



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة 20 أوت 1955 سكيكدة



كلية العلوم الاجتماعية والعلوم الإنسانية

قسم علوم الاعلام والاتصال

مذكرة بعنوان:

استخدام موقع فيسبوك في تشكيل الهوية الافتراضية للطلاب الجامعي

" دراسة عينة لطلبة قسم علوم الاعلام والاتصال جامعة 20 أوت 1955 سكيكدة "

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الاعلام والاتصال

تخصص اتصال تنظيمي

إشراف الأستاذة:

● حمودة زينة

إعداد الطالبتان:

● بوعافية نوار

● عبدي يسرى

أعضاء اللجنة:

المؤسسة	الصفة	الرتبة العلمية	الاسم واللقب
جامعة 20 أوت 1955 سكيكدة	مشرفا ومقرا	أستاذة محاضرة -أ-	حمودة زينة
جامعة 20 أوت 1955 سكيكدة	رئيسا	أستاذة محاضرة -أ-	بوشوخ هاجر
جامعة 20 أوت 1955 سكيكدة	عضوا مناقشا	أستاذة محاضرة -أ-	شلابي صالح

السنة الجامعية: 2024/2023

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ  
الْحَمْدُ لِلَّهِ الَّذِي  
خَلَقَ الْمَوَدَّةَ بَيْنَ  
الَّذِينَ يَرْضَاهُ لِيُخْرِجَهُمْ  
مِنَ الظُّلُمَاتِ إِلَى النُّورِ بِإِذْنِهِ  
وَيَهْدِي لَهُمْ سَبِيلًا مُسْتَقِيمًا

# شكر و تقدير



الحمد لله رب العالمين، والصلاة والسلام على اشرف المرسلين سيدنا  
محمد المبعوث رحمة للعالمين وعلى اله وصحبه أجمعين .....وبعد،  
أتوجه باسمي آيات الشكر، والتقدير، والعرفان بالجميل الى استاذتي

## الفاضلة "حمودة زينتا"

لتفضلها بالإشراف على هاته المذكرة وكل نصائحها القيمة، نسال

الله ان يجعل ذلك في ميزان حسناتها، ويجزيها خير الجزاء

التي اكرمتنا بالعطاء وتقدير النصائح ولم تبخل علينا بجهودها

لإنجاز هذا العمل .

ونسأل الله الله العلي القدير ان ينفع هذا العمل قارئه، وان يتقبله في

ميزان الحسنات انه سميع قريب مجيب الدعوات.



# إهداء

الحمد لله على ما بدأت به ها أنا اليوم ارتدي قبعتي  
لا أعلم كيف أعبّر عن امتناني وشكري لكل من  
ساندني ووقف بجانبني وكان لي عوناً ها أنا أكملت  
مسيرتي وبداخلي الكثير من المشاعر...  
أهدي ثمرة جهدي الى الذين قال فيهما المولى  
عزوجل

" وبوالدين احساناً "

و اهداء خاص الى **والدي** حضهما لله بعد فضل من  
الله ما أنا فيه يعود اليهما الذي ساندني طول مسيرتي  
الدراسية .

الى السند والكتف الذي أستند عليهم دائماً اخواني  
وأخواتي رعاهم الله .

و احب أن اختتم الاهداء الى الأساتذة الكرام  
والطاقم الإداري وشكر خاص الى الأستاذة **بن مليط**.

فهم أصحاب الفضل العظيم لما نحن عليه الآن .

ممتنة لكم جميعاً ما كنت لأصل لولا فضلكم

علي من بعد الله .

نوارة

# اهداء

بسم الله الرحمن الرحيم أولا الحمد لله

عز وجل أن منحنا الإيمان وسمح لنا

بالتعلم والقيام أتقدم بالشكر على روح

والدي الطاهرة تغمده الله برحمته

وأدخله فسيح جناته وإلى والدتي

العظيمة حفظها الله ورعاها برعايته

وإلى أختي وصديقاتي الأعزاء وإلى

عائلتي الصغير والكبير أهديكم هذا

العمل المتواضع راجيتا من الله تعالى أن

يمننا بعونه وتوفيقه.

يسرى



## ملخص الدراسة:

تهدف هذه الدراسة إلى معرفة مدى استخدام موقع فيسبوك في تشكيل الهوية الافتراضية لدى الطالب الجامعي، حيث قمنا باختيار موقع الفيسبوك لأنه الأكثر شيوعاً، ثم الاعتماد في دراستنا على المنهج الوصفي التحليلي واستخدام استمارة استبيان كأداة أساسية للحصول على المعلومات والبيانات حيث قمنا بتوزيع هذه الأخيرة على عينة حجمها 50 مفردة اشتملت على طلبة قسم الإعلام والاتصال سنة ثالثة ليسانس اتصال تنظيماً بجامعة سكيكدة كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، حيث تم الاعتماد على العينة القصدية حيث قمنا بصياغة إشكالياتها في تساؤل رئيسي هو ما مدى استخدام موقع فيسبوك في تشكيل الهوية الافتراضية لدى طلبة قسم علوم الإعلام والاتصال بجامعة سكيكدة ولمعالجة الإشكال المطروح، اندرجت ضمنه جملة من التساؤلات وهي:

- ما هي عادات وأنماط استخدام طلبة قسم علوم الإعلام والاتصال لموقع Facebook؟
  - ما هي الإشباعات المحققة من استخدام موقع فيسبوك من قبل طلبة قسم علوم الإعلام والاتصال جامعة سكيكدة؟
  - ما هي العوامل المحددة لتشكيل الهوية الافتراضية للمبحوثين عبر حسابات موقع الشبكة الاجتماعية Facebook؟
  - ما هو أثر موقع الشبكة الاجتماعية Facebook على تشكيل مظاهر الهوية الافتراضية؟
- لنصل من خلال هذه الدراسة لنصل إلى مجموعة من النتائج أهمها أن موقع فيسبوك يساهم في تشكيل الهوية الافتراضية لدى الطلبة الجامعيين كذلك كل أفراد العينة لديهم حساب واحد يقضون أكثر من ساعتين في التصفح فيه، كما أظهرت الدراسة أن أغلبية أفراد العينة يسجلون على موقع فيسبوك بأسماء مستعارة، كذلك أظهرت الدراسة على أن أغلب المبحوثين يستخدمون هوية افتراضية بديلة مختلفة عن الهوية الحقيقية، وفي الأخير توصلت دراستنا أن أفراد عينتنا يفضلون استخدام هويات افتراضية لا هويات حقيقية.

**Résumé de l'étude :**

Cette étude vise à comprendre dans quelle mesure l'utilisation de Facebook façonne l'identité virtuelle des étudiants universitaires. Nous avons choisi Facebook pour son large usage et avons basé notre recherche sur une méthode descriptive et analytique, en utilisant un questionnaire comme outil principal de collecte de données. Ce dernier a été distribué à un échantillon de 50 étudiants de troisième année en licence de communication organisationnelle du département des sciences de l'information et de la communication de l'Université de Skikda, faculté des sciences humaines et sociales. L'échantillon a été sélectionné de manière intentionnelle et nous avons formulé notre problématique principale autour de la question suivante : dans quelle mesure l'utilisation de Facebook contribue-t-elle à la formation de l'identité virtuelle des étudiants du département des sciences de l'information et de la communication de l'Université de Skikda ? Pour traiter cette problématique, nous avons posé une série de questions spécifiques :

- Quelles sont les habitudes et les modes d'utilisation de Facebook par les étudiants du département des sciences de l'information et de la communication ?
- Quels sont les gratifications obtenues par les étudiants en utilisant Facebook ?
- Quels sont les facteurs déterminants dans la formation de l'identité virtuelle des étudiants sur Facebook ?
- Quel est l'impact de Facebook sur la formation des aspects de l'identité virtuelle ?

Cette étude a révélé plusieurs résultats, parmi lesquels le fait que Facebook contribue à la formation de l'identité virtuelle des étudiants universitaires. En outre, tous les membres de l'échantillon possèdent un compte et passent plus de deux heures par jour à naviguer sur la plateforme. L'étude a également montré que la majorité des participants s'inscrivent sur Facebook sous des pseudonymes et utilisent une identité virtuelle différente de leur identité réelle. Enfin, notre étude a conclu que les étudiants préfèrent utiliser des identités virtuelles plutôt que des identités réelles.

الفهرس

## فهرس المحتويات

الصفحة	العناوين
-	شكرو تقدير
-	الاهداء
-	ملخص الدراسة
-	فهرس المحتويات
-	فهرس الجداول
أ-ب-ج	مقدمة
<b>الفصل الأول: الاطار العام لدراسة</b>	
05	إشكالية الدراسة وتساؤلاتها
08	تحديد المفاهيم
13	أسباب اختيار الموضوع
14	أهداف الدراسة
15	أهمية الدراسة
16	الدراسات السابقة
27	المقاربة النظرية
<b>الفصل الثاني: مدخل مفاهيمي لموقع فيسبوك</b>	
34	1-نشأة موقع فيسبوك
37	2-خصائص موقع فيسبوك
40	3-نماذج مستخدمي موقع فيسبوك
43	4-إيجابيات موقع فيسبوك
44	5-سلبيات موقع فيسبوك
<b>الفصل الثالث مفاهيم أساسية حول الهوية الافتراضية</b>	
49	1-خصائص الهوية الافتراضية
50	2-ابعاد الهوية الافتراضية
51	3-نماذج الهوية الافتراضية

## فهرس المحتويات

52	4-العوامل الكامنة وراء تشكيل الهوية الافتراضية
53	5-انعكاسات الهوية الافتراضية
الفصل الرابع: الاطار المنهجي والميداني	
58	1-مجتمع الدراسة
89	2- عينة الدراسة
61	3- منهج الدراسة
62	4- أدوات جمع البيانات
64	5-تفريغ البيانات والتعليق عليها
96	6-النتائج الجزئية الدراسة
100	7- النتائج العامة الدراسة
106	الخاتمة
108	قائمة المصادر والمراجع
	الملاحق

# قائمة الجداول

قائمة الجداول

قائمة الجداول:

الصفحة	العنوان	الرقم
64	يمثل توزيع المبحوثين من حيث الجنس	01
65	يوضح توزيع الطلبة الجامعيين حسب متغير السن	02
66	يمثل تصنيف المبحوثين حسب حالتهم الاجتماعية	03
67	يوضح توزيع افراد عينة الدراسة حسب الوضعية الاجتماعية	04
68	يوضح توزيع افراد عينة الدراسة حسب مدى اقدمية امتلاك فيسبوك	05
69	يوضح توزيع افراد عينة الدراسة حسب مقدار الوقت المستغرق في استخدام مواقع فيسبوك	06
70	يوضح توزيع عينة الدراسة حسب الفترات المفضلة لاستخدام موقع فيسبوك	07
71	يوضح ابحار أفراد العينة في حساباتهم PROFIL في حساباتهم على موقع فيسبوك يوميا	08
72	يوضح الخدمات التي يفضلونها على الشبكة الاجتماعية فيسبوك	09
73	يوضح عدد الأصدقاء التي يمتلكها أفراد العينة على حساباتهم في موقع فيسبوك	10
75	يوضح كيفية تعامل المبحوثين مع المضامين التي ينشرها أصدقائهم على موقع Facebook	11
76	يوضح أسباب فتح فيسبوك لأفراد عينة الدراسة	12
77	يوضح من الذي قام بفتح صفحة على فايسبوك لأفراد العينة	13
78	يوضح الدوافع التي تجعل أفراد العينة يمتنعون على التعليق على صفحات فيسبوك	14
79	يوضح الإشباعات المحققة من خلال استخدام موقع فايسبوك	15
80	يوضح على أي أساس تحديد علاقاتك الافتراضية في الفيسبوك	16
81	يوضح الحاجات التي يوفرها استخدام موقع فيسبوك	17
82	يوضح امتداد العلاقات الافتراضية المشكلة على موقع فيسبوك إلى البيئة الحقيقية	18

## قائمة الجداول

83	يوضح توظيف أفراد العينة للمعلومات الشخصية في حساباتهم على موقع الشبكة الاجتماعية فيسبوك	19
84	يوضح نوع اسم المستخدم في حسابات موقع الشبكة الاجتماعية فيسبوك	20
85	يوضح دوافع توظيف كل من الأسماء الحقيقية والأسماء المستعارة على حسابات موقع فيسبوك	21
87	يوضح اللغة المستخدمة في نشر المحتويات والتفاعل في حسابات موقع الشبكة الاجتماعية فيسبوك	22
88	يوضح عدد الحسابات المملوكة من طرف المبحوثين على موقع الشبكة الاجتماعية فيسبوك	23
89	يوضح نوعية المحتويات والمضامين المشارك بها على حسابات المبحوثين على موقع فيسبوك	24
90	يوضح أشكال الهويات الافتراضية الممارسة على موقع الشبكة الاجتماعية Facebook	25
91	يوضح نوع الأصدقاء الذين يسمح لهم المستخدم بطلبه للصدافة عبر موقع الشبكة	26
92	يوضح اختيار أفراد العينة للمستخدمين الذين يسمحون لهم بالاطلاع على منشوراتهم على حسابات موقع فيسبوك	27
93	يوضح نوع الاسم المستخدم في حسابات موقع الشبكة الاجتماعية فيسبوك على متغير الجنس	28
94	يوضح أشكال الهويات الافتراضية الممارسة على موقع الشبكة الاجتماعية فيسبوك حسب متغير الجنس	29

مقدمة

## مقدمة

فتحت التكنولوجيا الحديثة لوسائل الاعلام والاتصال افاق كبيرة، وأثارت العديد من القضايا حول تأثيراتها وانعكاساتها، سواء إيجابية أم سلبية على الحياة البشرية اجتماعيا، سياسيا، ثقافيا وكذا التأثير الكبير على نمط الاتصال، وبهذه التأثيرات أصبح استخدامها حقا خصباً للعديد من الدراسات.

وتعد الأنترنت أحدث التقنيات الاتصالية التي عرفها العالم خلال العقدين الماضيين حيث استطاعت الشبكة بما تمتلكه من سمات اتصالية وتقنية متميزة ان تقلب المفاهيم امكانية والزمانية للإنتاج و التطبيقات الإعلامية في العالم حيث سمحت من خلالها لمستخدميها الاختيار بحرية ما يريدون من خدمات اتصالية تلائم مع حاجاتهم وتحقق إشباعاتهم.

ومنذ هذه منتصف تسعينات القرن الماضي بدأ يظهر على هذه الشبكة مواقع جديدة سميت بشبكات التواصل الاجتماعي ولعل استمرارها وأكثرها انتشارا واستخداما من طرف الطلبة الجامعيين هو موقع Facebook والذي يعتبر أكبر قناة للتواصل بين الافراد والجماعات عبر العالم، باختلاف أعمارهم وتوجهاتهم، لما له من أهمية بالغة في حياتهم كونه منبرا مفتوحا على جميع ميادين الحياة.

تشكل الهوية الافتراضية أحد المضامين الأساسية لبناء وتشكل شخصية الطالب الجامعي خصوصا أثناء التفاعل والتواصل مع البيئة الافتراضية، حيث يختار الطالب أحد هاته



الهويات في استخدامه في الموقع فيسبوك، وفي ضوء ذلك جاءت هذه الدراسة التي تناولت استخدام موقع Facebook في تشكيل الهوية الافتراضية لدى الطالب الجامعي، وهذا ما نسعى للبحث فيه من خلال هذه الدراسة التي تشكلت من مقدمة وخمسة فصول وخاتمة.

حيث تناولنا في الفصل الأول الإطار العام للدراسة حيث قمنا بتحديد إشكالية الدراسة وتساؤلاتها وأهدافها وأسباب اختيار الموضوع وتحديد المفاهيم وأهمية الدراسة والدراسات السابقة بالإضافة الى المقاربة النظرية.

أما الفصل الثاني وهو الجانب النظري للدراسة حيث تعرضنا فيه الى مدخل مفاهيمي فيسبوك من خلال ابراز عدة عناصر كآتي:

**العنصر الأول:** تضمن النشأة لموقع فيسبوك.

**العنصر الثاني:** تضمن خصائص موقع الفاسبوك.

**العنصر الثالث:** تطرقنا فيه الى نماذج مستخدمي موقع الفاسبوك.

**العنصر الرابع:** تضمن الإيجابيات.

**العنصر الخامس:** تضمن السلبيات.

**الفصل الثالث:** تعرضنا الى مفاهيم حول الهوية الافتراضية.

**العنصر الأول:** تضمن خصائص الهوية الافتراضية.

العنصر الثاني: أبعادها.

العنصر الثالث: نماذجها.

العنصر الرابع: العوامل المساعدة على تشكيلها.

العنصر الخامس: أهم انعكاساتها.

الفصل الرابع: الإطار المنهجي والميداني للدراسة والذي تناولنا فيه الإجراءات المنهجية

لِلدراسة تحديد مجتمع البحث عينة الدراسة المنهج المستخدم، أداة جمع البيانات لنختم

الفصل بكيفية تحليل البيانات والنتائج المتوصل إليها وخاتمة، قائمة المصادر والمراجع

والملاحق الى نموذج الاستمارة الموزعة على عينته الدراسة .

## الفصل الأول : الاطار العام للدراسة

## إشكالية الدراسة:

يعرف العصر الحالي بعصر التكنولوجيا أو عصر الإعلام والاتصال الإلكتروني، ولقد أصبحت الأنترنت العالمية نتيجة لثورة المعلومات الحديثة وقد ساهمت بشكل كبير في التأثير على جميع أنواع التواصل البشري فقد سهلت عملية التواصل بين الأفراد من خلال نقل همومهم وأفكارهم البعض وخلق طرق جديدة للتواصل معهم، وكل هذا يتم من خلال شبكات التواصل الاجتماعي والتي تكونت من نظام شبكات إلكترونية تربط المشتركين من خلال إنشاء مواقع خاصة بهم والتي تربطهم بأفراد آخرين لديهم نفس الاهتمامات، حيث ظهرت مواقع إلكترونية عديدة من بينها موقع التواصل الاجتماعي فيسبوك الذي أتاح لمستخدميه فرص للتأثير والتأثر عبر حدود العالم بلا قيود وبلا رقابة.

