

الميدان : علوم إنسانية و اجتماعية

الشعبة : الاتصال

التخصص : اتصال تنظيمي

مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات نيل شهادة ماستر أكاديمي (ل م د)

اتصال تنظيمي

الهوية الالكترونية للمرأة الجزائرية عبر مواقع

التواصل الاجتماعي - الفايسبوك - أنموذجا

دراسة ميدانية: على عينة من طالبات كلية العلوم

الإنسانية و الاجتماعية _تبسة_

دفعة: 2020

جامعة العربي التبسي - تبسة
Université Laabi Tébessi - Tébessa

من إعداد الطالبة:

- ساهي حنان

عبد الحي عبد اللطيف

الاسم واللقب	الرتبة العلمية	الصفة
لادمية عابدي	أستاذ محاضر - أ -	رئيسا
عبد الحي عبد اللطيف	أستاذ مساعد - أ -	مشرفا ومقرررا
محمد براي	أستاذ محاضر - أ -	عضوا مناقشا

السنة الجامعة : 2020/2019

شكر

الإهداء

الفصل الأول : موضوع الدراسة و الإجراءات المنهجية

مقدمة..... 1-ب

إشكالية الدراسة 3

التساؤلات الفرعية 4

أسباب اختيار الموضوع 4

أهمية الدراسة 5- 6

أهداف الدراسة 6

تحديد المفاهيم..... 6- 7

منهج الدراسة 8

أدوات جمع البيانات..... 8- 10

مجتمع البحث و عينة الدراسة..... 10 - 11

الدراسات السابقة..... 11- 33

الفصل الثاني : الهوية الالكترونية للمرأة الجزائرية عبر مواقع التواصل الاجتماعي

المبحث الأول : ماهية الهوية

المطلب الأول : مفهوم الهوية..... 33- 36

المطلب الثاني : مكونات الهوية..... 36- 37

المطلب الثالث : الأهمية المعرفية لدراسة الهوية..... 37- 38

المطلب الرابع : الصورة الرمزية للهوية الجماعية 38

المطلب الخامس : التحديات التي تواجه الهوية و آليات الحفاظ عليها..... 38- 40

المبحث الثاني : ماهية الهوية الالكترونية

المطلب الأول : مفهوم الهوية الالكترونية..... 40- 41

فهرس المحتويات

المطلب الثاني : أنواع الهوية الالكترونية.....	41
المطلب الثالث : العوامل الكامنة وراء تشكل الهوية الالكترونية.....	41
المطلب الرابع : أبعاد الهوية الالكترونية.....	42-41
المطلب الخامس : سمات الهوية الالكترونية.....	42
المبحث الثالث : ماهية المواقع التواصل الاجتماعي	
المطلب الأول : مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي.....	43
المطلب الثاني : نشأة مواقع التواصل الاجتماعي.....	46-44
المطلب الثالث : أشكال مواقع التواصل الاجتماعي	46
المطلب الرابع : أهم أنواع مواقع التواصل الاجتماعي.....	50-47
المطلب الخامس : ايجابيات و سلبيات مواقع التواصل الاجتماعي	53-51
الفصل الثالث : الجانب التطبيقي	
أولا : نتائج الدراسة على ضوء الدراسات السابقة و الملاحظة.....	55-54
الخاتمة.....	56

قائمة المصادر و المراجع

الملاحق

ملخص الدراسة باللغة العربية و الأجنبية

مقدمة :

تعد مواقع التواصل الاجتماعي من أهم تقنيات الاتصال الحديثة التي تظهر في العقود الأخيرة ، و التي ساهمت في إظهار تغيرات جذرية خاصة على مستوى الاتصال الاجتماعي بين الأفراد و الجماعات ، حيث أصبحت من أكثر المواقع انتشارا في الأوساط الاجتماعية و ذلك نظرا لتعدد الخدمات التي تتيحها و التطبيقات التي توفرها للمستخدم .

نجدها حملت الكثير من التغيرات خاصة في أنماط الاتصال و ذلك في ظل تحول الفضاء العام للاتصال ، و من بين الرهانات التي تحققها هذه المواقع تمكين الفاعلين من تجاوز الاكراهات المرتبطة بالمواقع و التي تتمثل في التخلص من الحضور الجسدي و المكاني للتحويل إلى سياقات اتصالية جديدة افتراضية بالدرجة الأولى ، و التواصل بين المستخدمين تزامنا مع الصور و أسماء تصنع هويته عبر رموز افتراضية .

و يعتبر الفيسبوك من أهم هذه المواقع نظرا للشعبية الجارفة و لضخامة عدد المستخدمين لهذا الفضاء الافتراضي حول العالم ، الذي أصبح يوفر مساحة مهمة للأفراد من اجل نشر و تبادل و مشاركة البيانات فيما بينهم ، من خلال صفحات عامة و أخرى متخصصة ، حيث أننا نجد الفيسبوك من بين أكثر المواقع استخداما لدى فئة الشباب عامة ، و لدى المرأة خاصة حيث أنها تجد نوعا من الحرية في التعبير و النشر الأفكار و المعلومات و لكن بحسابات الكترونية غير حقيقية و من هنا تشكلت الهوية الالكترونية للمرأة الجزائرية عبر هذه المواقع .

فموضوع الهوية يرتبط بالوجود البشري و أصلاته ، فالإنسان هو كثير الدراسة لأنه دائما في تغير ، فالهوية من ابرز النقاشات الاجتماعية في الوقت الراهن على أساس اعتبارها قاعدة لاستقرار الفضاء الاجتماعي .

و الذات بعد الحداثة غير ثابتة إذ تشكل الهويات المتعددة الجوانب و الأوجه و القوالب متعددة ، لذات إنسانية واحد بأوجه متعددة بتعدد سياقات الدلالية الاجتماعية و النفسية التي تحياها المرأة و تتردد عليها عبر مواقع التواصل الاجتماعي (الفيسبوك) .

إذ يمثل هذا الموقع الفضاء الافتراضي الذي تجد فيه المرأة الجزائرية مساحة للتعبير عن ذاته من خلال خلق هوية خاصة بها تعكس تماثلاتها و شخصيتها الواقعية و تصورها لهوية معينة تمكنها من تبني خلفيات تشكل هويتها الالكترونية . و التي من خلالها نحاول الكشف عن إنتاج و تشكيل هذه الهوية لدى المرأة الجزائرية عبر المواقع التواصل الاجتماعي (الفيسبوك).

و من اجل فهم هذا الموضوع اعتمدنا خطة للدراسة مقسمة إلى مقدمة عامة و ثلاثة فصول و خاتمة ، أما الفصل الأول فعنوانه الإطار المنهجي و الذي يشمل إشكالية الدراسة و التساؤلات

الفرعية ، أسباب اختيار الموضوع و أهمية الدراسة ، أهداف الدراسة ، تحديد المفاهيم ، منهج الدراسة ، أدوات جمع البيانات ، مجتمع البحث و عينة دراسة و دراسات السابقة .

و الفصل الثاني المعنون بالهوية الالكترونية عبر مواقع التواصل الاجتماعي و هو مقسم بدوره إلى ثلاثة مباحث ، تضمن المبحث الأول خمسة مطالب أساسية و هي : مفهوم الهوية ، مكونات الهوية ، الأهمية المعرفية لدراسة الهوية ، الصورة الرمزية للهوية الجماعية ، التحديات التي تواجه الهوية و آليات الحفاظ عليها .

أما المبحث الثاني تضمن أيضا خمسة مطالب و هي : مفهوم الهوية الالكترونية ، أنواع الهوية الالكترونية ، العوامل الكامنة وراء تشكل الهوية الالكترونية ، أبعاد الهوية الالكترونية، سمات الهوية الالكترونية .

أما المبحث الثالث تضمن خمسة مطالب و هي : مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي ، نشأة مواقع التواصل الاجتماعي ، أشكال مواقع التواصل الاجتماعي ، أهم أنواع مواقع التواصل الاجتماعي ، إيجابيات و سلبيات مواقع التواصل الاجتماعي .

أما الفصل الثالث خصص لعرض و تحليل البيانات وصولا إلى استخلاص النتائج .

الفصل الأول : موضوع الدراسة و الإجراءات المنهجية

1/ إشكالية الدراسة

2 /التساؤلات الفرعية

3/أسباب اختيار الموضوع

4/أهمية الدراسة

5 /أهداف الدراسة

6/تحديد المفاهيم

7/منهج الدراسة

8 /أدوات الدراسة

9/مجتمع البحث و عينة الدراسة

10/الدراسات السابقة

1/ إشكالية الدراسة :

تعتبر شبكات التواصل الاجتماعي أحد أهم مبتكرات القرن الحادي والعشرون في عالم الاتصالات. فلقد كشفت العقود الأخيرة عن ظهور أوعية اتصالية ساهمت في إحداث تغييرات جوهرية على أكثر من صعيد ، لاسيما من حيث إعادة هندسة بنياتها التواصلية والتفاعلية ، و لا شك إن التطور التقني و ما صحبه من تدفق معلوماتي ، كان باعثا على التغيير وتيرة و أشكال أنماط الاتصال و التفاعل ليس فقط على مستوى الجماعات و الأفراد ، و إنما على مستوى الهيئات و المؤسسات أيضا .

و تأتي شبكات التواصل الاجتماعي عبر الانترنت في مقدمة هذه الوسائل ، إذ عملت على تواصل و تقارب الأفراد في كافة أنحاء العالم ، كما وفرت نوعا من تبادل الحر للأفكار و الآراء والثقافات و المعلومات بين مستخدميها ، فألغت بذلك الحدود الجغرافية و حولت العالم إلى وحدة واحدة في بيئة مجتمع افتراضي يتيح التفاعل بين الأفراد من مختلف الأعمار و الجنسيات و الثقافات ، فأصبحت بذلك شبكات التواصل الاجتماعي وسيلة لتنامي و الإلتحام بين المجتمعات ، و أداة لتقريب المفاهيم و الرؤى مع الآخر ، لتصنع بذلك تركيبة متداخلة بين الأفراد وجماعات مختلفة و متجانسة و حراكا اجتماعيا واقعيا .

ثم ظهر الفيسبوك كأحد التطبيقات التي قدمت خدمات مستحدثة للمستخدمين من حيث تمكينهم من الانخراط في المجتمعات الافتراضية ، بما يسمح بنسج علاقات اجتماعية واسعة النطاق . و هذا مما يدفعنا إلى الخوض في مفهوم الهوية ، الذي كان و سيظل محل نقاش لدى العديد من المنظرين . إذ يشهد موضوع الهوية الالكترونية ذلك الاهتمام الذي يبحث في مدى ارتباط مواقع التواصل الاجتماعي بالتأثيرات التي تمارسها على الفرد بصفة عامة ، و على المرأة بصفة خاصة .

و لو أننا أمعنا النظر في أشكال الهويات التي يظهر بها مستخدمو الفيسبوك ، لألفينا كثيرا منها مبطنا تحت هويات مجهولة ، و بعضها الآخر يظهر بشكل صريح ، ولكن ذلك لم يمنع من نقشي ظاهرة لعبة الأتعة و الإخفاء التي يمارسها هؤلاء المستخدمون . و عليه فان مسالة تقمص الأفراد لهويات الكترونية و رمزية و عدم الجنوح إلى إظهار هويتهم الصريحة و الحقيقية ضمن فضاء الفيسبوك ، قد أتاح فرص تبني هويات متعددة .

و كانت صياغة إشكالية الدراسة كما يلي :

لماذا تحجب المرأة الجزائرية هويتها الحقيقية عبر مواقع التواصل الاجتماعي ؟

2/ تساؤلات الفرعية :

~ لماذا تحجب المرأة هويتها الحقيقية عبر مواقع التواصل الاجتماعي ؟

~ هل الهوية الالكترونية للمرأة الجزائرية ظرفية ؟

~ هل الهوية الالكترونية تنعكس بالسلب على الهوية الحقيقية للمرأة الجزائرية عبر مواقع التواصل الاجتماعي ؟

~ ما هي الهوية التي تظهر بها المرأة الجزائرية في مواقع التواصل الاجتماعي ؟

3/ أسباب اختيار الموضوع :

لكل موضوع دراسة مبررات لاختيارها ، وتعد مرحلة اختيار الموضوع قابلية الدراسة العلمية ذات أهمية بالغة ، وهي من أصعب المراحل اختيار التي يمر بها الباحث لأنها تمثل مرحلة حاسمة تؤثر على عملية انجاز الباحث لموضوع معين ، هي أسباب ذاتية تفرضها طبيعة التخصص أو اهتمامات و قدرات و رغبات الباحث و من أهم الأسباب التي دفعتنا لاختيار الموضوع إلا وهي أسباب ذاتية و أسباب موضوعية.

أسباب ذاتية:

__ إن الظاهرة موجودة لها مؤشرات تكمننا من التعرف على الظاهرة .

__ تقاطع الموضوع مع تخصصي .

__ الرغبة في تحسين بضرورة دراسته .

__ الاهتمام الشخصي بمواقع التواصل الاجتماعي كمستخدمين لها .

__ صلة الموضوع بتخصص الإعلام و الإتصال.

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

أسباب موضوعية:

__ التطرق إلى العلاقة الرابطة بين مواقع التواصل الاجتماعي و الهوية الالكترونية للمرأة الجزائرية .

__ انتشار مواقع التواصل الاجتماعي .

_ ندرة الدراسات التي تبحث عن موضوع الهوية الالكترونية لدى المرأة الجزائرية.

_ توفر الكم نظري و دراسات سابقة حول مواقع التواصل الاجتماعي .

_ الأهمية الكبيرة التي تكتسبها الهوية و ارتباطها بالتحديات الجديدة خاصة في ظل الإعلام الجديد .

_ تأثير الإعلام الجديد خاصة مواقع التواصل الاجتماعي على هوية المرأة .

_ معرفة ارتباط المرأة بتكوين علاقات الكترونية داخل الشبكات الاجتماعية .

4\ أهمية الدراسة :

تستقي دراستنا الحالية المرسومة بعنوان : الهوية الالكترونية للمرأة الجزائرية عبر مواقع التواصل الاجتماعي ، أهميتها من أهمية متغيراتها بداية بالمتغير الأول ألا و هو الهوية حيث إنها تبنى عليها وجود الشباب ، و تحديد معالم الفرد ، تجعله يختلف عن باقي الكائنات ، وتعد أيضا من أهم السمات المميزة للمجتمع ، فهي التي تجسد الطموحات المستقبلية في المجتمع ، و تبرز معالم التطور في سلوك الأفراد و إنجازاتهم في المجالات المختلفة ، بل تنطوي على المبادئ و القيم التي تدفع الإنسان إلى تحقيق غايات معينة . إما بالنسبة للمتغير الثاني المتمثل في مواقع التواصل الاجتماعي فهي تتيح التواصل لمستخدميها في أي وقت يشاءون وفي أي مكان من العالم ، توفر فرصة الحوار و تبادل المعلومات و الآراء و الأفكار و المشكلات .

و إمكانية إلتقاء و تجمع مجموعات صغيرة من الناس على شبكة الانترنت من اجل تبادل المنافع و المعلومات و الآراء المختلفة .

كما تعتبر من أكثر و أوسع المواقع على شبكة الانترنت انتشارا أو استمرارا لتقديمها خاصية التواصل بين الأفراد و تمكنهم من تبادل المعلومات و الأفكار و الملفات و الصور و أفلام الفيديو ، فعليه الفرد بصفة عامة و المرأة بصفة خاصة أصبح لها حضور افتراضي على غرار الحضور الواقعي ، هذا الحضور الافتراضي للمرأة مقيد بمجموعة قيود إجتماعية ، ثقافية ، هذي القيود هي وليدة البيئة الاجتماعية المتناقضة لنفسها ، نتيجة هذه القيود نفسها أصبحت المرأة تخفي ، تحجب ، و تستر هويتها الواقعية ، فهي لا تكشف على اقل عن صورتها الشخصية في البروفايل و لا اسمها .

5/ أهداف الدراسة :

يعتبر مجال البحث العلمي مجالاً تختلف أهدافه و تعدد معطياته و بهدف تبقى أي باحث لأي موضوع معين على سد الفصول المعرفي الذي يلازمه ، و إزالة الغموض عن بعض القضايا لذلك تهدف الدراسة ، و تسعى لتحقيق أهداف معينة و لتحقيقها و محاولة الوصول إليها . و تتمثل هذه الدراسة فيما يلي :

- 1- التعرف على أسباب حجب المرأة هويتها الحقيقية عبر مواقع التواصل الاجتماعي .
- 2- دراسة الهوية التي تظهر بها المرأة الجزائرية في مواقع التواصل الاجتماعي.
- 3- الكشف عن سلبيات الهوية الالكترونية التي تنعكس على الهوية الحقيقية للمرأة الجزائرية عبر مواقع تواصل الاجتماعي .
- 4- محاولة البحث عن الهوية التي تظهر بها المرأة الجزائرية في مواقع التواصل الاجتماعي .

6/ تحديد المفاهيم :

❖ مفهوم الهوية لغة و اصطلاحاً :

1/ الهوية لغة :

-لفظ الهوية مشتق من حرف "هو" المسمى الرابط لأنه يربط بين معنيين.
- أما هو في المعجم الفلسفي يعرف ب : الغيب الذي لا يصلح شهوده للغير، كغيب الهوية المعبر عنه بلا تعيين و هو أبطن البواطن.¹

2/ الهوية اصطلاحاً :

~ عرفها عبد العزيز بن عثمان التويجري فهو يؤدي على أهم الحقائق المؤسسة للهوية فيقول :
"القدر الثابت، و الجوهري ، و المشترك من السمات و القسامات العامة التي تميز حضارة هذا الأمة عن غيرها من الحضارات ، التي تجعل لشخصية الوطنية أو القومية طابعاً تتميز به عن الشخصيات الوطنية و القومية الأخرى."²

¹ احمد زكي بدوي : معجم العلوم الاجتماعية ، ط2، مكتبة لبنان ، بيروت ، 1993، ص ، 206 .

² رجاء تواتي : مقومات الهوية عند الجابري ، مذكرة لنيل شهادة الماستر في الأدب العربي ، قسم اللغة العربية و آدابها ، جامعة أبي بكر بلقايد ، تلمسان ، الجزائر ، 2017، ص، 11.

~ و يعرفها ميشال بقوله : "الهوية هي جملة معايير تمكن من تعرف فرد ما، وهي شعور داخلي هذا الشعور بالهوية يتعدد إلى الشعور بالوحدة و الانسجام و الانتماء بالقيمة و بالاستقلالية و بالثقة ، و أنها هذه المميزات منظمة حول الإرادة في التواجد.¹

¹ رجاء تواتي: مقومات الهوية عد الجابري ، المرجع السابق، ص ، 15 .

3/ الهوية الالكترونية :

- حسب موسوعة الويب تعرف الهوية الالكترونية بأنها الشخصية التي يتم إنشاؤها من طرف المستخدم الإنسان الذي يعمل كصلة وصل بين الشخص الطبيعي و الشخص الظاهري للمستخدمين.¹

-الهوية الالكترونية هي السمات و المواصفات التي يقدمها الفرد الطبيعي للآخرين عبر الانترنت، عبر الانترنت، فتكون عملية الاتصال تتم بين ثلاثة أطراف و ليس طرفين: الشخص العادي، الهوية الالكترونية، و الأشخاص الآخرين.²

4/مواقع التواصل الاجتماعي:

-يعرف زهر راضي مواقع التواصل الاجتماعي أنها منظومة من الشبكات الالكترونية التي تسمح للمشارك فيها بإنشاء موقع خاص و من ثم ربطه عن طريق نظام اجتماعي الكتروني مع أعضاء آخرين لديهم الاهتمامات نفسها.³

¹ سعيدة بابوسف :الهوية الافتراضية ، خصائص و الأبعاد ، مجلة العلوم الإنسانية و الاجتماعية ، عدد خاص بالملتقى الأول الدولي حول الهوية و المجالات الاجتماعية في ظل التحولات السوسيو ثقافية في المجتمع الجزائري ، جامعة ورقلة ، د ، س، ص، 470 .

² سعيدة بابوسف : الهوية الافتراضية ، الخصائص و الأبعاد ، المرجع نفسه ، ص ، 470 .

³ محمد رمزي يوسف ، خالد قرني : دور الإعلان التجاري عبر مواقع التواصل الاجتماعي في الترويج للمنتج ، مذكرة لنيل شهادة الماستر ، جامعة العربي التبسي ، ميدان علوم الإنسانية و الاجتماعية ، تخصص : وسائل الإعلام و المجتمع ، تبسة ، 2017 ، ص ،

7/منهج الدراسة:

إن أي بحث باحث عند قيامه بدراسة ما في أي بحث علمي يتوجب عليه اختيار منهج مناسب لموضوع دراسته حتى يتمكن من الإحاطة بكل جوانبه و أيضا الوصول إلى نتائج موضوعية و دقيقة، فالمنهج هو جملة الأساليب المتبعة من اجل تحقيق الفروض حيث انه قد يختلف من دراسة لأخرى حسب المشكلة المطروحة.¹

~ يعرف أيضا على انه الأسلوب أو الطريقة الراقية المتبعة التي يستعين بها الباحث لمواجهة مشكلة موضوع.²

و بما إن دراستنا تدرج ضمن الدراسات الوصفية اتبعنا المنهج الوصفي حيث يقصد به: اكتشاف الواقع و وصف الظواهر وصفا دقيقا و تحديد خصائص تحديدا كفييا أو كمييا.³

وهو احد المناهج المستخدمة في العلوم الإنسانية و يرجع سبب اختياره لكونه المنهج الملائم و المناسب لطبيعة الموضوع المطروح، و تطبيق المنهج الوصفي من خلال وصف الظاهرة محل الدراسة حيث فكنا المتغيرات المدروسة ليس هذا فقط بل إن معظم حسابات الفايبيوك تكون بأسماء مستعارة و صورة الصفحة الشخصية (profil) تكون صور غير حقيقية للمستخدم خاصة في المجتمع المحلي (تبسة)، و هناك حسابات تكون مكشوفة (غير محجوبة الهوية) في اغلب الأحيان تكون للذكور، و في بعض الأحيان الأخرى تكون حساباتهم حقيقية و هذا بالنسبة للإناث.

