدة منصة فايسبوك مفردات العينة على اكتساب المعرفة والمعلومات من خلال المحتوى المشارك على المنصة.
74	الجدول رقم (25): يبين مدى شعور مفردات العينة بالرضا عند استخدامهم للهوية الافتراضية.
75	الشكل رقم (26): يبين مدى مساهمة الهوية الافتراضية في تحقيق أهداف مفردات العينة العلمية والشخصية.
76	الجدول رقم (27): يبين نسبة تحفظات أو مخاوف مفردات العينة بشأن استخدام الهوية الافتراضية.
77	الجدول رقم (28): يبين مدى تأثير استخدام الهوية الافتراضية عبر منصة فايسبوك على تجربة مفردات العينة التعليمية والأكاديمية.
78	الجدول رقم (29): يبين ما الذي يحققه مفردات العينة من استخدام هوية الافتراضية عبر منصة فايسبوك

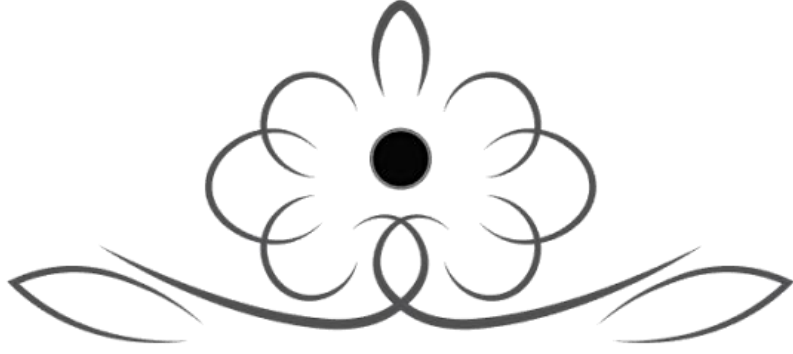
فهرس الأشكال

فهرس الأشكال

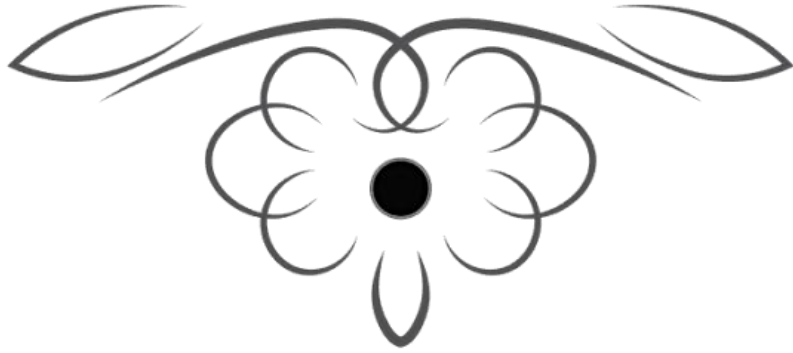
الصفحة	عنوان الشكل
46	الشكل رقم 01 : يمثل توزيع مفردات العينة حسب متغير الجنس
47	الشكل رقم(02) : يمثل توزيع مفردات العينة حسب عامل السن
48	الشكل رقم (03): يمثل توزيع مفردات العينة حسب الحالة الاجتماعية
49	الشكل رقم(04): يمثل المدة التي يمتلكون فيها مفردات العينة لمنصة فايسبوك.
50	الشكل رقم (05): يمثل الوقت التي يفضل فيه مفردات العينة استخدام منصة فايسبوك
51	الشكل رقم (06): يمثل توزيع مفردات العينة حسب عدد الحسابات المملوكة في منصة فايسبوك
52	الشكل رقم(07): يمثل دو افع استخدام مفردات العينة لمنصة فايسبوك.
54	الشكل رقم (08): يمثل استخدام مفردات العينة للفايسبوك للتعبير عن آرائهم ومشاركة وجهات نظرهم
55	الشكل رقم (09) : يمثل طبيعة المواضيع التي تجذب انتباه مفردات العينة على منصة فايسبوك.
57	الشكل رقم (10): يمثل أهم خدمات منصة فايسبوك المفضلة لدى مفردات العينة على منصة فايسبوك
58	الشكل رقم (11): يمثل توزيع مفردات العينة حسب مشاركة البيانات الشخصية على منصة فايسبوك
59	الشكل رقم (12) : يمثل الدلالة التي يحملها اسم مفردات العينة على منصة فايسبوك
60	الشكل رقم (13): يمثل مدى تطابق الهوية الافتراضية لمفردات عينة على منصة فايسبوك مع هويتهم الحقيقية
61	الشكل رقم (14) : يمثل مدى مساهمة الهوية الافتراضية على منصة فايسبوك في حماية الخصوصية الشخصية لمفردات العينة
62	الشكل رقم (15) : يمثل توزيع مفردات العينة حسب الصورة الرمزية التي يستخدمونها لتمثيل هويتهم الافتراضية
63	الشكل رقم (16) : يمثل نسبة احتفاظ مفردات العينة بخصوصيتهم في منشوراتهم على الفايسبوك
64	الشكل رقم (17): يمثل توزيع مفردات العينة حسب المجموعات والصفحات التي تخص اهتماماتهم وهو اياتهم على منصة فايسبوك.
65	الشكل رقم (18) : يمثل اللغة التي يفضل مفردات العينة استخدامها أثناء نشر محتوياتهم والتفاعل بها في صفحاتهم الخاصة.
67	الشكل رقم (19) : يمثل توزيع مفردات العينة حسب تأثير استخدام منصة فايسبوك على الهوية الحقيقية.
68	الشكل رقم (20) : يمثل مدى مساعدة منصة فايسبوك مفردات العينة على التعبير عن ذاتهم وعرض هويتهم الافتراضية أفضل من الواقع
70	الشكل رقم (21) : يمثل توزيع مفردات العينة حسب درجة تأثير منصة فايسبوك على طريقة تفكيرهم وسلوكياتهم في الحياة الافتراضية.

فهرس الأشكال

71	الشكل رقم (22) :يمثل توزيع مفردات العينة حسب مدى مساعدة منصة فايسبوك على بناء علاقات اجتماعية وتواصل مع الآخرين بشكل أفضل
72	الشكل رقم (23) : يمثل مدى تأثير منصة فايسبوك على التفاعل الاجتماعي لدى مفردات العينة في الحياة الحقيقية.
73	الشكل رقم (24) : يمثل مدى مساعدة منصة فايسبوك مفردات العينة على اكتساب المعرفة والمعلومات من خلال المحتوى المشارك على المنصة.
74	الشكل رقم (25) : يمثل مدى شعور مفردات العينة بالرضا عند استخدامهم للهوية الافتراضية.
75	الشكل رقم (26) : يمثل مدى مساهمة الهوية الافتراضية في تحقيق أهداف مفردات العينة العلمية والشخصية.
76	الشكل رقم (27) : يمثل نسبة تحفظات أو مخاوف مفردات العينة بشأن استخدام الهوية الافتراضية.
77	الشكل رقم (28) : يمثل مدى تأثير استخدام الهوية الافتراضية عبر منصة فايسبوك على تجربة مفردات العينة التعليمية والأكاديمية.
78	الشكل رقم (29): يمثل ما الذي يحققه مفردات العينة من استخدام الهوية الافتراضية عبر منصة فايسبوك



مقدمة



مقدمة:

في ظل تطور تكنولوجيا المعلومات فرضت تقنيات الاتصال الحديثة تغيرات جوهرية هائلة في مختلف المجالات لهذا احتل الاتصال الإلكتروني مكانا مرموقا في حياتنا اليومية مما شكل عصرا جديدا من عصور الاتصال بين المستخدمين وهذا ما جعل الفرد يعيش ثورة جديدة من نوع خاص كونه جزءا من المجتمع، حيث أدت التطورات المتسارعة وبشكل رهيب الى خلق بيئة اتصالية ولعل هذا ما كان باعثا لإحداث تلك التغيرات على انبثاق منصات الكترونية أدت لظهور نمط جديد من التواصل والتفاعل ضمن سياق افتراضي في منصات التواصل الاجتماعي سمحت للمستخدمين بالولوج الى هذه المنصات وبناء علاقات اجتماعية من خلال الانضمام الى إحدى هذه المنصات، وفي خضم ذلك ظهرت العديد من المنصات بكل أشكالها وأنواعها ومن ضمنها منصة فايسبوك، التي أتاحت للمستخدم فرصة التواصل والتفاعل والنشر ومشاركة الصور والفيديوهات وتبادل المحادثات الفورية لذلك اتسع نطاقها ليصبح أكثر استخداما من قبل المستخدمين نظرا لما يمتلكه من مميزات وخدمات وفرها لمستخدميه ليكون هو الأفضل على الإطلاق والأول في الصدارة من بين المنصات الأخرى كونه فتح آفاق جديدة أمام الأفراد المستخدمين للتواصل بغرض التفاعل وبناء علاقات افتراضية تنتهي عند حدود الشاشة فقط مما هيا لظهور هويات افتراضية مبنية على أساس التعارف وتبادل الآراء والأفكار والاهتمامات بين المستخدمين أتاحت لهم المجال لتجريب هويات جديدة وإمكانية استبدال هويته الحقيقية بهوية افتراضية عبر منصة فايسبوك الذي يجد فيه المستخدم ملاذا أمانا للتعبير عن آرائه وأفكاره المدفونة دون قيود أو رقابة، من خلال مجموعة معلومات حول شخصيته تخص الاسم والمهنة والمستوى التعليمي الى غير ذلك مع صورة ملفه الشخصي سواء حقيقية أو مستعارة والتي بدورها قدمت له العديد من الخدمات المميزة كالحصول على أصدقاء جدد لم يسبق التواصل معهم من قبل والانتماء الى مجموعات متنوعة وبذلك وفرت نوع من التقارب والتبادل الحر للمعلومات والأفكار بين المستخدمين، ومن هذا المنطلق نجح الفضاء الافتراضي الذي شكلته منصة فايسبوك في الجمع بين هويات مختلفة تربط بينهم اهتمامات ورغبات مشتركة من خلال استعراض ذاتهم الافتراضية والملاحظ هنا وعلى وجه الخصوص اهتمام الطلبة الجامعيين بمنصة فايسبوك زاد بشكل كبير وملفت للانتباه خاصة وأنها تتيح لهم فرصة التفاعل المباشر فيما بينهم ومشاركة كل ما يفضلونه مع بعضهم البعض والتناقش في مواضيع عدة ضمن فضاء لا محدود يشبع رغباتهم لذلك لجأوا الى ما يعرف بالهوية الافتراضية التي تعد مظهرا للتماثل والتمايز بطريقة مختلفة عن الواقع لاستعراض الذات بشكل افتراضي، وهنا نستطيع القول أن منصة فايسبوك تؤسس لنسق جديد من فهم واستعراض الذات الافتراضية وذلك من خلال التركيز على الهوية الافتراضية التي يشنأها المستخدم في المنصة عبر ملفات

وصفحات شخصية، وبناءا على ما سبق ذكره سنعالج هذه الدراسة معالجة دقيقة من حيث البناء النظري والميداني لهذه الدراسة ومنه ارتأينا الى تقسيم هذه الدراسة الى ثلاثة فصول.

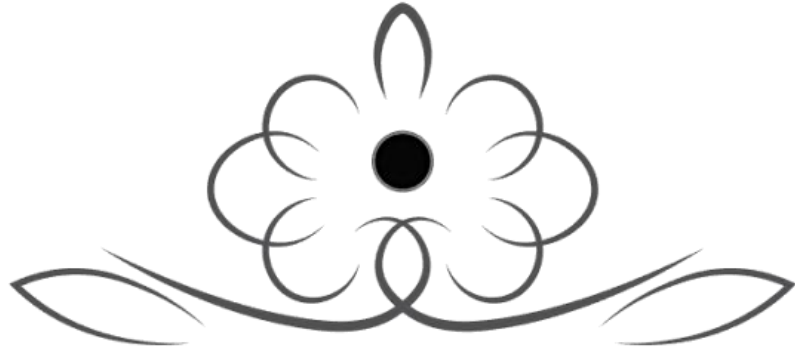
عُني فصل الأول بالإطار المنهجي: حيث قمنا بتحديد إشكالية الدراسة وضبط تساؤلاتها الفرعية، بالإضافة الى أسباب اختيار الموضوع وأهمية الدراسة والأهداف المرادة من البحث، وتطرقنا أيضا الى مجتمع البحث وعينة الدراسة، وكذلك المنهج وأدواته، بالإضافة الى تحديد مفاهيم الدراسة مروراً بعرض مجموعة من الدراسات السابقة التي تخدم موضوعنا.

أما الفصل الثاني خصص للإطار النظري للدراسة وقد تضمن 3 مباحث أساسية، عني المبحث الأول بالأول بالهوية الافتراضية حيث تطرقنا الى نشأتها ومفهومها، مكوناتها، أنواعها، أشكالها، خصائصها، وأخيراً أسسها وقيمتها.

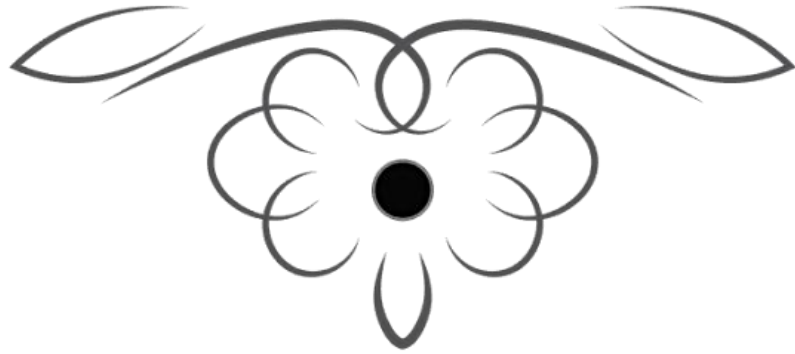
أما المبحث الثاني فتضمن نشأة ومفهوم منصات التواصل الاجتماعي، أنواعها، خصائصها، مكوناتها، خدماتها، وأهم منصات التواصل الاجتماعي، وأيضاً إيجابيات وسلبيات منصات التواصل الاجتماعي.

أما في ما يخص المبحث الثالث فقد خصص لمنصة فايسبوك، حيث تطرقنا الى نشأة ومفهوم منصة فايسبوك، خصائصها، خدماتها، استخداماتها وأخيراً آلية التواصل في منصة فايسبوك

أما الفصل الثالث وأخيراً فقد عني بالإطار التطبيقي والذي تضمن الجانب التطبيقي للدراسة وتناولنا فيه تحليل وتفسير الإجابات المتحصل عليها من عينة الدراسة من خلال تفرغ استمارة الاستبيان في شكل جداول وقراءتها والتعليق عليها كمياً وكيفياً وتفسيرها وأخيراً ختمنا دراستنا بأهم النتائج المتحصل عليها.



الفصل الأول
الإطار المنهجي للدراسة



1. الإشكالية

أصبحت الانترنت اليوم تفرض نفسها في كثير من المجالات الحياتية، لما لا وهي في مقدمة وسائل الاتصال الجديدة التي دائما ما أحدثت وتحديث ثورة هائلة وتغييرات كبيرة في النسق الاجتماعي واتصالاته، حيث ساهمت في توجيه تفاعلاته من خلال طرق الاتصال التي توفرها، والتي من خلالها أصبح العالم مترابط فيما بينه رغم المسافات والاختلافات الكثيرة، إلا انه اليوم يتواجد في فضاء الانترنت الواسع.

وهذا ما دفع إلى تأسيس نمط جديد من التواصل والتعامل والتفاعل ضمن سياق افتراضي في بيئة رقمية، حيث استطاعت هذه الشبكة بما تمتلكه من سمات اتصالية وتقنية متميزة أن تنشأ حركة اجتماعية لا ترتبط بسياق زماني أو مكاني كما اعتادت عليه الأمور.

وهذا مهدت شبكة الانترنت طريق التقارب لكافة المجتمعات، ويظهر ذلك جليا من خلال إفرازاتها التي تمثلت في الشبكات الاجتماعية التي ساهمت بشكل كبير في تغيير النظرة التي نحملها عن طرق الاتصال وكيفية تكوين علاقات اجتماعية، وفي ظرف قصير أضحت الشبكات الاجتماعية ظاهرة عالمية واسعة الانتشار وذلك لما تحمله من خصائص وما توفره من خدمات، ويجدر الذكر أن الشبكات الاجتماعية لم تكن شبيهة ببعضها البعض إنما عرفت تنوع كبير تلبيبة لحاجة المستخدمين، وبذلك عرفت تباين في استعمالاتها هي الأخرى.

ومن بين أكثر منصات التواصل الاجتماعي انتشارا نجد منصة "فايسبوك" والتي تعتبر إحدى وسائل الاتصال الحديثة التي ساعدت على ربط العديد من الناس باختلاف أعمارهم وجنسياتهم ومعتقداتهم، فبمجرد إدخال البيانات الشخصية لكل مستخدم قد يصبح مالك لهوية افتراضية على منصة الفاييسبوك، وقد ألغت الحدود والمسافات، وتحول العالم إلى وحدة واحدة تتفاعل فيما بينها وسط بيئة افتراضية.

كما أتاحت هذه البيئة للمستخدمين أن يكونوا لمحات تعريفية فريدة من نوعها عن أنفسهم، حيث تتضمن وظيفة الصفحة الشخصية التي تعد بمثابة الصفحة الرسمية للتمثل الذاتي الذي يعد من العلامات التي تجسد التواجد الرقمي للمستخدم، ويشمل هذا التواجد على محتويات يتم توفيرها من طرفه والمحتوى المقدم من طرف المستخدمين الآخرين بحيث تسمح له بالتفاعل مع غيره، وتتحقق هذه التجربة من خلال تقديم ذاته بين المجتمعات الافتراضية خاصة وأنها تتيح إمكانية تعويض هويته الحقيقية واستنساخ هويات متعددة اعتبارا من أن مفهوم المجتمع لم يعد يرتبط بسياق زمني ومكاني، وأصبح يرتبط بسياق النشاطات المشتركة التي ساعدت في بناء هوية افتراضية وإعادة تشكيلها عبر منصة فايسبوك.

هذا الفضاء الافتراضي الذي قد يجد فيه المستخدمين مساحة للتعبير عن ذاتهم من خلال خلق هوية خاصة بهم تعكس تمثلاهم وشخصيتهم الواقعية أو تصوراتهم لهوية معينة، لعلها تمكنهم من تبني خلفيات تشكل الهوية الافتراضية، والتي أضحت من أبرز النقاشات في الوقت الراهن بطبيعة الحال لارتباطها ارتباطا

وثيقا باستمرار الفضاء الاجتماعي، الذي أسس لتشكيل علاقات افتراضية تجاوزت الإطار الفيزيقي المكاني والتفاعلات الحقيقية القائمة على الالتقاء وجها لوجه، وشكل مستخدموه وخاصة الذين يجمع بينهم اهتمامات مشتركة جماعات يطلق عليها بالجماعات الافتراضية، وهي شكل جديد من أشكال التفاعل الإنساني، الذي يتم بداية من هويته الافتراضية التي تبنى من خلال بعض المؤشرات التي له إمكانية التحكم في إخفائها أو إظهارها أو حتى تزيفها، بناء على رغباتهم وأسبابهم الخاصة، ففي مجمل الأمر يكونون فضاء مستحدث لتشكل الذوات ويتمثلون في هويات افتراضية مختلفة، وسنسى من خلال دراستنا إلى معرفة تمثلات الطلبة الجامعيين ضمن منصة الفايسبوك، الأمر الذي يستدعي في تحليله لطرح تساؤل رئيسي يتمثل في: ماهي تمثلات الهوية الافتراضية لدى طلبة السنة الثانية ماستر اتصال تنظيمي بجامعة الشهيد الشيخ العربي التبسي عبر منصة فاييبيوك؟

ويندرج تحت هذا السؤال الرئيسي مجموعة من الأسئلة الفرعية تمت صياغتها كالتالي:

- ماهي دوافع استخدام طلبة السنة الثانية ماستر اتصال تنظيمي بجامعة الشهيد الشيخ العربي التبسي لمنصة فاييبيوك؟
- ماهي ملامح الهوية الافتراضية التي يظهر بها طلبة السنة الثانية ماستر اتصال تنظيمي بجامعة الشهيد الشيخ العربي التبسي عبر منصة الفاييبيوك؟
- كيف تؤثر منصة فاييبيوك على تشكيل الهوية الافتراضية لدى طلبة السنة الثانية ماستر اتصال تنظيمي بجامعة الشهيد الشيخ العربي التبسي؟
- ماهي أهم الاستخدامات و الإشباعات المحققة من استخدام طلبة السنة الثانية ماستر اتصال تنظيمي بجامعة الشهيد الشيخ العربي التبسي لهوية إفتراضية؟

2. أسباب اختيار الموضوع:

لكل دراسة علمية أسباب ومبررات أدت إلى القيام بها، وكذلك لكل باحث أسبابه لاختيار موضوع دون غيره من أجل البحث فيه وهذه الأسباب بالنسبة له بمثابة حوافز وقناعات نابغة من داخله، وأخرى موضوعية متعلقة بالبحث وقيمتها العلمية وهي كالتالي:

أولاً: الأسباب الذاتية :

- ✓ الرغبة الشخصية في إنجاز هذا الموضوع لنيل شهادة الماستر.
- ✓ الاهتمام الشخصي بهذا الموضوع باعتباره يدخل ضمن تخصصنا وهو الإعلام و الاتصال.

✓ الاحتكاك الشخصي ببعض الطلبة المنتسبين إلى منصة فايسبوك وملاحظة الكثير من المظاهر المتعلقة بالهوية الافتراضية.

ثانيا: الأسباب الموضوعية:

✓ حداثة الموضوع والتأثيرات التي أحدثتها منصة فايسبوك حول الهوية الجديدة التي بينت لنا انعكاسات طبيعة المستخدم بين الذوات الافتراضية.

✓ إبراز أهمية وقيمة الهوية الافتراضية في تحديد علاقة الطلبة بهوياتهم الواقعية.

✓ قابلية الموضوع للدراسة والبحث معرفيا ومنهجيا.

✓ القيام بهذه الدراسة لإضافة لمحة علمية وواقعية حول الهوية الافتراضية لدى طلبة الجامعيين.

3. أهمية الدراسة :

للبحث العلمي أهمية كبيرة خاصة للباحث حيث تساعده على معرفة و تحديد ما يريد الوصول إليه من هذه الدراسة، كما أن عرض جوانب الأهمية في الدراسة من الجوانب المهمة التي تشير إلى قيمة الدراسة بالنسبة للمجتمع، والمعرفة العلمية والممارسات المهنية وكذلك المعرفة الإنسانية بصفة عامة. (محمد ع.، 2000، صفحة 87)

ومن هنا تعتبر الدراسة التي نحن بصدد معالجتها والتي تخص تمثالات الهوية الافتراضية لدى الطلبة الجامعيين عبر منصة فايسبوك ذات أهمية بالغة باعتبار أن الهوية التي يظهرون بها الطلبة الجامعيين في الفضاء الافتراضي هي التي تعبر عن اهتماماتهم ورغباتهم وذلك من خلال استعارتهم لهويات افتراضية في منصتهم الخاصة فايسبوك على غرار هوياتهم الحقيقية التي تنتهي إلى حدود جغرافية معينة كما تظهر أهمية هذه الدراسة في كونها تناولت أسباب امتثال طلبة السنة الثانية ماستر اتصال تنظيمي بجامعة الشيخ العربي التبسي إلى هويات افتراضية عبر منصة فايسبوك. كما أن دراستنا ستساهم ولو بشكل بسيط في إثراء المكتبات بموضوع الهوية الافتراضية عامة ومنصة فايسبوك خاصة ويستفيد منها أيضا طلبة الإعلام والاتصال بشكل خاص.

4. أهداف الدراسة:

تعد أهداف الدراسة عنصرا مهما يضعه الباحث ويسعى من خلاله إلى حصر مجال دراسته في إطار واضح للوصول إلى مراده بالإضافة إلى المساعدة في تحديد المنهج ووضع خطة مفصلة للدراسة وهذا ما يجعلنا نلخص أهداف دراستنا في:

✓ التعرف على دوافع استخدام طلبة السنة الثانية ماستر اتصال تنظيمي بجامعة الشيخ العربي التبسي لمنصة فايسبوك.

- ✓ التعرف على ملامح الهوية الافتراضية التي يظهر بها طلبة السنة الثانية ماستر اتصال تنظيمي بجامعة الشيخ العربي التبسي عبر منصة فيسبوك.
- ✓ معرفة مدى تأثير منصة فيسبوك على الهوية الافتراضية لدى طلبة السنة الثانية ماستر اتصال تنظيمي بجامعة الشيخ العربي التبسي الجامعيين.
- ✓ التعرف على أهم الإستخدامات والإشاعات المحققة من استخدام طلبة السنة الثانية ماستر اتصال تنظيمي بجامعة الشيخ العربي التبسي للهوية افتراضية.

5. مجتمع البحث وعينة الدراسة:

مجتمع الدراسة: وهو مجموعة عناصر لها خاصية أو عدة خصائص مشتركة تميزها عن غيرها من العناصر الأخرى والتي يجري عليها البحث والتقصي (انجرس، 2006، صفحة 298)

كما عرفه الباحثون على انه مجموع محدود أو غير محدود من المفردات "العناصر، الوحدات" المحدد مسبقا (مرسلي، 2004، صفحة 166)،

أما مجتمع دراستنا فتمثل في طلبة علوم الإعلام والاتصال بكلية العلوم الإنسانية والاجتماعية في جامعة الشيخ العربي تبسي والمقدر عددهم الإجمالي بـ 581 طالب.

عينة الدراسة: عرفها موريس أنجرس على أنها مجموعة فردية من عناصر مجتمع بحث معين (انجرس، 2006، صفحة 301)، وتعرف أيضا على أنها عدد محدود من المفردات التي سوف يتعامل الباحث معها منهجيا، ويسجل من خلال هذا التعامل البيانات الأولية المطلوبة، ويشترط في هذا العدد أن يكون ممثلا لمجتمع البحث في الخصائص والسمات التي يوصف من خلالها هذا المجتمع (محمد ع.، 2000، صفحة 133).

ونظرا لطبيعة دراستنا والأدوات التي سيتم جمع البيانات بواسطتها وكذلك العدد الكبير لطلبة الإعلام والاتصال، قمنا باختيار العينة القصدية أو العمدية وهي التي يقوم الباحث باختيار مفرداتها بطريقة تحكيمية لأمجال فيها للصدفة، بل يقوم هو شخصا باقتناء المفردات الممثلة أكثر من غيرها لما يبحث عنه من معلومات وبيانات، وهذا الإدراكه المسبق ومعرفته الجيدة لمجتمع البحث ولعناصره الهامة والتي تمثله تمثيلا جيدا وبالتالي لا يجد صعوبة في سحب مفرداتها بطريقة مباشرة (مرسلي، 2004، الصفحات 197-198)، حيث يكون الاختيار في هذا النوع من العينات على أساس حر، من قبل الباحث وحسب طبيعة بحثه، بحيث يحقق هذا الاختيار أهداف الدراسة المطلوبة (قنديلجي، 2015، صفحة 155.156)

وبما أن دراستنا تقتصر على طلبة السنة الثانية ماستر اتصال تنظيمي بجامعة الشيخ العربي التبسي والمقدر عددهم 101 مفردة فانه تم توزيع استمارة الاستبيان عليكم بشكل فردي .

6. منهج الدراسة وأدواته:

تندرج الدراسة التي نحن بصدد معالجتها ضمن الدراسات الوصفية لأنها تحاول وصف ظاهرة الهوية الافتراضية لدى الطلبة الجامعيين عبر منصة فيسبوك. وقد عرف موريس أنجرس المنهج على أنه مجموعة الإجراءات والخطوات المتبناة من أجل الوصول إلى نتيجة، أي أن المنهج عبارة عن إخضاع الباحث نشاطه البحثي إلى تنظيم دقيق في شكل خطوات معلومة يحدد فيها مساره البحثي من نقطة الانطلاق إلى نقطة الوصول وتحديد النتيجة (مرسلي، 2004، صفحة 84). وبشكل عام فإن المنهج هو الطريق أو المسار الذي يسلكه الباحث من أجل الوصول إلى حقائق علمية.

وقد اعتمدنا في دراستنا هذه على المنهج الوصفي ولم نقم باختياره اعتباطيا أو بمحض الصدفة بل لأنه يتلاءم مع طبيعة موضوع دراستنا ولأنه يعطي صورة واضحة عن الظاهرة التي نرغب بجمع البيانات عنها ويصف مميزات وخصائص المجتمع أو الظاهرة وهو يضيف بذلك رصيذا إضافيا من الحقائق والمعارف الأمر الذي يساعد في عملية فهم الظاهرة (يوسف حجيم الطائي، 2016، صفحة 85)، كما يعرف هذا المنهج على أنه طريقة لوصف الظاهرة المدروسة وتصويرها كميا عن طريق جمع معلومات مقننة عن المشكلة وتصنيفها وتحليلها وإخضاعها للدراسة الدقيقة، حيث سنقوم من خلال هذا المنهج بوصف عناصر ظاهرة الهوية الافتراضية وعلاقتها بطلبة السنة الثانية ماستر اتصال تنظيمي والتعرف على كيفية بناء هوية افتراضية عبر منصة فايسبوك.

7. أدوات الدراسة :

في مرحلة جمع المعلومات يستعين الباحث بجملة من الأدوات المنهجية التي يتطلّبها البحث الميداني ولأن نجاح الباحث مرتبط باستخدام أدوات البحث لذلك يتعين عليه الإلمام جيدا بالأدوات الصحيحة والرئيسية فقط التي يجب عليه استخدامها للوصول إلى نتائج مرضية وموفقة، ونظرا لخصوصية دراستنا والمنهج المستخدم فيها وكذلك العينة فإننا سنعتمد في دراستنا على الأدوات التالية:

الملاحظة: هي أداة من أدوات البحث العلمي تجمع بواسطتها المعلومات التي تمكن الباحث من الإجابة عن أسئلة البحث واختيار فروضه، فهي تعني الانتباه الموجه والمقصود نحو سلوك فردي أو جماعي معين بقصد متابعة ورصد تغيراته ليتمكن الباحث بذلك من وصف السلوك وتحليله وتقويمه (الطاهر، 2017، صفحة 315). كما تعرف على أنها عملية توجيه الحواس لمشاهدة و متابعة سلوك معين أو ظاهرة معينة وتسجيل جوانب ذلك السلوك وخصائصه (المحمودي، 2019، صفحة 150).

الملاحظة بالمشاركة : في هذا النوع من الملاحظة يكون الباحث الذي يجري الملاحظة أو القائم بالملاحظة بالمشاركة في الموقف الملاحظ، ويكون دور الباحث الملاحظ عضوا مشاركة في الجماعة (السلام، 2020، صفحة

(37)، بمعنى يكون الباحث حاضر حضورًا فعليًا مباشرًا في الموقف الذي يجري ما يلاحظه من أحداث فيه، أو يكون جزء مما يجري فيه من أحداث (المشهداني، 2019، صفحة 154). ويتطلب هذا النوع من الملاحظة تكوين الألفة والتعاون والمحبة بين الملاحظ والجماعة التي يقوم بملاحظتهما، والمشاركة في نشاطها، وان المشاركة في نشاط الجماعة يجعل موقفا الملاحظة طبيعية غير مصطنعة (السلام، 2020، صفحة 38)

وعلى هذا الأساس فنحن سنعتمد على الملاحظة البسيطة والتي تسمح لنا بجمع البيانات ومعلومات حول الطلبة الجامعيين الذين لديهم هوية افتراضية عبر منصة فايسبوك باعتبار أننا نحن طلبة متواجدين في مكان البحث، وكذلك الملاحظة بالمشاركة والتي من خلالها سنقوم بعملية مراقبة وملاحظة سلوك هؤلاء الطلبة المنتسبين إلى منصة التواصل الاجتماعي فايسبوك.

استمارة الاستبيان: والتي تعرف على أنها مجموعة من الأسئلة و الاستفسارات المتنوعة والمرتبطة بعضها ببعض الآخر بشكل يحقق الهدف الذي يسعى إليه بضوء موضوعه والمشكلة التي اختارها (المحمودي، 2019، صفحة 126)، كما عرفها موريس أنجرس في كتابه "على أنها تقنية مباشرة للتقصي العلمي تستعمل إزاء الأفراد وتسمح باستجوابهم بطريقة موجهة والقيام بسحب كمي والقيام بمقارنات رقمية " (انجرس، 2006، صفحة 204).

وبناء على هذا ستكون استمارة الاستبيان كأداة رئيسية في دراستنا مقدمة لمفردات العينة بشكل ورقي لجمع معلومات وبيانات حول الهوية الافتراضية لدى طلبة السنة الثانية ماستر اتصال تنظيمي بجامعة الشيخ العربي التبسي عبر منصة فايسبوك وقد وزعت على 101 مفردة وقد تم استرجاع 98 استمارة .

وقد تم صياغة أسئلة الاستمارة دراستنا وفقا للأسئلة الفرعية حيث قسمت الى 5 محاور كالتالي:

المحور الأول: البيانات الشخصية ويتضمن 3 أسئلة تمثلت في (الجنس، السن والحالة الاجتماعية).

المحور الثاني: بعنوان دوافع استخدام طلبة السنة الثانية ماستر اتصال تنظيمي لمنص فايسبوك، ويندرج تحته 7 أسئلة.

المحور الثالث: بعنوان ملامح الهوية الافتراضية التي يظهر بها طلبة السنة الثانية ماستر اتصال تنظيمي عبر منصة فايسبوك ويندرج تحته 8 أسئلة.

المحور الرابع: بعنوان تأثير منصة فايسبوك في تشكيل الهوية الافتراضية لدى طلبة السنة الثانية ماستر اتصال تنظيمي ويندرج تحته 6 أسئلة.

المحور الخامس: الاستخدامات والإشباع المحققة من استخدام طلبة السنة الثانية اتصال تنظيمي للهوية الافتراضية ويندرج تحته 5 أسئلة.

✓ تحكيم استمارة الاستبيان : بعد تصميم استمارتنا وعرضها على الأستاذ المشرف وموافقته عليها تم إخضاعها لتحكيم من طرف أساتذة في قسم علوم الإعلام والاتصال، وبعد الملاحظات الموجهة من طرف لجنة التحكيم والتشاور مع الأستاذ المشرف تم تعديلها بشكلها النهائي.

8. تحديد مفاهيم الدراسة:

تعتبر مرحلة تحديد المفاهيم من الخطوات المهمة في البحث العلمي لأنها تحدد للباحث الكلمات المفتاحية للدراسة وتضع الحدود الفاصلة لدراسته وتمكنه كذلك من العمل وفق المفهوم المحدد دون تعمق، وذلك من خلال إعطاء تعريف لغوي و علمي شائع لدى الباحثين ثم يقدم معناه إجرائيا وفقا لطبيعة استخدامه في الدراسة. وقد تناولنا في دراستنا المفاهيم الرئيسة التالية:

التمثلات، الهوية، الهوية الافتراضية، المجتمع الافتراضي، الفيسبوك، الطلبة الجامعيين.

التمثلات: مفردة "تمثل" وهي التصور السابق والمعلومات الأولية عن موضوع أو قضية. "تمثل أو تصور الشيء" توهم صورته وتخيله واستحضره في ذهنه، وتصور له الشيء صار له عنده تمثيل مشخص أو صورة وشكل (جواد، التمثلات، 2017).

يعرف لويس في المنجد الأبجدي: التمثل في اللغة هو بمعنى التشبيه بصورة أو كتابة أو غيرها أو بغيرهما فيقال مثل تمثيلا الشيء لفلان أي صورته له بالكتابة ونحوها كأنه ينظر إليه، ومثل تمثيلا وتمثال الشيء أي شبهه وجعل مثله (صحراوي، 2022/2023، صفحة 39)، كما ترى jodelet أن التمثل ظاهرة ذهنية تطابق مجموعة من العناصر الإدراكية المعرفية الواعية و المنظمة و المنسجمة إلى حد ما (جينيفر، 2010، صفحة 26).

كما عرفها " سرج موسكوفيتشي": على أنها طريقة لتفسير العالم والتفكير في واقعنا اليومي، وهي شكل من أشكال المعرفة الاجتماعية التي يبنها الشخص بشكل واع انطلاقا بما هي عليه أو ما كانت عليه و ماهو متوقع ويوجه سلوكياتها، في المقابل التمثلات الاجتماعية هي النشاط الذهني الذي ينشره الأفراد والجماعات لإصلاح مواقفهم فيما يتعلق بالأوضاع والأحداث والأشياء والاتصالات التي تهمهم. (كرمية خديجة، 2023، صفحة 441).

ونعني به في دراستنا: التصورات الذهنية التي يشكلها الطالب الجامعي عن هويته الافتراضية التي يتواصل ويتفاعل بها عبر منصة فيسبوك داخل فضاء افتراضي.

الهوية: وردت لفظة الهوية بضم الهاء و كسر الواو و شد الياء في اللغة العربية لتعبير عن ماهية الشيء و هي لفظ مركب جعل اسما معرفا باللام و معناه الاتحاد بالذات (رجيم، 2019، صفحة 29)، ويقصد بها في اللغة العربية مصدر مركب في ضمير الغائب "هو" المعروف بأداة التعريف "أل" ومن اللاحقة المتمثلة في الياء المشددة

وعلاوة التأييد وتأتي بمعنى ذات الشيء وعند الفارابي هوية الشيء عينه وشخصه وخصوصية وجوده المتفردة إلى لا يقع فيه إشراك (كرمية خديجة، 2023، صفحة 442)، ويفسر معجم المصطلحات العلوم الاجتماعية مفهوم الهوية عموماً بوصفه يشير إلى: "عملية تمييز الفرد لنفسه عن غيره" (فضيلة، 2015/2014، صفحة 45).

الهوية الافتراضية:

تعتبر الهوية الافتراضية من المفاهيم الحديثة الوافدة إلى العالم الأكاديمي المعاصر ذلك أنها تلازم تحضر التقنية والانترنت وتوافقت كذلك مع بروز شبكات التواصل الاجتماعي.