يعد هذا الموقع أحد أشهر مواقع لتواصل الاجتماعي وأكثرها انتشارا واستخداما والذي يعتبر أكبر قناة للتواصل بين الأفراد والجماعات في جميع أنحاء العالم، بغض النظر عن أعمارهم وتوجهاتهم، لما له من أهمية كبيرة في حياتهم حيث أنه وسيلة منصة مفتوحة لجميع مجالات الحياة، كما أنه جذب مختلف فئات المجتمع ومختلف الأجناس من أنحاء العالم، وجذب أهم فئة في المجتمع ألا وهي الطالب الجامعي وتكوين "هوية افتراضية" فعالة.

تعرف هذه الأخيرة بأنها مجموع الصفات والرموز والبيانات التي يستخدمها الأفراد في تقديم أنفسهم للآخرين في المجتمعات الافتراضية ويتفاعلون معهم من خلالها، وحسب موسوعة web ope dia تعرف الهوية الافتراضية بأنها الشخص الطبيعي والشخص الظاهري

للمستخدمين، وحسب هذا لتعريف فإن الهوية الافتراضية هي السمات والمواصفات التي يقدمها الفرد الطبيعي للآخرين عبر الأنترنت.<sup>1</sup>

الهويات الافتراضية التي يشكلها المستخدم تعنيه من التواجد الفعلي، وكذا تتعامل مع تفاعلاته على أساس أنها هويته الحقيقية.

ومن بين المستخدمين لهذا الواقع نجد الطالب الجامعي الذي يعتبر حلقة أساسية في الجامعة، وهو كغيره من نفس المستخدمين يواجه عصرا رقميا تشكلت فيه معالم ومعايير السلوك الاجتماعي من صراع هويته الافتراضية، ويتم إعادة إنتاجها على صفحات رقمية وبيانات وحسابات وهمية، لأنه مجبر على تدوين المعلومات مفصلة عنه كالبيانات العامة مثل الجنس والعمر ومكان الإقامة مع إمكانية إدراج صورة ليصبح عضوا في المجتمع الافتراضي ومن تم يمكنه إنشاء قائمة الأصدقاء التي تكون الأساس لهذه الشبكة ليتحول من شخص عادي باسمه الحقيقي وصورته الحقيقية إلى شخص آخر تشير معلوماته على أنه طالب جامعي.

يتفاعل الطالب الجامعي بجامعة سكيكدة ميدان الدراسة مع هذه المواقع الافتراضية والهوية التي يختارها وبالتالي إما يكون تفاعل تحكمه جوانب سلبية أو يكون تفاعل تحكمه جوانب إيجابية، وعلى هذا الأساس يكون اختياره لهويته الافتراضية والتي يتعامل بها في المجتمعات الرقمية، سواء كانت هويته تصريحية أو محسوبة.

<sup>1</sup> بايوسف مسعودة، الهوية الافتراضية: الخصائص والأبعاد، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، عدد خاص الملتقى الدولي الأول حول الهوية والمجالات الاجتماعية في ظل التحولات لسوسيو ثقافية في المجتمع الجزائري، ص 470.

ومنه تطور اهتمامنا للإجابة على السؤال الرئيسي التالي:

" ما مدى استخدام موقع Facebook في تشكيل الهوية الافتراضية لدى طلبة قسم الإعلام

والاتصال جامعة 20 أوث 1955 سكيكدة؟

والذي تتفرع منه الأسئلة الفرعية التالية:

### تساؤلات فرعية:

- ما هي عادات وأنماط استخدام طلبة قسم علوم الإعلام والاتصال لموقع "فيسبوك"؟
- ما هي دوافع استخدام طلبة قسم علوم الإعلام والاتصال بجامعة سكيكدة لموقع "فيسبوك"؟
- ما هي الإشباعات المحققة من استخدام موقع "فيسبوك" من قبل طلبة قسم علوم الإعلام والاتصال جامعة سكيكدة؟
- ما هي العوامل المحددة لتشكيل الهوية الافتراضية للمبحوثين عبر حسابات موقع الشبكة الاجتماعية "فيسبوك"؟
- ما هو أثر موقع الشبكة الاجتماعية "فيسبوك" على تشكيل مظاهر الهوية الافتراضية؟

- مفاهيم الدراسة:
- أولاً : الاستخدام
- لغة: استخدام من استخدام أي اتخذ خادماً.<sup>1</sup>
- اصطلاحاً: أنه نشاط اجتماعي يتحول إلى نشاط عادي في المجتمع بفضل التكرار والتقدم،  
فحينما يصبح الاستعمال متكرر ويندمج في ممارسات وعادات الفرد يمكن حينئذ الحديث  
عن الاستخدام فعلياً فإن الاستخدام وسيلة إعلامية مضمونة يقضي أولاً الوصول إلى  
التقنية أو الوسيلة.<sup>2</sup>
- إجرائياً: نقصد بالاستعمال في دراستنا هذه استعمال الطلبة الجامعيين لموقع فيسبوك في  
شكل هويتهم الافتراضية.
- ثانياً: تعريف موقع فيسبوك:
- Facebook يشير إلى دفتر ورقي يحمل صوراً ومعلومات لأفراد في جامعة معينة أو  
مجموعة ومن هنا جاءت تسمية الموقع و تعد هذه الطريقة شائعة لتعريف الأشخاص  
خصوصاً في الجامعات الأجنبية ببعضهم حيث يتصفح المنتسبون في الجامعة هذه الدفاتر  
لمعرفة المزيد عن الطلبة المتواجدين في الكلية نفسها.<sup>3</sup>

1 المنجد في اللغة والإعلام، بيروت، دار المشرق، 2003، ص 171.

2 صالح خليل أبو إصبع، استراتيجيات الاتصال وتأثيرها، الأردن، دار مجدلوي للنشر والتوزيع، ط1، 2005، ص 50.

3 ياس خضير البياتي، الإعلام الجديد الدولة الافتراضية الجديدة، عمان، دار البداية ناشرون وموزعون، ط1، 2014،  
ص390.

- هو شبكة اجتماعية استأثرت بقبول وتجاوب كبير من الناس خصوص من الشباب في جميع أنحاء العالم.<sup>1</sup>
- هو أشهر موقع إلكتروني على شبكة الأنترنت يساعد الأشخاص على الاتصال بالآخرين مجاناً، إذ ينشئ المستخدمون Profile يتضمن صور واهتمامات شخصية ويتبادلون رسائل خاصة وعامة ويقومون بتكوين مجموعات من الأصدقاء لتبادل الآراء والأفكار.<sup>2</sup>
- هو موقع الشبكات الاجتماعية على شبكة الأنترنت لتكوين الأصدقاء الجدد والتعرف على أصدقاء الدراسة حول العالم أو الانضمام إلى مجموعات مختلفة على شبكة الويب.<sup>3</sup>
- التعريف الإجرائي: (فيسبوك):
- الفيس بوك هو موقع إلكتروني للتواصل الاجتماعي يتم بواسطته تكوين مجموعة من الأصدقاء لتبادل الآراء والأفكار كما أنه يعتبر أكبر قناة للتواصل بين الأفراد.
- حسب هذه لتعاريف يعتبر الفيس بوك واحدة من أهم منصات التواصل الاجتماعي، حيث يساعد في إبقاء الفرد على اتصال مع أهله وأصدقائه الذين ليسوا قريبين منه، حيث يعتبر موقعا إخباريا شخصيا يتضمن قصصا وأحداث تدور حول الأشخاص المعروفين للشخص.

<sup>1</sup> محي الدين إسماعيل محمد الديهي، تأثير شبكات التواصل الاجتماعي الإعلامية على جمهور المتلقين، الإسكندرية، مكتبة الوفاء القانونية، ط1، 2015، ص453.

<sup>2</sup> سعد سلمان المشهداني-فراس حمود العبيدي، مواقع التواصل الاجتماعي وخصائص البيئة الإعلامية الجديدة، دار أمجد للنشر والتوزيع، ط1، 2020، ص 87.

<sup>3</sup> رضا أمين، الإعلام الجديد، القاهرة، دار الفجر للنشر والتوزيع، ط1، 2015، ص 113-114.

• ثالثاً: مفهوم الهوية

- لغة: تعرف على أنها كلمة مأخوذة من "هو" بمعنى أنها جوهر الشيء وحقيقته.<sup>1</sup>
- اصطلاحاً: تعرف الهوية بأنها وعي الإنسان وإحساسه بانتمائه إلى "مجتمع" أو "أمة" أو "جماعة" أو "طبق" في إطار الانتماء الإنساني العام، أنها معرفة بما، وأين، ونحن ومن أين أتينا، وإلى أين نمضي، وما نريد لأنفسنا وللآخرين، وبموقعنا في خريطة العلاقات والتناقضات والصراعات القائمة، وبالتالي فإدراك الإنسان بهويته وماهيته التي من خلالها يحدد وجوده الإنساني داخل المجتمع.<sup>2</sup>
- إجرائياً: هي نتيجة المعاني المتنوعة التي استخلصها الفرد عن جوهره، إنطلاقاً من تجاربه والتي منها يبدأ في إقامة علاقات مع الآخرين كأدوات مختلفة عن القيام بأفعاله.

رابعاً: تعريف الهوية الافتراضية:

يقابل مصطلح الهوية العربي كلمة identite في الإنجليزية indentite في الفرنسية، وهو من أصل لاتيني ويعني الشيء نفسه أو الشيء الذي هو ما هو عليه، أي أن الشيء له الطبيعة نفسياً للشيء الآخر<sup>3</sup>، وتعني بأنها حقيقة الشيء من حيث تميزها عن غيرها وتسمى أيضاً هوية الذات.

<sup>1</sup> أليكس ميكشيللي، الهوية، ترجمة: علي وطفة، دمشق-سوريا، دار الوسيم للخدمات الطباعية، 1993، ص 18-20.  
<sup>2</sup> ريحانة بلوطي، دوافع استخدام الهوية الافتراضية في الشبكات الاجتماعية وأثرها على الفرد، دراسة استكشافية لعبته من مستخدمي الفيسبوك كنموذج، رسالة لنيل شهادة الماجستير في الإعلام والاتصال، جامعة الحاج لخضر، باتنة، 2014-2015.

<sup>3</sup> اليوناني عفيف، في الهوية القومية العربية، مجلة المستقبل العربي، العدد 57، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت-لبنان، 1984، ص 5.

ولغويا: فإن المعاجم العربية كالمصباح المنير، والقاموس المحيط، ولسان العرب، تخلوا من

هذا المصطلح لحديث إذا لا تتجاوز كونها مشتقات من الفعل "هوى" أي "سقط من على" أو

يكون معناها البئر القعر وأن لفظ هوية مصدر صناعي مركب من هو ضمير المفرد الغائب

المعرف بأداة التعريف "أل" ومن اللاحقة المتمثلة في "أل" المشددة وعلامة التأنيث "ة".<sup>1</sup>

اصطلاحا: الهوية الافتراضية هي السمات والمواصفات التي يقدمها الفرد الطبيعي للآخرين

عبر الأنترنت، فتكون عملية الاتصال بين ثلاثة أطراف وهي الشخص العادي، والهوية

الافتراضية، والأشخاص الآخرين.<sup>2</sup>

• يعرفها علي رحومة 2015 "يطلق على الهوية الافتراضية مفهوم الخصوصية الغامضة

والمعقدة ويصفها بالذات الوهمية".<sup>3</sup>

• يعرفها عبد الحكيم آحمين أنها تطلق على الآثار والحركات والتحركات جميعها التي يقوم

بها المستخدم عبر تبحيرة في الأنترنت.<sup>4</sup>

• الأستاذ "صادق رابح" فيعرف الهوية الافتراضية في دراساته عن الأنترنت كفضاء لتشكيل

الذات على أنها الهوية التي تتحلى في المنتديات الحوارية وغرف الدردشة الأنترنتية وهي

هوية يسعى

<sup>1</sup> مجمع اللغة العربية، المعجم الوجيز، الهيئة العامة لشؤون المطابع الأميرية، مصر، 2000، ص 85.

<sup>2</sup> بايوسف مسعودة، الهوية الافتراضية، الخصائص والأبعاد، مرجع سابق، ص 396.

<sup>3</sup> علي رحومة محمد، الأنترنت وتأثيرها على المجتمعات العربية، لبنان، ط 2015، 1، ص 304.

<sup>4</sup> آحمين عبد الحكيم، الهويات الافتراضية في المجتمعات العربية، المغرب، دار الأمان للنشر والتوزيع، ط 1، 2017،

غالبا من خلالها إلى التلاعب بهويته بهدف دفع محاوريه والمتفاعلين معه إلى التعامل معه على أساس أن هذه الهوية المتخفية هي هويته الفعلية.<sup>1</sup>

### إجرائيا:

الهوية الافتراضية في دراستنا هي مجموع السمات والدلالات والأشكال السمات والرموز والبيانات التي يستخدمها طلاب قسم علوم الإعلام والاتصال في تعاملاتهم داخل موقع الفيس بوك وتمثيلهم لهويتهم اتجاه أنفسهم واتجاه الآخرين والتفاعل معهم داخل المجتمع الافتراضي. وحسب هذه التعريفات فإن الهوية الافتراضية هي السمات التي يؤسسها الفرد الطبيعي للآخرين عبر الانترنت فتكون عملية الاتصال بين ثلاث أطراف وليس طرفين وهي: لشخص العادي، الهوية الافتراضية والأشخاص الآخرين.

<sup>1</sup> البشير ربح، السؤال عن الهوية في التأسيس والنقد والمستقبل، دار كلمة للنشر والتوزيع، ط1، تونس، 2016، ص 458-459.

**خامسا: تعريف الطالب الجامعي:**

**لغة:** تطلق لفظة الطالب على كل متعلم مسجل في معهد عال أو جامعة أو كلية على

عكس تلميذ التي تطلق على المتعلم في صفوف التعليم الأساسي.<sup>1</sup>

**اصطلاحا:** هو ذلك الشاب الذي التحق بالجامعة وأثر التحاقه هذا في شخصيته سواء من

الناحية العقلية أو الوجدانية أو الاجتماعية، حيث تتسع خبراته وتقييمه للأمور مما يساعده

على تبني قيم واتجاهات وأفكار مهمة.<sup>2</sup>

يعرفه "كمال بلخيري" على أنه ذلك الشخص الذي سمحت له كفاءته العلمية بالانتقال من

المرحلة الثانوية إلى الجامعة تبعا لشخصيته بواسطة شهادة أو دبلوم يؤهله لذلك ويعتبر الطالب

الجامعي أحد العناصر الأساسية والفاعلة في العملية التربوية طيلة التكوين الجامعي.<sup>3</sup>

التعريف الإجرائي: هو الذي تحصل على شهادة البكالوريا لينتقل إلى مرحلة التعليم الجامعي

لإتمام مسار دراسته.

**أسباب اختيار الموضوع:****أ- أسباب ذاتية:**

- الشعور بأهمية هذه المواضيع خاصة مع التطورات العلمية والتي يشهدها العصر.
- رغبتنا الشخصية في التعرف على الواقع الافتراضي ومعرفة مدى مساهمة المواقع الافتراضية في تشكيل الهوية الافتراضية للطالب الجامعي.

<sup>1</sup> ميشال جرحس، معجم مصطلحات التربية والتعليم، بنان، دار النهضة العربية، ط1، 2005، ص 350.  
<sup>2</sup> سعيدة زبناي، دور الطالب الجامعي في الفعل التطوعي داخل المجتمع، مذكرة ماستر في علم الاجتماع والأنثروبولوجيا، تخصص علم اجتماع تنظيم وعمل، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، 2014، ص 8.  
<sup>3</sup> فاطمة الزهراء دريم، الهوية الثقافية للطالب الجامعي في ظل الإعلام الجديد، مجلة دراسات، ديسمبر، 2017، ص

- تماشي الموضوع مع طبيعة التخصص.
- رغبتنا الشخصية في تناول هذا الموضوع واكتشاف مواقع التواصل الاجتماعي وعلى رأسها "الفايسبوك" والتعرف عليها والتعمق في دراستنا لإثراء الجانب المعرفي.
- الإصرار على الإلمام بالمعلومات العلمية المتعلقة بالمجال المعرفي لمعرفة مدى تأثير الفايسبوك في تكوين الهوية الافتراضية للطالب الجامعي.

#### ب-أسباب موضوعية:

- الاهتمام الكبير لدى الطلبة الجامعيين بهذا الموقع "فايسبوك".
- البحث في أهمية موقع "فايسبوك" وتأثيره على تشكيل الهوية الافتراضية للطالب الجامعي.
- الكشف عن استراتيجية بناء الهوية الذاتية للطالب الجامعي لاستخدامه موقع "فايسبوك".
- يعتبر هذا الموضوع من متطلبات العصر فلا يزال يحتاج إلى اكتشاف أكثر.

#### أهداف الدراسة:

- التعرف على عادات وأنماط استخدام طلبة قسم علوم الإعلام والاتصال لموقع "فايسبوك".
- التعرف على دوافع استخدام طلبة قسم علوم الإعلام والاتصال بجامعة سكيكدة لموقع "فايسبوك".

- معرفة مدى الإشباع المحققة من استخدام موقع "فايسبوك" من قبل طلبة علوم الإعلام والاتصال جامعة سكيكدة.

- التعرف على العوامل المحددة لتشكيل الهوية الافتراضية للمبحوثين عبر حسابات موقع الشبكة الاجتماعية "فايسبوك".

