

جامعة قاصدي مرباح - ورقلة -

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

قسم علوم الإعلام والاتصال



مذكرة مكملة لنيل متطلبات شهادة ماستر أكاديمي

التخصص: الإتصال جماهيري والوسائط الجديدة

إعداد الطالبة: شنوقة عفاف

بعنوان

دور استخدام الإنستغرام في تشكيل الهوية الافتراضية
دراسة ميدانية على عينة من طلبة قسم علوم الإعلام والاتصال
بجامعة ورقلة

نوقشت بتاريخ: 2022/06 /16

أمام اللجنة المكونة من السادة:

- الأستاذة: بورنده ليليا بجامعة قاصدي مرباح ورقلة رئيسا.
- الأستاذ: حمايمي محرز بجامعة قاصدي مرباح ورقلة مشرفا ومقررا.
- الأستاذ: غوتي زياتي بجامعة قاصدي مرباح ورقلة عضوا مناقشا.

السنة الجامعية: 2022/2021



بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

﴿يَرْفَعِ اللَّهُ الَّذِينَ آمَنُوا مِنْكُمْ وَالَّذِينَ أُوتُوا الْعِلْمَ دَرَجَاتٍ وَاللَّهُ بِمَا
تَعْمَلُونَ خَبِيرٌ﴾

الاية 11 من سورة المجادلة



جامعة قاصدي مرباح - ورقلة -
كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية
قسم علوم الإعلام والاتصال



مذكرة مكملة لنيل متطلبات شهادة ماستراً كاديمي
التخصص: الإتصال جماهيري والوسائط الجديدة
إعداد الطالبة: شنوقة عفاف
بعنوان

دور استخدام الإنستغرام في تشكيل الهوية الافتراضية
دراسة ميدانية على عينة من طلبة قسم علوم الإعلام والاتصال
بجامعة ورقلة

نوقشت بتاريخ: 2022/06/16

أمام اللجنة المكونة من السادة:

- الأستاذة: بورنذة ليليا بجامعة قاصدي مرباح ورقلة رئيساً.
- الأستاذ: حمايمي محرز بجامعة قاصدي مرباح ورقلة مشرفاً ومقرراً.
- الأستاذ: غوتي زياتي بجامعة قاصدي مرباح ورقلة عضواً مناقشاً.

السنة الجامعية: 2022/2021

اهداء

بكل الحب والود.....
الى الشمعة التي انارت لي درب نجاحي
امي الحبيبة والغالية حفظها الله لي
الام والمدرسة والاخت والصديقة
التي علمتني الكثير من مواقف ومبادئ الحياة
الى الأستاذ الفاضل حيايي محرز
الذي وقف الى جانبي طيلة مشواري الدراسي
الى كل الذين وقفوا معي يتأملون نجاحي
اهدي لكم هذا الجهد المتواضع



شكر وعرfan

العلم نور والجهل ظلام الحمد لله رب العالمين، رب السموات ورب العرش العظيم ، الصلاة والسلام على أشرف المرسلين وعلى سيدنا محمد المبعوث الأمين وخاتم الأنبياء اجمعين.

أتوجه باسمي الشكر والتقدير والعرفان الى استاذي الفاضل " حمادي محرز " لتفضله بالاشراف على هاته المذكرة، ولما بذله معنا من جهد وتوصيات وإرشادات وكل نصائح القيمة، فهو لم ييخلنا ولو بدقيقة واحدة من وقته الثمين، فلك مني استاذي المحترم جزيل الشكر وخالص الدعاء في ان يجعل جهدكم ووقتكم معنا في مييزات حسناتكم.

كما أتقدم بالشكر الى كافة دكاترة وأساتذة كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية بجامعة ورقلة " قاصدي مرباح "، لما أبدوه من تعاون وتوجيه وتعليم ولم ييخلوا علينا باقل قدر من المعلومات وعلى راسهم الدكتورة الفاضلة رئيسة قسم علوم الاعلام والاتصال الدكتورة "تومي فضيلة".

جزاكم الله الف خير ويمن وبركة ان شاء الله.



ملخص الدراسة باللغة العربية:

يتمحور موضوع دراستنا حول دور موقع الانستغرام في تشكيل الهوية الافتراضية على عينة من طلبة الماستر من قسم علوم الاعلام والاتصال بجامعة ورقلة.

فهدف من الدراسة هو التعرف على كيفية تشكل الهوية الافتراضية لدى الطالب الجامعي، مع محاولة التعرف على أسباب ودوافع استخدام الطلبة لهوية افتراضية من خلال موقع الانستغرام، فالهوية بمختلف انماطها تعتبر من المواضيع التي شغلت أبحاث معظم الباحثين والمنظرين عبر العالم، خاصة بظهور المجتمع الافتراضي الذي أضحى يضاهاى الواقع الحقيقي وباعتبار ان هذه الفئة من المجتمع (فئة الشباب) تعد من اهم شرائح المجتمع.

بناء على ما سبق قمنا بصياغة التساؤل الرئيسي التالي: كيف يساهم الانستغرام في تشكيل الهوية الافتراضية لدى الطالب الجامعي؟ ومن اجل الحصول على إجابات حول سؤال إشكالية الدراسة، قمنا بإعداد استمارة استبيان مكونة من 21 سؤال بالصيغتين المفتوحة والمغلقة) والتي وزعناها على (40) طالب من طلبة الماستر 01 و02 بقسم علوم الاعلام والاتصال بكلية العلوم الإنسانية والاجتماعية بجامعة قاصدي مرباح بورقلة.

وبعد البحث والتقصي توصلنا الى مجموعة من النتائج نذكر منها:

- جميع افراد العينة يمتلكون هوية افتراضية واحدة حسب الفرد الواحد على حساب الانستغرام بهدف إخفاء هويتهم الحقيقية، وان فترات التصفح تختلف من مبحوث الى آخر، وان موقع الانستغرام يلعب دور في تشكيل هذه الهويات الافتراضية لما يوفره من خدمات واختيارات متنوعة ومتعددة، كما كشفت نتائج الدراسة ان اغلبية المبحوثين يفضلون الولوج الى الحساب عندما يكونون لوحدهم لأنهم يشعرون بالانتماء الى المجموعات الافتراضية الذين هم عضو فيها، وكذا بالرغم من اتخاذ المبحوثين لهويات افتراضية الا انهم يشعرون بالراحة اكثر في مجتمعهم الواقعي.

الكلمات المفتاحية: الانستغرام-الهوية-الدور-التشكل-الهوية الافتراضية-الطالب الجامعي.

Abstract:

The topic of our study is about the role of Instagram in forming a virtual identity on a sample of master's students from the department of media and communication sciences at the university of Ouargla.

Our aim of the study is to identify the virtual identity of the university student is formed with an attempt to identify the motives and reasons for student's use of a virtual identity on Instagram. Identity in its various forms is one of the topics that occupied the research of most researchers and theorists around the world especially with the emergence of the virtual society, which has become similar to the real reality, and considering that this category of the population (the youth category) is one of the most important segments of society.

Based on the foregoing, we formulated the following main question: How Does Instagram Contribute to the Formation of the Virtual Identity of the University Student.

In order to obtain answers to the problematic question of the study, we prepared a questionnaire consisting of 21 questions in both open and closed formats, which we distributed to 40 students from master 1 and master 2 in the department of media and communication sciences at the faculty of humanities and social sciences at KasdiMerbah University in Ouargla.

After research and investigation, we reached a set of results, including :

- All members of the sample have one virtual identity according to one individual on the Instagram account, in order to hide and conceal their true identity.
- The browsing periods differ from researcher to another among the sample members.
- Instagram plays a role in shaping the virtual identity because of the various services and options it provides.
- The result of the study also revealed that the majority of respondents prefer to access the account when they are alone because they feel belonging to the virtual groups in which they are a member.

- Although the respondents have assumed virtual identities, they feel more comfortable in their real society.

Key Words: Instagram- Identity- The role- The conformation – Virtual identi

الفهرس

I.....	الإهداء
II.....	الشكر
III.....	الملخص باللغة العربية
IV.....	الملخص باللغة الأجنبية
VI.....	قائمة المحتويات
VIII.....	قائمة الجداول
X.....	قائمة الاشكال
XII.....	قائمة الملاحق
أ.....	المقدمة

الفصل الأول: الجانب المنهجي

2.....	تمهيد:
2.....	أولاً: إشكالية الدراسة:
2.....	ثانياً: التساؤلات الفرعية:
3.....	ثالثاً: أسباب اختيار الموضوع:
4.....	رابعاً: أهمية الدراسة:
5.....	خامساً: أهداف الدراسة:
6.....	سادساً: تحديد مفاهيم الدراسة:
13.....	سابعاً: الدراسات السابقة:
29.....	ثامناً: المقاربة النظرية:
38.....	تاسعاً: المنهج المستخدم في الدراسة:
48.....	عاشراً: مجالات الدراسة:

الفصل الثاني: الجانب التطبيقي

51.....	تمهيد:
51.....	أولاً : الاساليب الإحصائية المستخدمة في الدراسة:
52.....	ثانياً: عرض وتفيس البيانات:
82.....	ثالثاً : النتائج العامة للدراسة:

85..... خاتمة:

86..... قائمة المصادر والمراجع:

91..... الملاحق:

قائمة الجداول

قائمة الجداول

الرقم الصفحة	الجدول
53	الجدول رقم 01: توزيع العينة حسب الجنس
54	الجدول رقم 02: توزيع العينة حسب السن
55	الجدول رقم 03: توزيع العينة حسب المستوى التعليمي
56	الجدول رقم 04: توزيع العينة حسب الحالة الاجتماعية
57	الجدول رقم 5: يبين مدة استخدام المبحوثين لموقع الإنستغرام
58	الجدول رقم 6: يبين عدد الفترات التي يقضيها المبحوثين على موقع الإنستغرام
59	الجدول رقم 8: يبين مدى صحة البيانات الشخصية الحقيقية للمبحوثين والمصرح بها
60	الجدول رقم 7: يبين الفترة الزمنية المفضلة لدى المبحوثين لتصفح موقع الإنستغرام
61	الجدول رقم 9: يبين مدى صحة او عدم صحة البيانات المصرح بها على موقع الإنستغرام
63	الجدول رقم 10: يبين الأشخاص الذين يكونون برفقتهم المبحوثين عند استخدامهم لموقع الإنستغرام
65	الجدول رقم 11: يوضح الاسم واللقب
66	الجدول رقم 12: يبين السن
67	الجدول رقم 13: يوضح الجنس
68	الجدول رقم 14: يوضح المهنة
69	الجدول رقم 15: يوضح الصورة الشخصية
70	الجدول رقم 16: يوضح البلد الذي ينتمي اليه المبحوثين
71	الجدول رقم 17: يبين الحالة الاجتماعية للمبحوثين
72	الجدول رقم 18: يبين على أي أساس يختار المبحوثين هويتهم على حساب الإنستغرام

73	الجدول رقم 19: يبين ما إذ اكانت الهويات المستعارة التي يتخذها المبحوثين على حساب الإنستغرام قد تحقق لهم جرأة وتحررا أكثر من استخدامهم لهويتهم الحقيقية
75	الجدول رقم 20: يبين سبب استخدم المبحوثين لاسم مستعار وهوية مستعارة
76	الجدول رقم 21: يوضح اختيار المبحوثين لهوية افتراضية بمواصفات قد يتمنونها في هويتهم الحقيقية
77	الجدول رقم 22: يوضح عدد الهويات الافتراضية التي يمتلكها المبحوثين على حساب الإنستغرام
78	الجدول رقم 23: يوضح مدى شعور المبحوثين بالانتماء الى المجموعات الافتراضية التي هم عضو فيها أكثر من المجتمع الواقعي
79	الجدول رقم 24: يبين إذا كان يشعر المبحوثين بالراحة والحرية في المجتمع الافتراضي أكثر من المجتمع الواقعي

قائمة الأشكال

قائمة الأشكال

الرقم الصفحة	الشكل
32	(شكل رقم 01): نموذج الاستخدامات والاشبيعات
53	الشكل رقم 02 يوضح توزيع المبحوثين حسب متغير الجنس
54	الشكل رقم 03 يوضح توزيع المبحوثين حسب الفئة العمرية
55	الشكل رقم 04 يوضح توزيع المبحوثين حسب مستواهم الدراسي
56	الشكل رقم 05 يوضح توزيع المبحوثين حسب حالتهم الاجتماعية
57	الشكل رقم 06 يوضح توزيع المبحوثين حسب مدة استخدامهم لحساب الإنستغرام
58	الشكل رقم 07 يوضح توزيع المبحوثين حسب عدد المرات التي يقضونها على موقع الإنستغرام
59	الشكل رقم 08 يوضح توزيع المبحوثين حسب الفترة الزمنية المفضلة لديهم في تصفح الإنستغرام
60	الشكل رقم 09 يوضح توزيع المبحوثين حسب مدى صحة البيانات المصرح بيها على موقع الإنستغرام
63	الشكل رقم 10 يوضح توزيع المبحوثين حسب مدى صحة او عدم صحة البيانات المصرح بها على موقع الإنستغرام
64	الشكل رقم 11 يوضح توزيع المبحوثين حسب الأشخاص الذين يكونون برقتهم المبحوثين عند استخدامهم لموقع الإنستغرام
65	الشكل رقم 12 يوضح توزيع المبحوثين حسب البيانات الشخصية الاسم واللقب
66	الشكل رقم 13 يوضح توزيع المبحوثين حسب البيانات الشخصية الاسم واللقب
67	الشكل رقم 14 يوضح توزيع المبحوثين حسب البيانات الشخصية (الجنس)
68	الشكل رقم 15 يوضح توزيع المبحوثين حسب البيانات الشخصية (المهنة)
69	الشكل رقم 16 يوضح توزيع المبحوثين حسب البيانات الشخصية (الصورة الشخصية)
70	الشكل رقم 17 يوضح توزيع المبحوثين حسب البيانات الشخصية (البلد)
71	الشكل رقم 18 يوضح توزيع المبحوثين حسب البيانات الشخصية (الحالة الاجتماعية)
73	الشكل رقم 19 يوضح توزيع المبحوثين حسب الأساس الذي يختارون به هوياتهم على موقع الإنستغرام
74	الشكل رقم 20 يوضح توزيع المبحوثين حسب الهوية التي تحقق لهم جراً وتحرر أكثر

76	الشكل رقم 21 يوضح توزيع المبحوثين حسب الاسم المستعار والهوية الافتراضية على حساب الإنستغرام
77	الشكل رقم 22 يوضح توزيع المبحوثين حسب الهويات الافتراضية التي يتخذونها على حساب الإنستغرام
78	الشكل رقم 22 يوضح توزيع المبحوثين حسب عدد الهويات الافتراضية التي يمتلكونها على حساب الإنستغرام
79	الشكل رقم 23 يوضح توزيع المبحوثين حسب مدى شعورهم بالإنتماء الى المجموعات الافتراضية
80	الشكل رقم 24 يوضح توزيع المبحوثين حسب الاسم المستعار والهوية الافتراضية على حساب الإنستغرام

قائمة الملاحق

رقم الصفحة	الملحق
93	ملحق رقم 01
94	ملحق رقم 02
95	ملحق رقم 03
96	ملحق رقم 04
97	ملحق رقم 05
98	ملحق رقم 06
99	ملحق رقم 07

المقدمة

المقدمة

عرف العالم المعاصر جملة من التغيرات المتسارعة في مجال تكنولوجيا المعلومات ومجموعة من الثورات في عالم الاتصال، هذا ما جعل العالم قرية كونية اختزلت فيها المعلومات المكان والزمان و أضحت المورد الأساسي في تطور ورقي المجتمعات المعاصرة التي لم تعد تتركز على المجال الصناعي بل "على المجالين التكنولوجي والمعرفي".

إن التطورات التكنولوجية الحاصلة في ميدان تكنولوجيا الإعلام والاتصال أدت إلى إفراس العديد من المخرجات كالعولمة وشبكة الانترنت وغيرها، حيث أصبحت الانترنت من أهم مظاهر تكنولوجيا الاتصال الحديثة باعتبارها الموسوعة العلمية الأكثر ثراء بالمعلومات والمجال الأوسع للتواصل والتفاعل بين الناس ومن أبرز مخلفاتها شبكات التواصل الاجتماعي والتي تعد الأكثر انتشارا واستخداما من طرف الأفراد، وعلى رأسها موقع الانستغرام الذي أتاح بدوره فرص التبادل، التعارف، التشاور، التحدث والتفاعل بين الناس.

لقد أدى التوسع في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي إلى ظهور نوع جديد من المجتمعات الجماعات الإنسانية التي أصطلح عليها "المجتمعات الافتراضية" والتي أعادت رسم الحدود والخرائط الثقافية للأشخاص عن طريق تفرغ الثقافة وتمييعها وتزييف الهوية الحقيقية للأفراد، مما جعل الكثير من الباحثين والمنظرين يتخوفون من نتائج ومخرجات استخدام هذه المواقع خاصة على هويات الأفراد.

وبالرغم من أن الانترنت تسمح للطلبة الجامعيين بمزاولة دراستهم العليا في جو معرفي متعدد ومتنوع المصادر، إلا أنها في ذات الوقت اعتبرت بالنسبة اليهم وسيلة للهروب من الواقع الاجتماعي المعاش، كما سمحت لهم باستغلال الهوية التي يرونها مناسبة لشخصيتهم غير تلك الحقيقية الشخصية الخاصة بهم.

وعلى أساس ما سبق تم تسليط الضوء على الهوية الافتراضية التي اقترنت بالمجتمع الافتراضي حتى أضحت تسمى بالهوية الافتراضية والتي اتخذها الطلبة الجامعيين من فئة الشباب على موقع الانستغرام، وهو موضوع دراستنا الحالية ومن اجل الإحاطة بهذا الموضوع قمنا بتقسيم الدراسة إلى فصلين:

الفصل الأول:

تناولنا من خلاله الجانب المنهجي للدراسة الذي اشتمل على موضوع الدراسة وإشكالياتها وتساؤلاتها، مع توضيح أهدافها وأهمية الموضوع، وتحديد المفاهيم المتعلقة بمتغيرات الدراسة، مع عرض بعض من الدراسات السابقة.

الفصل الثاني:

اشتمل الجانب التطبيقي الذي ارتكزت عليه دراستنا، من خلال إيضاح المنهج المعتمد وتحديد عينة الدراسة وأدوات جمع البيانات وأساليب المعالجة الإحصائية المستخدمة مع عرض الجداول وتحليلها كميًا من أجل الوصول إلى النتائج العامة للدراسة واقتراح التوصيات المناسبة لها.

الفصل الأول: الجانب المنهجي للدراسة

تمهيد

أولاً: إشكالية الدراسة:

ثانياً: التساؤلات الفرعية:

ثالثاً: أسباب اختيار الموضوع:

رابعاً: أهمية الدراسة:

خامساً: أهداف الدراسة

سادساً: تحديد مفاهيم الدراسة

سابعاً: الدراسات السابقة:

ثامناً: المقاربة النظرية:

تاسعاً: المنهج المستخدم في الدراسة:

عاشراً: مجالات الدراسة:

تمهيد:

تعد الهوية من المقومات الأساسية لشخصية الفرد، وهي بمثابة بطاقة تعريف لذاته، وبظهور التطور التكنولوجي والمعرفي الحاصل في مجال الإعلام والاتصال باعتباره مصدرا رئيسيا من مصادر المعرفة والثقافة التي يكتسبها الإنسان والتي يستقى منها المعلومات، إلا أن هذه الثورة التكنولوجية اثرت على ثقافة وهويات الأفراد وجعلتها مغايرة لما هي عليه في الأساس المجتمعي.

أولا: إشكالية الدراسة:

تعتبر مواقع التواصل الاجتماعي الأرضية الجديدة التي يتم فيها تقديم هوية الفرد وفق شروط وبيانات افتراضية، والتي مست جوانب عديدة كاللغة المستخدمة، الصور المختارة والبيانات الشخصية والتي تساهم في التفاعل بين المستخدمين من خلال التعبير عن ذواتهم الحقيقية أو استبدالها بأخرى مزيفة، ومن هنا ركزنا على شريحة الشباب دون الشرائح الاجتماعية الأخرى، باعتبارها الشريحة العمرية الأكثر قبولا لإعادة التشكيل والأكثر استعدادا لمواكبة التغيير والتجديد. كما تمثل هذه الفئة جيل المستقبل وثروة الأمة وأساسها والأغلبية في المجتمع، وتعتبر الشريحة الاجتماعية الأكثر ديناميكية وحيوية، وخلقاً وإبداعاً. لهذا يشار إلى بعض انتاجاتهم الفكرية بالثقافة المضادة او الثقافة الفرعية.

هذا ما أدى بنا إلى محاولة دراسة ومناقشة موضوع الهوية الافتراضية لمستخدمي مواقع الإنستغرام من فئة الشباب الجامعي.

ومن هنا نطرح الإشكالية التالية: -كيف يساهم استخدام الإنستغرام في تشكيل الهوية الافتراضية لدى الطالب الجامعي؟

ثانيا: التساؤلات الفرعية:

التساؤلات في البحث العلمي هي ترجمة مفصلة لأهداف الدراسة، ولكي نتمكن من تحقيقها لابد من ترجمتها الى تساؤلات او فروض. والتساؤلات هي أسئلة استفهامية تلي السؤال الرئيسي مباشرة، يضعها الباحث ليشير من خلالها الى النتائج المتوقعة في البحث على مستوى كل محور من محاور الدراسة عن طريق ربط كل تساؤل بمحور معين، ويكون عددها غير محدد. تستهدف التساؤلات الإجابة على عدد من الأسئلة من ماذا وكيف ولماذا بغرض وصف الواقع دون ان يتجاوز هذا الوصف الى بناء علاقات بينها او اختبار هذه

العلاقات كما نقوم بها في الفرضيات، ويجب ان تكون هذه التساؤلات محددة وعميقة، ولا تكون الإجابة معلومة عنها مسبقا، ولابد ان تتسم هذه التساؤلات بدقة الصياغة ووضوح المعنى وتترجم ما تتضمنه المشكلة البحثية.

تفيد التساؤلات في تحديد المحاور الأساسية للدراسة، وعدم خروج هذه التساؤلات عن إطار المحاور المتضمنة تحتها، كما تفيد في ربط عملية التحليل بالأهداف المبتغاة من البحث.

ومن أجل الإجابة على التساؤل الرئيسي للدراسة، قمنا بطرح جملة من التساؤلات الفرعية والتي تمثلت فيما يلي:

- 1) ما هي طرق وآليات استخدام الطلبة الجامعيين لموقع الانستغرام؟
- 2) ما هي ملامح الهوية التي يتخذها الطلبة الجامعيين على موقع الانستغرام ومدى تطابقها مع هويتهم الحقيقية؟
- 3) لماذا يلجأ الطلبة الجامعيين لاستعارة هويات غير هوياتهم الحقيقية عند استخدامهم لموقع الإنستغرام؟

ثالثا: أسباب اختيار الموضوع:

تعد عملية اختيار موضوع الدراسة من أصعب مراحل البحث باعتبارها عملية دقيقة، معقدة ومتعددة العوامل والمقاييس. كما تمثل مرحلة حاسمة تؤثر على عملية انجاز الباحث لموضوع بحثه والذي قد يساهم في اثناء البحث العلمي والمجال المعرفي. لهذا توجه اهتمامنا إلى دراسة موضوع "دور موقع الانستغرام في تشكيل الهوية الافتراضية لدى الطالب الجامعي " وذلك راجع الى الأسباب الآتي ذكرها:

أ-أسباب ذاتية:

- الرغبة الشخصية في التعرف على الواقع الافتراضي وأهمية في حياة الافراد، على غرار معرفة كيف تساهم المواقع الافتراضية في تشكيل هوية افتراضية لدى الطالب الجامعي.
- الاهتمام بتحصيل أكبر قدر من المعارف حول مواقع التواصل الاجتماعي وما تحدثه في هويات شريحة المجتمع الأساسية الا وهي فئة الشباب "الطلاب الجامعيين".

- صلة الموضوع بالتخصص.
 - التركيز على موضوع الهوية خاصة منها الافتراضية والتي ساهمت مواقع التواصل الاجتماعي بشكل كبير في خلقها وتشكيلها.
- ب-أسباب موضوعية:

- اهتمام العديد من الباحثين والمنظرين بموضوع الهوية بمختلف أنواعها الشخصية، الثقافية، الدينية والرقمية خاصة منها الافتراضية والتي بدت بظهور المجتمعات الافتراضية والعالم الافتراضي وتخوفهم من اضمحلال وتشتت الهوية الشخصية والحقيقية للأفراد.
- الأهمية الكبيرة التي يوليها الشباب خاصة الطلبة الجامعيين لمواقع التواصل الاجتماعي والتي اثرت بشكل كبير على هوياتهم الحقيقية والشخصية.
- نقص المراجع والدراسات التي تناولت موضوع الهوية الافتراضية.
- فقدان المجتمع الجزائري للعديد من سمات هويته الثقافية الأصلية بسبب الاحتكاك الثقافي والتبادل الثقافي الذي وفرته مواقع التواصل الاجتماعي عن طريق تقديم محتويات لثقافات مغايرة لثقافتنا العربية الإسلامية.

رابعاً: أهمية الدراسة:

يجب على الباحث ان يحدد أهمية بحثه في عبارات جلية ومفهومة، حيث تبرز أهمية دراستنا من خلال محاولة معرفة سبب اتخاذ الطلبة الجامعيين لهويات غير هوياتهم الحقيقية على موقع الانستغرام باعتباره ركيزة المجتمع وأمله في مستقبل أفضل، كذلك انطلاقاً من كون الشباب الجامعي جمهور مشارك وفعال في العالم الافتراضي ويستخدم مواقع التواصل الاجتماعي لتحقيق اهداف مقصودة وغير مقصودة، فضلا على ان هذا الجمهور هو الذي يختار المواقع الذي يناسبه ويشبع حاجاته.

ومن هنا ترجع القيمة العلمية لموضوع دراستنا الذي يعالج موقع الانستغرام والهوية الافتراضية ، حيث يشكل هاذين المتغيرين توليفة قابلة للبحث والتقصي في ظل التطور التكنولوجي الحاصل في مجال الاتصال وظهور المجتمعات الافتراضية، التي جعلت الهوية موضوع نقاش العديد من الباحثين والعلماء والمنظرين أمثال الباحثين "حنة اردنت

"HANNAH ARENDT" و "فريدريك نيتزش FRIEDRICH NIETZSCHE" اللذان اعتبرا "أن الفرد في المجتمعات الافتراضية هو إنسان مستأصل ومعزول عن مجتمعه وفاقده لحس الاتجاه، وهو بمثابة أداة في أيدي الأحزاب الشمولية كالرأسمالية والراديكالية"

- كما اعتبر بعض الباحثين أن الكثير من الأفراد أصبحوا مفتونون بالواقع الافتراضي وتخلوا عن واقعهم الفعلي عندما أخفقوا في التعامل معه، بل وحتى الهوية الحقيقية لهم اقترنت بالهوية الافتراضية من خلال الفضاء السيبراني والمجتمع الافتراضي. وهذه الهوية الافتراضية التي قد يتخذها الأفراد على الانترنت قد تختلف تماما عن هويتهم الحقيقية، هذا ما أشار إليه عالم الاجتماع "إرفنغوفمان ERVING GOFFMAN" الذي اعتبر أن "هذه التصرفات هي محاولة لتقمص أدوار مستوحاة من المسرح الذي يضمه الفضاء السيبراني". هذا ما جعلنا نسعى إلى الكشف عن مختلف العوامل والأسباب التي تؤدي بالمبجوثين إلى استعارة هويات افتراضية عبر مواقع التواصل الاجتماعي غير هوياتهم الحقيقية خاصة الفايسبوك، اليوتيوب، التويتر الأنستغرام (نموذج دراستنا) والتي تعتبر من أكثر المواقع أهمية لدى الطلبة الجامعيين باعتبارها وسائل اتصال حديثة.

خامسا: أهداف الدراسة

تمثل أهداف البحث العلمي القسم الذي يوجه أهداف البحث العلمي ويحدد مساره حتى نهايته، فعندما يوضح الباحث أهداف بحثه فإنه يجيب بذلك على سؤال "لماذا يجرى البحث" فتحديد أهداف البحث جد ضرورية، في هذا الصدد يقول عالم النفس "ديفيد كراثول DAVID KRATHWOHL" تعد أهداف البحث الأساس والمعيار الذي يحكم على البحث فمن خلالها يتضح لنا مدى مساهمة البحث في حل المشكلة المطروحة.

كما يجب ان تكون اهداف البحث دقيقة، واضحة ووثيقة الصلة بالمشكلة البحثية، قابلة للتحقيق في ضوء الوقت والجهد المخصصين للبحث.

تتمثل أهداف دراستنا فيما يلي:

- الوصول إلى نتائج توضح كيف يساهم موقع الانستغرام في تشكيل الهوية الافتراضية لدى الطلبة الجامعيين.

- الكشف عن بعض ملامح الهوية الافتراضية التي يكتسبها الطالب الجامعي نتيجة استخدامه لموقع الانستغرام.
- الكشف عن حاجات ودوافع الطلبة وراء استخدامهم لهويات غير هوياتهم الحقيقية عبر موقع الانستغرام.
- معرفة ما إذا كانت هناك فروقات ودلالات إحصائية بين استخدامات واشباعات الطلبة وفق المتغيرات الأولية.

سادسا: تحديد مفاهيم الدراسة:

يعد تحديد المفاهيم والمصطلحات الخاصة بالدراسة أمر ضروريا، إذ أنه من واجب الباحث عند صياغته للمشكلة تحديد المفاهيم التي سيستخدمها، وكلما كان تحديد المفاهيم دقيقا، سهل على القراء الذين يتابعون البحث إدراك المعاني والأفكار التي يريد الباحث التعبير عنها، من دون أن يختلفوا في فهم ما يقول.¹

ولا بد أن يحدد الباحث المعاني والمفاهيم التي تتناسب وتتفق مع أهداف بحثه وإجراءاته، كما أن تعريف المصطلحات يساعد الباحث في وضع إطار مرجعي يستخدمه في التعامل مع مشكلة بحثه.

والمفهوم هو الوسيلة الرمزية التي يستعين بها الإنسان للتعبير عن الأفكار والمعاني المختلفة بغية توصيلها للناس، والمصطلحات هي أدوات تحصر المفاهيم وتقلصها وتحددها.²

ويقسم الخبراء التعريف إلى نوعين رئيسيين:

التعريف الاصطلاحي: أي تعريف المفهوم من خلال بناءات لفظية تشير إلى المعنى كما يراه الباحث. ويتعرض هذا النوع إلى نقد شديد في الاستخدام نظرا لندرة الاتفاق على الرؤى الخاصة بالمفكرين أو الباحثين للمفاهيم والمصطلحات.

التعريف الإجرائي:

يقصد به التعريف الذي يحدد المفهوم من خلال سلسلة من الإجراءات أو التعليمات أو العمليات التي تشرح وجود المفهوم من خلال سلسلة القياس أو المغايرة، وبصفة

¹ عبد الباسط محمد حسن: أصول البحث الاجتماعي، ط3، القاهرة، المكتبة الانجلو مصرية، 1971، ص 173.
² راسم محمد الجمال: مقدمة في مناهج البحث في الدراسات الإعلامية، القاهرة، مركز جامعة القاهرة للتعليم المفتوح، 1999، ص 43.

خاصة عندما يتعامل الباحث مع هذا المفهوم من خلال البحوث التجريبية أو التطبيقية أو من خلال ملاحظته لحركة هذا المفهوم وعلاقاته واتجاهاته.¹

1) تعريف الإنستغرام Instagram:

1-1 التعريف بالموقع:

هو برنامج مجاني طرح في ولاية سان فرانسيسكو الأمريكية في شهر أكتوبر من عام 2010 ، من قبل المطور التقني " كيفن سيستروم " KIVEN SISTROM حيث كان البرنامج موجها فقط لأجهزة الايفون iPhone والأبى باد IPad وغيرها من منتجات شركات آبل Apple، وفي شهر أبريل من عام 2012 طورت الشركة المنتجة البرنامج ليعمل على أجهزة الهواتف التي تعمل بنظام أندرويد 2.2 ، كأجهزة السامسونغ جلاكسي Samsung Galaxy وغيرها ، حتى يستطيع المستخدم إنزالها عن طريق تطبيق الآب ستور لأجهزة الايفون iPhone، وعن طريق جوجل بلاي Google Play لأجهزة الاندرويد² .

