



جامعة قاصدي مرباح ورقلة  
كلية العلوم الانسانية والاجتماعية  
قسم علم النفس وعلوم التربية



أطروحة مقدمة لاستكمال متطلبات نيل شهادة الدكتوراه في الطور الثالث  
تخصص علم النفس الاجتماعي.  
بعنوان:

الهوية الاجتماعية وعلاقتها باستخدام  
وسائل التواصل الاجتماعي  
دراسة مقارنة على عينة من طلبة جامعتي ورقلة والجزائر 2.

أطروحة من اعداد الطالب: بوسبته أمير  
نوقشت وأجريت علنا بتاريخ: 10 ديسمبر 2024  
أمام اللجنة المكونة من السادة:

الاسم واللقب	الرتبة العلمية	الجامعة	الصفة
يمينة خلادي	أستاذ التعلم العالي	جامعة ورقلة	رئيسا
نبيلة باوية	أستاذ محاضر "أ"	جامعة ورقلة	مشرفا مقرا
الحسين حماش	أستاذ التعلم العالي	جامعة الجزائر 2	مناقشا
خولة الشايب	أستاذ التعلم العالي	جامعة غرداية	مناقشا
طاوس وازي	أستاذ التعلم العالي	جامعة ورقلة	مناقشا
خالد بوعافية	أستاذ التعلم العالي	جامعة ورقلة	مناقشا

السنة الجامعية: 2024/2023

## كلمة شكر

أشكر الله تعالى لتوفيقه الذي سخره لي، وعلى دعمه الذي ساعدني في إكمال رسالتي العلمية.  
كما أشكر الوالد (رحمه الله) والوالدة الدين بدون دعمهم لي لم تكن لي الفرصة الى الوصول الى ما أنا عليه اليوم.

و أشكر أستاذتي المشرفة "د.باوية نبيلة" على ثقتها بي وتفهمها لي وتشجيعها لإنجاز الاطروحة.  
أشكر الأستاذ الدكتور الفاضل "أ.د. محمد الساسي الشايب"، على المساعدات والتوجيهات والتشجيعات لأنهاء الاطروحة.

أشكر الأستاذة الدكتورة الفاضلة "Estelle Michinov" على حسن استقبالي بالمخبر في جامعة رين 2 بفرنسا وتقديم لي المساعدات من مصادر وكتب التي ساعدتني كثيرا في انجاز الاطروحة.  
كما أشكر الأساتذة الكرام الدين وافقوا على تحكيم الأدوات بكل إتقان وأمانة وهم: "أجراد محمد"، "سليمانى جميلة"، "علبة محرز"، "شبلي إبراهيم"، "بوسبنة يمينة"، "الشايب محمد الساسي"، "صالحى طارق"، "خميس سليم"، "أغادير وريدة".

أشكر الزميلة الدكتورة "د. موهوبي نعيمة" على اعانتها لي في انجاز الرسالة.  
كما أشكر جميع الطاقم لكل المكتبات أين أنجزت عملي خاصة المكتبة المركزية بالجزائر و المركز الثقافي بالجزائر "CCU" أين قضيت معظم وقتي في انجاز الاطروحة.  
وفي الأخير، أوجه الشكر الجزيل للأساتذة الأفاضل أعضاء لجنة المناقشة الذين وافقوا على مناقشة هذا العمل وتقييمه.

## ملخص الدراسة:

هدفت الدراسة الحالية الى التعرف على مستوى الهوية الاجتماعية لدى مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي من خلال تحديد الاختلاف في الهوية الاجتماعية بين طلبة جامعة قاصدي مرباح ورقلة وطلبة جامعة الجزائر 2 المستخدمين لوسائل التواصل الاجتماعي والبحث عن العلاقة بين الهوية الاجتماعية ووسائل التواصل الاجتماعي. ولتحقيق أهداف الدراسة اعتمد المنهج الوصفي السببي المقارن، وتم اختيار العينة بالطريقة العرضية، حيث شملت العينة (692) طالبا وطالبة من جامعة الجزائر 2 وجامعة قاصدي مرباح ورقلة، ولجمع البيانات تم استخدام مقياس الهوية الاجتماعية الذي تم إعداده من قبل الطالب بالرجوع الى الأدبيات الخاصة بالموضوع، وتم تبني مقياس التفاعل في وسائل التواصل الاجتماعي للمراهقين SMES-A الذي أعده (Ni et al., 2020) وتم ترجمته من طرف الطالب والذي تم تحكيمه من طرف مجموعة خبراء. حسب الخصائص السيكومترية لمقياس الهوية الاجتماعية ومقياس التفاعل في وسائل التواصل الاجتماعي للمراهقين SMES-A باستخدام برنامج (22) SPSS، وحسب الصدق العملي لمقياس الهوية الاجتماعية باستخدام برنامج (22) SPSS، وقد اعتمد الطالب في تحليل الفرضيات على برنامج الحزم الإحصائية للعلوم الاجتماعية النسخة (22) SPSS، وتوصلت الدراسة الى مستوى الهوية الاجتماعية مرتفع لدى طلبة جامعة الجزائر 2 وطلبة جامعة قاصدي مرباح ورقلة. وأنه لا توجد فروق دالة احصائية في الهوية الاجتماعية لدى مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي بين طلبة جامعة الجزائر 2 وجامعة قاصدي مرباح ورقلة. كما بينت الدراسة لا توجد فروق دالة احصائية في الهوية الاجتماعية لدى مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي لدى طلبة جامعة الجزائر 2 وجامعة قاصدي مرباح ورقلة باختلاف الجنس. وان مستوى مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي مرتفع لدى طلبة جامعة الجزائر 2 وجامعة قاصدي مرباح ورقلة. كما أنه لا توجد علاقة ارتباطية عكسية بين الهوية الاجتماعية واللجوء الى وسائل التواصل الاجتماعي في جامعة الجزائر 2 وجامعة قاصدي مرباح ورقلة. بالإضافة الى أنه لا يمكن التنبؤ باستخدام وسائل التواصل الاجتماعي من خلال مستوى الهوية الاجتماعية لدى طلبة جامعة الجزائر 2 وجامعة قاصدي مرباح ورقلة.

**الكلمات المفتاحية:** الهوية الاجتماعية، مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي، الطلبة

## **Abstract:**

This study aimed for the recognition of social identity of the users of social medias, by specifying the difference in social identity between the students of the University of Kasdi Merbah Ouargla and the students of the University of Algiers2 who use social media, and finding the relationship between social identity and social medias. To achieve the objectives of the study, comparative approach was adopted, and the sample was selected by the cross-sectional method. The sample included (692) male and female students from the University of Algiers 2 and the University of Kasdi-Merbah-Ouargla. To collect data, the social identity scale was used, which was developed by the researcher with reference to the literature on the subject, and the social media interaction scale for adolescents, SMES-A, prepared by (Ni et al., 2020), and was adopted, translated by the researcher, and presented to the experts. The psychometric properties of the Social Identity Scale and the Social Media Interaction Scale for Adolescents (SMES-A) were calculated using SPSS (22). The factorial validity of the social identity scale was calculated using SPSS (22), and the researcher relied on the Statistical Package for the Social Sciences, version (22) SPSS, in analyzing the hypotheses. The study found a high level of social identity among students at the University of Algiers 2 and students at the University of Kasdi-Merbah-Ouargla. And There are no statistically significant differences in the social identity of social media users between students of the University of Algiers 2 and the University of Kasdi-Merbah-Ouargla. The study also showed that there are no statistically significant differences in the social identity of social media users among students at the University of Algiers 2 and the University of Kasdi-Merbah-Ouargla, according to gender. The level of social media users is high among students of the University of Algiers 2 and the University of Kasdi-Merbah-Ouargla. There is also no inverse correlation between social identity and resorting to social media at the University of Algiers 2 and the University of Kasdi-Merbah-Ouargla. In addition, the use of social media cannot be predicted from the level of social identity among students at the University of Algiers 2 and the University of Kasdi-Merbah-Ouargla.

**Keys words:** social identity, users of social medias, students.

قائمة المحتويات

الصفحة	الموضوع
أ	كلمة الشكر
ب	الملخص
ج	Abstract
د	قائمة المحتويات
ط	قائمة الجداول
1	المقدمة
	الباب الأول : الجانب النظري
	الفصل الأول: مشكلة البحث
08	1- مشكلة البحث
11	2- فرضيات البحث
12	3- أهمية البحث
13	4- أهداف البحث
14	5- التعريف الاجرائي لمتغيرات البحث
16	6- حدود البحث
	الباب الأول: الجانب النظري
	الفصل الثاني: الهوية الاجتماعية

21	تمهيد
21	1- نشأة الهوية
23	2.1- الهوية في الفلسفة
24	2.2- الهوية في الأنثروبولوجيا
25	3.2- لهوية في الظاهراتية أو الفينومينولوجيا
27	4.2- الهوية في علم الاجتماع
29	5.2- الهوية في النفس العيادي
32	3- الهوية الاجتماعية في علم النفس الاجتماعي
33	4- النظريات التي مهدت لظهور نظرية الهوية الاجتماعية
33	1.4- نظرية المقارنة الاجتماعية
35	4.2- نظرية الصراع الواقعي
36	5- تجربة نموذج الجماعات التجريبية المصغر
39	6- نظرية الهوية الاجتماعية
40	1.6- الآليات النفسية لبروز الهوية الاجتماعية
44	2.6- العلاقة بين الأفراد وبين الجماعات
45	3.6- الهوية الشخصية والهوية الاجتماعية
46	4.6- الاستراتيجيات الناتجة عن هوية اجتماعية سالبة
49	7- نظرية تصنيف الذات

50	1.7- مستويات التجريد في تصنيف الذات
51	2.7- بروز الهوية الاجتماعية
53	3.7- النموذج
54	4.7- الديبيرسونالية أو حالة تغيير إدراك الذات
55	8- الفرق بين نظرية الهوية الاجتماعية ونظرية التصنيف الذاتي
57	خلاصة الفصل
	<b>الفصل الثالث: وسائل التواصل الاجتماعي</b>
61	-تمهيد
62	1- الانترنت
62	2- الجيل الأول والثاني من الانترنت
63	3- نتيجة تطور الأنترنت بروز وسائل التواصل الاجتماعي
64	4- ظهور وسائل التواصل الاجتماعي (Social media)
65	5- مواقع التواصل الاجتماعي
66	6- نشأة مواقع التواصل الاجتماعي (SNS)
67	7- الفرق بين وسائل التواصل الاجتماعي وشبكات التواصل الاجتماعي
68	1.8- الفاييس بوك
69	2.8- يوتوب
71	3.8- انستغرام

72	4.8-الواتس اب
73	5.8-منصة X (تويتر سابقا)
74	6.8-تيك توك
76	- خاتمة
	<b>الفصل الرابع: الدراسات السابقة</b>
79	- تمهيد
80	1- الهوية الاجتماعية وعلاقتها باستعمال وسائل التواصل الاجتماعي
80	1.1 دراسات عربية
83	2.1 دراسات أجنبية
86	2- الهوية الاجتماعية والتصنيف الاجتماعي
87	1.2 دراسات عربية
91	2.2 دراسات أجنبية
95	3- استعمالات وسائل التواصل الاجتماعي
95	3.1 دراسات عربية
101	3.2 دراسات أجنبية
104	4- التعقيب على الدراسات السابقة
117	5- مكانة الدراسة الحالية من الدراسات السابقة
	<b>الباب الثاني: الجانب التطبيقي</b>

	<b>الفصل الخامس: الإجراءات المنهجية للبحث</b>
122	1- أهداف الدراسة الاستطلاعية
122	2- عينة الدراسة الاستطلاعية
122	3- الخصائص السيكومترية لأدوات الدراسة
123	1.3 مقياس الهوية الاجتماعية
134	2.3 مقياس استخدامات وسائل التواصل الاجتماعي
138	4- نتائج الدراسة الاستطلاعية
139	5- منهج البحث
139	6- مجتمع البحث
140	7- عينة البحث
143	8- أساليب المعالجة الإحصائية
	<b>الفصل السادس: عرض نتائج البحث وتفسيرها</b>
149	1- عرض نتائج الفرضية الأولى وتفسيرها
153	2- عرض نتائج الفرضية الثانية وتفسيرها
160	3- عرض نتائج الفرضية الثالثة وتفسيرها
164	4- عرض نتائج الفرضية الرابعة وتفسيرها
168	5- عرض نتائج الفرضية الخامسة وتفسيرها
177	6- عرض نتائج الفرضية السادسة وتفسيرها

182	- خلاصة واستنتاج
186	- المراجع
213	- الملاحق

### فهرس الجداول

الرقم	عنوان الجداول	الصفحة
01	يوضح مثال لتوزيع النقود لعضو رقم 74 من مجموعة كلي على العضو رقم 44 من مجموعة كانديسكي	37
02	يوضح مثال لتوزيع النقود لعضو رقم 12 من مجموعة كلي على العضو رقم 50 من مجموعة كانديسكي	38
03	قيم الارتباط بين الفقرات والدرجة الكلية للمقياس.	126
04	يوضح طريقة استخراج الثبات لمقياس الهوية الاجتماعية بطريقة ألفا كرومباخ	128
05	يبين نتائج مؤشر Kaiser-Mayer-Olkin(KMO) واختبار Bartlett	130
06	يوضح تسمية العوامل وتشعباتها وترتيبها لمقياس الهوية الاجتماعية	131
07	يوضح الجذر الكامن للعوامل ونسبة التباين المفسر	132

	يوضح قيم معاملات ثبات عوامل مقياس الهوية الاجتماعية	08
135	قيم معامل الارتباط بين درجات الأفراد على قيم مقياس التفاعل في وسائل التواصل الاجتماعي للمراهقين ككل ودرجاتهم على أبعاد الاستبيان	09
137	يوضح معامل معامل ألفا كرومباخ لأبعاد مقياس التفاعل في وسائل التواصل الاجتماعي للمراهقين	10
139	توزيع أفراد المجتمع حسب الجامعة	11
141	توزيع أفراد العينة حسب الجنس	12
142	الفئات التكرارية لتوزيع أفراد العينة حسب الجنس	13
150	نتائج اختبار (ت) لعينة واحدة لدراسة دلالة الفروق بين المتوسطات النظرية والمتوسطات الفرضية لدرجة الطلبة لأبعاد الهوية الاجتماعية في جامعة الجزائر 2 و جامعة قاصدي مرباح ورقلة	14
154	نتائج تحليل معامل كاي تربيع للعلاقة بين جامعة الطالب (جامعة الجزائر 2 و جامعة قاصدي مرباح ورقلة) و الهوية الاجتماعية	15
155	نتائج اختبار (ك2) لدراسة استقلالية المجموعات	16
157	يوضح اختبار Levene والقيمة الفائية	17
157	نتائج اختبار T للفرق بين الهوية الاجتماعية لجامعة الجزائر وورقلة	18
160	توزيع الطلبة باختلاف الجنس في جامعتي الجزائر 2 وقاصدي مرباح ورقلة	19

161	نتائج تحليل معامل كاي تربيع للعلاقة بين جامعة الطالب (جامعة الجزائر 2 و جامعة قاصدي مرباح ورقلة) و الهوية الاجتماعية	20
162	جدول 12 اختبار Leven و الدلالة المعنوية لعينة جامعة الجزائر 2 وجامعة قاصدي مرباح ورقلة	21
163	الفروق في الهوية الاجتماعية لدى طلبة جامعة الجزائر 2 وجامعة قاصدي مرباح ورقلة باختلاف الجنس	22
166	نتائج اختبار (ت) لعينة واحدة لدراسة دلالة الفروق بين المتوسطات النظرية والمتوسطات الفرضية لدرجة الطلبة لأبعاد مقياس وسائل التواصل الاجتماعي للمراهقين في جامعة الجزائر 2 وجامعة قاصدي مرباح ورقلة	23
170	يوضح اختبار Leven لمتغير الهوية الاجتماعية ومستعملين وسائل التواصل الاجتماعي لطلبة جامعة الجزائر 2 وجامعة قاصدي مرباح ورقلة	24
171	قيمة الارتباط برسون بين الهوية الاجتماعية ووسائل التواصل الاجتماعي لدى طلبة جامعة الجزائر 2 وجامعة قاصدي مرباح ورقلة	25
178	يوضح تحليل الانحدار لقياس قدرة متغير وسائل التواصل الاجتماعي على التنبؤ بمتغير الهوية الاجتماعية لطلبة جامعة الجزائر 2 وجامعة قاصدي مرباح ورقلة	26

# المقدمة

## المقدمة:

يعد الفرد كائنا اجتماعيا ولا يمكن دراسة أي سلوك بعزله عن المجموعات التي تعد جزءا مهما من حياتنا اليومية. فلا يستطيع الفرد تلبية جميع متطلبات حياته بمفرده من: مقابلات، اجتماعات عمل، لجان، مجلس أعمال، طاقم عمل، ونشاطات أخرى تشترك فيها مجموعة من الأفراد مما يجعلهم يفترضوا أن التفكير في المجموعة ليس فقط أمرا عاديا في الحياة اليومية الاجتماعية ولكن فعال أيضا.

ونظر للعدد المنظمات التي تستخدم المجموعة في تحديد الخيارات الضرورية لحل مشكلة، التنبؤ بها وأخذ الاحتياطات والتدابير اللازمة، وإصدار الأحكام المصيرية، وتقييم السلوكيات، تقرير ما هو صواب أو خاطئ، مسموح أو محظور. كل هذه الأفعال تنظم وتوجه الحياة الاجتماعية صادرة من المجموعة.

الى جانب ذلك، قد لوحظ خاصية تأثير المجموعة على مردود الأفراد، مما جعل الإجابة عن هذه المسألة البالغة الأهمية المتمثلة في: "هل للمجموعة خصائص تجعل كل عضو ينتمي اليها أن يخرج أفضل ما لديه؟" هذا السؤال ألهق الفلاسفة وعلماء الاجتماع وهو أحد الدوافع لظهور نظريات علم النفس الاجتماعي وإعطاء تفسير لهذه الظاهرة (Pétard, 2000, p.69) ومن بين هذه النظريات، نظرية الهوية الاجتماعية.

فعندما تقوم بطرح سؤال عن نفسك من أنا؟ بغض النظر عن اسمك، شكلك، صفاتك أو هويتك الشخصية، تبدأ تصنيفات أخرى في الظهور: طالب، موظف، رياضي، خبير، رجل، امرأة، مواطن وهذا ما يقصد بالهوية الاجتماعية، والانتماء الى مجموعة يعطي للأفراد خاصية للتعريف بأنفسهم، أي بناء هوية اجتماعية.

فالهوية الاجتماعية تحدد انتماءنا الى مجموعات مختلفة، حيث نميل إلى عزو أنفسنا إلى بعض خصائص هذه المجموعات ونجعلها جزء من ذاتنا (Piermattéo, Guegan, and Tavani,2019,p p 69-70)

وقد غيرت الثورة التكنولوجية التي يشهدها العالم توجه الدراسات في علم النفس الاجتماعي، بحيث أضافت منحى آخر والمتمثل في عامل وسائل التواصل الاجتماعي التي أحدث ثورة تكنولوجية لا ينكرها أحد، حيث تعرف هذه الشبكات اقبالا منقطع النظير من طرف كل فئات المجتمع. واقتحمت واكتسحت تقريبا جميع المجالات، فأعطت الفرد دورا حيويا في المجتمع وأسهمت في إحداث طفرة حقيقية في التواصل اليومي، إذ تُشغّل يوميا لمواكبة عصر المعلومات الذي فرض على المجتمع، فأحدثت بذلك حركة ديناميكية من التطور والانتشار والتفاعل مع الآخرين من خلال خلق سلوكيات اجتماعية.

يعد الشباب الفئة الاجتماعية الأكثر استخداما لشبكات التواصل الاجتماعي حسب ما أكدته العديد من الدراسات في هذا الموضوع فيشير تقرير الاعلام الاجتماعي العربي في إحصائيات سنة 2015 ان الشباب العربي يمثل غالبية مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي و بينت ان استخدام وسائل التواصل الاجتماعي قد يشمل 90% من السكان في بعض البلدان و ان الشباب يمثلون الفئة الأكبر ممثلين 63% من الوسائط الاجتماعية في المنطقة العربية تقل أعمارهم عن 30 عاما و ان طلبة الجامعات من اكثر فئات المجتمع استخداما. (in

Salem, 2017)

وعلى المستوى المحلي تحظى وسائل التواصل الاجتماعي باهتمام بالغ من طرف افراد المجتمع الجزائري وتلقى خاصة اقبال كبير بين فئة الشباب عموما وطلبة الجامعات بصفة خاصة فتنامت ظاهرة استخدام تقنية الاتصال الالكتروني ما جلب فضول الطالب لهذه الظاهرة كونه من الطلبة المثابرين على استعمال هذه الشبكة الالكترونية.

وفي ضوء كل هذه المعطيات أصبح التطرق الى هذه الظاهرة امرا ضروري لتفادي العواقب من أثاره السلبية من جهة ومن جهة اخرى كون الطالب من فئة الطلبة الجامعيين المثابرين على استخدام مواقع التواصل الاجتماعي.

ولابد من الإشارة ان هدف الدراسة الكشف على الهوية الاجتماعية لدى مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي لدى الطلبة في جامعتين جزائريتين واحدة في شمال الجزائر2 المتمثلة بجامعة الجزائر2 أبو القاسم سعد الله والثانية في جنوبها تحديدا جامعة قاصدي مرباح ورقلة. وكذلك معرفة العلاقة الموجودة بين الهوية الاجتماعية والاستعمال لوسائل التواصل الاجتماعي.

ومن هنا جاء تقسيم دراستنا الى 6 فصول، حيث في الفصل الأول تم تطرق الى مشكلة الدراسة و أهميتها، واهدافها، وحدودها، والتعريفات الإجرائية للمتغيرات، في الفصل الثاني تطرق الى الهوية الاجتماعية وكيف نشأت وتطورت ومفهوم الهوية في مختلف التخصصات الى ان نصل الى علم النفس الاجتماعي، ثم النظريات السابقة للهوية الاجتماعية ثم الهوية الاجتماعية والتصنيف الاجتماعي والفرق بينهما.

في الفصل الثالث تطرق الطالب الى التكلم عن وسائل التواصل الاجتماعي بصفة عامة ثم بصفة خاصة.

في الفصل الرابع قام الطالب بالتعقيب عن الدراسات السابقة وخصص لهم جزء مهم بغية تسهيل التفسيرات.

في الفصل الخامس تكلم الطالب عن الجانب الميداني والإجراءات المنهجية والدراسة الاستطلاعية وانشاءه لمقياس الهوية الاجتماعية تطبيق الخصائص السيكومترية من صدق وثبات ثم طبق عليه التحليل

العاملية، ثم ترجمة وتكييف مقياس وسائل التواصل الاجتماعي وتطبيق الصدق والثبات، تم الشروع الى الدراسة الأساسية.

في الفصل السادس قام الطالب بالإجابة إحصائياً بتطبيق برنامج SPSS 22 على الفرضيات وتفسيرها استعانة بالدراسات السابقة والجانب النظري، وكذلك التفسيرات من ملاحظتها وقراءته لنتائج الدراسة عن طريق قدرات الاستقرائية والاستدلالية.

وفي الأخير استنتاج عام وتقديم توصيات.

**الباب الأول:**

**الجانب النظري**

# الفصل الأول:

## مشكلة البحث

## 1-مشكلة الدراسة:

تعد الهوية الاجتماعية و التي صاغها تاجفيل(1972) Tajfel إدراك الفرد لانتمائه لمجموعة معينة مع إعطائها المعنى العاطفي و التقييمي لهذا الانتماء . والمجموعة تتكون من عدة أفراد الذين يعتبرون أنفسهم أعضاء في نفس الفئة الاجتماعية، والذين يعلقون قيمة عاطفية على هذا الانتماء وقد توصلوا إلى اتفاق معين فيما يتعلق بتقييم المجموعة وانتماء هذه المجموعة (Tjfel, turner, 1986). ويسعى الأفراد الى تحقيق هوية اجتماعية موجبة للمجموعة التي ينتمون اليها من خلال المكونات المعرفية التي يشعرون بها تلقائيا في كونهم ينتمون الى فئة اجتماعية، ومن خلال تقييمهم الى المجموعات الاخرى.

وانطلاقا من هذه المعطيات قسم الباحثون هذه المكونات الى عدة نماذج، حيث يرى (2004) Cameron أن الهوية الاجتماعية متكونة من ثلاث جوانب ، الجانب المعرفي المركزي Cognitive centrality . و هو الجانب المعرفي الذي يخطر ببال أي عضو ينتمي للمجموعة يشبه التصنيف الذاتي الذي تم اكتشافه من طرف الباحثين Ellmers et al's (1999) و Jackson's (2002) أما الجانب الثاني هو الوجدانيات داخل المجموعة Ingroup Affect هو تقييم الفرد لمشاعره اتجاه المجموعة التي ينتمي اليها، حيث ظهرت في دراسات Ellmers et al's (1999) و Jackson's (2002) و Hinkle (1989) ، و أخير الجانب الثالث التماسك والانتماء داخل المجموعة Ingroup ties يشير إلى ادراك الأفراد في المجموعة التشابه بين الأعضاء الشيء الذي جاءت به الدراسات السابقة للباحثين Ellmers et al's (1999) و Jackson's (2002) و Hinkle (1989) و Karasawa (1991).

وفي هذا الإطار، عندما تكون هوية اجتماعية سالبة مقارنة بالمجموعة الاخرى يلجأ الأفراد الى استراتيجية فردية تدعى بالتنقل الاجتماعي أو الحراك الاجتماعي وهو الانتقال من مجموعة الى اخرى فهناك افراد يرحلون

من المجموعة التي هم فيها الى مجموعة اخرى أكثر مرموقة. Assaad ELIA AZZI, Olivier KIEIN (1998,p69) و في بعض الأحيان يكون من الصعب التغيير الفردي للمجموعة خاصة اذا كانت خصائص المجموعة التي يريد الفرد التنقل اليها محدد على أساس الجنس أو العرق، أو جوانب مادية تعرقله، فيتجه الفرد الى استراتيجية اجتماعية، حيث يقوم بإعادة صياغة أدوات المقارنة ، تاجفيل و ترنر أعطوا مثال رائع ففي اواخر السبعينات اقترح الأمريكيون السود مصطلح جديد « black is beautiful » الاسود جميل ، حيث لون البشرة السوداء كان له منظور سلبي في أمريكا، فقام الأمريكيون باستراتيجية اجتماعية و غيروا من مصطلح صفة أسود الى شيء ايجابي (Assaad ELIA AZZI, Olivier KIEIN 1998,p69) وفي عصرنا الحالي، أصبحت حركة الأفراد والمجموعات تتم في فضاء افتراضي موازي للعالم الحقيقي، والتي مهدت له شبكة الانترنت من خلال تيسيرها للتقارب والتواصل للمجتمعات ومن بينها وسائل التواصل الاجتماعي ال تي تعد احدى وسائل الاتصال الجديدة، حيث تسمح للمشارك أو المستخدم من التواصل مع الاخرين، فهي تقدم خدمات متنوعة في العديد من المجالات الاجتماعية والاقتصادية والدينية. وهي عملية نقل وتبادل المعلومات والأفكار والآراء بين الأفراد والجماعات يمكن الدخول إليها من خلال الانترنت. (فتح الباب،2018، ص19)، فهي وسيلة اتصالية متاحة للجميع ومنبرا للتعبير عن الآراء والأفكار وتقاسم الروابط والمشاعر. وحظيت بانتشار واسع على المستوى العالمي فأصبحت تربط سكان العالم بعضهم لبعض متخطية الحدود الجغرافية ومتجاوزة المسافات (وسام فاضل راضي، 2018، ص 25) والملاحظ أن هذه الوسائل الاجتماعية أحدث تغييرا كبيرا في المجتمع عامة والشباب خاصة، مما أدى الى التأثير على عدة اشياء بما فيها الهوية الاجتماعية الطلاب الجامعيين.

لاشك أن في ظهور وسائل التواصل الاجتماعي غير من نظرة العالم للعالم الافتراضي و العلاقات الافتراضية بين الناس ، فبعدها كانت العلاقات الاجتماعية تقتصر على مخاطبة الطلبة الفيزيائية وجها لوجه ، فقد برزت وسائل التواصل الاجتماعي و انقلبت الموازين ففي وسائل الاجتماعي يخاطب الطالب ، طلبة ، اخرين ليسوا أمامه حضوريا وعلم النفس الاجتماعي حسب غروندن ألبور (Gordon Alport) في 1954 هي الدراسة الإمبريقية للأفكار و المشاعر و سلوك الأشخاص المتأثرين بالوجود الحقيقي أو الخيالي أو الضمني للأشخاص (في ريتشاردسون، 2019، ص14).

وحسب دراسة باركر (barker,2012,pp169-170) الأفراد الذين لديهم تقدير ذات اجتماعي منخفض مع أعضاء المجموعة التي ينتمون إليها، وسائل التواصل الاجتماعي تتيح لهم الفرصة في إعادة تكوين لهويتهم أو البحث عن رفقة الآخرين. فهمي استراتيجية بالتنقل الاجتماعي أو الحراك الاجتماعي، وبما أن تقدير الذات الاجتماعي مكون للهوية الاجتماعية، فنستطيع أن نقول وسائل التواصل الاجتماعي في حالة تكون الهوية الاجتماعية منخفضة فهي تقوم بالتعويضات الاجتماعية. وفي حالة يكون تقدير الذات الاجتماعي مرتفع واستعمالهم عالي لمواقع التواصل الاجتماعي من أجل التواصل بين الأقران واشباع لهويتهم الاجتماعية مهما اختلف العمر (Paul & Brier, 2001) و (Pembek et al., 2009) ; و (Rademacher & Nelson,2008) و (Zhao et al., 2008). أو بعبارة أخرى قد يلجأ الفرد الى استخدام وسائل التواصل الاجتماعي كاستراتيجية فردية في حالة وجود تقدير ذات سالب أي هوية اجتماعية سالبة. وتأسيسا على ذلك، ومن خلال ملاحظة الطالب ودراسته في الجامعتين لاحظ اختلافات للهوية الاجتماعية في الواقع الاجتماعي من عادات وتقاليد للطلبة، ولاحظ أيضا أن هناك اختلاف في المواقع الافتراضية مما أدى به الفضول الى فكرة القيام بالدراسة الحالية من خلال طرح التساؤلات الآتية:

هل يوجد اختلاف في الهوية الاجتماعية بين طلبة جامعة قاصدي مرباح بورقلة وطلبة جامعة الجزائر 2

المستخدمين لوسائل التواصل الاجتماعي؟

ومنه الأسئلة الفرعية التالية:

- ما مستوى الهوية الاجتماعية لدى الطلبة المستخدمين لوسائل التواصل الاجتماعية بجامعة الجزائر 2

وجامعة ورقلة قاصدي مرباح؟

- هل توجد فروق دالة احصائية في الهوية الاجتماعية لدى مستخدمين وسائل التواصل الاجتماعي

بين طلبة ورقلة وجامعة الجزائر 2؟

- هل توجد فروق دالة احصائية لدى مستخدمين وسائل التواصل الاجتماعية بين طلبة ورقلة وجامعة

الجزائر 2 باختلاف الجنس؟

- ما مستوى استخدام وسائل التواصل الاجتماعي لدى طلبة جامعة الجزائر 2 وجامعة ورقلة قاصدي

مرباح؟

- هل هناك علاقة ارتباطية عكسية بين الهوية الاجتماعية ووسائل التواصل الاجتماعي في جامعة

الجزائر 2؟

- هل يمكن التنبؤ باستخدام وسائل التواصل الاجتماعي من خلال مستوى الهوية الاجتماعية؟

## 2-الفرضيات:

1. نتوقع مستوى الهوية الاجتماعية مرتفع لدى طلبة جامعة الجزائر 2 وطلبة جامعة قاصدي مرباح

ورقلة

2. توجد فروق دالة احصائية في الهوية الاجتماعية لدى مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي بين

طلبة جامعة الجزائر 2 وطلبة جامعة قاصدي مرباح ورقلة

3. توجد فروق دالة احصائية في الهوية الاجتماعية لدى مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي لدى

طلبة بجامعة الجزائر 2 وجامعة قاصدي مرباح ورقلة باختلاف الجنس

4. نتوقع مستوى مرتفع لدى الطلبة مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي لجامعة الجزائر 2 وطلبة

جامعة قاصدي مرباح ورقلة

5. هناك علاقة ارتباطية عكسية بين الهوية الاجتماعية واللجوء الى وسائل التواصل لدى طلبة جامعة

الجزائر 2 وطلبة جامعة قاصدي مرباح ورقلة

6. يمكن التنبؤ باستخدام وسائل التواصل الاجتماعي من خلال مستوى الهوية الاجتماعية لدى طلبة

جامعة الجزائر 2 وطلبة جامعة قاصدي مرباح ورقلة

### 3-أهمية الدراسة:

لمعرفة أهمية الدراسة ينبغي على الطالب للإجابة عن السؤال التالي: ما هي المبررات العلمية أو العملية التي

تجعل من الوقت والجهد المبذول والمال المصروف على هذه الدراسة أمرا مسوغا؟ (في خضر، 2014،

ص140)

- الفئة العمرية للعينة معظمها شباب طلبة في مقتبل العمر، وأغلبهم يتمتعون بنضج معرفي ونفسي وجسدي، ولهم انتماءات ومن خلالها نستطيع التعرف على هويتهم الاجتماعية والتي تكون خصبة ومبنية على قناعات، سهلة للتحديد والقياس.
- أغلب الدراسات في الجزائر حسب علم الطالب كانت حول الهوية الثقافية، الهوية الافتراضية، الهوية الوطنية وهذه الأخيرة التي كانت تحتوي على الهوية الاجتماعية، وتقدير الذات الاجتماعية، أما في الدراسة هذه تحتوي على نظرية الهوية الاجتماعية "لتاجفيل وتارنار" التي اتخذها الطالب كإطار نظري أساسي.
- اثراء الرصيد المعرفي والأدبيات خاصة في علم النفس الاجتماعي بالجزائر والتي تعد الهوية الاجتماعية والصراع ما بين الجماعات من الميادين الكبرى التي يهتم بها علم نفس النفس الاجتماعي.

#### 4-أهداف الدراسة:

- تحديد مستوى الهوية الاجتماعية لدى طلبة جامعة الجزائر 2 وجامعة قاصدي مرباح بورقلة.
- معرفة ان كان هناك اختلاف في الهوية الاجتماعية باختلاف المؤسسة الجامعية شمال جنوب.
- معرفة ان كان هناك اختلاف في الهوية الاجتماعية باختلاف الجنس لدى طلبة الجامعتي.
- تحديد مستوى استخدام وسائل التواصل الاجتماعي لدى طلبة جامعة الجزائر 2 وجامعة قاصدي مرباح ورقلة.
- معرفة ان كان هناك علاقة عكسية بين الهوية الاجتماعية ووسائل التواصل الاجتماعي لدى طلبة جامعة الجزائر 2 وجامعة قاصدي مرباح ورقلة.

- تحديد ان كان يمكن التنبأ باستخدام وسائل التواصل الاجتماعي من خلال الهوية الاجتماعية لدى  
طلبة جامعة الجزائر 2 وجامعة قاصدي مرباح ورقلة

## 5-التعريف الإجرائي لمتغيرات البحث:

### الهوية الاجتماعية:

هي صورة الذات الي يحملها الطالب الجامعي مستخدم وسائل التواصل الاجتماعي بانتمائه الى جماعة،  
حيث يسعى دائما الى تحقيق صور ايجابية بانضمامه الى هذه المجموعة التي يشترك معهم في القيم و  
المشاعر، و تم التعبير عن الهوية الاجتماعية من خلال : الجانب المعرفي المركزي centrality، الجانب  
الوجداني للمجموعة Ingroup Affect، التماسك و الانتماء للمجموعة (Ingroup ties) ، والتي سوف  
تقاس من خلال الدرجة التي سوف يحصل عليها المستجيب على المقياس المصمم من طرف الطالب  
والمستخدم في الدراسة الحالية للموسم الدراسي 2021/2022

### أبعاد الهوية الاجتماعية:

#### الجانب المعرفي المركزي:

وهو الجانب المعرفي ويقصد به المقدار الزمني الذي يقضيه الطالب في التفكير عن كونه عضو في  
المجموعة، والمركزية تخضع لشيئين، الأول نسبة التكرارات التي تأتي فيها المجموعة في بال الطالب، و  
الثاني، الأهمية الذاتية في تعريف المجموعة التي ينتمي اليها الطالب  
و الهوية المركزية Identity centrality هي مدى تعريف الشخص (الطالب) لنفسه كعضو في فئة  
اجتماعية معينة.

#### الجانب الوجداني للمجموعة:

وهو الشعور الايجابي المرافق للطالب على أنه عضو في المجموعة.

### **التماسك والانتماء للمجموعة:**

وهو ادراكات الطالب للتشابهية والارتباط والانتماء مع أعضاء المجموعة، حيث هي تتمثل في احساس

تماسك الطالب مع أعضاء المجموعة وأنه عضو منها وموالي لها.

بعد اجراء التحليل العاملي، تحصل الطالب على 4 عوامل وهي كالتالي:

**الشعور تجاه المجموعة:** وهو ما يربط الطالب مع أعضاء مجموعة ما والدلالة الشعورية عندما يكون

معهم.

**الاعتزاز بالمجموعة:** وهو الشعور بالفخر باتجاه المجموعة التي ينتمي اليها أو عكس ذلك الشعور

بالخجل من جراء الانتماء لهذه المجموعة.

**الادراك المعرفي للمجموعة:** وهو عندما يطرأ في بال الطالب أنه عضو في هذه المجموعة ويكون واعيا

بأنه ينتمي لها.

**الانسجام في المجموعة:** نوع من المطابقة وعدم بفعل شيء مخالف للمجموعة وهو يكون الطالب ممثلاً

للمجموعة التي ينتمي اليها، كما يحاول معرفة نظر الآخرين للمجموعة التي ينتمي اليها.

### **مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي:**

وهم الطلبة من جامعة الجزائر 2 وجامعة قاصدي مرباح الذين يستعملون وسائل التواصل الاجتماعي بشكل

يومي عن طريق الهاتف أو الحاسوب.

**الاستعمال المعرفي:** استعمال وسائل التواصل الاجتماعي من طرف الطلبة عن قصد ووعي، وتحمل

المسؤولية من تأثيرات المستعملين الآخرين في مواقع التواصل الاجتماعي الايجابية والسلبية.

**الاستعمال الانفعالي:** وهو شعور الطالب نحو استعماله لوسائل التواصل الاجتماعي.

**الاستعمال السلوكي:** وهو عدد المرات والأوقات التي يقوم بهم الطالب لاستعمال وسائل التواصل

الاجتماعي وهدفه منها.

**الطالب الجامعي:**

هم طلبة جامعة الجزائر 2 وجامعة قاصدي مرباح ورقلة، يتلقون التكوين في طور الليسانس الماستر للسنة الجامعية 2022/2021، وهم من رواد ومستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي.

## 6- حدود الدراسة:

يحاول الطالب خلال حدود البحث الإجابة عن السؤال القائل : على من أستطيع أن أعمم النتائج الخاصة بالبحث سواء كان من حيث المكان والزمان والموضوع المدروس؟ ولذلك يؤكد الطالب أن هناك حدود مكانية أو جغرافية وأخرى بشرية وأخرى منهجية وحدود زمنية مرتبطة بنتائج البحث التي أجراها وتكون نتائج البحث صالحة للتعميم في إطار هذه الحدود (خضر ، 2014، ص 141)

- الدراسة مطبقة على عينة من الطلبة الذين يدرسون في ولاية الجزائر والطلبة الذين يدرسون في ولاية ورقلة.

- تحتوي الدراسة على متغير مستقل وهو الهوية الاجتماعية ومتغير تابع ممثل في مستعملي وسائل التواصل الاجتماعي بالإضافة الى المتغيرات الوسيطة المتمثلة في الجنس، الجامعة.

- طبقت الدراسة في السنة الدراسية 2022/2021.

# الفصل الثاني : الهوية

## الاجتماعية

تمهيد

1- نشأة الهوية

2.1- الهوية في الفلسفة

2.2- الهوية في الأنثروبولوجيا

3.2- لهوية في الظاهراتية أو الفينومينولوجيا

4.2- الهوية في علم الاجتماع

5.2- الهوية في النفس العيادي

3- الهوية الاجتماعية في علم النفس الاجتماعي

4- النظريات السابقة للهوية الاجتماعية

1.4- نظرية المقارنة الاجتماعية

4.2- نظرية الصراع الواقعي

5- تجربة نموذج الجماعات التجريبية المصغر

6- نظرية الهوية الاجتماعية

1.6- الآليات النفسية لبروز الهوية الاجتماعية

2.6- العلاقة بين الأفراد وبين الجماعات

3.6- الهوية الشخصية والهوية الاجتماعية

4.6- الاستراتيجيات الناتجة عن هوية اجتماعية سالبة

7- نظرية تصنيف الذات

1.7- مستويات التجريد في تصنيف الذات

2.7- بروز الهوية الاجتماعية

3.7- النموذج

4.7- الديبيرسونالية أو حالة تغيير إدراك الذات

8- الفرق بين نظرية الهوية الاجتماعية ونظرية التصنيف الذاتي

خلاصة الفصل

## تمهيد:

كرس هذا الفصل للتعريف بالمتغير المستقل الهوية الاجتماعية، والتطرق تاريخيا الى كيف ظهر مصطلح الهوية، ونظرة التخصصات الأخرى له بدءا من الفلسفة، علم الأنثروبولوجيا، الهوية في الظاهرية أو الفينومينولوجيا، علم الاجتماع، علم النفس العيادي ثم علم النفس الاجتماعي، والنظريات السابقة لظهور نظرية الهوية الاجتماعية، ثم التكلم عن النظرية المكتملة لها وهي التصنيف الاجتماعي ثم في الأخير الفرق فيما بينهم.

### 1-نشأة الهوية:

الذات والهوية موضوعات قديمة جدًا في علم النفس. إذا كانت قد تم تطويرها قبل كل شيء بواسطة تيارات مختلفة من التحليل النفسي (فرويد ، يونغ ، شيلدر ، وينيكوت ، سبيتز ، إريكسون ، كوهوت ، إلخ). تمت دراستها أيضًا من نهاية القرن التاسع عشر (بعد عمل وليام جيمس) من قبل علماء النفس الذين سعوا لإظهار البعد الاجتماعي والثقافي للوعي الذاتي (بالدوين ، كولي ، ميد ، إلخ). لكن شيئًا فشيئًا، في النصف الأول من القرن العشرين، خنقت السلوكية المنتصرة هذا المجال من الدراسة وعلم النفس، مما أدى إلى تشويه سمعة ظواهر الوعي، وابتعد عن هذا الموضوع الذي يعتبر غير علمي. وفي تلك الحقبة الزمنية، أين كانت للسلوكية الريادة في علم النفس ضيقت كل مظاهر الوعي بما فيها الذات واعتبرتها موضوعات غير علمية. (edmonc,2005,p 19)

ان رفض الظواهر المتعلقة بالوعي من طرف علم النفس العلمي تحت تأثير علم النفس السلوكي أدى الى نفي علم النفس الاجتماعي، بعد صعود النازية في أوروبا، أدت هجرة علماء نفس الجشطالت (علم نفس الشكل) إلى الولايات المتحدة إلى ولادة علم النفس الاجتماعي الأمريكي. يتميز هذا بالعمل في مجال الإدراك

الاجتماعي. (Baugnet, 1998,p12)، وعلى الرغم من تأثير علم النفس السلوكي في تلك الفترة من الزمن الا أنه أخرج الهوية من نطاق مجالات الدراسة العلمية. حيث كان من الضروري انتظار سياق اجتماعي ثقافي عالمي ملائم لقضايا الهوية (وبالتالي دعوات للهوية من الحركات الإقليمية والأقليات العرقية) (Baugnet, 1998,p10) ، حيث أشار غردون ألبور (Allport) أنذاك الى هذا الأمر: " واحدة من أكثر الظواهر غرابة في تاريخ علم النفس الحديث هي الطريقة التي تم بها تنحية الذات جانباً. أقول إنه غريب، لأن وجود الذات هو الحقيقة الوحيدة التي يقتنع بها كل شخص بشري - بما في ذلك كل عالم نفساني - تمامًا. قد يقول شخص عادي غير مطلع علماء النفس أناس مرحون. أمامهم في صميم علمهم حقيقة يقين كامل، الضامن الوحيد لوجود البقية، ومع ذلك فهم لا يأبهون بها. لماذا لا يَبْدُوا بأنفسهم، بأنفسنا، بشيء نعرفه جميعاً؟ إذا فعلوا ذلك، فسوف نفهم بشكل أفضل. وما هو أكثر من ذلك، يمكنهم فهمنا بشكل أفضل". ( Allport, 1943, p 451 )

ومن هنا تشكل علماء النفس الاجتماعيون الأوروبيون وعلماء النفس الأمريكيون، حيث تاريخياً، تم تشكيل الاهتمام بالذات وتطويره في قارة أمريكا الشمالية، في حين أن أسئلة الهوية الاجتماعية والأهمية المعطاة للعوامل الاجتماعية الهيكلية ستصبح سمة من سمات علم النفس الاجتماعي الأوروبي.

(Baugnet, 1998,p10)

من هنا تم التطرق إلى أهمية الهوية في علم النفس كموضوع للدراسة، وقبل الشروع في الهوية الاجتماعية من طرف علماء النفس الاجتماعيين، ينبغي معرفة نظرة الهوية من قبل التخصصات الأخرى.

