



وزارة التعليم العالي والبحث العلمي  
جامعة محمد الصديق بن يحيى جيجل  
كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية  
قسم علوم الإعلام والاتصال



دور مواقع التواصل الإجتماعي في تشكيل الهوية الافتراضية لدى الطلبة  
الجامعيين  
دراسة ميدانية على عينة من طلبة جامعة محمد الصديق بن يحيى - جيجل -

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال.

تخصص: صحافة مطبوعة وإلكترونية

إشراف الأستاذ (ة):

آسية العجروود

إعداد الطالبتين:

• دراجي رندة

• غبغوب منال

لجنة المناقشة:

الصفة	الجامعة	الأستاذ (ة)
رئيسا	جامعة جيجل	-أ. بوفنيزة بلال
مشرفا ومقررا	جامعة جيجل	- أ. آسية العجروود
مناقشا	جامعة جيجل	- أ. ميرزة هاجر

السنة الجامعية: 2021/2020م

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

# كلمة شكر

نشكر الله عز وجل ونحمده حمدا كثيرا طيبا مباركا الذي  
قدرنا وأعاننا على قطع مسيرتنا فله الحمد والشكر وانطلاقا  
من قوله عليه أفضل الصلاة والسلام " من لا يشكر الناس لا  
يشكر الله " فإنه يطيب لنا أن نتوجه بالشكر والتقدير إلى  
أستاذتي الفاضلة: **أسية العبرود**

لقبولها الإشراف على هذا العمل والذي لم تختر جهدا في  
مساعدتنا وتقديم النصح والإرشاد فكانت نعم الأستاذة ونعم  
المشرفة وأيضا نتقدم بالشكر إلى كل من ساعدنا في إتمام  
هذا العمل من قريب أو من بعيد ولو بمجرد كلمة تشجيع  
إلى هؤلاء جميعا نتقدم بخالص شكرنا وتقديرنا.

## رندة + هنال

# إهداء

الحمد لله على سبع نعمه، والشكر لله على وافر آلائه، الحمد لله  
الذي أعطانا العلم وزيننا العلم وأكرمنا بالتقوى وأجملنا بالعافية.  
أهدي ثمرة جهدي إلى:

إلى من أرجو شفاعته يوم الدين.....إلى رسول الله صلى الله عليه وسلم،  
إلى روح شهدائنا الطاهرة إلى الوطن الغالي

إلى الجوهرة التي غمرتني بحنانها الفياض، إلى نجاحي، ثمرة مبادئها القوية وأدابها  
السامية، إلى

سيدة النساء "أمي الغالية" حفظها الله ورعاها و أطال في عمرها.

إلى الذي علمني كيف أصنع من البساطة معنى الانتصار، إلى الذي أحاطني بالرعاية  
وأناز لي

مسالك العلم والتعلم، إلى "أبي العزيز" حفظه الله و أطال عمره  
إلى جد وجدتي رحمهم الله.

إلى من ترعرعت بينهم إخوتي الأعمام "سيفه الدين، عبد اللطيف."

و أهدي هذا العمل إلى كل من علمني حرفا فصار علما، إلى كل من ساعدني ولو  
بابتسامة

إلى كل أساتذتي في جميع الأطوار

إلى كل زملائي وزميلاتي وبالأخص سارة، فاطمة الزهراء، فاطمة، و زميلتي في العمل رندة.

وهي الأخير يا رب لا تدعني أصاب بالغرور إذا نجحت ولا أصاب باليأس  
إذا فشلت.

منال

# إهداء

الأسر و الجهل من حررتنا من يا و محبة القلوب في لك من يا  
الفخر صاحب يا إليك شوقي و تهيم قلبي في و تحبك روعي  
البشر خير يا ترتاح النفس و محمد ذكر إذا يسر القلب و  
إلى من يخفق له قلبي باستمرار ذياء قلبي ونور بصري محمد رسول الله صلى الله  
عليه وسلم

أهدي ثمرة جسدي هذه إلى:

الشمعة التي أنارت دربي و فتحت لي أبواب العلم و المعرفة إلى أعز الناس في الوجود  
الغالية أمي ثم أمي ثم أمي أطال الله في عمرها.

إلى الإنسان الذي سعى إلى تربيته و تعليمي و دعمي و كان مثلي الأعلى أبي  
الغالي حفظه الله.

إلى "أختي الكبرى نجات و زوجها نزيه و إخوتي بلال، محمد، أيوب،" كما أخص بالذكر  
عمي عمالدين و عائلته دون أن أنسى عماتي العزيزات سامية، حبيبة، نادية، حياة،  
شافية و أزواجهن و أولادهن.

و إلى روح جدي و جدي رحمهم الله و أسكنهما فسيح جناته.

كما أهدي هذا العمل إلى صديقتي: فاطمة الزهراء، فطيمة، سارة.

رندة.

## ملخص الدراسة:

أعطى ظهور مواقع التواصل الاجتماعي فتحاً تاريخياً، نقل الإعلام إلى أفق غير مسبوق ، وأعطى مستخدميه فرصاً أكبر للتأثير والانتقال بلا قيود ولا رقابة ، وقد زاد الإهتمام بالهوية الافتراضية في ظل الإعلام الجديد الغير التقليدي، لما يوفره من تفاعل بين الأفراد، فما هو دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الهوية الافتراضية لدى الطلبة الجامعيين؟

وقد إنبثقت عن هذا التساؤل مجموعة من التساؤلات الفرعية مفادها: ماهي عادات وأنماط استخدام الطلبة الجامعيين للفايسبوك؟ وهل تعد مواقع التواصل الاجتماعي وسيلة في تشكيل الهوية الافتراضية؟ و هل تسهم مواقع التواصل الاجتماعي بشكل عام و الفاييسبوك بشكل خاص في تشكيل الهوية الافتراضية لدى الطلبة الجامعيين؟

وتندرج تحتها فرضيات الدراسة حيث يستخدم الطلبة الجامعيين مواقع التواصل الاجتماعي بشكل مكثف، كذلك تعد مواقع التواصل الاجتماعي وسيلة في تشكيل الهوية الافتراضية لدى الطلبة الجامعيين، إضافة إلى أن مواقع التواصل الاجتماعي بشكل عام و الفاييسبوك بشكل خاص تساهم في تشكيل الهوية الافتراضية لدى الطلبة الجامعيين.

ومن أسباب اختيارنا لموضوع دراستنا: الرغبة الشخصية والميل الشخصي وإكتساب خبرات علمية لتطوير معارفنا حول موضوع الهوية الافتراضية. بالإضافة إلى صلة الموضوع بالتخصص العلمي، كذلك أهمية وقيمة وحدثة الموضوع و جدته. إذ هدفت دراستنا إلى محاولة إبراز دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الهوية الافتراضية لدى الطلبة الجامعيين، مع معرفة عادات وأنماط استخدام الطلبة الجامعيين للفايسبوك بالإضافة إلى معرفة الدوافع والإشباع المحققة من إستخدامهم للفايسبوك. و بما أن دراستنا ميدانية، فقد طبقنا المنهج الوصفي التحليلي من خلال استخدام استمارة الإستبيان، ليتم توزيعها على عينة من طلبة قسم الإعلام والاتصال جامعة جيجل، حيث قدرت ب (99 مفردة).

لنصل من خلال هذه الدراسة إلى مجموعة من النتائج، كان أهمها: أن مواقع التواصل الاجتماعي تساهم في تشكيل الهوية الافتراضية لدى الطلبة الجامعيين، كذلك معظم أفراد العينة يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي منذ أزيد من ثلاث سنوات، و يفضل معظم أفراد العينة تصفح مواقع التواصل الاجتماعي في بيوتهم، وكشفت نتائج الدراسة أن معظم أفراد العينة يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي في حياتهم اليومية دائما كما أن موقع الفاييسبوك هو أكثر الوسائل استخداما من طرف الطلبة الجامعيين ، إضافة إلى أن أغلب الباحثين حققت لهم مواقع التواصل الاجتماعي إشباعا وأن الهوية الافتراضية تمكنهم من التصرف بكل حرية و تمثل الهوية الافتراضية عند غالبية الأفراد نوعا ما إنعكاسا لهويتهم الحقيقية .

الكلمات المفتاحية: الدور، مواقع التواصل الاجتماعي، الفاييسبوك، الهوية الافتراضية.

## Summary of the study

The emergence of social networking sites gave a historical breakthrough, the transfer of media to unprecedented horizons, and gave its users greater opportunities to influence and move without restrictions or censorship, and the interest in virtual identity has increased in light of the new non-traditional media, because of the interaction it provides between individuals, so what is the role of communication sites Social in the formation of the virtual identity of university students? A set of sub-questions emerged from this question: What are the habits and patterns of university students' use of Facebook? Is social networking a means of forming a virtual identity? Do social networking sites in general and Facebook in particular contribute to the formation of the virtual identity of university students? The hypotheses of the study fall under it, where university students use social networking sites extensively, as well as social networking sites are a means of forming the virtual identity of university students, in addition to that social networking sites in general and Facebook in particular contribute to the formation of the virtual identity of university students.

Among the reasons for choosing the subject of our study: personal desire, personal inclination, and the acquisition of scientific expertise to develop our knowledge on the subject of virtual identity. In addition to the relevance of the topic to the scientific discipline, as well as the importance, value, novelty and novelty of the topic. Our study aimed to try to highlight the role of social networking sites in shaping the virtual identity of university students, with knowledge of the habits and patterns of university students' use of Facebook, in addition to knowing the motives and gratifications achieved from their use of Facebook. And since our study is fieldwork, we have applied the descriptive analytical approach through the use of a questionnaire form, to be distributed to a sample of students of the Department of Media and Communication at Jijel University, which was estimated at (99) singles.

To arrive through this study to a set of results, the most important of which was that social networking sites contribute to the formation of the virtual identity of university students, as well as most of the sample members have been using social networking sites for more than three years, and most of the sample members prefer browsing social networking sites in their homes. The results of the study revealed that most of the sample members use social networking sites in their daily lives, and Facebook is the most widely used means by university students. The virtual reality of most individuals is somewhat a reflection of their true identity.

**Keywords:** role, social networking sites, Facebook, virtual identity.

# قائمة المحتويات



الصفحة	فهرس المحتويات
..	الشكر
..	الإهداء
..	ملخص الدراسة
..	فهرس المحتويات
..	فهرس الجداول
..	فهرس الأشكال
أ-ب	مقدمة
<b>الفصل الأول تحديد موضوع الدراسة ومنهجيتها</b>	
<b>09-04</b>	<b>أولاً: موضوع الدراسة</b>
04	1-1- تحديد الإشكالية.
05	1-2- فرضيات الدراسة.
06	1-3- أهداف الدراسة.
06	1-4- أهمية الدراسة.
06	1-5- أسباب إختيار الدراسة.
07	1-6- تحديد مفاهيم الدراسة.
<b>28-09</b>	<b>ثانياً: الإجراءات المنهجية للدراسة</b>
09	2-1- منظور الدراسة (نظرية الإستخدامات والإشباع). 2-2- منهج الدراسة.
13	2-3- أدوات الدراسة.
14	2-4- مجتمع البحث وعينة الدراسة.
15	2-5- حدود الدراسة.
17	2-6- الدراسات السابقة.
18	2-7- كيفية تحليل البيانات.
28	خلاصة الفصل
29	
<b>الفصل الثاني: مواقع التواصل الإجتماعي والهوية الافتراضية</b>	
<b>31</b>	<b>تمهيد</b>

أولاً: مواقع التواصل الاجتماعي	
32	1-1- مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي.
32	1-2- نشأة وتطور مواقع التواصل الاجتماعي.
34	1-3- خصائص مواقع التواصل الاجتماعي.
36	1-4- أنواع مواقع التواصل الاجتماعي.
39	1-5- أهمية مواقع التواصل الاجتماعي.
41	1-6- أهداف مواقع التواصل الاجتماعي.
42	1-7- خدمات مواقع التواصل الاجتماعي.
44	1-8- استخدامات مواقع التواصل الاجتماعي.
45	1-9- أشهر مواقع التواصل الاجتماعي.
47	1-10- أسباب شعبية مواقع التواصل الاجتماعي.
49	1-11- إيجابيات وسلبيات مواقع التواصل الاجتماعي.
ثانياً: المجتمعات الافتراضية والهوية الافتراضية	
62	2-1- مفهوم المجتمعات الافتراضية.
62	2-2- نشأة المجتمعات الافتراضية.
64	2-3- مراحل تطور المجتمعات الافتراضية.
66	2-4- أسباب ظهور المجتمعات الافتراضية.
67	2-5- أنواع المجتمعات الافتراضية.
68	2-6- أهداف المجتمعات الافتراضية.
69	2-7- خصائص وسمات المجتمعات الافتراضية.
70	2-8- الفرق بين المجتمعات الافتراضية والمجتمعات الحقيقية.
ثالثاً: الهوية	
71	3-1- مفهوم الهوية.
71	3-2- تطور مفهوم الهوية.

72	3-3- أنواع الهوية.
72	3-4- مكونات الهوية.
رابعاً: الهوية الافتراضية	
74	4-1- مفهوم الهوية الافتراضية.
75	4-2- خصائص الهوية الافتراضية.
76	4-3- أبعاد الهوية الافتراضية.
76	4-4- نماذج الهوية الافتراضية.
77	4-5- العوامل وراء تشكل الهوية الافتراضية.
78	خلاصة الفصل
الفصل الثالث: تفرغ وتفسير البيانات	
80	تمهيد
81	1- التحليل الكمي والكيفي للدراسة
112	2- النتائج العامة للدراسة
113	3- مناقشة النتائج في ضوء فرضيات الدراسة.
115	4- مناقشة النتائج في ضوء النظرية.
117	5- إقتراحات الدراسة.
120	خاتمة
122	قائمة المصادر والمراجع
..	الملاحق

# قائمة الجداول

رقم الجدول	عنوان الجدول	الصفحة
01	يمثل تاريخ نشأة أشهر شبكات التواصل الاجتماعي	33
02	يمثل مواقع التواصل الاجتماعي واستخداماتها	45
03	الفرق بين المجتمعات الواقعية والمجتمعات الافتراضية	70
04	يمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس	81
05	يمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير السن	82
06	يمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير المستوى التعليمي	83
07	يمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير الحالة الاجتماعية	84
08	يمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير الموقع السكني	85
09	يمثل درجة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي من قبل المبحوثين	86
10	يمثل توزيع أفراد العينة حسب مدة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي	87
11	يمثل توزيع أفراد العينة حسب نوع المواقع الاجتماعية الأكثر استخداما من طرف الطلبة	88
12	يمثل توزيع أفراد العينة حسب الوقت المفضل لتصفح مواقع التواصل الاجتماعي	89
13	يمثل توزيع أفراد العينة حسب الدافع وراء استخدام مواقع التواصل الاجتماعي	90
14	يمثل توزيع أفراد العينة حسب الأفراد المفضلين للجلوس معهم أثناء التواصل بمواقع التواصل الاجتماعي	91
15	يمثل توزيع أفراد العينة حسب مكان استخدام المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي	92
16	يمثل توزيع أفراد العينة حسب الأجهزة التي يستخدمها المبحوثين في تصفحهم مواقع التواصل الاجتماعي	93
17	يمثل توزيع أفراد العينة حسب الأشخاص الذين يتواصل معهم المبحوثين عبر مواقع التواصل الاجتماعي	94
18	يمثل توزيع أفراد العينة حسب نوع المواضيع التي يتابعها المبحوثين عبر مواقع التواصل الاجتماعي	95
19	يمثل توزيع أفراد العينة حسب دوافع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي	97

98	يمثل توزيع أفراد العينة حسب اللغة التي يستخدمها الباحثين للتواصل والتفاعل عبر مواقع التواصل الاجتماعي	20
99	يمثل توزيع أفراد العينة حسب نوع معلومات الباحثين على الفاييسوك	21
100	يمثل دائرة نسبية لسبب تفاعل الباحثين عبر الفاييسوك	22
100	يمثل الهوية الافتراضية إنعكاس للهوية الحقيقية	23
101	يمثل ما إذا الهوية الافتراضية تكمل ماينقص في هويتهم الحقيقية عبر الفاييسوك	24
102	يمثل توزيع أفراد العينة حسب نوع الصورة التي يضعها الباحثين في صفحاتهم الشخصية	25
102	يمثل تصريح الباحثين بلدهم في هويتهم الافتراضية	26
103	يمثل سبب تصريح الطلبة بلدهم في هويتهم الافتراضية	27
104	يمثل الإشاعات المحققة من المضامين المنشورة عبر الفاييسوك	28
105	يمثل توزيع أفراد العينة حسب حفاظهم على هويتهم الدينية في شخصيتهم الافتراضية	29
105	يمثل سبب الحفاظ على الهوية الدينية في شخصيتك الافتراضية	30
106	يمثل طبيعة الهوية التي يستعملها الباحثين للتواصل عبر الفاييسوك	31
107	يمثل سبب إخفاء هويتهم الحقيقية	32
107	يمثل مدى استخدام الباحثين للهوية الافتراضية عبر الفاييسوك يكون أكثر جرأة و تحرراً عن هويتهم الحقيقية	33
108	يمثل سبب استخدام الباحثين للهوية الافتراضية عبر الفاييسوك	34
109	يمثل مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في دعم ثقافة الطلبة دينياً	35
110	يمثل شكل مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في دعم الثقافة الدينية	36
110	يمثل ما إذا استخدام موقع الفاييسوك يهدد قيم الهوية الحقيقية	37
111	يمثل مساعدة مواقع التواصل الاجتماعي في زيادة رصيد المعرفة التاريخية و الثقافية للوطن	38
111	يمثل مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الهوية الافتراضية	39

# قائمة الأشكال

الصفحة	فهرس الأشكال	رقم الشكل
43	يوضح الخدمات العامة لمواقع التواصل الاجتماعي	01
53	يوضح تطورات الفايسبوك كشبكة تواصل وإعلام للسنوات العشر الماضية	02
81	يمثل دائرة نسبية حسب متغير الجنس	03
83	يمثل دائرة نسبية حسب متغير السن	04
84	يمثل دائرة نسبية حسب متغير المستوى التعليمي	05
85	يمثل دائرة نسبية حسب متغير الحالة الاجتماعية	06
86	يمثل دائرة نسبية حسب متغير الموقع السكني	07
87	يمثل دائرة نسبية درجة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي	08
88	يمثل دائرة نسبية لنوع المواقع الاجتماعية الأكثر استخداما	09



# مقدمة

## مقدمة:

يشهد العالم نوعا جديدا من التواصل الاجتماعي، يتم في أرضية إفتراضية إلكترونية قرب المسافات واختزل الحدود، إذ تحقق من خلاله مفهوم القرية الكونية التي تحدث عنها "مارشال ماكلوهان"؛ وسمي هذا النوع من التواصل بمواقع التواصل الاجتماعي، وتعددت هذه الأخيرة بتعدد إهتمامات مستخدميها ومن أهمها(فيسبوك يوتيوب، تويتر،...) هذه المواقع وما صاحبها من تطورات تكنولوجية هائلة غيرت في أنماط الإتصال الفردي والمؤسسي، فبعد أن كان الإتصال السائد في المجتمعات هو إتصال مباشر، أصبح اليوم إتصال إفتراضي معلوماتي.

لقد أصبحت مواقع التواصل الاجتماعي هذه مثل الفيسبوك(نموذجا)تعرف بالإعلام الجديد ولقد كان في بدايتها مجتمعا إفتراضيا على نطاق ضيق ومحدود ثم تحول من أداة إعلامية نصية مكتوبة إلى أداة سمعية بصرية تؤثر في قرارات المتأثرين بإستجاباتهم، ومن بين الرهانات التي تحققها هذه المواقع تمكين الفاعلين من تجاوز الإكراهات المرتبطة بالمواقع، والتي تتمثل في التخلص من الحضور الجسدي والمكاني للتحول إلى سياقات إتصالية جديدة إفتراضية بالدرجة الأولى، إذ يحدث التواصل بين المستخدمين تزامنا مع صور وأسماء تصنع هويته عبر رموز إفتراضية حيث نجد أن الفيسبوك من بين أكثر المواقع إستخداما خاصة فئة الطلبة الذين وجدوا ضالتهم فيه من خلال المساحات الإفتراضية الواسعة.

إن موضوع الهوية قديم ومتجدد يرتبط بالوجود البشري وأصالته، فالهوية من أبرز النقاشات الإجتماعية في الوقت الراهن على أساس إعتبارها قاعدة لإستقرار الفضاء الاجتماعي، والهويات هذه الأخيرة التي تختلف دوافع إستخدامها من فرد إلى آخر، بغض النظر عن الآلية المتسببة في تشكيلها، إذ تلعب الهوية دورا أساسيا في مواقع التواصل الاجتماعي، حيث أن العلاقات الإجتماعية الإفتراضية القائمة في معظمها تجمعات خفية مجهولة الهوية فالفرد الذي ينخرط في هذه التفاعلات يخفي نفسه تحت مسميات مختلفة، فأصبح مفهوم الهوية إشكالا مطروحا في المجتمع الإفتراضي.

يمثل هذا الموقع الإفتراضي الذي يجد فيه الشباب بصفة عامة والطلبة بصفة خاصة مساحة للتعبير عن ذاته من خلال خلق هوية خاصة به تعكس تماثلاته وشخصيته الواقعية وتصوره لهوية معينة تمكنه من تبني خلفيات تشكل هويته الإفتراضية، والتي من خلالها نحاول الكشف عن إنتاج وتشكيل هذه الهوية لدى الطلبة الجامعيين عبر موقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك.

وعلى هذا الأساس جاءت دراستنا الحالية للتعرف على دور مواقع التواصل الاجتماعي وخاصة الفيسبوك في تشكيل الهوية الافتراضية لدى الطلبة الجامعيين، وهذا ما سنعرضه من خلال هذه الدراسة والتي جاءت عبر ثلاث فصول وهي:

**الفصل الأول:** وهو الجانب المنهجي للدراسة والذي تناولنا فيه مشكلة الدراسة وتساؤها الرئيسي، فرضيات الدراسة، وأهداف الدراسة، أهمية الدراسة، وأسباب إختيار موضوع الدراسة، وسنقوم بتحديد المفاهيم المرتبطة بموضوع الدراسة، بالإضافة إلى الإطار النظري المناسب لموضوع الدراسة وهو نظرية الإستخدامات والإشباع، كما يحتوي هذا الفصل على الإجراءات المنهجية والتي تتمثل في تحديد نوع الدراسة ومنهجها، أداة جمع البيانات، مجتمع البحث وعينة الدراسة، إلى جانب تطرقنا إلى حدود الدراسة والدراسات السابقة، لنختتم الفصل بكيفية تحليل البيانات.

**الفصل الثاني:** وهو الجانب النظري للدراسة حيث تعرضنا فيه إلى: مواقع التواصل الاجتماعي من خلال إبراز عدة عناصر كالنشأة والخصائص وأنواعها وغيرها...

أما في **العنصر الثاني:** فتضمنت ماهية موقع الفيسبوك بعناصره.

أما **العنصر الثالث:** تطرقنا فيه إلى المجتمعات الافتراضية كعامل مساهم في ظهور الهويات الافتراضية.

أما **العنصر الرابع:** فتناولنا فيه الهوية بصفة عامة.

أما **العنصر الخامس:** فقد جاءت تحت عنوان الهوية الافتراضية وتطرقنا فيه إلى المفهوم، بداياتها، وعناصرها، وغيرها...

**الفصل الثالث:** والذي خصص للدراسة الميدانية، فقد تضمن جداول تفرغ ومعطيات الدراسة.

كما تكونت هذه الدراسة كغيرها من الدراسات من مقدمة وخاتمة، النتائج العامة للدراسة فضلا عن قائمة المصادر والمراجع والملاحق والفهارس، بالإضافة إلى نموذج الإستمارة الموزعة على عينة الدراسة.

# الفصل الأول:

تحديد موضوع الدراسة

ومنهجيتها

أولاً: موضوع الدراسة:

### 1.1 تحديد الإشكالية:

تعتبر مواقع التواصل الاجتماعي أحد أهم مبتكرات القرن الواحد والعشرون في عالم الاتصالات، إذ لا يمكن أن ننكر حقيقة الإيجابيات العديدة التي عادت على العالم، حيث أصبح بفضلها أشبه بقرية صغيرة، إذ عملت على تواصل وتقارب الأفراد في كافة أنحاء العالم، ووفرت نوعاً من التبادل الحر كالأفكار والمعلومات والثقافات بين مستخدميها وبذلك ألغت الحدود الجغرافية وحولت العالم إلى وحدة واحدة في بيئة مجتمع افتراضي يتيح التفاعل بين الأفراد من مختلف الأعمار والجنسيات. وبذلك أصبحت شبكات التواصل الاجتماعي وسيلة للتنامي والإلتحام بين المجتمعات، بالنظر لما توفره شبكات التواصل الاجتماعي على إختلافها من خلال خدماتها لمستخدميها جعلتها تجذب إليها العديد من متصفحى الأنترنت من كافة أنحاء العالم، وفي مقدمة هذه الشبكات الأكثر إستخداماً من طرف المستخدمين والذي يحتل الصدارة على غرار المواقع الأخرى نجد الفايسبوك.

الفايسبوك بالنظر لشعبيته أصبح كجزء من ثقافة التواصل الاجتماعي التي إنتشرت سريعاً بين أوساط المجتمع نظراً للخدمات المتنوعة التي يقدمها وطبيعة التواصل الذي يتيح للمستخدمين سواء تبادل المعلومات أو النقاشات أو الحوار... ليتجاوز ذلك التبادل إلى مقاطع الفيديو والصور. كما أتاح فرصة تشكيل علاقات إجتماعية افتراضية لا يمكن للطرف الآخر أن يتعرف عنها إلا في حدود ما يتاح إذ من خلاله يتحول الفرد من فرد حقيقي في مجتمع حقيقي إلى فرد افتراضي في مجتمع افتراضي بهوية افتراضية.

الهوية الافتراضية تواجه اليوم رهانات حقيقية خاصة في ظل التحديات الراهنة، فيبدو أنها أدخلت تغييرات كبيرة على الحياة الداخلية للأسر لأنها وفرت فضاء مريحاً للفرد في عوالمه الزرقاء بعيداً عن مراقبة وتدخّل العائلة وقيمها وإشتراطاتها القصرية، وعليه فإن مسألة تقمص الأفراد لهويات افتراضية من (أسماء مستعارة، صور...) وعدم الجنوح إلى هواياتهم الحقيقية ضمن فضاء الفيسبوك، أتاح فرصة تبني هويات متعددة تجعلهم يتمتعون بهامش أوفر من الخصوصية والحرية في مشاركة آرائهم في المجتمع الافتراضي، وقد ساهمت البيئة التواصلية الجديدة في تكريس العزلة الاجتماعية وتفكك النسق العائلي والأسري، كما أن العلاقات الإلكترونية زاحمت العلاقات والمجالس العائلية والأسرية، كيف لا وقد بات أمام الفرد خيارات إستخدام أكثر من هوية سواء أكانت افتراضية

أو حقيقية ليتبنى خلالها أسماء وألقاب وصورا مبتكرة أو مستعارة، ويمكنه تزييف معطياته الشخصية على غرار السن، والمهنة وغيرها. إذ سلط الضوء على فئة الطلبة الجامعيين.

تعتبر فئة الطلبة القلب النابض في المجتمع يستطيعون تبني أفكار جديدة أكثر من غيرهم، والتصدي لتحديات التغيير والتقدم ولهم القدرة الفائقة على التعلم والإبتكار، وتكوين علاقات حقيقية وأخرى إفتراضية عبر مواقع التواصل الإجتماعي، وتعتبر هذه الفئة ذات وزن وأهمية لا يستهان بها في المجتمع بإعتبارها الفئة الفاعلة والباحثة لتحقيق، والمسايرة لتطورات العصر.

وبناء على ما سبق ونظرا للإنتشار الواسع لهذه الشبكات جاءت لكي تبين بصورة ميدانية دوافع إستخدامها، مع تباين الإشاعات المحققة منها، ومدى مساهمتها في تشكيل الهوية الإفتراضية لدى الطلبة الجامعيين.

وذلك من خلال دراسة ميدانية على عينة من طلبة الإعلام والإتصال-جامعة جيجل- بإستخدام أداة الإستبيان. وبناء على ذلك نطرح التساؤل الرئيسي التالي:

« ما هو دور مواقع التواصل الإجتماعي في تشكيل الهوية الإفتراضية لدى الطلبة الجامعيين؟ ».

### تساؤلات الدراسة

- 1- ما هي عادات و أنماط إستخدام الطلبة الجامعيين للفايسبوك؟
- 2- هل تعد مواقع التواصل الإجتماعي وسيلة في تشكيل الهوية الإفتراضية لدى الطلبة الجامعيين؟
- 3- هل تسهم مواقع التواصل الإجتماعي بشكل عام و الفايسبوك بشكل خاص في تشكيل الهوية الافتراضية؟

### 1-2- فرضيات الدراسة

- 1- يستخدم الطلبة الجامعيين مواقع التواصل الإجتماعي بشكل مكثف.
- 2- تعد مواقع التواصل الإجتماعي وسيلة في تشكيل الهوية الإفتراضية لدى الطلبة الجامعيين.
- 3- تسهم مواقع التواصل الإجتماعي بشكل عام و الفايسبوك بشكل خاص في تشكيل الهوية الإفتراضية.

### 1-3- أهداف الدراسة

تسعى الدراسة إلى تحقيق هدف رئيسي يتمثل في التعرف على دور مواقع التواصل الاجتماعي الفايسبوك في تشكيل الهوية الافتراضية لدى الطلبة الجامعيين، ويندرج تحت هذا الهدف مجموعة من الأهداف الفرعية من أبرزها:

- معرفة عادات وأنماط استخدام الطلبة الجامعيين للفايسبوك.
- معرفة الدوافع والإشباع المحققة من استخدام الطلبة الجامعيين للفايسبوك في تكوين هوية افتراضية.
- التعرف على درجة التفاعل مع الفايسبوك وعلاقته بالهوية الافتراضية.
- الوصول إلى نتائج تتضمن كيفية استخدام المبحوثين للفايسبوك.

### 1-4- أهمية الدراسة

تتمثل أهمية الدراسة فيما يلي:

- الفايسبوك والهوية الافتراضية يعتبران موضوع الساعة.
- توفر رؤية علمية موضوعية للوقوف على دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الهوية الافتراضية لدى الطلبة الجامعيين.
- شيوع مواقع التواصل الاجتماعي في أوساط الطلبة التي أصبحت لا يستغنى عنها من طرف هذه الفئة.
- أهمية مسألة الهوية الافتراضية التي تمثل تحديا مطروحا في عصر العولمة.
- تعلق الطلبة الجامعيين بشبكات التواصل الاجتماعي إذ أصبحت بوابة من بوابات التفاعل والتواصل.

### 1-5- أسباب إختيار الدراسة

❖ أسباب ذاتية:

تعتبر عملية إختيار موضوع الدراسة هي أول خطوة يخطوها الباحث حيث يبرز الموضوع الذي أثار إهتمامه، وكظاهرة تحتاج للدراسة ومن السائد والمعروف بأن كل موضوع يختاره الباحث أي كان نوعه فهو لابد له من أسباب معينة تدفع الباحث للتوجه إليه ومن بين الأسباب التي دفعت إلى إختيار هذا الموضوع ما يلي:

- الرغبة والميل الشخصي لمثل هذه المواضيع.
  - الرغبة في إكتساب خبرات علمية لتطوير معارفنا حول موضوع الهوية الافتراضية.
  - الرغبة الذاتية في تناول موضوع الفايسبوك والهوية الافتراضية وتسليط الضوء عليه ويدخل ضمن إطار الإعلام الجديد.
  - صلة الموضوع بالتخصص العلمي.
- ❖ أسباب موضوعية:

- أهمية وقيمة الموضوع في حد ذاته وقابليته للدراسة.
- التزايد الهائل والمستمر لعدد مستخدمي الفايسبوك، وتعدد الحسابات التي نجد من بينها الهوية الافتراضية.
- الفضول والميل لمعرفة الكثير عن موضوعنا كونها يندرج ضمن الإطار العام للإهتماماتنا العلمية والبحثية.
- محاولة لإثراء المكتبة الجامعية بالبحوث العلمي.
- حداثة الموضوع و جدته.

### 1-6- تحديد مفاهيم الدراسات:

#### أولاً: تحديد مفهوم الدور "Rôle":

لغة: من الفعل دار يدور دوراً، أي تحرك بإتجاهات متعددة وهو في مكانه، وهو السلوك المتوقع من الفرد من الجماعة.

إصطلاحاً: نموذج يتركز حول بعض الحقوق و الواجبات و يرتبط بوضع محدد للمكانة داخل الجماعة أو موقف إجتماعي معين و يتحدد دور الشخص في رأي موقف عن طريق مجموعة من التوقعات يعتنقها الآخرون كم يعتنقها الشخص نفسه.(محمد عاطف غيث، 1995، ص 395)

يعتبر الدور من المفاهيم الأساسية في النظرية الإجتماعية فهو يحدد وظيفة التوقعات الإجتماعية المرتبطة بإمكانيات أو أوضاع إجتماعية معينة و يحلل تفاصيل تلك التوقعات. (إبراهيم مجدي عزيز، 2006، ص 44)

إجرائياً: هو الوظيفة أو الأداء الذي يقوم به شخص معين بإستخدام وسيلة من وسائل الإعلام في مجال معين لتحقيق أو الوصول إلى أهداف أو غايات معينة.



### ثانيا: تحديد مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي

عبارة عن مواقع أو تطبيقات تبدأ بإنشاء الشخص المستخدم حسابا على أحد مواقع التواصل الاجتماعي فايسبوك، تويتر....، ضمن نطاق شبكة الأنترنت العالمية «web» يتيح له بناء قاعدة بيانات شخصية ومنصة إنطلاق ووجود إلكتروني وشخصية افتراضية «Profile» لنشر البيانات والتعليقات والوثائق والرسائل والصور وأفلام الفيديو، ومن تم الإنطلاق لمرحلة التشبيك والتشارك مع الآخرين عن طريق إكتساب الأصدقاء وتكوين المجموعات أو الإنتساب إلى الشبكات السابقة من المشتركين والمستخدمين.(مركز الحرب الناعمة للدراسات، 2016، ص ص 25،26)

### إجرائيا :

يقصد بشبكات التواصل الاجتماعي في هذه الدراسة: الشبكات الإلكترونية المستخدمة من طرف الطلبة الجامعيين، وهي عبارة عن مجموعة من المواقع على شبكة الأنترنت تضم نظام إجتماعي إلكتروني يتفاعل فيها الأفراد في ما بينهم، من خلال تبادل الآراء والأفكار والنقاشات إتجاه قضايا مختلفة، من خلال واقع افتراضي بمائل الواقع الطبيعي يسمح للأفراد والمجموعات بإسماع صوتهم وصوت مجتمعاتهم إلى العالم.

### ثالثا: تحديد مفهوم الهوية الافتراضية:

#### 1- مفهوم الهوية "Identité":

لغة: مصدر رباعي مركب من ضمير الغائب «هو» المعرف بأداة التعريف «ال» ومن اللاحقة المتمثلة في الياء المشددة وعلامة التأنيث وهي تأتي بمعنى ذات الشيء و عند "الفراي" هوية الشيء عينه وشخصه وخصوصية وجوده المتفرد الذي لا يقع فيه إشراك. (بايوسف مسعودة، 2011، ص 470)

إصطلاحا: عرفها "الجرجاني" أنها: الحقيقة المطلقة المشتملة على الحقائق إشمال النواة على الشميرة، وقال أن الهوية تطلق معاني التشخيص والشخص نفسه والوجود الخارجي. (لامية بجاوي،مرتم شرقي، 2018، ص15)

إجرائيا: هي الخصوصية الذاتية والقيم الشخصية لشخص ما للتعبير عن فرديته وتميزه وعلاقته مع الآخرين.

رابعاً: مفهوم الهوية الافتراضية «Virtualidentity»:

حسب موسوعة الويب "Wekikipedia" تعرف الهوية الافتراضية بأنها الشخصية التي يتم إنشائها من طرف المستخدم الإنسان الذي يعمل كصلة وصل بين الشخص الطبيعي والشخص الظاهري للمستخدمين. (أسماء مرزوق، 2015، ص 28)

إجرائياً: هي كل الصفات والبيانات التي يستخدمها الأفراد لتقديم أنفسهم لآخرين في المجتمع الافتراضي.

خامساً: تحديد مفهوم الطالب الجامعي:

لغة: من الطلب والسعي وراء الشيء للحصول عليه. (<https://horofar.com>,20/03/2020)

إصطلاحاً: طلبة الجامعة هم الذكور والإناث الذين يتلقون تعليمهم في المرحلة الدراسية الجامعية والتي تأتي بعد المرحلة الإعدادية، حيث يمنح الطلبة بعد اجتيازهم لشهادة(البكالوريوس) ضمن تخصصه. (علي عبد الرحيم صالح، 2014، ص 214)

إجرائياً: إسم يطلق على أي شخص يتعلم في الكلية أو الجامعة ويطلب العلم وهو أحد العناصر الأساسية والفاعلة في العملية التربوية طيلة تكوينه في الجامعة للحصول على شهادة معترف بها لممارسة حياته العملية بها.

ثانياً: الإجراءات المنهجية للدراسة

2-1- منظور الدراسة: (الإستخدامات والإشباع):

1- مفهوم نظرية الإستخدامات والإشباع:

يطلق مفهوم هذه النظرية من خلال تعرض الجمهور للمنتج الإعلامي لإشباع رغبات كامنة معينة إستجابة لدوافع الحاجات الفردية. (بسام عبد الرحمن المشاقبة، 2014، ص 84)

2-نشأه نظرية الإستخدامات والإشباع:

ظهرت هذه النظرية لأول مرة بطريقة كاملة في كتاب "إستخدام وسائل الإتصال الجماهيري" من تأليف «كاتر وبلوملر»، (Elihu Katz and Blumber, Jay, 1974م)، ودار هذا الكتاب حول فكرة أساسية

مفادها تصور الوظائف التي تقوم بها وسائل الإعلام ومحتواها من جانب، ودوافع الفرد من التعرض إليها من جانب آخر.

ومن جهة نظرة "كاتز وبلوملر" فإن مدخل الإستخدام والإشباع يعني بمايلي:

- الأصول الإجتماعية والسيكولوجية .
- الإحتياجات التي يتولد عنها.
- توقعات.
- ومن وسائل الإعلام أو أي مصادر أخرى تؤدي إلى:
- أنماط مختلفة من التعرض لوسائل الإعلام ينتج عنها:
- إشباعات لإحتياجات .
- ونتائج أخرى في الغالب غير مقصودة. (مصطفى يوسف كافي، 2014، ص 214)

### 3- فرضيات نظرية الإستخدامات والإشباعات:

نشأت نظرية الإستخدامات والإشباعات في إطار نظريات التأثير المعتدل لوسائل الإعلام، و تعد هذه النظرية نقطة تحول هامة في مجال الإعلام نظرا لأنها نقلت مركز الإهتمام من الرسالة والقائم بالإتصال إلى الجمهور واطعة في الإعتبار أن الجمهور يستخدم وسائل الإعلام لتحقيق أغراض خاصة وهناك خمس(05)فرضيات أساسية تستند إليها نظرية الإستخدامات والإشباعات هي:

- 1-أن جمهور وسائل الإعلام مشاركون فاعلون في عملية الإتصال الجماهيري ويستخدمون وسائل الإتصال لتحقيق اهداف مقصودة تلبي توقعاتهم.
- 2- الربط بين الرغبة في إشباع حاجات معينة وإختيار وسيلة إعلام محددة يرجع إلى الجمهور نفسه وتحدده الفروق الفردية.
- 3- التأكيد على أن الجمهور هو الذي يختار الرسائل والمضمون الذي يشبع حاجاته فالأفراد هم الذين يستخدمون الوسائل وليس الوسائل هي التي تستخدمهم.

4- يبني الفرد إختياراته الإعلامية على أساس إهتماماته وإحتياجاته وقيمه وإتجاهاته الشخصية التي تتشكل في إطار علاقاته الإجتماعية.

5- الإستدلال على المعايير الثقافية السائدة من خلال إستخدامات الجمهور لوسائل الإتصال وليس من خلال محتوى الرسائل التي تقدمها وسائل الإتصال. (سعد سلمان المشهداني، فراس حمود العبيدي، 2020 ، ص 28)

#### 4- أهداف نظرية الإستخدامات والإشباع:

تسعى نظرية الإستخدامات والإشباع إلى تحقيق ثلاثة (03) أهداف رئيسية هي:

**الهدف الأول:** التعرف على كيفية إستخدام الأفراد لوسائل الإعلام، وذلك بالنظر إلى الجمهور النشط الذي يستخدم الوسيلة التي تشبع حاجاته وأهدافه.