الهوية الافتراضية ليست نمطا فكريا وليست شيئا ماديا فيزيائيا يمكن التعامل معه ولا تعتبر من إكسسوارات الفايبروك أو شبكات التواصل الاجتماعي على العموم، غير أنها في حقيقة الأمر ظهرت بحكم الأمر الواقع ومستلزمات التعاطي مع الفضاءات التفاعلية على مواقع الإنترنت (بلعباس، تشكل الهوية الافتراضية في الفايبروك لدى الطلبة الجامعيين. مقارنة سوسولوجية، 2017، صفحة 477).

وتعرف الهوية الافتراضية حسب موسوعة الويب webopedia بأنها الشخصية التي يتم إنشاؤها من طرف المستخدم الإنسان الذي يعمل كصلة وصل بين الشخص الطبيعي والشخص الظاهري للمستخدمين (مسعودة، 2011، صفحة 470).

ونعني بها في دراستنا الهوية الوهمية التي يقوم الطلبة بإنشائها عبر منصة فايبروك من أجل التفاعل مع الآخرين، وتعتبر بمثابة بطاقتهم التعريفية داخل عالمهم الافتراضي.

المجتمع الافتراضي: يعرفه هارولد رينجولد على أنها تجمعات اجتماعية تشكلت من أماكن متفرقة في أنحاء العالم يتقاربون ويتواصلون فيما بينهم عبر شاشات الكمبيوتر والبريد الإلكتروني، يتبادلون المعارف فيما بينهم ويكونون صداقات حيث يجمع بين هؤلاء الأفراد اهتمام مشترك ويحدث بينهم ما يحدث في العالم الواقعي من تفاعلات ولكن ليس عن قرب، وتتم هذه التفاعلات عن طريق آلية اتصالية هي الانترنت الذي بدوره ساهم في حركات التشكل الافتراضية. (مري، 2016، صفحة 103)

وحسب قاموس الإعلام والاتصال "Communication and media of Dictionary" فإن المجتمع الافتراضي مجموعة من الأشخاص يتفاعلون في الانترنت مثل غرف الدردشة ويتبادلون الاهتمام (عادل، 2016، الصفحات 275-276).

وقد عرّفه بسيوني إبراهيم حمادة على أنها تجمعات اجتماعية تظهر عبر شبكة الإنترنت تشكلت في ضوء ثورة الاتصالات الحديثة، تجمع بين ذوي الاهتمامات المشتركة يتواصلون فيما بينهم ويشعرون كأنهم في مجتمع حقيقي. (مري، 2016، صفحة 106.105).

ونعني به في دراستنا: الطلبة اللذين لديهم نفس الاهتمامات والاحتياجات يتواصلون فيما بينهم عبر منصة فايسبوك بواسطة شبكة الانترنت لتحقيق رغباتهم الشخصية لمدة زمنية معينة.

الفايسبوك: كلمة أعجمية مكونة من جزأين: فيس Face وبوك book، وهي تعني كتاب الوجوه مثلما أراد بها مؤسس المنصة (قمحية، 2017، صفحة 58). وهو واحد من منصات التواصل الاجتماعي الأكثر تفاعلا وانتشارا في العالم، تشكل منذ ظهوره ثورة اتصالية هائلة في مجال التفاعل الاجتماعي على مستوى العالم الافتراضي (بلعباس، استخدامات الفايسبوك والهوية الافتراضية لدى الطلبة الجامعيين، (طلبة جامعة بسكرة نموذجاً)، 2019.2018).

كما عرفه قاموس الإعلام والاتصال "dictionary of media and communications" على انه موقع خاص بالتواصل الاجتماعي، أسس عام 2004 ويتيح نشر الصفحات الخاصة، وقد وضع في البداية لخدمة طلاب الجامعة وهيئة التدريس والموظفين لكنه اتسع ليشمل كل الأشخاص. (عساي، 2015.2014، صفحة 47)

ونعني بيه في دراستنا: منصة رقمية يتمكن الطلبة من خلاله تكوين علاقات وصدقات وتبادل مجموعة من الميزات والخصائص مشكلين بذلك مجتمع افتراضيا بعيدا عن المجتمعات الحقيقية وذلك بإنشاء هوية افتراضية تخصهم و تمكنهم من التواصل والتصفح على الصفحات والتطلع على الأخبار الجديدة ويقرب المسافات بين المستخدمين.

الطلبة الجامعيين:

الطالب لغة: جمع طلاب العلم الراغب في تحصيل العلم (الحنفي، 2005، صفحة 350).

الطالب الجامعي: هو الشخص الذي يتلقى دروس ومحاضرات ويتدرب على كيفية الحصول على المعلومات في مؤسسة التعليم العالي للحصول على شهادة جامعية. (مصطفى، 2009.2008، صفحة 24)

ونعني به في دراستنا: كل شخص يمثل هوية افتراضية عبر منصة فايسبوك من أجل تحقيق رغباته الذاتية بعيدا عن الواقع الحقيقي.

9. الدراسات السابقة:

تعتبر الدراسات السابقة عماد ومقياس حقيقي لمهارات الباحث وامكانياته وقدراته، فهي مراجعة نقدية لجهود باحثين سابقين وتحليل عميق لتفسيراتهم للنتائج التي توصلوا إليها للانطلاق في الجانب النظري والميداني للدراسة الحالية. حيث تساعد الباحث على توفير مرجعية علمية لموضوع دراسته .

الدراسة الأولى:

دراسة الباحث: "جهاد صحراوي (صحراوي، 2022/2023)، بعنوان تمثيلات الهوية الافتراضية للمجتمع الجزائري بالفضاء العمومي الرقمي من خلال أخلاقيات النقاش (دراسة مسحية تحليلية على عينة من الشباب

الجزائري المستخدم للشبكات الاجتماعية الرقمية)، أطروحة لنيل شهادة دكتوراه (LMD) في علوم الإعلام والاتصال تخصص اتصال وعلاقات عامة جامعة محمد خيضر .بسكرة. الموسم الجامعي 2022/ 2023.

انطلقت هذه الدراسة من إشكالية مفادها كيف يتمثل الشباب الجزائري هويته الافتراضية بالفضاء العمومي الذي تشكله الشبكات الاجتماعية الرقمية من خلال أخلاقيات النقاش؟ والهدف من هذه الدراسة هو التعرف على أهم الدوافع التي تجعل المستخدم من الشباب الجزائري يميل إلى بناء هويات افتراضية يتمثل من خلالها ذاته اتجاه الآخرين عبر مواقع الشبكات الاجتماعية الرقمية، والتعرف على الكيفية التي تجسدها الشبكات الاجتماعية الرقمية هوية الشباب الجزائري المتفاعل داخل المجتمعات الرقمية باعتبارها فضاء عمومي رقمي، والتعرف كذلك على خصوصية اللغة والرموز التي يتواصل بها الشباب الجزائري في النقاشات العامة داخل الفضاء الرقمي والكشف عن أهم التأثيرات التي تحدثها على إبراز هوياتهم الافتراضية، والتوصل إلى فهم طبيعة استخدام الشباب الجزائري لهويته الافتراضية عبر الفضاء الذي تشكله المجموعات التي تشكلها الشبكات الاجتماعية الرقمية.

اعتمدت هذه الدراسة على المنهج المسح الاجتماعي من خلال معالجة ظاهرة تمثلات الهوية الافتراضية باستخدام أداة الملاحظة العلمية كأداة أساسية لجمع معلومات بالإضافة إلى استمارة الاستبيان الالكترونية و المقابلة العلمية الالكترونية.

طبقت هذه الدراسة على الشباب الجزائري مستهدفا الشباب الجزائري الذي يتراوح أعمارهم ما بين 18.40 باستخدام العينة القصدية وكان عدد المبحوثين 400 مفردة وتوصلت هذه الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها:

- ✓ أن الشباب في علاقاتهم بالشبكات الاجتماعية الرقمية يحاولون دوما تشكيل نوع جديد من الحياة، حياة غير طبيعية لكنها مرتبطة بما هو طبيعي من خلالهم، هي حياة افتراضية تؤسس بالتوازي مع حياتهم الحقيقية من حيث تمثل الهويات الاجتماعية والثقافية والسياسية والدينية من خلالها كما في الواقع
- ✓ أن ساعي تزييف الهوية الحقيقية عبر الفضاء الرقمي للشباب الجزائري تنبع من رغبة هذا الأخير في بناء ذات رقمية أفضل من ذاته الحقيقية في تواصل من خلالها في الواقع
- ✓ يعتبر الفضاء الرقمي بمثابة ذلك العالم الرمزي الذي تسيطر على كل تداولاته استخدامات الرموز والأيقونات في عمليات التفاعل والتواصل بين المنتسبين إليه والتواصل معهم يتم وفق تلك الرموز المستخدمة وفقا للسياق الدلالي المستحضرة فيه.

✓ يميل كذلك الكثير من المستخدمين إلى التغيير والتعديل من ملامح هويتهم الافتراضية نظرا لأنها تمتاز بالمرونة والقابلية للتحويل من اجل التوافق مع الهويات الأخرى المتواصل معهم أو ليحظى بالقبول من طرف مجتمع معين يفرض على منتسبيه هويات محددة.

الدراسة الثانية :

دراسة الباحثة: "نومي فضيلة" (فضيلة، 2015/2014) بعنوان " اثر شبكات التواصل الاجتماعي على تشكل الهوية الافتراضية (دراسة ميدانية لتمثالات عينة من المستخدمين الجزائريين لموقع فيسبوك)، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه في علوم الإعلام والاتصال جامعة الجزائر خلال الفترة (2014/2015).

انطلقت هذه الدراسة من إشكالية مفادها ما هو اثر استخدام موقع شبكة التواصل الاجتماعي فيسبوك على تشكيل الهوية الافتراضية للمستخدمين الجزائريين ؟ والهدف من هذه الدراسة التعرف على كيفية عرض وتقييم الذات للآخرين على موقع الشبكة الاجتماعية فيسبوك والتعرف على مكونات هذا التمثل الذاتي الرقمي ودوافعه وكذلك التقرب أكثر من مستخدمين موقع فيسبوك ومعايشة حيثيات تواجدهم الرقمي للكشف عن ممارساتهم لهوياتهم الافتراضية عبر موقع فيسبوك ودوافع تشكيلها ، حيث اعتمدت الباحثة على المنهج المسحي بشقيه الوصفي والتحليلي لوصف ظاهرة تشكل الهويات الافتراضية عبر شبكة الانترنت تحديدا على مواقع شبكات التواصل الاجتماعي وتم توظيف أداة استمارة الاستبيان ، الملاحظة المباشرة ، والمقابلة وطبقت هذه الدراسة على مجموعة من المستخدمين الجزائريين باستخدام العينة القصدية، وتوصلت إلى النتائج التالية :

- أن موقع فيسبوك أصبح مساحة لتجريب الأنا لدى الجنسين واستعراض وتقديم الذات على الشكل المأمول، حيث أن إقبال الذكور على استخدامه أكثر من إقبال الإناث ويعود ذلك لتمتع الذكور بالحرية الشخصية أكثر من الإناث اللواتي لازلن يخضعن لمراقبة وسلطة الأبوين.
- أن مستخدمي موقع فيسبوك لا يمتلكون نفس الخبرة في التعامل مع موقع التواصل الاجتماعي فيسبوك، وما يحويه من وسائل رقمية وتطبيقات وكذا ما يتوفر عليه من خدمات وتحديثات.
- هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين تمثالات أو تصورات أفراد عينة الدراسة لتشكيل الهوية الافتراضية على موقع فيسبوك .
- أن المستخدم لموقع فيسبوك يتصور انه يمكن أن يشكل هوية افتراضية من خلال تصريحه بالمعلومات والبيانات التي يطلبها نظام تشغيل الموقع عند الطلب التسجيل بالموقع وهو ما يعبر عن هويته التصريحية والتي يمكن من خلالها التلاعب والتماهي عبر أسماء وصور مستعارة ومعلومات خاطئة .

- وتوصلت أيضا إلى أن كل من الجنسين شكلوا علاقاتهم الافتراضية على موقع فيسبوك بنفس الأسس والمتمثلة في التعارف والاهتمامات المشتركة.

الدراسة الثالثة:

دراسة الباحث: "بدر الدين بن بلعباس (بلعباس، استخدامات الفايسبوك والهوية الافتراضية لدى الطلبة الجامعيين، (طلبة جامعة بسكرة نموذجاً)، (2018.2019)" بعنوان "استخدامات الفايسبوك والهوية الافتراضية لدى الطلبة الجامعيين" (طلبة بسكرة نموذجاً) أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه العلوم في علم اجتماع التربية، أجريت هذه الدراسة في جامعة محمد خيضر. بسكرة. في الموسم الجامعي 2018/2019 .

انطلقت هذه دراسة من فرضية مفادها لاستخدام الفايسبوك علاقة بتشكيل الهوية الافتراضية لدى الطلبة الجامعيين، وكان الهدف من هذه الدراسة البحث في مسالة استخدام الفايسبوك والهوية الافتراضية لدى الطلبة الجامعيين. واعتمدت هذه الدراسة على المنهج الوصفي باعتباره يهتم بدراسة الظاهرة الاجتماعية كما هي في الواقع ويصفها بشكل دقيق وأجريت على طلبة جامعة بسكرة المقدر عددهم 32582 طالب، تم تطبيقها باستخدام العينة العشوائية البسيطة عدد أفرادها 326 طالب من أصل 32582 المجتمع الأصلي، وتم الاعتماد على عدة أدوات تناسبها مع متطلبات المنهج وخصائصه استخدام استمارة الاستبيان بشكل أساسي بالإضافة إلى الملاحظة بالمشاركة والمقابلة، وتوصلت إلى النتائج التالية :

- تتشكل جماعة الرفاق في الواقع الحقيقي كجماعة افتراضية في الواقع الافتراضي بالنسبة للطلبة الجامعيين داخل شبكات التواصل الاجتماعي وهذا ما يعطيها نوعا من الخصوصية أكثر من غيرها على الطلبة .
- يوجد علاقة بين تأثير الجماعة الافتراضية على الفرد وبين مختلف أنشطته وتفاعلاته داخل فيسبوك .
- توجد علاقة بين تشكل الهوية الافتراضية وبين جماعة الرفاق بمختلف تأثيراتها.
- لا تعمل المضامين السوسيوثقافية على تشكيل الهوية الافتراضية لدى الطلبة الجامعيين داخل فيسبوك
- تعمل المؤثرات الاجتماعية للمحيط الأسري/ الحاضنة الاجتماعية على التأثير في تشكيل الهوية الافتراضية لدى الطلبة الجامعيين داخل الفايسبوك .
- القيم الاجتماعية واحدة من الفواعل الأساسية في تشكيل الهوية الافتراضية لدى الطلبة الجامعيين داخل الفايسبوك.

الدراسة الرابعة :

دراسة الباحثة: "ريحانة بلوطي (بلوطي، 2015.2014) بعنوان "دوافع استخدام الهوية الافتراضية في الشبكات الاجتماعية وأثرها على الفرد". دراسة استكشافية لعينة من مستخدمي الفايسبوك نموذجاً. مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال تخصص وسائل الإعلام والمجتمع جامعة الحاج لخضر. باتنة. في الموسم الجامعي 2014/2015.

انطلقت هذه الدراسة من إشكالية مفادها ما هي دوافع استخدام الهوية الافتراضية على الشبكات الاجتماعية؟ وما أثرها على الفرد؟ والهدف من هذه الدراسة التوصل إلى معرفة أسباب ودوافع استخدام الفرد للهوية الافتراضية في تواصله عبر الشبكات الاجتماعية، والتعرف على مفهوم الشبكات الاجتماعية ودورها في تفعيل الحياة الاتصالية للأفراد والمجتمعات والتوصل إلى معرفة الهوية الافتراضية والحدود بينها وبين الهوية الحقيقية لمستعمل الشبكات الاجتماعية وكذلك معرفة الأثر المترتب عن استخدام الفرد لهوية افتراضية في تواصله مع غيره في شبكات التواصل الاجتماعي سواء بالإيجاب أو بالسلب على مستوى هويته الحقيقية وتعاملاته مع الأفراد داخل المجتمع الذي يعيش فيه والكشف عن الإشباع المحقق من وراء استخدام بيانات هوية افتراضية لدى جمهور الشبكات الاجتماعية. اعتمدت هذه الدراسة على المنهج الوصفي لوصف ظاهرة استخدام الهوية الافتراضية في الشبكات الاتصالية الاجتماعية بطريقة كمية بالاعتماد على الاستمارة بشكل أساسي لجمع المعلومات، أجريت هذه الدراسة على مستخدمي الهوية الافتراضية مستهدفة بتحديد مستخدمي الفايسبوك الذين يتراوح أعمارهم من 16 سنة إلى 37 سنة باستخدام العينة العشوائية البسيطة وذلك باختيار 200 مفردة لإجراء الدراسة عليها، وتوصلت هذه الدراسة إلى النتائج التالية :

- يمتلك أفراد العينة من المجتمع الجزائري الانترنت في خط الهاتف الثابت، نظرا للتطور التكنولوجي في حقل الاتصالات الذي عرفته الجزائر في الألفية الثالثة وهذا التطور مكّنهم من التعرف على الشبكات الاجتماعية والتي منها الفايسبوك
- ينخرط المستخدمون في الفايسبوك مع المجموعات الافتراضية المختلفة و التي تكون ذات توجه متنوع لديهم، ويستخدم أكثر من نصفهم أسماء مستعارة أو مركب من اسم حقيقي وآخر مستعار وتكون دلالات هذه الأسماء مختلفة أما حروف مختصرة لأسمائهم أو مقتبسة من أسماء شخصيات مشهورة. كما يوفر المبحوثون بياناتهم المتمثلة في سن، الجنس، مكان العمل و الإقامة، والمستوى الدراسي وغيرها وقد تتطابق مع هويتهم الحقيقية وقد تختلف عنها، لذا يخفي بعضهم سنه و جنسه من ظهوره على الجداريات الخاصة بهم خوفاً من المضايقات و الإحراج و بداعي رفض المبدأ أساساً وبعضهم مبرره التسلية والترفيه .

- كما يلجأ أغلبهم إلى عدم وضع صورهم الحقيقية على الفايسبوك خاصة الإناث منهم خوفا من القرصنة و اختراق حساباتهم أو تجنباً للمضايقات التي تلحقهم من الجنسين.
- وفيما يتعلق بالإشباعات المحققة من استخدام الفايسبوك تمثلت في التعرف على صدقات جديدة وزيادة الرصيد المعرفي للأفراد و الهروب من الواقع
- انقسم أثر الهوية الافتراضية إلى شقين أحدهما إيجابي وتمثله ثلاث إبعاد حيث مكنت الفرد من الحديث بكل حرية أثناء التواصل مع الآخرين دون التخلي عن القيم والمبادئ الاجتماعية، إما عن الجانب السلبي فيتمثل في التوقع في الشخصية الافتراضية والتقليل من العلاقات الاجتماعية بين الأفراد في الأسرة الواحدة.

الدراسة الخامسة :

دراسة الباحثة: "بايوسف مسعودة (مسعودة، 2011) بعنوان " الهوية الافتراضية: الخصائص والأبعاد " دراسة استكشافية على عينة من المشتركين في المجتمعات الافتراضية، نشرت في مجلة العلوم الإنسانية و الاجتماعية جامعة قاصدي مرباح. ورقلة. في الملتقى الدولي الأول حول الهويات والمجالات الاجتماعية في ظل التحولات السوسيوثقافية في المجتمع الجزائري .

انطلقت هذه الدراسة من إشكالية مفادها علاقة الهوية الافتراضية بالهوية الحقيقية وكيف يتعامل الأفراد داخل المجتمع الافتراضي وأبعاد هذا التفاعل على الحياة الواقعية؟ والهدف من هذه الدراسة التعريف بالمجتمع الافتراضي والكشف عن بعض ملامح الهوية الافتراضية و أبعاد هذا التفاعل الرقمي، حيث اعتمدت الباحثة على المنهج الوصفي من خلال دراستها الاستطلاعية والتي اعتبرتها دراسة جديدة غير مسبوقة لم يتناولها باحث من قبل، ولمحاولة إثراء موضوعها استهدفت الباحثة عينة من المستخدمين بغية استطلاع الظاهرة الرقمية، لذلك بادرت بتصميم استبيان رقمي ونشرته عبر عدد من مواقع الويب. وبعد عرض الاستمارة وجمع المعطيات وتحليل وتفسير البيانات توصلت الباحثة إلى مجموعة من النتائج أهمها:

- يفضل الأفراد المبحوثين الانضمام إلى أكثر من مجتمع افتراضي كما أنهم يفضلون المجتمعات الافتراضية ذات البعدين العربي والعالمي وذات الطابعين الثقافي والعام وهو ما يعكس سعي أفراد العينة للانفتاح على المجتمعات الإنسانية الأخرى خارج الإطار المحلي أو الوطني مع تمسكهم بالهوية العربية، كما يسعون للانخراط في مجتمعات افتراضية ذات هوية محددة تنعكس في الشعارات المشتركة بين الأعضاء

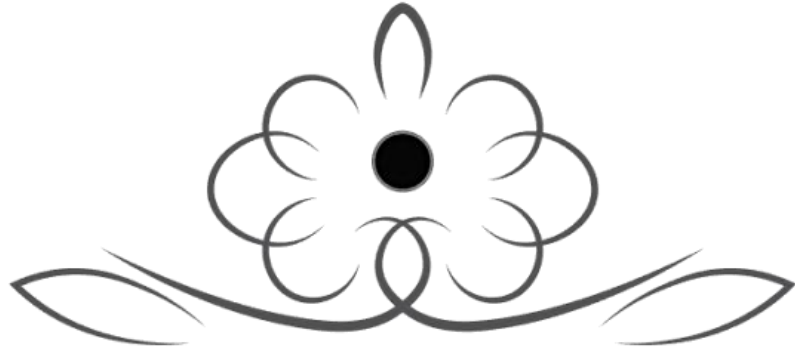
- إن الانضمام إلى المجتمعات الافتراضية كان بدافع الحوار وتبادل الآراء بالدرجة الأولى مما يؤكد سعي الأفراد إلى إثبات الذات ونشر الأفكار، كما أنه تحكمه الرغبة ووجود الراحة والتقبل والانسجام مع قيم الفرد وأفكاره
 - تمثل الهوية الافتراضية عند غالبية الأفراد انعكاسا لهوياتهم الحقيقية وهو ما يفسر تصريحهم ببيانات حقيقية حول السن والجنس والمواصفات ووضع صورهم الحقيقية، كما محاولة البعض ربطها بالهوية الحقيقية عن طريق الاسم المستعار الذي يكون له دلالات شخصية غالبا وكذا وضع صور رمزية واتخاذ شعارات تحمل التوجه الفكري أو توجه آخر
 - هناك عوامل تزيد من فعالية الأفراد داخل المجتمعات الافتراضية وتزيد من تمسكهم بها كما تعمل على إثبات هوية الأفراد وإظهار قدراتهم منها تقلدهم منصب في هذه المجتمعات وحصولهم على تقدير أو وسام اعترافا بجهودهم
 - يرى الغالبية أنهم عن طريق الهوية الافتراضية يكونون أكثر تفاعلا ونشاطا ومشاركة وأحسن تصرفا في المجتمع الافتراضي عنه في المجتمع الحقيقي.
- التعليق على الدراسات السابقة :

من خلال عرضنا للدراسات السابقة تبين لنا إن دراسة الباحث جهاد صحراوي اتفقت مع دراستنا الحالية في تسليط الضوء على تمثيلات الهوية الافتراضية، إلى جانب التشابه في استخدام العينة القصدية، أما بالنسبة لأوجه الاختلاف فإنه ربط الهوية الافتراضية بالفضاء الافتراضي ونحن تناولنا علاقتها بالفيسبوك، معتمدين على أداة استمارة الاستبيان والملاحظة في حين اعتمد في دراسته على الملاحظة العلمية و الاستبانة الالكترونية والمقابلة الالكترونية، إضافة إلى اختلافنا في المنهج المتبع ففي دراسته اعتمد على منهج المسح الاجتماعي بينما في دراستنا على المنهج الوصفي. إما بالنسبة إلى دراسة تومي فضيلة والتي تناولت الهوية الافتراضية عبر مواقع الاجتماعي في حين إن دراستنا الحالية تطرقت إلى الهوية الافتراضية عبر منصة فايسبوك، كما اتفقنا كلانا في اختيار العينة القصدية والمنهج الوصفي وكذلك في أدوات جمع البيانات فكلانا اعتمدنا على استمارة الاستبيان والملاحظة العلمية. إما دراسة بدر الدين بلعباس فتشابهت مع دراستنا الحالية من ناحية التطرق إلى استخدامات الفيسبوك والهوية الافتراضية لدى الطلبة الجامعيين، كما اتفقنا في استخدام المنهج الوصفي وأدوات جمع البيانات و اختلفنا في طريقة اختيار العينة وذلك باعتمادها على العينة العشوائية البسيطة على غرار دراستنا الحالية التي طبقت العينة القصدية. وبالنسبة إلى دراسة الباحثة ربحانة بلوطي فتشابهت مع دراستنا في بعض الأهداف حيث كلاهما هدفا إلى معرفة دوافع استخدام الهوية الافتراضية وكذلك الإشباع

المحقق من وراء استخدام بيانات الهويات الافتراضية لدى جمهور الشبكات الاجتماعية، كما كلاهما اتفقا في استخدام المنهج الوصفي واستخدما أداة استمارة الاستبيان وقد اختلفا في استخدام العينة حيث اعتمد في دراسته على العينة العشوائية في حين إن دراستنا الحالية اعتمدنا على العينة القصدية. وأخيرا دراسة الباحثة بايوسف مسعودة تتشابه مع دراستنا في البحث عن الملامح الحقيقية للهوية الافتراضية و إبعاد التفاعل الرقمي وقد اتفقا كلاهما في المنهج الوصفي واستمارة الاستبيان.

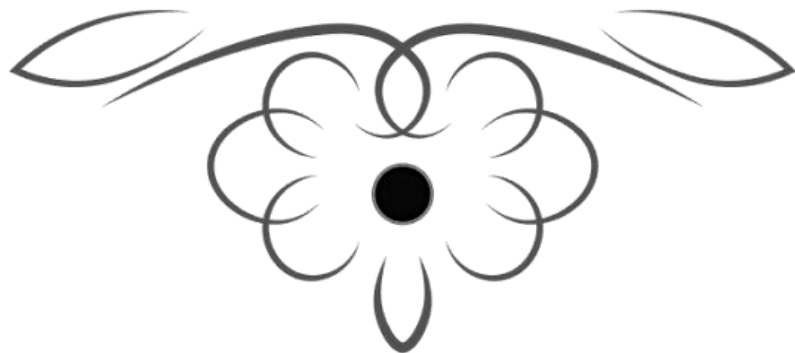
جوانب الاستفادة من الدراسات السابقة:

- الاعتماد على النتائج المتوصل إليها حيث اعتبرناها في دراستنا الحالية بمثابة القاعدة الأساسية من أجل التوجه نحو بحث جديد في الهوية الافتراضية وتمثلانها لطلبة الجامعيين عبر منصة فايسبوك وكذلك للانطلاق في الجانب النظري لدراستنا .
- الاستفادة من ضبط بعض المفاهيم الخاصة بدراستنا خاصة مفهوم الهوية الافتراضية الذي كان مفهوما أساسيا في جميع الدراسات السابقة .
- الاستفادة كذلك من المراجع المستخدمة خاصة المتعلقة بالهوية الافتراضية .
- الاستفادة كذلك من الجانب الميداني وذلك في طريقة تحليل الجداول في الدراسات السابقة.



الفصل الثاني

الإطار النظري للدراسة



المبحث الأول: الهوية الافتراضية

1. الهوية الافتراضية: النشأة والمفهوم

الهوية الافتراضية واحدة من المفاهيم المستحدثة الناتجة عن ترسب ظاهرة التفاعل الكبير مع الشبكات الافتراضية كمعطى اجتماعي حتمي اليوم، (بلعباس، استخدامات الفايسبوك والهوية الافتراضية لدى الطلبة الجامعيين، (طلبة جامعة بسكرة نموذجاً)، 2018.2019، صفحة 179) حيث يتمثل النشاط الرئيسي لها في تبادل المعلومات وهذا التبادل الحاصل بين المستخدمين للرسائل هو تبادل للهويات وهو احد أهم هذه التبادلات، ولقد ارتبطت الهوية الافتراضية بظهور تكنولوجيا الاتصال الحديثة في الحياة اليومية خاصة تشكيل الويب 0.2 على شبكة الانترنت (فضيلة، 2015/2014، صفحة 182) والذي سهل عملية تنوع وتطوير استخدامها، وأصبح اليوم من السهل الولوج إليها عن طريق تقنية (الواي فاي Wi-Fi) أو تقنية الشرائح الذكية 3G/4G/5G وغيرها من المساحات العامة والخاصة (بلعباس، استخدامات الفايسبوك والهوية الافتراضية لدى الطلبة الجامعيين، (طلبة جامعة بسكرة نموذجاً)، 2018.2019، صفحة 178) ومن اجل تحقيق عملية التواصل والتفاعل الرفيع بين مستخدميها، استدعى ذلك ضرورة تمثيلهم رقمياً في هويات افتراضية أو رقمية أو شبكية. من خلال اسم مستعار أو في العاب الفيديو عبر الانترنت أو في العوالم الافتراضية 3D وهذا ما أشارت إليه الباحثة الأمريكية "TurKle" أن العالم الافتراضي أصبح مكاناً يسمح للأفراد بتجريب العديد من الهويات، كما يجب على الفرد عند ولوجه لهذه المجتمعات أن يشكل هوية بواسطة طرق ووسائل أتاحت له ووضعت تحت تصرفه (فضيلة، 2015/2014، صفحة 182)

وقد عرف محمد رحومة الهوية الافتراضية على أنها السمات والمواصفات التي يقدمها الفرد الطبيعي للآخرين عبر الانترنت فتكون عملية الاتصال تتم بين ثلاثة أطراف وليس طرفين وهي الشخص العادي والهوية الافتراضية والأشخاص الآخرون، وهكذا يظهر أن الفرد يتمتع بقدر من الحرية في عرض هويته الافتراضية فيمكنه أن يقدم نفسه كما يشاء وعلى النحو الذي يريده وهو السلوك الذي قد يتعذر عليه في المجتمع الواقعي. (اسمهان، 2017.2018، صفحة 130)

كما عرفها الباحث الهولندي "Jacob Van Kokswijk" بأنها تمثيل للهوية في بيئة افتراضية التي يمكن أن توجد بشكل مستقل عن تحكم الفرد ويمكن أن تتفاعل بشكل مستقل في نظام الكتروني، وتشمل جميع مضامين المضامين والمحتويات التي ينشئها المستخدم للتعبير عن ذاته داخل الشبكة، (سارة، 2021، صفحة 140)

وتعرف أيضا الهوية الافتراضية بأنها مجموعة المعلومات والبيانات التي تخص الفرد على وجه التحديد، ويمكن تعريفها بأنها الرابط التكنولوجي بين الكيان الحقيقي الشخص والافتراضي واجهة الملف الشخصي Profile أو الصفحة الرقمية (تومي فضيلة، 2015، صفحة 247).

2. مكونات الهوية الافتراضية

- الإحداثيات (المعلومات المحدثة): تتمثل في الأسئلة التالية: كيف وإلى أين ومتى يتصل بي؟ وهي عبارة عن جمع البيانات الرقمية التي تسمح لك بإنشاء اتصال مع فرد آخر لتحديد موقعه السابق، ومعرفته، مثل: البريد الإلكتروني، رقم الهاتف، عنوان IP.
 - الشهادات: (مما يدل على الهوية) تسمح هذه الأخيرة بالتعرف على المستخدم بطريقة أو بأخرى فريدة وأمنة لنقل واستقبال المعلومات الرقمية عن طريق وسائط رقمية مثل Card Space أو Open ID وغيرها.
 - التعبير: مع الأخذ بعين الاعتبار جميع المحتويات التي يتم تحميلها من البرامج والمنصات والخدمات مثل المدونات Word Press و Over blog.
 - الاستعراضات: يمكن أن تعنى بمنتج مثل Beauté أو خدمة على شبكة الانترنت.
 - الهويات: تركز على موضوعات مختلفة مثل: الطبخ، السيارات، الألعاب، الحيوانات... الخ وغالبا ما يشارك المستخدمون في هذه المجتمعات المتخصصة حسب الموضوعات التي تثير اهتماماتهم.
 - المعرفة: التي تنتقل عن طريق الموسوعات أو المعارض الأسئلة التعاونية مثل: Google answer والمدونات المتخصصة.
 - الصورة الرمزية: أو ما يماثلني في العالم الافتراضي وفي الألعاب عبر الانترنت.
 - الجمهور: يمكن ان يمتد الجمهور الذي اعرفه إلى مجموعات من الأفراد Face book و MySpace أو مواقع التعارف مثل Meetic.
 - الاستهلاك: وهذا ما ينعكس في المشتريات والمقتنيات، ووسائل الدفع المستخدمة، وكذا الصفحات التي تمت زيارتها، والمنتجات التي تمت زيارتها وإنشاء ملفات تعريف التجار... الخ.
 - السمعة: تشمل سمعة الفرد وموثوقيته على شبكة الانترنت مثل Obay والخدمات المتخصصة في إدارة السمعة على الانترنت.
 - المهنة: من خلال تسليط الضوء على الشبكات الاجتماعية المهنية مثل: Videos.
- النشر: يتمثل في كل المحتوى المشترك والمتبادل من قبل المستخدمين مثلشرطة الفيديو، الصور، الموسيقى وكذا مواقع الألعاب الاجتماعية (فضيلة، 2015/2014، صفحة 189.190)

3. أنواع الهوية الافتراضية :

تتعدد الهويات الافتراضية وتختلف باختلاف الفضاءات الرقمية، تبرز ملامحها وتمظهراتها في المجتمع الشبكي من خلال ثلاث أنواع رئيسية وهي كالتالي:

أ- الهوية التصريحية: *Identité déclarative*

تبرز من خلال المعلومات التي يجري إدخالها من قبل صاحب الحساب مثل: الاسم، تاريخ الميلاد، الصورة، أي أن هذا النمط يعبر عما يصرح به المستخدم من بيانات أولية حول ذاته.

ب- الهوية النشطة: *Identité agissante*

تبرز من خلال التقارير الدورية للصفحة عن نشاطات المستخدم مثل: إضافة صديق، أو الانضمام إلى مجموعات معينة، وهذا النمط يكشف عن مختلف الأفعال التي يقوم بها المستخدم عبر الفيسبوك والتي تعطي بدورها انطبعا حول هويته الاجتماعية تحديدا وحول تفضيلاته ومواقفه أيضا .

ت- الهوية المحسوبة: *Identité calculé*

تبرز من خلال متغيرات عددية التي يعدها النظام وتعرض على الصفحة، وتوضح عدد الأصدقاء، عدد المجموعات والتواريخ المهمة (هاجر لعروسي، 2023، صفحة 139.140) وهناك أنواع أخرى تتمثل في مايلي:

- ✓ الهوية المتجددة: تبرز من خلال الأقلية المهاجرة التي تعزز بأصولها وعرض ذلك عبر الصفحة .
- ✓ الهوية ثنائية القطب: تبرز من خلال أقلية تعبر عن ارتباطها العميق في الوقت دائم بالوطن الأم والبلد المستقبل.
- ✓ الهوية العالمية: تعرض انفتاحها على مختلف الثقافات العالمية وانتقال نوعي من هوية مغلقة إلى هوية متحولة ثم هوية هجينة، ونضيف أن الروابط الاجتماعية التي جرى تعزيزها عبر الشبكة لا تخفي حقيقة التغيرات التي تعرفها الممارسات الهوياتية بفعل سهولة التواصل والتفاعل عبر الفضاء الافتراضي والتي تترجم مظاهر الاستيطان الهوياتي في فضاء ثقافي كوني يساهم بطريقة أو بأخرى في إعادة هيكلة الذات الاجتماعية (سلامي اسعداني، 2021، صفحة 142)

4. أشكال الهوية الافتراضية :

يمكن للمستخدم أن يضع هويته في المجتمعات الافتراضية بطريقتين تتمثل في:
الطريقة الأولى: تمثيل الذات من خلال سمات من اختيار المستخدم نفسه عند الولوج إلى أي مجتمع افتراضي مثل: اختيار الاسم، الجنس، العمر... الخ .

