

## التصوير الذاتي Selfie تواصل اجتماعي أم اضطراب نفسي؟ دراسة ميدانية

د. بودريالة عبد القادر

جامعة قاصدي مرباح ورقلة (الجزائر)

### الملخص:

يدل "السيلفي" كمصطلح على الصورة الذاتية التي يقوم المستخدم بالتقاطها عن طريق الهاتف الذكي عموماً، ومن ثم يقوم بنشرها عبر مواقع التواصل الاجتماعي المختلفة وذلك لاعتمادها كصورة رئيسية لملفه الشخصي أو لتسجيل حضوره في مكان معين، وإن كان السلفي قد ظهر في نهاية القرن التاسع عشر، إلا أنه انتشر بفضل الشبكات الاجتماعية. يزداد عدد مستخدمي هاتمه الخاصة كل يوم على اعتبار أن مواقع التواصل الاجتماعي تعتمد عليها كثيراً في التواصل والتبادل التفاعلي بين المستخدمين، كما يعود هذا الارتفاع في استخدامها إلى شغف المستخدم في التقاط صور جميلة للذات وإشباعه للأنس والنرجسية وفقاً لعلماء النفس وهو ما يحيل أن السلفي ظاهرة تواصلية تحمل في طياتها مخاطر اجتماعية ونفسية كثيرة.

**الكلمات المفتاحية:** سيلفي، مواقع التواصل الاجتماعي، النرجسية، اضطراب نفسي.

### Résumé :

Le terme selfie désigne une photo (image) personnelle que l'utilisateur prend pour lui-même à l'aide d'un smartphone, puis la publie sur les divers réseaux sociaux ou comme photo de son propre profil, ou bien marqué sa présence dans des lieux particuliers, le selfie date du 19<sup>ème</sup> siècle mais sa prolifération doit bien aux réseaux sociaux.

Le nombre des utilisateurs de cette application augmente de jour en jour car les sites de réseaux sociaux s'appuient fortement sur l'échange interactif entre utilisateurs, ce qui renforce le besoin de l'utilisateur de prendre de belles photos et de satisfaire son ego et son narcissisme. Ce qui indique que le phénomène selfie conduit à des nombreux risques sociaux et psychologiques.

**Mots-clés :** Selfie, réseaux sociaux, narcissisme, troubles psychologiques.

### مقدمة:

ازدادت في السنوات القليلة الماضية شعبية التصوير "السيلفي" على مواقع التواصل الاجتماعي، وأصبح البعض مدمناً لتلك الظاهرة بشكل غريب، حيث يعرض البعض حياته للخطر والقيام بالتصوير في مواقع خطيرة حتى وصل البعض أنه صور نفسه سيلفي عند الانتحار مما دفع العلماء إلى تسميته بالهوس ودفعهم للعمل على تفسير ظاهرة "السيلفي" ومعرفة تأثيراتها على المستخدمين.

رافق اجتياح الهواتف الذكية للحياة اليومية انتشار ظاهرة التقاط صور "السيلفي" انتشاراً واسعاً في جميع أنحاء العالم بين مختلف الشرائح والأعمار بشكل لافت بلغ إلى حد أصبح مصدر سبباً في ظهور العديد من الأمراض النفسية والعقلية، فقد خلصت دراسة بريطانية حديثة إلى أن الإناث أكثر هوساً "بالسيلفي" بعدما توصلت من خلال إحصائيات وتجارب واقعية إلى أن الإناث مهوسات بالتصوير بشكل عام و"السيلفي" بشكل خاص، إذا ما قورن بالذكور، حيث يقضين نحو خمس ساعات أسبوعياً في أخذ صور "السيلفي"، وذلك من أجل إبراز جمالهن لاستعاضة بعض مشاعر النقص والذاتية التي تكمن داخلهن أو للشعور بجمالهن وأثوثهن.

وتعرف الصورة الذاتية أو "السيلفي" أو الصورة الملتقطة ذاتياً، أنها عبارة عن صورة شخصية يقوم صاحبها بالتقاطها لنفسه باستخدام آلة تصوير أو باستخدام هاتف ذكي مُجهز بكاميرا رقمية، ومن ثم القيام بنشرها على مواقع

التواصل الاجتماعي لاعتمادها كصورة للملف الشخصي أو تسجيل الحضور في مكان معين أو إلى جانب أشخاص مُعينين أو للتعبير عن حالة نفسية مُعينة في وقت وزمن معين، وعادة ما تكون هذه الصورة عبارة عن صورة عفوية لا تتسم بأي رسمية، ويقوم صاحبها بالتقاطها عبر الإمساك بآلة التصوير بيده وتوجيه الكاميرا إليه، كما يمكنه الاستعانة بعضا السلفي للحصول على زاوية رؤية أوسع لالتقاط تلك الصور.