- الكشف عن مدى أثر موقع الشبكة الاجتماعية "فيسبوك" على تشكيل مظاهر الهوية الافتراضية.

### أهمية الدراسة:

يعد تكوين الهوية الافتراضية أحد المحتويات الأساسية لبناء وتشكيل شخصية الطالب الجامعي، خاصة أثناء التواصل والتفاعل مع المجتمع الافتراضي، بحيث يختار الطالب الجامعي إحدى هذه الهويات في استخدامه لشبكات التواصل الاجتماعي.

تكمن أهمية الدراسة في كونها الدراسة الأولى التي تناولت العلاقة بين الفيسبوك وتشكيل الهوية في ضوء نظرية الاستخدامات و الإشباعات لدى الطالب الجامعي (مستوى ماستر في حدود علم الطالبتين).

إن أهمية هذه الدراسة مرتبطة بمسألة الهوية الافتراضية وإعادة النظر في خصائصها ودراسة مختلف أبعادها.

كما تأتي هذه الدراسة كمساهمة علمية لإثراء هذا الموضوع عن مفهوم الهوية الافتراضية وتشكيلها عن طريق موقع فيسبوك.

## الدراسات السابقة:

## الدراسة الأولى: العلاقة بين الهوية والفيسبوك.

دراسة الطالبة " تومي فضيلة" بعنوان " أثر شبكات التواصل الاجتماعي على تشكيل الهوية الافتراضية" أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في علوم الإعلام والاتصال جامعة الجزائر كلية علوم الإعلام والاتصال قسم الإعلام سنة 2014-2015:

جاءت هذه الدراسة لتطرح تساؤل رئيسي تمثل في " ما هو أثر استخدام موقع شبكات التواصل الاجتماعي فيسبوك على تشكيل الهوية الافتراضية للمستخدمين الجزائريين؟" تهدف هذه الدراسة في دراسة كيفية عرض وتقديم الذات للأخرين على موقع الشبكة الاجتماعية فيسبوك، والكشف عن مكونات هذا التمثيل الذاتي الرقمي ودوافعه، وهدفت كذلك إلى التقرب أكثر من مستخدمي موقع فيسبوك ومعاينة جنسيات تواجدهم الرقمي للكشف عن ممارساتهم لهوياتهم الافتراضية عبر موقع " فيسبوك".

اعتمدت في بحثها على المنهج المسحي بشقيه الوصفي والتحليلي باعتباره يسعى إلى وصف ظاهرة تشكل الهويات الافتراضية.

وتمثل مجتمع بحثها في كل من مستخدمي موقع شبكة التواصل الاجتماعي فيسبوك في الجزائر، حيث تم اختيار العينة "القصدية" موضوع دراستها بطريقة عديدة من جملة المستخدمين

الجزائريين والقاطنين بولاية ورقلة الجزائر، واستخدمت أداة الملاحظة والاستمارة في جمع المعلومات.<sup>1</sup>

### النتائج المتوصل إليها:

- توصلت نتائج الدراسة على أن توزيع أفراد العينة حسب هذا متغير السن لم يكن متكافئاً.
- توصلت النتائج إلى إثبات الفرضية الصفرية والتي من شأنها إثبات العلاقة بين المتغيرين وهذا ما يثبت اختلاف تلبية الحاجيات لدى أفراد العينة من المستويات التعليمية المختلفة.
- إن خدمة التعليقات والدراسة الفورية أصبحت من أهم الخدمات التي يقدمها موقع الشبكة الاجتماعية بنسبة 43,53.
- إن الهوية في مواقع التواصل الاجتماعي تحدد بصفة كبيرة من خلال اسم المستخدم ومنه توصلنا إلى أن الإناث من أفراد العينة يستخدمن الأسماء المستعارة أكثر من الذكور.
- أسفرت نتائج الدراسة على أن مستخدمي موقع الفيسبوك لا يمتلكون نفس الخبرة في التعامل مع موقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك وما يحتويه من وسائط رقمية وتطبيقات.

### أوجه التشابه والاختلاف:

تتشابه دراستنا مع هذه الدراسة في أدوات جمع البيانات واستخدام العينة القصدية، كما تختلف في كون هذه الدراسة تدرس "استخدام موقع شبكات التواصل الاجتماعي فيسبوك على

<sup>1</sup> تومي فضيلة، بعنوان "أثر شبكات التواصل الاجتماعي على تشكيل الهوية الافتراضية"، جامعة الجزائر، سنة 2014-2015.

تشكيل الهوية الافتراضية للمستخدمين الجزائريين" أما دراستنا فتدرس "مدى استخدام موقع فيسبوك في تشكيل الهوية الافتراضية لدى الطالب الجامعي".

### الدراسة الثانية: الفيسبوك.

دراسة الطالبة "صوالحية غنية" بعنوان "اعتماد الأساتذة الجامعيين على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات"، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه في علوم الإعلام والاتصال جامعة تبسة كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية قسم علوم الإعلام والاتصال سنة 2019-2020.

جاءت هذه الدراسة لتطرح التساؤل التالي: "ما مدى اعتماد أساتذة جامعة تبسة على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات؟"

تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على مدى اعتماد أساتذة جامعة تبسة على موقع التواصل الاجتماعي فيسبوك كمصدر للمعلومات وكذلك تسليط الضوء على أهمية مواقع التواصل الاجتماعي فيسبوك كمصدر للمعلومات.

- اعتمدت في بحثها على المنهج المسحي الذي يعتبر واحد من أهم المناهج الأساسية وأكثرها شيوعا في البحوث الوصفية وتمثل في مجتمع بحثها في الأساتذة الجامعيين

حيث تم اختيار العينة الحصصية واستخدمت أداة الملاحظة والاستمارة في جمع

المعلومات.<sup>1</sup>

### النتائج المتوصل إليها:

• أوضحت الدراسة أن هناك تباين في نوعية المعلومات المتحصل عليها من موقع فيسبوك.

• جاءت التأثيرات المعرفية في المرتبة الأولى بالنسبة للتأثيرات الناتجة عن الاعتماد على فيسبوك كمصدر للمعلومات وتلك بوزن نسبي 42,33، يليها التأثيرات السلوكية بوزن نسبي 37,44، التأثيرات الوجدانية بوزن نسبي 20,23.

• توصلت الدراسة إلى أن ما نسبته 40,59 هم الذين يعتمدون بدرجة عالية على موقع فيسبوك كمصدر للمعلومات، ما نسبته 35,89 من المبحوثين يعتمدون بدرجة متوسطة على الموقع كمصدر للمعلومات في المقابل ما نسبته 19,41 يعتمدون عليه بدرجة منخفضة.

### أوجه التشابه و الإختلاف:

تتشابه هذه الدراسة مع دراستنا في كونها استخدمت نفس أدوات جمع البيانات التي استعنا بها في دراستنا وكذلك استخدمت نفس المنهج واختلفت في كون هذه الدراسة تدرس

<sup>1</sup> صوالحية غنية، بعنوان "اعتماد الأساتذة الجامعيين على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات"، جامعة تبسة، سنة 2019-2020.

اعتماد الأساتذة الجامعيين على مواقع التواصل الاجتماعي فيسبوك كمصدر للمعلومات أما دراستنا فتناولنا فيها مدى استخدام موقع فيسبوك على شكل الهوية الافتراضية لدى الطالب الجامعي.

### الدراسة الثالثة: العلاقة بين الهوية الافتراضية والفيسبوك.

دراسة الطالب "بودربالة عبد القادر" بعنوان "مواقع التواصل الاجتماعي وأثرها على الشباب الجزائري" أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في علوم الإعلام والاتصال جامعة الجزائر، كلية علوم الإعلام والاتصال قسم الاتصال سنة 2016-2017.

جاءت هذه الدراسة لطرح التساؤل التالي "ما هي آثار استخدام مواقع التواصل الاجتماعي فايسبوك على الشباب في الجزائر في ظل التداخل بين المجالين الخاص والعام في الفضاء الافتراضي؟"

تهدف هذه الدراسة إلى رصد أشكال الاتصال الافتراضي وتأثيرها على التنشئة الاجتماعية لدى فئة الشباب في الجزائر.

- البحث في مدى عرض الذات لدى المستخدمين الشباب (صور السلفي، البيانات الشخصية، المشاركات، الفيديو...)، وتأثير ذلك على خصوصياتهم.
- رصد التغيرات التي طرأت على المجتمع الجزائري بعد انتشار قنوات الاتصال الإلكتروني خصوصا في فئة الشباب.

واعتمدت في بحثها على المنهج المسحي وتمثل مجتمع بحثها في مستخدمي فايسبوك الشباب القاطنين بولاية البليدة، حيث تم اختيار العينة القصدية واستخدمت أداة الملاحظة والاستمارة في جمع المعلومات.<sup>1</sup>

### النتائج المتوصل إليها:

- وجود مستوى من مستويات الإدمان على المواقع لدى أفراد العينة والذي من سماته قضاء أوقات طويلة على الموقع، الشعور بالرغبة في العودة إلى الموقع بعد مغادرته، القلق....
- يتيح موقع فايسبوك بفضل خاصية الانتشار وعدم تأثره بالحدود الجغرافية والزمانية، إمكانية التعرف بين الأجناس المختلفة.
- تتلاشى الحدود الاجتماعية في موقع الفايسبوك، خاصة عندما يشارك المستخدم كافة المعلومات الخاصة به مع الجميع.
- تعتبر ظاهرة الصور الذاتية أو السالفي من الظواهر المستحدثة التي يشكل موقع فايسبوك فضاء أساسيا لها.

<sup>1</sup> بودريالة عبد القادر، بعنوان "مواقع التواصل الاجتماعي وأثرها على الشباب الجزائري"، جامعة الجزائر، سنة 2016-2017.

### أوجه التشابه والاختلاف:

تتشابه هذه الدراسة مع دراستنا في كونها تناولت نفس الظاهرة ألا وهي الفايسبوك، واستخدمت نفس المنهج والعينة والأدوات المساعدة في جمع المعلومات، أما الاختلاف بين هذه الدراسة ودراستنا طرحت التساؤل التالي "ماهي آثار استخدام مواقع التواصل الاجتماعي فايسبوك على الشباب في الجزائر في ظل التداخل بين المجالين الخاص والعام في الفضاء الافتراضي؟" أما دراستنا فطرحت التساؤل التالي، فما مدى استخدام موقع فايسبوك على تشكيل الهوية الافتراضية لدى الطالب الجامعي.

### الدراسة الرابعة: العلاقة بين الهوية والفايسبوك.

دراسة الطالبة "مبارك زودة" بعنوان "بناء الرأي العام وتشكيله في المجتمعات الافتراضية عبر مواقع الشبكات الاجتماعية موقعي الفايسبوك وتويتر نموذجا" أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في علوم الإعلام والاتصال جامعة الحاج لخضر باتنة 1، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية قسم علوم الإعلام والاتصال وعلم المكتبات سنة 2020-2021.

جاءت هذه الدراسة لتطرح التساؤل التالي: "كيف يتم بناء الرأي العام وتشكيله في المجتمعات الافتراضية عبر فايسبوك وتويتر؟"

تهدف هذه الدراسة على التأكيد على أهمية إعادة النظر في كيفية بنا الرأي العام وتشكيله، في ضوء بيئة اعلامية واتصالية جديدة ومعتمدة على منصات الإعلام الاجتماعي

بشكل متزايد وهدفت كذلك على توسيع نطاق مراجعة البحوث السابقة من خلال صبح الأدبيات الرياضية والحاسوبية والاستفادة من تحليلاتهم لتشكيل الرأي.

الكشف عن أهمية أشكال الرأي العام في المجتمعات الافتراضية عبر فإيسبوك وتويتر  
مثل: المظاهرات، الاعتصامات، الاضطرابات...

اعتمدت في بحثها على المنهج المسحي بشقيه الوصفي والتحليلي وتمثل مجتمع بحثها في مستخدمي فإيسبوك وتويتر وفي الجزائر، حيث تم اختيار العينة، واستخدمت أداة الاستمارة في جمع المعلومات.<sup>1</sup>

### النتائج المتوصل إليها:

- الدافع الأهم حسب دراستنا تمثل في الاطلاع على القضايا التي هي محل التدوين، المناقشة والتحليل، وكذلك من أجل متابعة مجريات الأحداث والقضايا الدولية الوطنية.
- يعد البيت هو المكان المفضل لاستخدام فإيسبوك وتويتر لدى عينة الدراسة.
- هناك تطابقا كليا بين الفضاءات لمستخدمي فإيسبوك وتويتر كتصفح الأنترنت.
- قامت كل شركات مواقع الإعلام الاجتماعي بإنشاء تطبيقات الهواتف الذكية باستخدام لغات محددة وبيئات التطوير المتكاملة.

<sup>1</sup> مبارك زودة، بعنوان "بناء الرأي العام وتشكيله في المجتمعات الافتراضية عبر مواقع الشبكات الاجتماعية موقعي الفإيسبوك وتويتر، جامعة الحاج لخضر باتنة، سنة 2020-2021.

## أوجه التشابه والاختلاف:

تتشابه هذه الدراسة مع دراستنا في كونها استخدمت المنهج الوصفي في موضوعها وكذلك تناولت موقع الفايسبوك في دراستها واختلفت في كون موضوعها يدرس بناء الرأي العام وتشكيله في المجتمعات الافتراضية عبر مواقع الشبكات الاجتماعية أما موضوع دراستنا فيمتد في استخدام موقع فايسبوك في تشكيل الهوية الافتراضية لدى الطالب الجامعي.

## الدراسة الخامسة: الهوية الافتراضية.

دراسة الطالبة "جهاد صحراوي" بعنوان "تمثلات الهوية الافتراضية للمجتمع الجزائري بالفضاء العمومي الرقمي من خلال أخلاقيات النقاش"، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه تخصص اتصال وعلاقات عامة بجامعة محمد خيضر-بسكرة-كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية قسم العلوم الإنسانية، شعبة علوم الإعلام والاتصال سنة 2022-2023.

جاءت هذه الدراسة لتطرح تساؤل رئيسي تمثل في "كيف يتمثل الشباب الجزائري هويته الافتراضية بالفضاء العمومي الذي تشكله الشبكات الاجتماعية الرقمية من خلال أخلاقيات النقاش؟"

وقد هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على أهم الدوافع التي تجعل المستخدم من الشباب الجزائري يميل إلى بناء هويات افتراضية يتمثل من خلالها ذاته اتجاه الآخرين عبر مواقع الشبكات الاجتماعية الرقمية.

الكشف عن الكيفية التي تجسد بها الشبكات الاجتماعية الرقمية هوية الشباب الجزائريين المتفاعل داخل المجتمعات الرقمية.

التعرف على خصوصية اللغة والرموز التي يتواصل بها الشباب الجزائريين في النقاشات العامة داخل الفضاء الرقمي.

اتبعت هذه الدراسة المنهج الوصفي، وقد تمثل مجتمع بحثها في كل الأفراد الذي يستخدمون بشكل دوري الأنترنت ومواقعها الاجتماعية من المجتمع الجزائري واعتمدت على عينة قصدية استخدمت أداة الملاحظة وأداة الاستبانة الإلكترونية في جمع المعلومات.<sup>1</sup>

#### النتائج المتوصل إليها:

- من أهم ما يطرح عبر الشبكات الاجتماعية هي مشكلة الخوف من الآخر.
- يسعى الكثير من المستخدمين لتزيين معالم هوياتهم الافتراضية من أجل أن يؤسسوا حياة مختلفة عن الواقع في الفضاء الرقمي.
- عند زيادة القلق النفسي عن حده يدخل الفرد في دوامة نفسية صعبة جدا تجعله يذهب إلى التفكير في غلق هويته الرقمية وإلغاء اكساب من الوجود.
- تكون الشبكات الاجتماعية الرقمية فضاءات يتواصل فيها المستخدمون مع بعضهم البعض سواء كانوا يعرفون بعضهم أو لا يعرفون.

<sup>1</sup> جهاد صحراوي، بعنوان "تمثيلات الهوية الافتراضية للمجتمع الجزائري بالفضاء العمومي من خلال أخلاقيات النقاش"، جامعة محمد خيضر، بسكرة، سنة 2022-2023.

**أوجه التشابه والاختلاف:**

تتشابه هذه الدراسة مع دراستنا في المنهج المعتمد وتختلف من حيث العنوان فعنوان هذه الدراسة يتمثل في تمثيلات الهوية الافتراضية للمجتمع الجزائري بالفضاء العمومي الرقمي من خلال أخلاقيات النقاش، أما عنوان دراستنا كآتي: استخدام موقع فيسبوك في تشكيل الهوية الافتراضية لدى الطالب الجامعي.

## نظرية الاستخدامات و الإشباعات:

## أولاً: أصول النظرية.

تعرف نظرية الاستخدامات Uses and Gratification بأنها دراسة جمهور وسائل الإعلام الذين يتعرضون بدوافع معينة لإشباع حاجات فردية معينة، إذ تهتم هذه النظرية بدراسة الاتصال الجماهيرية بدراسة وظيفية منظمة.

ظهرت هذه النظرية على يد العاملين "كاتر" و "بلوم" واهتمت هذه النظرية في جوهرها بكيفية استخدام الأفراد لوسائل الإعلام التي تبع رغباتهم وتلبي حاجيات الفرد.

وخلال عقد الأربعينات من القرن العشرين، أدى إدراك عواقب الفروق الفردية والتباين الاجتماعي على إدراك السلوك المرتبط بوسائل الإعلام، إلى بداية منظور جديد للعلاقة بين الجماهير ووسائل الإعلام، وقد كان ذلك تحولاً من رؤية الجماهير على أنها عناصر سلبية فعالة في انتقاء أفرادها لرسائل ومضمون وسائل الإعلام.<sup>1</sup>

تعد هذه النظرية بمثابة نقله في مجال دراسات تأثير وسائل الإعلام واستمر الاهتمام بهذه النظرية عند الباحثين مثال "ريفيز"، "لازار سفيلد"، "ويلبور شرام".<sup>2</sup>

<sup>1</sup> بن دنيا بعلي فاطمة، دراسة في الاستخدامات والإشباعات، دار الأكاديميون للنشر والتوزيع، ط1، 2018، ص 129-130.