الطريقة الثانية: يمكن أن تنشأ الهوية من خلال الكتابة للآخرين، والتي من خلالها ينشأ التفاعل الاجتماعي على الويب، وبالتالي يمكن للمستخدم التمثل في العديد من الهويات الافتراضية (فضيلة، 2015/2014، صفحة 191)

5. خصائص الهوية الافتراضية

- تتميز الهوية الافتراضية بمجموعة من الخصائص تختلف في جزئياتها من بيئة رقمية إلى أخرى لكنها تتفق على العموم في نفس المخرجات وأطرها العامة نذكر منها :
- ✓ إعادة تشكيل الحدود بين العام والخاص: مواقع التواصل الاجتماعي أصبحت تمثل فضاءات لبناء الهوية الفردية ولاستعراض الذات في المجال العمومي يطل من خلالها الأفراد على العوالم الذاتية للآخرين .
- ✓ أشكال جديدة من الفعل الاجتماعي: مواقع التواصل الاجتماعي شكلت فضاءات يحكمها الانسجام الفكري تنتج مضامين سياسية وثقافية .
- ✓ جماليات جديدة: تتجلى في الفضاء العمومي الافتراضي العوالم الذاتية والآراء والأفكار المتعلقة بالشأن العام، وتتجلى هذه الجماليات الجديدة في الطرق التعبيرية للمستخدمين من صور ونصوص وفيديوهات.
- ✓ المستخدم المتكبر: تحول الجمهور من الفضاء العمومي الافتراضي إلى الجمهور المنتج للمحتوى، فهو ليس مجالاً تمثيلاً تتحدث النخبة باسم الجماهير كما في الفضاء العمومي النخبوي، فالمستخدم في الفضاء العمومي الافتراضي يبتكر وينتج مضامين قد تتعلق بالعوالم الذاتية للمستخدم أو ذات العلاقة بالحياة العامة.
- ✓ نخب جديدة: أفرزت مواقع التواصل الاجتماعي نخبا جديدة تتكون من المدونين ومشرفي الصفحات (الادمين). (سلامي اسعداني، 2021) .
- ✓ إلغاء مفهوم الزماني والمكاني: استطاعت الهوية الافتراضية من خلال فضاءاتها المختلفة داخل العوالم الافتراضية والشبكات الاجتماعية من تجاوز مسألة الزمان والمكان فيمكنك التفاعل مع شخص في اليابان وأنت في كندا في نفس اللحظة مع الأصدقاء من أوروبا وإفريقيا حول ذات الموضوع واللحظة وداخل نفس المجموعة الحوارية.
- ✓ تغيير شبكة العلاقات الاجتماعية: لا يمكن تجاوز التغيير في نمط تشكيل العلاقات الاجتماعية داخل الفضاءات التواصلية عنها داخل الواقع الاجتماعي الطبيعي، الذي لا يمكن أن تتجاوز حدوده الفئات المترابطة والمتقاربة من الأهل والأقارب
- ✓ والجيران وأهل الحي وأهل المسجد والمدرسة وغيرها، غير ان الفضاءات الافتراضية فتحت الباب واسعا أمام تشكيل نمط جديد من العلاقات يمكّنك وأنت في حيك الشعبي من التعرف على شخص في عاصمة

نيويورك وهكذا فان ما يتيح لك التعرف بغيرك مرهون بإزادتك وتمكّنتك من اللغة التواصلية التي تفتح لك مجالا هاما من بناء شبكة العلاقات الاجتماعية الجديدة بهويتك الافتراضية.

✓ تجاوز مسألة الخصوصية الفردية: لقد بات واضحا بما لا يدع مجالا للشك أن الواقع الافتراضي من خلال الهويات الافتراضية كسر كل أنماط الخصوصية فالمعلومات متاحة لكل طبعا ما يريد الفرد إظهاره للآخرين ومشاركته معهم دون معرفة من يكونون، على خلاف الواقع الحقيقي فان التعامل مع الأشخاص يكون بشكل مباشر وليس لهم معرفة إلا المتاح الذي تريده أنت، أما في الفضاءات التفاعلية الرقمية فان الهوية الافتراضية متاحة للجميع من خلال مشاركتها وصورها وتعليقها " إن هذا الجيل يتخلى عن خصوصيته ليس بسبب الشبكات الاجتماعية فحسب، بل لأنهم يجيبون بكل سرور عن حياتهم الخاصة تطرحها عليهم الشركات، وهذه ليست إلا البداية فنحن نتحرك على ما يبدو نحو عالم ستكون متصلا فيه بالجميع طوال الوقت وأينما تذهب وذلك من خلال الجهاز الصغير الذي تحمله في راحة يدك."

✓ إلغاء مسألة النوع الاجتماعي: تعتبر مسألة الجندر، أو النوع الاجتماعي من أكثر المسائل تشابكا في الواقع الاجتماعي إذ تتداخل فيها عديد الحساسيات وانبثقت منها المواضيع لا تقل حساسية عن دور المرأة والمساواة والعنف ضدها ومسألة التحرش وغيرها من المواضيع المترابطة كالعقد الانشطارية، غير ان هذه المواضيع المعقدة تكاد تختفي كليا فالهوية الافتراضية تخضع لرغبة الفرد، قد تكون فتاة بحساب شاب أو رجل بحساب امرأة وللفتاة مطلق الحرية في اختيار مجالات تفاعلاتها من الفتيات فقط أو من سواهن، فمختلف الإشكاليات المتعلقة بالنوع الاجتماعي لا تكاد تكون مطروحة في الفضاءات التفاعلية على مستوى الهوية الافتراضية.

✓ الشعور بالانتماء للخارج الواقعي: الشعور بالانتماء هو من صميم مقومات الهوية الواقعية التي ترسم لذاتها دوائر انتماء تختلف وتوسع وتضيق بحسب الفرد ومحيطه الجغرافي، وهي حاجة ملّحة من حاجات الفرد الأساسية، يدفعه شعوره بالانتماء إلى تعزيز مكانته الاجتماعية وتطوير دوره في الحفاظ على البنية الأساسية للمحيط الذي ينتمي إليه، غير ان الهوية الافتراضية وعلى النقيض فإنها تبتلع الفرد في أطرها وتجرده من كل انتماء فلا حدود جغرافية ولا معطيات زمانية ولا تاريخ ولا ماض كل شيء وليد اللحظة التي يعيشها الفرد في إطار مقومات هويته الافتراضية مع شبكة علاقاته الاجتماعية في عالمه الافتراضي، وهذا الأمر يجعله ينسلخ بشكل تدريجي من انتماءاته الخارجة لصالح الانتماء للعالم الافتراضي ويزداد الأمر تعقيدا كلما ازداد استخدام الفضاءات الرقمية وتعمق التعلق بها (بلعباس، استخدامات الفايبروك والهوية الافتراضية لدى الطلبة الجامعيين)، (طلبة جامعة بسكرة نموذجاً)، 2018.2019، الصفحات

6. أسس وقيم الهوية الافتراضية:

الهوية الافتراضية مؤسسة على قيم وأسس منها:

✓ تصدع الزمن: فالانخراط في شبكة يعني القدرة على التواجد في زمانين مختلفين زمن الشبكة وزمن الفعلي، كما يعمل على تغييب مفهوم المستقبل وحصره في حفظ الحاضر واستدامته عبر آلية تخزين الصور والتقاط أي حدث تعيشه الذات الهوس بتحويله إلى فعل افتراضي بعد تجريده من واقعيته عبر آليات السلفي، ويعمل على تذكيرك كل يوم بأحداث وقعت لك في نفس اليوم. بذلك يتحول الحاضر إلى ماضي ويتحول الماضي إلى مستقبل في انقلاب جذري لمفهوم الزمن.

✓ تغيير مفهوم الواقع: عندما كان التلفاز في بداية انتشاره توقع الفيلسوف الألماني غونتر أندرس في إحدى تأملاته هذا الخطر القائم من صندوق العجب هذا، قائلاً: "عندما يصبح الشبح حقيقياً، يصبح الحقيقي شبحاً، فريدريك هيغل لم يكن يتوقع أن رؤيته لحركية التاريخ والذي حدد نقطة نهايتها في تطابق الفكر والواقع، قد انزاحت عن مسارها هنا وهناك ضياع وسط عالم افتراضي، الذي التهم الواقع الفعلي وجعل وجوده رهين بوجود شبكة الاتصال وبوجود كهبراء.

أدت عملية رقمنة العالم إلى انتزاع الواقعية عنه، وصار من العسير التحكم في الظاهرة، حيث اكتسح العالم الافتراضي العالم الواقعي، حيث الواقعي أصبح افتراضياً و الافتراضي أصبح واقعياً.

✓ الهوية الرقمية: اعتبر مؤسس منصة التواصل فايسبوك أنه بالنسبة لمواطن الغد، تشكل الهوية أعلى السلع، وهو ما يكشف أن استمرار نسق العولمة مرتبط بنمط الهوية والشخصية التي تتفاعل مع نظم العولمة وتتجاوب معها، لأن كل هوية عنيدة رافضة تعني خسائر متتالية. ربما تكون الفرضية أ، بناء العلاقة مع الذات ومع العالم على أساس عقلائي تكون هي الجسر لبناء هوية منفتحة على العالم ومتصالحة مع ذاتها.

إن أهم ما يمكن إثارته أن الهوية الافتراضية أصبحت سلعة تصنع في أماكن غير معروفة أو في اللامكان، وهو ما يجعلها هوية معذبة، تزداد عذاباتها من خلال فقدان السيطرة على الذات واختراق الفضاءات واستباحة الخصوصية لأن أغلب المعطيات الخاصة أصبحت مكشوفة لدى المتحكمين من خلال التلاعب وتوظيف المعلومات الخاصة لأغراض سياسية إضافة إلى تدمير مبدأ التناقض وترسيخ مبدأ لامعيارية الحقيقة (سلامي

اسعداني، 2021، صفحة 141)

المبحث الثاني : منصات التواصل الاجتماعي

1. منصات التواصل الاجتماعي النشأة والمفهوم :

يرجع ظهور مفهوم الشبكات الاجتماعية إلى عالم الاجتماع جون بارنز John A. Barnes في عام 1954، حيث كانت تستخدم في ربط علاقات بين الأفراد من مختلف الدول باستخدام الرسائل الاعتيادية المكتوبة وساهم ظهور شبكة الانترنت في انتشار ظاهرة التواصل الاجتماعي، وتطوير الممارسات المرتبطة بشبكات التي تسمى وسائل الإعلام الاجتماعية عبر الانترنت المبنية على التطبيقات Applications، التي تركز على بناء شبكات اجتماعية أو علاقات اجتماعية بين البشر من ذوي الاهتمامات المشتركة أو النشاطات المشتركة، وتعتمد مواقع الإعلام الاجتماعية أو شبكات التواصل الاجتماعي الرقمية أساسا على التمثيل، بحيث يكون لكل مستخدم ملف شخصي Profile، وكذلك خدمات متعددة أخرى تسمح للمستخدمين بتبادل القيم والأفكار والنشاطات والأحداث والاهتمامات في إطار شبكاتهم الشخصية. (الزلب، 2023)

وتعتبر منصة Geocities هي أول شبكة اجتماعية ظهرت في الولايات المتحدة الأمريكية على الانترنت عام 1994م، تلتها بعد عام واحد منصة Theglobe.com، ثم منصة Classmates.com عام 1995م للربط بين زملاء الدراسة، ومنصة Six Dehrees.com عام 1997م، الذي ركز على الروابط المباشرة بين الأشخاص، وظهرت في هذه المنصة ملفات شخصية للمستخدمين وخدمة إرسال الرسائل الخاصة لمجموعة من الأصدقاء. (توفيق، 2018، صفحة 21).

وتبع هذه المنصة في الظهور عام 2003م منصة Myspace.com ثم ظهرت منصة Face book التي سهلت للمستخدمين تبادل الأخبار والمعلومات فيما بينهم وإتاحة الفرصة للأصدقاء للوصول إلى ملفاتهم الخاصة وأصبحت المنصة الأخيرة لا تؤثر فقط في نطاق المجتمع الافتراضي، بل أثرت على واقع حياة المتعاملين الاجتماعية، السياسية، الثقافية، والدينية. بعد ذلك توالى عدة منصات أخرى (الشاعر ع.، 2015، صفحة 19).

وفي تطور لافت أطلقت شركة خدمات الانترنت الأمريكية جوجل "Coogle" في جوان 2011 رسميا خدمة التواصل الاجتماعي باسم غوغل بلس (Google +) لمنافسة منصة التواصل الاجتماعي فايسبوك، ولكن شركة غوغل قررت إغلاق هذه الخدمة بعد وقت قصير جدا لم يتجاوز العامين لأسباب لن تعلن عنها، وكان موقع التواصل الاجتماعي Google + يقدم خدمات مثل : خدمة الدوائر Circles التي تسمح للمستخدمين بتصنيف العلاقات الشخصية الخاصة بهم وتقسيمها في دائرة للأصدقاء وأخرى لزملاء العمل أو الجامعة وأخرى للعائلة والمعارف، وتتميز خدمة غوغل + بالسهولة في إدارة جهات الاتصال ومرونة التحكم بإضافة مجموعة الأهل والأصدقاء، كما أنها تقدم خدمة Google han gouts التي تسمح بإجراء محادثات نصية فردية وجماعية

بالصوت والصورة بين الأشخاص الموجودين في الدوائر المختلفة الخاصة بالمستخدم على الموقع ، بالإضافة إلى خدمات أخرى بعد ذلك تواصل ظهور منصات وتطبيقات المواقع الاجتماعية في كثير من البلدان محاولة منافسة المواقع الكبيرة (الزلب، 2023) .

تميزت نشأة منصات التواصل الاجتماعي بمرحلتين مهمتين هما:

المرحلة الأولى: مرحلة الجيل الأول (Web 0.1) وظهرت في هذه المرحلة منصات ذات صفحات ثنائية ذات مجال صغير وضيق للتفاعل بين الأفراد، وتعد هذه المرحلة البداية الأولى لوسائل التواصل الاجتماعي إذ تميزت هذه المرحلة بظهور ثلة من المنصات الاجتماعية في أواخر التسعينات مثل: (كلاس سيتس) عام 1995م للربط بين زملاء الدراسة ومنصة (ديغريس degrees) عام 1997م، حيث ركزت المنصة على الروابط المباشرة بين الأشخاص، وظهرت في تلك المنصات الملفات الشخصية للمستخدمين وخدمة إرسال الرسائل الخاصة لمجموعة من الأصدقاء .

المرحلة الثانية: وهي المرحلة التي ظهر بها الويب (web 2.0) حيث ظهر كمصطلح عام 2004م على يد "dale Dougherty" ليعبر عن التطور الكبير في البرمجيات والتطبيقات على الويب، وأهم الشبكات التي ميزت البدايات الأولى للويب 2.0، منصة فيرندستر ، منصة فايسبوك ، منصة ماي سبيس بالإضافة إلى شبكات أخرى وهي منصة شبكة لينكد ان ، منصة شبكة هاي فايف ، منصة شبكة تويتر ، منصة شبكة اليوتيوب ، فرغم تعدد هذه الشبكات يعتبر الفاييسبوك وتويتر وانستغرام و تيك توك و اليوتيوب الأكثر استخداما (بنسليمان، 2022، صفحة 451) .

■ تعريف عامة لمنصات التواصل الاجتماعي :

تعتبر منصات التواصل الاجتماعي أكثر المنصات على شبكة الانترنت انتشارا وقد زادت شهرتها في السنوات الأخيرة بشكل كبير نظرا للخدمات التي تقدمها للأفراد بحيث تمكنهم من التواصل فيما بينهم وتبادل الأفكار والمعلومات والملفات والصور ومقاطع الفيديو وتعددت تعريفات منصات التواصل الاجتماعي، واختلفت من باحث إلى آخر (شمس الهدى بن ميلود، 2020، صفحة 29) .

عرفها راضي زاهر: بأنها منظومة من الشبكات الالكترونية التي تسمح للمستخدم فيها بإنشاء منصة خاصة به ومن ثم ربطها من خلال نظام اجتماعي الكتروني مع أعضاء آخرين بهذه المنصة ويشترك هؤلاء الأفراد في الاهتمامات والهويات (بوطالب حمزة، 2021، صفحة 443) .

عرفتها هبة محمد خليفة: على أنها منصات فعالة جدا في تسهيل الحياة الاجتماعية بين مجموعة من المعارف والأصدقاء كما تمكن الأصدقاء القدامى من الاتصال بعضهم البعض بعد طول سنوات وتمنكم أيضا من

التواصل المرئي والصوتي وتبادل الصور وغيرها من الإمكانيات التي توطن العلاقة الاجتماعية (سعداوي فاطمة الزهراء، 2020، صفحة 732).

. ويعرف "بويد" و "اليسون" Boyd & Ellison منصات التواصل الاجتماعي على أنها: "خدمات على الانترنت تسمح للفرد ببناء أو إنشاء ملف أو صفحة عامة أو خاصة في إطار نظام محدد، تتضمن قائمة المستخدمين الآخرين الذين يتشاركون معه الاتصال، ومن خلال صفحته يمكنه استعراض ونقل قوائم اتصال غيره من المستخدمين، وما تحوي من قوائم داخل النظام (الصوافي)، استخدام وسائل التواصل الاجتماعي لدى طلبة الحلقة الثانية من التعليم الاساسي في محافظة شمال الشرقية بسلطنة عمان وعلاقته ببعض المتغيرات ، 2014/2015، صفحة 19).

. كما عرفتها الباحثة استير داسيون "Esther Dyson": بأنها منصات الكترونية تسمح للأفراد التعريف بأنفسهم والمشاركة في شبكات اجتماعية، كما أنها تسهل عملية إنشاء علاقات اجتماعية مختلفة تتمحور حول مركز اهتمام مشترك، وتتكون هذه الشبكات من مجموعة من الفاعلين الذين يتواصلون مع بعضهم البعض ضمن نظام محدد، صدقات أعمال مشتركة، أو تبادل معلومات وغيرها، وتتم المحافظة على وجود هذه الشبكات من خلال استمرار تفاعل الأفراد فيما بينهم. (حمزة، 2023/2022).

2. أنواع منصات التواصل الاجتماعي :

نوع أساسي: وهذا النوع يتكون من ملفات شخصية للمستخدمين وخدمات عامة مثل الرسائل الشخصية، ومشاركة الصور والملفات الصوتية والمرئية والروابط والنصوص والمعلومات بناء على تصنيفات محددة، مرتبطة بالدراسة أو العمل أو النطاق الجغرافي مثل منصة فايسبوك وماي سبيس وهاي فايف .

نوع مرتبط بالعمل: وهو من أنواع منصات التواصل الاجتماعية الهامة، وهي تربط أصدقاء العمل وأصحاب العمل والشركات بشكل احترافي، وتتضمن ملفات شخصية للمستخدمين تحوي سيرتهم الذاتية وما قاموا به في سنوات دراستهم وعملهم ومن عملوا معهم (وفاء، 2022/2021، صفحة 136).

مميزات إضافية: هناك بعض المنصات الاجتماعية توفر مميزات أخرى مثل التدوين المصغر Micro Blogging مثل منصة تويتر والشبكات الجغرافية مثل برايت كايت (Bright Kite).

المواقع العربية: من أشهر المنصات الاجتماعية العربية منصة عربيز (3rbeze)، حيث تم إنشائه في فبراير 2009، وكان مخصصا للعرب في ألمانيا فقط، لكنه انتشر بسرعة بين الدول العربية، والجدير بالذكر ان هناك منصة اجتماعية عربية أخرى لكن عدد كبير منها فقدت السيطرة على محتواها، فلا يوجد فيها رقابة على جودة المعروض داخلها، كصور وملفات مخلة بالأداب العامة.

المنصات الاجتماعية والأعمال: لا تتوقف الشبكات الاجتماعية فقط عند الربط بين الأصدقاء والأشخاص، بل هناك شبكات تجمع رجال الأعمال وأصحاب الشركات والعاملين بها، والمثال الأشهر على ذلك منصة لينكد ان (Linkedin)، الذي جمع أكثر من 20 مليون مشترك، وأكثر من 150 حرفة مختلفة. (جرار، 2012، صفحة 41.40).

3. خصائص منصات التواصل الاجتماعي :

تشارك منصات التواصل الاجتماعي في خصائص أساسية أبرزها:

- الملفات الشخصية أو الصفحات الشخصية (Profile Page): من خلال الملفات الشخصية يمكنك التعرف على اسم الشخص و معرفة المعلومات الأساسية عنه مثل: الجنس، تاريخ الميلاد، البلد، الاهتمامات والصورة الشخصية، فمن خلال الصفحة الرئيسية للملف الشخصي يمكن مشاهدة نشاط الشخص مؤخرا ومعرفة من هم أصدقائه و ماهي الصور الجديدة التي وضعها إلى غير ذلك من النشاطات .
- الأصدقاء(العلاقات): وهم بمثابة الأشخاص الذين يتعرف عليهم الشخص لغرض معين، حيث تطلق المواقع الاجتماعية مسمى "صديق" على الشخص المضاف لقائمة الأصدقاء، بينما تطلق بعض المواقع الاجتماعية الخاصة بالمحترفين مسمى "اتصال أو علاقة" على الشخص المضاف للقائمة.
- إرسال الرسائل: وتتيح هذه الخاصية إمكانية إرسال رسالة مباشرة للشخص سواء كان في قائمة الأصدقاء لديك أم لم يكن.
- البومات الصور: تتيح الشبكات الاجتماعية لمستخدميها إنشاء عدد لا نهائي من الألبومات ورفع مئات الصور عليها، وإتاحة مشاركة هذه الصور مع الأصدقاء للإطلاع والتعليق عليها. (جرار، 2012، صفحة 42.41)
- المجموعات المفضلة: تتيح كثير من منصات الشبكات الاجتماعية خاصة إنشاء مجموعات اهتمام بمسمى معين وأهداف محددة، وتوفر لمالك المجموعة والمنضمين إليها مساحة أشبه ما تكون بمنتهى حوار مصغر وألبوم صور مصغر، كما تتيح خاصية تنسيق الاجتماعات عن طريق ما يعرف ب: Events أو الأحداث ودعوة أعضاء تلك المجموعة له ومعرفة عدد الحاضرين والغائبين.
- الصفحات الإعلانية: ابتدعت هذه الفكرة شبكة الفايسبوك، واستخدمتها تجاريا بطريقة فعالة، حيث تعمل حاليا على إنشاء حملات إعلانية موجهة تتيح لأصحاب المنتجات التجارية أو الفعاليات توجيه صفحاتهم وإظهارها لفئة محددة من المستخدمين. ويقوم الفايسبوك باستقطاع مبلغ عن كل نقرة يتم الوصول لها من قبل أي مستخدم على الإعلان. (محمدي، 2016، صفحة 57).

- المشاركة: وسائل المنصات الاجتماعية تشجع على المساهمات وردود الفعل من الأشخاص المهتمين، حيث أنها تطمس الخط الفاصل بين وسائل الإعلام والجمهور (لحبيب بن عربية، 2021، صفحة 146). بمعنى ان منصات التواصل الاجتماعي تشجع على المشاركات وردود الفعل من الأشخاص المهتمين عبر كافة أنحاء العالم من خلال الحوار وتبادل الصور والفيديوهات، وهي بذلك تقطع كل الحدود الجغرافية والزمنية بين كل أفراد العالم . (كايلي، 2020، صفحة 611)
- الانفتاح: معظم وسائل الإعلام عبر منصات التواصل الاجتماعي تقدم خدمات مفتوحة لردود الفعل والمشاركة أو الإنشاء والتعديل على الصفحات حيث أنها تشجع التصويت والتعليقات وتبادل المعلومات، ونادرا ما توجد أية حواجز أمام الوصول والاستفادة من محتوى .
- المحادثة: تتميز منصات التواصل الاجتماعي و وسائل الإعلام الاجتماعي التقليدية من خلال إتاحتها للمحادثة في اتجاهين، أي المشاركة والتفاعل مع الحدث أو الخبر أو المعلومة المعروضة لحظة بلحظة (لحبيب بن عربية، 2021، صفحة 146).
- التفاعل مع المجتمع : تسمح منصات التواصل الاجتماعي للمجتمعات المحلية تشكيل مواقعها الخاصة بسرعة أو التواصل بشكل فعال ومن ثم ترتبط تلك المجتمعات وتتفاعل في العالم أجمع حول مصالح واهتمامات مشتركة مثل: حب التصوير الفوتوغرافي، برنامج تلفزيوني مفضل أو قضية سياسية ويصبح العالم بفعل قرية تحوي مجتمعا الكترونيا متقاربا.
- الترابط: تتميز منصات التواصل الاجتماعي بأنها عبارة عن شبكة اجتماعية مترابطة مع بعضها البعض، وذلك عبر الوصلات والروابط التي توفرها صفحات تلك المنصات والتي تربط الشخص بمنصات أخرى للتواصل الاجتماعي، مثلا: خبر ما يكون على مدونة شخص فيعجبه فيقوم بإرساله إلى معارفه، وهكذا مما يسهل ويسرع من عملية انتقال المعلومات.
- سهولة الاستخدام : تتميز منصات التواصل الاجتماعي بسهولة الاستخدام لبساطتها إذ يمكن لأي شخص يمتلك مهارات أساسية في الانترنت التواصل مع كافة أنحاء العالم عبر هذه المنصات، خاصة أنها مجانية وتواصل مفتوح أمام الجميع. (كايلي، 2020، صفحة 611.612).

4. مكونات منصات التواصل الاجتماعي:

تتكون منصات التواصل الاجتماعي عموما من عدة منصات أهمها :

- منصات التواصل الإلكترونية: وهي المنصات التي تسمح بإنشاء صفحات خاصة بالأشخاص والتواصل مع أصدقائهم ومعارفهم مثل: منصة ماي سبيس و فايسبوك.

✚ المدونات الالكترونية "Blogs": وهي منصات الكترونية تمثل مفكرات شخصية تسرد من خلالها الأفكار الشخصية للأفراد أو الجماعات وهي مفتوحة أمام الجميع.

✚ الويكي "Wikis": وهي الصفحات التي ينشئها العامة عبر منصة موسوعة مفتوحة مخزنة على جهاز خادم عام، أشهرها منصة "ويكبيديا"، وهي تسمح للأشخاص العاديين بإضافة أو تدقيق أو تعديل صفحات عن معلومة أو تعريف معين على هذه الموسوعة الالكترونية ذات المصدر المفتوح.

✚ البودكاستس "podcasts": أو منصات البث الالكتروني وهي المنصات التي خدمة تحميل أو تنزيل الأغاني والأفلام للمشركين في هذه المنصة أو برنامج التنزيل مثل منصة "أبل آي تيونز". (وفاء، 2022/2021، صفحة 137)

✚ المنتديات الالكترونية "Forums": وهي منصات توفر صفحات الكترونية للتعبير عن الرأي وكتابة المواضيع العامة، وهي عادة ما تدور حول موضوع معين أي لكل منتدى تخصص معين مثل: منتدى للموسيقى وهي من أكثر منصات التواصل الاجتماعي انتشارا لأنها سهلة الاشتراك ولا تحتاج لتقنية كبيرة لإضفاء موضوع كما في المدونات مثلا.

✚ محتوى المجتمعات "Content Communities": هي المجتمعات التي تنظم وتبادل أنواع معينة من المحتوى، والأكثر شعبية منها هو محتوى المجتمعات التي تميل إلى تشكيل روابط حول صورة (flickr)، أو حول رابط كتاب (del.icio.us)، أو فيلم فيديو (يوتيوب).

✚ المايكروبلوجز "Microblogging": هي منصات تجمع بين ميزات منصات التواصل الاجتماعية من حيث إنشاء صفحة بمعلوماتك الخاصة، وبين ميزات المدونات الالكترونية من حيث سهولة نشر أخبارك الخاصة وتوفير قناة إعلامية خاصة بك، وهذه التحديثات "updates" تتم إما عبر الانترنت أو عبر الهاتف المحمول، و توتير هو خير مثال عليها. (خالد غسان، 2013، صفحة 26.25)

5. خدمات منصات التواصل الاجتماعي :

تقدم الشبكات الاجتماعية أو صفحات الويب خدمات عديدة لمتصفحها:

- تتيح لهم حرية الاختيار لمن يريدون في المشاركة معهم في اهتماماتهم، وبظهور شبكات التواصل الاجتماعي مثل الفايسبوك وغيره توسعت الخدمات المرجوة من هذه الشبكات ومنحت متصفحها إمكانيات واسعة في تبادل المعلومات في مجالات التعليم والثقافة وغيرها.
- تقدم خدمة التواصل بين الأعضاء المنتسبين لها حيث يمكن لأحد المستخدمين الارتباط بأحد الأصدقاء عبر المنصة ليصل جديد ما يكتب ويضيف ذلك الصديق إلى صفحة صديقه.

- تمكن المستخدم من التحكم في المحتوى الذي يظهر في صفحته فلا يظهر إلا ما يضيفه الأصدقاء من كتابات وصور ومقاطع.
- إتاحة المجال للأفراد في الدخول إلى المنصات الاجتماعية والتعريف بأنفسهم ومن التواصل مع الآخرين اللذين تربطهم اهتمامات مشتركة. (محمد م.، 2015، الصفحات 447-448).

6. أهم منصات التواصل الاجتماعي:

أ- منصة اليوتيوب You Tube :

يعد من أوائل استخدامات منصات التواصل الاجتماعي وهدفه عرض الصور ومشاهدة الأفلام، وهو عبارة عن منصة إلكترونية تسمح وتدعم نشاط تحميل وتوزيع ومشاركة الأفلام بشكل عام ومجاني، وهو يسمح بتدرج في تحميل وعرض الأفلام القصيرة، من أفلام عامة يستطيع الجميع مشاهدتها إلى أفلام خاصة يسمح فقط لمجموعة معينة بمشاهدتها. كما يعرف على أنه منصة لمقاطع الفيديو متفرع من Google يتيح إمكانية التحميل عليه أو منه لعدد هائل من مقاطع الفيديو، وهناك أعداد كبيرة للمشتركين فيه ويزورون الملايين يوميا، وتستفيد منه وسائل الإعلام بعرض مقاطع الفيديو التي لم تتمكن شبكات مراسيلها من الحصول عليها، كما يستفيد مرطادي منصة Face book من مقاطع الفيديو وعرضها على صفحاته، ويعتبر You Tube من منصات التواصل الاجتماعي الهامة (بركات، 2015/2016، صفحة 176).

تأسست هذه المنصة في بداية عام 2005 على يد ثلاثة موظفين سابقين في شركة باي بال (Pay Pal) وهؤلاء الموظفين هم تشاد هيرلي Chad Harley و ستيف تشين Steve Chcn وجاود كريم Jawed Karim في مدينة سان برونو في ولاية كاليفورنيا في الولايات المتحدة الأمريكية، وقد تم إطلاق نسخة تجريبية منه عام 2005 وبعد فترة وجيزة تم إطلاق النسخة الرسمية منه (شقرة، 2014، صفحة 90).

وفي عام 2006 قامت شركة غوغل بشراء هذه المنصة مقابل 1.65 مليار دولار أمريكي، ويعتبر اليوتيوب من الجيل الثاني أي من مواقع الويب (2.0)، وأصبح اليوتيوب عام (2006) شبكة التواصل الأولى حسب اختيار مجلة (تايم) الأمريكية، (Rowell 2011) (الدوسري، 2015، صفحة 48).

بحسب موقع أليكسا اليوتيوب هو ثالث أكثر المنصات شعبية في العالم بعد فيسبوك وغوغل، وفي جويلية 2006 صرح المسؤولين عن المنصة بان عدد مشاهدة الأفلام من قبل الزوار ككل يصل إلى (100) مليون يوميا، وقد بلغ عدد مستخدمي منصة اليوتيوب أكثر من مليار مستخدم في عام 2015م (للاستشارات، 1438، صفحة 36)، وقد استعملت 45 لغة في يوتيوب وكانت نسبة المشاهدين لليوتيوب من خارج الولايات المتحدة 70% من إجمالي المشاهدين. وكانت نسبة 10% من المحتوى الواضح بصفة عالية ذات تقنية HD، وقد دخل نسبة 13% من الزوار إلى اليوتيوب عبر الأجهزة الذكية (شقرة، 2014، صفحة 91)،

يقوم اليوتيوب على فكرة مبدئية وهي: "بث لنفسك أو ذع نفسك" يوضع هذا الشعار في الصفحة الأولى وهو يعتبر أهم مكان في شبكة الانترنت للمشاركة في الفيديو المجاني. ويعمل يوتيوب وفق المنظومة التالية:

- يستطيع المستخدمون تحميل وتبادل مقاطع الفيديو وتسميتها في جميع أنحاء العالم وتصفح ملايين المقاطع الأصلية التي قام بتحميلها المستخدمون الأعضاء .
- العثور على جماعات فيديو والاتحاق بها وتسهيل الاتصال مع من لديهم الاهتمامات نفسها والاشتراك في خدمة تبادل مقاطع الفيديو المقصورة على الأعضاء وحفظ المقاطع المفضلة.
- دمج مقاطع الفيديو الخاصة بيوتيوب مع مواقع الشبكة التي تستخدم تقنيات حديثة مثل أي بي أي وأيضا جعل مقاطع الفيديو عامة أو خاصة. (صادق، 2008، صفحة 216)

ب-- الانستغرام: عبارة عن تطبيق يسمح للمستخدم بأخذ الصور، وإجراء التعديلات عليها حسب الرغبة والمشاركة وتبادلها مع الاصدقاء عبر منصات التواصل الاجتماعي (وفاء، 2022/2021، صفحة 162)، حيث تسمح منصة انستغرام بتعزيز الاتصالات السريعة عبر الصور والتعليقات عليها أو تسجيل الإعجاب، وهو من المنصات التي اكتسبت شعبية على مستوى الفردي والمؤسسي، وهو تطبيق متاح لتبادل الصور إضافة الى أنها شبكة اجتماعية (الشاعر ع.، 2015، صفحة 66).

تعتبر منصة انستغرام منصة هواة التصوير بجدارة، فهو عبارة عن تطبيق في الهواتف الذكية يطلق عليه اسم الجيل الجديد لمنصات التواصل الاجتماعي والخالية من النصوص الكتابية، وقد استحوذت عليه شركة فايسبوك مقابل 1 مليار دولار، وأصبحت شعبيته في تزايد وانتشار يوما بعد يوم، وقد أتاح هذا التطبيق لمستخدميه إمكانية مشاركة الصور ومقاطع الفيديو القصيرة، حيث تم تطويره ويتجاوز عدد مستخدميه في سنة 2013 ليتجاوز عدد مستخدميه 300 مليون مستخدم (وفاء، 2022/2021، صفحة 162).

تم إطلاق تطبيق انستغرام للتواصل الاجتماعي في أكتوبر من سنة 2010 في ولاية سان فرانسيسكو بالولايات المتحدة الأمريكية من قبل المطور كيفن سيستورم في البداية كان يدعم التطبيق على iPhone و iPad و Pod Touch، ثم تم تطويره في شهر افريل ليدعم منصة Android 2.2 وفي شهر جوان تم وضع أيقونة تصوير الفيديو بالشكل المتقطع للمستخدمين (صحراوي، 2022/2023، صفحة 111)

خصائص الانستغرام:

- مجاني لكلا نظامي التشغيل أندرويد و ios
- التعامل مع مختلف الكاميرات على كافة الأجهزة
- يقدم التطبيق ميزة الخصوصية في النشر، حيث بالإمكان إظهار الصور فقط لمتابعيك ولأصدقائك

- التنبهات، فالبرنامج يتيح خدمة معرفة من قام بالتعليق على الصور الخاصة بك التي تنشرها وماذا علقوا عليها، ويتيح لك معرفة من أشاروا إليك في تعليق ما، ومن أعجبهم الصور الخاصة بك وذلك بشكل منظم وفق ترتيب الأحداث في الأعلى والأقدم في أسفل الشاشة، وبالإمكان إضافة تحكم على هذه التنبهات .
- الربط مع الشبكات الاجتماعية: بما ان Instagram بكل سهولة وسرعة عالية، فبمجرد التقاط الصور يمكن للمستخدم مشاركتها في التطبيق، أو بمجرد الدخول الى مكتبة الصور المخزنة في الجهاز يقوم المستخدم بالضغط نقرا مزدوجا بكل سهولة يتم تحميل الصور على التطبيق.
- إضافة الفلاتر والحدود: بمجرد التقاط أو اخذ الصورة من مكتبة الصور المخزنة على الجهاز المستخدم يوجد اختبارات أسفل الصورة لتحديد الفلتر المناسب، وهذه الفلاتر يملكها تطبيق Instagram حيث تضيف تأثيرات مختلفة على الصور الخاصة بالمستخدم مزيدا من الجمالية للصور وبالإمكان إضافة حواف مدورة إليها أيضا (حمزة، 2023/2022، صفحة 81.80) .

ج- تويتر Twitter :

تم تأسيس تويتر في مارس 2006 من قبل جاك درورسي وإيفان ويليامس وبز ستون والبنية الأساسية لتويتر هي ماكرو بلوغينغ، وهو يجيب على سؤال " ماذا تفعل " لكل مستخدم والذي يتشارك الرسائل مع الآخرين، ويقرا رسائلهم ويرسل رسائله (الحجار، 2017، صفحة 20) ظهر في البداية كمشروع تطوير بحثي أجرته شركة " Odeo الأمريكية في مدينة سان فرانسيسكو وبعد ذلك أطلقتها الشركة رسميا للاستخدام في أكتوبر 2006 وفي افريل 2007 قامت شركة "Odeo" بفصل الخدمة، وتكوين شركة جديدة باسم "Twitter" وبدأت المنصة في الانتشار عالميا كخدمة جديدة من حيث تقديم التدوينات المصغرة ومنذ مارس 2012م أصبحت منصة تويتر متوفرة باللغة العربية (للاستشارات، 1438، صفحة 42).

وتعرف منصة تويتر بأنها شبكة اجتماعية يستخدمها الملايين من الناس في جميع أنحاء العالم للبقاء على اتصال بأصدقائهم وأقاربهم وزملاء العمل من خلال أجهزة الكمبيوتر الخاصة بهم أو الهواتف النقالة، وتسمح واجهة تويتر بنشر رسائل قصيرة تصل إلى 140 حرفا ويمكن قراءتها من طرف مستخدمي المنصة، كما يمكن للمستخدمين مشاركة أنواع أخرى من المحتوى مثل الصور ومقاطع الفيديو (وفاء، 2022/2021، صفحة 152).

وحسب الإحصائيات التي نشرتها منصة Twitter في ذكرى تأسيسه الخامسة فإن هناك أكثر من 106 مليون مستخدم، ليتضاعف بـ 300 ألف مشترك كل يوم في حين تم تحديد عدد حروف التغريدة Tweet المشاركة على Twitter بـ 140 حرفا فإن مستخدميه يرسلون أكثر من 55 مليون تغريدة في اليوم أي 460 تغريدة في الدقيقة وينشط مستخدم Twitter خاصة يومي الخميس والجمعة، وحسب نفس الإحصائيات

فإن 20% من مستخدمي هذا الموقع ينشرون 10 تغريدات أو أكثر في اليوم في حين أن 41% من المستخدمين لم ينشروا ولا تغريدة منذ فتحهم حساب على المنصة. (بركات، 2015/2016، صفحة 173)

توفر منصة تويتر لمستخدميها إمكانيات عديدة منها : معرفة ما يقوم به أصدقائهم دائما وفي أي وقت، كما أنها أسرع وسيلة لطرح التساؤلات على الأصدقاء وتلقي الإجابات الفورية، كما تتيح للمستخدم إمكانية إرسال الأخبار الهامة جدا والسريعة والمحيطة به كالأستغاثة أو الإخبار عن حادث مهم جدا وفي الوقت نفسه يتيح تويتر للمستخدمين متابعة كل أحداث العالم الهامة فور وقوعها. ويستطيع المستخدم أيضا معرفة ما يفعله أصدقاءه ومعارفه الذين يههم أمرهم ومتابعة أخبارهم وشؤونهم (الدوسري، 2015، الصفحات 45-46).