وقد بين أوريل (Oriol,1983) أن كل محاولة لإعطاء تعريف شامل وراقي و نهائي يرضي النفسانيين و الاجتماعيين و الانثروبولوجيين ستظل بدود جدوى. (في كركوش، 2014، ص 271)

## 1.2- الهوية في الفلسفة:

قد يبدو مفهوم الهوية للوهلة الأولى مفهوماً بسيطاً، يأخذ نوعاً من الوضوح. إنه يشير إلى الوعي الفوري الذي يتمتع به كل شخص من خلال مرور الوقت وتنوع المواقف. لقد شدد ديكارت (Descartes) بالفعل على أن اليقين الوحيد الذي يمكننا الاعتماد عليه هو وجودنا. (edmonc, 2005, p 17)

تأسست الهوية في الفلسفة الإغريقية من خلال صراع نمطين حيث يقول هيراقليس (Heraclitus) أن الحواس تخدعنا، لأنها تظهر لنا الثبات رغم التغيرات، في حين أن بارمنيدس (Parmenides) قلب المسألة و قال بأن الحواس خادعة، لأنها تظهر لنا التغير رغم أن كل شيء ثابت. (عنيات، 2018، ص 03)

قال سقراط : اعرف نفسك بنفسك و حسب ويليام جامس هناك عدة هويات بحسب عدد الأفراد الذين يتعرفون عليك وإذا كان الوعي أو الشعور بالأننا هو الذي يمنح الإنسان هويته عند ديكارت، فإن لوك (Locke) حسب ما يذهب إلى ذلك "فولتير (Voltaire)" في معجمه الفلسفي، هو أول من أوضح معنى الهوية وما معنى أن يكون الشخص هو نفسه والأننا هي نفسها وذلك بناء على وظيفة الذاكرة التي تمنحه الإحساس بوجوده المتواصل عبر الزمن، إن الذاكرة هي التي تصنع هويتك، وإذا ما فقدت الذاكرة كيف يمكنك أن تكون نفس الإنسان؟ لذا يعتبر لوك (Locke) وأيضاً هيوم (Hume) أن فكرة الهوية متولدة عن الزمن، أن نقول أن شيئاً ما هو ذاته يعني أن شيئاً ما في زمن معين يبقى هو ذاته في زمن آخر، لذلك فإن مبدأ الهوية ليس غير عدم التغير والثبات لكل شيء رغم تغير الزمن. ( في الخنساء، 2017)

يعرف المعجم الوسيط الهوية فلسفيا بأنها "حقيقة الشيء أو الشخص التي تميزه عن غيره" و يحدد جان بول سارتر (J.P. Sartre, 1973, P89) هوية الشخص بأنها " أن كائن يستدعي حضور كيان الآخر"، و معنى ذلك أن هذه العلاقة تستلزم سياقاً معيناً غالباً ما يكون جماعياً ( الأسرة و الصف و جماعة الرفاق و غيرهم) ويضم المعايير و القيم و القوانين. (كركوش، 2014، ص270)

## 2.2- الهوية في الأنثروبولوجيا:

ففي الأنثروبولوجيا اتسع مفهوم الهوية ليشمل الهوية الفردية الهوية الجماعية و الهوية الثقافية (ميمونة مناصرية ، 2011، ص 91 )

و يمكننا إجمال إسهامات الدراسات الأنثروبولوجية للهوية و التي تتلخص فيما يلي :

الأنثروبولوجي الأمريكي ليسر (Lesse) قطع شوطاً أبعد في تحديد المفهوم في محاولة منه للتمييز بين التناقض بمعناه الواسع وبين التكيف.

رسم سابير (Sapir) الهوية من منظور الثقافة في علاقتها بالشخصية، بقوله هناك علاقة أساسية بين الثقافة والشخصية، فمن جهة لا شك أن مختلف أنماط الشخصية تؤثر تأثيراً عميقاً في تفكير كل مجموعة و عملها، من جهة أخرى تترسخ بعض أشكال السلوك الاجتماعي و لو لم يتلاءم الفرد معها إلا نسبياً في بعض

الأنماط المحدد من أنماط الشخصية. ( في الخنساء، 2017 )

ترتبط الهوية بالبعد الثقافي أو الاجتماعي، فقد عرفها سعيد إسماعيل على أنها: جملة المعالم المميزة للشيء التي تجعله هو هو ، بحيث لا تخطئ في تمييزه من غيره من الأشياء، و لكل إنسان شخصيته المميزة له، فله نسقه القيمي و معتقداته و عاداته السلوكية و ميوله و اتجاهاته و ثقافته، و هكذا الشأن بالنسبة للأمم و الشعوب. (خواني، عدائكة، 2019، ص46)

وفي نفس السياق قال محمد عامر الجابري: لا تكتمل الهوية الثقافية إلا إذا كانت مرجعيتها: جماع الوطن والأمة والدولة.

لا تكتمل الهوية الثقافية، ولا تبرز خصوصيتها الحضارية، ولا تغدو هوية ممثلة قادرة على نشدان العالمية، على الأخذ والعطاء، إلا إذا تجسدت مرجعيتها في كيان مشخص تتطابق فيه ثلاثة عناصر: الوطن والأمة والدولة. (خواني، عدائكه، 2019، ص46)

### 3.2- الهوية في الظاهراتية أو الفينومينولوجيا:

يعتبر هوسرل (Husserl) اول من قام بدراسة منطلق من مبدأ الفينومينولوجيا في قوله: "دعونا ندرس الأشياء في حد ذاتها" الذي يقوم أساسا على وصف الظاهرة، و هذا بعد تأثره (هوسرل) بفرانز برنتانو (Brentano) من خلال فكرة القصدية، و تحليل الوعي باعتبار الظاهرة تهب نفسها الينا عن طريق الحدس، لكن سرعان ما غير هوسرل طريقة بحثه(حجوب، 217، ص275)، حيث هو أول من أراد دراسة الوعي بطريقة ذاتية تختلف عن ما قامت به الفلسفة و علم النفس، حيث يقول ان عجز علم النفس في حل لغز الذاتية و الوعي، لأنها لم تخلق طريقة ملائمة للدراسة ما يتعلق بالوعي، ومن هنا قام بها هوسرل الرد الترنسندنتالي reduction transcendentale طريقة لدراسة الوعي تفوق الطريقة الطبيعية لعلم النفس هدفها انشاء علم كامل بذاته لدراسة الوعي ، حيث فتح هوسرل مجال اخر لدراسة الوعي ، التخلص من الذاتية للوعي من خلال منهجه الفينومينولوجي (Zavalloni,2008, p13).

يعتبر هذا الرد، الشكل الكامل للرد الفينومينولوجي، حيث أن هوسرل استخدمها للدلالة على نفس المعنى. تأسس هذا الرد في مؤلفه الأفكار الأساسية، وظهر بشكل بارز في التأملات الديكارتية حيث يقول هوسرل في هذا المؤلف:

سأبدأ بتحرير مجال التجربة من كل ما هو غريب عنه، إنه المجال الذي نقصده، هو مجال يتعلق بالظاهرة الترنسندننتالية للعالم، وجود معطى مباشر في التجربة المطابقة " (مباركي، بن عبد الله، 2020)

فعلم النفس يدرس الوعي من خلال معطيات طبيعية، فهو يدرسه كأنه موضوع objet موجود في الطبيعة يمكن التجريب عليه ماديا، بينما ينظر الفينومينولوجي إلى الوعي الخالص من حيث دراسته كظاهرة لها خصائصها الترنسندننتالية المحضة. (مباركي، بن عبد الله، 2020، ص 243)

لقد سعى هوسرل من خلال الفينومينولوجيا إلى تحقيق معرفة بالأشياء ذاتها، وتحقيق هذه المعرفة، يقتضي العودة الى أصل الشيء، ليكون مبدأ الفينومينولوجيا الأساسي هو العودة إلى الأشياء ذاتها، لأن هذه العودة هي التي تضمن الوقوف على ماهية الأشياء، هذا الأمر غاب عن سائر العلوم المعروفة في عصرنا الحالي التي تعتمد في تطورها على التراكمات التي حصلت عبر التاريخ، من دون مساءلتها والتأكد من صحتها، أما الفينومينولوجيا ومن خلال عودتها إلى الأصول، تمكنت من وضع أسس متينة لنظرياتها المعرفية. (مباركي، بن عبد الله، 2020، ص 244)

إن هوسرل يحاول إضفاء معنى للعالم، عن طريق إبراز دور الذات المحوري في الفعل والتفاعل مع العالم، فالذات ليست مجرد شيء جامد في هذا العالم، بل هي مركب حيوي، يعطي وجود العالم معناه. كما أن عالم الحياة هو سابق من كل تجربة علمية، ذلك أن التجارب لا تقام إلا على أرضه، ولا يجب أن تخرج نتائجها عن العالم المؤسس لها. (مباركي، بن عبد الله، 2020، ص 245)

أما بالنسبة لكيفية تكوين معرفة عن الظاهرة، فيتطلب ذلك حسب الموقف الفينومينولوجي الغوص في الظاهرة عينها، قصد الوقوف على ماهيتها، من دون إطلاق أحكام مسبقة تعسفية، تعطي معرفة مشوهة عن الظاهرة. (مباركي، بن عبد الله، 2020، ص 246)

## 4.2- الهوية في علم الاجتماع:

ان الذات ليست كياناً منعزلاً يواجه "بيئة" خارجية، فكما أشار ميد بالفعل، فإن الذات تتشكل فقط ضمن التفاعلات الاجتماعية. مع الحفاظ على فرديتها، فإن الذات العاملة بعيدة كل البعد عن كونها معزولة، لأن نوعاً من المجتمع يربط كل الذات معاً في نشاط متبادل. وهكذا تنشأ الهوية من الذات والانا ، من وعي وإدراك الذات والأنا التي تتفاعل مع الآخرين. ( edmonc,2005,p22 )

وقد مثل دوركايم (Durkheim) في بداية القرن هذه الأطروحة، حيث يوجد فينا حسب ما يذهب إليه كائن جماعي و كائن شخصي، كياننا الجماعي أنظمة الفكر و الشعور و العادات التي تعبر فينا على شخصيتنا الخاصة، بل على المجموعة أو المجموعات التي ننتمي إليها، شأن المعتقدات الدينية أو الممارسات الأخلاقية، التقاليد الوطنية أو الآراء الجماعية من كل نوع، إن صوت الجماعة كما يقول دوركايم دفين في أعماق النفس حتى إذا ما تحدثنا كان المجتمع هو المتحدث فينا. ( في الخنساء ، 2017 )

قام ميد بدعم وتطوير الأطروحة القائلة بأن الذات هي أساساً بنية الاجتماعية التي تنشأ من التفاعلات اليومية أين يصبح الفرد مدرجاً لهويته من خلال تبني وجهة النظر للآخرين وعلى وجه الخصوص من الفئة الاجتماعية التي ينتمي إليها. ( edmonc,2005,p33 )

حسب ميد(1934) السلوك الاجتماعي هو أصل الوعي الفردي. تجربنا التفاعلات الاجتماعية على تكييف سلوكنا مع الآخرين، وبذلك، ندرك أنفسنا من خلال استيعاب الإيماءات الموجهة للآخرين وتأثيراتها. لذلك فإننا في المواجهة مع الآخر نبني وعينا بأنفسنا، لأننا جعلنا متفردين وفريدين. (Baggio,2011. P106)

تتضمن الهوية الفردية القطب الفردي المتمثل في الأنا الذي يوافقه فيما أسماه "اميل دوركايم" Emil Durkheim بكاتمتنا الذي يتكون من مزاجنا وطبعنا ووراثتنا ومجموع الذريات والتجارب التي تشكل تاريخنا

الخاص، فالقطب الفردي يشهد على تميزنا عن غيرنا، وخلافا لذلك يشهد القطب الاجتماعي على تشابهنا مع الغير. (نصر و مايدي، 2017، ص 417)

تعرف الهوية الجماعية على أنها المظهر الناتج عن وعي الأفراد بانتمائهم إلى جماعات اجتماعية محددة يعبر عنها من خلال الدلالة العاطفية لهذا الانتماء، فهي ناتجة على اندماج و تموقع الفرد في محيطه الاجتماعي، و تترجم عن طريق الانتماء و كذا المشاركة في الجماعة و المؤسسات الاجتماعية التي تبرز من خلال ممارسة الفرد لأدواره و المحددة اجتماعيا. ( نصر و مايدي، 2017، ص 417).

من منظور اجتماعي، تم النظر في مفهوم الهوية من دراسة الأشكال المختلفة للاندماج في نظام اجتماعي. لقد تم الاقتراب منه من وجهتي نظر مختلفتين: التيار الديالكتيكي من ناحية والتيار الوظيفي من ناحية أخرى.

## 1.4.2 التيار الديالكتيكي:

مستوحاة من كارل ماركس، تتم في ابطان القيم التي تعبر عن الإيديولوجية السائدة في المجتمع، والتي تكون بعيدة عن الحقيقة الموضوعية في المجتمع، اذ الهوية عبارة عن وعي ضبابي ومشوش. حيث تعمل هذه الهوية على الاعتراف بالسلطة الاجتماعية، بدون علم الفرد لهيمنة المجتمع، وعدم فهمه سبب قيامه بهذا السلوك، حسب تورين (1974) Touraine هناك نوعين من الهوية، الهوية المزورة التي يفرضها النظام، والهوية الحقيقية التي تأخذ عن طريق الصراعات، حسب تورين (1974) Touraine تكوين الهوية يتحقق الا عن طريق النزعات بين الطبقات الاجتماعية والتي بدورها توضح وهم الهوية.

في هذا الصدد، هناك علاقة قوية بين الهوية والصراع، حيث ولادة الهوية لا يستطيع أن يكون الا من خلال النزاع، أي لاكتساب هوية جديدة لابد من نقد الأوهام للهوية السابقة. (fisher, 2020, p 242)

## 2.4.2 التيار الوظيفي:

يقول برجر (Berger) كل مجتمع يمتلك خزان للهويات و هو جزء من المعرفة الموضوعية للأعضاء في المجتمع. (Tjafel, 1981, p 255) يصف الهوية كمجموعات القيم المقبولة في المجتمع على مستوى الفرد، في أي مجتمع هناك هويات نموذجية لتوجيه السلوك الاجتماعي، و يعبر عن الواقع الموضوعي الذي ينتمي اليه الفرد.

هذه المقاربة تم تطويرها من قبل (Berger et Luckman (1966)، اذ يعتبر المجتمع مخزن للهويات النموذجية التي تبني الواقع الاجتماعي ويقترح للأفراد السلوكيات المناسبة وفقا للظروف التي هم فيها. أي الهوية هي تقاطع بين الوعي الفردي والهيكل الاجتماعي اين يتم تشكيل التناغم الاجتماعي، بحيث يقوم الفرد بلعب دوره المسحوب من الخزان للهويات النموذجية، وبذلك الهوية حسب التيار الوظيفي هو انعكاس لمجتمع متراضي يعبر عليه الأفراد من خلال قيم الجميع مشارك فيها. (fisher, 2020, p 243)

## 5.2- الهوية في علم النفس العيادي:

الهوية تعطي شعور بالانسجام ووحداية الشخصية، ولتكوين الشخصية لابد المرور بعملية التقمص. يقول فرويد (Freud) في 1921 التقمص في تحليل النفسي هو التعبير الأولي للعلاقة الوجدانية اتجاه شخص آخر، التقمص هو النموذج الأولي للعلاقة بالموضوع. يمارس التقمص بطريقتين، مثال في علاقة اديب للطفل، التقمص ما يريد أن يكون، يعني الأب، أو التقمص الليبيدي، الأم. الأمور تتعدد عندما يصبح موضوع التقمص مفقود أو متروك، ويتم تعويضه في الأنا ...

(Gallard,2010 ,p40)

يقول محمد عثمان نجاتي "حسب فرويد (Freud) الخصائص الرئيسية للأنثا. يقوم الأنثا بسلطة الاشراف على الحركة الإرادية وذلك نتيجة للعلاقة التي تكونت من قبل بين الإدراك الحسي والحركة العضلية. ويقوم الأنثا بمهمة حفظ الذات. وهو يقوم بهذه المهمة، فيما يتعلق بالأحداث الخارجية، بتخزين الخبرات المتعلقة بها (في الذاكرة)، وتجنب المنبهات المفرطة (عن طريق الهرب)، وبالتصرف في المنبهات المعتدلة (عن طريق التكيف)، وأخيرا بتعلم عمل التعديلات المناسبة في العالم الخارجي وفقا لمصلحته الخاصة (عن طريق النشاط). وهو يقوم بالمهمة فيما يتعلق بالأحداث الداخلية، أي فيما يتعلق بالهوى، اما بالقبض على زمام المطالب الغريزية، واما بإصدار حكمة فيما إذا كان سيسمح لها بالإشباع، أو فيما إذا يرى تأجيل هذا الإشباع إلى أوقات وظروف تكون مناسبة في العالم الخارجي، واما بقمع تنبهااتها كليا. "

(نجاتي، 1981، ص ص 47-48)

يتفق علماء النفس أن بالنسبة للفترة المعاصرة، المحلل النفسي إريك إريكسون Erik K. Erikson هو الذي أعطى في الستينيات مفهوم الهوية تفصيل دقيق. من المثير للاهتمام أن نلاحظ أنه استخدمه في البداية لتحديد شكل معين من أشكال علم الأمراض ("ارتباك الهوية")، أو لتفسير "الأزمة" التي مرت بها بعض المراهقين. كما يجب التأكيد على أنه، منذ البداية، وضع الدراسة الهوية في نهج "متعدد المراجع" ، والجمع بين وجهات نظر التحليل النفسي وعلم النفس الاجتماعي والأنثروبولوجيا ثقافي. (edmonc,2005, p19)

يعتقد (إريكسون) أن التحليل النفسي لا يستطيع استيعاب مفهوم الهوية تماما بسبب الافتقار إلى فكرة مناسبة لفهم البعد النفسي الاجتماعي (أي البيئة البشرية الخارجية والداخلية للفرد). كما أنه يسلط الضوء على جوانبه اللاواعية وعلى وجه الخصوص استمرار "النماذج الأولية" داخله (الناتجة عن التعرف على الطفولة) والتي تركز في كل من النماذج المثالية التي تقترحها الثقافة والشخصيات الخيالية حيث الدوافع الشحمية والنرجسية

(وخاصة التمثيلات غير واعية للرجولة والأنوثة). وهكذا، فإن الهوية مدعومة من قبل كل من النماذج الثقافية

وخيال الجسد الغريزي: "ما يمكن تسميته بالزمكان للأنا الفردية وبالتالي يحافظ على الطوبولوجيا

لبينة طفولته بنفس طريقة ملامح صورة جسده"، كما حدده إريكسون من العديد من الحالات السريرية، إنه

يوضح، على سبيل المثال، أن المهيم والمضطهد والمستبعدين (سواء اجتماعياً أو نفسياً) يميلون دون وعي

إلى استيعاب الصورة السلبية التي يرسلها المهيم إليهم وبالتالي لإدراك أنفسهم من خلال هذه الصورة.

(edmonc,2005,p20)

وقد عرف تاب (Tap & al, 1986) الهوية في البداية على أنها جملة معايير تمكن من تعريف فرد ما،

وهي شعور داخلي، ويتعدد هذا الشعور بالهوية الى الشعور بالوحدة والانسجام والانتماء وبالقيمة والاستقلالية

والثقة، إنها مجموعة هذه المميزات منظمة حول الإرادة في التواجد.

ومن جهته اعتبر تاب (Tap & al, 1986, p59) الهوية "نظاماً من تصورات الذات ونظام مشاعر إزاء

الذات، ومعنى ذلك أنه لا يمكن اعتبارها كنتيجة سياق عقلائي محض، ولا كمجموعة إسنادات ذات دلالة

تدرك بصفة موضوعية، فصورة الذات هي بناء ذاتي متجدد باستمرار، يتناوب بين المشاعر والانفعالات التي

تختلف في اتجاهها و طبيعتها. (في كركوش، 2014، ص 270)

ويكون بناء الوعي الذاتي تدريجياً حيث كما وضحه عالم النفس هنري والون (Wallon):

" الوعي الذاتي غير ضروري وبدائي [...] حيث إنه منتج مختلف عن النشاط النفسي، فقط بعد 3 سنوات

يبدأ الطفل معرفة نفسه ويدرك أنه مختلف عن الآخرين، ولكي يتمكن من تحليل نفسه، والبحث عن الصيغ

التي بها يستطيع التعبير عن نفسه بطريقة غير موضوعية، لابد عليه أن يمر بمرحلة المراهقة أو البلوغ،

والتي تختلف من فترة الى أخرى. (in Edmonc,2005)

و من جهته، أثرى ماريسيا Marcia (1966) الأساس التصوري و المنهجي لدراسة اريكسون حول الهوية، و هي دراسة ثلاث أوجه" بنائي و ظاهري و سلوكي، حيث يشير الوجه البنائي الى بناء نفسي محدد في شخصية الفرد مكون من جوانب الهوية هي الجانب الإيديولوجي و العلاقات مع الآخرين، أما الجانب الظاهري فيدل على وصف المظهر العام لجوانب الهوية عند الفرد ( المهنة و الدين و القيم و أنماط الحياة والايديولوجيات والعلاقات مع الآخرين والدور الجندري) والتي تعكس الحس الداخلي وفهم الذات لدى الفرد- والتي عبر عنها بأربع حالات للهوية-، اما الجانب السلوكي فيتمثل في السلوكيات التي تعتبر مؤشرات على الهوية يمكن ملاحظتها وقياسها والتي تظهر في المجالات المختلفة للهوية. (كركوش، 2014،ص269)

### 3-الهوية في علم النفس الاجتماعي:

الهوية الاجتماعية هي مزيج من الهوية بالجانب الاجتماعي أي الجماعة الاجتماعية، و الجماعة الاجتماعية ظهرت أهميتها في علم النفس الاجتماعي في اول تجربة "نورمان تريبلي " Norman « Triplet (1897) أين أظهرت كيف يتأثر النشاط البدني بمجرد وجود شخص آخر يقوم بنفس النشاط.(Doise, 2012,p98)

والجماعة حسب شاو M.Shaw(1976) تتكون ابتداءا من شخصين الى أكثر، لاسيما يتفاعلون في وقت محدد، و يتأثرون ببعضهم البعض، و يدركون أنفسهم على شكل " نحن ".  
أي ليس كل تجمع الأفراد لقضاء شيء ما يصنف على أساس أنه جماعة، لكي يتحقق مفهوم الجماعة لابد من توفر :

- التواصل المباشر بين الأفراد.

- وجود هدف جماعي ومصيري يشترك فيه الأفراد.
- وجود التأثيرات المتبادلة بين الأفراد.
- وجود هيكل تنظيمي، أي لكل فرد له دور و يخضعون الى قوانين و معايير. ( Bouchet et al, 1997, p34).

وقد أدخل "سومنر" G.Sumner(1906) المصطلحات الجماعة الداخلية (In-group) و الجماعة الخارجية (Out-group) في علم النفس الاجتماعي. ثم يأتي فوليد ألبور (Floyd Allport,1924) الذي يقول في حالة حشد اين يكون مجموعة من الأفراد أي في حالة تفاعل اجتماعي بين الأفراد، فان نلاحظ ان محصلة تفاعل الجميع ما هو الا محصلة تفاعل كل فرد على حدى أو يكون معزول. (Doise, 2012, p99) أما كارت لوين (Kurt Lewin (1944,1947) قال العكس الجماعة هي الكل ديناميكي، و لا يساوي مجموع أجزائه (Beauvois, 1995, p153) ومن المنطلق الجشطالي التي تقول "الكل أكبر من مجموع الأجزاء" أسس كورت لوين (Kurt Lewin) ديناميكية الجماعة (Dortier,2012,) حيث كورت لوين (Kurt Lewin) هو من أطلق هذه التسمية، و قد شمل التيار الفكري خاصة الجماعات الصغيرة، حيث انتبه الى علاقة البيئة و تأثيرها على التفاعلات الاجتماعية. ودينامية المجموعة هي قائمة على الاعتماد الوظيفي بين أعضاء الجماعة. ضف الى ذلك ابتكر نظرية المجال المستوحاة من الفيزياء (Blanchet & Trognon, 2008, p 18).

#### 4-النظريات التي مهدت لظهور نظرية الهوية الاجتماعية :

##### 1.4- نظرية المقارنة الاجتماعية:

قام بإنشائها ليون فستنغر (Leon Festinger) و كان طالب لدى كورت لوين (Kurt Lewin)، و عند ظهورها كانت موجهة أساسا على الفرد مع المجموعة، ثم تطورت الى العلاقات بين الجماعات (Sales,2006,p47)، حيث ليون فستنغر (Leon Festinger) ينطلق من الافتراض أن كل فرد هو بحاجة لتقويم مهاراته و آراءه ، حيث يرغب الفرد أن يعرف نفسه و يكون له تصور حول ذاته ثابت و واضح. (Delaval,2014,p 49)

تتضح معالم نظرية فستنغر (Festinger) في الفرضيات التسعة التي صاغها في مقاله نظرية عمليات المقارنة الاجتماعية (1940) :

- 1- البشر لديهم غريزة طبيعية لتقييم آرائهم وقدراتهم
- 2- الناس يقارنون أنفسهم بالأشخاص الذين لهم قدرات وآراء متشابهة، عندما يكون الناس في وضع جديد ولا يمكن مقارنة أنفسهم بالآخرين من حولهم. فانهم لا يعرفون ماذا يفعلون ويشعرون بعدم الاستقرار الوجداني.
- 3- فيما تنص الفرضية الثالثة على أن الناس لا يقارنون أنفسهم عن قصد بشخص مختلف عنهم، فلن يقارنوا أنفسهم مع شخص أفضل منهم بكثير لما قد يسبب من شعور بعدم الثقة بالنفس.
- 4- الأشخاص يعتقدون أنهم أفضل عندما لا يقارنون أنفسهم، لغياب المعطيات عما كانوا يفعلونه أفضل أو أسوأ من الشخص العادي.
- 5- عندما تحدث مقارنة يصعب تغيير جانب القدرة، لكن من السهل تغيير جانب الرأي.
- 6- الناس يعانون من عواقب غير سارة عندما تضعف قدرتهم على مقارنة أنفسهم بالآخرين، فالشخص الذي لديه رأي ما غير واقعي، سيصاب بخيبة أمل عندما يصعب عليه الأداء بما يتسق مع رأيه.

7- عندما يقارن الناس أنفسهم بالآخرين ينتقلون لجعل المجموعة أكثر تجانساً.

8- عندما تكون هناك مقارنات قوية يصبح نطاق قدرة الشخص أقل.

9- الأشخاص الذين يمثلون غالبية المجموعة هم أكثر عرضة لتغيير رأي الأقلية بالمجموعة، بشكل

عام يتغيرون الناس لما يرون أنه يصب بمصلحة المجموعة. (الحياني، 2020، ص78)

وعليه فالنظرية تبرهن أن الأفراد يفضلون تقييم أنفسهم بالآخرين عوض أنفسهم، أن هذا دافع طبيعي

مغروس في الفرد ولا يمكن الاستغناء عنه

#### 2.4- نظرية الصراع الواقعي :

أول من تكلم عن الصراع بين الجماعات هو الفيلسوف توماس هوبز (Thomas Hobbes) في كتابه

“Leviathan”. البشر بطبيعتهم أنانيون وعدوانيون وسوف يخرطون في صراع مع الآخرين من أجل البقاء

والازدهار. وعلى الرغم من أن الرجال يفضلون السلام على الحرب، فإن الطبيعة الإنسانية تفرض السلوك

العدواني أفضل من السلوك السلمي. (Piirimäe, 2006)، و هذا ما أوضحه شريف (Sherif, M. (1954)

في تجربة كهف اللصوص (the Robbers Cave experiment) ، حيث الصراع بين الجماعات يحدث

عندما تتنافس مجموعتان على موارد محدودة. حيث استنتج نظرية الصراع الواقعي ( Realistic Conflict

Theory) في عام (Sherif, 1966) ، التي تنص على :

الصراع في ظروف تكون فيها مصالح الجماعات غير متوافقة، أي مصلحة الجماعة الداخلية (In-group)

تكون مختلفة عن مصلحة الجماعة الخارجية (Out-group) بمعنى آخر، لا تتحقق منفعة جماعة الا على

حساب الجماعة الأخرى (Azzi & Klein, 2013, p40)

وجود موارد محدودة يؤدي الى ظهور اللامساواة (inequality) و تؤدي الى ظهور مسابقة يحدث صراع و الصراع يؤدي الى صدور تحيز سلبي، على العكس التعاون يعزز السلوكيات الإيجابية بين الجماعات.  
(Sales,2006,p47)

وحسب شريف لا يتحقق الشروط الا بوجود دافع وهو نقص في الموارد. وهذا ما أدى الى دخول هنري تاجفيل (Henry Tajfel) في تجربته نموذج الجماعات التجريبية المصغر ( The minimal group paradigm) (زايد، 2006، ص 20) لمعرفة أدنى الشروط اللازمة التي تدفع أفراد جماعة معينة للتعصب لصالح جماعتهم الداخلية ضد الجماعات الأخرى الخارجية. و مما أدى بعد ذلك لصياغته مع الاشتراك مع تيرنر لنظرية الهوية الاجتماعية (1979) ،

#### 5- تجربة نموذج الجماعات التجريبية المصغرة (The minimal group paradigm):

من خلال تجربة تاجفيل (Tajfel)، بيلينغ (Billig)، بوندي (Bundy)، فلامنت (Flament) (1971)، كانت تهدف الى معرفة الحد الأدنى من الشروط لظهور أي تمييز ضد الجماعات الخارجية. فقاموا بإنشاء مجموعات اصطناعية لا تعبر وتشير عن أي تعلق لأفراد المجموعات، أي أن الأفراد لا يعرفون أي شيء عن هذه المجموعات.

فبعد أن تمت معاينتهم للوحات الفينة وإصدار أحكام، تم اخبار المشاركين أنهم ينتمون الى المجموعة التي أعضاءها أعجبهم الرسام كلي (Klee) على غرار كاندينسكي (Kandinsky).

فبعدها المشاركين كانوا معزولين، ويجب عليهم اكمال جداول حيث يقوموا بتوزيع كمية من النقود على عضو من مجموعة كلي (Klee) و هي تمثل الجماعة الداخلية (In-group) و عضو من مجموعة كاندينسكي (Kandinsky) و التي تمثل الجماعة الخارجية (Out-group).

ضف الى ذلك المشاركين في التجربة لا يعرفون هوية أعضاء المجموعات ولا يقومون بمكافئة أنفسهم.

وهذا ما ستوضحه الجداول التالية:

**جدول 1: يوضح مثال لتوزيع النقود لعضو رقم 74 من مجموعة كلي على العضو رقم 44 من مجموعة**

**كاندينسكي**

العضو رقم 74 من مجموعة كلي (Klee)	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14
العضو رقم 44 من مجموعة كاندينسكي (Kandinsky).	14	13	12	11	10	9	8	7	6	5	4	3	2	1

أقصى خارجي

متعادل

أقصى الداخلي

الجدول يوضح توزيع النقود لعضو رقم 74 من مجموعة كلي على العضو رقم 44 من مجموعة كانديسكي

حيث أظهرت النتائج عندما يكون العضو الذي يوزع عليه النقود من مجموعتهم، يفضلون مكافئته بالحد

الأقصى من النقود (على يمين الجدول 1)

جدول 2: يوضح مثال لتوزيع النقود لعضو رقم 12 من مجموعة كلي على العضو رقم 50 من مجموعة

كانديسكي

العضو رقم	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19
12 من مجموعة كلي (Klee)													
العضو رقم 50 من مجموعة كانديسكي (Kandinsky).	1	3	5	7	9	11	13	15	17	19	21	23	25

الاختلاف مع

متعادل

أقصى الكسب

المجموعة الخارجية

مصدر الجدول (Piermattéo, Guegan, and Tavani, 2019, P.70)

يوضح الجدول توزيع النقود لعضو رقم 12 من مجموعة كلي على العضو رقم 50 من مجموعة كانديسكي

عندما يكون العضو الذي يوزع عليه النقود من المجموعة الخارجية، يكون الاختلاف يفضلون مكافئته بالحد

الأدنى أي يركزون على اختلاف في التوزيع (على يسار الجدول رقم 2)

ملاحظة : الجداول توضح لنا الخيارات التي كان بإمكانها أن يقوم بها الأعضاء، و ما هو الخيار الأنسب بالنسبة لهم ، فمثلا اختار في الجدول الأول الخيار للجماعة الداخلية (14.12) بالرغم بأن بإمكانهم اختيار توزيع النقود آخر.

الجداول تسمح بتوزيع متعادل أو تساهم بإعطاء مكافأة تعود بالإفادة على عضو من المجموعة على حساب المجموعة الأخرى. أفرزت النتائج بأن المشاركين أغلبهم يميلون إلى مكافأة عضو من الجماعة الداخلية (In-group) على حساب عضو من الجماعة الخارجية (Out-group) (الجهة اليمنى من المثال 1). إضافة، يفضلون إعطاء كمية أقل من النقود الى أعضاء مجموعتهم أي الجماعة الداخلية إذا سمح لهم هذا التوزيع إعطاء أقل نسبة من النقود لأعضاء الجماعة الخارجية (Out-group) (الجهة اليسرى من المثال 2).

وتماشيا مع ما تم ذكره، حيث في وضع اجتماعي أين تم تكوين جماعة افتراضية بلا ماضي وأعضائها لا تربطهم أي صلة بالمجموعة ولا يعرفون أي شيء عن المجموعة، أي المجموعة لا تمثل أي معنى لأعضائها، يتضح ظهور تحيز لصالح الجماعة الداخلية (In-group)، من جراء وضع الأعضاء في تصنيفات مختلفة (هم) و (نحن) كاف لظهور سلوكيات تمييزية.

(Piermattéo, Guegan, and Tavani,2019,p p 69-70)

ومن هذا المنطلق تم تفسير ظاهرة التمييز التي تكون بين المجموعات عن طريق سياق نظرية الهوية الاجتماعية (SIT).

## 6-نظرية الهوية الاجتماعية (SIT) Social Identity theory

حسب هنري تاجفيل (Henry Tajfel) هي مرتبطة بمعرفة (الفرد) لانتمائه الى بعض المجموعات مع

اعطائه دلالة الشعورية والتقييمية نتيجة انتمائه لهذه المجموعات (Tajfel, 1972, p292)

ومن خلال هذا التعريف تم صياغة فرضيات الهوية الاجتماعية:

- يسعى الأفراد الى الوصول أو زيادة تقديرهم الذاتي، يحاولون الحصول على صورة ايجابية للذات.
- التصنيفات الاجتماعية (أو المجموعات الاجتماعية) وانتماءاتهم مرتبطون بالدلالة الإيجابية أو السالبة من خلال تقييمات المجموعات التي تساهم في تكوين هويته الاجتماعية.
- ان تقييم مجموعته محدد من خلال وجود مجموعات أخرى عن طريق المقارنات الاجتماعية من حيث الصفات والقيم. مقارنة إيجابية للجماعة الداخلية (In-group) مع الجماعة الخارجية (Out-group) تؤدي الى هبة عالية، مقارنة سالبة تؤدي الى هبة منخفضة. (Bouchet et al, 1997, p 176)

ثم قام تاجفيل و ترنير (Tajfel and Turner) بوضع المبادئ النظرية للهوية الاجتماعية :

- الأفراد يحاولون اكتساب أو البقاء على هوية اجتماعية موجبة.
- الهوية الاجتماعية الموجبة هي نتيجة مقارنات إيجابية بين الجماعة الداخلية (In-group) و الجماعة الخارجية (Out-group).
- لما تكون هوية اجتماعية غير مرضية، الأفراد يحاولون مغادرة مجموعتهم نحو مجموعة أخرى تتمتع بقيمة أكثر، أو إعادة الجماعة الداخلية (In-group) أكثر إيجابية عن طريق استراتيجيات. (Autin,2010)

## 7- الآليات النفسية للهوية الاجتماعية :

تشرح نظرية الهوية الاجتماعية كيف تظهر الهوية الاجتماعية عند الفرد وهي عبارة عن عملية تتسبب بين ثلاث آليات نفسية:

### 1.7- التصنيف الاجتماعي Catégorisation :

و هي الجانب المعرفي (cognitive aspect) حيث يقول تاجفيل Tajfel التصنيف هي العملية النفسية التي تعمل على ترتيب المحيط الاجتماعي في شكل فئات حيث من أهم خصائص التصنيف هي تصغير الاختلاف بين أعضاء الجماعة الداخلية (In-group)، وتضخيم الاختلاف بين أعضاء الجماعة الخارجية (Out-group). (Gianettoni, 2007, P. 14).

يساعد التصنيف الاجتماعي على توضيح الحدود بين المجموعات عن طريق إدراكات للصور النمطية والقيم السائدة في المجتمع وانطلاقاً منها يتم توزيع الأفراد وكذلك نفسه في الصنف المناسب. والتصنيف الاجتماعي عملية معرفية تعمل على المؤثرات الاجتماعية (الأفراد) وكذلك الغير اجتماعية (الأشياء) قصد المساعدة على التركيز عن موضوع (Hogg, 1995, p166)، و عندما يتم تكوين المجموعات سيتم عرضها على طريقتين من التصنيف الاجتماعي، الطريق الاستقرائي (The inductive route) و الطريق الاستدلالي (The deductive route) فالطريق الاستقرائي هو التعرف على شيء أنه ينتمي إلى فئة معينة أما الطريق الاستدلالي يتعلق بإسناد شيء على أنه يحتوي على خصائص متعلقة بالفئة الاجتماعية (Baugnet, 1998, pp. 67-68)

لفهم الطريق الاستدلالي ينبغي الرجوع الى الأساسيات، ففي علم النفس الاجتماعي الفرد هو سبب وجود

المجموعة "The individuel is the raison of d'être du groupe and vice versa" (In )

(Postmes, Spears, Lee, & Novak, 2005, p. 748)

الهوية الاجتماعية تستطيع أن تتكون عن طريق مساهمة أعضاء المجموعة، أي أن الهوية الاجتماعية مبنية

على أساس التعبيرات للأعضاء المجموعة، فمثلا في فريق كرة قدم، إذا أعطينا للفريقين نفس القميص، وقمنا

بمقارنة (الجماعة -الخارجية) بالنسبة للفريق الأول الهوية الاجتماعية للفريقين تبقى مختلفة لأن أعضاء

الذين يكونون كل فريق (مجموعة) مختلفون. (Jans, Postmes, & Van der Zee, 2012)

أما الطريق الاستدلالي (The deductive route) هو عبارة عن أعضاء يحملون نفس الهوية الاجتماعية

يتشاركون في حمل نفس الخصائص التي تفرق مجموعتهم (الجماعة -الداخلية ) من المجموعات الأخرى،

مثال لاعب كرة قدم لديه نفس الهوية الاجتماعية تكمن في رمز لون لباس الفريق الذي ينتمي اليه الذي

يشكل و الذي يميزه عن أعضاء الفريق الآخر، و بمعرفة أين هو الفريق الآخر أي الجماعة الخارجية ،

نستطيع استنباط الهوية الاجتماعية (Jans et al., 2012, p. 1145)

واعتمد تاجفيل في ادخال مفهوم التنبيه الذي أدرجه في أعماله البحثية عن التنبيه الإدراكي ( Percpetual

accentuation)، حول والتجربة التي قام بها في تاجفيل و ويلكس (1963) Tajfel and Wilkes أين

وضع مثيرات تكمن في ثمانية خطوط مختلفة في الطول بزيادة طفيفة. وأظهر هنري تاجفيل أن المعالجة

البسيطة والتي تمثلت في طلب تسمية الحظ اما "A" أو "B" في سياق تجريبي أدت إلى سوء إدراك أطول

الخطوط. ومنه ظهر التنبيه التوكيدي (Accentuation) مع تفكير هنري تاجفيل عن "التمييزات

الاجتماعية"، فأعضاء الجماعات العرقية أو الاثنية الواحدة يخطئون في الإدراك لتتنق رؤاهم وتصوراتهم مع التتمطات التي تلتصق بهم. (في أبو حلاوة، 2022، ص 08).

وعلية فإن الانتماء الى فئة اجتماعية له أعراض تتمثل في:

### 1.1.7-التنبية التوكيدي للفروق (Accentuation of the differences):

ويكون هذا خاصة في إطار الصراعات، حيث يؤثر الصراع على الادراكات، التمثيلات الاجتماعية والاتجاهات، ففي هذا السياق، كل مجموعة لها صورة مندهورة مقارنة بمجموعة أخرى.

### 2.1.7-التنبية التوكيدي للتشابهات (Accentuation of the resemblances):

أما التوكيد التشبيه يتم عند تجانس أعضاء المجموعة، حينئذ تحصل مبالغة فيما يخص قدراتهم مقارنة بمجموعة أخرى.

(Aebischer & Oberlé, 2021, p. 96)

يقول تاجفيل أن بأهمية عملية التصنيف الاجتماعي أي عملية تقطيع المحيط الاجتماعي بدمج كل ما هو متشابه ببعضه البعض فإن بدونه عملية التكيف مستحيلة (Tajfel, 1972, 388)

### 2.7-المقارنة Comparaison:

وهو الجانب التقييمي (Evaluative aspect) يعود تاجفل إلى نظرية فيستنجر (1954) Festinger فيما

يخص الانتماء الى مجموعة كموضوع مهم للتقييم والتي تعد من وظائف الهوية الاجتماعية، وهكذا فإن

الانتماء الى مجموعة في العلاقات بين الجماعات على أساس ارادي يتم عن طريق المقارنة الاجتماعية.

(Prost, 2021,P.38) و يؤكد تاجفيل بواسطة مقارنة الاجتماعية إيجابية للجماعة-الداخلية (In-group)

تتشكل هوية اجتماعية موجبة، فالأفراد في الجماعة-الداخلية (In-group) والجماعة الخارجية (Out-

(group) يلجؤون الى مقارنات خاصة بواقعهم الاجتماعي في محيطهم الاجتماعي (بين الجماعات). فكل ما كان أعضاء مجموعة يقومون بمقارنة إيجابية مع الجماعة-الخارجية (Out-group) كلما استفادوا من هوية اجتماعية موجبة، و العكس كلما كان أعضاء مجموعة يقومون بمقارنات سيئة مع الجماعة الخارجية (Out-group) ظهرت لهم هوية اجتماعية سالبة، وهذا يكون له تأثير مضر بتقدير الذات للأفراد (Vallerand, 2006)

### 3.7-التوحد Identification:

التوحد لغة: كلمة التوحد (Autism) مشتقة من الكلمة اللاتينية (Autologous)، أو (Autonomy) التي تعني الاستقلال الذاتي (Idiopathic). و الجزء الأول من الكلمة (auto) تعني ذلك، و كلمة (Autism) تعني ذاتي التركيز، أو الانطواء على الذات، وتعني كلمة الذاتي اللاإرادي، السلوكيات اللاإرادية التي تنتج عن الطفل. وقد أطلق البعض مرادفا لكلمة التوحد هو الذاتية، لكن هذه الأخيرة نسبة للذات، إذ أن كل ما ينسب إلى الذات فهو ذاتوي، وكلمة الذاتية معان عدة في اللغة وفي الطب النفسي وعلم النفس، وليس شرط أن تعني حالة مرضية مثل التوحد وهي توجد عند الإنسان العادي ، وفي سنة 1994 استعمل البعض مفهوم الانغلاق على الذات. و حاليا المصطلح المعمول به في علم النفس العيادي والصحة والارطفونيا هو التوحد لأنه مصطلح واضح ومستعمل في مجال الاختصاص. (في بلعباد وكروم، 2022، ص ص228-229) ويقصد بالتوحد هنا في نظرية الهوية الاجتماعية وعلم النفس الاجتماعي التوحد كمرادف للذواتية. وهو الجانب الانفعالي (Affective aspect) بحسب تأجيل و ترنير ، كون الفرد فقط ينتمي لمجموعة تقوم بخلق هوية اجتماعية له، حيث التوحد هنا يعتمد خاصية الانتماء الاجتماعي (Salès-Wuillemin, 2006)

(p. 62)، أي شعور الفرد بالانتماء الى مجموعته، حيث في هذا المكون يمكننا معرفة اذ كان الأفراد يحبون

أو لا يحبون المجموعة التي ينتموا اليها (In Jordan & Herman, 2005, pp. 81-82)

ويتطلب إنجاز حسب تاجفيل عنصرين مهمين مع عنصر ثالث غالبا ما يتصل بهما، فلا بد من وجود

عنصر معرفي Cognitive يتضمن إدراك الفرد لعضويته في جماعة معنية، وعنصر تقويمي

(Evaluative) يتضمن الدلالات القيمية لإدراك الذات. أما العنصر الثالث فيتضمن الاستثمار الانفعالي لكن

من العنصرين الإدراكي والتكويني (في نظمي، 2010، ص 130)

## 8- العلاقة بين الأفراد وبين الجماعات:

تاجفيل وترنر في صياغتهم لنظرية الهوية الاجتماعية يضعون في البداية تمييز مفاهيمي بين السلوكيات ما

بين الأفراد (interindividual) وما بين الجماعات (intergroup)، حدوا مكان تواجد هذه السلوكيات على

طرفي متصل (continuum) أين تقع جميع السلوكيات الاجتماعية في الجهة الطرفية ما بين الأفراد

(interindividual) نجد تفاعلات ما بين إثنين من الأفراد أو أكثر والتي تكون موجهة بعلاقاتهم الفردية

وخصائصهم الفردية. هذه التفاعلات لا تتأثر بالتصنيفات الاجتماعية والمجموعات التي ينتمي إليها الأفراد.

وفي الطرف المعاكس، تكون التفاعلات بين فردين أو مجموعة من الأفراد محددين بانتماءاتهم الى

مجموعات وليس بعلاقاتهم الفردية. (Licata, 2000, p.36)

فمثلا تفاعل صديقين قديمين بينهما هو سلوك يتجه لقطب السلوكيات ما بين الأفراد، أما تفاعل خصمين من

حزبين متعارضين ليلة الانتخابات فهو قريب من قطب السلوكيات ما بين الجماعات.

(RIC et al., 1996, P. 174)

## 1.8- الهوية الشخصية والهوية الاجتماعية:

قد يأتي في بالك سؤال، وتقول من أي لحظة يكون الأنا الفردي يتحول الى الأنا الجمعي؟

الإجابة: السياق الاجتماعي ووظائفنا المعرفية هم المسؤولون.