بالرغم من مساهمة الشبكات الاجتماعية في انتشارها، إلا أن نشأة هذا النمط من الصور يعود إلى نهايات القرن التاسع عشر وبدايات القرن العشرين وذلك بفضل، حيث كان المصورون الذين يلتقطون تلك الصور الشخصية يستعينون بمرايا لالتقاط تلك الصور، أما عن مصطلح "سلفي" فيعود إلى سنة 2002 على هامش المنتدى الإلكتروني الأسترالي ABC online، قبل أن يتم اعتمادها على نطاق أوسع سنة 2012.

تقف الأسباب النفسية وراء هوس المستخدمين "بالسلفي" والتصوير بشكل عام، ومنها أن يكون المستخدم فاقدا للثقة بالنفس، وخاصة فيما يخص النواحي الشخصية من جمال ومظهر، وهو ما ينعكس في عرض تلك الصور على مواقع التواصل الاجتماعي، حيث يعتمد المستخدم إلى إظهار جماله بشكل يعتد فيه أنه يمنحه القوة والثقة، خاصة إذا نالت تلك الصور إعجاب الأصدقاء والمتابعين، فهو بذلك يكون قد لفت أنظار الآخرين، وحصل على بعض القوة النفسية لتعويض ما به من ضعف في ثقته بنفسه، وشعوره بعدم القيمة والتهميش.

من جهة أخرى لا يمكن تعميم صفة النرجسية وحب الظهور على المستخدمين الذين يلتقطون صور "السلفي"، إذ أنهم يلتقطون تلك الصور لأسباب أخرى، فهم إما اجتماعيون يريدون التواصل مع الآخرين أو يسجلون من خلالها سيرهم الذاتية أو يستخدمونها للدعاية الذاتية فالتقاط "السلفي" وسيلة أخرى لإشراك الأسرة والأصدقاء والمتابعين، فهي أساس بداية المحادثة، ومنه التقاط صور "السلفي" للتواصل قد لا يكون غرورا بل هو طريقة جديدة للتواصل، وهو ما تبحث فيه هاته الورقة البحثية من خلال التساؤل: هل تعبر صور "السلفي" عن تواصل اجتماعي أم مرض نفسي لدى المستخدم؟

**أهمية الدراسة:** تبرز أهمية هذه الدراسة في أهمية هذه الظاهرة في حد ذاتها، والتي اجتاحت العالم بأكمله وأصبحت هوساً لكل فئات المجتمع العامة وحتى رؤساء الدول والنجوم والمشاهير، الذين يحرصون عليها في كل وقت وفي كل مكان، بين موضة أو هوس أو كما صنفته بعض الدراسات مرض نفسي وهوس شاركت فيه كل فئات ومؤسسات المجتمع الفردية والجماعية، ساهمت شبكات التواصل الاجتماعي في انتشار هذه الظاهرة على نطاق واسع وبسرعة شديدة، وهو ما يدفعنا للبحث فيها وفي أسباب انتشارها بهذا الشكل، بجانب فكرة تصنيفها على أنها مرض نفسي، بجانب آراء بعض الاختصاصيين النفسيين والاجتماعيين لتحليل الظاهرة، وأسباب الإقبال عليها بهذا الشكل من قبل المستخدمين، والسبب وراء وقوع بعض الحوادث جراء استخدامها حتى أن البعض أطلق عليه "السلفي" الفاتلة.

**أهداف الدراسة:** تهدف هذه الدراسة إلى إبراز:

- إبراز المناسبات التي يفضل أفراد العينة التقاط صور "السلفي" فيها.
- معدل التقاط صور السلفي لدى المستخدمين.
- تصنيف الإدمان على صور "السلفي".
- معدل التقاط صور "السلفي".
- الفئة الأكثر التقاطا لصور "السلفي".
- الشريحة الأكثر التقاطا لصور "السلفي".
- الأمراض النفسية التي تنجم عن الإدمان في التقاط صور "السلفي".
- تضخيم الذات عند المستخدمين وعلاقته بصور "السلفي".

- إبراز مميزات صور "السلفي" لدى المستخدم.

**منهج الدراسة وأدواتها:** لقد تم استخدام المنهج المسحي بشقيه الوصفي والتحليلي لاعتباره الأنسب للدراسات الميدانية الخاصة بالجمهور، ونظرا لاستحالة المسح الشامل بسبب ظروف البحث الذي غالبا ما يكون محددا بزمان ومكان فقد لجأنا إلى أسلوب المسح بالعينة.