مميزات تويتر: لتويتر عددا من الميزات والتي من أهمها :

- أداة فعالة للتواصل مع العالم : يمكن من خلاله تكوين صداقات ومناقشات مع شخصيات مختلفة، ومن أماكن متعددة في العالم وب تخصصات مختلفة .
- سهل وسريع : بمجرد إدخال البريد الإلكتروني وتسجيل اسم المستخدم وكلمة المرور يصبح الشخص مشتركا فيه ويستطيع عندها استقبال التغريدات وإرسالها
- الاستفادة من تجارب الآخرين واستشارتهم: يستطيع المستخدم أن يعرض تجاربه المختلفة وأن يستفيد من تجارب الآخرين .
- مجاني : إن إرسال التدوينات عبر تويتر مجاني، عكس الرسائل القصيرة عبر الهاتف (الدوسري، 2015، صفحة 23).

د-وات ساب WhatsApp :

هو تطبيق مجاني فوري يتم تحميله على الهاتف لإجراء محادثة بينك وبين جميع الأصدقاء الموجودين في قائمة الأسماء، ويشترط أن يمتلك من يستخدمه البرنامج نفسه أيضا لكي يمكنه إجراء محادثة كتابية معهم، ويعد بمثابة برنامج مجاني يعمل بمجرد تحميله على الهاتف لإجراء محادثة فورية مع الأصدقاء، ويستخدم واتساب لإرسال الرسائل الصوتية والفيديو والوسائط المتعددة والصور (الصوافي، استخدام وسائل التواصل الاجتماعي لدى طلبة الحلقة الثانية من التعليم الاساسي في محافظة شمال الشرقية بسلطنة عمان وعلاقته ببعض المتغيرات ، 2014/2015، صفحة 28)

تم إنشاء واتساب في عام 2009 من قبل يان كون Jan koum وبريان أكتون Brian Acton واللذين قضيا سابقا حوالي عشرين سنة لدى ياهو Yahoo وبسرعة ازداد عدد المستخدمين الى 250 ألف مستخدم في بضعة أشهر، وقد كانت واتساب في بدايتها خدمة مدفوعة تفاديا لارتفاع عدد المستخدمين بشكل كبير قد لا يتحمله

حينها التطبيق، وقد استحوذ الفيسبوك على واتساب في العام 2014، إلا أن الأخيرة لا تزال تعمل كتطبيق معلوماتي مستقل، وان كلفة استعمال واتساب هي 0.99 دولار في السنة، كلفة التطبيق المعلوماتي مع كون السنة الأولى مجانية وفي عام 2015 أدخلت واتساب تطبيق معلوماتي على غوغل كروم للسماح للمستخدمين بالوصول الى رسائلهم من خلال حواسيبهم، وهذا التطبيق يسمح بالوصول الى الرسائل والتي تبقى على هاتف المستخدم الذكي أيضا. وفي 2016 أعلن يان كوم أن واتساب لن يلزم المستخدم بدفع 0.99 دولار كاشتراك سنوي من أجل مراعاة وضع الأشخاص الذين لا يملكون بطاقة مصرفية لدفع كلفة الاشتراك كما أعلن أن واتساب لن تنشر أي إعلانات لأشخاص ثالين وستطلق وظائف جديدة مثل إمكانية التواصل مع المؤسسات المهنية (الحجار، 2017، صفحة 22)

يوفر تطبيق WhatsApp العديد من الخدمات نذكر منها:

✓ الرسائل الجماعية: يستطيع المستخدم من خلال هذا التطبيق إرسال رسائل مجانية مفردة لكل شخص وكحد أقصى ل35 شخصا في نفس الوقت.

✓ المجموعات: خدمة Groups يقدمها تطبيق WhatsApp لمستخدميه وفكرتها سهلة جدا حيث ينشئ المستخدم المجموعة ويكون الحد الأقصى هو 30 شخصا يرسل إليهم رسالة واحدة يقرأها جميع أفراد العينة

✓ تحديد الموقع: من خلال هذه الخدمة يمكن لمستخدم الوصول لمن يريد أن يصل إليه عن طريق الخريطة Map حيث يقوم بإرسال موقعه فيقوم تطبيق WhatsApp بتحديد ورسم خط سير الوصول (بركات، 2015/2016، صفحة 204).

7. إيجابيات وسلبيات منصات لتواصل الاجتماعي:

أ- إيجابيات منصات التواصل الاجتماعي:

الاستخدامات الاتصالية الشخصية:

هو الاستخدام الأكثر شيوعا ولعل الفكرة الأولى للشبكات الاجتماعية اليوم كانت تهدف التواصل الشخصي بين الأصدقاء في من0طقة معينة أو مجتمع معين وهذا الهدف موجود حتى الآن برغم تطور الشبكات الاجتماعية على مستوى الخدمات وعلى مستوى التقنيات والبرمجيات، ويمكن من خلال الشبكات الاجتماعية الخاصة بتبادل المعلومات والملفات الخاصة والصور ومقاطع الفيديو، كما أنها مجال رحب للتعارف و الصداقة، وخلق جو مجتمع يتميز بوحدة الأفكار والرغبات غالبا وان اختلفت أعمارهم وأماكنهم ومستوياتهم العلمية.

الاستخدامات التعليمية:

تلعب الشبكات الاجتماعية دورا في تعزيز العملية التعليمية من خلال تطوير التعليم الإلكتروني حيث تعمل على إضافة الجانب الاجتماعي له والمشاركة من كل الأطراف في منظومة التعليم لمدير المدرسة و المعلم وأولياء الأمور والطلاب وعدم الاقتصار والتركيز على تقسيم المقرر.

الاستخدامات الإخبارية:

أتاحت الشبكات الإلكترونية نقل الأخبار حال حدوثها ومن مصادرها الرئيسية وبصياغة المرسل نفسه بعيدا عن الرقابة ما يجعلها أحيانا ضعيفة المصدقية لما قد يضاف إليها من مبالغات مقصودة أو غير مقصودة لتهويل الخبر أو تدويله بغرض التأثير على الرأي العام.

الاستخدامات الدعوية:

أتاحت الشبكات الاجتماعية فرصة التواصل والدعوة مع الآخرين المسلمين أو غير مسلمين و انتشار الكثير من الدعاة صفحاتهم الخاصة ومواقعهم الثرية وهو انتقال ايجابي للتواصل الاجتماعي في ظل أنظمة التواصل المباشر وتتميز الدعوة عم طريق الشبكات الاجتماعية بالسهولة في الاستخدام و التواصل و التوفير في الجهد و التكاليف. (الشاعر ع.، 2015، صفحة 69.68)

ب- سلبيات منصات التواصل الاجتماعي :

من أهم سلبيات منصات التواصل الاجتماعي مايلي:

- ❖ غياب المسؤولية و الضبط الاجتماعي.
- ❖ نشر الإشاعات و المبالغة في نقل الأحداث.
- ❖ النقاشات التي تبتعد عن الاحترام المتبادل وعدم تقبل الرأي الآخر.
- ❖ إضاعة الوقت في التنقل بين الصفحات و الملفات دون فائدة .
- ❖ عزل الشباب والمراهقين عن واقعهم الأسري وعن مشاركتهم في الفعاليات التي يقيمها المجتمع.
- ❖ ظهور لغة جديدة بين الشباب من شأنها ان تضعف لغتنا العربية وإضاعة هويتها.
- ❖ انعدام الخصوصية الذي يؤدي إلى أضرار معنوية ونفسية ومادية. (الشاعر ع.، 2015، صفحة 69)

المبحث الثالث: منصة الفايسبوك

1. نشأة الفايسبوك:

انطلقت منصة فاييسبوك كنتاج غير متوقع من موقع فيس ماش "Face Match" التابع لجامعة هارفارد، وكان موقع يعتمد على نشر صور لمجموعة من الأشخاص ثم يختار رواد الموقع الشخص الأكثر جاذبية، وقد قام مارك زوكربيرج بابتكار (الفايس ماش) في 28 أكتوبر عام 2003 عندما كان يرتاد جامعة هارفارد كطالب في السنة الثانية (حمزة، 2023/2022، صفحة 71)، ووفقا لما نشرته جريدة هارفارد كريمسون، فان موقع فيس ماش استخدم صوراً مجمعة من دليل الصور المتاح على الانترنت والخاص بتسعة من طلبة المدينة الجامعية مع وضع صورتين بجانب بعضهما البعض ودعوة المستخدمين إلى اختيار الشخص الأكثر جاذبية (صلاح، 2015، صفحة 251)، وقد لجأ زوكربيرج إلى اختراق مناطق محمية في شبكة الحاسوب الخاصة بجامعة هارفارد وقام بنسخ صور خاصة بالطلبة في السكن الجامعي كي يتمكن من الحصول على تلك الصور التي وضعها في الموقع (جرار، 2012، صفحة 52)، وفي النصف الثاني من العام الدراسي نفسه قام مارك بتأسيس موقع الفاييس بوك على نطاق the facebook.com وتحديدًا في 4 نوفمبر عام 2003 أدلى زوكربيرج بتصريح لجريدة هارفارد كريمسون قائلاً: "لقد كان الجميع يتحدثون عن دليل الصور العالمي المأخوذة في جامعة هارفارد". "اعتقد انه من السخيف ان تستغرق الجامعة عامين للقيام بمثل هذا العمل، يمكنني ان أقوم بالأمر على نحو أفضل منكم بكثير في غضون أسبوع واحد فقط" (صلاح، 2015، صفحة 252)، كانت عضوية الموقع في بداية الأمر مقتصرة على طلبة جامعة هارفارد، ولكنها امتدت بعد ذلك لتشمل الكليات الأخرى في مدينة بوسطن وجامعة أيبي ليج وجامعة ستانفورد وبعد ذلك اتسعت دائرة الموقع لتشمل أي طالب جامعي ثم طلبة المدارس الثانوية (حمزة، 2023/2022، صفحة 71).

وفي 26 سبتمبر 2006 فتح الموقع أبوابه أمام جميع الأفراد البالغين من العمر 13 عاما فأكثر وللذين لديهم عنوان بريد الكتروني صحيح. وفي أكتوبر 2008 أعلن القائمون على إدارة الفاييسبوك ان اتخاذ مدينة دبلين عاصمة ايرلندا مقرا دوليا له (صلاح، 2015، صفحة 253)، ليصبح بعد ذلك من أكثر منصات التواصل الاجتماعي استخداما من قبل رواد شبكة الانترنت.

2. تعريف منصة فاييسبوك:

يرى مارك زوكربيرج ان منصة فاييسبوك: "عبارة عن حركة اجتماعية وليس أداة أو وسيلة لتواصل، وانه سوف يسيطر على كل نواحي النشاط البشري على الشبكة العنكبوتية، فهو يصفه بدليل سكان العالم، وانه موقع يتيح للأفراد العاديين ان يصنعو من أنفسهم كيانا عاما من خلال الإدلاء و المشاركة بما يرغبون من

معلومات حول أنفسهم و اهتماماتهم و مشاعرهم و صورهم الشخصية و لقطات الفيديو، و لذلك فان الهدف من هذا الاختراع هو جعل العالم مكانا أكثر انفتاحا. " (مرزوك، 2020، صفحة 62.61)

كما يرى الباحثين (جون ولفورد) " Jhon. Walford " ان الفايسبوك هو احد الأدوات من بين الأخرى التي يمكنها فتح الحوار بين الناس، وليس بديلا عن الاتصال الشخصي ولكن كألية ربط فعالة للبقاء على اتصال دائم. (يوسف بلعباس، 2022، صفحة 105).

. وعرفه "Sherry Kinkoph Gunter" الباحث في مجال التواصل الاجتماعي الفايسبوك بأنه: واحد من موقع الشبكات الاجتماعية، يمثل مجتمع دولي على الانترنت و هو مكان يجتمع فيه أفراد المجتمع يتفاعل مع بعضهم من خلال تبادل الصور وأشرطة الفيديو و غيرها من المعلومات، والاتصال بشكل عام مع الأصدقاء و العائلة و زملاء العمل والدراسة وغيرهم، و يربط الأفراد داخل المدن أو المناطق المختلفة. (وفاء، 2022/2021، صفحة 143.142).

إذن الفايسبوك هو منصة الكترونية للتواصل الاجتماعي، يتيح للأشخاص العاديين والاعتباريين (كالشركات) ان يبرز نفسه وان يعزز مكانته عبر أدوات المنصة للتواصل مع أشخاص آخرين ضمن نطاق المنصة أو عبر التواصل مع منصات أخرى وإنشاء روابط تواصل مع الآخرين (لحبيب بن عربية، 2021، صفحة 145).

3. خصائص الفايسبوك :

يتضمن الفايسبوك عددا من السمات التي تتيح للمستخدمين إمكانية التواصل مع بعضهم البعض ومن بين هذه الخصائص مايلي:

✓ سمة Wall أو لوحة الحائط: وهي عبارة عن مساحة متخصصة في صفحة الملف الشخصي لأي مستخدم بحيث تتيح للأصدقاء إرسال الرسائل إلى هذا المستخدم أو الكتابة على حائط المستخدم.

✓ سمة Pokes أو نكزة (غمزة): تتيح إرسال نكزة افتراضية لإثارة الانتباه إلى بعضهم البعض وهي عبارة عن إشعار يخطر المستخدم بان أحد الأصدقاء يقوم بالترحيب به.

✓ سمة Status أو الحالة: تتيح إمكانية إبلاغ أصدقائهم بأماكنهم وما يقومون به من أعمال في الوقت الحالي (البياتي، 2014، صفحة 392).

✓ سمة Face book Notes: أو تعليقات الفايسبوك تم تقديم هذه السمة في 22 أوت عام 2006، وهي سمة متعلقة بالتدوين تسمح بإضافة العلامات الصور التي يمكن تصميمها وقد تمكن المستخدمين في وقت لاحق من جلب المدونات من مواقع زانجا، ولايف جورنال، وبلوغر وغيرها من مواقع الأخرى التي تقدم خدمات التدوين .

- ✓ سمة Gifts أو الهدايا: تتيح هذه السمة للمستخدمين إرسال هدايا افتراضية إلى أصدقائهم تظهر على الملف الشخصي للمستخدم الذي يقوم باستقبال الهدية، تكلف الهدية 1.00 دولار لكل هدية ويمكن إرفاق رسالة شخصية بها.
- ✓ سمة إرسال الرسائل الفورية "Chat": اصدر الفاييس بوك تطبيق ارسال رسائل فورية إلى شبكات الاتصال باستخدام برنامج Comet وأطلق عليها اسم "Chat" يوفر هذا التطبيق للمستخدمين إمكانية التواصل مع أصدقائهم، وهو يشبه في أداء وظيفته برامج إرسال رسائل الفورية الموجودة على سطح المكتب (صلاح، 2015، صفحة 260).
- ✓ سمة الملف الشخصي Profile: عند الاشتراك في منصة Face book على المستخدم ان ينشئ ملف شخصي يحتوي على معلوماته الشخصية وصور تساعده في التواصل مع الآخرين.
- ✓ سمة إضافة صديق Add friend: يستطيع المستخدم ان يضيف أي صديق على شبكة فايسبوك ليواصل معه.
- ✓ إنشاء مجموعات groups: يتيح الفاييسبوك للمستخدم إنشاء مجتمعا الكترونيا يشترك فيه مجموعة مهندسة بموضوع ما إما سياسيا أو اجتماعيا.
- ✓ سمة الصور والفيديو Photos and Videos: وهي خاصية تحميل البومات الصور على الموقع وماركتها مع الأصدقاء والتعليق حولها أما الفيديوهات إما ان تكون مسجلة أو مباشرة.
- ✓ خاصية الإعلان Publicite: في حالة رغبة المشترك الإعلان عن منتج أو البحث في منتج يريد شرائه.
- ✓ خاصية الإشعارات Notification: وهي تستخدم للبقاء على اتصال دائم مع المستخدم واطلاعه على التحديثات.
- ✓ التغذية الإخبارية News Feed: خاصية تظهر على الصفحة الرئيسية لجميع المستخدمين تبرز التغيرات التي تحدث على الملف الشخصي كالأحداث المرتقبة أو أعياد الميلاد الخاصة بالأصدقاء (نجاة، 2022، صفحة 65.64)

4. خدمات منصة الفاييسبوك:

يقدم فايسبوك عدة خدمات من بينها:

- إمكانية تكوين البومات صور خاصة بالمستخدم و عائلته و أصدقائه، و يكون متاح للأصدقاء الآخرين للاطلاع عليها.
- كما يتيح خدمة التسلية لأنه يحتوي على الآلاف من الألعاب المسلية و بالإمكان اللعب فيها منفردا أو ضمن مجاميع من الأصدقاء ولم تغفل منصة فايسبوك عن الإعلانات لأنها مهمة لكثير من الناس.

- قدم الفاييسبوك دليلا خاصا به يتضمن الملاين من التطبيقات لأغراض كثيرة ومتنوعة .
 - إمكانية إضافة روابط مهمة للمستخدم مثل مواقع الفيديو المفضلة و مواقع مهنية و ثقافية ربما تستهوي المستخدم و تسترعي انتباهه.
 - يقدم الفاييسبوك خدمة الملاحظات فهي فكرة جديدة تفتقر إليها الكثير من المواقع ويكاد ينفرد بها الفاييسبوك، حيث تكون هذه الخدمة بمثابة مفكرة يسجل فيها صاحب الصفحة الشخصية أهم مواعيده و ارتباطاته (بركات، 2015/2016، صفحة 163)
 - خدمة الشركات وأصحاب الأعمال : وتتمثل في الإعلان عن الوظائف واختيار الموظفين، وخدمات التسويق والترويج .
 - تحميل البومات الصور : بشكل أسهل واكبر مما يتيح المنصات الأخرى، يمكن تحميل أكثر من مليار صورة شهريا على الفاييسبوك أو مقاطع فيديو عبر مصادر متعددة كالهاتف النقال أو البريد الإلكتروني .
 - التواصل مع المجتمعات الافتراضية : متخصصة في مواضيع شتى تفيد العضو في التدريب والتعليم من هذه المجتمعات وزيادة خبراته
 - متابعة أخبار الشخصيات المشهورة في كافة المجالات : سواء كانت سياسية أو اقتصادية أو فنية من خلال حساباتهم الموجودة على الفاييسبوك (بلوطي، 2014.2015، صفحة 61)
5. استخدامات منصة فاييسبوك:
- يلجأ الطلبة إلى استخدام منصات التواصل الاجتماعي للإشباع الحاجات التي لم يستطيع إشباعها في حياته اليومية حيث حدد كاتز و زملاؤه خمسة وثلاثون حاجة صنفت ضمن خمس مجموعات وهي :
- . الاحتياجات المعرفية: تتمثل بتمكين و توفير المعلومات و المعارف و اكتساب الخبرات .
 - . الاحتياجات العاطفية: المتعلقة بتعزيز وتقوية الخبرات الجمالية والعاطفية و التعبير عن المشاعر.
 - . الاحتياجات التكاملية: هي الاحتياجات المتعلقة بإيثاق و تدعيم المصداقية و الثقة والاستقرار و المكانة و متعلقة بتقوية الشخصية و مركز الفرد الاجتماعي و تنبع هذه الحاجة من رغبة الفرد في تحقيق الذات.
 - . الاحتياجات الاندماجية: المتعلقة بربط صلة الاتصال مع العائلة والأصدقاء ليكون المستخدم جزء متفاعلا مع بيئته الاجتماعية وهي حاجات تنبع من الفرد للانتماء إلى الجماعة.
 - . الاحتياجات المتعلقة بالهروب من الواقع: والتي تتحدد من حيث ضعف الاتصال مع الذات والأدوار الاجتماعية. (سكورايمان، 2021، صفحة 881) .

6. آلية التواصل في منصة فايسبوك:

يتم التواصل بين الأعضاء المنخرطين في شبكة فايسبوك عبر العديد من التطبيقات نذكرها على النحو التالي :

تسجيلات الإعجاب "LIKES Records" : وهي نمط من أنماط التفاعل المتاح، حيث يمكن لمستخدمي الصفحات الإخبارية التفاعل مع النصوص الإخبارية، والوسائط المستخدمة في عرض الإخبار المختلفة من صور وفيديوهات عبر الضغط على علامة like ثم الضغط على زر inter، وتتميز خاصية تسجيلات الإعجاب بإمكانية الاشتراك في الصفحات الإخبارية عبر البريد الإلكتروني الخاص بالمستخدم، وفي الصفحات الأخرى حسب رغبة المستخدم .

التفاعل عبر كتابة التعليقات "Interaction Through Writing Comments": حيث يمكن من خلال هذه الخاصية لمستخدمي الصفحات الإخبارية التفاعل مع الإخبار، والبرامج المختلفة عبر كتابة التعليقات، وتتميز هذه الوسيلة بتحقيق آلية الاتصال التفاعلي بين المستخدمين من خلال تبادل الآراء المختلفة حول الموضوعات المنشورة، وإثراء النقاش التفاعلي بينهم، كما تتيح هذه الخاصية إمكانية إضافة روابط و صور، فالتفاعلية سمة من سمات الاتصال الشخصي التي تتميز بها وسائل الإعلام والاتصال الحديثة (وفاء، 2022/2021، صفحة 146.147) .

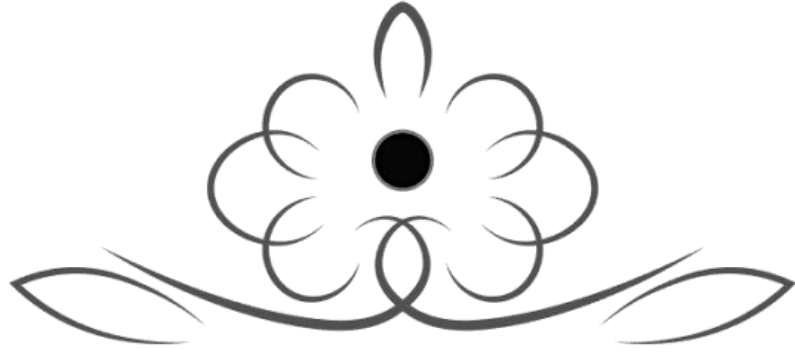
المشاركات "Share" : عملت وسائل الإعلام الجديدة على تشجيع الجمهور المستخدم على المشاركة والتفاعل من خلال التعبير عن آرائهم بكل حرية وتبادل الآراء وردود الأفعال مع الآخرين من خلال التعليقات وتحويل الجمهور من متلقي إلى جمهور نشط يتفاعل مع تطبيقات الإعلام الجديدة، فضلا عن المعلومات المنشورة من نطاقات واسعة بين المستخدمين.

النشر "pulpier": يعد النشر الإلكتروني من بين الخدمات التي توجد على منصة فايسبوك الخاصة بكل مشترك سواء كان المنشور نصا مكتوبا أو صورة أو مجموعة من الصور أو الملفات أو التعبير عن الحالة التي يوجد عليها المستخدم .

البحث عن الأصدقاء "Retrieve des Amis": بداعي ان الفايسبوك أسس بهدف الربط بين الأصدقاء فانه من بين التطبيقات التي يوفرها خدمة البحث على الأصدقاء في أي مكان من العالم، و ذلك من خلال تسجيل الاسم الحقيقي أو المستعار للشخص الذي يراد إيجاد المستخدم نفسه أمام قائمة طويلة من أسماء الأشخاص بصورهم الحقيقية أو المستعارة يختار منها ما يراه مناسبا أو من يبحث عنه .

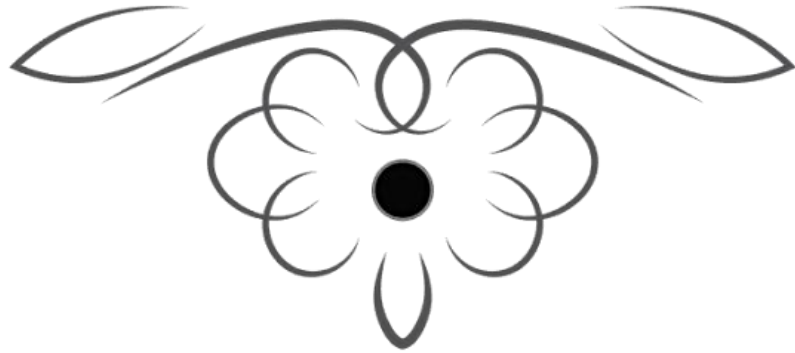
الدردشة "Discussion": يمكن للمنخرط في الفايسبوك من خلال حسابه الشخصي إجراء محادثة مباشرة مع أصدقائه على الخط الحي On lien أو من خلال ترك رسالة له في صندوق رسالته يتصفحها متى زاره

الوخز "Poke": أو النكزة التي تتيح للمستخدمين ارسال نكزة افتراضية لإثارة الانتباه إلى بعضهم البعض وهي عبارة عن إشعار يخطر المستخدم بان احد الأصدقاء يقوم بالترحيب به (بلوطي، 2015.2014، صفحة 60).



الفصل الثالث

الإطار التطبيقي للدراسة

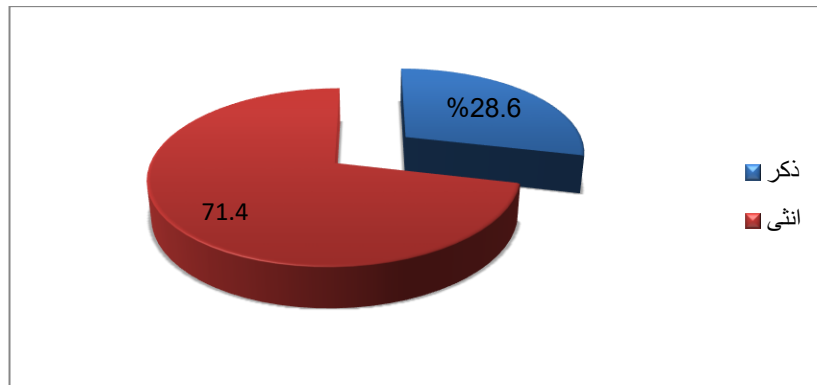


1. تحليل المعطيات:

الجدول رقم (01): يبين توزيع مفردات العينة حسب الجنس

الجنس			
المتغيرات	ذكر	التكرار	النسبة المئوية
المتغيرات	ذكر	28	28.6%
	أنثى	70	71.4%
	المجموع	98	100%

الشكل رقم 01: يمثل توزيع مفردات العينة حسب متغير الجنس

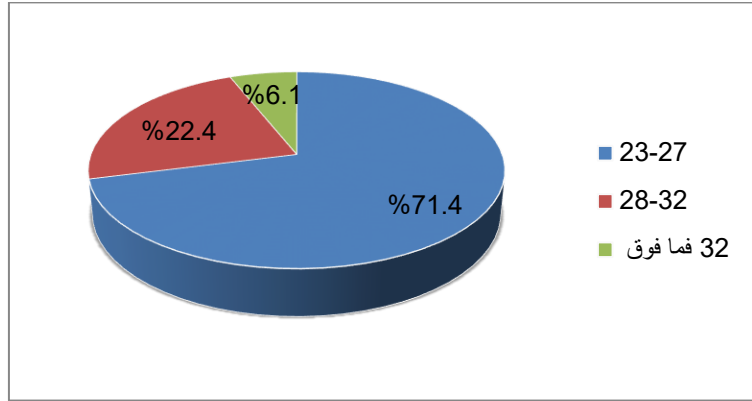


من خلال القراءة الرقمية للجدول والذي يبين توزيع مفردات العينة حسب الجنس وبالنظر إلى تكرارات أفراد العينة البالغ حجمهم إجمالاً 98 مفردة، يتضح أن 28 منهم أي بنسبة 28.6% من الذكور المستخدمين للبهوية الافتراضية في حين أن 70 منهم وبنسبة 71.4%، كانوا من الإناث المستخدمين للبهوية الافتراضية. نلاحظ هنا أن نسبة الإناث أكثر من الذكور وهذا الارتفاع الملحوظ راجع إلى العدد الإجمالي للإناث في دراستنا حيث بلغت نسبة الطالبات المسجلات في الطور الثاني من الماستر اتصال تنظيمي 73 طالبة مقابل عدد الذكور البالغ عددهم 28 طالبا، وبما أن عينتنا تم اختيارها بطريقة قصدية فإن الأمر طبيعي أن نجد الإناث أكثر من الذكور.

الجدول رقم(02): يبين توزيع مفردات العينة حسب متغير السن

السن		
النسبة المئوية	التكرار	
%71.4	70	{23-27}
%22.4	22	{28-32}
% 6.1	6	32 فما فوق
%100	98	المجموع

الشكل رقم(02) : يمثل توزيع مفردات العينة حسب عامل السن



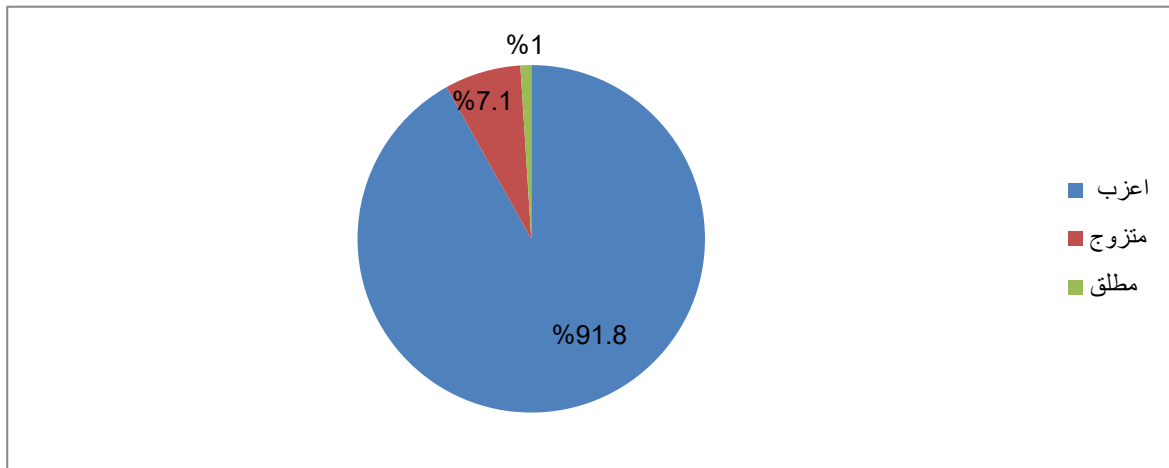
من خلال القراءة الرقمية للجدول الموضح أعلاه تبين لنا أن توزيع مفردات العينة حسب متغير السن وبالنظر إلى تكرارات أفراد العينة البالغ عددهم الإجمالي 98 مفردة، يتضح لنا ان 70 منهم وبنسبة 71.4 % ينتمون الى الفئة العمرية(27-23)، تليها الفئة العمرية(32-28) والتي قدرت نسبتها بـ 22.4% و عددهم 22 مفردة، في حين أن 6 من مفردات العينة وبنسبة 6.1% أعمارهم من 32 فما فوق.

وهنا نلاحظ ان الفئة العمرية التي احتلت المرتبة الأولى هي فئة من (27-23) وهي التي حازت على أكثر تكرارا وهذا يعود الى أن هذه الفئة العمرية من مفردات العينة يعتبرون شبابا في البدايات الأولى وطبعاً من ينتمون الى هذه الفئة هم من يقومون بإنشاء هوية افتراضية والتفاعل بها عبر منصة فايسبوك بكثرة ثم تليها بعد ذلك الفئة العمرية (32-28) وهي اقل نسبياً من الفئة الأولى وذلك ان هذه المرحلة تعتبر النضوج الشبابي للطلبة، ونجد الفئة الأخيرة وهي قليلة جداً.

الجدول رقم(03): يبين توزيع مفردات العينة حسب الحالة الاجتماعية

الحالة الاجتماعية			
النسبة المئوية	التكرار		
%91.8	90	أعزب	المتغيرات
%7.1	7	متزوج	
%1	1	مطلق	
%100	98	المجموع	

الشكل رقم (03): يمثل توزيع مفردات العينة حسب الحالة الاجتماعية

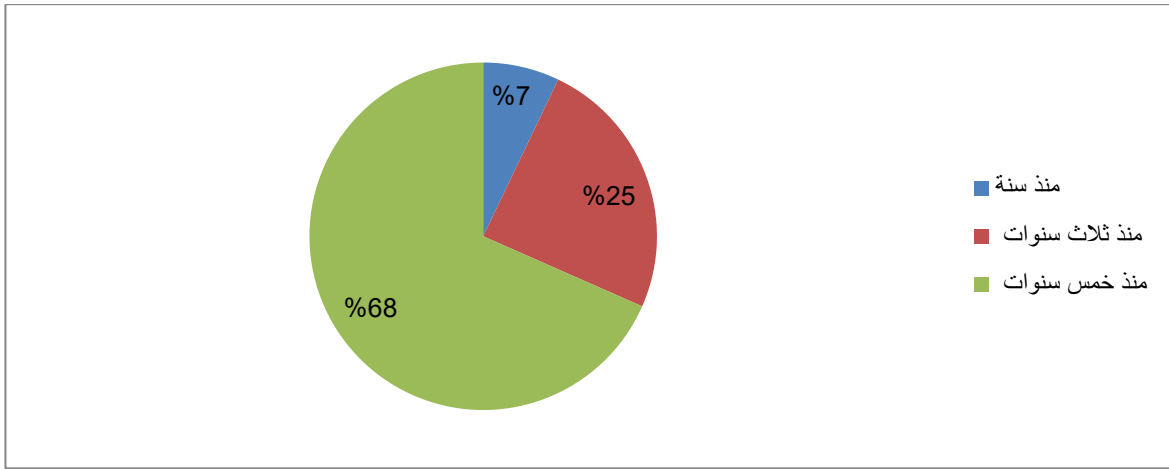


يبين الجدول الموضح أعلاه توزيع مفردات العينة حسب الحالة الاجتماعية حيث نجد أن 90 عازبا من أصل 98 ما يعادل نسبة 91.8% من مجموع مفردات العينة بالإضافة إلى ان نسبة 7.1% من مفردات العينة متزوجين، تليها النسبة الأخيرة والتي قدرت بـ 1% مطلق وهي نسبة شبه منعدمة. ومن خلال احتكاكنا بالطلبة لاحظنا ان عزوف الطلبة عن الزواج الى ما بعد إكمال دراستهم لأنهم في سن دراسي أكاديمي ولا يفكرون في الارتباط إلا بعد التخرج وحصولهم على عمل بالإضافة الى ان هذه الفئة يمكن ان يحقق لها هذا الفضاء الرقمي رغباتهم وحاجياتهم المختلفة والتي تصل في بعض الأحيان الى الزواج.

الجدول رقم (04): يبين المدة التي يمتلكون فيها مفردات العينة لمنصة فايسبوك

04منذ متى وأنت لديك حساب على منصة فايسبوك؟			
النسبة المئوية	التكرار		
7.1 %	7	منذ سنة	المتغيرات
24.5 %	24	منذ ثلاث سنوات	
68.4 %	67	منذ خمسة سنوات فأكثر	
100 %	98	المجموع	

الشكل رقم(04): يمثل المدة التي يمتلكون فيها مفردات العينة لمنصة فايسبوك.



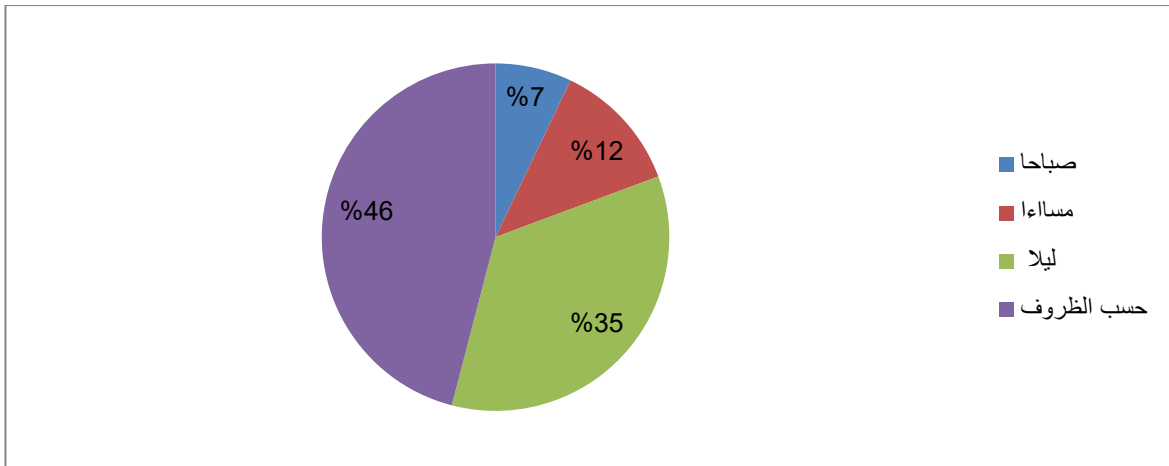
من خلال القراءة الرقمية للجدول أعلاه والذي يمثل المدة التي يمتلكون فيها مفردات العينة لمنصة فايسبوك يتضح لنا ان نسبة 68.4 % وهي النسبة الأكبر من مفردات العينة يمتلكون حساب على منصة فايسبوك منذ خمس سنوات، تليها نسبة 24.5 % يمتلكون حساب على منصة فايسبوك منذ ثلاث سنوات، بينما نسبة 7.1 % يمتلكون حساب منذ سنة واحدة.