فهويتنا الفردية بارزة أكثر في علاقاتنا بين الشخصية، سواء مع أفراد عائلتنا أما الهوية الاجتماعية بكون بارزة عندما يكون مصيرنا الشخصي له علاقة بمصيرنا الجماعي. وفي نفس الصدد، هناك بعض النماذج التي تسعى الى شرح متى يستعمل الفرد هويته فردية ومتى يستعمل هوية اجتماعية، وتجدر الإشارة الى تاججيل و تيرنير (Tajfel & Turner) حيث يروا أن نظرية الهوية الاجتماعية تنص عندما ينتمي الفرد الى مجموعة يقوم بتبديل هويته الفردية مؤقتا و تحل محلها الهوية الاجتماعية (In Le hénaff, 2016, p12) وعليه ان الهوية الشخصية و الهوية الاجتماعية لها روابط متواصلة و مستمرة، حيث يتم تفعيل احدهما حسب الأولوية. و لتوضيح ذلك صمم نموذج الاستمرارية الفرد- المجموعة (continuum self-group) الذي يتكون من قطبين :

القطب المتعلق بالذات (The interpersonal patterns):

يتم تعريف الأفراد من خلال علاقاتهم وصفاتهم الشخصية، كونهم لا يتم تعريفهم على أساس انتماءاتهم الاجتماعية. هذا القطب يتم تفعيله نادرا في علاقاتهم الاجتماعية: وهو قطب الهوية الشخصية.

القطب المتعلق بالجماعة (the pole of intergroup patterns):

متكون من شخصين على الأقل يحدد عن طريق انتماءاتهم لمجموعات مختلفة ولا عن أساس علاقاتهم وصفاتهم الشخصية، لكن عن طريق علاقاتهم بالمجموعات، وهذا قطب الهوية الاجتماعية.

كل ما كانت الهوية الاجتماعية قوية تكون الهوية الشخصية متتحة، وكلما كانت الهوية الاجتماعية متتحة كانت الهوية الشخصية قوية. (Baugnet,1998, p85)

وخلص القول، إن الهوية الشخصية تعود للوعي بالذات كشخص فريد من نوعه، لديه نوع من الثبات ويتميز بالخصوصية والتفرد. (Edmond, 2005, p. 122).

أما الهوية الاجتماعية حسب (Luhtanen & Crocker) " دلالة لأمرين معا كيفية تقويم الفرد لجماعته الداخلية، وكيفية تقويم الآخرين في الجماعات الخارجية لجماعته الداخلية. " (في نظمي، 2010، ص131)

### 9-الاستراتيجيات الناتجة عن هوية اجتماعية سالبة:

عندما تكون هوية اجتماعية في خطر أو لها قيمة منخفضة، لكي يتخلصوا من هذا الشعور، يلجأ الأفراد للقيام بمختلف الاستراتيجيات الفردية والجماعية: الحراك الاجتماعي (Individual mobility)، الإبداع الاجتماعي (Social creativity)، المنافسة الاجتماعية (Social competition)، التغير الاجتماعي (Social change).

وتعمل الاستراتيجيات الفردية على تعزيز تقدير الذات للفرد، أما الاستراتيجيات الجماعية على تعزيز صورة الجماعة أي الهوية الاجتماعية. (AZZI and KLEIN, 1998,P.69)

### 1.9-استراتيجيات فردية:

أي في الطرف المتصل (continuum) الموجود في العلاقات ما بين الأفراد (interindividual)

### 2.9-الحراك الاجتماعي (Individual mobility):

ترتكز على ايمان الأفراد بنفاذية الحدود بين المجموعات أي استطاعة تدفق أعضاء مجموعة وعبورها الى مجموعة أخرى. إذا كانت مجموعة لا تساهم في الحصول على هوية اجتماعية موجبة، فيلجأ أفرادها الى مغادرتها الى مجموعة أكثر قيمة. هذه الاستراتيجية لا تؤثر على مصير المجموعة وصورتهم في المجتمع. (Piermattéo, et al., 2019, P.71)

### 3.9- استراتيجيات جماعية:

أي في الطرف المتصل (continuum) الموجود في العلاقات ما بين الجماعات (intergroup).

### 4.9- الإبداع الاجتماعي (Social creativity):

وهي استعمال أبعاد جديدة من أجل المقارنة بين الجماعات والتقييم حيث تصبح لدى الجماعة فرصة جديدة للتعريف بنفسها بشكل إيجابي (هنا يكمن الإبداع) فمثلا عندما يلح السكان الأصليين لكندا عن ثقافتهم من أجل التقليل من الثقافة الجديدة لكندا وأنها رديئة وسيئة. (زايد، 2006)، هكذا، إذا كانت مجموعة تعاني ومحرومة اقتصاديا فإنها تعطي قيمة لكرمها وجودها وحسن ضيافتها، وهنا يعطي مثال تاجفيل وترنير (Tajfel and Turner) حول ظاهرة الأسود جميل (Black is beautiful) حيث كانت البشرة السوداء متدنية القيمة فترة الستينات في أميركيا، فقام الأميركيين ذو الأصول الافريقية بإعادة تقييم البشرة السوداء بطريقة إيجابية بإطلاق هذا الشعار. (AZZI and KLEIN ,1998, P. 69).

### 5.9- المنافسة الاجتماعية (Social competition):

هذه الاستراتيجية تكمن في عكس وتبديل وقلب وضعية مجموعة على حساب أخرى في مكون تقييمي معين، وهذا لكي نفرق بين المجموعتين وتكون الجماعة-الداخلية (In-group) تتعم بتقييم إيجابي مقارنة بالجماعة-الخارجية (Out-group)، وهذا يظهر جليا في تجربة نموذج الجماعات التجريبية المصغرة

(The minimal group paradigm) أين تم تكوين مجموعات اصطناعية وتكمن مكونات المقارنة في

مكون اعتباري (توزيع كمية من النقود من خلال تفضيلهم لرسم)، حيث أغلب أفراد التجربة وزعوا النقود لتفضيل جماعتهم الداخلية على حساب الجماعة الخارجية. اذن في المنافسة الاجتماعية لحصول الفرد على هوية اجتماعية موجبة يستعمل تغيير في وضعية المجموعة من خلال تقييمه لمكون أساسي للمقارنة ( القوة، الثروة ... ) (AZZI and KLEIN, 1998, P. 70).

### 6.9-التغيير الاجتماعي (Social change):

استراتيجية التغيير الاجتماعي تكون عندما يتم تطوير عمل جماعي (Collective action) ويكون ذلك من خلال نشاط اجتماعي (Social activity)، حركة جماعية (Collective mouvement)،

ثورة (Revolution) للتغير من هويتهم الاجتماعية السالبة الى هوية اجتماعية موجبة.

(Baugnet, 1998, P.98)

### 10-نظرية تصنيف الذات (SCT) Self-categorization theory :

نظرية تصنيف الذات (SCT) تم اقتراحها من (Turner, Hogg, Reicher and Wetherell, 1987)، إذ تعد امتداد لنظرية الهوية الاجتماعية (SIT). ترنر (Turner) يحاول معرفة بوضوح ماهي الشروط اللازمة لكي يقوم الأفراد بالتوحد (Identification) أم لا مع مجموعة أخرى، وماهي السلوكيات التي يتخذونها أم لا

كأعضاء لهذه المجموعة. في نظرية تصنيف الذات، مفهوم الذات مركزي، فمن خلال الطالب Martinot

الذات يتكون من جميع العناصر التي تعرفنا، فالذات تحتوي على الاتجاهات، واعتقادات الأفراد حول أنفسهم.

(In GIRANDOLA DEMARQUE, and LO MONACO, 2019, P. 230)

ففي نظرية التصنيف الذات ليس الاعتقاد البسيط أن الفرد يحاول اكتساب هوية اجتماعية موجبة هي السائدة، بل النظرية أطلقت العنان للسياق الاجتماعي الذي يكون فيه الفرد، فالصورة الذاتية للفرد تتكون من خلال التفاعل الاجتماعي الذي يكون بينه والسياق الاجتماعي الموجود فيه. (Licata, 2007, P. 28). والأفراد لا يصنفون الآخرين فحسب بل يدخلون أنفسهم في تصنيفاتهم الاجتماعية (Prost, 2021, P.37) وتتكون نظرية تصنيف الذات من عدة افتراضات وهي :

- 1- ان مفهوم الذات هو المكون المعرفي للنظام السيكولوجي أو مجموعة ن التمثيلات المعرفية التي تحتويها "ذات" شخص ما.
- 2- يوجد أكثر من مفهوم ذات واحد وكل مفهوم يتسم بالتمايز والاستقلال النسبي من حيث الدور الوظيفي عن المفاهيم الأخرى.
- 3- ان الدور الوظيفي لمفهوم الذات يبرز في سياق اجتماعي معين، أي بمعنى يكون هو المسيطر أو المهيمن خلال الموقف تبعا للتفاعل بين خصائص الفرد المدرك وخصائص الموقف.
- 4- ان العملية التي تم صياغها هي تصنيف الذات والتي تؤدي الى عملية إعادة تعريف الذات من كونها سمات واختلافات فردية الى عضويات في فئة اجتماعية وأفكار نمطية مشتركة وعندها يظهر ما يسمى بعملية تأكيد الادراك أي تأكيد أوجه التشابه والاختلاف بين الأعضاء داخل الجماعة.
- 5- ان تصنيفات الذات هي جزء من نظام ذي تسلسل هرمي من حيث الترتيب أي بإمكان "تصنيف الذات" أن يوجد على معدلات مختلفة من التجريد المرتبط مع ما تتضمنه الفئة وكل تصنيف للذات لابد أن يكون متضمنا في تصنيف آخر. ( في عزيز و علوان، 2014، ص ص 263-264)

#### 1.10-مستويات التجريد في تصنيف الذات:

يفترض نظرية تصنيف الذات أن إدراك الذات يعكس الطريقة التي تتم فيها عملية التصنيف، حيث أن عملية وضع الذات في جماعة للتماثل مع بعض الفئات، وتختلف أو تكون على النقيض من البعض الآخر في مثيرات معينة على المستوى المعرفي تُمكن الذات من أن تتواجد على معدلات مختلفة من التجريد (زايد، 2005، ص ص 10-11)، اذ يرى (Turner et al., 1987) نظرية التصنيف الذات (SCT) تحتوي على ثلاث مستويات من التجريد:

### 1.1.10-المستوى الشخصي الأدنى أو ما بين الأفراد(interindividual):

وهو أدنى مستوى من التجريد أي الذات الشخصية حيث يصنف المدرك الذات على "أنا" ومختلفة عن الذات للأعضاء الجماعة الداخلية. أي الهوية الشخصية.

### 2.1.10-المستوى المتوسط أو ما بين الجماعات(intergoup):

يليه مستوى التجريد المتوسط، حيث يصنف المدرك على أنها "نحن" مقارنة بمجموعة خارجية أخرى "هم"، أي الهوية الاجتماعية.

### 3.1.10-المستوى البشري المرتفع أو المستوى ما بين الكائنات(interspecies):

وهو أعلى مستوى تجريد حيث تكون المجموعة التي نقارن بها هي كائنات غير بشرية. وهكذا، الهوية الاجتماعية أكثر شمولية من الهوية الشخصية لكن هذا لا يعنى وضوح الذات أكثر من خلال هوية اجتماعية على غرار هوية شخصية، العنصر البشري هو في نفس الوقت فرد وعضو في مجموعة أو مجموعات أخرى، وهذا ينفي النظرة التي تعطي للهوية الشخصية مكانة أولية لتعريف بذات للفرد.

(Berjot and Bourguigon, 2023, p 117)

## 2.10- بروز الهوية الاجتماعية (Social identity salience) :

يقصد Oakes (1987) ببروز الهوية الاجتماعية لعضو من الجماعة أي العملية السيكولوجية لزيادة تأثير عضويته في المجموعة مما ينعكس على ادراكه وسلوكه، أو أو تأثير هوية شخص آخر في المجموعة على انطباع الفرد وبالتالي سلوكه اتجاه هذا الأخير. ولا بد من الإشارة إلى أن ترنر (Turner) ميز بوضوح الهوية الاجتماعية (تعريف الذات في سياق من عضويات الفئات الاجتماعية) عن الهوية الشخصية (وصف الذات في سياق من السمات الشخصية أو الذاتية)، وبروز الهوية الاجتماعية مصطلح يحدث لمفهوم الذات (Self-concept) كدليل يفترض من خلاله أن الهوية الاجتماعية قادرة أحياناً على عمل استبعاد نسبي للهوية الشخصية. حيث تفترض نظرية تصنيف الذات "مبدأين مهمين" لتفسير أو تحليل بروز الهوية الاجتماعية. (زايد، 2005)

المبدأ الأول :

## 1.2.10- التواجد النسبي للفئة (Relative accessibility) أو استعداد المدرك

### :(Perceiver Readiness)

وهو التواجد النسبي للفئة، خبرة الفرد السابقة، وتوقعاته، ودوافعه الحالية، وكذلك قيمه وأهدافه، وحاجاته، أنه يعكس انتقاء فاعل من قبل المدرك نحو استخدام ما يهمه من الفئات، كما يعكس مدى إفادة هذه الفئات واحتمالية تأكيدها بدليل من الواقع. (في زايد، 2005، ص12)، والتواجد النسبي يحدد السهولة التي يتم استرجاع الصنف الاجتماعي في الذاكرة (Readiness) كذلك للتحقق من أهمية انتماء الفرد لهذه المجموعة ، وعادته لاستعمال هذا التصنيف الاجتماعي، ودوافعه وحاجاته الآنية. (Turner et al, 1987)

المبدأ الثاني :

## 2.2.10- المواءمة (Fit):

و تحتوي المواءمة على جانبين هما المواءمة المقارنة (Comparative Fit)، و المواءمة المعيارية

(Normative Fit)

والمواءمة المعيارية تشير الى المسابقة التي تحدث بين المثيرات الاجتماعية في الواقع الاجتماعي، وهو معيار أساسي لمعرفة ان كان مثير مناسب وكاف لشرح الواقع، فالمواءمة تحدد الى أي مدى هذه التشابهات والاختلافات المدركة مرتبطة بالتقسيمات التي نجدها التصنيف الاجتماعي، و الى أي مدى هذه التشابهات والاختلافات يصبان في المحتوى المعياري للتصنيف الاجتماعي (Gianettoni, 2007, P. 23)

## 3.2.10- المواءمة المقارنة (Comparative Fit):

ويتم تعريف المواءمة المقارنة عن طريق مبدأ وراء التضاد (Principle of Meta-Contrast)

الذي ينص أن الأفراد المصنفين على أنهم مختلفون في سياق اجتماعي، يستطيع أن يدركوا على أنهم متشابهون في سياق اجتماعي آخر، وهذه ماهية التصنيف الاجتماعي، فهو العملية المعرفية التي تقوم بتحويل الاختلافات الى تشابه، والتشابهات الى اختلافات.

بالطبع، هذه التشابهات والاختلافات تُنشأ سلسلة من المشاعر، الإدراكات، أحكام، سلوكيات، وهكذا.

فالتشابهات في اتصال مع المشاعر الإيجابية، التعاون والتجاذب.

أما الاختلافات في اتصال مع المشاعر السلبية، عدم الثقة، الاشمئزاز، صراعات، الرفض.

فمبدأ وراء التضاد، يساعد على تصنيف الواقع الاجتماعي، مما يسهل لنا عملية معالجة المعلومات، التي

تعين في انبعاث السلوكيات المكيفة. (Oakes, Haslam, Turner, 1994)

### 3.10-النموذج (Prototype):

أول من اقترح مصطلح النموذج (Prototype) كانت (Elenor Rosch) عام (1973) في دراسة قامت بها بعنوان الفئات الطبيعية (Natural categories). وقد عمدت بادئ ذي بدءٍ إلى تحديد النموذج بوصفه العضو الذي يتخذ المكان الأبرز في تشكيل الفئة لأنه يُشكّل العضو الذي يتبادر إلى الذهن أول ما يأتي ذكر الفئة التي تنتمي إليها. لكنّها سرعان ما أعادت التعريف بوصفه العضو المركزي في الفئة والذي يضطلع بدور النقطة المرجعية المعرفية. (نيان، 2015، ص 99).

والنموذج يُعرف على أنه مجموعة مُجرّدة لها صلة بأعضاء فئة معينة، أين كل سمة مرجحة بدرجة انتمائها لهذه الفئة، والفئة هي مجموعة من العناصر والأشياء التي تُعتبر مُماثلة.

(In Semin, 2003, P. 264)

مثلا عندما يفكرون الأفراد في فاكهة، تأتي عادة التفاحة الحمراء الى الذهن كنموذج. (Chris, 2023) في نظرية التصنيف الذات، تتم عملية تصنيف للذات على حساب النموذج (Roshch, 1987) ، فالأفراد في الجماعة-الداخلية (In-group) يتم إدراكهم أنهم أكثر تشابه للنموذج من الجماعة-الخارجية (Out-group)، باختصار أعضاء الجماعة-الداخلية (In-group) يكونون الصورة النموذجية والمثالية الأقرب من النموذج، و على الرغم من أعضاء الجماعة-الداخلية (In-group) يُكوّنون صورة تكون قريبة من النموذج الا أن الاختلاف يقع في بين أعضاء الجماعة-الداخلية (In-group) من ناحية من هو بين الأعضاء الذي يعبر أفضل و يقترب أكثر من التصور الذهني للنموذج، فمثلا أعضاء جماعة لاعبين التنس ينتمون الى فريق محترف يمكن اعتبارهم أنهم لاعبين جيدين في التنس، لكن اللاعبين المحترفين والمعروفين

على مستوى العالمي كروجر فيدير (Roger Federer) أو رافال نادال (Rafael Nadal) هم النموذج ويُنظر اليهم على أساس اللاعب النموذجي للتنس مقارنة مع آخرين.

(Berjot & Bourguigon, 2023, P. 119)

ذكر Haslam و Turner إن كان هذا النموذج يختلف قليلا أو كثيرا عن الذات، فالتصنيفات الاجتماعية تكون مؤقتة وقابلة للتبديل، وتختلف باختلاف السياق الاجتماعي (IN Chazal, 2015, p. 33)

#### 4.10-الديبيرسونالية أو حالة تغيير ادراك الذات (Depersonalization) :

بروز الهوية الاجتماعية المشتركة يؤدي إلى "ديبيرسونالية إدراك الذات أي: التغيير في إدراك الذات (زايد، 2006) أي الفرد يدرك نفسه ويعيد تعريف لنفسه على أنه عضو من الجماعة-الداخلية (In=group)، كذلك يدرك الأعضاء الآخرين على أساس عضويتهم وانتماءاتهم الى جماعة-خارجية (Out=group)، حيث يمكننا القول ان الديبيرسونالية (Depersonalization) هو انزلاق مؤقت ومربوط بالسياق الاجتماعي من هوية شخصية الى هوية اجتماعية، من مستوى التجريد الشخصي الى مستوى التجريد المتوسط.

(Piermattéo, et al., 2019, P.73)

الديبيرسونالية (Depersonalization) تختلف عن مصطلح "اللا تفرد" أو فقدان الهوية الذاتية (deindividuation) حيث تشير هذه الأخيرة حسب زيمباردو (Zimbardo) قبول سلبي للذات الذي يتوافق مع سلوك تراجعى أو انتكاسة الهوية الشخصية (Guegan, 2012, P.39)

ولابد من الإشارة، أن مفهوم الذات في مرحلة الديبيرسونالية (Depersonalization) عندما تكون هوية الفرد اجتماعية لا يمكن تَقْلِيصُها الى هوية شخصية، لأن مفهوم الذات يعود الى جماعته الاجتماعية التي ينتمي

اليها، وهذا ما قاله ترنر (Turner) أن الهوية الاجتماعية يمكن أن تعمل باستبعاد نسبي للهوية الشخصية.  
(In Berjot & Bourguignon, 2023, P. 120 )

### 11-الفرق بين نظرية الهوية الاجتماعية ونظرية التصنيف الذاتي:

اهتم تاجفيل (Tajfel) بالجانب ما بين الجماعات ، أما ترنر (Turner) يركز على الجانب ما بين الأفراد.  
الهوية الاجتماعية تدوم في الوقت، التصنيف الذاتي مؤقت.  
الهوية الاجتماعية تكون عند وجود مجموعة أخرى فقط، أما التصنيف الذاتي هو محصلة للسياق الاجتماعي الذي يكون فيه الفرد. (Le hénaff, 2016, P. 21)

بالنسبة تاجفيل (Tajfel) يسعى الفرد الى تحقيق هوية اجتماعية موجبة وهذه مركز نظرية الهوية الاجتماعية أما ترنر (Turner) يركز على مفهوم بروز الهوية (identity salience) على حسب السياق الاجتماعي.  
(Autin, 2010, p. 48)

ركز تاجفيل و تارنير في نظرية الهوية الاجتماعية على مسار متصل تمتد من العلاقات ما بين الأفراد الى العلاقات ما بين الجماعات، أما ترنر في نظرية تصنيف الذات ركز على مستويات التجريد لتصنيف الذات.  
(زايد، 2005، ص 09)

### 1.11- حوصلة :

صيغة نظرية "التصنيف الاجتماعي" كرفيق لنظرية الهوية الاجتماعية، ويمثلان معا ما اصطلح على تسميته في أدبيات المجال بمدخل الهوية الاجتماعية Social identity approach (أبوحلاوة، 2022، ص 10)  
في نظرية التصنيف الذات ليس الهدف هو ملاحقة أو مطاردة هوية اجتماعية موجبة بل الحصول على "بروز الهوية" التي يعتبرها الفرد مناسبة للسياق الاجتماعي الأنبي، حيث يركز ترنر على أعمال ( Rosch,

(1978) المتخصصة في الذاكرة، و بما أن تاجفل قدم نموذج متصل يربط بين الهوية الشخصية والهوية الاجتماعية، أين يتم تفعيل قطب الهوية الشخصية أو تفعيل الهوية الاجتماعية، قدم ترنر ثلاثة مستويات للتجريد الهوية ، والخيار الذي يقوم به الفرد في اختيار الهوية المناسبة يتم عن طريق مبدئين التواجد النسبي للفئة و مبدأ الموائمة. (Obama, 2019, P. 48)

لبناء مقياس الهوية الاجتماعية تم الارتكاز على نظرية الهوية الاجتماعية وتصنيف الذات. Kelly (1989)

### خلاصة الفصل:

عرض في هذا الفصل متغير الهوية الاجتماعية، حيث تم توضيح وجهة نظر الهوية الاجتماعية من طرف التخصصات الأخرى وكيف ينظر له علم النفس الاجتماعي، فبينما يرى بعض رواد الفلسفة أن الوعي أو الهوية أو الذات هو اليقين الوحيد الذي يبرر ووجودنا، في المقابل ترى الظهراتية أن الهوية أو الوعي هي كظاهرة لها خصائصها الترندنتالية المحضة ومبدأها الأساسي هو العودة إلى الأشياء ذاتها. وبالنسبة للالانثروبولوجيا اهتمت بالبعد الثقافي عن طريق تطرقها للهوية الثقافية.

أما في علم الاجتماع، فتم دراسة الهوية عن طريق مبدئين الأول التيار الديالكتيكي وهو التي يرى أن هناك نوعين من الهوية، الأولى، مزيفة يفرضها النظام. والثانية، حقيقية هي ناتجة عن الصراعات بين الطبقات من خلال ثورات حيث ولادة الهوية لا يستطيع أن يكون الا من خلال النزاع. اما التيار الثاني وهو التيار الوظيفي، بحيث يرى الهوية عبارة عن القيم المقبولة مخزونة في المجتمع، وفي هذا المخزون هناك هويات نموذجية لتوجيه السلوك الاجتماعي ويسعى الفرد لتحقيقها.

أما علم النفس العيادي هناك مجموعة من التحليلين ربطوا الهوية بالتقمص، واما من قام بالشرط الكبير في علم النفس العيادي هو ايريك ايريكسون، الذي قام درس أزمة الهوية عند المراهقين وأضاف أن التحليل النفسي لا يستطيع استيعاب مفهوم الهوية تمام بسبب غياب البعد الاجتماعي.

ثم يليه فيما بعد، التكلم عن الهوية الاجتماعية في علم النفس الاجتماعي ويعتبر رائدها هنري تاجفيل وترنر وتمهيدا لذلك، تم شرح بعض المصطلحات الضرورية التي هي عبارة عن أعمدة لفهم وتوضيح نظرية الهوية الاجتماعية مرورا بالنظريات السابقة للهوية الاجتماعية وما قامت بإضافته بالنسبة لما سبقوها. ثم شرعنا في التكلم عن التجربة التي قامت بإدخال نظرية الهوية الاجتماعية، وتطرقنا لآليات النفسية للهوية الاجتماعية ثم العلاقات التي تربط الأفراد والجماعات ثم وضحنا الفرق بين الهوية الشخصية والهوية الاجتماعية، بدون أن ننسى الاستراتيجيات التي يستعين بها الفرد في حالة هوية اجتماعية سالبة.

ثم ذكر النظرية التوأم والمصاحب للهوية الاجتماعية ألا وهي نظرية تصنيف الذات ومؤسسها ترنر وغرضها بروز الهوية الاجتماعية، ثم وصف النمودج و الديبيرسونالية أو حالة تغيير ادراك الذات وأخير تم تبين الفرق بين نظرية الهوية الاجتماعية ونظرية التصنيف الذاتي.



الفصل الثالث:

وسائل التواصل

الاجتماعي

-تمهيد

1- الانترنت

2- الجيل الأول والثاني من الانترنت

3- نتيجة تطور الأنترنت بروز وسائل التواصل الاجتماعي

4- ظهور وسائل التواصل الاجتماعي (Social media)

5- مواقع التواصل الاجتماعي

6- نشأة مواقع التواصل الاجتماعي (SNS)

7- الفرق بين وسائل التواصل الاجتماعي وشبكات التواصل الاجتماعي

1.8- الفايسبوك

2.8- يوتوب

3.8- انستغرام

4.8- الواتس اب

5.8- تويتر

6.8- تيك توك

- خاتمة

## تمهيد:

شهد العالم عدة ثورات غيرت من مجرى الاتجاه الإنساني عبر التاريخ، ومن بين أهمها ظاهرة استخدام وسائل التواصل الاجتماعي التي مكنت جميع أفراد المجتمع من المشاركة وإعطاء رأيهم اذ أصبح لهم تأثير فعلي وغير مباشر عن طريق استعمالهم المباشر لوسائل الاتصال الاجتماعي، كما مكنت من نقلة نوعية للمعلومات فأصبح لكل انسان يمتلك معلومات افتراضية تخصه، كما اختصرت المسافات وأصبحت كما هي مسماة وسيلة للتواصل بين الأصدقاء والغير الأصدقاء، كما أتاحه الأخبار والمعلومات الصحيحة و الغير الصحيحة عبر الفضاء الأزرق، و الكثير من المزايا الأخرى والمرفقة طبعا بعيوب، كل هذا لم يحدث ان لم تكون سابقة كانت كالحافز الأول لانطلاق هذه الموجة الاجتماعية ألا وهي الانترنت.

ففي فهذا الفصل سوف يتم التطرق الى تاريخ الانترنت، وكيف ظهرت وسائل التواصل الاجتماعي والفرق بينهم وبين شبكات التواصل الاجتماعي ثم تحديد هذه الوسائل وتعريفها تدريجيا مرورا بفايسبوك، يوتوب، إنستغرام، الواتس آب، منصة ايكس (تويتر سابقا)، وفي النهاية التيك توك.

## تبرير:

لماذا لم يتطرق الطالب الى التحرير المكثف في فصل وسائل التواصل الاجتماعي؟

-لان طبيعة الدراسة لا تتطلب تعريف الكامل لوسائل التواصل الاجتماعي وانا المراجع والدراسات السابقة غنية بهذه التعاريف و مستهلكة لهذه المفاهيم، بينما ركز الطالب على المنصات الجديدة (مثل منصة اكس) والأكثر استعمالا حسب الباحث.

-لم يركز الطالب على استعمال جل وسائل التواصل الاجتماعي في الدراسة كونها كثيرة، ولم يحدد أن كان استعمال وسائل التواصل الاجتماعي في الهاتف النقال أم الحاسوب.

- هناك الكثير من التعديلات والتجديدات لتطبيقات وسائل التواصل الاجتماعي مثلا تم الاستحواذ على وواتساب وانستغرام من طرف شركة فايسبوك وتغير تسميتها تحت غطاء واحد وهي شركة ميتا، وهذا لم يتم التكلم عليه في الدراسات لان هذه التطبيقات سريعة التغيير والتطور، كما تم بيع تويتر وتغيير اسمه الى منصة ايكس، ولاشك حدوث تغييرات جديدة بعد هذه الدراسة.
- تكمن استعمال وسائل التواصل الاجتماعي ليس لتبيان مزاها أو سلبياتها لكن كاستراتيجية للتعويض الذاتي.
- استعمال وسائل التواصل الاجتماعية كاستراتيجية للتعويض عن هوية اجتماعية سالبة.

## 1-الانترنت:

تعتبر الشبكة العنكبوتية أعجوبة العقد الحالي ومُعْجَزَتُهُ التي انتشرت بشكل مذهل وللمحاول للتقرب بالتعريف بشكل شبه كامل و يلم معظم الجوانب تم الاستدلال بما قوله عدة باحثين من بينهم ما يقول مصطفى يوسف كافي:

يجيب عن مفهوم الانترنت العالمان Glee Harakady و Pat Mergoler بالقول " ليست هناك

إجابة محددة نتفق عليها لأن الإنترنت شيء مختلف لكل منا"، أيضا ووفق التقرير العالمي حول الاعلام

والاتصال لسنة 1999 الإنترنت عبارة "شبكة معقدة تجمع حواسيب فردية، وأنظمة كبيرة كالتى

يستعملها الباحثون وهذه الآلات مرتبطة فيما بينها بأنسجة متنوعة ومتعددة كالشبكات الكبيرة التي

ترتبط الجامعات أو الربط البسيط مع مودم وخط هاتفي". ( في كافي، 2016، ص 76)

كما يشير "عمر الصباحي" أن الانترنت هي عبارة عن شبكة للمعلومات العالمية، التي يتم فيهم ربط مجموعة شبكات مع بعضها البعض في العديد من الدول عن طريق الهاتف والأقمار الصناعية، ويكون لها القدرة على تبادل المعلومات بينها من خلال أجهزة كمبيوتر مركزية تسمى أجهزة الخادم (SERVER)، التي تستطيع تخزين المعلومات الأساسية فيها والتحكم في الشبكة بصورة عامة، كما تسمى أجهزة الكمبيوتر التي يستخدمها الفرد باسم أجهزة المستخدمين (USER)، (في صافة، 2016، ص 26) وبناء على ذلك يكمن القول بأن :

الانترنت هي تلك الشبكة الإلكترونية المكونة من مجموعة من الشبكات التي تربط الناس والمعلومات من خلال أجهزة الكمبيوتر والأجهزة الرقمية بحيث تسمح بالاتصال بين شخصين وآخر، وتسمح باسترجاع هذه المعلومات. (ساري، 2005، ص19)،

## 2-الجيل الأول والثاني للانترنت:

الانترنت القديمة بنيت على البنية العلائقية ( من واحد الى متعدد) أو ما يسمى ( One to many relationship ) ، وذلك يعني "موقع انترنت واحد لعدد كبير من المستخدمين" وحول هذا المفهوم بنيت أغلب مواقع الانترنت منذ تأسيسها. والمسماة ب "ويب 1.0. (غراف، 2011) بينما الويب 2.0، يقول (Romain) هو مصطلح يدلّ على ظهور التفاعل على شبكة الأنترنت وبمساهمة التقنيات التكنولوجية يسمح هذا التفاعل لصفحة الويب للاستجابة للطلبات البحثية لمستخدمي الأنترنت على الشبكة العنكبوتية. (في حدّاد وعبد الهادي، 2021، ص 694)

ويشير الى مجموعة التكنولوجيات الجديدة والتطبيقات الشبكية التي أدت الى تغيير مفهوم الشبكة العالمية (الأنترنت). ومن التقنيات الجديدة والتطبيقات الشبكية نجد المدونات (Blog) والتأليف الحر (Wikis)،

ووصف المحتوى أو التوسيم (Content tagging)، وخدمات الملخص الوافي (RSS)، والبودكاست (Podcast) ومواقع التواصل الاجتماعي (Social media). (حدّاد وعبد الهادي، 2021، ص 694). في بداية الألفينيات، ومن خلال الشعبية الواسعة التي حظيت بها التطور السريع للإنترنت أدت الى بروز تكنولوجيا الاتصال جديدة والتي لها أثر كبير وتحدي لوسائل الاعلام التقليدية كالراديو والتلفزيون. فالتطور المعقول للتكنولوجيا الرقمية وشبكات التكنولوجيا زادت من وتيرة التنمية الاجتماعية، إضافة الى النمو السريع لوسائل الاعلام غطى مساحة كبيرة. فالتكنولوجيا الرقمية كالهاتف الذكي و الكمبيوتر المحمول سمح ويمكن للمستخدمين من الوصول والولوج الى وسائل التواصل الاجتماعي بكل سهولة بشكل متكرر ومنتظم، مما أدى الى زيادة من استعمال وسائل التواصل الاجتماعي، كالفيسبوك (Facebook) و لينكد إن (LinkedIn) مما يمسح في اتصال الأفراد الذين لهم مع بعض نفس الاهتمامات والخلفيات كما تتيح انشاء حسابات. وجدير بالذكر أن يوتوب (Youtube) يسمح استخدام وسائل الاعلام كالصور والفيديوهات للقيام بتحميلها والمشاركة مع الآخرين. ( In Liu, 2023, P. 71 )

### 3- ظهور وسائل التواصل الاجتماعي (Social media):

تأتي وسائل التواصل الاجتماعي ضمن ما بات يُعرف بوسائل الإعلام الرقمي أو الإعلام الجديد، لذا يتعين في البداية التعرف على كل من مفهوم هذا الإعلام الجديد: وهو عبارة عن نوع جديد من الاعلام يشترك مع الإعلام التقليدي في المفهوم والمبادئ العامة والأهداف، ما يميزه عن الاعلام التقليدي أنه يعتمد على وسيلة جديدة من وسائل الإعلام الحديث وهي الدمج بين كل وسائل الاتصال التقليدي، ويهدف إيصال المضامين المطلوبة بأشكال متميزة ومؤثرة بطريقة أكبر، وهو

يعتمد بشكل رئيسي على الانترنت الذي يتيح للإعلاميين فرص كبيرة لتقدم برامجهم وموادهم الإعلامية المختلفة بطريقة إلكترونية بحثة, ( في شقرة، 2014، ص 52)

وهناك اتفاق شبه تام بين مختلف التعاريف للإعلام الجديد، نتج عن حالة تزاوج بين الحاسوب، ووسائل

الإعلام التقليدية التي تمخض عنها حالة اندماج بين النص، والصوت، والصورة، وأنه اعلام استعمل

الانترنت وسيطا ناقلا، فضلا عن أنه إعلام يمكن الأفراد من استعماله بلا شرط أو قيد، على العكس من

وسائل الاعلام التقليدية المغلقة. (هتيمي، 2015، ص 65-66)

ومن أهم خصائص الاعلام الجديد الاستجابة، أي أنها تتميز بأنهما عملية اتصالية تتم في اتجاهين، فكل من

المرسل والمتلقي مشاركان في العملية الاتصالية، ولعل ذلك أكثر ما يميز شبكات الاعلام الجديد كالمدونات،

ومواقع التواصل الاجتماعي (SNS). ( هتيمي، 2015، ص 76).

#### **4-مواقع التواصل الاجتماعي (SNS) Social network Site:**

مواقع التواصل الاجتماعي تندرج ضمن مفهوم أشمل ألا وهو الشبكات الاجتماعية وهي المواقع

الإلكترونية التي توفر فيها تطبيقات الانترنت خدمات لمستخدميها تتيح لهم إنشاء صفحة شخصية

معروضة للعامة ضمن موقع أو نظام معين، وتوفر وسيلة اتصال مع معارف منشئ الصفحة أو مع غيره

من مستخدمي النظام، وتوفر خدمات لتبادل المعلومات بين مستخدمي ذلك الموقع أو النظام عبر الانترنت

(المقدادي، 2013، ص24)

و حسب (The Pew Internet and American life Project (2007):

هم صفحات أين المستعمل يمكن له انشاء حساب والتواصل مع الآخرين عبر شبكة شخصية صريحة، فالمستخدمين يسجلون عن طريق بريدهم الالكتروني مقابل اعلانات، خدمات مجانية، أدوات للنشر، وضمن هذه الخدمات المتاحة، يمكن أن يحتوى الحساب الشخصي للمؤلف على فقرات، رسوم متحركة، ملفات للموسيقى، مدونة وروابط لمواقع أخرى. زيادة، المستخدمين يستطيعون التواصل عن طريق وسائل الدردشة أو بعث رسائل في الإيميل. المشتركين لديهم خيار بإتاحة أي شخص الدخول الى صفحة حسابهم أو تقييد عدد أصدقائهم الى دائرة داخلية أو الى مجموعة من الأقران.

(In Barker, 2020, P. 04)

موقع التواصل الاجتماعي (Social networking site) أو خدمة التواصل الاجتماعي (Social networking service) والتي يرمز لها ب (SNS) هي عبارة عن منصة لبناء الشبكات الاجتماعية أو العلاقات الاجتماعية بين الناس الذين يتشاركون ذات الاهتمامات والأنشطة والخلفيات أو اتصالات من واقع الحياة.

وهي خدمة على شبكة الانترنت والتي تسمح لمجمعات من الناس لتبادل الاهتمامات و/ أو التجارب المشتركة. كما تسمح للمستخدمين بنشر المعلومات التي يمكن قراءتها في وقت لاحق من قبل مستخدمين آخرين، والمتابعة في تسجيل الأصدقاء وتقديم تعليقات. وتوفير أساليب مبتكرة للتفاعل مع الأصدقاء من خلال تطبيقات الطرف الثالث، والخرائط الفاعلية لإظهار الأماكن التي نقوم بزيارتها من جميع أنحاء العالم، والألعاب التي تسمح والمقارنة مع الآخرين، أيضا السماح للمستخدمين بتسجيل الدخول من الأجهزة المحمولة التي لديها إمكانية الوصول إلى متصفح الويب على شبكة الإنترنت، والسماح لهم بفص وتحديث حساباتهم من أي مكان تقريبا مع (Wi-Fi) أو الإشارات الخلوية. (جودت، 2023، ص 94)

ملاحظة : الفرق بين وسائل التواصل الاجتماعي (Social media) و مواقع التواصل الاجتماعي (SNS)

هو يبدو أنه يعني نفس لكن هناك اختلاف في أن وسائل التواصل الاجتماعي هي مواقع و قنوات للاتصال الجماهيري لنقل المعلومات يستعمله غالبا الاعلام التقليدي ومع ظهور التطور التكنولوجي أصبحت مكانة لهذه الوسائل في مواقع التواصل الاجتماعي مثل قناة إخبارية لها صفحة في فايسبوك أما مواقع التواصل الاجتماعي هي مواقع للتواصل مع الآخرين، ويستطيع فيها الفرد التحكم في الصفحات والأشخاص الذين يتابعهم . (Mcmillan, 10/06/2024)

## 5-نشأة مواقع التواصل الاجتماعي (SNS):

يقول محمد أحمد نقادي :

أن كان العصر الحالي، يشهد اتصالات ومعلومات، في كافة المجالات وبوتيرة متسارعة، فليس من الغريب أن يمتد تأثيرها إلى مجال التواصل، من حيث عملية نقل واستقبال المعلومات من بين طرفين أو أكثر تدور عبر قنوات غير مباشرة، وضمن شبكات اجتماعية للتواصل الالكتروني. ويرى أبو العطاء (2010) أن ثورة الكمبيوترات الكبيرة انطلقت من بداية النصف الثاني من القرن العشرين، ثم ظهرت الحاسبات الشخصية (س) في بداية الثمانيات من نفس القرن وكانت تلك ثورة الكمبيوتر الثانية. (في نقادي، 2015، ص 10)

اشار تاريخ وسائل التواصل الاجتماعي على اعتماده على الظاهرة التي تعطي كامل القوة للجمهور .

فالابتكارات التكنولوجية لها علاقة أكثر باعطاء القوة للجماعات الاجتماعية التي تُحدث تطور في

التكنولوجيا، فالبريد الالكتروني ما هو الا إضافة تراكمية لبرنامج سابق بفضل (ARPANET) الذي يترك

رسالة للأفراد في كومبيوترهم الشخصي، مما أدى الى توسع نطاق الوصول الى الأفراد ونتيجة ذلك، حدثت

تورة تكنولوجيا (SajithraKSajithra & Rajindra, 2013)

نقلا عن (Ritholz) العديد من مواقع التواصل تم انشاءها في 1990. من بينها (Six Degrees)،

(BlackPlanet)، (Asiane avenue) ... الخ . هاته الوسائل كانت مواقع اجتماعية متخصصة أين

الأفراد باستطاعتهم التفاعل فيما بينهم، بالإضافة الى مواقع للدعوة في مجال السياسة العامة وشبكات

اجتماعية مبنية على أساس نموذج شبكة اتصال، زيادة على ذلك خدمات التدوين كموقع (Blogger) و

(Epinions) تم انشاءها. (Epinions) هو موقع أين يقوم المستخدمين بقراءة أو التعبير عن آراء حول

مختلف المنتجات، (ThirdVoice) و (Napster) هم تطبيقات برمجية تم انشاءها في التسعينات وبعد

ذلك تم نزعها من السوق. أما (Plug-in) هو تطبيق مجاني يسمح للمستخدمين القيام بتعليقات في

الصفحات. خصوم ومعارضى التطبيق قدموا الحجج على أساس أن التعليقات عنيفة وغير لائقة.

أما (Napster) هو تطبيق مبرمج يسمح لنفس الأقران مشاركة ملفاتهم، حيث يستطيع المستخدمين مشاركة

ملفات الموسيقى عبر التوزيعات العادية، والتي حلت بها في الأخير لانتهاك حقوق الملكية.

(In Edosomwan and al, 2010, P. 81)

## 6- الفرق بين وسائل التواصل الاجتماعي (Social Media) و شبكات التواصل

### الاجتماعي (Social Network) :

قبل التكلم عن الفرق يجب تعريف شبكات التواصل الاجتماعي (Social Network):

لقد ظهر مصطلح الشبكات الاجتماعية لأول مرة في مقال للأنثروبولوجي جون إيه بارنز (John A

Barnes) في عام 1954، للتعبير عن العلاقات التي ينسجها الأفراد فيما بينهم، وفهم وتشكل وتطور

هذه العلاقات عندما أصبحت التفاعلات التي تربطهم معقدة، وسببت خلطاً في دائرة اتصالاتهم وبالتالي استخدمها لتشير إلى العلاقات التقليدية بين الأشخاص. فمعنى المصطلح في البداية كان يشير إلى العلاقات الاجتماعية القائمة داخل المجتمع والمتبادلة بين الأفراد، وم ثم أصبح يعبر عنها من خلال التفاعل القائم بين الأفراد من خلال الحوسبة الاجتماعية.

(في بوعمر، 2021، ص51)

وتأسيساً على ذلك يكمن الفرق حسب (Hartshorn) في أولها أن وسائل التواصل الاجتماعي هي وسيلة إعلامية (Media) في الأساس مستعملة لبث ونشر المعلومات لجمهور معين، أما شبكات التواصل الاجتماعي هو عقد التزام بين الأفراد لهم مهام مشتركة، قصد بناء علاقات وتشكيل جماعات. واختلاف آخر، ذكر (Bedell) أن وسائل التواصل الاجتماعي عبارة قناة تواصل وليس مكان تستطيع زيارته، وعلى النقيض من ذلك في الشبكات الاجتماعية تحدد أين المكان الذي يكون فيه الأفراد وكذلك ماهي العلاقات المطورة.

وكذلك الفرق في وسائل التواصل الاجتماعي الإجابات التي تكون أتوماتكية وفي الحين أما الشبكات الاجتماعية يكون التواصل والإجابات مباشرة. (In Edosomwan and al, 2010, P. 84)

## 1.8 - الفايسبوك (Facebook) :

يعرف قاموس الاعلام والاتصال (Dictionary of media and communication) الفايسبوك على أنه موقع خاص بالتواصل الاجتماعي أسس عام (2004) ويتيح نشر الصفحات الخاصة بروفائل وقد وضع في البداية لخدمة طلاب الجامعة وهيئة التدريس والموظفين لكنه اتسع ليشمل كل الأشخاص.