**عينة الدراسة:** نظرا لاستحالة تطبيق الدراسة على كل المستخدمين عبر مواقع التواصل الاجتماعي، فقد لجأت إلى أسلوب المسح بالعينة كما أشرت، وقد بلغ حجم العينة 50 استمارة وزعت على 50 مستخدم في ولاية البليدة لاعتباره مجتمع البحث الأقرب للباحث وقد تم استرجاعها كاملة.

**نوع الدراسة:** عمل الباحث بعينة غير احتمالية وهي العينة التي يتم اختيار مفرداتها بطريقة غير عشوائية، وفقا للصورة التي تحقق الهدف من المعاينة لذلك كان العمل بالعينة القصدية أو العمدية وهي التي تتم عن طريق الاختيار العمدى أو التحكمي المقصود من جانب الباحث لعدد من وحدات المعاينة يرى الباحث طبقا لمعرفته التامة بمجتمع البحث أنها تمثل المجتمع الأصلي تمثيلا صحيحا.

**أدوات البحث:** عتمدت في انجاز البحث في جزئه الميداني مع الجمهور على استمارة الاستبيان والتي هي عبارة عن مجموعة من الأسئلة والاستفسارات المتنوعة المرتبطة ببعضها البعض في شكل يحقق الهدف أو الأهداف التي يسعى إليها الباحث وذلك في موضوع البحث والمشكلة التي اختارها.

**الدراسات السابقة:** اعتمدت في بناء التصور العام لهذه الدراسة والمنطلق النظري للبحث في جوانب الإشكالية على مجموعة الدراسات التالية:

1. دراسة موقع health day الطبي الأمريكي التي قادتها الباحثة Jesse FOX الأستاذة المساعدة بجامعة Ohio الأمريكية، والتي كشفت ارتباط هذا النوع من سلوك التصوير، بما يعرف في علم النفس بالانزجسية، وهو الاهتمام الزائد بالنفس، وقد شملت الدراسة 800 من الرجال تتراوح أعمارهم بين 18 و40 سنة ملأوا خلالها استطلاعاً على الإنترنت عن أنشطتهم في الصور التي ينشرونها على صفحات مواقع التواصل الاجتماعي، بالإضافة إلى اختبارات تقييمية أخرى للشخصية، وكشفت ارتباط كثرة صور "السلفي" بالشخصيات الانزجسية، حيث أوضحت الدراسة أن الأشخاص الذين يرتبطون بصور "السلفي"، وقضاء وقت طويل في تعديل الصور ونشرها على مواقع التواصل الاجتماعي يركزون اهتمامهم على ذاتهم بشكل أكبر، ويعتقدون أنهم أكثر نكاه وجاذبية وأفضل من الآخرين، بالإضافة إلى وجود مشاكل لديهم في الشعور بالأمان، وجزء من السلوك المتهور وعدم التعاطف ومراعاة الآخرين، بالإضافة إلى بعض سمات معاداة المجتمع، والميل إلى تضخيم الذات، وتؤكد Jesse FOX، أن انتشار الصور الذاتية على مواقع التواصل الاجتماعي يساعد في تأكيد "تضخيم الذات" عند هؤلاء الأشخاص، لكن على الرغم من هذا تؤكد Jesse FOX، أنه ليس من الضروري أن يكون الأشخاص الذين يلتقطون صور "السلفي" وينشرونها بكثرة على الإنترنت يعانون من المشاكل والاضطرابات النفسية، لكنها بعد انتشارها اليوم أصبحت نوعاً من السلوك الشائع والطبيعي.

2. دراسة Science Links Selfies to Narcissism, Addiction & Low Self Esteem التي كشفت أن الأشخاص الذين يداومون على التقاط صور "السلفي" لأنفسهم يعكس أصابتهم بالانكئاب وقد يؤدي إلى تطور الحالة إلى حدوث الادمان الذي يصعب التخلص منه خصوصا عند الربط بعدد مرات التقاط صور "السلفي" مع زيادة التفاعل من الاصدقاء و المقربين على الصور في مواقع التواصل الاجتماعي يبدأ ما يسمى بالهوس الذي يدفع الشخص إلى تصوير نفسه في كل المواقف مما يترتب عليه تكاثر الآثار السلبية عند عدم التفاعل مع تلك الصور، مما دفع بعض المراهقين

على الاقدام على الانتحار أو العلاج النفسي من ادمانه لهاته الظاهرة، في حين حدث للبعض نوع من الاكتئاب الحاد و فقدان الشهية نتيجة لعدم تفاعل او قلة التفاعل على الصور التي يقوم بنشرها.