<sup>2</sup> محسن جلوب جبر الكنابي، الإعلام الفضائي والجنس، الأردن، دار أسامة للنشر والتوزيع، ط1، 2012، ص 193.

وقد جاءت هذه النظرية بعد أن سادت لفترة طويلة وجهة النظر التي تؤمن بأن لوسائل الإعلام تأثيرا كبيرا على الاتجاهات وبالتالي على السلوك وتعتبر أن الجمهور يمكن التأثير عليه تأثيرا مباشرا.

وحسب هذه النظرية فإن الجمهور يتعرض للمضامين التي تقدمها وسائل الإعلام، ليس بحكم أنها متاحة فقط وإنما بهدف إشباع حاجات معينة يشعر بأنها في حاجة إليها.<sup>1</sup>

بحلول سنوات الحرب العالمية الثانية، أصبح هناك كم وفير من الدراسات حول الاستعمالات و الإشباعات ويمكن أن نوجز المراحل التي مرت بها هذه النظرية إلى ثلاثة مراحل:

أ- المرحلة الأولى: امتدت هذه المرحلة خلال الأربعينات، وتميزت بدراسات كل من "الازار سفيلد" و "ستانتون" التي مدت الطريق وحددت الاتجاهات وطورت أساليب البحث وأدواته في ميدان وسائل الإعلام.

ب- المرحلة الثانية: امتدت هذه المرحلة طوال عقدي الخمسينات والستينات، وركزت دراسات هذه المرحلة على المتغيرات النفسية والاجتماعية باعتبار أن لها دور مؤثرا في الاستخدامات والإشباعات.

<sup>1</sup> بن دنيا بعلي فطيمة، مرجع سابق، ص 130.

ت-المرحلة الثالثة: تعد هذه المرحلة مرحل النضج في تاريخ بحوث الاستخدامات والإشباعات والتي تميزت بتوفر العديد من الدراسات الحديثة التي ساهمت في تطور هذا المنظور.

### ثانيا: فروض نظرية الاستخدامات والإشباعات:

تقوم نظرية الاستخدامات والإشباعات على خمسة فروض أساسية والتي تتمثل في:

أ- إن أعضاء الجمهور مشاركون فعالون في عملية الاتصال الجماهيري ويستخدمون وسائل الاتصال لتحقيق أهداف تلبية توقعاتهم.

ب- يعتبر استخدام وسائل الاتصال عن الحاجات التي يدركها أعضاء الجمهور ويحكم ذلك الفروق الفردية وعوامل التعامل الاجتماعي.<sup>1</sup>

ت- الجمهور الذي يختار وسائل الإعلام التي يتعرض لها فالأفراد هم الذين يستخدمون وسائل الاتصال وليست وسائل الاتصال التي تستخدم الأفراد.

ث- يستطيع أفراد الجمهور دائما تحديد حاجاتهم ودوافعهم وبالتالي يختارون الوسائل التي تشبع تلك الحاجات.

ج- الاستدلال على المعايير الثقافية السائدة من خلال استخدامات هذا الجمهور لوسائل الاتصال وليس من خلال مستوى الرسائل فقط.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> بارعة شقير، نظريات الاتصال، جامعة دمشق، ص 116.  
<sup>2</sup> حسن عماد مكاوي، نظريات الإعلام، دار العربية للنشر والتوزيع، 2009، ص 156.

### ثالثاً: أهداف نظرية الاستخدامات و الإشباعات:

تهدف نظرية الاستخدامات و الإشباعات إلى تحقيق ثلاثة أهداف رئيسية هي:

- أ- محاولة التعرف على كيفية استخدام الافراد لوسائل الإعلام.
- ب- التعرف على دوافع التعرض لوسائل الاتصال الجماهيري.
- ت- معرفة نتائج وآثار استخدام وسائل الإعلام، بهدف فهم عملية الاتصال الجماهيري.<sup>1</sup>

### رابعاً: الانتقادات الموجهة لنظرية الاستخدامات والإشباعات:

وجه باحثون مجموعة من الانتقادات لنظرية الاستخدامات والإشباعات من أبرزها:

- أ- إن هذه النظرية تتبنى مفاهيم تتسم بشيء من المرونة مثل: الدوافع، الهدف، الوظيفة، وهذه المفاهيم ليس لها تعريفات محددة وبالتالي فمن الممكن أن تختلف النتائج التي تحصل عليها من تطبيق النظرية بتعا لاختلاف التعريفات.
- ب- إن الحاجات الخاصة بالفرد متعددة ما بين فسيولوجية ونفسية واجتماعية وتختلف أهميتها من فرد لآخر ولتحقيق تلك الحاجات تتعدد أنماط التعرض لوسائل الإعلام واختبار المحتوى.

<sup>1</sup> مرجع نفسه، ص 158.

- ت- تقوم الفرضية على افتراض أن استخدام الفرد لوسائل الإعلام استخدام معتمد ومقصود وهادف والواقع يختلف في أحيان كثيرة عن ذلك، فهناك أيضا استخدامات غير هادفة.
- ث- تنتظر البحوث التي تستند إلى نظرية الاستخدامات والإشباع إلى وظائف الاتصال من منظور فردي يستخدم الرسائل الاتصالية في حين أن الرسالة الاتصالية قد تحقق وظائف لبعض الأفراد وتحقق اختلال وظيفيا لبعض الآخر.<sup>1</sup>

### إسقاط النظرية:

ساعدتنا هذه النظرية في دراستنا في رصد الإشباع المحققة لدى الطلبة الجامعيين من خلال استخدام موقع فيسبوك خاصة أن عوامل الاستخدام والإشباع الرئيسي الخاصة بموقع فيسبوك هي خلق صداقات وكسر حاجز الزمان والمكان والتنافس في اللغات المختلفة، مما جعل الطالب يتعرض لمحتوى متنوع مما يؤثر على عاداته وثقافته ودينه ولغته، وأصبح موقع فيسبوك أكثر استخداما في أوساط الطلبة الجامعيين وخاصة في عصرنا هذا، لما يتمتع به من خصائص مثل القدرة على التفاعل وتكوين الاهتمامات وتلبية احتياجات لم تكن موجودة من قبل، بالإضافة إلى معرفة دوافع التعرض والتأثير الذي يحدثه موقع فيسبوك على العناصر التي تشكل الهوية الافتراضية، وكذلك معرفة البعد المتمثل في مراعاة الاحتياجات المساهمة في تشكيل الهوية الافتراضية.

<sup>1</sup> مصطفى يوسف كافي، الرأي العام ونظريات الاتصال، عمان، دار الحامد للنشر والتوزيع، ط1، 2015، ص 216-217.

## الفصل الثاني : مدخل مفاهيمي للفيسبوك

**تمهيد:**

اكتسبت شبكات التواصل الاجتماعي في الفترة الأخيرة شعبية كبيرة على المستوى العالمي، حيث تعتبر الأكثر انتشاراً بين المستخدمين لما لها من خصائص ومميزات تميزها عن غيرها من المواقع الإلكترونية، حيث تعمل على ربط الأفراد مع بعضهم البعض وتسهل عملية التواصل والاتصال بينهم للتعرف والتقارب وتبادل الأفكار، ويعتبر الفيس بوك من بين أهم هذه المواقع، ومن خلال هذا الفصل سنحاول التعرف أكثر على هذا الموضوع بالتطرق إلى النشأة موقع الفيس بوك وأهم خائصه والتعرف على نماذج مستخدمي هذا الموقع بالإضافة إلى التعرف على أهم الإيجابيات والسلبيات.

**1- نشأة موقع فيسبوك:**

يعتبر Facebook الآن من أكبر وأشهر المواقع العالمية المتخصصة في العلاقات الاجتماعية والتعارف وبناء الصداقات على الإطلاق، الموقع ليس حكرا على أحد فالتسجيل فيه مجانا وسهلا يستطيع أي شخص أن يستخدمه هذا الموقع آلة إعلامية ضخمة لطلما استخدمها الكثيرون في تنفيذ حملات إعلانية أو ترويج لمنتجات معينة كالتسويق.<sup>1</sup>

تديره شركة Facebook محددة المسؤولية كملكية خاصة لها، فالمستخدمون بإمكانهم الانضمام إلى الشبكات التي تنظمها المدينة أو جهة العمل أو المدرسة أو الإقليم، وذلك من أجل الاتصال بالآخرين والتفاعل معهم، كذلك يمكن للمستخدمين إضافة أصدقاء إلى قائمة أصدقائهم وإرسال رسائل إليهم.<sup>2</sup>

مؤسس الموقع "مارك زكربيرج" أسس الموقع حين كان طالبا في جامعة "هارفارد" لكن تم توسعته لاحقا ليمح لطلاب الجامعات بشكل عام بالاشتراك في الموقع من ثم توسعته ليشمل طلبة المدارس الثانوية وأي شخص يتعدى عمره 13 سنة.<sup>3</sup>

<sup>1</sup> وائل مبارك خضر فضل الله، أثر الفيسبوك على المجتمع، السودان، ط1، 2011، ص 12.  
<sup>2</sup> فؤاد شعبان، عبيدة صيطي، تاريخ وسائل الاتصال وتكنولوجياته الحديثة، الجزائر، دار الخلدونية للنشر والتوزيع، ط1، 2012، ص 179-180.  
<sup>3</sup> أحمد الشربيني، الانترنت شبكة شبكات المعلومات، مصر، مكتبة الأسرة، 2009، ص 39.

قد قام مارك زوكربيرج" بتأسيس فيسبوك بالاشتراك مع كل "داستين"، "موسكو"، "فيتزوكريس" و"هيوز" اللذان تخصصا في دراسة علوم الحاسوب "كاثار فيقي وزوكربيرج في سكن الجامعة.<sup>1</sup>

قد أثير الكثير من الجدل حول الفيسبوك على مدار الأعوام القليلة الماضية، فقد تم حظر استخدام الموقع في العديد من الدول خلال فترات متفاوتة، كما حدث في سوريا وإيران، كما ثم حظر استخدام الموقع في العديد من جهات العمل لإثاء الموظفين عن إصدار أوقاتهم في استخدام تلك الخدمة.<sup>2</sup>

انطلق موقع فيسبوك كنتاج غير متوقع من موقع فيس ماشا التابع لجامعة هارفارد وهو موقع من نوع hotor wot يعتمد على نشر صور لمجموعة من الأشخاص ثم اختبار رواد المواقع للشخص الأكبر جاذبية.

قد قام "مارك زوكربيرج" بابتكار " الفيس ماشا" في 28 أكتوبر من عام 2003، عندما كان يرتاد جامعة هارفارد كطالب في السنة الثانية.<sup>3</sup>

الصف الثاني من العام الدراسي نفسه، قام زوكربيرج بتأسيس موقع فيسبوك على النطاق the Facebook. Com تحديدا في 04 نوفمبر من عام 2003، وقد أولى زوكربيرج

<sup>1</sup> مروى عصام صلاح، الإعلام الإلكتروني الأسس وآفاق المستقبل، عمان، دار الإعصار للنشر والتوزيع، ط1، 2015، ص 250.

<sup>22</sup> عامر إبراهيم القندلجي، الإعلام والمعلومات والأنترنت، عمان، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، ط1، 2013، ص 351.

<sup>3</sup> فتحي حسين عامر، وسائل الاتصال الحديثة من الجريدة إلى الفيسبوك، القاهرة، العربي للنشر والتوزيع، ط1، 2011، ص 209.

بتصريح لجريدة هارفارد كريمسون قائلًا : "لقد كان الجميع يتحدثون عن دليل الصور العالمي المأخوذة في جامعة هارفارد" أعتقد أنه من السخف أن تستغرق الجامعة عامين للقيام بمثل هذا العمل، يمكنني أن أقوم بالأمر على نحو أفضل منهم بكثير في غضون أسبوع واحد فقط.<sup>1</sup>

في شهر مارس سنة 2004، فتح فيسبوك أبوابه أمام جامعات ستانفورد وكولومبيا وبييل، بعد ذلك اتسع الموقع أكثر وفتح أبوابه أمام جميع كليات مدينة بوسطن وجامعة آيفي ليغ، وشيئًا فشيئًا أصبح متاحًا للعديد من الجامعات في كندا والولايات المتحدة الأمريكية وفي شهر يونيو من سنة 2004 تم نقل مقر فيسبوك إلى مدينة بالوالتو في ولاية كاليفورنيا، وقد قامت الشركة بإسقاط كلمة THE من اسمها بعد شراء اسم النقاط FACEBOOK.COM سنة 2005 نظير مبلغ 200000 دولار أمريكي.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> مروى عصام صلاح، مرجع سابق، ص 252.

<sup>2</sup> فؤاد شعبان، عبدة صبطي، مرجع سابق، ص 186.

## 2- خصائص الفيسبوك:

يتميز الفيس بوك بمجموعة خصائص تتيح للمستخدمين إمكانية التواصل مع بعضهم البعض، ويمكن ذكر هذه الخصائص كما يلي:

- **خاصية لوحة الحائط:** وهي عبارة عن مساحة مخصصة في صفحة الملف الشخصي لأي مستخدم بحيث تتيح للأصدقاء إرسال الرسائل المختلفة إلى هذا المستخدم.
- **خاصية النكزة pokes:** التي تتيح للمستخدمين إرسال نكزة افتراضية لإثارة الانتباه إلى بعضهم البعض وهي عبارة عن إشعار يخطر المستخدم بأن أحد الأصدقاء يقوم بالترحيب به.
- **خاصية الصور photos :** التي تمكن المستخدمين من تحميل الفيديوهات الخاصة به ومشاركتها على هذا الموقع، بالإضافة إلى إمكانية تسجيل لقطات الفيديو المباشرة أو رسالة كرسالة مرئية صورة وصوت.<sup>1</sup>
- **خاصية الحلقات groups:** تمكن المشتركين من إعداد مجموعات نقاشا في موضوع ما.
- **خاصية الأحداث العامة Events:** وتتيح للمستخدمين إمكانية الإعلان عن حدث ما وإخبار الأصدقاء الأعضاء.

<sup>1</sup> عيد الله ممدوح مبارك الرعود، دور شبكات التواصل الاجتماعي في التعبير السياسي في تونس ومصر من وجهة نظر الصحفيين الأردنيين، رسالة ماجستير في الإعلام، تخصص إعلام ألي، كلية الإعلام، جامعة الشرق الأوسط، سنة 2012، ص 43.

- **خاصية الإعلان Marketplace:** وتمكن المشترك من الإعلان عن منتج يود الإعلان عنه، أو البحث عن أي منتج يرغب في شرائه.
- **خاصية الإشعارات notification:** تستخدم الإشعارات للحفاظ على بقاء المستخدم على اتصال بآخر التحديثات التي قام بالتعليق عليها سابقاً.<sup>1</sup>
- **الملف الشخصي profil:** فعندما تشترك بالموقع عليك أن تنشئ ملفاً شخصياً يحتوي على معلوماتك الشخصية، صورك، الصور المفضلة لديك، وكلها معلومات مفيدة من أجل سهولة التواصل مع الآخرين كذلك يوفر معلومات للشركات التي تريد أن تعلن لك سلعتها بالتحديد.
- **إضافة صديق Add Friend:** وبها يستطيع المستخدم إضافة أي صديق أو أ، يبحث عن أي فرد موجود على شبكة الفيس بوك بواسطة بريده الإلكتروني.
- **تعدية آخر الأخبار:** جزء من الصفحة الرئيسية يقوم بالتحديث المستمر بقائمة قصص الأصدقاء والصفحات التي تتبعها.
- **الدردشة:** يمكن إرسال أيضاً رسائل فورية للأصدقاء المتواجدين على الأنترنت من خلال وظيفة الدردشة.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> المرجع نفسه، ص 45.

<sup>2</sup> خالد غسان يوسف المقطادي، ثورة الشبكات الاجتماعية- ماهية مواقع التواصل الاجتماعي وأبعادها التقنية، الاجتماعية، الاقتصادية، الدينية والسياسية على المواطن العربي والعالم، لبنان، دار النفائس للنشر والتوزيع، 2013، ص 36.

- التغذية الإخبارية **nwesfeeds**: التي تظهر على الصفحة الرئيسية لجميع المستخدمين، حيث تقوم بتمييز بعض البيانات مثل التغييرات التي تحدث في الملف الشخصي، الأحداث المرتقبة وأعياد الميلاد الخاصة بأصدقاء المستخدم.
- **السوق Marketplace**: وهو المكان أو الفسحة الافتراضية الذي يتيح للمستخدمين نشر إعلانات مجانية.<sup>1</sup>
- ✓ يمكننا القول أن موقع فيسبوك يتميز بمجموعة من الخصائص سهلت للمستخدمين تقريب وسهولة نقل وتبادل الآراء والمعلومات وكذا الاطلاع على كل ما يدور حولهم والمشاركة في القرارات.

<sup>1</sup> غالبية غضبان، أثر استخدام شبكات التواصل الاجتماعي على الهوية الثقافية لدى الطلبة الجامعيين الجزائريين في ظل العولمة الإعلامية، دراسة على عينة من مستخدمي الفيسبوك بجامعة باتنة، أطروحة مكملة لنيل شهادة الدكتوراه الطور الثالث في علوم الإعلام والاتصال، تخصص وسائل الإعلام والمجتمع، قسم علوم الإعلام والاتصال وعلم المكتبات، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة الحاج لخضر، باتنة، 2018.