8/ أدوات جمع البيانات:

تعتبر مرحلة الحصول على المعلومات و البيانات التي سوف نعتمد عليها في الدراسة من أهم خطوات البحث التي يمر بها الباحث و يرجع ذلك إلي قيمة البحث و مدى دقة نتائجه، يرتبط بمدى قدرة الباحث على الحصول على المعلومات اللازمة للدراسة و يتم ذلك من خلال مجموعة من الأدوات و هي كما يلي:

¹ منصور نعمان ، غسان ذيب النمري : البحث العلمي حرفة و فن ، دار الكندي للنشر و التوزيع ، الأردن ، 1998 ، ص ، 15 .

² عامر قنديلجي : البحث العلمي و استخدام مصادر المعلومات ، دار البازوري العلمية للنشر و التوزيع ، عمان ، 1999 ، ص ، 31 .

³ مروان عبد المجيد إبراهيم : أسس البحث العلمي لإعداد الرسائل الجامعية ، مؤسسة الوراق للنشر و التوزيع ، عمان ، 2000 ،

ص ، 126 .

1/الملاحظة:

تعتبر الملاحظة من أهم الأدوات المستخدمة في جمع البيانات لأنها تسمح للباحث جمع المعلومات و الحقائق من الحقل الطبيعي للدراسة و للملاحظة فوائد كبيرة حيث تفسح المجال للباحث لملاحظة الظروف التي ينحصر فيها البحث كما تمكنه من مشاهدة سلوك و تفاعل المبحوثين في أجواء، الطبيعية و المميزة لها بعيدا عن التصنع و هذا ما يؤدي إلي الفهم الصحيح و الحقيقي للظاهرة محل الدراسة.¹

حيث قمنا بوصف الظاهرة المدروسة بداية بالهوية المرتبطة بالمرأة، حيث أن مسألة الهوية بصفة عامة في مجتمعنا تتشكل من تفاعل مجموعة عناصر و خصائص اجتماعية، ثقافية، شخصية و عادة في مجتمعنا التقليدي في تبسة ملئ بالطابوهات، و المرأة في مجتمعنا المحلي مقيدة بمجموعة من القيود منها اجتماعية، ثقافية، دينية، و إذا حاولت الكشف عن هويتها تكون بطريقة محتفظة (في حدود اطر الاجتماعية) و خاصة على موقع الفيسبوك تكون اغلب أفراد لديهم حسابات فيسبوك و أصحبت المرأة لها حساب فيسبوك.

كما لاحظت في الوسط الجامعي إن اغلب الطالبات لديهن حسابات فيسبوك و لكن بهوية الكترونية غير الهوية الواقعية.

2/الاستبيان:

تعتبر استمارة الاستبيان أداة هامة من الأدوات المنهجية التي تستعمل في جمع المعلومات و البيانات المتعلقة بموضوع الدراسة و يرجع ذلك إلي الميزات التي تحققها هذه الأداة سواء بالنسبة لاختصار الجهد أو التكلفة أو سهولة معالجة البيانات إحصائيا.²

و السبب الذي جعلنا نركز على هذه الأداة هو: طبيعة الجمهور المستهدف من الطالبات الجامعيين، و الذين يتميزن بضخامة العدد و هذا الأخير مما جعلنا الاعتماد على الاستبان لتغطية عدد كبير من الأفراد حسب العينة المختارة.

تحتوي الاستمارة على السمات العامة و أربعة محاور، يندرجون بدورهم على مجموعة من الأسئلة:

-السمات العامة : و تظم ثلاثة أسئلة.

¹ مروان عبد المجيد إبراهيم : أسس البحث العلمي لإعداد الرسائل الجامعية ، المرجع السابق ، ص ، 174 .
² رشيد زرواتي : تدريبات على منهجية البحث العلمي في العلوم الاجتماعية ، ديوان المطبوعات الجامعية ، الجزائر ، 2008 ، ص ،

-المحور الأول : يحتوي على ثلاثة أسئلة ، بعنوان حجب المرأة هويتها الحقيقية عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

-المحور الثاني : يحتوي على ثلاثة أسئلة، بعنوان الهوية الالكترونية للمرأة الجزائرية ظرفية.

-المحور الثالث : يحتوي على سؤلين، بعنوان الهوية الالكترونية تنعكس بالسلب على الهوية الحقيقية للمرأة الجزائرية عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

-المحور الرابع : يحتوي على سؤلين، بعنوان الهوية التي تظهر بها المرأة الجزائرية في مواقع التواصل الاجتماعي الالكترونية أم حقيقية.

و لكن لم يتم توزيع استمارة استبيان و ذلك بسبب جائحة كورونا " كوفيد 19 المستجد"

9/مجتمع البحث و عينة الدراسة :

مجتمع البحث :

هو المجتمع الكلي من مفردات و الأشياء الأخرى المحدودة (المجتمع الذي بإمكان الباحث تحديد الحقيقي) أو غير المحدودة، كما عرفه الباحثون : مجموع محدود أو غير محدود من المفردات، العناصر، الوحدات، المحددة مسبقا حيث تنصب الملاحظات.¹

و مجتمع البحث في دراستنا هو فئة أكاديمية و المتمثلة في طالبات كلية العلوم الإنسانية و الاجتماعية ، قسم الإعلام و الاتصال "جامعة العربي تبسي" ، بتبسة كمستخدمين لموقع الفيسبوك. حيث وقع اختيارنا عليهم نسبة لكونهم الشريحة المعرضة لهذه المواقع و هذا بحكم خصائص هذا الموقع المتاح لهذه الفئة خاصة في التكوين الأكاديمي و كذا احتياجاتهم الشخصية.

عينة الدراسة :

يعتمد الباحثون اليوم في إجراء بحوثهم الميدانية و غيرها من الأبحاث الأخرى على طريقة العينة المأخوذة من مجتمع البحث أن العينة هي : عبارة ع عدد محدود من المفردات التي سوف يتعامل الباحث معها منهجيا و يسجل من خلال هذا التعامل البيانات الأولية المطلوبة و يشترط في هذا العدد أن يكون ممثلا لمجتمع البحث في الخصائص و السمات التي يوصف من خلالها هذا المجتمع.²

¹محمد عبد الحميد : البحث العلمي في الدراسات الإعلامية ، عالم الكتب ، مصر ، 2004 ، ص ، 133 .
² مورييس أنجرس : منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية ، تر : بوزيد صحراوي ، و آخرون ، ط2 ، دار القصة للنشر و التوزيع ، الجزائر ، 2006 ، ص ، 301 .

كما عرفها احمد بن مرسلي : بأنها اختيار جزء صغير من وحدات مجتمع البحث اختيار عشوائيا، أو منظما (المعروف لدى الباحثين بأسلوب العدد العشوائي) ، أو تحكيما قصديا ، ليشكل هذا الجزء من الوحدات مجتمع البحث المادة الأساسية للدراسة.¹

فالعينة هي ما تم اختياره من طرف الباحث وفق طرق محدد ، تمثل مجتمع البحث تمثيلا علميا سليما ، و هي المراد دراسته من مجتمع البحث و هي أنواع ، العشوائية البسيطة ،العشوائية المنتظمة ، الطبقية ، العنقودية ، القصدية .

و بحسب موضوع بحثنا و طبيعته تم اختيار العينة العشوائية البسيطة ، حيث اتجهنا طالبات قسم علوم الإعلام والاتصال كعينة على طلبة الكلية الذين يملكون حساب فايبيوك و يستخدمون الهوية الالكترونية و يدرجونها ضمن صفحاتهم .

و العينة العشوائية البسيطة هي التي يكون لكل مفردة من مفردات المجتمع الإحصائي الذي أخذت منه الفرصة نفسها في أن يكون ممثلا في هذي العينة ، أي أن الاحتمالات الاختيار متساوية بين كل مفردات المجتمع الإحصائي .²

10/الدراسات السابقة حسب الدرجة العلمية :

تعرف الدراسات السابقة على أنها المساعد الرئيسي للباحث في تكوين فكرة واضحة عما يتوجب الاهتمام به من خلال تحديد العناصر التي تطلب تركيز اكبر من تلك التي تحتاج تركيز اقل نظرا لقلّة أهميتها ، و تحديد المنهجية الأنسب لإتباعها في البحث ، بالإضافة إلى الوقوف عند أوجه النقص المسجلة التي لم يتطرق إليها الباحثون من قبل .

و تتمثل أهم الدراسات التي اعتمدت عليها كما يلي :

الدراسة الأولى :

دراسة اسمهان كسيرة : الشباب الجزائري و الهوية الافتراضية دراسة ميدانية لعينة من مستخدمي موقع التواصل الاجتماعي الفايسبوك ، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه (ل م د) في علوم الإعلام و الاتصال ، تخصص : تكنولوجيا وسائل الإعلام و المجتمع ، جامعة عبد الحميد بن باديس – مستغانم -

¹ احمد بن مرسلي : مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام و الاتصال ، ط4 ، ديوان المطبوعات الجامعية ، الجزائر ، 2010 ، ص ،

47 .

² كامل سالم أبو ضاهر : العينات الإحصائية ، 2017 ، ص ، 6 .

سنة 2018 .

تمحورت إشكالية الدراسة فيما يلي :

ما خلفيات تبني شباب الجزائري لهوية رمزية افتراضية ضمن فضاء الفايسبوك ؟

و قد طرحت الباحثة أسئلة الدراسة كما يلي :

- ❖ ماهية سمات و خصائص اشباكات الهوية الافتراضية ضمن فضاء الفايسبوك ؟
- ❖ ما العوامل و الخلفيات الكامنة وراء تبني الشباب الجزائري لهوية افتراضية ؟
- ❖ كيف ينظر مستخدمو الفايسبوك إلى ذواتهم في خضم مجتمع افتراضي يسمح بالتخفي خلف ستار هوية رمزية ؟
- ❖ أيمن لنا أن نعتبر تخفي المستخدم خلف هوية افتراضية مجالا لكشف حقيقة هويته ؟

و قد طرحت أيضا فرضيات و هي :

- يتميز موقع التواصل الاجتماعي الفايسبوك بسمات تقدم للمستخدم اشباكات لا يمكن الحصول عليها إلا في كنف هوية افتراضية .
- هناك عوامل و خلفيات ذاتية تدفع بالشباب الجزائري إلى الانخراط خلف هوية افتراضية .
- يشعر مستخدمو الفايسبوك في خضم هوية رمزية انهم في مركز يسمح لهم بممارسة حريتهم المطلقة في التعبير .
- تشكل ظاهرة تخفي مستخدمي الفايسبوك من الشباب الجزائري خلف هوية افتراضية منبرا للتعبير عما لا يستطيعون التعبير عنه صراحة في العلن .

وقد اعتمدت الباحثة في دراستها على المنهج الوصفي التحليلي ، و استمارة استبيان كأداة أساسية لجمع بيانات .

وكانت نتائج الدراسة على النحو التالي :

وذلك في ضوء تساؤلات و فرضيات الدراسة

1/ سمات الهوية الافتراضية عبر مواقع التواصل الاجتماعي الفايسبوك :

فقد شملت سمات الهوية الافتراضية عبر موقع التواصل الاجتماعي الفايسبوك النقاط التالية :

✓ مدة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك :

إن اغلب المستخدمين اشتركوا في مواقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك منذ أكثر من 5 سنوات ب 42,66 % ، يليها الذين بدءوا في استخدام موقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك من سنة إلى 3 سنوات ب 28 % ثم الذين يستخدمون موقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك من 3 سنوات إلى 5 سنوات ب 20,66 % و الأخير هناك نسبة 7,33% ممن استخدموا موقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك منذ اقل من سنة فقط . و تبين هذه النتائج إن استخدام الفيسبوك من طرف الشباب قد كان بشكل دوري في إطار اتصالاتهم اليومية .

✓ الاسم الذي اختاره مستخدمو موقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك :

يفضل المستخدمون إظهار أسمائهم الحقيقية ضمن حساباتهم في موقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك. فالذكور أكثر إظهار لهويتهم الاسمية أكثر مما هو عليه الحال عند جنس الإناث أي بنسبة 62,71% مقارنة بنسبة 26,37% عند الإناث ، و هذا ما يؤكد على إن استخدام الفيسبوك محاط بإطار من الجدية و الثقة من طرف المبحوثين ، و قد ارجعوا ذلك لعدة أسباب منها : الرغبة في الظهور بهوية حقيقة و حتى يجدهم معارفهم و أصدقائهم بسهولة و من اجل كسب ثقة المتفاعلين معهم في نفس الصفحة .

و من جهة أخرى نجد أن نسبة الإناث تفوقت بنسبة 42,85 % مقارنة بنسبة الذكور 13,55% في استخدام الاسم المستعار و الاسم المركب من اسم حقيقي و آخر مستعار 30,76% من جنس الإناث مقارنة بالذكور 23,72% . و قد ارجع معظمهم الأسباب في اختيار الأسماء المستعارة أو مركبة إلى الرغبة في التصرف بكل حرية في خصم ما يتيح موقع الفيسبوك للمستخدمين في عملية التواصل ، و منهم من يرتئي أن لا يتعرف الآخرون عن هويتهم الحقيقية بتقمص شخصية أخرى .

✓ السن المصرح به على صفحة الفيسبوك :

و في معرض الحديث عن المفاضلة بين التصريح بالسن الحقيقي ضمن الاستخدام لموقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك وبين التستر عنه ، فإن جنس الإناث بنسبة 59,85% هن أكثر تكتما من جنس الذكور بنسبة 40,15% . و فيما يتعلق باستخدام الاسم المستعار فنجد أن الإناث تفقن في ذلك نسبة الذكور ، أي بنسبة 61,11% مقابل نسبة 38,89% عند الذكور . و مرد ذلك ، محاولة تجنب المضايقات التي قد يتعرضن لها ، و منهن من يفعلن ذلك بدافع تسهيل التواصل و الاحتكاك بالغير ، كما نجد مبرر البعض الآخر لإخفاء سنه لغرض شخصي لا يودون الإفصاح عنه .

✓ الجنس المصرح به عبر موقع التواصل الاجتماعي الفايسبوك :

يفاضل بعض المستخدمين بين التصريح بجنسهم الحقيقي على حساباتهم الشخصية في موقع التواصل الاجتماعي الفايسبوك ، و هم يمثلون في ذلك نسبة 97,33% بينما يفاضل البعض الآخر بنسبة 2,66% على إخفاء ذلك . ذلك أن الأمر محاط بعامل الثقة، و معنى ذلك أن أولئك الذين يفاضلون إخفاء جنسهم الحقيقي ، إنما يحاولون بذلك تفادي التعرض للمضايقات من قبل الغير . إضافة إلى سبب آخر في محاولة لتخفي الإناث عن أنظار أهليهم و بشكل اخص لما يكون لدى احد الإخوة أو الأب حساب بالموقع .

✓ المواطن المصرح به عبر موقع التواصل الاجتماعي الفايسبوك :

و في هذا الصدد ، يتبين أن زهاء 94,66% ممن يدلون بموطنهم الأصلي ضمن بياناتهم الشخصية بموقع التواصل الاجتماعي الفايسبوك ، بينما تتضاءل النسبة ب 5,33% بالنسبة لأولئك الذين يستخدمون موطناً مستعار ، و مرد سبب الاستعارة هذه؛ هو تجنب المضايقات التي يتعرضون لها حين الإدلاء بموطنهم الحقيقي ، أو لأسباب شخصية و أحيانا يكون دون سبب وجيه .

✓ الوظيفة المسجلة عبر موقع التواصل الاجتماعي :

تتحقق حقيقة الإدلاء بالوظيفة الحقيقية لمستخدمي موقع الفايسبوك بنسبة 86,66% ، أما ربع المبحوثين تقريبا فإنهم يسجلون وظيفة مستعارة 13,33% ، و مبررات هذه الأخيرة هو اختيار شخصي يكفل لهم الحرية و عدم التصريح بوظيفتهم الحقيقية ، و إن منهم لفرقا يحاول تجنب المضايقات التي قد يتعرضون لها ، و منهم من يكون بطالا أو دون نشاط ، فيضطره الحال إلى تزييف معطياته الشخصية.

✓ الصورة المستخدمة عبر مواقع التواصل الاجتماعي الفايسبوك :

إن اغلب مستخدمي موقع التواصل الاجتماعي في عمومهم لا يستخدمون صوراً حقيقية ، و أكثر هؤلاء المستخدمين هن من جنس الإناث ب 91,89% مقارنة بالذكور بنسبة قليلة ب 8,10% ، فالفتيات ترهن يستخدمون الصور المستعارة ، بنسبة 76,10% عن الذكور ب 23,89% ، و مرجع توظيف ور مستعارة ، إنما يرجع إلى رفض الفكرة أساساً لوضع صورهم الحقيقية ب 36% ، و كمبرر ثاني هو تجنب الإحراج و المضايقات التي يتعرضن لها بسبب صورهم الموجودة على موقع الفايسبوك ، و هذا ما صرحت به نسبة 22,66% ، فيما تتوج نسبة أخرى ب 18,66% منه اختراق حسابها ، كما يحاول بعضهم تفادي الجنس الآخر أي بمعدل 10,66% .

كما أضاف مبحوثون آخرون أن أسباب استخدامهم للصورة المستعارة هو رفض العائلة لوضع صورهم الحقيقية خاصة بالنسبة للإناث ، و هناك من ارجع ذلك بسبب الضوابط الشرعية بالنسبة للإناث .

✓ اللغة المستخدمة في موقع التواصل الاجتماعي الفايسبوك :

عادة ما يقوم المستخدمون ممن لديهم مستوى ثانوي بالتواصل بلغة تحمل مزيجا بين اللغة الدارجة ، اللغة العربية و اللغة الفرنسية أحيانا ، إذ يمثل هؤلاء ما يشرف عن نسبة تقدر ب 40% و تليها نسبة 35,57% من الشباب ذو مستوى الدراسات العليا .

في حين نجد الشباب الذين لديهم مستوى ثانوي في التعليم الدراسي يستخدمون اللغة الدرجة بنسبة 20% ، أما بالنسبة لمستوى الدراسات العليا فتمثلت نسبتهم 16,21% و اقل نسبة لدى الشباب الذين لديهم مستوى جامعي نسجل نسبة 15,43% .

أما فيما يخص استخدام اللغة العربية الفصحى ، فإننا نجد ذو المستوى التعليمي في الدراسات العليا بنسبة 35,13% هم أكثر استعمالا لهذه اللغة ، يليها المستوى الجامعي بنسبة 22,81% ثم المستوى الثانوي بأقل نسبة 10% .

2/ العوامل الكامنة وراء تشكل هوية افتراضية :

ترتبت جملة من العوامل المقترحة التي قد تكون دافعا لتكون الهوية الافتراضية لدى الشباب المبحوثين :

❖ امتلاك أفراد العينة لأكثر من صفحة على موقع التواصل الاجتماعي الفايسبوك :

أعلى نسبة من المبحوثين يملكون سوى حساب واحد على موقع الفايسبوك ب 82,66% ، في حين أن نسبة 17,33% يملكون أكثر من صفحة على الموقع . و هذا ما يؤكد على أن المبحوثين لديهم وعي كافي لاستخدام الفايسبوك ولا يريدون خلق العديد من الصفحات على حسابهم .

❖ المتفاعلون عبر موقع التواصل الاجتماعي الفايسبوك :

تتعامل أعلى نسبة من مستخدمي موقع التواصل الاجتماعي مع أصدقائهم ب 64% ، فهم يحبون خدمة المشاركة التي تعتبر كخاصية من خصائص مواقع التواصل الاجتماعي بحيث تتيح للمتصفح التعرف عن قرب أكثر عن طريق نشر الملفات ، الصور ، مقاطع الفيديو و أفكار خاصة بالمستخدم ولا يكون متاحا

للآخرين الاطلاع عليها فهو يعتبرها صفحة خاصة لا يمكن لغير المشتركين معه الدخول إليها ، و بالتالي نجده يحافظ على خصوصيته من خلال هذا الاستخدام . كما أما هناك نسبة معتبرة قدرت ب 40,90% من المبحوثين يفضلون مشاركة جميع الناس ضمن صفحاتهم و منشوراتهم اليومية ، حيث تتيح هذه الخاصية إرفاق جميع المشتركين و غير المشتركين ضمن صفحة المستخدم الاطلاع على المعلومات الواردة ضمن الصفحة .

أهداف استخدام موقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك :

1/ بهدف التواصل مع الأصدقاء :

يستخدم المبحوثون موقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك بهدف التواصل مع الأصدقاء بنسبة 58,66% بالإضافة إلى أن المستخدمين سواء من الطلبة أو الأساتذة أو الباحثين و المهتمين بتخصصات معينة يجدون على مواقع التواصل الاجتماعي و بسهولة العديد من الأشخاص ذو العلم و الخبرة في مجالات اهتماماتهم فيتواصلون معهم و يكونون علاقات اجتماعية معهم ، ما يجعلهم يستفيدون من علمهم و خبرتهم و بما يحملونه من معارف و أفكار من خلال طرحها و مناقشتها .

2/ التواصل مع العائلة و الأقارب :

من خلال ما يوفره موقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك من خدمات متنوعة ، و خاصة منها التواصل مع العائلة و الأقارب بنسبة 48% ، فهي تعتبر من أهم العوامل التي دفعت المبحوثين لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي و هذا ما يدل على استخدام موقع التواصل الاجتماعي له دور في حياة المستخدمين مما انعكس ذلك على علاقاتهم الاجتماعية خاصة بعد انتقالها من العالم الواقعي إلى العالم الافتراضي .

3/ الحصول على المساعدة و الاستفادة من الآخرين :

و هذا ما يثبت حاجة المستخدمين إلى الاستفادة من الآخرين و الحصول على المساعدة بنسبة 43,33% ، و تنتوع هذه المعلومات كل حسب اهتمامه و ميوله ، و كذا حسب تخصصه الدراسي أو مجاله المهني و يرجع هذا إلى الخصائص العامة للمبحوثين الجامعيين بنسبة كبيرة ، فهم فئة مهتمة بالبحث و الدراسة و يتشاركون ذلك مع الآخرين .

و من بين أهداف مواقع التواصل الاجتماعي تعليمية و تثقيفية تساعد المستخدمين في الحصول على المعلومات و الخدمات المختلفة و المتنوعة التي تقدمها فيمكنهم من خلالها الاستفادة منها و تبادلها مع الآخرين .

4/ متابعة كل ما يتعلق بالعمل أو الدراسة :

من خلال ما نلاحظه أن نسبة 38,66% من المبحوثين توفر لهم مواقع التواصل الاجتماعي خاصة الفيسبوك متابعة كل ما يتعلق بالعمل و الدراسة ، فهي تتعامل مع المعلومة الحديثة و تسمح للمتصفح بالاطلاع على كل ما يتعلق بالعمل و الدراسة ، مما يجعل الشباب الذين هم في بحث عن العمل أو متابعة كل ما هو جديد في مجال الدراسة يشتركون فيها ، فهناك صفحات و مجموعات خاصة يوفرها هذا الموقع مما يجعله يستقطب فئة معتبرة من المهتمين بهذا المجال.