3. دراسة Are Selfies Making Kids Vapid, Narcissistic and Lazy التي بينت أن الاشخاص الذين يلتقطون صور "السيلفي" كثيرا مع الممكن ان يصابون بداء العظمة او مرض النرجسية الذي يدفع صاحبه للتعالي والغرور لأنها غالبا تدفع الشخص أن يركز على نفسه فقط حيث يجعله يتراخي في معرفة اخبار الاخرين ومعرفة احوالهم.

4. في دراسة مشتركة بين كلا من جامعتي Edinburgh و Birmingham البريطانيتين عن علاقة "السيلفي" بالروابط الاجتماعية وتأثيره على الألفة والمحبة على مجموعة من المستخدمين تتراوح أعمارهم بين الثامنة عشر واربعة وعشرون سنة، بينت النتائج أن الاشخاص الذين يلتقطون الصور الكثيرة لأنفسهم يميلون إلى ان تكون علاقاتهم الشخصية والاجتماعية أكثر ضحالة وينفر اصدقائهم المقربون منهم، وان "السيلفي" يثير المقربون منهم كثيرا بالإضافة إلى تراجع مستواهم الدراسي.

### الدراسة الميدانية:

#### 1. خصائص العينة:

الجنس		ذكر		أنثى					
		22		28					
السن		25-20		30-25		35-30			
		10		35		5			
المستوى الدراسي		ابتدائي		متوسط		ثانوي		جامعي	
		2		7		21		20	

#### الجدول رقم: 01 يبين خصائص العينة

بالنسبة لعينة الدراسة فقد قدرت بـ 50 مفردة تم اختيارها بطريقة قصدية، وقد تشكلت من 22 مفردة ذكور و 28 إناث، بينما حسب متغير السن فقد قدرت بـ 10 مفردات بين 20 و 25 سنة في حين قدرت بـ 35 بين 25 و 30 سنة وأخيرا 5 مفردات للفئة 30 الى 35 سنة، وقد تراوحت خصائص العينة من حيث المستوى الدراسي بين 2 ابتدائي و 7 مستوى متوسط، 21 ثانوي و 20 جامعي.

#### 2. المناسبات التي يتم فيها التقاط السلفي:

الخيارات	نعم		لا		المجموع	
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
مناسبات عائلية	22	44	28	56	50	100
خرجات و رحلات	11	22	39	78	50	100
مناسبات خاصة	13	26	37	74	50	100
غير محدد	26	52	24	48	50	100

#### الجدول رقم 02: يوضح المناسبات التي يتم فيها التقاط السلفي

يوضح الجدول أعلاه المناسبات التي يفضل أفراد العينة التقاط صور السلفي فيها، وبهذا الشأن أكد 44% منهم أنهم يفضلون التقاط صور السلفي في المناسبات العائلية، في حين يفضل 22% التقاط صور السلفي خلال الخرجات

والرحلات، من جهتهم صرح 26% أنهم يفضلون المناسبات الخاصة لالتقاط صور السلفي وفي الأخير عبر أغلب أفراد العينة بنسبة 52% أنهم ليس لديهم مناسبات محددة لالتقاط صور السلفي.

### 3. معدل التقاط صور السلفي:

النسبة	التكرار	المعدل
00	00	عدة مرات سنويا
10	5	عدة مرات شهريا
00	00	مرة واحدة في الشهر
30	15	عدة مرات في الأسبوع
10	5	مرة واحدة في الأسبوع
36	18	عدة مرات في اليوم
14	7	مرة واحدة في اليوم
100	50	المجموع

### الجدول رقم 03: يوضح المناسبات التي يتم فيها التقاط صور السلفي

بالنسبة لمعدل التقاط صور "السلفي" أكد أفراد العينة بنسبة 36% التقاطهم لصور "السلفي" بمعدل عدة مرات في اليوم، في حين قدر 30% هذا المعدل بعدة في الأسبوع، و 14% بمرة واحدة في اليوم، و 10% بمرة واحدة في الأسبوع، بينما لم يحدد أي فرد من أفراد العينة هذا المعدل بمرة واحدة في الشهر أو مرة واحدة في السنة.

صنفت منظمة الصحة العالمية في هذا الشأن، الإدمان على التقاط صور "السيلفي" ضمن الأمراض النفسية، ولم يكن تصنيف الإدمان على صور "السلفي" كمرض نفسي نابع من فراغ، بل ان جميع الدراسات تشير الى الآثار السلبية المترتبة على الإدمان على صور "السلفي"، وهذا الإعجاب المفرط للذات الذي بلا شك سيحول الشخص الى شخص نرجسي متفوق حول ذاته بشكل كبير، هذا عوضا عن المحاولات الغير محسوبة العواقب لكثير من الشباب لالتقاط صور في أماكن خطيرة لإثارة إعجاب اقرانهم، وقد يكون ثمن هذه الصورة هو حياة الشخص.