**الهدف الثاني:** توضيح دوافع إستخدام وسيلة بعينها من وسائل الإعلام، والتفاعل مع نتيجة هذا الإستخدام.

**الهدف الثالث:** فهو التركيز على أن فهم الإتصال الجماهيري بأن نتيجة الإستخدام وسائل الإتصال الجماهيري. (مرجع سبق ذكره، ص ص215،216)

#### 5- الإنتقادات الموجهة لنظرية الإستخدامات والإشباع:

شن بعض الباحثين والمنظرين الإعلاميين هجوما على هذه النظرية ومنظريها من منطلق أو منطلقات مزعومة بقدرة النظرية بأن لها قدرة على إرادة الجمهور والرأي العام من باب أي الوسائل والمضامين التي يتم إختيارها، ومن أبرز الإنتقادات التي وجهت لنظرية الإستخدامات و الإشباع:

**أولا:** أنها تشابهت في إستخدام نفس المنهج الذي يعتمد على الأسئلة المفتوحة (Openended=way) حول الإشباع التي تقدمها وسائل الإعلام.

**ثانيا:** إشتكت في إستخدام النهج الكيفي في محاولتها لجمع بيانات الإشباع من الجمهور في فئات مصنفة يتأجل توزيعها تكراريا وتدرجيا تبعا لكثافتها.

**ثالثا:** لتحاول هذه الدراسات أن تكتشف الروابط بين الإشباع التي يتم إقرارها وبين الأصول الاجتماعية والنفسية للحاجات التي تم إشباعها.

**رابعا:** فشلت هذه الدراسة في بحث العلاقات المتداخلة في ما بين الوظائف المتنوعة التي تقدمها وسائل الإعلام أيضا كمييا أو مفاهيميا.

خامسا: إن هذه الدراسات لم تعط صورة مفصلة وأكثر تصاعديا لإشباعات وسائل الإعلام ولا تؤدي إلى صيغة نهائية لتعميمات نظرية.

لكنها هذه النظريات واجهت مجموعة من القيود المنهجية مثل عدم قدرة الباحثين على إقرار الإشباعات الصحيحة التي يحققها مستخدموا وسائل الإعلام من خبراتهم الإتصالية بالإضافة إلى عدم القدرة على إقرار الإشباعات التي تم الحصول عليها. (مرجع سابق ذكره، ص ص 85،86)

### تطبيق نظرية الإستخدامات و الإشباعات على منظور الدراسة:

ترتبط الدراسة الحالية مع نظرية الإستخدامات والإشباعات إرتباطا مباشرا حيث أن هذه الدراسة تسلط الضوء على إستخدامات الطلبة الجامعيين لمواقع التواصل الإجتماعي التي تعد من أهم المنابر التي يتوجه لها الطلبة حيث ترتبط عملية الإستخدامات والإشباعات إرتباطا وثيقا في قياس الدور الذي تحدته مواقع التواصل الإجتماعي في زيادة وعي الطلبة، وما يهمنا هو كيفية وطريقة تشكيل الهوية الإفتراضية لدى الطلبة الجامعيين في هذه المواقع، وماهي حاجات ودوافع هذا الإستخدام وماهي أهم الإشباعات المحققة خاصة وأن هذه النظرية تفترض أن جمهور وسائل الإعلام يتميز بتفاعلهم مع بيئته الإجتماعية ومن خلال هذا التفاعل تفرز لدى الطلبة حاجات تساعد الوسيلة في إشباع نسبة منها.

وقد طبقنا نظرية الإستخدامات والإشباعات في هذه الدراسة للتعرف على دور مواقع التواصل الإجتماعي في تشكيل الهوية الإفتراضية من قبل الطلبة المستخدمين لمواقع التواصل الإجتماعي ومدى نشاط الطلبة في إستخدامهم لهذه المواقع حيث أن الطلبة لديهم تفضيلات معينة ترتبط وتحدد دائما نوع المحتوى الذي يريد التعرض له، كما طبقنا هذه النظرية في التعرف على دوافع إستخدام الطلبة الجامعيين لمواقع التواصل الإجتماعي في ضوء وظيفة هذه الوسيلة الجديدة و الإشباعات المحققة من إستخدامها.

## 2-2- منهج الدراسة:

إن البحث العلمي لا يمكن أن يقوم بدون منهج واضح يساعد على دراسة وتشخيص مشكلة موضوع البحث، لمعرفة جوانبها وتحليل أبعادها ومسبباتها والكشف عن حركة تأثيراتها المتبادلة مع الظواهر المحيطة بها، كل هذا بهدف التوصل لحلول ونتائج محددة يمكن تطبيقها وتعميقها.

يعرف **المنهج** على أنه: الطريقة التي يتبعها الباحث في دراسته للمشكلة لإكتشاف الحقيقة، والإجابة على الأسئلة والإستفسارات التي يثيرها موضوع البحث، وهو البرنامج الذي يحدد لنا السبيل للوصول إلى تلك الحقائق وطرق إكتشافها، والعلم الذي يبحث في هذه الطرق هو علم مناهج البحث ويعتبر «أوغست كونث» أول من إستخدم كلمة " **Methodology** ". (محمد شفيق، 2008، ص 85)

وعرفه «هويتني» بأنه: دراسة الحقائق الراهنة المتعلقة بطبيعة الظاهرة أو موقف ما أو مجموعة من الناس أو مجموعة من الأحداث أو مجموعة من الأوضاع، ووصفه «سيلكتز» وزملاءه بأنه: يعني بوصف سمات المحلية وتحديد مختلف خصائصها من حيث السن والديانة والحالة الصحية والعقلية ونسبة التعليم.(حسن عبد الحميد رشوان، 2003، ص 65)

وفي دراستنا التي تتمحور حول «دور مواقع التواصل الإجتماعي في تشكيل الهوية الافتراضية لدى الطلبة الجامعيين» والتي تندرج ضمن الدراسات أو البحوث الوصفية التي تهدف إلى إكتشاف الواقع ووصف الظواهر وصفا دقيقا وتحديد خصائصها تحديدا كينيا وكما، فهي لا تقتصر على مجرد جمع المعلومات والبيانات والحقاق بل ويتعدى لتفسيرها وتحليلها وإستخلاص النتائج.

وتبعا لطبيعة موضوع دراستنا نرى بأن المنهج المناسب لهذه الدراسة هو: **المنهج الوصفي التحليلي**.

ويعرف المنهج الوصفي هو المنهج الذي يقوم على دراسة ظاهرة المشكلة كما هي في الواقع ووصف وضعها الراهن، كما يهتم بالتعرف على المشكلة عن طريق وصف ظواهرها وخصائصها وطبيعتها ومعرفة أسبابها وسبل التحكم فيها معتمدا على تجميع بيانات وتحليلها وبالتالي إستخلاص النتائج لغرض معالجة المشكلة ثم تعميم النتائج. (محمد عوض العايدي، 2005، ص 69، 70)

ويعرف المنهج الوصفي التحليلي: وصف دقيق وتفصيلي للظاهرة أو موضوع محدد على صورة نوعية أو كمية رقمية فالتعبير الكيفي يصف الظاهرة ويوضح خصائصها. (نضيرة جعريط، أمينة بوكيحل، 2019، ص 44)

وقد قمنا بإختيار المنهج الوصفي التحليلي في دراستنا هذه، لأن هذا المنهج يخدم موضوعنا ويساعدنا على وصفه وتحليله، ومعرفة دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الهوية الافتراضية لدى الشباب الجامعيين، وذلك بتبصر أعمق لهذه الحقائق وطبيعة العلاقات القائمة بين المتغيرات، مدعمين ذلك بإحصائيات مكتملة من أجل الزيادة في الدقة ونسب صدق المعلومات المتوصل لها في الدراسة.

### 2-3- أدوات الدراسة:

يتوقف إختيار الباحث لأدوات جمع البيانات على عوامل كثيرة منها ما هو متعلق بالمشكلة ونوع المعلومات المراد جمعها. وقد إعتدنا في دراستنا على إستمارة الإستبيان كأداة أساسية لجمع المعلومات والبيانات الميدانية عن الظاهرة موضوع الدراسة بإعتبارها الأداة المناسبة.

وتعرف "إستمارة الإستبيان" بأنها وسيلة يحاول بها الباحث الوصول إلى نتائج بحثه وليس غاية بذاته فكلما كان إختيار هذه الوسيلة ملائما لطبيعة البحث ومشكلته وأهدافه وكانت نتائج البحث متسمة بالموضوعية والدقة إذا أحسن إستخدامه بشكل علمي ومنطقي. (حسين محمد جواد الجيوري، 2013، 147)

تعرف أيضا بأنها: مصطلح يمكن أن يطلق على أي نوع من الأدوات التي تحتوي على أسئلة أو فقرات يستجيب لها الفرد ويحتوي على فقرات تتكون عادة ذات خيارات ثابتة. (محمد عبد العال وآخرون، 2014، ص176)

ويعتبر الإستبيان أكثر الأدوات إستعمالا وينظر له أغلب الناس بأنه وسيلة بسيطة وسريعة لجمع البيانات. (موفق الحمداني، وآخرون، 2006، ص ص 236، 237)

وقد قمنا بعرض الإستمارة على مجموعة من الأساتذة المحكمين لتحكيمها وتقويمها وهم:

الأستاذ/ (ة): إيدير شيباني.

الأستاذ/ (ة): بودراع حضرية.

الأستاذ/ (ة): بحري عثمان.

وقد كانت الغاية من إستخدام أداة الإستبيان هو معرفة دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الهوية الافتراضية لدى الطلبة الجامعيين، من خلال الإستمارة قسمت إلى أربعة محاور:

**المحور الأول:** يتعلق بالبيانات الشخصية وهي خاصة بالمبحوثين وتشمل: الجنس - السن - المستوى التعليمي - الحالة الاجتماعية - مكان الإقامة - الدخل الفردي.

**المحور الثاني:** يتعلق بعادات وأنماط استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، ويتضمن 10 أسئلة.

**المحور الثالث:** ويتعلق بدوافع استخدام الطلبة الجامعيين للهوية الافتراضية، ويتضمن 14 سؤالاً.

**المحور الرابع:** ويمثل جوهر موضوع الدراسة، ويتعلق بمساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الهوية الافتراضية لدى الطلبة الجامعيين، ويتضمن (07) أسئلة.

## 2-4- مجتمع البحث وعينة الدراسة:

**أولاً:** مجتمع الدراسة:

لكل دراسة علمية مجتمع أصلي تدور حوله، وغالبا ما يتعرض الباحثين لصعوبة الوصول إلى جميع أفرادها مما يجعل الدراسة أمر صعب وذلك لما تتطلبه من جهد ووقت ومال ولا يمكن للباحث الشروع في إنجازها قبل معرفة مجتمعها وعليه قبل تحديد عينة دراستنا أو مفرداتها يجب التعرف بداية على المجتمع الذي يعرف: بأنه جميع المفردات التي تكون في إطار البحث المراد دراسته، فهو جميع الأشخاص أو الأشخاص المكونة للدراسة (أحمد عارف العساف، 2011، ص 127، 128)

ولصعوبة الوصول إلى هذا المجتمع المستهدف لضخامته ثم التركيز على المجتمع المتاح أو الممكن الوصول إليه والإقتراب منه لجمع البيانات الذي يعتبر عادة جزءا ممثلا للمجتمع المستهدف ويلبي حاجات الدراسة وأهدافها وتختار منه عينة البحث.

وبالتالي فالمجتمع المستهدف لدراستنا هذه يتمثل في طلبة " قسم الإعلام والاتصال " بجامعة محمد الصديق بن يحيى -جيجل- والذي يبلغ عددهم 988 طالب وإختيرت منهم العينة التي يبلغ عددها 98 مفردة.

**ثانيا:** عينة الدراسة:



تعتبر العينة من أهم الإجراءات المنهجية المعتمدة في معظم البحوث الاجتماعية والإنسانية والدراسات المسحية التي يستعين بها الباحث عند مقابلته أو دراسته لمجتمع يضم عدد كبير من المفردات. وتعرف على أنها: عبارة عن شريحة من المجتمع الأصلي يقوم الباحث بجمع البيانات والمعلومات عنها وتحليلها. ويراعي عند إختيارها أن تحمل خصائص وصفات هذا المجتمع وتمثله بشكل كامل ودقيق، حيث يستوقف على هذا الإختيار كل النتائج التي يتوصل إليها الباحث. وبقدر تمثيل العينة للمجتمع تكون نتائجها سليمة وصادقة بالنسبة له. (مرجع سابق، 2005، ص 160)

وتعرف أيضا بأنها عبارة عن مجموعة جزئية من مجتمع البحث ليتم إختيارها بطريقة معينة وإجراء الدراسة عليها ومن تم إستخدام تلك النتائج وتعميمها على كامل مجتمع الدراسة الأصلي. (محمد عبيدات وآخرون، 1998، ص 74)

ونظرا لتجانس وحدات مجتمع الدراسة وضمان التمثيل السليم لهذا المجتمع، وبما أن مفردات عينة دراستنا متكونة من طلبة قسم "علم الإعلام والاتصال"، فقد وقع إختيارنا على "العينة القصدية العمدية"، حيث يكون الإختيار في هذا النوع من العينات على أساس حر لاجمال فيها للصدفة من قبل الباحث، وهذا لإدراكه المسبق بتعامل كافة شرائح العينة مع مواقع التواصل الإجتماعي، وبالتالي لا يجد صعوبة في سحب مفرداتها بطريقة مباشرة.

وتعرف العينة القصدية بهذا الإسم نظرا لأن الباحث يقوم بإختيارها طبقا للغرض الذي يستهدف تحقيقه من خلال البحث، ويتم إختيارها على أساس توفر صفات محددة في مفردات العينة تكون هي الصفات التي تتصف بها مفردات المجتمع محل البحث. (السعدى الغول السعدى، د.س، ص 9)

يعود سبب إعتقادنا على "العينة القصدية" في هذه الدراسة لتناسبها مع طبيعة الموضوع وضخامة المجتمع المدرس المتمثل في الطلبة الجامعيين، وعدم القدرة على مسحه مسحا شاملا لضيق الوقت المتاح لإجراء هذه الدراسة، ويعود سبب إختيارنا طلبة قسم الإعلام والاتصال بجامعة جيجل، لقرب الموضوع من مجال تخصصهم وإدراكهم لمعنى الإعلام الجديد ووسائظه وإهتمامهم بهذا النوع من المواضيع، لذلك فهم أحسن من إستطيع تمثيل المجتمع الأصلي تمثيلا صحيحا يقودنا للنتائج النهائية للبحث.

بما أن مجتمع بحثنا المتمثل في طلبة الإعلام والاتصال بجامعة جيجل يتكون من 988 مفردة، فإنه يصعب علينا حصر كل مفرداته، لذلك قمنا بإختيار نسبة 10% من مجتمع الدراسة، قد توصلنا إلى النتائج التالية:

• طريقة توزيع العينة على السنوات:

988 طالب بقسم الإعلام والاتصال:

$$10\% = 99 \text{ طالب.}$$

➤ ليسانس إعلام واتصال سنة ثانية = 330 طالب.

$$330 \times 99 \div 988 = 33 \text{ طالب.}$$

➤ ليسانس إعلام سنة ثالثة = 288 طالب.

$$288 \times 99 \div 988 = 29 \text{ طالب.}$$

➤ ماستر 1 صحافة:

$$118 \times 99 \div 988 = 12 \text{ طالب.}$$

➤ ماستر 1 سمعي بصري = 122 طالب.

$$122 \times 99 \div 988 = 12 \text{ طالب.}$$

➤ ماستر 2 صحافة = 59 طالب.

$$59 \times 99 \div 988 = 59 \text{ طالب.}$$

➤ ماستر 2 سمعي بصري = 69 طالب.

$$69 \times 99 \div 988 = 7 \text{ طلبة.}$$

وقد قمنا بتوزيع إستمارة البحث على عينة الدراسة بطريقة قصدية حيث راعينا الفروق بين الذكور والإناث في توزيع الإستمارة، فبما أن عدد الإناث أكثر من الذكور فقد كانت حصة الإناث من إستمارة البحث أكثر من حصة الذكور، وهذا كما قلنا بما أن مجتمع الدراسة يغلب عليه فئة الإناث.

## 2-5- حدود الدراسة:

إن تحديد مجالات الدراسة تعد من أهم الخطوات المنهجية في البحوث العلمية، ونجد أن أغلب الباحثين والمختصين في مناهج البحث الإجتماعي على أن لكل دراسة ثلاثة مجالات: **المجال المكاني والمجال الزمني والمجال البشري.**

- **المجال المكاني:** ويقصد به الحيز المكاني الذي أجريت فيه الدراسة، وبالنسبة لدراستنا فقد أجريت في الجامعة المتواجدة بمنطقة تاسوست بغرض الحصول على المراجع والمعلومات الضرورية لإنجاز الجانب المنهجي

## الفصل الأول.....تحديد موضوع الدراسة ومنهجيتها

والنظري للدراسة، أما بالنسبة للجانب الميداني فقد أجريت الدراسة على مجموعة من الطلبة الجامعيين بولاية جيجل.

- **المجال البشري:** ويقصد به في هذه الدراسة الشباب الذين يتم إجراء الدراسة عليهم، وهم "طلبة قسم الإعلام والاتصال" الذين يستخدمون الهوية الافتراضية في مواقع التواصل الاجتماعي بمدينة جيجل، والتي يقدر مجموعها ب 988 طالب.

- **المجال الزمني:** ويقصد به الزمن الذي يستغرقه الباحث للقيام بالدراسة، وقد أجزت هذه الدراسة خلال الموسم الجامعي 2021/2020، حيث إمتدت من شهر "جانفي 2020 إلى غاية جويلية 2021" وجاء تقسيم المجال الزمني وفقا لما إستغرقته كل مرحلة من مراحل البحث كالآتي:

➤ **المرحلة الأولى:** بدأت من شهر جانفي إلى غاية بداية شهر فيفري، حيث تم في هذه المرحلة ضبط عنوان الدراسة، وتحديد الإطار المنهجي للدراسة من إشكالية وفرضيات وغيرها.

➤ **المرحلة الثانية:** بدأت من "مارس إلى غاية أواخر شهر أفريل" وتم فيها وضع خطة البحث وجمع المراجع والمعلومات التي تخدم موضوع الدراسة، وتدوين المعلومات التي تضمنتها خطه البحث.

➤ **المرحلة الثالثة:** بدأت من "شهر ماي إلى غاية بداية شهر جويلية" وتم في هذه المرحلة تصميم إستمارة الإستبيان وعرضها على الأستاذة المشرفة والأساتذة المحكمين، ليتم ضبط أسئلتها، وتوزيعها على عينة الدراسة، إلى جانب تحليل البيانات والمعلومات المتحصل عليها وضبط المذكرة في شكلها النهائي.

### 2-6- الدراسات السابقة:

تعتبر الدراسات السابقة حجر أساس البحث العلمي الذي لا ينطلق من العدم، وإنما هو تكملة لبحوث سابقة، وعليه بعد عملية البحث البيلوغرافي تم التوصل إلى جملة من الدراسات العربية التي تخدم موضوعنا في عدد من النقاط والإجراءات المنهجية حيث سيتم عرضها حسب أسبقيتها التاريخية مرتبين إياها حسب اللغة المستخدمة.

الدراسة الأولى: الموسومة "بدوافع إستخدام الهوية الافتراضية في الشبكات الإجتماعية وأثرها على الفرد" مذكرة لنيل شهادة الماجستير في الإعلام والاتصال، من إعداد الباحثة: "ريحانة بلوطي"، جامعة الحاج لخضر باتنة كلية العلوم الإنسانية والإجتماعية، سنة 2014-2015 م.

هدفت هذه الدراسة إلى البحث في الهوية الافتراضية التي نتجت عن إنتقال الفرد الحالي من العيش في العالم الحقيقي وبالتحديد في المجتمع الحقيقي والانخراط ضمن المجتمع الرقمي الذي يتم فيه التعامل على أساس إفتراضي فخلقت لديه هوية إفتراضية توازي الهوية الحقيقية من خلال تواجده في العالم الإفتراضي.

وتمحورت مشكلة الدراسة حول الدوافع وراء إستخدام الهوية الإفتراضية بدلا من الهوية الحقيقية في التواصل مع الآخرين عبر شبكات التواصل الإجتماعي وما هي الآثار التي تركتها على الفرد.

وقد طرحت الباحثة تساؤل رئيسي تمثل في:

- ما هي دوافع إستخدام الهوية الإفتراضية على الشبكات الإجتماعية؟ وما أثرها على الفرد؟

● ويتفرع هذا التساؤل إلى تساؤلات فرعية:

- ما المقصود بالهوية الإفتراضية؟

- ما هي أنماط وطرق إستخدام الهوية الإفتراضية في الشبكات الإجتماعية تحديدا جمهور الفيسبوك؟

- ما هي دوافع إستخدام الهوية الإفتراضية في الشبكات الإجتماعية؟

وتكمن أهمية الدراسة في أنها: من الدراسات التي تعني بالتعرف على القائم بالإتصال ليس نمط القائم بالإتصال المعروف في الطريقة الكلاسيكية وخصائصه وسماته والسياسولوجية المألوفة وإنما هو ينتسب إليها ويتفاعل معها ويتأثر بها إفتراضيا.

بالإضافة إلى ذلك فإن هذه الدراسة تأتي في وقت يعرف فيه الإعلام الجديد رواجاً كبيراً وصدى واسعاً بين أفراد المجتمع خاصة إعلام المدونات والشبكات الإجتماعية التي غدت جزءاً لا يتجزأ من حياة العديد من الأفراد في المجتمع الحقيقي إذ لا يمكن الإستغناء عنها أو العيش بمعزل عن رفقاءه فيها، وبالتالي فإنها تحاول إبراز الدوافع التي تجعل الفرد يتقمص هوية إفتراضية في الشبكات الإجتماعية والإشباع المحققة من وراء ذلك ومدى إنعكاسها وتأثيرها على الفرد.

إعتمدت الباحثة على المنهج الوصفي، وتمثلت عينة بحثها في مستخدمي الفيسبوك وبالتحديد الذين يستخدمون الهوية الإفتراضية أو هوية غير هويتهم الحقيقية، وإندرجت نوع العينة في المعاينات الإحتمالية والتي تمثلت في العينة العشوائية البسيطة، وتمثلت حجم عينتها في 200 مفردة.

● توصلت الباحثة إلى جملة من النتائج مفادها:

- إمتلاك أفراد العينة للفايسبوك.
- مدى إمتلاك المبحوثين للإنترنت.
- عدد الحسابات التي يملكها المبحوثون على الفاييسبوك.
- عادات تصفح الفاييسبوك .
- الوسائل التكنولوجية المستخدمة لتصفح الفاييسبوك.
- نوعيه المواضيع التي تستهوي المبحوثين.
- الفترات الزمنية والأماكن المفضلة للتصفح.
- التطبيقات المفضلة لدى المبحوثين.
- عدد أصدقاء كل مبحوث على الفاييسبوك ونوعها ومعيار إختيارهم.

#### ● المجال البشري:

يشمل مستخدمين الفاييسبوك من الجنسين الذكور والإناث ومن مستويات تعليمية متباينة ومن كافة شرائح المجتمع من طلبة ثانويين و جامعيين وكذا عمال في مختلف القطاعات.

#### ● المجال المكاني:

إستهدفت الباحثة في رسالتها أربع (04) محاور في الجزائر:

الشرق : سطيف.

الغرب: مستغانم.

الشمال: العاصمة.

الجنوب: ورقلة.

#### ● المجال الزمني:

إمتدت من شهري سبتمبر 2014 إلى غاية جانفي 2015.

#### الإستفادة من الدراسة:

يمكن القول أنه تم الإستفادة من هذه الدراسة في تحديد الخلفية النظرية للدراسة الحالية، كما أنها ساهمت في بناء إستمارة إستبيان، كما تشترك في المتغير التابع المتمثل في شبكات التواصل الإجتماعي والمتغير المستقل المتمثل في الهوية الإفتراضية، إلى جانب التشابه في أداة جمع البيانات ألا وهي الإستبيان، وتختلف هذه الدراسة مع العينة حيث طبقت الدراسة الحالية على مستخدمي شبكة التواصل الإجتماعي الفاييسبوك بينما هذه

الدراسة فقد طبقت على طلبة الإعلام والاتصال، إضافة في إختلافها في المنهج المتبع في الدراسة الحالية إتمدت على المنهج الوصفي عكس هذه الدراسة إتمدت على المنهج الوصفي التحليلي، وإختلفت في نوع الدراسة إذ طبقت في الدراسة الحالية دراسة وصفية عكس هذه الدراسة طبقت دراسة ميدانية.

**الدراسة الثانية:** الموسومة ب: «الشباب الجزائري والهوية الافتراضية» أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه (ل.م.د) في الإعلام والاتصال تخصص تكنولوجيا وسائل الإعلام والمجتمع، من إعداد الباحثة «كسيرة أسمهان»، جامعة عبد الحميد بن باديس - مستغانم - قسم العلوم الإنسانية، سنة 2017-2018 م.

تهدف هذه الدراسة إلى البحث السوسولوجية التي تشكل التفاعل بين الذات والمجتمع، والذات بعد الحداثة غير ثابتة إذ تشكل الهويات المتعددة الجوانب والأوجه والقوالب متعددة للذات الإنسانية واحدة بأوجه متعددة بتعدد السياقات الدلالية الاجتماعية والنفسية التي يحياها الفرد ويتردد عليها عبر مواقع التواصل الاجتماعي الفايسبوك.

وتمحورت مشكله الدراسة حول الكشف عن إنتاج وتشكيل هذه الهوية لدى الشباب الجزائري عبر مواقع التواصل الاجتماعي الفايسبوك.

وقد طرحت الباحثة تساءل رئيسي مفاده:

- ما خلفيات تبني الشباب الجزائري لهوية رمزية إفتراضية ضمن فضاء- الفايسبوك- ؟  
وتفرع هذا التساؤل إلى تساؤلات فرعية:

- عن ماهية سمات وخصائص إشباعات الهوية الإفتراضية ضمن فضاء الفايسبوك؟

- ما العوامل والخلفيات الكامنة وراء تبني الشباب الجزائري لهوية إفتراضية؟

- كيف ينظر مستخدمو الفايسبوك إلى ذواتهم في خضم مجتمع إفتراضي يسمح بالتخفي خلف ستار هوية رمزية؟

- أيمكن لنا أن نعتبر تخفي المستخدم خلف هوية إفتراضية مجانا لكشف حقيقة هويته؟

وتكمن أهمية الدراسة في الإشارة إلى التغيرات الحاصلة في المجتمع ومدى تأثير هذه التغيرات على مستوى هوية الشباب، وهذا ما يدعو إلى فهم مواصفات العالم الإفتراضي الذي يفرض هامشا من الحرية، إذ يلج فيه الشباب إلى عالم الواقع بمنظار جديد يشبه فيه ذاتيته، والبحث في مختلف المعايير والخلفيات التي يتخذها الشباب الجزائري في تحديده للهوية الافتراضية.

إعتمدت الباحثة في دراستها على المنهج الوصفي التحليلي، وتمثلت عينة دراستها في مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك من فئة الشباب وإندرجت نوع العينة في عينة غير احتمالية قصدية، والتي تمثلت حجم عيناتها في 150 مفردة.

توصلت الباحثة الى جملة من النتائج مفادها :

- أغلب المستخدمين اشتركوا في مواقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك منذ أكثر من خمسة سنوات.
- يفضل المستخدمون إظهار أسمائهم الحقيقية ضمن حساباتهم في مواقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك أكثرها الذكور عكس ما هو عليه الحال عند الإناث.
- يفضل بعض المستخدمين بين التصريح بجنسهم الحقيقي على حساباتهم الشخصية في مواقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك.
- إختيار شخصي يكفل لهم الحرية وعدم التصريح بوظيفتهم الحقيقية .
- أغلب مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي في عمومها لا يستخدمون صورا حقيقية.
- عادة ما يقوم المستخدمون ممن لديهم مستوى ثانوي بالتواصل بلغة تحمل مزيج بين اللغة الدارجة، العربية، الفرنسية أحيانا.
- أعلى نسبة من المبحوثين لا يملكون سوى حساب واحد على موقع الفيسبوك.
- المجال البشري : الشباب الجزائري المستخدم لمواقع التواصل الاجتماعي "الفيسبوك".
- المجال المكاني: تم حصره من قبل الباحثة بين الشرق، وسط، غرب ولاية الجزائر: ( الجزائر العاصمة، عنابة، سطيف، مستغانم، وهران، معسكر).
- المجال الزمني: إبتداء من تاريخ : 2017/09/10 إلى غاية 2018/01/27 .

### الإستفادة من الدراسة:

ما يمكن قوله أن هذه الدراسة كانت عوننا لنا في الجانب النظري كما سعادتنا في تحديد منهج الدراسة، وتتفق هذه الدراسة مع الدراسة الحالية في المتغير التابع والمتمثل في الهوية الافتراضية، بينما تختلف هذه الدراسة مع الدراسة الحالية في المجال البشري إذ تمثلت عينة دراستها في الشباب الجزائري المستخدم لمواقع التواصل الاجتماعي «الفيسبوك»، بينما الدراسة الحالية تمثلت عينة الدراسة في طلبة الإعلام والإنصال بجامعة جيجل، إضافة إلى

إختلافها في المجال المكاني، إذ تم حصره من قبل الباحثة في ستة (06) محاور في (الجزائر العاصمة)، سطيف، عنابة، مستغانم، وهران، معسكر، بينما في الدراسة الحالية تمثل مجالها المكاني في جامعة جيجل.

**الدراسة الثالثة:** جاءت تحت عنوان: «الهوية الافتراضية، الخصائص والأبعاد»، دراسة إستكشافية على عينة من المشتركين في المجتمعات الافتراضية، من إعداد الباحثة "بايوسف مسعودة"، نشرت في مجلة العلوم الإنسانية والإجتماعية، جامعة قصدي مرباح ورقلة عدد خاص في الملتقى الدولي الأول حول الهويات والمجالات الإجتماعية، في ظل التحولات السوسيوثقافية في المجتمع الجزائري.

هدفت الباحثة من خلال هذه الدراسة للتعريف والتعرف على المجتمع الافتراضي والكشف عن ملامح الهوية الافتراضية وأبعاد التفاعل الرقمي.

وتمحورت هذه الدراسة في محاولة الكشف عن علاقة الهوية الافتراضية بالهوية الحقيقية وعن تفاعل الأفراد في الفضاء الافتراضي وإنعكاس ذلك على الحياة الواقعية.

وقد طرحت الباحثة تساءل رئيسي مفاده في:

- البحث في إشكالية علاقة الهوية الافتراضية بالهوية الحقيقية وكيف يتعامل الأفراد داخل المجتمع الافتراضي وأبعاد هذا التفاعل على الحياة الواقعية؟

إنبثقت عن هذه الإشكالية تساؤلات فرعية:

- ما هي خصائص المجتمعات الافتراضية التي يسعى الأفراد إلى الإنتماء إليها؟

- ما هي دوافع الأفراد للإنخراط في المجتمعات الافتراضية؟

- هل تعتبر الهوية الافتراضية إنعكاسا للهوية الحقيقية لأفراد أم إنفصال عنها؟

- هل تسعى الهوية الافتراضية إلى الإنسلاخ عن قيم المجتمع ومعايير أم تراعيها داخل المجتمع الافتراضي؟

- كيف ينظر الأفراد لهويتهم الافتراضية وتفاعلهم في المجتمع الرقمي؟

إعتمدت الباحثة على المنهج الوصفي من خلال دراستها الإستطلاعية التي إعتبرتها دراسة لم يتناولها باحث من قبل ولا تتوفر عنها معلومات أو بيانات يجهل الباحث الكثير من جوانبها وإبعادها، وإستهدفت الباحثة عينة من المستخدمين بغية إستطلاع الظاهرة معتمدة في ذلك على تصميم إستبيان رقمي ونشره عبر عدد من مواقع الويب.

توصلت الباحثة إلى جملة من النتائج مفادها:



- يفضل الأفراد المبحوثين الانضمام إلى أكثر من مجتمع إفتراضي كما أنهم يفضلون المجتمعات الإفتراضية ذات البعدين العربي والعالمي وذات الطابعين الثقافى والعام، وهو ما يعكس سعي أفراد العينة للإنتفاع على المجتمعات الإنسانية الأخرى خارج الإطار المحلى أو الوطنى مع تمسكهم بالهوية العربية، كما يسعون للإختراط فى المجتمعات الإفتراضية ذات هوية محددة تنعكس فى الشعارات المشتركة بين الأعضاء.

- إن الانضمام إلى المجتمعات الإفتراضية كان بدافع الحوار وتبادل الآراء بالدرجة الأولى، مما يؤكد سعي الأفراد إلى إثبات الذات ونشر الأفكار، كما أنه تحكمه الرغبة ووجود الراحة والتقبل والإنسجام مع قيم الفرد وأفكاره. -تمثل الهوية الإفتراضية عند غالبية الأفراد إنعكاسا لهويتهم الحقيقية وهو ما يفسر تصريحهم ببياناتهم الحقيقية حول السن والجنس والمواصفات ووضع صورهم الحقيقية.

-هناك عوامل تزيد من فعالية الأفراد داخل المجتمعات الإفتراضية وتزيد من تمسكهم بها، كما تعمل على إثبات هوية الأفراد وإظهار قدراتهم منها تقلدهم منصب فى هذه المجتمعات وحصولهم على تقرير أو وسام إعتراقاتهم.

- يرى الغالبية أنهم عن طريق الهوية الإفتراضية يكونون أكثر تفاعلا ونشاطا ومشاركة وأحسن تصرفا فى المجتمع الإفتراضي عنه فى المجتمع الحقيقى، وذلك لخصائص المجتمع الإفتراضي الذى يتركز على التواصل الفكرى وليس على المظهر والإنتطاعات الأولى مثل ما هو موجود فى المجتمع الواقعى.

• المجال البشرى: المشتركين فى المجتمعات الإفتراضية.

• المجال المكاني: جامعة قصدي مرياح ورقلة.

• المجال الزماني: فيفري 2011.

### الإستفادة من الدراسة:

ما يمكن قوله عن هذه الدراسة أنها كانت عوناً فى إثراء الجانب النظرى على إعتبار أنها تتشابه إلى حد بعيد مع موضوع دراستنا، كما تتشابه هذه الدراسة مع دراستنا فى المتغير التابع المتمثل فى الهوية الإفتراضية، وقد إختلفت هذه الدراسة مع دراستنا فى عينة الدراسة حيث كانت الدراسة الحالية المتمثلة فى المشتركين فى المجتمعات الإفتراضية عكس دراساتنا التى تمثلت عينتنا فى طلبة الإعلام والإتصال جامعة جيجل، إضافة فقد إختلفت فى المنهج المعتمد فى الدراسة الحالية، وإعتمدت الباحثة فى دراستها على المنهج الوصفى بينما هذه الدراسة إعتمدت على المنهج الوصفى التحليلى.

الدراسة الرابعة: الموسومة بـ "إستخدامات الفايسبوك والهوية الافتراضية لدى الطلبة الجامعيين"  
أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه العلوم في علم الاجتماع التربية، من إعداد الباحث: "بدر الدين بن بلعباس"، جامعة محمد خيضر بسكرة، قسم العلوم الإجتماعية سنة 2018/2019 .

هدفت هذه الدراسة إلى البحث في إستخدام الفايسبوك والهوية الافتراضية التي كانت إلى وقت قريب غير مطروحة على المجتمعات خصوصا عند الطلبة الجامعيين، وتمحورت مشكلة الدراسة حول إستخدامات الفايسبوك والهوية الافتراضية لدى الطلبة الجامعيين.

حيث طرح الباحث فرض رئيسي مفاده: للإستخدام الفايسبوك علاقة بتشكيل الهوية الافتراضية لدى الطلبة الجامعيين، وبناء على هذا الفرض العام رفق الباحث الموضوع بالفرضيات الفرعية الآتية:

- توجد علاقة بين جماعة الرفاق/ الجماعة الافتراضية وبين تشكيل الهوية الافتراضية لدى الطلبة الجامعيين داخل الفايسبوك.

-توجد علاقة بين المضامين السوسيوثقافية وبين تشكيل الهوية الافتراضية لدى الطلبة الجامعيين داخل الفايسبوك.

-توجد علاقته بين المحيط الأسري/ الحاضنة الإجتماعية وبين التشكيل الهوية الافتراضية لدى الطلبة الجامعيين داخل الفايسبوك.

- توجد علاقة بين القيم الإجتماعية وبين تشكيل الهوية الافتراضية لدى الطلبة الجزائريين داخل الفايسبوك. وتكمن أهمية الدراسة في كونها محاولة للإجابة على الرهانات التالية:

- التأثير الكبير الذي بات يلعبه الفايسبوك على صناعة وتوجيه الرأي العام لدى الطلبة الجامعيين حول القضايا المختلفة.

-ساهم الفايسبوك من خلال فتح المجال للعلاقات بين الأفراد دون مراعاة خصوصية المجتمعالطلابي أو أهلية مستعمليه في خلق نوع جديد من المشاكل الافتراضية.

-لقد إستغرق الفايسبوك وقت الطلبة بشكل كبير فبات التواصل فيما بينهم أمرا ذو أولوية كبرى في حياتهم اليومية.

إعتمد الباحث في دراسته على **المنهج الوصفي** لاعتبار الدراسة وصفية وإختار الباحث لدراسته العينة العشوائية البسيطة وإستهدف طلبة جامعة بسكرة، المقدرة بـ « **32582** » طالب ليسانس وماستر .

توصل الباحث إلى جملة من النتائج مفادها:

تشكل جماعة الرفاق في الواقع الحقيقي كجماعة إفتراضية في الواقع الإفتراضي بالنسبة للطلبة الجامعين داخل شبكات التواصل الإجتماعي هذا ما يعطيها نوعا من الخصوصية أكثر من غيرها على الطلبة.

- توجد علاقة بين تأثير الجماعة الإفتراضية على الفرد وبين مختلف أنشطته وتفاعلاته داخل الفايسبوك .
- لا تعمل المضامين السوسيوثقافية على التأثير في تشكيل الهوية الإفتراضية لدى الطلبة الجامعين داخل الفايسبوك .
- القيم الإجتماعية واحدة من العوامل الأساسية في تشكيل الهوية الإفتراضية لدى الطلبة الجامعين داخل الفايسبوك.
- المجال البشري: طلبة جامعة - بسكرة - المتمثل في طلبة ليسانس و الماستر .
- المجال المكاني: جامعه محمد خيضر - بسكرة - .

### الإستفادة من هذه الدراسة :

إستفدنا من هذه الدراسة في بناء الجانب النظري وكانت عوننا لنا في تحديد منهج الدراسة، وتتفق هذه الدراسة مع الدراسة الحالية في المتغير التابع والمتمثل في الهوية الإفتراضية، بينما تختلف هذه الدراسة مع الدراسة الحالية في كون هذه الدراسة دراسة وصفية عكس الدراسة الحالية المتمثلة في دراسة ميدانية، إضافة إلى المجال المكاني المتمثل في طلبة الإعلام والاتصال بولاية-جيغل- بينما في الدراسة الحالية تتمثل في الطلبة الجامعين بولاية بسكرة جامعه محمد خيضر.

الدراسة الخامسة: الموسومة بـ: "تأثير مواقع التواصل الإجتماعي في تشكيل الهوية الإفتراضية لدى الشباب الجزائري"، مذكره تخرج لنيل شهادة الماستر في الإعلام والاتصال تخصص وسائل الإعلام والمجتمع، من إعداد الباحثين: "حمدان حورية وحمدان نسرين"، جامعة عبد الحميد بن باديس- مستغانم- كلية العلوم الإجتماعية قسم العلوم الإنسانية، سنة 2017 / 2018 .

هدفت الباحثين في هذه الدراسة إلى البحث في الهوية الإفتراضية هو تأثير شبكات التواصل الإجتماعي على الشباب في تشكيل الهوية الإفتراضية، آخذين بذلك موقع الفايسبوك نموذجا من خلال التركيز على عينة من مستخدمي هذا الموقع، إضافة إلى ذلك الإطلاع على دوافع إستخدام أفراد العينة للهوية الإفتراضية .

وتمحورت مشكلة الدراسة على فئة من الشباب لولاية غليزان الذين يتفاعلون مع التطبيقات التي يتيحها موقع الفايسبوك وأثر هذا الأخير في تشكيل هويتهم الإفتراضية.