## 3- نماذج مستخدمي موقع فيسبوك:

إن الاعتقاد السائد بأن Facebook هو شبكة اجتماعية يرتادها الشباب فقط، إلا أن واقع الحال يثبت خلاف ذلك، حيث أن هذه الشبكة مفتوحة للجميع، أساتذة، جامعات، وأدباء وكتاب، فنانيين وغيرهم من مختلف الفئات العمرية.<sup>1</sup>

تشير إحصائيات الاستخدام Facebook أن تطورات مهمة قد حصلت وجعلت الشبكة العائدة له تتطور تطوراً واضحاً، وتشير إلى بعض من هذه الأرقام التي وثقت في نهاية عام 2011، والتي كانت كالآتي:

- بلغ مستخدمي شبكة Facebook 800 مليون، في نهاية عام 2011 وإن هذا الرقم قد وضعته في الصف الأول كأشهر وأكبر شبكة تواصل اجتماعي على الأنترنت ومن المتوقع أن يزداد هذا الرقم إلى المليار مستخدم مشارك.<sup>2</sup>

وبالعودة إلى السؤال الأساسي: من هم مستخدمي Facebook؟ ومن هم مرتادي هذه الشبكة المثيرة للجدل Facebook؟ وإلى أي صنف من الزوار ينتمون؟ وقد تكون هذه الأسئلة هي التي دفعت الكاتبة الألمانية "إلينا نغز" والكاتب "خالد الكوطيط"، أن يتوقفا أمام

<sup>1</sup> محي الدين إسماعيل-محمد البديعي، تأثير شبكات التواصل الاجتماعي الإعلامية على جمهور المتلقين، الإسكندرية، مكتبة الوفاء القانونية، ط1، 2015، ص 457.

<sup>22</sup> عامر إبراهيم قنديلجي، الإعلام الإلكتروني، عمان، الأردن، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، ط1، 2015، ص

نموذج من زوار Facebook والمشاركين فيه، وأن يعتبروا مجموعة من الزوار تندرج ضمن النماذج التالية:

- **النموذج الأول:** "المتخفي": ضمن هذا النموذج يرى الكاتبان أن الكثيرين من يسجلون أنفسهم لا يفهمون مبدأ التواصل والتشابه، فيخفون صورتهم ولا يقدمون أي معلومات شخصية عنهم للأصدقاء الذين يدعونهم، ويوقل الكاتبان " هؤلاء لا يفصحون عن هويتهم ويكتفون بالملاحظة وبالاطلاع على الصفحات الشخصية للمستخدمين الآخرين".
- **النموذج الثاني:** "رفيق المدرسة": لم نلتقي منذ وقت طويل، بهذا يتحدث الكاتبان عن هذا النموذج من الأشخاص فيوضحان: أن هذه الرسالة يتلقاها المرء من أشخاص فقد آثارهم منذ وقت طويل وغالبا يكونوا زملاء من أيام المدرسة، رسالة تثير فضولا كبيرا عما أصبحت عليه أحوال الآخر.<sup>1</sup>
- **النموذج الثالث:** "الخطيب السابق أو الخطيبة السابقة": هم أصدقاء غير مرحين، ويتوقف الكاتبان عند هذا النوع من الأصدقاء الذين يتجسسون على صفحات المشاركين في فيسبوك وقد يثيرون بعض المشاكل غير المرحة (صاحب الصفحة).
- **النموذج الرابع:** "الأبوين": لا شك أن الكثير من الآباء والأمهات لا يعرفون عن فيسبوك ما يكفي إضافة إلى أنهم لا يرغبون في خوض هذه التجربة الجديدة، لكن حرصهم على

<sup>1</sup> علاء الدين محمد عفيفي المليجي، الإعلام وشبكات التواصل الاجتماعي العالمية، الإسكندرية، دار التعليم الجامعي، ط1، 2015، ص ص 168-169.

أولادهم يدفعهم في الكثير من الأحيان إلى التطفل على اهتمامات الأبناء والبنات بهذا التواصل الاجتماعي.<sup>1</sup>

● **النموذج الخامس:** "المدير": يتسم هذا النموذج بطابع أكثر ما يقال عنه تجسسي-نرجسي، فالمدير يفتح صفحة شخصية له على فيسبوك ويدعو العاملين عنده بالتسجيل في فيسبوك والدخول إلى صفحته الخاصة ومن هنا يحقق نرجسيته باعتباره يتحكم فيهم حتى وهم في العالم الافتراضي.

● **النموذج السادس:** "القريب": يرى الكاتبان في هذا النموذج أنه لا داعي لمكالمة القريب البعيد لمعرفة كيف حاله، فالخبر يمكن قراءته على فيسبوك ولا حاجة للحديث عن الجد أو الجدة أو عن أشياء أهمية لها.

● **النموذج السابع:** "الأصدقاء الحقيقيون": يخلص الكاتبان إلى أن الأصدقاء الحقيقيون هم أصدقاء يصرف النظر إن أضيفوا إلى العالم الافتراضي أولاً ويقولان "الصديق الحقيقي هو الصديق الذي نعرفه منذ وقت طويل في هذه الحالة لا يحتاج المرء فيسبوك للحفاظ على الصداقة لكن ضم هؤلاء الأصدقاء على فيسبوك هو أمر طبيعي على الرغم من قلة أو عدم أهمية ما يمكن إضافته هناك حول هؤلاء الأصدقاء.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> محي الدين إسماعيل البديعي، مرجع سابق، ص ص 462-463.  
<sup>2</sup> محمد المنصور، تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على جمهور المنتقنين، رسالة ماجستير في الإعلام والاتصال مقدمة على مجلس كلية الآداب والتربية، الأكاديمية العربية في الدنمارك، 2012، ص 54.

## 4- إيجابيات استخدام موقع فيسبوك:

- مظهر من مظاهر العولمة لأنه يجعل العالم كمدينة أو قرية يتواصل فيها الناس بآرائهم وأفكارهم وصورهم.
- يساعد على سرعة التواصل والتعارف بين الأشخاص ومعرفة أهم أخبارهم وأهم الأحداث على المستوى الاجتماعي والرياضي والفني والديني وجميع المجالات الأخرى.<sup>1</sup>
- يتيح الفيسبوك كذلك فرصة تحميل البومات الصور بشكل أكبر وأسهل مما تتيحه المواقع الأخرى.
- التواصل مع مجتمعات افتراضية متخصصة في مواضيع شتى تقيد العضو في التدريب والتعليم من هذه المجتمعات وزيادة خبراته.
- إمكانية تثبيت أي موقع أو خبر أو صور أو مقاطع فيديو، حيث يمكن للفيسبوك أن يلعب دور المفضلة في تخزين المعلومات المرغوبة.
- فكرة مبتكرة ومبدعة في البيع وخدمة العملاء، إمكانية الوصول للعملاء المستهدفين في شريحة معينة أو موقع جغرافي محدد.
- إيصال معلومات عن شركتك ومنتجاتك بسرعة هائلة.
- وسيلة للتواصل مع العملاء بسهولة وسرعة.

<sup>1</sup> إبراهيم علاء الدين، الفيسبوك، إيجابيات وسلبيات أكثر، في [www.yaum7.com/amp/2010/12/11](http://www.yaum7.com/amp/2010/12/11) a 27/04/ 2024 , 01:36-

- الحصول على عملاء جدد والمحافظة على العملاء الحاليين.<sup>1</sup>
- ✓ يمكننا القول من خلال تطرقنا لإيجابيات الفيديو أنها تتجلى في الكثير من المجالات كالتعليم والتسويق والأعمال وغيرها كما يعتبر واحدة من أهم منصات التواصل الاجتماعي وأضخمها، لها العديد من الجوانب الإيجابية ولها فائدة كبيرة للمجتمع.

### 5- سلبيات استخدام موقع فيسبوك:

فيسبوك حاله كحال الكثير من الاختراعات التي أثرت في حياة البشر فإلى الجانب المضيء لتطبيقاته المتميزة التي ساعدت على تحقيق الكثير من الأهداف، هناك عدد من الآثار السلبية انعكست على مستخدميه نذكر منها:<sup>2</sup>

- **الفضائح الاجتماعية:** هناك العديد من الفضائح التي طالت الأفراد والشخصيات والفنانين والسياسيين إما باختراق حساباتهم الشخصية وقرصنتها أو نشر صور منافية للأخلاق والآداب العامة على هذه المواقع مما أدى إلى نشوء خوف من هذا الموقع لدى الكثيرين.
- **كشف الخصوصيات وإضعاف العلاقات الاجتماعية:** كثير من رواد الأنترنت يرفضون فتح حسابات خاصة عبر هذا الموقع بحجة أن خصوصياتهم ستكشف.
- **العزلة الاجتماعية:** فلا شك أن صفحة الفيديو من أبرز مواقع التواصل الاجتماعي فهي صغيرة وتجذب الشباب بشكل خطير وينتهي الأمر إلى الإدمان الذي يؤدي إلى العزلة

<sup>1</sup> علي خليل شقرة، الإعلام الجديد لشبكات التواصل الاجتماعي، الأردن، دار أسامة للنشر والتوزيع، ط1، 2014، ص ص 67-68.

<sup>2</sup> حسين شفيق، صحافة الفيديو، الخبر من وكالة الأنباء إلى الفيديو، دار الفكر والفن، مصر، 2018، ص 64.

عن المجتمع مما يؤدي إلى هذر في الطاقات ويبدو الوقت بلا قيمة ولا معنى وخصوصا لدى الشباب الذي ترك يواجه الفراغ والبطالة وفقدان الأصل في مستقبله، فيبحث عن تسليّة وقته في حجرات الدردشة التي تتحول مع الوقت إلى إدمان أشبه بإدمان المخدرات لا يمكن الخلاص منه فيظل منهم مرابطا أمام هذه الشبكة بالساعات المتواصلة التي تزيد أحيانا عن عشر ساعات.<sup>1</sup>

- **اللغة التواصلية الجديدة:** أدى استخدام الفيسبوك بتطبيقاته الواسعة إلى نشوء لغة جديدة تواصلية أهم ما يميزها الاختصار وتوظيف الرمز أكثر وهذا بارز بصفة كبيرة في الوسط الشبابي، فمثلا يتم استخدام الرقم 3 بدل حرف "العين" وتوظيف الكثير من الإيماءات الذالة على تفاعل المستخدم مع غيره، بل وثم استخدام الحروف الفرنسية وهذا ما اعتبره البعض تهديدا للغة العربية وحصرها لاستخدامها في مجال التواصل الاجتماعي.
- **انتحال الشخصيات:** ما زالت عملية انتحال شخصيات المشاهير تضرب أطناها بقوة في الشبكة العنكبوتية متخذة منها مكانا خصبا للتشويه والابتزاز وترويج الشائعات وكسب المال وتحريف الحقائق عن مسارها.<sup>2</sup>
- ✓ يمكننا القول من خلال تطرقنا لسلبيات الفيسبوك أنها جد خطيرة ولها أضرار عديدة قد تؤدي بمستخدمي هذا الموقع إلى التهلكة.

<sup>1</sup> فؤاد شعبان-عبيدة صبيطي، مرجع سابق، ص 18.

<sup>2</sup> شادي ناصيف، فضائح الفيسبوك، القاهرة، ط1، دار الكتاب العربي، 2009، ص ص 229-230.

**خلاصة القول:**

يساعد موقع الفيديو مستخدميه على تكوين علاقات وصدقات جديدة في العديد من المجالات وتبادل الأخبار والمعلومات، كما أن هذا الموقع قد يؤثر على الواقع الاجتماعي لهؤلاء الأشخاص سلباً أو إيجاباً بالنسبة لهم، وهو كأى أداة صالحة للاستعمال إما أن يكون فعلاً صالحاً يستفيد منه فاعله ومن حوله، وإما أن تكون فعلاً سيئاً يضر فاعله ومن حوله.

## الفصل الثالث: خصائص الهوية الافتراضية

**تمهيد:**

يعتبر الحديث عن الهوية من أهم القضايا التي يثيرها استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، ونجد أنها أثارت العديد من المشكلات مثل مشكلة الهوية الفردية الحقيقية التي تم استبدالها بهوية افتراضية، حيث أصبح الطلاب قادرين على استخدام أكثر من هوية غير هويتهم الحقيقية، وذلك من خلال اعتماد على أسماء مستعارة وصور غير حقيقية بالإضافة إلى تغيير المعلومات الشخصية، مثل العمر والجنس المهنة، وأحيانا استخدام رموز تدل على الفرح والحزن دون وضع البروفايل الحقيقي لصورة الشخص للتعبير عن أفكاره ومن خلال هذا الفصل سنحاول التعرف على خصائص الهوية الافتراضية بالإضافة إلى معرفة أبعادها وأهم نماذجها، والعوامل الكامنة في تشكيل الهوية الافتراضية وفي الأخير تطرقنا إلى انعكاسات الهوية الافتراضية مبرزين أهم تأثيراتها الإيجابية والسلبية.

**1- خصائص الهوية الافتراضية:**

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

- **إلغاء مفهوم الزمان والمكان:** الهوية الافتراضية استطاعت من خلال فضاءاتها المختلفة داخل العوالم الافتراضية والشبكات الاجتماعية من تجاوز مسالة الزمان والمكان فيمكنك التفاعل مع شخص في نفس الوقت من بلد إلى آخر حول ذات الموضوع واللحظات وداخل نفس المجموعة الحوارية.
- **تغيير شبكة العلاقات الاجتماعية:** الفضاءات الافتراضية فتحت بابا واسعا أمام تشكيل نمط جديد من العلاقات يمكنك وأنت في حيك الشعبي من التعرف على شخص في مكان آخر وهكذا فإن ما يتيح لك التعرف بغيرك مرهون بإرادتك وتمكنك من اللغة التواصلية التي تفتح لك مجالا هاما من بناء شبكة العلاقات الاجتماعية الجديدة بهويتك الافتراضية.<sup>1</sup>
- **إعادة تشكيل الحدود من العام إلى الخاص:** مواقع التواصل الاجتماعي أصبحت تمثل فضاءات لبناء الهوية الفردية ولاستعراض الذات في المجال العمومي يطل من خلال الأفراد على العوامل الذاتية للآخرين.
- **أشكال جديدة من الفعل الاجتماعي:** مواقع التواصل الاجتماعي شكلت فضاءات يحكمها الانسجام الفكري تنتج مضامين سياسية وثقافية.<sup>2</sup>
- **كماليات جديدة:** تتجلى في الفضاء العمومي الافتراضي العوالم الذاتية والآراء والأفكار المتعلقة بالشأن العام وتتجلى هذه الجديدة في الطرق التعبيرية للمستخدمين في الصور والنصوص والفيديوهات.

<sup>1</sup> بدر الدين بلعباس، استخدامات الفيسبوك والهوية الافتراضية لدى الطلبة الجامعيين، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في علم اجتماع وتربية، تخصص علم اجتماع، قسم العلوم الاجتماعية، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، 2019، ص ص 186-187.

<sup>2</sup> سلامي إسماعيل وأسماء لقيط، تشكيل الهوية الافتراضية في ظل تنوع السياقات الثقافية عبر مواقع التواصل الاجتماعي، مجلة التمكين الاجتماعي، الجزائر، مجلد 3، العدد 1، مارس 2021، ص ص 139-140.

- **المستخدم المبتكر:** تحول الجمهور من الفضاء العمومي والافتراضي إلى الجمهور المنتج للمحتوى، فهو ليس مجالاً تمثيلاً، تتحدث النخبة باسم الجماهير كما في الفضاء العمومي النخبوي، فالمستخدم في الفضاء العمومي الافتراضي يبتكر وينتج مضامين قد تتعلق بالعوالم الذاتية للمستخدم أو ذات العلاقة بالحياة العامة.
- **نخب جديدة:** أفرزت مواقع التواصل الاجتماعي نخبة جديدة تتكون من مدونين ومشرفين الصفات (الأدمين).<sup>1</sup>

من خلال ما تناولناه من خصائص الهوية الافتراضية نستنتج أنها ساعدت الفرد من التعبير عن مختلف حاجاته بكل حرية، كما تتميز بسرعة التواصل وعدم إلزامية الحضور في نفس المكان والزمان وبالتالي لديها أهمية كبيرة وإيجابيات عديدة في الفضاء الرقمي.

## 2- أبعاد الهوية الافتراضية:

قسم الهوية الافتراضية إلى ثلاث عناصر رمزية تعكس مظهرها في المجتمع الشبكي حيث تبرزه ملامحها في التغيرات الحاصلة لها وهي:

- **هوية معلنة (Identité déclaration):** تتمثل في المعلومات التي يصرح بها المستخدم مثل اسم الدخول الحقيقي أو مستعار، السن، الجنس، المدينة، المهنة، والتي تسمح بوصفه وتمييزه داخل المجتمع الافتراضي.
- **هوية فاعلة (Identité agissante):** تتمثل في بعض آثار الفرد الأنترنيتي تكمل بنية هويته نتيجة لتفاعله غير المشروط مع التطبيقات مثل الأصدقاء، والتعامل مع البرامج وإدماج تمثيلات الآخر في تمثيلات الذات والمعلومات عن العلاقات الشخصية، كما تظهر من خلال الرسائل والأنشطة التي يقوم بها المستخدم.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> سلامي إسماعيل وأسماء لقيظ، المرجع السابق، ص 141.

<sup>2</sup> حظري العياشي، الهوية الافتراضية وأثارها على المجتمع، ط1، 2018، ص 119.

- **هوية محسوبة (Identité calcule):** تبرز من خلاله متغيرات عديدة بعدها النظام وتعرض على الصفحة، توضح عدد الأصدقاء، عدد المجموعات، التواريخ المهمة.<sup>1</sup> هذه الأبعاد الثلاثة المكونة للهوية الافتراضية تظهر بشكل واضح من خلال بروفيلات المستخدمين على الفيسبوك وهي متغيرة حسب كل مستخدم، بينما تختلف الهوية المحسوبة عن البعدين الأوليين حيث أنها مكونة من بيانات كمية ونوعية ولا يتدخل المستخدم فيها ولكن يقوم بها النظام المعلوماتي.