ومن هنا يتبين لنا ان مجمل الطلبة يمتلكون حسابا على الفايسبوك دون استثناء ومنذ مدة طويلة إما منذ خمس سنوات أو ثلاث سنوات ومن خلال احتكاكنا ببعض الطلبة لاحظنا سبب استخدامهم للفايسبوك منذ مدة طويلة قد يكون راجع أولا الى شيوع هذه المنصة وانتشارها عالميا وعربيا وكذلك لسهولة استخدامها وحاجتهم الى التواصل مع الاصدقاء والعائلة وباعتباره المنصة الأكثر استخداما في عالم العربي وكونه يتيح للطلاب تكوين صداقات وعلاقات جديدة كما يتيح أيضا لهم الانضمام الى مجموعات تخص اهتماماتهم والتي تتعلق بتخصصاتهم أو هواياتهم ومتابعة أخبار الجامعة. وعلى غرار ذلك نجد ان نسبة ضئيلة جدا من الطلبة يستخدمون الفايسبوك منذ سنة واحدة فقط وهذا راجع الى أنهم لا يفضلون استخدامه وهذا بسبب ظهور منصات منافسة أكثر خصوصية من الفايسبوك .

الجدول رقم (05): يبين الوقت التي يفضل فيه مفردات العينة استخدام منصة فايسبوك

05 متى تفضل استخدام منصة فايسبوك؟			
النسبة المئوية	التكرار		
7.1%	7	صباحا	المتغيرات
12.2%	12	مساء	
34.7%	34	ليلا	
45.9%	45	حسب الظروف	
100%	98	المجموع	

الشكل رقم (05): يمثل الوقت التي يفضل فيه مفردات العينة استخدام منصة فايسبوك



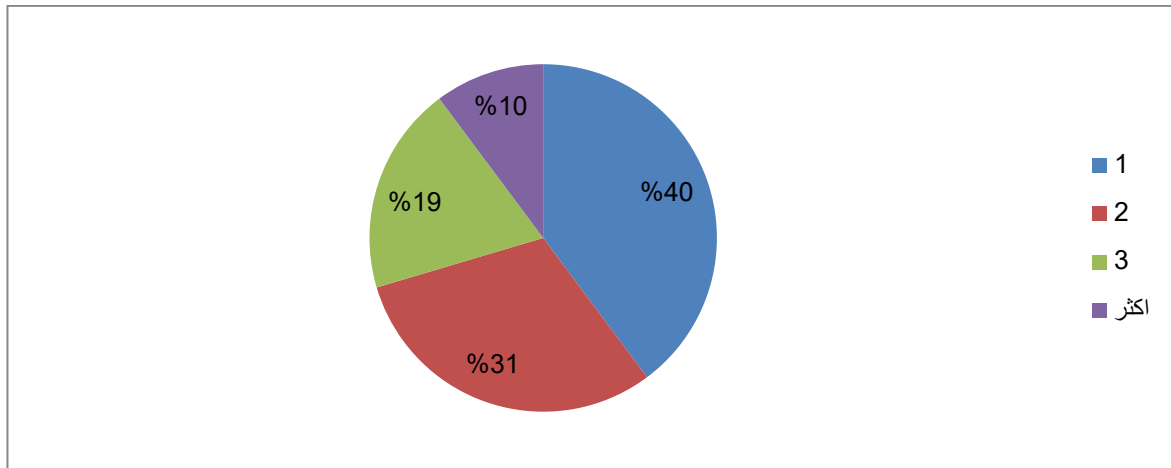
يبين الجدول الموضح أعلاه والمتعلق بالفترات المفضلة لدى مفردات العينة لتصفح منصة فايسبوك فمن خلال القراءة الرقمية لبيانات الجدول نلاحظ ان الأغلبية يكون استخدامهم لمنصة فايسبوك حسب الظروف بنسبة 45.9% بينما بلغت نسبة استخدامهم لمنصة فايسبوك ليلا 34.7% في حين قدرت نسبة استخدام مفردات العينة لمنصة فايسبوك مساء 12.2%، وفي الأخير نجد 7.1% فقط يستخدمون الفايسبوك صباحا.

من خلال ملاحظتنا للطلبة نرجع سبب النسبة العالية لاستخدام منصة فايسبوك حسب الظروف الى أن أغلبية الطلبة ليس لديهم وقت محدد للولوج الى المنصة لكثرة انشغالهم اليومية وكذلك بسبب انشغالهم بإنجاز مذكراتهم والبحوث العلمية و الأعمال الموجهة، أما بالنسبة الى من يستخدمون الفايسبوك ليلا فهذا راجع الى كونها الفترة الأنسب من حيث وقت الفراغ من الأعمال اليومية وضغط الدراسة حيث يتفرغ معظم الطلبة في هذا الوقت للدردشة مع أصدائهم عبر الفايسبوك.

الجدول رقم (06): يبين توزيع مفردات العينة حسب عدد الحسابات المملوكة في منصة فايسبوك

06كم تملك حساب فايسبوك؟			
المتغيرات	التكرار	النسبة المئوية	
المتغيرات	1	39.8%	39
	2	30.6%	30
	3	19.4%	19
	أكثر	10.2%	10
	المجموع	100%	98

الشكل رقم (06): يمثل توزيع مفردات العينة حسب عدد الحسابات المملوكة في منصة فايسبوك



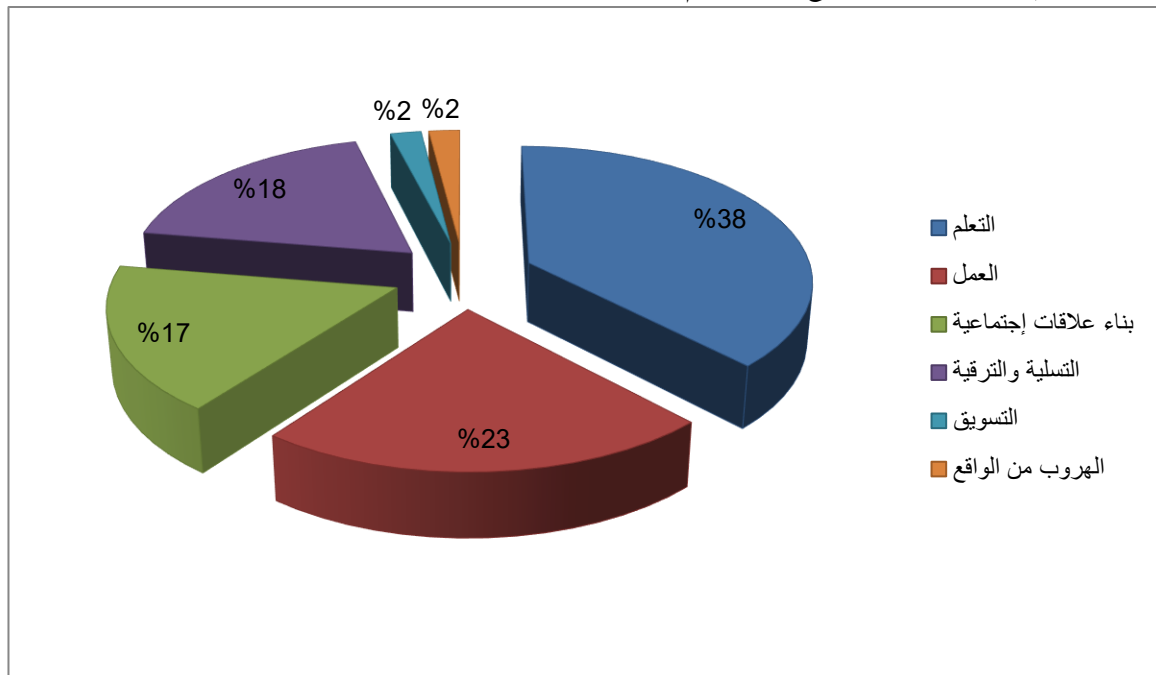
من خلال القراءة الرقمية للجدول الموضح أعلاه والخاص بعدد الحسابات المملوكة من طرف مفردات العينة في منصة فايسبوك، تبين لنا ان نسبة 39.8% يمتلكون حساب واحد فقط، في حين أن نسبة 30.6% يمتلكون حسابين اثنين، تليها نسبة 19.4% يمتلكون 3 حسابات، وفي الأخير نسبة 10.2% لديهم أكثر من 3 حسابات.

من خلال معاشتنا للطلبة لاحظنا أن سبب امتلاكهم لحساب واحد يعود الى سهولة الوصول لهويتهم الافتراضية وكذلك للحفاظ على خصوصيتهم والتحكم بشكل أفضل في من يرى معلوماتهم الشخصية من خلال إعدادات الخصوصية لحساب واحد، أما بالنسبة الى تعدد الحسابات فهذا راجع الى حرية الاختيار ومشاركة الاهتمامات وكذلك لفصل الحياة الشخصية عن الحياة العامة بالإضافة الى تعدد الهويات مثلا حساب لمشاركة صورهم من رحلات وغيرها وحساب آخر لمشاركة مقاطع الفيديو وكذلك للتواصل مع الاصدقاء والانضمام الى مجموعات مختلفة.

الجدول رقم(07): يبين دوافع استخدام مفردات العينة لمنصة فايسبوك.

النسبة المئوية	التكرار		
37.8%	37	التعلم	دوافع استخدام الفايسبوك
22.4%	22	العمل	
17.3%	17	بناء علاقات اجتماعية جديدة	
18.4%	18	التسلية والترفيه	
2%	2	التسويق	
2%	2	الهروب من الواقع	
100%	98	المجموع	

الشكل رقم(07): يمثل دوافع استخدام مفردات العينة لمنصة فايسبوك.



من خلال الجدول الموضح اعلاه والذي يبين دوافع استخدام مفردات العينة لمنصة فايسبوك، تبين لنا أن نسبة كبيرة ما يعادل 37.8% من مفردات العينة كان دافعهم التعلم، تليها نسبة 22.4% دافعهم العمل في حين أن 18.4% كانت إجابتهم بان دافعهم من الفايسبوك التسلية والترفيه، لتأتي بعدها نسبة 17.3% دافعهم بناء علاقات اجتماعية، وفي المقابل نجد التسويق والهروب من الواقع بنسبة 2% على التوالي.

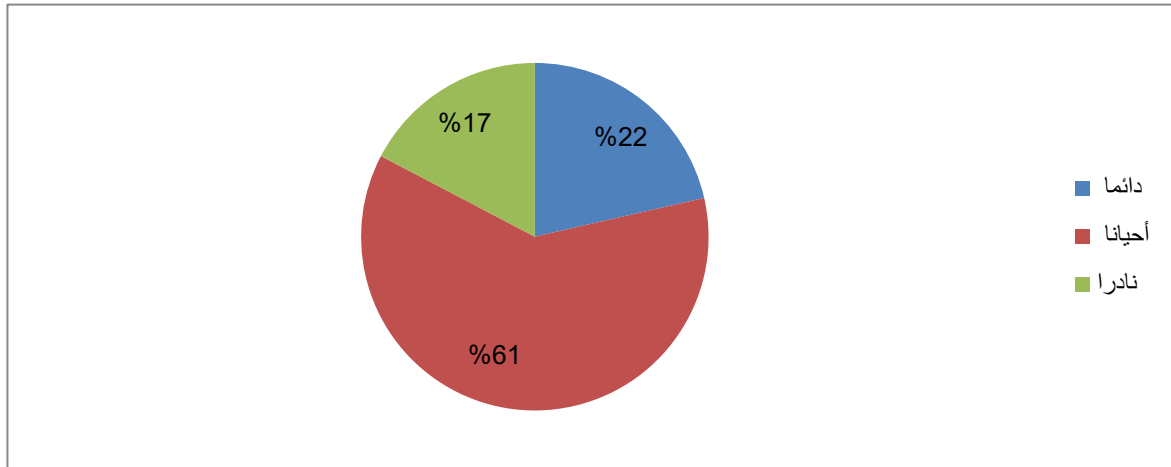
بعد القراءة الرقمية للجدول واحتكاكنا بالطلبة لاحظنا أن الأغلبية كان دافعهم التعلم بالدرجة الاولى باعتبار أن الفايسبوك منصة تعليمية تساهم في زيادة الرصيد المعرفي و الحصول على معلومات و تكوين معارف و مفاهيم جديدة و الانضمام الى مجموعات تعليمية هادفة تدل على درجة و عيهم و استغلالهم

العقلاني لمنصة فايسبوك بالإضافة الى أنه يعتبر من أكثر المنصات انتشارا ويقدم خدمات مجانية للطلبة تساعد على التثقيف في شتى المجالات وتتيح للطلبة إثراء مهاراتهم الفكرية، و في المرتبة الثانية نجد دافع العمل من استخدام الطلبة لمنصة فايسبوك وهذا راجع الى أنه أفضل طريقة لتحقيق الربح السريع و بأقل جهد و ذلك بإنشاء صفحة أو مجموعة لبناء قاعدة جماهيرية يستطيع عرض منتوجاته عليها من اجل زيادة التفاعل عن طريق نشر صور ذات محتوى ترويجي قابل للمشاركة من الجمهور، أما عن دافع التسلية و الترفيه فهذا راجع الى ان منصة فايسبوك تعتبر فضاء تواصلتي يتخذون منه الطلبة متنفسا للترفيه و التسلية و ذلك بمتابعة ما يحدث في الفضاء الخارجي، أما بالنسبة الى الطلبة الذين كان دافعهم من استخدام منصة فايسبوك هو بناء علاقات اجتماعية وذلك بهدف التعرف على أصدقاء جدد و التفتح على عوالم جديدة بغرض تبادل الخبرات و المعارف و الثقافات و كذلك إقامة علاقات عاطفية، أما بالنسبة الى دافع التسويق والهروب من الواقع لاحظنا أن الطلبة لم يولوا أي اهتمام الى هذه الدوافع.

الجدول رقم (08): يبين استخدام مفردات العينة للفايسبوك للتعبير عن آرائهم ومشاركة وجهات نظرهم

08 هل تستخدم منصة فايسبوك للتعبير عن آرائك ومشاركة وجهات نظرك؟			
النسبة المئوية	التكرار		
%21.4	21	دائما	المتغيرات
%61.2	60	أحيانا	
%17.3	17	نادرا	
%100	98	المجموع	

الشكل رقم (08): يمثل استخدام مفردات العينة للفايسبوك للتعبير عن آرائهم ومشاركة وجهات نظرهم



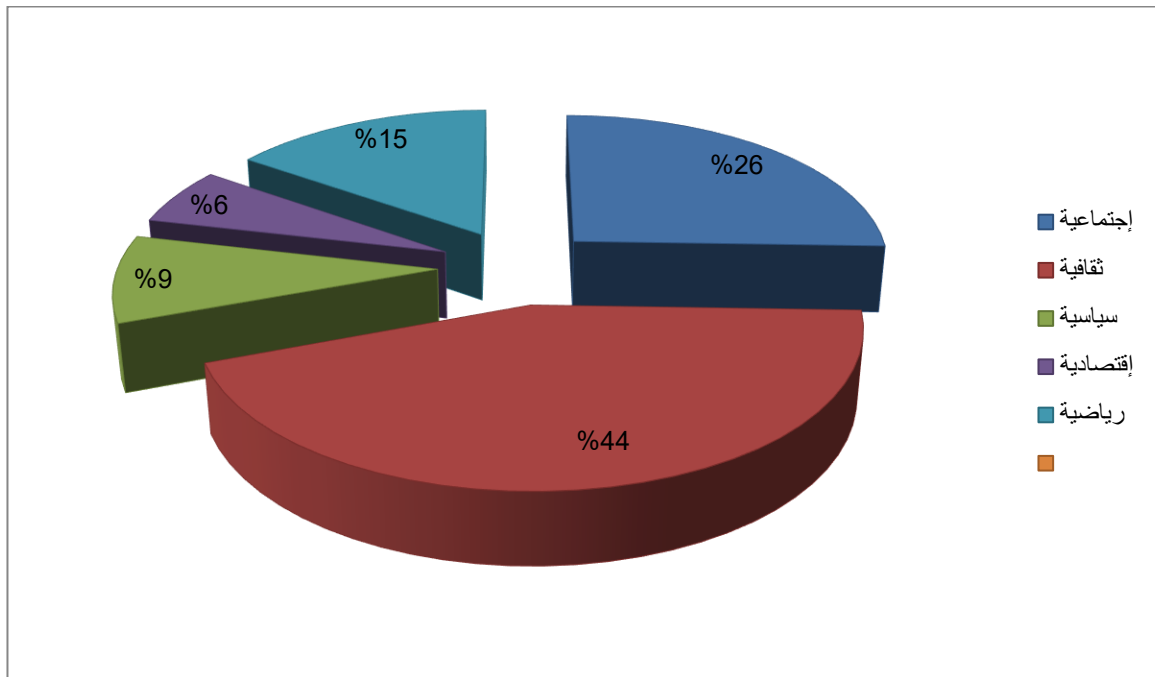
من خلال الجدول الموضح اعلاه والخاص باستخدام مفردات العينة لمنصة فايسبوك للتعبير عن آرائهم ومشاركة وجهات نظرهم، تبين لنا أن بنسبة %61.2 من مفردات العينة يستخدمون منصة فايسبوك أحيانا، في حين أن استخدام مفردات العينة لمنصة فايسبوك للتعبير عن آرائهم ووجهات نظرهم بشكل دائم قدرت نسبتهم بـ %21.4، أما بقية مفردات العينة والبالغة نسبتهم %17.3 نادرا ما يستخدمون الفايسبوك للتعبير عن آرائهم ووجهات نظرهم.

تشير المعطيات الى أن أغلبية الطلبة يستخدمون الفايسبوك للتعبير عن آرائهم ومن خلال احتكاكنا بالطلبة لاحظنا ان هذا قد يعود الى ان هذا الأخير له دور فعال في الحياة اليومية فمن خلاله يمكن للطلبة نشر آرائهم حول مواضيع مختلفة على صفحاتهم الشخصية وكذلك الانضمام الى مجموعات تناقش نفس المواضيع التي تهمهم والتفاعل من خلال تبادل الأفكار والآراء أما بالنسبة الى الذين أجابوا بـ نادرا فهذا يمكن إرجاعه الى أن بعض الطلبة يستخدمون الفايسبوك إلا لتصفح فقط دون تفاعل بمعنى أنهم يكتفون بالمشاهدة فقط.

الجدول (09): يبين طبيعة المواضيع التي تجذب انتباه مفردات العينة على منصة فايسبوك.

النسبة المئوية	التكرار		
25.5%	25	اجتماعية	طبيعة المواضيع
43.9%	43	ثقافية	
9.2%	9	سياسية	
6.1%	6	اقتصادية	
15.3%	15	رياضية	
100%	98	المجموع	

الشكل رقم (09) : يمثل طبيعة المواضيع التي تجذب انتباه مفردات العينة على منصة فايسبوك.



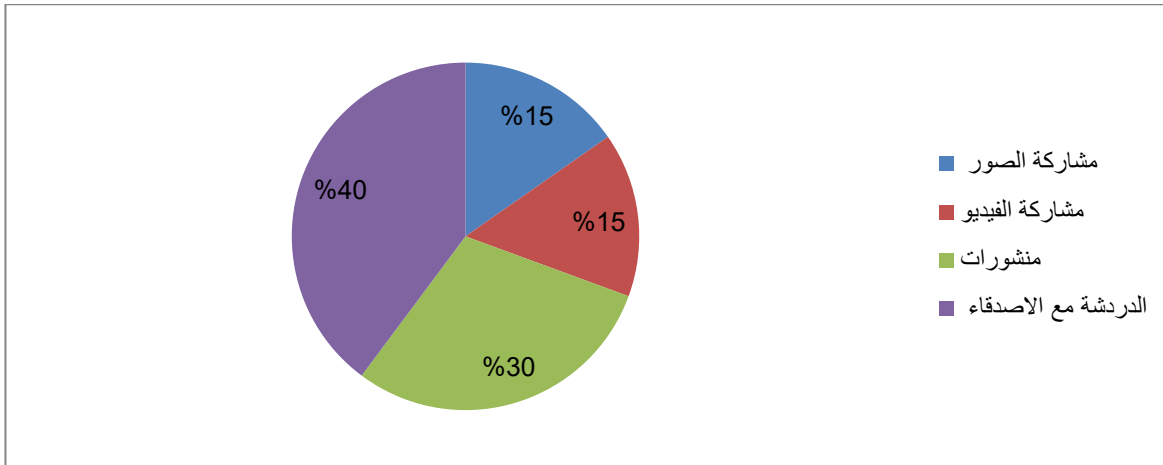
من خلال القراءة الرقمية للجدول أعلاه والذي يوضح طبيعة المواضيع التي تجذب انتباه مفردات العينة على منصة فايسبوك، تبين لنا أن نسبة كبيرة ما يعادل 43.9% من مفردات العينة تجذبهم المواضيع الثقافية على الفايسبوك، في حين 25.5% من مفردات العينة تجذبهم المواضيع الاجتماعية، تليها نسبة 15.3% تجذبهم المواضيع الرياضية أكثر، وفي مقابل ذلك نجد نسبة قليلة ما يعادل 9.2% تجذبهم المواضيع السياسية، وبنسبة اقل منها قدرت بـ 6.1% تجذبهم المواضيع الاقتصادية.

بعد القراءة الرقمية للجدول واحتكاكنا بالطلبة لاحظنا أن نسبة كبيرة من الطلبة يفضلون المواضيع الثقافية وذلك لفهم هويتهم الثقافية بشكل أفضل والتعرف على ثقافات جديدة وتقدير تنوعهم الثقافي، كما يعتبر البعض أن متابعة المواضيع الثقافية طريقة ممتعة لتعلم أشياء جديدة وتوسيع أفقهم، أما بالنسبة الى الطلبة الذين تجذبهم المواضيع الاجتماعية لاحظنا ان لديهم وعي بأهمية المشاركة في المواضيع الاجتماعية وتأثيرها على المجتمع والرغبة في تطويره، حيث تعكس هذه المواضيع قضايا واقعية ومهمة قد يكون لها تأثير أكبر على حياة الأفراد والمجتمع بشكل عام ولذلك فان الطلبة يجدون فيها جاذبية واهتماما أكبر، أما بالنسبة الى المواضيع الرياضية لاحظنا أن هناك نقص في نسبة انجذاب الطلبة إليها، وكما هو متعارف عليه ان الذكور هم الأكثر انجذابا الى هذه المواضيع فمن البديهي ان نرجع هذا الأمر الى كون نسبة الذكور في مجتمع الدراسة اقل من نسبة الإناث، وفي المقابل نجد من الطلبة الذين ينجذبون الى المواضيع السياسية والاقتصادية ولكن بنسبة قليلة جدا وهذا راجع الى ان الطلبة لا يرون ان هناك فائدة من المشاركة في النقاشات السياسية والاقتصادية على الفيسبوك خاصة ان هذه النقاشات لا تؤدي الى أي تغيير فعلي.

الجدول رقم (10): يبين أهم خدمات منصة فايسبوك المفضلة لدى مفردات العينة على منصة فايسبوك

10. ماهي أهم خدمات منصة فايسبوك المفضلة لديك؟			
النسبة المئوية	التكرار		
%15.3	15	مشاركة الصور	التغيرات
%15.3	15	مشاركة فيديو	
%29.6	29	منشورات	
%39.8	39	الدردشة مع الأصدقاء	
%100	98	المجموع	

الشكل رقم (10): يمثل أهم خدمات منصة فايسبوك المفضلة لدى مفردات العينة على منصة فايسبوك



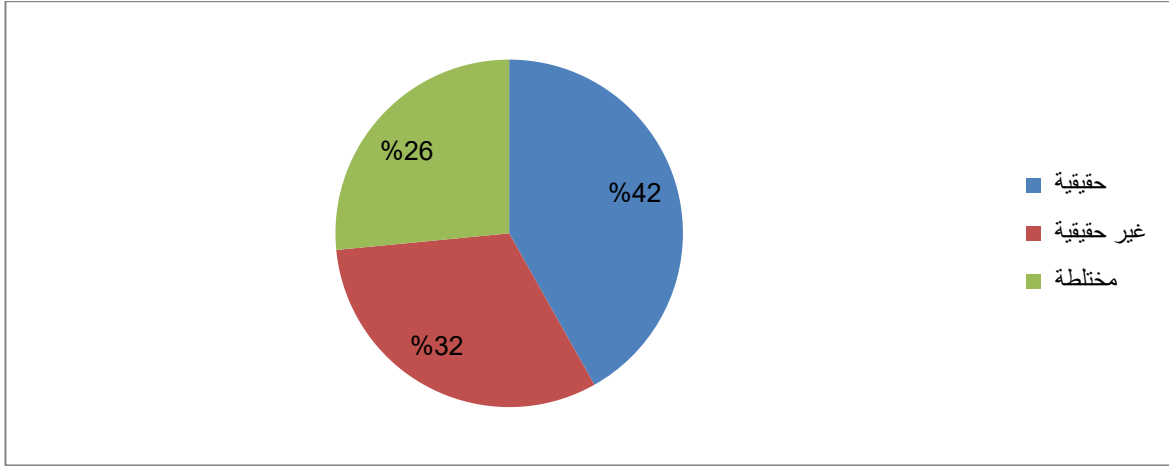
من خلال الجدول الموضح اعلاه والخاص بأهم خدمات منصة فايسبوك المفضلة لدى مفردات العينة، يتضح لنا أن نسبة 39.8% يفضلون خدمة الدردشة مع الاصدقاء، تليها نسبة 29.6% يفضلون كتابة المنشورات، في حين أن نسبة 15.3% يفضلون مشاركة الصور، وبالنسبة لتليها 15.3% من مفردات العينة يفضلون مشاركة الفيديو.

بعد القراءة الرقمية للجدول واحتكاكنا بالطلبة لاحظنا أن الأغلبية يفضلون الدردشة مع الاصدقاء وذلك قد يكون من أجل التسلية والترفيه عن النفس أو مشاركة الأفكار والمشاعر سواء كانت متعلقة بالدراسة أو الحياة الشخصية أما بالنسبة الى الذين يفضلون المنشورات ومشاركة الصور والفيديو فهذا قد يكون للتعبير عن ذاتهم بكل حرية وتوثيق اللحظات والتجارب الشخصية.

الجدول رقم (11): يبين توزيع مفردات العينة حسب مشاركة البيانات الشخصية على منصة فايسبوك

11. هل البيانات الشخصية الخاصة بك على منصة فايسبوك			
المتغيرات	التكرار	النسبة المئوية	
حقيقية	41	41.9%	
غير حقيقية	31	31.6%	
مختلطة	26	26.5%	
المجموع	98	100%	

الشكل رقم (11): يمثل توزيع مفردات العينة حسب مشاركة البيانات الشخصية على منصة فايسبوك



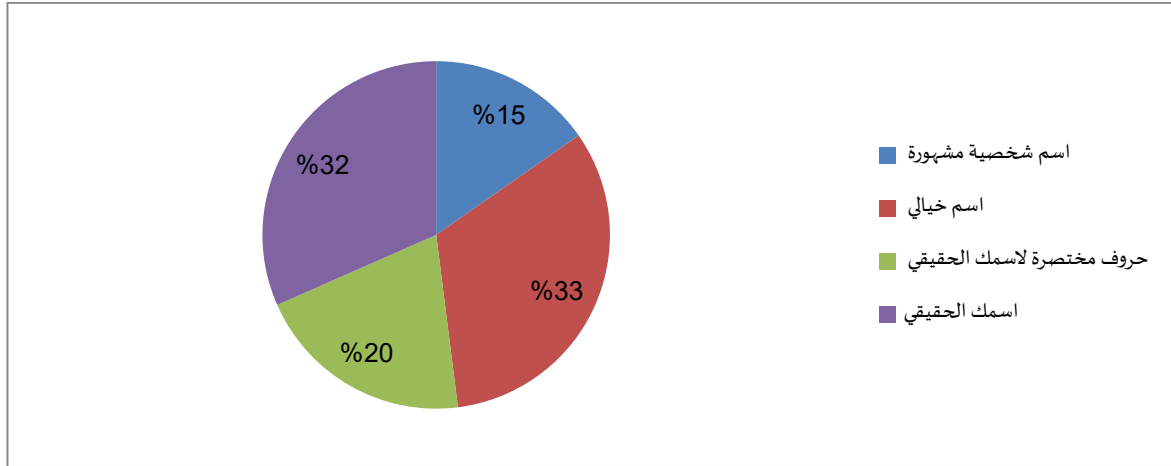
من خلال القراءة الرقمية للجدول والذي يبين توزيع مفردات العينة حسب مشاركة البيانات الشخصية على منصة فايسبوك تبين لنا أن الأفراد الذين بياناتهم الحقيقية بلغت نسبتهم بـ 41.9%، في حين ان بلغت نسبة الذين يستخدمون بيانات غير حقيقية قدرت بـ 31.6%، في المقابل نجد أن 26.5% يمزجون بين بياناتهم الحقيقية وغير الحقيقية.

بعد القراءة الرقمية للجدول واحتكاكنا بالطلبة لاحظنا أن من يستخدمون بياناتهم الحقيقية من اسم ولقب وسن وتاريخ الميلاد وغيرها من المعلومات الشخصية يُسمح لهم بإنشاء ملف تعريف واقعي مما يسهل على الآخرين سهولة التعرف على الطالب والتواصل معه كما يدل هذا على أنهم أكثر جرأة، أما بالنسبة الى الذين يستخدمون بيانات غير حقيقية وهذا قد يكون بسبب خوفهم من مخاطر الخصوصية أو استخدام معلوماتهم الشخصية لأغراض غير مرغوب فيها مثل الإعلانات المستهدفة أو سرقة الهوية.

الجدول رقم (12): يبين الدلالة التي يحملها اسم مفردات العينة على منصة فايسبوك

12. ماهي الدلالة التي يحملها اسمك على منصة فايسبوك؟		
النسبة المئوية	التكرار	
15.3%	15	اسم شخصية مشهور
32.7%	32	اسم خيالي
20.4%	20	حروف مختصرة لاسمك الحقيقي
31.6%	31	اسمك الحقيقي
100%	98	المجموع

الشكل رقم (12): يمثل الدلالة التي يحملها اسم مفردات العينة على منصة فايسبوك



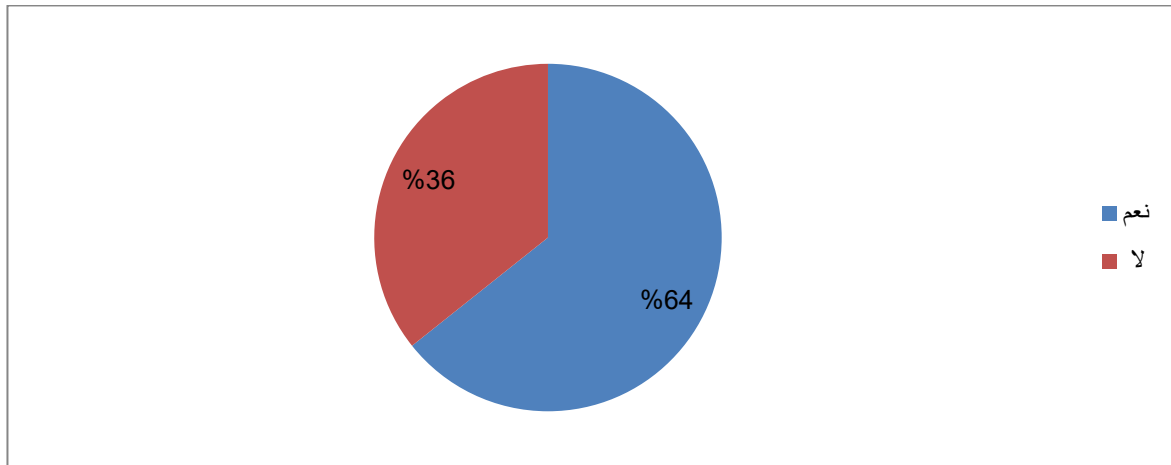
من خلال الجدول الموضح اعلاه والخاص بالدلالة التي يحملها اسم مفردات العينة على منصة فايسبوك تبين لنا ان 32.7% من مفردات العينة يستخدمون اسم خيالي على منصة فايسبوك، تليها نسبة 31.6% يستخدمون اسم حقيقي، في حين أن نسبة 20.4% يستخدمون حروف مختصرة لأسمائهم الحقيقية وفي الأخير نجد 15.3% من يستخدمون اسم شخصية مشهورة.

بعد القراءة الرقمية للجدول واحتكاكنا بالطلبة لاحظنا أغلبية الطلبة يفضلون أسماء خيالية وربما هذا راجع أولا الى الحفاظ على خصوصيتهم وعدم الكشف عن هويتهم وكذلك رغبتهم في تجربة هوية جديدة أو رغبتهم في إثارة الفضول أو مجرد الاستمتاع بكونهم مجهولي الهوية، أما بالنسبة الى الذين يستخدمون أسماءهم الحقيقية فهذا قد يكون لتعزيز الهوية الشخصية وبناء صورة واضحة لأنفسهم على الفايسبوك، أما بالنسبة الى الذين يستخدمون أسماء شخصيات مشهورة فهذا قد يكون بسبب الإعجاب بأحد الشخصيات أو الرغبة في تقليد المشاهير.

الجدول رقم (13): يبين مدى تطابق الهوية الافتراضية لمفردات عينة على منصة فايسبوك مع هويتهم الحقيقية

13. هل الهوية الافتراضية التي تظهرها على منصة فايسبوك تتطابق مع هويتك الحقيقية؟			
النسبة المئوية	التكرار		
64.3%	63	نعم	المتغيرات
35.7%	35	لا	
100%	98	المجموع	

الشكل رقم (13): يمثل مدى تطابق الهوية الافتراضية لمفردات عينة على منصة فايسبوك مع هويتهم الحقيقية

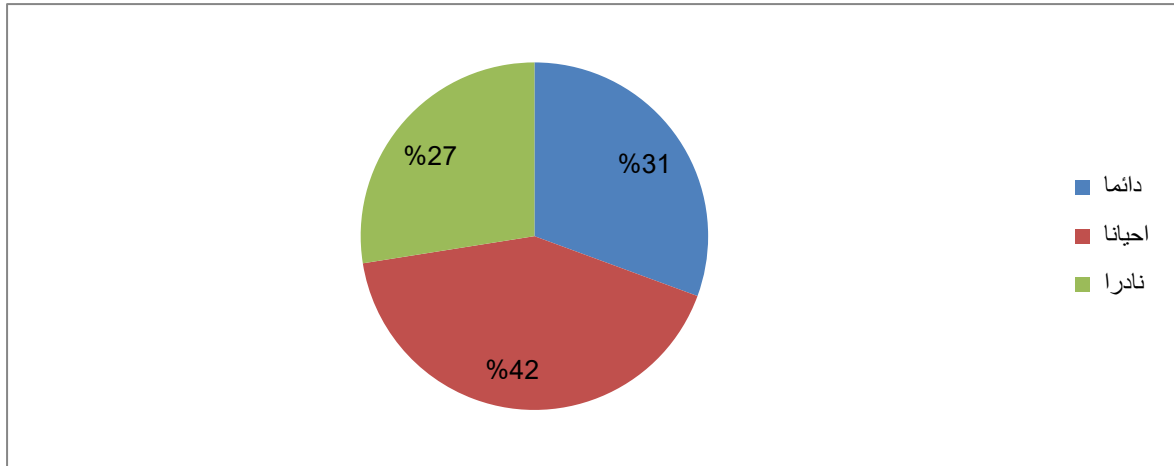


من خلال القراءة الرقمية للجدول والمتعلق بإجابات مفردات العينة حول مدى تطابق الهوية الافتراضية على منصة فايسبوك مع هويتهم الحقيقية، تبين لنا أن نسبة فاقت نصف مفردات العينة والمقدرة بـ 64.3% كانت إجاباتهم بنعم تتطابق هويتهم الافتراضية مع هويتهم الحقيقية، وفي مقابل ذلك نجد 35.7% من مفردات العينة كانت إجاباتهم بان هويتهم الافتراضية لا تتطابق مع هويتهم الحقيقية من خلال احتكاكنا بالطلبة لاحظنا أن الأغلبية تتطابق هويتهم الافتراضية على الفايسبوك مع الهوية الحقيقية وهذا قد يكون راجع الى أن الشخصية التي يتفاعلون بها في العالم الافتراضي هي نفسها في العالم المعاش سواء في الاسم واللقب وكل المعلومات الشخصية، بمعنى ان الذات الافتراضية نفسها الذات الواقعية بالنسبة لهم، أما بالنسبة الى الطلبة الذين لا تتطابق هويتهم الافتراضية مع الحقيقية فهذا قد يكون راجع الى رغبتهم في الظهور بالشكل الذي يفضلونه واكتشاف جوانب مختلفة في شخصيتهم دون خوف من الرقابة أو من مخاوف الخصوصية .

