

الشباب وممارسات الهويات الافتراضية عبر شبكات التواصل الاجتماعي

أ. مختار جلولي/ جامعة مستغانم

أ. بن عيشة عبد الكريم/ جامعة مستغانم

الملخص

نتناول في دراستنا هاته إشكالية ممارسات الهوية الافتراضية لدى الشباب الجزائري عبر موقع التواصل الاجتماعي "الفيسبوك"، حيث نتطرق من خلال هذه الدراسة إلى ملامح الهوية في الفضاء الافتراضي لدى مستخدمي الفيسبوك، وعلى هذا الأساس قسمنا هذه الدراسة إلى ثلاثة محاور ترتبط بعملية الاستخدام، حيث يتعلق المحور الأول بملامح ممارسات الهوية الافتراضية لدى مستخدمي الفيسبوك، والمحور الثاني بعوامل المحددة لتلك الممارسات، أما المحور الثالث فيتعلق بعلاقة مستخدمي الفيسبوك بممارسات الهوية الافتراضية، ومن هنا يمكننا إكتشاف ملامح تشكل الهوية الافتراضية عند الأشخاص (مستخدمي الفيسبوك)، مما يحيلنا إلى واقع الهوية الحقيقية للفرد في ظل الميديا الجديدة داخل هذه الفضاءات.

وأخيرا وبناء على هذه المعطيات توصلت نتائجنا إلى بروز هوية ثالثة تمزج بين الهوية الحقيقية والهوية الخفية للفرد عبر الفيسبوك، مع توسع دائرة العلاقات الافتراضية بين المستخدمين انطلاقا من خصوصية وطبيعة ذلك الفضاء، ومن هنا تظهر بوادر تشكيل الهوية الافتراضية التي تختلف باختلاف الأفراد وهوياتهم الحقيقية، وكذا العامل التكنولوجي الذي له دورا أساسيا في تغيير البنى الاجتماعية وعلى رأسها الهوية الاجتماعية والشخصية على وجه التحديد.

Résumé :

Nous abordons dans notre étude, ces circonstances pratiques problématiques de l'identité par défaut parmi la jeunesse algérienne à travers le site de réseautage social «Facebook», où nous nous adressons à travers cette étude des caractéristiques de l'identité dans l'espace virtuel pour les utilisateurs de Facebook, et sur cette base, nous avons divisé l'étude en trois axes liés au processus d'utilisation, où le respect le premier axe les caractéristiques des pratiques de l'identité par défaut des utilisateurs de Facebook, et le deuxième axe de facteurs propres à ces pratiques, alors que le troisième axe porte sur la relation entre les utilisateurs de Facebook pratiques identité par défaut, et ici nous permet de détecter les caractéristiques constituent une identité par défaut lorsque les gens (les utilisateurs de Facebook), ce qui nous amène à la réalité de la véritable identité de l'individu dans le cadre des nouveaux médias au sein de ces espaces.

Enfin, sur la base de ces données atteint nos résultats à l'émergence de l'identité d'un troisième qui combine la véritable identité et l'identité de la personne cachée par Facebook, avec l'élargissement du cercle des relations défaut chez les utilisateurs de la vie privée et la nature de cet espace, et donc montrer des signes de la formation de l'identité par défaut qui varient selon les individus et leurs véritables identités, ainsi que facteur technologique qui a un rôle majeur dans l'évolution des structures sociales, en particulier l'identité sociale et personnelle en particulier.

نص المداخلة:

تمهيد

شهد العالم في السنوات الأخيرة نوعاً من التواصل بين البشر في فضاء إلكتروني افتراضي، قُرب المسافات بين الشعوب وألغى الحدود وزاوج بين الثقافات، وسمي هذا النوع من التواصل بين الناس في هذا الفضاء بشبكات التواصل الاجتماعي، حيث تعددت هذه الأخيرة وأستأثرت بجمهور واسع من المتلقين، ولعبت هذه الشبكات دوراً أساسياً في العلاقات الاجتماعية والانسانية، بل في بناء الهويات الفردية،

وبالمقابل كان لها الفضل أيضاً في إيصال الأخبار السريعة والرسائل النصية ومقاطع الفيديو ومختلف المعلومات التي تهم المرء في حياته اليومية، الأمر الذي ساعد في شهرة وانتشار هذه الشبكات وأهمها: (الفيس بوك، تويتر، واليوتيوب... الخ). ولعل فكرة الاستخدامات والاشباعات ودور تلك الوسائط التي تنتمي إلى تكنولوجيا الاعلام والاتصال، وكذا تمثلات الأفراد وتصوراتهم نحو هذه الشبكات، لازالت تطرح نفسها بفضل توسع دائرة العلاقات الفردية داخل الفضاء الافتراضي، الذي أصبح مجالاً يضم جميع تلك الرهانات المرتبطة بعمليات الاستخدام، وأكثر من هذا أصبح يحتوي على مجموعة من المجتمعات الافتراضية التي بدورها تحمل عدداً من الهويات المختلفة للأفراد، ومن هنا فإن التكنولوجيا، والإعلام، والمعلومة، وعلاقتها مع الأشخاص في الفضاء السيبراني تشكل لنا أساساً مغزى الاشكاليات المطروحة، وعلى رأسها الشباب وعلاقته بشبكات التواصل الاجتماعية انعكاساتها على الهوية. حيث يقدم لنا الصادق رابع ثلاثة نماذج من الخطابات حول تمثلات الشباب وعلاقته ببناء الهوية الرقمية، حيث تشمل هذه التمثلات كل من مضامين الترفيه والإعلانات، ومضامين الوسائط الإعلامية، ثم تمثلات الشباب في المقاربات البحثية الأكاديمية⁽¹³⁹⁾.

ويشير نصر الدين العياضي في مقال نشر له⁽¹⁴⁰⁾ إلى إشكالية الخطيبين المفهوم التعامل مع مواقع الشبكات الاجتماعية وكأنها وسائل اتصال جماهيرية يُطلب منها القيام بما تضطربه هذا الأخير كمنادٍ وار يُقيم نشاطها بالسلم ذاتها الذي يُقيم منتجات وسائل اتصال الجماهيرية، مثلًا لموضوعية، والحياد، والمصادقية ومدى إلزام مستخدمي الشبكات الاجتماعية بمدوناتها أخلاقية! لكنوراء الخطيبين المفهومين المذكورين يخفي عدم التمييز بين الإعلام والاتصال. حيث أن مجال تدخل وسائل الإعلام الجماهيري Mass media هو الإعلام، بينما مجال تدخل مواقع الشبكات الاجتماعية هو الاتصال،

ورغم الترابط بينهما فلا يمكن أن نقر أن علاقتهما هي العلاقة ذاتها التي تجمع الحامل (Communication) والمحمول (Information)، ولعل ما يشير إليه دانيال بونيو⁽¹⁴¹⁾ في هذا المجال بحيث يقرّ واضحاً بهذه المفارقة ويظهر ذلك في مقولته الشهيرة: "بأننا نعيش عصر الاتصال ضد الاعلام"، فالإعلام ذو طبيعة معيارية تير وما الحقيقة، بينما يحيل الاتصال إلينا لاقتسام التشاؤم والتشابك والترابط الاجتماعي، وفنالتعايش المشتك كما يقول نصر الدين العياضي، وهذا ما أشار إليه دومنيك فولتن⁽¹⁴²⁾ بأن الإعلام ليس تواصلًا، باعتبار هذا الأخير تفاوضاً وتعايشاً.

(- الصادق رابع، الهوية الرقمية والشباب: بين التمثلات الاجتماعية والتمثل الذاتي، مطبوع أشغال الملتقى الدولي حول: الشباب والاتصال والميديا أيام 14-15-16¹³⁹ أبريل 2010م وحدة البحث في تكنولوجيا الاعلام والاتصال، معهد الصحافة وعلوم الأخبار ومؤسسة كونراد أديناور، تونس، ص14.

- نصر الدين العياضي، وسائل الجديدة وإشكاليات قديمة، مجلة الباحث الإعلامي، العدد22، الصادرة عن كلية الإعلام ببغداد، الجامعة العراقية، 2013م، ص37.⁽¹⁴⁰⁾
- Daniel Bougnoux, Introduction aux sciences de la communication, éditions La Découverte et Syros, Paris, 2001.⁽¹⁴¹⁾

- Dominique Wolton, Penser la communication, éditions Flammarion, 1997, coll, champs essaism, Paris⁽¹⁴²⁾

وبتعبير الصادق الحمامي أصبحت اليوم شبكات التواصل الاجتماعي تمثل فضاءات لبناء الهوية الفردية لاستعراض الذات في المجال العمومي، فقد كانت وسائل الاعلام (التلفزيون خاصة) تأتي بالعالم إلى الفضاء الذاتي المنغلق على نفسه، لأنها كانت نافذة على العالم، وهي الآن تتحوّل إلى نافذة يطلّ عبرها الناس على عوالم الآخرين الذاتية من خلال عدة آليات (كالصور الذاتية التي ينشرها المستخدمون في صفحاتهم الشخصية)، أو من خلال سرد وقائعهم حياتهم اليومية، إنّ هذا التداخل بين العالم الذاتي الخاص والعالم العام الخارجي يؤدي إلى إعادة تشكيل المعايير الثقافية التي تحدّد الخصوصية والذاتية في المجتمعات العربية، ولا ترتبط هذه الأخيرة بالميديا الجديدة (شبكات التواصل الاجتماعي) ولكن بذات السياق العرب أيضاً⁽¹⁴³⁾.

مفهوم شبكات التواصل الاجتماعية:

يثير هذا المفهوم جدلاً، نظراً لتداخل الآراء والاتجاهات في دراسته، حيث يعكس من جهة التطور التقني الذي طرأ على استخدام التكنولوجيا، وأطلق على كل ما يمكن استخدامه من قبل الأفراد والجماعات على الشبكة العنكبوتية، وقد يعني هذا المفهوم 'بالإعلام الاجتماعي' باعتباره 'المحتوى الإعلامي الذي يتميز بالطابع الشخصي، والمتناقل بين طرفين أحدهما مرسل والآخر مستقبل، عبر وسيلة/ شبكة اجتماعية، مع حرية الرسالة للمرسل، وحرية التجاوب معها للمستقبل'.

كما تشير أيضاً تلك المواقع إلى: "الطرق الجديدة في الاتصال في البيئة الرقمية بما يسمح للمجموعات الأصغر من الناس بإمكانية الالتقاء والتجمع على الإنترنت وتبادل المنافع والمعلومات، وهي بيئة تسمح للأفراد والمجموعات بإسماع صوتهم وصوت مجتمعاتهم إلى العالم أجمع"⁽¹⁴⁴⁾.

وتعرف مواقع التواصل الاجتماعي: على أنها "منظومة من الشبكات الإلكترونية التي تسمح للمشارك فيها بإنشاء موقع خاص به، ومن ثم ربطه عن طريق نظام اجتماعي إلكتروني مع أعضاء آخرين لديهم الإهتمامات والهوايات نفسها"⁽¹⁴⁵⁾، كما تضع كلية شريديان التكنولوجية Sheridan مواقع التواصل الاجتماعي أحد سمات الإعلام الجديد.