و قد طرحت الباحثين تساؤل رئيسي مفاده:

ما مدى تأثير مواقع التواصل الاجتماعي "الفايسبوك" في تشكيل الهوية الافتراضية لدى الشباب الجزائري؟

وتفرع هذا التساؤل إلى تساؤلات فرعية:

- ما هي ملامح مستخدمين الهوية الافتراضية عبر مواقع التواصل الاجتماعي "الفايسبوك".  
- ما هي أبرز العوامل المحددة لإستخدام الهوية الافتراضية أو ما علاقة المستخدمين من أفراد العينة لممارسة الهوية الافتراضية عبر الفيسبوك؟

- هل تعتبر الهوية الافتراضية إمتدادا للهوية الحقيقية أم تعد مغايرة عنها؟

وتكمن أهمية الدراسة في: أنها من البحوث التي تعنى بموضوعات العصر لإرتباطها بمواقع التواصل الاجتماعي ومدى قوتها في تشكيل الهوية الافتراضية وبإعتبار أن الشباب فئة مميزة في أي مجتمع بل هم أكثر فئات المجتمع حركة ونشاطا، والمصدر الرئيسي لمصادر التغير الاجتماعي، و نظرا لما تشهده المجتمعات من تنامي في إستخدام تقنيات الإتصال الإلكتروني وهنا ما ولد لنا ما يعرف بالجيل الشبكي مما أوجد لنا مواقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك .

إعتمدت الباحثين على المنهج الوصفي، وتمثلت عينة بحثهما في المستخدمين لشبكات التواصل الاجتماعي "الفايسبوك" وتمثلت في العينة الصدفية والمكونة من 210 فرد من الجنسين القاطنين بولاية غليزان.

توصلت الباحثين الى جملة من النتائج مفادها :

-تعتبر فئة الذكور أكثر إستخداما للهوية الافتراضية عبر مواقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك  
-غالبية مستخدمي الهوية الافتراضية عبر الفيسبوك هي الشريحة العمرية ما بين 23 و 27 سنة .  
- أغلب مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي يدخلون إلى حساباتهم الشخصية في الفيسبوك من المنازل وذلك لتوفر شبكة الأنترنت .

- كما تبين من خلال نتائج الدراسة أن أغلب المبحوثين يدخلون بهوية إفتراضية تسمح لهم بالتكلم بصراحة .  
-تقاربت نسب المستخدمين من مستخدمين الهوية الافتراضية ومن يستخدم الهوية الحقيقية .

● المجال البشري: يشمل مستخدمين شبكة التواصل الاجتماعي الفيسبوك .

● المجال المكاني: ولاية غليزان .

• المجال الزمني: إمتدت هذه الدراسة على مدار شهر كامل أي من 03 جانفي إلى 04 فيفري.

### الإستفادة من الدراسة:

إستفدنا من هذه الدراسة في بناء الجانب النظري لدراستنا وتحديد الخلفية النظرية لإعتبار أنها تتشابه إلى حد بعيد مع موضوع دراستنا، كما أنها ساعدت في الربط بين متغير الدراسة، كما تتشابه هذه الدراسة مع الدراسة الحالية في المتغير التابع والممثل في شبكات التواصل الإجتماعي، بالإضافة إلى المتغير التابع والممثل في الهوية الافتراضية، وإختلفت هذه الدراسة مع الدراسة الحالية في العينة المعتمدة في الدراسة ففي حين كانت الدراسة الحالية المتمثلة في مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي كانت عينه هذه الدراسة المتمثلة في طلبة الإعلام الإتصال بولاية جيجل.

### 2-7- كيفية تحليل البيانات:

لقد إعتدنا في دراستنا هذه على أسلوبين في التحليل، بهدف فهم المعطيات والبيانات من ميدان الدراسة والمتمثلان في:

#### ➤ التحليل الكمي:

هو عبارة عن ذلك النوع من التحليل الذي يسمح للباحث بإستخراج إحصائيات بإستخدام أسلوب التكرارات والنسب المئوية في الكشف عن صحة الفرضية من خلال إجابات المبحوثين من الأسئلة المطروحة والخاصة بموضوع تلك الفرضيات، وهذا من أجل القراءات الإحصائية لموضوع الدراسة بتوظيف الجداول والنسب المئوية.

التكرارات: لحساب عدد الإجابات وتكرار ظهورها.

النسب المئوية: لحساب الظاهرة كجزء من المئة.

#### ➤ التحليل الكيفي:

هو ذلك النوع من أساليب التحليل الذي يسمح للباحث بالتعبير عن البيانات والنتائج المتحصل عليها وتفسيرها، ومن تم إستخدامها هذا الأسلوب من أجل القراءة السوسولوجية للبيانات الإحصائية وإعطائها دلالات ومعاني لما تقدمه من محتوى معرفي ونظري للدراسة.

### خلاصة الفصل:

من خلال ما تعرضنا إليه في هذا الفصل يمكننا الإستنتاج بأن الإطار المنهجي للدراسة يشكل المسار والمسلك الصحيح لأي دراسة، خاصة أننا من خلاله يمكننا تحديد إشكالية وتساؤلات وفرضيات الدراسة وباعتبار أن هذا الإطار يزيل أي غموض عن موضوع دراستنا الحالية، إضافة إلى إستخدامنا للمنهج ونوع عينة الدراسة وإختيارنا لأدوات الدراسة بإعتبارها جملة من التحولات التي يجدر الإشارة إليها من أجل تحديد توجهاتنا خلال مسار الدراسة، كما حددنا الأهمية والأهداف، كذلك تم تحديد الأسباب التي أدت بنا إلى إختيار موضوع الدراسة عن غيره من المواضيع الأخرى، وبعدها أهم الأساليب والتقنيات الإحصائية المستعملة التي من شأنها المساعدة في معالجة النتائج، ثم أخيرا جمع بعض الدراسات المشابهة التي من شأنها أن تعيننا في هذه الدراسة وخاصة عند تحليل النتائج وذلك بالرجوع إليها والمقارنة والإستعانة بها.

# الفصل الثاني:

مواقع التواصل الإجتماعي

والهوية الافتراضية

### تمهيد:

يواجه العالم اليوم العديد من التطورات المختلفة التي لها الأثر الكبير على المجتمع بصورة عامة وعلى الطلبة الجامعيين بشكل خاص، ومن بين أهم هذه التطورات في عالم الأنترنت المواقع الإجتماعية التي تطورت بشكل كبير حيث إنتشرت الشبكات الإجتماعية في نهاية عام 2007م، وهي مواقع تستخدم للتواصل والتشبيك الإجتماعي، وتعد من بين الفضاءات الرقمية التي فرضت نفسها كوسيط إتصالي وإعلامي هام يدخل صلب الحياه اليومية لأفراد في مختلف المجتمعات، التي أصبحت لا تتخذ من هذه المواقع مجرد مصدرا للمعلومات وإنما بعثت في حد ذاتها أسلوب حياه إفتراضي موازي للعالم الواقعي.



## أولاً: مواقع التواصل الاجتماعي

### 1-1- مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي:

هي المواقع الإلكترونية التي توفر فيها تطبيقات الأنترنت خدمات لمستخدميها، تتيح لهم إنشاء صفحة شخصية معروضة للعامة ضمن موقع أو نظام معين، وتوفر وسيلة إتصال مع معارف منشئ الصفحة أو مع غيره من مستخدمي النظام، وتوفر خدمات لتبادل المعلومات بين مستخدمين ذلك الموقع أو النظام عبر الأنترنت. (محمد الأمين أحمد عبد المرزوق، 2020، ص 56)

يعرفها زاهر راضي بأنها: منظومة من الشبكات الإلكترونية التي تسمح للمستخدم فيها بإنشاء موقع خاص به ومن ثم ربطه عن طريق نظام إجتماعي إلكتروني مع أعضاء آخرين لديهم الإهتمامات والهوايات نفسها. (مجلة التربية، ع 15، 2003)

عرفها حسين شفيق بوضوح أكبر وتضمن خصائصها بالقول بأنها: مواقع الأنترنت يتواصل من خلالها ملايين البشر الذين تجمعهم إهتمامات أو تخصصات معينة، ويتاح لأعضاء هذه الشبكات مشاركة الملفات والصور وتبادل مقاطع الفيديو وإنشاء المدونات وإرسال الرسائل، وإجراء المحادثات الفورية وسبب وصف هذه الشبكات الإجتماعية، أنها تتيح التواصل مع الأصدقاء وزملاء الدراسة وتقوي الروابط بين أعضاء هذه الشبكات في فضاء الأنترنت. (حسين محود هيثمي، 2015، ص 83)

التعريف الإجرائي: تعرف مواقع التواصل الاجتماعي على أنها: مجموعة من المواقع على شبكة الأنترنت، والتي صفت من الجيل الثاني للويب (2,0) تضم نظام إجتماعي إلكتروني يتفاعل فيها الأفراد في ما بينهم.

### 1-2- نشأة وتطور مواقع التواصل الاجتماعي:

ظهرت مواقع التواصل الاجتماعي في الولايات المتحدة الأمريكية على مستوى التفاعل بين بعض زملاء الدراسة، وأول موقع للتواصل الاجتماعي لطلاب المدارس الأمريكية ظهر عام (1995م) وهو موقع (classmates.Com)، وهذا الموقع قسم المجتمع الأمريكي لولايات، وقسم كل ولاية إلى منطقة لعدة مدارس وجميعها تشترك في هذا الموقع، وكان الهدف منه مساعدة الأصدقاء والزملاء الذين جمعهم الدراسة في مراحل حياتية معينة وفرقتهم ظروف الحياة في أماكن متباعدة، حيث كان هذا الموقع يلبي رغبة هؤلاء في التواصل فيما بينهم إلكترونياً. (المرجع السابق، 2020، ص 58)

وبعد عامين أطلق موقع (SixDgrees.com) الذي أخذ إسمه من عبارة « Sixdegrees of seperation » ست درجات من الانفصال التي أخذت من تجربة العالم الصغير لعالم النفس الأمريكي في جامعة « هارفرد ستانلي ميليجرام » « Stanley Mligram »، وهو موقع إجتماعي لإتصال والتواصل بين الأصدقاء والمعارف يسمح للمستخدمين بعمل ملفات شخصية تعريفية وإدراج قوائم بالأصدقاء، كما أتاح منذ عام (1998م)، إمكانية تصفح هذه القوائم، وبعد ذلك ظهرت مجموعة من الشبكات الإجتماعية بين عام (1999م، 2001م) التي لم تحقق نجاحا لعدم جدوتها الحادية. (مرجع سابق، 2015، ص ص79،80)

في السنوات اللاحقة ظهرت بعض المحاولات الأخرى لكن الميلاد الفعلي للشبكات الإجتماعية كما نعرفها اليوم كانت سنة 2002م مع بداية العام ظهرت « Friendster » التي حققت نجاحها دفع جوجل إلى محاولة شرائها سنة 2003م، لكن لم يتم التوافق على شروط الإستحواذ في النصف الثاني من نفس العام ظهرت في فرنسا شبكة « Skyrock » كمنصة للتدوين، ثم تحولت بشكل كامل إلى شبكة إجتماعية سنة 2007م وقد إستطاعت بسرعة تحقيق إنتشار واسع لتصل حسب إحصائيات يناير 2008م إلى المركز السابع في ترتيب الشبكات الإجتماعية حسب عدد المشتركين. (محمود عزت الحام، مصطفى يوسف كافي، 2015، ص 201)

ومع بداية عام 2005م ظهر موقع يبلغ عدد مشاهدات صفحاته أكثر من جوجل وهو موقع « MySpace.Com »، الأمريكي الشهير ويعتبر من أوائل وأكبر الشبكات الإجتماعية على مستوى العالم ومعه منافسه الشهير فايسبوك والذي بدأ أيضا في الإنتشار المتوازي مع ماي سبيس حتى قام فيس بوك في عام 2007م بإتاحة تكوين للتطبيقات للمطورين وهذا ما أدى إلى زيادة إعداد مستخدمي فيسبوك بشكل كبير ويعتقد أن عددهم حاليا يتجاوز 115 مليون مستخدم على مستوى العالم (4) (مصطفى يوسف كافي، 2016، ص، 110)

جدول رقم 01: يمثل تاريخ نشأة أشهر شبكات التواصل الإجتماعي

السنة	إسم الموقع
1997	SixDegrees.com.
1999	LiveJournal, BlackPlanet, Asian Avenue.
2000	Migenet.
2001	Cyworld,Ryze.

Fotolog, Friendster, Skyblog.	2002
Linkedin, MySpace, Hi5.	2003
HarvardCaster, Hyves, Flickr, Facebook.	2004
Youtube, Yahoo.	2005
Facebook(network), Twitter, QQ, Mychurch.	2006

المصدر: من إعداد الطالبين

### 1-3- خصائص مواقع التواصل الإجتماعي:

تتيح شبكات التواصل الإجتماعي المجال الواسع أمام الفرد للتعبير عن نفسه ومشاركة مشاعره وأفكاره مع الآخرين وخاصة أن الإنسان إجتماعي بطبعه وبفطرته يتواصل مع الآخرين ولا يمكن أن يعيش الإنسان في عزلة عنهم ، ومن بين أهم خصائص هذه الشبكات ما يلي:

- الملفات الشخصية أو صفحات الويب: وهي ملفات يتمكن الفرد من خلالها من الكتابة البيانية الأساسية مثل، الإسم، السن، تاريخ الميلاد، الإهتمامات والصور الشخصية، ويعد الملف الشخصي هو البوابة للوصول إلى عالم الشخص.

- الأصدقاء أو العلاقات: وهي خدمة تمكن الفرد من الإتصال بالأصدقاء الذين يعرفهم في الواقع أو الذين يشاركونه نفس الإهتمام في المجتمع الافتراضي وتمتد علاقة الشخص ليس فقط بأصدقائه ولكن تفتح الشبكات الإجتماعية فرص للتعارف مع أصدقاء بعد موافق الطرفين.

- إرسال الرسائل: تسمح هذه الخدمة بإرسال الرسائل سواء إلى الأصدقاء الذين في قائمة الشخص أو الغير الموجودين في القائمة.

- ألبومات الصور: تتيح هذه الخدمات للمستخدمين إنشاء عدد لامتناهي من الألبومات ورفع مئات الصور وإتاحة المشاركات لهذه الصور للإطلاع عليها وتحويلها أيضا.

- المجموعات: تفتح الشبكات الإجتماعية فرص التكوين لمجموعات الإهتمام حيث تمكن من إنشاء مجموعة بهدف معين أو أهداف محدد، ويوفر موقع الشبكات لمؤسس المجموعة للمنتسبين والمهتمين بها مساحة من الحرية أشبه بمنتدى مصغر، كما تتيح فرص التنسيق بين الأعضاء في الإجتماعات من خلال ما يعرف باسم «events» ودعوة الأعضاء لتلك المجموعات ومعرفة الحاضرين وغير الحاضرين.

- الصفحات: إبتدعت هذه الفكرة من موقع الفايسبوك وتم إستخدامها على المستوى التجاري بشكل فعال حيث خدمة بإنشاء حملات إعلانية موجهة تتيح لأصحاب المنتجات التجارية فرصة عرض السلع والمنتجات للفئات التي يحددها.(السرحاني بن فهد، د.س، ص12-13)

كما تتميز الشبكات الإجتماعية عن غيرها بعدة مميزات :

- المشاركة: (**Participation**) وسائل المواقع الإجتماعية تشجع ردود الفعل المهتمين ، حيث أنها تطمس الخط الفاصل بين وسائل الإعلام والجمهور.

- الإفتتاح: (**Openness**): معظم وسائل الإعلام عبر مواقع التواصل الإجتماعي تقدم خدمات مفتوحة لردود الفعل والمشاركة والإنشاء والتعديل على الصفحات، حيث أنها تشجع التصويت والتعليقات وتبادل المعلومات بل نادرا ما توجد أية حواجز أمام الوصول والإستفادة من المحتوى.

- المحادثة: (**Conversation**): حيث تتميز مواقع التواصل الإجتماعي ووسائل الإعلام الإجتماعية عن التقليدية من خلال إتاحتها للمحادثة في إتجاهين، أي المشاركة والتفاعل مع الحدث أو الخبر أو المعلومة المعروضة.

- المجتمع: (**Community**): وسائل الإعلام الإجتماعية تسمح للمجتمعات المحلية لتشكيل مواقعها الخاصة بسرعة والتواصل بشكل فعال، ومن تم ترتبط تلك المجتمعات في العالم أجمع حول مصالح أو إهتمامات مشتركة مثل حسب التصوير الفوتوغرافي، أو قضية سياسية، أو للتعلم، أو برنامج تلفزيوني مفضل، ويصبح العالم بالفعل قرية صغيرة تحوي مجتمعا إلكترونيا متقاربا.

- الترابط: (**connectedness**): تتميز مواقع التواصل الاجتماعي بأنها عبارة عن شبكة إجتماعية مترابطة بعضها مع بعض، وذلك عبر الوصلات والروابط التي توفرها صفحات تلك المواقع والتي تربطك بمواقع أخرى للتواصل الإجتماعي أيضا، مثل خبر ما على مدونة يعجبك فترسله إلى معارفك على الفايسبوك وهكذا مما يسهل ويسرع من عملية إنتقال المعلومات. (خالد غسان يوسف المقدادي، 2013، ص26-27)

## 1-4-أنواع مواقع التواصل الإجتماعي:

تتعدد تقسيمات الشبكات الإجتماعية وتفرع أنواعها حسب الباحثين نذكر ذلك على النحو التالي:

### 1-التقسيم العام:

- نوع رئيسي: وهذا النوع يتكون من ملفات شخصية للمستخدمين وخدماته عامة مثل: المراسلات الشخصية ومشاركة الصور والملفات الصوتية والمرئية والروابط والنصوص والمعلومات بناء على تصنيفات محددة مرتبطة بالدراسة أو العمل أو النطاق الجغرافي ومثالها: موقع الفايسبوك وماي سبيس. (ريحانة بلوطي، 2015، ص54)
- شبكات بميزات إضافية: هناك بعض الشبكات تتيح الفرصة أمام أعضائها في توفير مزايا إضافية تتمثل على سبيل المثال في التدوين المصغر (Microblogging) مثل موقع تويتر وبلارك.
- الشبكات المهنية: وهي ليست شبكات ذات طابع عام وهي نمط من الشبكات ينصب إهتمامه على المحترفين وترتبط بأصحاب الأعمال والشركات وتتضمن ملفات شخصية للمستخدمين تتضمن على سيرتهم الذاتية وإنجازاتهم ومن أشهرها موقع «[Linkedin](#)». (فيصل محمد عبد الغفار، 2015، ص 11-12)
- شبكات إجتماعية حسب طبيعتها: وتشمل:

✓ مواقع التواصل الإجتماعي المتعارف عليها .

- ✓ المدونات (صفحة ويب على الأنترنت تهر عليها التدوينات- مدخلات مؤرخة ومرتبطة ترتيبا زمنيا تصاعديا)تستخدم لنشر و تلقي الأخبار والتفاعل معها سواء كانت أخبار شخصية أو عامة (مروى عصام صلاح، 2015، ص 248)

- شبكات إجتماعية حسب لغة التخاطب: وقد جاء بهذا التصنيف " آلان لوفير" الشبكات الإجتماعية في كتابة الشبكات الإجتماعية إلى صنفين الضمنية و السريعة.

✓ الشبكات الاجتماعية الضمنية: تضم المواقع المجتمعية المهتمة بالمضمون مثل قاعدة للتبادل الفيديو.

- ✓ الشبكات الإجتماعية الصريحة: فهي المواقع التي أنشأت من أجل المستخدمين وتقديم خدمات لهم مثل المواقع المهنية كما يمكن للشبكات الإجتماعية الرقمية أن تتكيف مع كل المواضيع الممكنة مثل: البحث عن عمل أو تطوير أعمال التعارف بين الأشخاص أو تبادل المعلومات حول موضوع ذو إهتمام مشترك. (نفس المرجع السابق، 2015، ص55)

- تصنيف حسب الوظائف:

- ✓ التدوين مثل: (Typepad, Blogger, Skyblog)
- ✓ النشر في الموسوعات الإلكترونية الحرة مثل: (Wikipedia, Wikia, Wetpait)
- ✓ النشر كصحافة المواطن مثل: (Digg, Newsvine, Wiko, Agoravox)
- ✓ تبادل الفيديوهات وتحميلها ورفعها مثل: (Youtube, Dailymotion)
- ✓ تبادل الصور وتحميلها ورفعها مثل: (Flicker)
- ✓ تبادل المفضلات الإجتماعية والإرتباطات مثل: (Del.icio.us, Ma.golia)
- ✓ تبادل المقاطع الصوتية والموسيقى مثل: (Last.Fm, Deezer)
- ✓ تبادل العروض التقديمية مثل: (SlideShar, Diaporama)
- ✓ نظم التراسل الفوري مثل: (Yahoo, Messenger, Windows Live)
- ✓ نظم الإتصالات عبر البروتوكول الأنترنت مثل: (Googel Talk, Skype)
- ✓ الشبكات الإجتماعية العامة مثل: (facebook, MySpace, Bebo, Hi5, Orkut)
- ✓ مواقع التدوين المصغر مثل: (Jaiku, Plazes, Twitter, Pownce)
- ✓ منصات العرض المباشر (البثالي) مثل: (BlogTv, Yahoo!LiveUStream, JustinTv)
- ✓ العالم الافتراضي: (ndlife, Etropia, Universe, ThereSco) والعالم الافتراضية للصغار
- مثل: (Club, Penguin, Stardoll)
- ✓ الدردشة ثلاثية الأبعاد مثل: (Habbo, Imvu)
- ✓ منصات الألعاب متعددة اللاعبين مثل: (Neopets, GaiaOnline, KartRider, )
- (Drift)

- الشبكات الإجتماعية وفق الأهداف:

- ✓ الشبكات الاجتماعية للإبحار: وهي وسيلة لمساعدة المستخدمين على إيجاد نوع معين من المعلومات أو المصادر، كما تستخدم من أجل نشر قوائم الإتصال وقوائم توفير سبل الوصول إلى المعلومات، والموارد المرتبطة بها مثل موقع «Digg» وهو موقع روابط الأنترنت. (محمد مصطفى رفعت، 2018، ص33،34)

- شبكات إجتماعية حسب الإستخدام و الإهتمام:

1- شبكات شخصية محلية خاصة بأشخاص معينين: هذه الشبكات تقتصر على مجموعة من الأصدقاء والمعارف والتي تعمل على التواصل الإجتماعي فيما بينهم بجميع الأشكال حيث يتم إزاحة ملفات للصور الشخصية والمناسبات الإجتماعية في ما بينهم بشكل منتظم للتواصل وعمل حياة إجتماعية من خلال هذه الشبكات وهذه المواقع عديدة وكثيرة وقد تجد مواقع مغلقة على فئة معينة من الأصدقاء مثل هذه الأمور، كما أنها تختص بلغة معينة كالهندية والباكستانية وغيرها، مثل الفيسبوك.

2- شبكات خاصة بفئات موضوعية معينة: هذه الشبكات نشأت لتجميع بعض المهتمين بموضوعات بعينها مثل: المهتمين بالطب والهندسة وشبكات مهتمة بالكتب والمكتبة مثل: (Library Thing) أو شبكات شاركت في التعليم عن بعد لبعض المدارس وشبكات ثقافية مختلفة.

3- شبكات داخلية خاصة: (Internal Social Networking): وتتكون هذه الشبكات من مجموعة من الناس تمثل مجتمع مغلق أو خاص يمثل الأفراد داخل شركة أو تجمع ما أو داخل مؤسسة تعليمية أو منظمة يتحكم في دعوى هؤلاء الأشخاص فقط وليس غيرهم من الناس للدخول للموقع والمشاركة في أنشطته في تدوين وتبادل آراء وملفات وحضور إجتماعات والدخول في مناقشات مباشرة وغيرها من الأنشطة مثل شبكة (Linkidin).

4- شبكات خارجية عامة (External Social Networking): وهي شبكات متاحة لجميع مستخدمي الأنترنت، بل صممت خصيصا لجلب المستخدمين للشبكة ويسمح فيها للعديد من المستخدمين بالمشاركة في أنشطة بمجرد أن يقوم المستخدم بالتسجيل في الموقع، وتقديم نفسه للموقع، مثل: شبكة الفاييسبوك (Facebook).

➤ كما يمكن تقسيمها حسب الخدمات وطريقة التواصل إلى ثلاثة أنواع:

-شبكات تتيح التواصل الكتابي.

-شبكات تتيح التواصل الصوتي.

-شبكات تتيح التواصل المرئي. (آمنة فعالي، 2019، ص-ص343،345)

الشبكات الاجتماعية العربية: هناك بعض الشبكات الاجتماعية العربية التي ظهرت مؤخرا ولكنها لا ترقى لمنافسة الخدمات التي تقدمها الشبكات الاجتماعية الكبرى ومن أمثلة تلك الشبكات الاجتماعية العربية "مكتوب" وهو من أكبر وأشهر المواقع التي طورت في نظامها شبكة إجتماعية تجمع مستخدمي الموقع وتقدم لهم العديد من الخدمات، و من الشبكات العربية الأخرى (خوان بوك، وشبكة مدينة، وفابغ، و إكس، **Serir Z**، ولملم لحفظ الروابط المفضلة). (مرجع سابق ذكره، 2015، ص248)

### 1-5- أهمية مواقع التواصل الاجتماعي:

يمكن إبراز أهمية مواقع التواصل الاجتماعي النقاط الآتية :

1- تلعب مواقع التواصل الاجتماعي دورا لا يستهان به في إحداث التأثير بإتجاهات الشرائح المختلفة في أي مجتمع، ولكن بدرجات متقاربة ومرتبطة بالظروف والآليات التي يتم إستخدامها فيها سواء على مستوى الأفراد أو الجماعات، وتستخدم جماعات المعارضة مواقع التواصل الاجتماعي كوسيلة ضغط على الحكومة بقصد التأثير عليها، ومن ثم الإستجابة لمطالبها.

2- تعد مواقع التواصل الاجتماعي وسيلة إعلامية تتسم بأهمية كبيرة، ويتوقع أن لها مستقبلا لا يستهان به لإتصافها بصفات ومزايا عدة كالسرعة في نقل الخبر العاجل، إضافة إلى الصورة المصاحبة، وفيلم الفيديو المرافق و غياب مقص الرقيب، كما أنها ضيقت المسافات الزمنية في معرفة حجم التفاعل وردة الفعل السريع أي أنها أصبحت واقعا يفرض نفسه.

3- لها دور فعال في التأثير في توقيت صنع القرار، وذلك من خلال خلق الأزمات وإفتعالها، وكذلك من خلال طرح الشبهات والأسئلة عن الأعمال ونهايتها المرتقبة وهذا ما يبرز في آليات عملها، إذ يتم توظيف إمكانيات لإجراء التغيير المطلوب.

4- أن أغلب التغيرات الحاصلة تظهر مدى أهمية مواقع التواصل الاجتماعي والدور المنوط بها، ونشر ثقافة التعاطي مع مواقع التواصل لمختلف الشرائح في المجتمع.

5- لغة العصر وجزء من التطور العقلي والنفسي للعصر الذي نعيش فيه، وبالتالي فإن التعاطي بلغة العصر ضرورة لإستمرار الحياة.



6- أصبحت حقيقة واقعة يزورها الجميع لإطلاع على ما تنشره من موضوعات وأخبار تم الجمهور كما فتحت الآفاق أمام الفرد للكتابة بكل الموضوعات التي تجول بخاطره.

7- تتيح العديد من المواقع إمكانية البحث عن العمل لمن يرغب ضمن مجال إهتمامه وتخصصه إذ تبحث الكثير من الشركات والمؤسسات عن موظفين مؤهلين عبر هذه الشركات بمحملها لهذا الغرض كموقع **Linkedin**.

8- تشجع الأفراد وخاصة الشباب على المشاركة في الأعمال الخيرية وحملات التوعية.(1)عثمان محمد الدليمي ، 2020 ، ص 137،138)

9- تشكيل مفاهيم الناس وتصوراتهم بالنسبة للحقيقة بالإضافة إلى تزويد الشعب بالخبرات السياسية التي من خلالها يتشكل الرأي في المجتمع، كما أنها تلعب دورا مهما في خلق التماسك بين جميع أفراد الشعب في المواقف السياسية المهمة.

10- كما لعبت دورا كبيرا في صنع صحوة حرية التعبير التي دخلت في الجسم السياسي والإجتماعي وخلقت مساحة مفتوحة للمطالب الشعبية المستمرة بالإصلاحات المجتمعية، وكسرت القبضة الخانقة على وسائل الإعلام من قبل الدولة.

11- مع دخول الأنترنت وإنتشار شبكات التواصل الإجتماعي وجد فيها الشباب منصة جديدة للتفاعل مع القضايا المستجدة، نقاشا وتحليلا ومشاركة، والتي فتحت الباب على مصرعيه أمام الشباب بما أضافته من نجاح في الدمج بين الهويات الافتراضية عبر شبكة الأنترنت والهوية الحقيقية للمستخدمين.

12- حدثت الشبكات التواصل الإجتماعي تطورا كبيرا ليس فقط في تاريخ الإعلام، وإنما في حياة الأفراد على المستوى الشخصي والإجتماعي والسياسي وجاءت لتشكيل عالما افتراضية يفتح المجال على مصرعيه لأفراد والتجمعات بمختلف أنواعها، لإبداء آراءهم ومواقفهم في الموضوعات التي تمهم بحرية غير مسبوقه.(حامد سعيد الحير، إبتسام محمد رشيد عقيل، منى عبد الحميد حسن، ع 176، ص 2016)

### 1-6- أهداف مواقع التواصل الإجتماعي:

إلغاء الحواجز بين البشر كافة وهدم الفوارق العرقية والدينية لجعل الجميع في بوتقة واحدة تدعى الإنسانية برغم كسر بعض الشبكات لهذه النقطة.

هدم القيم والأخلاق حيث لا وجود لها في الشبكات الإجتماعية، إذ أنهم يعتبرون مسألة الأخلاق مسألة شخصية تخص الفرد نفسه ولا وجود لها في المجتمعات الرقمية.

سرعة التواصل بين البشر وإلغاء الفوارق الزمنية في نقل الخبر فقد أصبحت هذه الشبكات الإجتماعية تطبيقا مجانيا على أي هاتف نقال بما يعني أن الخبر يصل إلى المستخدم في أي وقت على مدار الساعة.

إيجاد ساحة حرة للتعبير عن الرأي دون تدخل السلطات، بمعنى أدق إيجاد "هايدبارك" رقمية على الأنترنت يتحدث الكل فيها بما يرغب دون رقابة أو محاسبة.

زيادة الشائعات عن طريق الشبكات الإجتماعية، فكل شخص مشترك في هذه الشبكات ينشر ما يريد من أخبار دون الرجوع لمصدر الخبر. (عبد المفتاح علي، د.س ، ص 95)

تواصل فعال بين القيادات الحاكمة والمواطنين، ما يعزز اللحمة الوطنية ويقوي أواصل الإنتماء لدى الشعوب الأمر الذي يعد كسر الحواجز بين الحاكم والمحكوم كما أنه يساعد في تقريب المسافات وزيادة أوجه الفهم بين القيادات الحاكمة والمواطنين.

الإستخدام المهني عن طريق توافر الشركات في هذه المواقع الشبكية إستخدامها في البحث عن الوظائف مما يعزز التواصل مع الكثير من راغبي العمل وإختيار الأفضل بينهم وبهذا الوضع تستطيع الشركات التواصل مع الغالبية العظمى من الباحثين عن العمل.

إعلاء القيم والمبادئ والأخلاق للشباب وتعزيز شخصياتهم ورفع معنوياتهم بزيادة الثقة لديهم بأنفسهم، وإيصال مفاهيم الحياة في الواقع الافتراضي والفرق بينهما وبين الحياة الواقعية التي نعيشها.

إيصال مفاهيم الحرية بشتى أفكارها بشكل موضوعي لدى الشباب وتوضيح فكرة حرية الرأي والتعبير، كما لا بد من توعية الشباب بأن نشر المحتويات الغير اللائقة لا يعد بأي شكل من الأشكال نوع من أنواع حرية الرأي.

البدء في إرساء قواعد الحوار البناء لدى المستخدمين، وكيفية القيام بمثل هذه الحوارات وتوضيح الفكرة الأساسية من الحوار التي تكمن في إيصال المعلومة لشخص آخر ولا تعني الإقتناع بالمعلومة في المطلق. (نصيرة جعريط، أمينة بوكيحل، 2019، ص 56،57)

## 1-7- خدمات مواقع التواصل الإجتماعي:

كان ظهور مواقع التواصل الإجتماعي قفزة بارزة وواضحة المعالم في حياة الإتصال الإنساني، حيث إستطاعت في فترة وجيزة أن تحجز لها مكانا في حياة الأفراد من خلال إستخدامها في مجالات الحياة متجاوزة بذلك دورها التواصلية الأول وهذا نظرا من خدمات التي توفرها نذكر منها:

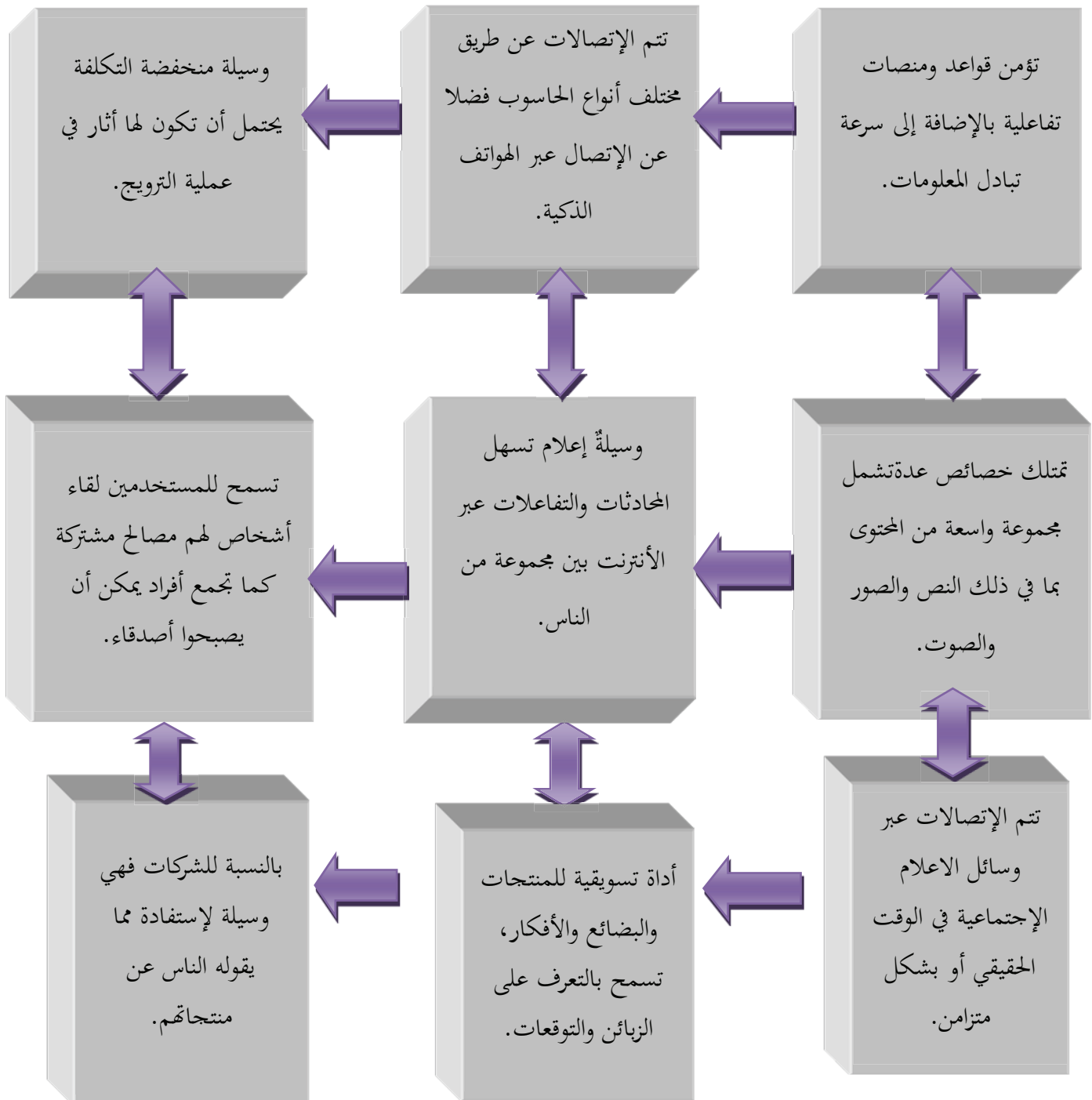
- ✓ إعطاء المعلومات المختلفة والحصول عليها من خلال خدمات الملفات التي يتم تواجدها داخل المواقع التواصل الإجتماعي في شتى المجالات.
- ✓ التعاون والتشارك في حل المشكلات وإتخاذ القرارات.
- ✓ التعليم والتعلم والتدريب وتبادل الخبرات.
- ✓ التعبير عن المشاعر والأفكار والآراء وإسداء وتلقي النصح والإرشاد والتوجيه حول مختلف المواضيع مثل المواضيع ذات الصبغة الطبية. (نفس المرجع، ص ص42،41)
- ✓ خدمة التعارف والأصدقاء وهو أهم أوجه إستخدامات الشبكات الإجتماعية وهي بداية كل مستخدم في إقامة علاقات إجتماعية من خلال الشبكة. (ياس خيضر البياني،2014، ص 339)
- ✓ الممارسات السياسية حيث أصبحت مواقع التواصل الإجتماعي تشكل الفضاء الذي يقوم فيه المستخدم بالمشاركة السياسية عن طريق إبداء آرائه وتوجهاته ومختلف الممارسات، كعملية الإستفتاء حول العديد من القضايا.
- ✓ التسويق والإعلان حيث أصبحت مختلف المؤسسات الإقتصادية تعتمد على مواقع التواصل الإجتماعي في الترويج والدعاية لمختلف منتجاتها عن طريق الومضات الإشهارية المتنوعة، كما أصبحت توفر المحيط الذي تقوم من خلاله بمختلف العمليات التسويقية فساهمت بذلك في تعزيز التسويق الإلكتروني الذي كان موجودا من قبل.
- ✓ التسلية وممارسة الهوايات فقط أصبحت مواقع التواصل الإجتماعي تشكل المتنفس الذي يقوم من خلاله المستخدم بقضاء وقت فراغه من خلال مختلف مواقع الألعاب والتسلية، بالإضافة إلى ذلك أصبحت تتيح للفرد إمكانية إشتراكه في اللعبة مع أفراد آخرين ومباشرة. (أسمهان كسيرة،2018، ص 54)
- ✓ إستطاع المستخدم التحكم في المحتوى المعروض عن طريق حرثته في إختيار الأصدقاء الذين يريد التواصل معهم سواء كانوا أشخاص طبيعيين أو معنويين.

## الفصل الثاني.....موقع التواصل الإجتماعي والهوية الافتراضية

✓ التواصل الفعال بين كافة مستخدمي هذه الشبكات حيث يستطيع كل مسجل فيها أن يوصل ويستقبل أي رسالة إلى أي من المشتركين الآخرين الذين يختار التواصل معهم ويستطيع أن يقف على آخر أخبارهم. (علي خليل شقرة، 2014، ص 62)

ويمكن تلخيص أهم الخدمات التي تمتاز بها مواقع التواصل الإجتماعي ضمن المخطط التالي: (ريحانة بلوطي، 2015، ص 53)

شكل رقم (01) : يوضح الخدمات العامة لمواقع التواصل الاجتماعي:



### 1-8- استخدامات شبكات التواصل الاجتماعي:

إتاحة التحكم التام لكل مشترك في من يطلع على المعلومات التي يعرضها على ملفاته.

يكون لكل ملف مستخدم لوحة، حيث يمكن لأصدقائه ترك رسالة أو فيديو.

يمكن إضافة أصدقاء والتفاعل معها بالكتابة على لوحاتهم أو الربط مع صورهم أو الشراكة في فيديو من اليوتيوب، أو الدردشة عبر الرسل الفوري، وتحديد في لعبة أو تنظيم فعالية أو إرسال رسالة خصوصية.

تشكيل مجموعات تشارك في إهتمامات خاصة، ويمكن لأعضاء كل مجموعة المساهمة في ندوات أو المشاركة في صور وفيديو وتنظيم فعاليات وتوجيه رسائل وكل مجموعة لها مستوى خصوصية ملائم لها ( أيمن بن ناصر بن محمد العباد،2015،ص ص66،67)

**إستخدامات التسويقية والتسويقية:** حيث إتجهت المؤسسات إلى إستخدام شبكات إجتماعية كأداة التسويقية لمختلف المنتجات بل الأفكار أيضا، فأحاديث المستخدمين مع بعضهم البعض حول منتجات معينة نوع من أنواع التسويق يعرف بالتسويق الفموي وهو يعتبر أكبر دعاية مؤثرة لأنها تولد لدى الشخص رغبة ملحة لمعرفة ما يتحدث عنه الناس وبالتالي يقوم بتجربته على سبيل الفضول.