الجدول رقم (14): يبين مدى مساهمة الهوية الافتراضية على منصة فايسبوك في حماية الخصوصية الشخصية لمفردات العينة

14. هل تلجأ إلى استخدام هوية افتراضية في منصة فايسبوك لحماية الخصوصية الشخصية؟			
النسبة المئوية	التكرار		
30.6%	30	دائما	المتغيرات
41.9%	41	أحيانا	
27.5%	27	نادرا	
100%	98	المجموع	

الشكل رقم (14) : يمثل مدى مساهمة الهوية الافتراضية على منصة فايسبوك في حماية الخصوصية الشخصية لمفردات العينة



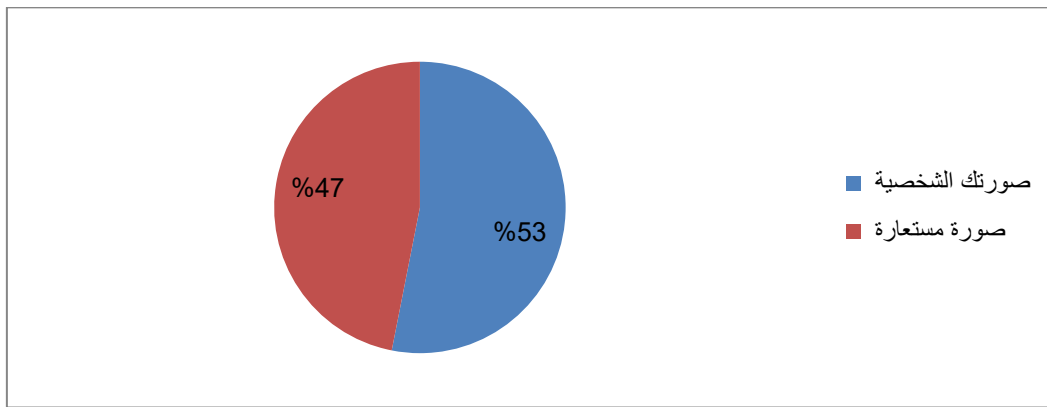
من خلال الجدول الموضح اعلاه والخاص بمدى مساهمة الهوية الافتراضية على منصة فايسبوك في حماية الخصوصية الشخصية، تبين لنا ان نسبة 41.9% من مفردات العينة أحيانا ما يلجئون الى الهوية الافتراضية لحماية الخصوصية الشخصية، في حين أن نسبة 30.6% دائما يلجئون الى الهوية الافتراضية لحماية الخصوصية الشخصية، أما نسبة 27.5% نادرا ما يلجئون الى الهوية الافتراضية لحماية الخصوصية الشخصية

بعد القراءة الجدولية وملاحظتنا لطلبة تبين لنا أن الأغلبية يلجئون سواء بصفة دائمة أو أحيانا الى الهوية الافتراضية لحماية الخصوصية الشخصية وذلك قد يكون لمنع سرقة الهوية والحفاظ على سرية المعلومات الشخصية كما تقلل الهوية الافتراضية من خطر تعرض الطلبة الى التنمر الالكتروني من قبل زملائهم أو أشخاص آخرين، أما بالنسبة الى الطلبة الذين نادرا ما يلجئون ربما هذا راجع الى قلة وعيهم بخطورة مشاركة المعلومات الشخصية.

الجدول رقم (15) : يبين توزيع مفردات العينة حسب الصورة الرمزية التي يستخدمونها لتمثيل هويتهم الافتراضية.

15. ماهي الصورة الرمزية التي تستخدمها لتمثيل هويتك الافتراضية؟			
النسبة المئوية	التكرار		
53.1%	52	صورتك الشخصية	المتغيرات
46.9%	46	صورة مستعارة	
100%	98	المجموع	

الشكل رقم (15) : يمثل توزيع مفردات العينة حسب الصورة الرمزية التي يستخدمونها لتمثيل هويتهم الافتراضية



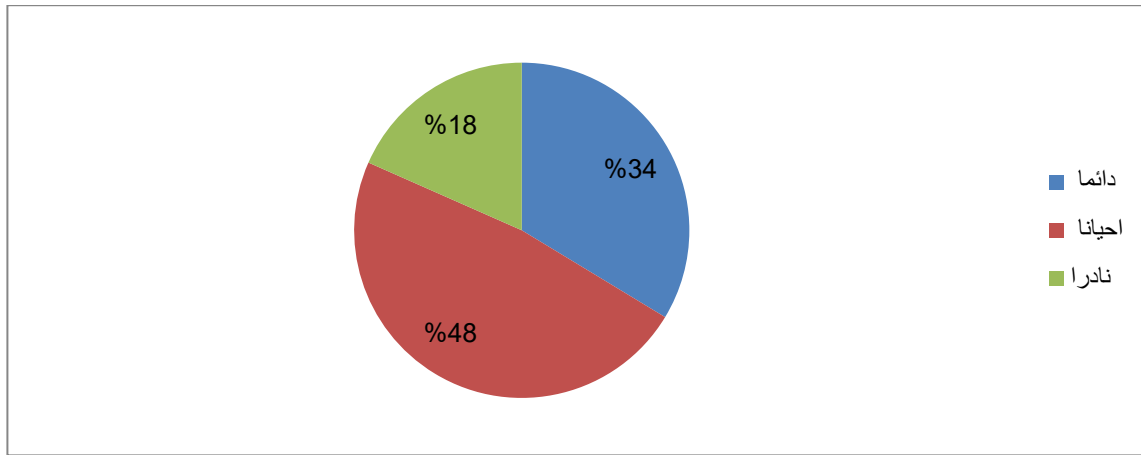
يفسر لنا الجدول الموضح أعلاه والخاص بتوزيع مفردات العينة حسب الصورة الرمزية التي يستخدمونها لتمثيل هويتهم الافتراضية، ومن خلال القراءة الرقمية للجدول تبين لنا ان 52 مفردة ما يعادل 53.1% يستخدمون صورهم الشخصية على منصة فايسبوك، في حين ان 46 مفردة يستخدمون صور مستعارة وقدرت نسبتهم بـ 46.9%

بعد تحليل هذه المعطيات لاحظنا ان من يستخدمون صورهم الشخصية أكثر من الطلبة الذين يستخدمون صور مستعارة، ومن خلال احتكاكنا بالطلبة لاحظنا أن هذا راجع الى رغبتهم في خلق هوية حقيقية خاصة بهم وأنهم أكثر راحة عند استخدام صورهم الشخصية لتمثيل هويتهم الافتراضية، وذلك لزيادة استخدام منصة فايسبوك من طرف الطلبة مما أدى إلى مشاركة المستخدمين لصورهم الشخصية وارتياحهم في مشاركة صورهم الحقيقية مع الآخرين كما يعتقدون أنها تمثلهم تمثيل دقيق، بالإضافة الى تزايد أهمية الهوية الشخصية في العالم الرقمي، أما بالنسبة الى الطلبة الذين يستخدمون صور مستعارة فهذا يمكن إرجاعه الى رغبتهم في خلق هوية افتراضية مختلفة عن هويتهم الحقيقية وذلك بتقمص شخصيات غير شخصياتهم الحقيقية والظهور في هويات متعددة بغرض تحقيق رغبات وحاجيات نفسية واجتماعية مرغوب فيها، وللتعبير عن آرائهم بكل حرية والشعور بطمأنينة.

الجدول رقم (16) : يبين نسبة احتفاظ مفردات العينة بخصوصيتهم في منشوراتهم على الفايسبوك.

16. هل تفضل الاحتفاظ بخصوصيتك في منشوراتك على الفايسبوك؟			
النسبة المئوية	التكرار		
33.7%	33	دائما	المتغيرات
48%	47	أحيانا	
18.3%	18	نادرا	
100%	98	المجموع	

الشكل رقم (16) : يمثل نسبة احتفاظ مفردات العينة بخصوصيتهم في منشوراتهم على الفايسبوك



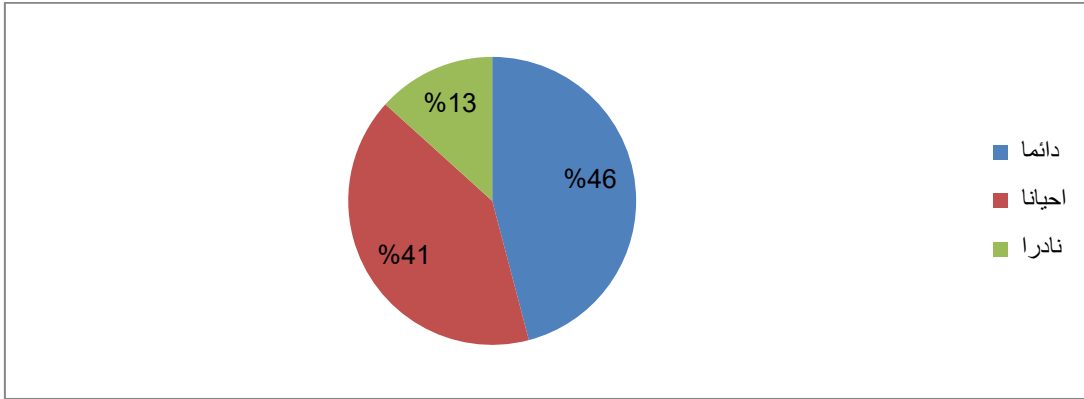
من خلال القراءة الرقمية للجدول والذي يمثل نسبة احتفاظ الطلبة بخصوصيتهم في منشوراتهم على الفايسبوك نلاحظ ان النسبة الكبيرة والتي قدرت بـ 48% من مفردات العينة أحيانا ما يقومون بالاحتفاظ بخصوصيتهم في بعض منشوراتهم على منصة فايسبوك، أما نسبة الذين دائما يفضلون الاحتفاظ بخصوصيتهم فقدت بـ 33.7%، تليها نسبة نادرا ما يحتفظون بخصوصياتهم وقدت بـ 18.3%.

ومن هنا نلاحظ الطلبة أحيانا ما يحتفظون بخصوصيتهم في بعض منشوراتهم على الفايسبوك وهذا لكي لا يتمكن أي احد من معرفتهم أو العثور عليهم عند البحث عنهم، وهذا يدل على أنهم يدركون أهمية الخصوصية كما أنهم يتخذون خطوات لحماية معلوماتهم الشخصية، ومن خلال احتكاكنا ببعض الطلبة لاحظنا ان أسباب احتفاظ الطلبة بخصوصيتهم على الفايسبوك تختلف حسب كل طالب كالعوامل الفردية مثل العمر والسن و الجنس والبلد الذي يعيشون فيه كما أنهم يفضلون الاحتفاظ بالمعلومات الشخصية أمنة لتجنب التنمر أو المضايقات، ومع هذا فان هناك من الطلبة نادرا ما يفضلون الاحتفاظ بخصوصيتهم في منشوراتهم على منصة فايسبوك وذلك قد يكون رغبة في التواصل والحصول على التقدير وكذلك الشعور بالراحة.

الجدول رقم (17) : يبين توزيع مفردات العينة حسب المجموعات والصفحات التي تخص اهتماماتهم وهو اياتهم على منصة فايسبوك.

17. هل تنتهي إلى مجموعات وصفحات تخص اهتماماتك وهو اياتك على منصة فايسبوك؟			
المتغيرات	التكرار	النسبة المئوية	
المتغيرات	دائما	45	45.9%
	أحيانا	40	40.8%
	نادرا	13	13.3%
	المجموع	98	100%

الشكل رقم (17): يمثل توزيع مفردات العينة حسب المجموعات والصفحات التي تخص اهتماماتهم وهو اياتهم على منصة فايسبوك.



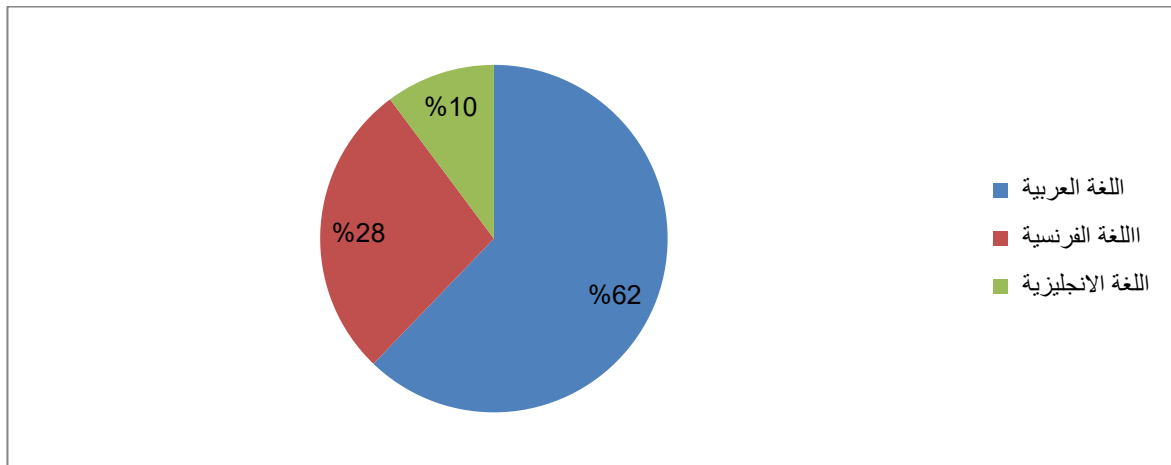
من خلال النتائج المتحصل عليها في الجدول رقم (17) تبين لنا ان 45 مفردة قدرت نسبتهم بـ 45.9% دائما ما ينتموا إلى مجموعات وصفحات تخص اهتماماتهم وهو اياتهم على منصة فايسبوك، في حين ان 40 مفردة قدرت نسبتهم بـ 40.8% أحيانا ما ينتمون إلى مجموعات وصفحات تخص اهتماماتهم، أما باقي مفردات العينة والمقدر عددهم بـ 13 ما يعادل نسبة 13.3% نادرا ما ينتمون إلى مجموعات تخص اهتماماتهم على منصة فايسبوك.

ومن هنا نلاحظ ان أغلبية الطلبة وبنسبة 45.9% دائما ما ينتمون إلى مجموعات وصفحات تخص اهتماماتهم وهو اياتهم على منصة فايسبوك وهذا راجع الى رغبتهم في زيادة نسبة تفاعلهم على المنصة والتعرف على طلبة آخرين لديهم نفس الاهتمامات، وبنسبة لا تقل عن النسبة الأولى نلاحظ ان 40.8% أحيانا ما ينتمون إلى مجموعات وصفحات تخص اهتماماتهم وذلك حسب رغبتهم في متابعة صفحات و مجموعات تخص اهتماماتهم أو إنشاء محتوى خاص بهم حول اهتماماتهم، وفي المقابل ذلك نجد 13.3% نادرا ما ينتمون إلى مجموعات وصفحات تخص اهتماماتهم وهو اياتهم على منصة فايسبوك وذلك لأنهم لا يهتمون بالمشاركة في مجموعات على الفاييسبوك ولا يعتقدون انه هو المنصة المناسبة للعثور على صفحات ومجموعات تخص اهتماماتهم.

الجدول رقم (18) : يبين اللغة التي يفضل مفردات العينة استخدامها أثناء نشر محتوياتهم والتفاعل بها في صفحاتهم الخاصة.

18. ماهي اللغة التي تفضل استخدامها أثناء نشر محتوياتك والتفاعل في صفحتك الخاصة فيسبوك؟			
المتغيرات	اللغة العربية {فصحى أو عامية أو مختلطة}	التكرار	النسبة المئوية
	اللغة الفرنسية	27	27.6%
	اللغة إنجليزية	10	10.2%
	المجموع	98	100%

الشكل رقم (18) : يمثل اللغة التي يفضل مفردات العينة استخدامها أثناء نشر محتوياتهم والتفاعل بها في صفحاتهم الخاصة.



من خلال الجدول الموضح اعلاه الخاص باللغة المفضلة التي يستخدمها مفردات العينة أثناء نشر محتوياتهم و التفاعل بها في صفحاتهم الخاصة فيسبوك، ومن خلال القراءة الرقمية للجدول يتضح لنا ان أكثر من نصف مفردات العينة ما يعادل 62.2% يستخدمون اللغة العربية، في حين أن 27.6% كانت إجابتهم على أنهم يفضلون استخدام اللغة الفرنسية، في مقابل ذلك نجد ان 10.2% فقط من مفردات العينة يستخدمون اللغة الانجليزية.

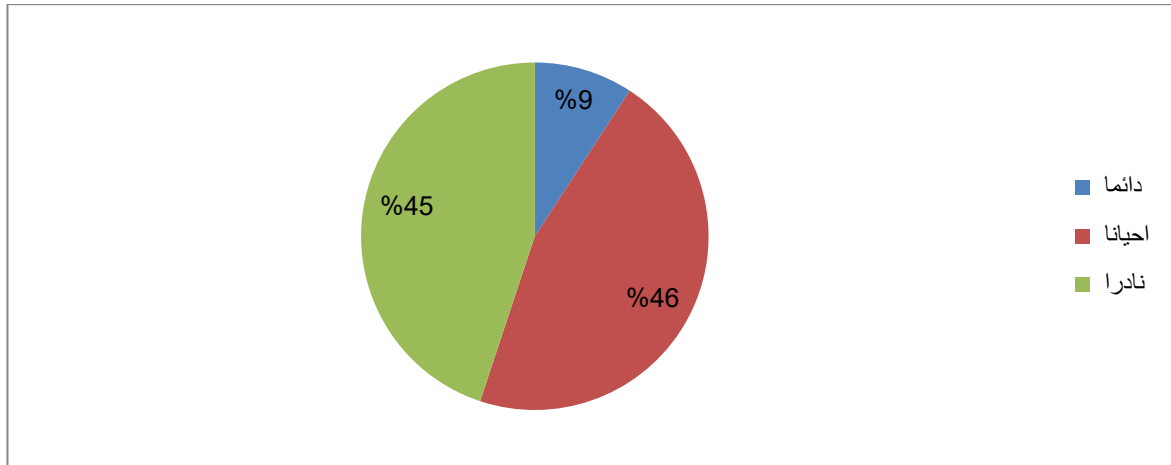
وانطلاقاً من القراءة الرقمية للجدول لاحظنا أن اللغة المفضلة لدى الطلبة في منصة فيسبوك هي اللغة العربية (الفصحى أو العامية أو المختلطة) ومن خلال احتكاكنا بالطلبة وملاحظة صفحاتهم الشخصية اتضح لنا ان مفردات العينة يستخدمون اللغة العربية كلغة أساسية في التواصل مع الاصدقاء وفي نشر المحتويات و التفاعل مع منشورات غيرهم وسبب ذلك ان اللغة العربية كما هو معروف عليها اللغة الأم وبصفة عامة لغة التعليم في جميع المستويات لأنها الأكثر سهولة في الفهم و إيصال الفكرة بطريقة واضحة إضافة الى ذلك نجد

ان اللغة العامية أصبحت متداولة بكثرة في منصة فايسبوك فأصبح الفاعلون في المنصات يستخدمونها ضمن تعليقاتهم على المنشورات وذلك لسهولة استخدامها، أما اللغة العربية الفصحى فهي ذات طابع رسمي تستخدم في الخطابات الرسمية و الملتقيات الجامعية و المؤتمرات و الندوات، و من خلال الأرقام المتحصل عليها في الجدول وملاحظتنا تبين لنا ان اللغة الفرنسية كانت نسبتها جيدة من خلال إجابات المستخدمين لها باعتبار أنها اللغة الثانية بعد اللغة العربية وهناك من يفضل استخدامها و التفاعل بها كونهم متمكنين منها ولاحظنا أن بعض الطلبة مستواهم جيد في هذه اللغة، فيما يأتي بعد ذلك استخدام اللغة الانجليزية و التي كانت نسبتها ضئيلة جدا بالنسبة لإجابات مفردات العينة و سبب ذلك أنهم لا يستخدمونها على الإطلاق في تفاعلاتهم و منشوراتهم كما توافقت النتائج المتحصل إليها مع النتائج التي توصلت إليها الباحثة قحفاز وفاء في دراستها المتمثلة في ان أفراد العينة يفضلون استخدام اللغة العربية (فصحى، عامية، مختلطة) بنسبة 56% ثم تليها استخدام اللغة الفرنسية بنسبة 15% وأخيرا اللغة الانجليزية بنسبة 6%.

الجدول رقم (19) : يبين توزيع مفردات العينة حسب تأثير استخدام منصة فايسبوك على الهوية الحقيقية.

19. هل استخدامك لمنصة الفايسبوك يؤثر على هويتك الحقيقية؟			
النسبة المئوية	التكرار		
9.2%	9	دائما	المتغيرات
45.9%	45	أحيانا	
44.9%	44	نادرا	
100.0	98	المجموع	

الشكل رقم (19) : يمثل توزيع مفردات العينة حسب تأثير استخدام منصة فايسبوك على الهوية الحقيقية.

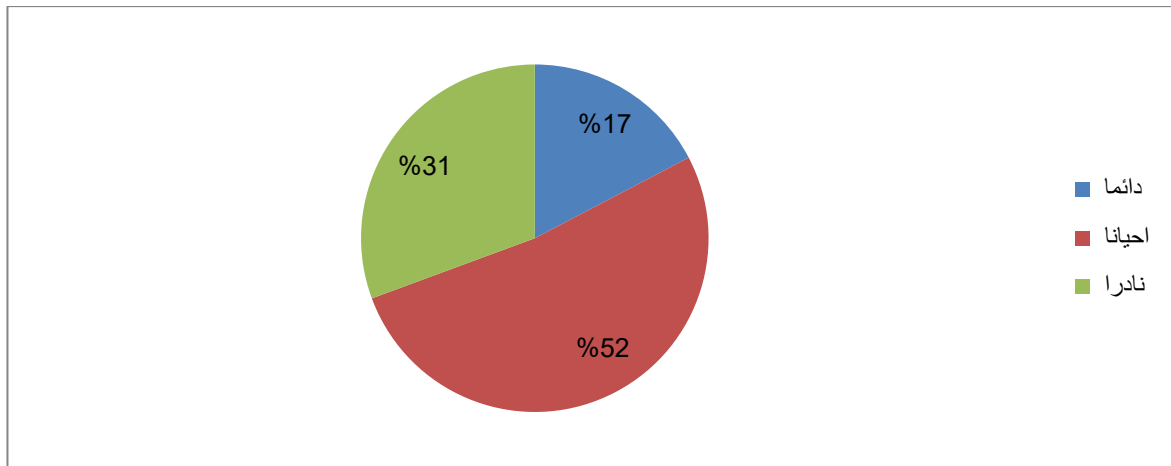


يبين لنا الجدول أعلاه تأثير منصة فايسبوك على الهوية الحقيقية ومن خلال القراءة الرقمية للجدول تبين لنا ان 45 مفردة ما يعادل 45.9% من الطلبة الذين يعتقدون أن استخدام منصة فايسبوك يؤثر على هويتهم الحقيقية أحيانا، تليها 44 مفردة بنسبة 44.9% نادرا ما تؤثر منصة فايسبوك على حياتهم الحقيقية وفي مقابل ذلك نجد 9 مفردات ما يعادل 9.2% أجابوا بان منصة فايسبوك تؤثر على الحياة الحقيقية دائما. ومن خلال احتكاكنا بالطلبة وتحليل معطيات الجدول تبين لنا أن أغلبية الطلبة كانت إجاباتهم أحيانا ونادرا ما يؤثر استخدام منصة فايسبوك على حياتهم الحقيقية وذلك لاستخدامهم للفايسبوك بوعي واستغلاله لنقل الأخبار والآراء فقط وللتواصل مع الأقارب والعائلة ومشاركة المعرفة، في مقابل ذلك نجد نسبة قليلة يؤثر عليهم استخدام الفايسبوك على حياتهم الحقيقية دائما وهذا التأثير يختلف من شخص الى آخر فمن خلال معاشتنا لطلبة لاحظنا ان هناك من يؤثر عليهم إيجابيا كأن يبقوا على تواصل مع أصدقائهم وعائلاتهم كما يعتبروا الفايسبوك كمصدر غني للمعلومات والموارد التعليمية. وهناك من يؤثر عليهم سلبا وهذا حسب رأي المبحوثين فان تصفح الفايسبوك بصفة دائمة يشعرهم بالغيرة وعدم الرضا عن حياتهم، كما يشتت انتباههم عن الدراسة مما يؤثر سلبا على تحصيلهم الدراسي.

الجدول رقم (20) : يبين مدى مساعدة منصة فايسبوك مفردات العينة على التعبير عن ذاتهم وعرض هويتهم الافتراضية.

20. هل تساعدك منصة فايسبوك على التعبير عن ذاتك وعرض هويتك الافتراضية بشكل أفضل من الواقع؟			
المتغيرات	التكرار	النسبة المئوية	
دائما	17	17.3%	
أحيانا	51	52%	
نادرا	30	30.6%	
المجموع	98	100%	

الشكل رقم (20) : يمثل مدى مساعدة منصة فايسبوك مفردات العينة على التعبير عن ذاتهم وعرض هويتهم الافتراضية أفضل من الواقع



تبين لنا القراءة الرقمية للجدول أعلاه مدى مساعدة منصة فايسبوك مفردات العينة على التعبير عن ذاتهم وعرض هويتهم الافتراضية بشكل أفضل من واقع حيث نجد أكبر نسبة قدرت بـ 52% أحيانا ما تساعدهم منصة فايسبوك على التعبير عن ذاتهم وعرض هويتهم بشكل أفضل من الواقع، تليها نسبة 30.6% من مفردات العينة الذين نادرا ما تساعدهم منصة فايسبوك على التعبير عن ذاتهم وعرض هويتهم بشكل أفضل من الواقع، وفي الأخير نجد 17.3% من مفردات العينة يرون بان منصة فايسبوك تساعدهم دائما على التعبير عن ذاتهم وعرض هويتهم بشكل أفضل من الواقع.

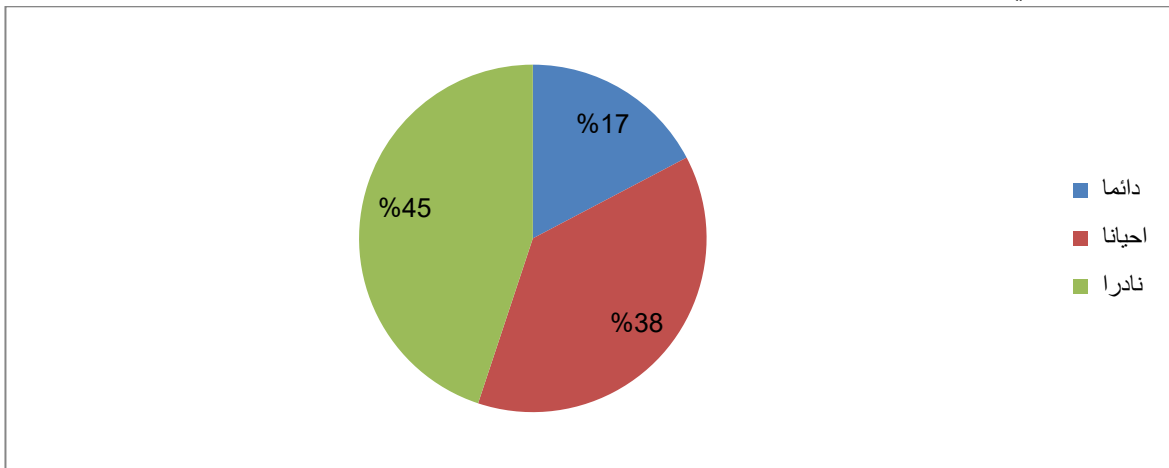
بعد القراءة الجدولية للمعطيات ومعايشتنا مع الطلبة لاحظنا ان أغلبية الطلبة بنسبة 52% و 30.6% أحيانا ونادرا على التوالي ما تساعدهم منصة فايسبوك على التعبير عن ذاتهم وقد يكون هذا راجع الى القواعد الصارمة التي تفرضها المنصة على المحتوى المنشور مما قد يمنع المستخدمين من التعبير عن آرائهم بحرية خوفا

من الحظر أو حذف المحتوى، وهذا يشعر الطلبة بالإحباط ولا يعطيهم الحرية في التعبير عن أنفسهم، في حين ان هناك من تساعدهم منصة فايسبوك في التعبير عن ذاتهم وعرض هويتهم دائما بنسبة قليلة قدرت بـ 17.3% وهذا قد يكون راجع الى توفير الفايسبوك لفرصة الاتصال مع أشخاص آخرين يشاركونهم نفس الاهتمامات وهذا يشعر الطلبة بالانتماء والدعم كما يوفر لهم أدوات لإدارة هويتهم الافتراضية مثل إنشاء ملف تعريف شخصي أو اختيار صورة رمزية أو نشر محتوى يعكس شخصيتهم، ويمكن ان تساعد هذه الأدوات على الشعور بمزيد من التحكم في كيفية عرض أنفسهم للآخرين.

الجدول رقم (21) : يبين توزيع مفردات العينة حسب درجة تأثير منصة فايسبوك على طريقة تفكيرهم وسلوكياتهم في الحياة الافتراضية.

21. هل تؤثر منصة فايسبوك على طريقة تفكيرك وسلوكك في الحياة الافتراضية؟			
النسبة المئوية	التكرار		
17.3%	17	دائما	المتغيرات
37.8%	37	أحيانا	
44.9%	44	نادرا	
100%	98	المجموع	

الشكل رقم (21) : يمثل توزيع مفردات العينة حسب درجة تأثير منصة فايسبوك على طريقة تفكيرهم وسلوكياتهم في الحياة الافتراضية.



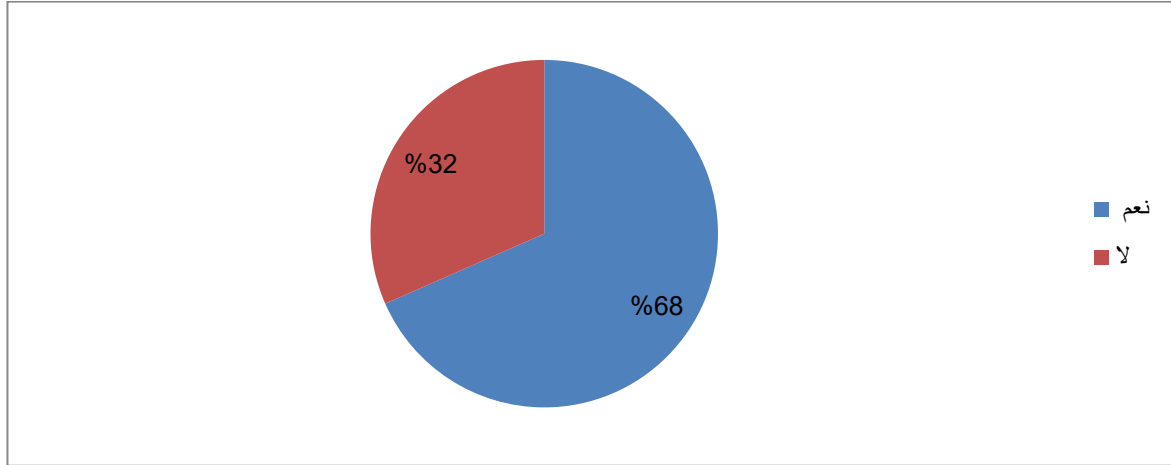
من خلال بيانات الجدول أعلاه تبين لنا أن 44 من مفردات العينة ما يعادل نسبة 44.9% نادرا ما تؤثر منصة فايسبوك على طريقة تفكيرهم وسلوكهم في الحياة الافتراضية، تليها 37 مفردة وبنسبة 37.8% أحيانا ما يؤثر الفايسبوك على طريقة تفكيرهم وسلوكهم في الحياة الافتراضية، في مقابل ذلك نجد 17 مفردة ما يعادل 17.3% تؤثر عليهم منصة فايسبوك بصفة دائمة على طريقة تفكيرهم وسلوكهم.

بعد القراءة الرقمية للجدول واحتكاكنا بالطلبة لاحظنا أن الأغلبية أحيانا ونادرا بنسبة 44.9% و 37.8% على التوالي تؤثر منصة فايسبوك على طريقة تفكيرهم وسلوكهم في الحياة الافتراضية بشكل غير موحد، فهناك من تؤثر عليه بشكل مباشر من خلال نشر المعلومات والأخبار، التواصل مع الأصدقاء، التسويق والإعلان أو التسلية. أو بطريقة غير مباشرة مثل المقارنة الاجتماعية من خلال المقارنة بين حياة الفرد وحياة الآخرين على الفايسبوك وهذا يؤدي الى الغيرة وعدم الرضا عن النفس كما قد يؤدي مشاركة الطلبة لمعلومات شخصية على الفايسبوك الى مخاطر الخصوصية، في مقابل ذلك نجد نسبة قليلة قدرت بـ 17.3% يؤثر الفايسبوك على طريقة تفكيرهم وسلوكهم بصفة دائمة وهذا راجع الى ان الفايسبوك أصبح جزءا لا يتجزأ من حياتهم اليومية ويشغل حيزا هاما في اهتماماتهم.

الجدول رقم (22): يبين توزيع مفردات العينة حسب مدى مساعدة منصة فايسبوك على بناء علاقات اجتماعية وتواصل مع الآخرين بشكل أفضل

22. هل تساعدك منصة فايسبوك في بناء علاقات اجتماعية وتواصل مع الآخرين بشكل أفضل؟			
النسبة المئوية	التكرار		
%68.4	67	نعم	المتغيرات
%31.6	31	لا	
%100	98	المجموع	

الشكل رقم (22): يمثل توزيع مفردات العينة حسب مدى مساعدة منصة فايسبوك على بناء علاقات اجتماعية وتواصل مع الآخرين بشكل أفضل



من خلال القراءة الرقمية للجدول الموضح أعلاه تبين لنا ان 67 مفردة ما يعادل نسبة 68.4% تساعدهم منصة فايسبوك في بناء علاقات اجتماعية والتواصل مع الآخرين بشكل أفضل، في حين أن 31 مفردة وبنسبة 31.5% لا تساعدهم منصة فايسبوك في بناء علاقات اجتماعية والتواصل مع الآخرين بشكل أفضل.

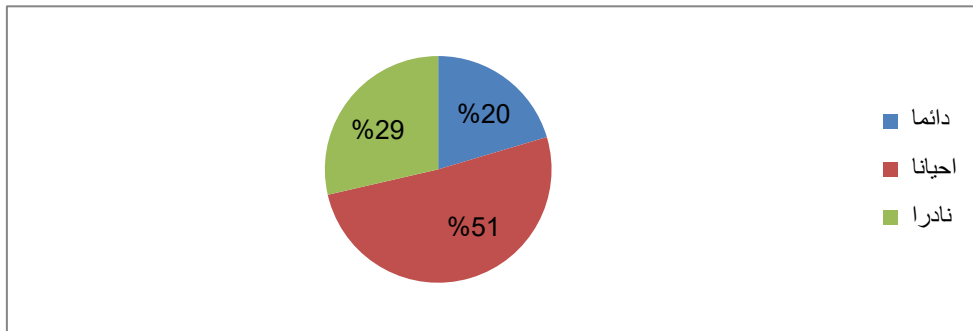
يظهر لنا الجدول ان أغلبية الطلبة والبالغة نسبتهم 68.4% تساعدهم منصة فايسبوك في بناء العلاقات الاجتماعية والتواصل مع الآخرين ومن خلال احتكاكنا بالطلبة لاحظنا ان هذا راجع الى تسهيل الفاييسبوك ميزة التعرف على أشخاص جدد من خلال اقتراحات الاصدقاء والانضمام إلى مجموعات الفاييسبوك للتواصل مع أشخاص يشاركونهم نفس الاهتمامات مثل المجموعات الطلابية أو المجموعات الرياضية والبقاء على تواصل مع الاصدقاء والعائلة بصفة دائمة.

أما بالنسبة الى الطلبة الذين أجابوا بـ لا والبالغة نسبتهم بـ 31.5% يعتقدون ان منصة فايسبوك لا تساعدهم في بناء علاقات اجتماعية والتواصل مع الآخرين وهذا قد يكون بسبب تركيز بعض الطلبة على التفاعلات السطحية والقصيرة مثل الإعجابات والتعليقات وهذا قد يشعر بالاتصال لكن لا يحفز على بناء علاقات اجتماعية دائمة.

الجدول رقم (23) : يبين مدى تأثير منصة فايسبوك على التفاعل الاجتماعي لدى مفردات العينة في الحياة الحقيقية.

23. هل استخدامك لمنصة فايسبوك يؤثر على مستوى تفاعلك الاجتماعي في الحياة الحقيقية؟			
النسبة المئوية	التكرار		
20.4%	20	دائما	المتغيرات
51%	50	أحيانا	
28.6%	28	نادرا	
100%	98	المجموع	

الشكل رقم (23) : يمثل مدى تأثير منصة فايسبوك على التفاعل الاجتماعي لدى مفردات العينة في الحياة الحقيقية.



من خلال معطيات الجدول أعلاه والذي يوضح مدى تأثير استخدام منصة فايسبوك على مستوى التفاعل الاجتماعي في الحياة الحقيقية، تبين لنا ان نسبة 51% من مفردات العينة أحيانا ما يؤثر استخدام منصة فايسبوك على مستوى تفاعلهم في الحياة الحقيقية، في حين أن نسبة 28.6% نادرا ما يؤثر استخدام الفاييسبوك على مستوى تفاعلهم في الحياة الحقيقية، وفي مقابل ذلك نجد 20.4% من مفردات العينة يؤثر استخدام الفاييسبوك على مستوى تفاعلهم الاجتماعي في الحياة الحقيقية بصفة دائمة.

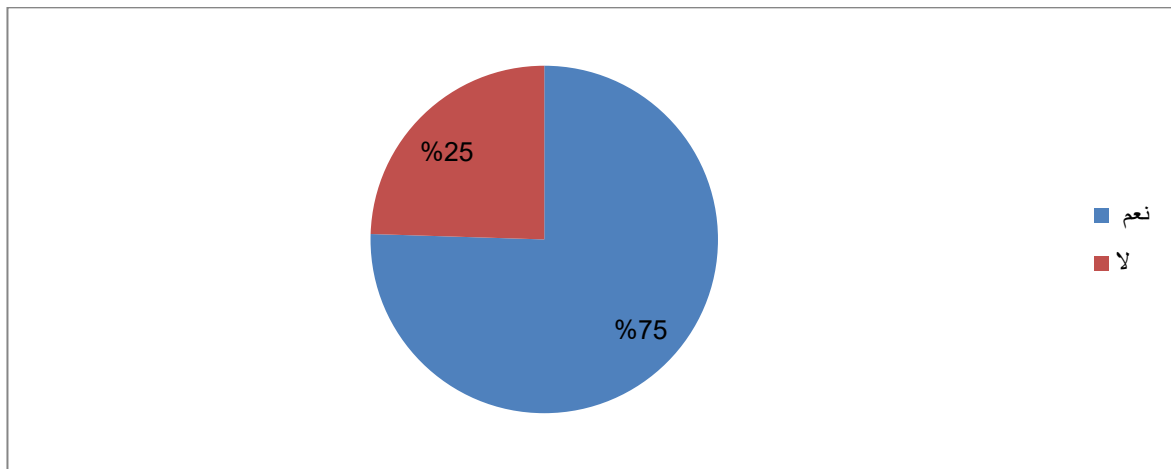
يشير الجدول الى ان استخدام الفاييسبوك له تأثير على مستوى التفاعل الاجتماعي لدى مفردات العينة في الحياة الحقيقية لكن بدرجات متفاوتة حيث أجاب الأغلبية بنسبة 51% بأنه أحيانا ما يؤثر عليهم في حين ان نسبة 20.4% دائما تؤثر على مستوى تفاعلهم ومن خلال احتكاكنا ببعض الطلبة لاحظنا ان سبب تأثيرهم هو قضاء وقت طويل في تصفح الفاييسبوك مما يقلل من الوقت المتاح للتفاعل الاجتماعي المباشر مع العائلة والأصدقاء في الحياة الواقعية وكذلك الإدمان على استخدامه مما يؤدي الى انعزالهم وابتعادهم عن الواقع والعلاقات الحقيقية.