بات هوس "السيلفي" أشبه بالمرض الذي يتغلغل في تفاصيل حياة العديد من أطياف المجتمع، ولعل فئة الشباب هم الأكثر اندفاعاً إلى التقاط هذه الصور لكل تحركاتهم ومناسباتهم، فهم بذلك يوتقون المواقف المختلفة والذكريات الرئيسية والثانوية المهمة والهامشية باختصار كل شيء يتم تلخيصه والاحتفاظ به من خلال صورة، ونظراً للانتشار الواسع لهذه الصور قرر العلماء دراسة التأثير المترتب على هذا الهوس بالتقاط صور "السيلفي" وقاموا بالعديد من الدراسات، ويمكن القول بأن غالب تلك الدراسات أقرت بالتأثير السلبي لالتقاط صور "السيلفي" على نفسيات ملتقطيها.

تجدر الإشارة إلى وجود رابط ما بين الإفراط في التقاط صور "السيلفي" والإصابة بالاكنتاب، حيث كشفت دراسة عن أن الناس الذين يلتقطون الكثير من الصور لأنفسهم قد يعكس كونهم مصابين بالاكنتاب، وقد يؤدي إلى الإدمان الذي يصعب التخلص منه وخصوصاً عند الربط بعدد مرات التقاط "السيلفي"، وتفاعل الناس معها على مواقع التواصل الاجتماعي، فتتكاثر الآثار السلبية عندما ينخفض التفاعل على صور "السيلفي" عما هو متوقع.

### 4. معدل نشر صور السلفي:

النسبة	التكرار	المعدل
20	10	دائماً
64	32	أحياناً
16	8	نادراً
100	50	المجموع

**الجدول رقم 04: يوضح معدل نشر صور السلفي**

في سؤال آخر عن معدل نشر صور السلفي، قدر أفراد العينة هذا المعدل بأحيانا بمعدل 64% بينما قدره 20% بدائما وفي الأخير نادرا بنسبة 16%.

أول شخص تم تشخيص مرضه على انه يعاني من مرض الادمان على السلفي كان يدعى BOMAN, Danny، 19 عاماً، بريطاني الجنسية اذ كان يقضى 10 ساعات في اليوم الواحد لالتقاط أكثر من 200 صورة ذاتية باستخدام جهاز I Phone الخاص به وقد خضع بومان لعلاج نفسى مكثف للتخلص من هذا الادمان بعد ان حاول الانتحار لأنه لم ينجح في التقاط السلفي المناسبة لوضعها على مواقع التواصل الاجتماعي.

هناك تصنيفات مختلفة لصورة "السلفي" ولكل واحدة منها اسم مختلف حتى المشاهير ينشرونها على مواقعهم الشخصية ابرزها Instram و Facebook و Snapshat فمنهم من ينشر صوراً شخصية مضحكة تسمى Selfie او Parody او صورة شخصية عند النوم او الاستيقاظ من النوم تسمى Bed Selfie او في مرآة الحمام تسمى Bathroom Selfie او في النادي الرياضي تسمى Gym Selfie أو صورة شخصية مع المشاهير تسمى Celebrity Selfie أو صورة للعضلات Abs Selfie، وهناك ايضاً صور للرجلين عادة على الشاطئ او في اماكن سياحية تسمى Feet Brag Selfie والعديد من التسميات الأخرى التي ترتبط في عمومها بوضعية كل صورة.

**5. عدد لقطات صور السلفي قبل نشرها:**

النسبة	التكرار	المعدل
34	17	لقطة واحدة
66	33	عدة لقطات
100	50	المجموع

**الجدول رقم 05: يوضح عدد لقطات صور السلفي قبل نشرها**

بخصوص عدد اللقطات التي يلتقطها أفراد العينة قبل نشر صورهم بعدة لقطات بنسبة 66%، في حين قدرت بلقطة واحدة بالنسبة لما يقدر بـ 34% من أفراد العينة.

أن معدل التقاط الصور في عدة لقطات يؤكد ما توصلت إليه الدراسات التي استعرضناها في الجدول السابق، والمرتبطة بعدم الرضى النفسى، وحب التمثيل لحدود النرجسي، كما أن تعليقات الاصدقاء على الصور يزيد من حجم التقاطها وبالتالي يزيد نشاط الموقع.