**الإستخدامات التعليمية:** تؤدي شبكات الإجتماعية دورا هاما في تطوير التعليم الإلكتروني وتعمل على إضافة الجانب الإجتماعي له وهو المشاركة من كل الأطراف في منظومة التعليم بداية من مدير المدرسة والمعلم وأولياء الأمور وعدم الإتصال على التركيز على تقديم المقرر للطلاب للتواصل الإتصال والمناقشة إبداء الرأي، ولم يقتصر الأمر على المدارس بل والجامعات أيضا.

**إستخدامات التواصل الشخصي:** وهو الإستخدام الأكثر شيوعا، ولعل الشرارة الأولى للشبكات الإجتماعية كانت بهدف التواصل الشخصي بين الأصدقاء في منطقة معينة أو مجتمع معين، ويمكن من خلال الشبكات الإجتماعية الخاصة تبادل المعلومات والملفات الخاصة والصور ومقاطع الفيديو، كما أنها مجال رحب للتعرف والصدقة بين المستخدمين، وإن إختلفت أعمارهم وأماكنهم ومستوياتهم العلمية والثقافية.

**الإستخدامات الإخبارية:** حيث أصبحت مصدر أصيل من مصادر الأخبار لكثير من روادها وهي أخبار تتميز بأنها من مصدرها الأول وبصياغة فردية حرة غالبا، لا إحترافية، ولا إستخدامات مختلفة سياسية أو دعائية.

**الإستخدامات البحثية:** لجمع المعلومات تمكن الشبكات الإجتماعية المثقفين من الحصول على أحدث الإتجاهات الثقافية والتجارية وقد تكون أكثر تحديثا من كتب والدوريات مثل: موقع **Imedix**، كما توفر للباحثين تبادل المعلومات والبحوث والدراسات المتخصصة.

## الفصل الثاني.....موقع التواصل الاجتماعي والهوية الافتراضية

الإستخدامات الحكومية: الكثير من الدوائر الحكومية للتواصل مع الجمهور من خلال مواقع التواصل الاجتماعي بهدف قياس وتطوير الخدمات الحكومية لديها، بل أصبح التواصل التقني مع الجمهور من نقاط تقسيم الدوائر الحكومية وخدماتها المقدمة، وتتميز هذه الخدمة بقلّة التكلفة والوصول المباشر للمستفيد الأول ويمكن الإستفادة من الشبكات الاجتماعية في حيز المواعيد وتأكيداتها، ونشر التعليمات والإجراءات والتواصل مع المسؤول مباشرة، وإبداء الملاحظات والمقترحات. (مرجع سابق، 2018، ص 41،42)

جدول رقم (02): جدول يمثل مواقع التواصل الاجتماعي وإستخداماتها:

الموقع	العنوان الإلكتروني	الإستخدام
لينكدان	<a href="http://www.linkedin.com">www.linkedin.com</a>	التعامل التجاري والعمل على الشبكة
فيسبوك	<a href="http://WWW.Facebook.com">WWW.Facebook.com</a>	التعامل التجاري والاجتماعي
تويتر	<a href="http://www.twitter.com">www.twitter.com</a>	رسائل قصيرة جدا للجميع
يوتيوب	<a href="http://www.youtube.com">www.youtube.com</a>	بث تسجيلات الفيديو
فليكر	<a href="http://www.flickr.com">www.flickr.com</a>	مشاركة الصور ومقاطع الفيديو
ماي سبيس	<a href="http://WWW.Myspace.com">WWW.Myspace.com</a>	تقديم معلومات شخصية مختلفة والمدونة
انستغرام	<a href="http://WWW.Instagram.com">WWW.Instagram.com</a>	تبادل الصور والفيديو

### 1-9- أشهر مواقع التواصل الاجتماعي:

**1- الفيسبوك: (Facebook):** هو إحدى خدمات شبكات التواصل الاجتماعي الإلكترونية الواسعة الإنتشار، يمكن الإستفادة منها عبر إنشاء ملف تعريف شخصي، وبعد ذلك يمكن إضافة مستخدمين آخرين كأصدقاء، وتقدم هذه الخدمة مزايا مختلفة، كميزة التسلسل الزمني الشخصي التي توضح الأنشطة التي قامت بها وخدمة الأخبار التي تجمع مختلف المعلومات، والرسائل على إختلاف أنواعها، ومشاركة الصور، والفيديو، والمجموعات، والصفحات ذات الإهتمامات المشتركة وإستخدامه مجاني، وهو متاح عبر أي موقع ويب، وعبر تطبيقات الجوال المختلفة. (عمر عبد العزيز هلال، د.س، ص 65)

**2- اليوتيوب (YouTube):** هو أكبر موقع للعرض أو التحميل أو مشاهدة الفيديو على الويب وهو ثاني أكبر محرك بحث في العالم بعد جوجل، اليوتيوب يتيح لأي شخص تحميل أو عرض أو مشاهدة أشرطة الفيديو القصيرة للعرض الخاص أو العام، أسس هذا الموقع عام 2005م، من طرف « تشاد هيرلي، ستيف تيشيز، و جاويدكريم»، إضافة إلى وظيفته الرئيسية كمستضيف لملفات الفيديو الرقمية للراغبين في مشاركتها عبر الويب فإن اليوتيوب(YouTube) قد أضاف الكثير من المميزات والخواص في جو حافل بالمنافسة بعد أن أصبح المجال مفتوح أمام الكثير من الشركات المماثلة و التي إقتبست نفس الفكرة ولكن بتطبيقات مختلفة، ومن مميزاته أنه يقدم خدماته بشكل مجاني، ويعتمد على مصادر دخل أخرى تتمثل في الإعلانات والدعايات إضافة إلى الإعلانات النصية. (عبيدة صطي، 2018، ص ص 64.65)

**3- تويتر (Twitter):** يقدم موقع تويتر خدمة تدوين مصغر تسمح لمستخدميه بإرسال تغريدات Tweets عن حالتهم بحد أقصى (140) حرف للرسالة الواحدة، وذلك مباشرة عن طريق موقع تويتر، أو عن طريق إرسال رسالة نصية قصيرة (SMS) أو برامج المحادثة الفورية أو التطبيقات التي يقدمها المطورون مثل الفاييسبوك و (Twitterfox ; Twitbrd ; Twittertrafic) وتظهر تلك التحديثات في صفحة المستخدم ، ويمكن للمتابعين قراءتها مباشرة من صفحتهم الرئيسية أو زيادة ملف المستخدم الشخصي، ظهر في أوائل عام (2006م) كمشروع تطوير أجرته شركة (odeo)، وبدأ الموقع في الانتشار عالميا كخدمة جديدة من حيث تقديم التدوينات المصارعة ومنذ مارس (2012م) أصبح موقع تويتر متوفرا باللغة العربية، ولم يعد مجرد أداة التواصل الشخصي بين الأصدقاء، بل أصبح نافذة يطل منها المشاهير السياسيين والكتاب وغيرهم، مع جمهورهم، وأصبح منصة تسويقية تحقق الكثير من الفائدة لمن يعرف كيف يستخدمها بشكل سليم، لذلك صار موقع التواصل الاجتماعي تويتر يتيح الفرصة للجميع للقيام بمسؤولياتهم المناظرة بهم داخل المجتمع. (مركز المحتسب الإستشارات، 1438، ص ص 41،42)

**4- فليكر (Fliker):** بدأ الموقع في تقديم خدماته فعليا في عام (2005م) ويعد أشهر موقع إلكتروني على صعيد رفع الصور الخاصة ونشرها ومشاركتها مع الآخرين، ويتيح هذا الموقع للمستخدمين تحميل صورهم الخاصة على الأنترنت وعرضها للآخرين، والتعليق عليها وإضافتها للمدونات ومواقع التواصل الاجتماعي، كما يسمح لمستخدميه تنظيم صورهم كمجموعات شخصية أو عامة تشترك في صفات معينة أو كليهما معا، لكن مميزاته الرئيسية تبقى رهن تخصصه بالصور ونظرا لخدماته المميزة فقط تخطى عدد المسجلين الملايين. (مصعب حسام الدين، 201، ص 99)

**5-لينكدان:(Linkedin):** موقع إجتماعي متخصص بالعمل والتجارة والشركات ويضم عدد كبير من المحترفين والمحترفات وأصحاب العمل والمعامل والشركات وعدد كبير من الأشخاص الذين يبحثون عن العمل، وقد تم إنشائه من قبل «ريدهوفمان» عام(2003م) في ولاية كاليفورنيا، وقد تطور الموقع وإزدادت خدماته ليصبح من أوائل المواقع للتعرف المحترفين والمتخصصين في مجال الأعمال، ويعد من أهم مواقع التوظيف على شبكة الأنترنت، ويقدم الموقع خدمات ومميزات تختلف عن مواقع التواصل الإجتماعي الأخرى في الوقت الذي تركز المواقع التواصل الإجتماعي الأخرى على العلاقات الشخصية ومنير للتعرف على الأصدقاء يقدم موقع "لينكدان" خدمة للمهنيين بإنشاء وإقامة العلاقات في المجال العملي فضلا عن تعزيز خدماتهم وتطوير مهاراتهم المهنية. (وسام فاضل راضي، مهند حميد التيمي، 2017، ص ص 223،224)

**6-ماي سبيس(MySpace):** هو عبارة عن موقع يقدم خدمات الشبكات الإجتماعية على الأنترنت والويب، يقدم شبكة تفاعلية بين الأصدقاء المسجلين في الخدمة ويقع مقر الشركة في «سانتا مونيكا بكاليفورنيا»، وهو سادس أكثر مواقع الأنترنت والشبكة العنكبوتية الإنجليزية شعبية في العالم وكذلك سادس مواقع الويب المكتوبة بأي لغة في العالم شعبية إذ أصبح يمثل جزءا مهما من الثقافة الشعبية المعاصرة، خاصة في البلاد الناطقة بالإنجليزية. (عامر إبراهيم قنديلجي، 2014، ص 300)

**7-أنستغرام (Instagram):** يعد من مواقع التواصل الإجتماعي التي ظهرت حديثا لكنه إستحوذ على إهتمام الجمهور خلال مدة قصيرة مقارنة بالمواقع الأخرى، اذ بدأ موقع الانستغرام خدماته في تشرين الأول من عام( 2012 ) ويتيح الموقع لمستخدميه إمكانية التقاط الصور وإضافة الفلتر الرقمي إليها بحيث تصبح جميلة وجذابة، مع إمكانية مشاركتها في مواقع التواصل الإجتماعي الأخرى، وفي عام(2012م) تم شراء موقع الإنستغرام من قبل شركة الفيسبوك وبعدها هذه الصفقة إلترمت شركة الفيسبوك. يمتاز الموقع بأنه يسمح للمستخدمين من نشر الصور التي يتم إتقاطها بواسطة الهواتف النقالة عبر الكاميرات الهاتف عالية الدقة في الإنتشار (مرجع سابق ، 2017 ، ص 227-228)

### 1-10- أسباب شعبية مواقع التواصل الإجتماعي:

يمكننا القول أن مواقع الشبكات الإجتماعية اليوم تحتل مساحة كبيرة من حيث الإستعمال وهو ما تشير إليه الأرقام والإحصائيات حول تزايد المستخدمين يوما بعد يوم، وهذه الشعبية مردها الأسباب التالية:



**1-العزلة الإجتماعية:** والتي نتجت من نمط الحياة المعاصرة حيث أن جميع أفراد الأسرة يعملون خارج المنزل وفي نفس الوقت يبحثون عن أشخاص يشاركون إهتماماتهم، وبالنسبة لمواقع الشبكات الإجتماعية فيمكن التواصل من خلالها بطريقة بسيطة تكفي إمتلاك المستخدم لجهاز الكمبيوتر أو لوحة إلكترونية أو حتى عن طريق الهاتف الذكي و مع تطبيقات الأنترنت في هذه الوسائل يجد الفرد نفسه متصلا متى شاء و وقت ما شاء و في أي مكان كان .

**2-مساحة الرأي وحرية الموقف:** من المعروف أن هذه المواقع تسمح للأشخاص بحرية التعبير عن آرائهم وقضاياهم أكثر من بقية وسائل الإتصال المختلفة لأنها في متناول كافة الشرائح الإجتماعية على إختلاف الفوارق بينهم وكذا تكاليفها المالية ما جعل الكثير من المستخدمين يلجأون إليها لإفصاح عن رأيهم والتعليق على مختلف القضايا التي تقع في دائرة إهتمامهم من خلالها.

**3-البطالة أو الرغبة في تحسين الظروف المهنية:** بعض الشبكات الإجتماعية تتيح فرصة الحصول على وظيفة مناسبة أو حتى مجرد تسهيل إنجاز عمل أو مهمة ما ومن أشهرها موقع «لينكدان» من خلال توفير عروض العمل والمواصفات عبر هذه المواقع التي تتيح للفرد البحث عن عمل بطريقة أكثر فعالية من الطريقة العادية الكلاسيكية.

**4-جمع المعلومات وإكتساب الخبرة:** الشبكات لها أهمية كبيرة بالنسبة للمثقفين حيث تمكنهم من الحصول على أحدث الإتجاهات الثقافية والتجارية وقد زاد أكثر تحديثا من الكتب والدوريات مثل موقع «Imedix» وحتى من خلال المجموعات التي ينخرط فيها المثقفون والتي تمثل منبر حواريا ثقافيا يوفر المعلومات والكتب والدوريات عن طريق الملفات التي يتم نشرها وتحميلها على هذه الشبكات.

**5-الدعاية والاعلان:** ليست فقط في المجالات والصحف والأنترنت بل يتعدى الأمر إلى أحاديث الناس مع بعضهم البعض وهو يعتبر أكثر دعاية مثيرة لأنها تولد لدى الشخص رغبة ملححة لمعرفة ما يتحدث عنه الناس فيجد مواصفاته متوفرة عبر هذه المواقع كما تتيح له معرفة طريقة إتخاذ القرار والشراء (مرجع سبق ذكره، 2015، ص

## 11-1- إيجابيات وسلبيات مواقع التواصل الإجتماعي:

### 1- الإيجابيات:

- أنها تقلل من إنطوائية الأفراد، وتعزز الإجتماعية لديهم وتجعلهم يشعرون بالمجتمع وبالحياء من حولهم.
- أنها تسمح للمستخدمين التفاعل مع أصدقائهم والاتصال بهم، ومقابلة أفراد جديدة وخلق صداقات معهم وتطوير العلاقات الإجتماعية.
- تساعد في تنشيط مهارات استخدام الأنترنت لدى المستخدم (مرجع سابق، 2018، ص ص 37،39)
- **التعبير عن الذات:** حيث أن وسائل التواصل الإجتماعي تعكس رأي صاحبها وتعبير عن رغباته وإهتماماته وأفكاره وطموحاته.
- سرعة تداول المعلومات والأحداث في نفس الوقت عبر جميع أنحاء العالم حيث تكون بنقل وبث فوري وسريع لكل ما يحدث.
- فتح مجال الحرية أكثر في بث أو إرسال أي محتوى مكتوب أو مسموع أو مرئي دون قيود قانونية أو مجتمعية أو أخلاقية.
- توفير التسلية والترفية، نظرا لتنوع ما بثته وسائل التواصل الإجتماعي من أفلام وفيديوهات.
- كسر إحتكار الدولة والحكومات لوسائل الإعلان، حيث أصبحت وسائل الإعلام الإلكترونية في متناول أفراد المجتمع. (عبد الكريم تفرقيت، د.س، ص ص 6،7)
- نشر المعرفة، حيث تتيح الفرصة للخبراء والمختصين بنشر كافة أنواع المعرفة ومساعدة الطالب على الوصول للبحوث العلمية والتعلم منها.
- وسيله للدعوة إلى الله ومع إتساع الرقعة السكانية في العالم، وإجتياح الأمة الإسلامية لمن يرشدها ويعلمها صحيح الدين، يمكن إستخدام وسائل التواصل الاجتماعي للدعوة إلى الله لما لها من قوة التأثير على متابعيها. (مرجع سابق، 2020، ص 38)

### 2- السلبيات:

- تسبب مواقع التواصل الاجتماعي إدمانا للعديد من المستخدمين بسبب قضاء وقت كبير في تصفح هذه المواقع وهذا يسبب هدرا للوقت بصورة كبيرة.
- تسبب مواقع التواصل الاجتماعي عزلة للعديد من الأفراد حيث يتعدون عن الحياة الاجتماعية.

## الفصل الثاني.....موقع التواصل الإجتماعي والهوية الافتراضية

- بسبب إستخدام مواقع التواصل الإجتماعي بصورة مفرطة.
- <http://www.google.com/amp/s/arabistgroup.com/,20/04/15>
- أثر المعلومات الخاطئة، فمن الناس من يثق بالأخبار والمعلومات المنشورة على مواقع التواصل الإجتماعي حتى وإن كانت غير صحيحة.
- تقود إلى قلة التركيز فكثيرا ما يتم التنقل بين المواقع باستمرار مما يقلل القدرة على التركيز على نقطة واحدة.
- تقود إلى الإكتئاب فالأخبار والتفاعلات في مواقع التواصل الإجتماعي قد تزيد من الشعور بالغيرة والحزن عند مقارنة صورتك بصورة صديق.
- العلاقات التي يتم بنائها عبر مواقع التواصل الإجتماعي قد تكون زائفة وليست حقيقية، إلا أنها قد تجعل المرء يظن العكس، فيصبح من الصعب التفريق بينها وبين العلاقات الحقيقية في العالم الحقيقي.
- تتيح سرقة البيانات وعملية النصب فقد يقوم بعض الأشخاص بتتبع معلوماتك الشخصية لأي هدف من شأنه الإضرار بك أو بأسرتك.
- أصبحت وسيلة لنشر خصوصيات الأسر وما يصاحب ذلك من التباهي والتفاخر بين الشباب والفتيات وعرض ما يدور داخل المنزل.
- أصبحت أداة سهلة للتأثير على الجماهير تأثيرا سلبيا.
- مدخل لنشر ثقافة الإنحلال الخلقي والفساد.
- لها دور في العزوف عن قراءة الكتب التي تعتبر المصدر الصحيح لتلقي المعلومات (حسن شمسي باشا، ماجد حسن باشا، 2000، ص-ص 43-45)
- نشرها لأفكار ضالة، مثل الإلحاد وترويج العنف والمشاركة فيه.
- ظهور لغة جديدة بين الشباب حولت حروف اللغة العربية إلى رموز وأرقام باتت الحاء «7» والهمزة «2» والعين «3».
- ساعدت على تعميق التفكك الأسري .
- غياب الرقابة وعدم شعور بعض المستخدمين بالمسؤولية. (مرجع سابق، 2018، ص 40)

## الفصل الثاني.....موقع التواصل الإجتماعي والهوية الافتراضية

نشهد اليوم من بين مواقع التواصل الإجتماعي الفيسبوك الذي يعتبر من أشهر المواقع إنتشارا في العالم وذلك بسبب ما يوفره من خدمات مجانية وسهولة التعامل معه، خاصة التواصل والتفاعل بين الآخرين وقد تم تعريفه ونجد من بين التعريفات التالية:

يعرف قاموس الإعلام والاتصال «الفيسبوك» على أنه موقع خاص بالتواصل الاجتماعي أسس عام(2004م) ويتيح نشر الصفحات الخاصة «Profils». (وليد عبدلي، بشرى برش، ع 1، ص 163)

يقصد به: شبكة تواصل إجتماعية لأصدقاء القدامى والجدد للإلتقاء والتواصل عبر صفحاتها المتواجدة على الأنترنت ويسمح لهم بتبادل المعلومات وآخر المستجدات ومتابعة الأخبار السياسية والمناسبات الإجتماعية بالإضافة إلى الميزات الأخرى التفاعلية التي أتاحتها، وتعمل كل يوم على تحديثها وتطويرها وتبادل الصور ومقاطع الفيديو وغيرها.(رانيا بوعفان، عبد الملك بن سبتي، د.ع، ص 59)

يعرف «Sherry, KinkoPHGunter» الباحث في مجال مواقع التواصل الإجتماعي الفيسبوك بأنه واحد من موقع الشبكات الإجتماعية يمثل مجتمع دولي على الأنترنت وهو مكان يجتمع فيه أفراد المجتمع للتفاعل مع بعضهم من خلال تبادل الصور وأشرطة الفيديو، وغيرها من المعلومات والاتصال بشكل عام مع الأصدقاء والعائلة وزملاء العمل والدراسة وغيرهم. (مؤيد نصيف جاسم السعدي، 2016، ص ص 173، 179)

**التعريف الاجرائي:** هو أشهر موقع إلكتروني للتواصل الإجتماعي من خلال إنشاء ملف يتضمن صور وبيانات شخصية لتكوين علاقات وصدقات مع الآخرين لتبادل الآراء والأفكار بصفة مجانية وبكل حرية.

بعد تحديد كمفهوم تم تطويره من فكرة إلى موقع تواصل إجتماعي وإعطائه إنطلاقة جديدة من قبل مؤسسه وسنستعرض فيها كيف تمت بدايته وكيف تم تطويره من خلال عدة مراجع:

ترجع فكرة نشأة موقع الفيسبوك إلى صاحبه "مارك زوكربيرغ"، حيث أخذ على عاتقه تصميم موقع جديد على شبكة الأنترنت ليجمع زملاء في الجامعة ويمكنهم من تبادل أخبارهم وصورهم وآراءهم. (مصطفى يوسف كافي، 2016، ص ص 119، 120)

أسس «مارك» الفيسبوك خلال دراسته في جامعة «هارفرد» في(2003م)، بالتعاون مع زميله «هيوز وموسكوفيز» وإقتصر الإنتساب للفيسبوك في بدايته على طلاب "هارفرد"، ثم توسع ليشمل باقي الجامعات والكليات في بوسطن، ثم تطور ليستضيف جميع طلاب الجامعات، وطلاب المدارس الذين تزيد أعمارهم على

13 عاما، ثم إنتشر بشكل واسع في جميع أنحاء العالم ليشمل جميع الأجناس والفئات العمرية فوق 13 عاما (أحمد قميحة، 2017، ص ص 58،57)

ويرجع تسمية الموقع (فايسبوك) إلى إسم الدليل الذي تسلمه بعض الجامعات الأمريكية لطلابها المستخدمين وفيه أسماء وصور زملائهم القدامى ومعلومات مختصرة عنهم حتى لا يشعر المستجدون بالإغتراب. (مرجع سابق 2020، ص 25)

والتي قال عنها مؤسسها «مارك زوكربيرغ»: «لقد أضحي كل من يتكلم عن الفاييسبوك العام، الذي تفكر الجامعة في إنشائه، أظن أنه من السخف أن يستغرق الأمر من الجامعة سنتين من أجل تنفيذ ذلك وجدت نفسي أن بإمكانني تنفيذ أفضل منهم وفي أسبوع واحد. (حسان السوداني محمد المنصور، 2016، ص 106)

وفي شهر يونيو من عام(2004م)، تم نقل مقر الفاييسبوك إلى مدينة "بالواتو" في ولاية كاليفورنيا، وقد قامت الشركة بإسقاط كلمة«the» من بعد شراء النطاق (Facebook.com) عام 2005م نظير مبلغ 200000 دولار، وفي عام 2016م نشرت مجلة «بننس ويك» أن المفاوضات جارية بشأن شراء موقع الفاييسبوك (مرجع سابق ذكره، 2018، ص 285)

وقد علل «زوكربيرغ» رفضه للعرض إلى أن قيمة موقعه أعلى بكثير من المبلغ المعروض، وفي أكتوبر 2007م، وبعد تنافس محتدم أعلنت شركة «ميكروسوفت» العملاقة للبرمجيات الأمريكية أنها قامت بشراء حصة في الفاييسبوك بلغت 6.1% بقيمة 240 مليون دولار، وفي أكتوبر من عام 2008م أعلن القائمون على إدارة الفاييسبوك إتخاذ مدينة «ديلين» عاصمة إيرلاندا مقرا دوليا له. (ليلي أحمد جزار، 2012، ص 53،54)

شكل رقم(02): يوضح تطورات الفايسبوك كشبكة تواصل وإعلام للسنوات العشر الماضية: (عامر ابراهيم قنديلجي 2015 ، ص 314)



## الفصل الثاني.....موقع التواصل الإجتماعي والهوية الافتراضية

ولكل موقع تواصل إجتماعي خصائصه وسماته التي يتميز بها كذلك الفيسبوك نجد من خصائصه:

للفيس بوك خصائص وسمات تميزه عن مواقع التواصل الإجتماعي الأخرى وهي:

-**العالمية:** استطاع الفيسبوك بحركيته إلغاء العديد من الحواجز الجغرافية والمكانية، حيث يمكن للأفراد من الشرق التواصل مع أفراد في الغرب ببساطة وسهولة .

-**التفاعلية:** إن الفرد في «الفيسبوك» يرسل، يكتب، يستقبل، ويقرأ، ويتفاعل مع الأحداث والتعليقات فهو في عملية أخذ ورد مستمرة.

-**التنوع وسهولة الإستخدام:** أتاحت التحديثات العديدة التي قام موقع الفاييسبوك فرصة أمام المشتركين فيه الكثير من الغرض والأنشطة، و«الفيسبوك» أحد البرامج الافتراضية السهلة التي تستخدم الحروف ببساطة اللغة الرموز والصور التي تيسر للمستخدم التفاعل.

-**التوفير والإقتصادية:** إن مجانية الإشتراك والتسجيل أتاحت للفرد البسيط إمكانية إمتلاك فضاء على «الفيسبوك» وبات يشعر بإنتمائه ولم يعد ذلك حكرا على أصحاب الأموال فأى فرد يرغب في فتح على صفحة الفاييسبوك فله ذلك. (إيمان حنين شين، 2015، ص-ص 24-26) .

ومن سماته:

- **سمة Wall أو لوحة الحائط:** وهي عبارة عن مساحة مخصصة في صفحة الملف الشخصي أي مستخدم، بحيث تتيح للأصدقاء إرسال الرسائل المختلفة إلى هذا المستخدم.

- **سمة ( Pokes ) النكزة:** تتيح للمستخدمين إرسال «نكزة» افتراضية لإثارة الإنتباه إلى بعضهم البعض وهي عبارة عن إشهار يخطر المستخدم بأن أحد الأصدقاء يقوم بالترحيب به.

- **سمة (Fotos) أو الصور:** تمكن المستخدمين من تحميل الألبومات والصور من أجهزتهم إلى الموقع يوفر الفيسبوك لمستخدميه إمكانية تحميل كم هائل من الصور إلى الموقع مقارنة بالمواقع الأخرى التي تقدم خدمات إستضافة الصور.

- **سمة أو (Statuts) الحالة:** تتيح للمستخدمين إمكانية إبلاغ أصدقائهم بإمكانهم وما يقومون به من أعمال في الوقت الحالي.

## الفصل الثاني.....موقع التواصل الإجتماعي والهوية الافتراضية

- سمة (News Feed) أو التغذية الإخبارية: بتميز بعض البيانات مثل التغييرات التي تحدث في الملف الشخصي وكذلك الأحداث المترتبة وأعياد الميلاد.

- سمة (Facebook Notes) أو تعليقات الفيسبوك: هي سمة متعلقة بالتدوين تسمح بإضافة العلامات والصور التي يمكن تضمينها.

-سمة إرسال الرسائل الفورية (Chat): يوفر للمستخدمين إمكانية التواصل مع أصدقائهم وهو يشبه في أداء وظيفته برامج إرسال الرسائل الفورية الموجودة على سطح المكتب (مرجع سابق، 2015، ص-ص 257-260)

- الهدايا (Gifts): ميزة تتيح للمستخدمين إرسال هدايا افتراضية إلى أصدقائهم تظهر على الملف الشخصي للمستخدم الذي يقوم بإستقبال الهدية.

- السوق (Market place): وهو المكان أو الفسحة الافتراضية الذي يتيح للمستخدمين نشر إعلانات مبنية مجانية.

- إنشاء صفحة خاصة على الموقع (Facebook): تستطيع إنشاء صفحة خاصة بموضوع معين ويكون إسم الدومين الخاص بها منتهيا بالفايسبوك ويتيح لك أن تروج لفكرتك أو منتجك أو حزبك أو جريدتك. (خالد غسان يوسف المقدادي، 2013، ص 36)

### ● كما يتميز الفيسبوك بتقديم خدمات كثيرة أبرزها:

- مجانية الإشتراك في الفيسبوك.

- البحث على الأصدقاء القدامى والتعرف عليهم ومراسلتهم.

- تمتع الفرد بوجود صفحة شخصية له على الفيسبوك يمكنه وضع فيها ما يشاء وكذلك كتابة ما يشاء وتحديد بعض الأشخاص الذين يسمح لهم مشاهدتها أو السماح للجميع بمشاهدتها.

- وضع صور الخاصة للفرد على صفحته الشخصية وتكوين ألبوم صور خاص به وتحديد من يمكنه رؤيته.

- وضع الفيديوهات المفضلة على الصفحة الشخصية وتحديد من يمكن رؤيتها.

- تكوين مجموعات أو الإشتراك في مجموعات (تتحدث في أمر معين) وبدون أدنى شروط.



- المحادثة المباشرة مع الأصدقاء.

- إرسال وإستلام الرسائل من الأصدقاء ( مرجع سابق، 2014، ص393)

**كما أن للفيسبوك إستخدامات وتطبيقات جمة نذكر منها:**

-الإستخدامات الإتصالية الشخصية: ويمكن من خلال الشبكات الإجتماعية تبادل المعلومات والملفات الخاصة والصور ومقاطع الفيديو، كما أنها مجال رحب للتعارف والصدقة وخلق جو مجتمع يتميز بوحدة الأفكار .

-الإستخدامات التعليمية: إن الدور الذي تلعبه الشبكات الإجتماعية في تطوير التعليم الإلكتروني حيث تعمل على إضافة الجانب الإجتماعي له، والمشاركة من كل الأطباق في منظومة التعليمي بداية من مدير المدرسة والمعلم وأولياء الأمور وعدم الإقتصار على التركيز على تقديم المقرر للطلاب.

-الإستخدامات الحكومية: إتجهت كثير من الدوائر الحكومية للتواصل مع الجمهور من خلال مواقع التواصل الإجتماعي بهدف قياس وتطوير الخدمات الحكومية لديها ومسايرة للتقنية الحديثة، بل أصبح التواصل التكنولوجي مع الجمهور من نقاط تقييم الدوائر الحكومية وخدماتها المقدمة، وتتميز هذه الخدمة بقلّة التكلفة والوصول المباشر للمستفيد الأول والتغذية الراجعة المباشرة .

- الإستخدامات الإخبارية: أصبحت الشبكات الإجتماعية مصدر أصيل من مصادر الأخبار الكثير من روادها ، وهي أخبار تتميز لأنها من مصدرها الأول وبصياغة فردية حرة غالباً، لا إحترافية لإستخدامات مختلفة سياسية أو دعائية، وقد تميزت المدونات الخاصة بإستقطاب الباحثين عن الأخبار ومواقع الأخبار المتخصصة قنوات إخبارية كبيرة.

- الإستخدامات الدعوية: فتحت الشبكات الباب للتواصل والدعوة مع الآخرين مسلمين أو غير مسلمين بإختلاف لغاتهم إختلاف أجناسهم وبلدانهم، وأصبح لكثير من الدعاة صفحاتهم الخاصة ومواقعهم الثرية وهو إنتقال إيجابي للتواصل العالمي في ظل الإنغلاق الإعلامي الرسمي في كثير من الدول، وتتميز الدعوة عن طريق الشبكات الإجتماعية بالعالمية والفورية والتحديد المستمر مع كسر حاجز الوقت والزمان، والسهولة في الإستخدام والتواصل والتوفير في الجهد والتكاليف (عبد السلام الأشهب، 2017، ص ص 39،40)

❖ تطبيقات موقع الفيسبوك:

- المجموعات (Groups): يمكن لكل مشترك في الموقع أن ينشئ مجموعة عبر تسميتها وكتابة تعريف عن الفكرة ثم إيميل مدير (Admin) الجروب، ويتم إنشاء المجموعات الإهتمامات مشتركة أو لأعضاء نادي معين أو حملة فكر أكان أوديني أو سياسي.

- الصفحات (Pages): الصفحات لها نفس ميزات وإستخدامات المجموعة في ما عدا أنها أكثر تفاعلا عبر ظهورها في الصفحة الرئيسية (Home) لكل المستخدمين وغالبا ما تكون هذا التطبيق (FanClube) معجبين لمشاهير ونجوم المجتمع بحيث تكون الصفحة وسيلة للتواصل مع الشخصية المعينة.

- الصفحة الرئيسية (Home): يظهر بهذه الصفحة كل جديد تعليقات وصور وروابط أصدقاتك الذين أصدقتهم إليك وربما قد يظهر لك تعليقات وصور أصدقاتك.

- الألعاب (Games): بالفاسبوك العديد من الألعاب المختلفة مغامرات إستراتيجية، كرة قدم، يستطيع المستخدم أن يستخدمها ويختار مراحلها مرحلة تلو الأخرى.

- المناسبات (Event): إقامة دعوة لأصدقاتك أو لأعضاء مجموعة معينة لحدث مهم أو عمل جماعي أو إجتماعي على أرض الواقع، توضح فيه عنوان الحدث وتاريخ بدايته ونهايته وتحديد الأعضاء المدعويين له وبعض المناسبات تكون مفتوحة لأي عضو في الفايسبوك.

- آلية التشبيك: المشترك الجديد في الفايسبوك يلاحظ أن الفايسبوك يقترح إضافة أصدقاء يعرفهم وله معهم تواصل تفسير ذلك أن الموقع يقوم بإمتلاك عناوين قائمة معارفك في البريد الإلكتروني إن كان في (Hotmail Gmail أو Yahoo) ويقوم بعمل إقتراح لك إن كانوا على أعضاء فالفايسبوك أو إقتراح لدعوتهم إلى الموقع. (وائل مبارك خضر فضل الله، 2010، ص ص 15،16)

إضافة إلى أبرز مكوناته نجد:

✓ اللوح: هناك ثلاثة عناصر هي نفسها في كل صفحة في الفايسبوك لأي مستخدم، مما يعطي النقاط المرجعية المتناغمة بواسطتها هي: الشريط الأزرق، التنديل، وشريط التطبيقات وتسمى هذه العناصر مجتمعة "اللوحة" (Frame).

## الفصل الثاني.....موقع التواصل الإجتماعي والهوية الافتراضية

- ✓ الشريط الأزرق: يوجد في أعلى كل صفحة في الفيسبوك شريط أزرق ساطع إسمه الشريط الأزرق يمثل الشريط الأساسي والثابت عند فتح واجهة المستخدم وتساعد الإرتباطات في الشريط الأزرق على التنقل في الموقع ويتألف من:
- ✓ الصفحة الرئيسية: وهي صفحة تضم كل المشاركات الأصدقاء المنظمين إلى المستخدم وتأخذك هذه الصفحة إلى بدايتك في الفيسبوك.
- ✓ الصفحة الشخصية: (إسم المستخدم) وتمثل صفحة المستخدم الخاصة التي تضم سيرة المستخدم التي أنشأها وتضم سيرته الذاتية ومشاركته الخاصة.
- ✓ البحث عن أصدقاء: وهي الصفحة التي يمكن فيها رؤية لائحة بكل أصدقاء المستخدم في الفيسبوك وعند فتح هذه القائمة تنبثق منها قائمة أخرى لخيارات البحث عن أصدقاء جدد للمستخدم ودعوتهم للانضمام له.
- ✓ البريد الوارد: وهو مركز رسائل المستخدم في الفيسبوك ويبلغ الرقم الذي بجانب البريد الوارد عن عدد الرسائل الجديدة الواردة للمستخدم(إن وجدت).
- ✓ الإعدادات: وتمثل مجموعة من الأدوات التي تساعد المستخدم في عملية تنظيم وإعداد حسابه وفق الكيفية التي يريدها.
- ✓ طلبات الصداقة: تشعر المستخدم بطلبات الصداقة الواردة له.
- ✓ حقل البحث العام: وهو حقل خاص بالبحث عن كل ما يرغب بالحصول عليه المستخدم من الموقع مثل أشخاص مجموعات.
- ✓ الإشعارات: ويشمل مجموعة من الإشعارات التي يتم عن طريقها إشهار المستخدم بمشاركات الأصدقاء بأي محتوى.
- ✓ التذييل: يوجد في أسفل كل صفحة في الفاسبوك لائحة إرتباطات أفقية تسمى التذييل(Footer) من السهل التغاضي عنه، ولكنه يقدم بعض المعلومات المفيدة وهي:
- ✓ اللغة: تتيح للمستخدم قائمة اللغة لتحديد نوع اللغة المستخدمة والتي يرغب المستخدم في إستعمالها.
- ✓ حول الفيسبوك: وتشمل صفحة تعليمات حول الفيسبوك كما وتبين إعلانات التوظيف، وغيرها من المعلومات المتعلقة بالشركة .
- ✓ المطورون: ويرتبط بموارد لإنشاء تطبيقات الفاسبوك.

✓ **شريط التطبيقات:** وهو شريط يضم التطبيقات العامة التي يمكن للمستخدم إستعمالها ويكون مرئيا دائما وهو يحتوي على قائمة تعطيك وصولا سريعا إلى تطبيقاتك في الفيسبوك.

✓ **صفحة النبذة:** وهي الصفحة الشخصية الخاصة بالمستخدم التي تقدم نبذة عنه في الفايسبوك وهو المكان الذي سيزوره أصدقاء المستخدم، للإطلاع على آخر أخبار المستخدم وهي إحدى الصفحتين اللتين سيقضي المستخدم فيهما معظم وقته على الأرجح إلى جانب صفحة الفاسبوك الرئيسية. (مؤيد نصيف جاسم السعدي، 2016، ص-ص 173-176)

### الأنواع الأخرى من الصفحات:

فضلا عن صفحة نبذة المستخدم الرئيسية هناك مجموعة من الأماكن المهمة التي يزورها المستخدم من وقت لآخر في الفاسبوك وهي: صفحة طلبات البريد الوارد، صفحة الاشعارات، المجموعات... الخ.(نفس المرجع السابق، 2016، ص 179)

### ومن أبرز النماذج التي يتوفر عليها موقع الفيسبوك هي:

**1-النموذج الأول:(المتخفي):** ضمن هذا النموذج يرى الكاتبان أن الكثيرين مما يسجلون أنفسهم لا يفهمون مبدأ التواصل والتشابك، فيخفون صورتهم ولا يقدمون أية معلومات شخصية عنهم للأصدقاء الذين يدعوتهم، ويقول الكاتبان «إيلينا نغر» و«خالد الكويط» : «هؤلاء لا يفصحون عن هويتهم ويكتفون بالملاحظة والإطلاع على الصفحات الشخصية للمستخدمين الآخرين ربما يخاف هذا النمط من المستخدمين من أن يفوتهم شيئا ما أو يعيشون طفولتهم من جديد حيث كانوا يكتفون بالوقوف في ركن ما من ساحة المدرسة يكتفون بمراقبة زملائهم ويكبحون الرغبة في اللعب معهم حتى مكالماتهم لكن التجربة أظهرت أن خيار التخفي ليس بالأمر السيئ على الإطلاق، إذا ما أخذت بعض التعليقات غير اللائقة التي يكتبها البعض بعين الاعتبار.

**2-النموذج الثاني:(رفيق المدرسة):** (لم نلتق منذ وقت طويل)، وبهذا يتحدث الكاتبان عن هذا النموذج من الأشخاص فيوضحان: هذه الرسالة التي يتلقاها المرء من أشخاص فقدت آثارهم منذ وقت طويل، وغالبا ما يكونوا زملاء المدرسة، رسالة تثير فضولا كبيرا عما أصبحت عليه أحوال الآخر، لكن في كثير من الأحيان ما يلبث هذا الزميل القديم أن يختفي ولا يبقى سوى اسمه في لائحة الأصدقاء.

**3- النموذج الثالث:(الخطيب السابق أو الخطيبة السابقة):** هم أصدقاء غير مريحين، ويتوقف الكاتبان عند هذا النوع من الأصدقاء الذين يتجسسون على صفحات المشتركين في الفيسبوك، وقد يشيرون بعض المشاكل غير المريحة لصاحب الصفحة، كون أنهم يحاولون التأثير على علاقاته الجديدة وخلق المشاكل في علاقته مع أصدقائه الجدد. (حسن السوداني محمد المنصور، 2016، ص-ص 111-113)

**4-النموذج الرابع:(الأبوين):** لاشك أن الكثير من الآباء والأمهات لا يعرفون عن الفاييسبوك ما يكفي إضافة إلى أنهم لا يرغبون في خوض هذه التجربة الجديدة، لكن حرصهم على أولادهم يدفعهم في الكثير من الأحيان إلى التطفل على إهتمامات الأبناء والبنات بهذا التواصل الإجتماعي، والدخول إلى صفحاتهم وطلب صداقة أبنائهم، الذين يقومون بتشكيل مجاميع من الأصدقاء تحد من تدخلات الآباء في شؤونهم، ومن هذه المجموعات التي يشكلونها الأبناء(دعونا نقصي الآباء من الفيس بوك).