وهناك من يعرف مواقع التواصل الاجتماعي باعتبارها مواقع إلكترونية تتيح للأفراد خلق صفحة خاصة بهم يقدمون فيها لمحة عن شخصيتهم أمام جمهور عريض أو محدد وفقاً لنظام معين يوضح قائمة لمجموعة من المستخدمين الذين يتشاركون معهم في الاتصال، مع إمكانية الاطلاع على صفحاتهم

⁽¹⁴³⁾ - الصادق الحمامي، الميديا الجديدة والمجال العمومي (الاحياء والانبعاث)، مجلة اتحاد الاذاعات الدول العربية، جامعة الدول العربية، 2012م، ص21 أنظر:

<http://www.arabmediastudies.com/>

⁽⁴⁾ - <http://computing.dictionnaire.free-dictionary.com/new+media>, consulté le 02/01/2014 à 10 :00 h

- زاهر راضي، "استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في العالم العربي"، مجلة التربية، ع15، جامعة عمان الأهلية، عمان، 2003، ص23⁽¹⁴⁵⁾

الخاصة أيضا والمعلومات المتاحة، علما أن طبيعة وتسمية هذه الروابط تختلف وتتنوع من موقع لآخر⁽¹⁴⁶⁾.

ويمكن أن نخلص إلى شبه اتفاق، أن مواقع التواصل الاجتماعي تشير إلى حالة من التنوع في الاشكال والتكنولوجيا والخصائص التي حملتها الوسائل المستحدثة عن التقليدية، لاسيما فيما يتعلق بإعلاء حالات الفردية Individuality والتخصيص Customization، وتأتيان نتيجة لميزة رئيسة هي التفاعلية. فإذا ما كان الاعلام الجماهيري والاعلام واسع النطاق وهو بهذه الصفة وسم إعلام القرن العشرين، فإن الاعلام الشخصي والفردى هو إعلام القرن الجديد. وما ينتج عن ذلك من تغيير إنقلابى للنموذج الاتصالي الموروث بما يسمح للفرد العادي اىصال رسالته إلى من يريد في الوقت الذي يريد، وبطريقة واسعة الاتجاهات وليس من أعلى الى أسفل وفق النموذج الاتصالي التقليدي. فضلا عن تبني هذه المواقع تطبيقات الواقع الافتراضي وتحقيقه لميزات الفردية والتخصيص وتجاوزه لمفهوم الدولة الوطنية والحدود الدولية⁽¹⁴⁷⁾.

التعريف بموقع " الفاييبوك :

يعتبر موقع " الفاييبوك واحداً من أهم مواقع التشبيك الاجتماعي، وهو لا يمثل منتداً اجتماعياً فقط، وإنما أصبح قاعدة تكنولوجية سهلة بإمكان أي شخص أن يفعل بواسطتها ما يشاء، ويعرف قاموس الإعلام والاتصال (dictionary of media and communications) على أنه "موقع خاص بالتواصل الاجتماعي facebook أسس عام 2004 ويتيح نشر الصفحات الخاصة (profiles)، وقد وضع في البداية لخدمة طلاب الجامعة وهيئة التدريس والموظفين لكنها تسع ليشمل كل الأشخاص.

و نجد تعريف الفيس بوك حسب الموسوعة الإلكترونية العالمية الحرة عبارة عن شبكة اجتماعية تديره شركة "فيس بوك" شركة مساهمة؛ فالمستخدمون بإمكانهم الانضمام إلى الشبكات التي تنظمها المدينة أو جهة العمل أو المدرسة أو الإقليم، وذلك من أجل الاتصال بالآخرين والتفاعل معهم. كذلك، يمكن للمستخدمين إضافة أصدقاء إلى قائمة أصدقائهم وإرسال الرسائل إليهم، وأيضاً تحديث ملفاتهم الشخصية وتعريف الأصدقاء بأنفسهم. ويشير اسم الموقع إلى دليل الصور الذي تقدمه الكليات والمدارس التمهيدية في الولايات المتحدة الأمريكية إلى أعضاء هيئة التدريس والطلبة الجدد، والذي يتضمن وصفاً لأعضاء الحرم الجامعي كوسيلة للتعرف إليهم⁽¹⁴⁸⁾.

(- مريم نزيان نومار، استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية وتأثيره في العلاقات الاجتماعية (دراسة عينة من مستخدمي الفيسبوك في الجزائر)، رسالة ماجستير في

علوم الاعلام والاتصال، قسم العلوم الانسانية، جامعة باتنة، 2012م، ص 44

(- عباس مصطفى صادق، "الاعلام الجديد: دراسة في مداخله النظرية وخصائصه العامة"، عمان، دار الشروق للنشر والتوزيع، ط1، 2008م، ص33.

/. آخر تعديل لهذه الصفحة كان يوم 24 أغسطس 2014 الساعة 23:30 <http://ar.wikipedia.org> -⁽¹⁴⁸⁾

بدأ فيسبوك كفكرة بسيطة لأحد طلبة هارفارد" ماركو زوكربيرج" (Mark ZUCKERBERG) الذي أصبح فيما بعد أصغر ملياردير في العالم، وفكرة" زوكربيرج" كانت تقضي بإنشاء موقع انترنت تبسيط يجمع معنخا له طلبة هارفارد في شكل شبكة تعار في غاية تعزير التواصل بيننا الطلبة والإبقاء على الروابط بينهم بعد التخرج، وبالفعل جسدت فكرته هذا التأثيرات لنورفي 4 فيفري 2004

ومع انطلاقة الموقع حقق نجاحا كبيرا ليصبح اليوم من أهم مواقع الشبكات الاجتماعية وأكثرها استخداما علنا لإطلاق.

إحصائيات موقع " الفيسبوك " في الجزائر :

كشف موقع (socialbacker.com) أنه ومع بداية عام 2012 سجلت في الجزائر نسبة ارتفاع دخول للفيسبوك قدرته 8.20% مقارنة بعدد السكان في الجزائر، و60.32% بالنظر للمستخدمين الذين يستخدمون الفيسبوك " أكثر من عدد الإناث حيث بلغ عدد الذكور 835 ألفا، وأشار ذات الموقع أن عدد الذكور الجزائريين الذين يستخدمون الفيسبوك " أكثر من عدد الإناث حيث بلغ عدد الذكور 68% في حين بلغ عدد الإناث 32%. أما الإحصائيات استخدام " الفيسبوك " حسب السن فكشف نفس الموقع أننا نستخدمه أكثر كلما كاننا فئة من 18 إلى 24 سنة فيما تتفاوت النسب بين بقية الفئات العمرية. ويعتبر " الفيسبوك "

اليوم من أكثر الشبكات الاجتماعية جماهيرية خاصة مع تطور خدماته يوما بعد يوم، مما يستميل مليونا من مستخدميها المشتركين¹⁴⁹).

حيث بينت الدراسات أن دول الخليج العربي تصدر قائمة الدول العربية الخمس، الأكثر استخداماً لمواقع التواصل الاجتماعي، إذ تتقدم الإمارات في التصنيف على الكويت وقطر، كما بينت الدراسات أن نسبة النمو، التي تحققت في الوطن العربي في استخدام الإعلام الاجتماعي، تعيق مسيرة تطورها الفئة الغالبة التي تستخدم هذه المواقع، إذ إن 70% من الذين يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي تراوح أعمارهم بين 15 و 29 عاما، الأمر الذي يتطلب إيجاد نوع من التوازن بين جميع الشرائح¹⁵⁰.

ولقد تحدث الأستاذ عزي عبد الرحمن عن إفتراضاته الواحد والثلاثون في تأثيرات الانترنت على الشباب¹⁵¹، حيث قدم لنا بعضا منها في مجال الاستخدام السلبي، ويقصد هنا سوء الاستخدام بمفهوم المبالغة إلى حد الادمان أي حجم الاستخدام، وكذا نوع الاستخدام الذي يتعلق بقيم المجتمع فيما يخص تأثير الاعلانات والمواقع الاباحية والعلاقات الرمزية وغيرها، ولقد قسم تلك التأثيرات السلبية إلى تأثيرات بنيوية تتعلق بالشكل، وتأثيرات أخرى على مستوى المضمون، ولعل ما يتعلق بالعالم الافتراضي والذات والهوية الثقافية جعلها في التأثيرات التي تخص المضمون، حيث نذكر منها أهم ما جاء في هذا الاطار:

(- مريم نزيهان نومان، مرجع سبق ذكره، ص56، ص57¹⁴⁹)
http://www.emaratalyoun.com/19/09/2012-¹⁵⁰

¹⁵¹ - عزيب عبد الرحمن، السعيد بومعيرة، تقديم زهير إحدادن، الإعلام والمجتمع (رؤية سوسولوجية مع تطبيقات على المنطقة العربية الاسلامية)، الجزائر، دار الورسم للنشر والتوزيع، 2010م، ص275-283.

- 1- إهدار القيم أو تحييدها: وهذا ما كشفت عنه دراسة الكويت⁽¹⁵²⁾ بأن 61% من الشباب تؤثر عليهم الانترنت سلباً خاصة على مستوى الأخلاقي والسلوكي.
- 2- إضعاف الحساسية والاستحياء من الممنوعات الثقافية: مما ينتج عنه تفكك البنية الثقافية من خلال طرح المواضيع المقيدة ثقافياً، والادمان والتكرار وغيرها.
- 3- الهروب من الواقع: (الحاجة إلى الإشباع).
- 4- المنع عن تغييرات الذات: (الشعور بالمسؤولية، المشاكل الحياتية، تعديل الواقع أو تغييره...الخ).
- 5- تقليص المحلي وتوسيع العالمي بسبب العولمة والابحار في العالم الافتراضي.

مفهوم المجتمع الافتراضي:

مجتمع الأنترنت أو مجتمع القائم على الشبكات هو مجتمع افتراضي يستخدم أفرادهِ وسائل الاتصال الحديثة للتواصل فيما بينهم، وتتعدد هذه الوسائل بدءاً من البريد الإلكتروني والمحادثة، إلى المجتمعات القائمة في الواقع الافتراضي، ويعتبر المجتمع الافتراضي شبكة اجتماعية من الأفراد يتواصلون من خلال وسيلة معينة ذات قدرة على أن تخترق حدوداً جغرافية وسياسية لتحقيق أهداف مشتركة، أو سعياً لإشباع اهتمامات مشتركة. وخدمات الشبكات الاجتماعية هي واحدة من المجتمعات الافتراضية المتفشية التي تتضمن العديد من مختلف مجتمعات الأنترنت المباشرة.

وتعبير المجتمع الافتراضي ورد خلال عملية تقصي في العلوم الاجتماعية ناقشت مغامرات في أقدم مجتمع افتراضي ما زال قائماً وهو مجتمع ول (WELL) أو الرابطة الالكترونية للأرض الطيبة (WholeEarthElectronic Link) إلى جانب مجموعات اجتماعية ومجموعات اتصال تعتمد على وسائط الكمبيوتر، حيث توسع البحث في علوم المعلومات، وقد تضمنت التقنيات يوزنت (Usenet) و مد (MUD) أو كهف المستخدمين المتعددين (Multi-User Dungeon) ومشتقاته مش (MUSH) و موو (MOO)، ودرشة الأنترنت المتواصلة (IRC) وغرف الدردشة وقوائم المراسلات الالكترونية والشبكة العنكبوتية العالمية التي لم تكن مستخدمة بصورة شائعة⁽¹⁵³⁾. ولعلّ العالم اليوم يبني ويمثل مستوطنين جدد لعالم افتراضي داخل صراع مع أنصار العالم المعاصر، وستكون هناك ثورة جديدة نرى فيها من سيفوز...⁽¹⁵⁴⁾.

⁽¹⁵²⁾ - <http://www.ascusc.org> The Internet and Youth Subculture in Kuwait, Deborah L. Wheeler, University of Washington, USA, consulté le 05/12/2014 à 13 :00h

(- المعرفة وشبكات التواصل الاجتماعي الالكترونية: نحو مجتمع المعرفة، سلسلة دراسات يصدرها مركز الدراسات الاستراتيجية، الاصدار 39، جامعة الملك عبد العزيز، ¹⁵³ 1433هـ-2012م، ص29، ص30

⁽¹⁵⁴⁾ -Aziz Nafa, AissaMerah, **Les réseaux sociaux et les nouvelles forme de communication**, PublicationsColloque international sur (**Les Espaces Publics au MAGREB**), Sous La Direction de Hassan Remaoun et Abdelhamid Hania, Edition (CRASC) Oran, (Diraset) Tunisie, 2013, p338

ولا شك أن المجتمعات الافتراضية ما هي إلا مجموعات من المواطنين لا أكثر ولا أقل تربطهم تفاعلات قوية بفضل أنظمة ذكية (Inter média) داخل حدود ملموسة، رمزية كانت أو وهمية⁽¹⁵⁵⁾.