ويعرف الإنستغرام أيضا على انه تطبيق مجاني لتبادل الصور، حيث يتيح للمستخدمين التقاط صورة واطافة فلتر رقمي اليها، ومن ثم مشاركتها في مجموعة متنوعة من خدمات الشبكات الاجتماعية.³

1-2 نشأة الموقع:

بدأ تطوير هذا التطبيق في عام 2010 بشكل خاص لأجهزة آبل المتعددة بهدف تقديم طريقة مباشرة لمشاركة الصور الموجودة على الأجهزة مع قائمة الأصدقاء الخاصة على مواقع التواصل المختلفة، وحين لقي رواجاً شرعت مؤسسة كيفن في تطوير نسخة أخرى منه للعمل على الأجهزة التي تدار باستخدام نظام التشغيل اندرويد، فلكي شعبية كبيرة حتى أكثر من مليون مشترك قام بتحميل هذا التطبيق على اجهزتهم خلال 12 ساعة فقط من طرحه في الأسواق.

وقد بلغ عدد المشتركين حول العالم في نهاية عام 2012، مائة مليون مشترك يتبادلون الصور من خلال حساباتهم عليه، والجدير بالذكر ان شركة موقع التواصل الاجتماعي فايسبوك قررت مؤخرا شراء الشركة وإبقاء موظفيها وعددهم ثلاثة عشرة (13)

¹ محمد عبد الحميد، البحث العلمي في تكنولوجيا التعليم، ط 03، القاهرة، عالم الكتب، 2013، ص 9-10.

² متاح على الرابط <http://travel.maktoub.com> الاطلاع 2022/05/26.

³ دور مواقع التواصل الاجتماعي في الاحتساب ، "إنستغرام نموذجا" ط 1 ، (الرياض : دار المحتسب للنشر والتوزيع، 2015) ، ص 30.

مقابل مليار دولار امريكي، لتسبق بذلك شركة جوجل التي تحاول دائما ضم مثل هذه الشركات الناجحة الى مجموعتها.¹

1-3 مميزات الانستغرام:

✓ التعامل مع أنواع الكاميرات المختلفة على كافة الأجهزة سواء كانت امامية ام خلفية.

✓ مجاني بنسبة 100.

✓ يوفر ميزات إبداء الإعجاب بها من قبل الآخرين، وفي خاصية الإعجاب يبلغ عدد الضغوطات 8500 ضغطة في الثانية.

✓ تطبيق الفلاتر المختلفة المخصصة للمبتدئين والخبراء في عالم معالجة الصور.

✓ مشاركة الصور مع الأصدقاء على مختلف شبكات التواصل الاجتماعي.

✓ يعمل على الأجهزة التي تدار بنظام التشغيل أندرويد و IOS.

✓ يسمح بكتابة أي تعليق مباشر على الصور دون الحاجة للذهاب الى موقع التواصل.

✓ يسمح بإضافة أسماء وشروحات على الصور وتصنيفها.²

حتى لقي هذا التطبيق رواجاً بدأ بتطوير نسخة أخرى منه للعمل على الأجهزة التي

تستخدم نظام التشغيل -أندرويد-.

حتى بلغ تصنيف الانستغرام حسب ترتيب المواقع عالمياً المركز 57.³ وأشارت

الاحصائيات التي تمت عام 2016 الى وجود 300 مليون مستخدم فعال ومتفاعل شهرياً

على موقع الانستغرام.⁴

يوجد طريقتين لإنشاء حساب على الانستغرام:

¹ إبراهيم إسماعيل، "الإعلام المعاصر ووسائله، مهاراته، تأثيراته وأخلاقياته"، ط1، (الدوحة: وزارة الثقافة والفنون والتراث، 2014)، ص92.

² إبراهيم إسماعيل، "الإعلام المعاصر ووسائله"، ص192.

³ رضامين، الإعلام الجديد، ط1، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2015.

⁴ عباس سبتي، دراسة أثر مواقع التواصل الاجتماعي على طلبة المدارس والجامعات "سليبيات، حلول، مقترحات"، 10 ديسمبر 2013.

- **التسجيل عبر البريد الإلكتروني:** وضع حساب على الجي ميل كما في المثال:
gmail.com@mailE.....، وضع الرقم السري الخاص بالجيمايل، ومن هنا يتم
الدخول على الانستغرام بسهولة.
 - **التسجيل عبر إيميلك على الفيسبوك:** يدوس المستخدم على التسجيل عبر الفيسبوك
وبذلك يكون لديه حساب على الانستغرام.
- التعريف الإجرائي للانستغرام:** الإنستغرام هو موقع الكتروني يسمح للمستخدمين بنشر
صورهم وآراءهم ومشاركاتها مع الآخرين من خلال الفضاء السيبراني.
- (2) تعريف الهوية:**

لغة: الهوية باللغة الفرنسية Identité وباللغة الإنجليزي Identity.

الهوية اشتقاقها هو ضمير منفصل مرفوع للغائب المفرد المذكر، هويته: صفة مشبهة تدل
على الثبوت من هوى.¹

اصطلاحاً: عند الفارابي: «هوية الشيء: عينيته وشخصه وخصوصيته ووجوده المنقرد له
الذي لا يقع فيه إشراك».²

-من جانبه ميز عالم النفس "وليام جيمس" 03 وجوه للهوية:

- ❖ (الذات المادية: وهي الحس).
- ❖ (الذات الاجتماعية: وهي الأدوار).
- ❖ (الذات العارفة: وهي التي تمنح للشخص الشعور بأن له ذات مستقلة عندما يعمل
ويفكر).

والهوية هي الحقيقة المطلقة المشتملة على الحقائق اشتمال النواة على الشجرة في الغيب
المطلق، والهوية السارية في جميع الموجودات ما إذا اخذ حقيقة الوجود لا بشرط شيء ولا
بشرط لا شيء.³

¹ المعجم اللغة العربية المعاصرة
² قاسم رياضزكي، الهوية وقضاياها في الوجود العربي المعاصر، ط1، مركز الدراسات الوحدة العربية، بيروت، 2013، ص 23-24.
³ علي بن محمد بن علي الجرجاني، التعريفات، ط1، دار الكتب العلمية، بيروت، 1983

فالهوية هي حقيقة الإنسان المطلقة وصفاته الجوهرية، وهي إحساس الفرد بنفسه وفرديته وحفاظه على تكامله وقيمه وسلوكياته وأفكاره في مختلف المواقف.¹

بتعريف معجم العلوم الاجتماعية: " الهوية هي تحديد المميزات الشخصية من خلال مقارنة حالته بالخصائص الاجتماعية العامة".²

والهوية هي عملية تمييز الفرد لنفسه عن غيره أي تحديد حاله الشخصية personal identity، ومن السمات التي تميزهم عن بعضهم البعض من خلال الاسم، الجنسية، السن والحالة العائلية... الخ.³

التعريف الإجرائي للهوية: هي بمثابة بطاقة تعريف لذات الشخص، يشعر من خلالها بالانتماء الى نفسه، عائلته وإلى مجتمعه.

(3) تعريف الهوية الافتراضية:

يعد مفهوم الهوية من المفاهيم التي أخذت حيزا كبيرا من تفكير الباحثين على غرار الهوية الافتراضية التي اقترنت بظهور المجتمعات الافتراضية، والهوية الافتراضية تشتمل على مجموعة من المعلومات الشخصية التي تدخل في تكوين الذات الالكترونية كالاسم والسن والحالة الاجتماعية وغيرها من البيانات التي يقدمها مستخدمو مواقع التواصل الاجتماعي على صفحات الشبكات الاجتماعية كالفيس بوك والانستغرام والتويتر ومنصة التيك توك، على أساس أنها تعكس شخصيتهم وهويتهم الحقيقية.⁴

والهوية الافتراضية: "هي مجموع الصفات والرموز والبيانات التي يستخدمها الأفراد في تقديم أنفسهم للآخرين في المجتمعات الافتراضية ويتفاعلون من خلالها".⁵

بتعريف علي محمد رحومة: يطلق عليها اسم الهوية الرقمية ويصفها "بالمفهوم ذو الخصوصية الغامضة والمعقدة ويصفها بالذات الواهمة أو الموهومة".⁶

¹ معجم الوسيط، معجم عربي عربي.

² فريدريك معنون: معجم العلوم الاجتماعية، مراجعة محمد دبس، أكاديمية بيروت، لبنان، 1998، ص 190.

³ احمد زكي بدوي، معجم المصطلحات العلوم الاجتماعية، ط1، بيروت، مكتبة لبنان، 1986، ص 206.

⁴ صونيا عديش، الشباب الجزائري والفيس بوك بين فرص الاستخدام ومعضلة الإدمان، تكسينج كوم للدراسات والنشر والتوزيع، ص 203-204.

⁵ محمد علي رحومة الانترنت والمنظومة التكنو اجتماعية، بحث تحليلي في الآلية النفسية للانترنت ونموذجه منظومتها الاجتماعية مركز دراسات الوحدة العربية، 2005، ص 304.

⁶ محمد علي رحومة، الانترنت والمنظومة التكنو اجتماعية بحث تحليلي في الآلية النفسية للانترنت ونموذجه منظومتها الاجتماعية مركز دراسات الوحدة العربية، 2005، ص 304.

والهوية الافتراضية تطلق على الإشارات والتحركات جميعها التي يقوم بها المستخدم عند تجرعه على شبكة الأنترنت.¹ وهذه الهوية ليست لها حدود جغرافية لأنها تنتج وتتشأ وتتشكل في فضاء الانترنيت من خلال تفاعل المستخدمين مع بعضهم البعض عبر النص والصوت والصورة والرموز.

كما أن للهوية الالكترونية 03 خلفيات:

- الإطار الذاتي للشخصية (الهوية الوطنية الواقعية).
- الإطار الافتراضي للشخصية (الهوية الافتراضية العالمية).
- الإطار الثقافي الطبيعي.

ومما سبق فمفهوم الهوية الافتراضية ظهر مع تواجد أول فرد على المنصات الرقمية في شبكة الانترنت، الذي بنى هويته في مظهر جديد تمثل في الصورة الرمزية التي تستعمل في الصفحة أو الملف الشخصي الخاص بالمستخدم في العالم الافتراضي.

إلا أن الهوية الافتراضية تتعدد ضمن ثلاثة مستويات:

- **الهوية المعلنة:** وهي المعلومات التي يقدمها المستخدم والتي قد تكون حقيقية أو مزيفة.
- **الهوية النشطة:** هي النشاط الذي يقوم به المستخدم في العالم الافتراضي.
- **الهوية المحسوبة:** هي حالة المستخدم أثناء اتصاله بالانترنت عندما يكون أون لاین "على الخط" أو "خارج الخط" أوف لاین.

وهناك من يرى أن الهوية الافتراضية هي انعكاس للهوية الحقيقية (عندما تكون المعلومات المعطاة صحيحة)، والهوية الافتراضية تسمح للفرد بأن يكون أكثر نشاطا عن هويته الحقيقية باعتبارها تتجاوز الحدود الزمنية والجغرافية، كما انها من دون قيود كتلك الموجودة في العالم الحقيقي، حيث تسمح هذه البيئة الافتراضية بإخراج الذات والمكبوتات الداخلية للفرد.²

¹ عبد الحكيم أمين، الهوية الافتراضية في المجتمعات العربية، دار الأمان للنشر، الرباط، 2017.
² عبد الحكيم أمين، الهويات الافتراضية في المجتمعات العربية، دار الأمان للنشر، الرباط، 2017

بتعريف الصادق رابح: "الهوية الرقمية هي هوية فنتازمية تسعى إلى القفز على محرمات الهوية الاجتماعية".¹

بتعريف الباحثة **FANNY GEORES**: "الهوية الرقمية هي مجموعة المعلومات والبيانات التي تخص الفرد على وجه التحديد، ويمكن تعريفها بأنها الرابط التكنولوجي بين الكيان الحقيقي (الشخص)."²

التعريف الإجرائي للهوية:

الهوية الافتراضية هي تلك الهوية التي يتخذها مستخدم المواقع الاجتماعية داخل شبكة الانترنت والتي تتشكل ضمن المجتمع الافتراضي، بحيث تسمح للمستخدمين باتخاذ أدوار وتقمص شخصيات قد تتباين مع شخصياتهم وهوياتهم في العالم الواقعي.

4) تعريف التشكل:

لغة: تشكل فعل من يتشكل تشكيلا فهو مشكل والمفعول تشكل به، تشكل الموضوع أي يكون وتألف، تشكلت القضية أي اتخذت شكلا، تشكل المنظر أي تصور وتمثل.³

التعريف الاجرائي للتشكل: نقول تشكلت الهوية أي تصورت وتمثلت في غير شكلها الحقيقي.

5) تعريف الدور:

لغة: مصدر من فعل دار، جمعه أدوار، نقول قام بدور مهم أي شارك وساهم بقسط وبنصيب كبير.

اصطلاحا: هو السلوك المتوقع من شاغل اجتماعي ما، وهو بمثابة نموذج منظم للسلوك ومتعلق بوضع معين للفرد في تركيبة تفاعلية والدور هو "موقف او سلوك او وظيفة لشخص داخل مجموعة ما، ويمكن التعبير عنه كأنموذج منظم للسلوك ضمن مجموعة من النشاطات الاجتماعية"⁴.

التعريف الاجرائي للدور: هو مساهمة ومشاركة فاعل ما في ترجمة التصور الى سلوك او قرار، والدور عند الافراد هو نمط من الدوافع والاتجاهات والسلوكيات التي يتوقع افراد الجماعة ان يروه فيمن يشغل وظيفة او مكانة اجتماعية.

¹الصادق رابح، الإنترنت كفضاء مستحدث لتشكل الذات، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، 8 (2)، 2007، ص 266

² Georges Funny , sémiotique de la présentation de soi dans les dispositifs numérique, linguistique, université Panthéon-Sorbonne- interatifs , L'hexis , Paris , 2007.

³معجم المعاني الجامع معجم المصطلحات معجم عربي عربي.
⁴أعياد عبد الرضا العبد الله، دور مصر في نظام الشرق الأوسط، كلية التربية، جامعة بغداد، 2006، ص1.

6) تعريف الطالب الجامعي:

لغة: الطالب هو الانسان الذي يطلب ويلتمس العالم حيث يطلق على الانسان الطالب للعلم في مرحلتي التعليم الابتدائي والثانوي بالتلميذ أما في مراحل الدراسات الجامعية فيطلق عليه اسم الطالب.¹

اصطلاحاً: الطالب هو تلميذ من مراحل التعليم الاعدادي والثانوي والعالى وجمعه طلبة، يطلق على الطالب من يسعى في التحصيل على رئيسي، جاء في الحديث الشريف: مفهومان لا يشبعان مفهوم في العلم ومفهوم في الدين (أي طالب علم وطالب مال).²

لفظة طالب تشتمل على كل متعلم مسجل في معهد عال أو جامعة أو كلية عكس كلمة تلميذ لذلك يقال "طالب جامعي" "طالب آداب" "طالب علوم" ولا يقال "تلميذ آداب" وإنما يقال "تلميذ ابتدائي" و "تلميذ مدرسة" على سبيل المثال لا للحصر.³

بتعريف كمال بلخيري: "هو ذلك الشخص الذي سمحت له كفاءته العلمية بالانتقال من المرحلة الثانوية إلى الجامعة تبعاً لشخصيته، بواسطة شهادة أو دبلوم يؤهله لذلك، ويعتبر الطالب الجامعي أحد العناصر الأساسية والفاعلة في العملية التربوية طيلة التكوين الجامعي.⁴

التعريف الإجرائي للطالب الجامعي: الطالب الجامعي هو كل طالب يزاول دراسات في جامعة أو معهد عال أو مدرسة عليا تابعة لإدارة التعليم العالي، وهو عبارة عن فئة اجتماعية ثقافية وجزء من فئة الشباب في حالة تكوين ثقافي وعلمي موجه لتكوين نخبة علمية وإطارات مستقبلية.

سابعاً: الدراسات السابقة:

تعد الدراسات السابقة إحدى الركائز العلمية التي يمكن أن يستند إليها الباحث في بحثه، من أجل توثيق المعلومات والمعرفة في المناهج المتبعة في البحوث المشابهة لدراسته، وتساعد الدراسات السابقة الباحث على الاختيار السليم لبحثه وتجنبه تكرار بحث مشكلات سابقة، كما يستطيع الباحث من خلالها أن يتجنب ما وقع فيه الباحثون الآخرون من أخطاء.⁵

¹ ابراهيم مصطفى وآخرون، معجم الوسيط، ط1 المكتبة الاسلامية للنشر والتوزيع، ص 561

² علي بن هادي، بلحسن البليش، الجيلاني بن الحاج يحي، القاموس الجديد للطلاب، ط1 المؤسسة الوطنية للكتاب، الجزائر، 1991، ص 599.

³ جرجس ميشال جريس، معجم مصطلحات التربية والتعليم، ط1، بيروت، دار النهضة العربية، 2005.

⁴ فاطمة الزهراء دريم، الهوية الثقافية للطالب الجامعي في ظل الإعلام الجديد، مجلة دراسات، ديسمبر، 2017، ص13.

⁵ خليفة شحاتة: طرق البحث الاجتماعي، الجماهيرية الليبية، جامعة قارونس، 1992، ص72.

لهذا لابد على الباحث أن يوظف الدراسات السابقة في البحث وعرض ملخص واف وتحليل نقدي لها في نفس الوقت، حتى يتيقن القارئ من أن الباحث قد استعان بالمصادر الأولية في دراسته ويطمئنه على أن الدراسة التي يقوم بها جديدة.

الدراسة الأولى: دراسة مريم ناريمان نومار تحت عنوان: "استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية وتأثيرها في العلاقات الاجتماعية"¹، رسالة ماجستير في علوم الاعلام والاتصال، 2011-2012، استخدمت هذه الدراسة على عينة من مستخدمي موقع " الفيسبوك " في الجزائر رسالة ماجستير في علوم الاعلام والاتصال بجامعة باتنة. تلخصت اشكالية الدراسة في التساؤل الجوهري التالي: ما أثر استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية على العلاقات الاجتماعية؟

_ وانطلاقا من هذا التساؤل الرئيسي قامت الباحثة بطرح التساؤلات الفرعية التالية:
° ما مدى تأثير الاستخدام المفرط لمواقع الشبكات الاجتماعية الافتراضية على العلاقات الاجتماعية؟

° ما هي الدوافع والحاجات التي تمكن وراء استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية؟

° ما هي انماط استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية لدى الجزائريين؟

° ما هي اسباب ودوافع استخدام الجزائريين لمواقع الشبكات الاجتماعية؟

- كان الهدف من الدراسة هو محاولة معرفة الدور الكبير الذي تلعبه التكنولوجيا الحديثة للإعلام والاتصال في حياة الأشخاص والتقرب على اهم الخدمات التي توفرها من اجل معرفة مدى تأثير العلاقات الاجتماعية بسبب استخدام الشبكات الاجتماعية الافتراضية، وكذا للتعرف على الاسباب التي ساعدت في انتشار العلاقات الافتراضية على حسب نظريتها الواقعية.

- اعتمدت الباحثة على المنهج الوصفي باعتباره أحد الاشكال الخاصة بجمع المعلومات عن الافراد وسلوكياتهم وادراكهم ومشاعرهم واتجاهاتهم، كما يعتبر المنهج المناسب عندما تشمل الدراسة المجتمع الكلي الذي يصعب الوصول اليه بصفة اجمالية.

¹مريم ناريمان نومار، استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية وتأثيره في العلاقات الاجتماعية، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في تكنولوجيا الاتصال الحديثة، جامعة الحاج لخضر باتنة، 2012.

- كما يسمح هذا المنهج حسب رأي الباحثة بدراسة عدد كبير من المتغيرات في وقت واحد مثل السمات العامة الاجتماعية والنفسية، وأنماط السلوك الاتصالي، بالتالي فهو يتيح معرفة درجات التأثير وكيفية التأثير.

_ أما بخصوص ادوات جمع البيانات فاعتمدت الباحثة على أداة الملاحظة التي سمحت لها بجمع معلومات مهمة عن المبحوثين، ومن خلالها تتبعت الباحثة بتصرفات وتفاعلات الافراد في المجتمع الافتراضي.

_ كما اعتمدت على اداة الاستبيان التي تم توزيعها على عينة من مستخدمي موقع الفيسبوك في الجزائر، حيث اختارت الباحثة عينة قصديه تكونت من 280 مفردة.

- نتائج الدراسة:

- ° أغلب افراد العينة يستخدمون موقع الفيسبوك بمعدل كبير.
- ° يستخدم المبحوثين موقع الفيسبوك بدافع التصرف بكل حرية في الموقع وبجاجة تقمصهم لشخصية افتراضية غير شخصيتهم الواقعية.
- ° ان استخدام المبحوثين لموقع الفيسبوك ادى الى تأثر العلاقات الاجتماعية الواقعية بسبب اتاحة الموقع لأفراد العينة بالتكلم بصراحة وجرأة في مختلف المواقع مع أصدقاهم الافتراضيين، والتي قد لا يجدونها مع أصدقائهم الواقعيين وجها لوجه معهم.
- ° أغلب المبحوثين يشعرون بالفراغ الاجتماعي والعاطفي في حياتهم الواقعية مما يجعلهم يفرّون الى حياتهم الافتراضية.
- ° ان انسحاب الافراد من التفاعل الاجتماعي الواقعي مع الجماعات الواقعية وتعويضها بالجماعات الافتراضية جعل الفرد الذي يحس بفراغ اجتماعي وعاطفي يحس بالانتماء للجماعات الافتراضية أكثر من إحساسه بالانتماء للجماعات الأولية.

التعليق على الدراسة:

سلطت هذه الدراسة الضوء على تأثير استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية على العلاقات الاجتماعية من خلال التركيز على انماط وعادات الاستخدام، على غرار الدوافع والحاجات التي تكمن وراء هذا الاستخدام وتأثيره على العلاقات الاجتماعية.

هذه الدراسة تشابهت مع دراستنا من خلال النظر في استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية من طرف الأفراد، إلا ان هذه الدراسة قد تطرقت الى عدة مواقع اجتماعية كالفيسبوك، والتويتر واليوتيوب.

اما دراستنا فقد ركزت على موقع " الانستغرام " باعتباره الاحدث من المواقع السالفة الذكر.

كما ان الدراسة السابقة ركزت على الاستخدام وعلى العلاقات الاجتماعية الافتراضية على غرار الجماعات الافتراضية التي يفضلها الأفراد عن الجماعات الواقعية، لكنها اهملت كيفية تشكل تلك الجماعات والعلاقات الاجتماعية الافتراضية، والتي بموجبها ظهر نوع جديد من الهوية ألا وهي الهوية الافتراضية التي تشكلت في ظل هذه الشبكات والمجتمعات الافتراضية وفي كنف التطورات التكنولوجية المتسارعة التي ولدتها العلاقات في الشبكات الاجتماعية والمجتمعات الافتراضية.

الدراسة الثانية: دراسة بن يحي حميدة تحت عنوان: "الهوية الافتراضية للطالب الجامعي على شبكة الأنترنت"¹ (شبكات التواصل الاجتماعي نموذجاً)، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الاعلام والاتصال، دراسة على عينة من الطلبة الجامعيين الذين يستخدمون شبكة الانترنت بجامعة تلمسان 2012-2013.

انطلقت الدراسة من الإشكالية التالية: ما هي أسباب تشكيل هوية افتراضية داخل شبكة الفيسبوك؟ وهل هذه الهويات تأخذ الصفات والمسؤوليات من منشئها الأساسي أن أنها تتنوع حسب طبيعة هذا التفاعل؟

واعتمدت الباحثة في دراستها على المنهج التجريبي، واستهدفت عينة من مستخدمي الفيسبوك في الجامعة تم تحديدها في 20 طالب جامعي.

نتائج الدراسة: تمثلت نتائج الدراسة فيما يلي:

- قيام الأشخاص بطلبات صداقات من أشخاص لا يعرفونهم بالرغم من المعايير الموضوعية من طرف إدارة الفيسبوك تجاه المستخدمين.
- الأفراد يختارون أصدقائهم في المجتمع الافتراضي حسب ما يخدم مصالحهم وأهدافهم.

¹حميدة بن يحي ، الهوية الافتراضية للطالب الجامعي على شبكة الانترنت ، مذكرة لنيل شهادة الماستر ، قسم علوم الاعلام والاتصال ، جامعة مسيلة، 2013.

- يتم إنشاء علاقات غرامية افتراضية من خلال شبكة التواصل الاجتماعي "الفايسبوك" والتي قد تتحدى سلطة التقاليد والقيم والمعايير الاجتماعية.
- يوفر الفيسبوك فرصة للترفيه والتعارف والتواصل وحتى الزواج في بعض الأحيان.

التعقيب على الدراسة:

تناولت هذه الدراسة موضوع تشكيل الهوية داخل شبكة الفيسبوك وتطرت إلى كيفية تفاعل المستخدمين داخل هذه الشبكة، هذه الدراسة تتقارب مع دراستنا في موضع تشكيل الهوية عبر شبكات التواصل الاجتماعي، واختلفت مع دراستنا من خلال تركيزها على عنصر التفاعل.

الدراسة الثالثة: دراسة تركيبية أمال كريمة تحت عنوان: "الفيسبوك وعلاقته بتشكيل الهوية الافتراضية"¹، دراسة ميدانية على عينة من مستخدمي موقع الفيسبوك ببلدية تقرت، مذكرة مكملة لشهادة ماستر في علم الاجتماع، تخصص علم اجتماع الاتصال بجامعة ورقلة 2014.

_ تمحورت اشكالية الدراسة حول التساؤل الرئيسي الآتي: هل تفاعل مستخدمي الفيسبوك في المجال الافتراضي يؤدي الى انتاج وإعادة انتاج الهوية؟

_ انطلاقا من التساؤل الرئيسي قامت الباحثة بطرح التساؤل الفرعيين التاليين:

° هل ادى تفاعل الفرد في الفيسبوك الى اعادة انتاج نفس التصورات وبالتالي انتاج هوية حقيقية؟

° هل تفاعل الفرد داخل الفيسبوك ادى الى انتاج تفاعلات وتطورات جديدة وبالتالي انتاج هوية افتراضية؟

_ كان الهدف من الدراسة هو محاولة التعرف على الاسباب والدوافع الكامنة وراء تشكيل هوية افتراضية داخل شبكة الفيسبوك والكشف عن سبب عدم وضع المستخدمين لهويتهم الحقيقية.

_ محاولة الوصول الى قاعدة سوسولوجية تشكل افقا مستقبلية من خلال معرفة إذا كانت الهوية التي يستخدمها الافراد داخل شبكة الفيسبوك هوية حقيقية او هي هوية منتجة.

¹ركبي امال كريمة، الفيسبوك وعلاقته بتشكيل الهوية الافتراضية، مذكرة مكملة لنبيب شهادة الماستر في علم اجتماع اتصال، قسم الاجتماع والديمغرافيا، جامعة قاصدي مرباح بورقلة، 2014.

_ اعتمدت الباحثة في دراستها على المنهج الوصفي باعتبار ان دراستها تتمحور حول مستخدمي الفيسبوك والهوية، وحسب رأي الباحثة فإن هذا المنهج هو الطريقة المنظمة لدراسة حقائق راهنة متعلقة بظاهرة او موقف أو افراد او حدث او اوضاع معينة، بهدف اكتشاف حقائق جديدة او التحقيق في صحة حقائق قديمة وآثارها لاسيما معرفة العلاقات التي تتصل بها وتفسيرها وكشف الجوانب التي تحكمها.¹

_ حيث يتحقق الوصف من خلال جمع المعلومات والحقائق حولالموضوع، وتحليل النتائج المتحصل عليها من خلال تفريغ الاستمارة والتعليق على نتائجها.²

_ كما استخدمت الباحثة اداتي الملاحظة والاستبيان فتضمنت الاستمارة(26 سؤال) بعضها مفتوح والبعض مغلق، تم توزيعها على(32 مبحوث) من عينة مقاهي الانترنت ، حيث تم اختيار العينة العشوائية البسيطة ، كما اعتمدت الباحثة على أداة المقابلة من خلال قيامها بمقابلة مباشرة مع احد موظفي المديرية الولائية للتكنولوجيا الاعلام و الاتصال بورقلة من اجل الحصول على معلومات حول عدد مقاهي الانترنت ، كما نظمت بعض المقابلات مع بعض الشباب من مستخدمي موقع الفيسبوك بغرض محاولة معرفة الدوافع التي تكمن وراء استخدام موقع الفيسبوك.

نتائج الدراسة: توصلت الدراسة الى النتائج التالية:

° تعتبر الانترنت من أحدث تكنولوجيا الاتصال، كما تعد أوسع عالم افتراضي يمكن ان تتحول العلاقات المنشأة بداخله الى علاقات حقيقية داخل العالم الواقعي.

° يلعب المستوى التعليمي للأفراد دورا هاما في طريقة استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي.

° تساهم مواقع التواصل الاجتماعي في خلق مجال اجتماعي افتراضي جديد الا انه يدعم الهوية الحقيقية.

° ان تفاعل الافراد داخل المجال الافتراضي لا يؤدي الى تشكيل اي نوع من الهويات الافتراضية بل الافراد كانوا يحافظون على هويتهم الحقيقية.

¹محمد عبد الحميد، دراسات الجمهور في بحوث الاعلام، ط1، عالم الكتب، القاهرة، مصر، 1993، ص 138.

² صلاح الدين شروح، منهجية البحث العلمي، دار العلوم، الجزائر، 2003 ، ص 150

التعقيب على الدراسة:

تناولت هذه الدراسة موضوع الفيسبوك وتشكيل الهوية الافتراضية وركزت على مؤشر التفاعل الذي يلعب دورا هاما في تشكيل هويات الفرد داخل المجتمع الافتراضي، فهذه الدراسة تتقارب بشكل كبير مع دراستنا إلا انها اختلفت معها في اختيار النموذج والتركيز على مؤشر التفاعل، اما دراستنا فقد انصب فيها اهتمامنا على موضوع الهوية الافتراضية مع محاولة التعرف على الدافع الذي يؤدي بالمبحوثين الى اللوج للعالم الافتراضي بهويات مستعارة.

الدراسة الرابعة: دراسة تومي فضيلة، نبيلة بوخبزة "الهويات في مواجهة تقانة المجتمع الشبكي المخلعة"¹، (الفيسبوك نموذجا) دراسة استكشافية على عينه من المستخدمين الذين لديهم حساب فايسبوك، حيث تم تقديم هذه الدراسة في مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية في عددها (21) الواحد والعشرون من ديسمبر 2015.

-انطلقت هذه الدراسة الاستكشافية من الإشكالية التالية: هل أثر استخدام موقع التواصل الاجتماعي Facebook على رسم ملامح الهوية الافتراضية للمستخدم الجزائري لهذا الموقع؟ قامت الباحثتين بالتركيز على مفهوم الشبكات وخصائصها باعتبار أن الأنثروبولوجي البريطاني John A. Barnes (1954) هو من استخدم مصطلح الشبكات الاجتماعية لأول مرة الذي اعتبرها بمثابة خيوط تشكل شبكة كاملة من العلاقات التي ينسجها الأفراد فيما بينهم وينظمها لفهم تشكلها وتطورها وآثارها على سلوكيات الفرد.

-كما ركزت الباحثتين على كيفية تشكل الهويات الافتراضية في زخمتقانة المجتمع الشبكي من خلال توضيح نشأته.

- كان الهدف من الدراسة هو معرفة كيفية عرض الذات على شبكة " الفيسبوك "، والكشف عن مكونات هذا التمثل الرقمي الذي يسمح للأفراد والمجموعات الخوض في التفاعلات على عدة مستويات ضمن هذه الشبكات الاجتماعية، والتي تحقق للمستخدم عدة اشباعا و رغبات.

-كانت تهدف هذه الدراسة الى محاولة التقرب الى أكثر عدد ممكن من المستخدمين ومحاولة الكشف عن ممارستهم لهوياتهم الافتراضية عبر " الفيسبوك " ودوافع ذلك، وكذا

¹تومي فضيلة، نبيلة بوخبزة، الهويات في مواجهة تقانة المجتمع الشبكي المخلعة، "حسابات مستخدمي الفيسبوك نموذجا"، دراسة استكشافية مقدمة في مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية في عددها الواحد والعشرون (21) / ديسمبر 2015.

الكشف عن أنواع التمثلات الذاتية والرقمية للمتعاملين في هذا الفضاء الافتراضي والخوض في تبعاته ومظاهره وأشكاله.

- اعتمدت الباحثين على المنهج المسحي بشقيه الوصفي والتحليلي، وتمثلت عينته في عينة قصديه احتمالية من مجموعة من المستخدمين الجزائريين لموقع التواصل الاجتماعي " الفيسبوك " وهم الاصدقاء الافتراضيين للباحثين على حسابهما الشخصي على موقع الفيسبوك (حيث قدر عددهم بـ 78 مبحوثا).

نتائج الدراسة: توصلت الدراسة إلى ما يلي:

_ الهوية الافتراضية التي تتجسد في الفضاء السيبراني هي إشباع لحاجات ورغبات وميولات نفسية واجتماعية وثقافية، يتمثل من خلالها المستخدمين في مواقع متعددة.

_ يعد استخدام الهوية الافتراضية على موقع الفيسبوك بمثابة النفور والقفز على الهوية الاجتماعية الحقيقية وأحيانا اخرى امتدادا لها.