### نماذج الهوية الافتراضية:

للحوية الافتراضية ثلاثة نماذج نذكر منها:

- **هوية متجذرة (Enracines Biolites):** تضم الأقلية المهاجرة التي تعتر بوصولها وعرض ذلك عبر الصفحة.
- **هوية ثنائية القطب (Diaspores Biolites):** تضم الأقلية عن ارتباطها العميق في الوقت ذاته بالوطن الأم والبلد المستقبل.
- **هوية عالمية (Les Cosmopolites):** تعرض انفتاحها على مختلف الثقافات العالمية وتشير الباحثة "بيمون كلثوم" إلى حدوث انتقال نوعي من هوية مغلقة إلى هوية متحولة ثم هوية هجينة، وتضيف أن الروابط الاجتماعية التي جرى تعزيزها عبر الشبكة لا تخفي حقيقة التغيرات التي تعرفها الممارسات الهويةتية بفعل سهولة التواصل والتفاعل عبر الفضاء الافتراضي والتي تترجم مظاهر الاستيطان الهوياتي في فضاء ثقافي كوني يساهم بطريقة أو بأخرى في إعادة هيكلة الذات الجماعية

<sup>1</sup> بودربالة عبد القادر، مواقع التواصل الاجتماعي وأثرها على الشباب الجزائري، دراسة على عينة من مستخدمي موقع فيسبوك بولاية البليدة، أطروحة لنسب شهادة دكتوراه علوم في علوم الإعلام والاتصال، قسم الاتصال، كلية علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر، 03، سنة 2017، ص 153.

### 3-العوامل الكامنة وراء تشكيل الهوية الافتراضية:

تتجلى عوامل تشكيل الهوية الافتراضية فيما يلي:

يتمثل الدافع الأول في الاعتبارات التي تدفع الشباب للتعامل مع موقع الفيسبوك وبالتالي تشكيل هوية رقمية، في هذا الإطار تذهب إحدى الدراسات على أنها أهم الدوافع هي الدوافع الطقوسية والتي يسعى من خلالها الشباب لتمضية وقت الفراغ والتسلية والتنفيس عن الذات، وفي هذا السياق فإننا نجد أن التفاعل الحادث على موقع الفيسبوك يشكل الجانب العاطفي أو الدافئ في حياة الشباب بالمجتمع الافتراضي عموماً وبموقع فيسبوك بصفة خاصة.

وتشكل الدوافع المعرفية الدافع الثاني، حيث يتجه الشباب إلى التعامل مع الموقع للحصول على معلومات متعلقة بمختلف المجالات خاصة أن هذه المعلومات تقدم أحياناً من خلال ثقافة الصورة الأكبر ملائمة لذهنية الشباب.<sup>1</sup>

بالإضافة إلى الدوافع الاجتماعية للتعامل مع الموقع، والتي تتمثل في السعي لإقامة علاقات اجتماعية جديدة والحرص على التفاعل الاجتماعي والمشاركة الاجتماعية مع الأصدقاء، خاصة أن الأطر الاجتماعية التقليدية الواقعية كالأُسرة والمدرسة لم تعد قادرة على احتضان الشباب، وتوفير إشباع لحاجياته العاطفية، فضلاً عن حرية الرأي والتعبير التي يفتقدها في مختلف المجالات وعلى كافة المستويات إلى جانب محاولة تأسيس علاقات عاطفية مع أصدقاء جدد، لم يرتبط بهم الشباب بأي علاقات خارج شبكة المعلومات.<sup>2</sup>

كما يتأرجح شباب الفيسبوك في تفاعلهم بين سلوكيين متناقضين، الأول أنهم يسعون أحياناً إلى إخفاء بعض ملامح هوياتهم حتى لا يعرفوا أو حتى يمكنهم التفاعل بقدر من الحرية مع نظرائهم على ساحة الفيسبوك، كي لا يصبحوا منكشفين، وفي ذات الوقت هم يتفاعلون مع

<sup>1</sup> نديم منصور، سيبرولوجيا الأنترنت، بيروت، منتدى المعارف، ط1، 2014، ص 36.

<sup>2</sup> المرجع نفسه، ص 37.

نظرائهم ولديهم رغبة عارمة في الحصول على الاعتراف الاجتماعي بهم قبل هؤلاء الآخرين، وفي اعتقادنا أن ذلك يعبر عن حالة مرحلية في التعامل مع الفيسبوك، أما زمنيا أو معنويا حيث يمر الشباب بمرحلة يكون فيها أكثر تأثرا بقيم المجتمع الواقعي، الأمر الذي يجعله يستعين بقيمة في البداية، وفي مرحلة ثانية يتجه إلى ممارسة قيم سلبية كانتقال أسماء وصفات لكي يعبر عن ذاته.<sup>1</sup>

#### 4- انعكاسات الهوية الافتراضية:

الهوية الافتراضية تمنح الشخص الإدارة والقوة في التعبير عن ذاته فكل من يفتح موقعا يبحث فيه عن شيء يشبع رغباته سواء كانت هذه الرغبات في الاستطلاع أو اقتناء شيء ما أو بحسب صداقة أو نشر خاطرة كتبها أو الحصول على معرفة وهو في عملية البحث هذه يحمل صورة عن نفسه يظهرها للآخر المفترض وجوده على الطرف الثاني للنمط الواصل بين الباحث والموضوع المبحوث عنه.<sup>2</sup>

من خلال ما سبق فالهوية الافتراضية لديها انعكاسات على الجانب النفسي للمتحدث أهمها:

- **العزلة والاعتراب:** تعتبر العزلة أو توحد المستخدم مع جهاز الحاسوب من أهم قضايا التأثيرات الاجتماعية للاتصال والتفاعل الرقمي، وأكثر الموضوعات جدلا بين الخبراء التي يتسم بها استخدام المواقع الالكترونية والإيجار في محتوياتها ونتيجة لهذا الاستغراق أصبح الكثير من الباحثين يقرون بعزلة بعض المستخدمين وعد احتياجاتهم إلى الاتصال الحقيقي بالآخرين، وظهر بناء على ذلك مفهوم الانعزال والاعتراب في وصف مستخدم هذا الفضاء فالإشباع اللامتناهي لأنا الفرد في الفضاء الافتراضي يدفع به إلى الانغلاق ضمن ممارسات افتراضية من جهة وطبيعة<sup>3</sup> قدرة الذات على استبدال الافتراض بالواقع وتبني موقف

<sup>1</sup> بودريال عبد القادر، مرجع سبق ذكره، ص 154.

<sup>2</sup> ريحانة بلوطي، مرجع سابق، ص 81.

<sup>3</sup> أمينة بيتج، التجمعات الافتراضية في الجزائر، الجزائر، دار النشر والتوزيع، ط1، 2017، ص 54.

انفصامي وانطوائي من جهة أخرى، على درجة أنه أصبح يعتقد أن الحياة خارج الأنترنت هي حياة ثانوية.

• **الإدمان:** إن الحد الفاصل بين إيجابيات وسائل الاتصال الحديثة وسلبياتها يتحدد وفقا لطبيعة الاستعمال وإذا ما كان في الحدود الطبيعية فهذا إدمان، فالإدمان لا يقتصر على تعاطي مواد لها تأثير معين على الجسم وإنما هو حالة اللاعقلانية وعدم الاستغناء عن شيء والشعور بالحاجة إلى المزيد لحصول الإشباع.

وعليه معرفة تأثير استخدام الاتصال على السلوك الاجتماعي في العلاقات الأسرية لا يؤدي إلى الوصول لإصدار حكم عان، فالأمر يعقد أساسا وبالدرجة الأولى على حجم وقت الاستخدام في نظر عالمة النفس "Kimberly Young" وهي أول من اهتم بإدمان الأنترنت، فإن استخدامه لأكثر من 48 ساعة أسبوعيا هو مؤشر على الإدمان، فمن الأنترنت أو من يسوق في استخدامه غالبا ما يسيء هذا الاستخدام ويكون عرضة للانحراف في المواقع الإباحية.<sup>1</sup>

ومن خلال تطرقنا للانعكاسات الهوية الافتراضية نستنتج بأن لها تأثيرات سلبية على الفرد من خلال التصييص والانطواء والعزلة والحرية المطلقة في التعامل دون وجود حواجز تفرض عليه.

<sup>1</sup> أمينة بينج، المرجع السابق، ص 55.

**خلاصة القول:**

ومن خلال ما ورد في هذا الفصل يتضح لنا أن الهوية الافتراضية هي من أهم الانعكاسات التكنولوجية وأكثرها تأثيرا على كافة الجوانب الشخصية للشباب، كما أن لها أهمية كبيرة مرتبطة بالعالم الرقمي الذي يحمل في طياته العديد من الإيجابيات التي مكنت الفرد من التعبير عن احتياجاته بحرية كاملة، وهذا ما ناقشناه في هذا الجانب.

**الفصل الرابع: خصائص الاطار المنهجي  
والميداني**

**تمهيد :**

في هذا الفصل سنحاول التطرق الى جزئين ، الجزء الأول يتضمن الاطار المنهجي سنحاول التعرف فيه على أدوات البحث العلمي ، حيث تناولنا فيه مجتمع الدراسة وعينته منهج الدراسة، وأدوات جمع البيانات أما الجزء الثاني تناولنا فيه تحليل بيانات الدراسة الميدانية استنادا للمعطيات التي تم جمعها من استمارة الاستبيان الموزعة على المبحوثين من طلبة قسم علوم الاعلام والاتصال جامعة سكيكدة .

وقد تم توزيع 50 استمارة وفق للعينة القصدية على مستخدمي الفيسبوك حيث تم جمع البيانات الخاصة بالمبحوثين ثم قمنا بإرجاعها وتحليل البيانات من هذه الاستمارة ومحاولة تفسير النتائج المتوصل اليها.

## أولا : الاطار المنهجي

## 1-مجتمع الدراسة:

إن مجتمع البحث في العلوم الإنسانية هو مجموعة منتهية أو غير منتهية من العناصر المحددة مسبقا والتي تتركز عليها الملاحظات كما يعرف على أنه مجموعة عناصر لها خاصية أو عدة خصائص مشتركة تميزها عن غيرها من العناصر الأخرى التي يجري التقصي والبحث عنها، ونظرا لاستحالة دراسة كل مجتمع البحث في العلوم الإنسانية يلجأ الباحث دوما إلى استخدام العينة كأسلوب لإجراء الدراسة بدلا من المجتمع الكلي والتي تعرف أنها مجموعة جزئية من مجتمع البحث يتم اختيارها بطريقة معينة وإجراء الدراسة عليها ومن ثم استخدام النتائج وتعميمها على كافة مجتمع الدراسة الأصلي.<sup>1</sup>

كما يقصد به أيضا جميع مفردات أو وحدات الظاهرة تحت البحث وقد يكون المجتمع مكونا من سكان مدينة أو مجموعة من الأفراد في منطقة ما أو مجموعة العمال الذين يعملون في شركة معينة أو مجموعة الحقول في منطقة معينة.<sup>2</sup>

ويعرف على أنه مصطلح علمي منهجي يراد به كل من يمكن أن تعم عليه نتائج البحث

سواء كان مجموعة أو كتب، وذلك طبقا للمجالات الموضوعية لمشكلة البحث.<sup>3</sup>

<sup>1</sup> محمد عبيدات وآخرون، البحث العلمي، أدواته وأساليبه، عمان، دار الفكر للطباعة والنشر والتوزيع، ط1، 1998، ص 74.

<sup>2</sup> محمد عبد العال النعيمي وآخرون، طرق ومناهج البحث العلمي، عمان، مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، ط1، 2009، ص 79.

<sup>3</sup> عبد الجبار حسن، مبادئ البحث العلمي، عمان، دار المناهج للنشر والتوزيع، ط1، 2012، ص 40.

وبما أننا سنجري دراستنا بجامعة سكيكدة فإن مجتمع دراستنا هو مجموع الطلبة الجامعيين الذين يزاولون درابتهم داخل قسم علوم الإعلام والاتصال السنة الثالثة ليسانس تخصص اتصال تنظيمي، حيث وقع اختيارنا عليهم كونهم شريحة معرضة للموقع.

## 2- عينة الدراسة:

يلجأ الباحث إلى دراسة أو اختيار عينة من المجتمع الأصلي للبحث بشرط أن تمثل جميع المفردات أو العناصر المكونة للمجتمع الأصلي تمثيلاً صادقاً عادلاً وهذا يستلزم من الباحث أن يختار العينة على أساس تكافؤ فرص الاختيار لمفردات المجتمع الأصلي للبحث جميعاً.<sup>1</sup> فهي عبارة عن مجموعة من الأفراد أو المفردات أو الوحدات التي يتم اختيارها من مجتمع الدراسة لتمثل هذا المجتمع في البحث محل الدراسة.<sup>2</sup>

وتعرف أيضاً بأنها عبارة عن مجموعة جزئية من مجتمع البحث ليتم اختيارها بطريقة معينة وإجراء الدراسة عليها ومن ثم استخدام تلك النتائج وتعميمها على كامل مجتمع الدراسة الأصلي.<sup>3</sup>

<sup>1</sup> حسين محمد جواد الجبوري، منهجية البحث العلمي، بكالوريوس، ماجستير و دكتوراه، عمان، دار المناهج للنشر والتوزيع، ط1، 2013، ص 143.

<sup>2</sup> زكرياء السنريبي بسرية صادق وآخرون، مناهج البحث العلمي، الأسس النظرية التطبيقية والتقنية الحديثة، ط1، 2012، ص 155.

<sup>3</sup> محمد عبيدات وآخرون، مرجع سابق، ص 74.

وبحسب طبيعة دراستنا تم اختيار العينة القصدية (العمدية أو الغرضية) التي تسعى إلى تحقيق هدف معين، حيث يتم اختيار هذا العينة بناء على هدف الدراسة ومعرفة المجتمع

### الأصلي.<sup>1</sup>

والعينة القصدية هي العينة التي يتم انتقاءها أفرادها بشكل المقصود من قبل الباحث، نظراً لتوافر بعض الخصائص لأولئك الأفراد دون غيرهم، ولكن تلك الخصائص هي من الأمور الهامة بالنسبة للدراسة.<sup>2</sup>

وهناك من يعرفها بأنها في بعض الأحيان يسعى الباحث لتحقيق هدف أو غرض معين من دراسته فيقوم باختيار أفراد العينة بما يخدم ويحقق هذا الغرض أو الهدف.<sup>3</sup>

فيما يخص العينة المختارة في دراستنا هذه فهي عبارة عينة قصدية من حيث طريقة اختيار المفردات، حيث قمنا باختيار عينتنا بما يخدم أهداف الدراسة إذ نحاول معرفة مدى استخدام موقع فيسبوك في تشكيل الهوية الافتراضية لدى الطالب الجامعي؟

يتمثل في مجتمع دراستنا في طلبة قسم علوم الإعلام والاتصال بجامعة سكيكدة سنة ثالثة ليسانس تخصص اتصال تنظيمي، حيث قدرت عينة الدراسة بـ 50 مفردة من مجموع مجتمع الدراسة وقمنا بتوزيع الإشهارات.

<sup>1</sup> محمد الطواب، البحث العلمي (أسسه وأساليبه)، الإسكندرية، مركز الإسكندرية.  
<sup>2</sup> محمد عبد الحميد، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، مصر، علم المكتبات، ط1، 2004، ط1، 2004، ص 133.  
<sup>3</sup> ربحي مصطفى عليان وآخرون، أساليب البحث العلمي، عمان، دار الصفاء، 2008، ص 41.

## 3- منهج الدراسة:

**المنهج:** هو طريقة يصل بها الإنسان إلى حقيقته أو معرفته وهو بذلك ينتمي، إلى علم الإستمولجيا ويعني علم المعارفيات أو نظرية المعرفة ويعرفه "محمد البدوي" علم يعتني بالبحث في أيسر الطرق للوصول على المعلومة مع توفير الجهد والوقت وتفيد كذلك معنى ترتيب المادة المعرفية وفق أحكام مضبوطة.<sup>1</sup>

أما موضوعنا المتمثل في استخدام موقع فيسبوك في تشكيل الهوية الافتراضية لدى الطالب الجامعي، يندرج ضمن الدراسات الوصفية التي تعتمد على دراسة الظاهرة كما توجد في الواقع ووصفها وصفا واضحا، دقيقا من خلال التعبير النوعي الذي يصف الظاهرة ويوضح خصائصها، أو القيام بجمع ووجود كل المعلومات المتعلقة بالموضوع.

وتبعا لطبيعة موضوع دراستنا نرى بأن المنهج المناسب لهذه الدراسة وهو المنهج الوصفي

## التحليلي

ويعرف المنهج الوصفي التحليلي وصف دقيق وتفصيلي للظاهرة أو موضوع محدد على صورة نوعية أو كمية رقمية فالتعبير الكيفي يصف الظاهرة ويوضح خصائصها.

وقد قمنا باختيار المنهج الوصفي التحليلي في دراستنا هذه لأن هذا المنهج يخدم موضوعنا ويساعدنا على وصفه وتحليله، ومعرفة مدى استخدام موقع فيسبوك في تشكيل الهوية

<sup>1</sup> محمد البدوي، المنهجية في البحوث والدراسات الأساسية، تونس، دار المعارف للطباعة والنشر، 1998، ص 51.

الافتراضية لدى الطالب الجامعي؟، وذلك من خلال جمع المعلومات والبيانات ودراسة دوافع وآراء الطلبة.