وإشكالية مفهوم الافتراضي (le virtuel) لا تزال قائمة، حيث هناك الكثير من المفاهيم خاصة ما تعلق بما يعرف بشبكة والانترنت ووسائطها المتعددة، فهناك "المفهوم الذي يرتبط بالمتغير التكنولوجي في حين يعتمد هذا المفهوم في المفارقة بين كل ما هو افتراضي وحقيقي، ولعلّ هذا الأخير (المفهوم) ينقسم إلى رؤيتين أساسيتين، تتضح الرؤية الأولى في تحقير كل ما هو افتراضي والذي يفهم على أنه متدهور أو متراجع عن الواقع، كما أنّ هذه الرؤية صورية وحماسية في الظاهر والتي من شأنها أن تحررنا من قيود المادة والمكان والزمان، إذن فهذه الرؤية تنظر إلى هذا المفهوم باعتباره مفهوما زائفا قريب من تكذيب للواقع. أمّا الرؤية الثانية فترى لهذا المفهوم باعتباره وسيلة لتحسين الواقع، وأن تتجاوز حدود الزمان والمكان والمادة، فالافتراضي يصبح أوفى وأكثر ثراء من الواقع.

ويستند المفهوم الثاني لهذا الطرح من المفهوم السوسولوجي الذي يفرق بين كل ما هو افتراضي وما هو واقعي أو حقيقي، كما التبسيط والمشكوك، ومقاربة علماء الاجتماع هنا تتشابه مع مقاربة الفيلسوف الفرنسي المعاصر جيلز دلوز (Gilles Deleuze) الذي يقترح أنّ الافتراضي ليس بأي حال يعتمد على التقدم التكنولوجي بالنسبة له، فالافتراضي يعارض الحقيقي في الأوقات الراهنة⁽¹⁵⁶⁾. وقد يعرض الافتراضي للفعل حسب فيليب، والحقيقة للإمكانية، وبصيغة أخرى، فالافتراضي يعتبر شكل من أشكال الحقيقة ولكن داخل بعد الإمكانية⁽¹⁵⁷⁾.

فالمجتمعات الافتراضية هنا هي بمثابة مجموعات سوسيوثقافية الناشئة عن الشبكة، يشارك فيها عددا من الأفراد عبر المحادثات العامة، والتي تكون قائمة بما فيه الكفاية لشبكة العلاقات الانسانية المنسوجة في الفضاء الإلكتروني⁽¹⁵⁸⁾.

وعلى هذا الأساس يمكن تعريف المجتمعات الافتراضية على شبكة الانترنت على أنها مستوى عال من الانصهار الاجتماعي في الوسط الرقمي، والذي يجسد فضاء رقميا إلكترونيا يستوعب في مساراته المتشابهة عددا لا متناهيا من الأفكار الإنسانية، يتناقلها، ويوزعها ويخزنها⁽¹⁵⁹⁾.

⁽¹⁵⁵⁾ - Jean-François Marcotte, **Communautés virtuelles et sociabilité en réseaux: pour une redéfinition du lien social dans les environnements virtuels**, Esprit Critique. Revue de internationale de sociologie et de sciences sociales - Vol.05, No.04, 2003, p3, www.espritcritique.fr

⁽¹⁵⁶⁾ - Abdelkarim Fourati, **L'espace-temps sociologique de la « proximité électronique**, Ibid., p6

⁽¹⁵⁷⁾ - Queau Philippe, **Cyberspace ou le jeu vertigineux du virtuel**, interview pour « Les humains associés », 1995

⁽¹⁵⁸⁾ - Jean-François Marcotte, **Ibid.**, p3

(- علي محمد رحومة، الأنترنت والمنظومة التكنولوجية الاجتماعية، مركز الدراسات الوحدة العربية، بيروت، 2005م، ص 302.¹⁵⁹)

ومن هنا تعتبر تلك الشبكات على أنها البنية الاجتماعية الجديدة لعصر المعلومات، عصر المجتمع الشبكي، المكون من الإنتاج، والقوة والتجربة، حيث تقوم هذه الشبكات بدورها في بناء ثقافة افتراضية في اطار التدفقات المعولمة متجاوز بذلك مفهومي الزمان والمكان، فقد حصل في عصرنا هذا اختراق لكل الشبكات بالفعل الجارف للمجتمع الشبكي⁽¹⁶⁰⁾.

مفهوم الهوية:

يرى ريجاردجينكز " أن الهوية الاجتماعية هي تصورنا حول من نحن ومن الآخرون، وكذلك تصور الآخرين حول أنفسهم وحول الآخرين"، ولعل رؤية جينكز للهوية الاجتماعية هي رؤية حول المعاني، وهذه الأخيرة تتشكل اجتماعيا وليست تعبير عن الاختلافات الضرورية بين الناس، فالهوية هي جزء مكمل للحياة الاجتماعية، وهي تشكل فقط عبر التمييز بين هويات مختلف الجماعات والتي يمكن ربطها بأناس آخرين، والاطلاع على مختلف الهويات يعطي إشارة عن نوع الفرد الذي تتعامل معه، ومن ثم كيفية الارتباك به.

حيث يصل جينكز في الأخير إلى أنه لن يكون هناك مجتمع بدون هوية اجتماعية، وعلى الرغم من اتفاق معظم علماء الاجتماع مع جينكز حول أهمية الهوية في المجتمع، إلا أنهم لم يتفقوا حول العوامل التي تشكل الهوية في المجتمعات المعاصرة، وحول الطريقة التي تطورت بها الهويات الاجتماعية بمرور الزمن⁽¹⁶¹⁾.

كما نجد في هذا الاطار مفهوم ستيورات هل حول الهوية، حيث يعتقد هذا الأخير أنض فكرة الهوية مرت بثلاثة مراحل سيطرت على التفكير السائد في المجتمع، وهذه الأفكار تتحدد بداية من مرحلة التنوير إلى مرحلة موضع علم الاجتماع، إلى مرحلة ما بعد الحداثة⁽¹⁶²⁾.

"هوية الشخص تتطور من خلال علاقاتها مع الأفراد الآخرين و الجماعات المختلفة التي تربطهم"، وهذه الهوية "هي مصدر القيم والمعايير والمحتوى الرمزي، والهوية هي مجموعة من تمثيلات الفرد لنفسه، وعن نفسه بالنسبة للآخرين، فالأفراد الذين يدخلون البيئات الافتراضية يضطرون إلى إسناد مراجعهم الثقافية الخاصة"، "وعند دخول غرف الدردشة، يتعرض الفرد إلى مجموعات جديدة من القيم والكون الرمزي الجديدة اعتمادا على كيفية التواصل في بيئة محددة ومختارة، كما سيتعرض الفرد إلى طرق جديدة للاتصال مع الآخرين، وأخرى لتمثيل هويته لنفسه وللآخرين"، "وفي التفاعل مع الآخرين، يجب على الفرد أن يتعلم إدارة الواجهة الجديدة في جسده الذي هو منهك ولديه كمية محدودة من المعلومات عن الآخرين"، "وبالتالي

(- أحمد أمين فؤاد، موقع "فايس بوك" والشباب العربي: الاستخدامات والاشباع، مطبوع أشغال الملتقى الدولي حول: الشباب والاتصال والميديا أيام 14-15-16¹⁶⁰ أبريل 2010م، مرجع سبق ذكره، ص325.

(- هارلبسوهولبون، سوسولوجيا الثقافة والهوية، ترجمة حاتم حميد محسن، دار كيوان للطباعة والنشر والتوزيع، دمشق، ط1، 2010م، ص93.¹⁶¹)

(- مرجع نفسه، ص94.¹⁶²)

فالفرد لديه حرية أكبر لوصف نفسه للآخرين وتحديدها. ومن هنا يمكن تسليط الضوء فقط على أساس " الاتجاه الجديد المعاصر لشكل جديد من أشكال التضامن الاجتماعي الذي تعلمت فيه الناس أن تلعب عدة أدوار في مختلف مناحي الحياة"، وباختصار، أصبح التلاعب بالهوية لعبة شعبية أن الناس قد تعلموا في تعاملهم مع المتطلبات الجديدة للمجتمع التي تشهد تقسيما للأدوار، في حين هذه الأخيرة تزداد تعقيدا⁽¹⁶³⁾.

إنّ الهوية هي مجموعة تحديد سمات الفرد، أو شخص آخر أو وحدة تنظيمية (إدارة، مؤسسة، ... الخ)، والهوية الجديدة تقاطع في ثلاثة عناصر أساسية نجد منها: الجسم (الجنس، والطول، وبناء، لون البشرة، ... الخ)، والمجموعة (الأسرة والمدرسة والنوادي، ... الخ)، فمن الديناميكي يتم تحديث تلك الهوية باستمرار في النوايا وفي علاقاتنا مع أنفسنا، ومع الآخرين، ووفقا للأشياء التي نجد فيها مصالحننا. ولعلّ من تدفق الخيال والحفاظ على الفرد تبعا لهذه الطريقة في بناء الهوية، فمن الممكن أن نفهم تطور الهوية على الإنترنت، لفهم الصعوبات والمخاطر الناجمة للأفراد عن طريق تصفح الإنترنت، وقياس تأثير النشر (الكشف، نشر، سهم) انطلاقا من ما يسمى بـ "البيانات الشخصية" المحمية في المفهوم القانوني⁽¹⁶⁴⁾.

مفهوم الهوية الافتراضية:

تعتبر الهوية من بين القضايا التي يثيرها استخدام الشبكات الاجتماعية كونها تلعب دورا رئيسيا على مواقع الشبكات الاجتماعية، فهي الخطوة التي تمكن المستخدمين من معرفة الأشخاص الذين يتواصلون معهم، وبالتالي فهم وتقييم هذا التفاعل، ولعلّ مظاهر تلك الهوية في العالم الافتراضي أو التواصل الاجتماعي تتجسد في مجموع المحددات التي يحددها المستخدم عند إنشاء صفحته أو صفحاته الشخصية على هذه الشبكات، فبعد التسجيل فيها عبر الإنترنت يكون المستخدم مطالبا بخلق صفحته الشخصية أو ما يعرف بالروفایل (PROFILES) والتي تحدد هويته وتتنوع هذه الأخيرة حسب طبيعة كل موقع، فجميع تلك المعلومات التي يتم توظيفها، وكذا الطريقة التي يتعامل بها مع الآخرين في نفس الموقع، يحدد في الأخير معالم الهوية داخل هذا الفضاء.

"وتعد الهوية الافتراضية مظهرا من مظاهر العالم الرقمي والتجارة الإلكترونية، والبريد الإلكتروني، والشبكات الاجتماعية، والعوالم الافتراضية.، حيث لم تعد مرتبطة في العصر الرقمي بجهود ثابتة، وحبسية الأشكال المادية، مثل رخص القيادة أو جوازات السفر مثلا، بلخلقت العوالم الافتراضية والشبكات الاجتماعية مواطن للفاعل بين الأفراد في النوع والطبيعة، في الشخصية والعلاقة مع الآخرين، أصبحت

⁽¹⁶³⁾–Jean–François Marcotte, *Ibid.*, p11

⁽¹⁶⁴⁾–François Fillietaz, *Un enjeu pour l'enseignement Comprendre l'identité numérique*, Direction des systèmes d'information et service écoles–médiat, Version 1.0, janvier 2011, Département de l'instruction publique, de la culture et du sport, République et Canton de Genève, <http://www.ge.ch/sem/cc/by-nc-nd/>

هذه الأخيرة أكثر مرونة واستبدال في علاقتها بالعالم الحقيقي، وعلى هذا الأساس ظهرت هذه الهويات الجديدة محمولة على نحو متزايد ولها القدرة على تجاوز أصولها والانتقال إلى الشبكات الاجتماعية والعالم الافتراضية الأخرى، وحتى صفحات الويب الأخرى⁽¹⁶⁵⁾.