فقد بدأ هذا الموقع كفكرة بسيطة جدا لأحد طلاب هارفارد مارك زوكربيرج (Mark Zuckerberg) وكانت

فكرته تهدف الى انشاء موقع انترنت بسيط يجمع من خلاله طلبة هارفارد في شكل شبكة تعارف بغية التواصل بين الطلبة والإبقاء على الروابط بينهم بعد التخرج. وبالفعل جسد فكرته التي رأت النور في 4 فيفري 2004 ومع انطلاق الموقع حقق نجاحا كبيرا ليصبح اليوم من أهم مواقع الشبكات الاجتماعية وأكثرها استخداما على الاطلاق. (في أحمد، 2017)

ونقلا عن "الطفافة" يعرف "مارك زوكربيرج" (Mark Zuckerberg) الفايسبوك بأنه حركة اجتماعية وليست مجرد أداة أو وسيلة تواصل، وأنه سوف يزيح البريد الإلكتروني من الطريق وأنه سوف يسيطر أو "يستعمر" ويحتل كل النشاط البشري على الشبكة الدولية، لذا وصفه بأنه "دليل سكان العالم" وأنه موقع يتيح للأفراد العاديين أن يخلقوا من أنفسهم هويات عامة عن طريق الإدلاء بما يريدون من معلومات حول أنفسهم وتكوينهم الذهني والعاطفي ونشر صورهم الشخصية وأن الهدف منه هو أن يصبح العالم مكانا أكثر انفتاحا (في بوعمر، 2021، ص 74-75)

يهدف موقع فيسبوك إلى إعطاء الناس القدرة على المشاركة في جعل عالمهم أكثر انفتاحا، ويتيح لهم الفرصة لتواصل أكبر فيما بينهما، يصبح الناس عند استخدامهم للفيسبوك، قادرين على الاتصال المستمر مع أصدقائهم وعائلاتهم، ويُبقيهم على اطلاعٍ دائمٍ ما يجري في العالم من حولهم، ويُمكنهم من تبادل مشاعرهم وهموم الحياتية. ولكنه، في الوقت نفسه، يجعل بعضهم يُراقب بعضهم الآخر. (قمحية، 2017، ص 24)

2.8- يوتوب (YouTube):

يعرفه "محمد المنصور" على أنه أحد مواقع التواصل الاجتماعية الشهيرة ينتمي الى شركة "غوغل" يتيح إمكانية التحميل عليه أو منه لعدد هائل من مقاطع الفيديو وهناك مجموعة كبيرة للمشاركين فيه ويزوره الملايين يوميا وتستفيد منه وسائل الإعلام بعرض مقاطع الفيديو التي تتمكن شبكات مراسليها من الحصول عليها كما يستفيد مرتادي الفيس بوك من مقاطع الفيديو وعرضها على صفحات الفيسبوك. (في حسروميا ودريد، 2018، ص 119)

تأسس موقع يوتوب في سنة (2005) في ولاية كاليفورنيا بالولايات المتحدة الأمريكية عن طريق كل من "تشاد هارلي"، "وستيف تشين"، "وجاود كريم"، وهم موظفين سابقين في شركة PayPal المتخصصة في التجارة الالكترونية، وقد نشأة فكرة موقع يوتوب بين هؤلاء الثلاثة في مدينة سان برونو ولاية كاليفورنيا، عندما كانوا في حفلة والتقطوا مقاطع فيديو وأرادوا أن ينشروها بين زملائهم ولم يستطيعوا ارسالها عبر الايميل لأنه لم يكن يقبل الملفات الكبيرة، ومن هنا بدأت تتبلور فكرة الموقع لإرفاق أفلام الفيديو على شبكة الأنترنت، يعتمد في عرض المقاطع المتحركة على تقنية أدوب فلاش ويشمل الموقع على مقاطع متنوعة من أفلام السينما والتلفزيون والموسيقى والفيديو، وهو يعتبر اليوم من أهم الشبكات الاجتماعية التي تقوم على تشارك مواقع الفيديو لمختلف الأحداث. (في صحراوي، 2023، ص 103)

يعرض يوتوب العديد من محتويات الفيديو، بما في ذلك مقاطع من أفلام، أغنيات مصورة، كذلك محتوى للهواة المتمثل في فيديوهات في المدونات أو فيديوهات شخصية أصلية.

(In Edosomwan and al, 2010, P. 83)

في أكتوبر سنة (2006) أعلنت شركة (google) الوصول الى اتفاقية لشراء الموقع مقابل 1,65 مليار دولار أمريكي، أي ما يعادل 1.31 مليار يورو، ومن هنا عملت غوغل على تطويره حتى أصبح أكبر موقع

نشرا لمقاطع الفيديو في العالم، وأضحى جزء لا يتجزأ من اهتمامات الملايين من الناس على اختلاف أعمارهم وبمختلف اهتماماتهم، كما وأنه أضاف خدمة كبيرة وفاعلة لوسائل الاتصال الجماهيري الحديث.

(في صحراوي، 2023، ص 103)

فقد تحول اليوتوب إلى قاعدة مرجعية في متابعة الأحداث والمستجدات، لدرجة أن البعض يتساءل عن إمكانية تعويضه للجرائد الناطقة والمصورة (JT)، كون هذه القاعدة تحولت إلى مصدر رئيسي للأحداث على الانترنت حسب لدراسة لمركز (Pew) الذي ذهب لحد الحديث عن شكل جديد للإعلام المرئي. كما كشف المركز ظهور قاعدة جديدة من المدونين ومؤسسات الإعلام عبر قاعدة اليوتوب، كون الفيديوهات الأكثر شعبية هي تلك التي نشرها مدونون وتم إعادة نشرها عبر وسائل الإعلام. (في بوزيان، 2014، ص 37) وبالتالي فموقع اليوتوب حسب شدا يعقوب " يعتبر أهم مكان في شبكة الأنترنت لمشاركة الفيديوهات مجاناً، كما أنه استطاع في فترة زمنية قصيرة الحصول على مكانة متقدمة ضمن مواقع التواصل الاجتماعي.

(في حسروميا ودريد، 2018، ص 119).

### 3.8- إنستغرام (Instagram):

ظهر موقع الانستغرام في أول مرة نهاية (2010) على يد الثنائي الأمريكي "كيفين سيستروم" ( Kevin )

( Systrom ) "ومايك كريغر" (Mike Krieger). (شين و ببة، 2022، ص 181)

يقول "شرفية وزغدود" الانستغرام هو شبكة اجتماعية وتطبيق مجاني لتبادل الصور، واستحوذت عليه شركة فايس بوك من خلال صفقة بلغت قيمتها مليار دولار ويتيح للمستخدمين التقاط صورة وإضافة فلتر رقمي إليها ثم مشاركتها في مجموعة متنوعة من خدمات الشبكات الاجتماعية وشبكة انستغرام نفسها (في وقنوني وعبد

الكريم، 2022، ص 1167)

وتعرفة ("Rousse") على أنه احدى منصات التواصل الاجتماعي التي تُعنى بتحرير ورفع الصور ومقاطع الفيديو من خلال منشورات يتم نشرها عبر حساب المُستخدم على هذه المنصة، كما يسمح الانستغرام بمشاركة تلك الصور ومقاطع الفيديو بسهولة عبر منصات التواصل الاجتماعي الأخرى. (في أمانة، 2023، ص76).

وهو برنامج يعمل على الهواتف الذكية (في شاوي، 2022، ص 294) ولقد تم دعم انستغرام في البداية على أيفون وأيباد، وفي أبريل (2012) تم توفيره على نظام أندرويد الأساسي، حيث تم توزيعه على ( App store) و(google play)، وفي جوان (2013)، تم وضع تصوير الفيديو للمستخدمين، وأيضاً شهد تطبيق انستغرام نمواً كبيراً من حيث عدد المستخدمين منذ أن بدأ التنزيل على الأجهزة الداعمة لنظام أندرويد، حيث وصل الى 30 مليون مستخدم، وخلال عام واحد فقط وصل العدد الإجمالي إلى أكثر من 300 مليون مستخدم. اذ يعتبر الهدف الأسمى لهذه الشبكة الاجتماعية كان دائماً التسجيل والتأريخ والتوثيق بطريقة فنية للمكان عبر تصوير المواقع والأحداث، أو الشخصيات العامة، خلال زيارتها للاماكن، وإظهار هذا الأخير كما هو مع التركيز على إيجابيات من جهة، وإخضاع الصور المنشورة لمتطلبات الجماليات الفنية من جهة اخر. (طاهري ومصنوعة، 2022، ص 339)

وعليه تعتبر منصة انستغرام من المنصات القلائل التي حققت مكانتها مع وسائل التواصل الاجتماعية الأخرى في وقت قصير، ولها تأثير اجتماعي قوي وهذا راجع الى شكل التطبيق (الجماليات) والاشباع الفوري الذي تتمتع به من الصور، والفيديوهات والرسالات وما تقدمه من مشاعر للناس من بينهم الإحساس بالتقدير (في بيبي وريضا، 2023، ص 795)

#### 4.8- الواتس اب (WhatsApp):

واتس آب بالإنجليزية WhatsApp هو برنامج أمريكي مجاني، يسمح للمستخدمين بإرسال رسائل نصية وصوتية، كما يسمح بالقيام بمكالمات هاتفية مرئية وغير مرئية عن طريق خاصية الفيديو، كما يقدم خدمة مشاركة الصور والمستندات ومواقع المستخدمين ووسائل أخرى، وهو تطبيق خاص بالهاتف الذكي لكن يمكن استعماله من طرف الحاسوب طالما يظل متصل بالإنترنت. (إسماعيل، 2021، ص 127)

يقول "Brahoumi" تم انشاء الواتس اب في سنة (2009) من طرف (Jan Koom) و (Brian Anton) ، الأثنين كانا عاملين بمنظمة (Yahoo) ، وفي أبريل (2013) تم شراء واتسب من طرف (google) ، وكان له حوال 400 مليون مستعمل في أكثر من 180 دولة ( In Selvan, & Kalaiyarasan, 2023, P. 03) ، وصدورا من مجلة فورب (Forbes) تم شراء الواتس اب مرة ثانية (WhatsApp) من قبل شركة فايسبوك (Facebook) ميئا حاليا بقيمة 19 مليار دولار في فيفري 2014، (Olson,03/12/2023).

صار الواتس آب الوسيلة الشعبية للتواصل الاجتماعي والمؤثر الفاعل على السلوك الفردي والجماعي، ولاسيما أهميته تكمن في تداول الأخبار، وفي التعليم والاجتماعات والتوعية والدعوة والإرشاد. (الشاعر، 2015، ص 65-66)

### 5.8- منصة إكس X (تويتر سابقا):

منصة "إكس"، المعروفة سابقا باسم تويتر بعد شراءها من طرف ايلون موسك (Elon Musk)، في عام 2022 مقابل 44 مليار دولار، واستبدل شعار الطائر الأزرق الشهير بحرف باللاتينية "إكس" (X)، كما قام بإزالة كلمة تويتر من موقعه وتطبيقاته ومقره، الآن عندما تكتب Twitter.com يتم ارجاعك الى X.com . (What Is Twitter "X?", 30/11/2023)

يعد موقع تويتر (Twitter) واحد من أكبر شبكات التواصل الاجتماعي. أسسه إيفان ويليامز ( Evan Williams) المولد في عام 1972 ولاية نبراسكا الأمريكية، وانتقل الى الجامعة التي لم يكمل فيها تعليمه (في بوحوالي، 2021، ص70).

ولد تويتر (Twitter) عام (2006) عندما أقدمت شركة (Obvious) الأمريكية بالقيام ببحث تطويري لخدمة التدوين المصغر، كما أتاحت الشركة المعنية ذاتها استخدام هذه الخدمة لعامة الناس في أكتوبر من نفس العام، ومن ثم أخذ هذا الموقع بالانتشار، باعتباره خدمة حديثة في مجال التدوينات المصغرة، بعد ذلك أقدمت الشركة ذاتها بفصل هذه الخدمة المصغرة عن الشركة الأم، واستحدثت لها خاصاً يُطلق عليه (تويتز)، وذلك في أبريل عام (2007)، (الشاعر، 2015، ص64)

بما أن تويتر يقدم خدمة تدوين مصغرة فهو يسمح لمستخدميه كتابة 140 حرفاً وزاد العدد الى 280 حرفاً ابتداءً من 08 نوفمبر 2017 فالالتزام بعدد معين من الحروف يستلزم عمليات متكررة من التكتيف والتركيز لصياغة التغريدة (سيرا، 2022، ص 366)

ويمثل تويتر شبكة معلومات آنية مدعومة من الناس في جميع أنحاء العالم تسمح بمشاركة واكتشاف "ماذا يحدث الآن". حيث يطرح الموقع في واجهته السؤال: "ماذا يحدث الآن". ويجعل الإجابة تنتشر الى الملايين عبر العالم على الفور. (بوحوالي، 2021، ص 70)

وعلى هذا الأساس، يمكن القول إن تويتر (أكس حالياً) موقع تواصل اجتماعي لا يقل أهمية عن موقع فايسبوك، ويعتبر المنافس الأكبر له (في بوعمر، يي، ص83)

## 9.8- التيك توك (TikTok) :

من بين أحدث مواقع التواصل الاجتماعي وأشهرها، يعمل على أجهزة "IOS" و "Android" يمكن استخدامه لإنشاء مقاطع فيديو قصيرة ومشاركتها، كانت نشأته في أول الأمر باسم دوين في سبتمبر 2016 في الصين، في العام التالي 2017 تم إطلاق التطبيق بواسطة شركة بايت دانس للأسواق خارج الصين، وهو الآن متاح في جميع أنحاء العالم عبر متجر التطبيقات "أب ستور" أو "جول بلاي".

(بخوش ورتيمي، 2022، ص 205)

أصبح TikTok ينافس Instagram من حيث عدد المستخدمين الذي قدر بمليار مستخدم نشط شهريا (أقراد، 2023، ص 140)

## خلاصة الفصل:

تضمن هذا الفصل جزء مفهوم وسائل التواصل الاجتماعي، من خلال تطور الانترنت عبر التاريخ وبرز ثورات الانترنت من الجيل الأول والجيل الثاني الى ظهور وسائل التواصل الاجتماعي، وتم تبيين الفرق بين وسائل التواصل الاجتماعي وشبكة التواصل الاجتماعي.

ثم تسليط الضوء على أهم وسائل التواصل الاجتماعي انطلاقا من فاسبوك، يوتوب، انستغرام، والواتساب مرورا بمنصة "اكس" وفي الأخير تيك توك.

# الفصل الرابع:

## الدراسات السابقة

## الفصل الرابع: الدراسات السابقة

تمهيد

1 الهوية الاجتماعية وعلاقتها باستعمال وسائل التواصل الاجتماعي

1.1 دراسات عربية

2.1 دراسات أجنبية

2 الهوية الاجتماعية والتصنيف الاجتماعي

1.2 دراسات عربية

2.2 دراسات أجنبية

3 استعمالات وسائل التواصل الاجتماعي

1.3 دراسات عربية

2.3 دراسات أجنبية

4 التعقيب على الدراسات السابقة

5 مكانة الدراسة الحالية من الدراسات السابقة

## تمهيد:

يعد من الضروري للطالب الاعتماد على دراسات سابقة يركز عليها أولاً لإعطاء مبرر من خلال اعتبار الدراسات السابقة تحدد الوجهة التي من أجلها أن يصب البحث، وثانياً نتائج البحث لها دلالة علمية والدراسات السابقة حجج علمية ان كانت تتوافق مع دراسة الطالب فهي تعزز من أمانته وأهميته و أن كانت تعارض الدراسات السابقة فهي تفتح باباً لإعادة النظر في الظاهرة المدروسة، وثالثاً تساعدنا الدراسات السابقة على العثور على الفجوات والشغرات لإنجاز بحوث جديدة وتوسع الآفاق ومنبعاً لنظريات جديدة. والدراسة الآتية منقسمة على ثلاثة محاور:

المحور الأول: دراسات سابقة للهوية الاجتماعية وعلاقتها باستعمال وسائل التواصل الاجتماعي

المحور الثاني: دراسات سابقة عربية وأجنبية للهوية الاجتماعية والتصنيف الاجتماعي

المحور الثالث: دراسات سابقة عربية لاستعمالات وسائل التواصل الاجتماعي

كما تم التعقيب على الدراسات، وفي الأخير إعطاء مكانة الدراسة الحالية من الدراسات السابقة.

الهوية الاجتماعية وعلاقتها باستعمال وسائل التواصل الاجتماعي:

دراسات عربية:

دراسة صوالحية وفارس(2023) ،عنوانها : "أثر استخدام مواقع التواصل الاجتماعية على الهوية الثقافية

لدى الشباب الجامعي- دراسة ميدانية على عينة من الشباب بجامعة تبسة".

هدفت الدراسة الى التعرف على أثر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على الهوية الثقافية لدى الشباب الجامعي.

تكونت العينة من 60 مفردة من طلبة جامعة تبسة، اعتمد المنهج المسحي، واستعمل الاستبيان كأداة للقياس. توصلت النتائج الى:

استخدام مواقع التواصل أثر سلبي على الهوية الثقافية لدى الشباب الجامعي.

دراسة صحراوي(2023)، عنوانها: "تمثلات الهوية الافتراضية للمجتمع الجزائري بالفضاء العمومي الرقمي

من خلال أخلاقيات النقاش. (دراسة مسحية تحليلية على عينة من الشباب الجزائري المستخدم للشبكات الاجتماعية الرقمية)"

تهدف الدراسة الى البحث في الكيفية التي يتمثل بها المجتمع الجزائري خصوصا فئة الشباب هويته

الافتراضية عبر هذا الفضاء الذي تشكله الشبكات الاجتماعية الرقمية من خلال أخلاقيات النقاش.

تكونت العينة من 400 مفردة، واستعمل منهج المسح الاجتماعي، طبق استبيان الكتروني كأداة قياس إضافة

الى مقابلة الكترونية مع مختصين بحثوا في الموضوع بلغ عددهم 08 أساتذة.

توصلت النتائج الى:

- يسعى الشباب الجزائري في علاقتهم بالفضاء الرقمي في تشكيل نوع جديد من الحياة، حياة غير طبيعية لكنها مرتبطة بما هو طبيعي، حياة افتراضية تؤسس بالتوازي مع حياتهم الحقيقية من حيث تمثل الهويات الاجتماعية والثقافية والسياسية والدينية من خلال كما هي في الواقع.
- تعد رغبة الشاب الجزائري في تزييف هويته الحقيقية عبر الفضاء الرقمي نابعة من البحث عن ذات رقمية أفضل من ذاته الحقيقية التي يتواصل من خلالها في الواقع، التي يرى أنها عاجزة تماما عن تحقيق رغباته.

- الفضاء الرقمي هو عالم الرمزي، إذ أن كل شيء فيه يستخدم في التواصل والتعبير عن هويات وذوات الأفراد المستخدمين له عبارة عن رموز وأيقونات رمزية، وكلها لها معاني ودلالات معينة، تبنى من خلالها صورة المستخدمين عن بعضهم البعض.

دراسة **Elsayed (2021)**، عنوانها: الآثار السلبية لوسائل التواصل الاجتماعي حول الهوية الاجتماعية للمراهقين من وجهة نظر العمل الاجتماعي.

- تهدف الدراسة الى تحديد مستويات الهوية الاجتماعية وتحليل الآثار السلبية لوسائل التواصل الاجتماعي حول الهوية الاجتماعية من نظر العمل الاجتماعي.
- تكونت العينة من 200 مراهق ومراهقة، استعمل استبيان مبني على خلفية نظرية مرسيا للهوية الاجتماعية. اسفرت النتائج الى:

- وجود عدة جوانب سلبية لوسائل التواصل الاجتماعي حول الهوية الاجتماعية للمراهقين المتمثلة في المماطلة والتأجيل، انغلاق، تشتت.

دراسة جعفري (2018)، عنوانها: "انعكاسات الشبكات الاجتماعية الالكترونية على الهوية الثقافية للشباب الجامعي الجزائري موقع "فيس بوك" أنموذجاً. دراسة تحليلية وميدانية.

تهدف الدراسة الى معرفة انعكاسات التصفح المستمر لشبكة "فيس بوك" كأشهر الشبكات الاجتماعية الالكترونية على عناصر الهوية الثقافية للشباب الجامعي الجزائري.

تكونت العينة من 401 طالب وطالبة، واستعمل المنهج المسحي (بنوعه الوصفي والتحليلي)، طبقت استمارة الكترونية كأداة قياس.

توصلت النتائج الى:

-الانعكاسات الشبكات الاجتماعية الالكترونية على الهوية الثقافية للشباب الجامعي لها جانبان واحد إيجابي والآخر سلبي.

- الجانب السلبي أثرت هذه الشبكات على اللغة العربية للشباب الجزائري وحتى الأجنبية ولم تعد لديهم لغة ثابتة ومعروفة للتواصل في واقعهم الافتراضي.

- تشويه بعض الحقائق التاريخية.

- تهميش اللغة الأمازغية للمبجوثين.

دراسة بريعم (2016)، عنوانها: "أثر مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية الإحساس بالهوية النفسية لدى الشباب الجزائري (دراسة ميدانية على عينة من طلبة جامعة أم البواقي)

هدف الدراسة الى معرفة أثر مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية الإحساس بالهوية النفسية لدى الشباب الجزائري.

تكونت العينة من 157 طالب وطالبة من جامعة أم الوافي، واستعمل المنهج الوصفي التحليلي، وطبق استبيان كأداة قياس.

توصلت النتائج الى:

1- مواقع التواصل الاجتماعي أثر هام وكبير في تنمية الإحساس بالهوية النفسية لدى الشباب الجزائري.

2- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الشباب الجزائري في تحديد أثر مواقع التواصل الاجتماعي في

تنمية الإحساس بالهوية النفسية تعزى لمتغير الجنس، وهذه الفروق لصالح الإناث.

### دراسات أجنبية:

دراسة Yang واخرون (2018)، عنوانها: وسائل التواصل الاجتماعي، المقارنة الاجتماعية واضطراب

الهوية في الانتقال الى الجامعة: نموذج المسار المزدوج.

تهدف الدراسة الى معرفة اضطرابات الهوية الناتجة من خلال مقارنة الطلاب الجدد في وسائل التواصل الاجتماعي.

تكونت العينة من 219 مفردة من الطلبة الجدد، استعمل مقياس المقارنة الاجتماعية في وسائل التواصل الاجتماعي.

أسفرت النتائج الى:

- المقارنة الاجتماعية للقدرات في وسائل التواصل الاجتماعي لها علاقة موجبة مع الاجترار مما نتبأ باضطراب عالي للهوية.

- المقارنة الاجتماعية بالآراء لها علاقة موجبة مع التنافس في الأفكار وهذا لا يجعلنا نتبأ باضطراب في الهوية.

دراسة Thomas وآخرون (2017)، عنوانها: فهم وسائل التواصل الاجتماعي وعمل الهوية عند الشباب الذين ينتقلون إلى الجامعة.

تهدف الدراسة إلى الكشف عن علاقة المقارنة الاجتماعية وسلوك إدارة الذات باستعمالات وسائل التواصل الاجتماعي في الوسط الجامعي.

تكونت العينة من 25 طالب جامعي 6 ذكور و 19 إناث، استعملت المقابلة.

أسفرت النتائج:

- المشاركون يمرون بالجامعة بنفس المراحل الانتقالية في الحياة، التأكيد، الاستيعاب، اندماج.
- أهمية تداخل النشاط في اتصال أو لا مع الانترنت له فوائد وقيود لاستعمال وسائل التواصل الاجتماعي في المرحلة الانتقالية.

دراسة Chan (2014)، عنوانها: اشباع الهوية الاجتماعية لمواقع التواصل الاجتماعي وأثرها على المشاركة في العمل الاجتماعي.

تهدف الدراسة إلى معرفة دافع مشاركة الأفراد إلى عمل جماعي من خلال انتمائهم الاجتماعي واشباعهم لهويتهم الاجتماعية واستعمالهم لمواقع التواصل الاجتماعي.

تكونت العينة من 406 مفردة، استعمل استبيان على الانترنت.

أسفرت النتائج عن طريق التحليل العاملي:

- دوافع استعمالات مجموعات فايسبوك قائم على انتمائهم الاجتماعي والنفسي لجماعاتهم.
- كلما كانت اشباعات الهوية الاجتماعية مرتفعة كلما زاد دافعهم إلى المشاركة إلى عمل جماعي.

- الدراسة وضحت أهمية مزج بين نظرية الهوية الاجتماعية ونظرية تصنيف الذات ونظرية الاستخدامات والأشباع للتنبؤ بعمل جماعي.

دراسة **Barker (2012)**، عنوانها: مقارنة بين الأجيال لاستعمال مواقع التواصل الاجتماعي: تأثير العمر والهوية الاجتماعية.

تهدف الدراسة الى مقارنة استعمالات مواقع التواصل الاجتماعي بين الشباب (18-29) والأشخاص أكبر منهم سن (41-64) وتأثير تقديرهم الذات الاجتماعي وهويتهم الاجتماعية على استعمالات وسائل التواصل الاجتماعي.

تكونت العينة من 256 مفردة، استعمل المنهج الوصفي، طُبِقَ استبيان كأداة للقياس. توصلت النتائج الى:

- هناك تقدير ذات جماعي عالي للشباب.

- استعمالات مواقع التواصل الاجتماعي تكون من أجل التواصل بين الأقران والتعويض الاجتماعي.

- رغم العمر، المبحوثين لديهم تقدير ذات اجتماعي عالي والذين لديهم نفس الهوية الاجتماعية يستعملون مواقع التواصل الاجتماعي للتواصل بين الأقران وأشباعات الهوية الاجتماعية.

- المبحوثين الذين لديهم تقدير اجتماعي منخفض يستعملون مواقع التواصل الاجتماعي للتعويضات الاجتماعية.

- هناك علاقة ارتباطية قوية بين اشباعات الهوية الاجتماعية والتعويضات الاجتماعية.

دراسة **Pempek, T., Yermolayeva, Y., & Calvert, S (2009)**، عنوانها : تجارب التواصل

الاجتماعي لطلاب الجامعات على الفايسبوك

تهدف الدراسة الى معرفة لماذا وكيف يستعملون الشباب الجامعي الفايسبوك.  
تكونت العينة من 92 شباب جامعي مستعملين فايسبوك، استعمل استبيان كأداة قياس.  
أستقرت النتائج الى:

- يستعملون الشباب فايسبوك يوميا لمدة 30 دقيقة ويعد من رويتهم اليومي.
- يتواصلون الطلبة أو الشباب مع زملائهم بعدة طرق من شخص الى شخص أو شخص الى جماعة.
- يقضي مختلف الطلبة وقتهم عند استعمالهم لفايسبوك في استهلاك المحتوى أكثر من نشره.
- فايسبوك يساعد الطلبة في التعبير على هويتهم.

دراسة Zhao, S., Grasmuck, S., & Martin, J (2008)، عنوانها: بناء الهوية على فاسبوك:

#### التمكين الرقمي مرسخ في العلاقات الاجتماعية.

تسعى هذه الدراسة إلى توسيع نطاق البحث حول العرض الذاتي في البيئات غير السرية مثل الفايسبوك أين يستطيع المستعملين تقديم أنفسهم بعدة طرق، من خلال صورهم، المعلومات التي يُردون نشرها في حساباتهم. وعدم السرية في موقع الفايسبوك يعتبر من الشروط المثالية لدراسة بناء الهوية في بيئة أين العلاقات الاجتماعية مرسخة في مجتمع غير متصل بالإنترنت.

تكونت العينة من 63 مستعمل لفايسبوك، استعمل منهج تحليل محتوى.

توصلت النتائج الى:

- هوية الأفراد في بيئة رقمية معلومة تختلف الهوية في بيئة رقمية مجهولة.
- مستعملون فايسبوك يصرحون عن هويتهم ضمنا على غرار أن يكونوا صريحين

دراسات سابقة حول الهوية الاجتماعية والتصنيف الاجتماعي:

## دراسات عربية:

دراسة بن ظاهر ومزيان (2017)، عنوانها: تقدير الذات الاجتماعية لدى فئة الشباب.

تهدف الدراسة الى الكشف مستويات تقدير الذات الاجتماعية لدى الشباب.

تكونت عينة 696 طالب وطالبة، منهج الدراسة وصفي، وطبق استبيان من اعداد الباحثين.

اسفرت النتائج على:

-تمتع الشباب الجامعي بمستوى جيد لتقدير الذات الاجتماعية وبمستويات متكافئة بين الجنسين.

-تسجيل تباين في مستوى تقدير الذات الاجتماعية تبعاً لتخصص العلمي والمستوى الاقتصادي.

دراسة أمال (2015)، عنوانها: الهوية الاجتماعية وتصورات المكانة الاجتماعية لدى البطالين

الجامعيين. دراسة ميدانية على عينة من البطالين الجامعيين لمدة طويلة بمدينة تفرت ولاية ورقلة.

تهدف الدراسة الى الكشف عن العلاقة الجدلية بين الهوية الاجتماعية للبطالين الجامعيين وتصور المكانة الاجتماعية.

تكونت العينة من 64 مفردة كلهم ذكور حسب طبيعة الدراسة، استعمل المنهج الكمي، طبق استبيان كأداة للقياس.

أسفرت النتائج على:

- تؤثر العوامل الاجتماعية للبطال الجامعي على طبيعة تصوراته لمكانته الاجتماعية.

- تؤثر العلاقات الاجتماعية للبطال الجامعي على طبيعة تصوراته لمكانته الاجتماعية.

- يؤثر المستوى الثقافي للبطال الجامعي على طبيعة تصوراته لمكانته الاجتماعية.

دراسة صادق وعباس (2015)، عنوانها: بناء مقياس الهوية الاجتماعية لطلاب المرحلة المتوسطة.

تهدف الدراسة الى بناء مقياس الهوية الاجتماعية لدى طلاب المرحلة المتوسطة في قضاء بعقوبة. تكونت العينة من 300 طالبا. تم التحقق من صدق بالمقياس بحساب صدق المحتوى و صدق البناء، والثبات بالاتساق الداخلي واستخدام معادلة ألفا كرونباخ.

- أظهرت النتائج دلالة صدق وثبات مقبولة لهذا المقياس.

دراسة السعدي وعلوان (2014)، عنوانها: بناء مقياس تصنيف الذات لدى المرشدين التربويين.

تهدف الدراسة الى بناء مقياس تصنيف الذات وقياس تصنيف الذات لدى المرشدين التربويين. تكونت العينة من 200 مرشد ومرشدة، استعمل المنهج الوصفي، طبق مقياس التصنيف الذاتي المبني من طرف الباحث.

- من خلال نتيجة البحث المرشدين التربويين يتصفون بتصنيف ذات عال.

دراسة واوزي(2013)، عنوانها: اضطراب الهوية الشخصية و الاجتماعية و السلوك الانتحاري : دراسة ميدانية على الافراد المحاولين لعملية الانتحار بولاتي تيزي وزو و ورقلة.

تهدف الدراسة في محاولة البحث في قضية وجود الإنسان أي ما يسمى بالهوية الشخصية والاجتماعية، من حيث رتبها المختلفة من وضوح، تشتت، غموض ومدى تأثير ذلك على السلوك الانتحاري وترتبط هذه المحاولة بغرض وضع حلول ناجعة، من أجل على الأقل تقليص من عدد المنتحرين الذي يتزايد عبر السنوات.

تكونت العينة من 79 فردا حاولوا الانتحار، استعمل المنهج الوصفي، وتم تطبيق مقياس رتب الهوية الشخصية والاجتماعية على الافراد المحاولين لعملية الانتحار في كل من ولاية تيزي وزو و ورقلة.

اسفرت نتائج الدراسة على عدم وجود تحقيق، انغلاق، تعليق على مستوى الهوية الشخصية والاجتماعية و هنالك تشتت على مستوى الهوية الشخصية الاجتماعية، كما أخذ بعين الاعتبار الحالة الاجتماعية عازب ، متزوج و كذا متغير الجنس ذكور و إناث.

**دراسة العزاوي والخفاجي ومحمد (2013)، عنوان: مستوى شعور طلبة كلية التربية بالهوية الوطنية.**

هدفت الدراسة الى بناء مقياس الهوية الوطنية لدى طلبة الجامعة، وقياسه، والتعرف على الفرق في الهوية الوطنية لدى طلبة الجامعة وفق متغيرات الجنس والتخصص.

تكونت العينة من 160 طالبا وطالبة، استخدم المنهج الوصفي، كما قام الباحثين ببناء أداة القياس:

مقياس الهوية الوطنية من خلال تبني نظرية تاجفيل.

أسفرت نتائج الدراسة:

- يتمتع الطلبة بالشعور بالهوية الاجتماعية.
  - وجود فروق دالة احصائيا بين الذكور والاناث في الهوية الوطنية ولمصلحة الاناث.
  - عدم وجود فروق دالة احصائيا في التخصص الدراسي في الهوية الوطنية.
  - عدم وجود فروق دالة احصائيا ذي التفاعل بين الجنس والتخصص الدراسي في الهوية الوطنية.
- دراسة مبارك (2013)، عنوانها: التعصب وعلاقته بالهوية الاجتماعية والمكانة الاجتماعية لدى العاطلين عن العمل.**

تهدف الدراسة الى معرفة علاقة التعصب بالهوية الاجتماعية والمكانة الاجتماعية لدى العاطلين عن العمل.

تكونت العينة من 400 مفرد ومفردة الحاملين على شهادات جامعية والعاطلين عن العمل في محافظة

ديالى، استعمل المنهج الوصفي وطُبّق ثلاث مقاييس تم بنائهم كأدوات للدراسة وهم:

- مقياس التعصب لدى العاطلين عن العمل.
- مقياس الهوية الاجتماعية لدى العاطلين عن العمل.
- مقياس المكانة الاجتماعية لدى العاطلين عن العمل.

أسفرت النتائج على:

- لدى العاطلين عن العمل مستوى عال من التعصب وهوية اجتماعية إيجابية وشعورا بالمكانة الاجتماعية الواطئة.
  - لا توجد هناك فروق ذات دلالة إحصائية بين الذكور والاناث في التعصب والهوية الاجتماعية والمكانة الاجتماعية.
  - هناك علاقة ارتباطية دالة بين التعصب والهوية الاجتماعية، والتعصب والمكانة الاجتماعية، والهوية الاجتماعية والمكانة الاجتماعية.
  - هناك علاقة ارتباطية دالة وموجبة بين التعصب والهوية الاجتماعية والمكانة الاجتماعية.
- دراسة نظمي (2010)، عنوانها: قياس الهوية الوطنية لدى العاطلين عن العمل في العراق.
- تهدف هذه الدراسة الى تناول موضوع الهوية الوطنية بصفة نفسية موضوعية، وذلك من خلال التعرف على مشاعر المبحوث نحو وطنه (العراق) وموقفه منه.
- تكونت العينة من 403 فردا من الذكور العاطلين عن العمل، استعمل المنهج الوصفي المسحي، ولقد تم تطوير مقياس ثنائي الأبعاد للهوية الوطنية العراقية وتم تمريره على العينة عن طريق المقابلة المسحية الفردية، وبعد تطبيق التحليل العاملي صار له بعد واحد.
- اسفرت النتائج أن العاطلين عن العمل يتمتعون بهوية وطنية عراقية قوية.

دراسة زايد (2005)، عنوانها: إعادة اكتشاف مفهوم الأفكار النمطية من خلال نظرية تصنيف الذات.

تهدف الدراسة الى التحقق من الفروض التي وضعتها نظرية تصنيف الذات المتعلقة بالأفكار النمطية

وخاصة فيما يتعلق بالدور الذي يلعبه بروز الهوية الاجتماعية.

تكونت العينة من 173 طالبا وطالبة، استخدم المنهج التجريبي، كما استخدم استبيان صمم من أجل التجربة،

كما اعتمد الطالبعلى المقابلة.

أسفرت النتائج على:

- بروز الهوية الاجتماعية والشعور بعضوية الجماعة يؤديان الى الإجماع النظري.
- الهوية الاجتماعية والشعور بعضوية الجماعة يؤديان الى التفضيل النمطي.
- بروز الهوية الاجتماعية والإحساس بعضوية الجماعة يرفعان من الشعور بأهمية الجنسية.

#### دراسات أجنبية:

دراسة cameron(2004) عنوانها: نموذج ثلاثي للهوية الاجتماعية، الذات والهوية.

تهدف الدراسة الى التحقق من معرفة أن الهوية الاجتماعية تتكون من ثلاث مكونات.

قام كامرون باجراء خمس دراسات على عينة مكونة من 1078 شخص، واحدة من العينات مكون من غير

طلبة وطبق عليهم التحليل العاملي. كما هناك ثلاث مجموعات على حسب (الجامعة، الجنس، الهوية الوطنية).

أوضحت نتائج التحليل العاملي:

- أنها تساند البعد الثلاثي للهوية الاجتماعية، حيث كانت أكثر دلالة من البعد الأحادي والثنائي للهوية

الاجتماعية (البعد المعرفي و البعد الوجداني).

- كما أكدت النتائج على صدق وثبات البعد الثلاثي.

دراسة Jackson and Smith (1999)، عنوانها: تصور الهوية الاجتماعية: إطار جديد ودليل على تأثير الأبعاد المختلفة.

تهدف هذه الدراسة الى معرفة الفرق بين الهوية الاجتماعية الآمنة والهوية الاجتماعية الغير الآمنة، حيث كلما كانت الهوية الاجتماعية الغير الآمنة مرتفعة نتنبأ بتقييم إيجابي للمجموعة (داخلي) أكبر.

الانحياز بين جماعتي (Intergroup bias)، وتصورات أحسن داخل المجموعات

حيث كشفت الدراسة على وجود 4 أبعاد الهوية الاجتماعية:

- إدراك المفهوم بين جماعتي حسب سياق الكلام.

- الانجذاب داخل المجموعة

- الاعتقاد بالاعتماد المتبادل

- الديبرسونالية أو حالة تغيير إدراك الذات.

دراسة Ellemers et al (1999)، عنوانها: التصنيف الذاتي، الالتزام تجاه المجموعة وتقدير الذات

الاجتماعية باعتبارها جوانب مرتبطة ولكن متميزة للهوية الاجتماعية.

تهدف الدراسة الى توضيح الفرق بين التصنيف الذاتي والالتزام تجاه المجموعة، وتقدير الذات الاجتماعية

على أنها ذات صلة وفي نفس الوقت ذات جوانب منفصلة لأعضاء المجموعة، وقد استعمل المنهج التجريبي

على عينة عددها 119 مفردة، وقد توصلت الدراسة الى النتائج التالية:

- توصلت الى أن هذه المكونات يمكن تفريقها الى ثلاث عوامل.

- المكونات الثلاث يؤثر في ميزات مختلفة من الهوية الاجتماعية.

- التصنيف الاجتماعي متأثر بحجم المجموعة.

- تقدير الذات الاجتماعية متأثرة بالحالة الاجتماعية للمجموعة، ومعايير تعيين المجموعة.
- والشيء المهم أن الالتزام تجاه المجموعة هو المكون الوحيد الذي عرض في التمييز بين المجموعات.

دراسة Luhtanen & crocker (1992)، عنوانها: مقياس تقدير ذات اجتماعي: التقييم الذاتي لهوية اجتماعية.

تهدف الدراسة الى بناء مقياس تقدير ذات اجتماعي.

تكونت العينة من 82 مفردة، أستعمل 3 مقاييس فرعية واستبيان كأدوات قياس:

- تقدير الذات Rosenberg.

- استبيان

أسفرت النتائج على:

- صدق وثبات المقياس.

- طبق المقياس على ثلاث دراسات من أجل معرفة البنية العاملية والتي أعطت نموذج رباعي.

دراسة Karasawa (1991)، عنوانها: الاتجاه لتقييم هوية اجتماعية: هيكل تحديد المجموعة وتأثيرها

على تقييم الجماعة الداخلية.

قام كارازاوا (Karasawa) بأجراء دراستين.

دراسة أولى:

تهدف الدراسة الى معرفة ان كانت هناك علاقة إيجابية بين التوحد في المجموعة وتقييم المجموعة.

استعمل المنهج التجريبي (طبق شرط بروز هوية اجتماعية سالبة للمدرسة) على عينة من 192 طالب وطالبة في مدرسة للإعلام الآلي باليابان، طبق مقياس تم بناءه من طرف الطالب الباحث على النموذج الثلاثي للهوية الاجتماعية، تم جمع المحور الأول المعرفي والمحور الانفعالي في (IDgroup) و المحور الثالث مستوحى من الجماعة المرجعية أو الشعور الذي يتبادلته مع أعضاء الجماعة الداخلية في (IDmember).

أسفرت النتائج الى:

- غالبية الطلبة لديهم هوية اجتماعية سالبة وهذا للمكانة المنخفضة للمدرسة.
- أظهرت نتائج التحليل العاملي بروز عاملين.
- أظهرت نتائج التحليل العاملي عن ضرورة تمييز بين المتغيرين (IDgroup) و (IDmember).
- أظهرت نتائج التحليل العاملي عن عدم ضرورة فصل بين المتغير المعرفي والانفعالي في (IDgroup).
- الطلبة الذين لديهم هوية اجتماعية منخفضة لما كان تقييمهم منخفض أيضا في كلتا الشرطين للتجربة بروز هوية اجتماعية سالبة للمدرسة وعدم بروز هوية اجتماعية سالبة.
- الطلبة الذين لديهم هوية اجتماعية عالية لا توجد فروق دالة في كلتا الشرطين للتجربة.

#### الدراسة الثانية:

هدفت الدراسة الثانية الى تكرار ما وجدته الدراسة الأولى.

استعمل المنهج التجريبي (طبق شرط بروز هوية اجتماعية موجبة وسالبة للمدرسة) على عينة من 287 طالب وطالبة في مدرسة للإعلام الآلي باليابان، طبق نفس مقياس الهوية الاجتماعية في الدراسة الأولى مع بعض التعديلات.

أسفرت النتائج الى:

- معظم الطلبة لديهم هوية اجتماعية سالبة.

- أظهرت النتائج التحليل العاملي على بروز عاملين وعدم فصل بين المتغير المعرفي والانفعالي وهو تكرار نتائج الدراسة الأولى.

- عدم وجود فروق دالة للتقييم بإدخال شروط التجربة بروز أو عدم بروز الهوية الاجتماعية.

**دراسة Kelly (1989)، عنوانها: الهوية السياسية وإدراكات التجانس بين المجموعات.**

تهدف الدراسة الى معرفة الجوانب التي تكون أكثر تجانس في الجماعة الداخلية والجماعة الخارجية في سياق

سياسي باستعمال نظرية التصنيف الاجتماعي ونظرية تجانس المجموعة الخارجية. واعتمدت على نموذج

ثنائي لقياس الهوية الاجتماعية.

حيث تم الاعتماد على المنهج التجريبي، شارك 64 طالب من جامعة لندن، مؤيدين للحزب لآبور.

توصلت النتائج الى:

- هناك علاقة إيجابية بين إدراك التجانس بين المجموعات و بروز الهوية السياسية.

- إدراك التجانس بين المجموعات أكبر من جميع النواحي في المجموعات.

- كل ما كانت خاصية من التصنيف الاجتماعي واضحة، كل ما كان إدراك التجانس بين الجماعات

كبير في الجماعة الداخلية والخارجية.

- كلما كان إدراك التجانس كبير في الجماعات الخارجية كلما كانت الصفات الشخصية غير متجانسة.

**دراسات سابقة حول استعمال وسائل التواصل الاجتماعي:**

**دراسات عربية:**

**دراسة عبد الله ويسر (2023)، عنوانها: اعتماد طلبة الجامعات على مواقع التواصل الاجتماعي للحد من**

**منشورات المحتوى الهابط دراسة ميدانية على عينة من طلبة جامعة واسط.**

تهدف الى معرفة اعتماد طلبة الجامعات على مواقع التواصل الاجتماعي للحد من منشورات المحتوى الهابط وما نتج عنها من آثار سلبية في بعض جوانب الحياة.

تكون العينة من 100 مبحوث، استخدم المنهج المسحي، واستعمل الاستبيان كأداة للقياس.

أسفرت النتائج الى:

- أحد أهم أسباب اللجوء الى مواقع التواصل الاجتماعي من قبل المتصفحين هو من أجل متابعة أهم المواضيع الاجتماعية بالدرجة الأولى
- الآثار الوجدانية المترتبة على استخدام المحتوى الهابط من قبل بعض الأطراف وقد جاء الخوف والقلق في الترتيب الأول تم يليه الفتور العاطفي.
- ان الآثار المترتبة على مواقع التواصل الاجتماعي في الحد من المحتوى الهابط جاء في الترتيب الأول الآثار السلوكية بنسبة بلغت 55%، ثم يليها الآثار المعرفية بنسبة بلغت 23%، وفي الترتيب الثالث جاء الآثار الوجدانية بنسبة بلغت 22%.
- ان ترتيب مواقع التواصل الاجتماعي استخداما لدى المبحوثين، وجاء في الترتيب الأول موقع تيك توك بنسبة بلغت 30%، وجاء في الترتيب الثاني موقع انستغرام بنسبة 26%.
- ان المبررات من استخدام مواقع التواصل الاجتماعي جاء عبارة تفشي البطالة في الترتيب الأول، بنسبة 21%، وجاء في الترتيب الثاني عبارات المشكلات الاسرية بنسبة 19% وجاء في الترتيب الثالث عبارة أوقات الفراغ بنسبة 18% وجاء في الترتيب الرابع عبارات بعد المسافات بين الأهل والأقارب بنسبة 11% وجاء في الترتيب الخامس عبارات الهروب من الواقع بنسبة 9%.

دراسة الشريف (2022)، عنوانها: تأثير بعض شبكات التواصل الاجتماعي على الشعور بالأمن النفسي لدى عينة من طلبة جامعة أم القرى.

تهدف الدراسة الى معرفة تأثير بعض شبكات التواصل الاجتماعي على الشعور بالأمن النفسي لدى عينة من طلبة جامعة أم القرى.

تكونت العينة من 150 طالب وطالبة، استخدم مقياس شبكات التواصل الاجتماعي، ومقياس الأمن النفسي كأداة للقياس.

أسفرت النتائج الى:

- فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسط درجات أفراد العينة في استخدام شبكات التواصل الاجتماعي تبعا لمتغير الجنس لصالح الإناث.
- وجود فروق في متوسط الدرجات أفراد العينة في استخدام شبكات التواصل الاجتماعي تبعا لمتغير المرحلة الدراسية كانت لصالح الحاصلين على درجة البكالوريوس.
- وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسط درجات أفراد العينة في الأمن النفسي تبعا لمتغير الجنس كانت لصالح الاناث.
- وجود فروق في متوسط درجات أفراد العينة في الأمن النفسي تبعا لمتغير المرحلة الدراسية وكانت لصالح مرحلة الدراسات العليا.
- وجود علاقة ارتباطية طردية بين استخدام وسائل التواصل الاجتماعي والأمن النفسي خلال جائحة كورونا.

دراسة بوعمر (2021)، عنوانها: أثر استخدام شبكتي "Facebook" و"Twitter" على مستوى الذكاء الاجتماعي لدى الطالبة الجامعية.

تهدف الدراسة الى دراسة أثر استخدام شبكتي "Facebook و Twitter" على مستوى الذكاء الاجتماعي لدى الطالبة الجامعية.