5/ توسيع علاقات الصداقة :

هذا العامل الذي يثبت حاجة المستخدمين لموقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك بنسبة 32,66%، إلى التواصل و تكوين علاقات اجتماعية حتى و إن كانت افتراضية . فالولوج إلى العالم الافتراضي بهدف بناء و تكوين العديد من العلاقات الافتراضية ، و التعرف على أشخاص جدد و التواصل معهم و هذا ما يبين حاجة الشباب إلى التواصل مع الآخرين ، حتى و إن كانت علاقات الصداقة نفسها في الواقع و في العالم الافتراضي فتسعى إلى تعزيزها و الحفاظ على استمراريتها .

6/ تكوين علاقات عاطفية مع الجنس الآخر :

و يسعى بعض المبحوثين إلى تكوين علاقات عاطفية مع الجنس الآخر بنسبة 4,66% فقط ، حيث يرغب الشباب في تعويض شعورهم بالفراغ العاطفي و الاجتماعي من خلال تكوين هذه العلاقات ، و في بعض الأحيان يدل على الرغبة في الزواج أو تكوين صداقات مع الجنس الآخر سواء كانوا إناثا أو ذكورا .

❖ العامل الذي يحدد علاقة المبحوثين بالمستخدمين في موقع التواصل الاجتماعي

الفيسبوك :

العامل الذي يتم من خلاله تحديد علاقة الشباب بالذين يتعامل معهم من خلال موقع التواصل الاجتماعي ، هو العامل الشخصي بنسبة 48,66% ، يليه العامل التعارفي بنسبة 44,66% ، ثم العامل المهني ب 23,33% .

❖ معيار اختيار الذين يتعامل معهم المبحوثين على موقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك:

أعلى نسبة قدرت ب 52,66% اختارت على أساس علاقة الصداقة كمعيار أساسي لاختيار الذين يتعاملون معهم على موقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك ، تليها معيار الانسجام الفكري و الاهتمام العلمي بنسبة 39,33% ، و نسبة 34,66% اختارت على أساس علاقة القرابة . في حين وجدنا أن نسبة 31,33%

اختارت على أساس الاهتمام المشترك ، و نسبة قليلة جدا تمثلت في 8% من المبحوثين لم يحددوا المعيار الذي يختارون على أساسه علاقاتهم و صداقاتهم على موقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك .

3/ الخلفيات المعتمدة في تكوين هوية افتراضية لدى الشباب :

كيف ينظر مستخدمو الفيسبوك إلى ذواتهم في خضم مجتمع افتراضي يسمح بالخفي خلف ستر هوية رمزية ؟

أثبتت نتائج الدراسة فيما يتعلق بالإجابة على هذا السؤال ما يلي :

■ تغيير صفحة الفيسبوك :

أكثر من نصف المبحوثين لا يغيرون من صفحاتهم على موقع الفيسبوك ب 66% في حين نسبة 34% قد غيروا من صفحاتهم و ذلك بمعدل مرة واحدة و مرتين ، و يرجع ذلك لعدة أسباب منها : التعرض للاختراق بنسبة 10,66% ، لتفادي المشاكل و الإزعاج من قبل الآخرين بنسبة 8% ، و منهم بدافع حب تغيير الصفحة ، و منهم من يغيرها لأسباب شخصية بنسبة 4,66% .

■ مدى مصداقية المعلومات المصرح عنها عبر مواقع الفيسبوك مع هوية الشباب :

أكثر نسبة من المبحوثين هويتهم المنشأة عبر موقع الفيسبوك تحمل معلومات حقيقية ب 80% ، في حين أن 20% فقط من المبحوثين الهوية المصرح عنها عبر الصفحة لا تحمل معلومات حقيقية عنهم و من خلال ربط ذلك مع انعكاس صفحة المستخدم عبر الموقع الفيسبوك على هويته الحقيقية فنجد أن النسب متقاربة جدا مع الهوية المصرح عنها من قبل المبحوثين و التي تتوافق مع معلوماتهم الحقيقية ب 82,66% ، على عكس الهوية الخفية التي ل تتوافق مع المعلومات التي أدلى بها المبحوثين من خلال صفحاتهم بنسبة 17,33% .

■ التفاعل في العلاقات الافتراضية مقابل التفاعل في العلاقات الواقعية :

أغلب مستخدمي موقع التواصل الاجتماعي لا يشعرون بتفاعلهم في علاقاتهم الافتراضية مقارنة بعلاقاتهم الواقعية بنسبة 78% ، و ذلك أنهم يرون أن الواقع هو الأصح و الأهم من العالم الافتراضي حيث يكون فيه المبحوث على راحة تامة و يكون التواصل في الواقع قريبا و أكثر سهولة ، أما الذين لا يشعرون بتفاعل كبير ضمن العالم الافتراضي نسبتهم ب 22% حيث أكدوا أن العلاقات الافتراضية تبقى وهمية عكس العلاقات الحقيقية التي تعبر عن الواقع ، و يبقى الفيسبوك عالما افتراضيا و ليس واقعيًا . و هناك من يكون

متفاعلا في كلتا الحالين ، فالعلاقات الواقعية و الافتراضية يكون متواصلا فيها بشكل متساوي و مع أصدقاء واقعيون ، فالأصدقاء في الواقع هم في العالم الافتراضي .

■ العلاقات الاجتماعية المفضلة :

أكثر من نصف المبحوثين يفضلون العلاقات المباشرة بنسبة 68% ، و هذا يرجع إلى أن الواقع أفضل و هو الحقيقية و يتم التعامل فيه بشكل مباشر ، عدم الثقة بالعلاقات الافتراضية و خاصة مع من يتحدث المستخدم جهله للمتحدث ، العلاقات المباشرة فيها أمان و ثقة ، العلاقات الواقعية تكون صادقة ، العلاقات المباشرة تكون واضحة ، العلاقات الافتراضية فهي سهلة التواصل على عكس العلاقات المباشرة فيها صعوبة ، و هناك من رأى أن العلاقات الافتراضية الاجتماعية بين نمط الافتراضي و النمط الواقعي فقد قدرت معا حيث تتأرجح عندهم العلاقات الاجتماعية بين نمط الافتراضي و النمط الواقعي فقد قرت بنسبة 26,66% فكل م العلاقات المباشرة و العلاقات الافتراضية تكمل بعضها البعض .

الدراسة الثانية :

دراسة ريحانة بلوطي ، دوافع استخدام الهوية الافتراضية في الشبكات الاجتماعية و اثرها على الفرد ، دراسة استكشافية لعينة م مستخدمي الفايسبوك – أنموذجا - ، جامعة الحاج لخضر – باتنة-سنة 2015 .
مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام و الاتصال ، تخصص : وسائل الإعلام و المجتمع .
تمحورت إشكالية الدراسة في : ما هي دوافع استخدام الهوية الافتراضية على الشبكات الاجتماعية؟ و ما أثرها على الفرد؟

و قد طرحت الباحثة تساؤل الدراسة :

ما المقصود بالهوية الافتراضية؟

تساؤلات خاصة بالاستخدامات :

أ/ ما هي عادات تعرض الجزائريين لموقع الفايسبوك؟

ب/ ما هي أنماط و طرق استخدام الهوية الافتراضية في الشبكات الاجتماعية – تحديدا جمهور الفايسبوك - ؟

ج/ ما هي دوافع استخدام الهوية الافتراضية في الشبكات الاجتماعية؟

تساؤلات خاصة بالاشباعات :

- 1- ما هي الاشباعات المحققة من وراء استخدام الهوية الافتراضية في الشبكات الاجتماعية ؟
- 2- ما هو الأثر الذي يحدثه استخدام الهوية الافتراضية في التواصل داخل الشبكات الاجتماعية على مستوى الفرد ؟
- 3- هل الهوية الافتراضية هي محاكاة للهوية الحقيقية و العالم الافتراضي انعكاس للعالم الحقيقي عبر شبكات التواصل ؟

اعتمدت الباحثة على المنهج الوصفي ، و استمارة استبيان كأداة أساسية لجمع البيانات .

و كانت نتائج الدراسة كما يلي :

1/ تتمثل أهم النتائج العامة التي توصلت إليها الدراسة فيما يلي :

أنماط و عادات استخدام الفايسبوك :

❖ مدى امتلاك المبحوثين للانترنت :

❖ يمتلك 60.52 % من المبحوثين الانترنت في البيت عن طريق الخط الثابت ، 23.68 % في مكان العمل ، و 15.78 % في الهاتف الجيل الثالث .

❖ امتلاك أفراد العينة للفايسبوك :

- يبين 36.21 % امتلاكهم للفايسبوك منذ ثلاث سنوات بينما 30 % منذ سنتين ، أما 34.31 % ف لديهم حساب على الفايسبوك منذ أكثر من ثلاث سنوات ، بينما 9.47 % منذ سنة واحدة .

❖ عدد الحسابات التي يملكها المبحوثين على الفايسبوك :

- أجاب 63.68 % أنهم يمتلكون حسابا واحدا على الفايسبوك و 36.31 % يمتلكون أكثر و تبريرهم مرده بناء على طبيعة العلاقات التي يقومون بربطها فمنهم من يخصص حسابا لأفراد العائلة فقط ، و الآخر لجميع الصداقات المختلفة سواء التي يربطها الفرد مع أصدقاء يختلفون معه في المكان الجغرافي و في اللغة و الثالث للعمل .

❖ عادات تصفح الفايسبوك :

- يتصفح 90.52 % من المبحوثين الفايسبوك كل يوم ، أما 4.21 % فيطلعون عليه مرة في الأسبوع ، و 3.15 % عدة مرات في الأسبوع ، بينما يتصفحه بقيتهم المقدرين ب 2.10 % مرة أو مرتين في الشهر .

❖ عدد مرات تصفح الفايسبوك يوميا

- أما عدد مرات التصفح اليومية ف 53.68 % يتصفحوه أكثر من ثلاث مرات و 24.21 % مرتين و 14.21 % مرة يوميا بينما يدخل إليه 7.89 % أكثر من ثلاث مرات يوميا .
 - ❖ الوسائل التكنولوجية المستخدمة لتصفح الفايبيوك :
- يستخدم 52.63 % الحاسوب المنزلي لتصفح الفايبيوك ، و 21.57 % حاسوب شخصي ، و 12.10 % حاسوب العمل ، و 8.94 % هواتف ذكية أما 4.37 % فيستخدمون لوحات الكترونية .
 - ❖ عدد ساعات التي يقضيها المبحوثين في التصفح :
- تقدر عدد الساعات التي يقضيها المبحوثين بأكثر من ساعة بنسبة 75.26 % و ساعة بنسبة 14.21 % و اقل من نصف ساعة بنسبة 10.52 % .
 - ❖ الفترات الزمنية و الأماكن المفضلة للتصفح :
- يفضل 62.63 % لفترة الليلية لتصفح الفايبيوك ، و 17.89 % المساء ، و 7.89 % الفترة الصباحية بينما 6.31 % كل الأوقات بلا استثناء و 5.26 % منتصف النهار .
- يدخل 55.26 % الفايبيوك في المنزل و 16.31 % من العمل ، أما 15.78 % من الجامعة و 12.63 % من مقاهي الانترنت .
 - ❖ الأشخاص الذين يتواجدون مع المبحوثين أثناء تصفحه للحساب :
- يكون 67.36 % بمفرده أثناء تصفح الفايبيوك و 23.68 % مع رفاقهم أما 8.94 % مع أفراد عائلاتهم .
 - ❖ التطبيقات المفضلة لدى المبحوثين :
- يقوم 21.17 % بالردشة لدى دخولهم الفايبيوك و 20.74 % يعلقون و يشاركون الروابط والصور الموجودة على الصفحات ، أما 19.21 % فينشرون على صفحاتهم الخاصة و يطلع 14.62 % على ما تم نشره و 13.10 % يقومون بإرسال الرسائل و 11.13 % يطلعون على جداريات الأصدقاء .
 - ❖ نوعية المواضيع التي تستهوي المبحوثين :
- تستقطب المواضيع المتنوعة بنسبة 24.44 % اهتمام المبحوثين على الفايبيوك تليها المواضيع الرياضية ثم الدينية فالسياسية ب 9.19 % و أخيرا 7.53 % للمواضيع الاقتصادية .
 - ❖ عدد أصدقاء كل مبحوث على الفايبيوك و نوعها و معيار اختيارهم :
- يمتلك 53.68 % من 200 – 400 صديق و 24.73 % من 100 – 200 صديق و 11.05 % اقل من 100 صديق ، أما 10.52 % يمتلكون أكثر من 400 صديق .

- ينقسم أصدقاء المبحوثين إلى 26.26 % مجرد معارف على الفايسبوك فقط و 23.73 % من الطلبة و 18.98 % هم من الأساتذة ، 16.13 % من أفراد العائلة و 14.87 % من رفاق العمل .
- يختار 27.94 % رفاقهم على الفايسبوك بناء على المستوى العلمي و الثقافي 26.31 % على أساس علاقات زمالة أو صداقة واقعية ، و 15.78 % لتقارب السن و 16.19 % على أساس البعد الجغرافي و 13.76 % على أساس الاهتمامات و التوجهات المشتركة .

دوافع استخدام الهوية الافتراضية

- ❖ مدى انخراط المبحوثين في مجموعات على الفايسبوك و طبيعتها :
- ينخرط 96.84 % في مجموعات على الفايسبوك مقابل 3.15 % لا ينتمون إلى أي مجموعة معينة .
- تنصدر المجموعات المتنوعة اهتمام المبحوثين بنسبة 21.21 % تليها الرياضية ب 15.15 % ثم العلمية الدراسية ب 14.28 % فالاجتماعية ب 12.12 % و تأتي في نهاية الترتيب كل المجموعات الدينية و الثقافية و السياسية .
- ❖ الأسماء المستخدمين من قبل المبحوثين في التواصل ، دلالاتها و مبررات اختيارها :
- يستخدم 63.15 % أسماء مستعارة لدى دخولهم حساب الفايسبوك ، و 34.21 % اسما مركبا من اسم حقيقي و آخر مستعار و 2.63 % اسمهم الحقيقي .
- تشير دلالات الأسماء المستعارة التي يختارها المبحوثين إلى أسماء لشخصيات مشهورة بنسبة 30.81 % أو حروف مختصرة لأسمائهم الحقيقية ب 22.16 % أو أسماء خيالية مبتكرة ب 19.45 % ، أو لنبات ب 10.82 % أو لحيوانات بنسبة 9.72 % ، كما يختار بعضهم بنسبة 7.02 % أسماء أخرى .
- المبرر الأول للأسماء المستعارة التي يختارها أفراد العينة مرده اجتماعي بنسبة 24.86 % و 22.16 % شخصي ، أما 17.29 % فذو خلفية فنية و 15.13 % مرجعه ثقافي و 6.48 % سياسي أو مبررات أخرى .
- ❖ المعلومات الشخصية التي يوفرها أفراد العينة على حساباتهم و مدى صحتها :

- تتمثل المعلومات الشخصية التي اوجد على بروفيل المبحوثين في الجنس بنسبة 24.04 % و السن بنسبة 16.96% ثم الحالة العائلية و المستوى العلمي بنسبة 13.42 % و مكان الإقامة ب 12.38 % و العمل ب 10.47 % ، و يضع 9.59 % صورتهم الشخصية على الحساب .
- تطابق 44.21 % من المعلومات الشخصية الموجودة على الفايسبوك مع المعلومات الحقيقية للمبحوثين و لا تتطابق 55.78 % منها .
- ❖ مدى تصريح المبحوثين لجنسهم و سبب إخفائه :
- يصرح 52.10 % بجنسهم الحقيقي على الفايسبوك بينما يخفي 47.89 % ذلك و مبررهم الأول هو تجنب المضايقات و الإحراج بنسبة 61.53 % ثم حب الاطلاع و الاكتشاف ب 18.68 % و مبررات أخرى ب 10.98 % و التسلية ب 8.79 % .
- ❖ مدى ذكر المبحوثين لسنهم و سبب عدم ذكره :
- يذكر 51.05 % عمرهم بالتحديد على الفايسبوك و 32.63 % اقل منه و 16.31 % أكثر من عمرهم الحقيقي . مبررهم الأساسي هو تجنب الإحراج و المضايقات بنسبة 61.29 % ثم رفض الفكرة بنسبة 23.65 % و تسهيل التواصل و الاحتكاك بالغير بسبة 8.60 % و أخيرا الترفيه و التسلية ب 6.45 % .
- ❖ مدى وضع المبحوثين لصورهم الحقيقية و الدافع من إخفائها :
- يضع 25.78 % من أفراد العينة صورتهم الحقيقية على الفايسبوك و 74.21 % يخوفها بسبب الخوف من الاختراق بنسبة 38.29 % و رفض البعض للفكرة أساسا بنسبة 26.95 % و تفادي الجنس الآخر ب 19.14 % ، ثم تجنب المضايقات و الإحراج ب 15.60 % .
- ❖ سبب إخفاء المبحوثين لهويتهم الحقيقية :
- سبب إخفاء المبحوثين لهويتهم الحقيقية الخوف من القرصنة و اختراق حسابهم ب 29.23 % و الحفاظ على الخصوصية ب 22.76 % ، و تجنب مضايقات الآخرين بنسبة 19.38 % ، كما يفعل 15.69 % ذلك بداعي التصرف بكل حرية و 12.92 % بدافع التواصل مع الأشخاص دون ايتعرفوا عليهم .

الإشباع المحققة م وراء استخدام الفايسبوك :

من الإشباع المحققة من استخدام الفايسبوك خلق صداقات جيدة بنسبة 21.75 % ثم زيادة الصيد المعرفي و المعلومات بنسبة 19.46 % ثم التواصل مع الأفراد بنسبة 18.32 % و الهروب من

الواقع بنسبة 14.50 % ، و تبادل الآراء و الخبرات بنسبة 14.31 % ثم الترفيه و التسلية ب 11.64%.

❖ حالة المبحوثين حيال غيابهم عن الفايسبوك :

- يشعر 50 % من المبحوثين برغبة ملحة في دخول الفايسبوك أثناء غيابهم عنه ، و 27.89 % ينتابهم القلق و الاضطراب و 22.01 % لا يبالون بذلك .

❖ مدى الثقة في رقاء الفايسبوك :

- يثق 54.73 % بالأشخاص الذين يتواصلون معهم على الفايسبوك بينما 45.26 % لا يثقون في ذلك .

❖ مستقبل التواصل عبر الفايسبوك و بالهوية الافتراضية :

- ينوي 55.26 % من المبحوثين الإبقاء على الهوية الافتراضية في تواصلهم مع الآخرين و 44.73 % ينوون الكشف عن حقيقتهم في المستقبل .

- ينوي 40 % من أفراد العينة التقليل من استخدام الفايسبوك و 27.36 % المحافظة على درجة الاستخدام نفسها و 22.63 % يريدون اعتزال الفايسبوك نهائيا أما 10 % فيزيدون من استخدامه .

أثر الهوية الافتراضية على الفرد :

و قد أسفرت نتائج الاتجاه باستخدام مقياس ليكرت عن اثر الهوية الافتراضية على الفرد بالطابع الايجابي فيما يخص الأبعاد الثلاث الأولى و سلبية البعد الأخير بناء على نتائج الجداول المحصل عليها و تأتي على ذكرها وفقا للأبعاد المقسمة كالتالي :

البعد الأول : حرية التواصل عن طريق الهوية الافتراضية و يضم عبارتين :

❖ طرحت الأولى نقطة إخفاء المبحوثين لهويتهم ليكون التواصل أسهل و الحديث بكل حرية دون قيود و حواجز حيث وافق بشدة على هذا الطرح 34.21 % تلتها نسبة الموافقين ب 27.36 % و التزام موقف الحياد 6.31 % من أفراد العينة بينما عبر 18.98 % عن معارضتهم و 13.15 % عن معارضتهم بشدة لذلك .

❖ طرحت العبارة الثانية مدى تخلي الفرد عن قيمه و مبادئه بمجرد تقمص الهوية الافتراضية فكان رأي الموافقين و الموافقين بشدة منعما تلاه رأي المحايدين ب 6.84 % ثم المعارضين ب 34.21 % ثم الرأي الغالب للمعارضين بشدة ب 58.94 % .

البعد الثاني : محفزات الإبقاء على التواصل بالهوية الافتراضية و يضم أربع عبارات :

- ❖ تضم العبارة الأولى حول تخوف الأفراد من أن تكشف هويتهم الحقيقية أثناء التواصل مع الآخرين لذا يبقون على الهوية الافتراضية حيث يوافق و بشدة 48.42 % يليها رأي الموافقين ب 25.78 % ثم المحايدين ب 6.31 % ثم المعارضين بشدة ب 7.36 % و المعارضين ب 12.10 % .
- ❖ أما العبارة الثانية فتمحورت حول سبب آخر و هو الحفاظ على معلومات الهوية الحقيقية من خلال التواصل بالهوية الافتراضية فكان رأي الموافقين بشدة ممثلاً ب 41.57 % يليها رأي الموافقين ب 28.94 % ثم المحايدين ب 13.68 % فالمعارضين بنسبة 8.42 % و المعارضين بشدة ب 7.36 % .
- ❖ إجابات المبحوثين حول الطرح الثالث و هو خوف المبحوثين من اختراق حساباتهم يجعلهم يستخدمون الهوية الافتراضية في التواصل و هنا وافق و بشدة 85.94 % تلاها رأي الموافقين ب 31.05 % ثم المحايدين ب 4.73 % فالمعارضين ب 3.68 % و المعارضين بشدة ب 1.57 % .
- ❖ الطرح الرابع هو الأخلاق المحمودة التي يكسبها الفرد من الهوية الافتراضية كالتضامن الإلكتروني و التوية الإلكترونية حيث وافق و بشدة 51.57 % على ذلك تلاها رأي الموافقين ب 38.94 % ثم المحايدين ب 6.84 % و المعارضين ب 1.57 % و أخيراً المعارضين بشدة ب 1.05 % .