"والهوية في اللغة العربية مصدر صناعي مركب من ضمير الغائب" هو "المعرف بأداة التعريف" ألد " ومن اللاحقة المتمثلة في الياء المشدد علامة التأنيث وهي تأتي بعد الألف واللام في الياء المشدد وهو صفة وجودها المنفرد الذي لا يقف فيها إشراك.

والهوية الفردية هي تعريف للشخص شكلها واسمها وصفاتها وسلوكها وانتمائها المرجعي، لكن مع انتشار الانترنت تظهور المجتمعات الافتراضية برزت مشكلات تقمص الشخصيات الافتراضية منحينا لسنوات الأوثوث والذكور والدور الاجتماعي وغيرها⁽¹⁶⁶⁾.

قد تختلف التسميات عن الهوية الافتراضية، وهذا الاختلاف لا يطرأ على مفهوم الهوية في حد ذاته باعتباره الشرط الأول من المفهوم (الهوية الافتراضية)، وإنما في الفضاء أو البيئة التي توجد فيها تلك الهوية باعتباره يمثل الشرط الثاني من المفهوم، وتعود هذه الإشكالية في عدم التفريق في كل ما هو افتراضي، والإلكتروني، ورقمي، أو فضاء الانترنت، وإن كانت جميع تلك المفاهيم تشكل مفهوما واحدا للهوية الافتراضية، وهذه الأخيرة تعرف حسب ما ورد في الموسوعة الإلكترونية العالمية الحرة باللغة الفرنسية⁽¹⁶⁷⁾ بأنها علاقة الرابط التكنولوجي بين الكيان الحقيقي (شخص أو منظمة أو شركة) والكيانات الافتراضية (أي ما يمثل تلك الكيانات الحقيقية رقميا). ولعل تنمية وتطور وسائل الإعلام، لا سيما من خلال انتشار المدونات والشبكات الاجتماعية ساهمت في تغيير علاقة الفرد للآخرين. وهكذا، فإن الهوية الرقمية تتيح تحديد الفرد على الانترنت وربط ذلك مع مجموعة من المجتمعات الافتراضية في الإنترنت. وبالتالي فإن الهوية الرقمية يمكن تقسيمها إلى ثلاث فئات:

1- هوية المعلن، والذي يشير إلى البيانات المدخلة من قبل المستخدم مثل الاسم وتاريخ الميلاد، أو غيرها من المعلومات الشخصية المشار إليها مباشرة من قبل الفرد.

2- هوية النشطة: والتي يتم إبلاغ بشكل غير مباشر عن طريق أنشطة المستخدم على شبكة الإنترنت.

3- هوية المحسوبة: والذي ينتج من تحليل الهوية النشطة من قبل النظام، كما أن عدد

المجتمعات الافتراضية تمارس فيها حياة الأفراد عن طريق معلوماتهم على الشبكات الاجتماعية.

الإشكالية :

⁽¹⁶⁵⁾ -Ready for what's next (Virtual Identity). www.boozallen.com/01/09/2014/10:00h

(- بايوسف مسعودة، الهوية الافتراضية: الخصائص والابعاد (دراسة إستكشافية على عينة من المشاركين في المجتمعات الافتراضية)، مجلة العلوم الانسانية والاجتماعية، عدد خاص⁽¹⁶⁶⁾ للملتقى الدولي حول: الهوية والجماليات الاجتماعية في ظل التحولات السوسيوثقافية في المجتمع الجزائري، جامعة قاصدي مبراح ورقلة، 2013م، ص 396

⁽¹⁶⁷⁾ - <http://fr.wikipedia.org/> Dernière modification de cette page le 27 août 2014 à 18:39

إنَّ التطور الكبير الذي عرفته تكنولوجيا الإعلام و الاتصال و التي من نتائجها بروز شبكة الانترنت كشبكة عالمية مفتوحة أمام الجميع. فقد أتاحت دورها للأفراد و الجماعات إمكانية التواصل و التفاعل مع بعضهم البعض بغض النظر عن أعراقهم و أجناسهم و ثقافتهم لاغية بذلك عوائق الحدود السياسية و الجغرافية التي كانت مطروحة سابقا.

ومع الجيل الثاني للويب ظهرت شبكات التواصل الاجتماعي كالفيسبوكوتويتر ولينكدن وفليكر وغيرها والتي وفرت عديد المزايا لمستخدميها كالتفاعلية و التزامنية و اللاتزامنية و عالمية الرسالة و تقريب الثقافات و الحضارات من بعضها البعض... الخ ، كما أفرزت هذه الشبكات نمطا اتصاليا جديدا قائما على التفاعلية والحوارية بين المستخدمين وأصبحت المعلومات بموجب ذلك تتحرك في فضاء مفتوح ، ولم يعد الفرد المستخدم مرتبطا بسياقه المحلي فقط بل أصبح مواطنا عالميا ورقميا في آن واحد، وظهرت أنواع جديدة من الممارسات عبر هذه الشبكات على غرار العلاقات الاجتماعية الافتراضية بين المستخدمين والتي تتم عن بعد بغض النظر عن الجانب الفيزيقي الذي يتطلب حضور الفرد عند بناء العلاقة الاجتماعية التقليدية ، وطرح عديد الإشكاليات على غرار إشكالية الهوية الفردية والحقيقية والتي استبدلت بهوية افتراضية ، إذ بات أمام الفرد استخدام أكثر من هوية غير هويته الحقيقية وذلك عن طريق تبني أسماء مستعارة وصور غير حقيقية إضافة إلى تغيير المعلومات الشخصية كالسن والجنس والمهنة... الخ ، فأصبح هؤلاء المستخدمين افتراضيين ومجهولين في نظر الآخرين .

ولقد بينت الدراسات الإعلامية والاجتماعية الحديثة والتي أجريت على هؤلاء المستخدمين ذات الهوية الافتراضية أن تبني الفرد لهوية افتراضية يخلق لديه نوعا من الاغتراب الاجتماعي والنفسي ويؤثر على علاقاته مع الآخرين تأثيرا سلبيا ، صنف إلى ذلك إصابته ببعض الأمراض كمرض التوحد الاجتماعي والعزلة الاجتماعية وغيرها ، وتهديد خصوصية الآخرين من خلال انتحال الهويات والكذب عليهم وتمويههم .

ولقد انتشرت الحسابات والصفحات ذات الهوية الافتراضية على مواقع التواصل الاجتماعي بكثرة وأصبح عددها اليوم يفوق المليار هوية ، فالأفراد يتلاعبون بهويتهم من خلال فتح أكثر من حساب بأسماء متعددة ، خاصة إلى استئثنا جانب الرقابة الذي تتميز به هذه الشبكات الاجتماعية وهامش الحرية الكبير المتاح والمتوفر أمام هؤلاء المستخدمين . وعلى هذا الأساس نطرح الإشكال الرئيسي التالي : كيف تتم ممارسات الشباب للهويات الافتراضية عبر موقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك؟

ويتفرع عن هذا الإشكال التساؤلات الفرعية التالية :

1- ما هي خصائص مستخدمي الهوية الافتراضية عبر موقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك؟

2- ما هي ملامح مستخدمي الهوية الافتراضية عبر الفيسبوك؟

3- ما هي أبرز العوامل المحددة لإستخدام الهوية الافتراضية؟

4- ما علاقة المستخدمين من أفراد العينة بممارسات الهوية الافتراضية عبر الفايسبوك ؟ وكيف ينظرون إلى ذلك؟

أهداف الدراسة :

تهدف هذه الدراسة إلى البحث والتعرف على الهوية الافتراضية وممارستها لدى الشباب عبر شبكات التواصل الاجتماعي من خلال أخذ موقع الفايسبوك كنموذج لذلك ، من خلال التركيز على عينة من المشاركين في هذا الموقع ومدى استخدامهم لهوية افتراضية وكيف ينظرون لذلك ، والتعرف كذلك على ملامح ممارسات هذه النوع من الهوية والعوامل المحددة لهفي نظر المستخدمين ، و استطلاع دوافع استخدام أفراد العينة للهوية الافتراضية .

أهمية الدراسة :

إن موضوع الهوية الافتراضية وممارستها من طرف الشباب يعد من المواضيع الحديثة ، التي بدأت تحظى باهتمام علمي في الآونة الأخيرة وذلك بإجراء الدراسات والبحوث الميدانية والتطرق إليها بالشكل الكافي خصوصا في ظل تزايد مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي وارتفاع عدد ممارسي الهوية الافتراضية عبر هذه الشبكات ، لذلك تكمن أهمية هذه الدراسة من خلال الكشف عن الآثار السلبية لاستخدام الهويات الافتراضية لدى الشباب وما انعكاساتها على مستوى العلاقات الاجتماعية الحقيقية ، وما مستقبل الهوية الفردية والحقيقية في ظل الاستخدام المتنامي للهويات الافتراضية وانتشارها عبر موقع الفايسبوك، إضافة إلى تحديد ملامح مستخدمي هذا النوع من الهوية ودوافع استخدام الشباب للهوية الافتراضية ونظرتهم إلى ذلك .

تحديد المفاهيم الإجرائية:

مفهوم الاستخدام: يشير مفهوم الاستخدام عند "برولكس" إلة معنى ماذا يفعل الناس حقيقة بالأدوات أو الأشياء التقنية؟ كما يحيل مفهوم الاستخدام إلى مسألة التملك الاجتماعي للتكنولوجيا، كما يتساءل عن علاقة الأفراد بالأشياء التقنية، وبمحتوياتها أيضا. كما يشير في النهاية أيضا إلى مسألة استعمال وسيلة إعلامية أو تكنولوجية يكون قابلا للاكتشاف والتحليل عبر ممارسات وتمثلات خصوصية⁽¹⁶⁸⁾.

ويشير مفهومنا للاستخدام حسب دراستنا هاته إلى علاقة الشباب بموقع الفيسبوك من خلال التعامل مع هذا الأخير وفقا لعملية نشر المعلومات الخاصة عن هويته الفردية سواء أن كانت حقيقة أو وهمية، مع

(- عبد الوهاب بوخونوفة، شباب الأحياء الشعبية في الجزائر والأنترنيت: محاولة اقتراب التمثل والاستخدامات، مطبوع أشغال الملتقى الدولي حول: الشباب والاتصال¹⁶⁸)

والميلاد أيام 14-15-16 أبريل 2010م، مرجع سبق ذكره، ص286.

الكيفية التي يمكن للفرد بها التعامل مع هذا الموقع في بناء هويته الافتراضية انطلاقاً من علاقته بالآخرين.

مفهوم الهوية الافتراضية:

نقصد بالهوية الافتراضية في دراستنا هاته مجموعة من الصفات والمعايير والأشكال والسمات والرموز والبيانات التي يستخدمها الأفراد في تعاملهم مع موقع الفيسبوك، وتمثيلهم لهويتهم نحو أنفسهم ونحو الآخرين، والتفاعل معهم داخل المجتمع الافتراضي.