_ ان الهوية الممارسة والمشكلة على موقع الفيسبوك هي هويات افتراضية مغايرة وبديلة عن الهوية الحقيقية، كما قد تمتد هوياتهم الحقيقية الى هويات افتراضية مماثلة ومطابقة لهوياتهم الحقيقية بكل ما تحمله من معلومات وبيانات.

- يتخذ المستخدم الجزائري ذات افتراضية بديلة عن ذاته الواقعية بالبعض من معلوماته الحقيقية لكي تبقى هويته على الشبكة محفوظة في أرشيف رقمي لدى الموقع.

- يعد تشكيل تمثيل الذات على موقع التواصل الاجتماعي " الفيسبوك " من العلامات التي تجسد التواجد الرقمي للمستخدم.

التعقيب على الدراسة

تناولت هذه الدراسة موضوع الهوية الافتراضية داخل شبكات التواصل الاجتماعي، وتطرقنا كذلك للتفاعلات الناتجة عن هذا التمثل الرقمي في ظل مواجهة تقانة المجتمع الشبكي المخلعة، فهذه الدراسة تتقارب مع دراستنا في موضوع تشكيل الهوية عبر شبكات التواصل الاجتماعي واختلفت مع دراستنا من حيث اختيار الموقع المستخدم أو الانموذج، فالباحثين اعتمدنا في دراستهما على موقع " الفيسبوك " اما في دراستنا فقد اعتمدنا على موقع " الانستغرام " باعتباره الأحدث والأكثر استخداما من طرف الطلبة الجامعيين بجامعة ورقلة.

الدراسات العربية:

الدراسة الأولى: دراسة سهام طالبى تحت عنوان "ديناميكية الهوية على صفحات الفيسبوك"، دراسة ميدانية على عينة مستخدمي الفيسبوك من المجتمع اللبناني حيث تم تقديم هذه الدراسة في الملتقى العشرين لأجيال علماء الاجتماع، التي أقيمت من 19 / 07 إلى 07/26 من سنة 2010¹

_ اندرجت الدراسة حول الاشكالية التالية: كيف تكون ديناميكية الهوية على صفحات الفيسبوك؟

_ وانطلاقاً من التساؤل الرئيسي طرحت الباحثة سؤالين فرعيين على النحو التالي:

° كيف تكون الهوية ديناميكية على صفحات الفيسبوك؟

° هل تختلف ديناميكية الهوية على صفحات الفيسبوك من مستخدم الى آخر؟

_ كان الهدف من هذه الدراسة هو محاولة تحديد اشكالية العلاقة بين الهوية الاجتماعية والهوية الشخصية، من اجل التعرف على كيفية بناء الذات داخل حلقة من التفاعل الاجتماعي الافتراضي، من خلال التركيز على 3 مؤشرات:

_ الفاعل الاجتماعي وكيفية تأويله لذاتية.

_ الوظيفة الافتراضية الاجتماعية وما تتضمنه من تفاعلات رمزية (اللغة، الصور والعلامات).

كما اعتمدت الباحثة على المنهج الكيفي من اجل فهم ديناميكية التواصل على شبكة الفيسبوك المتأرجحة بين الهوية الاجتماعية والهوية المتخفية.

نتائج الدراسة: توصلت نتائج الدراسة الى ما يلي:

_ يعتبر الفيسبوك نظاماً افتراضياً يضع لنفسه قواعد وضوابط يجب على المتصل احترامها، وفي المقابل يقدم حرية تامة الى المستخدم.

_ الفضاء الافتراضي " الفيسبوك " يعتبر مجالاً رمزياً لما يبنيه من تفاعلات بين الفاعلين الاجتماعيين مقابل انتاج لغة مغايرة نوعاً ما عن المؤلف التي يتم استخدامها في المحادثات المكتوبة.

¹ سهام طالبى، ديناميكية الهوية على صفحات الفيسبوك 2012، دراسة ميدانية على مستخدمي الفيسبوك من المجتمع اللبناني، 2010 .

_ يعتبر الفيسبوك لغة صامته متضمنة لنظم لغوية غير موازية للغة الشرعية لتعبر عن توليفة بين العالم الواقعي والعالم الافتراضي ضمن لغة تعبر عن الهوية المستتبطة بالنسبة للممثلين الاجتماعيين على شبكة الفيسبوك.

التعقيب على الدراسة:

تشابهت الدراسة السابقة مع دراستنا الحالية في موضوع الهوية وكيفية تشكيلها داخل المجال الافتراضي، لكنها ركزت على ديناميكية التواصل من خلال شبكة الفيسبوك، وفي المقابل ركزنا في دراستنا على الهوية الافتراضية وسبب اتخاذ الطلبة الجامعيين لهويات مغايرة لهوياتهم الحقيقية وهذا ما اختلفت دراستنا عن الدراسة السابقة على غرار النموذج المختار في الدراسة.

الدراسة الثانية: دراسة عبد الحكيم احمتي تحت عنوان **الهويات الافتراضية في المجتمعات العربية دار الآمال، الرباط، المغرب**، اندرجت الدراسة تحت العنوان السابق ذكره ولقد نشرت الدراسة في كتاب سنة 2017، حيث يتداول الكتاب في فصليه الاول والثاني مقارنة مفاهيمية تم من خلالها التعرض لتعريفات الهوية ومواقع التواصل الاجتماعي، اما الفصل الثالث قد تضمن دراسة تطبيقية حول الدور الاعلامي لمواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل هوية المجتمعات العربية والإعلامية.

_ انطلقت الدراسة من اشكالية تمحورت في التساؤل التالي: **ما هو دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الهويات الافتراضية في المجتمعات العربية؟**

_ كان الهدف من الدراسة هو محاولة تحديد مقومات الهوية وتعريفاتها في ظل تصاعد الحديث عنها، لاسيما ارتباطها بظهور العولمة مما أسفر عن الشعور بالخطر الخارجي والحاجة الى الاصلاح الداخلي للمجتمعات، مع محاولة البحث عن كيفية الخروج من التخلف دون المساس بمنظومة الهوية.

نتائج الدراسة: قدم الكاتب جملة من التوصيات تلخصت في الآتي:

_ اعداد دراسات متنوعة حول الهوية.

_ اجراء دراسة شاملة بشأن كيفية التعامل مع وسائل التواصل الاجتماعي.

_ دعم المبادرات الفردية والجماعية وصفحات التواصل الاجتماعي وتشجيع ربطها بجميع انواع المواد التي تلائم بيئة الانترنت.

_ الاهتمام بكل عناصر الهوية.

_ التحول من ثقافة الاستهلاك الى ثقافة الانتاج.

_ الاهتمام بوضع محتوى الانترنت بمواد ومعلومات باللغة العربية بغرض إفرار ذاكرة حضارية وتاريخية وثقافية للفرد العربي المسلم.¹

التعقيب على الدراسة:

تشابهت دراسة الكاتب مع دراستنا في موضوع الهوية الافتراضية ، وكانت دراسته شاملة للمجتمعات العربية، حيث قام الباحث هنا بإلقاء الضوء على المجتمعات العربية المسلمة كإطار شامل وكامل للدراسة، أما دراستنا فقد تلخصت في فئة من فئات المجتمع الجزائري ألا و هي فئة الشباب الجامعي كعينة قصديه تم الاستعانة بها عن طريق الملاحظة المباشرة من خلال معايشتنا للمجتمع المبحوث خلال اعوام الدراسة الخمس، فكانت دراستنا على سبيل الحصر لا على سبيل التقصير، وقد استفدنا من دراسة الكاتب حيث كونا لمحة عامة مما تهدف اليه دراستنا ، اضافة الى اهمية المراجع المعتمدة من طرف الباحث الكاتب الذي ساعدنا في اثناء بحثنا الحالي بالكثير من المعلومات والتي افادتنا في بناء استمارة الاستبيان.

الدراسة الثالثة: دراسة ثريا سنوسي تحت عنوان " مواقع التواصل الاجتماعي وواقع البناء الذاتي للهوية"²، بحث مقدم في مجلة الدراسات المحكمة في علوم الاعلام والاتصال وهي مجلة عربية الكترونية الأولى من نوعها في المنطقة العربية، حيث كانت الدراسة ميدانية تم فيها رصد آراء عينة من الباحثين في العلوم الإنسانية والاجتماعية والإعلاميين ممن يستخدمون السوشل ميديا بجامعة الشارقة بالإمارات العربية المتحدة 2019.

_ انطلقت الدراسة من الاشكالية التالية: " كيف يتمثل عالم الهوية عبر الفيسبوك؟ وكيف يساهم في اعادة بناء هوية جديدة لتنسجم ومقتضيات المراقبة الموسعة والمجهولة المصدر داخل المجال الافتراضي؟ وإلى أي مدى يمكن الجزم بقدرة المساحات الاجتماعية الرقمية في طمس الحدود بين العالم الافتراضي والعالم الحقيقي؟ "

¹ عبد الحكيم احمتي ، الهويات الافتراضية في المجتمعات العربية ، دار الأمل ، الرباط ، المغرب ، 2017
² ثريا سنوسي ، مواقع التواصل الاجتماعي وواقع البناء الذاتي للهوية ، مجلة الدراسات المحكمة في علوم الاعلام والاتصال، جامعة الشارقة، الامارات العربية المتحدة، 2019.

_ هذه الإشكالية تمحورت حول ميكانيزمات بناء الهوية وإعادة تشكيل ملامحها عبر مواقع التواصل الاجتماعي ومن خلالها قامت الباحثة بطرح التساؤلات الفرعية التالية:

° بما تنفرد الهوية الذاتية التي تنتزل ضمن نظام بانوبتيكي افتراضي تبادلي، بما هي ذات ممتدة وذات منعكسة؟

° ما هي حدود التماهي والتباين بين الهوية الذاتية الحقيقية والهوية الافتراضية فيما يخص الضوابط التي تفرضها الذات على نفسها لتحقيق انصهارها ضمن المحيط الاجتماعي التي تنتزل فيه؟

° ما هو دور الفيسبوك في بناء الهويات الذاتية للأفراد او في إعادة تشكيلها؟

° هل تقوم الهوية الافتراضية على اساس تأكيد الذات الحقيقية للأفراد ام على صناعة ذات مستقلة تماما؟

_ كان الهدف من هذه الدراسة هو التعرف على مدى تأثير التكنولوجيات الاتصالية الحديثة في بناء الذات ومحاولة الكشف عن اهم الهويات التي يجرى الترويج لها في الواقع الافتراضي (مواقع التواصل الاجتماعي بصفة خاصة).

_ التعرف على الفئات التي تهتم بمسائل الهوية والكشف عن مكامن القوة والضعف لدور وسائل التواصل الاجتماعي في تشكل الهوية.

_ اعتمدت الباحثة في دراستها على المنهج الوصفي، لأن الدراسات الوصفية-حسب راي الباحثة- تحاول ان تستكشف حقيقة تجليات الذات ضمن الفضاء الافتراضي وحيثيات تشكلها. فقامت الباحثة برصد آراء عينة قصدية ممثلة في مجموعة من الباحثين في مجال الاعلام والعلوم الانسانية ممن يستخدمون الشبكات الاجتماعية.

وفي هذا الإطار اختارت الباحثة اعتماد اجوبة افراد تعرفهم معرفة حقيقية اعلاميون وأكاديميون (خيفة ان تكون البيانات المنشورة من قبل بقية الأصدقاء حول هوياتهم ومهنهم واختصاصاتهم مزورة).

ومن هنا قامت الباحثة بتوجيه أسئلتها ضمن خدمة الماسنجر الى عينة مأخوذة من قائمة الاصدقاء (عينة قصدية) ومن ثم تنشر لافته مصحوبة بعبارة ما رأيكم؟ في صفحات خاصة بالباحثة في مواقع التواصل الاجتماعي.

كما اعتمدت الباحثة على تقنية المقابلة الالكترونية او عبر الحاسوب " وهي مقابلة تتم عبر البريد الالكتروني او مقابلة الفيديو عن بعد.¹

واستخدمت الباحثة الاسئلة المفتوحة من اجل ترك المجال واسعا للمستجوب حتى يعبر عن رأيه بكل حرية.

نتائج الدراسة:

_ ان وسائل التواصل الاجتماعي تخلق سببا افتراضيا تبادليا يؤثر على نفسية المستخدمين، وبما أن وعي المستخدم يكون مراقبا وخاضعا لأحكام الغير من خلال المواد التي ينشرها فإن ذلك يقوده الى محاولة ارضاء الحشد الافتراضي عن طريق اختيار مدروس من منشورات وفقا لمقتضيات المجتمع الافتراضي التي ينتمي اليه.

_ يصبح الفرد مجبرا على الكشف من جوانب حياته لجمهور مجهول يحكم عليه على اساس ما ينشره، وهذا ما يعد مصدرا للقلق من المجتمع الافتراضي التي انشأته مواقع التواصل الاجتماعي.

_ إن الذات المستخدمة تتصرف في الفضاء الافتراضي تماما كما هو الحال في الفضاء العام الحقيقي.

_ يميل الاغلبية الى تأييد فكرة قيمة الذات الابداعية عبر الانترنت رغم ان البعض من المستخدمين لا يحبون تسجيل هويتهم الحقيقية ويميلون الى تزييفها.

_ الهوية الذاتية في المجال الافتراضي بدت حسب عدد من افراد العينة وكأنها منصهرة من هوية اوسع وهي الهوية الاجتماعية حيث ذابت الذات نهائيا داخل منظومة المجتمعات الافتراضية.

_ إن المجال الافتراضي رغم كونه مجهولا ومنفتحا إلا انه يبقى حسب افراد العينة فضاء مغريا، حيث يتيح ممارسات قد تفضي إلى انقسام الذات وتأرجحها ما بين واقعها الحقيقي والافتراضي.

التعقيب على الدراسة:

تشابهت الدراسة السابقة مع دراستنا الحالية في موضوع الهوية وكيف تساهم مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل هوية افتراضية داخل المجال الافتراضي في ظل التكنولوجيا

الاتصالية الحديثة التي افرزت عن ظهور المجتمعات الافتراضية، لكنها تباينت مع دراستنا في نقطتين استخدامنا في دراستنا الانستغرام كنموذج بصفته موقع من مواقع التواصل الاجتماعي، بينما الدراسة السابقة اعتمدت على اربع مواقع باعتبار ان الافراد المبحوثين (عينة من الباحثين في العلوم الانسانية والإعلاميين) ممن يستخدمون السوشل ميديا يمتلكون عدة حسابات على الشبكات الاجتماعية.

كما اختلفت الدراسة السابقة مع دراستنا الحالية في التوسع في موضوع الهوية حيث درست الباحثة الموضوع من مختلف الجوانب وركزت على العديد من الهويات (الهوية الذاتية، الهوية الاجتماعية و الهوية الافتراضية) باعتبار ان العينة المأخوذة هم اساتذة وباحثين جامعيين مما ساعد الباحثة في إثراء بحثها بكافة المعلومات ومختلف الآراء، في حين بحثنا قد اختصر حول كيفية تشكيل الهوية الافتراضية مع محاولة معرفة الدافع وراء استخدام الطلبة الجامعيين لهويات افتراضية ، وما هو دور موقع الانستغرام في ذلك البناء او التشكيل وكان ذلك على سبيل الحصر حتى لا يتشعب البحث.

الدراسات الأجنبية: بالنسبة للدراسات الغربية فقد سجلنا غزارة من حيث عدد البحوث وتشابهها من حيث المحتوى والاشكال لكننا اعتمدنا على الدراسات التالية:

الدراسة الأولى: دراسة ماريانا ماركو فيسكي وآخرون تحت عنوان " مفهوم الذاتية الحقيقي مقابل الهوية الرقمية على الفيسبوك"¹ 2014.

_ طرحت الباحثة وزملائها التساؤل الجوهرى الآتى: ما هي ملامح الشخصية الافتراضية وما علاقتها بالهوية الحقيقية لمستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي؟

_ كان الهدف من الدراسة هو محاولة التعرف على الشخصية الافتراضية التي يتبناها المستخدمين على وسائل التواصل الاجتماعي، وكذا الكشف عن الهوية الحقيقية للمستخدمين من خلال دراسة العلاقة بين الشخصية الافتراضية والهوية الحقيقية لمستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي.

_ استخدمت الباحثة اداة الاستبيان التي قامت بتوزيعها على عينة قصديه تمثلت في مجموعة من طلبة المدارس الثانوية متمثلة في 104 تلميذ وتلميذة تراوحت اعمارهم بين 13 و 15 سنة.

¹Marijuana macofsky and Cyril Ss Real self concept in exchange for a digital identity on facebook, , conference paper, conference: Communication Electronique Culture et Identities, Universite Du Havre, france , 2014.

نتائج الدراسة:

_ لا يوجد طالب واحد مع مفهوم الذات السلبي للغاية عبر الفيسبوك و97.6 بالمائة لديهم مفهوم النفس الايجابي بشكل عام.

_ الهوية الرقمية للطلاب العينة هي شخصية حقيقية تماما أكد الطلاب المشاركون في العينة انهم صرحوا بهويتهم الحقيقية وبياناتهم الصحيحة على صفحات الفيسبوك الخاصة بهم ولا يتبنون هويات افتراضية مزيفة او وهمية.

-أكدت النتائج ان الهوية الرقمية هي نفسها الهوية الشخصية بالأفراد المبحوثين في الواقع وتتشابه مع مفهوم الذات في الحياة الحقيقية¹.

الدراسة الثانية: دراسة بيتر فاغي وبرنارد كولز تحت عنوان " التحول الرقمي للهوية البشرية نحو نموذج مفاهيمي للهوية الافتراضية في العالم الافتراضي"، مقالة بحثية علمية مقدمة كمقاربة في الجريدة العالمية للبحوث في تكنولوجيايات الاعلام الجديد بجامعة هنغاريا بالمجر سنة 2018.

_ كان الهدف من هذه الدراسة او المقال هو محاولة الكشف عن انماط تطوير الهوية في المجتمعات الافتراضية من اجل تقديم نموذج مفاهيمي للهوية الافتراضية، مع محاولة وضع مقاربة اجتماعية بحتة لدراسة العناصر والمكونات الهيكلية المستخدمة في بناء الهوية، ومحاولة دمج عدة ابعاد ومقاربات تقرب موضوع الهوية باعتبارها تكتل للشخصية الاجتماعية والعقلانية ومختلف الجوانب المادية، وذلك بهدف الوصول الى مقاربة علمية تنظر موضوع الهوية.

ومن هنا عزم الباحثان على تقديم وتوفير ارضية مماثلة مع المزيد من التوسعات النظرية الامبريقية ذات الصلة بشأن الهوية في العوالم الافتراضية.²

اعتمد الباحثان في مقاربتهم على عدة مؤشرات في العوالم الافتراضية وركزا على النموذج المفاهيمي للهوية الافتراضية من خلال وضع مفاهيم مبدئية وأولية لموضوع الهوية بصفة عامة.

¹ mariyana and cyril real self oncpt digital identity on facebook, op , cit, 2014.

² dunn and guadagon my avatar and me genden and personli of avatar self behavior page 97

كما حاول الباحثان دراسة وتحليلالنموذج المفاهيمي للهوية وفق ثلاث مستويات¹كلها تصب في شأن الهوية الافتراضية والتحول الرقمي للهوية البشرية في العالم لافتراضي وهي كالتالي:

° على المستوى الفردي الصورة الرمزية

° على المستوى الجزئي الاتصال

° على المستوى الكلي المجتمع الافتراضي.

نتائج الدراسة:

يتم استخدام هويات افتراضية بغرض عرض السلع المادية والترويج لثقافة معينة من المواد المصنعة والمعروضة على المواقع الافتراضية.

تقدم العالم الافتراضي الى حد ما بطريقة جد متطورة جعلت المستخدمين يستغلون هذا العالم من أجل وظيفة معينة عن طريق عرض وترويج وتسويق السلع والخدمات. يستخدم الافراد الهويات الافتراضية من أجل الترويج للثقافة المادية وكذا الاستهلاك الرمزية.

يستهلك الاشخاص السلع الافتراضية بسبب تشابه عرضها وتشابهاها مع السلع المادية التي يستهلكونها في حياتهم الواقعية.

يسعي المستخدمون الى استعارة هوية افتراضية من اجل ان يصبحوا اعضاء في بعض المجموعات المؤسسة على الموقع بغرض التعبير عن مختلف النشاطات اليومية والاجتماعية.

يقوم الاشخاص بالتعريف عن أنفسهم بهويات غير حقيقية من اجل اتخاذ وايجاد قرارات للمشاكل ذات الصلة بحياتهم الواقعية.

يستخدم الاشخاص الهوية الافتراضية لتلبية بعض الحاجات كالمحادثات النصية واتباع بعض الرغبات كالعلاقات الحميمة الافتراضية.

بناء على هذه النتائج توصل الباحثان الى وضع مقارنة²نظرية قدمت الهوية الافتراضية كمفهوم متعدد الابعاد اشتمل على 03 مستويات:

✓ **المستوى الفردي:** يقصد به الصورة الرمزية للشخص.

✓ **المستوى الجزئي:** يقصد به وسائل الاتصال التكنولوجية الحديثة.

¹ jery and taversjpnresreflection on identity and larning in virtual world thea avatar in second life jerry and james and garden perty on ford 2012

²nagy peter and kelesbenn delt the digital thfomation of vritralindntity in virteal words 2014

✓ **المستوى الكلي:** يقصد به ان الصورة الرمزية للأفراد تروج لها وسائل الاتصال الحديثة في المجتمع الافتراضي.

وهذه المستويات يتم من خلالها تقييم الهوية الديناميكية داخل العوالم الافتراضية في ظل عصر متطور تقنيا وتكنولوجيا وماديا ومعرفيا، والذي قد يقدم فرص متعددة لوضع قياس كمي يكون أكثر تحديدا ودقة من اجل تكميم الهوية الشخصية داخل المجال الافتراضي.

التعقيب على الدراسة:

كانت هذه الدراسة مقارنة مع دراستنا الحالية في موضوع الهوية الافتراضية ودور وسائل الاتصال الحديثة في تشكيل هذه الهوية المختلفة الأبعاد، هذه الدراسة اوضحت لنا عدة مفاهيم حول الهوية الافتراضية فاستفدنا منها في الجانب المفاهيمي وأعانتنا في تخطي بعض الصعوبات المعرفية بخصوص مفهوم الهوية الافتراضية من خلال محاولة الباحثين لوضع مقارنة يوضحا فيها المفاهيم المتعددة والأبعاد المختلفة للهوية الشخصية للأفراد. أما الاختلاف فيظهر في ميدان الدراسة فالبحثنان قدما المقال اعتمادا على مجموعة من الدراسات منها الميدانية ومنها الاستكشافية ومنها التحليلية والتي قام بها العديد من الباحثين في مجال تكنولوجيا الاتصال الحديثة ام دراستنا فتم تطبيقها على عينة من طلبة جامعة ورقلة كدراسة ميدانية.

ان الدراسة السابقة ركزت على 3 مستويات اعتمدها الباحثان بهدف الخروج بمقاربة نظرية علمية، اما هدف دراستنا فهو الكشف عن كيفية تشكيل الهوية الافتراضية التي يظهر بها الطلبة داخل المجال الافتراضي وكيف يساهم موقع الانستغرام في بناء وتشكيل تلك الذات المزيفة والتي قد تكون مزيفة او نفسها في حياتهم الواقعية.

ثامنا: المقاربة النظرية:

يستلزم البحث العلمي من خلال مناهجه وتقنياته الإجابة عن تساؤلات واشكاليات مطروحة حول مواضيع متعددة قد تتشابه او تختلف مجالاتها، وهو ما يفرض على الباحث ضرورة الفهم الجيد للمقاربات والنظريات اللازمة والتي تساهم في تحليل ظاهرة ما، انطلاقا من طبيعة هذه الأخيرة، مما يعني أن هناك علاقة ارتباطية بين طبيعة الموضوع المراد دراسته والبحث فيه واختيار المقاربة النظرية المناسبة له، فليس كل المقاربات مناسبة لكل المواضيع.

ان المقاربة تتحدد نهائيا من خلال الفرضيات، حيث هذه الأخيرة توجهنا بدقة نحو المقاربة المناسبة، فضلا عن خصائص عينة الدراسة وميدانها.

وعلى هذا الأساس لا يمكن اختيار المقاربات بطريقة جزافية، أو أن ننطلق من مقاربات متناقضة في التحليل الا إذا تعمدنا المقارنة بين المقاربات، وسوى ذلك يقع الباحث في مشكلة منهجية من خلال تقديم فكرة ثم مناقضتها دون شعور منه، ثم انه من الضروري المعرفة الجيدة والاطلاع الواسع على كل مقاربة، مع معرفة هذه المفاهيم ومدلولاتها الحقيقية من اجل استعمالها وتوظيفها في البحوث العلمية بطريقة صحيحة.¹

ومن الخطوات الأساسية القيام أولا بحصر المفاهيم الخاصة بكل مقاربة ومعرفة معناها الأصلي كما ورد في مصادرها وعند روادها، وثانيا يجب استعمالها استعمالا صحيحا وفي مكانها المناسب، وذلك حتى لا ينحرف التحليل كالتمييز بين العقلي والعقلاني، وبين التنظيم والمنظمة، وبين الشرعية والمشروعية.²

حتى لا نتطرق دراستنا من فراغ، كان من الأنسب لنا أن نستند الى مقاربة نظرية تضيف اليها صفة العمق والشمول، وتوجه مسارنا في العمل من خلال تحديد التساؤلات وبناء الفرضيات.

❖ الخلفية المعرفية للنظرية:

ظهرت هذه النظرية لأول مرة في كتاب استخدام وسائل الاتصال الجماهيري لمؤلفيه إياهوكاتز Elihu Katz وجي بلومر JayBlummer وكانت الفكرة الأساسية للكتاب تدور حول تصور الوظائف التي تقوم بها وسائل الاعلام ومحتواها من جانب، ودوافع الفرد من التعرض اليها من جانب آخر، قدم هذا المدخل لأول مرة عام 1959 حينما تحدث عالم الاتصال المعروف كاتز عن ضرورة تغيير الخط الذي تسير فيه بحوث الاتصال، والتركيز على كيفية تعامل الناس مع وسائل الاعلام بدلا من الحديث عن تأثيراتها على الجمهور، اقترح الباحثين ضرورة التحول الى دراسة المتغيرات التي تلعب دورا وسيطا في هذا التأثير من خلال البحث عن إجابة السؤال: ماذا يفعل الجمهور بوسائل الاعلام؟

¹ناصر قاسمي، التحليل السوسولوجي، نماذج تطبيقية، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر 2017، ص 126.
²احمد صقر عاشور، الإدارة العامة "مدخل بيئي مقارن"، بيروت: دار النهضة العربية، 1979، ص36.

وكان الظهور الفعلي لمنظور الاستخدامات والاشباعات عام 1944 في المقال الذي كتبه عالمة الاجتماع الأمريكية HARZOY بعنوان: "دوافع الاستماع للمسلسل اليومي واشباعاته" وتوصلت الباحثة من خلال المقابلات التي أجريتها مع مائة من جمهور المستمعين للمسلسل النهاري الذي يقدمه الراديو الى وجود اشباعات أساسية للاستماع الى هذه النوعية من المسلسلات¹، وتواصلت الجهود البحثية في هذا الميدان، حتى وصلت الى حالة من النضج تبلورت من خلالها عناصر وحركات النظرية وأهدافها وفروضها، ليصبح لها فيما بعد تأثير كبير في أولويات، بحوث الاعلام في العالم .

ومع بداية عصر تكنولوجيايات الاتصال الحديثة وبروز وسائل الاتصال الجماهيري، ركزا العلماء على محاولة فهم ماهي التأثيرات التي يمارسها الاعلام الجماهيري على الافراد ومن هنا ظهر أنموذج التلقي، حتى تم إدراك عواقب الفروق الفردية والتباين الاجتماعي على إدراك السلوك المرتبط بوسائل الاعلام خلال اربعينيات القرن 20، فتوصل العلماء الى وجود علاقة فعالة بين الجمهور والوسائل وأن الجماهير تنتقي الوسائل والمضامين الاعلامية. ومن هنا اعتبرت بحوث الاستخدام والاشباع من المقاربات التي ظهرت في أواخر ستينيات القرن الماضي، اذ تركزت على دراسة أسباب استخدام وسائل الاعلام والاتصال والتعرف عليها من مختلف الفئات الاجتماعية ومحاولة الربط بين هذه الدوافع والعائد من هذا الاستخدام الذي يحققه الفرد.²

فاختلفت التسميات التي أطلقت على مدخل الاستخدامات والإشاعات فهناك من يطلقون عليه اسم نموذج، وهناك من يطلقون عليه مدخل، وهناك بعض الباحثين يرتقون به الى رتبة النظرية، في حيث يفضل البعض وهم أقلية تسميته باسم نظرية المنفعة، ومن هنا تطورت بحوث الاستخدامات والاشباعات كرد فعل لفشل الكثير من الأبحاث في وجود دليل مباشر على امكانية انتقاء الافراد لوسائل الاتصال.³

¹كامل نور شيد مراد، الاتصال الجماهيري والاعلام: التطور : الخصائص ، النظريات ، دار المسيرة للنشر والتوزيع ، والطباعة ط1، عمان ، 2011 ، ص 144-145.

² منال طلعت محمود ، مدخل لعلم الاتصال ، مصر ، 2002.

³مرفت طرابيش، عبد العزيز السيد، نظريات الاتصال، دار النهضة العربية، دط، القاهرة، ص 231.

❖ تعريف نظرية الاستخدامات والاشباعات Concept Uses: Gratifications

تهتم نظرية الاستخدامات والاشباعات بدراسة الاتصال الجماهيري دراسة وظيفية، ترى أن الجمهور ليس مجرد مستقبل سلبي لرسائل الاتصال الجماهيري وإنما يختار الأفراد بوعي وسائل الاتصال التي يرغبون في التعرض لها، ونوع المضمون الذي يلبي حاجاتهم النفسية والاجتماعية بغرض اشباع حاجات ودوافع فردية معينة.¹ فأنموذج الاستخدامات والاشباعات يقدم مجموعة من المفاهيم التي تؤكد على ان اسلوب الأفراد أمام وسائل الإعلام هو أكثر قوة من التغيرات الاجتماعية والسكانية والشخصية.²

تحقق نظرية الاستخدامات والاشباعات ثلاث أهداف رئيسية:

- 1- السعي إلى اكتشاف كيف يستخدم الأفراد وسائل الاتصال باعتبار أن الجمهور نشط ينتقي الوسائل والمضامين.
- 2- شرح دوافع التعرض لوسيلة معينة والتفاعل الذي يحدث نتيجة هذا التعرض.
- 3- التأكيد على نتائج استخدام وسائل الاتصال بهدف فهم عملية الاتصال الجماهيري.³

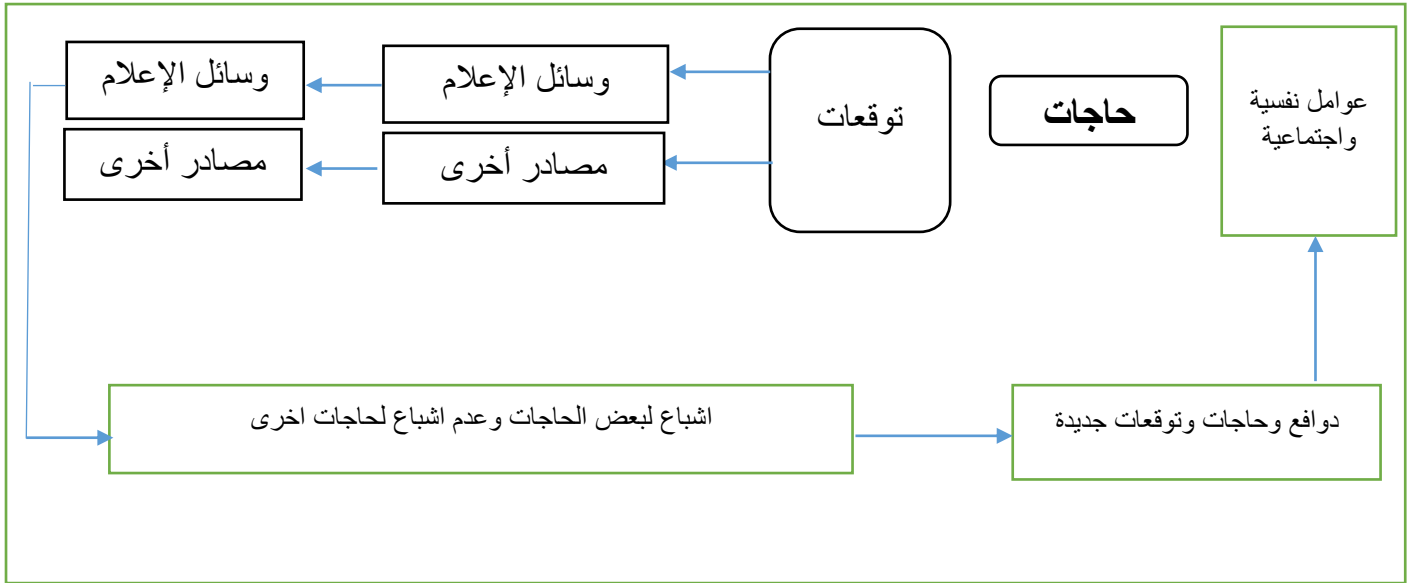
❖ مسلمات النظرية:

- 1- إن أعضاء الجمهور مشاركون فاعلون في عملية الإتصال الجماهيري ويستخدمون وسائل الإتصال لتحقيق أهداف مقصودة تلبي توقعاتهم.
- 2- يعبر استخدام وسائل الإتصال عن الحاجات التي يدركها أعضاء الجمهور ويتحكم في ذلك عوامل الفروق الفردية وعوامل التفاعل الإجتماعي وتنوع الحاجات.
- 3- التأكيد على أن الجمهور هو الذي يختار الوسائل والمضمون الذي يشبع حاجاته، فالأفراد هم الذين يستخدمون الوسائل وليس الوسائل التي تستخدمهم.
- 4- يستطيع أفراد الجمهور دائماً تحديد إحتياجاتهم ودوافعهم بالتالي يختارون الوسائل التي تشبع تلك الحاجات.
- 5- يمكن الإستدلال بالمعايير الثقافية السائدة من خلال استخدامات الجمهور لوسائل الإتصال وليس من خلال محتوى الرسائل فقط.