**6. الشعور بعد نشر صور السلفي:**

المعدل	نعم		لا		المجموع	
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
الرضا	22	44	28	56	50	100
الطرافة	18	36	32	64	50	100
الاطمئنان	12	24	38	76	50	100
الفخر	28	56	22	44	50	100
الجمال	30	60	20	40	50	100
الثقة	26	52	24	48	50	100
المحبة	24	48	26	52	50	100

**الجدول رقم 06: يوضح الشعور بعد نشر صور السلفي عبر موقع Facebook**

يوضح الجدول أعلاه شعور أفراد العينة بعد نشرهم لصور السلفي عبر موقع Facebook والذي وصفوه بالجمال بنسبة 60%، في حين عبر عنه 56% بالفخر، بينما وصفه 52% بالثقة، من جهتهم عبر عنه 48% بالمحبة، و 36% بالطرافة، 44% بالرضا و 24% بالاطمئنان.

**7. الفئة الأكثر التقاطا لصور السلفي:**

النسبة	التكرار	الفئة
54	27	الذكور
46	23	الاناث
100	50	المجموع

**الجدول رقم 07: يوضح الفئة الأكثر التقاطا لصور السلفي**

في سؤالنا عن الفئة الأكثر التقاطا لصور السلفي، أكد أفراد العينة أن الذكور أكثر التقاطا لصور السلفي بنسبة 54% مقابل الاناث بنسبة 46%.

**8. الشريحة الأكثر التقاطا لصور السلفي:**

الفئة	نعم		لا		المجموع	
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
الشباب	43	86	7	14	50	100
المراهقين	42	84	8	16	50	100
الكهول	18	36	32	64	50	100

**الجدول رقم 08: يوضح الشريحة الأكثر التقاطا لصور السلفي**

يبين الجدول أعلاه الشريحة الأكثر التقاطا لصور السلفي، و قد أكد أفراد العينة في هذا الشأن أن الشباب أكثر التقاطا لصور السلفي بنسبة 86% مقابل المراهقين بنسبة 84%، و الكهول بنسبة 36%.

**9. الفئة الأكثر التقاطا لصور السلفي:**

الفئة	نعم		لا		المجموع	
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
الفئة الشعبية	42	84	8	16	50	100
الطبقة المتوسطة	32	64	18	36	50	100
المشاهير	45	90	5	10	50	100

**الجدول رقم 09: يوضح الفئة الأكثر التقاطا لصور السلفي**

يوضح الجدول أعلاه الفئة الأكثر التقاطا لصور السلفي، و قد أكد أفراد العينة بهذا الخصوص أن المشاهير أكثر التقاطا لصور السلفي بنسبة 90% مقابل الفئة الشعبية بنسبة 84%، و الطبقة المتوسطة بنسبة 64%.

## 10. صفة نفسية الأشخاص الذين يلتقطون صور السلفي باستمرار:

النسبة	التكرار	لاحتمالات
44	22	سوية
24	12	مرضية
32	16	لا أدري
100	50	المجموع

## الجدول رقم 10: يوضح الفئة الأكثر التقاطا لصور السلفي

بخصوص سؤالنا عن نفسية الأشخاص الذين يلتقطون صور السلفي باستمرار، وصفها 44% بالسوية بينما عبر عنها 24% بالمرضية في حين لم يبدي 32% من أفراد العينة عن رأيهم بهذا الخصوص.

لم تعد "السلفي" مجرد صورة ذاتية بل تعدت لأن تكون هوسا لدى الكثيرين من جميع الأعمار، فلم يعد يخلو أي هاتف ذكي مزود بكاميرا من الصور التي يلتقطها الشخص لنفسه أو بصحبة أصدقائه عن طريق كاميرا الهاتف، هوس أم مرض نفسي هذا هو الاشكال في التوصيف المناسب لهذه الظاهرة، ففي الوقت الذي وصف الأطباء النفسيون مستخدميها بالمختلين نفسيا، يجد آخرون أنها من نتائج التطور التكنولوجي ومظهر من مظاهر التواصل الرقمي.

من جهة أخرى ساعد انتشار الصور الذاتية على مواقع التواصل الاجتماعي في تأكيد تضخيم الذات عند المستخدمين، لكن على الرغم من هذا ليس من الضروري أن يعاني الأشخاص الذين يلتقطون صور "السلفي" وينشرونها بكثرة على الإنترنت من المشاكل والاضطرابات النفسية، لكنها بعد انتشارها اليوم أصبحت نوعا من السلوك الشائع والطبيعي.