**5-النموذج الخامس:(المدير):** يتسم هذا النموذج بطابع أكثر ما يقال عنه تجسسي نرجسي، فالمدير يفتح صفحة شخصية له على الفيسبوك ، ويدعو العاملين عنده بالتسجيل في الفيس بوك والدخول إلى صفحته الخاصة ومن هنا يحقق نرجسيته بإعتباره يتحكم فيهم حتما وهم في العالم الافتراضي، هذا من ناحية، من ناحية أخرى يصبحون تحت أنظاره ويراقب تحركاتهم وسلوكهم.

**6-النموذج السادس:القريب:** يرى الكاتبان في هذا النموذج أنه « لا داعي لمكالمة القريب البعيد، لمعرفة كيف حاله في الخبر يمكن قراءته على الفيسبوك ، ولا حاجة للحديث عن الجد أو الجدة أو عن أشياء لا أهمية لها،الفاسبوك يمنح إمكانية البقاء على إتصال بهؤلاء الأقارب دون الحاجة للإتصال بهم .

**7- النموذج السابع : الأصدقاء الحقيقيون :** يخلص الكاتبان إلى أن الأصدقاء الحقيقيون هم أصدقاء بصرف النظر أن أضافوا إلى العالم الافتراضي أو لا ، ويقولان : « الصديق الحقيقي هو الصديق الذي نعرفه منذ وقت طويل في هذه الحالة لا يحتاج المرء للفيسبوك للحفاظ على الصداقة لكن ضم هؤلاء الأصدقاء إلى لائحة الأصدقاء على الفاسبوك هو أمر طبيعي على الرغم من قلة أو عدم أهمية ما يمكن إضافته هناك حول هؤلاء الأصدقاء.(محي الدين إسماعيل محمد الديهمي ، 2015 ، ص 463-464 ) .

في النهاية نجد أن لكل موقع تواصل إجتماعي سلبيات وإيجابيات ونجد مثلها لدى الفيسبوك نذكر منها:

### 1- إيجابياته :

يساعد على التواصل الإجتماعي من خلال قضاء وقتك مع الآخرين، ويساعد على إكتشاف الأشخاص والأفكار والمواهب والقدرات الشخصية يمكنك من إستخدام التطبيقات والاستقصاءات والمشاركة مع الآخرين، و يمكن إستخدامه في المراسلة كبديل للبريد الالكتروني يمكن إستخدامه والشبكات المهنية والشركات للتواصل في ما بينهم .

- الحصول على تغذية راجعة وآراء الناس في الخدمات أو المنتجات أو الأفكار المعروضة .( محمد سيد ريان ، 2012 ، ص 37 ) .

-سرعة تبادل المعلومات والأخبار .

- الحصول على الحافز الإجتماعي وتشجيع الآخرين .

- تبادل التوصيات و التهاني والذكريات المشتركة بين الأشخاص .

-الإهتمام بالأحداث ذات الإهتمام المشترك والترويج للمناسبات المهمة والمؤثرة ( مرجع سابق ، 2017 ، ص 202 )

### 2- سلبياته :

- هدر الوقت : يعتبر هذا الجانب من أخطر الجوانب السلبية على مستخدمي الفيس بوك في إضاعة الوقت.

- إنتهاك الخصوصية: لا يوجد تدابير آمنة مثالية أو غير قابلة للاختراق غياب الرقابة على الأخبار المغلوطة والمتداولة بين الناس والإساءة للأنظمة الحاكمة ونشر الشائعات .

- إضعاف العلاقات الإجتماعية والمهارات: الإدمان على الفيسبوك ظاهرة سلبية أثرت على علاقاتنا

الإجتماعية وتواصلنا الإجتماعي بين الناس (عبير شفيق الرحباني ، 2015 ، ص 168-170) .

- ظهور لغة جديدة بين الشباب: ظهرت لغة جديدة بين فئة الشباب يستخدمونها في جميع إتصالاتهم

بشكل أكبر وهي لغة ليست بالعربية ولا بالإنجليزية بل تجمع اللغتين بالإضافة إلى أرقام ورموز لا يفهمها سوى المتعاملون بها.

- التعرض للجرائم الإلكترونية: كما أعلن عنها بذلك موقع «كاسبر سكي» الذي رصد أكثر من 43 ألف فيروس .

- إنتحال شخصيات عامة: إستخدام صور أشخاص آخرين بتزوير الصور الخاصة بالأفراد الذين تتواصلوا معهم عبر الموقع وربما يساء إستخدامها بشكل يسيئ لأصحابها (بلقاسم بوطرفاية، عزوز ميلودية، 2016، ص98)

## ثانيا: المجتمعات الافتراضية والهوية الافتراضية

### 2-1- مفهوم المجتمعات الافتراضية:

■ عرفه "لايزر" بأنه: تجمعات تشكلت من خلال شبكه الأنترنت لا يقطن أعضائها في بوثقه جغرافية واحدة ولكنه موزعون في أنحاء مختلفة ومنتشرة حول العالم يجمع بين هذه التجمعات إهتمامات مشتركة ومختلفة وتتعدد أنماط هذه التجمعات ما بين تجمعات تجارية وتجمعات طيبة تتسع لتشمل أنماط أخرى متعددة.

■ عرفه "الجويلي" بأنه: جماعات تشكلت إثر الثورة المعلوماتية التي أتاحت الفرصة إلى تقليص التباعد الجغرافي مما أتاح الفرصة لإتصال بين أفراد يقعون مسافات متباعدة يجمع بين أفرادها نوع من الإحساس بالولاء والمشاركة.(عبد الله أحمد القرني، 2016، ص 11)

■ وتعرف المجتمعات الافتراضية على أنها تجمعات إجتماعية تظهر عبر شبكة الأنترنت تشكلت في ضوء ثورة الاتصالات الحديثة تجمع بين ذوي الإهتمامات المشتركة، يتواصلون فيما بينه ويشعرون كأنهم في مجتمع حقيقي. (مجلة علوم الإنسان والمجتمع، ع2016، 16)

### 2-2- نشأة المجتمعات الافتراضية:

تعود بدايات تشكل المجتمعات وتأثيرها على العلاقات الاجتماعية الى منظور الدور الدوركامي وفكرته الأساسية عن مجتمعي التضامن الالي والعضوي ، حيث نظر(Alexandre)منذ فترة عند بوصفة تكنولوجيا تداعم (ORGAMIC Solidarity) التضامن العضوي كما اعتبر أيضا الإذاعة والتلفزيون قوة هائلة تعمل على ايجاد حالة من التوازن والتضامن بين افراد المجتمع فهي تقوم بتدعيم الفكرة الأساسية للعقل الجمعي عبر ما تدعّمه من تشكيل حالة من الفهم المشترك بين الأفراد (Alexandre1998)

كما دعم الماركسيون المحدثون وجهه النظر السابقة فلم يتعدوا كثيرا في نظرتهم لتلك الوسائط عن التحليل الماركسي الكلاسيكي ، حيث نظر إليها "شيرلر" بوصفها أحد الأليات التي تستخدمها الطبقات الحاكمة والمسيطرة في أي مجتمع من أجل فرض سيطرتهم ونفوذهم وتغليب إيديولوجياتهم على باقي الطبقات الأخرى 1996 " Skiller" ورغم كل وجهات النظر السابقة إلا أن الإهتمام الحقيقي بالمجتمع الافتراضي وتأثيرها في بنية المجتمع تعود إلى تشكيل المجتمع الشبكي في فترة الستينات من القرن الماضي وذلك بعد ظهور الحاسوب لأغراض التعليم مثل شبكة "بلاطو Plateu" والتي كانت تعبير عن النظام الرائد للقاءات والمنتديات كل الخط Oline ( formes) أو مراسلات او اللوحات الإلكترونية والبريد، وغرف الدردشة والتراسل الآلي ومشاركة الشاشات عن بعد وألعاب التسلية متعددة اللاعبين ومن ثم تعد شبكة "بلاطو" الشكل الأولي البدائي للمجتمعات الافتراضية الحالية، حيث أنها نوع من التنظيم الافتراضي والتجمع التشاركي الطبيعي (رمزيا، رقميا، آليا).

وفي أواخر الستينات وأوائل السبعينات ظهرت أيضا شبكة " أريانت" وغيرها من الشبكات التي ظهرت في فترة السبعينات والثمانينات والتي عرفت بالمجتمع الشبكي وخاصة مع إنتشار إستخدام لوحات الإتصال المحلي ولوحات النشرات ( BBSS) لإتاحة المجال واسع للتكنولوجيات الجديدة آنذاك، ومن أهم المجتمعات التي إنتشرت للمجتمع المحلي الافتراضي إسمه ويل ( Lectronic Link ) في سان فرانسيسكو و مجتمع نظام " تويك(Twics) الذي أسس في طوكيو، "سي.أي.إكس"(Cix) في لندن، و"كالفكوم (Calvacom) في باريس ومجتمع شبكة"سياتل" (Seattle) ويوزن(Usente) في الولايات المتحدة الأمريكية، ونظم (Echo) في نيويورك سيتي، والتي كانت تستخدم بصعوبة للمحافظة على مركبتها التقنية الشبكي المتغيرة في نماذج أعمال في ذلك الوقت ولقد واجهت مختلف هذه النظم صعوبات عديدة لعمل قاعدة بيانات للمشاركين تشمل جماعات السوشي إقتصادية خاصة في ظل غياب نموذج مالي ذو قاعدة ربحية، ومن ثم تعد هذه الفترة مرحلة تأسيسية للمجتمعات الافتراضية حيث أتاحت كل هذه الشبكات زيادة التفاعل والحوار بين المستخدمين وفي فترة التسعينات تمثلت مجتمعات الشبكات ونفسها بحركة إجتماعية تقنية خاصة عام1996م حيث تم نشر شبكة "دوغلاس شوللر" للمجتمع المحلي الجديد أبير للتغيير ( Douglas Schuler new community networking wired for changr) وتأسيس منظمات شبكية.



وتوالى بعد ذلك ظهور الشبكات والمجتمع لحركة تطور المجتمعات الافتراضية المختلفة والمتنوعة ويلاحظ أنها تهدف بالتحديد لتحقيق التواصل والتفاعل بين الأصدقاء والمستخدمين، دون تحديد نوعية المستخدمين أو طبيعة المناقشات فهي مواقع عامة لجميع المستخدمين على مستوى العالم. (نفس المرجع ع، 2 ص 172-173)

### 2-3- مراحل تطور المجتمعات الافتراضية:

ظهرت المجتمعات الافتراضية (على الخط) في بدايتها بفعل إحتياجات التعليم مثل شبكة بلاطو (Plateau) واستخدام تكنولوجيا الحاسوب والاتصالات الرقمية منذ منتصف ثمانينات القرن الماضي، ثم إنشق بعد ذلك ما يعرف بالمجتمعات الشبكية مع أوائل التسعينات حيث تطورت في شكل جماعات معروفة من مستخدمي الأنترنت وتعتبر من أهم الظواهر التي ساهم الإعلام بتشكيلها.

هذا المصطلح ظهر في صورته الإنجليزية عنوان لكتاب (Rheinglod) عام 1993م ويعني جماعة من البشر تربطهم إهتمامات مشتركة ولا تربطهم بالضرورة حدود جغرافية أو أواصر عرقية و دينية و سياسية يتفاعلون عبر مواقع التواصل الاجتماعي الحديثة، ويطورون في ما بينهم شروط الإنتصاب إلى الجماعة وقواعد الدخول والخروج وآليات التعامل والقواعد والأخلاقيات التي ينبغي مراعاتها، وتعتبر (Demor and weignd) المجتمع الافتراضي هو نظام إجتماعي تكنولوجي. (مرجع سابق، 2015، ص 84)

إن المجتمع الافتراضي لم يكن ليظهر فجأة ولكن حدث نتيجة عدد من العوامل التي مهدت لظهوره من أهمها الشبكة الدولية للمعلومات وتشكل الفضاء الرمزي، ومع ذلك فإن هذا المجتمع لم تكتمل بعد صورته، ذلك لأنه مرتبط بتكنولوجيا الإتصال ومجتمع المعلومات العالمي وهذا المجتمع أخذ في التشكل ولا يستطيع أحد التكهن بالصورة الأساسية للمجتمع الافتراضي في المستقبل.

ويشير عدد من الباحثين إلى أنه بظهور الأنترنت كوسيط إتصالي أصبحنا نعيش في مجتمعين أحدهما: المجتمع الواقعي والمجتمع الافتراضي، فقد إهتم الباحثين في علم الإجتماعي بدراسة هذا النوع من المجتمعات وإعتبرها ظاهرة إجتماعية، "كاستلزام" أبرزهم ومع مرور الوقت ظهرت أنواع من المجتمعات وقد إختلفت في توجهاتها وإهتماماتها وأهدافها، كما ظهرت مجموعة كبيرة من المجتمعات الافتراضية أبرزها "أمريكا اون لاين" إضافة إلى مجتمعات لقضاء وقت الفراغ وهي مجتمعات تعزز التفاعل الإجتماعي أبرزها موقع Facebook . (فريدة صغير

عباس، د.س، ص77)

• ويمكن أن نستخلصها في أربعة مراحل:

وفقا إلى ذكره "دي موورو" و "إيجاند" يريان أن المجتمعات الافتراضية تمر بأربعة مراحل أساسية في تشكيلها وهي:

- **المرحلة الأولى:** وهي مرحلة التأسيس والتجريب فقبل الإنطلاقة الحقيقية للمجتمعات الافتراضية يتم إطلاق هذه المجتمعات لجلس النبض ومعرفة ماذا تجاوب الأفراد معها، وكذا لتبيين ما يجب إضافته لها وما الذي يتم إلغاؤه منها.

- **المرحلة الثانية:** مرحلة التدشين **الإنطلاق:** وتأتي مباشرة بعد إدراك نسبة التجاوب، ومنها يدخل المجتمع حيز النشاط والمشاركة وتفعيله من قبل المنخرطين فيه الذين يقومون بالتواصل فيه وتبادل الإهتمامات المشتركة.

لذا يمكن القول أن المجتمعات الافتراضية عوضت الفراغ الذي تركته المجتمعات المحلية التقليدية وأصبحت تمثل المكان الجديد "الرقمي" غرف الدردشة، الشبكات الاجتماعية، الجماعات والأخبار.

ويجيز "مكملان وتشافي": الشعور بالانتماء إلى جماعة من خلال عضويتها ومتابعة ما يحدث فيها وسهولة التفاعل مع أفرادها وأحداثها.

- الشعور بالقدرة على التأثير في تلك المجتمعات أو المجتمع الاقتصادية من خلال ردود الأفعال التي يتلقاها الفرد من بقية أعضاء الجماعة وأفراد المجتمع الافتراضي وكذلك التأثير بما يحدث في ذلك المجتمع.

- الحضور والتواجد هما نقيض العزلة والغياب الذي نتج عن هيمنة القيم المادية وإنشغال الجميع بتأمين أسباب الحياة ولا يتصور أن المرء يبقى طويلا في المجتمع الافتراضي ليس فيه من يتواصل معه فلا يسمع فيه إلا صدى نقرة على لوحة المفاتيح.

- الخلفية المشتركة: تزداد العلاقات الافتراضية كلما تأسست على خلفية مشتركة في العالم الواقعي أو على إهتمامات وميولات مشتركة في العالم الافتراضي، فقد نشأت تجمعات افتراضية حول قضية أو نجم من نجوم الرياضة أو الفن...إلخ ، وهو ما أشير إليه بالمصالح المشتركة حيث أعتبر أن ما يحتاجه الناس هو إيجاد فرصة لتكوين العلاقات من جيرانهم الموجودين في الأماكن النائية من القرية العالمية حيث يتصور عالم يستطيع فيه أفراد لم يتقابلوا قط أن يتواصلوا بفضل ما يجمعهم من مصالح مشتركة. (حورية حمداني، نسرين حمداني، 2018، ص 78-80)

المرحلة الثالثة: مرحلة النمو والتطوير من الداخل فبعد المشاركة يتم تفعيل هذا المجتمع وتتوافد فيه المشاركات والملاحظات هنا تعتمد إدارة هذا المجتمع أو الفرد أو الهيئة التي قامت بإعداده إلى محاولة خلق كفاءات جديدة قادرة على تطوير هيكله هذا المجتمع داخليا.

-المرحلة الرابعة: مرحلة النمو والتطوير من الخارج: تعد هذه المرحلة آخر مرحلة من خلال إجراء تحديث دوري لهذه المجتمعات. (مرجع سابق، 2013، ص 2)

### 2-4- أسباب ظهور المجتمعات الافتراضية:

ظهرت المجتمعات الافتراضية كنتاج عادي ومنطقي لكل التفاعلات الحاصلة داخل الفضاء الافتراضي من نقاشات، مراسلات، وإتصالات...إلخ، وهذا ما جعلها تتطور بشكل كبير وواضح حيث أصبح لها أنواع جديدة ومتنوعة وقد ظهرت كحاجة وبدل تعكس التطور العالمي والتكنولوجي والإجتماعي وكذلك مختلف نواحي الحياة اليومية للإنسان المعاصر وذلك بإعطاء طابع المستقبل للحياة الإجتماعية وتحولها من طابعها الطبيعي إلى طابع افتراضي وإحداث التغيير في طبيعة الحياة الإجتماعية وإبراز التأثير بالتقدم التقني والتكنولوجي ويمكن إجمال هذا النوع من المجتمعات في إكتساح الفضاء الإلكتروني في جميع الحياة الإلكترونية، الإقتصادية، والسياسية، والإجتماعية...إلخ.

✓ فقدان المجتمعات الطبيعية لدورها الترفيهي وتراجع دور الاماكن الثالث التقليدية في إيجاد مساحات للتفاعل البشري والتواصل ، وهذا يفتح الباب واسعا امام ظهور هذا النوع من المجتمعات .

✓ حاجة الناس إلى مكان ثالث غير العمل، البيت، حيث يؤكد كل من "هاورود و رينغولد" على أن المجتمعات الافتراضية في جزء منها هي ردة فعل وإستجابة لجوع الناس وإفتقارهم إلى المجتمع المحلي بعد تفرق وتفكك المجتمعات المحلية والتقليدية.

### 2-5- أنواع المجتمعات الافتراضية:

تتضمن هذه أنواع وأشكال داخل الفضاء السائبري وبالتالي يمكن تصنيفها إلى نوعين كما يلي:

#### النوع الأول:

- **غرف المحادثة الإلكترونية:** تتمثل في غرفة دردشة في صورة موقع إلكتروني يضم غرفة أو أكثر، وفي كل غرفة يوجد فردين أو أكثر تجمعهم إهتمامات مشتركة ويمكن أن يتفاعل إجتماعيا مع بعضهم البعض من خلال محادثات إلكترونية متزامنة قد تكون نصية أو صوتية أو مرئية، وقد تدعم بأدوات أخرى للتواصل أو الترفيه.

- **مواقع تشارك تسجيلات الفيديو:** ويكون من خلال صورة موقع إلكتروني يمكن للمستخدمين به أن يضعوا عليه مقاطع من تسجيلات الفيديو مصنفة وفقا لعنوان أو موضوع التسجيل، ويتم التفاعل من خلال مشاهدة هذه المقاطع بواسطة المستخدمين في المواقع أو الزائرين والتعليق عليها والرد بمقاطع أخرى أو مشاركتها عبر مجتمعات إفتراضية.

- **المدونات الإلكترونية:** وهي تتشكل من أشكال المجتمع الافتراضي يديره شخص مسؤول، ويطرح به موضوعات وقضايا نقاشية مشتركة أو مقالات قصيرة مصنفة ومرتبة ترتيبا زمنيا يتم مناقشتها والتعليق عليها من خلال بقية المستخدمين في الموقع في شكل حوارات إلكترونية غالبا ما تكون نصية.

- **المنتديات الإلكترونية:** تعد من المجتمعات الافتراضية الأكثر شيوعا وإقبالا بين المستخدمين، وهي عبارة عن موقع إلكتروني ينشئه ويديره ويشرف عليه عدد من الأشخاص يتم تقسيمه إلى أقسام وفقا لقواعد وقوانين العضوية العامة ومعلنة، ويصبح لكل عضو صفحته ببياناته التي تعبر عن هويته الرقمية داخل المنتدى.

- **شبكات التواصل الإجتماعي:** تعد أكثر أشكال المجتمعات الافتراضية محاكاة للمجتمع الطبيعي خاصة في ما يتعلق بالطريق الشبكي في تشكيل العلاقات الإجتماعية بين الأفراد، وهي عبارة عن موقع إلكتروني يسجل فيه الأفراد على الشبكة عضويتهم من خلال بريدهم الإلكتروني وكلمة مرور خاصة بهم، وينشأ كل عضو صفحة خاصة تعبر عن هويته الافتراضية التي يتعامل من خلالها داخل المجتمع الافتراضي (سحر محمد علي محمد، ع 2،

2020)

- النوع الثاني: هي تلك المواقع الإلكترونية التي تحاول محاكاة العالم الواقعي من خلال إتاحة عدد من الخيارات المتعددة للمستخدمين تمكنهم من ممارسة تفاصيل متعددة كأنهم في العالم الحقيقي من بيع وشراء وسفر، ومن أمثلة على هذا النوع من المجتمعات الافتراضية مجتمع الحياة الثانية وهي حياة افتراضية ثلاثية الأبعاد، إنطلقت عبر شبكة الأنترنت عام 2003م، وهو العالم الموازي الذي بدأت فكرته كلعبة إلكترونية من ألعاب الفيديو في الأنترنت عام 1999م، ثم تحولت إلى مشروع حياة افتراضية تقوم على محاكاة العالم الحقيقي، وتقوم فكرة هذا المجتمع المتكامل عبر شبكات الويب على أن يقوم الساكن المستخدم بإختيار إسمه في هذه الحياة بدلا من الحياة وكذلك إختيار الشخصية الافتراضية ذات الملامح والتي قد تكون قريبة من الملامح الحقيقية في العالم الواقعي. (فريدة صغير عباس، رضوان رباح، د.س، ص78)

### 2-6- أهداف المجتمعات الافتراضية:

- ✓ أهداف دينية أخلاقية: من خلال الدعوة والتبادل النصيحة والمواد الدينية المسموعة والمرئية والمكتوبة.
- ✓ أهداف تجارية: من خلال التسويق والإعلان والترويج ويصدق على هذه الغايات في المجتمعات الافتراضية ما يصدق عليها في الواقع من تحايل و مبالغة تتراوح بين التجارة الافتراضية والتجارة النظيفة البريئة بين غسيل الأموال والإحتيال.
- ✓ أهداف سياسية: من خلال الدعاية والتحريض والتجسس وقد عاين العالم العربي ما كان لمواقع التواصل الإجتماعي مثل الفيسبوك وتويتر من تأثير بالغ في إنتقال الثورات من بلد عربي إلى آخر.
- ✓ أهداف تعليمية: من خلال تبادل الأفكار والمواد التعليمية وتبادل الأخبار والمعلومات والخبرات ليست مواقع التواصل الإجتماعي والمجتمعات الافتراضية شراكلها بطبيعة الحال ما لم تغادر التكييف والإطراء إنما التسخيف والإلهاء.
- ✓ أهداف ترفيهية: من خلال تبادل الموسيقى والصور والمقاطع المصورة وما إلى ذلك وسوف نلاحظ في جزء لاحق من هذه الدراسة " الأصنام " والنجوم تسكن علمنا الواقع تظل تمارس نفوذها وتأثيرها في المجتمعات الافتراضية.
- ✓ أهداف أدبية: من خلال تبادل الكتابات الأدبية وتبادل الآراء حولها لقد أتاحت المجتمعات الافتراضية فرصا لا حصر لها لنشر الكتابات الأدبية التي تتراوح ما بين الكتابات الأدبية البالغة الرداءة وبين كتابات تستحق المتابعة والإختفاء النقدي.

أهداف نفسية إجتماعية: خروج من العزلة وسعي إلى بناء علاقات إجتماعية تشبع حاجات البشر بوصفهم كائنات إجتماعية، وسوف نلاحظ لاحقا أن مواقع التواصل الإجتماعي تتيح الفرصة لمن يجدون التعامل مع الآخرين في الواقع لأنها تجنبهم حرج التواصل وجها لوجه. (عبد العال الديري، 2013، ص 4، 3)

### 2-7- خصائص وسمات المجتمعات الافتراضية :

1- تتميز المجتمعات الافتراضية بمجموعة من الخصائص وهي:

✓ إن نظام الأفراد معا دون علاقة محددة تربطهم بمكان وزمان معين.

✓ التعبير عن المشاعر في المجتمعات الافتراضية يتم من خلال الرموز والرسوم الجرافيكية والرسائل النصية.

✓ الأعضاء لديهم عرض مشترك ومصالحة وإهتمام وإحتياج أو نشاط بسبب الإنتماء للمجتمع الافتراضي المعني.

✓ وجود المعلومات وتداولها بين أعضاء المجتمع بسهولة.

✓ هناك إطار مشترك للتقاليد الإجتماعية واللغة والبروتوكولات المتبعة.

### 2-سماته:

✓ وبإسقاط نفس المعايير التي حددها "هايرماس" في نظريته المجال العام على المجتمع الافتراضي نجد أنه يتسم بثلاثة سمات رئيسية هي:

✓ المساواة: في المجتمعات الافتراضية يتم التغاضي عن المكانة والمنزل الاجتماعية لأي شخص ويتم التعبير عن كافة الآراء بشكل حر وكامل دون مراعاة وتأثير لرأي المشاركين، وهنا يتحقق مبدأ المساواة.

✓ سلطة التفسير والتعبير عن الرأي: تعتبر سلطة التفسير من أهم السلطات في المجتمعات الإلكترونية ومن يمتلكها هو المواطن العادي وليس الدول أو المؤسسة الدينية كما أوروبا في العصور الوسطى، وبالقياس نجد أن المجتمعات الافتراضية تتيح لمستخدميها سلطة التفسير والنقد والتعبير عن رأيهم حتى ولو إصطدم مع الرأي العام الواقعي أو رأي الأغلبية.

✓ الشمولية: لا يمكن إستثناء أي فرض أو مواطن من المشاركة في الجدل السياسي و الجدل حول مختلف القضايا المجتمعية، وكما ساعد الإعلام التقليدي على تشكيل الرأي العام، يعمل الإعلام الإجتماعي على صناعة القضايا و تشكيل رأي عام حولها بل وسهل من ذلك سهولة وصول الفرد إلى صفحته الخاصة في أدوات الإعلام

الإجتماعي من خلال الهواتف المحمولة الملازمة للفرد طوال الوقت.(1)(مرجع سابق، 2018، ص 105)

✓ المرونة وإنهيار فكرة الجماعة المرجعية يجعلنا بمعناها التقليدي، فالمجتمع الافتراضي لا يتحدث بالجغرافيا بل بالإهتمامات المشتركة التي تجمع معا أشخاص لم يعرف كل منهم الآخر بالضرورة قبل الإلكتروني.

✓ لم تعد تلعب حدود الجغرافيا دورا في تشكيل المجتمعات الافتراضية، فهي مجتمعات لانتماء يستطيع المرء أن يجد من يتواصل معه في المجتمعات الافتراضية على مدار الساعة.

✓ لاتقوم المجتمعات الافتراضية على الجبر أو الإلزام بل تكون في مجملها على الإختيار. (علي كنعان عبد الفتاح، 2014، ص 168)

## 2-8- الفرق بين المجتمعات الحقيقية والمجتمعات الافتراضية:

يتصف المجتمع التقليدي بأنه مجتمع يحوي نظام معين وأنساق إجتماعية مميزة، أما المجتمع الافتراضي فإنه متشعب والكل يرسم فيه شيء من تقاليده وأعرافه ومعاييره، والكل يشكل فيه شخصيته في نفس الوقت الذي يقوم بالمشاركة في شخصية المجتمع، فهو مجتمع مفتوح الفئات.

تعتبر المجتمعات الكلاسيكية مجتمعات محلية مهما كانت سعتها ومجالها الجغرافي وكذا عدد المنتسبين إليها، أما المجتمعات الافتراضية فهي مجتمعات عالمية كونية يمكن لأي فرد مهما كان مكانه أو إنتماؤه أو لغته أو دينه.

وكذا تعتمد المجتمعات الافتراضية على تنظيم تصاعدي من الأدنى إلى الأعلى، فهو عبارة عن مصعد إجتماعي فالكل يستطيع تنظيم المجتمع وإضافة لنظامه وقواعده وعاداته، وهذا ما يميزه عن المجتمعات التقليدية التي فيها التنظيم من الأعلى، ويقول العديد من الخبراء أن هذا من الأسباب الرئيسية التي تجعل من هذه المجتمعات أكثر تحرر وديمقراطية وأيضاً أكثر إبداعاً وفتوحاً، فهي مجتمعات خلاقية أو تشجيع التفكير الخلاق والإختلاف سمة سائدة فيها (آمال عساسي، 2015، ص 92).

### جدول رقم(3): الفرق بين المجتمعات الواقعية والمجتمعات الافتراضية:

المجتمعات الواقعية	المجتمعات الافتراضية
واقعية موجودة منذ وجود الإنسان.	إفتراضية ظهرت بظهور وانتشار الإنترنت وشبكات التواصل الإجتماعي.
الحضور فيها يكون فيزيائياً.	لا يوجد حضور فيزيائي.
محصورة بجيز جغرافي.	غير محصورة بحدود جغرافية.
حرية التعبير مضبوطة بنظم و قوانين.	أفرادها غير متجانسون.

أفرادها لا يجتمعون إلا لإهتمامات وأفكار مشتركة.	أفرادها لا يجتمعون بالضرورة لمصالح وأهداف مشتركة.
توجد وسائط تقنية ولا يتحقق الإتصال إلا بها.	لا يشترط وجود وسائط تقنية في الإتصال بين أفرادها.
غير محددة بنطاق جغرافي وعالمية كونية.	محلية لها نطاق جغرافي محدد.

### ثالثا: الهوية

#### 3-1- ماهية الهوية:

نشأ مفهوم الهوية بالأصل من الفلسفة ويوصف منذ أرسطو بأنه ظاهرة بقاء الشيء نفسه أو الموضوع ذاته أو المفهوم نفسه على حاله، وبالطبع فإن الهوية بالمعنى الميتافيزيقي الصارم لا يمكن أن توجد في واقع دائم التحول زمانيا ومكانيا، وهكذا يمكن للمرء أن ينظر للهوية على أنها مجموع سماته المميزة والدائمة التي تميزه بوصفه مخلوق لا تحطئه العين. (بيتر كوزان، تر. سامر جميل رضوان، 2010، ص93)

يتداخل مفهوم الهوية مع مفهوم الماهية فالهوية لغويا أن يكون الشيء هو وليس غيره، وهو قائم على التطابق أو الإتساق في المنطق. (حسن حنفي حسنين، 2012، ص10)

#### 3-2- تطور مفهوم الهوية:

من كونها مكون تراثي صلب يتم توارثه عبر الأجيال المختلفة سواء كان مصدره الأديان أو العرقيات والقوميات والعصبيات المختلفة إلى المكون الكثير المكون من عدد من المكونات: (عربي-ثقافي-ديني-اقتصادي-سياسي) دائم التطور ذاتيا بفعل: الحراك المجتمعي الداخلي، والحراك العالمي المحيط به وممكنات الفعل البشري لأصحاب هذه المكونات: (عربي-ثقافي-ديني-اقتصادي-سياسي) دائم التطور ذاتيا بفعل: الحراك المجتمعي الداخلي، والحراك العالمي المحيط به وممكنات الفعل البشري لأصحاب هذه الهويات.

ويرجع ذلك التطور في مفهوم الهوية إلى عدد من الأسباب:

- تطور الفكر والممارسة والخبرة البشرية لإدارة التنوع البشري، وحاجتها لإعتراف والتنقيح والدمج.
- التطور الطبيعي لحركة الحياة، وظهور علوم ومجالات وتطبيقات متجددة.
- التراكم والتكامل المعرفي المتجدد ونحت وتمكين مفاهيم جديدة، أصبحت جزءا من قيم وثقافة المجتمعات.



## الفصل الثاني.....موقع التواصل الاجتماعي والهوية الافتراضية

- التنافس البشري المستمر، والسعي للتمييز وإثبات الذات وإمتلاك ميزات تنافسية، للحرص على إمتلاك هوية خاصة وتطويرها باستمرارها، بتطعيمها بالمتجدد من القيم والأفكار المميزة التي تمنحها قيمة إضافية جديدة.
- تطور وتحديد الفكر الديني الذي يؤمن بتطور القيم، وحاكمية الواقع في فهم نصوص الدين، وفكرة أن الإسلام متمم حضاري للأديان والثقافات والحضارات المختلفة. (إبراهيم الديب، د.س، ص ص28،27)

### • المعادلات:

-مكونات الهوية =(عوامل الجغرافيا والتاريخ والدين × الممكنات والفعل البشري للمجتمع و إستشراف المستقبل والإعداد × الحراك المجتمعي الداخلي × تداعيات الحراك العالمي.

-الهويات الطبيعية الغنية الحديثة = ( تمازح عرقي + تسامح ديني + تمازح إجتماعي + تكافل إجتماعي + مرونة سياسية).

-الهويات الطبيعية الغنية الحديثة = قدرة أكبر على صناعة وتطوير الحياة. (المرجع نفسه، د.س، ص28)

### 3-3- أنواع الهوية:

#### الهوية نوعان:

1-فردية: وهي تعتمد أساسا على المميزات الجسدية التي تميز كائن الآخر من بين ملايين البشر في المعمورة، وأبرز مثال على ذلك بصمات الأصابع التي تحدد أو تثبت هذا الإختلاف علميا.

2-وطنية أو قومية: (نسبة إلى الوطن أو الأمة التي ينسب إليها شعب متميز بخصائص هويته) والإختلاف في مقومات الهوية الفردية والقومية هو إختلاف في النوع وليس في الدرجة، فالهوية الفردية ذات سمات جسدية في الأساس والهوية القومية ذات سمات ثقافية في الأساس دون أن يوجد أي تناقض بين الهويتين بل هما ترتبطان بعلاقة جزء بكل. (خثير فاطنة، 2018، ص ص 15،16)

### 3-4- مكونات الهوية وعناصرها:

- الهوية أو الشخصية: عبارة عن إتحاد ثلاثة عناصر أو مكونات هي: الهوية المعطاة، المختارة والهوية المحورية ويمكن وصف هذه المكونات فيما يلي:

-الهوية المعطاة: هي الخصائص أو السمات أو الظروف التي ليس لك فيها أي خيار، قد تكون الصفات التي ولدت تستمتع بها أو تلك التي منحتها في الطفولة أو في المراحل اللاحقة في حياتك والعناصر التي يمكن أن تشملها شخصيتك المعطاة هي: مكان الميلاد، العمر، الجنس، ترتيب الولادة، الصفات الخلقية، أدوار عائلية معينة، الديانة.

- الهوية المختارة: هي الخصائص أو المميزات التي تختارها طواعية، قد تكون تلك التي تصف مكانتك أو مهارتك والأشياء التي تفضلها ومن ذلك مثلا المهنة، الهوايات، مكان الإقامة...

- الهوية المحورية: هي الخصائص التي تجعلك متفردا بصفتك إنسانا بعض هذه الخصائص تتغير مع مرور حياتك وبعضها ثابت لا يتغير من أمثلتها، السمات الشخصية، والسلوك والإعتقادات والقيم والمهارات وقد تتداخل بعض الصفات وقد تظهر في مكونين من مكونات الهوية قد يضع بعض الناس الصفة نفسها أو الخاصة في تصنيفات مختلفة حسب نوع الإختيار الذي يرونه مناسباً لهم على سبيل المثال: يمكن إعتبار الإنتماء الديني جزءاً من الهوية المعطاة أو الهوية المختارة. (كيلي م.هانون، 2009، ص19)

● أما فيما يخص عناصرها فيمكن تصنيفها في المجموعات التالية:

### 1-عناصر مادية وفيزيائية:

-الخيارات: الإسم، الآلات، الموضوعات.

-القدرات: القوة الإقتصادية والمالية والعقلية.

-التنظيمات المادية: التنظيم الإقليمي، نظام السكن، نظام الإتصالات الإنسانية.

-الإنتماءات الفيزيائية: الإنتماء الإجتماعي، التوزيعات الإجتماعية والسمات المورفولوجية الأخرى المميزة.

### 2-عناصر تاريخية:

-الأصول التاريخية: الأسلاف، الولادة، الإسم، المبدعون، القرابة.

-الأحداث التاريخية الهامة: المراحل الهامة في التطور، التحولات الأساسية، الآثار، التربية والتنشئة الاجتماعية.

-الآثار التاريخية: العقائد والعادات والتقاليد، العقائد الناشئة عن عملية التطبع أو القوانين والمعايير التي وجدت في المرحلة الماضية.

### 3-عناصر ثقافية نفسية:

-النظام الثقافي: المنطلقات الثقافية، العقائد، الأديان والرموز الثقافية الإيديولوجيا، ثم أشكال التعبير المختلفة(فن، أدب) .

- العناصر العقلية: النظرة إلى العالم، نقاط التقاطع الثقافية، الإتجاهات المغلقة، المعايير الجمعية، العادات الاجتماعية.

- النظام المعرفي: السمات النفسية الخاصة، إتجاهات نظام القيم.

### 4-عناصر نفسية وإجتماعية:

-أسس إجتماعية: إسم، مركز، جنس، مهنة، سلطة، واجبات أدوار إجتماعية، نشاطات إنتماءات إجتماعية

-القيم الإجتماعية: الكفاءات التوعية، التقديرات المختلفة

\_القدرات الخاصة بالمستقبل: القدرة والإمكانية، الإثارة الإستراتيجية، التكيف، نمط السلوك(إليكس ميكشلي، تر.علي دوظفة، 1993، ص18)

## رابعا: الهوية الافتراضية

### 4-1- مفهوم الهوية الافتراضية:

هي مجموعة المعلومات الشخصية التي تكون الذات الإلكترونية كالإسم والسن والجنس وطريقة الإمضاء والحالة الإجتماعية إلى غير ذلك من البيانات التي يقدمها مستخدمو مواقع التواصل الإجتماعي على أساس أنها تعكس شخصيتهم وهويتهم الحقيقية. (جنات رجم، ع 3، ص 30)

هي جملة المعلومات والصور التي يحملها الفرد ويقدمها على صفحته الشخصية داخل مواقع التواصل الإجتماعي التعريف في بذاته والتواصل بها مع الآخرين على حسابه الشخصي، وتلك المعطيات تشكل شخصيته إفتراضية تعكس حضوره في الفضاء الرقمي تتطور باستمرار مع تراكم الأنشطة والتعليقات ورفع الصور

## الفصل الثاني.....موقع التواصل الإجتماعي والهوية الافتراضية

والفيديوهات لتمنح لنفسها طبيعة قد تتوافق والهوية الحقيقية للفرد أو قد تختلف معها، وهذا الأمر يركز بالأساس على هدف الفرد من صياغة معلوماته على شبكة التواصل الإجتماعي. (بدر الدين بن بلعباس، 2019، ص،ص185،184)

هي تمثل رقمي لما هو عليه الشخص في المجتمع الحقيقي أحيانا وهذا يتوقف على رغبة وميول الفرد المتمثل رقميا، ومجمل الأهداف التي يسطرها لدى هذا النوع من الشبكات. (مرجع سابق، 2018، ص 126)

هي هوية متحركة دينامية، يكونها الفرد البشري في مجتمع الأنترنت.وهي في هذا المجتمع تتسم بملامح رئيسية أو بالأحرى مقومات مظهرية لوجودها في فضاء السايبر. (علي محمد رحومة، 2005، ص307)

### 4-2- خصائص الهوية الافتراضية:

تتميز الهوية الافتراضية بمجموعة من الخصائص تختلف في جزئيتها من بيئة رقمية لأخرى لكنها لا تتفق على العموم في نفس المخرجات الكبرى وأطرها العامة نذكر منها:

✓ **إلغاء مفهوم الزماني والمكاني:** الهوية الافتراضية إستطاعت من خلال فضاءاتها المختلفة داخل العوالم الافتراضية والشبكات الإجتماعية من تجاوز مسألة الزمان والمكان فيمكنك التفاعل مع شخص في نفس الوقت من بلد إلى آخر حول ذات الموضوع واللحظات وداخل نفس المجموعة الحوارية.

✓ **تغيير شبكة العلاقات الإجتماعية:** الفضاءات الافتراضية فتحت الباب واسعا أمام تشكيل نمط جديد من العلاقات يمكنك وأنت في حيك الشعبي من التعرف على شخص في مكان آخر، وهكذا فإن مايتيح لك التعرف بغيرك مرهون بإرادتك وتمكنك من اللغة التواصلية التي تفتح لك مجالا هاما من بناء شبكة العلاقات الإجتماعية الجديدة بهويتك الافتراضية.