¹ عبد النبي عبد الله الطيب، فلسفة ونظريات الاعلام، الدار العالمية للنشر والتوزيع، ط2014، 01، ص145

² محمد منير حجاب، المعهد الإعلامي، دار الفجر للطبع والتوزيع 2004، ص 584-585

³ مرزوق عبد الحكم العدلي، الإعلانات الصحفية، دراسات في الاستخدامات والاشباعات، دار الفجر، ط 01، 2004، ص 126

(شكل رقم 01): نموذج الاستخدامات والاشباع¹المفاهيم المرتبطة بنظرية الاستخدامات والاشباع:

الاستخدام: يعني ذلك ان الجمهور هو الذي يستخدم الوسيلة الإعلامية فهو الذي يشاهد المضمون الإعلامي، او يقرأه، او يسمعه وكل ذلك يتم بإرادته واختياره.

الاشباع: وهي النتيجة التي يتلقاها الجمهور من مضمون وسائل الاعلام، استجابة لحاجاته ودوافعه من التعرض لهذه الوسائل، اذ ان الجمهور له دوافع وحاجات من تعرضه الانتقائي لوسائل الاعلام، ويبحث عن اشباع لهذه الدوافع وتلك الحاجات.²

الدافع: هي حالة داخلية نفسية تزيد من النشاط الموجه نحو تحقيق أهداف معينة، وهو يمثل قوته أو عامل أو استعداد أو حالة داخلية دائمة أو مؤقتة تثير السلوك الباطني أو الظاهري في وقت ما وتوصله حتى ينتهي الى هدف معين³

الحاجة: حالة من التوتر أو عدم الاشباع يشعر بها الفرد والتي تدفعه الى التصرف متجها نحو الهدف الذي يعتقد أنه سوف يحقق له الاشباع.⁴

¹ عبد الحافظ عواجي صلوي، نظريات التأثير الإعلامية، الاكاديمية العربية في الدنمارك، 2018، ص، 09.

² محمد بن مسعود البشير، نظريات التأثير الإعلامي، دار المناهج للنشر والتوزيع، ط01، الرياض، 2007، ص53.

³ تنييه صالح السامري، علم النفس الإعلامي، مفاهيم – نظريات – تطبيقات، دار المناهج للنشر والتوزيع، ط 01، عمان، 2007. ص 54.

⁴ فاروق مداس، قاموس مصطلحات علم الاجتماع، دار مدني للطباعة والنشر والتوزيع، 2003، ص106.

اسقاط المقاربة النظرية على الدراسة:

من خلال العرض السابق يمكننا القول أن تطبيق نظرية الاستخدامات والاشباعيات في دراستنا تعد من اهم المداخل النظرية المناسبة لها، وذلك من اجل دراسة دور موقع الانستغرام في تشكيل الهوية الافتراضية لدى الطلبة الجامعيين (افراد العينة)، اذ ترى هذه النظرية أن الجمهور هو جمهور نشط يبادر باستخدام مواقع التواصل الاجتماعي بهدف اشباع حاجات معينة وهو اهم عنصر في هذه النظرية.

فساعدتنا هذه النظرية في رصد الاشباعيات المحققة لدى الطلبة الجامعيين باستخدامهم لموقع الانستغرام، فتبلور هنا الاشباع من خلال خلق الصداقات والتنافس بلغات مختلفة، وجعل الطالب يتعرض لمحتويات متعددة مما يساعده في خلق هوية افتراضية من خلال استطاعته في الانضمام الى الجماعات الافتراضية داخل المجتمع الافتراضي، بالإضافة الى معرفة دوافع التعرض والاثر الذي يحدثه الاستخدام المتكرر لموقع الانستغرام، والذي يساهم في خلق وتشكيل هويات جديدة لأفراد العينة غير هوياتهم الواقعية والحقيقية.

اذ وجد كل من رولان بارت وآخرون عام 2009 العوامل الرئيسية لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي وتحقيق بعض الاشباعيات عن طريق الشعبية، التعرف بالذات والترفيه وحاجات اجتماعية أخرى، في هذا الصدد يقول رولان بارت في شأن الهوية " انها مزودة بفاعلية اجتماعية ، وهي ظاهرة مركزية في نظام العلاقات الاجتماعية وتنظيم التبادلات في كل مجالات الحياة"¹.

نظرية الدراما الاجتماعية: ارفنغوفمان Erving Goffman:

" عرض الذات في الحياة اليومية (النظرية الدرامية)

❖ الخلفية المعرفية للنظرية:

تعود نظرية عرض الذات في الحياة اليومية الى عالم الاجتماع الأمريكي ارفنغ غوفمان الذي قدم نظريته المعروفة "بالنظرية الدرامية لفهم الحياة الاجتماعية" ، "Dramaturgy" ، اذ يعتقد غوفمان ان ليس ثمة فرق كبير بين المسرح وبين الحياة اليومية، وان استخدام تشبيه المسرح في التحليل سيمكننا من فهم التفاصيل الدقيقة والخفية في حياتنا وسلوكنا في حضور الاخرين، وهو عبارة عن أداء "Performance" تسعى من خلاله بشكل واعى أو غير

¹كريمة علاق ، الهوية البديلة "أفاتار" في لعبة الحياة الثانية، دراسة اثوغرافية افتراضية نفسية على مجموعة من الشخصيات الافتراضية، مجلة جامعة القدس المفتوحة للأبحاث والدراسات، مجلد 8، العدد 24، 2018.

واعي الى المحافظة أو التلاعب في انطباعات الآخرين ، وهذا لا يعني بالضرورة أن سلوكنا زائف، فحتى عندما نكون صادقين مع الآخرين فإننا سنقوم بتمثيل الأدوار التي يفرضها حضورهم بامعان أكثر.¹

يرى غوفمان ان هناك فئات كثيرة من الافراد الذين لا يستطيعون المواصلة في أعمالهم أيا كانت هذه الاعمال فلجأوا الى حصرانفسهم في الوسائل التي تؤثر على الفرد الذي يراقبهم بين الحين والآخر اثناء عرض نشاطاتهم، ومن هنا سيشعرون انه من الضروري ان يتعاونوا مع بعضهم البعض ليتلاعبوا بشكل مباشر بالانطباع الذي يعطونه، فالمرقبون هنا يصبحون فريقا مؤيدا فيما يصبح المراقب من الجمهور فريقا مصورا ومخرجا، حينها تصبح الأفعال التي يظهر بها وكأنها تمارس لأغراض ملموسة ولمجرد تعبيرات موجهة للجمهور، وشوط النشاط بأكمله يصبح دراميا.²

❖ مسلمات النظرية:

1- ان الناس يتفاعلون معا في بيئات اجتماعية ويتشاركون دائما في عملية إدارة الانطباع، حيث يحاول كل منهم تقديم أنفسهم والتصرف بطريقة تمنع الاحراج من أنفسهم أو من الآخرين.

2- يقوم الفرد بنشاط معين او أداء امام مجموعة معينة من الجمهور او المراقبين ومن خلال هذا الأداء يعطي الفرد معنى لنفسه وللآخرين من خلال عدة انطباعات والتي قد تكون حقيقية كما قد تكون زائفة.

3- ان الانطباعات التي يقدمها الفرد للآخرين من خلال أداء معين قد تؤكد هوية الفاعل.

4- هذا الفاعل الممثل قد يكون او لا يكون على دراية بأدائه او قد يكون له هدف معين من وراء هذا الأداء.

¹JEAN SAMUEL BELUSCART , ERIC DAGIRAL, SILVIAN PARASIE , SOCIOMOGIE D'INTERNET , PARIS, ARMON COLIN, CURSUS SOCIOLOGIE, P 119-149.

²ارفع غوفمان، عرض الذات اليومية. ترجمة أحمد العوضي، جامعة الملك عبد العزيز السعودية.

5- ان الفضاء السيبراني الذي يتفاعل فيه الافراد من خلال محاولتهم لتقمص دور ماهو إلا بمثابة مسرح يشمل جملة من الممثلين.

اسقاط نظرية غوفمان على الدراسة :

لقد ازداد الاهتمام بقضايا الشبكات الاجتماعية والمجتمع الافتراضي من ان شكلت الانترنت فضاء معلوماتي والذي نجح في تأسيسه الجماعات الافتراضية فنشأ ما يسمى: بالاجتماعية الأنترنيتة، حسب قول عالم الاجتماع على محمد علي بن رحومة¹ الذي يرى ان الانسان غدا يتفاعل مع الحاسب الآلي حتى تحول الى انسان رقمي افتراضي يعيش ويحي على الشبكة المعلوماتية ليتواصل مع غيره في كافة انحاء العالم دون احتساب الواقع حتى أطلق عليه اسم "الإنسوب" (أيمزيجبين الإنسان والحاسوب).

ان تواجد الفاعل الاجتماعي بصفة يومية في المنصات الالكترونية والشبكات الاجتماعية بشكل هائل ودائم يدل على أهمية الفضاء الافتراضي الذي اصبح يعتبر مسرح التفاعلات التي تحاك فيه الأدوار بمختلف اشكالها وابطالها وفق المقاربة النظرية لعالم الاجتماع غوفمان الذي أشار الى طريقة التفاعل واهم طقوسها بين الافراد التي تفرض على الفاعل الاجتماعي تقمص أدوار مختلفة باختلاف الوضع الذي يتواجد فيه²، وقد ساعد تطور تكنولوجيا الاتصال من تدعيم تواجد الفرد في هذا الفضاء بمختلف اشكاله سواء كانت منصات الكترونية او شبكات التواصل الاجتماعي او المواقع بتعدد اشكالها، اذ تشير آخر الاحصائيات لسنة 2018 ان نسبة مستخدمي الانستغرام بلغت 4400 مليون مستخدم حول العالم باعتباره الموقع الأكثر استعمالاً والذي يستهوي العديد من المستخدمين بفضل ما يوفره من خيارات وتطبيقات تسهل عملية عرض الذات.

ترتبط هذه النظرية بموضوع دراستنا بموضوع الهوية الافتراضية وذلك من خلال تقديم الذات في الحياة اليومية من خلال شبكة الانترنت، فأصبحت المجتمعات الافتراضية تتسم بدرجة

¹ علي محمد رحومة، علم الاجتماع الالي " مقارنة في علم الاجتماع العربي والاتصال عبر الحاسوب، عالم المعرفة، العدد 347- الكويت 2008
² باديس لونيس ارفنغوفمان والظاهرة الاتصالية، "قراءة إبستمولوجية في اهم أفكاره النظرية"، المجلة العربية في العلوم الانسانية، والاجتماعية، مجلة دراسات وابحاث، مجلد 10، عدد04، ديسمبر 2018، جامعة باتنة.

عالية من اللامركزية وانتهى ذلك بالتدرج الى تفكيك مفهوم الهوية التقليدي، وهذا المفهوم لا يقتصر على الهوية الوطنية او الهوية القومية بل تجاوزها ليصل الى الهوية الشخصية للأفراد، لان بعض من يرتاد هذه بالمجتمعات يكونون بأسماء مستعارة ووجوه ليست وجوههم وبعضهم لهم أكثر من حساب.

في هذا الصدد يقول " هارولد زينغولد " " Harold reyngold " ان هذه المجتمعات الافتراضية في جزء منها هي ردة فعل واستجابة لجوع الناس وافتقارهم الى المجتمع المحلي بعد تفرق وتفكك المجتمعات المحلية التقليدية.

ان انغماس الفرد في تفاعلاته الافتراضية واهماله لتفاعلاته الواقعية أدى الى تدهور العلاقات الحقيقية ومنه انقطاع علاقته مع الاسرة والأصدقاء، حتى أصبح مهتما بالمجتمع الافتراضي أكثر من المجتمع الواقعي.

في هذا الشأن يعرف محمد منير حجاب المجتمعات الافتراضية على انها " مجتمع يتكون من اشخاص متباعدين جغرافيا ولكن الاتصال والتواصل بينهم يتم عبر شبكات الكترونية، وينتج نوع من الإحساس بالولاء والمشاركة"¹.

ان الكثير من الباحثين يرون ان الانترنت توفر للأفراد طرقا جديدة للتواصل لكن الحقيقة غير ذلك فبينما هم مفتونون بالواقع الافتراضي أخفقوا في التعامل مع الواقع الفعلي الذي يعيشون فيه، بل وحتى الهوية الحقيقية لهم اقترنت بالهوية الافتراضية من خلال الفضاء الافتراضي " وهذا هو اشكال دراستنا" وهذه الهوية الافتراضية التي قد يتخذها بعض الافراد على شبكة الانترنت قد تختلف تماما عن هويتهم الحقيقية. وحسب ارفنغ غوفمان "فان هذه التصرفات هي محاولة لتقمص أدوار مستوحات من المسرح الذي يضمه الفضاء السبيراني"² فهذا الواقع الافتراضي قد يسمح لهم بالاستقلالية وحرية قد لا يجدونها في عالمهم الحقيقي، فالفرد هنا يستطيع ان يقول ما يشاء خارج الضوابط التقليدية للمجتمعات

¹محمد منير حجاب، المعجم الإعلامي، ط1، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2004.
²ارفتغ غوفمان، عرض الذات اليومية. ترجمة أحمد العوضي، جامعة الملك عبد العزيز السعودية.

والقيود السلطوية للدولة وبالنسبة للبعض فالإنترنت هو المتنفس الوحيد لهم بإطلاق العنان لأرائهم وافكارهم وحتى ابداعاتهم.

ومن هنا يجعل غوفمان من عبارات وليام شكسبير المجازية " العالم كله مسرح، والرجال والناس مجرد لاعبين" ونظريته تفسر الكثير من سلوكياتنا اليومية التي نمارسها بطريقة عفوية في العالم الافتراضي من خلال هويات افتراضية وهي بمثابة سلوكيات نمطية مطلوبة منا ان نمارسها لإنجاح ادوارنا المسرحية.

تاسعا: المنهج المستخدم في الدراسة:

1- نوع الدراسة: تعتبر الدراسات من الدراسات الوصفية لأنها تهتم بدراسة واقع الظواهر وتحليلها وتفسيرها بغرض الوصول إلى استنتاجات مفيدة تخدم الهدف من الدراسة من خلال الوصول إلى نتائج واستنتاجات تسهل فهم الحاضر وتساعد في توجيه المستقبل.¹

تهدف الدراسات الوصفية إلى وصف خصائص ظاهرة معينة أو موقف محدد أو قضايا اجتماعية تمت دراستها من قبل، فهي تتجه إلى تصنيف الحقائق والبيانات وتحليلها وتفسيرها لاستخلاص دلالاتها وتحديدها بالصورة التي عليها بالواقع كميًا وكيفيًا من أجل الوصول إلى نتائج نهائية يمكن تعميمها.

تعرف "هويتني" الدراسات الوصفية: بأنها "تلك الدراسة التي تتضمن دراسة الحقائق الراهنة المتعلقة بطبيعة ظاهرة أو موقف أو مجموعة من الناس أو مجموعة من الأحداث أو مجموعة من الأوضاع".²

يعرف "محمد عبد الحميد" الدراسات الوصفية: بأنها "تقوم على وصف الأحداث والأشخاص والمعتقدات والاتجاهات والقيم والأهداف والتفصيل والاهتمام، وكذلك أنماط السلوك المختلفة والنظم والمؤسسات الإعلامية وتفسير العلاقة المتبادلة بين هذه العناصر وغيرها... في إطار علاقات فردية يمكن اختبارها".³

¹ عمار بوحوش، محمود محمد الذنبيات، مناهج البحث العلمي وطرق إعداد البحوث، ط1، ديوان المطبوعات الجامعية، ص100.

² محمد منير حجاب، أساسيات البحوث الإعلامية والاجتماعية، ط1، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2002، ص78.

³ محمد عبد الحميد، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، ط2، عالم الكتب، مصر، 2013، ص13.

2- منهج الدراسة:**تعريف المنهج:**

لغة: الطريق أو المسلك.

اصطلاحاً: يعرفه محمد بدوي: بأنه "مجموعة من القواعد التي يستعملها الباحث لتفسير ظاهرة معينة بهدف الوصول إلى الحقيقة العلمية، أو أنه الطريق المؤشر للكشف عن الحقيقة في العلوم بواسطة طائفة من القواعد العامة التي تهيم على سر العقل وتحدد عملياته حتى يصل إلى نتيجة معلومة".¹

يعرفه **موريس إنجرس:** "المنهج عبارة عن سلسلة من المراحل المتتالية التي ينبغي اتباعها بكيفية منسقة ومنظمة".²

كما يعرف المنهج بأنه مجموعة مبادئ وقواعد مراحل منظمة بطريقة منطقية يمكن من بلوغ نتائج معينة.³

بما أن دراستنا تتدرج تحت عنوان دور الانستغرام في تشكيل الهوية الافتراضية لدى الطالب الجامعي، فهنا نحاول معرفة كيف تتشكل الهوية الافتراضية في سياق مواقع التواصل الاجتماعي "الانستغرام نموذجاً" إذن المنهج الملائم لهذه الدراسة هو **منهج المسح الوصفي** والذي يعتبر من أنسب المناهج العلمية للدراسات والبحوث الإعلامية التي تستهدف وصف وبناء وتركيب جمهور وسائل الإعلام وأنماط سلوكه، خاصة من خلال تسجيل وتحليل وتفسير الظاهرة في وضعها الراهن بعد جمع البيانات اللازمة والكافية عنها وعن مصدرها وطرق الحصول عليها.⁴

إن منهج المسح الوصفي هو الطريقة العلمية التي تمكن الباحث من التعرف على الظاهرة المدروسة من حيث العوامل المكونة لها، والعلاقات السائدة داخلها كما هي في الحيز الواقعي وضمن ظروفها الطبيعية غير المصطنعة من خلال جمع المعلومات والبيانات المحققة.⁵

¹محمد بدوي، المنهجية في البحوث والدراسات الأدبية، دار الطباعة والنشر، تونس، ص9.

²موريس.....، منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية، الترجمة، بوزيد صحراوي، كمال بوشرف، العيد سبعون، دار القصة، الجزائر، 2004، ص 150.

³أحمد عطي، منهجية كتابة المذكرات وأطروحات الدكتوراه في علوم الإعلام والاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2009، ص 12.

⁴محمد عبد الحميد، دراسة الجمهور في بحوث الإعلام، ط1، عالم الكتب، مصر، 1993، ص 122.

⁵أحمد بن مرسل، مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال، ط2، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2005، ص90.

3-مجتمع البحث:

ينبغي أن تتضمن الخطة بيانات عن مجتمع البحث الأصلي والعينة المختارة، حيث يقصد بمجتمع البحث جميع مفردات الظاهرة المراد دراستها سواء كانت هذه المفردات أفرادا أم مؤسسة إعلامية أو اتصالية أم أنشطة تربوية وغير ذلك.

إن مجتمع البحث يمثل مجموعة من أفراد مجتمع البحث الذين يختارهم الباحث ليكونوا مصدرا لجمع بياناته أثناء تنفيذه لبحثه، حيث تتم عملية اختيار العينة أو تحديدها وفق أسس علمية وأساليب خاصة تتناسب مع موضوع وهدف البحث.

تعريف مجتمع البحث: "هو مجموعة منتهية أو غير منتهية من العناصر المحددة مسبقا والتي تتركز عليها الملاحظات، وهو مجموعة عناصر لها خاصية أو عدة خصائص مشتركة تميزها عن غيرها من العناصر الأخرى والتي يجري عليها البحث والتقصي".¹
مجتمع البحث هو "مجتمع محدود أو غير محدود من المفردات او العناصر او الوحدات المحددة مسبقا والتي تكون محل الظاهرة التي يدرسها الباحث"²

ومجتمع البحث في دراستنا هو فئة أكاديمية ممثلة في عينة من طلبة الدراسات العليا بقسم علوم الإعلام والاتصال "جامعة قاصدي مرباح بورقلة" كمستخدمين لمواقع الانستغرام، حيث وقع اختيارنا عليهم لكونهم الشريحة الأكثر تأثيرا وانجذابا لهذه المواقع، بحكم استفادتهم من هذه المواقع خاصة في التكوين الأكاديمي لهم وكذا احتياجاتهم الشخصية والخاصة.

4-عينة الدراسة:

إن الباحث في دراسته المختلفة للظواهر المتنوعة يواجه صعوبة كبيرة في ضخامة مجتمع البحث وشسااعته لدرجة تصعب عليه القيام بدراسة كل الوحدات المكونة له، نظرا لارتباط هذا الانجاز بأجال محددة لا بد من احترامها، ولصعوبة القيام بهذا العمل لمفرده أو لمحدودية قدراته المادية على ذلك، لذا يلجأ إلى أسلوب العينة حيث يقوم الباحث باختيار جزء صغير من وحدات مجتمع البحث.

"العينة هي مجموعة فرعية من العناصر المكونة للمجتمع الكلي للبحث".³

¹موريس الجرس، منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية، ترجمة، بوزيد صحراوي، كمال بوشرف، العيد سبعون، دار القصة، الجزائر، 2004، ص 298.

²أحمد بن مرسل، مناهج البحث في علوم الإعلام والاتصال، ط2، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2005، ص99، 166.

³موريس الجرس، منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية، مرجع سبق ذكره، ص 298.

كما يعتمد الباحثون في إجراء بحوثهم على طريقة العينة المأخوذة من مجتمع البحث، حيث أن العينة هي عبارة عن عدد محدود من المفردات التي سوف يتفاعل معها الباحث منهجياً، ويسجل من خلال هذا التعامل البيانات الأولية المطلوبة ويشترط في هذا العدد أن يكون ممثلاً لمجتمع البحث الأصلي أو الكلي في الخصائص والسمات التي يوصف من خلالها هذا المجتمع.¹

بتعريف أحمد بن مرسل: "العينة هي اختيار جزء صغير من وحدات البحث اختياراً عشوائياً أو منتظماً أو تحكيمياً قصدياً، ليشكل هذا الجزء من وحدات مجتمع البحث المادة الأساسية للدراسة".²

تشكل العينة ما تم اختياره من طرف الباحث وفق طرق محددة تمثل مجتمع البحث تمثيلاً علمياً سلمياً، وهي الجزء المراد دراسته من مجتمع البحث، وحسب موضوع دراستنا تم اختيار العينة القصدية "العمرية" من خلال التوجه نحو طلبة الدراسات العليا لكلية الإعلام والاتصال والذين يملكون حساب انستغرام ويستخرجون الهوية الافتراضية ويدرجونها ضمن صفحاتهم فتم اختيارهم كعينة تمثل المجتمع الأصلي الذي يتمثل في كل طالب يستخدم الانستغرام أي قمنا باختيار عينة قصدية اشتملت على طلبة جامعة ورقلة.

"العينة القصدية هي العينة التي يتم انتقاء أفرادها بشكل مقصود من قبل الباحث، نظراً لتوافر بعض الخصائص لأولئك الأفراد دون غيرهم، ولكن تلك الخصائص هي من الأمور الهامة بالنسبة للدراسة".³

5- أدوات جمع البيانات:

تعرف أدوات جمع البيانات أو أدوات البحث كما يسميها بعض الباحثين في علم الاجتماع بأنها: "الوسيلة أو الطريقة التي يستطيع بها الباحث حل مشكل مهما كانت تلك الأدوات حيث أن المشكلة المطروحة هي التي تحدد الأدوات التي يستعملها الباحث في بحثه مما يتناسب مع حل المشكلة".⁴

ويجمع الباحثون على أن الأدوات التي يمكن استعمالها كطرق لجمع البيانات هي الملاحظة التي يعتمد فيها الباحث على بصره وإحساسه وإدراكه في تقصي الحقائق وجمع المعلومات.⁵

¹ محمد عبد الحميد، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، ط1، عالم الكتب، مصر، 2013، ص 133.

² أحمد بن مرسل، مناهج البحث في علوم الإعلام والاتصال، مرجع سبق ذكره، ص 47.

³ محمد عبد الحميد، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، مرجع سبق ذكره، ص 133.

³ وجيه محجوب، طرائق البحث العلمي ومناهجه، دار الحكمة للطباعة والنشر، بغداد، 1993، ص 133

⁵ عامر إبراهيم قنديلجي، البحث العلمي واستخدام مصادر المعلومات، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، 2008، ص 144

وهناك أداة المقابلة الشخصية التي هي تفاعل لفظي منظم بين الباحث والمبحوث أو بين الباحث وشخص آخر لتحقيق هدف معين، وتظهر أهمية المقابلة في الحصول على البيانات ومعلومات جديدة يمكن الحصول عليها إلا عن طريقها.¹

كما يستطيع الباحث استخدام أكثر من أداة لجمع المعلومات اذ تطلب الأمر ذلك.

5-1/الملاحظة:

تعد الملاحظة من أدوات جمع المعطيات والمعلومات حيث تسمح بالحصول على الكثير من البيانات وهي توجيه الحواس للمشاهدة والمراقبة لسلوك معين او ظاهرة معينة وتسجيل ذلك السلوك وخصائصه.

_ **تعريف الملاحظة:** "هي طريقة مهمة من طرف جمع البيانات يستخدمها الباحث للوصول الى المعلومات المطلوبة والمتعلقة بموضوع الدراسة".²

_ يرى **kaplan** أنها: "تهدف الى التصنيف الكمي للمضمون ومنه الاهتمام بالتقنية وذلك في ضوء نظام الفئات الذي صمم ليعطي بيانات مناسبة لفروض محددة خاصة بهذا المضمون".³

_ بتعريف **موريس انجرس**: "هي تقنية مباشرة للتقصي تستعمل مادة في المشاهدة مجموعة فردية او جماعية بصفة مباشرة وذلك يهدف اخذ المعلومات كثيفة من اجل فهم المواقف والسلوكيات"⁴.

_ بتعريف **صالح بن محمد العساف**: "هي أداة من ادوات البحث تجمع بواسطتها المعلومات التي تمكن الباحث من الاجابة عن أسئلة البحث واختبار فروضه فهي تعني الانتباه المقصود والموجه نحو سلوك فردي او جماعي معين قصد متابعته ورصد تغيراته والذي يمكن الباحث من وصف السلوك وتحليله وتقويمه".

_ بتعريف **عمار بوحوش**: "هي توجيه الحواس للمشاهدة والمراقبة لسلوك معين او ظاهرة معينة، وتسجيل ذلك السلوك وخصائصه".⁵

¹ سعد سلمان المشهداني ، مناهج البحث الاعلامي ، دار الكتاب الجامعي ، ط1 ، الامارات العربية المتحدة ، 2017 ، ص42 ، ص 43
² أحمد بدر ، أصول البحث العلمي ومناهجه ، وكالة المطبوعات ، الكويت ، 1991 ، ص129
³ عمار بوحوش ، منهجية البحث العلمي في العلوم الاجتماعية ، المركز الديمقراطي العربي للدراسات الاستراتيجية والسياسية والاقتصادية ، ط1 ، برلين ، ألمانيا ، 2019 ، ص68
⁴ موريس انجرس ، منهجية البحث في العلوم الإنسانية ، مرجع سبق ذكره، ص301.
⁵ عمار بوحوش محمد محمود الذنبيات، مناهج البحث العلمي اسس وأساليب، مكتبة المنار للطباعة والنشر والتوزيع ، ط1 ، الاردن ، 1989

كما تعد الملاحظة المباشرة من أهم الأدوات التي يعتمد عليها الباحث في جمع المعطيات والمعلومات الخاصة بالدراسة، ولقد اعتمدنا على الملاحظة في دراستنا بسبب ما لاحظناه في تصرفات الطلبة الجامعيين الذين هم زملائي في الدراسة، على غرار تفاعلاتهم في المجتمع الافتراضي من خلال اتخاذهم لهويات افتراضية غير هوياتهم الحقيقية على موقع الانستغرام. ولقد اكتشفنا ذلك عن طريق متابعة الهويات المزيفة والحقيقية لهم التي يضعونها على صفحة profile، والتي تتجسد في التعليقات والمشاركات في صفحات الأصدقاء والمجموعات لافتراضية.

وما لفت انتباهنا مشكلة أن بعض أفراد العينة يضعون بيانات غير بياناتهم ومعلومات غير معلوماتهم الحقيقية بسبب ولعهم بالمجال الافتراضي حتى خلال أوقات الدراسة، باعتبار أن موقع الانستغرام يسمح لهم بالهروب من الفقر والبطالة والمشكلات الاجتماعية المختلفة كما أنهم يتقصدون أدوارا على مستوى المجال الافتراضي غير دورهم الحقيقي في الحياة الواقعية.

ومن هنا اعتمدنا على الملاحظة البسيطة التي تقوم على ملاحظة الظواهر تلقائيا في ظروفها الطبيعية ودون تخطيط مسبق لها.

5-2/ الاستبيان: تعتبر استمارة الاستبيان أداة مفيدة من أدوات البحث العلمي، تستعمل على نطاق واسع للحصول على الحقائق والتوصل إلى الوقائع مع دراسة مختلف المواقف والآراء والاتجاهات.

يعرف الاستبيان على أنه أداة من أدوات البحث الأساسية الشائعة الاستعمال في بحوث الإعلام والاتصال، حيث يستخدم من أجل الحصول على المعلومات الدقيقة التي لا يستطيع الباحث ملاحظتها عن طريق الملاحظة المباشرة، لكون هذه المعلومات لا يمتلكها إلا صاحبها المؤهل قبل غيره للبحث بها.¹

-بتعريف موريس الجرس: "الاستبيان هو تقنية حيازة لطرح الأسئلة على الأفراد وبطريقة موجهة ذلك لأن صيغ الإجابات تحدد مسبقا، هذا ما يسمح بالقيام بمعالجة كمية بهدف اكتشاف علاقات رياضية وثقافة مقارنة كمية".²

¹ أحمد بن مرسل، مناهج البحث في علوم الإعلام والاتصال، ط2، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2005، ص286.
² موريس الجرس، منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية، ترجمة، بوزيد صحراوي، كمال بوشرف، العيد سبعون، دار القصة، الجزائر، 2004، ص 204.

بتعريف احمد بدر: "هي اداة للحصول على الحقائق وتجميع البيانات عن ظروف والأساليب القائمة بالفعل، تعتمد على اعداد مجموعة من الاسئلة والتي ترسل لعدد كبير من افراد المجتمع المبحوث".

الاستبيان هو: "تلك القائمة من الأسئلة التي يحضرها الباحث بعناية والتي تختص بموضوع البحث حيث يتم تقديمها الى المبحوث في إطار الخطة الموضوعية وذلك من أجل الحصول على إجابات تتضمن المعلومات والبيانات المطلوبة لتوضيح الظاهرة المدروسة وتعريفها من جوانبها المختلفة".¹

تعتبر الاستمارة أداة هامة من الأدوات المنهجية التي تستعمل في جمع المعلومات والبيانات المتعلقة بموضوع الدراسة، وهي نموذج يضم مجموعة من الاسئلة الموجهة إلى المبحوثين حتى تساعد الباحث في الحصول على المعلومات الكافية حول ظاهرة أو موقف ما، ويتم تنفيذ الاستمارة عن طريق المقابلة الشخصية أو ترسل إلى المبحوثين عن طريق البريد، كما تحتوي الاستمارة على بيانات شخصية ومحاور تتدرج ضمنها مجموعة من الأسئلة.