البعد الثالث : الهوية الافتراضية و العلاقات الاجتماعية و ضم ثلاث عبارات :

- ❖ الأولى حول العزلة و التوقع في الشخصية الافتراضية بسبب التواصل بها حيث يوافق بشدة 40 % من أفراد العينة تليها رأي الموافقين ب 22.63 % ثم المحايدين ب 19.47 % ، ليأتي بعدها المعارضون ب 11.05 % و المعارضون بشدة ب 6.84 % .
- ❖ العبارة الثانية محورها الثقة التي تجدها في رفاق الفايسبوك هل تكون أكبر من الثقة في رفاق الواقع فعبر 16.84 % عن موافقتهم بشدة و 11.05 % عن موافقتهم أما 13.15 % فالتزموا الحياد و عبر 34.21 % عن معارضتهم و 24.73 % ع معارضهم بشدة .

❖ أما عن الصداقات التي يكتسبها الفرد من خلال التواصل بالهوية الافتراضية و مدى أفضليتها على الصداقات الواقعية ف 4.73 % يليها رأي الموافقين بشدة ب 6.31 % ثم المحايدين ب 12.10 % و المعارضين بشدة ب 35.26 % أما المعارضين فتقدر نسبتهم ب 41.57 % .

البعد الرابع : انعكاسات الهوية الافتراضية على الهوية الحقيقية :

❖ فعبارتها الأولى بالإحساس بازدواجية الشخصية أثناء التعامل بالهوية المستعارة فكانت إجابات 26.31 % موافقة بشدة على ذلك تليها نسبة المعارضين ب 26.84 % فالموافقين ب 20.52 % ثم المحايدين ب 19.47 % و المعارضين بشدة كأدنى النسب تقدر ب 6.84 % .

❖ تتمحور الثانية حول مدى تحقيق الهوية الافتراضية للفرد ما عجز عن تحقيقه في الهوية فيعارض 26.84 % على ذلك يليها المحايدين ب 24.21 % ثم الموافقين بشدة ب 18.42 % و المعارضون بشدة ب 15.78 % و أخيرا الموافقين بشدة ب 14.73 % .

❖ العبارة الثالثة و تتحدث حول تعلم الفرد الكذب من خلال الهوية الافتراضية في أمور بسيطة أو كبيرة تتعلق بالحياة مادام انه لا يوجد من يكشف حقيقتك أمام الغير فنجد 3.61 % يوافقون بشدة على هذا الطرح ، يليها رأي الموافقين ب 4.73 % ثم المحايدين ب 16.84 % ثم المعارضين ب 34.21 % و المعارضين بشدة على هذا الطرح ، يليها رأي الموافقين ب 4.73 % ثم المحايدين ب 16.84 % ثم المعارضين ب 34.21 % و المعارضين بشدة ب 37.89 % .

❖ العبارة الرابعة استخدام الفرد للهوية الافتراضية جعله ينسلخ عن هويته الحقيقية فيندم رأي الموافقين بشدة على هذا الطرح ، و تبلغ نسبة الموافقين 1.05 % ثم المحايدين ب 24.21 % فالمعارضين ب 36.31 % و أخيرا المعارضين بشدة ب 38.42 % .

2/ نتائج الدراسة على ضوء التساؤلات المقدمة :

بعد الاستعراض المفصل للنتائج المحصل عليها في الدراسة الميدانية يمكن القول أن الإشكالية المطروحة في هذه الدراسة و التي تمحورت بالأساس حول دوافع استخدام الهوية الافتراضية في الشبكات الاجتماعية و اثرها على الفرد قد تم الإجابة عنها من خلال الإجابة على الجزئيات التي طرحناها في التساؤلات الفرعية حول أنماط و عادات استخدام الجزائريين للفايسبوك وكذا للهوية الافتراضية ، ثم الدوافع استخدامها و الاشباعات التي يحققونها من أراء ذلك ثم الأثر الذي يحدثه استخدام هذه الهوية على الهوية الحقيقية . حيث توصلت الدراسة إلى :

يمتلك أفراد العينة من المجتمع الجزائري الانترنت في الخط الهاتف الثابت بنسبة 60.52 % نظرا للتطور التكنولوجي في حقل الاتصالات الذي عرفته الجزائر في الألفية الثالثة ، هذا التطور مكنهم من التعرف على الشبكات الاجتماعية و منها الفاييسبوك فامتلاكهم له يعود على أقصى تقدير منذ ثلاث سوات و أكثر و استخدامهم له يومي بانتظام لمدة تزيد عن معدل ثلاث ساعات يوميا ، في أماكن متعددة منها البيت بالدرجة الأولى باستخدام الحاسوب المنزلي أو الشخصي ، ثم أماكن العمل ، أو الجامعة . و بناء على ما ذكر فان عدد أصدقاء المبحوثين يتراوح ما بين 200 – 400 صديق تمثلهم 24.73 % و تتنوع الصداقات بناء على معايير مختلفة منها تقارب السن أو الاهتمامات و التوجهات المشتركة و المستوى المعرفي و الثقافي لذا جد أن الصداقات على الفاييسبوك هي من أولويات مستخدميه ثم التواصل بين الطلبة و الأساتذة و رفقاء العمل.

ينخرط المستخدمين في الفاييسبوك مع المجموعات الافتراضية المختلفة و التي تكون ذات توجه متنوع لديهم بنسبة 21.21 % ، و يستخدم أكثر من نصفهم أسماء مستعارة أو مركب من اسم حقيقي و آخر مستعار و تكون دلالات هذه الأسماء مختلفة إما حروف مختصرة لأسمائهم أو مقتبسة من أسماء شخصيات مشهورة فنيا أو تاريخيا أو رياضيا . كما يوفر المبحوثون بياناتهم المتمثلة في السن ، الجنس ، مكان العمل والإقامة، المستوى الدراسي ... و غيرها ، و قد تتطابق مع بيانات هويتهم الحقيقية و قد تختلف عنها ، لذا يخفي بعضهم سنه و جنسه من الظهور على الجداريات الخاصة بهم خوفا من المضايقات و الإحراج أو بداعي رفض المبدأ أساسا و بعضهم مبرره الترسية و الترفيه .

كما يلجا 74.21 % إلى عدم وضعهم صورهم الحقيقية على الفاييسبوك خاصة الإناث منهم نظرا للخوف من قرصنة و اختراق حساباتهم أو تجنباً للمضايقات التي تلحقهم من الجنسين .

و بالتالي فقد كان مبرر المبحوثين الأساسي في عدم التصريح بهويتهم الحقيقية و التواصل من خلال استخدام هوية افتراضية هو الخوف من القرصنة و الاختراق ثم تجنب المضايقات و الإحراج و بدافع الحرية في التواصل و كذا التواصل دون أن يتعرف عليهم الغير .

أما فيما يتعلق بالاشباعات المحققة من وراء استخدام الفايسبوك فقد جاء في الأولوية الاشباعات الاجتماعية المتمثلة في التعرف على صداقات جديدة بنسبة 21.75 % ثم الاشباعات المعرفية المتمثلة في زيادة الرصيد المعرفي للأفراد بنسبة 19.46 % ثم الاشباعات النفسية المتمثلة في الهروب من الواقع بنسبة 15.40 % .

أما عن شعور المبحوثين في حال غيابهم عن الفايسبوك فيتبين انه ينتابهم رغبة ملحة في دخوله ، فيما يشعر البعض بالقلق و الاضطراب والبعض الآخر لا يبالي به . كما نجد أن أكثر من نصف أفراد العينة المختارة يثقون في رفقاء الفايسبوك فيما 45.26 % عن عدم الثقة فيهم .

و فيما يتعلق بمستقبل استخدام الفايسبوك فان 40 % نيتهم التقليل من استخدام ، و البعض الزيادة أو المحافظة على المستوى ذاته أو اعتزاله نهائيا ، بينما ينوي 55.26 % الإبقاء على استخدام الهوية الافتراضية في التواصل مع الآخرين و البقية يكشفون هويتهم الحقيقية .

أما عن اثر الهوية الافتراضية على الفرد فانقسمت إلي شقين إحداهما ايجابي و تمثله ثلاث أبعاد حيث مكنت الفرد من الحديث بكل حرية أثناء التواصل مع الغير دون التخلي عن القيم و المبادئ الاجتماعية التي يملكها، و ساعدت في تعزيز الأخلاق المحمودة ليه دون أن يظهر كفاعل خير بالإضافة إلى الإبقاء على بيانات هويتهم الحقيقية محفوظة في حال التعرض للاختراق أو القرصنة .

أما عن جانبها السلبي فيتمثل في بعد واحد هو التوقع في الشخصية الافتراضية و التقليل من العلاقات الاجتماعية بين الأفراد في الأسرة الواحدة – هذا لا يعني الانسلاخ و الذوبان في طيات الهوية الافتراضية – بالإضافة إلى تعلم الكذب في أمور بسيطة كالسن و بيانات العمل أو السكن ... الخ .

و مما ذكره نخلص إلى أن نتائج الدراسة قد أكدت صحة التساؤلات الفرعية للدراسة كما بينت دوافع التخفي وراء الهوية الافتراضية في التواصل مع الغير و اثر ذلك على الفرد .

الدراسة الثالثة :

دراسة مرزوق أسماء ، هوية الشباب الجزائري عبر الفايسبوك دراسة ميدانية على عينة من مستخدمي الفايسبوك بولاية – أم البواقي - سنة 2015 . مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال تخصص : اتصال و علاقات عامة .

تمحورت إشكالية الدراسة في : هل تفاعل الشباب الجزائري عبر الفايسبوك يساهم في تشكيل أو إعادة تشكيل الهوية لديهم ؟

وقد طرحت الباحثة هذه الأسئلة :

1/ هل طبيعة التفاعل بين مستخدمي الفايسبوك من الشباب الجزائري يؤدي إلى تشكيل مجال اجتماعي منتج لهوية اجتماعية ؟

2/ هل تؤدي المضامين الثقافية الإسلامية عبر الفايسبوك إلى تعزيز الانتماء و الهوية الثقافية الأصلية لدى الشباب الجزائري ؟

3/ هل اللغة المستعملة في التفاعل عبر الفايسبوك تعكس الهوية الثقافية للشباب الجزائري؟

4/ هل يوجد اختلاف ما بين الهوية الحقيقية و الهوية الافتراضية للشباب الجزائري من خلال تفاعلية عبر الفايسبوك ؟

وقد اعتمدت الباحثة في دراستها على استمارة كأداة أساسية لجمع البيانات .

و كانت نتائج الدراسة على النحو التالي

1/ النتائج الديمغرافية : بينت الدراسة بان مستخدمي الفايسبوك من الشباب في الجزائر هم أكثر استخداما للشبكات الاجتماعية بنسبة 71% من الذكور و 29% من الإناث و هذا راجع لعدم اعتبارات لعل من أهمها طبيعة المجتمع الجزائري المحافظ الذي يضع حدودا و حواجز تحد من حرية المرأة في ممارسة كل ما ترغب فيه خصوصا التردد المستمر و الدائم على هذي الشبكات من اجل تنمية و ترقية معارفها و الاستفادة من مضامين هذا المجال و كذا اكتساب علاقات جديدة .

إن غالبية مستخدمي الفايسبوك في الجزائر هي الشريحة العمرية من 21 سنة إلى 26 سنة و هي الشريحة الأكثر استخداما للشبكات الاجتماعية – الفايسبوك – خاصة بنسبة 74% .

و إن مستخدمي الفايسبوك ذوي المستوى التعليمي الجامعي أكثر استغلالا لهذا المجال بنسبة 42% مقارنة بالمستخدمين ذوي المستوى التعليمي الثانوي و المتوسط و مستوى ما بعد التدرج .

غالبية مستخدمي الفايسبوك عزاب و يستخدمون الفايسبوك بشكل دائم و مستمر بنسبة 83% .

2/ إن طبيعة التفاعل بين مستخدمي الفايسبوك من الشباب تؤدي إلى تشكل مجال اجتماعي منتج لهوية اجتماعية ، و هذا ما استخلصناه من خلال تنوع مجالات التفاعل بين الشباب ذلك لان هذا الأخير ينطلق من مجالات الاجتماعية المختلفة في بناء علاقاته الافتراضية (مجال الراسي ، مجال الهويات ، علاقات اجتماعية ، مجال المهنة) ما بين تعدد أهدافهم و استراتيجياتهم من خلال الروابط الاجتماعية .

3/ سهل التفاعل و التواصل عبر الفايسبوك الكثير من الطقوس الاجتماعية من خلال اختصار المسافات و العيش مع الآخرين في جميع الأوقات و المناسبات

4/ الاختلاف في القضايا المنشورة عبر الفايسبوك جعلت من الشباب الجزائري عنصر مهم و فعال في المجتمع كما جعلته واعي و مطلع دائم على ما يدور حوله م قضايا و أحداث على المستويين المحلي و الوطني .

5/ إن للمضامين الثقافية و الإسلامية المنشورة عبر الفايسبوك دور في تعزيز الانتماء و الهوية الثقافية لمستخدميه من الشباب ، و يظهر ذلك جليا في (الصور ، النصوص ، مقاطع الفيديو) عن عادات و تقاليد و قيم مجتمعات الإنسانية الأخرى خارج الإطار المحلي لولايته ، و هذا طبعا مع تمسكه بهويته الإسلامية و الامازيغية و العربية .

6/ لم يتخلى غالبية الشباب الجزائري المستخدمين للفايسبوك عن أهم ركيزة للهوية الثقافية و الاجتماعية ألا و هي اللغة العربية ، و كذا لهجتهم المحلية و هذا ما يعكس الهوية الثقافية لأفراد العينة و تمسكهم بها رغم ما تحمله هذه المجتمعات من تقدم و تطور و عصرنه .

7/ تمثل الهوية الافتراضية عند غالبية الشباب انعكاسا لهويتهم الحقيقية ، و هو ما يفسر تصريح ببياناتهم الحقيقية حول السن و الجنس الحالة الاجتماعية و المواصفات و وضع صورهم الحقيقية كما يحاول البعض ربطها بالهوية الحقيقية و ذلك من خلال عدم تقمصهم أو استعمالهم لملاح أخرى غير شخصيتهم في تفاعلهم عبر الشبكة الاجتماعية – الفاييسبوك - .

8/ يرى الغالبية أنهم عن طريق الهوية الافتراضية يكونون أكثر تفاعلا و نشاطا و مشاركة و أحسن تصرفا في المجتمع الافتراضي عنه في المجتمع الحقيقي ، و ذلك لخصائص المجتمع الافتراضي الذي يركز على التواصل الفكري و ليس على المظهر و الانطباعات الأولى مثلما هو موجود في المجتمع الواقعي ، كما انه أكثر تلقائية و صراحة و جرأة لانعدام تعقيدات الاتصال المباشر الاجتماعية كالقيام ببعض الترتيبات أو العادات و المراسيم أو النفسية كالشعور بالخجل أو الارتكاب و غيرها ، إلا أن القدرة على إخفاء الهوية يعتبره الأفراد أمرا سلبيا ينقص من مصداقية الهويات الافتراضية و يشجع على اختراق الحدود الدينية و الأخلاقية .

الدراسة الرابعة :

دراسة عفاف بوشعوب ، مواقع تواصل الاجتماعي و تأثيرها على الهوية اللغوية للمستخدمين الفاييسبوك – أنموذجا – دراسة ميدانية بجامعة أم البواقي (2016) . مذكرة مقدمة لنيل شهادة ماستر " ل م د " تخصص : وسائل الإعلام و المجتمع .

تمحورت إشكالية هذه الدراسة في : ما نوع التأثير الناتج عن استخدام موقع الفايسبوك على الهوية اللغوية لمستخدميه من طلبة جامعة أم البواقي .

و قد طرحت الباحثة الأسئلة التالية:

* ما مدى إقبال طلبة جامعة أم البواقي على استخدام موقع الفايسبوك .

* ما هي الطريقة المفضلة لدى طلبة أم البواقي للكتابة على موقع الفايسبوك .

* هل يؤدي استخدام موقع الفايسبوك إلي تقليل من تداول اللغة الأصلية لمستخدمه من طلبة جامعة أم البواقي .

وقد اعتمدت الباحثة في دراستها على المنهج الوصفي ، و استمارة كأداة أساسية لجمع بيانات .

و كانت نتائج دراسة على نحو التالي :

~ هناك إقبال واسع لدى المبحوثين على استخدام موقع الفايسبوك من خلال ما جاء في شان الإقبال الدائم أو العشوائي أو النادر على استخدام الموقع ، حيث كانت أعلى النسب في الفئتين الأولى والثانية .

~ وكذلك معدل استخدام الموقع حيث إن غالبية المبحوثين يستخدمونه لأكثر من ساعتين في الفترة الممتدة بين المساء و الليل .

~ كما تراوحت اهتماماتهم بالمواضيع المنشورة بين الاجتماعية و الثقافية .

~ اهتمامهم الكبير بخدمتي الصور و الدردشة .

الدراسة الخامسة:

دراسة الهام عسال ، حنان مهدي : دور مواقع التواصل الاجتماعي في ترتيب أولويات الطلبة الجامعيين نحو القضايا الاجتماعية موقع الفايسبوك – أنموذجا – بجامعة تبسة (2017) . مذكرة مقدمة لنيل شهادة ماستر " ل م د " تخصص : وسائل الإعلام و المجتمع .

تمحورت إشكالية الدراسة فيما يلي :

ما دور الفايسبوك في ترتيب أولويات الطلبة الجامعيين نحو القضايا الاجتماعية ؟

و قد طرحنا الباحثين هذه الأسئلة :

* ما مدى استخدام الطلبة الجامعيين لمواقع التواصل الاجتماعي ؟

* هل يوجد اتفاق بين أجندة مواقع التواصل الاجتماعي و أجندة الطلبة الجامعيين نحو القضايا

الاجتماعية ؟

* ما مدى توافق بين تفسير مواقع التواصل الاجتماعي للقضايا الاجتماعية و تفسير الطلبة نحو هذه

القضايا ؟

* ما مدى تأثير الفيسبوك على الطلبة الجامعيين ؟

- فرضيات الدراسة :

° يوجد اتفاق بين أجندة مواقع التواصل الاجتماعي و أجندة الطلبة الجامعيين نحو القضايا الاجتماعية .

° يوجد توافق بين تفسير مواقع التواصل الاجتماعي و تفسير الطلبة نحو هذه القضايا .

و قد اعتمدنا الباحثين في دراستهما على المنهج الوصفي و الاستبيان إحدى وسائل لجمع المعلومات عن مشكلة البحث و يكون الاستبيان على شكل أسئلة مختارة لتجيب عليها العينات المختارة .

و كانت نتائج الدراسة كما يلي و هذا على ضوء الفرضيات :

توصلت الدراسة إلى إن هناك جوانب اتفاق بين موقع الفيسبوك و بين الطلبة الجامعيين المستخدمين لهذا الموقع . و قد ركزت هذه الجوانب في قضايا من القضايا التي برزت خلال فترة الدراسة و هي قضية البطالة حيث احتلت المرتبة الأولى في أولويات كل من الفيسبوك و الطلبة ، هذا و قد احتلت القضايا الأخرى مثل الفقر و التسول و المشكلات الأسرية المرتبة الثانية و الرابعة بالنسبة للطلبة ، في حين كان هناك تقارب كبير بين قضايا الجرائم التي احتلت المرتبة الثالثة في أولويات الطلبة الجامعيين من خلال اقتراحاتهم لها و المرتبة الثانية في أولويات موقع الفيسبوك .

و من هنا نستنتج من خلال الدراسة ثبوت صحة الفرض الرئيسي لنظرية تريب الأولويات و هو الاتفاق بين ترتيب أجندة وسائل الإعلام و ترتيب أجندة الجمهور للاهتمام بالقضايا أي وجود ارتباط ايجابي بين ترتيب الأولويات و الطلبة الجامعيين و ذلك من خلال التوافق الذي أظهرته النتائج الدراسة .

أما بالنسبة للفرض الثاني فقد أجمعت النسبة الأكبر من إجابات المبحوثين على انه أحيانا ما يقارب تفسير موقع الفايسبوك للقضايا الاجتماعية تفسيرهم نحو هذه القضايا و هذا راجع إلي اختلاف وجهات نظر و درجات الإدراك و التفسير المختلفة لهذه القضايا .

ومن هنا يمكن القول بان الفرض الثاني للدراسة قد تحقق نوعا ما انطلاقا من نتائج الدراسة الميدانية .

الفصل الثاني: الهوية الإلكترونية عبر مواقع التواصل الاجتماعي

المبحث الأول: ماهية الهوية

المطلب الأول: مفهوم الهوية

المطلب الثاني: مكونات الهوية

المطلب الثالث: الأهمية المعرفية لدراسة الهوية

المطلب الرابع: الصورة الرمزية للهوية الجماعية

المطلب الخامس: التحديات التي تواجه الهوية و آليات الحفاظ عليها

_ التحديات التي تواجه الهوية

_ آليات الحفاظ على الهوية

المبحث الثاني: ماهية الهوية الإلكترونية

المطلب الأول: مفهوم الهوية الإلكترونية

المطلب الثاني: أنواع الهوية الإلكترونية

المطلب الثالث: العوامل الكامنة وراء تشكل الهوية الإلكترونية

المطلب الرابع: أبعاد الهوية الإلكترونية

المطلب الخامس: سمات الهوية الإلكترونية

المبحث الثالث: ماهية مواقع التواصل الاجتماعي

المطلب الأول: مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي

المطلب الثاني: نشأة مواقع التواصل الاجتماعي

المطلب الثالث: أشكال مواقع التواصل الاجتماعي

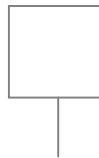
المطلب الرابع : أهم أنواع مواقع التواصل الاجتماعي

المطلب الخامس : ايجابيات و سلبيات مواقع التواصل الاجتماعي



_ ايجابيات مواقع التواصل الاجتماعي

_ سلبيات مواقع تواصل الاجتماعي



المبحث الأول : ماهية الهوية

المطلب الأول : مفهوم الهوية

1/ الهوية لغة :

° الهوية في اللغة من الضمير هو أما مصطلح "الهو" هو المركب من تكرار هو فقد تم وضعه كاسم معرف ب (أل) و معناه الاتحاد بالذات ، و يشير مفهوم الهوية إلي ما يكون به الشيء هو ، أي من حيث تشخصه و تحققه في ذاته و تميزه عن غيره ، فهو وعاء الضمير الجمعي لأي تكتل بشري، و محتوى لهذا الضمير في نفس الآن ، بما يشمل من قيم و عادات و مقومات تكيف و عي الجماعة و إرادتها في الوجود و الحياة داخل نطاق الحفاظ على كيانها.¹

° الهوية هي مركب صناعي من المقطع (الهو) و ضمير المفرد الغائب بأداة التعريف ب " ال " و المقطع اللاحقة المتمثلة في الياء المشددة و علامة التأنيث هو و معناه الاتحاد بالذات .²

° و هي اسم مميز يستخدم لتعريف مستخدم ، أو شخص ، أو الدور ، و الهوية تستخدم لمنح حقوق لذلك

المستخدم أو الشخص أو الدور ، من أمثلة الهوية اسم المستخدم و الهوية (منسوبة إلى هو) .³

¹ احمد زكي بدري : معجم مصطلحات العلوم الاجتماعية مرجع سابق، ص ،206.