✓ **تجاوز مسألة الخصوصية الفردية:** بات واضحا بما لا يدع مجالا للشك أن الواقع الافتراضي من خلال الهويات الافتراضية كسر كل أنماط الخصوصية فالمعلومات المتاحة لكل طبعاً ما يريد الفرد إظهاره لآخرين ومشاركته معهم دون معرفة من يكونون، على خلاف الواقع الحقيقي فإن التعامل مع الأشخاص يكون بشكل مباشر وليس لديهم معرفة إلا المتاح الذي تريد أنت، أما في الفضاءات التفاعلية الرقمية فإن الهوية الافتراضية متاحة للجميع، إن الجليل يتخلى عن خصوصيته ليس بسبب الشبكات الإجتماعية فحسب.

✓ الغاء مسألة النوع الاجتماعي: من أكثر المسائل تشابكا في الواقع الاجتماعي إذ تتداخل فيها عديد الحساسيات و إنبثقت منها مواضيع لا تقل حساسية عن دور المرأة والمساواة والعنف ضدها ومسألة التحرش وغيرها من المواضيع المترابطة، غير أن هذه المواضيع المعقدة تكاد تختفي كلية فالهوية الافتراضية تخضع لرغبة الفرد.

✓ الشعور بالإنتماء للخارج الواقعي: الشعور بالإنتماء هو من صميم مقومات الهوية الواقعية التي ترسم لذتها دوائر إنتماء تختلف وتتسع وتضيق بحسب الفرد ومحيطه الجغرافي أو إنتمائه التاريخي العرقي، وهي حاجات الفرد الأساسية، غير أن الهوية الافتراضية وعلى النقيض فإنها تبتلع الفرد في أطرافها وتجرده في كل إنتماء فلا حدود جغرافية ولا معطيات زمنية ولا تاريخ ولا ماض كل شيء وليد اللحظة التي يعيشها الفرد في إطار مقومات هويته الافتراضية مع شبكة علاقاته الافتراضية في عالمه الافتراضي وهذا الأمر يجعله ينسلخ بشكل تدريجي من إنتماءاته الخارجة لصالح الرقمية وتعمق التعلق بها.(مرجع سابق، 2019، ص-186-188)

### 4-3- أبعاد الهوية الافتراضية:

أفرزت العملية المتكررة لنماذج الدخول إلى العوالم الافتراضية، نموذجا هوياتي أثر على تمثيلات الفرد الثقافية، وبمكنا التمييز بين ثلاث نماذج:

- هوية معلنة: (**Identité déclaration**): وتتمثل في المعلومات التي يصرح بها المستخدم مثل إسم الدخول حقيقي أو مستعار، السن، الجنس، المدينة، المهنة، والتي تسمح بوصفه وتمييزه داخل المجتمع الافتراضي.

- هوية فاعلة: (**Identité agissante**): بعض آثار أنشطة الفرد الأنترنت تكمل بنية هويته نتيجة لتفاعله غير المشروط مع التطبيقات، مثل الأصدقاء والتعامل مع البرامج وإدماج تمثلات الأخر في تمثلات الذات والمعلومات عن العلاقات ليس شخصية كما تظهر من خلال الرسائل والأنشطة التي يقوم بها المستخدم.

- هوية محسوبة: (**Identité calculé**): يبرز من خلال متغيرات عددية يعدها النظام وتعرض على الصفحة، توضح عدد الأصدقاء، عدد المجموعات، التواريخ المهمة (عبد القادر بودريالة، 2017، ص 153)

### 4-4- نماذج الهوية الافتراضية:

للهوية الافتراضية ثلاث نماذج نذكر منها:

- هوية متجذرة: تضم الأقلية المهاجرة التي تعتز بأصولها وعرض ذلك عبر الصفحة.

- هويه ثنائية القطب: تضم الأقلية التي تعبر عن إرتباطها العميق في الوقت ذاته بالوطن المستقبل.

- الهوية العالمية: تعرض إنفتاحها على مختلف الثقافات العالمية. (مجلة الإضافات، ع 24-33، 2016)

### 4-5- العوامل وراء تشكيل الهوية الافتراضية:

1- طبيعة الإعتبارات التي تدفع الشباب للتعامل مع موقع الفيسبوك وبالتالي تشكيل هويه رقمية أو إفتراضية، يسعى من خلالها الشباب لتمضية وقت الفراغ والتسلية والتنفيس على الذات، إذ تؤدي لتزايد إرتباط الشباب بالمجتمع الإفتراضي عموما وبالموقع الفيسبوك خصوصا.

2-الدوافع المعرفية: يتجه الشباب إلى التعامل مع الموقع للحصول على المعلومات المتعلقة بمختلف المجالات خاصة أن هذه المعلومات تقدم له أحيانا من خلال ثقافة الصورة الأكثر ملائمة لدهنية الشباب.

3-الدوافع الاجتماعية: تتمثل في السعي لإقامة علاقات إجتماعية جديدة والحرص على التفاعل الإجتماعي.

- سعي الشباب لتطوير هوية إفتراضية جديدة على الفيسبوك، فالحقيقة أن بعض عناصر الهوية الإفتراضية لم تنشأ من فراغ فالبعد الأول للهوية التي يطورها الشباب على موقع الفيسبوك هي البعد الأبرز في تحديد هوية المتفاعلين على ساحة الفيسبوك أما البعد الثاني تدور حول عدة مشاكل تتصل أما بالإحتياجات الشبابية التي تميل إلى التواصل مع الآخرين.

- درجة الإندماج المستخدم في المجتمعات الإفتراضية ذات الإهتمام المشترك ومشاركته فيها.

- وتيرة إستخدامه ومعدل تردده اليومي عليها على إعتبار أنه كلما زاد حضور المستخدم زادت حاجته إلى عرض الذات وتبادل المعلومات مع المجتمعات ذات الاهتمام المشترك.

- إرتباط هويته الإفتراضية المتداولة على المجتمع الشبكي بهويته الحقيقية في الواقع.

- طبيعة إستجابته على الصفحة سواء كفاعل أو متفاعل أو منفعل أو مجرد ناقل للمعلومة أو مرتقب لها، ذلك أن طبيعة تفاعله في الصفحة ومواقفه تحدد وجوده في المجموعة الإفتراضية (بشر مرواني طاهر عبد الصمد، 2019، ص،43،44)

### خلاصة الفصل:

ويمكن أن نلخص ما سبق أن المجتمعات الافتراضية هي إختزال للمجتمعات الافتراضية وذلك في ضوء التطور التكنولوجي الذي أصبحت الهوية تبنى ضمن سياقات عالمية لامحدودة بفعل تأثيرات شبكات التواصل الاجتماعي، وعليه فالهويات الافتراضية تتيح للأفراد حرية التعبير وإمكانية التفاعل في فضاء لامحدود يشبع تطلعات المستخدم للإنطلاق والتنقل بين عالمين الافتراضي والواقعي.

# الفصل الثالث:

## تفريغ وتفسير البيانات



تمهيد:

يتناول هذا الجزء من الدراسة تحليل بيانات الدراسة الميدانية إستنادا للمعطيات التي تم جمعها من إستمارات الإستبيان الموزعة على الباحثين من طلبة الإعلام والاتصال بالتحديد جامعة محمد الصديق بن يحيى بيججل قطب تاسوست.

وقد تم تبويب الإجابات في شكل جداول تحمل تكرارات ونسب مئوية تم التعليق عليها كما وكيفا، ومحاولة إعطاء تفسيرات ذات دلالات لأجوبة الباحثين بالموازاة مع ما تم تسجيله في الجانب المنهجي للدراسة والإطار النظري الذي تم إعماده وكذا المعلومات المقدمة في الفصول حول الموضوع المطروح للدراسة، وسنحاول التذكير مرة أخرى بالتساؤلات المتفرعة عن إشكالية الدراسة بغية الربط بينها وبين المحاور الرئيسية لإستمارة :

1- المحور الأول: البيانات العامة.

2- المحور الثاني: عادات وأنماط إستخدام مواقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك.

3- المحور الثالث: دوافع إستخدام الطلبة الجامعيين للهوية الافتراضية.

4- المحور الرابع: مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الهوية الافتراضية لدى طلبة الإعلام والاتصال.

وقد تم توزيع 99 إستمارة معتمدين على التوزيع المباشر (التقليدي) وفقا للعينه القصدية على مستخدمي الفيسبوك وبالتحديد مستخدمي الهوية الافتراضية في التواصل مع الآخرين، بعدما تم جمع البيانات الخاصة بالباحثين وإسترجعنا 99 إستمارة، ليتم تحليل البيانات المجمعة من هذه الإستمارات وتبويبها ومحاولة تفسير النتائج المتحصل عليها.

أولاً: تحليل بيانات الدراسة ومناقشتها.

1- التحليل الكمي والكيفي للدراسة.

المحور الأول: البيانات العامة

الجدول رقم (01): يوضح متغير الجنس لطلبة الإعلام والاتصال:

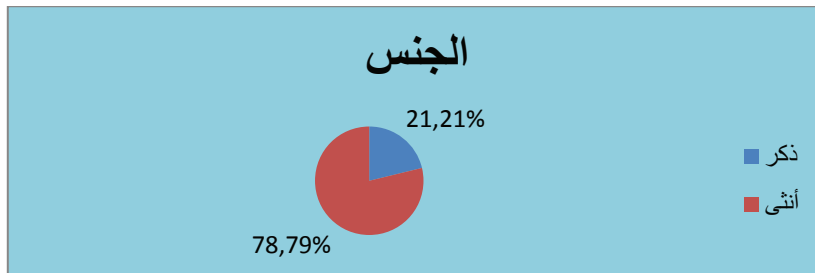
النسبة المئوية	التكرار	الجنس
21.21%	21	ذكر
78.79%	78	أنثى
100%	99	المجموع

( المصدر: إعداد الطالبين )

الجدول أعلاه رقم (01) الذي يمثل متغير الجنس لطلبة الإعلام والاتصال، من الملاحظ أن مفردات العينة تشهد توزيعاً ترتفع فيه نسبة الإناث عن نسبة جنس الذكور، بما تمثل فيه الفئة الأولى من الإناث ما نسبتها 78.79%، بينما تمثل نسبة الذكور 21.21%.

إذا يعد متغير الجنس عاملاً مهماً لقراءة أهم المتغيرات التي تؤثر في طبيعة ردود الأفعال التي تحملها عينة الدراسة، ذلك أن نوع الأسئلة الموجهة إلى أفراد العينة كان مبرراً كافياً لذلك الفارق النسبي بين مكونات العينة. وقد أشارت نتائج دراستنا الميدانية التي أجريناها على مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي "الفايسبوك"، إختلاف إجابات جنس الذكور عن إجابات جنس الإناث في بعض الأسئلة مثل ما سنوضحه لاحقاً.

الشكل رقم (01): يمثل دائرة نسبية لجنس طلبة الإعلام والاتصال



الجدول رقم(02): يوضح متغير السن لطلبة الإعلام والاتصال:

النسبة المئوية	التكرار	السن
% 14.14	14	21-18
% 68.69	64	25-22
% 17.17	17	30-26 فما فوق
% 100	99	المجموع

(المصدر: من إعداد الطالبين)

يعتبر متغير تفاوت الأعمار من أهم المؤشرات التي من شأنها أن تبين فوارق إكتساب الخبرة في الحياة اليومية فكلما تقدم الفرد في العمر، إلا وساعده ذلك في تطور نموه الفكري، لاسيما وأن الطالب الجامعي، وهو في هذه المرحلة يمتاز بالحيوية والطاقة المتجددة والقدرة على التعلم والمرونة في العلاقات الإنسانية والإجتماعية وتجدد الإشارة إلى أن عينة الدراسة انقسمت إلى ثلاث فئات عمرية إبتداءا بالفئة الأولى من (18 سنه و 21 سنة)، إنتهاءا بالفئة الأخيرة التي جمعت مفردات بلغ عمرها (30 سنة فما فوق)، وعليه نفصل تراكيب هذه العينة وفق المعطيات التالية :

تمثل نسبة (14.14%) الذين تتراوح أعمارهم بين 18 سنة و 21 سنة.

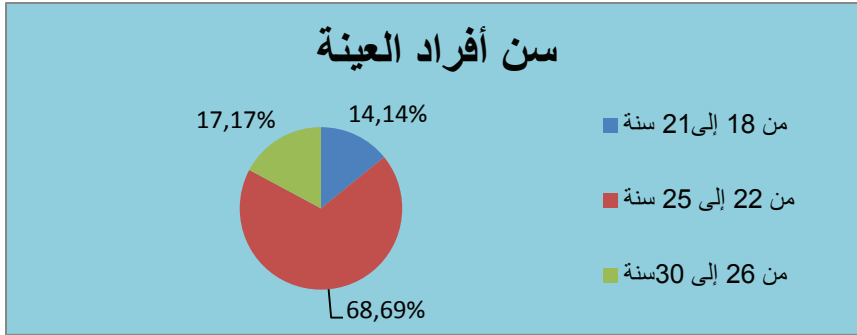
تمثل نسبة (68.69%) الذين تتراوح أعمارهم بين 22 سنة و 25 سنة.

تمثل نسبة (17.17%) الذين تتراوح أعمارهم من 26 سنة إلى 30 فما فوق.

يمكن تفسير سبب تغلب الفئة العمرية التي تتراوح ما بين 22 سنة إلى 26 سنة كونها الفئة الشبابية التي تدرس في الجامعة مما يعني أن أغلب طالبات قسم الإعلام والاتصال في جامعة جيجل في مقتبل العمر، يتمتعن بميولات مختلفة وإهتمامات شخصية، مما يتيح لهم إتساع دائرة التفاعل ويشير لديهم الرغبة وحب الإطلاع على كل ما هو جديد.

يعود قلة الطلبة المسجلين في الفئة العمرية أقل من 18 سنة إلى 21 سنة كون العينة مكونة من طلبة الليسانس إنطلاقا من السنة الثانية وصولا إلى طور الدكتوراه حيث تتجاوز أغلب أعمارهن 20 سنة.

الشكل رقم(02): يمثل دائرة نسبية لسن أفراد طلبة الإعلام والاتصال



الجدول رقم (03): يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير المستوى التعليمي لطلبة الإعلام والاتصال:

النسبة المئوية	التكرار	المستوى التعليمي
% 45.46	45	ليسانس
%54.54	15	ماستر
-	-	دكتوراه
% 100	99	المجموع

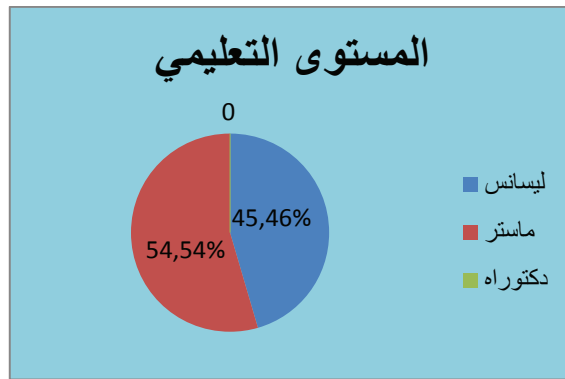
(المصدر: من إعداد الطالبين)

يعد المستوى التعليمي أحد الركائز الأساسية الفاعلة في تكوين شخصية الفرد وما يكسبه من المهارات اللازمة التي تساعد على الاندماج الاجتماعي، فالمستوى التعليمي يساعد الفرد على توظيف معارفه ومكتسباته العلمية لتكوين هوية شخصية مستقلة في خضم ما يمليه الضمير الجمعي، سواء كان ذلك في كنف الاتصال الشخصي المباشر أو عن طريق سبل التواصل المتاحة لاسيما ضمن مواقع التواصل الاجتماعي.

يوضح الجدول أعلاه المستوى التعليمي لطلبة الإعلام والاتصال، حيث أظهرت النتائج إرتفاع في نسبة طلبة طور الماستر قدرت ب 54.54 % من مجموع المبحوثين المشاركين في الإجابة على الإستمارة، في حين إحتل طلبة ليسانس المرتبة الثانية بنسبة 45.46 % من مجموع المشاركين. ويعود سبب تغلب الطور الجامعي ماستر لدى أغلب أفراد العينة إلى طبيعة توزيع الإستمارة التي تصادفت مع دفعة ماستر 01 وسنة ثانية ليسانس حيث إحتراما للبروتوكول الصحي تم تفويج الطلبة على دفعات، أما بخصوص غياب طلبة الدكتوراه عن التمثيل من مفردات العينة البحث فيعود إلى غيابهم عن الجامعة وإنشغالهم بالتحضير لأطروحاتهم وعدم مرورهم على الكلية وقت توزيع الإستمارة البحثية.

نستخلص أن الأغلبية الكاسحة كانت من نصيب طلبة الماستر لإهتمام هذه الفئة في مجال التفاعل والتواصل التي توفره لهم مواقع التواصل الاجتماعي، إلا أن ذلك لا يعد قاعدة ملزمة حقا، نُجزم على إثرها أن الموقع الفايسبوك يستقطب مستوى ماستر في ظل وجود مستويات أخرى أو دون مستوى تعليمي، مما لهم إهتمام بهذا التطبيق، وعموما هذا التوزيع يضمن الإجابات المختلفة والمثلة لعينة طلبة الإعلام.

الشكل رقم (03): يمثل دائرة نسبية للمستوى التعليمي لطلبة الإعلام والاتصال



الجدول رقم (04): يوضح الحالة الاجتماعية لطلبة الإعلام والاتصال:

الحالة الاجتماعية	التكرار	النسبة المئوية
عازب (عزباء)	93	93.94 %
متزوج (متزوجة)	6	6.06 %
مطلق (مطلقة)	-	-
المجموع	99	100 %

(المصدر: من إعداد الطالبتين.)

الجدول رقم (04) يمثل الحالة الاجتماعية لطلبة الإعلام والاتصال، ما نلاحظه من خلال الجدول أن 93.94%، من مفردات العينة من كلتا الجنسين عزاب، أما المتزوجون فقد بلغت نسبتهم 6.06 % وهي نسبة ضعيفة نوعا ما، أما فئة المطلقين فلم تسجل ضمن أفراد العينة.

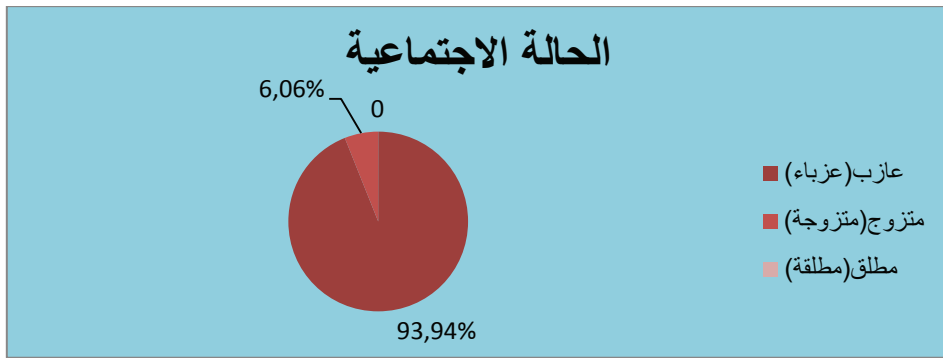
يعود سبب ظهور معظم مفردات العينة من الفئة العازبة كونهم من فئة الشباب تتراوح أعمارهم بين 22 إلى 25 سنة، المقدرة حسب الجدول (رقم 02) ب 68.69 % من مجموع أفراد العينة، إذ تتميز مرحلة العزوبة بالحرية

## الفصل الثالث .....تفريغ وتفسير البيانات

والإستقلالية والتفرغ للبحث العلمي خاصة فئة الإناث وهو ما يتيح فرص أكبر للعمل والتعلم ويمنحهم الوقت الكافي لتصفح مختلف وسائط الإعلام الجديد، ثم تليها نسبة الطلبة المتزوجون وهي نسبة ضعيفة كون أغلب الطلبة في فترة بحث ودراسة.

من خلال هذه النتائج نستنتج أن أفراد عينة الدراسة من فئة العزاب هم أكثر تعاملًا مع شبكات التواصل الإجتماعي وخاصة الفايسبوك في حين الفئة المتزوجة يعود لإكمالهم دراستهم بغية ترقية الوظيفة والرغبة الشديدة في الدراسة.

الشكل رقم(04): يمثل دائرة نسبية للحالة الاجتماعية لطلبة الإعلام والاتصال



الجدول رقم (05): يمثل الموقع السكني لطلبة الإعلام والاتصال:

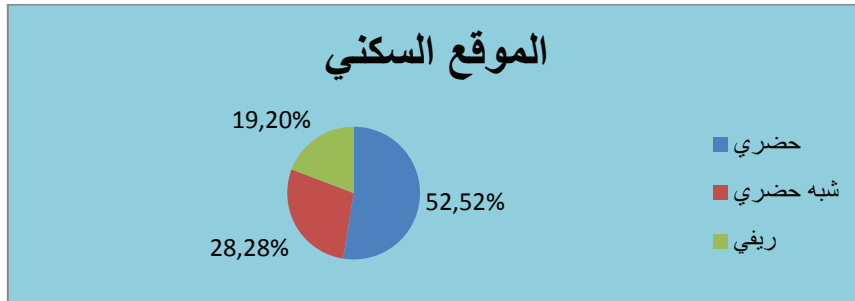
الموقع السكني	التكرار	النسبة المئوية
حضري	52	52.52%
شبه حضري	28	28.28%
ريفي	19	19.20%
المجموع	99	100%

(المصدر: من إعداد الطالبتين)

يوضح الجدول أعلاه الذي يمثل الموقع السكني لطلبة الإعلام والاتصال، يوضح أن 52.52% من المقيمين في المنطقة الحضرية، في حين أن نسبة 28.28% هم المقيمون في المناطق الشبه حضرية، بينما يمثل المقيمون بالمناطق الريفية نسبة 19.20%، وأن إهتمامنا بهذا المتغير يرجع إلى أهمية استخدام موقع التواصل الإجتماعي الفايسبوك لدى العديد من الطلبة بغرض التواصل مع غير المتباعدين مكانياً، من أي مكان وفي أي

وقت وبسهولة وسرعة كبيرة. لكن سرعان ما تنبأنا بفوارق الإستخدامات حسب المناطق بوجود مؤشرات على مدى إتساع رقعة شبكة الأنترنت من دون ذلك، على الرغم من التطور التقني الذي نشهده اليوم، فإن الكثير من المناطق النائية تعيش في عزلة و ليس عن التطورات التقنية فقط، وإنما لعجز الهيئات المعنية من إيصال تدفق الأنترنت إلى هذه المناطق هذا من جهة ومن جهة أخرى هناك مناطق لاتزال تعيش بمنظومة الثقافة والفكر والعرف. إضافة إلى سبب مهم أيضا، وهو طبيعة نشاطات سكان المناطق النائية التي ليس لها إحتكاك قوي بمثل هذه التطبيقات.

الشكل رقم(05): يمثل دائرة نسبية للموقع السكني لطلبة الإعلام و الإتصال



المحور الثاني: عادات وأنماط استخدام مواقع التواصل الإجتماعي:

الجدول رقم (06): يمثلان درجة إستخدام مواقع التواصل الاجتماعي من طرف طلبة الإعلام والإتصال:

النسبة المئوية	التكرار	درجة الإستخدام
87.88%	87	دائما
11.11%	11	أحيانا
1.01%	1	نادرا
100%	99	المجموع

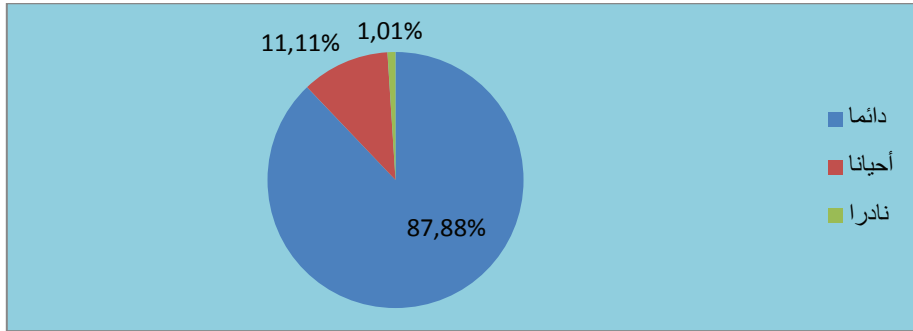
(المصدر: من إعداد الطالبين)

الجدول رقم(06) يمثل إستخدام طلبة الإعلام والإتصال لمواقع التواصل الاجتماعي، وتبين من لنا خلال هذه النتائج أن أغلبية الطلبة يترددون بصفة دائمة على الشبكة الإجتماعية وذلك بنسبة 87.88%، وهذا يدل على أن غالبية مستخدمي موقع الفايسبوك في تفاعلهم في هذا المجال والخدمات التي توفرها هذه التقنية، ونسبة

## الفصل الثالث .....تفريغ وتفسير البيانات

11% من مجموع المبحوثين يترددون على الفايسبوك من حين لآخر لإنشغالهم بالدراسة، العمل. في حين فضل مفردة التردد نادرا على الشبكة الإجتماعية الفايسبوك.

الشكل رقم(6): يمثل دائرة نسبية لإستخدام طلبة الإعلام والإتصال لمواقع التواصل الإجتماعي



الجدول رقم (07): يمثل مدة إستخدام مواقع التواصل الاجتماعي من طرف طلبة الإعلام والإتصال:

المدة	التكرار	النسبة المئوية
أقل من سنة	5	5.05%
من سنة إلى 3 سنوات	15	15.16%
أزيد من 3 سنوات	79	79.79%
المجموع	99	100%

(المصدر: من إعداد الطالبين)

الجدول رقم (7) يمثل مدة إستخدام طلبة الإعلام والإتصال لمواقع التواصل الاجتماعي، يوضح أن نسبة(79.79%) هي النسبة الأعلى المتضمنة للمبحوثين الذين إشتراكوا في مواقع التواصل الاجتماعي "الفايسبوك" منذ أزيد من ثلاثة سنوات، بينما أولئك الذين لم يزاولوا نشاط إستخدام مواقع التواصل الاجتماعي الفايسبوك إلا في خلال سنة إلى ثلاثة سنوات فقدت نسبتهم(15.16%) وفي الأخير هناك نسبة (5.05%) ممن استخدموا مواقع التواصل الاجتماعي الفايسبوك منذ أقل من سنة.

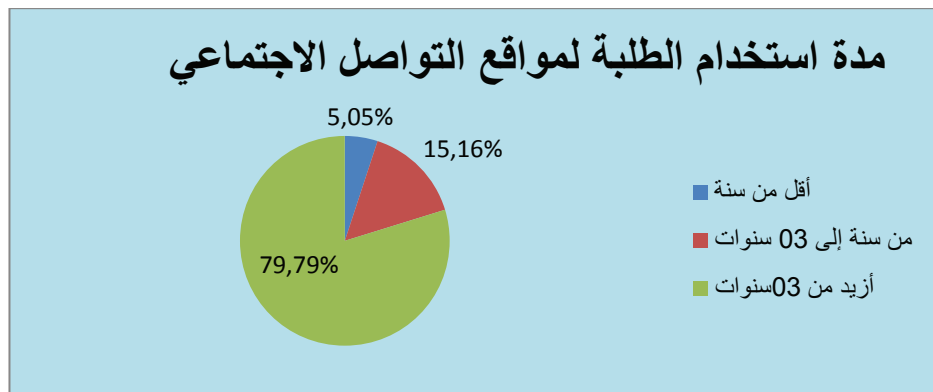
ولاشك أن تفاوت هذه النسب يحيل إلى وجود علاقة طردية مع متغير أعمار المبحوثين والموقع السكني وحالتهم الاجتماعية السالفة الذكر في الجدول رقم(2-4-5).



## الفصل الثالث .....تفريغ وتفسير البيانات

يعود سبب تسجيل النتائج السابقة لأن هذه الوسائط حديثة الظهور بفعل التطور الهائل للتكنولوجيا وظهور الأنترنت إذ أصبحت تتيح لكل شخص فهم ما يحيط به في العالم، حيث أصبح الطالب يفضل الولوج إليها لإشباع فضوله ورغباته وميوله، ويتضح أن أغلب أفراد العينة يستعملون وسائط الإعلام الجديد منذ أزيد من ثلاث سنوات بنسب مرتفعة، وهذا راجع إلى كونهم طلبة لهم أغراض بحثية علمية، بالإضافة إلى أن هذه المواقع ظهرت منذ أكثر من 15 سنة.

الشكل رقم(07): يمثل دائرة نسبية لمدة إستخدام طلبة الإعلام والاتصال لمواقع التواصل الاجتماعي.



الجدول رقم(08): يوضح أهم المواقع التي يتردد لها الطلبة الجامعيين حسب متغير الجنس لدى طلبة الإعلام والاتصال:

المواقع	الجنس		ذكر		أنثى		المجموع	
	التكرار	%	التكرار	%	التكرار	%	التكرار	%
الفايسبوك	20	35.72%	72	63.72%	92	54.44%		
تويتر	5	8.93%	-	-	5	2.96%		
إنستغرام	14	25%	14	12.39%	28	16.57%		
يوتيوب	14	25%	15	13.27%	29	17.16%		
أخرى	3	5.35%	12	10.62%	15	8.87%		

النسبة المئوية بدلالة حجم العينة 99

(المصدر: من إعداد الطالبين)

## الفصل الثالث .....تفريغ وتفسير البيانات

الجدول رقم(8) الذي يمثل أهم المواقع التي يتردد عليها طلبة الإعلام والاتصال، يوضح أن فئة الإناث اللواتي يستخدمن موقع الفاييسبوك بشكل مكثف بلغت نسبتهن 63.72%، ونسبة مستخدمي اليوتيوب بلغت 13.27%، في حين نسبة مستخدمي الإنستغرام قدرت بـ 12.39%.

أما بالنسبة لفئة الذكور فإن أكبر نسبة للفايسبوك قدرت بـ 35.72%، وتليها في المرتبة الثانية كل من الإنستغرام واليوتيوب بنسبة متساوية بـ 25%، في حين إختارت 8.93% موقع تويتر.

يعود سبب تفضيل معظم الطلبة لموقع الفاييسبوك على غرار المواقع الأخرى لكلا الجنسين لشهرته وعالميته ومجانيته بالإضافة إلى سهولة استخدامه.

ومنه نستنتج أن الفيسبوك أكثر المواقع إستخداما من قبل الطلبة الجامعيين.

الجدول رقم (09): يوضح الأوقات المفضلة لتصفح مواقع التواصل الإجتماعي حسب متغير السن لدى طلبة الإعلام والاتصال:

السن	من 18-21 سنة		من 22-25 سنة		من 26-30 سنة		المجموع
	التكرار	%	التكرار	%	التكرار	%	
صباحا	-	-	3	4.23%	2	11.76%	5
مساء	-	-	8	11.27%	2	11.16%	10
ليلا	7	36.64%	28	39.43%	4	23.54%	39
غير	4	36.36%	32	45.07%	9	52.94%	45

النسبة المئوية بدلالة حجم العينة 99

(المصدر: من إعداد الطالبين)

الجدول رقم (09) الذي يمثل توزيع أفراد العينة من حيث الوقت المفضل لتصفح الشبكات الاجتماعية يوضح أن كل الفئات العمرية تفضل تصفح الفيسبوك في فترات غير محددة وتأتي النسب حسب الفئات المذكورة على النحو التالي:

## الفصل الثالث .....تفريغ وتفسير البيانات

من 18 إلى 21 سنة بنسبة 36.36%، أما من فئة 22 إلى 25 سنة نسبتها 45.07%، وفي الأخير فئة من 26 إلى 30 فما فوق حازت على 52.94%.

تأتي بعد ذلك الفترة الليلية من حيث التفضيل ونورد النسب كالتالي: الفئة التي حازت على أعلى نسبة قدرت ب 63.64% هي فئة الأفراد من 18 إلى 21 سنة، تليها من 22 إلى 25 سنة بنسبة 39.43% تليها نسبة 23.54% الخاصة بفئة من 26 إلى 30 فما فوق.

بينما يقل الإتصال بالشبكات الإجتماعية صباحا ومساء للفتتين من 22 إلى 25 سنة بنسبة 4.23% صباحا وتليها فئة من 26 إلى 30 فما فوق ما يعادل 11.76% صباحا و 11.16% مساء في حين ينعدم الإتصال بها في الفترتين الصباحية والمسائية بالنسبة للفئة من 18 إلى 21 سنة.

وقد نفسر ذلك بأنه لا يوجد وقت محدد لدى المبحوثين لإتصال فيه بالشبكات الإجتماعية حيث يكون إتصالهم بها حسب الظروف الخاصة بهم، بينما يستخدم أفراد العينة الشبكات الاجتماعية ليلا ولكونهم يسهون العمل والدراسة في هذا الوقت اضافة إلى تواجدهم في وقت الفراغ ، عكس الفترتين الصباحية والمسائية يتعلم تصفحها لانشغالهم بالدراسة .

نستنتج أن تفضيل معظم الطلبة للفترة الليلية وفي وقت غير محدد في التصفح كونها أوقات تفرغ أفراد العينة للأنترنت، كما أنهم طلبة جامعيون لا يتوفر لهم وقت خلال الفترة الصباحية والمسائية عادة، كما أنها وقت الدروة لكل وسائل الاتصالات ، أما سبب عدم ميلهم للفترة الصباحية نرجعها لكونها وقت دراسة وجهد وتصفح وسائل الإعلام الجديد بكل أشكالها يحتاج إلى وقت فراغ.

الجدول رقم: 10 يمثل الميزات التي دفعت طلبة الإعلام والإتصال لاستخدام مواقع التواصل الإجتماعي

النسبة المئوية	التكرار	الميزات
23.97 %	29	غنية بالمعلومات و الأخبار
21.48 %	26	مصدر يمكن الاعتماد عليه في الحصول على المعلومات في كل الاوقات
54.55 %	66	تتميز بالمشاركة والتفاعل مع الأخبار والأحداث الجارية
النسبة المئوية بدلالة حجم العينة 99		

(المصدر: من إعداد الطالبين)

## الفصل الثالث ..... تفريغ وتفسير البيانات

يوضح الجدول أعلاه يمثل الميزات التي دفعت طلبة الإعلام والاتصال لإستخدام مواقع التواصل الاجتماعي نلاحظ أن معظم الطلبة اجتمعوا على إجابة أو رأي واحد والمتمثل في أن من الميزات التي دفعت بهم إلى إستخدام هذه المواقع دون غيرها أنها تتميز بالمشاركة والتفاعل مع الأخبار والأحداث الجارية حيث ظهرت بنسبة (54.55%)، أما الفئة الثانية غنية بالمعلومات والأخبار حققت 23.97%، أما بالنسبة لفئة مصدر يمكن الإعتماد عليه في الحصول على المعلومات في كل الأوقات حققت نسبة (21.48%).

نستنتج من خلال نتائج الجدول أعلاه أن غالبية الباحثين أجمعوا على أن من بين الميزات التي دفعت بهم لإستخدام مواقع التواصل الاجتماعي دون غيرها أنها تتميز بالمشاركة والتفاعل مع الأخبار والأحداث الجارية.

الجدول رقم(11): يمثلان توزيع أفراد العينة حسب الأفراد المفضلين للجلوس معهم أثناء التواصل عبر مواقع التواصل الاجتماعي:

الجنس الأشخاص	ذكر		أنثى		المجموع	
	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%
الأصدقاء	05	20%	16	19.51%	21	19.63%
الإخوة	02	08%	08	9.76%	10	9.34%
الوالدين	00	00%	00	00%	00	00%
بمفردك	81	72%	58	70.73%	76	71.03%
النسبة المئوية بدلالة حجم العينة 99						

(المصدر: إعداد الطالبتين)

يوضح الجدول اعلاه المتمثل الأفراد الذين يفضلون الجلوس معهم أثناء التواصل عبر الفايسبوك، نلاحظ أن غالبية أفراد العينة من الذكور يفضلون أن يكونوا بمفردهم وهم يتصفحون الفايسبوك وهذا ما تعكسه النسبة المسجلة والتي قدرت ب 72% في حين أن 20% منهم يكون مع الأصدقاء و 8% ويكون مع الإخوة.

أما بالنسبة للإناث فنجد 70.73% يكن بمفردهن وهن تتصفحن الفايسبوك، تاليها 19.51% النسبة التي تعبر عن 16 أنثى تتصفحن مع الأصدقاء أما 9.76% فتكون مع الإخوة، في حين تنعدم نسبة تصفحه مع الوالدين في كلا الجنسين.

## الفصل الثالث .....تفريغ وتفسير البيانات

وقد تفسر النتائج المتحصل عليها إلى أن التكنولوجيا الحديثة مكنت الفرد من البقاء وحده وهو يتواصل مع الغير، فالكومبيوتر وكذا الحاسوب الشخصي وحتى اللوحات الإلكترونية والهواتف الذكية المزودة بالإنترنت، بينما نجد البعض مع أصدقائه أو الأخوة وهذا عادة من أجل التشارك في مشاهدة مضمون ما أو الإطلاع على منشورات معينة أو بغية الترفيه والتسلية.

نستنتج أنه إتفق كلا الجنسين على تصفح الفايسبوك وهم بمفردهم إذ يختلف الإناث في تفضيلهن للتصفح مع الأصدقاء ومع الإخوة أكثر من الذكور وهذا راجع للطبيعة الإناث اللواتي يفضلن مشاركة الصديقات والإخوة للمحتوى المعروض ومعرفة الرأي وتشارك الإهتمام الواحد عكس الذكور الذين يتحججون بالخصوصية في تصفح حساباتهم.

الجدول رقم (12): يمثلان المكان المفضل لتصفح شبكة التواصل الإجتماعي فايسبوك حسب متغير الجنس لدى طلبة الإعلام والاتصال

الجنس الأماكن	ذكر		انثى		المجموع	
	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار
البيت	54.54	18	60.33	73	59.10	91
الجامعة	18.18	6	26.45	32	24.67	38
مقهى الأنترنت	-	-	-	-	-	-
الاماكن العمومية	16	9	13.22	16	16.23	25
النسبة المئوية بدلالة حجم العينة 99						

(المصدر: إعداد الطالبتين)

يمثل الجدول أعلاه أماكن إستخدام موقع الفايسبوك من طرف طلبة الإعلام والاتصال، حيث يلاحظ من خلاله أن أغلب المبحوثين يفضلون تصفحه في البيت وذلك بنسبة 59.10%، في حين يقدر الذين يتصفحونه في الجامعة بنسبة 24.65%، ثم تليها الأماكن العمومية بنسبة 16.23%، لينعدم تصفحه في مقهى الأنترنت، ومن خلال هذا يثبت أن المبحوثين يتصفحون الفايسبوك من بيوتهم أكثر من أي مكان آخر.

## الفصل الثالث .....تفريغ وتفسير البيانات

ومن هنا نستنتج أن البيت يعد أكثر الأماكن المناسبة للطلبة الجامعيين لتصفح موقع الفايبروك خاصة فئة الإناث وذلك لتوفر عناصر الراحة التي لا تتوفر في الأماكن الأخرى مثل : الجامعة والاماكن العمومية. بالإضافة يلعب المكان أهمية بالغة فغالبا يكون التدفق سريع لإنترنت في المنازل عكس الجامعة أين تتوفر فيها خدمات مثالية مع تسجيل ضعف لتدفق الشبكة في الكليات والأقسام، بينما انعدمت بالنسبة للمقهى الأنترنت بسبب إدخال خدمات الويب إلى كافة المناطق وإتساع خدماتها مع ظهور خدمات الجيل الثالث والرابع فأغلب الشرائح الهاتفية اليوم مزودة بشبكة الأنترنت التي همشت دور مقاهي الأنترنت.

الجدول رقم(13) : يوضح الوسيلة المفضلة لتصفح مواقع التواصل الاجتماعي لدى طلبة الإعلام والاتصال

الوسيلة	التكرار	النسبة المئوية
الحاسب المحمول	14	12.28%
الهاتف الذكي	94	82.46%
لوحة الكترونية	6	5.26%
جهاز الحاسب المكتبي	--	--
النسبة المئوية بدلالة حجم العينة 99		

(المصدر: إعداد الطالبين)

يوضح الجدول أعلاه الذي يمثل الوسيلة المستخدمة من طرف طلبة الإعلام والاتصال، أن معظم أفراد العينة يفضلون إستعمال الهاتف الذكي لتصفح وسائل الإعلام الجديد، بنسبة (94%) ثم يليه الحاسوب المحمول بنسبة (12.28%) بينما اللوحة الإلكترونية بنسبة ( 5.26%).