إن إدمان التقاط هذا النوع من الصور ينطوي على هوس الشخص بمظهره إذ تعبر الرغبة الكبرى لالتقاط الصور الذاتية ونشرها على مواقع التواصل الاجتماعي كوسيلة للتعويض عن عدم وجود الثقة بالنفس، وقد تم تحديد ثلاثة مستويات من هذا الاضطراب: الاضطراب الخفيف، وهو التقاط للصور لا يقل عن 3 مرات في اليوم، ولكن لا يتم نشرها على مواقع التواصل الاجتماعي، والاضطراب الحاد، وهو التقاط للصور لا يقل عن 3 مرات في اليوم، ويتم نشرها على مواقع التواصل الاجتماعي، والاضطراب المزمن يكون حين لا يمكن السيطرة على الرغبة في التقاط الصور الذاتية على مدار الساعة، ونشر الصور على مواقع التواصل الاجتماعي أكثر من 6 مرات في اليوم.

## 11. مميزات صورة السلفي عن الصور الأخرى:

النسبة	التكرار	الاحتمالات
36	18	معبرة
34	17	أنيية
30	15	حية
100	50	المجموع

## الجدول رقم 11: يوضح مميزات صورة السلفي عن الصور الأخرى

يوضح الجدول أعلاه مميزات السلفي عن الصور الأخرى في نظر عينة الدراسة، ويصفها 36% بالمعبرة بينما عبر عنها 34% بالأنية في حين ميزها 30% من أفراد العينة بالحياة.



**نتائج الدراسة:**

1. يفضل المستخدمون التقاط صور السلفي في المناسبات العائلية أو خلال الخرجات والرحلات وكذا المناسبات الخاصة.
2. يتراوح معدل التقاط صور السلفي بين عدة مرات في اليوم وبعده في الأسبوع.
3. يصنف الإدمان على صور السلفي كمرض نفسي نابع من فراغ، بل إن جميع الدراسات تشير إلى الآثار السلبية المترتبة على الإدمان على صور السلفي، وهذا الإعجاب المفرط للذات الذي بلا شك سيحول الشخص إلى شخص نرجسي متفوق حول ذاته بشكل كبير، هذا عوضاً عن المحاولات الغير محسوبة العواقب لكثير من الشباب لالتقاط صور في أماكن خطيرة لإثارة إعجاب أقرانهم.
4. إن معدل التقاط الصور في عدة لقطات يؤكد ما توصلت إليه الدراسات التي استعرضناها، والمرتبطة بعدم الرضى النفسي، وحب التظاهر لحدود النرجسية، كما أن تعليقات الاصدقاء على الصور يزيد من حجم التقاطها وبالتالي يزيد نشاط الموقع.
5. الفئة الأكثر التقاطاً لصور السلفي هم الذكور في مقابل الإناث بحكم أن الدراسة أجريت في مجتمع انتقالي وهو المجتمع الجزائري الذي لازال يفرض على الإناث نوعاً من الحماية وكذا تأثير العرف الاجتماعي.
6. الشريحة الأكثر التقاطاً لصور السلفي هم الشباب والمراهقين في مقابل الكهول وهذا لاعتبارات نفسية وسلوكية حيث إن هاته الشريحة تتميز بانفعالات نفسية شديدة تدفعها إلى إبراز نفسها وإظهار ذواتها عبر التقاط هذه الصور بالإضافة إلى أن هذه الشريحة الأكثر استخداماً للوسائط الجديدة مثل الهواتف الذكية والتطبيقات مثل مواقع التواصل الاجتماعي التي تعتمد على هذا النوع من الخدمات مثل Instram و Facebook و Snschat.
7. الفئة الأكثر التقاطاً لصور السلفي، حسب أفراد العينة هم المشاهير، الذين استثمروا هاته التقنية من أجل تسويق صورتهم لدى جمهورهم المتواجد عبر الإنترنت، مقابل الفئة الشعبية التي تتميز بالروابط الاجتماعية التي تدفعها إلى تقليد المشاهير والتواصل عبر التقاط صور السلفي، بينما رتبت الطبقة المتوسطة في الأخير لاعتبار مركزها وموضعها الاجتماعي الذي يفرض عليها نوعاً من التريث والرقابة الذاتية في التقاط هاته الصور حماية لخصوصيتها.
8. يمكن لصور السلفي أن تؤدي إلى الهوس وأمراض نفسية، وفي حين يصف بعض الأطباء النفسانيين مستخدميها "بالمختلين نفسياً"، يجد آخرون أنها من النتائج الطبيعية للتطور التكنولوجي.
9. الأشخاص الذين يرتبطون بتصوير "السلفي" وقضاء وقت طويل في تعديل الصور ونشرها على مواقع التواصل الاجتماعي يركز اهتمامهم على ذاتهم بشكل أكبر ويعتقدون أنهم أكثر ذكاءً وجاذبيةً وأفضل من الآخرين، بالإضافة إلى وجود مشاكل في الشعور بالأمان والسلوك المتهور وعدم التعاطف ومراعاة الآخرين، بالإضافة إلى بعض سمات معاداة المجتمع والميل إلى تضخيم الذات.
10. إن مميزات السلفي عن الصور الأخرى في نظر عينة الدراسة، التعبير عن ذات الفرد والتي يجب أن تظهر في الغالب جيدة للشعور بالرضى، كما تتميز بالأنية أي أنها تعكس واقع المستخدم في لحظة التقاط صور السلفي.