مفهوم الشباب: شكل مفهوم الشباب منذ الأربعينيات صعوبة في تحديده، حيث لاحظ عالم الاجتماع الأمريكي "برسونزلكوت" أن ارتفاع متوسط مدة التعليم أدى إلى تمديد عمر الفئة التي يطلق عليها الشباب، إذ رأى أن التحديد الثقافي للسن هو مكون هام لهوية الشخص، ولإدراكه ذاته، ولحاجاته النفسية وتطلعاته، ولمكانته في المجتمع، وللمعنى النهائي لحياته⁽¹⁶⁹⁾.

إن مفهوم الشباب ليس معطاً جاهزاً وثابتاً. إنه بناء اجتماعي يختلف من ثقافة إلى أخرى، ومن بيئة إلى أخرى، بل إنه يختلف حتى داخل الثقافة الواحدة، بل يذهب عالم الاجتماع الفرنسي "بيار بورديو" إلى حد القول أن الشباب مجرد كلمة، فالسن في نظره هو معطى بيولوجي مطلق ومطلق اجتماعياً⁽¹⁷⁰⁾.

أما في دراستنا فمفهوم الشباب يقصد به الشباب الجزائري من مدينتي غليزان وسعيدة، يظهر في الفئة العمرية التي تستخدم الفيسبوك، والتي ينحصر سنهما ما بين 18 سنة إلى غاية 35 سنة ذكورا وإناثا.

المنهج المستخدم:

يعتبر كثير من الباحثين أن المنهج هو المرشد والدليل الذي يقود الباحث قصد الوصول إلى نتائج موضوعية، وهو من أهم الخطوات المتبعة من طرف الباحث ويعرف المنهج في قاموس LE PETIT ROBERT بأنه: "مجموعة

من الإجراءات التي يتبعها الذهن لاكتشاف الحقيقة والبرهنة عليها"⁽¹⁷¹⁾.

كما يعرف المنهج على أنه " مجموعة العمليات الذهنية التي يحاول من خلالها علم من العلوم بلوغ الحقائق المتوخاة و التأكد من صحتها"⁽¹⁷²⁾.

وقد استخدمنا في دراستنا هذه منهج المسح الاجتماعي ويعرفه وينتي **WHITNEY** على أنه: "محاولة منظمة لتقرير وتحليل وتفسير الوضع الراهن لنظام اجتماعي أو جماعة بيئية معينة وهو ينصب على

(- نصر الدين العياضي، الشباب في دولة الامارات والأنترن: مقارنة للتمثالات والاستخدامات، المرجع نفسه، ص264.169)
(- المرجع نفسه، ص264.170)

أ. لارامي، ب. فالي، البحث في الاتصال عناصر منهجية، ترجمة ميلود سفاري وآخرون، مخبر علم الاجتماع الاتصال للبحث والترجمة، منشورات جامعة منتوري -¹⁷¹

تسطنطينة، 2004، ص26.

Madline Gravite : méthod des sciences sociales ,percisdalozedition ,paris,1987,p⁽¹⁷²⁾-

الوقت الحاضر وليس على اللحظة الحاضرة ،كما أنه يهدف إلى الوصول إلى بيانات يمكن تصنيفها وتفسيرها وتعميمها ،وذلك للاستفادة منها في المستقبل وخاصة في الأغراض"¹⁷³)، ويهدف هذا المنهج إلى دراسة الظاهرة في وقتها الراهن من خلال التركيز على عينة وإجراء المسح عليها أي استخدام المسح بالعينة من خلال اختيار عينة مشكلة من مجموعة أفراد تنطبق عليهم المواصفات المحددة مسبقا كاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي وتحديد موقع الفيسبوك ومن ثم وصف وترتيب وتصنيف معطيات أفراد العينة من مستخدمي الفيسبوك ومدى ممارستهم للهوية الافتراضية أو لبعض عناصرها عبر هذا الموقع، وما ملامح هؤلاء المستخدمين إضافة إلى العوامل المحددة لاستخدام هذه الهوية ونظرة الباحثين وتصورهم للهوية الافتراضية ،وذلك بجمع البيانات من الباحثين ثم معالجتها كميًا من خلال ترتيبها وتفريغها في جداول وكيفية عن طريق التعليق على الجداول وتفسيرها وتحليلها للخروج بالنتائج .

تحديد العينة :

لعل أهم خطوة يمر بها الباحث خلال دراسته هو اختياره للعينة وتمثيل مجتمع البحث تمثيلاً دقيقاً وتعرف العينة بأنها : " اختيار جزء من مجموع المادة بحيث يمثل هذا الجزء المجموعة كلها وهي تعد طريقة إحصائية سليمة في منطقتها وليس في أسلوبها"⁽¹⁷⁴⁾ .

وقد قمنا باختيار عينة مشكلة من 40 مبحوث من مستخدمي الفيسبوك ومن الجنسين أي الذكور والإناث القاطنين بمدينة سعيدي وغليران وإجراء الدراسة عليهم ،وقد كانت العينة بالتساوي أي 20 مبحوث لكل منطقة، فعينتنا كانت قصدية وتشير هذا النوع من العينات غير الاحتمالية إلى : " أن الباحث يختار في هذا النوع من العينات حالات يعتقد أنها تمثل المجتمع في الجانب الذي يتناوله البحث ،فقد يختار الباحث منطقة يجري فيها بحثه معتقداً أن سكانها يمثلون الذين يستمعون إلى الراديو أو الذين يشاهدون التلفزيون أو السينما أو المسرح... الخ"⁽¹⁷⁵⁾.

بحيث توجهنا مباشرة إلى مستخدمي هذا الموقع ،ومن القاطنين بالمدينتين المذكورتين ،وقمنا بتوزيع الاستمارات عليهم.

أداة الدراسة:

(- عل غربي، أبجديات المنهجية في كتابة الرسائل الجامعية ، منشورات مخبر علم اجتماع الاتصال ، جامعة منتوري قسنطينة ، ط2 ، 2009 ، ص 80. ¹⁷³)

(- محمد زيان عمر، البحث العلمي مناهجه وتقنياته ، السعودية ، دار الشروق للنشر والتوزيع ، 1983 ، ص 188. ¹⁷⁴)

(- عاطف عدلي العبد، ركي أحمد عزمي ، الأسلوب الإحصائي واستخداماته في بحوث الرأي العام والإعلام ، القاهرة ، دار الفكر العربي ، ط 1 ، 1993 ، ص 142. ¹⁷⁵)

. إن نجاح أي بحث علمي متوقف على دقة البيانات المتحصل عليها والموظفة فيه ولعل هذا يتطلب من الباحث تحكم أكبر في الأدوات المسخرة لجمع المعلومات والبيانات باختيار أدقها وأنسبها للمنهج المستخدم في الدراسة .

وبما أن نوعية دراستنا مسحية فإننا رأينا أن التقنية الأنسب في ذلك هي استمارة الاستبيان كون أنها تتوجه إلى أكبر عدد من أفراد مجتمع البحث وملائمة لدراسات الجمهور ،كما أنها توفر الوقت والجهد وقادرة على جلب معلومات أكثر من المبحوثين إضافة إلى أنها مناسبة لموضوع بحثنا حتى نتضح لنا ممارسات الشباب للهوية الافتراضية عبر موقع التواصل الاجتماعي الفايسبوك ،وحتى يدلي المبحوث بكل ما لديه في ذلك ،أما بخصوص بناء الاستمارة (المحاور والأسئلة)،فقد احتوت على أربعة محاور المحور الأول تناولنا ملامح ممارسات الهوية الافتراضية لدى مستخدمي الفايسبوك واحتوى على سبعة أسئلة متعلقة بالاسم المستخدم على صفحة المبحوث أو حقيقي أم مستعار وكذلك الحال بالنسبة لسنه وجنسه وموطنه الأصلي ووظيفته التي يشغلها ونوع الصورة المستخدمة على الصفحة أهي حقيقية أم مستعارة إضافة إلى اللغة المستخدمة من طرف المستخدم ، أما المحور الثاني فتناول العوامل المحددة لممارسات الهوية الافتراضية لدى مستخدمي الفايسبوك وشمل خمسة أسئلة بخصوص عدد الصفحات التي يملكها المستخدم وكذا استخدامه للفايسبوك يكون مع أصدقائه فقط أم مع جميع الناس ،إضافة إلى العامل المحدد لعلاقاته مع الآخرين أهو مهني أم شخصي أم للتعارف فقط ،وما مبرر استخدامه لمعلومات غير حقيقية ،وهل قام المستخدم بتغيير صفحته من قبل أم لا ،في حين المحور الثالث فخص علاقة مستخدمي الفايسبوك بممارسات الهوية الافتراضية وشمل خمسة أسئلة

تناولت نوعية معلومات المستخدم على صفحته ،وهل لديه أشخاص غير معروفين على صفحته وكذا علاقاته مع أصدقائه عبر الفايسبوك وهل تقمص أدوارا لأشخاص آخرين،وأخيرا نظرة المستخدم لصفحته إن كانت تعكس هوية حقيقية أم خفية ، هذا مع محور خاص بالسمات العامة للمبحوث يخص الجنس والسن والمهنة والمستوى الدراسي .

الإطار الزمني والمكاني للدراسة :

الإطار الزمني: امتدت هذه الدراسة على مدار شهر كامل أي من 20 أوت إلى 25 سبتمبر، أما بخصوص الجانب الميداني لهذه الدراسة فقد قمنا بتوزيع الاستمارات على المبحوثين واسترجاعها خلال الفترة الممتد من 30 /08 /2014 إلى 10 /09 /2014.

الإطار المكاني : قمنا بإجراء هذه الدراسة على عينة من مستخدمي الفايسبوك بمدينة غليزان وسعيدة وهما مدينتان تقعان بالغرب الجزائري .

تحليل البيانات :

المحور الأول : السمات العامة

الجدول رقم 01 :يوضح جنس المبحوثين.

الجنس	التكرار	النسبة المئوية
ذكر	28	70
انثى	12	30
المجموع	40	100

نلاحظ من خلال الجدول أن عدد الذكور يفوق عدد الإناث حيث بلغ عدد الذكور 28 بنسبة 70 % بينما الإناث 12 ونسبة 30 %، ويرجع تفوق الذكور على الإناث إلى سهولة الوصول إلى الذكور هذا من جهة، كما أن أغلبهم من أصدقائنا عبر موقع الفايسبوك .

الجدول رقم 02:يوضح سن المبحوثين.

السن	ك	ن م
22-18	25	62.5
26-22	08	20
30-26	07	17.5
34-30	00	00
المجموع	40	100

نلاحظ من خلال الجدول أن أغلب المبحوثين ينتمون إلى الفئة العمرية الأول 22-18، حيث بلغ عددهم 25 مبحوث ونسبتهم 62.5% ثم تأتي بعدها الفئتان العمريتان 26-22 و 30-26 وهذا راجع لإستهدافنا لفئة الشباب المستخدمين لموقع الفايسبوك، وتحصر الدراسات النفسية والاجتماعية فئة الشباب بين 18 سنة وهو سن الرشد إلى 35 سنة.

الجدول رقم 03: يوضح مهنة المبحوثين.

المهنة	ك	ن م
بطل	00	00
عامل	12	30
طالب	28	70

المجموع	40	100
---------	----	-----

نلاحظ من خلال الجدول أن عدد الطلبة الجامعيين يقدر عددهم بـ 28 مبحوث أي ما نسبته 70% في مقابل العمال 30%، بينما نسبة البطالين تقدر بلا شيء ، ويرجع ارتفاع نسبة الطلبة في إعتقادنا إلى أن هذه الشريحة من أكثر الشرائح إستخداما لمواقع التواصل الاجتماعي وفي مقدمتها الفايسبوك.

الجدول رقم 04 : يوضح مكان إقامة المبحوثين.