أما بالنسبة الى الطلبة الذين أجابوا ب نادرا ما يؤثر الفاييسبوك على تفاعلهم الاجتماعي في الحياة الحقيقية فإننا لاحظنا ان هذا راجع الى مقدار الوقت الذي يقضيه الطلبة على الفاييسبوك وكيفية استخدامهم للمنصة بمسؤولية ووعي بالمخاطر والمزايا المحتملة لاستخدامه.

الجدول رقم (24) : يبين مدى مساعدة منصة فايسبوك مفردات العينة على اكتساب المعرفة والمعلومات من خلال المحتوى المشارك على المنصة.

24. هل تساعدك منصة فايسبوك على اكتساب المعرفة والمعلومات من خلال المحتوى المشارك على المنصة؟			
النسبة المئوية	التكرار		
%75.5	74	نعم	المتغيرات
%24.5	24	لا	
%100	98	المجموع	

الشكل رقم (24) : يمثل مدى مساعدة منصة فايسبوك مفردات العينة على اكتساب المعرفة والمعلومات من خلال المحتوى المشارك على المنصة.



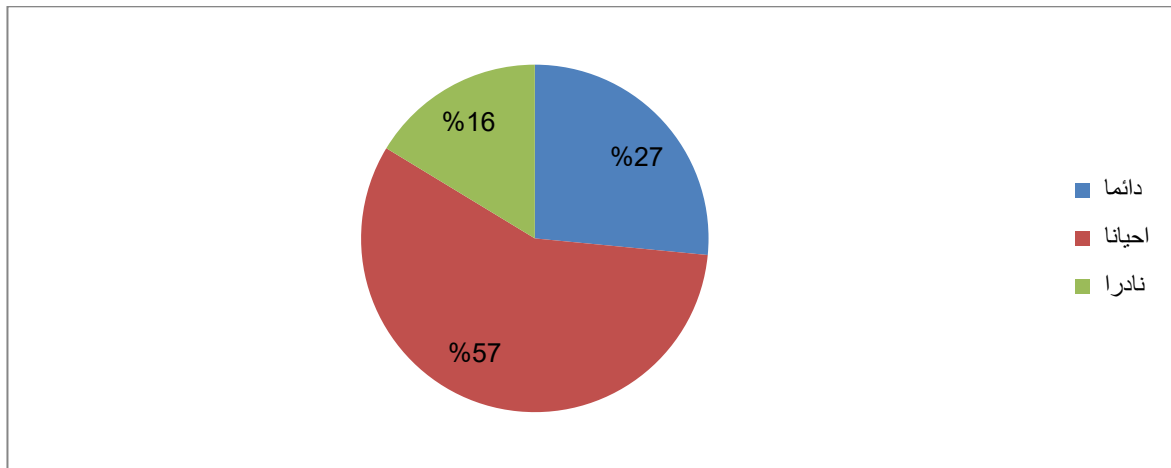
حسب البيانات الموضحة في الجدول أعلاه والذي يبين مدى مساعدة منصة فايسبوك مفردات العينة على اكتساب المعرفة والمعلومات من خلال المحتوى المشارك على المنصة، فإن %75.5 أجابوا بنعم تساعدهم منصة فايسبوك على اكتساب المعرفة والمعلومات من خلال المحتوى المشارك على المنصة، أما بالنسبة الى الباقي والبالغة نسبتهم %24.5 فأجابوا بـ لا بمعنى أن منصة فايسبوك لا تساعدهم على اكتساب المعرفة والمعلومات من خلال المحتوى المشارك على المنصة.

بعد القراءة الرقمية للجدول وملاحظتنا للطلبة تبين لنا ان الأغلبية اتفقوا بان منصة فايسبوك تساعدهم على اكتساب المعرفة والمعلومات وهذا قد يكون بسبب اعتبارهم بان الفايسبوك مصدرا مهما للحصول على المعلومات أو أي موضوع يهمهم في أي مكان وزمان، كما يعتقدون ان الفايسبوك يوفر لهم تنوع هائل في المحتويات مثل المقالات الإخبارية والفيديوهات التعليمية، في مقابل هذا نجد ان نسبة قليلة أجابوا بان الفايسبوك لا يساعدهم على اكتساب المعرفة والمعلومات وهذا راجع الى قلة موثوقية الطلبة بالمعلومات الموجودة على المنصة مما يجعل من الصعب التحقق من صحة المعلومات، كما غلب المحتوى الشخصي على المحتوى الإخباري أو العلمي مما يجعل من الصعب العثور على معلومات موثوقة.

الجدول رقم (25) : يبين مدى شعور مفردات العينة بالرضا عند استخدامهم للهوية الافتراضية.

25. هل تشعر بالرضا عند استخدامك للهوية الافتراضية؟			
المتغيرات	التكرار	النسبة المئوية	
المتغيرات	26	%26.5	دائما
	56	%57.1	أحيانا
	16	%16.3	نادرا
	98	%100	المجموع

الشكل رقم (25) : يمثل مدى شعور مفردات العينة بالرضا عند استخدامهم للهوية الافتراضية.



من خلال القراءة الرقمية للجدول تبين لنا أن 56 من مفردات العينة ما يعادل 57.1% يشعرون بالرضا عند استخدام الهوية الافتراضية أحيانا، في حين ان 26 مفردة وبنسبة 26.5% دائما يشعرون بالرضا عند استخدام الهوية الافتراضية، وفي المرتبة الأخيرة نجد 16 مفردة ما يعادل 16.3% نادرا ما يشعرون بالرضا عند استخدام الهوية الافتراضية .

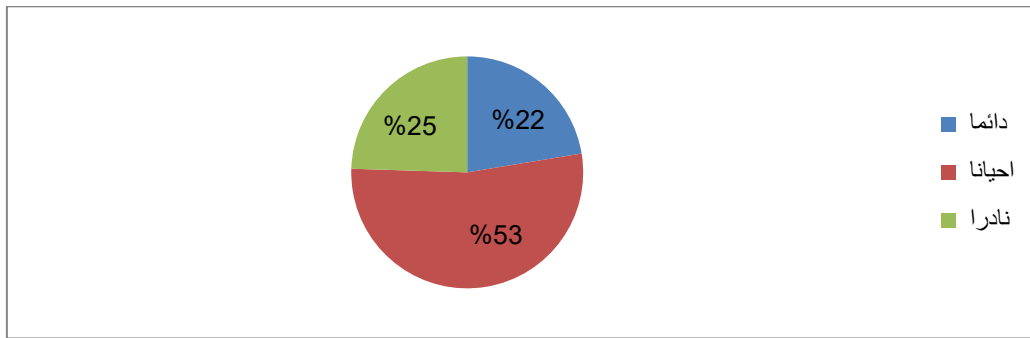
بعد تحليل المعطيات الموجودة في الجدول وما تشير إليه النسب واحتكاكنا بالطلبة لاحظنا أن أغلبية الطلبة راضون عن استخدامهم للهوية الافتراضية بنسبة 57.1% و 26.5% أحيانا ودائما على التوالي وهذا قد يكون راجع الى شعورهم بالأمان من خلال إخفاء هويتهم الحقيقية خاصة الطلبة الذين يشعرون بالخجل أو القلق من التعبير عن أنفسهم بحرية وكذلك شعورهم بالانتماء وهذا من خلال الانضمام الى مجتمعات والتعرف على أشخاص جدد يشاركونهم نفس الاهتمامات.

أما بالنسبة الى الذين أجابوا بنادرا ما يشعرون بالرضا عند استخدام الهوية الافتراضية لاحظنا أنهم لا يشعرون بالانتماء الى بيئة افتراضية ويعتقدون أنها تقلل من فرص التفاعل الشخصي والتواصل الفعال وهذا ما يؤدي الى انخفاض دافعهم للمشاركة والتفاعل.

الشكل رقم (26) : يبين مدى مساهمة الهوية الافتراضية في تحقيق أهداف مفردات العينة العلمية والشخصية.

26. هل يساعدك استخدام الهوية الافتراضية في تحقيق أهدافك العلمية والشخصية؟			
النسبة المئوية	التكرار		
22.4%	22	دائما	المتغيرات
53.1%	52	أحيانا	
24.5%	24	نادرا	
100%	98	المجموع	

الشكل رقم (26) : يمثل مدى مساهمة الهوية الافتراضية في تحقيق أهداف مفردات العينة العلمية والشخصية.



من خلال القراءة الرقمية للجدول الموضح أعلاه تبين لنا ان 22 من مفردات العينة أي ما يعادل 22.4% أحيانا ما يساعدهم استخدام الهوية الافتراضية في تحقيق أهدافهم العلمية والشخصية، في حين أن 24 مفردة والبالغة نسبتهم 24.5% نادرا ما تساعدهم الهوية الافتراضية في تحقيق أهدافهم العلمية والشخصية، وفي المرتبة الأخيرة نجد 22 مفردة قدرت نسبتهم بـ 22.4% دائما تساعدهم الهوية الافتراضية في تحقيق أهدافهم العلمية والشخصية.

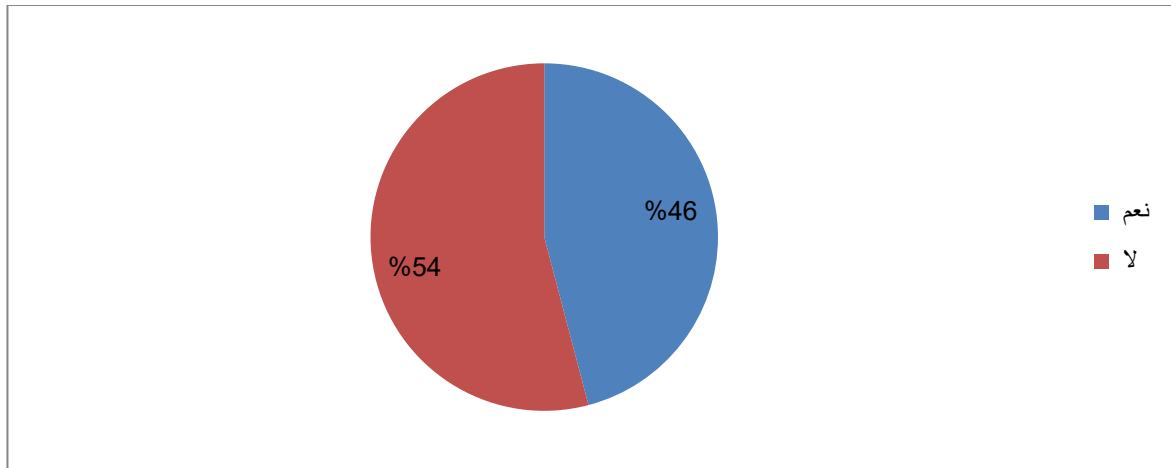
بعد القراءة الرقمية للجدول واحتكاكنا بالطلبة تبين لنا الأغلبية اتفقوا على ان الهوية الافتراضية تساعدهم أحيانا في تحقيق أهدافهم بالإضافة الى نسبة قليلة قدرت بـ 22.4% أجابوا بان الهوية الافتراضية تساعدهم بصفة دائمة وهذا قد يكون راجع الى إمكانية الوصول الى كمية هائلة من المعلومات والموارد التعليمية مثل الكتب والمقالات والمحاضرات عن بعد والتعلم من خلالها، كما يمكن ان تساعدهم الهوية الافتراضية على تعزيز ثقتهم بالنفس وتحسين قدراتهم العقلية.

وفي المقابل نجد 24.5% من الطلبة يعتقدون ان الهوية الافتراضية نادرا ما تساعدهم على تحقيق أهدافهم سواء العلمية كنت أو الشخصية وهذا قد يكون بسبب ضعف الثقة بالهوية الافتراضية خاصة المعلومات التي تأتي من مصادر غير موثوقة، بالإضافة الى ضعف مهارات إدارة الوقت مما يؤدي بهم الى عدم التوازن بين استخدام الهوية الافتراضية ودراساتهم.

الجدول رقم (27): يبين نسبة تحفظات أو مخاوف مفردات العينة بشأن استخدام الهوية الافتراضية.

27. هل لديك أي تحفظات أو مخاوف بشأن استخدام الهوية الافتراضية؟			
النسبة المئوية	التكرار		
%45.9	45	نعم	المتغيرات
%54.1	53	لا	
%100	98	المجموع	

الشكل رقم (27): يمثل نسبة تحفظات أو مخاوف مفردات العينة بشأن استخدام الهوية الافتراضية.



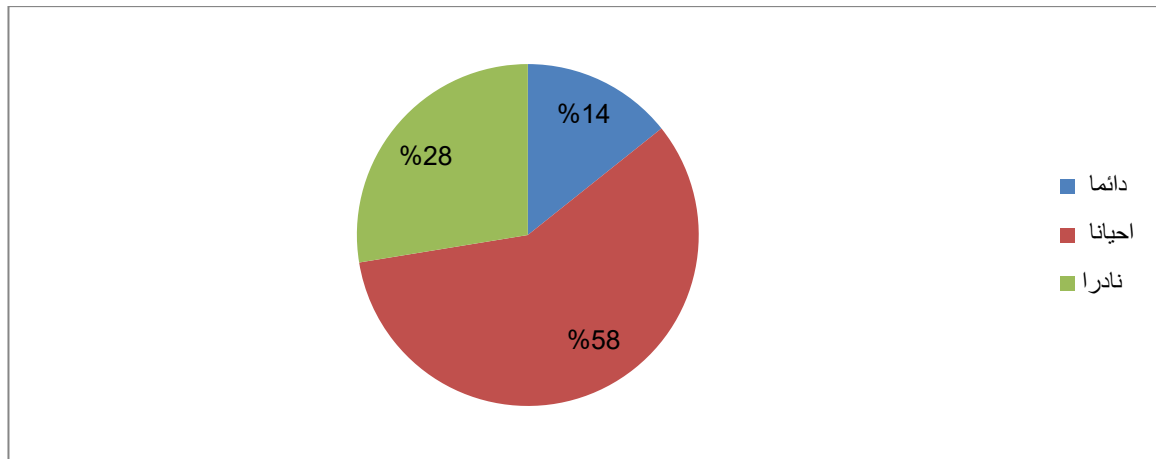
يظهر الجدول أعلاه أن 53 من مفردات العينة والتي تبلغ نسبتهم بـ 54.1% ليس لديهم أي تحفظات أو مخاوف بشأن استخدام الهوية الافتراضية وفي المقابل نجد 45 مفردة ما يعادل 45.9% لديهم تحفظات ومخاوف بشأن استخدام الهوية الافتراضية.

بعد القراءة الرقمية للجدول تبين لنا أغلبية الطلبة ليس لديهم أي تحفظات بشأن استخدام الهوية الافتراضية ومن خلال احتكاكنا ببعض الطلبة لاحظنا ان هذا قد يكون راجع الى شعورهم بالإخفاء والتخفي وذلك للتعبير عن أنفسهم بكل حرية دون أن يتعرضون للكشف عن هويتهم الحقيقية، أما بالنسبة الى الذين أجابوا بنعم فقد يكون هذا راجع الى قلقهم من إساءة فهم وتفسير سلوكهم أو أفكارهم كما يخشون أيضا من أن تصبح الهوية الافتراضية جزءا من هويتهم الحقيقية.

الجدول رقم (28) : يبين مدى تأثير استخدام الهوية الافتراضية عبر منصة فايسبوك على تجربة مفردات العينة التعليمية والأكاديمية.

28. هل يؤثر استخدام هوية الافتراضية عبر منصة فايسبوك على تجربتك التعليمية والأكاديمية؟			
النسبة المئوية	التكرار		
%14.3	14	دائما	المتغيرات
%58.2	57	أحيانا	
%27.6	27	نادرا	
%100	98	المجموع	

الشكل رقم (28) : يمثل مدى تأثير استخدام الهوية الافتراضية عبر منصة فايسبوك على تجربة مفردات العينة التعليمية والأكاديمية.

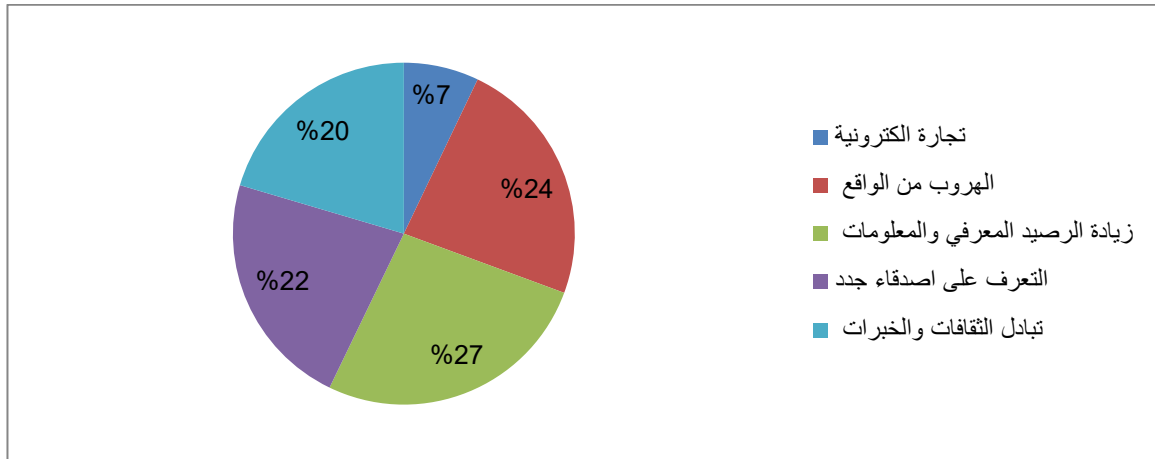


توضح بيانات الجدول أعلاه مدى تأثير استخدام الهوية الافتراضية عبر منصة فايسبوك على تجربة مفردات العينة التعليمية والأكاديمية حيث تبين لنا أن نسبة فاقت نصف مفردات العينة والمقدرة بـ %58.2 أحيانا ما تؤثر عليهم الهوية الافتراضية على تجاربهم التعليمية والأكاديمية، أما الذين نادرا ما تؤثر عليهم بلغت نسبتهم بـ %27.6 وهذا قد يكون راجع الى معرفتهم لكيفية الاستفادة من فوائد الهوية الافتراضية عبر الفايسبوك دون التأثير على دراستهم، وتحقيق التوازن بين الحياة الشخصية والحياة الأكاديمية، بينما الذين دائما تؤثر عليهم الهوية الافتراضية قدرت نسبتهم بـ %14.3، ومن خلال احتكاكنا بالطلبة لاحظنا أن تأثير استخدام الهوية الافتراضية عبر الفايسبوك يختلف من طالب الى آخر وهذا قد يكون راجع الى نوعية الاستخدام فهناك من يستخدم الهوية الافتراضية بهدف التواصل مع زملاء الدراسة أو البحث عن معلومات علمية، وهذا تأثير ايجابي على التجربة التعليمية والأكاديمية، وهناك من يستخدمها لإلصبيعة الوقت والابتعاد عن الحياة الحقيقية.

الجدول رقم (29) : يبين ما الذي يحققه مفردات العينة من استخدام هوية الافتراضية عبر منصة فايسبوك

29. ما الذي تحققه من استخدام هوية افتراضية عبر منصة فايسبوك؟		
التكرار	النسبة المئوية	
7	%7.1	التجارة الإلكترونية
23	%23.5	الهروب من الواقع
26	%26.5	زيادة الرصيد المعرفي والمعلومات
22	%22.4	التعرف على أصدقاء جدد
20	%20.4	تبادل الثقافات والخبرات
98	%100	المجموع

الشكل رقم (29): يمثل ما الذي يحققه مفردات العينة من استخدام الهوية الافتراضية عبر منصة فايسبوك



من خلال القراءة الرقمية للجدول والذي يبين ما الذي يحققه مفردات العينة من استخدام الهوية الافتراضية على الفايسبوك تبين لنا ان %26.5 من مفردات العينة هدفهم هو تحقيق زيادة في الرصيد المعرفي والمعلومات وهذا قد يكون راجع الى ان الفايسبوك يوفر ويسهل عليهم الوصول الى المعلومة بما في ذلك المقالات والأخبار والصور على مدار الساعة مما يتيح للطلبة استكشاف اهتماماتهم المختلفة، ثم تليها الهروب من الواقع بنسبة %23.5 وهذا قد يكون راجع الى الضغوطات الكبيرة الناتجة عن الدراسة والامتحانات، أما بالنسبة الى الذين هدفهم التعرف على أصدقاء جدد والتي قدرت نسبتهم بـ %22.4 فهذا ربما لتوسيع دائرة معارفهم وبناء علاقات جديدة مع أشخاص لديهم نفس الاهتمامات، ثم تأتي تبادل الثقافات والخبرات بنسبة %20.4 وهذا راجع الى شغفهم في تعلم أشياء جديدة واكتساب مهارات من خلال مشاركة تجاربهم ومعارفهم مع الآخرين، و

أخيرا بالنسبة الى التجارة الالكترونية والتي قدرت بـ 7.1% وهذا لبيع منتجاتهم من خلال نشر صور المنتجات ووضع أسعارها وهذا من اجل الوصول الى جمهور واسع والتواصل مع عملائهم بكل سهولة.

ومن خلال احتكاكنا بالطلبة لاحظنا أن مبتغاهم من الهوية الافتراضية هو زيادة الرصيد المعرفي بدرجة الأولى عن طريق الاطلاع على ما يتم نشره من قبل الاصدقاء فيكسبهم هذا صفحة يتواصلون فيما بينهم وينتج عنها تبادل الخبرات والثقافات، وللهروب من واقعهم وطرح الآراء المتعددة.

2. النتائج العامة التي توصلت إليها الدراسة الميدانية في ضوء التساؤلات:

- عرض نتائج التساؤل الأول والمتمثل في : ماهي دوافع استخدام طلبة السنة الثانية ماستر اتصال

تنظيمي بجامعة الشيخ العربي التبسي لمنصة فيسبوك؟

✓ أكدت النتائج أن عينة الدراسة دافعهم من استخدام منصة فايسبوك هو التعلم بالمرتبة الأولى بنسبة 37.8% وذلك باعتبار أنهم طلبة جامعيين والعمل بالمرتبة الثانية بنسبة 22.4% باعتبار أنه أفضل طريقة لتحقيق الربح السريع، يأتي بعد ذلك دافع التسلية والترفيه في المرتبة الثالثة بنسبة 18.4% وذلك لان طلبة يسعون دائما الى محاولة الترفيه عن أنفسهم من خلال مشاهدة الطرائف التي ينقلها الآخرون على المنصة، وفي المرتبة الرابعة نسبة 17.3% دافعهم بناء علاقات اجتماعية مع أفراد جدد لم يتمكنوا من التواصل معهم في الواقع، في المرتبة الأخير دافع التسويق والهروب من الواقع بنسبة 2% على التوالي.

✓ وفي نفس السياق توصلنا الى ان أغلبية الطلبة يفضلون خدمة الدردشة مع الاصدقاء على منصة فايسبوك بنسبة 39.8% والتي يسعى الطلبة من خلالها الى التواصل مع الكثير من أصدقائهم دون الحاجة الى الالتقاء بهم

✓ كما أكدت هذه الدراسة أن 61.2% و 21.4% من الطلبة أحيانا ودائما على التوالي يستخدمون منصة فايسبوك للتعبير آرائهم ومشاركة وجهات نظرهم وذلك لمناقشة المواضيع التي تهمهم والتفاعل من خلال تبادل الأفكار والآراء.

✓ كما بينت النتائج أن أغلبية الطلبة تجذبهم المواضيع الثقافية على منصة فايسبوك بالمرتبة الأولى بنسبة 43.9% بهدف التعرف على ثقافات جديدة والمواضيع الاجتماعية في المرتبة الثانية بنسبة 25.5% وذلك لدرجة وعيهم بأهمية المشاركة في الأعمال التطوعية وتطوير المجتمع.

- عرض نتائج التساؤل الثاني والمتمثل في: ما هي ملامح الهوية الافتراضية التي يظهر بها طلبة السنة الثانية الماستر اتصال تنظيمي بجامعة الشهيد الشيخ العربي التبسي عبر منصة الفايسبوك؟
- ✓ أكدت النتائج أن نسبة 32.7% من عينة الدراسة يحملون أسماء خيالية على منصة فايسبوك وذلك للحفاظ على خصوصيتهم وعدم الكشف عن هويتهم، ونسبة 31.6% يحملون أسماءهم الحقيقية لتعزيز الهوية الشخصية وبناء صورة واضحة لأنفسهم على الفايسبوك.
- ✓ أظهرت النتائج أن أغلبية عينة الدراسة تتطابق هويتهم الافتراضية مع هويتهم الحقيقية بنسبة 64.3% وذلك باعتبار ان الشخصية التي يتفاعلون بها في العالم الافتراضي هي نفسها في العالم المعاش سواء في الاسم واللقب أو كل المعلومات الشخصية، أما بنسبة 35.7% لا تتطابق هويتهم الافتراضية مع هويتهم الحقيقية وذلك لظهور في الشكل الذي يفضلونه والكشف عن جوانب مختلفة من شخصيتهم.
- ✓ كما كشفت النتائج أن أغلبية عينة الدراسة ونسبة 72.5% يستخدمون الهوية الافتراضية على منصة فايسبوك لحماية خصوصيتهم الشخصية من مخاطر سرقة الهوية أو للحفاظ على سرية معلوماتهم الشخصية.
- ✓ بينت نتائج الدراسة أن الصورة الرمزية التي يستخدمها عينة الدراسة لتمثيل هويتهم الافتراضية على منصة فايسبوك هي صور شخصية بنسبة 53.1% وذلك لإنشاء هوية خاصة بهم وتمثيل هويتهم الحقيقية تمثيل دقيق، أما بنسبة 46.9% يستخدمون صور مستعارة للتعبير عن آرائهم بكل حرية ولتحقيق رغبات وحاجات نفسية واجتماعية مرغوب فيها.
- ✓ أظهرت النتائج أن البيانات الشخصية الخاصة بعينة الدراسة على منصة فايسبوك هي بيانات حقيقية بنسبة 41.9% وذلك لسهولة الوصول إليهم والحفاظ على أمان المنصة أما الباقي يستخدمون بيانات غير حقيقية أو مختلطة بنسبة 31.6% و 26.5% على التوالي .
- ✓ تبين لنا النتائج ان منصة فايسبوك لا تساعد عينة الدراسة أحيانا ونادرا بنسبة 52% و 30.6% على التوالي في التعبير عن ذاتهم وعرض هويتهم الافتراضية بشكل أفضل من الواقع وهذا بسبب القوانين الصارمة التي يفرضها الفايسبوك على ناشر المحتوى مما قد يمنع المستخدمين من التعبير عن آرائهم بكل حرية.

- عرض نتائج السؤال الثالث والمتمثل في: كيف تؤثر منصة فيسبوك على تشكيل الهوية الافتراضية لدى طلبة السنة الثانية ماستر اتصال تنظيبي بجامعة الشهيد الشيخ العربي التبسي؟
- ✓ أظهرت النتائج أن استخدام منصة فيسبوك لدى عينة الدراسة لا تؤثر إلا أحيانا ونادرا على هويتهم الحقيقية بنسبة 45.9% و 44.9% على التوالي وذلك لوعيمهم في استخدامه للتواصل مع الاصدقاء ونقل الأفكار والآراء فقط.
- ✓ أكدت النتائج أن منصة فيسبوك لا تؤثر على عينة الدراسة وعلى طريقة تفكيرهم وسلوكهم في الحياة الافتراضية.
- ✓ وفي نفس السياق أظهرت النتائج ان منصة فيسبوك تساعد نسبة كبيرة من عينة الدراسة في بناء علاقات اجتماعية و تواصل مع الآخرين بشكل أفضل وذلك من خلال طلبات الصداقة والانضمام الى مجموعات الفيسبوك للتواصل مع أشخاص لديهم نفس الاهتمامات.
- ✓ كشفت لنا الدراسة ان استخدام منصة فيسبوك يؤثر على مستوى التفاعل الاجتماعي لدى عينة الدراسة في الحياة الحقيقية وذلك بسبب الإدمان على استخدامه والانعزال عن العالم الواقعي .
- ✓ كما أكدت نتائج الدراسة ان منصة فيسبوك تساعد على اكتساب المعرفة والمعلومات من خلال المحتوى المشارك على المنصة بنسبة 75.5%.
- عرض نتائج التساؤل الرابع والمتمثل في : ما هي أهم الاستخدامات و الإشباعات المحققة من استخدام طلبة السنة الثانية ماستر اتصال تنظيبي بجامعة الشهيد الشيخ العربي التبسي لهوية إفتراضية؟
- ✓ أوضحت النتائج ان عينة الدراسة يشعرون برضا أثناء استخدامهم للهوية الافتراضية بنسبة 83% وذلك لشعورهم بالانتماء الى للعالم الافتراضي.
- ✓ كما بينت لنا النتائج أن عينة الدراسة يساعدهم استخدام الهوية الافتراضية في تحقيق أهدافهم العلمية و الشخصية وذلك لإمكانية الوصول الى كمية هائلة من المعلومات والموارد التعليمية وتعزيز ثقتهم بالنفس وتحسين قدراتهم العقلية.
- ✓ كما أوضحت لنا النتائج ان منصة فيسبوك لا تؤثر على مستخدمي الهوية الافتراضية وعلى تجربتهم التعليمية و الأكاديمية وذلك لمعرفة كيفية الاستفادة من استخدام الهوية الافتراضية دون التأثير على الدراسة .

✓ كما أظهرت لنا نتائج الدراسة ان ما يحققه الطلبة من استخدام الهوية الافتراضية عبر منصة فايسبوك هو زيادة الرصيد المعرفي و المعلومات بنسبة 26.5% والهروب من الواقع بنسبة 23.5% أما بالنسبة الى التعرف على أصدقاء جدد وتبادل الخبرات فهم بنسبة 22.4% و 20.4% على التوالي

- عرض نتائج التساؤل الرئيسي والمتمثل في: ماهي تمثلات الهوية الافتراضية لدى طلبة السنة الثانية ماستر اتصال تنظيمي بجامعة الشيخ العربي التبسي؟

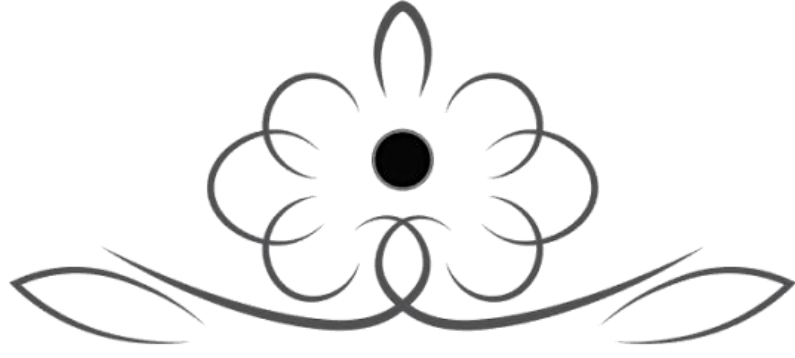
أكدت نتائج الدراسة المتوصل إليها ان تمثلات الهوية الافتراضية لدى الطلبة الجامعيين عبر منصة فايسبوك تتمظهر في:

- ✓ ان الهوية الافتراضية التي يعبر بها الطلبة عن أنفسهم في الفايسبوك ليست مجرد هوية يسعى الطلبة لتقمصها للتواجد في العالم الافتراضي بل هي مجموعة من الصور الرمزية التي يستخدمها الطلبة للتواصل مع الآخرين، والبيانات الشخصية التي يظهرون بها لسهولة التعرف عليهم والتواصل معهم،
- ✓ كما أكدت النتائج أن الهوية الافتراضية على منصة فايسبوك تعتبر وسيلة مهمة للطلبة للتعبير عن آرائهم ووجهات نظرهم عبر الفايسبوك بكل حرية مع أشخاص معظمهم لا يعرفونهم على الواقع وبالتالي تتشكل معانيمهم وفقا لما يتم نشره على المنصة الخاصة بهم.
- ✓ كما أظهرت النتائج ان الهوية الافتراضية تمكن الطلبة من الانضمام الى صفحات ومجموعات تخص نفس اهتماماتهم والمشاركة في مناقشة المواضيع التي تجذبهم ولا يمكنهم التفاعل معها أو المشاركة فيها على الواقع.
- ✓ وفي السياق نفسه فان الهوية الافتراضية التي يظهرون بها عينة الدراسة في العالم الافتراضي هي التي تعبر عن اهتماماتهم ورغباتهم من خلال استعارة هويات افتراضية على غرار هويتهم الحقيقية.
- ✓ كما أكدت النتائج أن عينة الدراسة مبتغاهم من الهوية الافتراضية هو زيادة الرصيد المعرفي بدرجة الأولى عن طريق الاطلاع على ما يتم نشره من قبل الاصدقاء فيكسبهم هذا صفحة يتواصلون فيما بينهم وينتج عنها تبادل الخبرات والثقافات، وللهروب من واقعهم وطرح الآراء المتعددة.

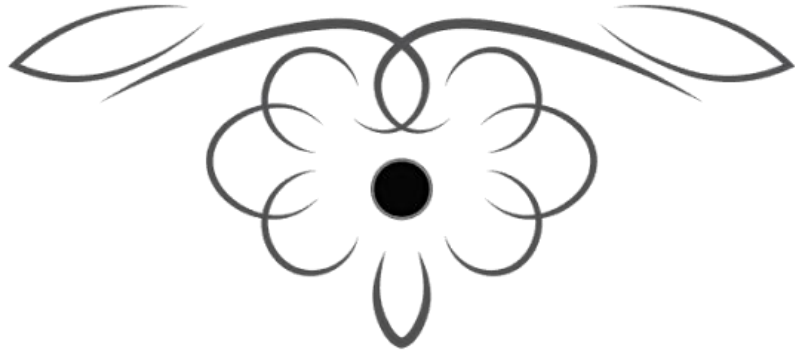
النتائج العامة

- ✓ غالبية عينة الدراسة والمتمثلة في طلبة السنة الثانية ماستر اتصال تنظيمي بجامعة الشيخ العربي التبسي من الإناث إذ تمثل الطالبات فيها بنسبة 71.4%، وهذا راجع الى ارتفاع نسبة الطالبات المسجلات في الطور الثاني من ماستر اتصال تنظيمي.

- ✓ ينتمون أغلبية عينة الدراسة الى الفئة العمرية (23-27) بنسبة 71.4% باعتبار أن هذه الفئة متواجدة بكثرة داخل الحرم الجامعي.
- ✓ كما أظهرت النتائج أن أغلبية عينة الدراسة ليس متزوجين بنسبة 91.8% .
- ✓ أكدت النتائج أن عينة الدراسة يمتلكون حساب على منصة فايسبوك منذ أكثر من 5 سنوات بنسبة 68.4%، أما الباقي يمتلكون حساب منذ سنة أو 3 سنوات فقط.
- ✓ وفي السياق نفسه أظهرت نتائج الدراسة أن أغلبية عينة الدراسة يستخدمون منصة فايسبوك حسب الظروف بنسبة 45.9% ذلك لأنه ليس لديهم وقت محدد للولوج الى المنصة، وبنسبة 34.7% يستخدمونه ليلا، أما الباقي وبنسبة قليلة يستخدمونه صباحا أو مساء.
- ✓ كما أظهرت هذه الدراسة أن نسبة 39.8% من عينة الدراسة يمتلكون حساب واحد فقط على منصة فايسبوك، أما باقي عينة الدراسة يمتلكون أكثر من حساب.
- ✓ أكدت النتائج أن عينة الدراسة يفضلون الاحتفاظ بخصوصية منشوراتهم على منصة فايسبوك وذلك بنسبة 41.9% أحيانا و30.6% دائما.
- ✓ كشفت الدراسة أن اللغة التي يفضل استخدامها عينة الدراسة أثناء نشر محتوياتهم والتفاعل بها في صفحاتهم الخاصة فايسبوك هي اللغة العربية (الفصحى، العامية، المختلطة) بنسبة 62.2%، وذلك لأنها اللغة الأم.
- ✓ وفي نفس السياق أظهرت النتائج ان عينة الدراسة ليس لديهم أي تحفظات أو مخاوف بشأن استخدام الهوية الافتراضية بنسبة 54.1%.
- ✓ أكدت النتائج أن عينة الدراسة ينتمون الى مجموعات وصفحات تخص اهتماماتهم وهواياتهم على منصة فايسبوك بنسبة 86.7%.