تكونت العينة 40 طالبة غير مستخدمة لأحد الشبكتين Facebook أو Twitter، تم استخدام المنهج الشبه التجريبي، تم تطبيق ثلاث أدوات: مقياس الذكاء الاجتماعي، أداة تحليل المحتوى، المقابلة. أسفرت النتائج على:

- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في درجات القياس القبلي والبعدي والتبعي على مقياس الذكاء الاجتماعي بين مستخدمي Facebook و Twitter.
- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين درجات القياس القبلي والبعدي على مقياس الذكاء الاجتماعي لدى أفراد المجموعة المستخدمة ل Facebook و Twitter تبعاً للسن والمستوى الدراسي والتخصص العملي وساعات الاستخدام.
- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين درجات القياس القبلي والبعدي على مقياس الذكاء الاجتماعي لدى أفراد المجموعة المستخدمة ل Facebook لصالح القياس البعدي. ولا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين درجات القياس القبلي والبعدي على مقياس الذكاء الاجتماعي لدى أفراد المجموعة المستخدمة ل Twitter.
- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين درجات القياس البعدي والتبعي على مقياس الذكاء الاجتماعي لدى أفراد المجموعة المستخدمة ل Facebook و Twitter.

- يوجد حجم أثر متوسط لاستخدام شبكة Facebook وغياب الأثر لاستخدام شبكة Twitter على درجات الذكاء الاجتماعي لدى المستخدمين.

- توجد مكونات للذكاء الاجتماعي على صفحتي Facebook و Twitter.

- غياب الأثر لدى مستخدمات Twitter بنسبة أعلى مقارنة بمستخدمات Facebook.

دراسة قايد وعيد(2013)، عنوانها: تأثير شبكة التواصل الاجتماعي على الطلبة الجامعيين (دراسة

ميدانية على الطلبة الشباب المستعملين للفايسبوك بجامعة الجزائر 2)

تهدف الدراسة الى البحث عن أثر الشبكة الاجتماعية فاسبوك على الطلبة بجامعة الجزائر 2.

طبقت على عينة من 80 طالب وطالبة، استخدم المنهج الوصفي التحليلي، استعملت أداة الملاحظة

بالمشاركة.

أسفرت النتائج على:

- الشبكة الاجتماعية فاسبوك لها أثر على الطالبة الجامعين بجامعة الجزائر 2.

- آثار الشبكة الاجتماعية سلبية على الطالب بجامعة الجزائر 2.

دراسة عبد الرشيد(2013)، عنوانها: استخدام شبكتي التواصل الاجتماعي الفاييسبوك وتويتر والإشباع

المتحققة لدى طلبة الجامعات الأردنية.

تهدف الدراسة الى معرفة طبيعة استخدام طلبة الجامعات الأردنية لشبكتي التواصل الاجتماعي فاييسبوك

وتويتر والوقوف على أنماط استخدام الموقعين ودوافع استخدامهما من قبل عينة الدراسة، والكشف عن

الإشباع المتحققة منها.

تكونت العينة من 470 طالب، استعمل المنهج الوصفي، طبق عليهم كأدوات للقياس الاستبيان والملاحظة، أسفرت النتائج الى:

- تحديد شبكة الفايسبوك كأعلى نسبة شبكة تواصل اجتماعي استخداما من قبل الطلبة الجامعيين حيث نالت ما نسبته (99,6%)، ثم تليها بفارق ملحوظ شبكة التويتر، حيث نسبة امتلاك أفراد العينة لهذه الشبكة كانت (57,1%)، ثم شبكة يوتوب بنسبة (49.01%)، ثم شبكة أسنتغرام ب (15,02%).
- نسبة استخدام الهواتف الذكية بغاية تصفح شبكات التواصل الاجتماعي قد بلغت (69,69%)، وأن الوقت الذي فضلته هذه العينة لتصفح شبكتي الفايسبوك وتويتر كان من بين الساعة التاسعة مساء ولغاية الساعة الثانية عشر مساء.
- استخدام اللغة أعلى من اللغة العربية.
- أكثر التفاعلات التي تقوم به العينة هي الاعجاب وأقل التفاعلات هي المشاركة.
- أكثر دوافع استخدام طلبة الجامعات الأردنية لشبكة الفايسبوك هو التواصل مع الأصدقاء والأهل والتفاعل معهم اجتماعيا وفكريا وشخصيا، ومتابعة أخبارهم وصورهم وكل ما يتعلق بهم" بينما أكثر دوافع استخدام العينة لشبكة التويتير هو الحصول على المعلومات والثقافة العامة عن الفضاءات المختلفة من دون حدود للزمان والمكان".
- أكثر الموضوعات التي فضلتها العينة ونالت اهتمامهم في الموقعين هي " الموضوعات الثقافية" في شبكتي الفيسبوك والتويتير بينما أقل الموضوعات التي نالت اهتمام العينة في الشبكتين هي موضوعات الدعاية والتسويق".

- أكثر الاشباعات التي حققها شبكة الفايسبوك للعينه "ازدياد استخدام شبكة الفيسبوك من خلال الموبايل" وفي شبكة التويتز أكثر الاشباعات تحقيقا "تطوير شبكة التويتز بعض المهارات مثل إبداء الرأي بحرية والتواصل والحوار والثقة بالنفس والإبداع".
- أكثر الوسائط المتعددة التي تفاعلت العينه في شبكة الفايسبوك النص والصورة ويليها الصوت ثم الرسوم المتحركة ثم الفيديو، وفي تويتز الفيديو ، الصوت ثم الرسوم المتحركة.

### دراسات أجنبية:

دراسة Marino وآخرون (2023)، عنوانها: إشكالية استخدام مواقع التواصل الاجتماعي و القلق الاجتماعي الالكتروني: دور التعلق، اضطراب تنظيم المشاعر، والدوافع. تهدف الدراسة الى معرفة إمكانية تحول العلاقات وال المشاعر و الدوافع الى اشكالية في استعمال وسائل التواصل الاجتماعي و بروز القلق الاجتماعي.

تكونت العينه من 756 مفردة، استعملت أدوات القياس التالية:

- استبيان اليكتروني
- مقياس استخدامات وسائل التواصل الاجتماعي
- مقياس القلق الاجتماعي الالكتروني
- استبيان العلاقات الاجتماعية
- مقياس استراتيجيات تنظيم المشاعر
- استبيان دوافع استعمال وسائل التواصل الاجتماعي

أسفرت النتائج الى:

- إشكالية وسائل التواصل الاجتماعي لها علاقة وطيدة مع القلق الاجتماعي.
- قلق التعلق له علاقة مع إشكالية وسائل التواصل الاجتماعي و القلق الاجتماعي.
- الاستراتيجيات والتماثل الاجتماعي من سوابق إشكاليات التواصل الاجتماعي والقلق الاجتماعي الالكتروني.

دراسة **Miranda وآخرون (2023)**، عنوانها: **الإدمان على مواقع التواصل الاجتماعي: الدوافع، التدفق، والشعور بالانتماء في دور الإدمان.**

تهدف الدراسة الى معرفة كيف تنمو وتتطور مشكلة استعمال وسائل التواصل الاجتماعي وتتحول الى إدمان حيث تحاول توضيح كيفية الهروب من التفاعل الاجتماعي الحقيقي يتحول الى مستوى عالي من الادمان على وسائل التواصل الاجتماعي.

تكونت العينة من 644 مفردة من كلا الجنسين من المراهقين البرتغاليين، استعمل استبيان الكتروني كأداة قياس.

أسفرت النتائج الى:

- مختلف ميكانيزمات الإدمان تحتوي على دوافع مختلفة لاستعمال وسائل التواصل الاجتماعي.
- اكتشفت الدراسة ميكانيزم آخر للإدمان في وسائل التواصل الاجتماعي يكون عبر الشعور بالانتماء.

دراسة **Botou و Marsellos (2018)**، عنوانها: **تصور المراهقين لوسائل التواصل الاجتماعي: هل**

**يوثر الفايسبوك على تقدير ذاتهم؟**

تهدف الدراسة الى مدى تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على إدراك المراهقين لتقدير ذاتهم.  
تكونت العينة من 71 مراهق ، استعمل استبيان PATEM IV وكيف باللغة المحلية للمبحوثين الاغريقية.  
أسفرت النتائج الى:

- تقدير الذات ليس له علاقة بعدد المرات التي يستعمل فيها المبحوثين فايسبوك.
- المراهقون يبحثون عن الاعتراف والاهتمام بهم اذ يبنون علاقاتهم اجتماعية مع أقرانهم عن طريق وسائل التواصل الاجتماعي.
- كلما كانت العلاقة الاجتماعية قوية كلما استعملت وسائل التواصل الاجتماعي للتواصل و كلما قلت استعمالها للترويج عن الذات.
- عدد الإعجابات في وسائل التواصل الاجتماعي له علاقة طردية اجابية باختلاف الجنس.
- بلغ نسبة حب الانتماء والاعتراف الاجتماعي 51,6% ، واستعمال خاصية 'tag' لزيادة الاعجابات ب 81,7%. ومعظم مستعملي وسائل التواصل الاجتماعي يوميا و لمدة ساعتين 51,1%، اما يقدر نسبة المراهقين الذين يضحون بساعات نومهم أو ساعات دراستهم من أجل استعمال وسائل التواصل الاجتماعي ب 53%.

دراسة Hall و Hanna و Huey (2013)، عنوانها: الاستخدامات والمشاهدات مواقع التواصل

الاجتماعي لطلاب الصيدلة في المملكة المتحدة.

تهدف الدراسة الى التحقيق حول استعمالات ومشاهدات للطلبة ومعرفة الاختلافات بين الجنس ومستوى الدراسي.

تكونت العينة من 377 طالب وطالبة، استعمل استبيان الكتروني تم ارساله عبر الإيميل كأداة للقياس. أسفرت النتائج الى:

91.8 % من المبحوثين يستعملون وسائل التواصل الاجتماعي، 98.6% يستعملون فايسبوك، 33,7% يستعملون تويتر.

الطلبة الاناث على أكثر وعي من الطلبة الذكور عندما يتم توعيتهم بالسلوك المهني المتوقع منهم عند استخدام الفايسبوك.

#### 4-التعقيب على الدراسات السابقة:

من خلال تقسيم الدراسات السابقة الى ثلاث أجزاء، نلاحظ أن هناك دراسات تناولت الهوية الاجتماعية وربطتها بمواقع التواصل الاجتماعي، وهناك دراسات تناولت كل متغير على حدى، لكن حسب علم الطالب بالدراسات التي قامت بالربط بين المتغيرين هي قليلة، وهذا ما يؤكد أهمية اجراء الدراسة الحالية. ومن خلال عرض الدراسات السابقة يمكن تلخيصها فيما يلي:

#### من حيث أهداف الدراسة:

تعددت وتنوعت أهداف الدراسات السابقة كالآتي:

#### أهداف دراسات التي ربطت بين الهوية الاجتماعية ووسائل التواصل الاجتماعي:

- دراسة أثر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على الهوية الثقافية لدى الشباب الجامعي.
- التعرف على الكيفية التي يتمثل بها المجتمع الجزائري خصوصا فئة الشباب هويته الافتراضية.

- تحديد مستويات الهوية الاجتماعية وتحليل الآثار السلبية لوسائل التواصل الاجتماعي حول الهوية الاجتماعية من نظر العمل الجماعي.
  - دراسة انعكاسات التصفح المستمر لشبكة "فيس بوك" كأشهر الشبكات الاجتماعية الإلكترونية من عناصر الهوية الثقافية للشباب الجامعي الجزائري.
  - دراسة أثر مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية الإحساس بالهوية النفسية لدى الشباب الجزائري.
  - معرفة الهوية الناتجة من خلال مقارنة الطلاب الجدد في وسائل التواصل الاجتماعي.
  - الكشف عن علاقة المقارنة الاجتماعية وسلوك إدارة الذات باستعمالات وسائل التواصل الاجتماعي في الوسط الجامعي.
  - معرفة دافع مشاركة الأفراد الى عمل جماعي من خلال انتمائهم الاجتماعي واشباع لهويتهم الاجتماعية واستعمالهم لمواقع التواصل الاجتماعي.
  - مقارنة استعمالات مواقع التواصل الاجتماعي بين الشباب (18-29) والأشخاص أكبر منهم سن (41-64) وتأثير تقديرهم الذات الاجتماعي وهويتهم الاجتماعية على استعمالات وسائل التواصل الاجتماعي.
  - معرفة لماذا وكيف يستعملون الشباب الجامعي الفايسبوك
  - معرفة العرض الذاتي لماذا وكيف يستعملون الشباب الجامعي الفايسبوك.
- أهداف دراسات المتعلقة بالهوية الاجتماعية والتصنيف الاجتماعي:**
- تحديد مستويات تقدير الذات الاجتماعية لدى الشباب
  - الكشف عن العلاقة الجدلية بين الهوية الاجتماعية للبطالين الجامعيين وتصور المكانة الاجتماعية.

- بناء مقياس تصنيف الذات وقياس تصنيف الذات لدى المرشدين التربويين.
- معرفة قضية وجود الإنسان أي ما يسمى بالهوية الشخصية والاجتماعية.
- بناء مقياس الهوية الوطنية لدى طلبة الجامعة، وقياسه، والتعرف على الفرق في الهوية الوطنية لدى طلبة الجامعة وفق متغيرات الجنس والتخصص.
- معرفة علاقة التعصب بالهوية الاجتماعية والمكانة الاجتماعية لدى العاطلين عن العمل.
- معرفة موضوع الهوية الوطنية بصفة نفسية موضوعية.
- التحقق من الفروض التي وضعتها نظرية تصنيف الذات المتعلقة بالأفكار النمطية وخاصة فيما يتعلق بالدور الذي يلعبه بروز الهوية الاجتماعية.
- الدراسات الأجنبية

### أهداف دراسات المتعلقة بوسائل التواصل الاجتماعي:

- معرفة اعتماد طلبة الجامعات على مواقع التواصل الاجتماعي للحد من منشورات المحتوى الهابط وما نتج عنها من آثار سلبية في بعض جوانب الحياة.
- معرفة تأثير بعض شبكات التواصل الاجتماعي على الشعور بالأمن النفسي لدى عينة من طلبة جامعة أم القرى.
- دراسة أثر استخدام شبكتي "Facebook و Twitter" على مستوى الذكاء الاجتماعي لدى الطالبة الجامعية.
- دراسة أثر الشبكة الاجتماعية فاسبوك على الطلبة بجامعة الجزائر 2.

- معرفة طبيعة استخدام طلبة الجامعات الأردنية لشبكتي التواصل الاجتماعي فايسبوك وتويتر والوقوف على أنماط استخدام الموقعين ودوافع استخدامهما من قبل عينة الدراسة، والكشف عن الاشباعات المتحققة منها.
- الى معرفة إمكانية تحول العلاقات وال المشاعر والدوافع الى اشكالية في استعمال وسائل التواصل الاجتماعي وبروز القلق الاجتماعي.
- معرفة كيف تنمو وتتطور مشكلة استعمال وسائل التواصل الاجتماعي وتتحول الى إدمان.
- دراسة مدى تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على إدراك المراهقين لتقدير ذاتهم.
- التحقيق حول استعمال ومشاهدات للطلبة ومعرفة الاختلافات بين الجنس ومستوى الدراسي.

### من حيث منهج الدراسة:

هناك دراسات استعملت المنهج الوصفي، والمنهج التجريبي، وبعضها استعملت تقنية تحليل محتوى.

### من حيث عينة الدراسة:

1- الحجم: تتراوح العينة ما بين 1078 شخص الى 25 شخص.

2- الجنس: معظم الدراسات استخدمت الذكور والاناث، وبعض منها الذكور فقط، والبعض الآخر

الاناث.

### من حيث أدوات الدراسة:

1- استخدم الاستبيان (في بعض الأحيان الالكتروني) كوسيلة لجمع البيانات.

- 2- المقابلة
- 3- الملاحظة من خلال تحليل المحتوى.
- 4- مقياس رتب الهوية الشخصية والاجتماعية
- 5- مقياس الهوية الوطنية
- 6- مقياس التعصب لدى العاطلين عن العمل.
- 7- مقياس الهوية الاجتماعية لدى العاطلين عن العمل.
- 8- مقياس المكانة الاجتماعية لدى العاطلين عن العمل.
- 9- مقياس ثنائي الأبعاد للهوية الوطنية العراقية
- 10- مقياس تقدير ذات اجتماعي
- 11- مقياس التقمص
- 12- نموذج ثنائي لقياس الهوية الاجتماعية
- 13- نموذج ثلاثي لقياس الهوية الاجتماعية
- 14- مقياس شبكات التواصل الاجتماعي
- 15- مقياس الأمن النفسي
- 16- مقياس الذكاء الاجتماعي
- 17- أداة تحليل المحتوى
- 18- الملاحظة بالمشاركة
- 19- مقياس استخدامات وسائل التواصل الاجتماعي

- 20- مقياس القلق الاجتماعي الالكتروني
- 21- استبيان العلاقات الاجتماعية
- 22- مقياس استراتيجيات تنظيم المشاعر
- 23- استبيان دوافع استعمال وسائل التواصل الاجتماعي
- 24- استبيان PATEM IV

من حيث نتائج الدراسة:

جاءت نتائج الدراسات التي تناولت متغير الهوية الاجتماعية وعلاقته بمتغير استعمالات وسائل التواصل

الاجتماعي كالتالي:

- ان استخدام مواقع التواصل لها أثر سلبي على الهوية الثقافية، كما أن الانعكاسات الشبكات الاجتماعية الالكترونية على الهوية الثقافية للشباب الجامعي لها جانبان واحد إيجابي والآخر سلبي، حيث يكون الجانب السلبي هو تأثيرها على اللغة العربية للشباب الجزائري وحتى الأجنبية ولم تعد لديهم لغة ثابتة ومعروفة للتواصل في واقعهم الافتراضي، تشويه بعض الحقائق التاريخية، تهميش اللغة الأمازيغية للمبحوثين.
- يسعى الشباب الجزائري في علاقتهم بالفضاء الرقمي في تشكيل نوع جديد من الحياة، حياة غير طبيعية لكنها مرتبطة بما هو طبيعي، حياة افتراضية تؤسس بالتوازي مع حياتهم الحقيقية من حيث تمثل الهويات الاجتماعية والثقافية والسياسية والدينية من خلال كما هي في الواقع. كذلك تعد رغبة الشاب الجزائري في تزييف هويته الحقيقية عبر الفضاء الرقمي نابعة من البحث عن ذات رقمية

- أفضل من ذاته الحقيقية التي يتواصل من خلالها في الواقع، التي يرى أنها عاجزة تماما عن تحقيق رغباته، بينما الفضاء الرقمي هو عالم الرمزي، إذ أن كل شيء فيه يستخدم في التواصل والتعبير عن هويات وذوات الأفراد المستخدمين له عبارة عن رموز وأيقونات رمزية، وكلها لها معاني ودلالات معينة، تبنى من خلالها صورة المستخدمين عن بعضهم البعض.
- وجود عدة جوانب سلبية لوسائل التواصل الاجتماعي حول الهوية الاجتماعية للمراهقين المتمثلة في المماثلة والتأجيل، انغلاق، تشتت، كما أن مواقع التواصل الاجتماعي لها أثر هام وكبير في تنمية الإحساس بالهوية النفسية لدى الشباب الجزائري، بالإضافة الى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الشباب الجزائري في تحديد أثر مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية الإحساس بالهوية النفسية تعزى لمتغير الجنس، وهذه الفروق لصالح الإناث.
- المقارنة الاجتماعية للقدرات في وسائل التواصل الاجتماعي لها علاقة موجبة مع الاجترار مما نتبأ باضطراب عالي للهوية، وأيضا المقارنة الاجتماعية بالآراء لها علاقة موجبة مع التنافس في الأفكار وهذا لا يجعلنا نتبأ باضطراب في الهوية.
- دوافع استعمال مجموعات فايسبوك قائم على انتمائهم الاجتماعي والنفسي لجماعاتهم، كذلك كلما كانت اشباع الهوية الاجتماعية مرتفعة كلما زاد دافعهم الى المشاركة الى عمل جماعي.
- أهمية تداخل النشاط في اتصال أو لا مع الانترنت له فوائد وقيود لاستعمال وسائل التواصل الاجتماعي في المرحلة الانتقالية.
- بينت الدراسة أن الشباب له تقدير ذات جماعي عالي، إضافة أن استعمالات مواقع التواصل الاجتماعي تكون من أجل التواصل بين الأقران والتعويض الاجتماعي، كما أوضحت الدراسة رغم

- العمر، المبحوثين لديهم تقدير ذات اجتماعي عالي والذين لديهم نفس الهوية الاجتماعية يستعملون مواقع التواصل الاجتماعي للتواصل بين الأقران واشباعات الهوية الاجتماعية، المبحوثين الذين لديهم تقدير اجتماعي منخفض يستعملون مواقع التواصل الاجتماعي للتعويضات الاجتماعية، كما أوضحت أن هناك علاقة ارتباطية قوية بين اشباعات الهوية الاجتماعية والتعويضات الاجتماعية - يستعملون الشباب فايسبوك يوميا لمدة 30 دقيقة ويعد من رويتهم اليومي، كذلك يتواصلون الطلبة أو الشباب مع زملائهم بعدة طرق من شخص الى شخص أو شخص الى جماعة، زيادة على ذلك يقضي مختلف الطلبة وقتهم عند استعمالهم لفايسبوك في استهلاك المحتوى أكثر من نشره، وتوصلت الدراسة أن فايسبوك يساعد الطلبة في التعبير على هويتهم.
- هوية الأفراد في بيئة رقمية معلومة تختلف الهوية في بيئة رقمية مجهولة، إضافة الى مستعملون فايسبوك يصرحون عن هويتهم ضمنا على غرار أن يكونوا صريحين

### بينما جاءت نتائج الدراسات التي تناولت متغير الهوية الاجتماعية كالتالي:

- تمتع الشباب الجامعي بمستوى جيد لتقدير الذات الاجتماعية وبمستويات متكافئة بين الجنسين. إضافة الى تسجيل تباين في مستوى تقدير الذات الاجتماعية تبعا لتخصص العلمي والمستوى الاقتصادي.
- تؤثر العوامل الاجتماعية للبطال الجامعي على طبيعة تصوراتهم لمكانته الاجتماعية، كما تؤثر العلاقات الاجتماعية للبطال الجامعي على طبيعة تصوراتهم لمكانته الاجتماعية، كذلك يؤثر المستوى الثقافي للبطال الجامعي على طبيعة تصوراتهم لمكانته الاجتماعية.

- اسفرت نتائج الدراسة على عدم وجود تحقيق، انغلاق، تعليق على مستوى الهوية الشخصية والاجتماعية وهناك تشتت على مستوى الهوية الشخصية الاجتماعية، كما أخذ بعين الاعتبار الحالة الاجتماعية عازب، متزوج وكذا متغير الجنس ذكور و إناث.
- يتمتع الطلبة بالشعور بالهوية الاجتماعية، إضافة الى وجود فروق دالة احصائيا بين الذكور والاناث في الهوية الوطنية ولمصلحة الاناث، كذلك عدم وجود فروق دالة احصائيا في التخصص الدراسي في الهوية الوطنية، بينما توصلت الدراسة عن عدم وجود فروق دالة احصائيا ذي التفاعل بين الجنس والتخصص الدراسي في الهوية الوطنية.
- توصلت الدراسة أن لدى العاطلين عن العمل مستوى عال من التعصب وهوية اجتماعية إيجابية وشعورا بالمكانة الاجتماعية الواطئة، كما أثبتت أنه لا توجد هناك فروق ذات دلالة إحصائية بين الذكور والاناث في التعصب والهوية الاجتماعية والمكانة الاجتماعية، إضافة كشفت الدراسة أن هناك علاقة ارتباطية دالة بين التعصب والهوية الاجتماعية، والتعصب والمكانة الاجتماعية، والهوية الاجتماعية والمكانة الاجتماعية. وكذلك أن العاطلين عن العمل يتمتعون بهوية وطنية عراقية قوية.
- بروز الهوية الاجتماعية والشعور بعضوية الجماعة يؤديان الى الإجماع النظري، الهوية الاجتماعية والشعور بعضوية الجماعة يؤديان الى التفضيل النمطي، بروز الهوية الاجتماعية والإحساس بعضوية الجماعة يرفعان من الشعور بأهمية الجنسية.
- أوضحت دراسة Cameron (2004) و Ellemers et al (1999) أن مقياس الهوية الاجتماعية يساند البعد الثلاثي كما أكدت النتائج أنه صادق وثابت ، كما قامت دراسة Jackson and Smith

(1999) و دراسة Luhtanen & crocker (1992) على وجود 4 أبعاد للهوية الاجتماعية، أما دراسة Kelly (1989) اعتمدت نموذج ثنائي لدراسة الهوية الاجتماعية.

- من خلال نتيجة البحث المرشدين التربويين يتصفون بتصنيف ذات عال

### فيما توصلت نتائج الدراسات التي تناولت متغير وسائل التواصل الاجتماعي كالتالي:

- أحد أهم أسباب اللجوء الى مواقع التواصل الاجتماعي من قبل المتصفحين هو من أجل متابعة أهم المواضيع الاجتماعية بالدرجة الأولى، ان المبررات من استخدام مواقع التواصل الاجتماعي جاء عبارة تفشي البطالة في الترتيب الأول، بنسبة 21%، وجاء في الترتيب الثاني عبارات المشكلات الاسرية بنسبة 19% وجاء في الترتيب الثالث عبارة أوقات الفراغ بنسبة 18% وجاء في الترتيب الرابع عبارات بعد المسافات بين الأهل والأقارب بنسبة 11% وجاء في الترتيب الخامس عبارات الهروب من الواقع بنسبة 9%.
- الآثار الوجدانية المترتبة على استخدام المحتوى الهابط من قبل بعض الأطراف وقد جاء الخوف والقلق في الترتيب الأول تم يليه الفتور العاطفي، كذلك ان الآثار المترتبة على مواقع التواصل الاجتماعي في الحد من المحتوى الهابط جاء في الترتيب الأول الآثار السلوكية بنسبة بلغت 55%،

ثم يليها الأثار المعرفية بنسبة بلغت 23%، وفي الترتيب الثالث جاء الأثار الوجدانية بنسبة بلغت 22%.

- فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسط درجات أفراد العينة في استخدام شبكات التواصل الاجتماعي تبعا لمتغير الجنس لصالح الإناث، كما وجود فروق في متوسط الدرجات أفراد العينة في استخدام شبكات التواصل الاجتماعي تبعا لمتغير المرحلة الدراسية كانت لصالح الحاصلين على درجة البكالوريوس، بينما وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسط درجات أفراد العينة في الأمن النفسي تبعا لمتغير الجنس كانت لصالح الاناث، أيضا أوضحت الدراسة الى وجود فروق في متوسط درجات أفراد العينة في الأمن النفسي تبعا لمتغير المرحلة الدراسية وكانت لصالح مرحلة الدراسات العليا، كما توصلت الى وجود علاقة ارتباطية طردية بين استخدام وسائل التواصل الاجتماعي والأمن النفسي خلال جائحة كورونا.

- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في درجات القياس القبلي والبعدي والتبعي على مقياس الذكاء الاجتماعي بين مستخدمي Facebook و Twitter، وكذلك لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين درجات القياس القبلي والبعدي على مقياس الذكاء الاجتماعي لدى أفراد المجموعة المستخدمة ل Facebook و Twitter تبعا للسن والمستوى الدراسي والتخصص العملي وساعات الاستخدام. بينما توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين درجات القياس القبلي والبعدي على مقياس الذكاء الاجتماعي لدى أفراد المجموعة المستخدمة ل Facebook لصالح القياس البعدي. ولا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين درجات القياس القبلي والبعدي على مقياس الذكاء الاجتماعي لدى أفراد المجموعة المستخدمة ل Twitter، كما أكدت الدراسة أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين

درجات القياس البعدي والتتبعية على مقياس الذكاء الاجتماعي لدى أفراد المجموعة المستخدمة ل  
Facebook و Twitter.

- إضافة بينت الدراسة أنه يوجد حجم أثر متوسط لاستخدام شبكة Facebook وغياب الأثر لاستخدام  
شبكة Twitter على درجات الذكاء الاجتماعي لدى المستخدمين، اما سجلت غياب الأثر لدى  
مستخدمات Twitter بنسبة أعلى مقارنة بمستخدمات Facebook، ومن زاوية اخرى توجد مكونات  
للذكاء الاجتماعي على صفحتي Facebook و Twitter.

- تحديد شبكة الفايسبوك كأعلى نسبة شبكة تواصل اجتماعي استخداما من قبل الطلبة الجامعيين حيث  
نالت ما نسبته (99,6%)، ثم تليها بفارق ملحوظ شبكة التويتتر، حيث نسبة امتلاك أفراد العينة لهذه  
الشبكة كانت (57,1%)، ثم شبكة يوتوب بنسبة (49.01%)، ثم شبكة أسنتغرام ب (15,02%).  
أما نسبة استخدام الهواتف الذكية بغاية تصفح شبكات التواصل الاجتماعي قد بلغت (69,69%)،  
وأن الوقت الذي فضلته هذه العينة لتصفح شبكتي الفايسبوك وتويتتر كان من بين الساعة التاسعة  
مساء ولغاية الساعة الثانية عشر مساء.

- استخدام اللغة أعلى من اللغة العربية، أكثر التفاعلات التي تقوم به العينة هي الاعجاب وأقل  
التفاعلات هي المشاركة.

- أكثر دوافع استخدام طلبة الجامعات الأردنية لشبكة الفايسبوك هو التواصل مع الأصدقاء والأهل  
والتفاعل معهم اجتماعيا وفكريا وشخصيا، ومتابعة أخبارهم وصورهم وكل ما يتعلق بهم" بينما أكثر  
دوافع استخدام العينة لشبكة التويتتر هو الحصول على المعلومات والثقافة العامة عن الفضاءا  
المختلفة من دون حدود للزمان والمكان".

- أكثر الموضوعات التي فضلتها العينة ونالت اهتمامهم في الموقعين هي " الموضوعات الثقافية" في شبكتي الفيسبوك والتويتر بينما أقل الموضوعات التي نالت اهتمام العينة في الشبكتين هي موضوعات الدعاية والتسويق".
- أكثر الاشباعات التي حققها شبكة الفايسبوك للعينة "ازدياد استخدام شبكة الفيسبوك من خلال الموبايل" وفي شبكة التويتر أكثر الاشباعات تحقيقا "تطوير شبكة التويتر بعض المهارات مثل إبداء الرأي بحرية والتواصل والحوار والثقة بالنفس والإبداع".
- أكثر الوسائط المتعددة التي تفاعلت العينة في شبكة الفايسبوك النص والصورة ويليها الصوت ثم الرسوم المتحركة ثم الفيديو، وفي تويتر الفيديو ، الصوت ثم الرسوم المتحركة.
- إشكالية وسائل التواصل الاجتماعي لها علاقة وطيدة مع القلق الاجتماعي.
- قلق التعلق له علاقة مع إشكالية وسائل التواصل الاجتماعي و القلق الاجتماعي.
- الاستراتيجيات والتماثل الاجتماعي من سوابق إشكاليات التواصل الاجتماعي والقلق الاجتماعي الالكتروني.
- مختلف ميكانيزمات الإدمان تحتوي على دوافع مختلفة لاستعمال وسائل التواصل الاجتماعي.
- اكتشفت الدراسة ميكانيزم آخر للإدمان في وسائل التواصل الاجتماعي يكون عبر الشعور بالانتماء.
- تقدير الذات ليس له علاقة بعدد المرات التي يستعمل فيها المبحوثين فايسبوك.
- المراهقون يبحثون عن الاعتراف والاهتمام بهم اذ يبنون علاقاتهم اجتماعية مع أقرانهم عن طريق وسائل التواصل الاجتماعي.

- كلما كانت العلاقة الاجتماعية قوية كلما استعملت وسائل التواصل الاجتماعي للتواصل و كلما قلت استعمالها للترويج عن الذات.
- عدد الإعجابات في وسائل التواصل الاجتماعي له علاقة طردية ايجابية باختلاف الجنس.
- بلغ نسبة حب الانتماء والاعتراف الاجتماعي 51,6% ، واستعمال خاصية 'tag' لزيادة الاعجابات ب 81,7%. ومعظم مستعملي وسائل التواصل الاجتماعي يوميا و لمدة ساعتين 51,1%، اما يقدر نسبة المراهقين الذين يضحون بساعات نومهم أو ساعات دراستهم من أجل استعمال وسائل التواصل الاجتماعي ب 53%.
- 91.8% من المبحوثين يستعملون وسائل التواصل الاجتماعي، 98.6% يستعملون فايسبوك، 33,7% يستملون تويتر.
- الطلبة الاناث على أكثر وعي من الطلبة الذكور عندما يتم توعيتهم بالسلوك المهني المتوقع منهم عند استخدام الفايسبوك.

#### 5-مكانة الدراسة الحالية من الدراسات السابقة:

- من خلال ما تم عرضه من الدراسات السابقة نستطيع توضيح مكانة الدراسة الحالية من خلال بعض النقاط:
- في أغلب الدراسات لم يتم تناول الهوية الاجتماعية حسب نظرية هنري تاجفيل وربطها مع وسائل التواصل الاجتماعي الا في دراسة Barker (2012) أين تم ربط بين التقدير الذات الجماعي مع وسائل التواصل الاجتماعي، كذلك في أغلب الدراسات التي لها علاقة وطيدة بوسائل التواصل الاجتماعي من منظور علم النفس العيادي أو علم الاجتماع.

- الدراسات العربية التي تكملت على الهوية الاجتماعية من منظور هنري تاجفيل و ترنر هم: "دراسة أمال (2015)، دراسة السعدي وعلوان (2014)، دراسة العزاوي والخفاجي ومحمد (2013)،دراسة مبارك (2013)، دراسة نظمي (2010)، دراسة زايد (2005)".
- اعتمدت الدراسة الحالية على المنهج الوصفي مثل بعض الدراسات، وتختلف عن الدراسات أين طُبِقَ المنهج التجريبي كما تكونت عينتها من طلبة جامعيين مما جاء في معظم الدراسات السابقة.
- استعملت الدراسة الحالية مقياس للهوية الاجتماعية تم بناءه من طرف الطالبوطبق عليه التحليل العاملي، مماثل لمقاييس الهوية الاجتماعية ل Cameron (2004) Jackson and Smith، (1999) Ellemers et al، (1999) Karasawa، (1991) Luhtanen & crocker، (1992) Kelly، (1989)، وفي وسائل التواصل الاجتماعي اين تم تطبيق مقياس التفاعل في وسائل التواصل الاجتماعي للمراهقين: SMES-A الذي أعده (Ni et al., 2020) وهو يختلف مع مقاييس الدراسات السابقة.
- كما تختلف عن الدراسات التي طبق فيها المقابلة والملاحظة وتحليل المحتوى.
- كما تتميز الدراسة الحالية أن دراسة مقارنة الهوية الاجتماعية لطلاب جامعتي الجزائر 2 و قاصدي مرباح ورقلة. خلال منهجها الوصفي المقارن.
- تكمن أهمية الدراسة في معرفة ان كان هناك اختلافات في الهوية الاجتماعية من خلال مقارنة طلبة جامعة الجزائر2 و طلبة جامعة ورقلة، كذلك معرفة ان كانت هناك علاقة بين استعمال وسائل التواصل الاجتماعية والهوية الاجتماعية.

الباب الثاني:

الجانب الميداني

الفصل الخامس:

الإجراءات الميدانية

للدراسة

## الفصل الخامس

### الإجراءات المنهجية للبحث

1 أهداف الدراسة الاستطلاعية

إجراءات الدراسة

2 عينة الدراسة الاستطلاعية

3 الخصائص السيكومترية لأدوات الدراسة الاستطلاعية

1.3 مقياس الهوية الاجتماعية

2.3 مقياس استخدامات وسائل التواصل الاجتماعي

4 نتائج الدراسة الاستطلاعية

5 منهج البحث

6 مجتمع البحث

7 عينة البحث

8 أساليب المعالجة الإحصائية

## 1- منهج الدراسة:

يتبين استعمال المنهج من خلال طبيعة البحث و تهدف الدراسة الى الكشف عن الهوية الاجتماعية لدى الطلبة مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي من خلال اجراء دراسة مقارنة على عينة من طلبة جامعتي ورقلة والجزائر 2 ، فان يهتم بالظاهرة المدروسة ، والعلاقة بين الهوية الاجتماعية واستعمال وسائل التواصل الاجتماعي و مقارنة بين الهوية الاجتماعية لطلبة جامعة ورقلة و الجزائر، فان المنهج المناسب هو الوصفي السببي المقارن

## 2- الدراسة الاستطلاعية:

### 1.2-أهداف الدراسة الاستطلاعية:

تهدف الدراسة الاستطلاعية الى معرفة أن كانت افراد العينة مناسبة للتمثيل الصحيح لأفراد المجتمع، كما تساعدنا على التحقق من صلاحية الأدوات من خلال وضوح محتواها وقدرتها على قياس وإنجاز طموحات وأغراض البحث.

### 1.1.2- إجراءات الدراسة:

### 2.1.2-بالنسبة لطريقة جمع المراجع:

إن الخوض في هذا الموضوع ليس بالسهولة التي رسمها ذهنيا: فاختيار الموضوع شيء والخوض فيه شيء اخر نظرا لمواجهة الطالب معوقات عديدة أبرزها حداثة موضوع الدراسة وقلة المرجعية النظرية المرتبطة به. غير ان هذه الصعوبات لم تمنعه من مواصلة البحث العلمي مع باحثين خارج حدود الوطن والمضي قدما في مشروعه بحثا عن المعلومة والمصادر والطموح في رفع المستوى العلمي.

من هنا بدأت رحلة طويلة حافلة بالمعاناة والظروف الشاقة لكنها إيجابية وغاية الاثمار في المجال العلمي.

فبعد التماور مع الأستاذة المشرفة وتشجيعها على هذه المبادرة وبعد حصول الطالب على منحة قصيرة المدى

لتحسين المستوى بالخارج سافر الى فرنسا تحديدا جامعة RENNES2

بمخبر L3PC بعد اجراء اتصالات عديدة وناجعة مع الأستاذة الدكتورة "Estelle Michinov"

لارتباط اتجاهاتها البحثية مع إشكالية موضوع دراسة الطالب والتي هيأت له كل الظروف لتكوين علمي ذات

جودة عالية.

كان انتقال الطالب الى هذا المخبر وبقدر كبير من الأمانة العلمية مرحلة مفصلية في مشواره العلمي اكتسب

من خلالها الكثير من المعارف ومكنه من الاحتكاك بمجموعة من الباحثين الشباب الامر الذي زاده مرونة في

الشخصية والتفتح على المستجدات العلمية والتكنولوجية في مجال التخصص.

### 3.1.2- بالنسبة لدافع لاختيار العينة:

وقع الاختيار على هذه الجامعتين للأسباب التالية:

كون الطالب من طلبة جامعة الجزائر2 في الطور الأول والطور الثاني

يزاول دراسته في الطور الثالث في جامعة قاصدي مرباح ورقلة فازدواجية الانتماء والفضول العلمي

دفعته يتطرق الى دراسة استخدام وسائل التواصل الاجتماعي لدى طلبة جامعة الجزائر2 أبو القاسم سعد الله

وجامعة قاصدي مرباح ورقلة دراسة مقارنة.

### 3.1.2- وصف عينة الدراسة الاستطلاعية:

تكونت عينة الدراسة من 297 طالبا وطالبة من جامعة الجزائر 2 أبو القاسم سعد الله .

تم تطبيق مقياس الهوية الاجتماعية في الفصل الدراسي الثاني من العام الدراسي 2021-2022.

تم تطبيق مقياس وسائل التواصل الاجتماعي في الفصل الدراسي الثاني من العام الدراسي 2021-2022.

تم اختيار العينة بالطريقة العشوائية البسيطة

4.1.2- وصف أدوات الدراسة الاستطلاعية:

### 1.3 مقياس الهوية الاجتماعية:

#### صياغة فقرات المقياس:

من أجل إعداد فقرات المقياس بصورته المتكاملة قام الطالب بالإجراءات الآتية:

الأدبيات والدراسات السابقة: من خلال اطلاع الطالب على الأدبيات والدراسات السابقة ولنظرية هنري تاجفيل للهوية الاجتماعية وكذلك الدراسات السابقة مثل:

دراسة (ellemers,1999)، و دراسة (Bond & Hewstone, 1988)، ودراسة ( Mael & Tetrick, 1992)، ودراسة (Karasawa(1991)، بالإضافة الى رجوع الطالب لمقياس تقدير الذات الاجتماعي.

A collective self-esteem scale: للباحثين (Luhtanen, R., & Crocker, J (1992).

وفي ضوء ما تقدم تم تكوين مقياس الهوية الاجتماعية بصورته الأولية من 35 عبارة موزعة على ثلاثة محاور، المحور الأول (الجانب المعرفي المركزي) وهو يتكون من: س1 الى س12، والمحور الثاني (الجانب الوجداني للمجموعة) وهو يتكون من: س13 الى س25، المحور الثالث (التماسك والانتماء للمجموعة) يتكون من: س26 الى س35.

أما بخصوص بدائل الأجوبة في هذا المقياس يعتمد الطالب على سلم ليكرت الخماسي.

بعض الخصائص السيكومترية لأدوات الدراسة الاستطلاعية:

يعرفها اناستزي (Anastasi) بأنها دلائل أو مؤثرات إحصائية عن مدى جودة المقياس وفقراته كما تتمثل في الصدق والثبات. (في قلفاط و بن عصمان، 2023، ص 283).

الصدق :

يعرفه دونالد وآخرون على أن الصدق يتعلق بالمدى الذي تقيس فيه أداة معينة ما يفترض أنها تقيسه، والصدق بكونه الصحة و الدلالة الهادفة والفائدة للاستدلالات المحددة الناجمة عن درجات الاختبار. (في الشايب، 2018، ص 98)

تم الاعتماد على صدق الظاهري أو المحكمين وصدق الاتساق الداخلي

#### ١- صدق المحكمين :

لغرض التعرف على مدى صلاحية الفقرات لمقياس الهوية الاجتماعية عرضت الفقرات بصورتها الأولية على 09 محكمين من أهل الاختصاص في العلوم النفسية والتربوية والأرطفونيا في الجامعات الجزائرية، وذلك لمعرفة صلاحية كل فقرة ومجالاتها في قياس ما وضعت من أجله، فضلا عن معرفة مدى ملائمة بدائل فقرات المقياس والأفراد وعينة البحث، وقام الطالب 5 بدائل للإجابة امام كل فقرة وهي (غير موافق إطلاقا، غير موافق، محايد، موافق، موافق بشدة)، وجاءت نتائج التحكيم كما يلي:

- وقد تم تعديل بعض المفردات التي أبديت حولها الملاحظات وحذفت التي لا تقيس الهوية الاجتماعية.

- أعرب الخبراء بنسبة 100 على بقاء البدائل كما هي.

- توجد أسماء الأساتذة المحكمين وتخصصهم ورتبهم في الملحق رقم 1.

**مفتاح تصحيح المقياس:**

لغرض تصحيح المقياس وإيجاد الدرجة الكلية التي يحصل عليها المستجيب فتم استخدام مقياس ليكرت الخماسي الذي يفترض وضع 5 بدائل (غير موافق إطلاقاً، غير موافق، محايد، موافق، موافق بشدة)، واعطيت الدرجات على التوالي (1،2،3،4،5).

### صدق الاتساق الداخلي:

تم اجراء حساب صدق الاتساق الداخلي بنظام SPSS22 حيث حذفت العبارات الغير الدالة وتم الإبقاء على العبارات الدالة فقط كما هو موضح في الجدول 2 والذي يمثل قيم الارتباط بين الفقرات والدرجة الكلية للمقياس.

الخاصية الأساسية لهذه الطريقة هي أن المعيار ما هو إلا الدرجة الكلية للأداة حيث تحتسب الارتباطات بين البنود منفردة والدرجة الكلية للأداة، وكلما كان معامل الارتباط موجبا وقويا دل ذلك على أن البند يغطي بعدا من أبعاد مجال السلوك أو الاتجاه أو المهارة محل الدراسة. كما تستخدم طريقة الاتساق الداخلي في اختبار العلاقة من المقاييس الفرعية للأداة والدرجة الكلية لها. (بوحفص، 2016 ، ص218).

والاتساق الداخلي هو الخاصية تدل على الانسجام الداخلي والتوازن بين مكونات مقياس الاختبار بعضها البعض ولحسابه:

-حساب متوسط الارتباط بين الجزء والكل.

-حساب متوسط الارتباط بين الأجزاء. (خضر، 2014، ص 220).

وبعد حساب الصدق بطريقة الاتساق الداخلي تم التوصل الى النتائج الموضحة في الجدول التالي:

جدول (3) يوضح قيم الارتباط بين الفقرات والدرجة الكلية للمقياس.

الهوية الاجتماعية	بعد التماسك والانتماء للمجموعة	بعد الجانب الوجداني للمجموعة	بعد الجانب المعرفي المركزي	مستوى الدلالة * 0.05 - * * 0.01
** 505,			1 غالبا ما أفكر أنني عضو في المجموعة	,627**
** 320,			2 وجودي في مجموعة غالبا ما يخطر ببالي	,599**
** 328,			3 أنا مثل الأعضاء الآخرين من مجموعتي	,492**
** 289,			4-أفضل رؤية الأعضاء من المجموعات الأخرى مختلفين عن مجموعتي.	,515**
** 525,			5-نجاح مجموعتي هو ناجحي.	,566**
** 449,			6- اعرف اسمي تخصصي عندما أقدم نفسي	,441**
** 479,		,580**	7-غالبا ما أشعر بالرضا عندما أفكر أنني أنتمي لمجموعة الطلبة (تخصصك).	
** 538,		,625**	8- أشعر أنني عضو مهم في المجموعة التي أنتمي إليها.	
** 536,		,653**	9- تعتبر مجموعتي جيدة في نظر الآخرين.	
** 579,		,667**	10- بشكل عام، يسعدني أن أكون عضوا في المجموعة التي أنتمي إليها.	
** 486,		,625**	11- المجموعة التي أنتمي إليها تمثل انعكاسا لشخصيتي.	