تضم الاستبانة مجموعة من الاسئلة المترتبة حول موضوع معين ثم يتم تسليمها باليد او بالبريد للأشخاص المعنيين تمهيدا للحصول على الأجوبة على الاسئلة الواردة فيها. بالتالي فهي الدليل أو المرشد الذي يوجه المقابلة التي تقع بين الباحث والمبحوث بعد ان نرسم مسارها ونحدد موضوعاتها ونشخص طبيعة المعلومات التي يطلبها الباحث من البحوث، وعليه يتم تحديد استله الاستمارة وفق ما تفرضه صياغة الفرضيات بهدف التحقق منها ميدانيا او بغرض الاجابة عن التساؤلات الفرعية المندرجة ضمن التساؤل الرئيسي للدراسة.

واستمارة البحث هي أنموذج يضم مجموعة من الاسئلة والتي توجه الى الافراد المبحوثين من اجل الحصول على معلومات حول موضوع او مشكلة او موقف ما، فهي التقنية المباشرة للاستطلاعات العلمية المقدمة للأفراد والتي تسمح بمساءلتهم بطريقة مباشرة او غير مباشرة للحصول على نتائج كمية، من اجل ايجاد علاقات وبهدف القيام بعدة مقارنات.² حيث من

¹أحمد بن مرسل، المرجع سبق ذكره/ ص 220.

angersmauricejnitiation pratique a la methodologiealgerbatkvniverste 1997²

خلالها يمكن ترجمة هدف البحث في أسئلة محددة لها علاقة بالهدف الأساسي للدراسة ككل.¹

القواعد المنهجية لبناء استمارة البحث :

ان تصميم استمارة البحث جدير بالعناية الفائقة، لأن مدى صحة النتائج يعتمد عليه تصميم الاستمارة ويتطلب إماما بأوضاع مجتمع البحث، لذا يجب مراعاة القواعد المنهجية عند بناء الاستمارة.² ولكي يتمكن الباحث من تحديد الاسئلة التي تتضمنها الاستمارة يجب عليه ان يحصر البيانات التي يحتاجها: هل هي النوع الذي يتصل بالحقائق ام مضمونها؟ من اجل التأكد من المعتقدات والاتجاهات، ام تهدف الى التعرف على انماط السلوك والعلاقات المتبادلة؟ .

والاسئلة نوعان، اسئلة مفتوحة وفيها يترك الباحث الحرية لأفراد البحث في تحديد الاجابات المناسبة للأسئلة الملقاة عليهم، ومن ايجابياتها انها تعطي لأفراد البحث صورة واضحة ودقيقة للبحث، كما يعتقدون انها الاجابة الصحيحة. اما من سلبياتها فهي تكلف افراد البحث وقتا اطول وحجمها أكبر، وهذا قد يدعو الى الملل خاصة عند استخدام الاستبانة البريدية. اما النوع الثاني فيتمثل في الاسئلة المغلقة وذلك من خلال حصر الاجابات المحتملة، وتكتب امام السؤال ليقوم الأفراد المبحوثين بوضع علامة على الاجابات المناسبة.

صياغة الأسئلة:

قبل صياغة أسئلة الاستبانة قد نجد مجموعة من الشروط التي يجب مراعاتها عند صياغة الاسئلة التي تتضمنها استمارة البحث، وأهمها ان تكون الاسئلة بسيطة وواضحة بعيدة عن التعقيد اللفظي، وان تصاغ الاسئلة بطريقة تجعل اجاباتها قاطعة وبسيطة لا تتحمل الكذب والادعاء.

كما قد يضاف المبحوث اسئلة اخرى ليس بقصد الاجابة عنها لذاتها، بل للتأكد من دقة الإجابات والتي يطلق عليها اسم اسئلة المراجعة او الاسئلة الضابطة، وغالبا ما يراعي ترتيب الاسئلة التدرج من العام الى الخاص.³

¹grawitzmadelinethodes des sciences sociales paris dollaz 1974

² محمد عبد الفتاح وآخرون ، البحث العلمي الدليل التطبيقي للباحثين ، دار وائل للنشر ، ط1 ، الأردن ، 2006 ، ص 186

³ عمار بوحوش وآخرون ، منهجية البحث العلمي و تقنياته في علوم الاجتماعية ، مصدر سابق ، ص 72 ، 73

شكل الاستمارة:

كما يجب ان يكون حجم الاستمارة مناسباً، اما عند التنسيق الداخلي للاستمارة فيجب ترتيب الاسئلة فيه ترتيباً منطقياً يراعي التسلسل والعلاقات بينها مع مراعاة التنفيذ الآلي للتحليل البيانات التي تستخدم فيها الآليات الإحصائية، وعليه يجب وضع دليل رقمي للإجابات¹ عن سؤال.

استخدمنا الاستمارة في دراستنا لأنها تساعد في جمع المعلومات من المبحوثين افراد العينة بطريقة منهجية مقننة، وتقدم حقائق وآراء في إطارالبيانات، الموضوعة بهدف اجراء الدراسة، لهذا قمنا بإعدادها اعداد جيداً من خلال محاولة تغطية جميع جوانب موضوع الدراسة للحصول على آراء وحقائق وتوجيهات المبحوثين من خلال سلسلة من الاسئلة التي تم تحضيرها بعناية لتقدم الى المبحوثين من اجل الحصول على حقائق معينة ومواقف خاصة بالموضوع محل البحث، كما ورد في تعريف الدكتور محمد عبد الحميد.²

صدق الاستمارة:

يقصد بصدق الاستمارة مقدرتها على قياس وتحقيق ما وصفت من أجله، يتم التأكد من صدقها من خلال عرض الاستبيان بصورته الأولية على الأستاذ المشرف المحكم في التخصص وذلك بغرض الحكم عليها إن كانت مرتبطة بالبعد الذي تقيسه على غرار مدى ملائمة الأسئلة للأفراد المبحوثين ومطابقتها لمحاور الدراسة.

ولقد اخترنا استمارة الاستبيان من أجل ضمان تحكم أفضل في طرح الاسئلة، اضافة الى ضمان الحصول على اجابات منظمة توفر علينا الوقت والجهد وكذا ضمان عدم خروج المبحوثين من اهداف الدراسة، لهذا اعتمدنا على احدى طرق التوزيع المتمثلة في التوزيع المباشر (اي عن طريق التسليم باليد) نظراً لتواجد افراد العينة في مكان واحد والمتمثل في قسم علوم الاعلام والاتصال بكلية الانسانية والاجتماعية بجامعة ورقلة.

ونظراً لما تتطلبه اداة الاستمارة من دقة ووضوح في اسئلتها والتي حددت في إطار مشكلة البحث، لذلك قمنا باستخراج مؤشرات لكل تساؤل من التساؤلات الفرعية للدراسة، وبناءاً على هذه المؤشرات استخرجنا ابعادا ثم قمنا ببلورتها الى اسئلة محددة في الاستمارة حتى تضمنت

¹ عمار بوحوش و آخرون ، نفس المرجع السابق ، ص73

² محمد عبد الحميد ، البحث العلمي في الدراسات الاعلامية ، عالم الكتب ، مصر ، ط1 ، 2004 ، ص130

الاستمارة (21 سؤال) بعضها مغلق والبعض الآخر مفتوح، ومن هذا اتبعنا عدة خطوات لبناء استمارة بحثنا وهي كالتالي:

- 1_ تحديد البيانات والأسئلة المطلوبة.
- 2_ بناء الاستمارة في صورتها الاولية.
- 3_ عرض لاستمارة على الأستاذ المشرف.
- 4_ تحكيم الاستمارة من طرف الاساتذة.
- 5_ صياغة اسئلة الاستمارة (اسئلة مفتوحة).
- 6_ ضبط الاستمارة في شكلها النهائي.

ومن هنا تم صياغة الأسئلة الاستمارة وتقسيمها الى ثلاث محاور اساسية وهي كالتالي:

- ° المحور الأول: تضمن البيانات الشخصية.
- ° المحور الثاني: تضمن طرق وآليات استخدام الطلبة الجامعيين لموقع الانستغرام.
- ° المحور الثالث تضمن اشكال وملامح الهوية التي يظهر بها الطلبة الجامعيين على موقع الانستغرام ومدى تطابقها مع هوياتهم الحقيقية.
- ° المحور الرابع تضمن دوافع استخدام الطلبة الجامعيين لهويات غير هوياتهم الحقيقية على حساب الانستغرام.

5-3/ المقابلة الالكترونية:

للمقابلة اهمية كبيرة كأداة في جمع البيانات والحصول على المعلومات التي نريدها، خاصة ان هناك افراد لديهم ميلا فطريا للحديث أكثر من الكتابة، فهي تختلف عن الاستبيان في أنها تتضمن التفاعل المباشر بين الباحث والمبحوث.

والمقابلة هي "محادثة موجهة يقوم بها شخص مع شخص آخر هدفها الحصول على المعلومات واستغلالها في بحث علمي او الاستعانة بها في التوجيه والتشخيص والعلاج".²¹ وفي ورقتنا البحثية هذه قمنا بالاستعانة بتقنية المقابلة الالكترونية وهي مقابلة تتم عن طريق الفيديو عن بعد، عبر خدمة كاميرا المسنجر، وقد تم فيها استخدام اسئلة مفتوحة بغرض ترك المجال واسعا للمستجوبين حتى يعبرون عن آرائهم بكل حرية وعفوية، وبهدف جمع أكثر قدر ممكن من المعلومات اللازمة للبحث.

1- عمر محمد عبد الله الخرابشة ، اساليب البحث العلمي ، دار وائل للنشر والتوزيع ، عمان ، الأردن ، 2012

فلجاناً الى هذا النوع من المقابلة باعتبارها اداة حديثة في جمع البيانات ولتوفير الجهد والوقت والمال.

_ ومن هنا اعتمدنا على الخطوات التالية:

- تحديد الهدف من المقابلة وهو الغرض الرئيسي للبحث، والمتمثل في معرفة دوافع وأسباب استعارة الطلبة الجامعيين " أفراد العينة " لهويات غير هوياتهم الحقيقية عبر موقع الانستغرام.

- الاعداد الجيد للمقابلة حيث قمنا بتحديد طلبة العينة الذين تتم معهم المقابلة الالكترونية، بعدها قمنا بإعداد قائمة الاسئلة وصياغتها بدقة كبيرة وبطريقة سهلة وواضحة وقمنا بإرسالها الى بريدهم الالكتروني " المسنجر"، لكي يكونوا فكرة واضحة عنها ويعدوا الاجابات والمعلومات المطلوبة قبل موعد المقابلة الالكترونية.

-بعد ذلك قمنا بتحديد موعد المقابلة بالزمان الذي يتناسب مع ظروف المبحوثين والاتفاق معهم عن إمكانية وجودهم في مكان خاص حرصا على توفير الاجواء الهادئة وحفاظا على سرية المعلومات.

_ إجراء وتنفيذ المقابلة حيث قمنا بإجراء المقابلة الالكترونية مع الطلبة افراد العينة عن طريق خدمة كاميرا المسنجر، وتم توجيه كل الاسئلة وحرصنا على خلق جو مريح ومناسب للحوار مع أفراد العينة والحصول علالإجابات عن كل الاسئلة الموجهة إليهم بكل أريحية واطمئنان.

_ بعدها قمنا بتسجيل المعلومات وتدوين الاجابات اثناء المقابلة مباشرة حتى لا نقع في خطأ استبدال كلمات المبحوث،وبعد تنظيم المعلومات والاجابات تم كتابتها بشكلها النهائي وتم ارسالها الى الافراد الذين تمت مقابلتهم، للتأكد من صحة المعلومات ودقة التسجيل قبل اعتماد الاجابات بصورتها النهائية.

عاشرا: مجالات الدراسة:

تعد مجالات الدراسة من الخطوات المنهجية التي تقوم عليها أي دراسة علمية باعتبارها نقطة مهمة وأساسية في البحوث الإنسانية والاجتماعية، والتي لا بد على الباحث أن يحددها بدقة من أجل وضع هوية لبحثه.

لهذا ينبغي على الباحث عند تقديمه لخطة بحثه أن يذكر الحدود الزمانية والمكانية والموضوعية لبحثه، لأنه قد يتعذر عليه أن يغطي في دراسته منطقة كاملة أو دولة، لذا يكون من الضروري عليه أن يوضح المحددات الجغرافية للبحث، وقد يكون أيضا من المستحيل دراسة المشكلة أو الظاهرة عبر كل الفترات الزمنية، لذا يكون من الضروري توضيح الحدود الزمنية للبحث، كما قد يصعب عليه دراسة كل الجوانب والأبعاد والموضوعات المرتبطة بالظاهرة التي سوف يتناولها البحث، وعند ذكر هذه المحددات لابد له من توضيح المبررات المقنعة التي جعلته يقف عند هذه المحددات دون غيرها.

المجال المكاني: هو المجتمع الذي يختاره الباحث لإجراء الدراسة، والإطار الجغرافي

الذي انطلقت منه دراستنا يشمل جامعة قاصدي مرباح لولاية ورقلة.

التعريف بالجامعة : جامعة قاصدي مرباح ورقلة والتي تشتمل على ثلاثة أقطاب جامعية : القطبي 1- القطب 2- القطب 03 ، إضافة الى مديرية الخدمات الجامعية.

العنوان : طريق غرداية.

الهاتف الأرضي : 029713654.

المجال الزمني: يرى بعض الباحثين أن المجال الزمني للبحث العلمي يتضمن الفترة الزمنية الكلية لإجراء البحث أو الدراسة، انطلاقا من اختيار موضوع البحث مرورا بجميع خطوات البحث العلمي وصولا الى مرحلة النتائج.

امتد المجال الزمني لإنجاز هذه الدراسة من شهر جانفي 2022 إلى غاية شهر ماي 2022، حيث قمنا بإعداد الجانب المنهجي للدراسة ثم انتقلنا إلى الجانب الميداني حيث كانت الدراسة التطبيقية من بداية شهر أبريل حتى يوم 25 ماي، ثم قمنا بمعالجة البيانات وتحليلها واستنباط نتائج الدراسة في يوم 30 ماي.

المجال البشري: يقصد به المبحوثين الذين تم إجراء الدراسة عليهم وهم مستخدمي

موقع الانستغرام من كلا الجنسين (ذكور وإناث) المزاولين دراستهم العليا بكلية علوم الإعلام والاتصال بجامعة ورقلة، من خلال تصميم استمارة الاستبيان كأداة لجمع البيانات والتي قمنا بتوزيعها على طلبة قسم الاعلام تخصص ماستر 01 وماستر 02 جامعة ورقلة.

الفصل الثاني : الجانب التطبيقي للدراسة

تمهيد

أولا : الأساليب الإحصائية المستخدمة في الدراسة

ثانيا: تحليل البيانات الميدانية

-المحور الأول: البيانات الشخصية: توصلت النتائج الى مايلي:

-المحور الثاني: طرق وآليات استخدام الطلبة الجامعيين لموقع

الانستغرام

-المحور الثالث: اشكال وملامح الهوية التي يظهر بها الطلبة

الجامعيين على موقع الانستغرام ومدى تطابقها مع هوياتهم

الحقيقية.

- المحور الرابع: دوافع استخدام الطلبة الجامعيين لهويات غير

هوياتهم الحقيقية على حساب الانستغرام.

نتائج الدراسة

خاتمة

قائمة المصادر والمراجع

تمهيد :

يعتبر الجانب التطبيقي الجانب الأهم في الدراسة باعتباره الجزء الذي يثبت ما تم انتقائه من معلومات في الجانب النظري، كما يعتبر إجابة عن كل أسئلة البحث ، ومنها يتضح لنا ما اذا تم تحقيق اهداف الدراسة والاجابة عن المشكلة البحثية.

أولاً : الاساليب الإحصائية المستخدمة في الدراسة:

يعرف ريمون بودون البحوث الكمية بأنها: تلك التي تسمح بجمع المعلومات المتشابهة من عنصر لآخر من مجموعة من العناصر فيما يسمح هذا التشابه بين المعلومات بقيام بالإحصائيات بشكل التحليل الكمي للمعطيات.¹

- لهذا لا يمكن ادراج المنهج الاحصائي كمنهج بل هو وسيلة تساعد الباحث في جمع البيانات وتحليلها.
- **الأسلوب الاحصائي:** هو عبارة عن استخدام الطرق الرقمية والرياضية في معالجة البيانات وتحليلها وإعطاء التغييرات المنطقية لها، ويتم ذلك عن طريق جمع البيانات الإحصائية عن الموضوع وعرضها وتحليلها.

اذ لا تخلو أي دراسة أو بحث من دراسة تحليلية إحصائية لأصل الظاهرة أو الظواهر المدروسة، من خلال وضع واقعها في قالب رقمي يبرز لنا اتجاهاتها وأسباب حدوثها وعلاقتها بالظواهر الأخرى. والاحصاء يظهر من خلال جمع البيانات بالاستمارة ثم تعريفها في جداول إحصائية تساعد على التفسير والتحليل أكثر لموضوع الدراسة.²

وتتمثل وظيفة الإحصاء في تلخيص البيانات المتاحة وتقديمها في ابط صورة ممكنة لها، ومن هنا يستطيع الباحث من خلال الإحصاء أن يغير من شكل البيانات بعد تصنيفها وتنظيمها وتلخيصها مستخدماً في ذلك الجانب الوصفي من الإحصاء، حيث يمكن أن يطبق هنا مجموعة من المقاييس الإحصائية التي لا تتعدى حد الوصف مثل: مقاييس النزعة المركزية ومقاييس التشبث ومقاييس الارتباط، ومن ثم يتبين لدينا أن الوظيفة الاحصائية الأولى في الاحصاء هي توظيف البيانات والمعلومات المتاحة والخروج منها بمجموعة من المؤشرات والمقالات الإحصائية.³

ومن هنا تمت الاستعانة بالأساليب الإحصائية البسيطة التي تساعدنا في العمل الميداني، حسب ما يتلاءم مع طبيعة الدراسة والمنهج المتبع، وذلك من اجل تحقيق اهداف الدراسة، فقننا بتوزيع استمارة

¹ ريمون بودون، مناهج الاجتماع ترجمة: سبتون الحاج هالة، منشورات تعويدات، ط01، بيروت، 1992، ص37

² فتحي عبد العزيز أبو راضي، مبادئ الإحصاء الاجتماعي، دار المعرفة الجامعية، مصر، 2009، ص 04.

³ عمار بوحوش وآخرون، منهجية البحث العلمي وتقنياته في العلوم الاجتماعية، المركز الديمقراطي العربي للدراسات الاستراتيجية والسياسية والاقتصادية، ط 01، برلين، 2019 ص 67.

الاستبيان، وإجراء مقابلة الكترونية، بعدها تمت ترجمة المعلومات والمعطيات احصائيا من خلال تحويل اللغة الى أرقام من اجل إعطاء دلائل تدعمية للدراسة، ثم قمنا بتفريغ البيانات وتحليلها وتفسيرها باستخدام البرنامج الاحصائي بهدف الوصول الى دلالات ذات معنى ومؤشرات تدعم موضوع الدراسة، ومن الأساليب الإحصائية نذكر مايلي:

- **التكرارات والأعمدة البيانية:** بغية التعرف على إجابات افراد العينة بناء على المعلومات الشخصية لأفرادها من اجل معرفة توجهات وآراء المبحوثين.

- **النسب المئوية:** حيث طبقت على البيانات الموضحة بدوائر نسبية.

ثانيا: عرض البيانات:

في هذا الفصل تم عرض الجداول وتفرغ البيانات التي قدمها افراد العينة في اجابتهم على استمارة الاستبيان، حيث تم الاعتماد على عينة الدراسة والتي تكونت من طلبة ماستر 1 و 2 (40 طالب منجنس الذكور والإناث).

المحور الأول: تضمن فئات الجنس، السن، والمستوى التعليمي والحالة الاجتماعية.

المحور الثاني تضمن السؤال: ما هي طرق وآليات استخدام الطلبة الجامعيين لمواقع الانستغرام؟

المحور الثالث تضمن السؤال: ما هي أشكال وملامح الهوية التي يظهر بها الطلبة الجامعيين على موقع الانستغرام ومدى تطابقها مع هوياتهم الحقيقية.

أداة الدراسة:

تم الاعتماد في هذه الدراسة بشكل رئيسي على الاستبيان بغرض جمع المعلومات والبيانات، والتي تم تصميمها لتناسب أغراض الدراسة وأسئلتها، ومن خلالها تم جمع معلومات تتعلق بآراء واتجاهات أفراد عينة الدراسة.

المحور الأول: البيانات الشخصية

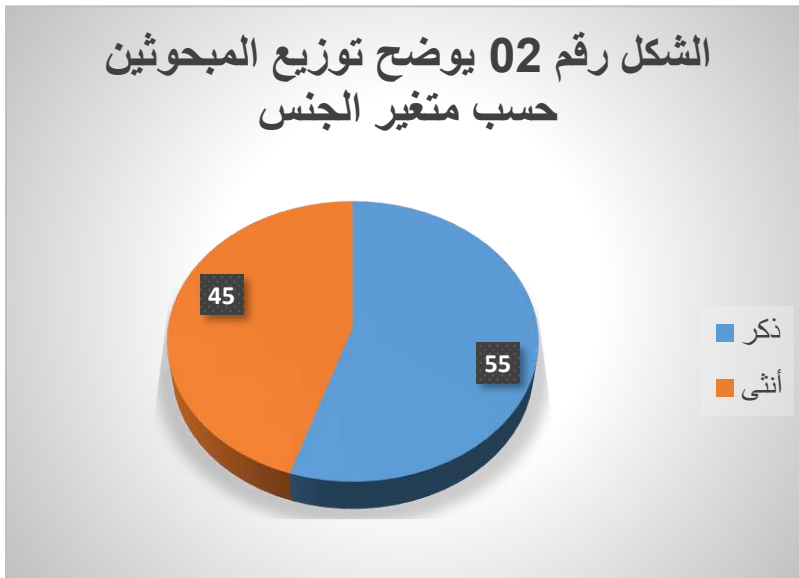
الجدول رقم 01: توزيع العينة حسب الجنس

النسبة المئوية %	التكرار	الجنس
55%	22	ذكر
45%	18	أنثى
100%	40	المجموع

يمثل الجدول رقم (01) توزيع المبحوثين حسب متغير الجنس، حيث بلغت نسبة الإناث 45% ، أما نسبة الذكور فقد بلغت 55%.

هذا ما يوضح لنا أن الطلبة الجامعيين من جنس الذكور يضعون جنسهم الحقيقي على صفحاتهم على موقع الانستغرام ، وهذا ما يوضح لنا عدم تخوفهم من وضع جنسهم الحقيقي كما هو الحال بالنسبة لجنس الإناث بسبب تعرضهم للمضايقات الذكورية وطلبات الصداقات التي قد لا تنتهي.

الشكل رقم 02 يوضح توزيع المبحوثين حسب متغير الجنس

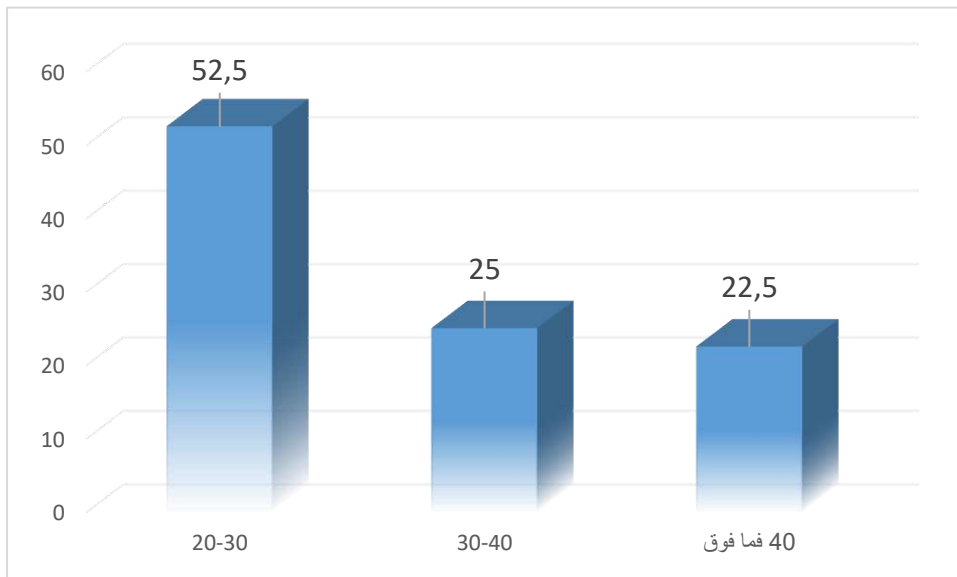


الجدول رقم 02: توزيع العينة حسب السن

السن	التكرار	النسبة المئوية%
20-30	21	52,5%
30-40	10	25%
40 فما فوق	9	22,5%
المجموع	40	100%

يبين الجدول رقم (02) توزيع المبحوثين من حيث السن، حيث كانت أكبر شريحة عمرية للمبحوثين الذين تتراوح أعمارهم ما بين 20-30 بنسبة 52.5% ، ثم تليها الفئة العمرية ما بين 30-40 بنسبة 25% ، بينما الفئة العمرية المقدر ب 40 سنة فما فوق فقد قدرت نسبتها ب 22.5% .

نستنتج من الجدول رقم (02) أن اغلبية المبحوثين الذين يستخدمون موقع الانستغرام هم الذين تتراوح أعمارهم ما بين 20-30 سنة وهي الفئة الغالبة باعتبارهم طلبة جامعيين مازالوا صغارا في السن لأنهم لا يزالوا يزاولون مرحلتهم الدراسية الجامعية.



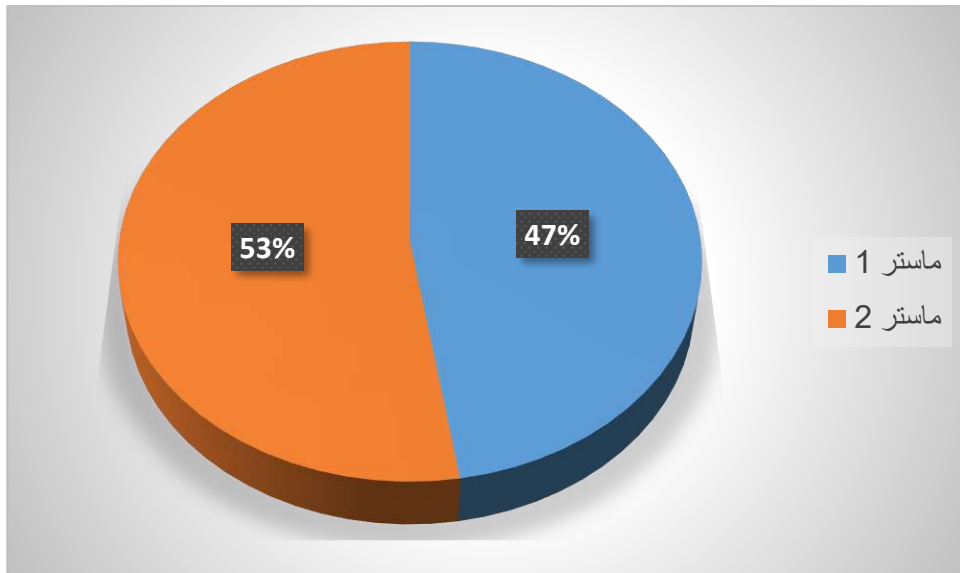
الشكل رقم 03 يوضح توزيع المبحوثين حسب الفئة

الجدول رقم 03: توزيع العينة حسب المستوى التعليمي

المستوى التعليمي	التكرار	النسبة المئوية%
ماستر 1	19	47,5%
ماستر 2	21	52,5%
المجموع	40	100%

من خلال النتائج المبينة في الجدول رقم (03) يظهر جليا أن أغلبية أفراد العينة مستواهم الدراسي ماستر 02 و الذين بلغ عددهم 21 بنسبة قدرت ب 52.5%. اما افراد العينة الذين مستواهم الدراسي ماستر 01 فقد بلغ عددهم 19 بنسبة مئوية قدرت ب 47.5% .

يتضح مما سبق ان اغلبية افراد العينة مستواهم الدراسي ماستر 02 لأنه كان سهل علينا الوصول إليهم بسبب التوافق في ساعات الدراسة والراحة، عكس طلبة الماستر 01 الذين كان عددهم اقل بسبب وضعية الدراسة بالأفواج في نفس الجامعة.

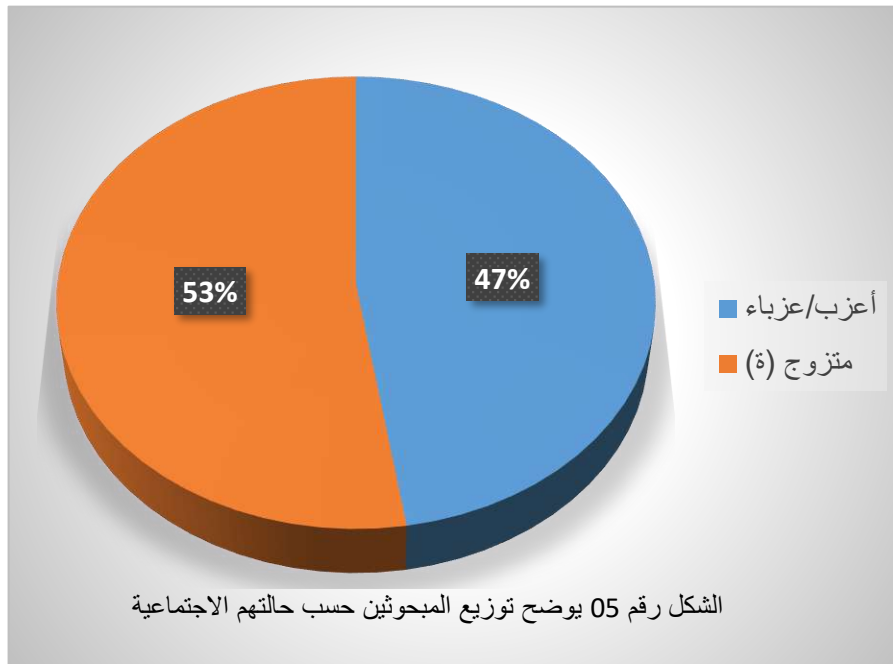


الشكل رقم 04 يوضح توزيع المبحوثين حسب مستواهم الدراسي

الجدول رقم 04: توزيع العينة حسب الحالة الاجتماعية

الحالة الاجتماعية	التكرار	النسبة المئوية%
أعزب/عزباء	19	47,5%
متزوج(ة)	21	52,5%
المجموع	40	100%

من خلال الجدول رقم (04) أعلاه، نجد ان أغلب افراد العينة من فئة المتزوجين والذين بلغ عددهم 21 بنسبة مئوية قدرت ب 52.5%، اما فئة العزاب فقد قدرت نسبتها ب 47.5% والذين بلغ عددهم 19. ومن هنا يتضح لنا ان فئة المتزوجين هي الفئة الغالبة وذلك راجع الى عادات المنطقة الصحراوية وتقاليد بعض العائلات الذين يفضلون تزويج أولادهم في سن مبكرة.



المحور الثاني: ماهي طرق وآليات استخدام الطلبة الجامعيين لمواقع الانستغرام؟

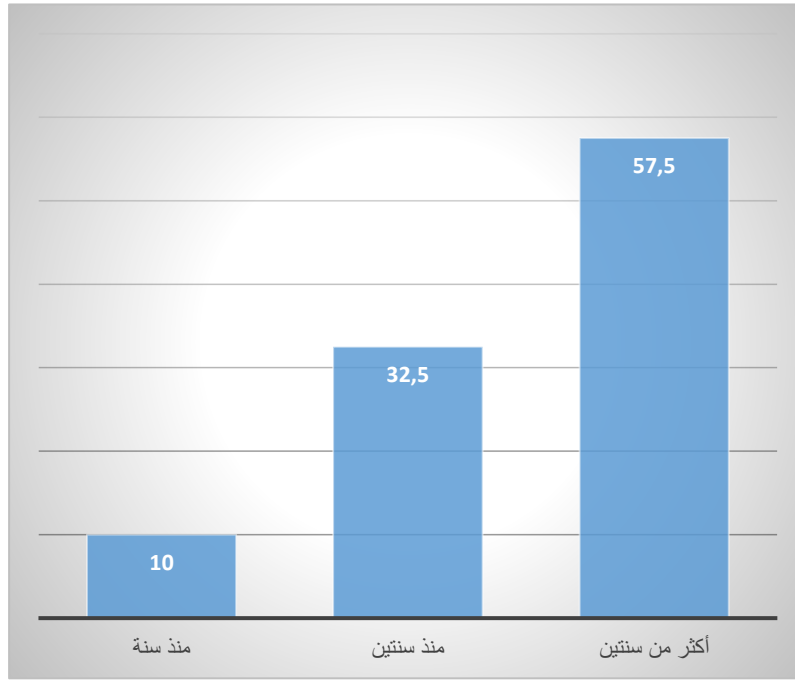
الجدول رقم 5: يبين مدة استخدام المبحوثين لموقع الإنستغرام

- منذ متى وانت تستخدم موقع الانستغرام:

البيانات	التكرار	النسبة المئوية
منذ سنة	4	10%
منذ سنتين	13	32,5%
أكثر من سنتين	23	57,5%
المجموع	40	100%

من خلال الجدول الموضح أعلاه ان افراد العينة الذين يستخدمون موقع الانستغرام منذ سنة قد بلغ عددهم 4 افراد بنسبة مئوية قدرت ب 10% ، اما الافراد الذين يستخدمون الموقع لمدة سنتين فقد بلغ عددهم 13 بنسبة 32.2%، اما الفئة الغالبة فقد قدر عددها 23 فردا بنسبة 57.5% .