مكان الإقامة	ك	ن م
سعيدة	20	50
غليزان	20	50
المجموع	40	100

من خلال الجدول يتضح لنا تساوي عدد المبحوثين القاطنين بالمدينتين المشكلتين لمكان إجراء الدراسة ، إذ بلغ عدد القاطنين بمدينة سعيدة 20 مبحوث وكذلك الحال بالنسبة للقاطنين بمدينة غليزان، وهذا راجع لأن لإختيارنا للعينة الطبقية في هذه الدراسة إذ تعمدنا أن يكون عدد المبحوثين من كل ولاية متساوي .

المحور الثاني : ملامح ممارسات الهوية الافتراضية لدى مستخدمي الفايسبوك.

الجدول رقم 05: يوضح الاسم المستخدم على الصفحة .

الإسم المستخدم	ك	ن م
حقيقي	22	55
مستعار	18	45
المجموع	40	100

من خلال الجدول نلاحظ تقارب في عدد المبحوثين المستخدمين لأسماءهم الحقيقية على صفحاتهم عبر موقع التواصل الاجتماعي، مع أولئك المستخدمين لأسماء مستعارة، مع تفوق للمبحوثين المستخدمين لأسماءهم الحقيقية حيث بلغ عددهم 22 مبحوث، بنسبة 55% في مقابل عدد المبحوثين المستخدمين لأسماء مستعارة والمقدر عددهم بـ 18 مبحوث وما نسبته 55% .

ويرجع تفوق عدد المستخدمين في نظرنا لأسماءهم الحقيقية إلى أن هؤلاء معروفين لدى أصدقائهم عبر الفيسبوك بمعنى أن أصدقائهم حقيقيون هذا من جهة، ومن جهة أخرى ربما لوعيهم بمخاطر استخدام هوية إفتراضية غير حقيقية عبر الموقع.

أما عن أولئك الذين يستخدمون أسماء مستعارة عبر صفحاتهم إلى تخوفهم من الكشف عن أسمائهم لدى الآخرين، وبالتالي إنكشاف هويتهم ، كما قد يكونوا من الإناث باعتبارهما الأكثر استخداماً للأسماء المستعارة.

الجدول رقم 06: يوضح الجنس المصرح به على الصفحة .

الجنس المصرح به	ك	ن م
حقيقي	30	75
مستعار	10	25
آخر	00	00
المجموع	40	100

نلاحظ من خلال الجدول أن أغلب المبحوثين مصرحون بجنسهم الحقيقي عبر موقع التواصل الاجتماعي، حيث بلغ عددهم 30 مبحوث أي ما نسبته 75%، أما عن المبحوثين غير المصرحين بجنسهم الحقيقي فعددهم 10 مبحوثين ونسبتهم تقدر بـ 25% .

ويرجع ارتفاع المصرحين بجنسهم الحقيقي إلى وعيهم أيضاً بمخاطر استخدام الهوية الافتراضية، كما قد يكونوا مصرحين بأسماءهم الحقيقية حيث يبين الجدول رقم 05 ذلك حيث بلغت نسبته 55% .

الجدول رقم 07: يوضح الموطن المصرح به على الصفحة .

الموطن المصرح به	ك	ن م
حقيقي	37	92.5
مستعار	03	7.5
المجموع	40	100

نلاحظ من خلال الجدول أن جل المبحوثين أجابوا بأنهم مصرحين بموطنهم وبلدهم الأصلي إذ بلغ عددهم 37 مبحوث من أصل 40 مبحوث حجم العينة ونسبتهم تجاوزت 92% .

ويرجع ذلك إلى أن هؤلاء المستخدمين قد يكونوا معروفين لدى الآخرين أي أصدقائهم عبر الصفحة من خلال التصريح بأسماءهم وهو ما يدفعهم إلى التصريح بموطنهم وأصلهم، كما أن المواطن ليس له أهمية كبيرة عند مستخدمي الفايسبوك بالمقارنة مثلا مع صورة المستخدم والجنس... الخ.

الجدول رقم 08: يوضح الوظيفة المسجلة على الصفحة.

الوظيفة المسجلة	ك	ن م
حقيقية	25	62.5
مستعارة	15	37.5
المجموع	00	100

نلاحظ من خلال الجدول أن أغلب المبحوثين أجابوا بأن وظيفتهم المسجلة على صفحتهم هي وظيفتهم الحقيقية على أرض الواقع، حيث بلغ عددهم 25 مبحوث ونسبتهم 62.5%، بينما المبحوثين المستخدمين لوظيفة مستعارة فعددهم 15 ونسبتهم بلغت 37.5% .

ويرجع ارتفاع نسبة المصريحين بوظيفتهم الحقيقية إلى أن هؤلاء معروفين أيضا عند أصدقائهم، وبالتالي هو ما يشكل عائقا لهم في تغيير وظيفتهم وتبني وظيفة أخرى، أما عن المبحوثين المستخدمين لوظيفة مستعارة فمرد ذلك إلى تمويه الآخرين والرغبة في كسب علاقات جديدة خاصة مع الإناث، إذ تشكل الوظيفة عاملا مهما في بناء العلاقات الافتراضية.

الجدول رقم 09: يوضح الصورة المستخدمة على الصفحة .

الصورة المستخدمة	ك	ن م
حقيقية	04	10
مستعارة	36	90
المجموع	40	100

يتضح من خلال الجدول إرتفاع عدد المستخدمين لصور غير حقيقية على صفحاتهم، ويقدر عددهم بـ 36 مبحوث وما نسبته 90%، أما المبحوثين المستخدمين لصورتهم الحقيقية فعددهم 04 مبحوثين ونسبتهم بلغت 10% .

ويرجع ارتفاع نسبة المستخدمين لصورتهم الحقيقية عبر البروفايل الشخصي إلى الخوف من انكشاف هويتهم، كما يلعب عامل الخصوصية دورا في ذلك خاصة عند الإناث والرغبة في عدم نشر صورهم خوفا من التشهير بها وتعديلها في ظل تطور التقنيات الحديثة كالفتو شوب والسكانير وغيرها، إضافة إلى

خوف المستخدم من عدم قبول الآخر له، إذ تشكل صورة البروفایل أحد عوامل بناء وتشكيل العلاقات الافتراضية عبر مواقع التواصل الاجتماعي .

الجدول رقم 10: يوضح اللغة المستخدمة

اللغة المستخدمة	ك	ن م
حقيقية	40	100
مستعارة	00	00
المجموع	40	100

يتضح من خلال الجدول أن كل المبحوثين يستخدمون في تواصلهم وتفاعلهم مع أصدقائهم عبر صفحاتهم لغتهم الحقيقية، ويرجع ذلك إلى عدم قدرة المستخدمين على استعمال لغات أخرى كاللغة الأجنبية والانجليزية.

المحور الثالث: العوامل المحددة لممارسات الهوية الافتراضية لدى مستخدمي الفيسبوك

الجدول رقم 11: يوضح ملكية المستخدم للصفحات .

ملكية المستخدم للصفحات	ك	ن م
نعم	26	65
لا	14	35
المجموع	00	100

نلاحظ من خلال الجدول أن معظم الاجابات لأفراد العينة تملك أكثر من صفحة (بروفایل) على الفيسبوك، حيث قدرت بـ 26 مبحوث وبنسبة بلغت 65%، وتليها اجابات المبحوثين حول عدم ملكية أكثر من صفحة على الفيسبوك بـ 14 مبحوث وبنسبة بلغت 25% ويمكننا تفسير هذه البيانات المتحصل عليها انطلاقاً من دور أغلبية المستخدمين للفيسبوك يملكون أكثر من صفحة، وهذا راجع إلى توسيع دائرة الأصدقاء من جهة، وإلى التستر وراء الهوية الافتراضية وعدم اكتشاف هوية الفرد الحقيقية، كما يمكننا تفسير هذا الأخير من خلال عدم المبالاة من جهة أخرى قصد الشهرة وغيرها، خاصة إذا كان الفرد يستخدم هويته الحقيقية.

الجدول رقم 12 : استخدام الصفحة الرئيسية .

استخدام الصفحة مع	ك	م
-------------------	---	---

72.5	29	اصدقائك فقط
27.5	11	جميع الناس
100	40	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول أن معظم المبحوثين يتم استخدامهم للفيسبوك مع أصدقائهم الأقرب والذي بلغ عددهم بـ29 مبحوث ونسبة بلغت 72.5 %، أما استخدام الفيسبوك مع جميع الناس فبلغ عددهم 11 مبحوث والذي قدرت نسبته بـ27.5%، من هنا يمكننا تفسير هذه البيانات الجدولية على أن جل مستخدمي الفيسبوك تربطهم علاقات صداقة حميمية ترتبط بالاهتمام وبالصداقة وبالقرية أكثر من شيء آخر في الأغلبية، وما يحدد علاقات الأشخاص داخل هذا الفضاء الافتراضي كل ما يتعلق باهتماماتهم التعريفية في علاقاتهم مع الآخرين أكثر من ارتباطهم بأي شخص من مستخدمي الفيسبوك.

الجدول رقم 13: يوضح العامل المحدد لعلاقة المستخدم مع الآخرين .

العامل المحدد للعلاقة	ك	ن م
مهني	02	05
شخصي	07	17.5
تعارفي	31	77.5
المجموع	40	100

نلاحظ من خلال الجدول بأن معظم المبحوثين تربطهم علاقات تعريفية، حيث احتل هذا النمط من العلاقة أكبر عدد ونسبة والتي قدرت بـ 31 مبحوث وبـ 77.5%، وتليها الأنماط الأخرى للعلاقة التي كانت قليلة جدا مقارنة بالنمط التعرفي للعلاقة، حيث احتلت العلاقة المهنية بـ02 مبحوثين بنسبة 05%، والعلاقة الشخصية بـ07 مبحوثين بنسبة 17.5%، ومن هنا نستنتج بأن جل علاقات أفراد العينة تحدها علاقات تعريفية عبر استخدامهم للفيسبوك، وهذا راجع لطبيعة الوسيط أولا باعتبار أن الفضاء الالكتروني الافتراضي له خصوصيته، بالإضافة إلى بعض المواصفات الفرد الطبيعية المتعلقة بحب التطلع، وتوسيع من دائرة الأصدقاء، والفضول في اكتساب الأصدقاء والتعرف عليهم، كما لا ننفي بأن الاهتمامات الشخصية لها دور في هذا المجال.

الجدول رقم 14: يوضح سبب استخدام المتصفح لمعلومات غير حقيقية .

سبب استخدام معلومات غير	ك	ن م
-------------------------	---	-----

حقيقية		
التستر على الشخصية	32	80
توجد مشكلات مع آخرين	07	17.5
أسباب مهنية	01	2.5
أسباب أخرى	00	00
المجموع	40	100

نلاحظ من خلال الجدول بأن من أهم الأسباب التي تؤدي بالمبحوثين من استخدام معلومات غير حقيقية عبر الفيسبوك هو التستر عن هويتهم الشخصية، حيث بلغت الاجابات بـ32 مبحوث من مجموع أفراد العينة، وقدرت نسبتهم بـ 80%، وما تبقى من اجابات المبحوثين كانت معظمها متعلقة ببعض المشكلات التي تقع بين مستخدمي الفيسبوك، ومن هنا نستنتج بأن استخدام معلومات غير حقيقية سببه راجع إلى التستر على الشخصية، ومن هنا تظهر ملامح تشكل الهوية الافتراضية من خلال التستر على الهوية الحقيقية وما تحملها من صفات وسمات، وعلى هذا الأساس يمكننا تفسير هذه النتائج انطلاقاً من مبدأ أننا كلما توجهنا إلى التستر عن ملامح الهوية الحقيقية بالضرورة وحتماً سنتوجه نحو بناء الهوية الافتراضية، خاصة إذا توافرت نفس الشروط وفي نفس الفضاء الذي يحوي لمثل هذه الاستخدامات.