12- بشكل عام يحترم الآخرون المجموعة التي أنتمي إليها.			,578**	** 520,
13- لدي الكثير من الأشياء المشتركة مع الآخرين (تخصصك).			,615**	** 525,
14- أشعر بعلاقات قوية مع الآخرين (تخصصك).			,715**	** 583,
15- أشعر أنني أنسجم مع الأعضاء الآخرين لـ (تخصصك).			,728**	** 670,
16- في مجموعة (تخصصك) أشعر حقا بالانتماء لها.			,672**	** 641,
17- أفضل مواصلة العمل مع مجموعتي.			,643**	** 619,
18- هناك طلبة من هذا (تخصصك) من يؤثر على أفكارك وسلوكك.			,452**	** 349,
19- لو كان هناك نزاع بين صديق لك من نفس (تخصصك) ضد صديق لك من (تخصصك) مخالف، فإنك حتما تقف مع الصديق الذي من نفس (تخصصك).			,303**	** 174,

نلاحظ من خلال الجدول 1 قيم الارتباط بين الفقرات والدرجة الكلية للمقياس، أنه تم التأكد من صدق

الاتساق الداخلي عن طريق حساب معاملات الارتباط بين كل فقرات المحاور الثلاث والدرجة الكلية

للمقياس، لوحظ أن القيم دالة على مستوى 0,05، ويمكن الاستنتاج أن المقياس صادق.

ب- حساب الثبات:

يعتبر معامل (ألفا كرونباخ) الاتساق الداخلي من أهم مقاييس للاختبار المكون من درجات مركبة، ومعامل ألفا يربط ثبات الاختبار بثبات بنوده. (في لقوي وبن زاهي، 2016، ص 10) ولقد تم حساب الثبات في الدراسة الحالية بالاعتماد على ألفا كرومباخ والنتائج موضحة في الجدول التالي:

جدول 4 يوضح طريقة استخراج الثبات لمقياس الهوية الاجتماعية بطريقة ألفا كرومباخ

المتغير	عدد الفقرات	قيمة الثبات
الجانب المعرفي المركزي	6	0,51
الجانب الوجداني للمجموعة	6	0,66
التماسك والانتماء للمجموعة	7	0,66
الهوية الاجتماعية	19	0,80

نلاحظ من خلال الجدول 2 الذي يوضح طريقة استخراج الثبات لمقياس الهوية الاجتماعية بطريقة ألفا كرومباخ ، ويتضح أن الجانب المعرفي المركزي يتميز بدرجة ثبات متوسطة (0,51) وكل من الجانب الوجداني للمجموعة والتماسك والانتماء للمجموعة يتميز بدرجة ثبات عالية (0,66)، أما الدرجة الكلية للمقياس الهوية الاجتماعية تتميز بدرجة ثبات مرتفعة وهي (0,80).

ويمكننا استعماله في الدراسة الحالية.

وأصبح المقياس في صورته النهائية يحتوي (19) فقرة تقيس الهوية الاجتماعية.

ينقسم الى ثلاث محاور، المحور الأول (الجانب المعرفي المركزي) متكون من 6 بنود: س 1 الى س 6،  
والمحور الثاني (الجانب الوجداني للمجموعة) متكون من 6 بنود: س 7 الى س 12، والمحور الثالث (التماسك  
والانتماء للمجموعة) متكون من 7 بنود: س 13 الى س 19.

### الصدق العاملي:

لقد تم وضع التحليل العاملي في مجموعة برامج SPSS كأسلوب لتقليل البيانات. فهو يأخذ مجموعة كبيرة  
من المتغيرات، ويبحث عن طريقة لتقليل البيانات أو تلخيصها باستخدام مجموعة أصغر من العوامل أو  
المكونات. ويتم ذلك بالبحث عن "الكتل" أو المجموعات بين المتغيرات المرتبطة. (بالانت، 2014،  
ص 225)

و هو أحسن أنواع الصدق، وبما أن تم بناء المقياس من طرف الطالب والتأكد من صلاحية الفقرات وكذلك  
محاولة تقليصها، وتماشيا مع المقاييس الأخرى للهوية الاجتماعية تم كذلك تطبيق الصدق العاملي.

### تفسير النتائج:

اعتمدت الدراسة على اجراء التحليل العاملي الاستكشافي على عينة متكونة من 297 مفردة، وبأسلوب  
المكونات الأساسية وبطريقة (varimax)، حيث أفرزت النتائج بعد التدوير على بروز (4) عوامل.  
وقد استوفت العينة على شروط استخدام التحليل العاملي.

من خلال جدول قيمة اختبار Kaiser-Mayer-Olkin(KMO) تعدت قيمة 0,50 ، حيث قدرت ب 0,836 ، وهي دالة ولقد قدرت قيمة Measure of Sampling Adequacy (MSA) ، وهو مقياس عام لكفاءة التعيين كانت أكبر من (0,50)، كل الفقرات استوفت هذا الشرط، لكن بعد المعالجة الإحصائية، قد أفرزت النتائج على استخلاص (5) عوامل ، منها عامل تشبعه على فقرتين ، حيث أعيد القيام بالتحليل العملي للمرة الثانية بعد حذف هذه الفقرات بعاملها س4 وس18. كما هناك فقرات تم حذفها حيث قيمة تشبعا أصغر من (0,45) وهو المؤشر المعتمد عليه في هذه الدراسة. والفقرات المحذوفة هي :

19،18،12،8،5،4

جدول 5 يبين نتائج مؤشر Kaiser-Mayer-Olkin(KMO) واختبار Bartlett

Indice KMO et test de Bartlett		
مقياس كفاءة المعاينة KMO		0,836
Test de sphéricité de Bartlett	قيمة ك2	1279,981
	درجة الحرية	120
	الدالة المعنوية	,000

يتضح من خلال الجدول أن قيمة بارتللات (Bartlett) بلغت 1279,981 بدرجة حرية 120 عند مستوى دلالة 0,000، وهي أقل من 0,05، وهذا مؤشر أن العلاقة بين المتغيرات دالة احصائيا، مما يدل على أن مصفوفة الارتباطات (Correlation Matrix) مختلفة عن مصفوفة الوحدة، وهو مؤشر كاف على جودة عينة البحث، وأن حجم العينة مناسب لإجراء التحليل العملي.

فيما يخص قيمة محدد مصفوفة معاملات الارتباط التي كانت ب 0,012 وهي قيمة أكبر من 0,00001، هذه الأخيرة تعتبر محك لا يجب أن تقل عنه قيمة محدد مصفوفة معاملات الارتباط، وهو دليل عن عدم وجود ارتباطات مرتفعة، وعدم وجود اعتماد خطي بين البنود. اعتبارات استخدام طريقة المكونات الأساسية والتدوير بطريقة varimax أفزرت النتائج بعد التدوير على استخراج 4 عوامل:

جدول 6 يوضح تسمية العوامل وتشعباتها وترتيبها لمقياس الهوية الاجتماعية

الفقرة	العبارات	التشعب	تسمية العوامل
13	لدي الكثير من الأشياء المشتركة مع الآخرين (تخصصك)	0,633	الشعور تجاه المجموعة
14	أشعر بعلاقات قوية مع الآخرين (تخصصك)	0,839	المجموعة
15	أشعر أنني أنسجم مع الأعضاء الآخرين ل (تخصصك)	0,794	
16	في مجموعة (تخصصك) أشعر حقا بالانتماء لها.	0,546	
6	اعرف اسم تخصصي عندما أقدم نفسي	0,574	
10	بشكل عام، يسعدني أن أكون عضوا في المجموعة التي أنتمي إليها.	0,670	المجموعة
11	المجموعة التي أنتمي إليها تمثل انعكاسا لشخصيتي	0,650	
1	غالبا ما أفكر أنني عضو في المجموعة	0,746	
2	وجودي في مجموعة غالبا ما يخطر ببالي	0,814	المجموعة
7	غالبا ما أشعر بالرضا عندما أفكر في أنني أنتمي لمجموعة الطلبة (تخصصك)	0,961	
3	أنا مثل الأعضاء الآخرين من مجموعتي	0,684	الانسجام في المجموعة
9	تعتبر مجموعتي جيدة في نظر الآخرين	0,726	المجموعة

17	اواصل مواصلة العمل مع مجموعتي	0,543
----	-------------------------------	-------

يلاحظ من خلال الجدول استخراج 4 عوامل وتسميتها الى 4 محاور يحتوي على فقرات مشبعة.

المحور الأول وهو الشعور اتجاه المجموعة يحتوي على الفقرات 13،14،15،16.

المحور الثاني وهو الاعتزاز بالمجموعة يحتوي على الفقرات 6،10،11.

المحور الثالث وهو الإدراك المعرفي للمجموعة يحتوي على الفقرات 1،2،7.

المحور الرابع وهو الانسجام في المجموعة يحتوي على الفقرات 3،9،17.

الجدر الكامن للعوامل ونسبة التباين المفسر

جدول 7 يوضح الجدر الكامن للعوامل ونسبة التباين المفسر

	4,859	1,632	1,071	1,014	
	%30,368	%10,200	%6,693	%6,335	
النسبة التراكمية: %53,59					

وقد قدرت النسبة التراكمية للمفسرة للعوامل الخمسة ب %53,59، وهي مؤشر مقبول احصائيا في التحليل

العالمي.

أصبح المقياس في شكله النهائي يحتوي على مجموع (13) فقرة تتألف على 4 محاور

قياس الثبات بعد التحليل العالمي:

ويمثل معامل ألفا كرونباخ الى ارتباط معامل الاختبار بثبات بنوده. والجدول التالي يشير الى معاملات ثبات المقياس وأبعاده بطريقة ألفا كرونباخ.

جدول 8 يوضح قيم معاملات ثبات عوامل مقياس الهوية الاجتماعية

رقم العامل	تسمية العوامل	عدد الفقرات	ألفا كرومباخ
1	الشعور تجاه المجموعة	4	0,77
2	الاعتزاز بالمجموعة	3	0,52
3	الادراك المعرفي للمجموعة	3	0,66
4	الانسجام في المجموعة	3	0,53
المقياس ككل			0,79

من خلال الجدول (6) أن تباث العامل الأول والذي هو الشعور تجاه المجموعة يشير معامل ألفا كرومباخ الى 0,77

والعامل الثاني الاعتزاز بالمجموعة، حيث يشير معامل ألفا كرومباخ 0,52.

العامل الثالث الادراك المعرفي للمجموعة، حيث يشير معامل ألفا كرومباخ 0,66.

العامل الرابع الانسجام في المجموعة، حيث يشير معامل ألفا كرومباخ 0,53.

والثبات الكلي 0,79.

أصبح المقياس في شكله النهائي يحتوي على مجموع (13) فقرة تتألف على 4 محاور.

حيث تتفق هذه الدراسة مع دراسة Jackson and smith (1999) و دراسة ( hunkel & crocker, ) (1991) التي كشفت عن وجود 4 عوامل.

كما تختلف مع دراسة Ellemers et al (1999) و دراسة (2004) cameroun التي اعتمدت على وجود 3 عوامل,

كما تختلف مع دراسة Kelly (1989) و دراسة Kelly (1989) التي وجدت عاملين للهوية الاجتماعية.

### 2.3 مقياس التفاعل في وسائل التواصل الاجتماعي للمراهقين SMES-A:

تم الاعتماد على مقياس التفاعل في وسائل التواصل الاجتماعي للمراهقين SMES-A الذي أعده ( Ni et al., 2020) والذي طبق عليه التحليل العاملي على عينة قدرها 2519 مراهق ما بين 11 و 28 سنة، مما أدى الى استخراج 3 عوامل المكونة المتمثلة في:

الاستعمال المعرفي: وهو فهم التعليقات في وسائل التواصل الاجتماعي وهو إدراك الفرد معرفيا وتصوراتة حول الموضوع.

الاستعمال الانفعالي: تتمثل في شعور الفرد الإيجابي والسلبى لموضوع وسائل التواصل الاجتماعي.  
الاستعمال السلوكي: الاستعمال اليومي لوسائل التواصل الاجتماعي وانعكاساتها على سلوك الفرد.  
تم ترجمت المقياس باللغة العربية، وتم عرضه على خبراء لاختبار صدقه.

### صدق المحكمين:

تم عرض الصورة الأولية لمقياس التفاعل في وسائل التواصل الاجتماعي، وقد تم اجماع المحكمين على:

- مدى قياس كل بعد للمتغير
- ملائمة الفقرات للأبعاد بهذا المقياس وكفاية الأجوبة.
- ملائمة عدد البدائل للفقرات
- مدى وضوح المثال المقدم
- من الناحية اللغوية صحة وسلامة الفقرات.
- كما اقتراح أي تعديل أو إضافة أو حذف من أجل أكثر دقة وفعالية للمقياس.

### صدق الاتساق الداخلي:

تم حساب صدق الاتساق الداخلي من خلال معلومات الارتباط بين درجات الأفراد على كل بعد ودرجاتهم على المقياس ككل ودرجاتهم على أبعاد المقياس.

جدول يوضح قيم الارتباط بين الفقرات والدرجة الكلية للمقياس

مقياس	الاستعمال	الاستعمال	الاستعمال	مستوى الدلالة * -0.05 ** 0.01
التفاعل في وسائل التواصل الاجتماعي للمراهقين	السلوكي	الانفعالي	المعرفي	

1 أستعمل وسائل التواصل الاجتماعي بشكل يومي.			,234**	,298**
2 أتصفح وسائل التواصل الاجتماعي كلما كان لدي وقت.				,633**
3 أتصفح وسائل التواصل الاجتماعي قبل النوم. - حتى في وقت متأخر -			,731**	,575**
4- دائما أستعمل وسائل التواصل الاجتماعي كعادة للاسترخاء.			,673**	,692**
5- أنا راض تماما على انتباه وتعليقات الآخرين في وسائل التواصل الاجتماعي.	,678*		,850**	,585**
6- دعم وتشجيع الآخرين هام جدا في وسائل التواصل الاجتماعي.	,514*			,397**
7- باستعمال وسائل التواصل الاجتماعي، أنا راض على علاقتي مع نفسي ومع الآخرين.	,640*			,650**
8- مقارنة بالعالم الحقيقي، وسائل التواصل الاجتماعي تجعلني أشعر بالراحة.		,381**		,662**

9- أشعر بالملل عندما لا أستطيع استعمال وسائل التواصل الاجتماعي.		,315**		,555**
---	--	--------	--	--------

تبين من جلال الجدول أن جميع معاملات الارتباط تتراوح بين الضعيفة والقوية وأنها دالة احصائيا مما يدل على أن الاتساق الداخلي بين جميع البنود ومختلف الأبعاد والمقياس ككل.

### الثبات:

تم الاعتماد لقياس الثبات على معامل ألفا كرو نباخ

جدول 10 يوضح معامل معامل ألفا كرومباخ لأبعاد مقياس التفاعل في وسائل التواصل الاجتماعي

### للمراهقين

المتغير	عدد الفقرات	قيمة الثبات
البعد الأول الاستعمال المعرفي	3	0,728
البعد الثاني الاستعمال الانفعالي	2	0,835
البعد الثالث الاستعمال السلوكي	4	0,705
مقياس تفاعل وسائل التواصل الاجتماعي للمراهق	9	0,766

تتراوح درجة ثبات الأبعاد والمقياس ككل ما بين 0,7 و 0,8 وعليه فالمقياس ثابت ويتمتع بدرجة قبول.

### 3- الدراسة الأساسية:

#### 1.4 الصورة النهائية لأدوات الدراسة:

من خلال التأكد من الخصائص السيكومترية لأدوات الدراسة تم التوصل للنتائج الآتية:

#### مقياس الهوية الاجتماعية:

كان يحتوي 35 بندا يتكون من 3 أبعاد في صورته الأولية وبعد تطبيق صدق المحكمين وصدق الاتساق

العالمي و التحليل العالمي، وحساب نسبة الثبات تم الحصول على 13 بندا متكون 4 أبعاد كما يلي:

-الشعور اتجاه المجموعة يحتوي على الفقرات 13،14،15،16.

-الاعتزاز بالمجموعة يحتوي على الفقرات 6،10،11.

- الإدراك المعرفي للمجموعة يحتوي على الفقرات 1،2،7.

- الانسجام في المجموعة يحتوي على الفقرات 3،9،17.

#### 2.4 مقياس التفاعل في وسائل التواصل الاجتماعي للمراهقين SMES-A:

بعد ترجمة المقياس وحساب الصدق الثبات تبين أن جميع العبارات مائة ما عدا العبارتان التي تم حذفها

مسبقا في نظر الطالبوهي المتمثلة في البند 10 وهو مقارنة بالعالم الحقيقي، أشعر بالسعادة عندما أتعامل

مع الناس عبر وسائل التواصل الاجتماعي، والعبارة الموجودة في البند 11 والمتمثلة في أشعر بالقلق حينما

لا أستطيع استعمال وسائل التواصل الاجتماعي. ليصبح المقياس نهائيا متكون من 9 بنود مقسومة على 3

أبعاد وهي:

-الاستعمال المعرفي يحتوي على الفقرات 6،5،7.

-الاستعمال الانفعالي يحتوي على الفقرات 8 و9.

-الاستعمال السلوكي يحتوي على الفقرات 1،2،3،4.

## 6- مجتمع الدراسة:

تكون مجتمع الدراسة من طلبة جامعتي قاصدي مرباح ورقلة والجزائر 2.

### جدول 11 توزيع أفراد المجتمع حسب الجامعة

الجامعة	المجموع
جامعة الجزائر 2	827 100
جامعة قاصدي مرباح ورقلة	33209
المجموع الإجمالي	860309

## 7- عينة الدراسة:

هناك بعض الحدود التطبيقية لتحديد حجم العينة حسب أنجرس، وذلك حسب العدد الإجمالي لمجتمع البحث، ففي المجتمع الذي لا يقل عن 100 فرد يستحسن اختيار 50% على الأقل من مجموع ال100 فرد، أما في المجتمع الذي يقدر بالمئات أو بعض الآلاف، فالأفضل أخذ 100 فرد من كل طبقة، وأخذ

10% من مجتمع البحث، أما في البحث الذي يقدر بعشر الآلاف، أو عشرات المئات من الآلاف، فإن نسبة 1% من المجتمع كافية. (في الشايب، 2018، ص144)

تم اختيار العينة بالطريقة العرضية لأن هي الملائمة للدراسة.

### جدول 12 توزيع أفراد العينة حسب الجنس

المجموع	الجنس		الجامعة
	اناث	ذكور	
346	321	25	جامعة الجزائر 2
346	251	95	جامعة قاصدي مرباح ورقلة
692	المجموع الإجمالي		

توزيع العينة حسب السن:

سيبي

2.7 إجراءات الدراسة الأساسية:

تم افتراض عدد الفئات هو 4 انطلاقا من الدراسات السابقة

طول الفئة:

$$L = \frac{\text{أصغر قيمة} - \text{أكبر قيمة}}{\text{عدد الفئات}}$$

$$L = \frac{59 - 17}{4} = 10,5 \text{ وتقريبا } 10.$$

الجدول

جدول 13 الفئات التكرارية لتوزيع أفراد العينة حسب الجنس

النسبة المئوية	التكرار	
85,3%	590	من 17 الى 27 سنة
9%	62	من 28 الى 38 سنة
5,2%	36	من 39 الى 49 سنة
0,4%	4	من 50 الى 60 سنة
100%	692	المجموع الكلي

عدد الفئات:

تم الحصول على عدد عدد الفئات من خلال الدراسات السابقة :

تم الحصول على عدد الفئات باستعمال المعادلة التالية:

$$K = 1 + \log(3,3 \cdot \text{Log}(692))$$

$$K = 10,37$$

عدد الفئات هو 10.

حساب طول الفئة L :

$$L = (\text{أصغر قيمة} - \text{أكبر قيمة}) / K$$

$$4 = (59 - 17) / 10$$

## 8- أساليب المعالجة الإحصائية:

تم استعمال برنامج SPSS 22.

المتوسط الحسابي والانحراف المعياري

معامل الارتباط بيرسون

اختبار الثبات ألفا كرومباخ

الأساليب المستعملة للصدق العاملي:

استخدم معامل الارتباط بيرسون لاستقصاء البناء الداخلي.

استخدم التحليل العاملي الاستكشافي لاستخراج البنية العاملية للمقياس باستعمال برنامج SPSS 22.

استخدام التدوير ب طريقة فاريماكس (varimax)

واختبار كايزر ماير اولكين (KMO) Kaiser-Mayer-Olkin

وبارتلت Bartlett

ك2،

مقياس عام لكفاءة التعيين (MSA) Measure of Sampling Adequacy

مصفوفة الارتباطات (Correlation Matrix).

الأساليب المستعملة لاختبار الفرضيات

اختبار ت لعينة واحدة

اختبار ت لعينتين مستقلتين

اختبار ك2 للاستقلالية

اختبار Leven للتجانس

معامل الارتباط بيرسون

الانحدار الخطي البسيط

# الفصل السادس:

عرض النتائج

وتفسيرها

## الفصل السادس

### عرض نتائج البحث وتفسيرها

1 عرض نتائج الفرضية الأولى وتفسيرها

2 عرض نتائج الفرضية الثانية وتفسيرها

3 عرض نتائج الفرضية الثالثة وتفسيرها

4 عرض نتائج الفرضية الرابعة وتفسيرها

5 عرض نتائج الفرضية الخامسة وتفسيرها

6 عرض نتائج الفرضية السادسة وتفسيرها

## 1- عرض نتائج الفرضية الأولى وتفسيرها:

الفرضية:

نتوقع مستوى الهوية الاجتماعية مرتفع لدى طلبة جامعة الجزائر 2 وطلبة جامعة ورقلة

ولمعرفة ذلك تم القيام بحساب:

- المتوسط النظري = عدد الفقرات  $\times$  معدل البدائل

- تم استخدام اختبار (ت) لعينة واحدة من أجل التأكد من مستوى الهوية الاجتماعية.

يتطلب استخدام اختبار "ت" التحقق من توفر الشروط التالية:

1 أن يكون حجم العينة كبيرا

2 أن يكون الفرق بين حجمي العينتين صغيرا

3 أن يكون توزيع الدرجات في كلا العينتين اعتداليا.

وتم التحقق من الشروط:

- فحجم العينة كبير 692

- والفرق بين العينتين منعدم العينتين متساويين 346

- وحسب نظرية النهاية المركزية فان البيانات تتبع التوزيع الاعتدالي في كلا العينتين.

جدول 14 نتائج اختبار (ت) لعينة واحدة لدراسة دلالة الفروق بين المتوسطات النظرية والمتوسطات

الفرضية لدرجة الطلبة لأبعاد الهوية الاجتماعية في جامعة الجزائر 2 و جامعة قاصدي مرباح ورقلة

القيمة الاحتمالية	(ت) المحسوبة	درجة الحرية	مستوى الهوية	المتوسط النظري	المتوسط الحسابي	
000	18,15	691	مرتفع	12	14,14	الشعور تجاه المجموعة
000	26,19	691	مرتفع	9	11,08	الاعتزاز بالمجموعة
000	22,78	691	مرتفع	9	11,02	الادراك المعرفي للمجموعة
000	23,62	691	مرتفع	9	10,88	الانسجام في المجموعة
000	28,48	691	مرتفع	57	67,24	الهوية الاجتماعية

تشير نتائج الجدول (4) الى أن المتوسطات الحسابية لأبعاد الهوية الاجتماعية والهوية الاجتماعية ككل أكبر من المتوسطات النظرية، وأن الفرق بين هذه المتوسطات دال إحصائياً عند القيمة (0.000).

ما يدل على أن مستوى الهوية الاجتماعية لدى طلبة جامعة الجزائر 2 بأبعادها مرتفع.

وعليه، تحققت الفرضية التي تشير الى أن مستوى الهوية الاجتماعية مرتفع لدى طلبة جامعة الجزائر 2 و

طلبة جامعة ورقلة

ويمكن تفسير ذلك

فيما يأتي اليه تعريف هنري تاجفيل (Henry Tajfel) الذي يقول أن الهوية الاجتماعية هي الجزء المرتبطة

بمعرفة (الفرد) لانتمائه الى بعض المجموعات مع اعطائه دلالة الشعورية والتقييمية نتيجة انتمائه لهذه

المجموعات (Tajfel, 1972, p292) ، فان أغلب تقديرات الفرد لنفسه مرتبطة بمعرفته وتقييمه للمجموعة

التي ينتمي إليها مع إعطاء معنى للشعور المصاحب لها.

كما أكد "هنري تاجفيل" أن الفرد يسعى الى الوصول أو زيادة تقديرهم الذاتي، أي يحاولون الحصول على

صورة ايجابية للذات. (Bouchet et al, 1997, p 176) إضافة الى المبادئ التي قام بوضعها تاجفيل و

ترنير (Tajfel and Turner) الأفراد يحاولون اكتساب أو البقاء على هوية اجتماعية موجبة.

(Autin,2010) مما يفسر في أغلب الأحيان لما الأشخاص لهم هوية اجتماعية موجبة.

أما غياب المقارنة مع مجموعات أخرى مما يعزز الافراد بشعورهم بالإيجابية نحو أنفسهم.

كذلك الدراسة تركز على مقارنة الأفراد الطلبة الجامعيين بالتخصصات الأخرى غالباً، المجموعات الموجودة

في الحرم الجامعي، وهذا لم يصبهم الشعور بالدونية وعقدة النقص حسب الباحث، ويمكن أن نستنتج أن

الطلبة معظمهم فخورين بتخصصاتهم

كذلك لا يوجد اختلاف لمستوى الهوية الاجتماعية بالطلبة فان طلبة جامعة الجزائر يعرفون أنفسهم أن لهم هوية اجتماعية مرتفعة، كذلك طلبة جامعة قاصدي مرباح ورقلة.

يتضح من أن كل مستوى الهوية الاجتماعية في جامعة الجزائر 2 و جامعة ورقلة مرتفعة، وهذا يتفق مع دراسة نظمي (2010) التي طبقت على المواطنين العراقيين العاطلين عن العمل وأسفرت النتائج أنهم يتمتعون بهوية اجتماعية مرتفعة، وكذلك دراسة مبارك (2013) التي طبقت على عينة من الأفراد المتحصلين على شهادة جامعية في محافظة ديالى أنهم يتمتعون أيضا بهوية اجتماعية مرتفعة، إضافة الى دراسة العزاوي والخفاجي ومحمد (2013) التي اجريت على طلبة ومعرفة هويتهم الوطنية اذ تبين أنهم يتمتعون بمستوى هوية اجتماعية مرتفعة، كما دراسة صادق وعباس (2014) التي طبقت على طلبة المرحلة المتوسطة وأظهرت النتائج أنهم يتمتعون بهوية اجتماعية مرتفعة، و دراسة السعدي وعلوان (2014) التي طبقت على مرشدين تربويين تبين أنهم يتمتعون بهوية اجتماعية مرتفعة وتصنيف ذات عالي. كما أظهرت دراسة بن طاهر ومزيان (2017) التي قامت بالكشف عن تقدير الذات لدى الشباب، أنهم يتمتعون بتقدير ذات اجتماعي مرتفع.

كذلك مستوى مرتفع للهوية الاجتماعية يعني بروز للهوية الاجتماعية، وهو نفس الشيء الذي تكلم عليه ترنر (Turner) في نظرية نظرية تصنيف الذات (Self-categorization theory (SCT) لما أشار الى هوية اجتماعية بارزة (أي هوية اجتماعية موجبة ومرتفعة)، عندما يعرف الفرد نفسه في سياق مجموعات وفئات اجتماعية.

ونتاؤها تتفق مع دراسة زايد (2005) التي طُبقت في مصر حيث هدفت الى التحقق من الفروض التي وضعتها نظرية تصنيف الذات المتعلقة بالأفكار النمطية وخاصة فيما يتعلق بالدور الذي يلعبه بروز الهوية الاجتماعية، حيث توصلت الى بروز للهوية الاجتماعية على حساب الهوية الشخصية

وتؤيد دراسة Kelly (1989) التي طبقت على حزب سياسي في لندن، والتي هدفت الى معرفة الجوانب التي تكون أكثر تجانس في الجماعة الداخلية والجماعة الخارجية في سياق سياسي باستعمال نظرية التصنيف الاجتماعي ونظرية تجانس المجموعة الخارجية، حيث توصلت الى أن هناك علاقة إيجابية بين إدراك التجانس بين المجموعات وبروز الهوية السياسية، وعندما تكون هوية السياسية بارزة تكون الهوية الاجتماعية مرتفعة.

بينما دراسة واووزي (2013) التي طبقت على عينة من الأفراد المحاولين لعملية الانتحار اتضح أن الأفراد يتمتعون بهوية شخصية واجتماعية غامضة ومتشعبة  
كما جاءت عكس نتيجة دراسة Karasawa (1991) التي طبقت على طلبة يابانيين، والتي توصلت الى غالبية الطلبة لديهم هوية اجتماعية سالبة وهذا للمكانة المنخفضة للمدرسة.

## 2- عرض نتائج الفرضية الثانية وتفسيرها:

الفرضية

توجد فروق دالة احصائية في الهوية الاجتماعية لدى مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي بين  
طلبة جامعة الجزائر 2 وجامعة ورقلة قاصدي مرباح.

الشروط اللازمة لاختبار "ت" في حالة العينين المستقلتين:

- 1 يجب أن تكون البيانات في كلتا العينتين مستقلة.
- 2 يجب أن تكون البيانات في كلتا العينتين كمية ثم قياسها على مستوى المسافات على الأقل.
- 3 يجب أن تتوزع المجتمعات التي استخرجت منها العينتان وفق توزيع طبيعي أو قريب منه.
- 4 يجب أن يكون للمجتمعين الذين استخرج منها العينتان نفس التباين.

### 1 الاستقلالية:

من أجل معرفة استقلالية البيانات تم تطبيق معامل تحليل كاي تربيع لتحديد ان كانت علاقة بين المؤسسة  
الجامعية (جامعة الجزائر 2 وجامعة قاصدي مرباح ورقلة) وبين الهوية الاجتماعية والجدول التالي يوضح  
النتائج المتوصل اليها:

جدول 16 نتائج اختبار (ك2) لدراسة استقلالية المجموعات بين الهوية الاجتماعية و الجنس والجامعة

الهوية الاجتماعية	
-------------------	--

المتغيرات	المجموعات	التكرارات	درجة الحرية	كاي تربيع (chi square test)	مستوى الدالة SIG
الجنس	ذكر	120	54	58,98	0,228
	انثى	571			
الجامعة	الجزائر	346	54	67,76	0,099
	ورقلة	346			

يعرض لنا جدول (16) معاملات كاي تربيع للهوية الاجتماعية و المتغيرات الجنس و الجامعة.

نلاحظ أن قيمة كاي تربيع للفرق بين الذكور والاناث بلغت 58,98 بمستوى دلالة قدر ب 0,228 وهو أكبر

من مستوى المعنوية 0,05، وهو يؤكد عن عدم وجود علاقة دالة احصائيا وارتباط فالمتغيران الهوية

الاجتماعية والجنس مستقلان.

كما نلاحظ من الجدول السابق أن قيمة كاي تربيع للفرق بين جامعة الجزائر 2 و قاصدي مباح ورقلة بلغت

67,76 بمستوى دلالة قدر ب 0,099 وهو أكبر من مستوى المعنوية 0,05، وهو يؤكد عن عدم وجود

علاقة دالة احصائيا وارتباط فالمتغيران الهوية الاجتماعية والجامعة مستقلان.

2 البيانات الهوية الاجتماعية كمية في عينة جامعة الجزائر 2 و عينة جامعة قاصدي مرباح ورقلة وتم

قياسها على مستوى المسافات

3 التوزيع الطبيعي

يقول ديلمي و سحنون في تكلمهم عن نظرية النهاية المركزية التي تكون تحت شروط عامة جدا أن كلا من

المجموع ومتوسط عينة عشوائية مسحوبة من مجتمع ما، يمتلك عند تكرار هذه العينات، عددا كبير من

المرات توزيعا له قريب من شكل الجرس أي التوزيع الطبيعي." (ديلمي و سحنون، 2013، ص 04)

وعليه العينة في الدراسة الحالية تقدر ب 692 مفرد وهو عدد كافي حسب نظرية النهاية المركزية للتتبع

توزيعا طبيعيا.

4 التباين:

اختبار Levene

جدول 17 يوضح اختبار Levene والقيمة الفائية

الدالة المعنوية	قيمة F	
0,129	2,312	الهوية الاجتماعية

يشير الجدول (17) القيمة الفائية لاختبار ليفين للهوية الاجتماعية

من خلال الجدول بلغت القيمة الفائية F 2,312 وهي قيمة غير دالة لكونها أكبر من 0,05، وهذا يعني أن للمجموعة نفس التباين.

وبعد حساب اختبار T لاختبار الفروق تبين النتائج في الجدول الآتي:

**جدول (18) نتائج إختبار T للفرق بين الهوية الاجتماعية لجامعة الجزائر وورقلة**

اختبار T					
المتوسط الحسابي		مستوى الدلالة	درجة الحرية	قيمة T	المتغير
ورقلة	الجزائر				
67,74	66.751	0.167	690	-1,382	الهوية الاجتماعية

نلاحظ من الجدول (18) أن قيمة اختبار ل t بلغت -1,382 مع مستوى دلالة أكبر من مستوى المعنوية 0,05 وعليه هي غير دالة، لا يوجد فروق بين الهوية الاجتماعية للطلبة بالاختلاف المؤسسة الجامعية. وبالتالي عدم تحقق الفرضية التي تنص أن توجد فروق دالة احصائية في الهوية الاجتماعية لدى مستخدمين وسائل التواصل الاجتماعي بين طلبة جامعة الجزائر 2 وجامعة ورقلة قاصدي مباح ويمكن تفسير ذلك ب:

عدم وجود اختلاف بين الجامعتين دليل على أن الطلبة في جامعة الجزائر 2 وجامعة قاصدي مباح يتشاركون في الهوية الاجتماعية، كما وضحته البيانات، فلم يؤثر البعد وتغير المناخ تغيرا طفيفا على الهوية الاجتماعية، كما ساعدت وسائل التواصل الاجتماعي والاعلام على تقليص البعد، وتكوين نفس العقلية والانتماء الذي يربط بين أبناء الوطن الواحد.

ومن جهة أخرى، استعمال الطلبة نفس اللغة ومشاركة نفس العادات والتقاليد والدين في أغلب الأحيان الشيء الذي يجعلهم يتشاركون في نفس الهوية الاجتماعية.

كذلك المقارنة الاجتماعية لليون فستتجر وموجوده كجزء أساسي من العمليات التي يقوم بها الفرد لتحقيق هوية اجتماعية، حسب الافتراض الثالث من النظرية الذي يقول "ان الناس لا يقارنون أنفسهم عن قصد بشخص مختلف عنهم، فلن يقارنوا أنفسهم مع شخص أفضل منهم بكثير لما قد يسبب من شعور بعدم الثقة بالنفس. (الليحاني، 2020، ص78)

فان المقارنة لم تكون موجهة نحو طلبة من جامعة أخرى (أي مقصودة)، لكن كانت مبنية على أسس أخرى، وبالتالي حسب رأي الطالب هذا يفسر عدم وجود فروق دالة احصائيا.

لم يتم الطالب من خلال استعماله للمقياس من صياغة بنود توحى طلبة جامعة ما بمقارنة مع جامعة أخرى، إضافة الى هذا، هذه دراسة وصفية وليس تجريبية، اذ لم يتم الطالب بتجربة مصغرة ومعرفة آراء عينة من طلبة جامعة نحو طلبة جامعة أخرى

كما تتفق مع دراسة العزاوي والخفاجي ومحمد (2013) التي هدفت على بناء مقياس الهوية الوطنية والتعرف على الفرق في الهوية الوطنية لدة طلبة الجامعة وفق متغيرات الجنس والتخصص والتي توصلت الى أنه عدم وجود فروق دالة احصائيا في التخصص الدراسي في الهوية الوطنية.

وتتفق كذلك مع دراسة Karasawa (1991) التي طبقت في اليابان والتي هدفت الى إيجاد علاقة إيجابية بين التوحد في المجموعة وتقييم المجموعة، والتي توصلت بأن الطلبة الذين لديهم هوية اجتماعية عالية لا توجد فروق.

كما أثبتت دراسة Kelly (1989) التي طبقت على حزب سياسي في لندن، أنه كلما كانت خاصية من التصنيف الاجتماعي واضحة، كل ما كان إدراك التجانس بين الجماعات كبير في الجماعة الداخلية والخارجية أي لا توجد فروق في حالة خاصية التصنيف الاجتماعي.

تخالف هذه النتيجة مع دراسة بن طاهر ومزيان (2017) التي تهدف الى الكشف على مستويات تقدير الذات والتي تقول يوجد اختلاف في مستوى التقدير الاجتماعي تبعاً للتخصص العلمي و المستوى الاقتصادي.

أما في دراسة وازي (2013) توجد فروق برتبة الهوية الشخصية والاجتماعية ( التشتت) لصالح العزاب، وهذا يخالف نتيجة دراستا، بينما عدم وجود فروق ذات دلالة احصائية فيما يتعلق بالرتب الثلاثة للهوية الشخصية والاجتماعية (تحقيق، تعليق، انغلاق) وهذا ما يوافق الدراسة الحالية.

وتعكس دراسة بريعم (2016) تهدف الى معرفة أثر مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية الإحساس بالهوية النفسية لدى الشباب الجزائري. وتوصلت النتائج الى هنا فروق ذات دلالة إحصائية بين الشباب الجزائري في تحديد أثر مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية الإحساس بالهوية النفسية تعزى لمتغير الجنس، وهذه الفروق لصالح الإناث.

### 3- عرض نتائج الفرضية الثالثة وتفسيرها:

توجد فروق دالة احصائية في الهوية الاجتماعية لدى مستخدمين وسائل التواصل الاجتماعي لدى طلبة جامعة الجزائر 2 وجامعة ورقلة قاصدي مرباح باختلاف الجنس

جدول 19 توزيع الطلبة باختلاف الجنس في جامعتي الجزائر 2 وقاصدي مباح ورقلة

عدد الطلبة	جامعة الجزائر 2 وجامعة قاصدي مباح ورقلة
120	ذكر
571	انثى
691	المجموع

من أجل معرفة استقلالية البيانات تم تطبيق معامل تحليل كاي تربيع لتحديد ان كانت علاقة الجنس والهوية الاجتماعية

جدول 20 نتائج تحليل معامل كاي تربيع للعلاقة بين جامعة الطالب (جامعة الجزائر 2 و جامعة قاصدي مباح ورقلة) و الهوية الاجتماعية

الهوية الاجتماعية					
المتغيرات	المجموعات	التكرارات	درجة الحرية	كاي تربيع (chi square test)	مستوى الدالة SIG
الجنس	ذكر	120	54	58,98	0,228
	انثى	571			

نلاحظ من الجدول السابق (20) أن قيمة كاي تربيع بلغت 58,98 بمستوى دلالة قدر ب 0,228 وهو أكبر من مستوى المعنوية 0,05، وهو يؤكد عن عدم وجود علاقة دالة احصائيا وارتباط معنوي فالمتغيران الجنس والهوية الاجتماعية مستقلان.

الشرط الثاني

الجنس بيانات كمية والهوية الاجتماعية بيانات كمية

الشرط الثالث:

العينة كبيرة بالنسبة لجامعة الجزائر 2 وجامعة قاصدي مرباح ورقلة وتقدر ب 691 وعن طريق مبرهنة النهاية المركزية فالعينة تتبع التوزيع الطبيعي.

الشرط الرابع التباين

عن طريق اختبار Leven

اختبار Leven و الدلالة المعنوية لعينة جامعة الجزائر 2 وجامعة قاصدي مرباح ورقلة

جدول 21 اختبار Leven و الدلالة المعنوية لعينة جامعة الجزائر 2 وجامعة قاصدي مرباح ورقلة

الدلالة المعنوية	قيمة F	
0,295	1,097	الهوية الاجتماعية

من خلال الجدول (21) بلغت القيمة الفائية  $F = 1,689$  وهي قيمة غير دالة لكونها أكبر من  $0,05$ ، وهذا يعني أن للمجموعة نفس التباين.

**جدول 22 الفروق في الهوية الاجتماعية لدى طلبة جامعة الجزائر 2 وجامعة قاصدي مرباح ورقلة باختلاف الجنس**

اختبار T					
المتوسط الحسابي		مستوى الدلالة	درجة الحرية	قيمة T	المتغير
انثى	ذكر				
67,06	68,08	0,283	689	1,075	الهوية الاجتماعية

نلاحظ من الجدول (22) أن قيمة اختبار ل  $t$  بلغت  $-0,489$  مع مستوى دلالة أكبر من مستوى المعنوية  $0,05$  وعليه هي غير دالة، لا يوجد فروق بين الهوية الاجتماعية للطلبة جامعة الجزائر باختلاف الجنس. وبالتالي عدم تحقق الفرضية التي تنص أن توجد فروق دالة احصائية في الهوية الاجتماعية لدى مستخدمين وسائل التواصل الاجتماعي لدى طلبة جامعة الجزائر 2 وجامعة ورقلة قاصدي مرباح باختلاف الجنس ويمكن تفسير ذلك ب:

يتضح من خلال نتائج الدراسة أنه لا يوجد فروق دالة بين الجنسين في كلا العينتين سواء في جامعة الجزائر 2 أو جامعة قاصدي مرباح ورقلة، وهذا راجع حسب الطالب للعوامل السياقية التي تلعب دورا في فهم عدم وجود فروق دالة إحصائية بين الجنسين في الهوية الاجتماعية. وذلك بحيث تأثر الهوية الاجتماعية بالسياق

بشكل كبير، وإذا كان المشاركون يشتركون في نفس السياقات الثقافية والاجتماعية والاقتصادية والتعليمية كما هو الحال بين طلبة الجنوب والشمال، فقد وكذلك بين الجنسين...

فالطلبة يشتركون في هوية اجتماعية لها علاقة بالتخصص، فالاختلافات التي لها علاقة بعوامل ومعايير أخرى تختفي وبالتالي لا تظهر باختلاف الجنس، فهنا الهوية الاجتماعية محدودة بالتخصص الجامعي والهوية الاجتماعية للطالب الجامعي ليست بؤرة لظهور الاختلافات بما أنها محدودة فقط في الحرم الجامعي. والهوية الاجتماعية حسب تاجفيل عديدة لكن في ظل هذه النتائج لا تسمح بمعرفة ان كان هناك أي اختلاف.

تتفق هذه النتيجة مع دراسة بن طاهر ومزيان (2017) التي تهدف الى الكشف على مستويات تقدير الذات الاجتماعية لدى الشباب والتي توصلت على أنه لا يوجد اختلاف لمستوى تقدير الذات بين الجنسين كما تختلف مع دراسة وازي (2013) تبين أن للهوية الشخصية والاجتماعية لدى الاناث أكثر تشبها من الذكور

إضافة الى انها تعاكس نتيجة دراسة العزاوي والخفاجي ومحمد (2013) التي أثبتت وجود فروق دالة احصائيا بين الذكور والاناث في الهوية الوطنية ولمصلحة الاناث. وتؤيد الفرضية من نفس الدراسة التي أوضحت نتائجها عدم وجود فروق دالة احصائيا ذي التفاعل بين الجنس والتخصص الدراسي في الهوية الوطنية.

كما تتفق مع دراسة مبارك (2013) التي تهدف الى معرفة علاقة التعصب بالهوية الاجتماعية والمكانة الاجتماعية لدى العاطلين عن العمل في محافظة ديالي التي توصلت الى أنه لا توجد هناك فروق ذات دلالة إحصائية بين الذكور والاناث في التعصب والهوية الاجتماعية والمكانة الاجتماعية.

#### 4- عرض نتائج الفرضية الرابعة وتفسيرها:

الفرضية:

نتوقع مستوى مرتفع لدى الطلبة مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي لجامعة الجزائر 2 جامعة قاصدي

مرباح ورقلة

ولمعرفة ذلك تم القيام بحساب:

- المتوسط النظري = عدد الفقرات X معدل البدائل

- تم استخدام اختبار (ت) لعينة واحدة من أجل التأكد من مستوى الهوية الاجتماعية.

يتطلب استخدام اختبار "ت" التحقق من توفر الشروط التالية:

1 أن يكون حجم العينة كبيرا

2 أن يكون الفرق بين حجمي العينتين صغيرا

3 أن يكون توزيع الدرجات في كلا العينتين اعتداليا.

وتم التحقق من الشروط:

- فحجم العينة كبير 692

- والفرق بين العينتين منعدم العينتين متساويين 346

- وحسب نظرية النهاية المركزية فان البيانات تبع التوزيع الاعتدالي في كلا العينتين.

جدول 23 نتائج اختبار(ت) لعينة واحدة لدراسة دلالة الفروق بين المتوسطات النظرية والمتوسطات الفرضية لدرجة الطلبة لأبعاد مقياس وسائل التواصل الاجتماعي للمراهقين في جامعة الجزائر 2 وجامعة قاصدي مرباح

ورقلة

القيمة الاحتمالية	(ت) المحسوبة	درجة الحرية	مستوى مقياس	المتوسط النظري	المتوسط الحسابي	
000	10,99	691	مرتفع	9	9,97	الاستعمال المعرفي
0,004	2,91	691	مرتفع	6	6,20	الاستعمال الانفعالي
000	20,41	691	مرتفع	12	14,24	الاستعمال السلوكي
000	16,44	691	مرتفع	27	30,74	مقياس ككل

تشير نتائج الجدول (23) الى أن المتوسطات الحسابية لأبعاد مقياس وسائل التواصل الاجتماعي للمراهقين

ككل أكبر من المتوسطات النظرية، وأن الفرق بين هذه المتوسطات دال إحصائياً عند القيمة (0.000).