ومن هنا نستنتج ان اغلبية افراد العينة يستخدمون موقع الانستغرام لمدة تفوق السنتين وهذا بسبب ما يوفره الحساب من خدمات واختيارات عديدة ومتنوعة، على غرار ميلهم الكبير لهذا الموقع، هذا ما يفسر ان افراد العينة في تزايد مستمر في استخدام هذا الموقع من سنة الى أخرى.



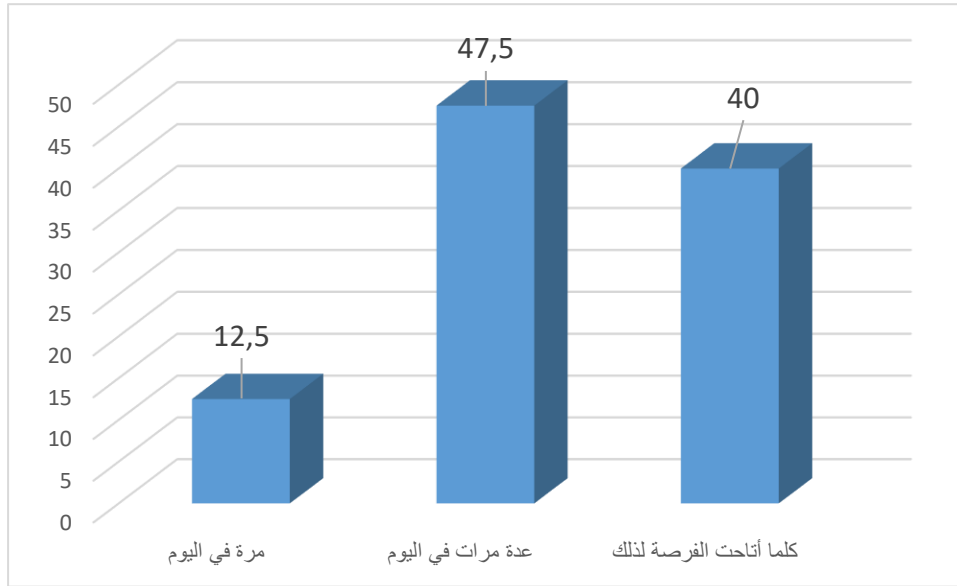
الشكل رقم 06 يوضح توزيع المبحوثين حسب مدة استخدامهم لحساب الإنستغرام

الجدول رقم 6: يبين عدد الفترات التي يقضيها المبحوثين على موقع الإنستغرام

البيانات	التكرار	النسبة المئوية %
مرة في اليوم	5	12,5%
عدة مرات في اليوم	19	47,5%
كلما أتاحت الفرصة لذلك	16	40%
المجموع	40	100%

يتضح من خلال الجدول رقم (06) ان اغلب المبحوثين يستخدمون حساب الانستغرام بمعدل مرة واحدة في اليوم بنسبة 12.5% والذين بلغ عددهم 5 افراد، يليه الافراد المبحوثين الذين يستخدمون الموقع بنسبة 40% والذين بلغ عددهم 19 فردا ، والفئة الغالبة كانت للأفراد الذين يستخدمون الموقع بنسبة 47.5% والذين بلغ عددهم 19 فردا من مجموع افراد العينة.

نستنتج مما سبق ان اغلبية افراد العينة يستخدمون موقع الانستغرام عدة مرات في اليوم بسبب اوقات الفراغ الطلبة وذلك راجع أيضا الى ان التكنولوجيا والتواصل أضحتا جزءا لا يتجزأ من حياتنا اليومية.



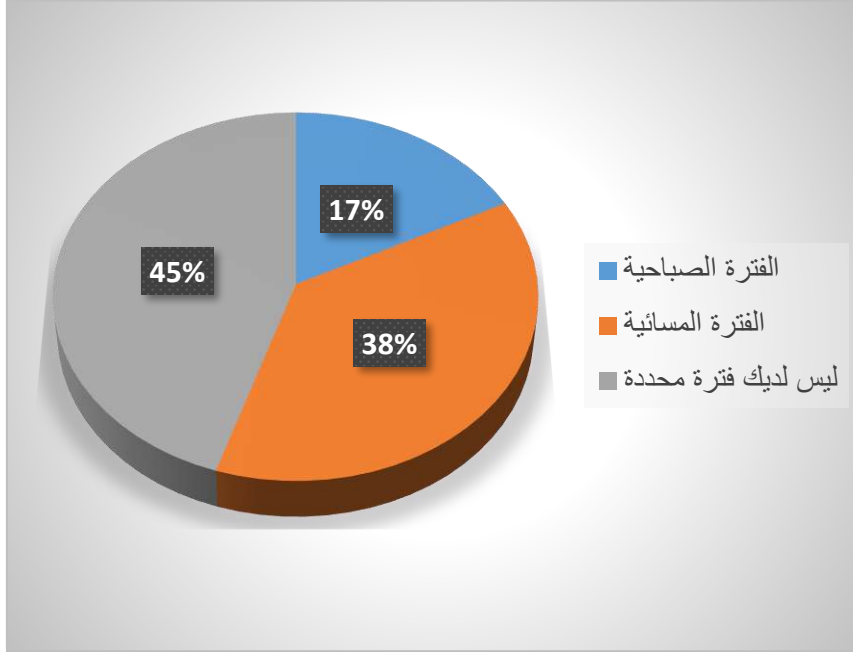
الشكل رقم 07 يوضح توزيع المبحوثين حسب عدد المرات التي يقضونها على موقع الإنستغرام

الجدول رقم 7: يبين الفترة الزمنية المفضلة لدى المبحوثين لتصفح موقع الإنستغرام

البيانات	التكرار	النسبة المئوية%
الفترة الصباحية	7	17,5%
الفترة المسائية	15	37,5%
ليس لديك فترة محددة	18	45%
المجموع	40	100%

من خلال الجدول رقم (07) المدون أعلاه، ان الفترات الزمنية التي يتصفح فيها المبحوثين موقع الانستغرام توزعت على كامل الاحتمالات، حيث بينت النتائج ان نسبة 17.5% من افراد العينة يستخدمون الموقع في الفترة الصباحية، تليها الفترة المسائية بنسبة 37.5% ، اما أكثر نسبة فلم يكن لها فترة محددة والتي بلغت 45% من مجموع افراد العينة.

من خلال البيانات الموضحة أعلاه نستنتج ان افراد العينة ليست لهم فترة محددة لتصفح الانستغرام وهذا بسبب ارتباطهم بالدراسة في الفترة الصباحية وانشغالهم بالبحوث في الفترة المسائية، ولهذا قد يستغلون بعض أوقات الفراغ التي تكون لديهم في اليوم.



الشكل رقم 08 يوضح توزيع المبحوثين حسب الفترة الزمنية المفضلة لديهم في تصفح الإنستغرام

الجدول رقم 8: يبين مدى صحة البيانات الشخصية الحقيقية للمبحوثين والمصرح بها

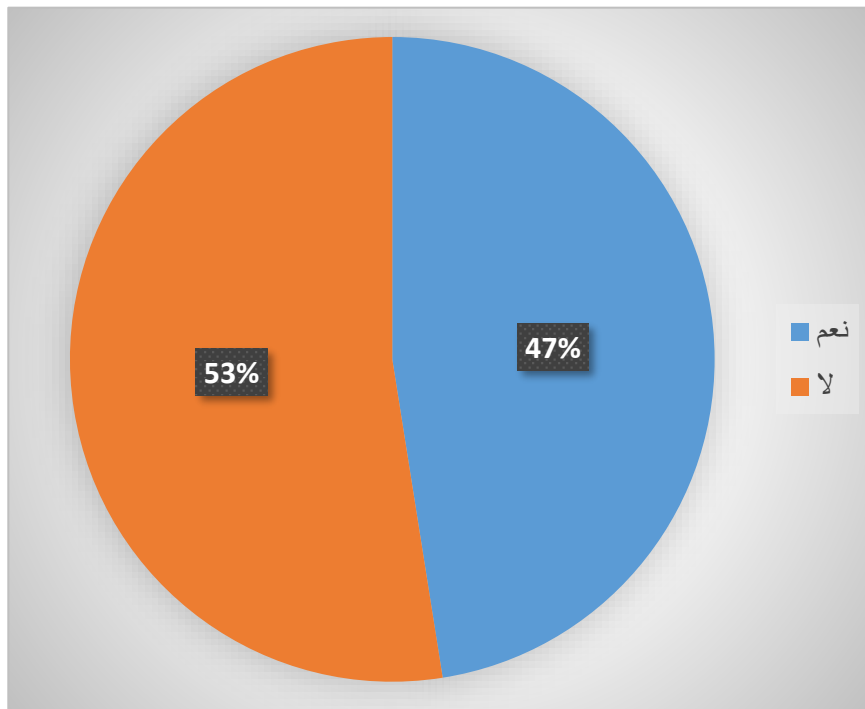
على موقع الإنستغرام

البيانات	التكرار	النسبة المئوية%
نعم	19	47,5%
لا	21	52,5%
المجموع	40	100%

- هل البيانات المصرح بها على صفحة حسابك هي بيانات شخصيتك الحقيقية؟

من خلال الجدول رقم (8) نجد ان اغلبية افراد العينة يستخدمون بيانات غير بياناتهم الشخصية والذين بلغ عددهم 21 بنسبة 52.5% ، اما الافراد الذين يستخدمون بياناتهم الحقيقية فقد بلغ عددهم 19 بنسبة 47.5% .

نستنتج مما سبق ان افراد العينة يستخدمون بيانات غير صحيحة، باعتبار ان الفئة الغالبة في الاستمارة هي جنس البنات لهذا فهن يفضلن استخدام موقع الانستغرام ببيانات تختلف عن شخصيتهن الحقيقية.



الشكل رقم 09 يوضح توزيع المبحوثين حسب مدى صحة البيانات المصرح بيها على موقع الإنستغرام

الجدول رقم 9: يبين مدى صحة او عدم صحة البيانات المصرح بها على موقع الإنستغرام لدى المبحوثين

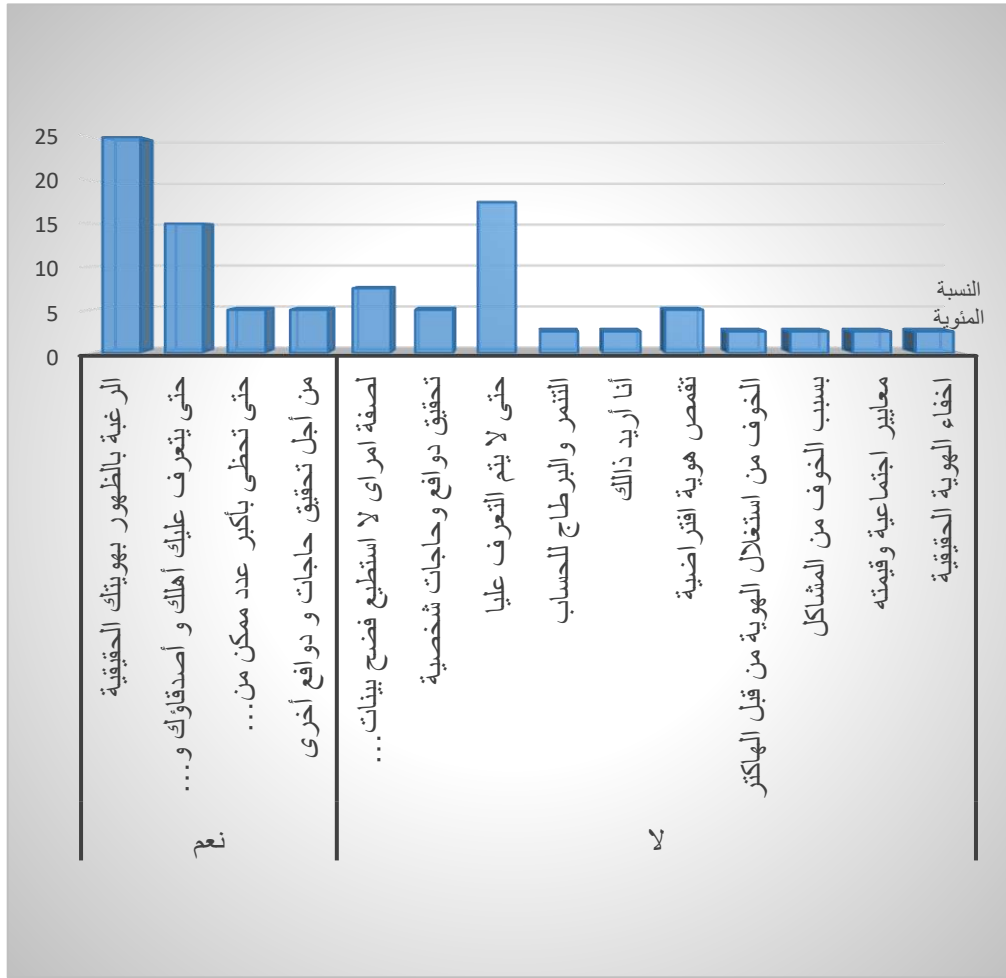
النسبة المئوية%	التكرار	البيانات	
25%	10	الرغبة بالظهور بهويتك الحقيقية	نعم
15%	6	حتى يتعرف عليك أهلك وأصدقاؤك ومعارفك بسهولة	
5%	2	حتى تحظى بأكثر عدد ممكن من المتفاعلين على صفحتك	
5%	2	من أجل تحقيق حاجات ودوافع أخرى	
7,5%	3	بصفتي امرأة لهذا لا أستطيع الفصح عن بيناتي الحقيقية	لا
5%	2	بهدف تحقيق دوافع وحاجات شخصية	
17,5%	7	حتى لا يتم التعرف عليا	
2,5%	1	بسبب التمر والبرطاج للحساب	
2,5%	1	أنا أريد ذلك	
5%	2	من اجل تقمص هوية افتراضية	
2,5%	1	الخوف من استغلال الهوية من قبل الهاكرز	
2,5%	1	بسبب الخوف من المشاكل	
2,5%	1	معايير اجتماعية وقيمية	
2,5%	1	بهدف اخفاء الهوية الحقيقية	
100%	40	المجموع	

من خلال الجدول رقم (9) نجد تعدد الأسباب والدوافع في الإجابة على السؤال وفق الصيغة المغلقة بالبدلين "نعم" و "لا" ووفق الصيغة المفتوحة، حيث تعددت وتنوعت الإجابات حسب توزيع افراد العينة.

حسب البديل "نعم" نجد العديد من الإجابات المتباينة، فأفراد العينة يفضلون التصريح ببياناتهم الحقيقية على حساب الانستغرام من اجل ان يحظو بأكثر عدد ممكن من المتفاعلين على صفحتهم وبسبب تحقيق دوافع وحاجات معينة، حيث تعادلت هاتين الاجابتين بنسبة 5% ، كما يظهر المبحوثين ببيانات حقيقية على حسابهم حتى يتمكن اهلهم وأصدقاءهم من التعرف عليهم وذلك بنسبة 15% ، اما الفئة الثالثة فيفضلون التصريح ببياناتهم الحقيقية لانهم يرغبون في ذلك بمحظى ارادتهم والتي قدرت ب 25% من مجموع افراد العينة.

اما حسب البديل "لا" فنجد اختلاف واضح في الإجابات ، حيث نجد ان بعض افراد العينة يظهرون بيانات غير حقيقية حتى لا يتم التعرف عليهم بنسبة 17.5% ، بينما نجد بعض افراد العينة لا يستطيعون وضع هوياتهم الحقيقية بصفتهم جنس انثوي بنسبة 7.5% ، والبعض الاخر يستخدم هويات غير هوياتهم الحقيقية بهدف تحقيق دوافع وحاجات شخصية ، وكذا من اجل الرغبة في تقمص هوية افتراضية بنسبة 5%، ثم نجد تساوي الإجابات من حيث النسب المئوية والتي بلغت نسبة 2.5% فأفراد العينة لا يظهرون بهوياتهم الحقيقية على حساب الانستغرام وهذا راجع الى إمكانية التتمر والبرطاج لحسابهم الشخصي، لاسيما الخوف من استغلال هويتهم من طرف الهاكرز ، كما انهم يتعمدون إخفاء هويتهم الحقيقية بسبب الخوف من المشاكل التي قد تعترضهم، واعتبارا للمعايير القيمية والاجتماعية السائدة في مجتمعهم.

من خلال البيانات الموضحة أعلاه نستنتج ان افراد العينة الذين كانت اجابتهم بنعم هم من جنس الذكور، بما انهم يرغبون بالظهور بهويتهم وبياناتهم الحقيقية على حساب الانستغرام، اما افراد العينة الذين كانت اجابتهم ب لا هم من جنس الاناث، هذا ما تم استنباطه من الإجابات التي أظهرت ان افراد العينة لا يرغبون في الظهور بهويتهم الحقيقية عند استخدامهم لموقع الفاسبوك وهذا راجع لعدة أسباب كالتخوف من المشاكل والهاكرز واتباع المعايير الاجتماعية والقيمية السائدة في المجتمع.

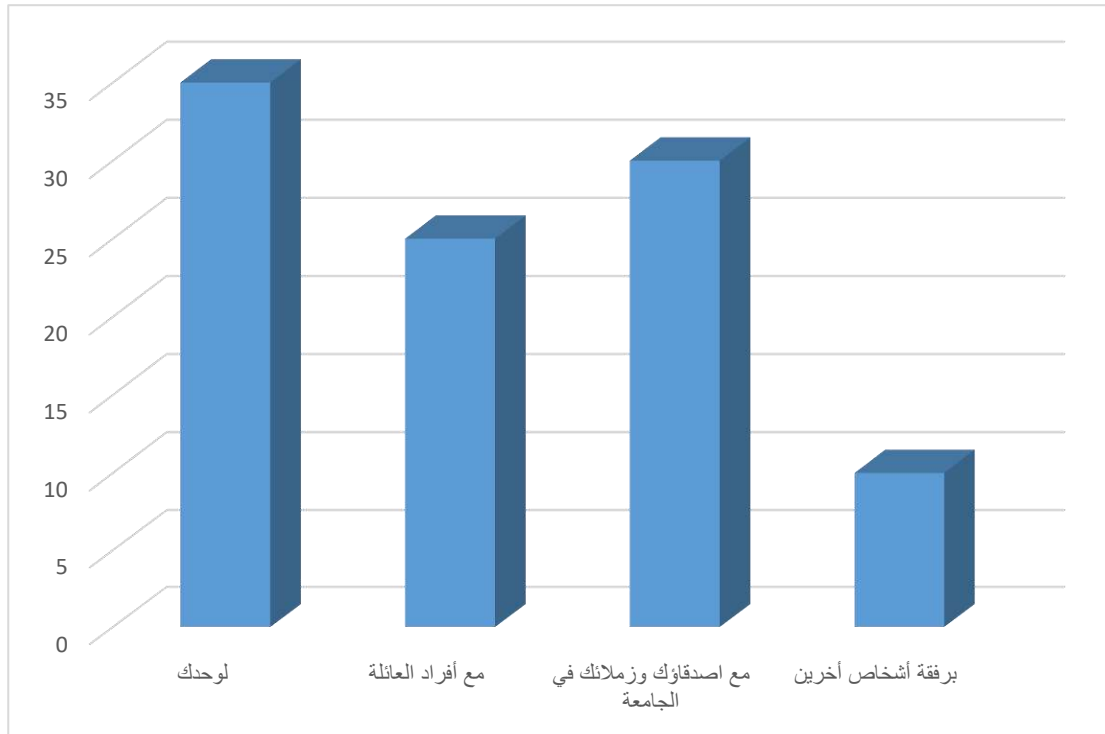


الشكل رقم 10 يوضح توزيع المبحوثين حسب مدى صحة او عدم صحة البيانات المصرح بها على موقع الإنستغرام

الجدول رقم 10: يبين الأشخاص الذين يكونون برفقتهم المبحوثين عند استخدامهم لموقع الإنستغرام

البيانات	التكرار	النسبة المئوية %
لوحده	14	35%
مع أفراد العائلة	10	25%
مع اصدقاءك وزملائك في الجامعة	12	30%
برفقة أشخاص آخرين	4	10%
المجموع	40	100%

من خلال الجدول رقم (10) يتضح لنا ان اغلب افراد العينة يستخدمون موقع الانستغرام عندما يكونون لوحدهم بنسبة 35% ، تليها الفئة الثانية الذين يتصفحون الموقع مع زملائهم واصدقائهم في الجامعة بنسبة مئوية قدرت ب 30% ، ثم نجد ان بعض افراد العينة يدخلون الموقع عندما يكونون بالبيت مع عائلتهم بنسبة 25% ، والبعض الاخر يتصفحون الموقع برفقة اشخاص آخرين بنسبة مئوية قدرت ب 10% من مجموع افراد العينة.



الشكل رقم 11 يوضح توزيع المبحوثين حسب الأشخاص الذين يكونون برفقتهم المبحوثين عند استخدامهم لموقع الانستغرام

نستنتج مما سبق ان افراد العينة يفضلون الدخول الى موقع الانستغرام وتصفحه عندما يكونون لوحدهم، حتى يتقادون الازعاج ومنه يتواصلون مع الأصدقاء والمجموعات الافتراضية بكل أريحية.

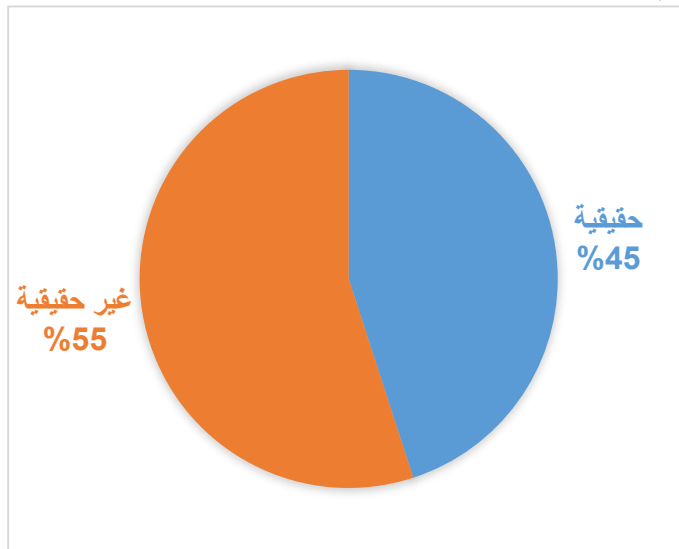
المحور الثالث: أشكال وملامح الهوية التي تظهر بها الطلبة الجامعيين على موقع الانستغرام ومدى تطابقها مع هوياتهم الحقيقية
- عند نشر البيانات الشخصية على حسابك تستخدم:

الجدول رقم 11: يوضح الاسم واللقب

البيانات	التكرار	النسبة المئوية%
حقيقية	18	45%
غير حقيقية	22	55%
المجموع	40	100%

نلاحظ من خلال الجدول رقم (11) أعلاه ان إجابة افراد العينة على السؤال كانت كما يلي: بالنسبة للاسم واللقب جاء في المرتبة الأولى استخدام اسم ولقب غير حقيقيين والذين بلغ عددهم 22 بنسبة مئوية قدرت ب55 % ، وفي المرتبة الثانية تبين لنا ان استخدام الاسم واللقب الحقيقيين قد بلغ 18 بنسبة 45 % .

ومن هنا نستنتج ان معظم افراد العينة يفضلون استخدام أسماء والقباب غير حقيقية حتى يستطيعون التعبير عن آرائهم بكل حرية، كون هذا المجتمع الافتراضي وسيلة للتعبير عن شخصيتهم والتحرر منها، كما ان المبحوثين يعيشون في منطقة محافظة لا تناسب وضعهم لهوية حقيقة.



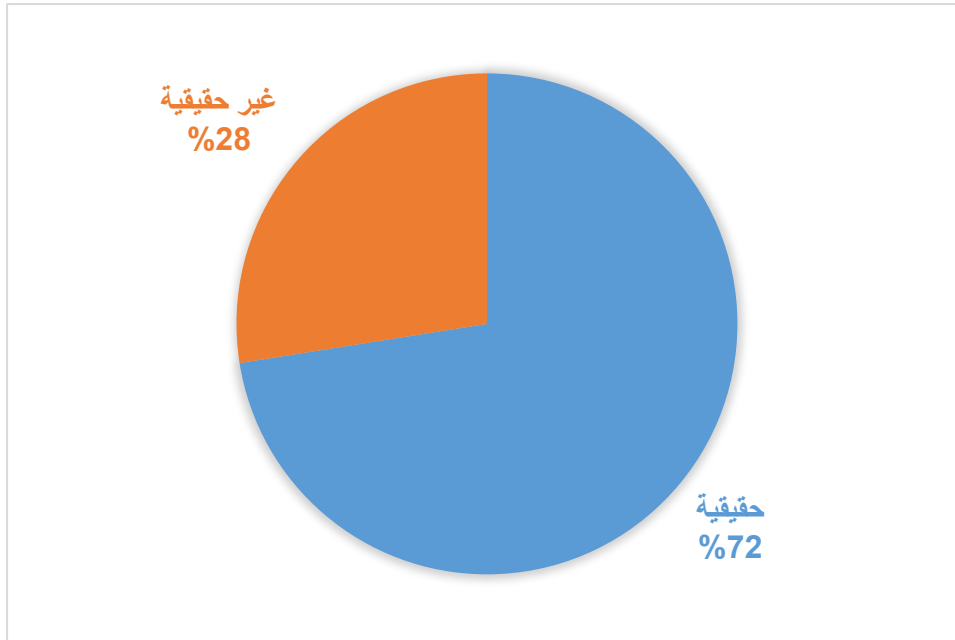
الشكل رقم 12 يوضح توزيع المبحوثين حسب البيانات الشخصية الاسم واللقب

الجدول رقم 12: يبين السن

البيانات	التكرار	النسبة المئوية%
حقيقية	29	72,5%
غير حقيقية	11	27,5%
المجموع	40	100%

من خلال الجدول رقم (12) المبين أعلاه، نلاحظ ان إجابة افراد العينة على السؤال كانت كالتالي: بالنسبة للسن جاء في المرتبة الأولى استخدام السن الحقيقي من طرف افراد العينة والذين بلغ عددهم 29 بنسبة 72.5% ، وفي المرتبة الثانية نجد استخدام سن غير حقيقي من طرف المبحوثين الذين بلغ عددهم 11 بنسبة قدرت ب 27.5%.

ومن هنا نستنتج ان الطلبة الجامعيين يفضلون التصريح بأعمارهم الحقيقية ضمن الهوية التي يظهرون بها على موقع الانستغرام لأنه لا يوجد مانع في ذلك.



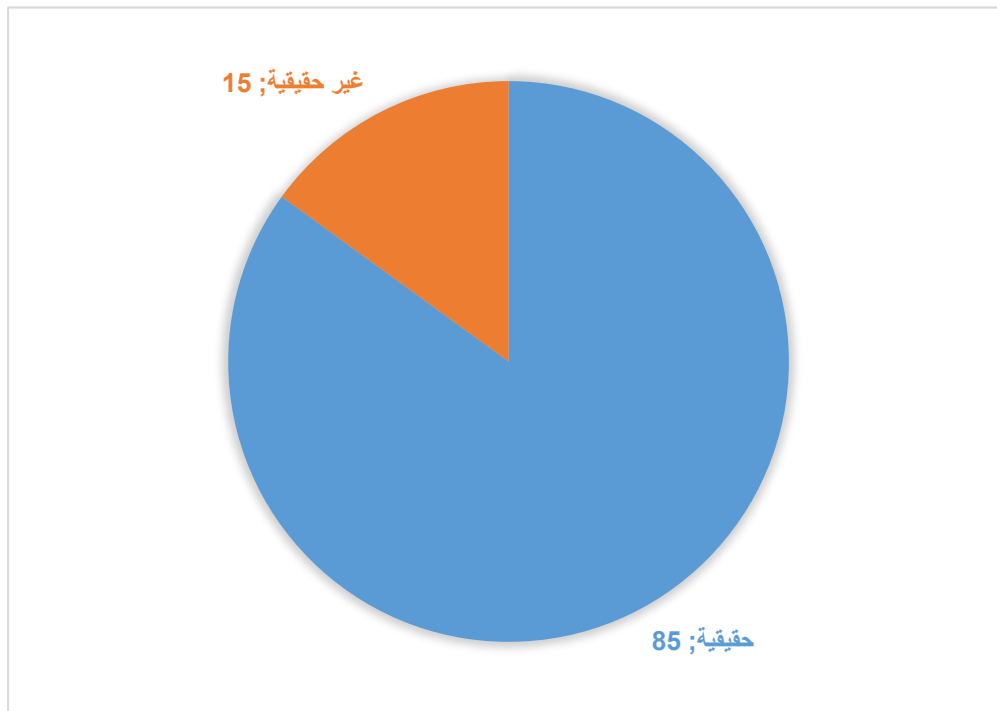
الشكل رقم 13 يوضح توزيع المبحوثين حسب البيانات الشخصية الاسم واللقب

الجدول رقم 13 : يوضح الجنس

البيانات	التكرار	النسبة المئوية%
حقيقية	34	85%
غير حقيقية	6	15%
المجموع	40	100%

من خلال الجدول رقم (13) المدون أعلاه، ان إجابة افراد العينة بخصوص متغير الجنس هي كالتالي: بالنسبة للجنس جاء في المرتبة الأولى استخدام الجنس الحقيقي من طرف افراد العينة الذين بلغ عددهم 34 بنسبة مئوية قدرت ب 85 %، وفي المرتبة الثانية نجد استخدام الجنس غير الحقيقي من طرف المبحوثين والذين بلغ عددهم 6 فقط بنسبة مئوية قدرت ب 15% من مجموع افراد العينة.

ومنه نستنتج ان الطلبة الجامعيين يفضلون وضع الجنس الحقيقي لهم حتى وإن صرحوا بهويات افتراضية.



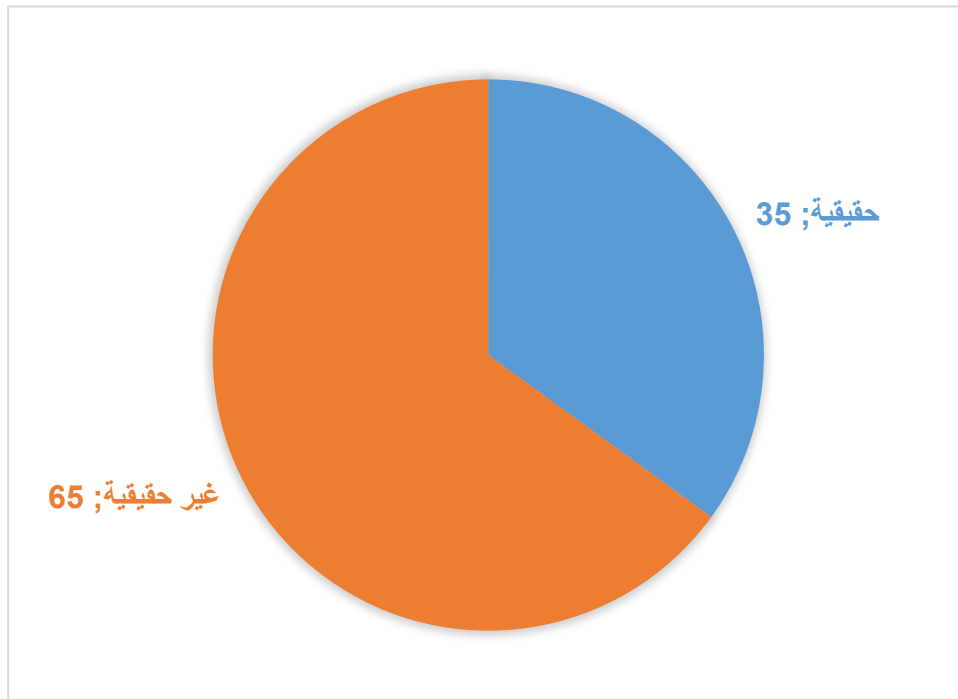
الشكل رقم 14 يوضح توزيع المبحوثين حسب البيانات الشخصية (الجنس)

الجدول رقم 14: يوضح المهنة

البيانات	التكرار	النسبة المئوية%
حقيقية	14	35%
غير حقيقية	26	65%
المجموع	40	100%

نلاحظ من خلال الجدول رقم (14) المبين أعلاه، ان إجابة افراد العينة على السؤال الخاص بالمهنة كانت كما يلي: جاء في المرتبة الأولى وضع افراد العينة لمهنة غير حقيقية بنسبة مئوية قدرت ب 65% والذين بلغ عددهم 26، اما في المرتبة الثانية فنجد 14 من افراد العينة الذين وضعوا مهنتهم الحقيقية بنسبة 35% .