#### 4- أدوات جمع البيانات:

يحتاج الباحث إلى أدوات معينة لجمع البيانات المطلوبة لدراسته من أجل تحقيق الدقة والموضوعية وتختلف هذه الأدوات باختلاف طبيعة مشكلة الدراسة والأهداف التي تسعى إلى تحقيقها ولذلك قمنا في هذه الدراسة بالاعتماد على أداة تتمثل:

#### الاستمارة (الاستبيان):

تعرف بأنها وسيلة يحاول بها الباحث الوصول إلى نتائج بحثه وليس غاية بذاته فكلما كان اختيار هذه الوسيلة ملائماً لطبيعة البحث ومشكلته وأهدافه كانت نتائج البحث متسمة بالموضوعية والدقة إذا أحسن استخدامه بشكل علمي ومنطقي.<sup>1</sup>

يعرف الاستبيان أيضاً بأنه مجموعة من الأسئلة مرنة حول موضوع معين يتم وضعها في استمارة ترسل للأشخاص المعنيين بالبريد أو يجري تسليمها باليد تمهيداً للحصول على أجوبة الأسئلة الواردة فيها، وبواسطتها يمكن التوصل إلى حقائق جديدة على الموضوع أو التأكد من معلومات متعارف عليها لأنها غير مدعمة بحقائق.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> الجبوري، حسين محمد جواد، منهجية البحث العلمي، مدخل لبناء المهارات البحثية، الأردن، دار الصفاء للنشر والتوزيع، ط1، 2013، ص 147.

<sup>2</sup> عمار بوحوش، محمد محمود الذنبيات، مناهج البحث العلمي وطرق إعداد البحوث، الجزائر، ديوان المطبوعات الجامعية، ط4، 2007، ص 67.

الاستبيان أداة لجمع المعلومات المتعلقة بموضوع البحث عن طريق استمارة معينة تحتوي على عدد من الأسئلة مرتبة بأسلوب منطقي مناسب، يجري توزيعها على أشخاص معينين لتعبئتها.<sup>1</sup>

وقد كانت الغاية من استخدام أداة الاستبيان هو معرفة مدى استخدام موقع فيسبوك في تشكيل الهوية الافتراضية لدى طلبة قسم علوم الإعلام والاتصال بجامعة سكيكدة من خلال استمارة قسمت إلى ستة محاور:

**المحور الأول:** يتعلق بالبيانات الشخصية وهي خاصة بالمبحوثين وتشمل الجنس، السن، المستوى التعليمي، التخصص.

**المحور الثاني:** يتعلق بعادات وأنماط طلبة قسم علوم الإعلام والاتصال لموقع فيسبوك ويتضمن سبعة أسئلة.

**المحور الثالث:** يتعلق بدوافع استخدام الطلبة لموقع فيسبوك ويتضمن ثلاثة أسئلة.

**المحور الرابع:** يتعلق بالإشباع المحققة من استخدام موقع فيسبوك من قبل طلبة قسم علوم الإعلام والاتصال ويتضمن أربعة أسئلة.

**المحور الخامس:** يتعلق بالعوامل المحددة لتشكيل الهوية الافتراضية للمبحوثين عبر حسابات موقع فيسبوك ويتضمن أربعة أسئلة.

**المحور السادس:** يتعلق بأثر موقع الشبكة الاجتماعية في تشكيل مظاهر الهوية الافتراضية ويتضمن ستة أسئلة.

<sup>1</sup> ربحي مصطفى عليان وآخرون، مرجع سابق، ص 17.

## ثانيا: تحليل بيانات الدراسة ومناقشة النتائج

جدول رقم (01): يمثل توزيع المبحوثين من حيث الجنس.

النسبة المئوية	التكرار	الجنس
80%	40	إناث
20%	10	ذكور
100%	50	المجموع

الجدول رقم (01) الذي يمثل مفردات العينة حسب متغير الجنس نجد نسبة الإناث بـ 80% من العينة المدروسة ونسبة الذكور قدرت بـ 20% ومنه نستنتج أن فئة الإناث أكبر من فئة الذكور.

ويرجع ارتفاع نسبة الإناث في مقابل الذكور إلى عدة عوامل يمكن إبرازها في الشكل التالي: ذلك أن الإناث يقبلن على التخصصات الأدبية أكثر، وأن تعداد الإناث أكثر في المجتمع لذلك نجد أن أغلبية الطلبة في هذا الميدان هم الإناث.

جدول رقم (02): يوضح توزيع الطلبة الجامعيين حسب متغير السن.

النسبة المئوية	التكرار	الفئة العمرية
60%	30	من 20 إلى 25
24%	12	من 26 إلى 31
12%	06	من 32 إلى 37
4%	02	من 38 إلى 43
00%	00	من 44 فما أكثر
100%	50	المجموع

الجدول رقم 02 يمثل مفردات العينة حسب متغير السن، حيث كانت أكبر نسبة عمرية للمبحوثين تتراوح أعمارهم ما بين 20 و25 سنة بنسبة 60% ثم تليها الفئة العمرية ما بين 26 و31 سنة بنسبة 24%، بينما الفئة العمرية المحصورة بين 32 و37 سنة فقد قدرت نسبتها بـ 12% وتأتي الفئة العمرية من 38 و43 سنة قدرت نسبتها بـ 4% وكذلك تأتي الفئة العمرية الأكثر من 44 سنة في آخر درجة نسبة معدومة.

يتبين لنا من خلال النتائج المقدمة أعلاه أن الفئة العمرية المبحوثة الأكثر انتشارا هي الفئة العمرية بين 20 و 25 سنة وهذا يرجع إلى كون أغلب الطلبة يسجلون بالجامعة بعد حصولهم على شهادة البكالوريا في سن الثامنة عشر، ليتحصلوا على شهادة ليسانس حتى في حدود 22 سنة، أما فيما يخص الفئة العمرية الموالية فهو مرتبط بإمكانية دخول بعض الطلبة للجامعة في حدود 22 و 23 سنة، كما يوجد منهم من يعيد في مقاعد الجامعة خاصة في السنة الأولى ليسانس وهذا بسبب العديد من التغيرات التي تحصل على مختلف البناءات المرتبطة بمسار الطالب الجامعي، من جهة أخرى يبين لنا الجدول أنه كلما زادت الفئة العمرية قل عدد الطلبة المبحوثين وهذا ما يعتبر أمرا طبيعيا بحكم توجه الشباب نحو اهتمامات وانشغالات أخرى في مجالات الحياة.

جدول رقم (03): يمثل تصنيف المبحوثين حسب حالتهم الاجتماعية:

النسبة المئوية	التكرار	الحالة الاجتماعية
80%	40	أعزب/ عزباء
20%	10	متزوج/ة
00%	00	مطلق/ة
00%	00	أرمل/ة
100%	50	المجموع

الجدول رقم (03) يمثل مفردات العينة حسب حالتهم الاجتماعية، حيث يتضح لنا أن المستخدمين لموقع فيسبوك من فئة العزاب هم من يمثلون المبحوثين بصفة أكبر بنسبة 80%، ثم تأتي بعدها فئة المتزوجين والتي قدرت بـ 20%، تليهم فئة المطلق والأرمل والتي قدرت نسبتهما بـ 0%.

من خلال الجدول أعلاه يتضح لنا أن فئة العزاب هم الفئة الغالبة العينية وهذا لأن المبحوثين هم طلبة جامعيين، وظروفهم العمرية والدراسية لا تسمح لهم بالارتباط.

جدول رقم (04): يوضح توزيع عينة الدراسة حسب الوضعية الاجتماعية.

الوضعية الاجتماعية	التكرار	النسبة المئوية
موظف	9	18%
بطل	41	82%
مطلق/ة	50	100%

الجدول رقم (04) يمثل مفردات العينة حسب الوضعية الاجتماعية، نجد عدد الموظفين 09 مفردة بنسبة 18% وعدد البطالين 41 مفردة بنسبة 82% ومنه نستنتج أن فئة البطالين أكبر من فئة الموظفين، ويرجع ارتفاع نسبة البطالين إلى عدة عوامل منها أن مفردات البحث هم طلبة جامعيين وأغلبهم إناث، كما هو موضح في الجدول رقم (01)، وبالتالي هم يركزون في الدراسة فقط، كما يمكننا تفسير هذه النتيجة أن ارتفاع نسبة البطالة في الجزائر قدرت لدى الرجال 13.9% مقابل 12.9% خلال الثلاثي الرابع من سنة 2022، وبالنسبة للنساء

ارتفعت لتبلغ 21.2% خلال الثلاثي الأول بنسبة 2025 مقابل 20,1% حسب ما أفادت به الصادرة عن الديوان الوطني للإحصائيات.

جدول رقم (05): يوضح توزيع عينة الدراسة حسب مدى أقدمية امتلاك فيسبوك.

النسبة المئوية	التكرار	مدة فترة الامتلاك
8%	4	منذ أقل من سنة
14%	7	من سنة إلى 3 سنوات
78%	39	أكثر من 3 سنوات
100%	50	المجموع

الجدول رقم (05) الذي يمثل مفردات العينة حسب مدى أقدمية امتلاك لحساباتهم عن أكثر من فيسبوك، حيث يتضح أن أغلب المبحوثين والمقدر عددهم 39 مفردة بنسبة 78% لديهم خبرة في التعامل والولوج إلى موقع التواصل الاجتماعي فيسبوك مجال الدراسة، حيث تزيد هذه امتلاكهم لحساباتهم عن أكثر من ثلاث سنوات، ثم تليه نسبة 14% وهي 7 مفردة بالنسبة لتوزيع العينة حسب اختيار خبرة الامتلاك من سنة إلى ثلاث سنوات، لتتجسد بعد ذلك أقل نسبة والمتمثلة ب 8 موزعة على 4 مفردة من أفراد العينة الذين لم يتجاوزوا مدة تواجدهم الافتراضي على الموقع السنة الواحدة.

وهذا ما يفسر حسب اعتقادنا أمن ولوج الفرد الجزائري إلى موقع التواصل الاجتماعي فيسبوك منذ حوالي أربع سنوات يعود إلى تحسن خدمة الأنترنت وظهور التقنيات الحديثة للاتصال كتقنية 36 و 40 وكذلك إطلاق خدمة WIFI في الأماكن العامة، وتوفر بعض الأجهزة الاتصالية كالألواح الإلكترونية والهواتف الذكية وتطبيقات IPod وغيرها والتي تتيح إمكانية كبيرة في الاستخدام والانتشار في كل مكان وزمان.

جدول رقم (06): يوضح توزيع عينة الدراسة حسب مقدار الوقت المستغرق في استخدام مواقع فيسبوك:

النسبة المئوية	التكرار	مدة الإنجاز
14%	7	منذ أقل من ساعة
30%	15	من ساعة إلى ساعتين
56%	28	ساعتين فما فوق
100%	50	المجموع

الجدول رقم (06) يمثل مفردات العينة حسب مقدار الوقت المستغرق في استخدام مواقع فيسبوك يمثل مقدار الوقت المستغرق في استخدام موقع فيسبوك، ويتبين لنا من خلال نتائج الجدول أن أغلبية أفراد العينة يقضون أكثر من ساعتين في تصفحهم للموقع، وذلك بنسبة 56% حيث يقضي 30% من المبحوثين المقدر عددهم بـ 15 مفردة أكثر من ساعة إلى ساعتين يوميا، ثم تليها 7 مفردة بنسبة 14% في مدة تدوم أقل من ساعة في اليوم وهي أقل مدة

كما يوضح هذا الجدول أن نسبة الإنجاز بالنسبة للأفراد العينة عالية متمثلة فيما يزيد عن ساعتين يوميا بنسبة 56% وهذا ما يعود إلى انتشار استخدام وسائط الاتصال الذكية على غرار الهواتف الذكية والألواح الإلكترونية الرقمية والتي تبقى بها حسابات الفيسبوك وباقي مواقع التواصل الاجتماعي في حالة نشاط ومستغلة لمدة أطول يمكن أن تصل إلى حد الدوام. كما يمكن تفسير ذلك أيضا، أن مستخدمي موقع فيسبوك أثناء ولوجهم للعالم الافتراضي الخاص بهم، والدخول في تواصل وتفاعل مع أصدقائهم ينسيهم أهمية الوقت وبالتالي يقضون ساعات أطول على الشبكة وذلك على حساب العلاقات الحقيقية والعائلة... إلخ، كما يمكن إرجاع ذلك للمتعة التي يشعر بها المتفاعلين أثناء تبادلهم الآراء مع بعضهم البعض، وهذا ما دفع إلى عدم الاكتراث للوقت المستغرق في الإنجاز.

جدول رقم (07): يوضح توزيع عينة الدراسة حسب الفترات المفضلة لاستخدام موقع

فيسبوك:

النسبة المئوية	التكرار	الفترات المفضلة للاستخدام
10%	5	الصباح
58%	29	المساء
32%	16	الليل
100%	50	المجموع

الجدول رقم (07) يمثل مفردات العينة حسب الفترات المضلة لاستخدام موقع فيسبوك حيث نجد أن أغلب أفراد العينة يفضلون استخدام فيسبوك مساءً بنسبة 58% في حين منهم من يفضل استخدامه ليلاً بنسبة 32% ومنهم من يستخدمونه صباحاً بنسبة 10% وهي أقل نسبة. يتبين لنا من خلال النتائج المقدمة أعلاه أن الفترة المسائية والليلية هي الأوقات التي يتفرغ فيها أغلبية الأفراد للدخول للموقع، في حين نفس وجود عدد قليل من المستخدمين المفضلين للدخول للموقع صباحاً قد يرجع ذلك إلى عدم مناسبة الوقت بالنسبة للطلبة المتدرسين وكذلك الموظفين.

جدول رقم (08): يوضح إبحار أفراد العينة في حساباتهم PROFIL على موقع فيسبوك يومياً:

عدد المرات	التكرار	النسبة المئوية
مرة واحدة	2	4%
مرتين إلى 3 مرات	8	16%
العديد من المرات	40	80%
المجموع	50	100%

الجدول رقم (08) يمثل لنا عدد المرات التي يتصفح فيها أفراد العينة حساباتهم على موقع فيسبوك، حيث يبين لنا أنهم يتصفحون حساباتهم مرات عديدة في اليوم بنسبة 80% وهي النسبة الأكبر في عينة الدراسة، ثم تليها تصفح المبحوثين للموقع مرتين إلى ثلاث مرات بنسبة 16% ثم تليها من يستخدمونه مرة واحدة في اليوم بنسبة 4%.

ويمكن تفسير النتائج المبينة أعلاه شغف المبحوثين بهذا الموقع ومدى ارتباطهم النفسي بمستجداته التي أصبحت تمثل لهم جانبا وجدانيا وعاطفيا كبيرا في حياتهم يصل إلى حد الإدمان، كما يمكن إرجاع ذلك إلى رغبة المستخدم في أن يطلع على صفحته بشكل متواتر بغية معرفة التعليقات Commentes الجديدة حول الموضوع ما قد نشره على صفحته ويثير في نفس الوقت اهتمامه أو الاطلاع على العدد الذي سجل في خانة الإعجاب ومنهم المعجبون بالصور أو مقولة تمت مشاركتها مع الأصدقاء وكذلك الرد على الأصدقاء المتصلين وأيضا قبول ورفض الصداقات المطلوبة.

جدول رقم (09): يوضح الخدمات التي يفضلونها على الشبكة الاجتماعية فيسبوك.

النسبة المئوية	التكرار	الخدمات المفضلة على Facebook
24	12	مشاركة الروابط
20	10	مشاركة الصور والفيديوهات
40	20	التعليقات والردود الفورية
16	8	مشاركة ألعاب ترفيهية
100	50	المجموع

الجدول رقم 09 يمثل الخدمات التي يفضلها أفراد العينة على شبكة فيسبوك والتي تترتب أن خدمات التعليقات والردود الفورية في المرتبة الأولى وهي العنصر الغالب بنسبة 40% وتليها

مشاركة الروابط بنسبة 24 وتليها مشاركة الصور والفيديوهات بنسبة 20% ثم تليها مشاركة ألعاب ترفيهية بنسبة 16%.

كما توافقت النتائج المتوصل إليها مع النتائج التي توصلت إليها مريم نريمان في دراستها المتمثلة في أن المبحوثين يفضلون خدمة التعليقات بنسبة 25.18% وتليها خدمة الدردشة بـ 22.17% وكذا تبادل الصور بنسبة ممثلة بـ 15.38% ثم تليها مشاركة الروابط بنسبة 15.23 ونضيف في هذا العدد ما توصلت إليه دراسة موقع بيت كوم سنة 2011 حيث تؤكد أن غالبية العرب يستخدمون الفيسبوك للدردشة مع أصدقائهم.<sup>1</sup>

جدول رقم (10): يوضح عدد الأصدقاء التي يمتلكها أفراد العينة على حساباتهم في موقع فيسبوك:

النسبة المئوية	التكرار	عدد الأصدقاء على موقع Facebook
70%	35	أقل من مائة صديق افتراضي
26%	13	من مائة إلى مائتين صديق افتراضي
4%	2	أكثر من مائتين صديق افتراضي
100%	50	المجموع

<sup>1</sup> محمد المنصور، تأثير شبكة التواصل الاجتماعي على جمهور المتلقين، مرجع سابق، ص 26.

الجدول رقم 10 يمثل عدد الأصدقاء الذين يمتلكهم المبحوثين على حسابهم في موقع الشبكة الاجتماعية فيسبوك، حيث تبين أن أكثر من نصف العينة لديهم أقل من مائة صديق افتراضي بنسبة 70% وهي أعلى نسبة، بينما تليها نسبة 26% بالنسبة للأفراد العينة الذين لديهم من مائة إلى مائتين صديق افتراضي، ثم تليها نسبة قليلة مقدرة ب 4% من الذين لديهم أكثر من مائتين صديق.