وبما أن بعد مقياس وسائل التواصل الاجتماعي للمراهقين ككل أكبر من المتوسطات الفرضية وهو دال

إحصائياً عند القيمة (0.000) و بعد الاستعمال الانفعالي دال عند (0,004). دليل على أن مستوى ابعاد

وسائل التواصل الاجتماعي للمراهقين لدى طلبة جامعة الجزائر 2 بأبعادها مرتفع.

وبالتالي تحقق الفرضية التي تنص على:

نتوقع مستوى مرتفع لدى الطلبة مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي لجامعة الجزائر 2 جامعة قاصدي  
مرياح ورقلة.

ويمكن تفسير ذلك ب:

بأن هذا راجع للعصر الحالي أين أغلب جيل الشباب يستعمل وسائل التواصل الاجتماعي، بحيث يكون الأمر غير عادي حين يتم العثور على عينة لا تستعمل الوسائل التواصل الاجتماعي. وبالتالي فمن الطبيعي أن يكون الاستعمال المرتفع لدى طلبة جامعة الجزائر 2 وطلبة جامعة قاصدي مرياح ورقلة. وفي أغلب الدراسات تشير الى مستوى استعمال التواصل الاجتماعي مرتفع سواء ادمان، أو الوقت المستغرق في استعمال وسائل التواصل الاجتماعي، وهذا لا ينافي الدراسة الحالية

وهي تتفق مع دراسة عبد الرشيد(2013) التي تهدف الى معرفة طبيعة استخدام طلبة الجامعات الأردنية لشبكتي التواصل الاجتماعي فايسبوك وتويتر والوقوف على أنماط استخدام الموقعين ودوافع استخدامهما من قبل عينة الدراسة، والكشف عن الاشباع المتحققة منها. حيث توصلت الدراسة الى أن أكثر الاشباع المحققة هي ازدياد استخدام الفايسبوك في الموبايل

وتتفق مع دراسة Miranda وآخرون (2023) التي تهدف الى معرفة كيف تنمو وتتطور مشكلة استعمال وسائل التواصل الاجتماعي وتتحول الى إدمان، حيث حاولت توضيح تحاول توضيح كيفية الهروب من التفاعل الاجتماعي الحقيقي يتحول الى مستوى عالي من الادمان على وسائل التواصل الاجتماعي. و اكتشف ميكانيزم آخر للإدمان في وسائل التواصل الاجتماعي يكون عبر الشعور بالانتماء.

ونتفق مع دراسة دراسة Botou و Marsellos (2018) التي تهدف الى مدى تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على إدراك المراهقين لتقدير ذاتهم، وتوصلت الدراسة نسبة المراهقين الذين يضحون بساعات نومهم أو ساعات دراستهم من أجل استعمال وسائل التواصل الاجتماعي ب 53%. وهذا استعمال مرتفع لوسائل التواصل الاجتماعي

ونتفق مع دراسة Hall و Hanna و Huey (2013) التي تهدف الى التحقيق حول استعمالات ومشاهدات للطلبة ومعرفة الاختلافات بين الجنس ومستوى الدراسي. حيث توصلت الى أن 91.8 % من المبحوثين يستعملون وسائل التواصل الاجتماعي وهو استعمال عالي لوسائل التواصل الاجتماعي.

## 5- عرض نتائج الفرضية الخامسة وتفسيرها:

تنص الفرضية أن هناك:

هناك علاقة ارتباطية عكسية بين الهوية الاجتماعية واللجوء الى وسائل التواصل الاجتماعي في لدى طلبة جامعة الجزائر 2 وجامعة ورقلة قاصدي مباح.

وللتأكد من صحة الفرضية طبق الأسلوب الاحصائي معامل الارتباط التتابعي.

شروط تطبيق معامل الارتباط التتابعي:

1 أن يكون توزع الدرجات كلا المتغيرين X و Y توزيعا معتدلا، ويمكن التأكد من اعتدالية توزيع الدرجات

باستخدام معاملي الالتواء أو التفلطح، وفي حالة عدم توفر شروط الاعتدالية لا يصح استخدام معامل

الارتباط التتابعي، ويجب استخدام معامل ارتباط الرتب لسبيرمان أو معامل "كندال" المسمى (تاو)

2 التأكيد من أن العلاقة بين المتغيرين  $X$  و  $Y$  علاقة خطية ويكون ذلك بإتباع إحدى الطريقتين:

تطبيق اختبار تجانس التباين  $F$ ، لمعرفة ما إذا كانت الانحرافات عن الخط المستقيم راجعة إلى الحظ أم لا.  
رسم لوحة الانتشار، فإذا كانت نقاط تقاطع قيم المتغيرين  $X$  و  $Y$  تقع على المستقيم أو قريبة منه، فهذا يعني أن العلاقة بين المتغيرين خطية، أما إذا وقع أغلبها بين خطين متوازيين أو كوّنت دائرة، فهذا يعني أن العلاقة غير خطية.

الشرط الأول:

يمكن تجاوز الشرط التوزيع الاعتمالي بالرجوع الى نظرية النهاية المركزية التي تقول أن العينات عندما تكون كبيرة فحتما تتبع التوزيع الطبيعي.

العينة في جامعة الجزائر 2 وجامعة قاصدي مرباح ورقلة تتكون من 692 طالب وطالبة

الشرط 2

اختبار التجانس

كان عن طريق اختبار Leven والذي يوضحه الجدول الآتي:

جدول 24 يوضح اختبار Leven لمتغير الهوية الاجتماعية ومستعملين وسائل التواصل الاجتماعي لطلبة

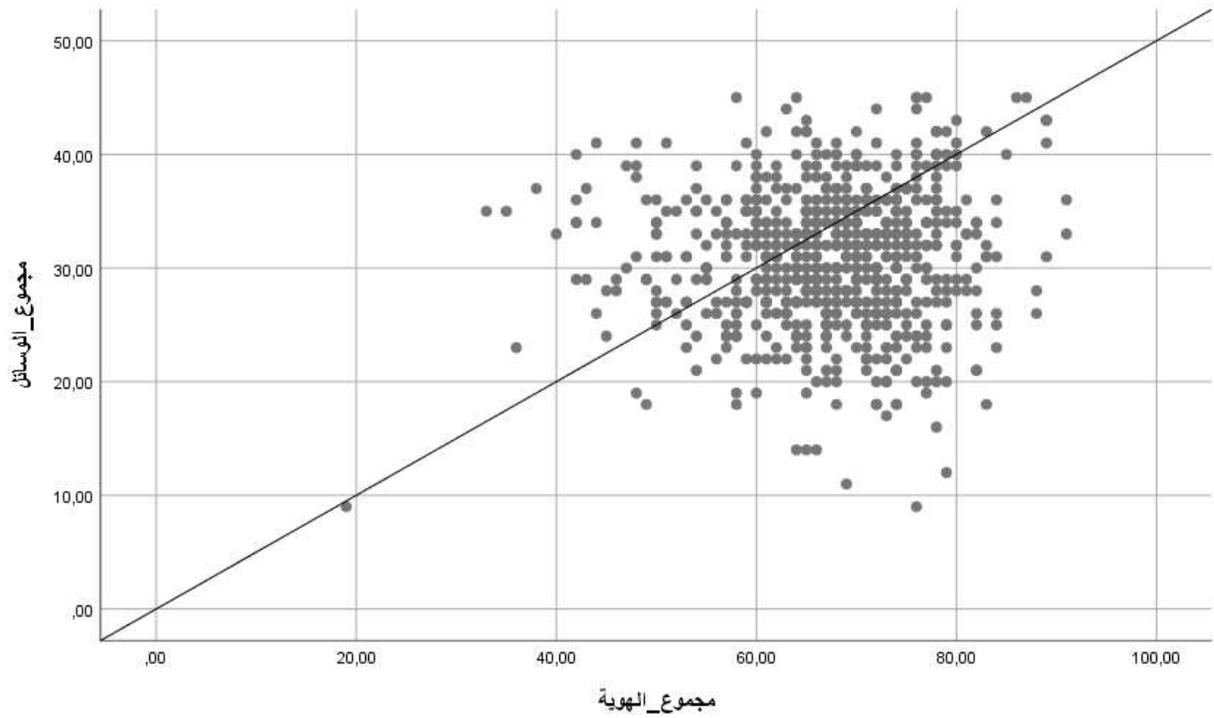
جامعة الجزائر 2 وجامعة قاصدي مرباح ورقلة

المتغير	قيمة F	الدلالة المعنوية
الهوية الاجتماعية	1,097	0,295

0,319	0,995	مستعملي وسائل التواصل الاجتماعي
-------	-------	---------------------------------

يتضح من خلال الجدول (24) أن القيمة الفأئية للهوية الاجتماعية بلغت 1,097 و هي أكبر من 0,05 مما يدل أن شرط التجانس تحقق، كما بلغت القيمة الفأئية لمستعملي وسائل التواصل الاجتماعي 0,995، ودالتهما الإحصائية أكبر من 0,05، وهذا دليل على أن شرط التجانس تحقق.

الخطية:



يوضح الشكل أعلاه العلاقة الخطية بين المتغير المستقل الهوية الاجتماعية والتابع مستعملي وسائل التواصل الاجتماعي لطلبة جامعة الجزائر 2 وجامعة قاصدي مرباح ورقلة

حساب الارتباط بيرسون

جدول 25 قيمة الارتباط بيرسون بين الهوية الاجتماعية ووسائل التواصل الاجتماعي لدى طلبة جامعة الجزائر 2 وجامعة قاصدي مرباح ورقلة

مستوى الدلالة	مستعملي وسائل التواصل الاجتماعي	
0,145	0,055	الهوية الاجتماعية

يوضح الجدول (25) التالي العلاقة الخطية بين الهوية الاجتماعية مستعملي وسائل التواصل الاجتماعي حيث بلغة قيمة المعامل بيرسون 0,055 وهو غير دال احصائيا.

التفسير

من خلال الجدول نلاحظ عدم وجود ارتباط دال بين الهوية الاجتماعية ووسائل التواصل الاجتماعي وبالتالي عدم تحقق الفرضية التي تنص أن هناك علاقة ارتباطية عكسية بين الهوية الاجتماعية واللجوء الى وسائل التواصل الاجتماعي في جامعة الجزائر 2 وجامعة ورقلة ويمكن تفسير ذلك ب:

لا شك على وجود أثر لوسائل التواصل الاجتماعي حول الهوية الشخصية والهوية الاجتماعية لكن من خلال نتائج الدراسة الحالية والدراسات السابقة لم يتم الحصول على الكثير من المعلومات للجزم بأن يتم لجوء الفرد لوسائل التواصل الاجتماعي كاستراتيجية للتخلص من الهوية الاجتماعية السالبة كما تكلمت عن إمكانية حدوثها دراسة Barker (2012)، كما وجدت علاقة طردية لكن غير دالة وليست علاقة عكسية بالفرضية غير محققة

فحسب نتائج الدراسة الحالية وسائل التواصل الاجتماعي لا تعد كاستراتيجية للتعويضات الاجتماعية عن هوية اجتماعية سالبة.

وحسب الطالب أيضا، لم يتم دمج متغير اشباعات الهوية الاجتماعية (SIG) والتي كانت في الدراسات التي وجدت ارتباط بين الهوية الاجتماعية و وسائل التواصل الاجتماعي، و اشباعات الهوية الاجتماعية التي أسسها Harwood سنة 1997 تعني تعزيز الحاجة الى الانتماء في وسائل الاعلام التقليدية، بمعنى أن الأفراد يبحثون على البرامج التي تثبت أفراد يشبهونهم ولهم نفس السلوكيات (In barker, 2020, P.04) مع انتشار وسائل التواصل الاجتماعي أخذت الهوية الاجتماعية مسار مختلف يتمثل في اشباع الهوية الاجتماعية (SIG) بمعنى اخر أصبح الأفراد يلجؤون الى متابعة الأفراد ذوي نفس المميزات الذين يمتلكونها، فالأفراد الذين ينتمون الى جامعة ما، يتابعون نفس الأخبار لهذه الجامعة والكلية، والأفراد الذين يشجعون فريق ما، يتابعون نفس الأفراد الذين لهم نفس الاهتمامات بالفريق.

والطالب لم يتم ادراج هذا المتغير لأنه أراد معرفة العلاقة العكسية وان كانت تعد كاستراتيجية للتعويضات الاجتماعية بدون ادخال أي متغير وسيط خلافا للدراسات السابقة.

وأما فيما يخص تفسير الطالب عدم وجود علاقة في دراستنا الحالية، فطبعاً، وسائل التواصل الاجتماعي تحقق اشباعاً من خلال استخداماتها اليومية تستطيع أن تحل نوع من الإدمان، لكن، حسب الطالب يتم الفرد بحصرها في العالم الافتراضي وبالتالي لم يتم بإدماجها وربطها مع العالم الحقيقي، وبالتالي فهي لا تستطيع تعويض الحاجات التي ينقصها الفرد في العالم الحقيقي وعلى الرغم من استعمالها اليومي وبشكل متكرر، إذ يعتبر استعمالها ما هو إلى هروب من الواقع لفترة وجيزة، أي مجرد وسيلة للترفيه (وهذا ينطبق فقط لاستعمالها الفردي، كل فرد يستعملها لنفسه)

وان كان استعمالها لغرض آخر مثل عمل جماعي collective action فلماذا تفسير آخر، وربما كما يستطيع تغيير الواقع الاجتماعي.

كذلك في اعتقاد الطالب يمكن للمستخدم في الواقع الاجتماعي له هوية اجتماعية بانتمائه لمجموعته، وفي العالم الافتراضي له هوية اجتماعية افتراضية أخرى بانتمائه لنفس المجموعة مما يجعل نوع من الانفصال وتشكل فجوة تجعل من المستحيل وجود أي علاقة.

وهي تتفق مع أغلب الدراسات التي تكلمت عن الأثر حيث تتفق مع دراسة صوالحية وفارس (2023) التي تهدف إلى التعرف على أثر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على الهوية الثقافية لدى الشباب الجامعي حيث توصلت إلى استخدام مواقع التواصل أثر سلبي على الهوية الثقافية لدى الشباب الجامعي.

وتتفق مع دراسة Elsayed (2021) التي تهدف الى تحديد مستويات الهوية الاجتماعية وتحليل الآثار السلبية لوسائل التواصل الاجتماعي حول الهوية الاجتماعية من نظر العمل الاجتماعي. حيث توصلت النتيجة الى وجود عدة جوانب سلبية لوسائل التواصل الاجتماعي حول الهوية الاجتماعية للمراهقين المتمثلة في المماثلة والتأجيل، انغلاق، تشتت.

وتتفق مع دراسة جعفري (2018) تهدف الدراسة الى معرفة انعكاسات التصفح المستمر لشبكة "فيس بوك" كأشهر الشبكات الاجتماعية الاللكترونية على عناصر الهوية الثقافية للشباب الجامعي الجزائري. الانعكاسات الشبكات الاجتماعية الاللكترونية على الهوية الثقافية للشباب الجامعي لها جانبان واحد إيجابي والآخر سلبي أي أنها علاقة.

و تتفق مع دراسة بريعم(2016) تهدف الى معرفة أثر مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية الإحساس بالهوية النفسية لدى الشباب الجزائري. وتوصلت النتائج الى مواقع التواصل الاجتماعي أثر هام وكبير في تنمية الإحساس بالهوية النفسية لدى الشباب الجزائري.

إضافة الى أنها تتفق مع دراسة Yang وآخرون (2018) التي هدفت الى معرفة اضطرابات الهوية الناتجة من خلال مقارنة الطلاب الجدد في وسائل التواصل الاجتماعي. وتوصلت الدراسة الى المقارنة الاجتماعية للقدرات في وسائل التواصل الاجتماعي لها علاقة موجبة مع الاجترار مما نتبأ باضطراب عالي للهوية.

وأيضاً تتفق مع دراسة Thomas وآخرون (2017) التي تهدف إلى الكشف عن علاقة المقارنة الاجتماعية وسلوك إدارة الذات وعمل هوية الشباب باستعمالات وسائل التواصل الاجتماعي في الوسط الجامعي. تؤكد النتائج على أهمية تداخل النشاط في اتصال أو لا مع الانترنت له فوائد وقيود لاستعمال وسائل التواصل الاجتماعي في المرحلة الانتقالية، أي أنا وسائل التواصل الاجتماعي لها علاقة التأثير على العلاقة والهوية للشباب الملتحقين بالجامعة.

كما تتفق مع دراسة Chan (2014) التي هدفت إلى معرفة دافع مشاركة الأفراد إلى عمل جماعي من خلال انتمائهم الاجتماعي وإشباعهم لهويتهم الاجتماعية واستعمالهم لمواقع التواصل الاجتماعي. حيث توصلت النتائج إلى أن دوافع استعمال وسائل التواصل الاجتماعي قائم على انتمائهم الاجتماعي والنفسي لجماعاتهم، أي مرتبط بهويتهم الاجتماعية وأن هناك علاقة بين وسائل التواصل الاجتماعي والهوية الاجتماعية.

وتتفق مع دراسة Pempek, T., Yermolayeva, Y., & Calvert, S (2009) التي هدفت إلى معرفة لماذا وكيف يستعملون الشباب الجامعي الفاييبوك، وتوصلت إلى أن فاييبوك يساعد الطلبة في التعبير على هويتهم.

ونتفق مع دراسة Zhao, S., Grasmuck, S., & Martin, J (2008) التي توصلت انها توجد علاقة لتكوين الهوية في البنية غير السرية مثل الفايسبوك حيث يستطيع المستعملين تقديم أنفسهم بعدة طرق، من خلال صورهم، المعلومات التي يُردون نشرها في حساباتهم.

وهي تختلف مع دراسة Barker (2012) التي تهدف الى مقارنة استعمالات مواقع التواصل الاجتماعي بين الشباب (18-29) والأشخاص أكبر منهم سن (41-64) وتأثير تقديرهم الذات الاجتماعي وهويتهم الاجتماعية على استعمالات وسائل التواصل الاجتماعي، و التي توصلت الى المبحوثين الذين لهم تقدير ذات اجتماعي عالي والذين لديهم نفس الهوية الاجتماعية يستعملون مواقع التواصل للتواصل بين الأقران واشباع الهوية الاجتماعية، كما أن المبحوثين الذين لهم تقدير الذات الاجتماعي منخفض يستعملون مواقع التواصل الاجتماعي للتعويضات الاجتماعية.

كما توصلت لوجود علاقة ارتباطية قوية بين اشباعات الهوية الاجتماعية والتعويضات الاجتماعية.

## 6- عرض نتائج الفرضية السادسة وتفسيرها:

تنص الفرضية:

يمكن التنبؤ باستخدام وسائل التواصل الاجتماعي من خلال مستوى الهوية الاجتماعية لدى طلبة جامعة الجزائر 2 وجامعة ورقلة قاصدي مباح.

من أجل اختبار هذه الفرضية تم استخدام الانحدار البسيط ويخضع هذا الأسلوب الى مجموعة الشروط التي يجب التأكد من تحقيقها:

وجود ارتباط بين المتغير المنتبئ به ومتغير آخر

وأن تكون هذه العلاقة خطية

كما أن قوة التنبؤ ترتفع كلما زادت قوة الارتباط بين المتغيرين. يمكن من خلال معادلة التنبؤ رسم الخط الأمثل للعلاقة التي تربط المتغيرين، وهو ما يسمح فيما بعد بالتعرف على درجة فرد ما في أحد المتغيرين بالاعتماد على درجته في المتغير الثاني. (بوحفص، 2017، ص 23).

ففي الدراسة الحالية تم حساب معامل الانحدار بين الهوية الاجتماعية للطالب ومستعملي وسائل التواصل الاجتماعي والجدول التالي يوضح ذلك:

**جدول 26** وضح تحليل الانحدار لقياس قدرة متغير وسائل التواصل الاجتماعي على التنبؤ بمتغير الهوية الاجتماعية لطلبة جامعة الجزائر 2 وجامعة قاصدي مرباح ورقلة

مستعملي وسائل التواصل الاجتماعي							
معامل الارتباط	معامل التحديد	قيمة F	قيمة Sig	معامل الانحدار	قيمة T	دلالة T	
0,055	0,003	2,131	0,145	0,035	1,460	0,145	الهوية الاجتماعية

من خلال الجدول السابق (26) نلاحظ أن قيمة معامل الارتباط (R) بلغت 0,055 وهي غير دالة، كما بلغ

معامل التحديد 0,003

وبالنسبة لقيمة F المحسوبة فقد سجلت 2,131 بمستوى دلالة 0,145 حيث أنها أكبر من 0,05

وهذا ما ينفي معنوية الأثر

تدل نتائج اختبار هذه الفرضية على أن متغير الهوية الاجتماعية ليس له القدرة على التنبؤ باستخدام وسائل التواصل الاجتماعي.

وبالتالي عدم تحقق الفرضية التي تنص أن يمكن التنبؤ باستخدام وسائل التواصل الاجتماعي من خلال مستوى الهوية الاجتماعية.

ويمكن تفسير ذلك ب:

ان نتائج الفرضية الآتية تتماشى مع ما تنص عليه الفرضة السابقة أي في عدم وجود علاقة دالة بين الهوية الاجتماعية ووسائل التواصل الاجتماعي يستحيل التنبؤ باستخدام وسائل التواصل الاجتماعي من خلال معرفة مستوى الهوية الاجتماعية، اذ تبين من خلال النتائج أن استعمالات وسائل التواصل الاجتماعي لا تعتبر كاستراتيجية للتعويضات الاجتماعية والفرار من هوية اجتماعية سالبة.

وحسب الطالب فالاستعمال المكثف لوسائل التواصل الاجتماعي تعطي "وهم" أن من "منافعها" يستعمل المستخدمون كوسيلة للدفاع أو استراتيجية لهروب من الواقع والتي ربطها مع الهوية الاجتماعية (لكن النتائج تنفي ذلك لعدم وجود علاقة دالة وتنبؤ)، زيادة عن هذا أن ربما توجد معطيات أخرى غير الهوية الاجتماعية، فمثل بعض الدراسات هي تعطي تعويضات اجتماعية للأفراد الذين يتمتعون بتقدير ذات منخفض، فتستطيع أن تكون متغيرات أخرى لم يتم البحث عليها سبب في وجد علاقة تنبؤية.

كذلك يمكن أن يكون تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على المستخدمين الذين يتمتعون (متغير آخر) بمركز تحكم منخفض ولا تؤثر على من لهم مركز تحكم مرتفع، ومعظم أفراد العينة لديهم مركز تحكم مرتفع وهذا يكون سببا لعدم وجود علاقة تنبؤية واضحة.

فكذلك يمكن أن تكون وسائل التواصل الاجتماعي جزء من التصورات الاجتماعية، وأصبح لها صورة نمطية أن من يكثر استعمال وسائل التواصل الاجتماعي له تقدير ذات منخفض أو يحاول الهروب من الواقع، فالمستخدم يتحصن أو يبني درعا للوقاية من هذه الشائعات وبالتالي فوسائل التواصل الاجتماعي فقدت مفعولها أو تأثيرها على الفرد ولم تكن كما حظيت به في الماضي وبالتالي يصبح مدى انعكاسها أقل وأقل تحكما وتأثيرا بسلوك الفرد.

حيث تختلف نتائج الدراسة الحالية مع مع الدراسات التي تبحث عن أثر وسائل التواصل الاجتماعي على الهوية الاجتماعية لكل من دراسة صوالحية وفارس (2023)، دراسة Elsayed (2021)، دراسة جعفري (2018)، دراسة بريعم (2016) التي تقول أن لوسائل التواصل الاجتماعي سبب وانعكاس واضح على الهوية الاجتماعية، أما في الدراسة الحالية نحاول معرفة استخدام وسائل التواصل الاجتماعي من خلال معرفة أن افراد العينة لهم مستوى هوية اجتماعية مرتفع وتختلف مع دراسة صحراوي (2023) التي تهدف الدراسة الى البحث في الكيفية التي يتمثل بها المجتمع الجزائري خصوصا فئة الشباب هويته الافتراضية عبر هذا الفضاء الذي تشكله الشبكات الاجتماعية الرقمية من خلال أخلاقيات النقاش. وقد توصلت الى أن رغبة الشاب الجزائري في تزييف هويته الحقيقية عبر الفضاء الرقمي نابعة من البحث عن ذات رقمية أفضل من ذاته الحقيقية التي يتواصل من خلالها في الواقع، التي يرى أنها عاجزة تماما عن تحقيق رغباته. أي تزييف الهوية في الواقع الافتراضي يؤدي الى هوية أفضل في الواقع الاجتماعي.

وتتفق مع دراسة Yang وآخرون (2018) والتي توصلت الى أن المقارنة الاجتماعية بالأراء لها علاقة موجبة مع التنافس في الأفكار وهذا لا يجعلنا نتنبأ باضطراب في الهوية.

كما اختلفت مع دراسة Chan (2014) والتي وضحت أهمية مزج بين نظرية الهوية الاجتماعية ونظرية تصنيف الذات ونظرية الاستخدامات والاشباع للتنبؤ بعمل جماعي.

وكذلك تختلف مع دراسة Barker (2012) مع النتيجة التنبؤية التي تقول أن المبحوثين الذين لديهم تقدير اجتماعي منخفض يستعملون مواقع التواصل الاجتماعي للتعويضات الاجتماعية.

## استنتاج عام:

لقد تطرقت الدراسة الحالية الى الهوية الاجتماعية في ظل استعمال وسائل التواصل الاجتماعي لدة فئة الطلبة ونظرا لأهمية البالغة لهذه الطبقة في التركيبة الاجتماعية لكل مجتمعات والذين يستعملون وسائل التواصل الاجتماعي بشكل يومي لتلبية إشباعاتهم في التواصل والترفيه ومواكبة العصر، ولا شك أن الطلبة يقومون بعدة أدوار في المجتمع هذه الادوار لها علاقة وطيدة بالمجموعة التي يعرفون بها أنفسهم أي الهوية الاجتماعية.

تعد الهوية الاجتماعية محور مهم ومن ميادين التي يهتم بهم علم النفس الاجتماعي، ونظرته للهوية الاجتماعية على غرار التخصصات الاخرى المتمثلة في المقاربة النفسية والاجتماعية، أي ما يدور في ذهن الطالب من أفكار وأحاسيس تصاحبه عندما يفكر في المجموعة التي ينتمي اليها ومقارنته للمجموعات الأخرى قصد تحديد هويته الاجتماعية الناتجة، وان كان راض عنها ام لا. حيث من أهداف الدراسة أراد الطالب معرفة في حالة شعور الطالب السلبي لهويته الاجتماعية هل استعمال وسائل التواصل الاجتماعي يعتبر كاستراتيجية للتعويض عن هويته الاجتماعية السالبة ويقلل من الأحاسيس الغير السارة المرافقة لها؟ إضافة الى الملاحظات التي دفعت بالطالب بالقيام بهذه الدراسة كونه من رواد مواقع التواصل الاجتماعي من جهة، ومن جهة أخرى لدراسته في كلتا الجامعتين مما دفعه بطرح بعض التساؤلات التي جعلته يلاحق فضوله في معرفة ان كانت هناك علاقة موجودة بين الهوية الاجتماعية ووسائل التواصل الاجتماعي؟ وهل يمكن التنبأ بها؟ وان كانت الهوية الاجتماعية للطالب الجامعي تختلف باختلاف الجامعات؟

ومن أجل تحقيق أهداف البحث تم استخدام اثنان من الأدوات كما يلي:

مقياس الهوية الاجتماعية:

قام بإنشائه الطالبين خلال اطلاعه على الأدب النظري والمقاييس الأخرى، عرض على محكمين وقد تم التأكد من صدقه وثباته كم طبق عليه التحليل العاملي، يحتوي على 4 أبعاد متكونة من 13 بند المتمثلة في: الشعور تجاه المجموعة، الاعتزاز بالمجموعة، الإدراك المعرفي للمجموعة، الانسجام في المجموعة. مقياس التفاعل في وسائل التواصل الاجتماعي للمراهقين SMES-A.

وبعد تحليل البيانات احصائياً تم التوصل الى النتائج الآتية:

- مستوى الهوية الاجتماعية مرتفع لدى طلبة جامعة الجزائر 2 وطلبة جامعة قاصدي مرباح ورقلة
- لا توجد فروق دالة احصائية في الهوية الاجتماعية لدى مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي بين طلبة جامعة الجزائر 2 وجامعة قاصدي مرباح ورقلة.
- لا توجد فروق دالة احصائية في الهوية الاجتماعية لدى مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي لدى طلبة جامعة الجزائر 2 وجامعة قاصدي مرباح ورقلة باختلاف الجنس
- مستوى مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي مرتفع لدى طلبة جامعة الجزائر 2 وجامعة قاصدي مرباح ورقلة
- لا توجد علاقة ارتباطية عكسية بين الهوية الاجتماعية واللجوء الى وسائل التواصل الاجتماعي في جامعة الجزائر 2 وجامعة قاصدي مرباح ورقلة
- لا يمكن التنبؤ باستخدام وسائل التواصل الاجتماعي من خلال مستوى الهوية الاجتماعية لدى طلبة جامعة الجزائر 2 وجامعة قاصدي مرباح ورقلة.

- بناء على الإطار النظري الذي اطلع عليه الطالب والدراسة الميدانية والنتائج المتوصل إليها نقترح مايلي:
- التوسع في البحث حول الهوية الاجتماعية من منظور تاجفيل وترنر قصد اثراء الرصيد النظري أين تلقى الطالب بعض الصعوبات في الإحاطة بالمعلومات والمصادر التي ساعدته في انجاز الدراسة.
  - القيام بالدراسات على عينات أخرى من الطلبة في جامعات مختلفة من الوطن.
  - القيام بدراسات على عينات أخرى لمستعملين وسائل التواصل الاجتماعي لدى أفراد آخرين وليس طلبة فقط.
  - القيام بدراسات أين يتم استعمال المنهج التجريبي ومعرفة ان كان هناك أثر لوسائل التواصل الاجتماعي وهل يمكن ربطه بالهوية الاجتماعية.
  - ادخال متغيرات أخرى اضافة للهوية الاجتماعية المتمثلة في اشباعات الهوية الاجتماعية sig و التعويضات الاجتماعية كمتغير آخر.
  - استعمال المنهج التجريبي واستعمال عينة في تخصص ، وعينة أخرى في تخصص آخر مع استعمالهم لوسائل التواصل الاجتماعي، ومن خلال اجراء المقارنات والتأثير في متغير الهوية الاجتماعية، يتوصل الطالب الذي يقوم بالتجربة هل بإمكانه ملاحظة ان كان استعمال وسائل التواصل الاجتماعية تعد كاستراتيجية للهروب من الواقع تستعملها المجموعة المحرومة أو التي تتمتع بهوية اجتماعية سالبة.
  - المقارنة بين هوية اجتماعية لطلبة بلد ببلد لطلبة بلدة آخر وهل يمكنهم استعمال وسائل التواصل الاجتماعي كاستراتيجية للتقليل من ضرر هوية اجتماعية سالبة.

## قائمة المراجع:

أبو حلاوة، محمد السعيد (2023، أكتوبر، الجمعة). فهم نظرية الهوية الاجتماعية وتأثيرها على السلوك (ترجمة سينثيا فينيي). مؤسسة العلوم النفسية العربية. تم الاسترجاع من موقع

<http://arabpsynet.com/Documents/DocAbouHalawa-SocialIdentityTheory.pdf>

أحمد، ابراهيم قائد (2017). استخدامات الطلبة اليمنيين للفيسبوك والإشباع المتحققة منه، مجلة دراسات وأبحاث، المجلد 08، العدد 26، 01-17. تم الاسترجاع من موقع:

<https://www.asjp.cerist.dz/en/article/10285>

أزروال، يوسف ولعجال، ليلي. (2021). شبكات التواصل الاجتماعي والهوية الاجتماعية: المخاطر والتحديات، المجلة الجزائرية للأمن والتنمية، المجلد 10، العدد 02، 104-111. تم الاسترجاع من موقع:

<https://www.asjp.cerist.dz/en/article/148643>

إسماعيل، عفاف عبد الله أحمد (2021). دور الواتس آب في تعزيز العلاقات الاجتماعية خلال جائحة كورونا (دراسة ميدانية على عينة من مواطني الدول العربية)، المجلة الجزائرية للاتصال، المجلد 23، العدد 02، 116-150. تم الاسترجاع من موقع: <https://www.asjp.cerist.dz/en/article/170094>

أقراد، حسينة (2023). مخاطر التطبيقات المستحدثة عبر الويب 2.0 على الشباب من متعة التسلية إلى مواجهة خطر الموت تحديات "التيك توك" أنموذجا، الأكاديمية للدراسات الاجتماعية والإنسانية، المجلد 15، العدد 02، 138-147. تم الاسترجاع من موقع:

<https://www.asjp.cerist.dz/en/article/228071>

الرشيد، آلاء محمد رشيد عبد الله. (2014). استخدامات شبكتي التواصل الاجتماعي الفيسبوك و التوتير و الإشباع المتحققة لدى طلبة الجامعات الأردنية : دراسة ميدانية عن جامعتي الأردنية و الشرق الأوسط 2013. (أطروحة ماجستير). جامعة الشرق الأوسط، الأردن

<https://search.emarefa.net/detail/BIM-695668>

السعدي، حاتم جاسم عزيز وعلوان، هند دغيش(2016). بناء مقياس تصنيف الذات لدى المرشدين التربويين. مجلة الفتح،مج. 11، ع. 61، ص ص. 256-276. تم الاسترجاع من موقع :

الشاعر، عبد الرحمن بن إبراهيم (2015). مواقع التواصل الاجتماعي والسلوك الإنساني. (ط1). عمان: دار صفاء للنشر والتوزيع.

الشريف، ولاء منصور ناصر. (2022). تأثير بعض شبكات التواصل الاجتماعي على الشعور بالأمن النفسي لدى عينة من طلبة جامعة أم القرى  
The effect of some social media webs on the feeling of psychological safety on a Sample of Um Al-Qura University Students.

مجلة العلوم التربوية و النفسية 6, 129-148. doi: 10.26389/ajsrp.s300522

العزاوي، مثال عبد الله غني، والخفاجي، طالب محمد ياسين، ومحمد، ابتسام سعدون (2013). مستوى شعور طلبة كلية التربية بالهوية الوطنية، مجلة التراث، المجلد 03، العدد 06، 04-35. تم الاسترجاع من:

<https://www.asjp.cerist.dz/en/article/88890>

الليحاني، مريم حميد أحمد (2020). المقارنة الاجتماعية و علاقتها بالإكتئاب و التوجه نحو الآخرين لدى الطالبات العاديات و الموهوبات و ذوات الإعاقة بالمرحلة الثانوية بمكة، المجلة الدولية للأبحاث التربوية،

المجلد(44)، العدد (3)، 75-109. تم الاسترجاع من :

[/https://scholarworks.uaeu.ac.ae/ijre/vol44/iss3/3](https://scholarworks.uaeu.ac.ae/ijre/vol44/iss3/3)

المقدادي، خالد غسان يوسف (2014). ثورة الشبكات الاجتماعية - ماهية مواقع التواصل الاجتماعي وأبعادها-. (ط2). الأردن: دار النفائس للنشر والتوزيع.

آمنة، بن احميدة (2023). تأثير مصداقية المؤثر عبر الإنستغرام في تفعيل السلوك الشرائي لدى الشباب الجزائري: دراسة ميدانية على عينة من الطالبات الجامعيات، مجلة الابتكار والتسويق، المجلد 10، العدد 01، 70-91. تم الاسترجاع من موقع: <https://www.asjp.cerist.dz/en/article/213240>

باشي، أمال.(2015). الهوية الاجتماعية وتصورات المكانة الاجتماعية لدى البطالين الجامعيين. دراسة ميدانية على عينة من البطالين الجامعيين لمدة طويلة بمدينة تقرت ولاية ورقلة.( أطروحة ماجيستر، جامعة الجزائر2). استرجعت من: [http://www.ddeposit.univ-](http://www.ddeposit.univ-alger2.dz:8080/xmlui/handle/20.500.12387/396?show=full)

[alger2.dz:8080/xmlui/handle/20.500.12387/396?show=full](http://www.ddeposit.univ-alger2.dz:8080/xmlui/handle/20.500.12387/396?show=full)

بالانت، جولي(2014) التحليل الاحصائي باستخدام برامج SPSS، (اعداد قسم الترجمة بدار الفاروق).  
مصر: دار الفاروق.

بخوش، أسماء ورتيمي، أسماء (2022). مواقع التواصل الاجتماعي ودورها في انتاج السلوك الانحرافي لدى الشباب (التيك توك نموذجا)، مجلة آفاق لعلم الاجتماع، المجلد 12، العدد 01، 202-220. تم الاسترجاع من موقع: <https://www.asjp.cerist.dz/en/article/191065>

برييم، سامية. (2016). أثر مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية الإحساس بالهوية النفسية لدى الشباب الجامعي (دراسة ميدانية على عينة من طلبة جامعة أم البواقي)، مجلة الطالب في العلوم الإنسانية والاجتماعية، المجلد 06، العدد 02، 09-16. تم الاسترجاع من موقع: <https://www.asjp.cerist.dz/en/article/98534>

بشنة، حنان و بوعموشة، نعيم(2020) الصدق والثبات في البحوث الاجتماعية، مجلة دراسات في علوم الانسان والمجتمع، 3(02)، 117-133. تم الاسترجاع من موقع: <https://www.asjp.cerist.dz/en/article/158969>

بلعابد، بن أعرم وكروم، موفق (2022). واقع استخدام الأساليب والاختبارات النفسية في تشخيص اضطراب التوحد، مجلة روافد للدراسات والأبحاث العلمية في العلوم الاجتماعية والإنسانية، المجلد 06، العدد 03، 226-258. تم الاسترجاع من موقع:

<https://www.asjp.cerist.dz/en/article/206193>

بن طاهر، طاهر ومزيان، محمد (2017). تقدير الذات الاجتماعية لدى فئة الشباب الجامعي، مجلة التنمية البشرية، المجلد 02، العدد 08، 137-166. تم الاسترجاع من موقع:

<https://www.asjp.cerist.dz/en/downArticle/172/2/8/42943>

بوحفص، عبد الكريم (2016) أسس ومناهج البحث في علم النفس. الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية.

بوحفص، عبد الكريم (2017) الأساليب الإحصائية وتطبيقاتها يدويا وباستخدام برنامج SPSS (الجزء الأول). الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية.

بوحفص، عبد الكريم (2017) الأساليب الإحصائية وتطبيقاتها يدويا وباستخدام برنامج SPSS (الجزء الثاني). الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية.

بوحوالي، محمد (2021). استخدام وسائل الإعلام الجزائرية لشبكات التواصل الاجتماعي: شبكة تويتر نموذجاً- دراسة تحليلية لعينة من صفحات وسائل إعلام عبر تويتر-، مجلة الاتصال والصحافة، المجلد 08، العدد 01، 68-84. تم الاسترجاع من موقع:

<https://www.asjp.cerist.dz/en/article/142097>

بوزيان، نصر الدين (2014), صورة المرأة العربية في الإعلام الجديد: بين الواقع والمواقع (حالة يوتوب)، مجلة العلوم الانسانية، المجلد 25، العدد 03، 35-50. تم الاسترجاع من موقع:

<https://www.asjp.cerist.dz/en/article/2411>

بوعمر، سهيلة (2021) على مستوى الذكاء الاجتماعي لدى الطالبة الجامعية facebook و twitter أثر استخدام شبكتي - دراسة شبه تجريبية على عينة من طالبات جامعة محمد خيضر بسكرة-. Doctoral.

(أطروحة دكتوراة، جامعة محمد خيضر بسكرة). استرجعت من: <http://thesis.univ->

[/biskra.dz/5491](http://biskra.dz/5491)

بيبي، وليد وجعفراري محمد، رضا (2023). فعالية التسويق عبر المؤثرون في مواقع التواصل الاجتماعية: دراسة تحليلية لمنصة انستغرام، مجلة العلوم الإنسانية لجامعة أم البواقي، المجلد 10، العدد 01، ص752-769. تم الاسترجاع من الموقع: <https://www.asjp.cerist.dz/en/article/226130>

جعفري، نبيلة (2018). انعكاسات الشبكات الاجتماعية الالكترونية على الهوية الثقافية للشباب الجامعي الجزائري موقع "فيس بوك" أنموذجا. دراسة تحليلية وميدانية. (أطروحة دكتوراة، جامعة صالح بونيدر قسنطينة 3). استرجعت من <https://dspace.univ-constantine3.dz/jspui/handle/123456789/1148>

جودت، شاكر محمود (2023). الإنترنت إشكالية الاستخدام والإدمان الجزء الأول. (ط1). عمان: دار صفاء للنشر والتوزيع.

حجوب، يوسف (2017). الفنيومينولوجيا، و محددات أزمة هوية الذات الأوروبية، مجلة أبعاد، المجلد 04، العدد 01، 275-281. تم الاسترجاع من: <https://www.asjp.cerist.dz/en/article/35596>

حدّاد، سيهام و محمد، عبد الهادي (2021). تطبيقات الويب 2.0 واستخداماتها في مكتبات مؤسسات التعليم العالي: دراسة ميدانية بمكتبة جامعة الجزائر 01- بن يوسف بن خدة، مجلة علوم الإنسان والمجتمع، المجلد 10، العدد 02، 691-721. تم الاسترجاع من موقع:

<https://www.asjp.cerist.dz/en/article/154899>

حسروميا، لويزة ودريد، فطيمة (2018). جودة العلاقات الوالدية مع الأبناء في ظل تأثيرات مواقع التواصل الاجتماعي "موقع يوتوب نموذجاً"، دراسة ميدانية بمدينة باتنة، مجلة الطالب في العلوم الإنسانية والاجتماعية، المجلد 10، العدد 01، 115-128. تم الاسترجاع من موقع:

<https://www.asjp.cerist.dz/en/article/130034>

خضر، عبد الباسط متولي(2014) أدوات البحث العلمي وخطة اعداده. القاهرة: دار الكتاب الحديث.

ديلمي، لخضر وسحنون، محمد (2013). نظرية النهاية المركزية والاستدلال الاحصائي، مجلة الاقتصاد الصناعي khazzartech، المجلد 03، العدد 01، 01-19. تم الاسترجاع من موقع:

<https://www.asjp.cerist.dz/en/article/52321>

ريتشاردسون، دانيال سي (2019). علم النفس الاجتماعي، (إعداد قسم الترجمة بدار الفاروق). مصر: دار الفاروق للاستثمارات الثقافية.

زايد، أحمد محمد أحمد (2005). إعادة اكتشاف مفهوم الأفكار النمطية من خلال نظرية تصنيف الذات، مجلة كلية الآداب، المجلد 02، العدد 28، 09-44. تم الاسترجاع من موقع:

[https://www.researchgate.net/publication/365401670\\_aadt\\_aktshaf\\_mfhwm\\_alafkar\\_alnmtyt\\_mn\\_khlal\\_nzryt\\_tsnyf\\_aldhat\\_Rediscovering\\_concept\\_of\\_stereotypes\\_through\\_self-](https://www.researchgate.net/publication/365401670_aadt_aktshaf_mfhwm_alafkar_alnmtyt_mn_khlal_nzryt_tsnyf_aldhat_Rediscovering_concept_of_stereotypes_through_self-)

[categorization\\_theory#:~:text=%D8%A5%D8%B0%20%D8%AA%D8%B1%D9%89%20%D9%86%D8%B8%D8%B1%D9%8A%D8%A9%20%D8%AA%D8%B5%D9%86%D9%8A%D9%81%2D%20%D8%A7%D9%84%D8%B0%D8%A7%D8%A,%D8%B9%D9%84%D9%89%2043%20%D9%85%D9%86%20%D8%B7%D9%84%D8%A8%D8%A9%20%D8%A7%D9%84%D9%81%D8%B1%D9%82%D8%A](https://www.researchgate.net/publication/365401670_aadt_aktshaf_mfhwm_alafkar_alnmtyt_mn_khlal_nzryt_tsnyf_aldhat_Rediscovering_concept_of_stereotypes_through_self-categorization_theory#:~:text=%D8%A5%D8%B0%20%D8%AA%D8%B1%D9%89%20%D9%86%D8%B8%D8%B1%D9%8A%D8%A9%20%D8%AA%D8%B5%D9%86%D9%8A%D9%81%2D%20%D8%A7%D9%84%D8%B0%D8%A7%D8%A,%D8%B9%D9%84%D9%89%2043%20%D9%85%D9%86%20%D8%B7%D9%84%D8%A8%D8%A9%20%D8%A7%D9%84%D9%81%D8%B1%D9%82%D8%A)

9

زايد، أحمد (2006). سيكولوجية العلاقات بين الجماعات: قضايا في الهوية الاجتماعية وتصنيف الذات. الكويت: شركة مطابع المجموعة الدولية.

ساري، حلمي خاضر (2005). ثقافة الإنترنت دراسة في التواصل الاجتماعي. (ط1). الأردن: دار مجدلاوي للنشر والتوزيع.

سيرا، أمينة (2022). تويتر - تداولية الإيجاز (مقاربة تداولية لإيجاز الحذف في حساب الإداعة الجزائرية على تويتر)، دراسات في العلوم الإنسانية والاجتماعية، المجلد 22، العدد 02، 359-381. تم الاسترجاع من موقع: <https://www.asjp.cerist.dz/en/article/210363>

شاوي، ليليا (2022). مقارنة التلقي ودوافع استخدام موقع التواصل الاجتماعي الانستغرام، دراسة وصفية تحليلية لعينة من طلبة الجزائر -3-، المجلة الجزائرية للعلوم الاجتماعية والإنسانية، المجلد 10، العدد 01، ص 291-318. تم الاسترجاع من الموقع: <https://www.asjp.cerist.dz/en/article/193854>

شايب، خولة (2018). الممارسات التدريسية الإبداعية للأساتذة في علاقتها بقيم العمل لديهم وبالقيادة التحويلية لدى مديرهم " دراسة على عينة من أساتذة التعليم الابتدائي بمدينة ورقلة" (أطروحة دكتوراة، جامعة قاصدي مرباح ورقلة). استرجعت من:

<https://dspace.univ-ouargla.dz/jspui/handle/123456789/16828>

شقرة، علي خليل(2014) الإعلام الجديد شبكات التواصل الاجتماعي. عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع.