² احمد زكي بدري : معجم مصطلحات العلوم الاجتماعية ،مرجع نفسه ، ص ،207.

³ www . almaany . com ، الساعة : 09:46 ، 04 جوان ، 2020 .

2/اصطلاحا :

- ° هي شعور الشخص بأنه نتيجة اتساق مشاعره و استمرارية أهدافه و مقاصده و تسلسل ذكرياته ، و اتصال ماضيه بحاضره و مستقبله .¹
 - ° هي الحقيقة المطلقة المشتملة على الحقائق اشتمال النواة على الشجرة في الغيب ، أي تلك الصفة الثابتة و الذات لا تتبدل و لا تتأثر و لا تسمح لغيرها من الهويات أن تصبح مكانها أو تكون نقيضا لها ، فالهوية تبقى قائمة و على قيد الحياة .²
 - ° الهوية هي الشيء قابل للنقاش و تأتي اثر عمليات التفاعل الإنساني ، هي تستلزم عمل مقارنات بين الناس، كي تؤسس أوجه التشابه و الاختلاف بينهم ، فولئك الذين يعتقدون بوجود التشابه بينهم و بين الاخرين ، يشتركون في هوية تتميز عن هوية الناس الذين يعتقدون أنهم مختلفون و لا يشتركون بذات الهوية .³
 - ° هي إحدى صور الرابطة الاجتماعية بين الأفراد ، مكونين تجمعات لقيم و أفكار ... مشتركة نتيجة العلمية الاتصالية . و هذا ما أبرزه " تشارلز كولي " بان الاتصال يعني ذلك الميكانيزم الذي من خلاله توجد العلاقات الإنسانية ، فتنمو و تتطور الرموز العقلية بواسطة وسائل شر هذه الرموز عبر المكان و استمرارها عبر الزمان .⁴
 - ° و هناك ما يعرفها على أنها ذلك التمشي الذي يقوم به الفرد لبناء مختلف مظاهر شخصيته سواء كانت هذه المظاهر حالية أم ماضية أم مستقبلية ، و في المظاهر التي يحدد بها الفرد ذاته أو يقبل أن يحدد بها .⁵
 - ° تمثل الهوية رابطة روحية ضميرية بين الفرد و أمته ، بمقتضاها يسعى إلى إعلاء شأن هذه الأمة و رفع مكانتها بين الأمم لما تحتم هذه الرابطة على الفرد إن يعيش مدركا لمقومات ذاتية أمته العربية .⁶
- كما تعرف الهوية وفقا لتصورين رئيسيين هما :

¹ عفاف بوشعوبن : مواقع التواصل الاجتماعي و تأثيرها على الهوية اللغوية لدى المستخدمين الجزائريين ، مذكرة لنيل شهادة ماستر "ل م د" ، جامعة العربي تبسي -تبسة- تخصص ، وسائل الإعلام و المجتمع ، 2016، ص، 54.

² عفاف بوشعوبن : مواقع التواصل الاجتماعي و تأثيرها على الهوية اللغوية لدى مستخدمي الجزائريين ، المرجع نفسه ، ص، 54.

³ الخنساء تومي : دور الثقافة الجماهيرية في تشكيل هوية الشباب الجامعي ، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه ،جامعة محمد خيضر ،بسكره ،تخصص علم اجتماع الاتصال ، 2017 ، ص ، 157.

⁴ الخنساء تومي : دور الثقافة الجماهيرية في تشكيل هوية الشباب الجامعي ، المرجع نفسه، ص ، 158.

⁵ الخنساء تومي : دور الثقافة الجماهيرية في تشكيل هوية الشباب الجامعي ، المرجع نفسه، ص ، 158.

⁶ الخنساء تومي : دور الثقافة الجماهيرية في تشكيل هوية الشباب الجامعي ، المرجع نفسه ، ص ، ص ، 158 ، 159.

1/ التصور الستاتيكي أو الماهوي للهوية : و الذي يرى أن الهوية عبارة عن شئ اكتمل و انتهى و تحقق في الماضي ، في فترة زمنية معينة أو نموذجا اجتماعيا معيناً ، و أن الحاضر ما هو إلا محاولة لإدراك هذا المثال و تحقيقه ¹.

2/ التصور التاريخي أو الديناميكي للهوية :

و الذي يرى أن الهوية شئ يتم اكتسابه و تعديله باستمرار و ليست أبداً ماهية ثابتة ، أي أن الهوية قابلة للتحول و التطور ، و ذلك لان التاريخ أي شعب هو التاريخ متجدد و ملئ بالأحداث و التجارب ، عليه فان الهوية الأصلية تتغير باستمرار و تكتسب سمات جديدة ، و هذا يعني أنها شئ ديناميكي و هي سلسلة عمليات تتحول مع الزمن ، و من وجهة النظر هذه فان الهوية أمر مكتسب يجتهد في الحصول عليه ، إذ أنها تضطلع و تتشكل بواسطة الناس أنفسهم ، حيث تنتج و يعاد إنتاجها من خلال التفاعل الاجتماعي ².

المطلب الثاني : مكونات الهوية

إذا كانت الهوية حقيقة الشئ المشتملة على صفاته الجوهرية و التي تميزه عن غيره ، فلا شك أنها تختلف باختلاف مكوناتها و عناصرها . و الذي يصوغ هويته المسلم و يجعله متميزاً عن غيره ، و هي أربعة عناصر متمثلة فيما يلي : "الدين ، اللغة ، التاريخ ، البيئة الاجتماعية والاقتصادية و السياسية و المناخية".

(1) الدين :

لا شك أن سلوك الإنسان في الحياة يبني على تصوره لنفسه أولاً (ما أصله ما مصيره) ، و تصوره للإله الذي يعبده ، ثم تصوره للكون و الحياة ، و الين هو أول المكونات التي تشكل هذا التصور. فالإنسان الذي يعتقد بان هناك يوم يجازي فيه الناس على أعمالهم خيراً كانت أم شراً ، سيكون همه كيف سيرضى هذا الإله ، و كيف يتجنب السوء و الظلام و الآثام خشية الجزاء الآخرة ، و بالتالي يكون صالحاً في نفسه ، مصلحاً لغيره ، قائماً بالحق و العدل في الأرض ممثلاً للخير و البر ، ناهياً للشر و الفجور ³.

¹ الخنساء تومي : دور الثقافة الجماهيرية في تشكيل هوية الشباب الجامعي ، المرجع السابق ، ص ، 159.

² الخنساء تومي : دور الثقافة الجماهيرية في تشكيل هوية الشباب الجامعي ، المرجع نفسه ، ص ، 159.

³ عفاف بوشعوب: مواقع التواصل الاجتماعي و تأثيرها على الهوية اللغوية لدى مستخدمي الجزائريين ، مرجع سابق ، ص، 55.

2/ اللغة :

تعد اللغة إحدى الركائز الأساسية للهوية ، و هي الوسيلة الأساسية في العلاقات الإنسانية من حيث التوصيل أو النقل و التعبير عن الأفكار و المعاني و الرغبات ، و اللغة العربية هي وعاء الثقافة لكل الشعوب الناطقة بها من خلالها يتم تلقي المعرفة و تدوينها و نقلها إلي الأجيال ، و بها يمارسون عباداتهم و شعائرهم و بها يكتب و إن آدابهم و قصصهم و إشعارهم غير ذلك ، و القرآن الكريم منح اللغة العربية سلطة مكتوبة و صفة مقدسة قائمة على الهام آت من السماء ... بينما يقال أنها ثابتة موحى بها ، انزلها الله على عبده لكي يتفاهموا و يتعارفوا ، و اتخذت صفة القداسة سلطة أقوى بفضل تحول اللغة إلي لغة الطقوس الدينية ، و تعتبر هذه اللغة التي وسعت كتاب الله لفظا و غاية ، و حملت نصه المعجز محفوظة بحفظ القرآن الكريم، و باقية ببقائه¹.

و دليل ذلك في قوله تعالى { إنا نحن نزلنا الذكر و إنا له لحافظون } الحجر الآية 09

3/ التاريخ :

نقصد بالتاريخ ذلك السجل الحضاري للأمة العربية المسلمة ، و يشمل انجازاتها المعنوية و المادية ، و هذا رصيد ثري للفرد ، و مكون هام من مكونات الهوية ، لان الإنسان لا ينفك يقتني اثر آبائه و مآثرهم ، حتى ليكون ذلك جزءا من شخصيته².

4/ البيئة الاجتماعية و الاقتصادية و السياسية :

لا شك أن البيئة التي يعيش فيها الفرد تؤثر على بنائه الفكري و العقلي بالقدر الذي فيه التاريخ³.

المطلب الثالث : الأهمية المعرفية لدراسة الهوية

تتبع الأهمية المعرفية المعرفية لدراسة الهوية من محاولة إرساء إطار مفاهيمي و نظري يسمح للباحث بالتعامل مع ظواهر الهويات الجماعية بهدف فهم المجتمع و تفسيره بأكثر مصداقية لطبيعتها و حركتها ، لذلك فان الطرح المحدد للهوية الجماعية يتجاوز المستوى النظري إلى المستوى العلمي ، فسقوط

¹ عفاف بوشعوب : مواقع التواصل الاجتماعي و تأثيرها على الهوية اللغوية لدى مستخدمي الجزائريين ، المرجع السابق، ص، 55.

² عفاف بوشعوب : مواقع التواصل الاجتماعي و تأثيرها على الهوية اللغوية لدى مستخدمي الجزائريين ، المرجع نفسه، ص، 55-56.

³ عفاف بوشعوب : مواقع التواصل الاجتماعي و تأثيرها على الهوية اللغوية لدى مستخدمي الجزائريين ، المرجع نفسه، ص ، 56.

الاتحاد السوفياتي مثلا ساهم في بروز هويات جماعية تستند إلى عوامل لغوية و ثقافية و دينية و عرقية و جغرافية ، كما إن الآراء و جهات النظر تتعدد و تتباين في مسائل بحياة الجماعة و خصوص نفي قضية انتماء الفرد إلى الجماعة ، إلا أنها تتفق حول حقيقة واحدة وهي حقيقة بديهية بسبب تشكل العالم في العصر الحديث على أسس قوية مفروغ منها على الوعي الإنساني حاليا و قد أثبتت التطورات التاريخية ولاسيما بعد الحرب العالمية الثانية ، إن الانتماء القومي و اثني و الديني من أقوى الانتماءات و أكثرها صمودا . لذلك أثبتت فكرة انصهار الجماعات في بوتقة واحدة فشلها في جميع الأنظمة السياسية و الاجتماعية المعاصرة إن الانتماء إلى الجماعة محددة يعني ضمنا وجود جماعات أخرى ، أي انه لا يمكن إن توجد هوية جماعية معينة إلا بوجود هويات أخرى و هذه الحقيقة تؤكد أهمية الحدود بين الجماعات و خصوصا التي تتشكل على الأسس نفسها (قومي ، اثني ، ديني) فالفرد يعرف نفسه بطريقة تصفه داخل حدود جماعة معينة ، لذلك فإن دراسة الهوية "القومية ، الثانية ... الخ " هي في جوهرها دراسة حدود الجماعة و تشكلها اجتماعيا و ثقافيا ، لهذا السبب فإن الدراسات التي تجرى على الهوية الوطنية يجب إن تنطلق في الحالات التي تكون فيها الهوية واضحة و مرئية أو في الحالات التي تكون فيها الهوية غامضة و غير واضحة أو مختلفة ، و في هذه الحالات يمكن بسهولة ملاحظة الإجراءات المعقدة التي من خلالها تتحد الهوية الوطنية ¹.

المطلب الرابع : الصورة الرمزية للهوية الجماعية

يعتمد الوعي بالانتماء الاجتماعي على مشاركة الإنسان ، الفرد في معرفة مشتركة تمثل ذاكرة المجموعة ككل تلك المعرفة و الذاكرة يتم نقلهما و تبادلها بين أفراد المجموعة عن طريق التحدث بلغة مشتركة ، أو بتعبير اشمل عن طريق استخدام نظام إشارات مشترك ، كالكلمات و الجمل و النصوص و أيضا الشعائر و الرقصات و النقوش و الزخارف و الأزياء الشعبية ، و الرسوم ، الأكل ، الشرب ، التماثيل، الصور ، المناظر الطبيعية و علامات الطرق و الحدود . كل هذه الأشياء يمكن أن تتحول إلى إشارة تكون كودا أو شفرة لوحدة اشتراك المجموعة فليست الوسيلة التعبيرية في حد ذاتها هي الفاصل بل الأساس هذا هو وظيفة لرمز الحضارة ، و تركيب الإشارة نفسها المهم هنا هو المعنى الحضاري الذي يؤديه هذا الرمز ، و كيفية تركيب الإشارة من الجهة الحضارية . لذا نريد أن نسمي هذا المركب أو هذه الكتلة المتمثلة في كم الوحدة أو مشاركة هذه بين الأفراد المجموعة والمنقولة بشكل رمزي ب "الحضارة" ،

¹ عفاف بوشعوب : مواقع التواصل الاجتماعي و تأثيرها على الهوية اللغوية لدى مستخدمي الجزائريين ، المرجع السابق، ص،ص، 56-57.

أو بتعبير أدق نريد أن نسميه بـ " التكوين الحضاري " فالتكوين الحضاري هو إذن الوسيلة أو الأداة التي من خلالها يتم بناء " الهوية الجماعية " ، ويمكن الاحتفاظ بها على مر الأجيال .¹

المطلب الخامس : التحديات التي تواجه الهوية و آلية الحفاظ عليها

1/ التحديات التي تواجه الهوية :

تتعدد مصادر التي تواجه الهوية بقدر ما تضعف المناعة لدى الفرد و المجتمع و لكن الأساسي الذي يأتي منه التحدي الأكبر لهوية الأمم و الشعوب كافة ، يمكن في السياسة الاستعمارية الجديدة التي تسود العالم اليوم . والتي ترمى إلي تنميط البشر و القيم و المفاهيم وفق معاييرها الجديدة ، و تسعى إلي صياغة هوية شمولية تفرسها في الواقع الإنساني ، في إطار مزيف من التوافق الأسري و الإجماع المفروض بالقوة .²

و الخطورة في هذا الأمر إن قوة الإبهار التي تطرح بهذه الهوية الشمولية ذات المقترح الغربي و الأمريكي تحديدا ، تعمى الأبصار عن رؤية الحقائق على الأرض كما هي مما يؤدي إلى توهم أن هذه الهوية المغشوشة ، هي الهوية العصرية ، الهوية الكونية ، هوية التحديث و المدنية ، الهوية التي تنبغي أن تسود و تقود ، و لا هوية الجمود و الصمود . أما كونها هوية عصرية فهذا صحيح من بعض الوجوه، لأنها مفروضة على هذا العصر بقوة الهيمنة و السيطرة و الغلبة ، و أما كونها هوية كونية ، فهذا أبعد ما يكون عن حقائق الأشياء لان في العالم هويات متعددة بقدر ما فيه من ثقافات و حضارات ، أما أنها هوية التحدث و المدنية فينبغي أن نفهم جيدا إن للحدث دلالات و مفاهيم و مستويات ، فمنها حدثا مادية ، وضية مقطوعة الصلة بالدين و منها حدثا أخلاقية ، إنسانية للإنسان بعناصره المتكاملة و للحضارة في أبعادها المادية و الروحية .³

كذلك شأن المدينة فهي على درجات متفاوتة فليس كل مدينة تحمد ، وهي على كل حال حمالة أوجه ففي الحرب العالمية الأولى و الثانية ، سقط ضحية المدينة في أوروبا و اليابان عشرات الملايين من البشر ، و في هذه المرحلة من التاريخ تندلع الحروب و تحتل الدول و تقهر الشعوب ، و تركيب الجرائم ضد الإنسانية باسم المدينة أيضا .

¹ أسماء مرزوق : هوية الشباب الجزائري عبر الفايبيوك ، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام و الاتصال ، تخصص ، اتصال و علاقات عامة ، جامعة العربي بن مهيدي ، أم البواقي ، 2015 ، ص ، 62 .

² عفاف بوشعوب : مواقع التواصل الاجتماعي و تأثيرها على الهوية اللغوية لدى مستخدمي الجزائريين ، مرجع سابق ، ص ، 58 .

³ عفاف بوشعوب : مواقع التواصل الاجتماعي و تأثيرها على الهوية اللغوية لدى مستخدمي الجزائريين ، المرجع نفسه ، ص ، 58 .

لذلك فان إضفاء صفة المدينة على هذه الهوية الغازية المركبة من عناصر متناقضة و المنطوية على روح العدوان على السيادة الثقافية للأمم و استغلالها و الاستهتار بها ، للرأي العام العالمي ، و تزوير لإرادة الشعوب و تزييف للحقائق و الاستهتار بالقيم الإنسانية ، و انتهاك للقوانين الدولية ، و دفع بالعالم نحو مزيد من الكوارث والحروب و الصراعات إن الزم العالم بأسره بانتهاج نظام سياسي و اقتصادي و اجتماعي و ثقافي واحد.¹

2/ آليات الحفاظ على الهوية

يجمع المؤلفون في هذا العدد على أن أهم ما نسعى إليه هو تنمية الولاء للذات الثقافية الاجتماعية و دعمه و الحفاظ عليه ، و هذه ليست قضية حاسمة أو عاطفية .

هذا الولاء يتطلب أولاً أن تنتهياً شروط موضوعية خارجية يستطيع أن يعيش في ظلها أن يشيع العدل و أن تتقدس الحرية . معنى ذلك إن مناقشة الهوية الثقافية لا يمكن أن تتم بمعزل عن الظروف الاجتماعية و الاقتصادية ، و البناء الطبقي الاجتماعي ، و أداء المؤسسات لدورها أداء صحيحاً ملائماً لمصالح الفئات و القوى الاجتماعية .²

و إذا وضعنا القضية في إطارها الصحيح لرأينا أن مهمة الحفاظ على الهوية هي أجهزة التنشئة الاجتماعية و الثقافية في كل مجتمع ، و لا يمكن لعاقل أن يعتقد أو يطلب الدول الأجنبية أو تحديد الدول المهيمنة بإعداد برامج و مواد ثقافية و إعلامية و إيديولوجية تتبنى قيمنا و ترعى تراثنا لكي تحافظ على هويتنا ، أنها تنتج ما تنتج من وجهة نظر ثقافتها ، و وفقاً لاعتبارات السوق و أحكامه .³

و تأتي إلينا المواد الثقافية مطبوعة بطابع الهوية الخاصة لتلك القوى المهيمنة ، لذا فلن يمكن ا نصمد أمام اتجاه كل هذا دون أن تنتج على العالم الخارجي و نقوي أنفسنا لكي نصمد أمام العولمة ، و يتمثل هذا الموقف نفسه مع هدم حدود الاقتصادية بأنواعها أمام تدفق السلع ، فلن نستطيع أن نستمر في إجراءات

¹ عفاف بوشعوب : مواقع التواصل الاجتماعي و تأثيرها على الهوية اللغوية لدى مستخدمي الجزائريين ، المرجع السابق، ص،ص،58-59.

² عفاف بوشعوب : مواقع التواصل الاجتماعي و تأثيرها على الهوية اللغوية لدى مستخدمي الجزائريين ، المرجع نفسه ، ص،ص،59.

³ عفاف بوشعوب : مواقع التواصل الاجتماعي و تأثيرها على الهوية اللغوية لدى مستخدمي الجزائريين ، المرجع نفسه، ص،ص،59.

الحماية دون تقوية القاعدة الإنتاجية الداخلية و دعم قدرتها على التنافس مع القوى الاقتصادية ،
هذه أصول اللعبة الجديدة و علينا الصمود و مواصلة البقاء في ظلها .¹

المبحث الثاني : ماهية الهوية الالكترونية

المطلب الأول : مفهوم الهوية الالكترونية

~ تعريف الهوية الالكترونية :

° تعريف 01 :

الهوية الالكترونية هي مجموع الصفات و الدلالات و الرموز التي يوظفها الإنسان للتعرف بنفسه
الفضاء الافتراضي ، فيتفاعل و يتواصل على أساسها مع الآخرين بحيث قد لا يتوافق مضمونها مع هويته
الحقيقية في الواقع الاجتماعي ، تشرف الذات الافتراضية بصفة إرادية على تنشئة نفسها من خلال التنقل
عبر الفضاءات الرقمية التي تكون مجالاً للعرض و تبادل قيم و معاني و دلالات متنوعة نتاج انساق ثقافية
متباينة .²

° تعريف 02 :

و هي الهوية التي تكون للفرد في العالم الافتراضي و التي يستتر خلفها تبعا لعدد عوامل و مسببات
تختلف باختلاف شخصية كل مستخدم .³

° تعريف 03 :

و هي الهوية التي تنتج أو تتشكل في مواقع التواصل الاجتماعي من طرف مستخدمين و التي
يفترض أن تكون بمثابة إعادة لعرض الهوية الحقيقية في الملفات الشخصية ، أو إنتاجا لهوية غير حقيقية

¹ عفاف بوشعوب : مواقع التواصل الاجتماعي و تأثيرها على الهوية اللغوية لدى مستخدمين الجزائريين ، المرجع السابق ،
ص،ص، 59-60.

² فاطمة خثير: الهوية الرقمية وأثرها على العلاقات الاجتماعية ، الشبكات الاجتماعية -أنموذج- مذكرة لنيل شهادة الماستر في علوم
الإعلام و الاتصال، تخصص، اتصال و علاقات عامة، جامعة الدكتور مولاي الطاهر، سعيدة، د،س،ص،39.بتصرف.

³ اسمهان كسيرة: الشباب الجزائري و الهوية الافتراضية، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه، "ل م د"، في علوم الإعلام و
الاتصال ، تخصص ، تكنولوجيا الإعلام و المجتمع ، جامعة عبد الحميد بن باديس، مستغانم، 2018، ص،123.بتصرف.