الجدول رقم 15: يوضح مدى تغيير المستخدم للصفحة .

هل غيرت الصفحة	ك	ن م
نعم	37	92.5
لا	03	7.5
المجموع	00	100

نلاحظ من خلال الجدول بأن معظم اجابات المبحوثين كانت حول تغييرهم لصفحتهم على الفيسبوك، حيث بلغ عددهم بـ37 مبحوث من مجموع أفراد العينة وبنسبة قدرت بـ 92.5%، أما عن المبحوثين الذين كانت اجاباتهم حول عدم تغييرهم لصفحتهم على الفيسبوك فعددهم بـ03 مبحوثين وبنسبة قدرت بـ 7.5%، ومن هنا نستنتج بأن أغلبية مستخدمي الفيسبوك يغيرون صفحتهم على الفيسبوك بأكثر من مرة، بحيث نادراً ما يقع على الأفراد من تغيير صفحتهم والاحتفاظ بالصفحة الرئيسية الأولى، ومن هنا يمكننا تفسير هذا التغيير بناء على مبدأ الهروب من الحقيقة والتستر على الهوية الشخصية من جهة، وكذا

إعطاء للشخصية الواحدة أو بالأحرى للهوية الواحدة عدة شخصيات أو هويات متعددة، باعتبار أنها تختلف عن بعضها في الملامح ولو في محدد واحدة من محددات الهوية المفترضة، كما لا ننفي دور طبيعة الفضاء الالكتروني الافتراضي الذي يمنح قابلية التعدد والتنوع والتوسع من دائرة المشاركة في الاستخدامات عبر الفيسبوك.

المحور الرابع: علاقة مستخدمي الفيسبوك بممارسات الهوية الافتراضية
الجدول رقم 16: يوضح هوية المستخدم على الصفحة .

ن م	ك	هويتك عبر الفيسبوك تحمل معلومات حقيقية
57.5	23	نعم
42.5	17	لا
100	40	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول الاجابات الواضحة المتعلقة بهذا السؤال، خاصة وأن الأخير يعتبر من الأسئلة التفتيحية والاختبارية في نفس الوقت، حيث كانت معظم اجاباتالمبحوثين بأن هويتهم عبر الفيسبوك تحمل معلومات حقيقية بلغ عددهم 23 مبحوث، وبنسبة 57.5%، كما نلاحظ أن هناك من أجاب من المبحوثين حول عدم امتلاك هويتهم للمعلومات الحقيقية، ويظهر التقارب هنا نوعا ما في الاجابات، حيث بلغت الاجابة الثانية 17 مبحوث وبنسبة 42.5%، ومن هنا نستنتج بأن أغلبية مستخدمي الفيسبوك تحمل هويتهم عبر الفيسبوك معلومات حقيقية بمرر الاختفاء وراء التستر من جهة، كما يتضح من تلك البيانات مدى التقارب بين نسبة الاستعمال الحقيقي للمعلومات وبين الاستعمال الافتراضي، ومن هنا يمكننا أن نفسر هذا التقارب بامتزاج المعلومات بين الحقيقية والخفية، مما يشكل لنا هوية ثالثة تظهر في الهوية الافتراضية.

الجدول 17: يوضح امتلاك المستخدم لأشخاص غير معروفين على الصفحة .

ن م	ك	لديك اشخاص غير معروفين
82.5	33	نعم
17.5	07	لا
100	40	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول بأن معظم اجابات المبحوثين لديهم أشخاص غير معروفين في صفحاتهم عبر الفيسبوك، حيث بلغ عددهم بـ33 مبحوث وبنسبة قدرت بـ 82.5%، أمضا عن الاجابات الثانية والتي تخص المبحوثين الذين لديهم علاقة مع أشخاص معروفين لديهم بلغ عددهم بـ07 مبحوثين وبنسبة قدرت بـ17.5%، ومن هنا نستنتج بأن جل مستخدمي الفيسبوك لديهم أشخاص غير معروفين حقيقة في صفحاتهم الخاصة، ويمكننا تفسير هذه النتيجة من خلال توافد الكثير من الأشخاص على الصفحات يوميا من جهة، وكذا إضافة الصفحات الجديدة لأشخاص آخرين قصد التعرف، كما طبيعة هذا الفضاء الافتراضي تمنح التداول على كل ماهو جديد من العلاقات بين مستخدمي الفيسبوك، ولعل ما يبرر وجود بعض المستخدمين من لديهم أشخاص معروفين في صفحاتهم، ينطبق الأمر هنا على اولائك الذين تتم علاقاتهم في أطر محدودة ومع أشخاص محددين ترتبطهم الصداقة أو القرابة أو مهنة معينة وغيرها.

الجدول 18:علاقة المستخدم مع أصدقائه عبر الصفحة .

العلاقة مع أصدقائك	ك	ن م
علاقة صداقة عبر الفاييسبوك	13	32.5
علاقة صداقة عبر الفاييسبوك والواقع معا	27	67.5
المجموع	40	100

نلاحظ من خلال الجدول بأن معظم اجابات المبحوثين كانت حول علاقة صداقاتهم التي تتم عبر الفيسبوك وفي الواقع أيضا، حيث بلغ عددهم بـ27 مبحوث وبنسبة قدرت بـ67.5%، تليها اجابات المبحوثين حول علاقة صداقاتهم التي تتم عبر الفيسبوك بنسبة أقل، حيث بلغ عددهم 13 مبحوث وبنسبة قدرت بـ32.5%، من هنا نستنتج بأن معظم العلاقات التي تتم عبر مستخدمي الفيسبوك هي ليست علاقات افتراضية داخل الفضاء الافتراضي تحويها تلك الوسيلة فقط، وإنما لها جانب من الحقيقة والتي تتمثل في علاقات حقيقية واقعية، وهذا ما يوضح انعكاس العلاقات من الواقع إلى الافتراض بحكم أنها ليس بالضرورة تحافظ على تحافظ على نفس الشكل باختلاف طبيعة كل فضاء، كما أننا وجود علاقات عبر الفيسبوك والتي تبرر العلاقات الافتراضية المحضة والتي يتم بناءها عوض إعادة تشكيلها.

الجدول رقم 19:يوضح مدى تقمص المستخدم لأدوار لشخصيات عبر الفاييسبوك .

تقمصت أدوار عبر الفاييسبوك	ك	ن م
نعم	04	10

90	36	لا
100	40	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول بأن معظم اجابات المبحوثين كانت حول عدم تقمصهم للأدوار عبر الفيسبوك، حيث بلغ عددهم بـ36 مبحوث وبنسبة 90%، أمضا الاجابة الثانية فكانت تضم نسبة ضئيلة، حيث كان عدد اجابات المبحوثين حول تقمصهم للأدوار عبر الفيسبوك بـ04 مبحوثين وبنسبة قدرت بـ10%، ومن هنا نستنتج بأن معظم مستخدمي الفيسبوك لا يتقمصون أدوار غيرهم عبر الفيسبوك، وعلى هذا الأساس يمكننا تفسير هذه النتيجة انطلاقا من مبدأ أنه كلما كانت الحقائق أكثر وملاحح الهويات الحقيقية أكثر كلما قل تقمص الأدوار بالنسبة لمستخدمي الفيسبوك سواء تعلق الامر بأدوار تمثيلية أو أدوار أشخاص آخرين وما تعلق بهوياتهم، كما يمكن اعتبار أن هذا النوع من الاستخدام يشكل نوعا من المخاطرة بين أفراد المجتمع الافتراضي، ولعل ما توضحه نسبة 10% من اجابات المبحوثين تدل على أن تقمص الأدوار يقتصر على فئة من المستخدمين، كما يدل على التستر على الهوية الحقيقية وهو ما يثبت وجود ممارسات الهوية الافتراضية.

الجدول رقم 20: يوضح علاقة هوية المستخدم الحقيقية بصفحة عبر الفيسبوك .

صفحتك عبر الفيسبوك تعكس	ك	ن م
هويتك الحقيقية	22	55
هوية خفية	18	45
المجموع	40	100

نلاحظ من خلال الجدول بأن معظم إجابات المبحوثين تضم هويتهم الحقيقية عبر الفيسبوك، حيث بلغ عددهم بـ22 مبحوث وبنسبة 55%، تليها اجابات المبحوثين عن استخدامهم للهوية الخفية عبر الفيسبوك بـ18 مبحوث وبنسبة قدرت بـ45%، ومن هنا نستنتج من هذه النتائج بأن هناك تقارب بين النسب، وهذا ما يدل على تقارب الاجابات حول استخدام الهوية عبر الفيسبوك، ويتضح لنا أن الهوية الحقيقية هي الأكثر استخداما من خلال الملاحح التي يوظفها الفرد، وعلى هذا الأساس يمكننا تفسير هذه الأخيرة وفقا لهوية كل فرد، فمنهم من يستخدم هويته الحقيقية، ومنهم من يستخدم هويته الافتراضية (الخفية)، ومن هم من يمزج بين الهويتين، وربما هذا النوع من الاستخدام (المزج بين الهويتين) هو الذي يفسر لنا تقارب البيانات الجدولية بين الهوية الحقيقية والخفية.

النتائج العامة:

من خلال دراستنا حول ممارسات الهوية الافتراضية لدى الشباب عبر موقع التواصل الاجتماعي كشف لنا بعض النتائج المتحصل عليها مايلي:

- تعتبر فئة الإناث الأكثر استخداما للأسماء المستعارة عبر موقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك.
- استخدام الهوية الحقيقية عبر الفيسبوك ترتبط بوعي الأشخاص بمخاطر استخدام الهوية الافتراضية.
- معرفة مستخدمي الفيسبوك لدى الآخرين من خلال جعلهم يصرحون بهويتهم الحقيقية.
- بعض ملامح الهوية الفيسبوك تعتبر أساسية (كالصورة والجنس والوظيفة مثلا) والتي لها أهمية كبيرة في توسيع العلاقات، وبناء الهوية الافتراضية.
- التستر عن الهوية الحقيقية من خلال عدم بروز البعض من ملامحها يرجع إلى الخوف من انكشاف هويتهم، كما يلعب عامل الخصوصية دورا في ذلك خاصة عند الإناث والرغبة في عدم نشر صورهم خوفا من التشهير بها وتعديلها في ظل تطور التقنيات الحديثة كالفوتو شوب والسكانير وغيرها، إضافة إلى خوف المستخدم من عدم قبول الآخر له، إذ تشكل صورة البروفايل أحد عوامل بناء وتشكيل العلاقات الافتراضية عبر مواقع التواصل الاجتماعي.
- عادة ما يستخدم الأشخاص عبر الفيسبوك في تواصلهم وتفاعلهم مع أصدقائهم لغتهم الحقيقية وبالأحرى لغة عربية بحروف لاتينية في أغلب الحالات، بحيث هناكمن لا يملك القدرة على استعمال لغات أخرى كاللغة الأجنبية والانجليزية.
- دور أغلبية المستخدمين للفيسبوك يملكون أكثر من صفحة، وهذا راجع إلى توسيع دائرة الأصدقاء من جهة، وإلى التستر وراء الهوية الافتراضية وعدم اكتشاف هوية الفرد الحقيقية، كما يمكننا تفسير هذا الأخير من خلال عدم المبالاة من جهة أخرى قصد الشهرة وغيرها، خاصة إذا كان الفرد يستخدم هويته الحقيقية.
- أغلبية مستخدمي الفيسبوك تربطهم علاقات صداقة حميمة ترتبط بالاهتمام وبالصداقة وبالقرابة أكثر من شيء آخر، وما يحدد علاقات الأشخاص داخل هذا الفضاء الافتراضي كل ما يتعلق باهتماماتهم التعريفية في علاقاتهم مع الآخرين، وهذا الأخير يعتبر محددًا أساسيًا من محددات العلاقات الافتراضية عبر الفيسبوك، وهذا راجع لطبيعة الوسيط أولاً باعتبار أن الفضاء الإلكتروني الافتراضي له خصوصيته، بالإضافة إلى بعض المواصفات الفرد الطبيعية المتعلقة بحب التطلع، وتوسيع من دائرة الأصدقاء، والفضول في اكتساب الأصدقاء والتعرف عليهم، كما لا ننفي بأن الاهتمامات الشخصية لها دور في هذا المجال.