نلاحظ من خلال نتائج الجدول أن معظم أفراد العينة يفضلون الهاتف الذكي، فهو الوسيلة الأكثر رواجاً للمبحوثين في تصفح وسائل الإعلام الجديد، وذلك لسهولة إستخدامه وخصائصه وتنقله مع الفرد بكل سهولة حيث يحافظ على خصوصية الفرد وحرية أكثر من الوسائل الأخرى في حين الحاسوب المحمول واللوحة الإلكترونية

## الفصل الثالث .....تفريغ وتفسير البيانات

والحاسوب المكتبي غير مستعمل بدرجة كبيرة في التصفح إذ لهما إستعمالات أخرى للطلبة كالدراصة والبحث يحققان إشباعات معرفية.

نستنتج من خلال نتائج الجدول أن المبحوثين يفضلون الهاتف الذكي في عملية التصفح بسبب مرونته كجهاز وعصرنته، كما أنه يستعمل خاصة في مجال الدردشة والتواصل عبر مواقع التواصل الإجتماعي، كما أقر المبحوثين أنهم يستعملون الحاسوب المحمول في مجال البحث العلمي وغيره من المجالات.

الجدول رقم(14): يمثل الأشخاص الذين يتواصل معهم طلبة الإعلام والإتصال عبر مواقع التواصل الاجتماعي:

المتغير	التكرار	النسبة المئوية
الزملاء والأصدقاء	75	75.75%
الأسرة	11	11.12%
أشخاص لا تعرفهم	13	13.13%
المجموع	99	100%

(المصدر: إعداد الطالبين)

من خلال الجدول أعلاه الذي يمثل الأشخاص الذين يتواصل معهم طلبة الإعلام والإتصال عبر الفايسبوك، يتضح جليا أن نسبة المبحوثين الذين يتواصلون عبر صفحة الفايسبوك مع الزملاء والأصدقاء والتي مثلت(75.75%)، فهم يحبون خدمة المشاركة التي تعتبر كخاصية من خصائص مواقع التواصل الاجتماعي بحيث تتيح للمتصفح التعرف عن قرب أكثر عن طريق نشر الصور والملفات ولا يكون متاحا لآخرين الإطلاع عليها، وبالتالي نجده يحافظ على خصوصيته، أما نسبة (13.13%) من المبحوثين يفضلون التواصل مع أشخاص لا يعرفونهم وهذا راجع لخصوصية كل فرد وإهتماماته الخاصة التي لايجذب معظم الأفراد تشاركها مع الآخرين، في حين كانت نسبة التواصل مع الأسرة متوسطة إذ قدرت ب(11.12%).

نستنتج أن الغالبية من المبحوثين يفضلون التواصل مع الزملاء والأصدقاء عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

الجدول رقم(15): يمثلان طبيعة المواضيع التي يتابعها المبحوثون عبر المواقع التواصل الإجتماعي مع متغير الجنس لدى طلبة الإعلام والاتصال:

المجموع		الأثى		الذكر		الجنس المواضيع
%	التكرار	%	التكرار	%	التكرار	
13.91%	31	12.87%	22	18%	9	ثقافية
10.76%	24	8.18%	14	16%	8	سياسية
19.28%	43	21.64%	37	12%	6	إجتماعية
11.66%	26	11.11%	19	14%	7	دينية
5.83%	13	6.43%	11	4%	2	إقتصادية
8.97%	20	8.77%	15	10%	5	علمية
6.28%	14	4.68%	08	12%	6	رياضية
23.31%	52	26.32%	45	14%	7	عامة غير محددة
النسبة المئوية بدلالة حجم العينة 99						

(المصدر: إعداد الطالبين)

يمثل الجدول أعلاه طبيعة المواضيع التي يتابعها المبحوثون عبر المواقع التواصل الإجتماعي مع متغير الجنس لدى طلبة الإعلام والاتصال، حيث نلاحظ من خلاله أن جلهم يفضل الموضوعات العامة غير محددة وذلك بنسبة 23.31%، تليها الاجتماعية بنسبة 19.28%، ثم الثقافية بنسبة 13.91%، ونجد ان الإناث كانوا أكثر من الذكور فيما يتعلق بالذين يفضلون المواضيع العامة غير محددة بنسبة 26.32%، وأعلى نسبة كذلك في المواضيع الإجتماعية تقدر ب 21.64%، في حين نجد أعلى نسبة سجلت في المواضيع الثقافية من نصيب الذكور ما يعادل ب 18%، بينما يفضل أفراد العينة مواضيع الدينية والسياسية بنسب متقاربة تقدر ب



## الفصل الثالث.....تفريغ وتفسير البيانات

11.66% و 10.76%. على العموم فإن الإهتمامات متقاربة جدا ما بين المواضيع العلمية، الرياضية، وحتى الإقتصادية بفارق عن المواضيع ذات الطبيعة الدينية السياسية.

نفسر إختيار الطلبة لإحتمالي المواضيع عامة غير محددة وإجتماعية راجع إلى طبيعة إهتمامهم وميولهم لذلك هم يفضلونها على بقية المواضيع.

نستنتج أن هذه النسب والإهتمامات غير ثابتة ومتغيرة من وقت لآخر ومنه فئة أخرى أي حسب المواضيع المطروحة وكذلك الممتعة التي يشعر بها أفراد العينة زمن إستخدامهم الموقع ومشاركة أصدقائهم الآراء والتعليقات المختلفة، بالإضافة إلى توقيت الإستخدام.

المحور الثالث: دوافع استخدام الطلبة الجامعيين للهوية الافتراضية:

الجدول رقم ( 16 ) : يمثل أسباب استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لدى طلبة الإعلام والاتصال:

النسبة المئوية	التكرار	دوافع الاستخدام
24.71%	62	الترفيه والتسلية
4.78%	12	التعرف على أشخاص جدد
27.09%	68	التواصل مع الأصدقاء و الأهل
18.33%	46	مواكبة الأحداث الجارية
11.95%	30	التثقيف
6.37%	16	الهروب من الواقع
6.77%	17	التخلص من الفراغ العاطفي والاجتماعي
النسبة المئوية بدلالة حجم العينة 99		

(المصدر: إعداد الطالبتين)

يظهر جدول رقم(16) الذي يمثل أسباب استخدام مواقع التواصل الاجتماعي موقع التواصل الاجتماعي حيث إحتلت أعلى نسبة 27.09% يفضلون التواصل مع الأصدقاء والأهل، بينما 24.71% يفضلون الترفيه والتسلية أي ما يعادل 62 مفردة في حين 46 مفردة من مجتمع البحث أي ما يعادل نسبة 18.33% يفضلونه لمواكبة الأحداث الجارية، أما بالنسبة لفئة التثقيف حققن نسبة 11.9%، لتأتي بقية الإختيارات بنسب متقاربة على التوالي: التخلص من الفراغ العاطفي الاجتماعي تمثلت ب 6.77%، إضافة إلى الهروب من الواقع والتي تمثلت ب 6.33%، وكذا التعرف على أشخاص جدد الذي ظهر بنسبة 4.78% من إجمالي الباحثين.

الجدول رقم (17): يمثل لغة تصفح مواقع التواصل الاجتماعي حسب متغير الجنس لدى طلبة الإعلام

والإتصال:

المجموع		انثى		ذكر		الجنس اللغة
%	التكرار	%	التكرار	%	التكرار	
42.35%	72	41.48%	56	45.71%	16	العربية
15.88%	27	17.78%	24	8.58%	3	الفرنسية
7.67%	13	5.92%	8	14.28%	5	الإنجليزية
22.36%	38	23.70%	32	17.14%	6	العامية
11.76%	20	11.11%	15	14.29%	5	مزيج بين اللغات
-	-	-	-	-	-	الأمازيغية

النسبة المئوية بدلالة حجم العينة 99

(المصدر: إعداد الطالبتين)

يتبين لنا من خلال الجدول رقم (17) الخاص بالعلاقة بين متغير الجنس واللغة المستعملة لدى المبحوثين في تفاعلهم وتواصلهم على الشبكة الاجتماعية "الفيسبوك" يستخدمون معلومات غير حقيقية بنسبة 38.38% أن من إجابات الذكور يفضلون التفاعل والتواصل على الفيسبوك باللغة العربية أما الإناث فكانت بنسبة 41.48%، أما 17.14% من مجموع إجابات الذكور، و 23.70% من إجابات الإناث فتشير إلى اللغة العامية، وكذا من مجموع المبحوثين يفضلون التواصل باللغة الفرنسية و 20% من أفراد العينة، أما من يفضلون التفاعل والتواصل باللغة الإنجليزية من الإناث والذكور فكانت 13%.

وقد نفسر الاختلاف والتنوع في اللغات واللهجات المستعملة في التواصل والتفاعل عبر الفيسبوك يرجع إلى اختلاف جنسيات الأصدقاء وكذا مناطق السكن، مما يدفع المبحوثين إلى إستعمال اللغات ليتمكن من التواصل والتفاعل معهم (الأصدقاء).

## الفصل الثالث .....تفريغ وتفسير البيانات

ومنه نستنتج أنه لا توجد لغة واحدة أو موحدة بين مستخدمي الفيسبوك من الطلبة ومنه نجد أن اللغة العربية تحتل المرتبة الأولى من ناحية الإستعمال وهذا راجع لكونها اللغة الوطنية ولطبيعة البحث والدراسة في تخصص الإعلام وهو تخصص أفراد العينة. في حين احتلت العامية المرتبة الثانية و اللغة الفرنسية المرتبة الثالثة بعد العامية وهذا راجع لكونها لغة معتمدة كثيرا في الجزائر وهي لغة رسمية تستعمل في قطاعات ومجالات مختلفة، في حين سجلت مزيج من اللغات المرتبة الرابعة، من جانبها سجلت اللغة الإنجليزية المرتبة الخامسة و هذا راجع لكونها لغة عالمية معتمدة على جميع الأصعدة خاصة في مجال البرمجيات و هي لغة مستعملة في التعليم و البحث ولها مستقبل في مجال التعليم العالي كما أنها لغة سهلة التعلم مقارنة باللغات الأخرى.

الجدول رقم(18): يمثل طبيعة معلومات طلبة الإعلام والاتصال على الفيسبوك:

النسبة المئوية	التكرار	طبيعة المعلومات
27.27 %	27	حقيقية
38.38 %	38	غير حقيقية
34.35 %	34	مزيج بين حقيقي وغير حقيقي
100 %	99	المجموع

(المصدر: إعداد الطالبتين)

يمثل الجدول رقم(18) مدى إستخدام أفراد العينة لمعلوماتهم على الفيسبوك لدى طلبة الإعلام والاتصال وحسب نتائج الجدول فإن أعلى نسبة من الباحثين عبر موقع التواصل الإجتماعي الفيسبوك يستخدمون معلومات غير حقيقية بنسبة 38.38 %، اما الذين معلوماتهم مزيج بين حقيقي وغير حقيقي عبر موقع التواصل الإجتماعي الفيسبوك، فتمثلت نسبتهم 34.35% في حين نجد 27.27% معلوماتهم حقيقية.

وقد نفسر نتائج بعمد الطلبة الرقميون بما يرغبون أن يتمثلوا به أي يتظاهرون بأشياء التي يحبونها في الحديث وفي التعريف بأنفسهم، وليس شرطا أن يكونوا كما هو في الواقع الأمر، ولكن هذا لا ينفي أن هناك من يحاول أن يكون صادقا في كل ذلك.

نستنتج أن الطلبة من خلال إستخدام لموقع الفيسبوك يسعون إلى التلاعب بمعلوماتهم بهدف دفع محاورهم والمتفاعلين معهم، والتعامل معهم على أساس أن تلك المعلومات المتخيلة هي معلوماتهم الفعلية.

الجدول رقم(19): يمثل طبيعة التفاعل عبر الفايسبوك مع متغير الجنس لدى طلبة الإعلام والاتصال:

المجموع		الإناث		الذكور		الجنس طبيعة التفاعل
%	التكرار	%	التكرار	%	التكرار	
%19.63	21	%19.51	16	% 20	5	الأصدقاء
%9.34	10	% 9.76	8	% 8	2	الإخوة
-	-	-	-	-	-	الوالدين
%71.03	76	%70.73	58	% 72	18	بمفردك
النسبة المئوية بدلالة حجم العينة 99						

(المصدر: إعداد الطالبتين)

من خلال الجدول رقم 19 الذي يمثل طبيعة التفاعل عبر الفايسبوك مع متغير الجنس لدى طلبة الإعلام والاتصال، نلاحظ أن نسبة 49.22% من المستخدمين (إناث ، ذكور ) زادهم الفيسبوك تعرف على عادات وتقاليد الكثير من مناطق الوطن ، 26.56%زادت رغبتهم بالهجرة إلى الخارج ، وكانت نسبة 12.50% جعلهم أكثر تمسكا بالبلد وبتراثه ، لتليها نسبة 11.72 % أصبحت لديهم معلومات كافيته عن التاريخ المحلي للجزائر من خلال الفيسبوك.

ونستخلص من هذه النتائج أن الفيسبوك ساهم في زيادة معارف مستخدميه حول العادات والتقاليد العديدة من ولايات الوطن.

الجدول رقم(20): يمثل الهوية الافتراضية إنعكاس للهوية الحقيقية عبر الفايسبوك لدى طلبة الإعلام والاتصال:

النسبة المئوية %	التكرار	الهوية الافتراضية إنعكاس للهوية الحقيقية
% 33.33	33	نعم
%29.30	29	لا
%37.37	37	نوعا ما
% 100	99	المجموع

(المصدر: إعداد الطالبتين)

## الفصل الثالث .....تفريغ وتفسير البيانات

يوضح الجدول أعلاه الذي يمثل الهوية الافتراضية إنعكاس للهوية الحقيقية عبر الفايسبوك لدى طلبة الإعلام والاتصال، أن أغلبية أفراد العينة أجابوا نوعاً ما على الهوية الافتراضية الذي يظهر بها على الفايسبوك تعكس هويتهم الحقيقية ما نسبته (37.37%)، في حين (33.33%) يؤكدون "بنعم" أنها تعكس هويتهم الحقيقية في حين يرى (29.30%) أن الهوية الافتراضية التي يظهر بها على الفايسبوك لا تعكس هويتهم الحقيقية وأجابوا بـ "لا".

ومنه نستنتج أن الهوية الرقمية قابلة للتغير والتبديل في أي لحظة بحسب إختيارات الفرد الإنساني نفسه.

الجدول رقم (21): يمثل الهوية الافتراضية تكمل نقائص الهوية الحقيقية عبر الفايسبوك لدى طلبة الإعلام والاتصال

النسبة المئوية %	التكرار	الهوية الافتراضية تكمل نقائص الهوية الحقيقية
60.60%	60	نعم
25.26%	25	لا
14.14%	15	نوعاً ما
100%	99	المجموع

(المصدر: إعداد الطالبين)

يوضح الجدول أعلاه الذي يمثل الهوية الافتراضية تكمل نقائص الهوية الحقيقية عبر الفايسبوك لدى طلبة الإعلام والاتصال، أن أغلب المبحوثين الذين أكدوا من خلال إجاباتهم "بنعم" أكدوا أن هويتهم الافتراضية على الفايسبوك بمواصفات تكمل ما ينقص في هويتهم الحقيقية بنسبة (60.60%)، في حين (25.26%) ذلك، ونسبة (14.14%) من مجموع المستخدمين أي "نوعاً ما" اختاروا هوية افتراضية على الفايسبوك بمواصفات تكمل ما ينقص في هويتهم الحقيقية.

يمكن أن نقول أن سبب اختيار أفراد العينة لهوية افتراضية على الفايسبوك بمواصفات تكمل ما ينقص في هويتهم الحقيقية يعود سبب ذلك لنقص ثقتهم بهذه المواقع الافتراضية، إضافة إلى ذلك لتحقيق إشباع نفسي افتراضية.

الجدول رقم(22): يمثل نوع الصورة التي يضعها المبحوثين في صفحاتهم الشخصية من طرف طلبة الإعلام والاتصال:

النسبة المئوية	التكرار	نوع الصورة
27.28%	27	صورة حقيقية
51.51%	51	صورة شخص مجهول
11.11%	11	صورة شخصية مشهورة
4.04%	4	صورة تعكس الهوية الجزائرية
6.06%	6	بدون صورة
100%	99	المجموع

(المصدر: إعداد الطالبتين)

يوضح لنا الجدول أعلاه الذي يمثل طبيعة الصورة التي يضعها طلبة الإعلام والاتصال في صفحاتهم الشخصية، ومن اللغة الإحصائية المقدمة في هذا الجدول نقول أن أعلى نسبة من المبحوثين قدرت ب (51.51%) يستخدمون صورة شخص مجهول على موقع الفيسبوك في حين نجد نسبة (27.28%) من المبحوثين يضعون صورهم الحقيقية على البروفايل، فيما توزعت البقية بين استخدام صور شخصية مشهورة بنسبة 11.11% وبدون صورة بنسبة (6.06%) لتؤول النسبة إلى (4.04%) لصورة تعكس الهوية الجزائري. إن صورة الحساب على موقع الفيسبوك من الأمور الأساسية التي يراعيها الطلبة في تقديم أنفسهم ففي حين نجد أن الفئة الكاسحة والمتمثلة في فئة الإناث تختار صور غير حقيقية وتكتفي بصور الفنانات أو أطفال أو نباتات، فإن فئة الذكور بدورهم لديهم بدائل كنجوم الرياضة أو فنانيين أو علم و منه أعلام الدول التي يرغبون في العيش بها .

الجدول رقم(23): يمثل سبب تصريح طلبة الإعلام والاتصال ببلدهم في هويتهم الافتراضية

النسبة المئوية	التكرار	المتغير
84.85%	84	يصرح
15.15%	15	لا يصرح
100%	99	المجموع

(المصدر: إعداد الطالبتين)

## الفصل الثالث .....تفريغ وتفسير البيانات

تبين نتائج الجدول أعلاه رقم (23) والذي يمثل سبب تصريح طلبة الإعلام والاتصال ببلدهم في هويتهم الافتراضية، أن معظم أفراد العينة يصرحون ببلدهم في هويتهم الافتراضية بنسبة تعادل (84.85%)، بينما نفت أخرى ذلك بنسبة (15.15%) لا يصرحون ببلدهم في هويتهم الافتراضية.

سبب إخفاء المبحوثين لبلدهم عن موقع الفايسبوك هو تجنب المضايقات التي يتعرضون لها حين الإدلاء بموطنهم، وأيضا بسبب الرغبة في تغيير الوطن.

وفي سؤالنا عن تبرير سبب تصريح المبحوثين لبلدهم أرجع البعض منهم أن السبب الرئيسي في ذلك هو حب الوطن وأيضا الإعتراز بتاريخه ومنهم من وضع ذلك بسبب التمسك بالعادات والتقاليد.

الجدول رقم(24): يمثل سبب تصريح طلبة الإعلام والاتصال ببلدهم في هويتهم الافتراضية:

النسبة المئوية %	التكرار	سبب التصريح بالبلد في الهوية الافتراضية
46.36%	51	حبك لوطنك
27.27%	30	اعتزازك بتاريخه
26.37%	29	التمسك بالعادات و التقاليد
النسبة المئوية بدلالة حجم العينة 99		

(المصدر: إعداد الطالبين)

يمثل الجدول أعلاه رقم (24) سبب تصريح طلبة الإعلام والاتصال ببلدهم في هويتهم الافتراضية عبر موقع الفايسبوك، حيث كانت غالبية الإجابة من أفراد العينة بسبب حبهم في وطنهم ويظهر ذلك في ما نسبته (46.35%)، في حين كمبرر ثاني نجد إعترازهم بتاريخهم، في حين فضل بعض المبحوثين الخيار الثالث والمتمثل في التمسك بالعادات والتقاليد ويظهر ذلك بنسبة (26.37%).



الجدول رقم(25): يمثل الإشباعات المحققة من المضامين المنشورة عبر الفاييسوك لدى طلبة الإعلام والإتصال:

الجنس		ذكر		انثى		المجموع
الإشباعات المحققة		%	التكرار	%	التكرار	%
تعزير انتمائك الاسلامي و الوطني		%38.71	12	%44.83	39	%43.23
ثقافتك من الناحية الاسلامية		%22.58	7	%33.33	29	%30.50
افتخارك بالهوية العربية و الامازيغية		%12.71	12	%21.84	19	%26.27
النسبة المئوية بدلالة حجم العينة 99						

(المصدر: إعداد الطالبين)

يبين لنا الجدول أعلاه الذي يمثل الإشباعات المحققة من المضامين المنشورة لدى طلبة الإعلام والإتصال، عن ما إذا زادتم المضامين المنشورة عبر الفاييسوك عززت من إنتمائهم الإسلامي والوطني، أو عززت ثقافتهم من الناحية الإسلامية، أو زاد إفتخارهم بهويتهم الإسلامية العربية والأمازيغية تبين أن (43.23 %) من مجموع الإجابات المقدمة زادت من تعزير إنتمائهم الإسلامي والوطني، بعدها تليها في المرتبة الثانية (30.50%) من أفراد العينة أجابوا أن المضامين المنشورة على الشبكة الإجتماعية "الفايسوك" زادتم ثقافة من الناحية الإسلامية كصفحات " فلنتفكر" لمقدم برامج خواطر الشقيري الذي يبث على قناة MB1 وغيرها من البرامج، ثم تليها (26.27%) من أفراد العينة زادتم إفتخارا بهويتهم الإسلامية والعربية والأمازيغية .

نستخلص أن مستخدمي الفيسوك من الطلبة الجامعيين من خلال تفاعلهم عبر الفاييسوك ومن خلال ما يتم نشره من مضامين عبره عززت من إنتمائهم الإسلامي والوطني.

الجدول والشكل رقم(26): يمثل حفاظ طلبة الإعلام والاتصال على هويتهم الدينية في شخصيتهم الافتراضية:

النسبة المئوية %	التكرار	الحفاظ على الهوية الدينية في الشخصية الافتراضية
93.93 %	93	نعم
6.07 %	6	لا
100 %	99	المجموع

(المصدر: إعداد الطالبين)

من خلال الجدول أعلاه الذي يمثل حفاظ طلبة الإعلام والاتصال على هويتهم الدينية في شخصيتهم الافتراضية، نلاحظ أن أغلب أفراد العينة يحافظون على هويتهم الدينية في شخصيتهم الافتراضية ويظهر ذلك بنسبة (93.93 %)، بينما نجد فئة نفت أنها تحافظ على هويتها الدينية في شخصيتهم الافتراضية.

نستنتج من خلال النتائج السابقة أن الطلبة يهتمون بإظهار إنتمائهم الديني في مواقع التواصل الاجتماعي.

الجدول رقم(27): يمثل سبب حفاظ طلبة الإعلام والاتصال على هويتهم الدينية في شخصيتهم الافتراضية

النسبة المئوية %	التكرار	سبب الحفاظ على الهوية الدينية في الشخصية الافتراضية
29.03 %	27	التمسك الكبير بالدين
22.59 %	21	إيمانك الكبير
48.38 %	45	اعتزازك بدينك
100 %	93	المجموع

(المصدر: إعداد الطالبين)

يوضح الجدول أعلاه سبب الحفاظ على الهوية الدينية في الشخصية الافتراضية لدى طلبة الإعلام والاتصال، حيث نجد أكثر أفراد العينة تقدر مراعاة الحفاظ على الهوية الدينية بالإعتزاز بالدين بنسبة (48.38 %)، في حين أقرت الفئة الثانية أن الحفاظ على الهوية الدينية يعود إلى التمسك الكبير بالدين

## الفصل الثالث.....تفريغ وتفسير البيانات

بنسبة(29.03%)، أما الفئة الثالثة فأشارت إلى أن الإيمان الكبير سبب الحفاظ على الهوية الدينية وقدرت نسبتها ب(22.59%)، ولم تكتمل العينة لأن بعض أفراد العينة نفت ذلك.

يعود سبب إعتبار أغلب المبحوثين أن الحفاظ عن الهوية الدينية في الشخصية الافتراضية يعود إلى الإعتزاز بالدين، تليه فئة التمسك الكبير بالدين والفئة الثالثة الإيمان الكبير بحكم أنهم يمتلكون خلفية إتجاه الموضوع المطروح.

الجدول رقم(28): يمثل مدى تفضيل الهوية الافتراضية على الهوية الحقيقية للتواصل عبر الفايسبوك من طرف طلبة الإعلام والاتصال

النسبة المئوية	التكرار	تفضيل الهوية الافتراضية على الهوية الحقيقية
% 84.84	84	هوية افتراضية
%15.16	15	هوية حقيقية
% 100	99	المجموع

(المصدر: إعداد الطالبين)

يوضح الجدول أعلاه المتمثل في مدى تفضيل الهوية الافتراضية على الهوية الحقيقية للتواصل عبر الفايسبوك من طرف طلبة الإعلام والاتصال، نلاحظ أن معظم الطلبة يفضلون الهوية الافتراضية في التواصل عبر الفايسبوك وذلك بنسبة(84.84%)، في مقابل ذلك يتواصلون بهوية حقيقية عبر موقع الفايسبوك بنسبه تقارب(15.16%).

قد يعود سبب إستخدام معظم الطلبة لهوية إفتراضية وفي سؤالنا عن ذلك كانت بغية الحفاظ على الخصوصية وتجنب مضايقات الآخرين ومنهم التعرف بكل حرية أو قيود، ويعود إستخدام الفئة المتبقية المتمثلة في 15 مفردة لهويتهم الحقيقية لإعطاء الحساب مصداقية مما يعطي إنطباعا بجدية الحساب.

نستنتج من خلال المعطيات الجدول أعلاه أن أفراد العينة من الطلبة الجامعيين يفضلون التواصل أو التفاعل عبر مواقع التواصل الإجتماعي بإستخدام هوية إفتراضية.

الجدول رقم(29): يمثل سبب إخفاء الهوية الحقيقية عبر الفايبروك لدى طلبة الإعلام والاتصال

النسبة المئوية	التكرار	المتغير
21.97 %	29	التصرف بكل حرية
27.27 %	36	تجنب مضايقات الآخرين
6.06 %	8	الخوف من القرصنة و إختراق الحساب
7.58 %	10	التواصل مع أشخاص دون أن يتعرفوا عليك
37.12 %	49	الحفاظ على خصوصيتك
النسبة المئوية بدلالة حجم العينة 99		

(المصدر: إعداد الطالبين)

يوضح الجدول أعلاه سبب إستخدام الهوية الافتراضية من قبل طلبة الإعلام والاتصال حيث نجد أن بنسبة (37.12%) من أفراد العينة يتواصلون بهوية إفتراضية وذلك حفاظا على خصوصياتهم، في حين تليها نسبة (27.27%) من أفراد العينة التي كانت إجابتهم تجنب مضايقات الآخرين، وكمبرر ثالث هو التصرف بكل حرية بنسبة(21.97%)، فيما تقاربت إجابة بين التواصل مع أشخاص دون أن يتعرفوا عليك والخوف من القرصنة وإختراق الحساب ونورد النسب كالاتي: (7.58%) و(6.06%).

المحور الرابع: مساهمة مواقع التواصل الإجتماعي في تشكيل الهوية الافتراضية لدى طلبة الإعلام والاتصال:

الجدول رقم (30): يمثل مدى إستخدام المبحوثين للهوية الافتراضية عبر الفايبروك يكون أكثر جرأة وتحورا عن هويتهم الحقيقية لدى طلبة الإعلام والاتصال

النسبة المئوية	التكرار	مدى إستخدام الهوية الافتراضية يكون أكثر جرأة وتحورا عن الهوية الحقيقية
76.77 %	76	نعم
23.23 %	23	لا
100 %	99	المجموع

(المصدر: إعداد الطالبين)

## الفصل الثالث .....تفريغ وتفسير البيانات

يوضح الجدول أعلاه المتمثل في مدى إستخدام طلبة الإعلام والاتصال للهوية الافتراضية يكون أكثر جرأة وتحراً عن الهوية الحقيقية، نلاحظ أن أغلب المبحوثين يقرون بأن تواصلهم بهوية افتراضية عبر الفايسبوك يجعلهم أكثر جرأة و تحراً عن هويتهم الحقيقية حيث ظهرت معظم الإجابات بـ "نعم" بنسبة (76.77%)، في المقابل نفت 23 مفردة ذلك وقدرت بنسبتهم ب(23.23%)

قد يرجع سبب إعتبار أغلب المبحوثين أن تواصلهم بهوية افتراضية عبر الفايسبوك هو أنه يجعلهم أكثر جرأة وتحراً عن هويتهم الحقيقية إذ تفتح لهم مجال للتعبير عن أفكارهم وآرائهم بدون قيود تقييد حريتهم، إذ تجعلهم يحافظون على خصوصياتهم وتجنبهم مضايقات الآخرين.

نستنتج أن غالبية مستخدمي الهوية الافتراضية عبر الفايسبوك أكثر جرأة وتحراً تسمح لهم بالكلام دون حجل أو خوف من شيء في جميع المواضيع من هويتهم الحقيقية.

الجدول رقم(31): يمثل سبب إستخدام طلبة الإعلام والاتصال للهوية الافتراضية عبر الفايسبوك لدى طلبة الإعلام والاتصال

النسبة المئوية	التكرار	سبب إستخدام الهوية الافتراضية عبر الفايسبوك
43.22 %	51	حروقا قادر التعبير عن افكارك بجرية عكس التواصل في الواقع
10.17 %	12	قادر على تكوين صداقات لا تستطيع أن نكوها في الواقع
2.54 %	3	قادر على خداع من تتواصل معهم خاصة نان كنت تستخدم اسما مستعارا
15.25 %	18	لا تشعر بالطمأنينة مع مختلف الاصدقاء لأنك لا تعرف هويتهم الحقيقية
28.82 %	34	انك حر من قيود المجتمع
النسبة المئوية بدلالة حجم العينة 99		

(المصدر: إعداد الطالبين)

يتضح من خلال الجدول رقم (31) المتمثل في سبب استخدام الهوية الافتراضية عبر الفايسبوك من طرف طلبة الإعلام والاتصال، نلاحظ أن نسبة (43.22%) من أفراد العينة عند استخدامهم للهوية الافتراضية يحسون بالقدرة على التعبير عن الأفكار والمشاعر وراء هذا الفضاء الافتراضي تليها نسبة (28.82%) من أفراد العينة يحسون أنهم يحسون أنهم يتحررون من قيود المجتمع، أما ما نسبته (15.25%) منهم أقرروا أنهم لا يشعرون بالطمأنينة مع مختلف الأصدقاء لأنهم لا يعرفون هويتهم الحقيقية، تقابلها نسبة (10.17%) من العينة يحسون أنهم قادرين على تكوين صداقات لا يستطيعون على أن يكونوها في الواقع ثم تليها نسبة (2.54%) قادرين على خداع من يتواصلون معهم خاصة إن كانوا لا يعرفون هويتهم الحقيقية.

نستنتج أن استخدام الطلبة للهوية الافتراضية عبر الفايسبوك أكثر جرأة وتحرراً عن هويتهم الحقيقية لإعبارها أنهم قادرين على التعبير عن أفكارهم بحرية عكس التواصل في الواقع.

الجدول رقم (32): يمثل مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في دعم ثقافة طلبة الإعلام والاتصال دينياً

النسبة المئوية	التكرار	مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في دعم الثقافة الدينية
91.91%	91	نعم
8.09%	08	لا
النسبة المئوية بدلالة حجم العينة 99		

(المصدر: إعداد الطالبين)

يوضح الجدول أعلاه الذي يمثل مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في دعم ثقافة طلبة الإعلام والاتصال، نلاحظ أن أغلب الباحثين يقررون أن مواقع التواصل الاجتماعي ساهمت في دعم ثقافتهم الدينية ولو حتى بالهوية الافتراضية حيث ظهرت معظم الإجابات بـ "نعم" بنسبة (91.91%)، في المقابل نفت 8 مفردات هذه المساهمة بنسبة (8.09%).

يمكن القول أن غالبية أفراد العينة الممثلين للطلبة الجامعيين يعتقدون أن مواقع التواصل الاجتماعي تساهم في دعم ثقافتهم الدينية داخل الفايسبوك بهوياتهم الافتراضية. ومنه نستنتج أن الطلب متعلقون بثقافتهم الدينية التي لا تعكس بالضرورة على سلوكياتهم لكن المهم بالنسبة لهم هو التعلق بالمواضيع الدينية.

الجدول رقم(33):يمثل مدى مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في دعم الثقافة الدينية لدى طلبة

الإعلام والاتصال

النسبة المئوية	التكرار	مدى مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في دعم الثقافة الدينية
63.64 %	57	كسب قيم جديدة
37.36 %	34	زيادة إيمانك نتيجة ما تنشره
100 %	91	المجموع

(المصدر: إعداد الطالبين)

توضح لنا نتائج الجدول أعلاه المتمثل في مدى مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في دعم الثقافة الدينية حتى ولو بهوية إفتراضية لدى طلبة الإعلام والاتصال، حيث نجد أغلبية أفراد العينة تكتسب قيم جديد بنسبة قدرت ب(63.64%)، في حين إكتفت الفئة الثانية بالإجابة بزيادة الإيمان نتيجة ما تنشره مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة(37.36%) ولم تكتمل العينة لأن هناك من أجاب بـ "لا"

الجدول رقم (34): يمثل تهديد موقع الفاييسبوك لقيم الهوية الحقيقية لدى طلبة الإعلام والاتصال

النسبة المئوية	التكرار	المتغير
13.13 %	13	نعم
86.87 %	86	لا
100 %	99	المجموع

(المصدر: إعداد الطالبين)

يوضح الجدول أعلاه الذي يمثل تهديد الفاييسبوك لقيم الهوية الحقيقية لدى طلبة الإعلام والاتصال، نلاحظ أن(86.87%) نفت أن استخدام موقع الفاييسبوك يهدد القيم هويتهم الحقيقية، حيث أظهرت معظم الإجابات بـ "لا" في المقابل أقرت فئة ذلك "بنعم" و قدرت ب(13.13%).

ويرجع سبب تأكيد غالبية المبحوثين أن استخدامهم لموقع الفيسبوك لا يهدد قيم هويتهم الحقيقية إلى تمسكهم بالقيم الدينية والوطنية .

الجدول رقم (35): يمثل مدى مساهمة مواقع التواصل الإجتماعي في زيادة رصيد المعرفة التاريخية والثقافية للبلد لدى طلبة الإعلام والاتصال

المتغير	التكرار	النسبة المئوية
نعم	66	66.67%
لا	33	33.33%
المجموع	99	100%

(المصدر: إعداد الطالبين)

يوضح الجدول أعلاه الذي يمثل مدى مساهمة مواقع التواصل الإجتماعي في زيادة رصيد المعرفة التاريخية والثقافية للوطن لدى طلبة الإعلام والاتصال، حيث أظهرت معظم الإجابات "بنعم" بنسبة (66.67%)، في المقابل نفت 33 مفردة هذه المساعدة قدرت بنسبة (33.33%).

يرجع تأكيد غالبية الباحثين أن مواقع التواصل الإجتماعي ساعدت في زيادة الرصيد التاريخي والثقافي للوطن، كونها المواضيع التاريخية والثقافية التي تنشر على الفايسبوك ليست مجرد أمور هامشية بل هي مواضيع أساسية وتحمل دلالات عميقة أكثر من مجرد سرديات.

الجدول رقم (36): يمثل مساهمة مواقع التواصل الإجتماعي في تشكيل الهوية الافتراضية لدى طلبة

الإعلام والاتصال

مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الهوية الافتراضية	التكرار	النسبة المئوية
نعم	72	72.72%
لا	27	27.28%
المجموع	99	100%

(المصدر: إعداد الطالبين)

يوضح الجدول أعلاه الذي يمثل مدى مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الهوية الافتراضية لدى طلبة الإعلام والاتصال، نلاحظ من خلال الإحصائيات الموجودة أن أغلب الباحثين أقروا بأن مواقع التواصل الاجتماعي تساهم بشكل كبير في تشكيل هويتهم الافتراضية بنسبة (72.72%)، في حين أن نسبة (27.2%) بيقرون بأنها لا تساهم بشكل كبير في تشكيل هويتهم الافتراضية.



## 2- النتائج العامة للدراسة:

حاولت هذه الدراسة تسليط الضوء على: " دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الهوية الافتراضية لدى طلبة الجامعيين" وتم إختيار طلبة الإعلام والاتصال بجامعة جيجل، وذلك لقرب الموضوع لتخصصهم وإدراكهم لمواقع التواصل الاجتماعي وتطبيقاته وذلك للكشف عن عادات وأنماط إستخدامهم لهم، وكذا لمعرفة مدى مساهمته في تشكيل الهوية الافتراضية.

خلصت دراستنا إلى النتائج التالية:

- تختلف وسائط مواقع التواصل الاجتماعي من مستخدم للآخر تبعا لمتغير(الجنس، السن، المستوى التعليمي)ومنه يتبين لنا أن هناك فروق إحصائية بين المستخدمين.
- كشفت نتائج الدراسة أن معظم أفراد العينة يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي في حياتهم اليومية دائما بنسبة 87.88 % وأن مدة إستخدامهم لها كانت أزيد من ثلاثة سنوات، و قدرت نسبتهم ب 79.79%.
- تشير النتائج إلى أن أغلبية المبحوثين يتصفحون مواقع التواصل الاجتماعي بفترات غير محددة بنسبة 45.46% ويفضل المبحوثين الجلوس بمفردهم أثناء التواصل بشبكات الاجتماعية و قدرت نسبتهم ب 71.03%.
- أوضحت الدراسة أن مكان إستخدام المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي يكون في البيت بنسبة 59.10% بإستخدام الهاتف الذكي التي قدرت ب 82.46%.
- أسفرت النتائج أن أفراد العينة يستخدمون صورة شخص مجهول بنسبة 51.51% ويفضلون التواصل مع الزملاء والأصدقاء كأكثر الأشخاص الذين يتفاعلون معهم عبر مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة 75.75%.
- أظهرت نتائج الدراسة أن موقع الفايسبوك يعد أكثر الوسائط الإعلام الجديد تصفحا من طرف الطلبة الجامعيين بنسبة 54.44%، يليه كلا من اليوتيوب و الأنستغرام وأخيرا تويتر.
- أوضحت الدراسة مساهمة شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الهوية الافتراضية لدى الطلبة الجامعيين بنسبة 72.72%.
- كشفت نتائج الدراسة أن مواقع التواصل الاجتماعي تساعد الطلبة على التعرف على عادات وتقاليد الكثير من مناطق الوطن 49.22%.
- بينت نتائج الدراسة أن أغلب المبحوثين حققت لهم مواقع التواصل إشباعا كان أبرزها زيادة الثقافة من الناحية الإسلامية لديهم بنسبة 91.91%.
- أظهرت نتائج الدراسة أن الهوية الافتراضية تمكنهم من التصرف بكل حرية بنسبة قدرت 21.97%.

- تمثل الهوية الافتراضية عند غالبية الأفراد نوعا ما إنعكاسا لهويتهم الحقيقية بنسبة 37.37%.
- تعد اللغة العربية الأكثر إستخداما لدى الأفراد المبحوثين بنسبة 42.35%، تليها العامية ب 22.36%، فيما تقدر نسبة الذين يستخدمون اللغة الفرنسية ب 15.88%، وأخيرا مزيج بين اللغات واللغة الإنجليزية بنسب متقاربة على التوالي: 11.76%، و 7.67%.
- يفضل معظم أفراد العينة متابعة مواضيع عامة غير محددة وذلك بنسبة 23.31%، في حين 19.28% يفضلون متابعة المواضيع الاجتماعية عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

### 3- مناقشة نتائج الدراسة في ضوء الفرضيات :

إن لكل بحث علمي مجموعة من الأهداف يسعى الباحث إلى تحقيقها من وراء النتائج المتوصل إليها ولقد كانت دراستنا المتعلقة بدور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الهوية الافتراضية لدى الطلبة الجامعيين على أساس ثلاث فرضيات تم طرحها، ولقد أوصلتنا عملية إثبات أو نفي الفروض من خلال إتباع مختلف أدوات الدراسة إلى النتائج التالية:

#### مناقشة النتائج على ضوء الفرضية الأولى:

- من خلال الفرضية الأولى والتي مفادها: يستخدم الطلبة الجامعيون مواقع التواصل الاجتماعي بشكل مكثف، وإستنادا إلى النتائج التي توصلنا إليها من خلال دراستنا الميدانية نجد:
- أن معظم المبحوثين يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي في حياتهم اليومية بشكل دائم بنسبة 87.88%.
- كما أن أغلب افراد العينة يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي منذ أزيد من ثلاث سنوات بنسبة 79.79%.
- وتشير النتائج أن أغلب العينة يفضلون تصفح مواقع التواصل الاجتماعي الفيس بوك بنسبة 54.44%.
- نلاحظ أن غالبية المبحوثين يفضلون فترات غير محددة لتصفح مواقع التواصل الاجتماعي الفاييسبوك بنسبة 45.46%.
- كما تشير النتائج أن أغلب المبحوثين يفضلون إستخدام مواقع التواصل الاجتماعي من بيوتهم بنسبه 59.10%.