تتنافى و تلك التي يكتسبها المستخدم و التي يطلق عليها الظاهرية أو الافتراضية ، هذا و تتسم الهويات الناشئة في المجتمعات الشبكية بالحركية و ديناميكية ، يكونها الفرد في مجتمع الانترنت .¹

° **تعريف 04 :** عرف أيضا على أنها مجموعة الصفات و الرموز و البيانات التي يستخدمها الأفراد في تقديم أنفسهم للآخرين في المجتمعات الافتراضية و يتفاعلون من خلالها .²

المطلب الثاني : أنواع الهوية الالكترونية

تنقسم الهوية الالكترونية إلى ثلاث أنواع رمزية تعكس تمظهراتها في المجتمع الشبكي ، تبرز ملامحها و التغيرات الحاصلة له و تتمثل فيما يلي :

-الهوية التصريحية **Identité déclarative** :

تبرز من خلال المعلومات التي تجري إدخالها من قبل صاحب الحساب مثل : الاسم ، تاريخ الميلاد ، الصورة ... الخ ، أي إن هذا النمط يعبر عن ما يصرح به المستخدم من بيانات أولية حول ذاته .³

-الهوية النشطة **Identité agissante** :

تبرز من خلال التقارير الدولية للصفحة عن نشاطات المستخدم مثل : إضافة صديق أو الانضمام إلى مجموعات معينة ، و هذا النمط يكشف عن مختلف الأفعال التي يقوم بها المستخدم عبر الفايسبوك و التي تعطي دورها انطبعا حول هويته الاجتماعية تحديدا و حول تفضيلاته و مواقفه أيضا .⁴

-الهوية المحسوبة **identité calculé** :

تبرز من خلال متغيرات عديدة يعدها النظام و تعرض على الصفحة ، توضح عدد الأصدقاء ، عدد المجموعات و التواريخ المهمة .⁵

¹ اسمهان كسيرة :الشباب الجزائري و الهوية الافتراضية ، المرجع السابق ، ص ،125.بتصرف.

² لامية يحيوي ، مريم شرقي : الهوية الافتراضية عند مستخدمي الفايسبوك ، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام و الاتصال ، تخصص : اتصال و علاقات عامة ، جامعة محمد بوضياف ، المسيلة ، 2018 ، ص ، 15 .

³ اسمهان كسيرة : الشباب الجزائري و الهوية الافتراضية ، مرجع سابق، ص ، 124.

⁴ اسمهان كسيرة : الشباب الجزائري و الهوية الافتراضية ، المرجع نفسه ، ص ، 124.

⁵ اسمهان كسيرة : الشباب الجزائري و الهوية الافتراضية ، المرجع نفسه، ص ، 124.

المطلب الثالث : العوامل الكامنة وراء تشكل الهوية الالكترونية

إن استعراض الهوية الالكترونية يتأثر بعدة عوامل ، نلخص أهمها فيما يلي :¹

- ✓ درجة اندماج المستخدم في المجتمعات الافتراضية ذات الاهتمام المشترك ، و مشاركته فيها .
- ✓ وتيرة استخدامه و معدل تردده اليومي عليها ، على اعتبار انه كلما زاد حضور المستخدم ، زادت حاجته إلى عرض الذات ، و تبادل المعلومات مع المجموعات ذات اهتمام المشترك .
- ✓ ارتباط هويته الالكترونية المتداولة على المجتمع الشبكي بهويته الحقيقية في الواقع .
- ✓ طبيعة استجابته على الصفحة ، سواء كفاعل أو متفاعل أو منفعل أو مجرد ناقل لمعلومة أو مترقب لها ، ذلك إن طبيعة تفاعله في الصفحة و مواقفه ، تحدد وجوده في المجموعات الافتراضية .

المطلب الرابع : أبعاد الهوية الالكترونية

- ❖ يتمثل البعد الأول في طبيعة هذه الاعتبارات إلى تدفع الشباب للتعامل مع موقع الفايسبوك و بالتالي تشكيل الهوية الكترونية ، في هذا الإطار تذهب إحدى الدراسات على أنها أهم الدوافع و هي الدوافع الطقوسية ، و التي يسعى من خلالها الشباب لتمضية وقت الفراغ و التسلية و التنفيس عن الذات ، و في هذا السياق فإننا نجد أن التفاعل الحادث على موقع الفايسبوك يشكل الجانب العاطفي أو الدفئ في حياة الشباب لكونه يشكل الساحة التي يهرب إليها من مصاعب الحياة اليومية ، و التي تؤدي أي تزايد ارتباط الشباب بالمجتمع الافتراضي عموما ، و بموقع الفايسبوك بصفة خاصة .²
- ❖ يتحدد البعد الثاني في أن جميع التفاعلات ، تدور حول عدة مشكلات أو قضايا تتصل إما بالاحتياجات الشبابية التي تميل إلى التواصل مع الآخرين ، الذين تشكلوا من خلال المجتمع الافتراضي الذي حل محل أسرة ، و التي تعاني أيضا من مشكلات عدم التواصل بين

¹ اسمهان كسيرة :الشباب الجزائري و الهوية الافتراضية ، المرجع السابق، ص،ص ، 143-144.

² اسمهان كسيرة :الشباب الجزائري و الهوية الافتراضية ، المرجع نفسه ، ص ، 142.

أعضائها ، كما يتأرجح شباب الفايسبوك في تفاعلهم بين سلوكيين متناقضين ، الأول أنهم يسعون أحيانا إلى إخفاء بعض ملامح هوياتهم ، حتى لا يعرفوا وحتى يمكنهم التفاعل بقدر من الحرية مع نظراتهم على ساحة الفايسبوك ، كي لا يصبحوا منكشفين و في ذات الوقت فهم يتفاعلون مع نظراتهم و لديهم رغبة عارمة في الحصول على الاعتراف الجماعي بهم قبل هؤلاء الآخرين ، و في اعتقادنا أن ذلك يعبر عن حالة مرحلية في التعامل مع الفايسبوك ، إما زمنيا أو معنويا حيث يمر الشباب بمرحلة يكون فيها تأثيرا بقيم المجتمع الواقعي ، و في مرحلة ثانية يتجه إلى ممارسة قيم سلبية كانتحال أسماء و صفات لا يعبر عن ذاته¹.

المطلب الخامس : سمات الهوية الالكترونية

يعد الفايسبوك احد المواقع الالكترونية المعروفة التي استطاعت أن تحتل مكانة مرموقة ، بين شبكات مواقع التواصل الاجتماعي المتداولة في الفضاء الالكتروني خاصة بالنسبة للشباب بصفة عامة ، و للمرأة بصفة خاصة ، حيث يفتح فضاء واسعا للتواصل الاجتماعي و الثقافي بين الهويات ، و لكن ما يميز هذا الفضاء انه يطبع الهوية الالكترونية لمنتسبيه بسمات نوعية تميزها عن غيرها تتمثل فيما يلي:²

- يستطيع المشترك إخفاء هويته الحقيقية و التحكم في معلوماته الشخصية مع ضبط هوية متصفحها من الأصدقاء .
- إمكانية التواصل ، الحوار ، التعليق و المشاركة في أي وقت و في أي مكان .
- ربح الوقت بدل تضييعه في البحث عن علاقات ذات خواص محدد سلفا .
- إمكانية نقل المعلومات نسخها و استرجاعها بين الصفحات المختلفة و التعليق عليها .
- وجود جمهور غير مرئي مجهول الهوية بإمكانه الاطلاع على المحادثات و الصور المتداولة .
- إمكانية التحيز في الرأي ، المواقف و الاتجاهات المطروحة .
- التحرر من سلطة الرقابة الاجتماعية من حيث المضامين المتداولة .
- القدرة على العزل و التصنيف لانتقاء الأصدقاء وفق الاهتمامات و الخصائص المعدة سلفا لعزل المجموعات غير المرغوب فيها

¹ اسمهان كسيرة :الشباب الجزائري و الهوية الافتراضية ، المرجع السابق، ص ، 143.

² كلثوم ببيمون: تصور و ممارسة الهوية الثقافية لدى شباب الجزائري بين الفضاء الالكتروني و الممارسة الواقعية ، جامعة الحاج لخضر ، باتنة ، د س ، ص ، ص ، 11-10.

المبحث الثالث : ماهية المواقع التواصل الاجتماعي

المطلب الأول : مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي

تعريف مواقع التواصل الاجتماعي :

هو عبارة عن مواقع على شبكة الانترنت توفر لمستخدميها فرصة للحوار و تبادل المعلومات و الآراء و الأفكار و المشكلات من خلال الملفات الشخصية و البومات ، الصور و عزف الدردشة و غير ذلك ، و من الأمثلة على هذه الشبكات مواقع و الشبكة الاجتماعية الرقمية هي هويات اجتماعية ينشؤها أفراد أو منظمات لديهم روابط نتيجة التفاعل الاجتماعي ، و يمثلها هيكل أو شكل ديناميكي لجماعة اجتماعية، و هي تنشأ من اجل توسيع و تفعيل العلاقات المهنية أو علاقات الصداقة ، و من ابرز شبكات التواصل الاجتماعي التي يستخدمها طلبة الجامعات الجزائرية هي الفيسبوك و التويتر و اليوتيوب .¹

- وتعرف أيضا على أنها مواقع الكترونية تتيح للأفراد خلق صفة خاصة بهم يقدمون فيها لمحة عن شخصيتهم أمام جمهور عريض أو محدد وفقا لنظام معين ، يوضح قائمة لمجموعة من المستخدمين الذين يتشاركون معهم في الاتصال ، مع إمكانية الاطلاع على صفحاتهم الخاصة أيضا و المعلومات المتاحة ، علما أن طبيعة و تسمية هذه الروابط تختلف و تتنوع من رابط و موقع إلى آخر .²
- المواقع الالكترونية التي توفر خدمات لمستخدميها من خلال تطبيقات عبر الانترنت ، و تتيح لهم إنشاء صفحة شخصية معروضة للعامة ضمن موقع أو نظام معين ، و توفر وسيلة اتصال مع معرف منشئ الصفحة أو مع غيره من مستخدمي النظام و توفر خدمات لتبادل المعلومات ، بين مستخدمي ذلك الموقع أو النظام عبر الانترنت .³

¹ محمد رمزي يوسف ، خالد قرفي : دور الإعلان التجاري عبر مواقع التواصل الاجتماعي في الترويج للمنتج ، مرجع سابق ، ص ، 45.

² محمد رمزي يوسف ، خالد قرفي : دور الإعلان التجاري عبر مواقع التواصل الاجتماعي في الترويج للمنتج ، مرجع نفسه ، ص ، 46.

³ صالح بركاني : الاتصال العلمي بين المكتبيين من خلال مواقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك – أنموذجا - ، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر " ل م د " ، علم المكتبات و التوثيق ، تخصص : تنظيم و تسيير المكتبات و مراكز التوثيق ، جامعة العربي تيسي ، تبسة، 2017 ، ص ، 30 .

- عرفها فايز الشهري : أنها منظومة من الشبكات الالكترونية عبر الانترنت تتيح للمستخدم فيه إنشاء موقع خاص به ، ثم ربطه من خلال نظام اجتماعي الكتروني مع أعضاء آخرين لديهم نفس الاهتمامات و الهوايات .¹

المطلب الثاني : نشأة و تطور مواقع التواصل الاجتماعي

كان أول مواقع التواصل الاجتماعي التي ظهرت في لولايات المتحدة على شبكة الانترنت ، في شكل تجمعات هو موقع Theglob.com عام 1994 تلاه موقع Geocities في العام نفسه و تلاهما موقع Tripod بعام بعد ذلك ، حيث ركزت هذه التجمعات على ربط لقاءات بين الأفراد للسماح لهم بالتفاعل من خلال غرف الدردشة ، و تشارك المعلومات و الأفكار الشخصية حول مواضيع مختلفة باستخدام وسائل شخصية للنشر عبر صفحات ، و هو الذي قامت عليه المدونات في حين قامت بعض التجمعات بربط الأفراد من خلال عاوين بريدهم الالكتروني و أهمها موقع Classmate . com عام 1995 ، و بعد أول موقع على الانترنت يستحق أن يطلق عليه اسم شبكة اجتماعية الذي صممه "راندي كونرادز" ، و كان الهدف منه مساعدة الأصدقاء الذين جمعتهم المدارس و الجامعات في فترة معينة من تاريخ حياتهم ، قبل أن تفرق بينهم ظروف الدهر ، في التواصل فيما بينهم من جديد .²

و قد بدأت ظاهرة المواقع الاجتماعية تنتشر مع موقع الدرجات الست Six degress .com عام 1997 لإتاحة الفرصة بوضع ملفات شخصية للمستخدمين على الموقع و كذلك إمكانية التعليق على الأخبار الموجودة على المواقع و تبادل الرسائل مع باقي المشتركين . و هذه الشبكات اتبعت أسلوبا مغايرا ببساطة عن طريق الارتباط مع البعض عبر عناوين البريد الالكتروني . و في نهاية العقد التاسع أصبحت الملفات الشخصية هي الخاصية المحورية لمواقع الشبكات الاجتماعية ، حيث أتاحت للمستخدمين تكون قوائم من الأصدقاء و البحث عن مستخدمين آخرين لهم نفس الاهتمامات ، و بهذا تضمنت مواقع تلك الشبكات الملفات الشخصية للمستخدمين و خدمة إرسال الرسائل الخاصة لمجموعة من الأصدقاء .³

و تم ابتكار طرق جديدة للتواصل الاجتماعي في نهاية العقد التاسع ، حيث بدأت كثير من المواقع في توفير إمكانية متقدمة للمستخدمين لتوسعة نطاق الأصدقاء و القدرة على التحكم في تلك الدائرة م الصداقات ، و بهذا بدأ الرعيل الجديد من الشبكات الاجتماعية في الازدهار بظهور مايك أوت كلوب

¹ علي خليل شقرة : الإعلام الجديد ، شبكات التواصل الاجتماعي ، دار أسامة للنشر و التوزيع ، عمان ، 2014 ، ص ، 59 .
² ربحانة بلوطي :دوافع استخدام الهوية الافتراضية في شبكات الاجتماعية وأثرها على الفرد ، مذكرة مقدمة لنيل الماجستير في علوم الإعلام و الاتصال ، تخصص وسائل الإعلام و المجتمع ، جامعة الحاج لخضر ، باتنة ، 2015، ص ، ص ، 49.

³ ربحانة بلوطي :دوافع استخدام الهوية الافتراضية في شبكات الاجتماعية وأثرها على الفرد ، المرجع نفسه ، ص ، 49 .

Make out club في عام 2000 ثم "فرنديستر" Friendster عام 2002 و سرعان ما أصبح جزءا من فعاليات الانترنت المتعارف عليها.¹

و منذ عام 2003 ظهرت العديد من المواقع و شبكات التواصل الاجتماعي ، و نمت في هذا العام و بشكل مطرد ظاهرة المحتوى المقدم من قبل المستخدمين و بدأت المواقع تركز على ما تقدمه المشاركون من المشاركون مثل الصور " Flickr " و الموسيقى "Last.com" و مقاطع الفيديو " Youtube " و في نفس العام قام موقع My space باجتذاب عدد كبير من مستخدمي موقع Friendster بعد أن أشيعت إشاعة في تلك الفترة انه يعتزم اخذ ثمن من المستخدمين لقاء التمتع بخدماته المختلفة ، فقام المستخدمون بالعمل على حث بعضهم البعض للتحويل إلى شبكات اجتماعية بديلة و منها My space الذي تميز بتقديم خدمات تحت الطلب ، فسمح لمستخدمه بإضافة السمات الشخصية على صفحاتهم الخاصة ، و قد كان الفتيان حديثي السن من أكثر المقبلين عليه مما أدى إلى خلق مشكلة كبيرة تتعلق باستغلال القاصرين جنسيا من خلال هذا الموقع .²

و عند الحديث عن نشأة و تطور مواقع التواصل الاجتماعي تجدر بنا الإشارة إلي مرحلتين أساسيتين الأولى مرحلة الجيل الأول للويب و المرحلة الثانية هي الجيل الثاني للويب و أكثر مواقع التواصل الاجتماعي المعروفة حاليا ظهرت اغلبها خلال الجيل الثاني فبالنسبة إلى :

الجيل الأول : يشير إلى Web 1,0 إلى شبكة المعلومات الموجة الأولى التي وفرها عدد قليل من الناس لعدد كبير جدا من المستخدمين تتكون أساسا من صفحات ويب ثابتة و تتيح مجال صغير للتفاعل . و يمكن وصف الجيل الأول للويب بالمرحلة التأسيسية لموقع التواصل الاجتماعي ، حيث ظهرت في السبعينات من القرن العشرين بعض المواقع الالكترونية الاجتماعية من النوع البدائي و كانت قوائم البريد الالكتروني Bulletin Board Systems من أوائل التقنيات التي سهلت التواصل و التفاعل الاجتماعي ، و أتاح هذا التفاعل للمستخدمين تطوير علاقات ثابتة و طويلة الأمد مع الآخرين و غالبا ما يكونوا بأسماء مستعارة ، و في منتصف التسعينات من القرن العشرين بدأت مواقع التواصل الاجتماعي بشكلها الحديث بالظهور مدفوعة بالطبيعة الاجتماعية للبشر و حاجاتهم للتواصل و تكوين العلاقات الاجتماعية بمختلف أنماطها .³

¹ ربحانة بلوطي :دوافع استخدام الهوية الافتراضية في شبكات الاجتماعية وأثرها على الفرد ، المرجع السابق، ص ، 49 .

² ربحانة بلوطي :دوافع استخدام الهوية الافتراضية في شبكات الاجتماعية وأثرها على الفرد ، المرجع نفسه، ص ، 49-50 .
³ آسيا فارس : الصفحات النسائية عبر مواقع التواصل الاجتماعي " الفايبيوك " ، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر " ل م د " ، في علوم الإعلام و الاتصال ، تخصص : وسائل الإعلام و المجتمع ، جامعة العربي التبسي ، تبسة ، 2017 ، ص ، 36 .

الجيل الثاني : و يمتاز بظهور الويب 2,0 الذي يشير إلى مجموعة من التطبيقات على الويب (مدونات ، مواقع المشاركة ، الوسائط المتعددة ...) تركز بالأساس على التفاعل و الاندماج و التعاون ، و يمكن أن نؤرخ لهذه المرحلة بانطلاق موقع Friendster في كاليفورنيا سنة 2002 من قبل Jonat han Abrams ثم موقع ماي سبايس 2003 ، الذي مكن مستخدميه من وضع معلوماتهم الشخصية و قائمة أصدقاء و كذا تصفحها¹.

المطلب الثالث : أشكال مواقع التواصل الاجتماعي

إن شبكات التواصل الاجتماعي ما زلت في تغير و تطوير مستمر ، و هذا التطوير مس جميع النواحي الشكل ، و يمكن حصر الأشكال الأساسية لهذه الشبكات فيما يلي :

1/ شبكات اجتماعية كبيرة :

مثل Face book و My space و التي تسمح للأشخاص ببناء صفحة الانترنت خاصة بهم و من ثم التواصل مع الأصدقاء لتشارك المحتويات و التعليقات².

2/ المدونات Blogs :

و هي أفضل الأشكال المعروفة في شبكات التواصل الاجتماعي ، وهي عبارة عن مجلات عبر الانترنت مع مدخلات تظهر حسب حداثتها³.

3/ الموسوعات Wikis :

وهي مواقع تسمح لأشخاص بإضافة محتوى أو تحرير معلومة عليها ، و أفضلها (ويكيبيديا 4) الموسوعة الالكترونية الحرة التي تحتوي على أكثر من 2 مليون مقالة باللغة الانجليزية⁴.

¹ آسيا فارس : الصفحات النسائية عبر مواقع التواصل الاجتماعي " الفيسبوك " ، المرجع السابق،ص، ص ، 36- 37 .
² صلاح الدين مباركية ، صلاح الدين زايدي:استخدام الطلبة الجامعيين لمواقع التواصل الاجتماعي في التحصيل الدراسي و الاشباع المحققة ، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر " ل م د" ، جامعة العربي تبسي-تبسة- ، كلية العلوم الإنسانية و الاجتماعية، تخصص وسائل الإعلام و المجتمع ، 2017، ص،32.

³ صلاح الدين مباركية ، صلاح الدين زايدي:استخدام الطلبة الجامعيين لمواقع التواصل الاجتماعي في التحصيل الدراسي و الاشباع المحققة ، المرجع نفسه ، ص ، 32 .

⁴ صلاح الدين مباركية ، صلاح الدين زايدي:استخدام الطلبة الجامعيين لمواقع التواصل الاجتماعي في التحصيل الدراسي و الاشباع المحققة ، المرجع نفسه،ص،32.

4/ البود كاست (المدونة الصوتية) :

وهي ملفات الصوت و الفيديو المتاحة من خلال الاشتراك بالخدمة عن طريق *Apple itume*.¹

المطلب الرابع : أهم أنواع مواقع التواصل الاجتماعي

منذ الظهور الأول لمواقع الشبكات الاجتماعية تعددت و تنوعت بين شبكات شخصية و عامة ، تطمح لتحقيق أهداف محددة "تجارية مثلا" ، و منذ بدايتها اختلفت المواقع التي تنصدر القائمة بين سنة و أخرى فتاريخيا كان لموقع "سيكس ديقريز" أهمية كبيرة و صدى واسع مع بدايته الأولى و كذلك موقع "اوماي نيوز" و غيرها . و مع تطور الشبكات الاجتماعية أصبح تصنيفها ياي بالنظر إلى الجماهيرية حيث تنصدر القائمة عدد من الشبكات و هي "فايسبوك – يوتيوب – تويتر – فليكر" ، و هذه هي المواقع التي سنتحدث عنها باعتبارها من أهم الشبكات الاجتماعية في الوقت الحالي و كذا بالنظر إلى اختلاف تخصص كل موقع.²

1/شبكة الفاييسبوك :

يعتبر موقع الفاييسبوك واحد من أهم الشبكات الاجتماعية و هو لا يمثل منتدى اجتماعيا فقط ، و إنما أصبح قاعدة تكنولوجية سهلة بإمكان أي شخص أن يفعل بواسطتها ما يشاء . و قد ولدت الفكرة الأصلية لمصطلح "فايسبوك" من المدرسة الثانوية التي درس فيها "زوكربيرغ" أكاديمية "فيلبسكترا" ، وهو شبكة اجتماعية استأثرت بقبول و تجارب كبير من الناس خصوصا الشباب في جميع أنحاء العالم ، و هي لا تتعدى حدود مدونة شخصية في بداية نشأتها في شباط 2004 في جامعة هارفارد في الوم ا من قبل طالب متعثر في الدراسة يدعى (مارك زوكربيرغ) ، و كانت مونتته الفاييسبوك في بدايتها في النطاق الجامعة و بحدود أصدقائه ، و لم يخطر بباله أن هذه المدونة الصغيرة ستجتاح العالم الافتراضي في فترة زمنية قصيرة جدا ، فتخطت شهرتها حدود الجامعة و انتشرت في مدارس الوم ا ، وظلت مقتصرة على عدد من الزوار و لو كانت في زيادة مستمرة.³

¹حنان قواسمية:مواقع التواصل الاجتماعي ودورها في زيادة العزلة عند الطلبة الجامعيين الجزائريين ،مذكرة مقدمة ليل شهادة الماستر"ال م د" ، جامعة لعربي تبسي-تبسة- ،كلية العلوم الإنسانية و الاجتماعية،تخصص وسائل الإعلام والمجتمع ،2016،ص،29.