- كلما توجهنا إلى التستر عن ملامح الهوية الحقيقية بالضرورة وحتما سنتوجه نحو بناء الهوية الافتراضية، خاصة إذا توافرت نفس الشروط وفي نفس الفضاء الذي يحوي لمثل هذه الاستخدامات.
- التغيير في الصفحات أو ما يعرف بالبروفایل الشخصي عبر الفيسبوك يبني على مبدأ الهروب من الحقيقة والتستر على الهوية الشخصية من جهة، وكذا إعطاء للشخصية الواحدة أو بالأحرى للهوية الواحدة عدة شخصيات أو هويات متعددة، باعتبار أنها تختلف عن بعضها في الملامح ولو في محدد واحد من محددات الهوية الافتراضية، كما لا ننفي دور طبيعة الفضاء الالكتروني الافتراضي الذي يمنح قابلية التعدد والتنوع والتوسع من دائرة المشاركة في الاستخدامات عبر الفيسبوك.
- معظم العلاقات التي تتم عبر مستخدمي الفيسبوك هي ليست علاقات افتراضية داخل الفضاء الافتراضي تحويها تلك الوسيلة فقط، وإنما لها جانب من الحقيقة والتي تتمثل في علاقات حقيقية واقعية، وهذا ما يوضح انعكاس العلاقات من الواقع إلى الافتراض بحكم أنها ليس بالضرورة تحافظ على نفس الشكل باختلاف طبيعة كل فضاء، كما أن وجود علاقات عبر الفيسبوك يبرر وجود العلاقات الافتراضية التي يتم بناءها عوض إعادة تشكيلها.
- كلما كانت الحقائق أكثر ولامح الهويات الحقيقية أكثر كلما قل تقمص الأدوار بالنسبة لمستخدمي الفيسبوك سواء تعلق الأمر بأدوار تمثيلية أو أدوار أشخاص آخرين وما تعلق بهوياتهم، ولعل هذا النوع من الاستخدام يشكل نوعا من المخاطرة بين أفراد المجتمع الافتراضي، كما أن تقمص الأدوار يقتصر على فئة من المستخدمين والتي شملت 10% من أفراد عينة البحث، مما يدل على التستر على الهوية الحقيقية وهو ما يثبت وجود ممارسات نحو تشكيل الهوية الافتراضية.
- تتقارب نسب المستخدمين من يستخدم هويته الحقيقية، ومن يستخدم هويته الخفية، ومن هم من يمزج بين الهويتين، هذا الأساس يظهر لنا هذا النوع من الاستخدام (المزج بين الهويتين) باعتباره الأكثر تداولاً وبروزاً في ملامح الهوية الافتراضية عبر الفيسبوك.

خاتمة

تدفعنا الدراسات في مجال علاقة الشباب بالفضاء الافتراضي ومواقع التواصل الاجتماعي على وجه الخصوص، باعتبارها وسائط تكنولوجية إعلامية جديدة دخلت عالم الميديا بتأثيراتها المتعددة، وهذا ما ساهم في تغيير خريطة العلاقة الاجتماعية بين الأفراد أو بالأحرى أحدث تغييرا في بناء العلاقات داخل المجتمع، ومن هنا تظهر ميزة التحول والتغير والتطور التي بدورها تساهم في فتح مجال الدراسات والبحوث في علاقة الشباب بالميديا الجديدة وما نتج عنه تغييرا في البنى الاجتماعية، وعلى هذا الأساس كانت دراستنا حول ممارسات الهوية الافتراضية عند الشباب عبر موقع التواصل الاجتماعي

"الفيسبوك"، فأشكالية الهوية تبقى مطروحة بناء على معطيات كشفتها نتائج مسبقة، بالإضافة إلى ما توصلت إليه دراستنا في هذا المجال، ويمكننا أن نرجع هذا إلى خصوصية وطبيعة الفضاء الافتراضي، وكذا كثرة الاستخدامات بالنسبة لمواقع التواصل الاجتماعي وعلى رأسها الفيسبوك، فتوسع دائرة العلاقات الافتراضية التي تساهم بدورها في توسع المجتمع الافتراضي يمنحنا رؤية تبصر في تغير هوية الفرد الحقيقية التي أصبحت تتناوبها عوامل دخيلة، ولعلّ هذا ما ساهم أيضا تارة بالبناء وتارة أخرى بإعادة التشكيل، وتظهر هذه العملية عندما نسلط الضوء على تلك العلاقات القائمة بين الأفراد داخل ذلك الفضاء في استخداماتهم للفيسبوك.

ومن هنا يمكننا القول بأنه كلما توجهنا إلى التستر عن ملامح الهوية الحقيقية بالضرورة وحتما سننتوجه نحو بناء الهوية الافتراضية، خاصة إذا توافرت نفس الشروط وفي نفس الفضاء الذي يحوي لمثل هذه الاستخدامات.

إنفعالية المزج بين الهويتين هو العامل الأساسي في عدم ثبوت الإجابة واتضاح الرؤية، فالصراحة في مثل هذه المواضيع تحتاج إلى ثبات عال الدرجة واختبار يفوق المتطلبات، والمهارة هنا تلعب دورا هاما في التلاعب بالأسئلة من خلال استطلاعات الرأي المختلفة.

قائمة المراجع:

- 1- الصادق رايح، الهوية الرقمية والشباب: بين التمثلات الاجتماعية والتمثل الذاتي، مطبوع أشغال الملتقى الدولي حول: الشباب والاتصال والميديا أيام 14-15-16 أفريل 2010م وحدة البحث في تكنولوجيا الإعلام والاتصال، معهد الصحافة وعلوم الأخبار ومؤسسة كونرادأديناور، تونس.
- 2- نصر الدين العياضي، وسائل الجديدة وإشكاليات قديمة، مجلة الباحث الإعلامي، العدد22، الصادرة عن كلية الإعلام ببغداد، الجامعة العراقية، 2013م.
- 3-Daniel Bougnoux, Introduction aux sciences de la communication, éditions La Découverte et Syros, Paris, 2001.
- 4-Dominique Wolton, Penser la communication, éditionsFlammarion,1997, coll, champs essaism, Paris
- 5- الصادق الحمامي، الميديا الجديدة والمجال العمومي (الاحياء والانبعاث)، مجلة اتحاد الاذاعات الدول العربية، جامعة الدول العربية، 2012م. أنظر: <http://www.arabmediastudies.com/>
- 6- <http://computing.dictionnaire.freefr.net/new+media>.
- 7- زاهر راضي، "استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في العالم العربي"، مجلة التربية، ع15، جامعة عمان الأهلية، عمان، 2003.
- 8- مريم نريمان نومار، استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية وتأثيره في العلاقات الاجتماعية (دراسة عينة من مستخدمي الفيسبوك في الجزائر)، رسالة ماجستير في علوم الاعلام والاتصال، قسم العلوم الانسانية، جامعة باتنة، 2012م.
- 9- عباس مصطفى صادق، "الاعلام الجديد: دراسة في مداخله النظرية وخصائصه العامة"، عمان، دار الشروق للنشر والتوزيع، ط1، 2008م.
- 10- (<http://ar.wikipedia.org/>)

- 11- المعرفة وشبكات التواصل الاجتماعي الالكترونية: نحو مجتمع المعرفة، سلسلة دراسات يصدرها مركز الدراسات الاستراتيجية، الاصدار 39، جامعة الملك عبد العزيز، 1433هـ-2012م.
- 12-Aziz Nafa, AissaMerah, **Les réseaux sociaux et les nouvelles forme de communication**, PublicationsColloque international sur (**Les Espaces Publics au MAGREB**), Sous La Direction de Hassan Remaoun et Abdelhamid Hania, Edition (CRASC) Oran, (Diraset) Tunisie, 2013.
- 13 – Jean-François Marcotte, **Communautés virtuelles et sociabilité en réseaux: pour une redéfinition du lien social dans les environnements virtuels**, Esprit Critique. Revu de internationale de sociologie et de sciences sociales– Vol.05, No.04, 2003, www.espritcritique.fr.
- 14-QueauPhillippe, Cyberspace ou le jeu vertigineux du virtuel, interview pour « Les humains associés »,1995
- 15- علي محمد رحومة، الأنترنيت والمنظومة التكنولوجية الاجتماعية، مركز الدراسات الوحدة العربية، بيروت، 2005م.
- 16- أحمد أمين فؤاد، موقع "فايس بوك" والشباب العربي: الاستخدامات والشبكات، مطبوع أشغال الملتقى الدولي حول: الشباب والاتصال والميديا أيام 14-15-16 أبريل 2010م.
- 17- هارلمبسوهولبون، سوسيولوجيا الثقافة والهوية، ترجمة حاتم حميد محسن، دار كيوان للطباعة والنشر والتوزيع، دمشق، ط1، 2010م.
- 18-François Filliettaz, **Un enjeu pour l'enseignement** Comprendre l'identité numérique, Direction des systèmes d'information et service écoles-médias, Version 1.0, janvier 2011, Département de l'instruction publique, de la culture et du sport, République et Canton de Genève, [http //www.ge.ch/sem/cc/by-nc-nd /](http://www.ge.ch/sem/cc/by-nc-nd/)
- 19-Ready for what's next(Virtual Identity). www.boozallen.com/
- 20- بايوسف مسعودة، الهوية الافتراضية: الخصائص والابعاد (دراسة إستكشافية على عينة من المشتركين في المجتمعات الافتراضية)، مجلة العلوم الانسانية والاجتماعية، عدد اص للملتقى الدولي

حول: الهوية والمجالات الاجتماعية في ظل التحولات السوسيوثقافية في المجتمع الجزائري، جامعة قاصدي مرباح ورقلة، 2013م.

20- عبد الوهاب بوخنوفة، شباب الأحياء الشعبية في الجزائر والأنترنيت: محاولة اقتراب التمثل والاستخدامات، مطبوع أشغال الملتقى الدولي حول: الشباب والاتصال والميديا أيام 14-15-16 أفريل 2010م.

- نصر الدين العياضي، الشباب في دولة الامارات والأنترنيت: مقارنة للتمثلات والاستخدامات، 21- أ. لارامي ، ب. فالي ، البحث في الاتصال عناصر منهجية ، ترجمة ميلود سفاري وآخرون ، 22- مخبر علم الاجتماع للاتصال والبحث والترجمة، منشورات جامعة منتوري قسنطينة، 2004م.

23-Madline Gravite : method des sciences sociales , percisdallozedition ,paris,1987.

- عل غربي، أبجديات المنهجية في كتابة الرسائل الجامعية ،منشورات مخبر علم اجتماع الاتصال 24 ،جامعة منتوري قسنطينة ،ط2، 2009م.

- محمد زيان عمر، البحث العلمي مناهجه وتقنياته ، السعودية ، دار الشروق للنشر والتوزيع 25 ،1983م.

26- عاطف عدلي العبد، زكي أحمد عزمي ، الأسلوب الإحصائي واستخداماته في بحوث الرأي العام والإعلام، القاهرة، دار الفكر العربي ، ط1، 1993م.

أثر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على العلاقات الاجتماعية لدى فئة الشباب