**خاتمة:**

يرتكز النموذج الاقتصادي لمواقع التواصل الاجتماعي مثل معظم الفاعلين على الإنترنت على مبدأ (المحتوى الذي ينتجه المستخدم)، إذ توفر هذه المواقع البنية التحتية في حين يوفر المستخدمون المحتوى، وبدون مشاركة المستخدم يفقد الموقع قيمته، فكلما زاد حجم الاتصالات والتبادلات، زاد حجم الفائدة من هذه الخدمة، من ثم يمكن للمستخدم الاستفادة مما يسميه الاقتصاديون "آثار الشبكة" القائمة على تعزيز قيمة وفائدة الخدمة، وهو ما يتيح الصورة

بشكلها الرقمي والتي يبدو أنها فقدت قيمتها العاطفية لدى الجمهور وأصبحت شكلا من أشكال التواصل الرقمي عبر الانترنت للدلالة عن موقع، زمن أو حالة، غير أن الآثار النفسية والضغط الاجتماعي من حيث التفاعل الاجتماعي مع تلك الصور قد يؤدي إلى اضطرابات نفسية تتحول إلى أمراض تصيب المستخدم.

#### المراجع:

##### الكتب:

1. **TURKLE Sherry**, Seuls ensemble : De plus en plus de technologies, de moins en moins de relations humaines, Traduit de l'américain par, **RICHARD Claire**, France, Edition l'Echappée, 2015.
2. **BERGERON, Maxime, THEBERGE, Mathieu**, L'utilisation des médias sociaux chez les jeunes Québécois du secondaire : Quatre types d'utilisateurs de Facebook, Revue Aspects Sociologiques, Vol 20, N° 1, Les impacts sociaux des nouvelles technologies, Mars 2013, Département de sociologie des Sciences humaines Université Laval, Québec, Canada.
3. **PASTINELLI, Madeleine**, Le virtuel pour la conquête du réel : ethnographie des pratiques de sociabilité en ligne, Université Laval (PHD), 2005.
4. **MONTMIGNY, Gilbert**, L'intimité : essai sur l'intimité avec soi et les autres, Édition Saint-Marin. 1998.
5. **MONTÉMONT, Véronique**, Dans la jungle de l'intime : enquête lexicographique et lexicométrique, L'Harmattan, N° 4, 2009.
6. **COUDREUSE, Anne et SIMONET-TENANT, François**, Pour une histoire de l'intime et ses variations, L'Harmattan, N° 4, 2009.
7. **GEORGES, Fanny**, L'identité numérique sous emprise culturelle. De l'expression de soi à sa standardisation. Les cahiers du numérique, 2011.
8. **GEORGES Fanny**. Sémiotique de la représentation de soi dans les dispositifs interactifs. L'Hexis Numérique, Linguistics, Université Panthéon-Sorbonne - Paris I, 2007.

##### المواقع الإلكترونية:

1. **PROULX, Serge**, Les Communautés Virtuelles- construisent-Elles du lien Social ?, Colloque International, L'organisation Media, Dispositifs Médiatiques, Sémiotiques et des Médiations de l'organisation, Université Jean MOULIN, Lyon, 19-20/11/2004, (En ligne) <http://www.lep.enrs.fr/pdf/pro-04a.pdf>
2. **UNTERSINGER, Martin**, Vié privée : Comment Mark Zuckerberg a changé d'avis, sur : <http://aitmag.ahram.org.eg/News/9309.aspx>
3. **GEORGES Fanny**, Mémoire humaine et expérience de soi par le Web, en ligne, [www.mei-info.com/wp-content/.../02/MEI\\_32\\_12.pdf](http://www.mei-info.com/wp-content/.../02/MEI_32_12.pdf)
4. **LESAFFRE, Joséphine**, La Représentation de soi sur Facebook par la génération Y, article en ligne [www.unfuturdsaa.fr.lesaffre.phd](http://www.unfuturdsaa.fr.lesaffre.phd)