-نلاحظ أن أغلبية المبحوثين يستخدمون الهاتف الذكي عند تصفح مواقع التواصل الإجتماعي بنسبة 82.46%.

- تكشف النتائج أن أغلب المبحوثين يفضلون تصفح مواقع التواصل الإجتماعي بمفردهم بنسبة 13.13% وتبين هذه النتائج تحقق الفرضية الأولى التي ترى إستخدام الطلبة الجامعيين مواقع التواصل الإجتماعي بشكل مكثف.

### مناقشة النتائج على ضوء الفرضية الثانية:

من خلال نتائج الفرضية الثانية التي مفادها: تشكل ظاهرة تخفي مستخدمي الفيسبوك من الطلبة الجامعيين خلق هوية إفتراضية مبررا للتعبير أما من لا يستطيعون التعبير عنه في الواقع، إستنادا الى النتائج التي توصلنا إليها من خلال دراستنا الميدانية نجد أن:

- تبين من النتائج أن غالبية الأفراد يفضلون التواصل بهوية إفتراضية بنسبة 84.84%.

-نلاحظ من خلال نتائج الدراسة أن إستخدام الهوية الإفتراضية أكثر جرأة وتحررا من الهوية الحقيقية بنسبة 76.77%.

-نلاحظ أن المبحوثين عبر الفيسبوك أحرار وقادرين على التعبير عن أفكارهم بحرية عكس التواصل في الواقع بنسبة 43.22%.

يمكننا القول بأن هذه الفرضية التي باتت ظاهرة تخفي مستخدمي الفيسبوك من الطلبة الجامعيين خلق هوية إفتراضية مبررا للتعبير كما لا يستطيعون التعبير عنه في الواقع قد تحققت إلى حد ما بدليل أن أغلبية الأسئلة المرتبطة بهذه الفرضية أثبتت ذلك.

### مناقشة النتائج على ضوء الفرضية الثالثة

من خلال الفرضية الثالثة التي مفادها: تساهم مواقع التواصل الإجتماعي في تشكيل الهوية الإفتراضية لدى طلبة الإعلام والاتصال، إستنادا إلى النتائج التي توصلنا إليها من خلال دراستنا الميدانية نجد أن:

-النتائج الموضحة تبين أن معظم أفراد العينة يرون أن مواقع التواصل الإجتماعي تساهم في دعم الثقافة الدينية حتى ولو بهوية إفتراضية بنسبة 91.91%.

-كذلك نلاحظ من النتائج أن الطلبة يعتبرون أن مواقع التواصل الإجتماعي تساعد في زيادة رصيد معرفتهم التاريخية والثقافية للوطن بنسبة 66.67%.

-النتائج تبين أن مواقع التواصل الإجتماعي بشكل عام والفايسبوك بشكل خاص يساهم بشكل كبير في تشكيل الهوية الإفتراضية بنسبة 72.72%.

وعليه من خلال هذه النتائج يمكن إعتبار الفرضية الثالثة القائلة "تساهم مواقع التواصل الإجتماعي في تشكيل الهوية الإفتراضية لدى طلبة الإعلام والاتصال " فقد تحققت أيضا.

● من خلال كل التحليلات والنتائج المتوصل إليها في الدراسة نستنتج أن كل من الفرضية الأولى والثانية والثالثة قد تحققت وبالتالي ثبت صحتها وذلك من خلال ما توصلنا إليه من مدى إستخدام الطلبة لمواقع التواصل الإجتماعي، بالإضافة كذلك إلى قدرة مواقع التواصل الإجتماعي في تشكيل الهوية الإفتراضية من خلال العلاقة بين الطلبة ومواقع التواصل الإجتماعي حيث تقوم هذه الأخيرة بالتأثير على الطلبة في إختيار المضامين والإهتمام بها لدى الذكور والإناث.

#### 4- مناقشة نتائج الدراسة في ضوء نظرية الإستخدامات و الإشباعات:

إعتمدنا في دراستنا المعنونة: "دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الهوية الإفتراضية لدى الطلبة الجامعيين"، على نظرية الإستخدامات والإشباعات، حيث سنعرض في هذا العنصر نتائج الدراسة بناء على أهم مسلمات النظرية:

**عرض المسلمة 01: أن جمهور وسائل الإعلام قادر على تحديد أهدافه وإهتماماته، فالجمهور هو من يحدد المضمون الذي يلبي حاجاته لأنه فعال في عملية الإتصال الجماهيري.**

للتأكد من صحة المسلمة نعرض مجموعة من النتائج الخاصة بنتائج الإستمارة:

- يتضح من خلال الجدول رقم (08) أن غالبية أفراد العينة يستعملون مختلف مواقع التواصل الاجتماعي و على رأسها الفايسبوك بسبب شعبيته الواسعة ومتابعة مختلف المواضيع بنسبة 54.44%.
- يتضح من خلال الجدول رقم (09) أن مجمل الطلبة يفضلون تصفح مواقع التواصل الاجتماعي في فترات غير محددة لمتابعة المواضيع والأخبار التي تهمهم 45.46%.
- يتضح من خلال الجدول رقم (28) أن معظم الطلبة يفضلون إستخدام هوية افتراضية في التواصل عبر منصات مواقع التواصل الاجتماعي و التعبير عن آرائهم بكل حرية و إستقلالية نسبة 84.84%.
- يتضح من خلال الجدول رقم (11) أن غالبية أفراد العينة يفضلون تصفح مواقع التواصل الاجتماعي بمفردهم وهذا راجع إلى اهتماماتهم الخاصة وخصوصيتهم في إختيار المواضيع التي يريدون الإطلاع عليها بنسبة 71.03%

نستنتج أن المسلمة تحققت، حيث أن جل الطلبة الجامعيين قادرين على تحديد أهدافهم واهتماماتهم والتعبير عنها بكل حرية عبر هذه المواقع من خلال نوع الوسيلة التي يتصفحونها والمعلومات التي يريدون الإطلاع عليها.

عرض المسلمة رقم 02: الرغبة عن إشباع حاجة معينة وإختيار وسيلة إعلام محددة يرجع إلى الجمهور نفسه و تحدهه الفروق الفردية.

للتأكد من صحة المسلمة نعرض مجموعة من النتائج الخاصة بنتائج الإستمارة:

- يتضح من خلال الجدول رقم (17) أن معظم الطلبة يستخدمون اللغة العربية في تصفح مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة 42.35%.
- يتضح من خلال الجدول رقم (19) أن أكثر الإشباعات المحققة لأفراد العينة هي التعرف على عادات وتقاليد الكثير من مناطق الوطن عبر ما تقدمه مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة 49.22%.
- يتضح من خلال الجدول رقم (36) أن معظم الطلبة من الطورين يرون أن الفايسبوك أكثر مواقع التواصل الاجتماعي تشكيلا للهوية الافتراضية بنسبة 72.72%.

نستنتج أن المسلمة تحققت حيث أن الطلبة يستعملون مواقع التواصل الاجتماعي للإشباع حاجاتهم و يختلفون في نظرتهم إلى أكثر المواقع تشكيلا للهوية الافتراضية حسب مستواهم التعليمي هذا ما حقق عامل الفروق الفردية.

عرض المسلمة رقم 03: الجمهور هو الذي يختار الرسائل والمضمون الذي يشبع حاجاته فالأفراد هم الذين يستخدمون الوسائل وليس الوسائل هي التي تستخدمهم.

للتأكيد على صحة المسلمة نعرض مجموعة من النتائج الخاصة بنتائج الإستمارة:

- يتضح من خلال الجدول رقم(12): أن غالبية الطلبة يفضلون المكوث في بيوتهم وتصفح مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة 59.10%.
- يتضح من خلال الجدول رقم(32): أن أغلب المبحوثين يرون بأن مواقع التواصل الاجتماعي ساهمت في دعم ثقافتهم الدينية حتى ولو بهوية إفتراضية بنسبة 91.91%.
- يتضح من خلال الجدول رقم(28): أن معظم الطلبة يفضلون الهوية الإفتراضية على الهوية الحقيقية لخصائصها الكثيرة بنسبة 84.84%.
- يتضح من خلال الجدول رقم(13): أن غالبية أفراد العينة يستعملون مختلف الوسائل وعلى رأسها الهاتف الذكي بسبب سهولة إستخدامه بنسبة 82.46%.

نستنتج من المسلمة أن السابقة أنها تحققت، من حيث أن الطلبة هم من يتحكمون في وقت تصفحهم لوسائل الإعلام الجديد، فهم يختارون الوسائل والمضامين التي تشبع

##### 5- إقتراحات الدراسة:

- ✓ في ضوء نتائج الدراسة نطرح مجموعة من التوصيات التي قد تساهم في تفعيل دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الهوية الإفتراضية لدى الطلبة الجامعيين والإهتمام بدراسات أكثر عمقا في مواضيع خاصة بشأن الهوية الإفتراضية ومنها:
- ✓ من نتائج الدراسة نلاحظ أن هناك إقبال متزايد على مواقع التواصل الاجتماعي أغلبها " الفايسبوك" لهذا لا بد من محاولة التعرف على دوافع إستخدام هذا الأخير لزيادة قدرة الباحثين على التوجيه الصحيح لهذه الفئة من الطلبة وتوعيتهم بمخاطرها وكيفية التمييز بين المعلومات الصحيحة والخاطئة.
- ✓ ضرورة العمل على إعداد دراسات مشابهة تهتم بالبحث حول مسألة الهوية الإفتراضية وعلاقتها بالهوية الحقيقية وعمما إذا كان هناك من تأثير على الأخرى داخل الفايسبوك.
- ✓ ضرورة الإهتمام بشبكات التواصل الاجتماعي، والعمل على إنشاء صفحات رسمية يتم إعتقادها كمصدر رسمي.

- ✓ فتح مجال أكبر للباحثين والدارسين لإنجاز دراسات وأبحاث مختلفة ومتعمقة أكثر لتوضيح دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الهوية الافتراضية.
- ✓ العمل على تفعيل المنابر العلمية والفكرية وعقد الملتقيات العملية التي تختص بالبحث في مسألة الهوية الافتراضية والهوية الحقيقية من خلال إستخدام الفايسبوك كواحدة من أهم منصات شبكات التواصل الاجتماعي ومحاوله تعزيز المكتبة الجزائرية حول هذا الموضوع.
- ✓ زيادة الدراسات في مجال شبكات التواصل الاجتماعي وتأثيراتها المختلفة على الشباب والمجتمع بصفة عامة والطلبة الجامعيين بصفة خاصة للتعرف على انعكاساتها خاصة السلبية منها لتفاديها.
- ✓ أثبتت المواقع الاجتماعية وبجدارة وجودها ضمن الوسائل الإعلامية المؤثرة في الفرد والمجتمع بطريقة قوية قلبت فيها موازين القوى وإستقطبت أكبر عدد ممكن من الجمهور المتنوع بشرائحه المختلفة ما يجعلنا نتوه بضرورة إستغلالها بطريقة جيدة في الأمور المفيدة.

خاتمة



## خاتمة:

أقضى التقدم الهائل في تكنولوجيا الإتصال إلى الحديث عن وسائل إتصال جديدة منها مواقع التواصل الإجتماعي خاصة "الفايسبوك" ساهم في ظهور الكثير من المفاهيم الرامية إلى فهم ودراسة هذه الظاهرة وتحليلها ذلك لما تحدثه من تغيرات على نمط العلاقات الإجتماعية بين الأفراد داخل المجتمع، فقد فتح هذا الفضاء نمطا جديدا ومعطيات مستحدثة في الحياة الإجتماعية جعلت الشباب بصفة عامه والطلبة بصفة خاصة يندمجون ضمن هذا الموقع ويتعرفون على سماته وخصائصه ويتبنون من خلاله هويات إفتراضية يعيشون بها ويتمتعون بالإنتماء الآلي وهذا ما يساعدهم في إنشاء علاقات إجتماعية إفتراضية والتي شكلت بديلا متميزا عن العلاقات الواقعية بكل أبعادها.

وفي هذه الدراسة حاولنا التعرف على دور مواقع التواصل الإجتماعي في تشكيل الهوية الإفتراضية لدى الطلبة الجامعيين بإعتبارها الفئة الأكثر تعرضا لهذه المواقع حسب العديد من الدراسات والبحوث ويمكننا القول أن مواقع التواصل الإجتماعي سلاح ذو حدين فهي إيجابية وسلبية، فقد أحدثت نقلة نوعية في أساليب حياتنا وطرق تفكيرنا وتواصلنا الإجتماعي وهو ما أثر في تماثلنا لدواتنا وهويتنا، فواقع مجتمعاتنا المعاصرة المشتتة بين الإفتراضي والواقعي، وبين ثنائية الشبكات والهوية ينبئ بانفصام الوعي الذاتي عن قيم المجتمع في خضم التطورات التقنية الأخيرة في عصرنا الحاضر من وسائل المجتمع الإفتراضي أصبح بالإمكان التواصل بكل يسر وسهولة في نفس المجتمع أو في المجتمعات المختلفة حتى وإن بعدت المسافة، مع هذا تبقى هناك العديد من السلبيات الناتجة عن هذا المجتمع الإفتراضي فالأسرة اليوم لم تعد تتلقى وتجلس مع بعضها البعض كما كانت في السابق وهو ما يفسر ضعف في العلاقات الأسرية في المجتمع الإفتراضي قرب البعيد وبعد القريب.

إن مستخدمي الهوية الإفتراضية إستطاعوا أن يجدوا لهم حيزا رقميا إفتراضيا لبناء معالم الشخصية الإفتراضية التي يطمح كل واحد أن يكون عليها بيانات قد تتقاطع مع بيانات الهوية الحقيقية، إذ مكنت الفرد من الوصول إلى بعض ما يطمح إليه في شقه الإيجابي على غرار الجانب الآخر فقد جعلت طبيعة العلاقات الإجتماعية أكثر ضيقا بدءا من التفاعل الأسري، فهي منحت جانبا آخر لبناء علاقات إفتراضية قد تتطور لتصبح حقيقية و قد تبقى حبيسة هذا الفضاء الرقمي.

# قائمة المراجع

قائمة المصادر والمراجع:

أولاً- القواميس والمعاجم

- 1- غيث، محمد عاطف. (1995). قاموس علم الاجتماع. ط1. مصر: دار المعرفة الجامعية.
- 2- صالح، علي عبد الرحيم. (2014). المعجم العربي وتحديد المصطلحات النفسية. عمان: دار الحامد.

ثانياً- الكتب

- 1- البياتي، ياس خيضر. (2014). الإعلام الجديد: الدولة الافتراضية الجديدة. ط1. عمان: دار البداية ناشرون وموزعون.
- 2- جرار أحمد، ليلي. (2012). الفيسبوك والشباب العربي. (د.ط.). مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع.
- 3- الجبوري، حسين محمد جواد. (2013). منهجية البحث العلمي مدخل لبناء المهارات البحثية. ط1. الأردن: دار الصفاء للنشر والتوزيع.
- 4- الجنابي، محمد الأمين أحمد عبدالمرزوق. (2015). مواقع التواصل الاجتماعي والحراك الشعبي. ألمانيا: المركز الديمقراطي العربي.
- 5- حسنين، حسن حنفي. (2012). الهوية. ط1. القاهرة: المجلس الأعلى للثقافة.
- 6- الحمداني، موقف وآخرون. (2006). مناهج البحث العلمي أساسيات البحث العلمي. ط1. عمان: دار الوراق للنشر والتوزيع.
- 7- الدليمي، عثمان محمد. (2020). مواقع التواصل الاجتماعي نظرة عن قرب. ط1. عمان: دار غيداء للنشر والتوزيع.
- 8- الديب، إبراهيم. بناء مفهوم الهوية وأدوارها الوظيفية في صناعة هوية الدولة الحديثة. (د.ط.). هويتي تخطيط وبناء القيم والهوية.

- 9- الديري، عبد العال.(2013).المجتمعات الافتراضية التعريف، التطور... الغايات. (د.ط.). المركز العربي للأبحاث الفضاء الإلكتروني.
- 10- الديهي محمد، محي الدين إسماعيل.(2015).تأثير شبكات التواصل الاجتماعي الإعلامية على جمهور المتلقين.ط1.مصر: الناشر مكتبة الوفاء القانونية.
- 11- الرحباني، عيبر شفيق.(2015). الإستعمار الإلكتروني والإعلام. عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع.
- 12- رحومة، علي محمد.(2005).الأنترنت المنظومة تكنو إجتماعية.ط1.بيروت: مركز دراسات الوحدة العربية.
- 13- رشوان، حسن عبد الحميد.(2003). في مناهج العلوم. (د.ط.). مؤسسة شباب الجامعة للنشر والتوزيع.
- 14- رفعت، محمد مصطفى.(2018). الرأي العام في الواقع الافتراضي وقوة التعبئة الافتراضية . ط1. القاهرة: العربي للنشر والتوزيع.
- 15- السرحاني، بن فهد. توظيف شبكات التواصل الاجتماعي في مكافحة الإرهاب ( شبكات التواصل الاجتماعي). (د.ط.). الرياض: كلية التدريب للنشر والتوزيع.
- 16- السعدي جاسم ، مؤيد نصيف.(2016). الوظيفة الإتصالية لموقع التواصل الاجتماعي دراسة في موقع الفايسبوك. الجزائر: الناشر ألفا للوثائق.
- 17- سلسلة الإستشارات مركز المحتسب 32.(1438).دور مواقع التواصل الاجتماعي في الإحتسابتويتر نموذجاً.ط1. الرياض: مركز محتسب الإستشارات.
- 18- السوداني، حسن المنصور، محمد.(2016). شبكات التواصل الاجتماعي وتأثيرها على جمهور المتلقين.ط1. عمان: مركز الكتاب الأكاديمي.
- 19- سيد ريان، محمد.(2012).الإعلام الجديد. ط1.القاهرة: مركز الأهرام للنشر والترجمة والتوزيع.
- 20- شفيق، محمد.(2008).البحث العلمي الأسس الأعداد.(د.ط.). دار المكتب الجامعي الحديث.

- 21- شقرة، علي خليل .(2014). الإعلام الجديد شبكات التواصل الإجتماعي. ط1.الأردن: دار أسامة للنشر والتوزيع.
- 22- الشمالية، ماهر عودة. اللحام، محمود عزت. كافي، مصطفى يوسف.(2015). الإعلام الرقمي الجديد. ط1.عمان: دار الإعصار العلمي للنشر والتوزيع.
- 23- شمسي باشا، حسان.شمسي باشا، ماجد حسان.(2020). وسائل التواصل الإجتماعي رحلة في الأعماق. ط1.بيروت: حروف للنشر والتوزيع.
- 24- صبطي، عبيدة.( 2018). الإعلام الجديد والمجتمع.(د.ط.). مصر: المركز العربي للنشر والتوزيع.
- 25- العايدي، محمد عوض.(2005).إعداد وكتابة البحوث والرسائل الإجتماعية مع دراسة عن مناهج البحث. ط1.مصر: مركز الكتاب للنشر.
- 26- العباد، أيمن بن ناصر بن حمد. المسؤولية الجنائية لمستخدمي شبكات التواصل الإجتماعي دراسة مقارنة.
- 27- عبد الغفار، فيصل محمد.(2015). شبكات التواصل الإجتماعي. ط1.الجنادرية للنشر والتوزيع.
- 28- عبد العال، محمد، وآخرون.(2014). طرق و مناهج البحث العلمي. ط2.الأردن:مؤسسة الوراق للنشر و التوزيع.
- 29- عبيدات، محمد. وآخرون.( 1998). البحث العلمي مفهومه وأدواته وأساليبه.(د.ط.).الأردن: دار الفكر للطباعة والنشر والتوزيع.
- 30- العبيدي، فراس حمود. المشهداني، سعد سلمان.(2020).مواقع التواصل الإجتماعي خصائص البيئة الإجتماعية الجديدة. ط1.عمان: دار أمجد للنشر والتوزيع.
- 31- العساف، أحمد. عارف الوادي، محمود. (2011). ط1.عمان: دار صفاء للنشر والتوزيع.
- 32- عصام صلاح، مروى.(2015). الإعلام الإلكتروني الأسس وآفاق المستقبل. ط1.الأردن: دار الإعصار العلمي للنشر والتوزيع.

- 33- علي، عبد الفتاح علي.(2014). نظريات الإتصال والإعلام الحديثة.(د.ط.). عمان: دار الأيام للنشر والتوزيع.
- 34- فاضل راضي، وسام والتميمي، مهند حميد.(2017).الإعلام الجديد تحولات اتصالية ورؤى معاصرة.د.ب.دار الكتاب الجامعي.
- 35- فضل الله، وائل مبارك خضر.(2010). أثر الفيس بوك على المجتمع. السودان: مدونة شمس النهضة.
- 36- قمحية، حسان أحمد.(2017).الفيسبوك تحت المجهر. مصر: النخبة للنشر والتوزيع.
- 37- قنديلجي، عامر إبراهيم.(2014). الإعلام والمعلومة والأنترنز.(د.ط.).الإمارات: اليازوري للنشر والتوزيع.
- 38- قنديلجي، عامر إبراهيم.(2015). الإعلام الإلكتروني.ط1. عمان: دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة.
- 39- كافي، مصطفى يوسف.(2015). الرأي العام ونظريات الإتصال.ط1.عمان:دار حامد للنشر والتوزيع.
- 40- كافي، مصطفى يوسف.(2016).الإعلام التفاعلي. ط1.عمان: دار ومكتبة الحامد للنشر والتوزيع.
- 41- كنعان، عبد الفتاح.(2014). المجتمع المدني للإعلام.(د.ط.). عمان: دار الأيام للنشر والتوزيع.
- 42- كوزان، بيتر. تر: د. رضوان، سامر جميل.(2010). البحث عن الهوية الافتراضية و تشتتها في حياة إيريك إيريكسون وأعماله. ط1. الإمارات: دار الكتاب الجامعي.
- 43- مركز الحرب الناعمة للدراسات.(2016).شبكات التواصل الإجتماعي منصات الحرب الأمريكية الناعمة.ط1. لبنان: مكتبة مؤمن قريش.
- 44- مشاقبة، بسام عبد الرحمان.(2014).نظريات الإعلام.(د.ط.).الأردن: دار أسامة للنشر والتوزيع.
- 45- المقفادي، خالد غسان يوسف.(2013). ثورة الشبكات الإجتماعية. ط1.الأردن: دار النفائس للنشر والتوزيع.
- 46- ميكشلي، اليكس.تر: د.وظفة، علي.(1993). الهوية.ط1. دمشق: دار الوسيم للخدمات الطباعية.

476- هانون، كيليم. تر: العوض، خالد بن عبد الرحمن. (2009). الهوية الإجتماعية ( معرفة الذات وقيادة الآخرين ) . ط1. الرياض: العيكان للنشر والتوزيع

48- هلال، عمر عبد العزيز. وسائل التواصل الإجتماعي وأحكامها في الفقه الإسلامي ( الفاييسبوك، واتس أب، تويتر، سكايب، فايبر ). (د.ط). بيروت: دار الكتب العلمية.

49- هيثمي، حسين محمود. (2015). العلاقات العامة وشبكات التواصل الإجتماعي. ط1. الأردن: دار أسامة للنشر والتوزيع.

### ثالثا- الرسائل الجامعية

1- كسيرة، اسمهان. (2018). الشباب الجزائري والهوية الافتراضية. أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه ( ل.م.د. ) في علوم الإعلام والاتصال. كلية العلوم الإجتماعية. جامعة عبد الحميد بن باديس. مستغانم.

2- الأشهب، عبد السلام. (2017). مواقع التواصل الإجتماعي " الفيس بوك " نموذجاً وعلاقتها بالتنشئة الإجتماعية. مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علم الإجتماع. كلية العلوم الإجتماعية والإنسانية. جامعة حمد لخضر. الوادي.

3- بشر، ريم. مرواني، طاهر عبد الصمد. (2020). الهوية الافتراضية في مواقع التواصل الإجتماعي لدى الطلبة الجامعيين. مذكرة مقدمة استكمالاً لمتطلبات نيل شهادة الماستر. كلية الآداب والعلوم الإنسانية والإجتماعية. جامعة باجي مختار. عنابة.

4- بلوطي، ریحانة. (2015). دوافع استخدام الهوية الافتراضية في الشبكات الإجتماعية وأثرها على الفرد. مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال. كلية العلوم الإنسانية والإجتماعية. جامعة الحاج لخضر. باتنة.

5- بن بلعباس، بدر الدين. (2019). إستخدامات الفاييس بوك والهوية الافتراضية لدى الطلبة الجامعيين. أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه العلوم في علم إجتماع التربية. كلية العلوم الإنسانية والإجتماعية. جامعة محمد خيضر. بسكرة.

- 6- بودريالة، عبد القادر.(2017).مواقع التواصل الإجتماعي وأثرها على الشباب الجزائري. أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه في علوم الإعلام والاتصال. كلية علوم الإعلام والاتصال. جامعة الجزائر 3 الجزائر.
- 7- بوطرفاية، بلقاسم. ميلودية، عزوز.(2016).استخدام الفيس بوك وأثره على التفاعل الأسري لدى الشباب الجامعي. مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال. كلية العلوم الإنسانية والإجتماعية. جامعة عمار ثليجي. الأغواط.
- 8- حجريط، نضيرة. بوكيحل أمينة.(2019).دور شبكات التواصل الإجتماعي في تكوين الثقافة السياسية لدى الشباب الجزائري. مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال. كلية العلوم الإنسانية والإجتماعية. جيجل.
- 9- حمداني، حورية. حمداني، نسرین.(2018). تأثير مواقع التواصل الإجتماعي في تشكيل الهوية الافتراضية. مذكرة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال. كلية العلوم الإجتماعية. جامعة عبد الحميد بن باديس. مستغانم.
- 10- حنين شين، إيمان.(2015). لغة التواصل في مواقع التواصل الإجتماعي وأثرها في الجذب السياحي - الفايسبوك نموذجًا-. مذكرة لنيل شهادة الماستر في الآداب واللغة العربية. كلية الآداب واللغات . جامعة محمد خيضر. بسكرة.
- 11- خثير، فاطنة.(2018).الهوية الرقمية وأثرها على العلاقات الإجتماعية- الشبكات الإجتماعية نموذجًا. مذكرة تخرج شهادة ماستر في علوم الإعلام والاتصال. كلية العلوم الإجتماعية والإنسانية. جامعة الدكتور مولاي الطاهر سعيدة.
- 12- شرقي، مريم. يجياوي، لامية.(2018). الهوية الافتراضية عند مستخدمي الفايسبوك. مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال. كلية العلوم الإنسانية والإجتماعية. جامعة محمد بوضياف. المسيلة.
- 13- عباس، فريدة الصغير. التفاعل الافتراضي نحو مقارنة المفهوم في ظل المجتمعات الافتراضية . مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر. كلية الإعلام والاتصال. جامعة الجزائر3. الجزائر.



- 14- العساسي آمال. (2015). إثنوغرافيا مستخدمي الفايسبوك في المجتمع الجزائري. مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال. كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية. جامعة باتنة1. باتنة.
- 15- قتلوني، مصعب حسام الدين لطفي. (2012). دور مواقع التواصل الاجتماعي "الفايسبوك" في عملية التغيير السياسي " مصر نموذجاً." أطروحة ماجستير في التخطيط والتنمية السياسية. كلية الدراسات العليا. جامعة النجاح الوطنية. فلسطين.
- 16- مرزوق، أسماء. (2015). هوية الشباب الجزائري عبر الفايسبوك. مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال. كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية. جامعة العربي بن مهيدي. أم البواقي.

#### رابعاً- المجالات

- 1- عبدلي، وليد. برشي، بشرى. (2019). أثر الإعلانات الإلكترونية عبر موقع الفايسبوك في قيم الطلبة الجامعيين الجزائريين. مجلة الحكمة للدراسات الإعلامية والاتصالية الصادرة عن جامعة الحاج لخضر باتنة1. المجلد7(1).
- 2- الأزهر، العقبي. بركات، نوال. (2016). نمط العلاقات الاجتماعية في ظل استخدام مواقع التواصل الاجتماعي بين الحقيقي والإفتراضي. مجلة علوم الإنسان والمجتمع الصادرة عن جامعة بسكرة. الجزائر. ع19.
- 3- بايوسف، مسعود. (2011). الهوية الافتراضية مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية الصادرة عن جامعة ورقلة. ع1.
- 4- بوغفان، رانيا. بن السبتي عبد المالك. (2021). دور الفايسبوك في تقديم خدمات المعلومات عن المكتبات. مجلة الباحث في العلوم الإنسانية والاجتماعية الصادرة عن جامعة عبد الحميد مهري قسنطينة.
- 5- بيمون، كلثوم. (2016). السياقات الثقافية الموجهة للهوية الرقمية في ضوء تحديات المجتمع الشبكي من الافتراضي إلى الممارسات الواقعية. مجلة الإضافات. العددان 24، 33.
- 6- الحير، حامد سعيد وآخرون. واقع دور شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي الثقافي لدى الطالبات. مجلة كلية التربية الأساسية الصادرة عن جامعة الأزهر. ع 176. ج2.

7- راضي، زاهر.(2003). استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في العالم العربي. مجلة التربية الصادرة عن جامعة عمان الأهلية. ع15.

8- رجم، جنات.(2019). الهوية الافتراضية لدى المراهقين. مجلة الآداب والعلوم الاجتماعية الصادرة عن جامعة محمد لمين دباغين سطيف2. المجلد 16(3).

9- سحر محمد، علي محمد.(2020). الدور التربوي للصدقات في المجتمعات الافتراضية. المجلة العلمية الصادرة عن جامعة أسيوط. 36(2).

10- القرني، عبد الله.(2016). التفاعل الاجتماعي في المجتمعات الافتراضية. مجلة القراء و المعرفة الصادرة عن جامعة الملك عبد العزيز 179.

#### خامسا: المواقع الإلكترونية

1- محمد كشيخ خشان الموسوي، مفهوم الدور ( لغة واصطلاحاً) (ROLE)، almerja، متاح على الرابط:

<https://almerja.com/reading.php?idm=145126>

2- سهيلة، إيجابيات وسلبيات مواقع التواصل الاجتماعي، Arabist group، متاح على الرابط:

<http://www.google.com/amp/s/arabistgroup.com/>

# قائمة الملاحق

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي  
جامعة محمد الصديق بن يحيى - جيجل -  
كلية العلوم الإنسانية والإجتماعية  
قسم علوم الإعلام والاتصال

إستمارة إستبيان بحث حول:

دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الهوية الافتراضية لدى الطلبة الجامعيين

دراسة ميدانية على عينة من طلبة الإعلام والاتصال جامعة محمد الصديق بن يحيى - جيجل -

مذكرة مكملة لمتطلبات نيل شهادة ماستر في علوم الإعلام والاتصال  
تخصص: صحافة مكتوبة وإلكترونية

إشراف الأستاذة

آسية العجروود

من إعداد الطالبتين:

- رندة دراجي
- منال غبغوب

ملاحظة:

إن معلومات هذه الاستمارة سرية ولا تستخدم إلا لأغراض البحث العلمي.

الرجاء وضع علامة (X) في الخانة المناسبة وإكمال الفراغ

السنة الجامعية: 2021/2020

## المحور الأول: البيانات الشخصية

- 1-الجنس: ذكر  أنثى
- 2-السن: من 18 الى 21 سنة  من 22 الى 25 سنة  من 26 إلى 30 سنة
- 3-المستوى التعليمي: ليسانس  ماجستير  دكتوراه
- 4-الحالة الاجتماعية: أعزب(ة)  متزوج(ة)  مطلق(ة)
- 5-الموقع السكني: حضري  شبه حضري  ريفي

## المحور الثاني: عادات وأنماط استخدام مواقع التواصل الاجتماعي الفايسبوك

- 6- هل تستخدم مواقع التواصل الاجتماعي في حياتك اليومية؟  
دائما  أحيانا  نادرا
- 7- منذ متى وأنت تستخدم مواقع التواصل الاجتماعي الفايسبوك؟  
أقل من سنة  من سنة الى 3 سنوات  أزيد من 3 سنوات
- 8- ماهي أهم مواقع التواصل الاجتماعي التي تتردد عليها؟  
الفايسبوك  تويتر  إنستغرام  يوتيوب
- أخرى تذكر: .....
- 9- ماهو الوقت المفضل لديك لتصفح مواقع التواصل الاجتماعي الفايسبوك؟  
صباحا  مساء  ليلا  غير محدد
- 10- ماهي الميزات التي دفعتك لإستخدام هذه المواقع دون غيرها؟  
 غنية بالمعلومات والأخبار   
 مصدر يمكن الإعتماد عليه في الحصول على المعلومات في كل الأوقات   
 تتميز بالمشاركة والتفاعل مع الأخبار والأحداث الجارية

11- مع من تفضل الجلوس أثناء تصفحك لمواقع التواصل الإجتماعي الفايسبوك؟

الأصدقاء  الإخوة  الوالدين  بمفردك

12- ماهو المكان المفضل الذي تستخدم فيه شبكات التواصل الإجتماعي الفايسبوك؟ (يمكن اختيار أكثر من

إجابة)

البيت  الجامعة  مقهى الأنترنت  الأماكن العمومية

أخرى تذكر: .....

13- ماهي الوسيلة التي تتصفح بها مواقع التواصل الإجتماعي الفايسبوك؟

الحاسب المحمول  الهاتف الذكي  لوحة الكترونية  جهاز الحاسب المكتبي

14- مع من تتواصل عادة عبر هذه المواقع؟

الزملاء و الأصدقاء  الأسرة  أشخاص لا تعرفهم

15- ماهي طبيعة المواضيع التي تتابعها عبر مواقع التواصل الإجتماعي الفايسبوك؟

ثقافية  سياسية  اجتماعية  دينية  اقتصادية  علمية   
رياضية  عامة غير محددة

### المحور الثالث: دوافع استخدام الطلبة الجامعيين للهوية الافتراضية

16- لماذا تستخدم مواقع التواصل الاجتماعي؟ (يمكن اختيار أكثر من إجابة)

الترفيه والتسلية  التعرف على أشخاص جدد  التواصل مع الأصدقاء والأهل

مواكبة الأحداث الجارية  التثقيف  الهروب من الواقع

التخلص من الفراغ العاطفي والاجتماعي

17- ماهي اللغة التي تتصفح بها عبر مواقع التواصل الإجتماعي؟

العربية  الفرنسية  الإنجليزية  العامية  مزيج بين اللغات  الأمازيغية

أخرى تذكر: .....

18- هل معلوماتك على الفايسبوك:

حقيقية  غير حقيقية  مزيج بين حقيقي وغير حقيقي

19- من خلال تفاعلك عبر الفايسبوك هل أصبحت لديك؟

- ✓ معلومات كافية عن التاريخ المحلي للجزائر
- ✓ تعرفت على عادات وتقاليد الكثير من المناطق من الوطن
- ✓ جعلك أكثر تمسكا بالبلد وتراثك
- ✓ زادت رغبتك بالهجرة إلى الخارج

20- هل الهوية الافتراضية التي تظهر بها على الفايسبوك تعكس هويتك الحقيقية؟

✓ نعم  لا  نوعا ما

21- هل اخترت هويتك الافتراضية على الفايسبوك بمواصفات تكمل ما ينقص في هويتك الحقيقية؟

✓ نعم  لا  نوعا ما

22- هل الصورة التي تضعها في صفحتك الشخصية؟

- صورة حقيقية  صورة شخص مجهول  صورة شخصية مشهورة
- صورة تعكس الهوية الجزائرية  بدون صورة

23- هل تصرح ببلدك في هويتك الافتراضية؟

يصرح  لا يصرح

24- إذا كانت الإجابة بـ "نعم"، هل يعود ذلك إلى :

- حبك لوطنك  - اعتزازك بتاريخه  - التمسك بالعادات والتقاليد

25- هل المضامين المنشورة عبر الفايسبوك زادت من:

- ✓ تعزيز انتمائك الإسلامي والوطني
- ✓ ثقافتك من الناحية الإسلامية
- ✓ افتخارك بالهوية الإسلامية العربية والأمازيغية

26- هل تراعي الحفاظ على هويتك الدينية في شخصيتك الافتراضية؟

نعم  لا

27- إذا كانت الإجابة بـ"نعم"، هل يعود ذلك إلى:

- تمسكك الكبير بالدين  - إيمانك الكبير  - اعتزازك بدينك

28- هل تفضل التواصل في الفايسبوك باستخدام هويتك الافتراضية أم باستخدام هوية حقيقية؟

نعم  لا

29- إذا كانت هويتك افتراضية، هل سبب إخفائك لهويتك الحقيقية يعود إلى:

- التصرف بكل حرية
- تجنب مضايقات الآخرين
- الخوف من القرصنة واختراق الحساب
- التواصل مع أشخاص دون أن يتعرفوا عليك
- الحفاظ على خصوصيتك

#### المحور الرابع: مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الهوية الافتراضية لدى طلبة الإعلام والاتصال

30- هل استخدامك للهوية الافتراضية عبر الفايسبوك أكثر جرأة وتحرراً عن هويتك الحقيقية؟

نعم  لا

31- عند استخدامك للهوية الافتراضية عبر الفايسبوك، هل تجد نفسك:

- ✓ حر وقادر على التعبير عن أفكارك بحرية عكس التواصل في الواقع
- ✓ قادر على تكوين صداقات لا تستطيع أن تكونها في الواقع
- ✓ قادر على خداع من تتواصل معهم خاصة إن كنت تستخدم إسمًا مستعارًا
- ✓ لا تشعر بالطمأنينة مع مختلف الأصدقاء لأنك لا تعرف هويتهم الحقيقية
- ✓ أنك حر من قيود المجتمع

32- هل ساهمت مواقع التواصل الاجتماعي في دعم ثقافتك الدينية حتى ولو بهوية افتراضية؟



نعم  لا

33- إذا كانت الإجابة بـ: "نعم" ، هل في:

كسب قيم جديدة  زيادة إيمانك نتيجة ما تنشره

34- هل استخدامك لموقع الفاييسبوك يهدد قيم هويتك الحقيقية؟

نعم  لا

35- هل ساعدت مواقع التواصل الاجتماعي في زيادة رصيد معرفتك التاريخية والثقافية لوطنك؟

نعم  لا

37- هل ترى بأن مواقع التواصل الاجتماعي بشكل عام والفايسبوك بشكل خاص ساهم بشكل كبير في

تشكيل هويتك الافتراضية؟

نعم  لا

الملحق رقم (02):

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية  
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي



جامعة محمد السادس بن عباس - جيجل  
كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية  
تربية عمادة العلاقة بالدراسات  
والمسائل المرتبطة بالطلبة  
مصلحة الإحصائيات والإعلام والتوثيق

2021-06-28

تعداد الطلبة المسجلين بكلية العلوم الإنسانية و الاجتماعية السنة الجامعية 2020/2021

المسجل	إناث	ذكور	الدرجة	التخصص	القسم	
626	544	82	الأولى	قسم التعليم الأساسي للعلوم الاجتماعية		
283	246	37	الثانية	علم الاجتماع	قسم علم الاجتماع	
246	220	26	الثالثة	علم اجتماع الاتصال		
70	51	19	الأولى			
47	37	10	الثانية	علم اجتماع التربية		
98	85	13	الأولى			
53	50	03	الثانية	علم اجتماع التنظيم والعمل		
104	83	21	الأولى			
71	62	09	الثانية	علوم التربية		
243	240	03	الثانية		الأساسي	قسم علم النفس و علوم التربية و الأثرولوجيا
161	158	03	الثالثة	علم النفس التربوي		
106	105	01	الأولى	علم النفس التربوي		
45	43	02	الثانية			
102	95	07	الأولى	إرشاد وتوجيه		
39	38	01	الثانية			
391	302	89	الأولى	قسم التعليم الأساسي للعلوم الإنسانية		
329	262	67	الثانية	علوم الإعلام والاتصال	الأساسي	قسم الإعلام والاتصال
289	237	52	الثالثة	إعلام		
118	88	30	الأولى	الصحافة المطبوعة والإلكترونية	الأساسي	
59	48	11	الثانية			
122	105	17	الأولى	النسج العربي	الأساسي	
69	58	11	الثانية			
29	03	26	الأولى	علوم وفتيات النشاطات البدنية والرياضية	الأساسي	قسم علوم وفتيات النشاطات البدنية والرياضية
29	04	25	الثانية	تدريب رياضي		
41	01	40	الثالثة	التدريب الرياضي الصقلي	الأساسي	
82	05	77	الأولى	تخطيط مدني رياضي		
40	04	36	الثانية			
3892	3174	718		المجموع		