شين، خنير وإيمان، ببة (2022). دور الإعلانات عبر الانستغرام في تفعيل نية شراء المرأة الجزائرية لمتسخرات التجميل، مجلة الرسالة للدراسات والبحوث الإنسانية، المجلد 07، العدد 05، ص 177-193.

تم الاسترجاع من الموقع: <https://www.asjp.cerist.dz/en/article/202856>

صادق، سالم نوري وعباس، سعد قاسم(2015). بناء مقياس الهوية الاجتماعية لطلاب المرحلة المتوسطة، مجلة الفتح، المجلد 11، العدد 61، ص 45-69. تم الاسترجاع من موقع:

<https://www.iasj.net/iasj/article/99635>

صافة، أمينة (2016). آثار إستعمال التكنولوجيات الحديثة على أفراد الأسرة الجزائرية. "دراسة للتأثيرات النفسية والاجتماعية والأخلاقية والصحية لاستعمال الأنترنت على أبناء الارة الجزائرية نموذجاً" دراسة على عينة مرافقين مستخدمين للأنترنت بمدينة أم البواقي-الجزائر - (أطروحة دكتوراة، جامعة وهران 2).

استرجعت من <https://ds.univ-oran2.dz:8443/jspui/handle/123456789/1252>

صحراوي، جهاد (2023). تمثيلات الهوية الافتراضية للمجتمع الجزائري بالفضاء العمومي الرقمي من خلال أخلاقيات النقاش. (دراسة مسحية تحليلية على عينة من الشباب الجزائري المستخدم للشبكات الاجتماعية الرقمية) (أطروحة دكتوراة، جامعة محمد خيضر -بسكرة-). استرجعت من

[/http://thesis.univ-biskra.dz/6064](http://thesis.univ-biskra.dz/6064)

صوالحية، غينة و فارس، هناء. (2023). أثر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على الهوية الثقافية لدى الشباب الجامعي- دراسة ميدانية على عينة من الشباب بجامعة تبسة، مجلة هيروودوت للعلوم الإنسانية والاجتماعية، المجلد 07، العدد 25، 103-122. تم الاسترجاع من موقع:

<https://www.asjp.cerist.dz/en/article/218903>

طاهري، يسين طه وأحمد، مصنوعة (2022). استخدام موقع التواصل الاجتماعي "الانستغرام" في تحسين الصورة الذهنية للمؤسسة الخدمية دراسة حالة: وكالة أماكن للسياحة بالجلفة، مجلة اقتصاديات الأعمال والتجارة، المجلد 07، العدد 01، 335-349. تم الاسترجاع من موقع:

<https://www.asjp.cerist.dz/en/article/185495>

طوبال، إبراهيم. (2015). مواقع التواصل الاجتماعي واشكالية الهوية: نحو سوسيولوجيا الهوية الرقمية،  
المداد، المجلد 03، العدد 01، 65-95. تم الاسترجاع من موقع:

<https://www.asjp.cerist.dz/en/article/143155>

عبد الله، مصطفى على و يسر، خشلان. (2023). اعتماد طلبة الجامعات على مواقع التواصل الاجتماعي  
للحد من منشورات المحتوى الهابط دراسة ميدانية على عينة من طلبة جامعة واسط. لارك, 2, 618-578.

doi: 10.31185/lark.Vol2.Iss50.316

عمر، سهلية (2021). أثر استخدام شبكتي "Facebook" و "Twitter" على مستوى الذكاء الاجتماعي  
لدى الطلبة الجامعية -دراسة شبه تجريبية على عينة من طالبات جامعة محمد خيضر بسكرة- (أطروحة

دكتوراة، جامعة محمد خيضر بسكرة). استرجعت من [https://dspace.univ-](https://dspace.univ-ouargla.dz/jspui/handle/123456789/26055?mode=full)

[ouargla.dz/jspui/handle/123456789/26055?mode=full](https://dspace.univ-ouargla.dz/jspui/handle/123456789/26055?mode=full)

غراف، نصر الدين (2011). الويب 2.0، استخدامات جديدة للوصول إلى المعلومات ونشرها، مجلة الآداب و العلوم الاجتماعية، المجلد 08، العدد 02، 108-121. تم الاسترجاع من موقع:

<https://www.asjp.cerist.dz/en/article/12142>

فارق، سعيد وبن عون، دليلة. (2023). الهوية الافتراضية لدى الشباب الجزائري في شبكات التواصل الاجتماعي من منظور الدراسات الجامعية، مجلة أنثروبولوجيا، المجلد 09، العدد 01، 318-335. تم

الاسترجاع من موقع: <https://www.asjp.cerist.dz/en/article/228391>

قلفاط، غيزلان و بن عصمان، جويذة(2023) تقدير الخصائص السيكومترية (الصدق والثبات) لمقياس تقييم المهارات الاجتماعية على عينة من الفصامين بولاية تلمسان، مجلة روافد للدراسات و الأبحاث العلمية في العلوم الاجتماعية والإنسانية، 7(2)، 270-298. تم الاسترجاع من موقع:

<https://www.asjp.cerist.dz/en/article/221914>

قمحيّة، حسّان أحمد (2017). الفيسبوك تحت المجهر. (ط1). مصر: دار النُخبَة.

كافي، مصطفى يوسف (2016). الاعلام التفاعلي. (ط1). الأردن: دار الحامد للنشر والتوزيع.

لقوقي، الهاشمي و بن زاهي، مصور (2016) بيّنات الصدق والثبات لمقياس المهارات الاجتماعية المصور  
لطفل التربية التحضيرية، مجلة العلوم النفسية والتربوية، 2(2)، 6-23. تم الاسترجاع من موقع:

<https://www.asjp.cerist.dz/en/article/5014>

مبارك، بشرى عناد.(2013). التعصب و علاقته بالهوية الاجتماعية و المكانة الاجتماعية لدى العاطلين  
عن العمل، مجلة الفتح، المجلد 09، العدد 53، 71-117. تم الاسترجاع من موقع:

<https://www.iasj.net/iasj/pdf/4972fede05ceb8c3>

مباركي، عبد العزيز وبن عبد الله، حسن،(2020). الفينومينولوجيا وفلسفة الوعي عند ادmond هوسرل،  
الأكاديمية للدراسات الاجتماعية و الإنسانية، المجلد 12، العدد 02، 240-247. تم الاسترجاع من

موقع : <https://www.asjp.cerist.dz/en/article/123483>

معتز، سيد عبد الله(1989). الاتجاهات التعصبية، عالم المعرفة، الكويت : عالم المعرفة.

نجاتي، محمد عثمان(1981). معالم التحليل النفسي. مصر: دار الشروق.

نظمي، فارس كمال(2010). قياس الهوية الوطنية لدى العاطلين عن العمل في العراق، مجلة شبكة العلوم النفسية و العربية، العدد(25-26)، 129-143.

نقادي، محمد أحمد (2015). استخدام وسائل التواصل الاجتماعي لدى طلبة الحلقة الثانية من التعليم الأساسي في محافظة شمال الشرقية بسلطنة عمان وعلاقته ببعض المتغيرات (رسالة ماجستير، جامعة نزوى). استرجعت من [https://www.unizwa.edu.om/content\\_files/a42241029.pdf](https://www.unizwa.edu.om/content_files/a42241029.pdf)

نيان، عثمان شريف. (2015). نشأة نظرية النموذج. الإشعاع، 2(5)، 81-106. تم الاسترجاع من موقع : <https://www.asjp.cerist.dz/en/article/32541>

هيتمي، حسين محمود(2015). العلاقات العامة وشبكات التواصل الاجتماعي، عمان: دار أسامة للنشر.

وقنوني، باية ونادية، عبد الكريم (2022). ارتباط التسويق بالمحتوى عبر مواقع التواصل الاجتماعي بشهرة المؤثرين الرقميين - دراسة تحليلية لصفحة Khoubaib kouas الجزائري عبر الانستغرام والفيس بوك-، مجلة الدراسات المالية والمحاسبية والإدارية، المجلد 09، العدد 02، 1162 - 1181. تم الاسترجاع من موقع: <https://www.asjp.cerist.dz/en/article/215335>

Aebischer, V., & Oberlé, D. (2021). Chapitre 3. Le groupe comme lieu de différenciation *Le groupe en psychologie sociale* (pp. 81-121). Paris: Dunod.

Autin, Frédérique (2010) La théorie de l'identité sociale de Tajfel et Turner. Rapport de recherche, [www.prejuges-stereotypes.net/espaceDocumentaire/autinIdentiteSociale.pdf](http://www.prejuges-stereotypes.net/espaceDocumentaire/autinIdentiteSociale.pdf). Préjugés & Stéréotypes. Laboratoire Savoirs, Cognition et Pratiques Sociales (EA 3815) Université de Poitiers – MSHS.

Azzi, A., & Klein, O. (1998). *Psychologie sociale et relations intergroupes*. Paris : Dunod.

Barker, V. (2020). Older Adolescents' Motivations for Use of SNS: The Influence of Gender, Group Identity and Collective Self-esteem A MUCH LONGER VERSION OF THE STUDY PUBLISHED IN CYBERPSYCHOLOGY AND BEHAVIOR (2009). IT CONTAINS A LOT OF INFORMATION NOT AVAILABLE IN THE JOURNAL ARTICLE.

[https://www.researchgate.net/publication/340818499\\_Older\\_Adolescents%27\\_Motivations\\_for\\_Use\\_of\\_SNS\\_The\\_Influence\\_of\\_Gender\\_Group\\_Identity\\_and\\_Collective\\_Self-esteem\\_A\\_MUCH\\_LONGER\\_VERSION\\_OF\\_THE\\_STUDY\\_PUBLISHED\\_IN\\_CYBERPSYCHOLOGY\\_AND\\_BEHAVIOR\\_2009\\_IT\\_CON](https://www.researchgate.net/publication/340818499_Older_Adolescents%27_Motivations_for_Use_of_SNS_The_Influence_of_Gender_Group_Identity_and_Collective_Self-esteem_A_MUCH_LONGER_VERSION_OF_THE_STUDY_PUBLISHED_IN_CYBERPSYCHOLOGY_AND_BEHAVIOR_2009_IT_CON)

Beauvois, J.(1995) Le statut du concept de groupe et l'articulation psychosociale. In Mugny, G., Oberlé, D., & Beauvois, J. (Eds.). *Relation humaines groupes et influence sociale* (pp. 151-159). Grenoble : Presses universitaires Grenoble.

Benjamin Le Hénaff. Comparaisons entre groupes, anonymat, et performances cognitives: expérimentations dans les environnements numériques et en coprésence. Psychologie. Université Rennes 2,2016.

Berjot, S., Bourguignon, D. (2023). Le soi et l'identité en psychologie sociale Fondements, concept et applications. Paris : Dunod.

Bond, M. H., & Hewstone, M. (1988). Social identity theory and the perception of intergroup relations in Hong Kong. *International Journal of Intercultural Relations*, 12(2), 153–170. [https://doi.org/10.1016/0147-1767\(88\)90046-6](https://doi.org/10.1016/0147-1767(88)90046-6)

Botou, A. and Marsellos, P. (2018) Teens' Perception about Social Networking Sites: Does Facebook Influence Teens' Self-Esteem?. *Psychology*, 9, 1453-1474. doi: 10.4236/psych.2018.96089.

Bouchet, j., Chanton, O., Kreel, V., Mazé, C., Ric, F., & Richard.(1997). Psychologie sociale :Tom1, L'individu et le groupe. Paris : Bréal.

Cameron, J. E. (2004). A three factor model of social identity. *Self and Identity*, 3, 239-262. doi10.1080/13576500444000047

Chan, M. (2014). Social identity gratifications of social network sites and their impact on collective action participation. *Asian Journal of Social Psychology*, 17, 229-235. doi: 10.1111/ajsp.12068

Chris, D.(2023,11,23). Prototypes in psychology: Definition and examples. Helpful Professor. <https://helpfulprofessor.com/prototypes-psychology/>

Doise, W.(2012) La psychologie sociale aux États-Unis groupe, attitudes, préjugés. In Mamion, J. (Ed.). *Histoire de la psychologie*. (pp. 96-99). France : édition science humaines. Retrieved : <https://doi-org.snd11.arn.dz/10.3917/sh.marmi.2012.01>

Dortier, J.(2012) La Gestalt quand la psychologie découvrait les forms. In Mamion, J. (Ed.). *Histoire de la psychologie*. (pp. 93-95). France : édition science humaines. . Retrieved : <https://doi-org.snd11.arn.dz/10.3917/sh.marmi.2012.01>

Edmond, M. (2005). *Psychologie de l'identité soi et le groupe*. Paris : Dunod.

Ellemers, N., Kortekaas, P., & Ouwerkerk, J. W. (1999). Self-categorisation, commitment to the group and group self-esteem as related but distinct aspects of social identity. *European Journal of Social Psychology*, 29(2-3), 371–389.

[https://doi.org/10.1002/\(SICI\)1099-0992\(199903/05\)29:2/3<371::AID-EJSP932>3.0.CO;2-U](https://doi.org/10.1002/(SICI)1099-0992(199903/05)29:2/3<371::AID-EJSP932>3.0.CO;2-U)

Elsayed W. (2021). The negative effects of social media on the social identity of adolescents from the perspective of social work. *Heliyon*, 7(2), e06327. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2021.e06327>

Fischer, G. (2020). *Les concepts fondamentaux de la psychologie sociale*. France : Dunod. . Retrieved : <https://doi-org.snd11.arn.dz/10.3917/dunod.fisch.2020.01>

Gallard, M.(2010). L'identité incertaine. Les cahiers jungiens de psychanalyse , 2(132), p39- 50. Retrieved : <https://www.cairn.info/revue-cahiers-jungiens-de-psychanalyse-2010-2-page-39.htm>

Gianettoni, L.,(2007), Dynamiques temporelles dans les relations intragroupe et intergroupes. [Doctoral thesis, The University of Laussane].

<https://www.unil.ch/ps/fr/home/menuinst/recherche/PhD%20Theses.html>

Girandola, F., Demarque, C., Lo Monaco, G. (2019). Psychologie sociale. Armand Colin.

Guegan, J.(2012) effets de contexte de modulation des processus sociocognitif via internet. [thèse de doctorat, Université Paul-Valéry Montpellier 3].

<https://theses.hal.science/tel-00807819/document>

Hall, M., Hanna, L.-A., & Huey, G. (2013). Use and Views on Social Networking Sites of Pharmacy Students in the United Kingdom. American Journal of Pharmaceutical Education, 77(1), 9. doi: <https://doi.org/10.5688/ajpe7719>

Hogg, M., A. (1995) Le concept de cohésion reformulé. In Mugny, G., Oberlé, D., & Beauvois, J. (Eds.). Relation humaines groupes et influence sociale (pp. 161-174). Grenoble : Presses universitaires Grenoble.

<https://doi.org/10.1002/ejsp.2420010202>

Jackson, J. W., & Smith, E. R. (1999). Conceptualizing Social Identity: A New Framework and Evidence for the Impact of Different Dimensions. Personality and

Social Psychology Bulletin, 25(1), 120–135.

<https://doi.org/10.1177/0146167299025001010>

Jans, L., Postmes, T., & Van der Zee, K. I. (2012). Sharing differences: The inductive route to social identity formation. *Journal of Experimental Social Psychology*, 48(5), 1145-1149. doi:

<https://doi.org/10.1016/j.jesp.2012.04.013>

Jordan, D., & Herman, G. (2005). Identification groupales et estime de soi peronnelle : le cas des jeunes chômeurs. *Recherches Sociologiques 1*, 79-103

Jourdan, D., Blanchet, A. & Trognon, A.(2008). La psychologie des groupes. Espagne : Armand Colin.

Karasawa, M. (1991), Toward an assessment of social identity: The structure of group identification and its effects on in-group evaluations. *British Journal of Social Psychology*, 30: 293-307. <https://doi.org/10.1111/j.2044-8309.1991.tb00947.x>

Kelly, C. (1988), Intergroup differentiation in a political context. *British Journal of Social Psychology*, 27: 319-332. <https://doi.org/10.1111/j.2044-8309.1988.tb00835.x>

Licata, L. (2000). Identités représentées et représentations identitaires. Unpublished PhD Thesis, Université De Bruxelles.

Liu, Z. (2023). Analysis of the Development of the Social Media Industry in the Context of the Internet - Taking the Little Red Book App as an Example. *Advances in Economics, Management and Political Sciences*, 16, 71-77. doi: 10.54254/2754-1169/16/20230980

Luhtanen, R., & Crocker, J. (1992). A Collective Self-Esteem Scale: Self-Evaluation of One's Social Identity. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 18, 302-318. doi: 10.1177/0146167292183006

Mael, F. A., & Tetrick, L. E. (1992). Identifying organizational identification. *Educational and Psychological Measurement*, 52(4), 813–824.

<https://doi.org/10.1177/0013164492052004002>

Marine Delaval. Améliorer la réussite en statistiques des étudiants en psychologie : influence du feedback de comparaison sociale ou temporelle délivré dans un environnement numérique. *Psychologie*. Université Rennes 2, 2014.

Marino, C., Manari, T., Vieno, A., Imperato, C., Spada, M. M., Franceschini, C., & Musetti, A. (2023). Problematic social networking sites use and online social anxiety: The role of attachment, emotion dysregulation and motives. *Addictive Behaviors*, 138, 107572. doi: <https://doi.org/10.1016/j.addbeh.2022.107572>

McMillan, P. (10/06/2024). What's the difference between social media and social networking ? TechTarget.

<https://www.techtarget.com/searchunifiedcommunications/answer/Whats-the-difference-between-social-media-and-social->

[networking#:~:text=Essentially%2C%20social%20media%20is%20a,has%20a%20two%2Dway%20nature.](#)

Miranda, S., Trigo, I., Rodrigues, R., & Duarte, M. (2023). Addiction to social networking sites: Motivations, flow, and sense of belonging at the root of addiction. *Technological Forecasting and Social Change*, 188, 122280. doi: <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2022.122280>

Ni, X., Shao, X., Geng, Y., Qu, R., Niu, G., & Wang, Y. (2020). Development of the Social Media Engagement Scale for Adolescents. [Original Research]. *Frontiers in Psychology*, 11. doi: 10.3389/fpsyg.2020.00701

Oakes, P. J. (1987) The salience of social categories. In J. C., Turner, M. A., Hogg, P. J., Oakes, S. D., Rieche, M. S. Wetherell (Eds.). *Rediscovering the Social Group: A Self-categorization theory*. Oxford: Blackwell.

Obama, B. (2019) Représentations sociales et identité sociale dans les groupes hiérarchiques : le cas du tennis. [thèse de doctorat, Université Bourgogne-Franche-Comté]. <https://www.theses.fr/2019UBFCH044.pdf>

Olson, P. (03/12/2023). Facebook Closes \$19 Billion WhatsApp Deal. *Forbes*. <https://www.forbes.com/sites/parmyolson/2014/10/06/facebook-closes-19-billion-whatsapp-deal/?sh=4ddf457f5c66>

Pempek, T., Yermolayeva, Y., & Calvert, S. (2009). College students' social networking experiences on Facebook. *Journal of Applied Developmental Psychology*, 30, 227-238. doi: 10.1016/j.appdev.2008.12.010

Pétard, J. P. (2000) Psychologie sociale. Paris : Bréal

Piermattéo, A., Guegan, A., and Tavani J. L. (2019). Psychologie sociale, France : DE BOECK SUP.

Piirimäe, P. (2006). THE EXPLANATION OF CONFLICT IN HOBBS'S LEVIATHAN. *Trames. Journal of the Humanities and Social Sciences.*

Prost, M. (2021). Comment se représente-t-on ce que se représentent les autres : entre représentations et identité sociales : études expérimentales autour de l'imputation et de la divergence représentationnelles. Retrieved from <http://www.theses.fr/2021AIXM0526/document> Available from <http://www.theses.fr/2021AIXM0526> .

Rosch, E., & Lloyd, B. B. (Eds.). (1978). *Cognition and categorization*. Lawrence Erlbaum.

[https://commonweb.unifr.ch/artsdean/pub/gestens/f/as/files/4610/9778\\_083247.pdf](https://commonweb.unifr.ch/artsdean/pub/gestens/f/as/files/4610/9778_083247.pdf)

SajithraKSajithra, K., Rajindra, P. (2013). Social Media – History and Components. *IOSR Journal of Business and Management*, 7, 69-74. Retrived from : <https://studylib.net/doc/10064193/social-media-%E2%80%93-history-and-components>

Salem, F. (2017). *The Arab Social Media Report 2017: Social Media and the Internet of Things: Towards Data-Driven Policymaking in the Arab World* (Vol. 7). Dubai: MBR School of Government. Retrieved on December, 2018, Retrived from: <https://www.mbrsg.ae/getattachment/1383b88a-6eb9-476a-bae4-61903688099b/Arab-Social-Media-Report-2017>

Sébastien Chazal. Dynamiques identitaires liées aux comparaisons sociales intergroupes et intragroupes : quand l'auto-catégorisation explique les perceptions et conduites scolaires. Psychologie. Université Blaise Pascal - Clermont-Ferrand II, 2015.

Selvan, T., & Kalaiyaran. (2023). Systematic Review on Utilization of Whatsapp in Education. Retrived from:

[https://www.researchgate.net/publication/375528121\\_Systematic\\_Review\\_on\\_Utilization\\_of\\_Whatsapp\\_in\\_Education](https://www.researchgate.net/publication/375528121_Systematic_Review_on_Utilization_of_Whatsapp_in_Education)

Semin, G. (2003). 11. Prototypes et représentations sociales. Dans : Denise Jodelet éd., *Les représentations sociales* (pp. 259-271). Paris cedex 14: Presses Universitaires de France. <https://doi-org.snd11.arn.dz/10.3917/puf.jodel.2003.01.0259>

Sherif, M. (1954). Experimental study of positive and negative intergroup attitudes between experimentally produced groups: robbers cave study. Norman, OK: University of Oklahoma.

SHERIF, M. (1966). In common Predicament. Social Psychology of Intergroup Conflict and Cooperation. Boston : Houghton Mifflin.

Tajfel, H. (1972) Social Categorization. English Manuscript of “La catégorisation sociale”. In: Moscovici, S., Ed., Introduction a la Psychologie Sociale, Vol. 1, Larousse, Paris, 272-302.

Tajfel, H., Billig, M.G., Bundy, R.P. and Flament, C. (1971) Social Categorization and Intergroup Behaviour. *European Journal of Social Psychology*, 1, 149-178.

Thomas, L., Briggs, P., Hart, A., & Kerrigan, F. (2017). Understanding Social Media and Identity work in Young People Transitioning to University. *Computers in Human Behavior*, 76. doi: 10.1016/j.chb.2017.08.021

Turner, J. C., Hogg, M. A., Oakes, P. J., Reicher, S. D., & Wetherell, M. S. (1987). *Rediscovering the social group: A self-categorization theory*. Basil Blackwell.

Turner, J. C., Oakes, P. J., Haslam, S. A., & McGarty, C. (1994). Self and Collective: Cognition and Social Context. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 20(5), 454-463. <https://doi.org/10.1177/0146167294205002>

What is Twitter “X”? (30/11/2023). Buffer: All-you-need Social Media Toolkit for Small Businesses. <https://buffer.com/social-media-terms/x-app>

Yang, C.-c., Holden, S., Carter, M., & Webb, J. (2018). Social media social comparison and identity distress at the college transition: A dual-path model. *Journal of adolescence*, 69, 92-102. doi: 10.1016/j.adolescence.2018.09.007

YZERBYT, V., & KLEIN O. (2019). *Psychologie sociale*, Paris : Bibliothèque nationale.

Zavalloni, M(2008). De la phénoménologie à l’ego-écologie : L’horizon de pertinence, 1(89), pp 13- 23. Retrieved : <https://www.cairn.info/revue-connexions-2008-1-page-13.htm>

Zhao, S., Grasmuck, S., & Martin, J. (2008). Identity Construction on Facebook: Digital Empowerment in Anchored Relationships. *Computers in Human Behavior*, 24, 1816-1836. doi: 10.1016/j.chb.2008.02.012

الملاحق:

وزارة التعليم العالي و البحث العلمي

جامعة قاصدي مرباح -ورقلة-

كلية العلوم الانسانية و العلوم الاجتماعية

قسم علم النفس و علوم التربية

تحكيم مقياس الهوية الاجتماعية

اسم المحكم :

التخصص :

الجامعة : الجزائر 2

استمارة التحكيم

## تعليمات:

أستاذي الفاضل، استاذتي الفاضلة : في إطار إعداد مذكرة تخرج لنيل شهادة الدكتوراه في تخصص علم النفس الاجتماعي، يشرفني أن أضع بين أيديكم هذه الاستمارة بغية تحكيمها و التي تقيس الهوية الاجتماعية في وسائل التواصل الاجتماعي لدى الطلبة في جامعة الجزائر2 و جامعة قاصدي مرباح -ورقلة-.

ومنه فإنني أرجو من سيادتكم التفضل بإبداء رأيكم حول أدوات الدراسة من حيث :

- مدى صحة التعاريف الإجرائية لمتغيرات الدراسة.

- مدى وضوح الصياغة اللغوية للفقرات.

- مدى تمثيل الفقرة للبعد الذي تنتمي إليه.

- مدى ملائمة التعليمات الموجهة لعينة الدراسة.

- مدى ملائمة بدائل الأجوبة.

- مدى ملائمة التعليمات الموجهة لعينة الدراسة.

التحديد الاجرائي لمتغيرات الدراسة :

## الهوية الاجتماعية :

هي صورة الذات الي يحملها الطالب الجامعي مستخدم وسائل التواصل الاجتماعي بانتمائه الى جماعة، حيث يسعى دائما الى تحقيق صور ايجابية بانضمامه الى هذه المجموعة التي يشترك معهم في القيم و المشاعر، و تم التعبير عن الهوية الاجتماعية من خلال: ( المركزية centrality، الجانب الوجداني للمجموعة Ingroup Affect، التماسك و الانتماء للمجموعة Ingroup ties) . و التي سوف تقاس من خلال الدرجة التي تحصل عليها الطالب في الأداة المصممة لذلك في الدراسة الحالية للموسم الدراسي 2021/2022.

أبعاد الهوية الاجتماعية :

### 1) المركزية centrality :

و هو الجانب المعرفي و يقصد به المقدار الزمني الذي يقضيه الطالب في التفكير عن كونه عضو في المجموعة، و المركزية تخضع لشئيين، الأول نسبة التكرارات التي تأتي فيها المجموعة في بال الطالب، و الثاني، الأهمية الذاتية في تعريف المجموعة التي ينتمي اليها الطالب.

و الهوية المركزية Identity centrality هي مدى تعريف الشخص (الطالب) لنفسه

كعضو في فئة اجتماعية معينة.

### 2) الجانب الوجداني للمجموعة Ingroup Affect:

و هو الشعور الايجابي المرفوق للطالب على أنه عضو في المجموعة، و أغلب الدراسات حول تقدير الذات بينت أن نواحي الهوية الاجتماعية ليست فقط معرفية بل وجدانية أيضا.

### (3) التماسك و الانتماء للمجموعة Ingroup ties :

و هو ادراكات الطالب للتشابهة و الارتباط و الانتماء مع أعضاء المجموعة.

حيث هي تتمثل في احساس تماسك الطالب مع أعضاء المجموعة و أنه عضو منها و

موالي لها.

من حيث		صياغة		الفقرات	الأبعاد
الصياغة	اللغوية	الفقرات من حيث المحتوى			
تقيس	لاتقيس	تقيس	لا تقيس		

				<p>1-دائما ما أفكر في أنني فرد من مجموعتي الأصلية.</p> <p>البديل المقترح :</p>	<b>Centrality</b> المركزية
			<p>2-غالبا كوني لأنتمي (طالب في علم النفس) ليس له علاقة كبيرة فيما أشعر به.</p> <p>البديل المقترح :</p>		
			<p>3-غالبا، كوني طالب في علم النفس ، لا يدخل في رأسي.</p> <p>البديل المقترح :</p>		
			<p>4-لست واعيا بأنني عضو في مجموعة طلاب علم النفس.</p> <p>البديل المقترح :</p>		

			<p>5-كوني طالب في علم النفس في غاية الأهمية و ينعكس كثيرا على شخصيتي. البديل المقترح :</p>
			<p>6- أنا أتطابق مع اعضاء الاخرين في مجموعتي. البديل المقترح :</p>
			<p>7- أنا مثل الأعضاء الآخرين من مجموعتي البديل المقترح :</p>
			<p>8- مجموعتي انعكاس مهم لما هو أنا. البديل المقترح :</p>
			<p>9- أفضل رؤية الأعضاء من المجموعات الاخرى مختلفين عن مجموعتي البديل المقترح :</p>

				10- نجاح مجموعتي هو ناجحي. البديل المقترح :	
				11- هل تعتقد أنه صحيح أن يتم وصفك بأنك طالب في علم النفس ؟ البديل المقترح :	
				12- هل تعرف اسم تخصصك عندما تقدم نفسك ؟ البديل المقترح :	
				13- غالب أن فخور كوني أنني عضو أنتمي للمجموعة طالبة علم النفس. البديل المقترح :	الجانب الوجداني ingroup affect

				<p>14- دائما أشعر بالأسف على كوني طالب في علم النفس.</p> <p>البديل المقترح :</p>
				<p>15- لا أشعر بالرضا عندما أفكر أنني عضو أنتمي للمجموعة طلبة علم النفس.</p> <p>البديل المقترح :</p>
				<p>16- غالبا، أشعر بالرضا عندما أفكر أنني عضو أنتمي للمجموعة طلبة علم النفس.</p> <p>البديل المقترح :</p>
				<p>17- بمجرد التفكير أنني عضو أنتمي للمجموعة طلبة علم النفس أشعر بمشاعر سيئة.</p> <p>البديل المقترح :</p>

				<p>18- أرى صعوبات لمجموعات طلبة التخصصات الأخرى.</p> <p>البديل المقترح :</p>
				<p>19- أشعر أنني عضو مهم للمجموعة التي أنتمي إليها</p> <p>البديل المقترح :</p>
				<p>20- أشعر كثيرا من الندم على كوني عضو في المجموعة التي أنتمي إليها</p> <p>البديل المقترح :</p>
				<p>21- تعتبر مجموعتي جيدة من قبل الآخرين</p> <p>البديل المقترح :</p>

				<p>22- أن ليس لدي الكثير لأقدمه لأعضاء المجموعة التي أنتمي إليها البديل المقترح</p>
				<p>23- بشكل عام، يسعدني أن أكون عضو في المجموعة التي أنتمي إليها البديل المقترح :</p>
				<p>24- كثير من الأشخاص، يعتبرون معدل عدم فعالية مجموعتي في تزايد مقارنة بالمجموعات الأخرى البديل المقترح :</p>

				<p>25- المجموعة التي أنتمي اليها تمثل انعكاس  لشخصيتي  البديل المقترح :</p>
				<p>26- أنا عضو فعال و مشارك في النشاطات  للمجموعة التي أنتمي اليها  البديل المقترح :</p>
				<p>27- على العموم، أشعر أن المجموعة التي أنتمي  اليها لا تستحق أن أبدل مجهود من أجلها  البديل المقترح :</p>
				<p>28- غالبا، الاخرون يحترمون المجموعة التي  أنتمي اليها  البديل المقترح :</p>

				<p>29- المجموعة التي أنتمي إليها، لا تتوافق معي و تمثلني كشخص البديل المقترح :</p>
				<p>30- غالباً، أشعر أنني غير مهم في مجموعتي البديل المقترح :</p>
				<p>31- لدي شعور ايجابي للمجموعة التي أنتمي إليها البديل المقترح :</p>
				<p>32- على العموم، الآخرون يظنون أن المجموعة التي أنتمي إليها غير جديرة بالاهتمام</p>

				البديل المقترح :	
				33- على العموم، الانتماء الى مجموعة مهم لصورتى الذاتية البديل المقترح	
				34- أرى صعوبات لمجموعات طلبة التخصصات الآخري البديل المقترح :	التناسك و الانتماء للمجموعة <b>ingroup ties</b>
				35- لا أشعر بالانتماء مع مجموعات التخصصات الأخرى البديل المقترح :	

				36- أرى أنني أستطيع التفاهم مع مجموعة طلبة التخصصات الأخرى. البديل المقترح :
				37- في مجموعة للطلبة تخصص علم النفس، أشعر أنني أنتمي لهما البديل المقترح :
				38- للتعرف على أشخاص جدد يشبهونني البديل المقترح :
				39- للتعرف على الأشخاص الذين هم مثلي البديل المقترح
				40- للتفاعل مع الأشخاص الذين هم مثلي

				البديل المقترح :
				41- استخدم وسائل التواصل الاجتماعي للمطابقة مع الأشخاص الذين أتواجد معهم. البديل المقترح :
				42- لمعرفة ما يحدث مع الآخرين. البديل المقترح :
				43- للأحظ كيف يتفاعل الآخرون مع مشاكلهم و يتكيفون معها. البديل المقترح :

				44- لمساعدتي على النسيان البديل المقترح :
				45- للشعور بأنني لست وحيدا البديل المقترح :
				46- للبقاء على التواصل مع أصدقائي المقربين البديل المقترح :
				47- للتواصل مع أصدقائي المقربين البديل المقترح :
				48- لتبادل الأخبار مع أصدقائي المقربين البديل المقترح :

--	--	--	--	--	--

بدائل الأجوبة :

غير مناسبة	مناسبة	البدائل						
		لا	لا	لا	لا	لا	لا	لا
		وافق بشدة	وافق	وافق نوعا ما	محايد	لا	لا	لا
		وافق بشدة	وافق	وافق نوعا ما	محايد	لا	لا	لا
البديل المقترح :								

مثال توضيحي :

البند	الفقرات	واضحة	غير واضحة
1	أويد الدروس الخصوصية في الجامعة في التخصصات العلمية		واضحة
البديل المقترح :			

وزارة التعليم العالي و البحث العلمي

جامعة قاصدي مرباح -ورقلة-

كلية العلوم الانسانية و العلوم الاجتماعية

قسم علم النفس و علوم التربية

مقياس التفاعل في وسائل التواصل الاجتماعي

SMES Social Media Engagement Scale

اسم المحكم :

التخصص :

الجامعة :

## استمارة التحكيم

تعليمات:

أستاذي الفاضل، استاذتي الفاضلة : في إطار إعداد مذكرة تخرج لنيل شهادة الدكتوراه في تخصص علم النفس الاجتماعي، يشرفني أن أضع بين أيديكم هذه الاستمارة بغية تحكيمها و التي تقيس الهوية الاجتماعية في وسائل التواصل الاجتماعي لدى الطلبة في جامعة الجزائر2 و جامعة قاصدي مرباح -ورقلة-.

ومنه فإنني أرجو من سيادتكم التفضل بإبداء رأيكم حول أدوات الدراسة من حيث :

- مدى صحة التعاريف الإجرائية المتغيرات الدراسة.

- مدى وضوح الصياغة اللغوية لل فقرات.

- مدى تمثيل الفقرة للبعد الذي تنتمي إليه.

- مدى ملاءمة التعليمات الموجهة لعينة الدراسة.

## التحديد الاجرائي لمتغيرات الدراسة :

### وسائل التواصل الاجتماعية :

هي صورة الذات الي يحملها الطالب الجامعي مستخدم وسائل التواصل الاجتماعي بانتمائه الى جماعة، حيث يسعى دائما الى تحقيق صور ايجابية بانظامه الى هذه المجموعة التي يشترك معهم في القيم و المشاعر، و تم التعبير عن الهوية الاجتماعية من خلال : ( المركزية centrality، الجانب الوجداني للمجموعة Ingroup Affect، التماسك و الانتماء للمجموعة Ingroup ties) . و التي سوف تقاس من خلال الدرجة التي تحصل عليها الطالب في الأداة المصممة لذلك في الدراسة الحالية للموسم الدراسي 2021/2022.

أبعاد الهوية الاجتماعية :

(1) الاستعمال المعرفي Cognitif engament:

و س .

(2) الاستعمال الانفعالي Affectif engament :

و س الاجتماعية ليست فقط معرفية بل وجدانية أيضا.

(3) الاستعمال السلوكي Behavioral engagment :

قياس هدف استعمال وسائل التواصل الاجتماعي

كم مرة استعملت وسائل التواصل الاجتماعي في الشهر الماضي ؟

1 أقل من مرة في الأسبوع

2 أقل من مرة في اليوم

3 مرتين إلى ثلاث في اليوم

4 أربع أو خمس مرات في اليوم

5 ستة أو أكثر في اليوم.

ما هي المدة الزمنية التي تكون فيها أونلاين لاستعمال وسائل التواصل الاجتماعي في اليوم؟

- 1 أقل من 30 دقيقة
- 2 من 31 دقيقة إلى ساعتين
- 3 من ساعتين إلى ست ساعات,
- 4 من 6 ساعات إلى 12 ساعة
- 5 أكثر من 12 ساعة

ما هو الوقت الذي تستغرقه في استعمال وسائل التواصل الاجتماعي كل يوم؟

- 1 أقل من 30 دقيقة,
- 2 من 31 دقيقة إلى 60 دقيقة.
- 3 من ساعة إلى ساعتين.
- 4 من ساعتين إلى 4 ساعات.
- 5 أكثر من 4 ساعات.

منذ متى بدأت استعمال وسائل التواصل الاجتماعي ؟

- 1 أقل من 3 سنوات,
- 2 من 4 إلى 5 سنوات
- 3 من 6 إلى 7 سنوات
- 4 من 8 إلى 9 سنوات

ما هو عدد أصدقائك في وسائل التواصل الاجتماعي ؟

- 1 أقل من 50 شخصا.
- 2 ما بين 51 إلى 100 شخص.
- 3 ما بين 101 إلى 150 شخص.
- 4 ما بين 151 إلى 200 شخص.
- 5 أكثر من 200 شخص.

من حيث السياغة اللغوية		صياغة الفقرات من حيث المحتوى		الفقرات	الأبعاد
لا تقيس	تقيس	لا تقيس	تقيس		

				<p>1-أنا راض تماما على انتباه و تعليقات الآخرين  في وسائل التواصل الاجتماعي.  البديل المقترح :</p>	Cognitif engagment الاستعمال المعرفي
			<p>2- دعم وتشجيع الآخرين هام جدا في وسائل  التواصل الاجتماعي  البديل المقترح :</p>		
			<p>3- باستعمال وسائل التواصل الاجتماعي، أنا  راض على علاقتي مع نفسي ومع الآخرين.  البديل المقترح :</p>		

				<p>4- مقارنة بالعالم الحقيقي، وسائل التواصل الاجتماعي تجعلني أشعر بالراحة.</p> <p>البديل المقترح:</p>	<p>Affectif engament الاستعمال الانفعالي</p>
				<p>5- أشعر بالملل عندما لا أستطيع استعمال وسائل التواصل الاجتماعي</p> <p>البديل المقترح :</p>	
				<p>6-مقارنة بالعالم الحقيقي، أشعر بالسعادة عندما أتعامل مع الناس عبر وسائل التواصل الاجتماعي</p> <p>البديل المقترح :</p>	
				<p>7-أشعر بالقلق حينما لا أستطيع استعمال وسائل التواصل الاجتماعي.</p> <p>البديل المقترح :</p>	

				8- أستعمل وسائل التواصل الاجتماعي بشكل يومي	الاستعمال السلوكي Behavioral engagement
				9- أتصفح وسائل التواصل الاجتماعي كلما كان لدي وقت. البديل المقترح :	
				10-أتصفح وسائل التواصل الاجتماعي قبل النوم. - حتى في وقت متأخر البديل المقترح :	
				11-دائماً أستعمل وسائل التواصل الاجتماعي كعادة للاسترخاء. البديل المقترح :	

بدائل الأجوبة :

غير مناسبة	مناسبة	البدائل						
		لا	لا	لا	محايد	وافق	وافق	
		وافق	وافق	محايد	لا	لا	لا	
		وافق	وافق	محايد	لا	لا	لا	
		بشدة	بشدة	ما	نوعا	نوعا	بشدة	
					ما			
البديل المقترح :								

مثال توضيحي :

البند	الفقرات	واضحة	غير واضحة
1	استعمل وسائل التواصل الاجتماعي في الجامعة لتكوين صداقات جديدة		
البديل المقترح :			

مقياس الهوية الاجتماعية في صيغته النهائية

التعليمية

ختي الطالبة، أخي الطالب :

في إطار إعداد مذكرة التخرج لنيل شهادة الدكتوراه في تخصص علم النفس الاجتماعي، تحت عنوان : الهوية

الاجتماعية لدى الطلبة مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي.

"دراسة مقارنة على عينة من الطلبة بجامعة ورقلة و الجزائر".

يشرفني أن أضع في متناولكم هذه الاستمارة ، الرجاء منكم الإجابة عنها كاملة بكل صراحة وقناعة، مع

العلم أن البيانات الواردة في الاستمارة سرية، و لا تستخدم إلا للأغراض العملية للبحث.

ملاحظة : الرجاء الإجابة بوضع علامة (x) في الخانة المناسبة.

و في الأخير تقبلوا منا فائق الشكر و الاحترام على تعاونكم في إنجاز هذا البحث.

السنة الدراسية 2021 / 2022.

البند	السؤال	أعارض بشدة	أعارض	لا أعارض ولا أوافق	أوافق	أوافق بشدة
1	غالبا ما أفكر أنني عضو في المجموعة					
2	وجودي في مجموعة غالبا ما يخطر ببالي					
3	أنا مثل الأعضاء الآخرين من مجموعتي					
4	اعرف اسم تخصصي عندما أقدم نفسي					
5	غالبا ما أشعر بالرضا عندما أفكر في أنني أنتمي لمجموعة الطلبة (تخصصك)					
6	تعتبر مجموعتي جيدة في نظر الآخرين					
7	بشكل عام، يسعدني أن أكون عضوا في المجموعة التي أنتمي إليها.					
8	المجموعة التي أنتمي إليها تمثل انعكاسا لشخصيتي					
9	لدي الكثير من الأشياء المشتركة مع الآخرين (تخصصك)					
10	أشعر بعلاقات قوية مع الآخرين (تخصصك)					

					أشعر أنني أنسجم مع الأعضاء الآخرين ل (تخصصك)	11
					في مجموعة (تخصصك) أشعر حقا بالانتماء لها.	12
					اواصل مواصلة العمل مع مجموعتي	13

مقياس التفاعل في وسائل التواصل الاجتماعي في صيغته النهائية

### SMES Social Media Engagement Scale

تعليمية

ختي الطالبة، أخي الطالب :

في إطار إعداد مذكرة التخرج لنيل شهادة الدكتوراه في تخصص علم النفس الاجتماعي، تحت عنوان : الهوية

الاجتماعية لدى الطلبة مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي.

"دراسة مقارنة على عينة من الطلبة بجامعتي ورقلة و الجزائر".

يشرفني أن أضع في متناولكم هذه الاستمارة ، الرجاء منكم الإجابة عنها كاملة بكل صراحة وقناعة، مع

العلم أن البيانات الواردة في الاستمارة سرية، و لا تستخدم إلا للأغراض العملية للبحث.

ملاحظة : الرجاء الإجابة بوضع علامة (x) في الخانة المناسبة.

و في الأخير تقبلوا منا فائق الشكر و الاحترام على تعاونكم في إنجاز هذا البحث.

السنة الدراسية 2021 / 2022.

البند	السؤال	أعارض بشدة	أعارض	لا أعارض ولا أوافق	أوافق	أوافق بشدة
1	أستعمل وسائل التواصل الاجتماعي بشكل يومي.					

					2	أتصفح وسائل التواصل الاجتماعي كلما كان لدي وقت.
					3	أتصفح وسائل التواصل الاجتماعي قبل النوم. - حتى في وقت متأخر -
					4	دائماً أستعمل وسائل التواصل الاجتماعي كعادة للاسترخاء.
					5	أنا راض تماماً على انتباه و تعليقات الآخرين في وسائل التواصل الاجتماعي.
					6	دعم وتشجيع الآخرين هام جداً في وسائل التواصل الاجتماعي.
					7	باستعمال وسائل التواصل الاجتماعي، أنا راض على علاقتي مع نفسي ومع الآخرين.
					8	مقارنة بالعالم الحقيقي، وسائل التواصل الاجتماعي تجعلني أشعر بالراحة.
					9	أشعر بالملل عندما لا أستطيع استعمال وسائل التواصل الاجتماعي.
					10	مقارنة بالعالم الحقيقي، أشعر بالسعادة عندما أتعامل مع الناس عبر وسائل التواصل الاجتماعي.
					11	أشعر بالقلق حينما لا أستطيع استعمال وسائل التواصل الاجتماعي.

أسماء الأساتذة المحكمين والدرجة العلمية:

أجراد، محمد	التخصص: علم النفس وعلوم التربية	الدرجة العلمية: أستاذ دكتور
سليمانى، جميلة	التخصص: علم النفس الاجتماعي	الدرجة العلمية: دكتور
عبلة، محرز	التخصص: علم النفس الاجتماعي	الدرجة العلمية: دكتور
شبللي، براهيم	التخصص: علم النفس وعلوم التربية	الدرجة العلمية: دكتور
بوسبته، يمينة	التخصص: الأروطوفونيا	الدرجة العلمية: أستاذ دكتور
الشايب، الساسي	التخصص: علم النفس وعلوم التربية	الدرجة العلمية: أستاذ دكتور
صالحى، طارق	التخصص: الأروطوفونيا	الدرجة العلمية: دكتور
خميس، سليم	التخصص: علم النفس وعلوم التربية	الدرجة العلمية: أستاذ دكتور

الدرجة

أغادير، وريدة التخصص: كلية اللغة العربية وآدابها واللغات الشرقية

العلمية: دكتور