² حنان قواسمية:مواقع التواصل الاجتماعي ودورها في زيادة العزلة عند الطلبة الجامعيين الجزائريين ، المرجع نفسه ،ص،31.

³ حنان قواسمية:مواقع التواصل الاجتماعي ودورها في زيادة العزلة عند الطلبة الجامعيين الجزائريين ،المرجع نفسه،ص،31.

2/ تويتر (Twitter) :

يقدم موقع تويتر خدمة تودين مصغر تسمح لمستخدميه بإرسال تغريدات عن حالتهم بحد أقصى (140) حرفا للرسالة الواحدة ، و ذلك مباشرة عن طريق موقع تويتر ، أو عن طريق إرسال رسالة نصية قصيرة ، أو برامج المحادثة الفورية أو التطبيقات التي يقدمها المطورون، مثل الفايسبوك ، Twit Bird و Twitterrific و Twhirl و Twitterfox .

ظهر موقع تويتر في أوائل عام 2006 كمشروع تطوير بحثي أجرته شركة Odeo الأمريكية في مدينة سان فرانسيسكو ، و بعد ذلك أطلقته الشركة رسميا للاستخدام العام في أكتوبر 2006 ، و في ابريل أو نيسان 2008 قامت شركة Odeo بفصل الخدمة و تكوين شركة جديدة باسم Twitter ، و بدأ الموقع في الانتشار عالميا كخدمة جديدة من حيث تقديم التدوينات المصغرة ، و منذ مارس 2012 ، أصبح موقع تويتر متوفرا باللغة العربية ¹.

3/ اليوتيوب :

نشأة فكرة تأسيس " اليوتيوب " عندما كان ثلاث أصدقاء في حفلة و التقطوا مقاطع فيديو ، أرادوا أن ينشروها بين زملائهم ، فلم يستطيعوا إرسالها عبر الإيميل ، لأنه لم يكن يقبل الملفات الكبيرة . من هنا بدأت تتبلور فكرة تأسيس موقع لإرفاق أفلام الفيديو على شبكة الانترنت 3 و قد اختلف الآراء حول موقع " اليوتيوب " ما إذا كان الموقع شبكة اجتماعية أو لا ، حيث غير أن تصنيفه كنوع " Videon sharing " ، تميل بعض الآراء إلى اعتباره موقع مشاركة الفيديو من مواقع الشبكات الاجتماعية نظرا للأهمية الكبيرة التي يقوم بها في مجال نشر الفيديوهات و استقبال التعليقات عليها تنشرها بشكل واسع تأسس " اليوتيوب " كموقع مستقل في 14 فيفري 2005 بواسطة ثلاثة موظفين هم الأمريكي " تشادهيرلي " و التايواني " تشين " و البونغالي " جاود كريم " الذين يعملون في شركة متخصصة في التجارة الالكترونية ، و ما يبدو أن " جاود كريم " ترك رفاقه على " Play Pal " درجة علمية من كلية " ستانفورد " ، ليصبح الفضل

¹مركز المحتسب للاستشارات :دور مواقع التواصل الاجتماعي في الاحتساب تويتر -نموذج- دار المحتسب للنشر و التوزيع ، الرياض ، 1438 هـ ، ص،ص،41-42.

الحقيقي في ظهور (اليوتيوب) الذي نراه اليوم للثنائي الأخر ، اللذان نجحا في تكوين احد اكبر الكيانات في عالم الويب في الوقت الحالي¹.

4/ انستغرام Instagram :

نشأ انستغرام في ديسمبر عام 2010 ، حصل التطبيق على مليون مستخدم ، و بعد سنة أي في عام 2011 حصل التطبيق على زيادة 500 بالمائة من المستخدمين ليصل إلى 5 ملايين مستخدم ، و في السنة الثانية للتطبيق تضاعف العدد ، خصوصا مع إطلاق التطبيق لمنصة Android ، ليتخطى عدد المستخدمين 30 مليون مستخدم و في 12 ديسمبر 2014 أعلنت خدمة انستغرام للصور التابعة لشبكة التواصل الاجتماعي الفايسبوك أنها تجاوزت عتبة 300 مليون مستخدم في يوليو عام 2011 ، قام مستخدمو التطبيق برفع 100 مليون صورة ، و في شهر أغسطس من نفس العام وصل عدد الصور المرفوعة إلى 150 مليون صورة اي خلال شهر واحد².

انستغرام هو تطبيق مجاني لتبادل الصور على الهواتف المتحركة الذكية و الأجهزة اللوحية و أجهزة الحاسب الآلي . ويتيح هذا التطبيق للمستخدمين التقاط الصور و تحريرها وتحميلها ، ومن ثم مشاركتها في مجموعة متنوعة من خدمات الشبكات الاجتماعية ، مثل فايسبوك و تويتر . و من الخصائص الرئيسية التي تجعل انستغرام مشهورا و ذو شعبية هي خاصية تحرير الصور التي تتيح للمستخدمين إضافة تأثيرات خاصة على الصور عن طريق استخدام خاصية تعديل الصور (فيلتر) ، و مع ذلك توجد شركات تنشئ ملفات خاصة بها تضع عليها صور منتجاتها وما شابه³.

5/ الشبكات الاجتماعية الشخصية :

يتبادل في هذا النوع من الشبكات الاجتماعية فردا واحدا معلوماته الشخصية مع أصدقائه و مثال ذلك موقع Nearbie الذي يتيح لكل مستخدم إمكانية طرح و نشر الأحداث و المناسبات الاجتماعية وربطها بزمان معين و ذلك حفظا للذكريات⁴.

6/ الشبكات الاجتماعية المهنية :

¹ محمد رمزي يوسف ، خالد قرني : دور الإعلان التجاري عبر مواقع التواصل الاجتماعي في الترويج للمنتج ، مرجع سابق ، ص ، 51 .
² حجور ثليلي : دور مواقع التواصل الاجتماعي للترويج للعلامة التجارية Mobilis ، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر إعلام و اتصال ، جامعة الجزائر 3 ، 2014 ، ص ، 84 .
³ منال سبيعة : مدى اعتماد الطلبة على موقع التواصل الاجتماعي للحصول على المعلومات الصحية – الفايسبوك امونجا- ، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر " ل م د " ، إعلام و اتصال ، تخصص : وسائل إعلام ومجتمع ، تبسة ، 2017 ، ص ، 61 .
⁴ فريال مهنا : علوم الاتصال و المجتمعات الرقمية ، دار الفكر ، دمشق ، 2002 ، ص ، 148 .

و هي من الأنواع الأكثر أهمية وهي تربط أصدقاء العمل بشكل احترافي و أصحاب الأعمال و الشركات و تتضمن ملفات شخصية للمستخدمين تشتمل على سيرتهم الذاتية و ما قاموا به في سنوات دراستهم و عملهم ، و كما تبين المجالات المهنية و المؤسسات التي قاموا بالعمل فيها ، و من أشهر هذه الشبكات نجد لينكد إن ¹ . LinkedIn

07 / شبكات داخلية خاصة : Intenal Social Weworking

و تتكون هذه الشبكات م مجموعة من الناس تمثل المجتمع مغلق أو خاص مثل الأفراد داخل شركة أو تجمع ما أو داخل مؤسسة تعليمية ، و منظمة و يتحكم في دعوة هؤلاء الأشخاص فقط و ليس غيرهم من الناس للدخول للموقع و المشاركة في الأنشطة من تدوين و تبادل آراء و ملفات و حضور اجتماعات و الدخول في المناقشات مباشرة و غيرهم من الأنشطة مثل شبكة " LinkedIn " . ²

08 / شبكات خارجية عامة : External Social . Netwrking

و هي شبكة متاحة لجميع مستخدمي الانترنت . بل صممت خصيصا لجذب المستخدمين للشبكة و يسمح فيها للعدد من المستخدمين بالمشاركة في أنشطة بمجرد أن يقوم المستخدم بالتسجيل في الموقع و تقديم نفسه للموقع مثل شبكة " الفايسبوك " . ³

09 / فليكر Fliker :

يقدم خدمة مشاركة الصور عن طري التسجيل في الموقع ، و لا يمكن التسجيل فيه إلا من خلال امتلاك بريد الكتروني في الياهو ، و هو احد المواقع الاجتماعية التي تهتم بالصور ومقاطع الفيديو التي توجد على الشبكة العنكبوتية . و يوفر فليكر خدمة حفظ الصور بشكل عام للزائرين حيث يستطيع أي متصفح للموقع أن يشاهدها أو يستطيع حمل الصور أن يجعلها خاصة فلا تتوفر إلا لصاحب الحساب أو من يسمح لهم بمشاهدتها . ⁴

¹ فريال مهنا : علوم الاتصال و المجتمعات الرقمية ، المرجع السابق ، ص ، 148 .
² آسيا فارس : الصفحات النسائية عبر مواقع التواصل الاجتماعي " الفايسبوك " ، مرجع سابق ، ص ، 29 .
³ آسيا فارس : الصفحات النسائية عبر مواقع التواصل الاجتماعي " الفايسبوك " ، المرجع نفسه ، ص ، 29 .
⁴ عباس مصطفى صادق : الإعلام الجديد المفاهيم و الوسائل و التطبيقات ، الشروق ، 2008 ، ص ، 216 .

ومن مميزات الشبكة الاجتماعية فليكر ما يلي:¹

- رفع و تحميل و إدارة و تحرير و مشاركة الصور على الانترنت بسهولة و سرعة و فعالية .
- ترتيب الصور في مجموعات Collections و صور فرعية في Sets و البومات خاصة و عامة .
- بناء شبكة اجتماعية مع الأصدقاء و المعارف و ربط حساب فليكر مع حساب الشبكات الاجتماعية مثل الفايسبوك و تويتر .
- توفر شبكة فليكر برنامج بسيط و سهل الاستخدام لسطح المكتب لرفع الصور إلى موقع الخدمة .
- تنظيم سهل للصور و إدارة مريحة ، كتغير أسماء مجموعة من الصور دفعة واحدة ، أو نقلها من مجموعة إلى أخرى أو حذفها ... الخ .
- الخصوصية : حيث بالإمكان تحديد بعض الصور على أنها خاصة و لا يراها إلا أشخاص محددون تختارهم أنت .
- قابلية التحرير : حيث أصبح بالإمكان تحرير و تنقيح و التعديل على الصور مباشرة .

¹ عباس مصطفى صادق : الإعلام الجديد المفاهيم و الوسائل و التطبيقات ، المرجع السابق ، 216 .

المطب الخامس : ايجابيات و سلبيات مواقع التواصل الاجتماعي

1/ ايجابيات مواقع التواصل الاجتماعي¹:

- ✓ تحسين فرص العمل للشباب : إن استخدام لشبكات تواصل الاجتماعي ، فتح لهم مجالات جديدة للعمل ، و اكسبهم مهارات جيدة مثل مهارات التواصل و تسويق الذات عبر اهتمامهم بصفتهم على الشبكة .
- ✓ تعزيز قنوات التواصل : لقد ساهمت شبكات التواصل الاجتماعي بتقريب المجتمعات و سمحت للمستخدمين بالتعارف و الحوار مع آخرين من مجتمعات و ثقافات أخرى ، مما يكسبهم فرص اكبر بالتأقلم عند الانتقال للجامعة أو العمل .
- ✓ زيادة التركيز على المهارات التقنية : ساهمت شبكات التواصل الاجتماعي بإكساب المستخدمين مهارات تقنية جديدة معالجة الصور ، و إنشاء ملفات الفيديو ، و سرعة الطباعة ، مما منحهم مهارات جديدة تفيدهم في سوق العمل ، إضافة إلى تطوير قدراتهم على استيعاب التقنيات الجديدة – مصدر جديد للأخبار العاجلة و الآنية – لقد أصبحت شبكات التواصل من أهم مصادر الأخبار متابعة ، مما اجبر كبريات الوكالات الإخبارية بالعالم لاستخدام هذه الشبكات للبقاء على تواصل مع جمهورها
- ✓ زيادة التوعية بالقيم المجتمعية و الثقافية و السياسية : ساهمت الشبكات الاجتماعية بتوعية الشباب بالمفاهيم و القيم السياسية و الثقافية و المجتمعية ، و قد ساهمت أيضا بالتواصل بين القيادات و الشعوب بشكل مباشر ، حيث أصبح غالبية الزعماء لديهم منافذ لشبكات التواصل الاجتماعي .
- ✓ زيادة فرص التعلم الذاتي : لعبت شبكات لتواصل الاجتماعي دورا كبيرا بزيادة مستويات التعليم المبكر لدى الأطفال و كذلك تحسين فرص الكبار يتعلم مهارات و معلومات جديدة بشكل ميسر .
- ✓ تحسين فرص العمل شباب .
- ✓ زيادة التركيز على المهارات التقنية .
- ✓ زيادة التوعية بالقيم المجتمعية و الثقافية و السياسية من خلال توعية الشباب بالمفاهيم و القيم السياسية و الثقافية و المجتمعية ، حيث أصبح غالبية الزعماء لديهم منافذ لشبكات التواصل الاجتماعي .

¹محمد رمزي يوسف، خالد قرفي: دور الإعلان التجاري عبر مواقع التواصل الاجتماعي في الترويج للمنتج، مرجع سابق، ص،ص،51-52.

2/سلبيات مواقع التواصل الاجتماعي¹:

- تقلل من مهارات التفاعل الشخصي ، منع سهولة التواصل عبر هذه المواقع فان ذلك سيقفل من زمن التفاعل على الصعيد الشخصي للأفراد والجماعات المستخدمة لهذه المواقع .
- إضاعة الوقت: حيث أنها مع خدماتها الترفيهية التي توفرها للمستخدمين ، قد تكون جذابة جدا لدرجة تنسى معها الوقت .
- الإدمان على مواقع التواصل الاجتماعي ، إن استخدامها خاصة من قبل ربات البيوت و المتقاعدین ، بسبب الفراغ يجعله احد النشاطات الرئيسية في حياة الفرد اليومية ، و هو ما يجعل ترك هذا النشاط أو استبداله أمرا صعبا للغاية خاصة و أنها تعد مثالية من ناحية الترفيه لمأ وقت الفراغ الطويل .
- ضياع الهوية الثقافية العربية و استبدالها بالهوية العالمية لمواقع التواصل حيث أن العولمة الثقافية هي من الآثار لمواقع التواصل الاجتماعي بنظر الكثيرين .
- انتحال الشخصيات : تبقى مجهولة المصدر الحقيقي خلق مستخدمين مواقع التواصل الاجتماعي دافعا أحيانا بمستخدميها إلى الابتزاز و انتحال الشخصية و نشر المعلومة المظلمة و تشويه السمعة ، أو في الجريمة كالسرقة أو الاختطاف .
- تراجع استخدام اللغة العربية الفصحى لصالح العالمية .
- التأثير بالأفكار التكفيرية أو الشاذة .
- سهولة الممارسة الغير أخلاقية .
- سرعة انتشار الشائعات و التشهير .
- عدم مبالاة بعض المستخدمين وعدم استشعارهم بالمسؤولية .
- الانشغال عن العمل أو الدراسة و المهام الحياتية الأخرى .
- إحداث صراعات فكرية متكررة و منهكة للأفراد .
- الأثر السلبي على الأطفال و المراهقين .

¹الهام عسال،حنان مهدي: دور مواقع التواصل الاجتماعي في ترتيب أولويات الطلبة الجامعيين نحو قضايا الاجتماعية ، موقع الفايبيوك - أنموذجا -، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر "ال م د" ، جامعة العربي تيسي -تيسة- كلية العلوم الإنسانية و الاجتماعية ، قسم العلوم الإنسانية ، تخصص : وسائل الإعلام و المجتمع ، 2017 ، ص ، ص ، 78-79 .

الفصل الثالث : الجانب التطبيقي

1/ عرض النتائج على ضوء الدراسات السابقة و الملاحظة



أولاً : نتائج الدراسة على ضوء الملاحظة و الدراسات السابقة :

بعد الملاحظة و قراءة الدراسات السابقة التي تستهدف الإجابة على تساؤلات الدراسة ، حيث تحتاج هذه الأخيرة إلى تفكيك الظاهرة في الواقع ، فجاءت الإجابة على الأسئلة المطروحة من خلال إعادة تركيب الظاهرة وفق كل المعطيات و المؤشرات الخفية ، و عليه فإننا بحاجة إلى تأويل و قراءة النتائج من خلال إبراز العلاقة الترابطية بين مختلف مؤشرات الظاهرة المدروسة .

لقد تمحورت الإشكالية المطروحة في هذه الدراسة حول تبني المرأة الجزائرية لهوية الكترونية عبر مواقع التواصل الاجتماعي – الفايسبوك - ، إن تفكيك مثل هذه الإشكاليات و لواحقها من تساؤلات فرعية ، كالبحث على لماذا تحجب المرأة هويتها الحقيقية عبر مواقع التواصل الاجتماعي ؟ و هل الهوية الالكترونية للمرأة الجزائرية ظرفية ؟ هل الهوية الالكترونية تنعكس بالسلب على الهوية الحقيقية للمرأة الجزائرية عبر مواقع التواصل الاجتماعي ؟ ما هي الهوية التي تظهر بها المرأة الجزائرية في مواقع التواصل الاجتماعي ؟

لقد مكنتنا كل هذه التساؤلات من الكشف على أبعاد الظاهرة و مؤشراتها . و عليه يمكن في الأخير استخلاص النتائج التالية :

1/ حجب المرأة هويتها الحقيقية عبر مواقع التواصل الاجتماعي :

لماذا تحجب المرأة الجزائرية هويتها الحقيقية عبر مواقع التواصل الاجتماعي ؟ هناك عدة أسباب تجعل المرأة تحجب هويتها الحقيقية عبر مواقع التواصل الاجتماعي تتمثل فيما يلي :

الرغبة في التصرف بكل حرية و نشر آراء و المعلومات عبر الفايسبوك ، وتجنب المضايقات التي قد تتعرض لها المرأة عبر هذا الموقع ، تسهيل التواصل و الاحتكاك بالغير .

إن اغلب مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي – الفايسبوك – يستخدمون هوية الكترونية و هذا كمبرر لتجنب مضايقات و تفادي الجنس الآخر و رفض العائلة لاستخدام موقع الفايسبوك و راجع أيضا إلي الضوابط الشرعية .

2/ الهوية الالكترونية للمرأة الجزائرية ظرفية :

هل الهوية الالكترونية للمرأة الجزائرية ظرفية ؟ ان اغلب النساء يستخدمون موقع التواصل الاجتماعي – الفايسبوك – بصفة مؤقتة و ليست بصفة دائمة و ذلك أنهم يرون إن الواقع هو الأصح و الأهم من العالم الافتراضي حيث تكون فيهن على الراحة التامة و يكون التواصل في الواقع قريبا و أكثر سهولة .

3/الهوية الالكترونية تنعكس بالسلب على الهوية الحقيقية للمرأة الجزائرية عبر مواقع التواصل الاجتماعي :

هل الهوية الالكترونية تنعكس بالسلب على الهوية الحقيقية للمرأة الجزائرية عبر مواقع التواصل الاجتماعي ؟ بعض منهن يرون إن الهوية الالكترونية هي الأصح و الأهم لأنهم يجدون نوعا من حرية التعبير و طرح الآراء و الانشغالات على صفحاتهن و يشعرون بالتفاعل كبير ضم هذا العالم الافتراضي ، و لكن تبقى علاقات وهمية غير حقيقية و في الغالب تنعكس عليهن بالسلب على الهوية الحقيقية للمرأة الجزائرية عبر هذه مواقع .

4/ الهوية التي تظهر بها المرأة الجزائرية في مواقع التواصل الاجتماعي الالكترونية أم حقيقية:

ما هي الهوية التي تظهر بها المرأة الجزائرية في مواقع التواصل الاجتماعي الالكترونية أم حقيقية ؟ اغلب نساء يستخدمون هوية الكترونية و ذلك لرفض العائلة لاستخدامهن لموقع الفايسبوك ، و لتجنب المضايقات و تفادي الجنس الآخر ، تسهيل التواصل و الاحتكاك بالغير ، نشر المعلومات و آراء بحرية .

الخاتمة :

لقد أفضى التقدم الهائل في تكنولوجيا الاتصال إلى إنتاج وسائل اتصال جديدة عملت على تغيير علاقات الناس الاجتماعية و أشكال تفاعلهم مع بعضهم البعض ، فأصبح الفرد يستغني عن اللقاءات المباشرة وجها لوجه و يستسلم لشاشة الكمبيوتر فيقتضي وقتا طويلا في التفاعل الافتراضي الذي من شأنه أن يختزل الوقت المخصص للأشخاص الواقعيين في حياته .

و من خلال هذه الدراسة رسمنا تصورا لطبيعة استخدام المرأة الجزائرية لموقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك و تبنيها هوية الكترونية داخل هذا الفضاء الافتراضي الذي ساهم بشكل كبير في بناء هويتها ، و بالتالي فتح المجال أمامهن لتشكيل تجارب هويات جديدة بالطريقة التي يرغبونها و يحددونها ، و هذا سينتج ما يسمى بالبناء الاجتماعي للهوية الالكترونية في الفضاء السيبري .

فقد ناقشت الدراسة مجتمعا افتراضيا مهما ، هو مجتمع " الفيسبوك " ، من حيث أسباب استخدامه و تأثيره على هوية المرأة الجزائرية ، و ما يرتبط بها من عرض الذات ، و العلاقات الافتراضية .

و تأكد لنا من خلال النتائج إن اغلب النساء يستخدمن هوية الكترونية عبر موقع الفيسبوك و هذه الأخيرة تبقى غامضة بين صعوبة تطابق الهوية الحقيقية و الكترونية مما يؤدي إلى نماذج متعددة من المستخدمين .