باعتبار ان المبحوثين هم طلبة جامعيين لهذا نجد ان معظم افراد العينة يفضلون وضع مهن قد يتمنونها والتي تعتبر غير حقيقية لأنهم لازالوا طلبة جامعيين، لذلك فهم يفضلون وضع مهن مزيفة بدل وضع عبارة طالب أو بدون مهنة.



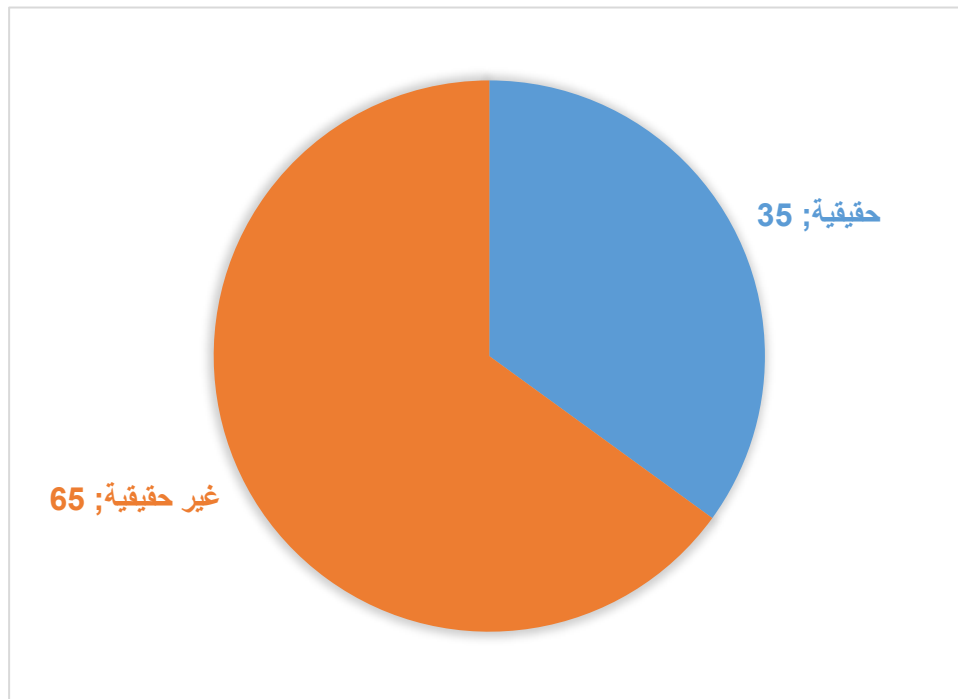
الشكل رقم 15 يوضح توزيع المبحوثين حسب البيانات الشخصية (المهنة)

الجدول رقم 15: يوضح الصورة الشخصية

البيانات	التكرار	النسبة المئوية%
حقيقية	13	32,5%
غير حقيقية	27	67,5%
المجموع	40	100%

من خلال الجدول رقم (11) والمتعلق بصورة البروفائيل التي يضعها افراد العينة على صفحاتهم في حساب الانستغرام، نجد ان اجابتهم كانت على النحو التالي: بالنسبة للصورة جاء في المرتبة الأولى وضع صورة غير حقيقية من طرف المبحوثين والذين بلغ عددهم 27 بنسبة 67.5% ، ونجد في المرتبة الثانية من افراد العينة الذين يضعون صورهم الحقيقية على صفحة البروفائيل بنسبة 32.5% والبالغ عددهم 12 من مجموع افراد العينة.

من هنا نستنتج ان معظم افراد العينة يضعون صور غير صورهم الحقيقية على صفحاتهم على موقع الانستغرام من اجل الحفاظ على خصوصيتهم او خوفا من سرقتها واستعمالها كفتوشوب من طرف اشخاص مجهولين، خاصة فيما يخص جنس الاناث، على غرار المجتمع الذي ينتمي اليه افراد العينة الذي يفرض عليهم التمسك بالقيم والمعايير الاجتماعية السائدة فيه.



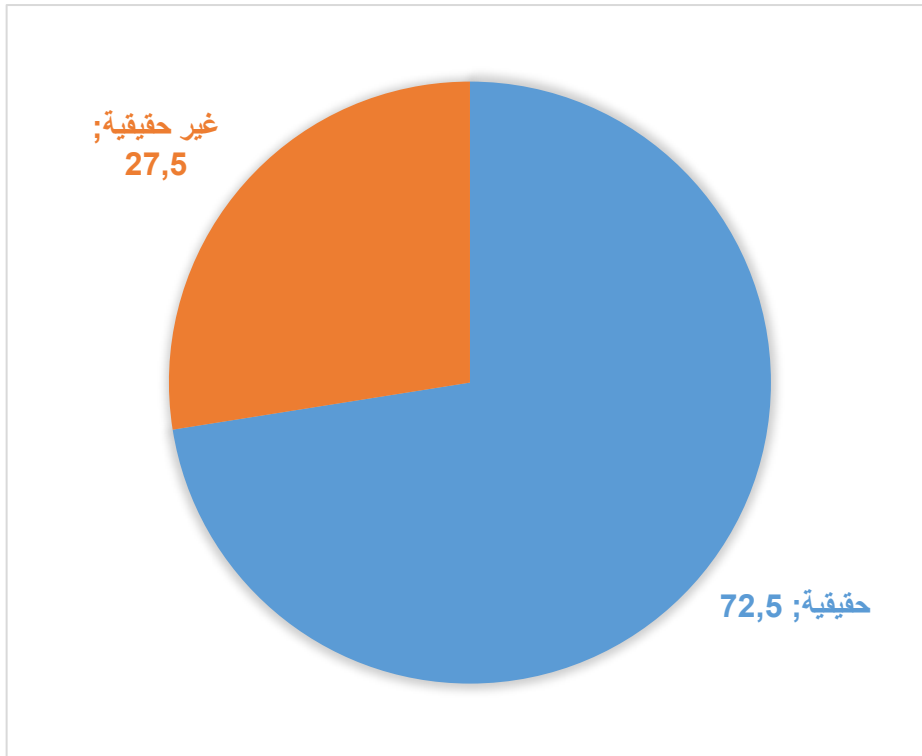
الشكل رقم 16 يوضح توزيع المبحوثين حسب البيانات الشخصية (الصورة الشخصية)

الجدول رقم 16: يوضح البلد الذي ينتمي اليه المبحوثين

البيانات	التكرار	النسبة المئوية%
حقيقية	29	72,5%
غير حقيقية	11	27,5%
المجموع	40	100%

من خلال الجدول المبين أعلاه نلاحظ ان إجابة افراد العينة على السؤال كانت كما يلي: بالنسبة للبلد جاء في المرتبة الأولى وضع المبحوثين من الطلبة الجامعيين لبلدهم الحقيقي، حيث بلغ عددهم 29 بنسبة 72.5 % ، وفي المرتبة الثانية نجد افراد العينة الذين وضعوا بلد غير بلدهم بنسبة 27.5% والذين بلغ عددهم 11 من مجموع افراد العينة.

يتضح من خلال الأرقام والنسب المئوية ان معظم افراد العينة يفضلون ذكر بلدهم الأصلي والحقيقي على موقع الانستغرام من كلا الجنسين لأنه لا يشكل لهم أي عائق سواء كانت هويتهم حقيقية او افتراضية.



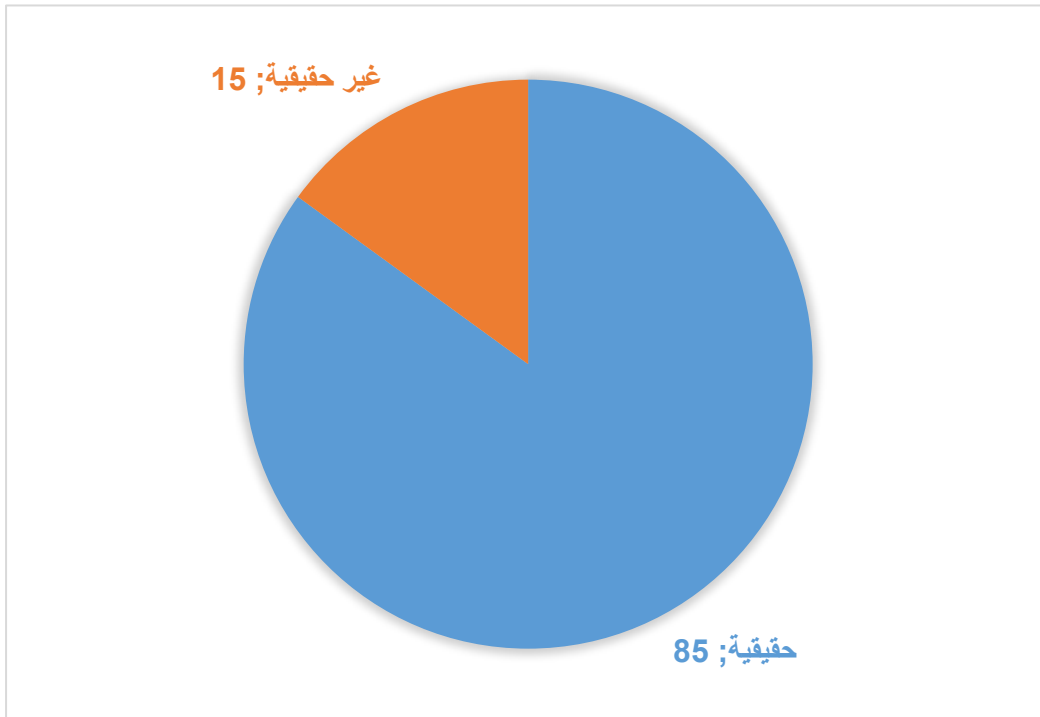
الشكل رقم 17 يوضح توزيع المبحوثين حسب البيانات الشخصية (البلد)

الجدول رقم 17: يبين الحالة الاجتماعية للمبحوثين

البيانات	التكرار	النسبة المئوية%
حقيقية	34	85%
غير حقيقية	6	15%
المجموع	40	100%

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه ان إجابة المبحوثين على السؤال الخاص بحالتهم الاجتماعية كانت كالتالي: جاء في المرتبة الأولى وضع افراد العينة لحالتهم الاجتماعية الحقيقية على حساب الانستغرام بنسبة 85% والذين بلغ عددهم 34، بينما نجد المبحوثين الذين يضعون حالات غير حالتهم الاجتماعية بنسبة 15% والذين بلغ عددهم 6 من مجموع افراد العينة.

نستنتج من النتائج السالفة الذكر ان معظم افراد العينة يفضلون وضع حالتهم الاجتماعية الحقيقية ولا حرج لهم في ذلك.



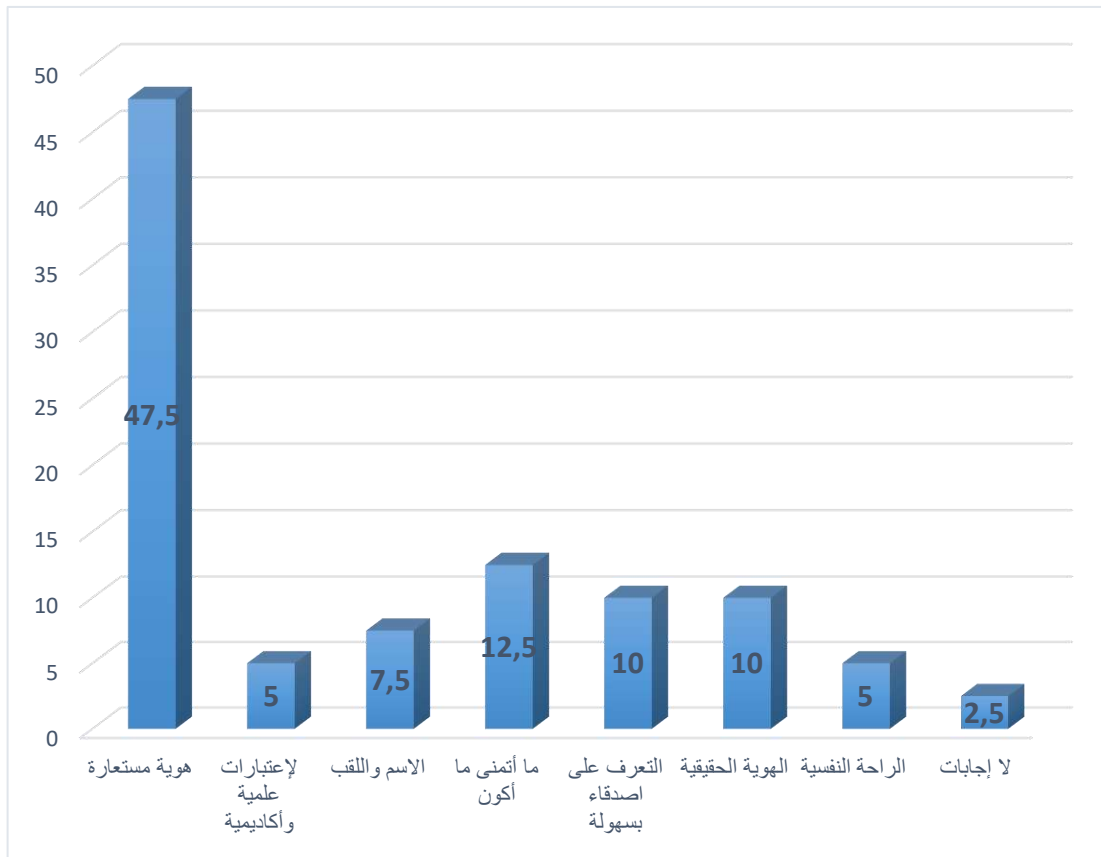
الشكل رقم 18 يوضح توزيع المبحوثين حسب البيانات الشخصية (الحالة الاجتماعية)

الجدول رقم 18: يبين على أي أساس يختار المبحوثين هويتهم على حساب الإنستغرام

الاجابات	التكرار	النسبة المئوية%
هوية مستعارة	19	47,5%
لا اعتبارات علمية وأكاديمية	2	5%
الاسم واللقب	3	7,5%
ما أتمنى ما أكون	5	12,5%
التعرف على اصدقاء بسهولة	4	10%
الهوية الحقيقية	4	10%
الراحة النفسية	2	5%
لا إجابات	1	2,5%
المجموع	40	100%

نلاحظ من الجدول رقم (18) ان اغلبية افراد العينة يستخدمون هويات مستعارة بنسبة 47.5% والذين بلغ عددهم 19 ، بينما نجد نسبة 12.5% من افراد العينة البالغ عددهم 5 يختارون هويتهم حسب ما يتمنون ، كما نجد ان بعض افراد العينة يختارون هويتهم على أساس هويتهم الحقيقية حتى يتعرف عليهم اصدقائهم بكل سهولة والبالغ عددهم 4 بنسبة مئوية قدرت ب 10% ، وهناك من يختارون هويتهم على أساس اسمهم ولقبهم الحقيقي بنسبة 5% ، ونجد البعض الاخر الذين يختارون هويتهم على أساس الراحة النفسية او لاعتبارات اكااديمية وعلمية والمقدرة بنفس النسبة المئوية.

من خلال ما سبق نستنتج ان المبحوثين يختارون هوياتهم على أساس عدة اعتبارات تختلف من مبحوث الى آخر، اما رأي الأغلبية فقد كان اختيارهم يقوم على أساس هوية افتراضية.



الشكل رقم 19 يوضح توزيع المبحوثين حسب الأساس الذي يختارون به هوياتهم على موقع الإنستغرام

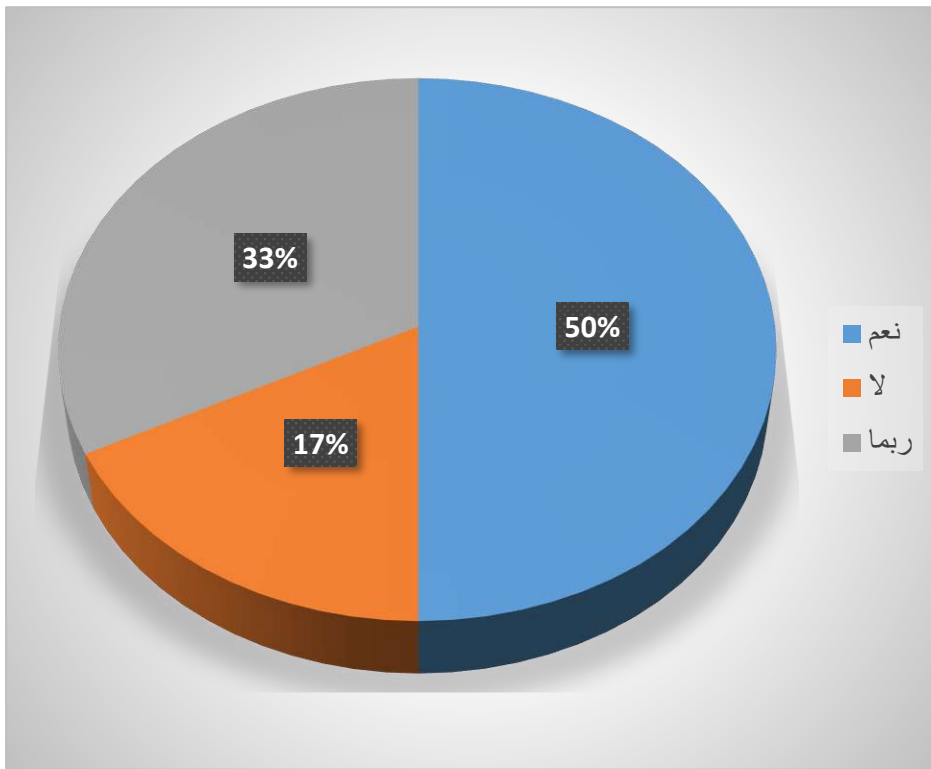
الجدول رقم 19: يبين ما إذا كانت الهويات المستعارة التي يتخذها المبحوثين على حساب الإنستغرام قد تحقق لهم جرأة وتحرراً أكثر من استخدامهم لهوياتهم الحقيقية

الإجابات	التكرار	النسبة المئوية %
نعم	20	50%
لا	7	17,5%
ربما	13	32,5%
المجموع	40	100%

يوضح الجدول رقم (19) المبين أعلاه ان اغلبية افراد العينة يستخدمون هويات مستعارة لأنها تحقق لهم جرأة وتحرراً اكثر من هويتهم الحقيقية وذلك بنسبة 50% والذين بلغ عددهم 20، بينما نجد نسبة 32.5% من افراد العينة يعتقدون ان اتخاذهم لهويات مستعارة قد تحقق لهم بعض الجرأة والتحرر والبالغ عددهم 13 ، ونجد في المرتبة الثالثة افراد العينة

الذين يرون ان هويتهم المستعارة التي يتخذونها على حساب الانستغرام لا تحقق لهم جرأة وتحرر بنسبة 17.5% والبالغ عددهم 7 من مجموع افراد العينة.

نستنتج من نسب وأرقام الجدول الموضح أعلاه ان اغلبية المبحوثين يتخذون هويات مستعارة على حسابهم من اجل التعبير عن آرائهم بكل حرية وعفوية دون قيود او قوانين تشريعية، كون هذا المجتمع الافتراضي هو بمثابة وسيلة للتعبير عن شخصيتهم والتحرر منها، كما ان بعض المبحوثين قد يعيشون في مناطق محافظة للعادات والتقاليد (خاصة الجنس الأنثوي)، بالتالي يلجأن الى اتخاذ هويات مستعارة على حساباتهم، من اجل تفادي الازعاج والخوض في مشاكل هم في غنى عنهامع اسرهم.



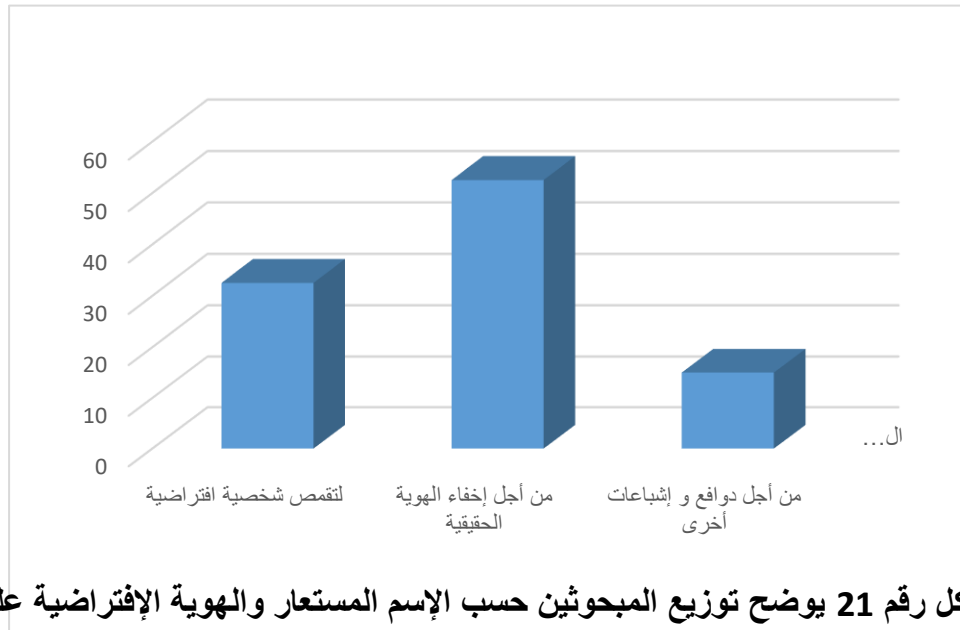
الشكل رقم 20 يوضح توزيع المبحوثين حسب الهوية التي تحقق لهم جرأة وتحرر أكثر

المحور الرابع: دوافع لجوء بعض المبحوثين لاستخدام هويات غير هوياتهم عند استخدامهم لموقع الانستغرام
الجدول رقم 20: يبين سبب استخدام المبحوثين لاسم مستعار وهوية مستعارة

الاحتمالات	التكرار	النسبة المئوية %
لتقمص شخصية افتراضية	13	32,5%
من أجل إخفاء الهوية الحقيقية	21	52,5%
من أجل دوافع وإشباعات أخرى	6	15%
المجموع	40	100%

نلاحظ من الجدول رقم (20) المبين أعلاه أن افراد العينة يلجئون الى استخدام هويات غير هوياتهم أو أسماء مستعارة ، حيث انقسمت الإجابات الى ثلاث مجموعات ، تمثلت المجموعة الأولى في الافراد الذين تمحورت إجاباتهم في رغبتهم في تقمص شخصية افتراضية والذين بلغ عددهم 13 بنسبة 32.5% ، اما المجموعة الثانية فشملت الافراد الذين كانت اجابتهم من اجل إخفاء هويتهم الحقيقية والذين بلغ عددهم 21 بنسبة مئوية قدرت ب 52.5% ، والمجموعة الثالثة مثلت الافراد الذين كانت اجابتهم من اجل اشباع دوافع وحاجات أخرى، والذين بلغ عددهم 6 بنسبة مئوية قدرت ب 15% من مجموع افراد العينة.

نستنتج من نتائج الجدول أعلاه ان اغلبية افراد عينة الدراسة يستخدمون اسم مستعار لتقمص شخصية غير شخصيتهم الحقيقية، كما قد يستخدمون اسم مستعار بغرض إخفاء هويتهم الحقيقية، وكذا يستخدمون أسماء مستعارة بغرض تحقيق دوافع وإشباعات تختلف حسب الفرد الواحد من أفراد العينة.



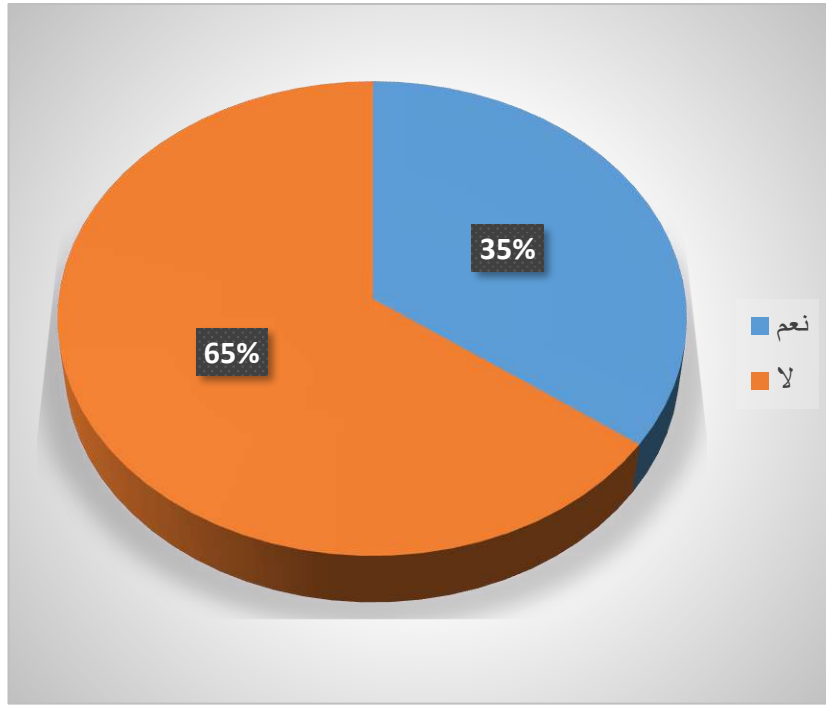
الشكل رقم 21 يوضح توزيع المبحوثين حسب الإسم المستعار والهوية الافتراضية على حساب الإنستغرام

الجدول رقم 21: يوضح اختيار المبحوثين لهوية افتراضية بمواصفات قد يتمنونها في هويتهم الحقيقية

النسبة المئوية%	التكرار	الحالة الاجتماعية
35%	14	نعم
65%	26	لا
100%	40	المجموع

نلاحظ

من خلال الجدول رقم (21) ان افراد العينة يختارون هويات افتراضية بمواصفات قد يتمنونها في هوياتهم الحقيقية بنسبة "35% والبالغ عددهم 14 ، ونجد "65% من افراد العينة يختارون هوياتهم الافتراضية بمواصفات قد يتمنونها في هويتهم الشخصية الحقيقية والبالغ عددهم 26 من مجموع افراد العينة. ومن هنا نستنتج ان اغلبية افراد العينة يتخذون هويات افتراضية دون مواصفات او اعتبارات محددة.



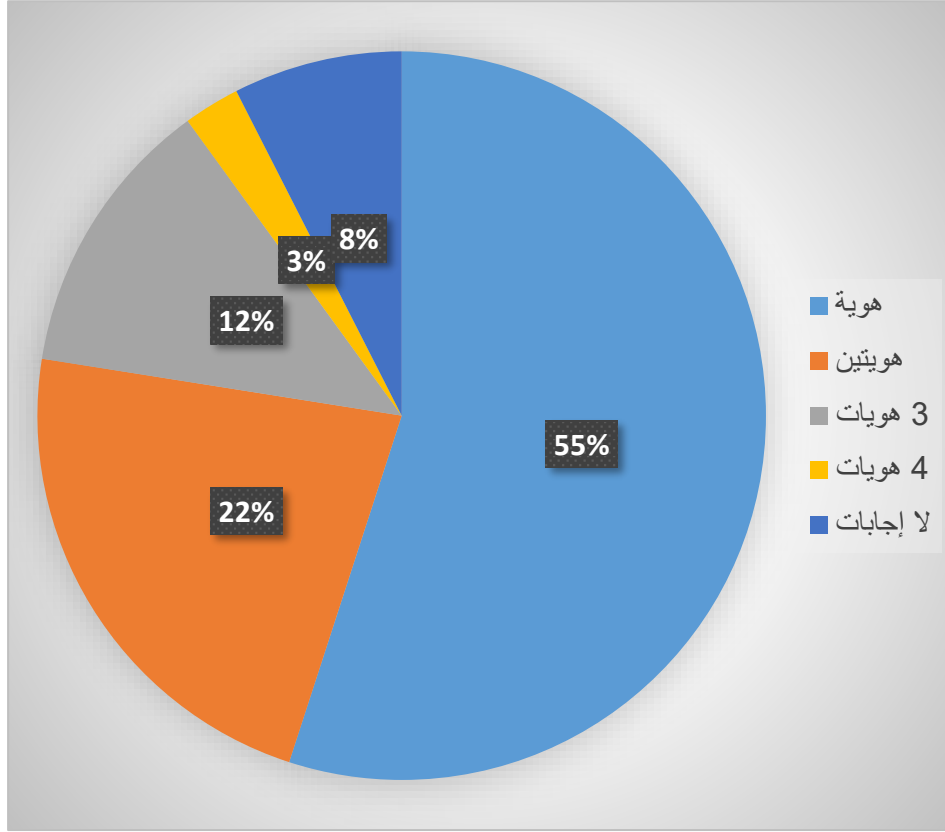
الشكل رقم 22 يوضح توزيع المبحوثين حسب الهويات الافتراضية التي يتخذونها على حساب الإنستغرام

الجدول رقم 22: يوضح عدد الهويات الافتراضية التي يمتلكها المبحوثين على حساب الإنستغرام

الاحتمالات	التكرار	النسبة المئوية%
هوية واحدة	22	55%
هويتين	9	22,5%
3 هويات	5	12,5%
4 هويات	1	2,5%
لا يوجد إجابات	3	7,5%
المجموع	40	100%

من خلال الجدول رقم (22) نلاحظ ان اغلبية افراد العينة يمتلكون هوية افتراضية واحدة بنسبة 55 % والبالغ عددهم 22 ، يليها 9 من مجموع افراد العينة الذين يمتلكون هويتين افتراضيتين بنسبة 22.5 % ، كما نجد بعض افراد العينة الذين يمتلكون ثلاث وأربعة هويات بنسبة 12.5% و 2.5% من مجموع افراد العينة ، وهناك بعض من افراد العينة لم يقدموا اية إجابات.

من هنا يتضح لنا ان اغلبية افراد العينة يمتلكون هوية افتراضية واحدة للفرد الواحد، وهذا ما يؤكد لنا ان المبحوثين من الطلبة الجامعيين يظهرون بهويات افتراضية على حساب الانستغرام بغض النظر عن عددها.



الشكل رقم 22 يوضح توزيع المبحوثين حسب عدد الهويات الافتراضية التي يمتلكونها على حساب الإنستغرام

الجدول رقم 23: يوضح مدى شعور المبحوثين بالانتماء الى المجموعات الافتراضية التي هم عضو فيها أكثر من المجتمع الواقعي

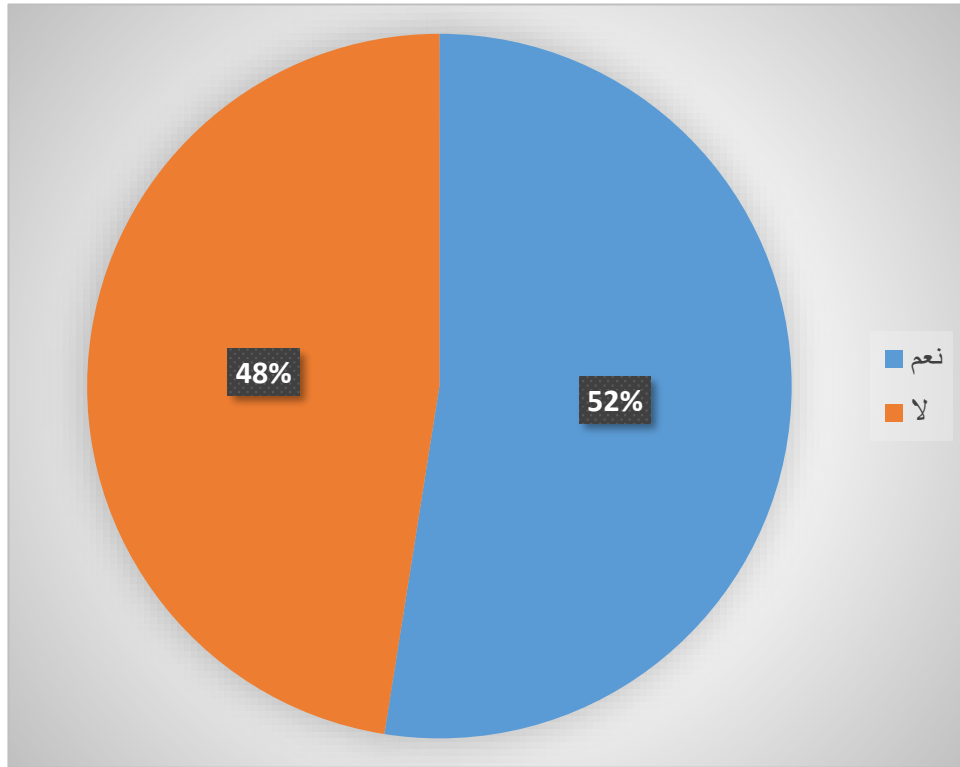
النسبة المئوية %	التكرار	بدائل الاحتمالات
52,5%	21	نعم
47,5%	19	لا
100%	40	المجموع

من

خلال الجدول رقم (23) المبين أعلاه، نلاحظ ان افراد عينة الدراسة والبالغ عددهم اجمالا 40 فردا، والذين انقسم عددهم الى مجموعتين، حيث تمثلت المجموعة الأولى في افراد العينة الذين تمحورت اجابتهم على السؤال بالبديل نعم والذين بلغ عددهم 21 فردا بنسبة مئوية قدرت ب 52.5% ، في حين

وجد المجموعة الثانية الذين كانت اجابتهم على السؤال بالبديل لا والبالغ عددهم 19 فردا بنسبة قدرت ب 47.5%.