خاتمة

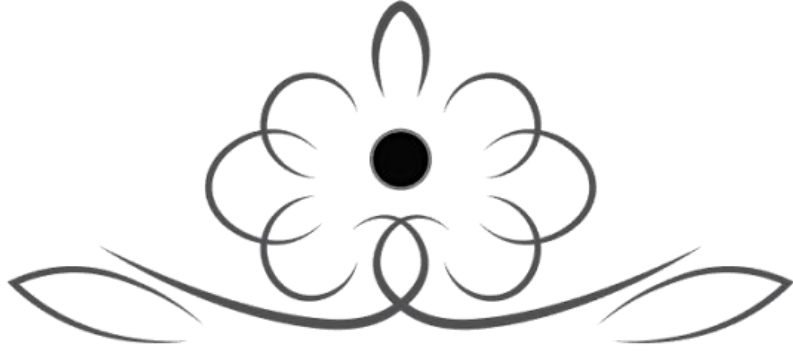


خاتمة:

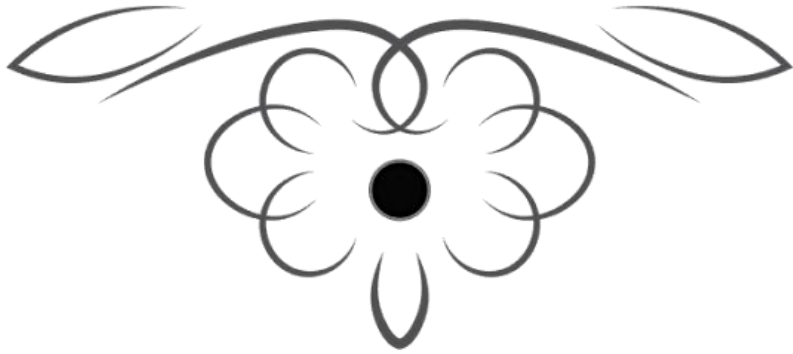
استنادا الى كل ما تم ذكره في دراستنا الحالية من كلا الجانبين النظري والميداني وانطلاقا من الهدف الرئيسي لها الذي يسعى الى معرفة تمثيلات الهوية الافتراضية لدى الطلبة الجامعيين عبر منصة فايسبوك، ونظرا للتطور التكنولوجي المتسارع أدى ذلك الى إحداث تغيرات مختلفة في شتى المجالات وعلى جميع الأصعدة وحقل الاتصال أيضا اخذ نصيبه من هذا التغير والتحول فبدوره لم يكن بمعزل عن ذلك فقد عرف التواصل نقلة متميزة من الإعلام التقليدي الى الإعلام الجديد كما ساهمت منصات التواصل الاجتماعي في إحداث تغيرات في بنية المجتمع وتوجهت الى خلق نمط تواصل جديد يركز على الاتصال التفاعلي فما حققه الإعلام الجديد من انتشار بين الأفراد في مدة زمنية محدودة لم يحققه الإعلام التقليدي في قرون زمنية فهذا الإعلام اختصر المسافات بين أنحاء العالم وجعل الفرد يؤدي وظائف إعلامية واتصالية متعددة داخل بيئته مع من يتواصل معهم عبر المنصات الاجتماعية التي بدورها أتاحت له تطبيقات متعددة تسمح له بنقل أفكاره واهتماماتهم لكل أصدقائه وبما ان هذه المنصات تعد من أشكال الإعلام الجديد والوسائل الحديثة التي شهدت إقبالا كبيرا من طرف الطلبة خاصة لأنها الفئة الواعية ومواكبة للعصر وتغيراته وذلك بغية اكتشاف العالم الافتراضي الجديد الذي يتيح لهم بناء علاقات افتراضية مع الاصدقاء من كل أنحاء العالم والتفاعل فيما بينهم من خلال تبادل المحادثات والصور والفيديوهات والمواضيع وبكل سهولة. وتعد أيضا منصة فايسبوك المنصة الرقمية أكثر استخداما من طرف الطلبة الجامعيين وذلك لما له من خدمات مميزة يقدمها لمستخدميه حول تقمص الطالب عدة هويات من أجل تحقيق عملية اتصال باعتبار هذه الأخيرة تتميز بأنها افتراضية تزول بزوال ارتباط الفرد بالانترنت أو بمجرد خروجه من المنصة فهذا استطاع مستخدمو الهوية الافتراضية أن يؤسسوا حيزا افتراضيا وراء شاشة رقمية لبناء ملامح شخصية افتراضية تمثل رغباته وما يطمح له في الواقع من خلال استخدام أسماء حقيقية أو مستعارة لا يهم لان كل شيء مؤمن بكلمة سرية وبريد الكتروني وذلك للتعبير بحرية دون قيود وهنا يبرز الدور الذي تلعبه الهوية الافتراضية في حياة الأفراد المستخدمين لمنصة فايسبوك في كيفية ممارستهم لهوياتهم الافتراضية وجعلها تتماشى مع اهتماماتهم الشخصية وطريقة تفاعلهم مع العالم الافتراضي من خلال المحتوى الذي ينشرونه على المنصة لذلك سلطنا الضوء على مسألة الهوية الافتراضية من خلال قراءة الواقع الرقمي وهو بضبط مبرر هذه الدراسة من خلال الاقتراب الى تمثيلات الهوية الافتراضية داخل منصة فايسبوك بالنسبة لواحد من أكثر الفئات الاجتماعية استجابة للتغيرات وهي فئة الطلبة الجامعيين فمن خلال النتائج المتوصل إليها:

خاتمة

- نجد ان الهوية الافتراضية التي يعبر بها الطلبة عن أنفسهم في الفايسبوك ليست مجرد هوية يسعى الطلبة لتقمصها للتواجد في العالم الافتراضي بل هي مجموعة من الصور الرمزية التي يستخدمها الطلبة للتواصل مع الآخرين، والبيانات الشخصية التي يظهرون بها لسهولة التعرف عليهم والتواصل معهم، كما أكدت النتائج أن الهوية الافتراضية على منصة فايسبوك تعتبر وسيلة مهمة للطلبة للتعبير عن آرائهم ووجهات نظرهم عبر الفايسبوك بكل حرية مع أشخاص معظمهم لا يعرفونهم على الواقع وبالتالي تتشكل معانيمهم وفقا لما يتم نشره على المنصة الخاصة بهم. كما أكدت النتائج أن الطلبة مبتغاهم من الهوية الافتراضية هو زيادة الرصيد المعرفي بدرجة الأولى عن طريق الاطلاع على ما يتم نشره من قبل الاصدقاء فيكسبهم هذا صفحة يتواصلون فيما بينهم وينتج عنها تبادل الخبرات والثقافات، وللهروب من واقعهم وطرح الآراء المتعددة.



قائمة المصادر والمراجع



قائمة المصادر والمراجع:

3. احمد بن مرسللي. (2004). *منهج البحث في علوم الاعلام والاتصال*، ط4. الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية.
4. اسماء لقيقت سلامي اسعداني. (2021، 03 31). تشكل الهوية الافتراضية في ظل تنوع السياقات الثقافية عبر مواقع التواصل الاجتماعي، الجزائر. *مجلة التمكين الاجتماعي*، 03 (01)، الصفحات 147-136.
5. الحاج سالم عطية سعداوي فاطمة الزهراء. (2020، 06 30). مواقع التواصل الاجتماعي وتشكيل القيم الافتراضية لدى الشباب الجزائري. الفايسبوك نموذجا. دراسة ميدانية لعينة من شباب مدينة ورقلة المستخدم الفايسبوك، الجزائر. *مجلة الباحث في العلوم الانسانية والاجتماعية*، 12 (04)، صفحة 736.729.
6. امال عساسي. (2014.2015). اثنوغرافيا مستخدمي الفيس بوك في المجتمع الجزائري. شهادة ماجستير في علوم الاعلام والاتصال، تخصص وسائل الاعلام والمجتمع . باتنة، جامعة الحاج لخضر.
7. بايوسف مسعودة. (2011، 02 27). الهوية الافتراضية الخصائص والابعاد (دراسة استكشافية على عينة من المشاركين في المجتمعات الافتراضية)، ورقلة. *مجلة العلوم الانسانية والاجتماعية*، عدد خاص الملتقى الدولي الاول حول الهوية والمجالات الاجتماعية في ظل التحولات السوسيو ثقافية في المجتمع الجزائري، 03 (05)، صفحة 487.465.
8. بدر الدين بن بلعباس. (2018.2019). استخدامات الفايسبوك والهوية الافتراضية لدى الطلبة الجامعيين، (طلبة جامعة بسكرة نموذجا). أطروحة دكتوراه في علم الاجتماع ، تخصص علم اجتماع التربية . جامعة محمد خيضر، بسكرة.
9. بدر الدين بن بلعباس. (2017، 12 31). تشكل الهوية الافتراضية في الفايسبوك لدى الطلبة الجامعيين. مقارنة سوسولوجية . *مجلة العلوم الانسانية والاجتماعية*، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 17 (02)، الصفحات 494-473.

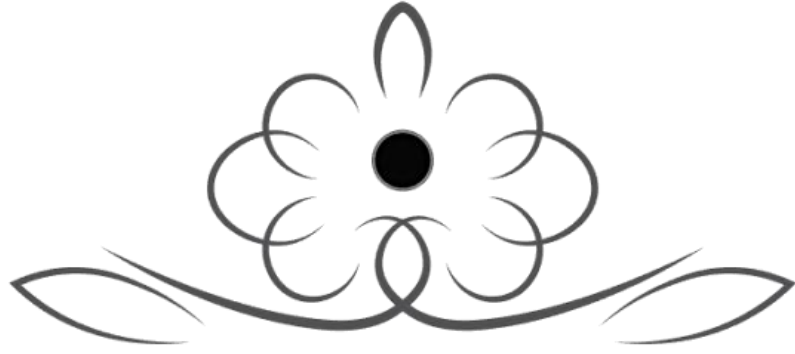
10. بن حمونجاة. (05 10، 2022). واقع التسويق عبر موقع التواصل الاجتماعي فايسبوك خلال ازمة كوفيد 19 (دراسة حالة قطاع الملابس في ولاية بشار من وجهة نظر التجار)، الجزائر. *مجلة المنهل الاقتصادي*، 05 (01)، صفحة 7463.
11. بهناس سعيد عادل. (06 28، 2016). من الهوية الحقيقية الى الهوية الافتراضية، جامعة الجزائر 3. *مجلة أنسنة للبحوث والدراسات*، 07 (01)، الصفحات 273-282.
12. بوطالب حمزة. (2023/2022). دور مواقع التواصل الاجتماعي في تفعيل المشاركة السياسية للشباب الجزائري (دراسة ميدانية على عينة من شباب ولاية سعيدة). *اطروحة دكتوراه في علوم الاعلام والاتصال*. مستغانم، جامعة عبد الحميد بن باديس.
13. تومي فضيلة. (2015/2014). اثر شبكات التواصل الاجتماعي على تشكل الهوية الافتراضية (دراسة ميدانية لتمثلات عينة من المستخدمين الجزائريين لموقع فايسبوك). *اطروحة دكتوراه*. جامعة الجزائر 3.
14. جبريل بن حسن العريشي؛ سلمى بنت عبد الرحمن محمد الدوسري. (2015). *الشبكات الاجتماعية والقيم*، ط1. عمان: الدار المنهجية للنشر والتوزيع.
15. جنات رجيم. (01 10، 2019). الهوية الافتراضية لدى المراهقين (دراسة ميدانية لعينة من المراهقين)، سطيف. *مجلة الاداب والعلوم الاجتماعية*، 16 (03)، صفحة 26.44.
16. جهاد صحراوي. (2022/2023). تمثلات الهوية الافتراضية للمجتمع الجزائري بالفضاء العمومي الرقمي من خلال اخلاقيات النقاش (دراسة مسحية تحليلية). *اطروحة دكتوراه*، تخصص اتصال وعلاقات عامة. بسكرة، جامعة محمد خيضر.
17. حسان احمد قمحية. (2017). *الفايسبوك تحت المجهر*، ط1. مصر: دار النخبة.
18. حناني جواد. (11 14، 2017). *التمثلات*. تاريخ الاسترداد 02 11، 2024، من: www.alukah.net
<https://www.alukah.net>
19. خديجة بوخلفة هاجر لعروسي. (03 08، 2023). ملامح الهوية الرقمية للمستخدم الالكتروني في الجزائر (دراسة ميدانية على عينة من مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي)، الجزائر. *مجلة الحوار الثقافي*، 11 (03)، الصفحات 130-145.
20. خيرة محمدي. (12 31، 2016). استخدام شبكات التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات في الصحافة المكتوبة الجزائري (دراسة مسحية استطلاعية). *مجلة اسهامات للابحاث والدراسات*، 01 (01)، صفحة 48.61.

21. دهلاس جينيفر. (2010). المراهق والهاتف النقال (دراسة على عينة من المراهقين في ولاية الجزائر العاصمة)، تخصص علوم الاعلام والاتصال. رسالة ماجستير. جامعة الجزائر 3.
22. ربحانة بلوطي. (2014.2015). دو افع استخدام الهوية الافتراضية في الشبكات الاجتماعية و أثرها على الفرد (دراسة استكشافية لعينة من مستخدمي الفايسبوك انموذجا). رسالة ماجستير في علوم الاعلام والاتصال ، تخصص وسائل الاعلام والمجتمع . باتنة ، جامعة الحاج لخضر.
23. ريمة كايلى. (12 31 ، 2020). مواقع التواصل الاجتماعي والدفع الجديد للعمولة .دراسة حالة: اثر مواقع التواصل الاجتماعي في الوطن العربي في ظل العمولة، جامعة الجزائر 3. *المجلة الجزائرية للعلوم الاجتماعية والانسانية* ، 08 (02) ، صفحة 601.620.
24. سعد سلمان المشهداني. (2019). *منهجية البحث العلمي*، ط1. عمان : دار اسامة للنشر والتوزيع.
25. سعيد سيعود كرمية خديجة. (03 01 ، 2023). الهوية الافتراضية لدى الشباب الجزائري دراسة في التمثلات، البليدة. *مجلة التواصل في العلوم الانسانية والاجتماعية* ، 26 (03) ، صفحة 439-449.
26. شاوي ليلياء سكور ايمان. (06 08 ، 2021). تصور الهوية الافتراضية لدى الشباب من خلال استخدام موقع التواصل الاجتماعي فايسبوك، الجزائر. *حوليات جامعة الجزائر* ، 35 (02) ، صفحة 875.884.
27. شيخي سارة. (10 15 ، 2021). ازمة الهوية لدى المراهق بين الافتراضية والواقع، جامعة عبد الحميد مهري، قسنطينة. *مجلة حقول معرفية للعلوم الاجتماعية والانسانية* ، 02 (03) ، الصفحات 138-149.
28. صلاح الدين صوالحي لحبيب بن عربية. (08 02 ، 2021). دور الفايسبوك في نشر الوعي البيئي. *مجلة الميدان للعلوم الانسانية والاجتماعية* ، 03 (03) ، صفحة 143.152.
29. طارق احمد الحنفي. (2005). *معجم المصطلحات الاعلام*. لبنان: دار العلم للملايين.
30. عامر ابراهيم قنديلجي. (2015). *البحث العلمي في الصحافة والاعلام* ، ط1. عمان : دار المسيرة للنشر والتوزيع.
31. عبد الحكيم بن عبد الله بن راشد الصوافي. (2014/2015). استخدام وسائل التواصل الاجتماعي لدى طلبة الحلقة الثانية من التعليم الاساسي في محافظة شمال الشرقية بسلطنة عمان وعلاقته ببعض المتغيرات. *رسالة ماجستير في التربية* ، تخصص ارشاد نفسي . جامعة نزوى .

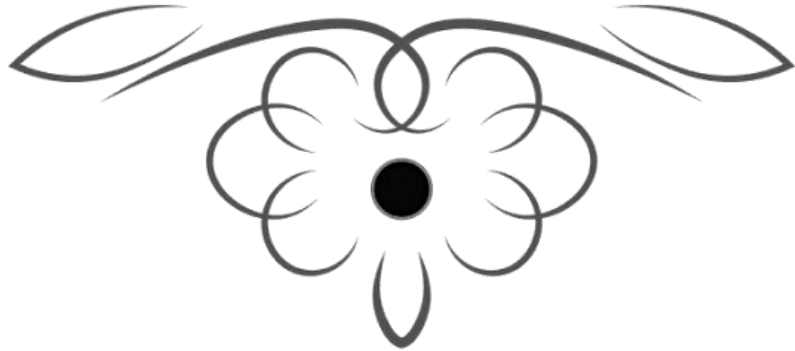
32. عبد الحكيم بن عبد الله بن راشد الصوافي. (2014/2015). استخدام وسائل التواصل الاجتماعي لدى طلبة الحلقة الثانية من التعليم الاساسي في محافظة شمال الشرقية بسلطنة عمان وعلاقته ببعض المتغيرات. جامعة نزوى .
33. عبد الحميد محمد. (2000). *البحث العلمي في الدراسات الاعلامية* ، ط1. القاهرة: عالم الكتب.
34. عبد الرحمان بن ابراهيم الشاعر. (2015). *مواقع التواصل الاجتماعي والسلوك الانساني*، ط1. عمان : دار صفاء للنشر والتوزيع.
35. عبد الرحمن بن ابراهيم الشاعر. (2015). *مواقع التواصل الاجتماعي والسلوك الانساني*، ط1. عمان : دار صفاء للنشر والتوزيع .
36. عبد الله علي الزلب. (2023، 04 13). *نشأة شبكات التواصل الاجتماعي وتطورها. تاريخ الاسترداد* 26 02، 2023، من [https:// almerja.com](https://almerja.com): almerja.com
37. علي خليل شقرة. (2014). *الاعلام الجديد (شبكات التواصل الاجتماعي)* ، ط1. عمان : دار اسامة للنشر والتوزيع .
38. غالم عبد الوهاب بوطالب حمزة. (2021، 11 01). دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الثقافة السياسية لدى الشباب الجزائري (دراسة ميدانية على عينة من مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي في الجزائر)، *الجزائر. مجلة الرسالة للدراسات الاعلامية* ، 05 (02)، صفحة 441.459.
39. فاطمة مزارى يوسف بلعباس. (2022، 06 03). استخدامات وسائل التواصل الاجتماعي . *الفايسبوك والانستغرام. واثرها على علاقات الشباب، الجزائر. مجلة السراج في التربية وقضايا المجتمع* ، 06 (02)، صفحة 102.121.
40. قحفاز وفاء. (2022/2021). مناقشة القضايا السياسية الجزائرية عبر الفضاء العمومي الافتراضي (دراسة ميدانية على عينة من مستخدمي بعض الصفحات الفايسبوكية في الجزائر). *اطروحة دكتوراه في علوم الاعلام والاتصال ، تخصص اتصال في التنظيمات . سكيكدة ، جامعة* 20 اوت .
41. كسيرة اسمهان. (2017.2018). الشباب الجزائري والهوية الافتراضية (دراسة ميدانية لعينة من مستخدمي موقع التواصل الاجتماعي الفايسبوك). *اطروحة دكتوراه (ل م د) في علوم الاعلام والاتصال ، تخصص تكنولوجيا وسائل الاعلام والمجتمع . مستغانم، جامعة عبد الحميد بن باديس .*

42. كنزة بنسليمان. (2022). شبكات التواصل الاجتماعي والهوية الافتراضية. مجلة ابن خلدون للدراسات والابحاث ، 02 (14)، صفحة 464.442.
43. لعلاوي خالد شمس الهدى بن ميلود. (2020، 06 01). مواقع التواصل الاجتماعي وانعكاسها على القيم الاخلاقية لطفل ما قبل المدرسة (دراسة تحليلية لمحتوى اليوتيوب المقدم للاطفال)، الجزائر. مجلة العلوم الانسانية ، 30 (05)، الصفحات 23-37.
44. ليلى احمد جزار. (2012). الفيسبوك والشباب العربي ، ط1. الكويت : مكتبة الفلاح للنشر والتوزي.
45. مالك الاخضر؛ بعله الطاهر. (2017، 01 01). الاسس المنهجية لجمع البيانات الاحصائية في البحوث الاجتماعية، الجزائر. مجلة تاريخ العلوم ، 03 (06)، صفحة 308.320.
46. محمد الامين احمد عبد مرزوك. (2020). مواقع التواصل الاجتماعي والحراك الشعبي ، ط1. برلين : المركز الديمقراطي العربي.
47. محمد جابر خلف الله. (بلا تاريخ). مفهوم الفيسبوك ونشاته وتطوره. تاريخ الاسترداد 01 03، 2024، من <http://azhar2015.blogspot.com>: <http://azhar2015.blogspot.com>
48. محمد سرحان علي المحمودي. (2019). مناهج البحث العلمي ، ط3. صنعاء، اليمن: دارالكتب.
49. محمد عبد السلام. (2020). مناهج البحثي العلوم الاجتماعية والانسانية، د.ط. د، ب، ن: مكتبة نور للنشر والتوزيع.
50. محي الدين اسماعيل محمد. (2015). تأثير شبكات التواصل الاجتماعي الاعلامية على جمهور المتلقين، ط1. القاهرة: مكتبة الوفاء القانونية.
51. مركز المحتسب للاستشارات. (1438). دور مواقع التواصل الاجتماعي في الاحتساب. تويترونموذج، ط1. الرياض : دارالمحتسب للنشر والتوزيع .
52. مروى عصام صلاح. (2015). الاعلام الالكتروني الاسس وآفاق المستقبل، ط1. عمان: دارالاعصار العلمي للنشر والتوزيع .
53. مروى مري. (2016، 06 30). المجتمعات الافتراضية ملاذا واقعي للمطالبين بالحرية، جامعة قسنطينة 3. مجلة دراسات في علم اجتماع المنظمة ، 04 (01)، الصفحات 101-120.
54. مزيش مصطفى. (2009.2008). مصادر المعلومات ودورها في تكوين الطالب الجامعي وتنمية ميوله القرائية (دراسة ميدانية بجامعة منتوري). اطروحة دكتوراه في علم المكتبات والمعلومات . قسنطينة ، جامعة منتوري .

55. مصطفى عباس صادق. (2008). الاعلام الجديد المفاهيم والوسائل والتطبيقات، د.ط. عمان: دار الشروق للنشر والتوزيع.
56. موريس انجرس. (2006). منهجية البحث العلمي في العلوم الانسانية، ط2. (كمال بوشرف، سعيد سبعون بوزيد صحراوي، المترجمون) الجزائر: دار القصبه للنشر.
57. ميهي محمد عبد المنعم توفيق. (2018). شبكات التواصل الاجتماعي (النشأة والتاثير)، جامعة عين الشمس. مجلة كلية التربية (24)، صفحة 1.45.
58. نبيلة بوخبزة تومي فضيلة. (01 12، 2015). الهويات في مواجهة تقانة المجتمع الشبكي المخلعة حسابات مستخدمي Face book نموذجاً، الجزائر. مجلة العلوم الانسانية والاجتماعية ، 07 (21)، الصفحات 241-256.
59. نوال بركات. (2015/2016). انعكاسات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على نمط العلاقات الاجتماعية (دراسة ميدانية على عينة من المستخدمين الجزائريين). اطروحة دكتوراه في علوم الاعلام والاتصال ، تخصص علم اجتماع الاتصال والعلاقات العامة . بسكرة، جامعة محمد خيضر.
60. هاشم فوزي العبادي يوسف حجيم الطائي. (2016). مناهج البحث العلمي للبحوث الاعلامية والادارية والانسانية ، ط1. عمان: دار الايام للنشر والتوزيع.
61. وسيم شفيق الحجار. (2017). النظام القانوني لوسائل التواصل الاجتماعي (واتساب، فايسبوك، تويتر)، ط1. لبنان: المركز العربي للبحوث القانونية والقضائية .
62. ياس خيضر البياتي. (2014). الاعلام الجديد: الدولة الافتراضية الجديدة ، ط1. عمان: دار البداية ناشرون وموزعون.
63. يوسف المقدادي خالد غسان. (2013). ثورة الشبكات الاجتماعية ، ط1. عمان: دار النفائس للنشر والتوزيع .



الملاحق



وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة الشهيد الشيخ العربي التبسي- تبسة-

كلية العلوم الإنسانية والعلوم الاجتماعية

قسم علوم الإعلام والاتصال

عنوان المذكرة:

تمثلات الهوية الافتراضية لدى الطلبة الجامعيين

عبر منصة فايسبوك

دراسة ميدانية على عينة من طلبة علوم الإعلام والاتصال جامعة تبسة.

مذكرة لنيل شهادة ماستر تخصص اتصال تنظيمي

تحت إشراف:

د. رضوان بلخيري

من إعداد الطلبة

أمال قوتال

مرام عبيدي

ملاحظة: المعلومات المصريح بها سرية ولا تستخدم إلا لأغراض البحث العلمي

السنة الجامعية : 2023-2024.

المحور الأول : البيانات الشخصية

01 الجنس

ذكر أنثى

02 السن

(27 -23) (32 -28) 32 فما فوق

03 الحالة الاجتماعية

أعزب (ة) متزوج (ة) مطلق (ة)

المحور الثاني : دوافع استخدام طلبة السنة الثانية ماستر اتصال تنظيمي لمنصة الفايسبوك.

04 منذ متى وأنت لديك حساب على منصة فايسبوك ؟

منذ سنة منذ ثلاث سنوات منذ خمس سنوات فأكثر

05 متى تفضل استخدام منصة فايسبوك ؟

صباحا مساء ليلا حسب الظروف

06 كم تملك حساب فايسبوك ؟

1 2 3 أكثر

07 ماهو دافع استخدامك لمنصة فايسبوك ؟ رتب حسب الأولوية

التعلم العمل بناء علاقات اجتماعية جديدة
 التسلية والترفيه التسويق الهروب من الواقع

08 هل تستخدم منصة فايسبوك للتعبير عن آرائك و مشاركة وجهات نظرك ؟

دائما أحيانا نادرا

09 ماهي طبيعة المواضيع التي تجذب انتباهك على منصة فايسبوك ؟ رتب حسب الأولوية

اجتماعية ثقافية سياسية
 اقتصادية رياضية

10 ماهي أهم خدمات منصة فايسبوك المفضلة لديك ؟

مشاركة الصور مشاركة فيديو منشورات الد مع الأصدقاء

المحور الثالث: ملامح الهوية الافتراضية التي يظهر بها طلبة السنة الثانية ماستر اتصال تنظيمي عبر منصة فايسبوك.

11 هل البيانات الشخصية الخاصة بك على منصة فايسبوك

حقيقية غير حقيقية مختلطة

12 ماهي الدلالة التي يحملها اسمك على منصة فايسبوك ؟

اسم شخصية مشهورة اسم خيالي حروف مختصرة لاسمك الحقيقي اسمك الحقيقي

13 هل الهوية الافتراضية التي تظهر بها على منصة فايسبوك تتطابق مع هويتك الحقيقية ؟

نعم لا

14 هل تلجأ إلى استخدام هوية افتراضية في منصة فايسبوك لحماية الخصوصية الشخصية ؟

دائما أحيانا نادرا

15 ماهي الصورة الرمزية التي تستخدمها لتمثيل هويتك الافتراضية ؟

صورتك الشخصية صورة مستعارة

16 هل تفضل الاحتفاظ بخصوصيتك في منشوراتك على الفايسبوك ؟

دائما أحيانا نادرا

17 هل تنتمي إلى مجموعات وصفحات تخص اهتماماتك وهواياتك على منصة فايسبوك ؟

دائما أحيانا نادرا

18 ماهي اللغة التي تفضل استخدامها أثناء نشر محتوياتك والتفاعل في صفحتك الخاصة فايسبوك ؟

اللغة العربية (الفصحى أو العامية أو مختلطة) اللغة الفرنسية اللغة الانجليزية

المحور الرابع : تأثير منصة فاييسبوك في تشكيل الهوية الافتراضية لدى طلبة السنة الثانية ماستر اتصال تنظيمي.

19 هل استخدامك لمنصة الفاييسبوك يؤثر على هويتك الحقيقية ؟

دائما أحيانا نادرا

20 هل تساعدك منصة فاييسبوك على التعبير عن ذاتك وعرض هويتك الافتراضية بشكل أفضل من الواقع ؟

دائما أحيانا نادرا

21 هل تؤثر منصة فاييسبوك على طريقة تفكيرك وسلوكك في الحياة الافتراضية ؟

دائما أحيانا نادرا

22 هل تساعدك منصة فاييسبوك في بناء علاقات اجتماعية وتواصل مع الآخرين بشكل أفضل ؟

نعم لا

23 هل استخدامك لمنصة فاييسبوك يؤثر على مستوى تفاعلك الاجتماعي في الحياة الحقيقية ؟

دائما أحيانا نادرا

24 هل تساعدك منصة فاييسبوك على اكتساب المعرفة والمعلومات من خلال المحتوى المشارك على المنصة ؟

نعم لا

المحور الخامس : الاستخدامات و الإشباعات المحققة من استخدام طلبة السنة الثانية ماستر اتصال تنظيمي للهوية الافتراضية ؟

25 هل تشعر بالرضا عند استخدامك للهوية الافتراضية ؟

دائما أحيانا نادرا

26 هل يساعدك استخدام الهوية الافتراضية في تحقيق أهدافك العلمية والشخصية ؟

دائما أحيانا نادرا

27 هل لديك أي تحفظات أو مخاوف بشأن استخدام الهوية الافتراضية ؟

نعم لا

28 هل يؤثر استخدامك للهوية الافتراضية عبر منصة فاييسبوك على تجربتك التعليمية والأكاديمية ؟

دائما أحيانا نادرا

29 ما الذي تحققه من استخدامك لهوية افتراضية عبر منصة فايسبوك ؟

زيادة الرصيد المعرفي والمعلومات

الهروب من الواقع

التجارة الالكترونية

تبادل الثقافات و الخبرات

التعرف على أصدقاء جدد



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
People's Democratic Republic of Algeria
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
The Ministry of Higher Education and Scientific Research
جامعة العربي التبسي- تبسة
the university of Echahid Cheikh Larbi Tebessi University
كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية
faculty of humanities and social sciences



قسم علوم الاعلام والاتصال

إذن بالإيداع

أنا الموقع أدناه، الأستاذ(ة): رضوان بلخير الرتبة: أستاذ بكلية علوم الاتصال
المشرف على مذكرة الماستر تحت عنوان: تأثيرات العولمة الإخبارية الحديثة
الطالبة الجامعية عبدمنعم خايسوك
دراسة مقدمة علمية علم الاعلام والاتصال
والمكملة لنيل شهادة الماستر في تخصص: اتصال تنظيمي
من إعداد:

1. الطالب(ة): عبدوي مراد
2. الطالب(ة): قوتال أكمل

أصبح بأبني تابعت المذكرة عبر جلسات إشرافية خلال الموسم الجامعي 2023/2024، وأنها تتوفر على الشروط العلمية الأكاديمية والأسس المنهجية والجوانب الشكلية والموضوعية والتي تجعلها مؤهلة للعرض أمام لجنة المناقشة.

وعليه أحيز هذه المذكرة للإيداع لدى أمانة القسم

تبسة في: 27 أكتوبر 2023

توقيع الأستاذ المشرف

أ. ب. ب. ب.
أ. ب. ب. ب.



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
People's Democratic Republic of Algeria
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
The Ministry of Higher Education and Scientific Research
جامعة العربي التيمي- تبسة
the university of Echahid Cheikh Larbi Tebessi University
كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية
faculty of humanities and social sciences



قسم علوم الاعلام والاتصال

تصريح شرفي

يتضمن الإلتزام بالأمانة العلمية لانجاز البحوث

ملحق القرار رقم 933 المؤرخ في 20/07/2016

أنا الموقع أدناه، الطالب (ة): عبيدي مرام رقم التسجيل: 19193110171188
صاحب بطاقة التعريف رقم: 266609961119 المؤرخة في: 2018/11/30
الصادر عن بلدية / دائرة: بمشر العاتر ولاية تبسة
والمسجل في ماستر: اتصال تنظيمي خلال السنة الجامعية: 2023/2024
والمكلف بإنجاز مذكرة ماستر بعنوان: تأثير الهوية الافتراضية لدى
الطلبة الجامعيين عبر منصة فاسبوك
دراسة ميدانية على طلبة علوم الاعلام والاتصال
تحت إشراف الأستاذ (ة): المستور بلخيريا رضوان
أصرح بشرفي أنني إلتزمت بالمعايير العلمية والمنهجية والأخلاقية المطلوبة في إنجاز البحوث
الأكاديمية وفقا لما نص عليه القرار رقم 933 المؤرخ في 20/07/2016 المحدد للقواعد المتعلقة
بالوقاية من السرقة العلمية ومكافحتها، وأتحمل أي مخالفة لهذا القرار وكل ما يترتب عنه
من عقوب قانونية.

تبسة في: 2023
مصادقة البلدية

توقيع المعني



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
People's Democratic Republic of Algeria
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
The Ministry of Higher Education and Scientific Research
جامعة العربي التبسي- تبسة
the university of Echahid Cheikh Larbi Tebessi University
كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية
faculty of humanities and social sciences



قسم علوم الاعلام والاتصال

تصريح شرفي

يتضمن الإلتزام بالأمانة العلمية لانجاز البحوث

ملحق القرار رقم 933 المؤرخ في 2016/07/20

أنا الموقع أدناه، الطالب (ة): قوتال آمال رقم التسجيل ك1919311017333
صاحب بطاقة التعريف رقم: 4111182719 المؤرخة في: 2024/04/13
الصادر عن بلدية / دائرة: بلديات العاتز ولايت تبسة
والمسجل في ماستر: اتصال قنطمين خلال السنة الجامعية: 2023/2024
والمكلف بإنجاز مذكرة ماستر بعنوان: كمنشآت العوجبة الإفريقية لدى
السلطات الجامعية عبر منصة فاي بي بي
دراسة ميدانية عن عالم علوم الاعلام والاتصال
تحت إشراف الأستاذ (ة): الدكتور بن جيري رضوان
أصرح بشرفي أنني إلتزمت بالمعايير العلمية والمنهجية والأخلاقية المطلوبة في إنجاز البحوث
الأكاديمية وفقا لما نص عليه القرار رقم 933 المؤرخ في 2016/07/20 المحدد للقواعد المتعلقة
بالوقاية من السرقة العلمية ومكافحتها، وأتحمل أي مخالفة لهذا القرار وكل ما يترتب عنه
من عواقب قانونية.

تسبحة في: 2026
مصادقة البلدية

توقيع المعني

ملخص

تندرج هذه الدراسة ضمن البحوث الوصفية وتهدف أساسا لمعرفة تمثلات الهوية الافتراضية لدى الطلبة الجامعيين عبر منصة فايسبوك، وقد انطلقت من التساؤل الرئيسي الآتي: ماهي تمثلات الهوية الافتراضية لدى طلبة الثانية ماستر اتصال تنظيبي بجامعة الشهيد الشيخ العربي التبسي عبر منصة فايسبوك؟ لتلقي الضوء على أهم دوافع استخدام طلبة الثانية ماستر للهوية الافتراضية وملامح الهوية الافتراضية التي يظهرونها بها والسعي أيضا الى معرفة مدى تأثير منصة فايسبوك على تشكيل الهوية الافتراضية ومنه الى الاستخدامات والإشباعات المحققة من استخدام هذه المنصة، ولمعالجة هذا الموضوع تم الاعتماد على المنهج الوصفي باستخدام استمارة الاستبيان كأداة رئيسية موجهة الى عينة قصدية تمثلت في طلبة الثانية ماستر اتصال تنظيبي وموزعة بشكل ورقي وقد بلغ عددهم 101 مفردة، وكذلك تم الاستعانة بأداة الملاحظة والملاحظة بالمشاركة لجمع بيانات أكثر عن عينة الدراسة، وقد توصلت هذه الدراسة الى مجموعة من النتائج أهمها: ان الهوية الافتراضية التي يعبر بها الطلبة عن أنفسهم في الفايسبوك هي مجموعة من الصور الرمزية التي يستخدمها للتواصل مع الآخرين، وكذلك البيانات الشخصية التي يظهرون بها لسهولة التعرف عليهم والتواصل معهم، كما تعتبر وسيلة مهمة للطلبة للتعبير عن آراءهم ووجهات نظرهم عبر الفايسبوك بكل حرية مع أشخاص معظمهم لا يعرفونهم على الواقع وبالتالي تتشكل معانيهم وفقا لما يتم نشره على المنصة الخاصة بهم، كما اتضح من خلال نتائج الدراسة ان الهوية الافتراضية تمكن الطلبة من الانضمام الى صفحات ومجموعات تخص نفس اهتماماتهم من خلال استعارة هويات افتراضية على غرار هويتهم الحقيقية، والمشاركة في مناقشة المواضيع التي تجذبهم ولا يمكنهم التفاعل معها أو المشاركة فيها على الواقع، كما أظهرت النتائج أن أغلبية عينة الدراسة تتطابق هويتهم الافتراضية مع هويتهم الحقيقية وذلك باعتبار ان الشخصية التي يتفاعلون بها في العالم الافتراضي هي نفسها في العالم المعاش سواء في الاسم واللقب أو كل المعلومات الشخصية.

الكلمات المفتاحية: تمثلات، الهوية الافتراضية، الفايسبوك، الطلبة الجامعيين

abstract

This study falls within descriptive research and aims primarily to understand the representations of virtual identity among university students on the Facebook platform. It was initiated by the following main question: What are the representations of virtual identity among second-year Master's students in Organizational Communication at Martyr Sheikh Larbi Tebessi University on Facebook? The study aims to shed light on the main motives behind the use of virtual identity by second-year Master's students, the features of the virtual identity they exhibit, and to understand the impact of Facebook on shaping virtual identity. It also explores the uses and gratifications achieved from using this platform.

To address this topic, a descriptive method was used, relying on a questionnaire as the main tool directed at a purposive sample of second-year Master's students in Organizational Communication. The questionnaire was distributed in paper form to 101 individuals. Additionally, the study employed observation and participant observation tools to gather more data about the study sample.

The study reached several conclusions, the most notable being: the virtual identity expressed by students on Facebook comprises a set of symbolic images used to communicate with others, as well as personal data that makes it easy to identify and connect with them. It is also an important means for students to freely express their opinions and viewpoints to mostly unknown individuals. Their identities are shaped by what is published on their own platform. The results also showed that virtual identity allows students to join pages and groups that match their interests by adopting virtual identities similar to their real ones. They engage in discussions on topics that attract them, which they cannot interact with or participate in in real life.

Additionally, the results indicated that the majority of the study sample's virtual identities match their real identities, as the persona they interact with in the virtual world is the same as in the real world, in terms of name, surname, and all personal information.

Keywords :Representations, Virtual Identity, Facebook, University Students