و في النهاية لا يمكننا القول أن الفيسبوك بعيد كل البعد ع تشكل الهوية الكترونية لدى مستخدميه ، تبقى هذه الدراسة في الختام حلقة من حلقات البحث المتواصلة لاستكشاف العلاقة بين الفيسبوك و الهوية ، لقد حاولنا فقط استجلاء بعض جوانب البحث ممهدين السبيل لباحثين آخرين لاستكشاف مقاربات أخرى لم تتعرض لها الدراسة .

و في الختام هذه الدراسة نتمنى أن نكون قد وفقنا في إعداد هذا الموضوع و تغطية الجوانب المتعلقة بطبيعة الهوية الالكترونية ، و أن تكون هذه الدراسة مرجعا للطلبة و الباحثين في مجال الإعلام و الاتصال.

قائمة المصادر و المراجع :

أولا : القواميس و المعاجم

1. احمد زكي بدوي : معجم العلوم الاجتماعية، ط2، مكتبة لبنان ، بيروت ، 1993 .

ثانيا : الكتب

2. احمد بن مرسللي : **مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام و الاتصال** ، ط4 ، ديوان المطبوعات الجامعية ، الجزائر ، 2010 .

3. رشيد زرواتي : **تدريبات على منهجية البحث العلمي في العلوم الاجتماعية** ، ديوان المطبوعات الجامعية ، الجزائر ، 2008 .

4. عامر قنديجلي : **البحث العلمي و استخدام مصادر المعلومات** ، دار البازوري العلمية للنشر و التوزيع ، عمان ، 1999 .

5. عباس مصطفى صادق : **الإعلام الجديد المفاهيم و الوسائل و التطبيقات** ، الشروق ، 2008.

6. علي خليل شقرة : **الإعلام الجديد ، شبكات التواصل الاجتماعي** ، دار أسامة للنشر و التوزيع ، عمان ، 2014 .

7. فريال مهنا : **علوم الاتصال و المجتمعات الرقمية** ، دار الفكر ، دمشق ، 2002 .

8. كامل سالم أبو ضاهر : **العينات الإحصائية** ، 2017 .

9. محمد عبد الحميد : **البحث العلمي في الدراسات الإعلامية** ، عالم الكتب ، مصر ، 2004 .

10. مركز المحتسب للاستشارات : **دور مواقع التواصل الاجتماعي في الاحتساب تويتر – أنموذجا-** دار المحتسب للنشر و التوزيع ، الرياض، 1438هـ .

11. مروان عبد المجيد إبراهيم : **أسس البحث العلمي لإعداد الرسائل الجامعية** ، مؤسسة الوراق للنشر و التوزيع ، عمان ، 2000 .

12. منصور نعمان ، غسان ذيب النمري : **البحث العلمي حرفة و فن** ، دار الكندي للنشر و التوزيع ، الأردن ، 1998 .

13. موريس أنجرس : **منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية** ، تر : بوزيد صحراوي ، و آخرون ، ط2 ، دار القصة للنشر و التوزيع ، الجزائر ، 2006 .

ثالثا : المجلات



14. سعيدة بايوسف: الهوية الافتراضية ، خصائص و الأبعاد ، مجلة العلوم الإنسانية و الاجتماعية ، عدد خاص بالملتقى الأول الدولي حول الهوية و المجالات الاجتماعية في ظل التحولات السوسيو ثقافية في المجتمع الجزائري ، جامعة ورقلة ، د ، س .

رابعا : الرسائل الجامعية حسب الدرجة العلمية

✓ أطروحات دكتوراه و رسائل ماجستير :

❖ أطروحات دكتوراه :

15. اسمهان كسيرة : الشباب الجزائري و الهوية الافتراضية ، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه ، "ل م د" ، في علوم الإعلام و الاتصال ، تخصص ، تكنولوجيا الإعلام و المجتمع ، جامعة عبد الحميد بن باديس، مستغانم، 2018 .

16. الخنساء تومي : دور الثقافة الجماهيرية في تشكيل هوية الشباب الجامعي ، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه ، جامعة محمد خيضر ، بسكرة ، تخصص علم اجتماع الاتصال ، 2017 .

❖ رسائل الماجستير :

17. ريحانة بلوطي : دوافع استخدام الهوية الافتراضية في شبكات الاجتماعية وأثرها على الفرد، مذكرة مقدمة لنيل الماجستير في علوم الإعلام و الاتصال ، تخصص وسائل الإعلام و المجتمع ، جامعة الحاج لخضر ، باتنة، 2015 .

✓ مذكرات الماستر :

18. أسماء مرزوق : هوية الشباب الجزائري عبر الفايسبوك ، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام و الاتصال ، تخصص ، اتصال و علاقات عامة ، جامعة العربي بن 17. مهدي، أم البواقي ، 2015 .

19. آسيا فارس : الصفحات النسائية عبر مواقع التواصل الاجتماعي " الفايسبوك " ، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر " ل م د" ، في علوم الإعلام و الاتصال ، تخصص : وسائل الإعلام و المجتمع ، جامعة عربي تبسي ، تبسة ، 2017 .

20. إلهام عسال، حنان مهدي: دور مواقع التواصل الاجتماعي في ترتيب أولويات الطلبة الجامعيين نحو

قضايا الاجتماعية ، موقع الفايسبوك - أنموذجا -، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر "ل م د" ، جامعة

العربي تبسي -تبسة- كلية العلوم الإنسانية و الاجتماعية ، قسم العلوم الإنسانية ، تخصص : وسائل

الإعلام و المجتمع ، 2017 .



21. حجور ثليلي : دور مواقع التواصل الاجتماعي للترويج للعلامة التجارية Mobilis ، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر إعلام و اتصال ، جامعة جزائر 3 ، 2014.
22. حنان قواسمية: مواقع التواصل الاجتماعي ودورها في زيادة العزلة عند الطلبة الجامعيين الجزائريين ، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر "ل م د" ، جامعة لعربي تبسي-تبسة-، كلية العلوم الإنسانية و الاجتماعية، تخصص وسائل الإعلام والمجتمع، 2016 .
23. رجاء تواتي :مقومات الهوية عند الجابري ،مذكرة لنيل شهادة الماستر في الأدب العربي، قسم اللغة العربية و آدابها ،جامعة أبي بكر بلقايد ، تلمسان ، الجزائر ، 2017 .
24. صالح بركاني : الاتصال العلمي بين المكتبيين من خلال مواقع التواصل الاجتماعي الفايستوك - أنموذج- ، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر " ل م د " ، علم المكتبات و التوثيق ، تخصص : تنظيم و تسيير المكتبات و مراكز التوثيق ، جامعة العربي تبسي ، تبسة، 2017.
25. صلاح الين مباركية ، صلاح الدين زايدى:استخدام الطلبة الجامعيين لمواقع التواصل الاجتماعي في التحصيل الدراسي و الاشباكات المحققة ، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر "ل م د" ، جامعة العربي تبسي-تبسة- ، كلية العلوم الإنسانية و الاجتماعية، تخصص وسائل الإعلام و المجتمع ، 2017 .
26. عفاف بوشعبون : مواقع التواصل الاجتماعي و تأثيرها على الهوية اللغوية لدى المستخدمين الجزائريين ، مذكرة لنيل شهادة ماستر "ل م د" ، جامعة العربي تبسي -تبسة- تخصص ، وسائل الإعلام و المجتمع ، 2016 .
27. فاطمة خثير: الهوية الرقمية وأثرها على العلاقات الاجتماعية ، الشبكات الاجتماعية أنموذج- مذكرة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام و الاتصال ، تخصص، اتصال و علاقات عامة، جامعة الدكتور مولاي الطاهر، سعيدة .
28. كلثوم ببييمون: تصور و ممارسة الهوية الثقافية لدى شباب الجزائري بين الفضاء الالكتروني و الممارسة الواقعية ، جامعة الحاج لخضر ، باتنة ، د س .
29. لامية يحيوي ، مريم شرقي : الهوية الافتراضية عند مستخدمي الفايستوك ، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام و الاتصال ، تخصص : اتصال و علاقات عامة ، جامعة محمد بوضياف ، المسيلة ، 2018.
30. محمد رمزي يوسف ، خالد قرني : دور الإعلان التجاري عبر مواقع التواصل الاجتماعي في الترويج للمنتج ، مذكرة لنيل شهادة الماستر ، جامعة العربي التبسي ، ميدان علوم الإنسانية و الاجتماعية ، تخصص : وسائل الإعلام و المجتمع ، تبسة ، 2017 .



31. منال سبيعة : مدى اعتماد الطلبة على موقع التواصل الاجتماعي للحصول على المعلومات الصحية –
الفايسبوك امونجا- ، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر " ل م د " ، إعلام و اتصال ، تخصص : وسائل
إعلام ومجتمع ، تبسة ، 2017.

خامسا : الموقع الالكتروني

32. [www . almaany . com](http://www.almaany.com) ، الساعة : 09:46 ، 04 جوان ، 2020 .



الملاحق

جامعة العربي تبسي – تبسة –

كلية العلوم الإنسانية و العلوم الاجتماعية

ميدان العلوم الإنسانية

قسم علوم الإعلام والاتصال

تخصص اتصال تنظيمي

في إطار انجاز مذكرة لنيل شهادة الماستر تخصص اتصال تنظيمي ، الموسومة ب : الهوية الالكترونية للمرأة الجزائرية عبر مواقع التواصل الاجتماعي الفايسبوك – أنموذجا –

أرجو منكم أن تكون إجابتم موضوعية ، و أعيدكم بالمحافظة على سرية المعلومات التي تقدمونها ، و أنها لن تستخدم إلا لإغراض البحث العلمي ، و أشكركم على وقتكم و تعاملكم .

كما أرجو منكم الإجابة على قائمة الأسئلة المرفقة و ذلك بوضع إشارة (X) في الخانة المناسبة لخدمة

البحث .

السمات العامة :

1/ السن :

18 --- 23

24 --- 29

30 --- 35

35 --- فما فوق

2/ المستوى الجامعي

ليسانس

ماستر

3/ الحالة الاجتماعية :

عزباء

متزوجة

المحور الأول : حجب المرأة هويتها الحقيقية عبر مواقع التواصل الاجتماعي .

4/ ما الاسم المستخدم في صفحتك الرئيسية ؟

- اسمك الحقيقي

- اسم مستعار

- مركب من اسم حقيقي و اسم مستعار

5/ ما هو السبب إخفاءك لهويتك الحقيقية ؟

- تجنب المضايقات

- تسهيل التواصل و الاحتكاك بالغير

الأطر الاجتماعية و الدينية و الثقافية

إذا كانت إجابة أخرى اذكرها :

.....
.....
.....

6/ ما هي الصورة الرئيسية المستخدمة في صفحتك الرئيسية ؟

صورة حقيقية

- صورة مستعارة

المحور الثاني : الهوية الالكترونية للمرأة الجزائرية ظرفية .

7/ هل تستخدم المرأة الهوية الالكترونية ظرفية ؟

نعم

لا

إذا كانت إجابة ب " لا " ما هو السبب :

.....
.....
.....

8/ على أي أساس تختار الهوية الالكترونية عبر مواقع التواصل الاجتماعي ؟

- على أساس علاقة القرابة

-على أساس الانسجام الفكري

-على أساس اهتمام العلمي

-لا يوجد أي معيار

9/ هل هويتك عبر مواقع التواصل الاجتماعي تحتمل معلومات حقيقية ؟

نعم

لا

المحور الثالث : الهوية الالكترونية تعكس بالسلب على الهوية الحقيقية للمرأة الجزائرية عبر مواقع التواصل الاجتماعي .

10/ ما هي العوامل التي تحدد علاقتك مع الآخرين ؟

-درجة انسجام المستخدم

-طبيعة الاستجابة على الصفحة

11/ أي العلاقات الاجتماعية تفضل أكثر ؟

-العلاقات الواقعية المباشرة

-العلاقات الافتراضية

-الاثنين معا

**المحور الرابع : الهوية التي تظهر بها المرأة الجزائرية في مواقع التواصل الاجتماعي
الالكترونية أم حقيقية .**

12/ هل تتطابق المعلومات الشخصية التي توفرها على حسابك في الفايسبوك مع شخصيتك الواقعية ؟

-نعم

-لا

13/ هل تشعر انك متفاعلة في علاقتك الالكترونية أكثر من علاقتك الحقيقية ؟

-نعم

-لا

في الحالتين لماذا؟

.....

.....

.....

.....

ولكم مني جزيل الشكر على تعاونكم معنا.



ILine Bouk

11♥02♥2000♥11♥03♥2000

😊 Zika 😊 bent mama 😊

17/06/1999 😊😊 08/02/2018 😊😊

توأم روحي ولغالي 😊😊

...

💬

الأصدقاء 👤

تعمل لدى Larbi Tebessi University - Tebessa جامعة العربي

التبسي - تبسة 🏢

درست في Larbi Tebessi University - Tebessa جامعة العربي

التبسي - تبسة 🎓

تقيم في تبسة 🏠

مرتبطة ❤️

عرض المزيد عن ILine 🗨️





Mah Bola

نشط منذ ١٠ د



الأصدقاء

تقيم في قسنطينة

من قسنطينة

عرض المزيد عن Mah

الأصدقاء

المنشورات

اكتب على يوميات Mah Bola

مشاركة صورة

كتابة منشور

الصور





زهرة الامل

نشط منذ ١ س

اللهم ما صلي وسلم على سيدنا محمد



من الجزائر 📍

عزباء ❤️

عرض المزيد عن زهرة ⋮

عرض الكل

الأصدقاء

صديق مشترك واحد



سبأ سبأ

المنشورات



إلى أين تريد الوصول؟

_ إلى أعلى قمة يستحقها والداي، إلى أفضل شمعة
يكتسبها إسمهما، إلى عظيم كعظمتها.



Larine Bouk

11/02/2000 ❤️ 11/03/2000

🌍 nour ❤️ bént mama

S ❤️

❤️ 17/06/1999 ❤️ 08/02/2018

مي تعجني دنيا كي دور 😊 نحيش نستشفى



الأصدقاء 👤

مرتبطة ❤️

عرض المزيد عن Larine ⋮

فن الماكياج والتجميل 🎨

حضور حفلات غنائية 🎤

تجميل 🎨

التعلم 📖

المشي 👟

تناول الطعام 🍕

استماع إلى الموسيقى 🎧

Fuck les jaloux 🙌🏻





Nou Nita (Ñøû)



إضافة إلى القصة +

تقيم في تبسة 🏠

من تبسة 📍

مكان العمل 📁

المدرسة 🎓

الحالة الاجتماعية 📄

تعديل التفاصيل العامة

عرض الكل

الأصدقاء
٢٢ صديقا





Nounou Nounou

نشط منذ ٤ د

...  إلغاء 

عرض المزيد عن Nounou ...

الأصدقاء

المنشورات

الصور 

...

La Vida Loka هنا مع Bassma Bassma وه آخرين.

٠١٣:٥٢ الساعة ٢٠٢٠/٠٥/٠٤





Jo Lia Sosana

يا قاصدا صفحتي إليك تحيتي ❖ عند الدخول
صل على خير الانام محمد ❖ ادم الصلاة عليه وأكثر ❖



إضافة صديق 👤+

درست في **university tebesa** 🎓

تقيم في سطيف 🏠

من تبسة 📍

متزوجة ❤️

عرض المزيد عن Jo ⋮

الأصدقاء

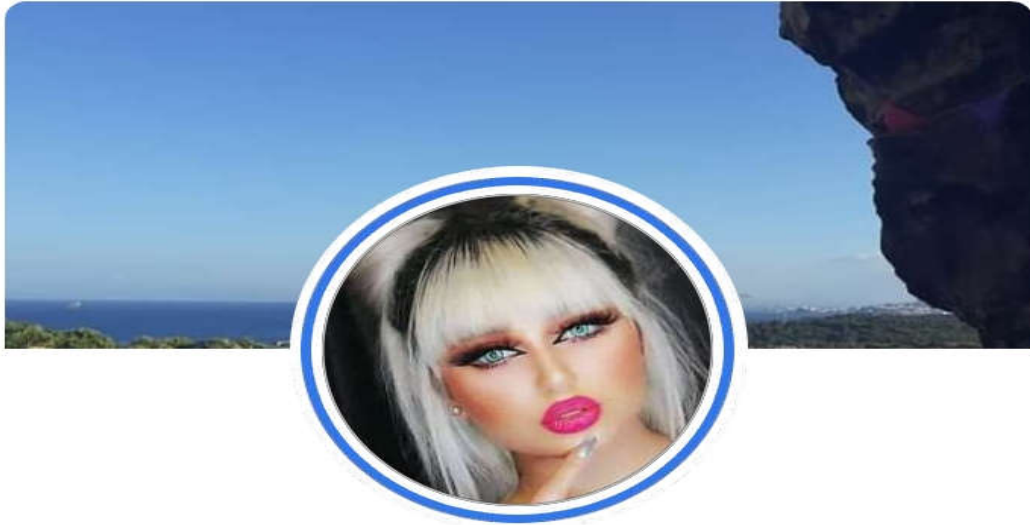
المنشورات

الصور 📷



آلآ Bøkhādrā تشعر بالاحتفال مع Bassma Bassma و ٨





Scar Lette Beauté

❤️ experte en beauté ❤️
❤️ خبيرة تجميل ❤️
les yeux ne mentent jamais 🤝❤️



إضافة صديق

درست في **Moubarek el mili high school**

تقيم في **عنابة**

من **عنابة**

عرض المزيد عن **Scar Lette**

الأصدقاء

المنشورات

الصور

يارب أمي من سيدات الجنة



النبى



و أبي من ز

Güzəl Krāliçè (الحمد لله)

🌹 دعاء لمن دخل صفحتي 🌹

أسأل الله لك
راحة تملأ نفسك
و رضا يغمر قلبك

⋮ 💬 **إضافة صديق** 👤+

منخدمش ماكلة رقاد كونكسيوا بزائف عليا 📄

منخدمش ^_^ 📄

تعمل لدى 98% Loading
 ❤️.....❤️.....❤️.....
 ❤️.....❤️.....❤️.....❤️.....❤️.....❤️.....❤️.....❤️.....

تعمل لدى 📄

ŁöDĩñG_??_ŁöDĩñG_??_Łö
 DĩñG_??_ŁöDĩñG_??_ŁöDĩñ
 G_??_ŁöDĩñG_??_

تعمل لدى هكر 📄

??
 ??

تعمل لدى 99% #faCbOOk Loading.....
 HakeR bOy----- 📄

كُنْ بَسِيطاً فَإِنَّ الْبَسَاطَةَ بَدَائِمًا جَمَالاً
WALID



Éev Ña



إضافة صديق +

درست في Sage femme de santé publique في Institut National de Formation superieure paramédical de tebessa



تقيم في تبسة



علاقة معقدة



عرض المزيد عن Éev



الأصدقاء

المنشورات

الصور



قامت Éev Ña بتحديث صورة ملفها الشخصي.

١٦:٤٦ الساعة ٢٠٢٠/٠٥/١٢





اولادي قره عيني



إضافة صديق

تقيم في تبسة

عرض المزيد عن اولادي

الأصدقاء

المنشورات

الصور

...

قامت اولادي قره عيني بتحديث صورة الغلاف الخاصة بها.

١٣/٠٣/٢٠٢٠ الساعة ١٣:٤٩





Ärv Ea

بيع منتجات أرفيا التونسية
مع التوصيل



إضافة صديق +

يتابعها ٨٥ من الأشخاص

عرض المزيد عن Ärv Ea

عرض الكل

الأصدقاء
٢٠١٢٠ (صديق مشترك واحد)



Rou Mai Ssa



Hanin Draji



تقوى الرحمان







عطر الشام

دع الحزن .. وابدأ الحياة

...  إضافة صديق 

Tebessa university Teaching assistant لدى 

مدرسة سابق لدى Facebook app 

Tebessa university درست علوم إجتماعية في 

Theveste, Tebessa, Algeria تقيم في 

Theveste, Tebessa, Algeria من 

عرض المزيد عن عطر 

I ❤️ Quran

I ❤️ Allah



جميلة العيون



إضافة صديق +

تقيم في الرشيدية 🏠

من إفران 📍

يتابعها ١٦٦٦٦ من الأشخاص 📶

عرض المزيد عن جميلة ⋮



ملخص الدراسة باللغة العربية :

تناولنا في دراستنا هاته إشكالية : الهوية الالكترونية للمرأة الجزائرية عبر مواقع التواصل الاجتماعي – الفايسبوك – على عينة من طالبات كلية علوم الإنسانية و الاجتماعية - تبسة – حيث تطرقنا من خلال هذه الدراسة إلى ملامح الهوية الالكترونية في الفضاء الافتراضي "الفايسبوك" .

بحيث يتعلق المحور الأول : ب حجب المرأة هويتها الحقيقية عبر المواقع التواصل الاجتماعي .

المحور الثاني : الهوية الالكترونية للمرأة الجزائرية ظرفية .

المحور الثالث : الهوية الالكترونية تنعكس بالسلب على الهوية الحقيقية للمرأة الجزائرية عبر مواقع التواصل الاجتماعي .

المحور الرابع : الهوية التي تظهر بها المرأة الجزائرية في مواقع التواصل الاجتماعي الالكترونية أم حقيقية .

و أخيرا و بناءا على المعطيات التي توصلنا إليها أن اغلب نساء يستخدمن هويات الكترونية غير حقيقية عبر الفايسبوك و ذلك راجع لأسباب عديدة منها اطر الاجتماعية و الدينية التي لا تسمح لهن باستخدام أسمائهن الحقيقية أو وضع صورهن على صفحاتهن الخاصة ، و من اجل أيضا توسع دائرة العلاقات الافتراضية بين المستخدمين انطلاقا من خصوصية و طبيعة ذلك الفضاء .

Study Sommary :

In our study , we addressed this problem : The electronic identity Algerian women through social media – Facebook - on sample of students from the Faculty of Humanities and Social Sciences – Tebessa– where we discussed through this study the features of electronic identity in the virtual space – Facebook - .

So that the first axis relates to : Women withholding their true identity through social media .

The second axis : the electronic identity of Algerian women , circumstantial .

The third axis : the electronic identity is negatively reflected on the true identity of Algerian women through social media .

The fourth axis : the identity with Algerian women appear on social media websites , whether electronic or fact .

Finally , and based on the data we reached , most students use unreal electronic identity via Facebook and that is due to many reasons , including social and religious frameworks that do not allow them to use their real names or put pictures of them on their own pages , and in order to also expand the circle The hypothetical relationships between users are based on the privacy and nature of that space .