من هنا نستنتج ان اغلبية افراد العينة يؤكدون على احساسهم بالانتماء الى المجموعات الافتراضية وذلك راجع الى تمسكهم وتعلقهم بالعالم الافتراضي والذي قد يوفر لهم خدمات ونشاطات قد لا يجدونها في المجتمع الافتراضي.



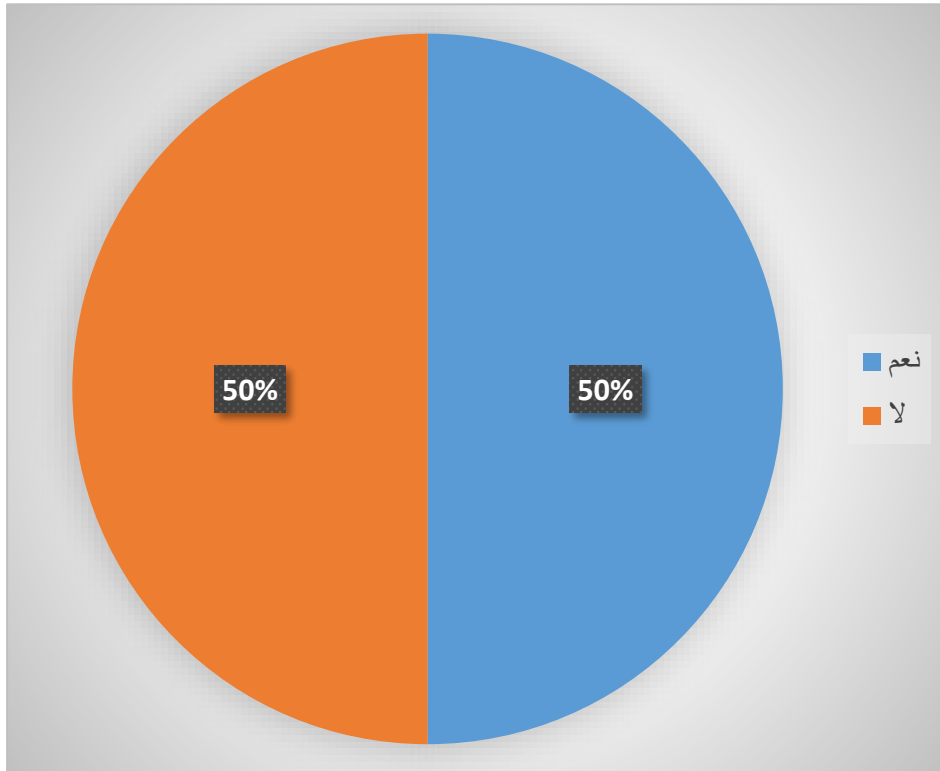
الشكل رقم 23 يوضح توزيع الباحثين حسب مدى شعورهم بالانتماء الى المجموعات الافتراضية

الجدول رقم 24: يبين إذا كان يشعر الباحثين بالراحة والحرية في المجتمع الافتراضي أكثر من المجتمع الواقعي

النسبة المئوية%	التكرار	بدائل الاحتمالات
50%	20	نعم
50%	20	لا
100%	40	المجموع

من خلال الجدول رقم (24) نلاحظ تساوي في إجابات افراد العينة من خلال معدلات التكرار والنسب المئوية والتي بلغت نسبة مئوية قدرت ب 50% في كلتا البديلين ، وبمعدل تكرار بلغ 20 في كلتا البديلين من مجموع افراد العينة.

نستنتج مما سبق ان بعض افراد العينة يشعرون بالراحة والحرية في المجتمع الافتراضي أكثر من المجتمع الواقعي، والبعض الآخر لا يشعرون بالانتماء الى المجتمع الافتراضي بسبب تمسكهم وذلك راجع الى تمسكهم بالروابط الاجتماعية الحقيقية والمجتمع الحقيقي الذي ينتمون اليه، حتى ولو استخدموا هويات افتراضية.



الشكل رقم 24 يوضح توزيع المبحوثين حسب الإسم المستعار والهوية الافتراضية على حساب الإنستغرام

ثالثا : النتائج العامة للدراسة :

تهدف أي دراسة الى التوصل الى نتائج ذات قيمة علمية وذلك قصد الإجابة على تساؤلات الدراسة التي وضعها الباحث في بداية بحثه، وفيما يخص الدراسة الحالية المتعلقة بدور الانستغرام في تشكيل الهوية الافتراضية لدى الطالب الجامعي، والتي تم فيها التوصل الى النتائج الآتي ذكرها:

-المحور الأول: البيانات الشخصية: توصلت النتائج الى مايلي:

- معظم افراد العينة من جنس الذكور يفضلون وضع جنسهم الحقيقي عكس جنس الاناث اللواتي تتخوفن من ذلك بسبب بعض المضايقات وكثرة طلبات الصداقات في حال وضعهن لجنسهن الحقيقي.
-كما ان بعض المبحوثين يفضلون وضع أعمارهم وحالتهم الاجتماعية الحقيقية لأنه ليس لهم حرج في ذكر ذلك.

-المحور الثاني: طرق وآليات استخدام الطلبة الجامعيين لموقع الانستغرام

-ان اغلبية افراد العينة يستخدمون موقع الانستغرام لمدة تفوق السنتين بسبب ما يوفره الموقع من خدمات واختيارات متعددة وبصفته الأحدث من بعض المواقع الأخرى.
- اغلبية المبحوثين يستخدمون الموقع عدة مرات في اليوم بسبب أوقات الفراغ، كما انه ليس لديهم فترة محددة للولوج الى الموقع بسبب انشغالهم بالدراسة طول فترة اليوم.
- ان اغلبية المبحوثين يصرحون ببيانات غير صحيحة على حسابهم على الانستغرام وذلك راجع الى عدة دوافع وأسباب نذكر منها ما يلي:
*حتى لا يتم التعرف عليهم.

*التخوف من استغلال هويتهم الحقيقية من قبل الهاكرز، لاسيما التخوف من المشاكل العائلية والتمتر.

* بسبب المعايير الاجتماعية والقيمية السائدة في مجتمعنا الإسلامي، ومما سبق نستنتج ان الفئة التي اجابت بالبديل لا هم جنس الاناث وفقا للإجابات المذكورة سلفا. اما البعض من فئة الذكور من المبحوثين فهم يرغبون بالظهور بهوياتهم الحقيقية على موقع الانستغرام وهذا راجع الى عدة اعتبارات نذكر منها:

*رغبتهم في الظهور بهوياتهم الحقيقية حتى يتم التعرف عليهم من طرف الاهل والأصدقاء، على غرار إمكانية الحصول على أكبر عدد ممكن من المتفاعلين على صفحتهم الشخصية على حساب الانستغرام.

-اغلبية المبحوثين يفضلون استخدام موقع الانستغرام لوحدهم بسبب الملل والفراغ الذي يعيشونه خاصة بعد انقضاء فترة الدراسة، وكذا تعلقهم بالمجتمع الافتراضي لهذا يفضلون الولوج الى العالم الافتراضي عندما يكونون لوحدهم حتى لا يتم ازعاجهم او مضايقتهم من طرف الآخرين.

-المحور الثالث: اشكال وملامح الهوية التي يظهر بها الطلبة الجامعيين على موقع الانستغرام ومدى تطابقها مع هوياتهم الحقيقية.

- اغلبية المبحوثين يدخلون حساب الانستغرام باسم ولقب غير حقيقيين بسبب ارتباطهما بالهويات الافتراضية التي يتخذونها على الموقع، لكنهم في ذات الوقت يضعون أعمارهم وجنسهم الحقيقي حتى ولو كانت هوياتهم المصرح بها على الموقع غير حقيقية.

- اغلبية افراد العينة يصرحون على حسابهم على الانستغرام بمهن غير حقيقية لان اغلبهم طلبة جامعيين لازلوا يزاولون دراساتهم العليا ولم يدخلوا مجال العمل بعد، لكن بعضهم قد يتمنون هذه المهن الزائفة في المستقبل.

- اغلبية افراد العينة يفضلون وضع بلدهم الحقيقي في بياناتهم الشخصية على حساب الانستغرام حتى يتمكنون من تبادل طلبات الصداقات بين زملائهم في الجامعة.

- اغلبية المبحوثين يمتلكون هويات مستعارة على موقع الانستغرام لان هذه الهويات تحقق لهم جراً وتحرراً قد لا يجدونها في العالم الواقعي.

- المحور الرابع: دوافع استخدام الطلبة الجامعيين لهويات غير هوياتهم الحقيقية على حساب الانستغرام.

-اغلبية افراد العينة يظهرون بهويات غير هوياتهم الحقيقية على حساب الانستغرام بهدف إخفاء هوياتهم الحقيقية، حيث ان هذه الهوية الافتراضية الواحدة التي يتخذونها على الموقع تختلف تماما عن هوياتهم الحقيقية.

- اغلبية افراد العينة يشعرون بالانتماء الى المجموعات الافتراضية الذين هم عضوة فيها بسبب اهتماماتهم الشخصية بمواضيع هذه المجموعات والتي قد لا يجدونها في الواقع، لكن في ذات الوقت لا يؤمنون بالعلاقات الافتراضية ويعتبرونها مضيعة للوقت وغير جدية.

-بعض افراد العينة يشعرون بالراحة والتحرر في المجتمع الافتراضي اكثر من الواقعي وفي المقابل نجد البعض الآخر يفضلون مجتمعهم الواقعي الذي يشعرون بالراحة والتحرر اكثر من الافتراضي.

- معظم افراد العينة يفضلون وضع صور غير صورهم الحقيقية خاصة جنس الاناث، وهذا راجع الى الانتماء الاجتماعي وتمسكهم بالقيم والمعايير السائدة في المجتمع.

الخاتمة

خاتمة:

حاولنا من خلال هذه الدراسة معرفة سبب استخدام الطلبة الجامعيين لهويات افتراضية ، باعتبار ان الهوية هي نمط معيشي يتفاعل مع متغيرات البيئة الاجتماعية ولكنه لا يتلاشى ، فهي أساس وجود الفرد وبقائه ، كما تعتبر انعكاس لقيمه وعاداته وانتماءاته، وفي ضوء العلاقة بين الهوية الذاتية للأفراد (الطلبة الجامعيين) ومواقع التواصل الاجتماعي (الانستغرام نموذجا) يمكننا القول ان تكنولوجيا الاتصال والمعلومات الحديثة قد أحدثت نقلة نوعية في موضوع الهوية بمختلف أنواعها ، الا ان هذه التكنولوجيا قد افرزت عن ظهور نوع جديد من الهويات الا وهي الهويات الافتراضية التي اقترنت بالمجتمعات الافتراضية والتي جعلت بعض الافراد يعيشون في عالم افتراضي مزيف، لكن البعض الآخر قد يستخدمون هويات غير هوياتهم في المجال الافتراضي وفي ذات الوقت لا يتخلون عن ذواتهم الحقيقية وانتماءهم للواقع الحقيقي.

المراجع

مراجع باللغة العربية

المعاجم:

1. ابراهيم مصطفى وآخرون، معجم الوسيط، ط1 المكتبة الاسلامية للنشر والتوزيع.
2. احمد زكي بدوي، معجم المصطلحات العلوم الاجتماعية، ط1، بيروت، مكتبة لبنان، 1986.
3. جرجس ميشال جريس، معجم مصطلحات التربية والتعليم، ط1، بيروت، دار النهضة العربية، 2005.
4. الجزائر، 1991.
5. علي بن محمد بن علي الجرجاني، التعريفات، ط1، دار الكتب العلمية، بيروت، 1983
6. علي بن هادي، بلحسن البليش، الجيلاني بن الحاج يحيى، القاموس الجديد للطلاب، ط1 المؤسسة الوطنية للكتاب،
7. فاروق مداس، قاموس مصطلحات علم الاجتماع، دار مدني للطباعة والنشر والتوزيع، 2003.
8. فريدريك معتوق: معجم العلوم الاجتماعية، مراجعة محمد دبس، أكاديمية بيروت، لبنان، 1998.
9. محمد منير حجاب، المعجم الإعلامي، ط1، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2004.
10. معجم اللغة العربية المعاصرة
11. معجم المعاني الجامع، معجم المصطلحات، معجم عربي عربي.
12. معجم الوسيط، معجم عربي عربي.

الكتب:

13. إبراهيم إسماعيل، "الاعلام المعاصر ووسائله، مهاراته، تأثيراته وأخلاقياته"، ط1، وزارة الثقافة والفنون والتراث، الدوحة، 2014.
14. أحمد بدوي، المنهجية في البحوث والدراسات العلمية، دار الطباعة والنشر، تونس.
15. احمد صقر عاشور ، الإدارة العامة "مدخل بيئي مقارن" ، بيروت : دار النهضة العربية ، 1979.
16. أحمد عبد الفتاح وآخرون ، البحث العلمي الدليل التطبيقي للباحثين ، دار وائل للنشر والتوزيع ، ط1 ، الأردن ، 2006 .
17. بسام عبد الرحمن المشاقبة ، نظريات الاعلام ، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2010.
18. رضا أمين الإعلام الجديد، ط1، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2015.
19. سعد سلمان المشهداني ، مناهج البحث الاعلامي ، دار الكتاب الجامعي ، ط1 ، الامارات العربية المتحدة ، 2017.
20. صلاح الدين شروح، منهجية البحث العلمي، دار العلوم، الجزائر، 2003.
21. عامر ابراهيم قنديلجي ، البحث العلمي واستخدام مصادر المعلومات ، دار المسيرة للنشر والتوزيع ، عمان ، 2008.
22. عبد الباسط محمد حسن ، أصول البحث الاجتماعي، ط3، القاهرة، المكتبة الانجلو مصرية، 1971.
23. عبد الحافظ عواجي صلوي، نظريات التأثير الإعلامية، الاكاديمية العربية في الدنمارك، 2018.
24. عبد الحكيم احمين ، الهويات الافتراضية في المجتمعات العربية ، دار الآمال ، الرباط ، المغرب ، 2017
25. عبد النبي عبد الله الطيب، فلسفة ونظريات الاعلام، الدار العالمية للنشر والتوزيع، ط01 ، 2014.
26. عمار بوحوش ، منهجية البحث العلمي في العلوم الاجتماعية ، المركز الديمقراطي العربي للدراسات الاستراتيجية والسياسية والاقتصادية ، ط1 ، برلين ، ألمانيا ، 2019 .

27. عمر محمد عبد الله الخرابشة ، اساليب البحث العلمي ، دار وائل للنشر والتوزيع ، عمان ، الأردن ، 2012
28. فتحي عبد العزيز أبو راضي، مبادئ الإحصاء الاجتماعي، دار المعرفة الجامعية ، مصر ، 2009.
29. كامل نور شيد مراد، الاتصال الجماهيري والاعلام، " التطور ، الخصائص ، النظريات " ، ط1، دار المسيرة للنشر والتوزيع ، والطباعة، عمان ، 2011 .
30. محمد بن مسعود البشير، نظريات التأثير الإعلامي، دار المناهج للنشر والتوزيع، ط01، الرياض، 2007 .
31. محمد عبد الحميد ، البحث العلمي في الدراسات الاعلامية ، عالم الكتب ، مصر ، ط1 ، 2004.
32. محمد عبد الحميد، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، ط1، عالم الكتب، مصر، 2013.
33. محمد عبد الحميد، دراسات الجمهور في بحوث الاعلام، ط1، عالم الكتب، القاهرة، مصر، 2004.
34. محمد منير حجاب، اساسيات البحوث الإعلامية والاجتماعية، ط1، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2002.
35. مرزوق عبد الحكيم العدلي، الإعلانات الصحفية ، دراسات في الاستخدامات والاشباع، دار الفجر ، ط 01، 2004.
36. مرفت طرايش، عبد العزيز السيد، نظريات الاتصال، دار النهضة العربية، د.ط، القاهرة.
37. منال طلعت محمود ، مدخل لعلم الاتصال ، مصر ، 2002.
38. موريس انجرس، منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية، ترجمة، بوزيد صحراوي، كمال بوشرف، العيد سبعون، دار القصة، الجزائر، 2004.
39. نبيهة صالح السامري، علم النفس الإعلامي، مفاهيم - نظريات - تطبيقات، دار المناهج للنشر والتوزيع ، ط 01 ، عمان ، 2007.
40. وجيه محجوب ، طرائق البحث العلمي ومناهجه ، دار الحكمة للطباعة والنشر ، بغداد، 1993.

المجلات والمنشورات

41. ثريا سنوسي ، مواقع التواصل الاجتماعي وواقع البناء الذاتي للهوية ، مجلة الدراسات المحكمة في علوم الاعلام والاتصال، جامعة الشارقة، الامارات العربية المتحدة، 2019.
42. ريمون بودون، مناهج الاجتماع ترجمة : سبتون الحاج هالة، منشورات عويدات، ط01، بيروت، 1992.
43. الصادق رابع، الإنترنت كفضاء مستحدث لتشكّل الذات، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، 8 (2)، 2007.
44. صونيا عبديش، الشباب الجزائري والفيسبوك بين فرص الاستخدام ومعضلة الإدمان، تكسينج كوم للدراسات والنشر والتوزيع.
45. فاطمة الزهراء دريم، الهوية الثقافية للطالب الجامعي في ظل الإعلام الجديد، مجلة دراسات، ديسمبر، 2017.
46. فضيلة تومي، نبيلة بوخبرة ، الهويات في مواجهة تقانة المجتمع الشبكي المخلعة، " حسابات مستخدمي الفيسبوك انموذجا " ، دراسة استكشافية مقدمة في مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية في عددها الواحد والعشرون (21) / ديسمبر 2015.
47. قاسم رياض زكي، الهوية وقضاياها في الوعي العربي المعاصر، ط1، مركز الدراسات الوحدة العربية، بيروت، 2013.

المطبوعات الجامعية

48. أحمد بدر ، أصول البحث العلمي ومناهجه ، وكالة المطبوعات ، الكويت ، 1991.
49. أحمد بن مرسل، مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال، ط2، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2005.
50. أحمد عظيمي، منهجية كتابة المذكرات وأطروحات الدكتوراه في علوم الإعلام والاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2009.

51. حميدة بن يحيى، الهوية الافتراضية للطلاب الجامعي على شبكة الانترنت ، مذكرة لنيل شهادة الماستر ، قسم علوم الاعلام والاتصال ، جامعة مسيلة، 2013.
52. خليفة شحاتة: طرق البحث الاجتماعي، الجماهيرية الليبية، جامعة فاريونس، 1992.
53. راسم محمد الجمال: مقدمة في مناهج البحث في الدراسات الإعلامية، القاهرة، مركز جامعة القاهرة للتعليم المفتوح، 1999.
54. سهام طالي، ديناميكية الهوية على صفحات الفيسبوك 2012، دراسة ميدانية على مستخدمي الفيسبوك من المجتمع اللبناني، 2010 .
55. عباس سبتي، دراسة أثر مواقع التواصل الاجتماعي على طلبة المدارس والجامعات "سلبيات، حلول، مقترحات"، 10 ديسمبر 2013.
56. كريمة أمال ركي، الفيسبوك وعلاقته بتشكيل الهوية الافتراضية، مذكرة مكملية لنيل شهادة الماستر في علم اجتماع اتصال، قسم الاجتماع والديمقراطية، جامعة قاصدي مرباح بورقلة، 2014.
57. كريمة علاق ، الهوية البديلة "أفاتار" في لعبة الحياة الثانية، دراسة اثنوغرافية افتراضية نفسية على مجموعة من الشخصيات الافتراضية، مجلة جامعة القدس المفتوحة للأبحاث والدراسات، مجلد 8، العدد 24، 2018. متاح على الرابط <http://travel.maktoub.com> الاطلاع 1.2022/05/26
58. مريم ناريمان نومار، استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية وتأثيره في العلاقات الاجتماعية، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في تكنولوجيا الاتصال الحديثة، جامعة الحاج لخضر باتنة، 2012.

مقالات علمية

59. احمد صقر عاشور ، الإدارة العامة "مدخل بيئي مقارن" ، بيروت : دار النهضة العربية ، 1979.
60. ارفنغ غوفمان ، عرض الذات اليومية ترجمة أحمد العوضي ، جامعة الملك عبد العزيز السعودية.
61. ارفنغ غوفمان، الظاهرة الاتصالية "قراءة استيمولوجية في اهم أفكاره النظرية"، ترجمة باديس لونيس المجلة العربية في العلوم الانسانية والاجتماعية ، مجلة دراسات وابحاث، مجلد 10، عدد04، ديسمبر 2018، جامعة باتنة.
62. أعياد عبد الرضا العبد الله، دور مصر في نظام الشرق الأوسط، كلية التربية، جامعة بغداد، 2006.
63. خليفة شحاتة: طرق البحث الاجتماعي، الجماهيرية الليبية، جامعة فاريونس، 1992.
64. راسم محمد الجمال: مقدمة في مناهج البحث في الدراسات الإعلامية، القاهرة، مركز جامعة القاهرة للتعليم المفتوح، 1999.
65. عامر ابراهيم قنديلجي ، البحث العلمي واستخدام مصادر المعلومات ، دار المسيرة للنشر والتوزيع ، عمان ، 2008 .
66. علي محمد رحومة، علم الاجتماع الالي " مقارنة في علم الاجتماع العربي والاتصال عبر الحاسوب، عالم المعرفة، العدد 347 الكويت 2008
67. محمد علي بن رحومة ، الانترنت والمنظومة التكنو اجتماعية، بحث تحليلي في الألية النفسية للأنترنيت ونمذجة منظومتها الاجتماعية مركز دراسات الوحدة العربية، 2005.
68. مراد كامل نور رشيد ، الاتصال الجماهيري والاعلام: التطور : الخصائص ، النظريات ، دار المسيرة للنشر والتوزيع ، والطباعة ط1، عمان ، 2011 .
69. دور مواقع التواصل الاجتماعي في الاحتساب ، "انستغرام نموذجاً" ط1 ، دار المحتسب للنشر والتوزيع، الرياض، 2015.

مراجع باللغة الفرنسية

70. Angers Maurice, Initiation pratique a la méthodologie, paris, 1997
71. Dunn and guadagon, my avatar and me, -gender and personal of avatar self-behavior.
72. Georges Funny , sémiotique de la présentation de soi dans les dispositifs numérique, linguistique, université Panthéon-Sorbonne- interactifs , L'hexis , Paris , 2007.
73. Grawitzmadeline, méthodes des sciences sociales, paris, 1974
74. [http //al3foom.com](http://al3foom.com), Vu le 2 mai 2022 a 09:50.
75. Jean Samuel Beluscart, Eric Dagiral, Silvian Parasie, Sociologie D'internet , Paris, Armon Colin, Cursus Sociologie.
76. Jerry and travers pines, reflection on identity and learning in virtual world - the avatar in second life-Jerry and James and garden party on ford 2012.
77. Marijuana macofsky and Cyril Ss, Realself-concept in exchange for a digital identity on Facebook, , conference paper, conference: Communication Electronique Culture et Identities, Universite Du Havre, france , 2014.
78. Peter and koles , Benn delt, the digital transformation of Virtual identity in virtual words 2014

الملاحق

ملحق رقم 01



معلومات شخصية

الميلاد	11 يونيو 1922 كندا
الوفاة	19 نوفمبر 1982 (60 سنة) فيلادلفيا، بنسلفانيا
سبب الوفاة	سرطان
مواطنة	كندا الولايات المتحدة
عضو في	الأكاديمية الأمريكية للفنون والعلوم
الزوجة	جيليان سانكوف (1981–1982)
الأولاد	أليس شوفمان [تحت أخرى]

الحياة العملية

المدرسة الأم	جامعة تورنتو، جامعة شيكاغو
المهنة	عالم اجتماع، وكاتب غير روائي، وعالم إنسان
اللغات	الإنجليزية ^[1]
مجال العمل	علم الاجتماع
موظف في	جامعة كاليفورنيا، بركلي، وجامعة بنسلفانيا

إلياهو كاتس

(بالإنجليزية: Elihu Katz)



معلومات شخصية

<ul style="list-style-type: none"> 21 مايو 1926 نيويورك 31 ديسمبر 2021 (95 سنة) ^[1] أتلانتس هار همنوحوت الولايات المتحدة إسرائيل 	<ul style="list-style-type: none"> الميلاد الوفاة مكان الدفن مواطنة
---	---

الحياة العملية

<ul style="list-style-type: none"> جامعة كولومبيا يشيفاه دلتايوش [لغات أخرى] عالم اجتماع، وأستاذ جامعي الإنجليزية الإنجليزية^[2]، والعبرية^[3]^[2] جامعة بنسلفانيا 	<ul style="list-style-type: none"> المدرسة الأم المهنة اللغة الأم اللغات موظف في
--	---

الجوائز

<ul style="list-style-type: none"> دكتوراه فخرية [لغات أخرى] (2018) دكتوراه فخرية [لغات أخرى] (2013) جائزة إسرائيل (1989) 	<ul style="list-style-type: none">
---	--



Instagram

< gazal_atelier

 gazal_atelier ...

Follow

#gazal_atelier غزل اتيليه
تصميم و تنفيذ فساتين الزفاف و السهرة انواع البشت و
العبايات حسب الطلب باجود انواع الاقمشة و افضل
المصممين في #غزل_اتيليه
مصممة #nahid_alameri

 
Highlights بيضات العيد

234 posts 683 followers 1,371 following



← noor_m_officiel ⋮



847
Publications

1,7 m
Abonnés

1 501
Abonnemen...

Nour El Houda Bouhalissa
 Personnalité publique
 Entrepreneur
 •MAKEUP ARTIST©
 •@merouane_khelil 's wife
 •MOTHER... plus
 Voir la traduction

S'abonner

Écrire

Adresse e-...

⌵



Baku/Azeri 🇦🇿



Family in 🇹🇷



Maroc 🇲🇦



Antalya 🇹🇷



Tunisia 🇹🇳














michel.pinson ▾ •



See COVID-19 Business Resources



846

Posts

546

Followers

535

Following

Michel Pinson

Entrepreneur

650+ flights, 55+ countries, 1 world tour ✈️

Digital nomad - Online Publisher 📝

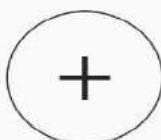
www.helpsmartphone.com/en/mobileapp-instagram...

Edit Profile

Promotions

Insights

Contact



New



Lockdown



Kazakhstan



South Korea



Th

ملحق رقم 07

-الملحق رقم : 07. استمارة الاستبيان

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة قاصدي مرباح ورقلة
كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية
قسم علوم الاعلام والاتصال

العنوان

دور الانستغرام في تشكيل الهوية الافتراضية

دراسة ميدانية على عينة من طلبة قسم علوم الاعلام والاتصال

-جامعة قاصدي مرباح ورقلة-

رسالة مكملة لنيل شهادة ماستر في علوم الاعلام والاتصال - تخصص اتصال جماهيري والوسائط الجديدة.

تحت اشراف الدكتور:

حميمي محرز

اعداد الطالبة :

شنوقة عفاف

-الرجاء الإجابة على أسئلة الاستمارة بشطب العلامة (X) على العبارة المناسبة ، كما نعلمكم ان هذه الاستمارة سيتم توظيفها لغرض علمي ، ونؤكد على أن المعلومات التي ستدلون بها تبقى سرية وشكرا.

السنة الجامعية 2021-2022

المحور الأول : البيانات الشخصية

- 1-الجنس : ذكر أنثى
- 2-السن: 20-30 30-40 40 فما فوق
- 3-المستوى التعليمي : ماجستير 01 ماجستير 01
- 4-الحالة الاجتماعية : أعزب/عزباء متزوج (ة)

المحور الثاني : ماهي طرق و أليات استخدام الطلبة الجامعيين لموقع الإنستغرام

- 5-منذ متى و أنت تستخدم موقع الإنستغرام منذ سنة منذ سنتين أكثر من سنتين
- 6-ماهو عدد المرات التي تقضيها على موقع الإنستغرام مرة في اليوم عدة مرات في اليوم كلما أتاحت الفرصة لذلك
- 7- ماهي الفترة المفضلة لديك لتصفح الإنستغرام الفترة الصباحية الفترة المسائية ليس لديك فترة محددة
- 8-هل البيانات المصرح بها على موقع الإنستغرام هي بياناتك الشخصية الحقيقية نعم لا
- إذا كانت إجابتك ب (لا) ، فما هو سبب اسخدامك لبيانات غير حقيقية

.....

.....

إذا كانت إجابتك ب (نعم) ، فلماذا تستخدم بياناتك الحقيقية على موقع الإنستغرام

- الرغبة بالظهور بهويتك الحقيقية
- حتى يتعرف عليك أهلك و أصدقاؤك و معارفك بسهولة
- حتى تحظى بأكبر عدد ممكن من المتفاعلين على صفحتك
- من أجل تحقيق حاجات و دوافع أخرى
- 9-حين تستخدم الإنستغرام هل تكون :
- لوحده مع أفراد العائلة مع اصدقاؤك وزملائك في الجامعة
- برفقة أشخاص آخرين

-أذكر السبب

.....

المحور الثالث : أشكال وملامح الهوية التي يظهر بها الطلبة الجامعيين على موقع الإنستغرام و مدى تطابقها مع هوياتهم الحقيقية.

10- عدد نشر البيانات الشخصية على حسابك تستخدم :

<input type="checkbox"/>	غير حقيقي	<input type="checkbox"/>	حقيقي	الاسم واللقب :
<input type="checkbox"/>	غير حقيقي	<input type="checkbox"/>	حقيقي	السن :
<input type="checkbox"/>	غير حقيقي	<input type="checkbox"/>	حقيقي	الجنس :
<input type="checkbox"/>	غير حقيقية	<input type="checkbox"/>	حقيقية	المهنة :
<input type="checkbox"/>	غير حقيقية	<input type="checkbox"/>	حقيقة	الصورة الشخصية :
<input type="checkbox"/>	غير حقيقي	<input type="checkbox"/>	حقيقي	البلد :
<input type="checkbox"/>	غير حقيقية	<input type="checkbox"/>	حقيقية	الحالة الاجتماعية :

11- على أي أساس تختار هويتك على حساب الإنستغرام

12- على أي أساس تظهر بهوية غير هويتك على حساب الإنستغرام

13- هل هويتك المستعارة على موقع الإنستغرام هي بمثابة إنعكاس وتعبير عن ذاتك الحقيقية

نعم لا ربما هي كذلك

14- على أي أساس تختار صورتك الشخصية على حساب الإنستغرام

15- إذا كنت تتخذ هوية مستعارة على حساب الإنستغرام فهل هذه الهوية تحقق لك جرأة وتحررا

أكثر من استخدامك لهويتك الحقيقية

نعم لا ربما

- إذا كانت إجابتك ب نعم ، فكيف ذلك

المحور الرابع : دوافع استخدام الطلبة الجامعيين لهويات غير هوياتهم الحقيقية على حساب الإنستغرام

16- هل تستخدم اسم مستعار لتقمص شخصية غير شخصيتك الحقيقية أو من أجل إخفاء هويتك الحقيقية

- لتقمص شخصية افتراضية
- من أجل إخفاء الهوية الحقيقية
- من أجل دوافع و إشباعات أخرى

17- هل تختار هوية افتراضية بمواصفات قد تتمناها في هويتك الحقيقية
 نعم لا

18- هل لديك أكثر من هوية افتراضية على حساب الإنستغرام أم اكتفيت بتقديم هوية افتراضية واحدة.

18- هل ترى بأن العلاقات الافتراضية هي علاقات جدية و دائمة
 نعم لا ربما

19- هل تشعر بالانتماء الى المجموعات الافتراضية التي أنت عضو فيها أكثر من المجتمع الواقعي
 نعم لا

20- هل تكون أكثر راحة وحرية في المجتمع الافتراضي أكثر من المجتمع الواقعي
 نعم لا

21- حسب رأيكم ماهو الدافع وراء استخدام بعض الطلبة الجامعيين لهويات افتراضية والتي قد تختلف مع هوياتهم الحقيقية