ربما يعود ذلك لعدم حب المغامرة لدى المستخدمين من أفراد العينة في خوض صداقات افتراضية كثيرة لا يمكن لهم التحكم في سيرها أو إدارتها، أو ربما يرجع ذلك لحد ذاته تجربتهم بهذه الشبكة خاصة عند البعض منهم والذي سجل حديثا بالموقع، والذي لا يزال في مرحلة التعرف على خفايا هذا الموقع وتطبيقاته، وللحيطة والحذر ومن أجل الحفاظ على سرية المعلومات والبيانات الشخصية التي ينشرها أو قد تم نشرها من قبل كما جاء في إجابات سابقة.

جدول رقم (11): يوضح كيفية تعامل المبحوثين مع المضامين التي ينشرها أصدقائهم على موقع Facebook:

النسبة المئوية	التكرار	كيفية التعامل مع المضامين المنشورة على موقع Facebook
56%	28	أعبر عن إعجابي بما ينشره من مضامين ومحتويات like/ j'aime
28%	14	أضيف تعليق على ما سنشره الآخرين من مضامين ومحتويات commenter
16%	8	أقوم بمشاركة هذه المضامين والمحتويات partager
100%	50	المجموع

الجدول رقم (11) يمثل كيفية تعامل المبحوثين مع المضامين والمحتويات التي ينشرها ويتبادلها أصدقائهم على موقع الشبكة الاجتماعية Facebook، حيث أن أكثر من نصف العينة يعبرون عن إعجابهم بالنقر على عبارة like/ j'aime بنسبة 56% ومن جهة أخرى يضيفون تعليق على ما ينشر من مضامين ومحتويات commenter بنسبة 28% ثم يقومون بمشاركة هذه المضامين والمحتويات partager بنسبة 16%.

دون أن نغفل أنه يمكن للمستخدم التعبير عن الخدمات الثلاثة وهي المذكورة الإعجاب j'aime/ like والمشاركة partage والتعليق commenter والتي يوفرها موقع فيسبوك

باعتبارها خاصية من بين أبرز خاصياته ومميزاته المتوفرة على الحسابات والصفحات وكذا المجموعات والتي من خلالها يتم رصد الآثار التي يتركها المستخدم على حسابه والتي تمكن مثلا في إعجابه بمجموعة أو صفحة ما أو إضافتها إلى حسابه أو صفحته أو إضافة صديق ما والمعبر عنها بشكل عددي أو رقمي الذي يقوم الموقع بجمعه وتخزينه وأرشفته رقميا.

جدول رقم (12): يوضح أسباب فتح فيسبوك لأفراد عينة الدراية.

النسبة المئوية	التكرار	ماهي أسباب فتحك لموقع Facebook
60%	30	من أجل التواصل والدرشة مع الأهل والأصدقاء
20%	10	من أجل الاطلاع على الأخبار
20%	10	من أجل قضاء الوقت والترفيه والتسلية
100%	50	المجموع

الجدول رقم (12) يوضح أسباب فتح مفردات عينة الدراسة لموقع فيسبوك حيث يبين لنا أن أغلبية الإجابات كانت من أجل التواصل والدرشة مع الأهل والأصدقاء بنسبة 60% ثم تليها الإجابة الثانية من أجل الاطلاع على الأخبار بنسبة 20% ثم تليها الإجابة الثالثة من أجل قضاء الوقت والتسلية.

ومن هنا نستنتج أن أعلى نسبة في دراستنا كانت من أجل التواصل والدرشة مع الأهل والأصدقاء وهذا يعود على أن موقع فيسبوك هو وسيلة للتواصل مع الأهل والأصدقاء، فهو

موقع يساعد على تكوين علاقات بين المستخدمين، وتمكينهم من تبادل المعلومات والملفات والصور الشخصية ومقاطع الفيديو ومتابعة الأخبار.

جدول رقم (13): يوضح من الذي قام بفتح صفحة على فايسبوك لأفراد العينة.

النسبة المئوية	التكرار	من قام بفتح صفحتك على Facebook
90%	45	أنا
10%	5	أخي أو أختي
100%	50	المجموع

الجدول رقم (13) يمثل لنا من الذي قام بفتح صفحة على فايسبوك لمفردات العينة، حيث يتبين لنا أكثر الإجابات كانت بـ "أنا" بنسبة 90% تليها أخي أو أختي بنسبة 10%.

ومن هنا نستنتج أن النسبة الأكبر في العينة كانت الإجابة عليها بـ "أنا" وهذا راجع إلى سهولة فتح صفحة على الفيسبوك، كما أيضا أن المبحوثين طلابا وفتحهم لهذا الموقع بالنسبة لهم سهل لا يحتاج مساعدة، بالإضافة إلى أن خطوات فتح حساب واضحة وتكون باللغة العربية.

جدول رقم (14): يوضح الدوافع التي تجعل أفراد العينة يمتنعون على التعليق على صفحات فيسبوك.

النسبة المئوية	التكرار	ما هي الدوافع التي تجعلك تمتنع على التعليق على صفحات فيسبوك
40%	20	منشورات تافهة وهابطة
30%	15	محتويات لا تهمني
20%	10	إزعاج برسائل في الخاص
10%	5	لا أحب التفاعل
100%	50	المجموع

الجدول رقم (14) يمثل لنا الدوافع التي تجعل أفراد العينة يمتنعون على التعليق على صفحات فيسبوك، حيث يتبين لنا أن هناك دوافع كثيرة منها ما يعتبرها منشورات تافهة وهابطة بنسبة 40% ثم تليها محتويات لا تهمني بنسبة 30%، ثم إزعاج برسائل في الخاص بنسبة 20%، ثم تليها لا أحب التفاعل بنسبة 10%.

ومنه نستنتج أن هناك دوافع متقاربة في النسب مثل منشورات تافهة وهابطة ومحتويات لا تهمني وهذا يرجع إلى وجود منشورات ليست لها فائدة وذات مستوى هابط، مما يجعل الطالب يحسب بأنها ليست من مستواه ولا يجب التعليق عليها.

وبما أن أغلبية أفراد عينتنا إناث فإنهم يتعرضون إلى الكثير من المضايقات في الخاص عند التعليق على منشورات وهناك من لا يحب التفاعل على هذه الصفحات ويمون بعيدا كل البعد عليها.

جدول رقم (15): يوضح الإشباعات المحققة من خلال استخدام موقع فايسبوك:

النسبة المئوية	التكرار	الإشباعات المحققة
22%	11	التواصل مع الأصدقاء والأهل
28%	14	التعرف على الأصدقاء افتراضيين جدد
40%	20	طرح أفكار ورؤى للحوار والمناقشة
10%	5	الترفيه والتسلية (قضاء وقت الفراغ)
00%	00	أخرى
100%	50	المجموع

الجدول رقم (15) يمثل الإشباعات المحققة لمفردات العينة من خلال استخدامهم لموقع فايسبوك، حيث نجد أن أهم إشباع يحققه هذا الموقع يتمثل في طرح مجموعة من الأفكار والرؤى حول مواضع هامة وطرحها للحوار والمناقشة متمثلة بنسبة 40% وتقترب منها إلى حد بعيد دافعية التعرف على الأصدقاء الافتراضيين الجدد بنسبة 28% وبالتالي يعتبر النوعين السابقين من الإشباعات المحققة هما الأهم من خلال استخدام الفيسبوك كوسيلة للترفيه والتسلية وقضاء وقت الفراغ بالنسبة لبعض المستخدمين وهذا ما مثلته بنسبة 10%، والتواصل مع

الأصدقاء بنسبة 22% وهذه النتيجة الأخيرة مرتبطة بالفئة العمرية من 20 إلى 25 سنة ومن المتعارف عليه أن الشباب في هذه المرحلة مولعون بكل ما هو جديد بالنسبة إليهم كفاءة عمرية، وكذا مناقشة كل الأفكار والنقاط التي تمكنه من إثبات وجوده سواء داخل الحياة الواقعية أو الافتراضية، كما يميلون إلى البحث عن الترفيه والتسلية في درجة أقل وكذلك استغلال وقت الفراغ للتواصل عبر الفيسبوك محققين بذلك رغباتهم.

جدول رقم (16): يوضح على أي أساس تحديد علاقاتك الافتراضية في الفيسبوك:

النسبة المئوية	التكرار	على أي أساس تحدد علاقاتك الافتراضية في الفيسبوك
36%	18	التفاهم في وجهات النظر
40%	20	تفكير الشخص وحواراته
16%	8	على أساس المعارف السابقة
8%	4	عدم التطلع على معلوماتي الشخصية
100%	50	المجموع

الجدول رقم (16) يمثل الأساس الذي يحدد به أفراد العينة علاقاتهم الافتراضية حيث يبين لنا أن الإجابة عن هذا السؤال كانت مختلفة الإجابة الغالبة تفكير الشخص وحواراته قدرت بنسبة 40%، ثم تليها التفاهم في وجهات النظر بنسبة 36%، ثم المعارف السابقة بنسبة 16% تليها عدم التطلع على معلوماتي الشخصية بنسبة 8%.

وهذه النتائج المتوصل إليها من خلال الجدول أعلاه أوضحت لنا أن هذا السؤال تمت الإجابة عنهم بطرق مختلفة كل حسب أهدافه وغاياته.

جدول رقم (17): يوضح الحاجات التي يوفرها استخدام موقع فيسبوك.

النسبة المئوية	التكرار	الحاجات التي يوفرها استخدام موقع فيسبوك
48%	24	النشر عن الهوية الحقيقية
28%	14	التسويق للذات
16%	8	جعل صفحتك من الصفحات الأكثر زيارة
100%	50	المجموع

الجدول رقم (17) يمثل الحاجات التي يوفرها موقع فيسبوك لمستخدميه من أفراد العينة، حيث نجد أن مسألة التستر عن الهوية الحقيقية من أهم الحاجيات التي يوفرها موقع فيسبوك للمبحوثين بنسبة 48%، ثم تليها حاجية التسويق للذات بنسبة 28%، ثم جعل صفحتك من الصفحات الأكثر زيارة بنسبة 16% وهذا ما يبحث عنه العديد من الشباب والشخصيات من الجنسين حيث المعلومات التي تم جمعها، وهناك حاجيات أخرى بنسبة 8% ثم ذكرها نذكر منها ربط علاقات مع الجنس الآخر والتي حسب اعتقادهم أدت في الكثير من الأحيان إلى الزواج، الانضمام إلى مجموعات اجتماعية، فنية، إعلامية، سياسية، ثقافية وغيرها، اللعب عن طريق مجموعة من التطبيقات، متابعة مستجدات الأصدقاء القدامى الذين تفرقوا بسبب مشاكل الحياة وغيرها من الحاجيات.

جدول رقم (18): يوضح امتداد العلاقات الافتراضية المشكلة على موقع فيسبوك إلى البيئة الحقيقية:

النسبة المئوية	التكرار	امتداد العلاقات الافتراضية إلى الواقع
44%	22	نعم
56%	28	لا
100%	50	المجموع

الجدول رقم (18) يمثل امتداد العلاقات الافتراضية المشكلة على موقع فيسبوك إلى البيئة الحقيقية، حيث يبين لنا أن اختيارات وتفضيلات مفردات العينة على أساس تحول العلاقات وامتدادها من علاقات افتراضية إلى علاقات واقعية حقيقة من عدمه، حيث كانت الإجابة بنعم نسبتها 44% بحيث الإجابات بلا كانت 56%، وهي عدم تحقيق هذا التلاقي وهذا راجع لأسباب وأنواع الهويات المستخدمة في مقع فيسبوك والمبنية على التخيل والافتراض.

ومن هنا نقول ان الاستنتاجات المتوصل إليها تختلف من مجتمع لآخر، وهذا راجع إلى الاختلاف الواضح بين المجتمعات العربية وما تحمله من قيم اجتماعية ودينية وثقافية عموماً وخاصة المجتمع الجزائري.

جدول رقم (19): يوضح توظيف أفراد العينة للمعلومات الشخصية في حساباتهم على موقع الشبكة الاجتماعية فيسبوك.

النسبة المئوية	التكرار	المعلومات الشخصية الموظفة على فيسبوك
12%	6	دائماً
30%	15	أبداً
58%	29	أحياناً
100%	50	المجموع

الجدول رقم (19) يمثل توظيف أفراد العينة للمعلومات الشخصية في حساباتهم على الفيسبوك حيث بينت النتائج ما يلي: أغلب الإجابات بتوظيف معلوماتهم الشخصية في الموقع كانت أحياناً بنسبة 58%، ثم تليها أبداً بنسبة 30%، ثم دائماً بنسبة 12%، ونفسر هذه النتائج المتوصل إليها أنها ترجع إلى الفئة العمرية التي يتكون منها المبحوثين حيث تسجل فئة 20 إلى 25 أكثر من نصف العينة، إذ يمثلون بذلك الشباب المراهق والذي يهوى التلاعب بالهويات واكتشاف الذات، ومن خلال ما سبق يمكن أن نستنتج أن المبحوثين يوظفون البعض من معلوماتهم الشخصية بالدرجة الأولى ثم تليها عدم استخدامها قطعاً، ويأتي بعدها بنسب قليلة من يوظف معلوماته الشخصية على حسابه في الموقع.

جدول رقم (20): يوضح نوع اسم المستخدم في حسابات موقع الشبكة الاجتماعية فيسبوك.

النسبة المئوية	التكرار	نوع اسم المستخدم
28%	14	اسم حقيقي
72%	36	اسم مستعار
100%	50	المجموع

الجدول رقم (20) يمثل توزيع أفراد العينة على حسب نوع اسم المستخدم في البروفايل على فيسبوك، حيث تبين أن أفراد العينة يستخدمون الأسماء المستعارة بنسبة فاقت نصف عدد المبحوثين وقدرت هذه النسبة بـ 72% وهي النسبة الأغلب في عينة الدراسة، بينما وصل أفراد العينة الذين يوظفون الأسماء الحقيقية إلى نسبة 28%.

ومن خلال هذه النتائج المتوصل إليها اتضح لنا أن أفراد العينة يستخدمون الاسم المستعار بنسبة كبيرة وهذا راجع إلى أسباب كثيرة مثلاً: لا يريدون أن يجدهم أناس آخرون أو يتعرفوا عليهم، أيضاً لكي يتقمصوا شخصيات وأدوار غير شخصيتهم والتعبير عن حاجياتهم بسرية وتحقيق رغباتهم.

جدول رقم (21): يوضح دوافع توظيف كل من الأسماء الحقيقية والأسماء المستعارة على حسابات موقع فيسبوك.

نسبة الاختيارات	مجموع الاختيارات	النسبة المئوية	التكرار	دوافع توظيف اسم المستخدم على حساب فيسبوك	
%32	16	%14	7	حتى يجداك معارفك بسهولة	الاسم الحقيقي
		%10	5	لأنك مختلف عن الآخرين	
		%8	4	حتى يثق بك المستخدمون المتفاعلين معك	
%68	34	%20	10	لا تحب أن يتعرف الآخرون عن هويتك الحقيقية	الاسم المستعار
		%22	11	رغبة منك في تقمص شخصيات أخرى	
		%12	6	تشك في أن تشغل معلوماتك الشخصية	
		%14	7	للحفاظ على الخصوصية	
%100	50	%100	50	المجموع	

الجدول رقم (21) يمثل توزيع مفردات العينة على حسب نوع الاسم المستخدم، حيث يتضح لنا أن أغلبية مفردات العينة يسجلون على موقع فيسبوك لأسماء مستعارة بنسبة قدرة بـ 68% بتكرار 34 رأي مبحوث حيث كان وراء ذلك دوافع التالية:

للحفاظ على الخصوصية نسبته مقدرة بـ 14% وتليها دافع الشك في أن تشغل المعلومات الشخصية بنسبة 12% وهناك من يستعملون الأسماء المستعارة بغية منهم في تقمص شخصيات أخر، ولعب أدوار والتماشي في هويات متعددة وذلك قصد تحقيق رغبات وحاجيات نفسية وسلوكية واجتماعية مرغوب فيها ومثلا المبحوثين ذلك بنسبة 22% وأضاف آخرون تخفيهم وراء أسماء مستعارة بدافع أنهم لا يحبون أن يتعرف عليهم الآخرون على هويتهم الحقيقية بنسبة 20%، وذلك ربما يعود لتلبية مقاصد أخرى دون أن يتعرف عليهم أحد خوفا وهربا من أمور يدكون أنها غير سوية حيث عبر أفراد العينة عن توظيفهم لأسمائهم الحقيقية بنسبة 32%، وهي نسبة قليلة مقارنة بنسبة استخدام الاسم المستعار وهذا يرجع للأسباب التالية:

- حتى يجدهم معارفهم بسهولة بنسبة 14%
- دافع أنهم مختلفين عن الآخرين بنسبة 10%
- حتى يخضون بثقة المستخدمين المتفاعلين بنسبة 8%

نستنتج مما تم عرضه من نتائج الجدول أعلاه أن هذه القراءات تتبؤ بأن أفراد العينة من المبحوثين يفضلون استخدام هويات افتراضية لا هويات حقيقية.

جدول رقم (22): يوضح اللغة المستخدمة في نشر المحتويات والتفاعل في حسابات موقع الشبكة الاجتماعية فيسبوك:

النسبة المئوية	التكرار	اللغة المستخدمة على حساب فيسبوك
62%	31	اللغة العربية
34%	17	اللغة الفرنسية
4%	02	اللغة الإنجليزية
00%	00	كلها معا
100%	50	المجموع

الجدول رقم (22) يمثل اللغة المستخدمة في موقع فيسبوك حيث يبين لنا أن استخدام اللغة العربية بنسبة 62% هي أعلى نسبة مستخدمة من طرف أفراد العينة وتليها اللغة الفرنسية بنسبة 34% ثم الإنجليزية بنسبة 4%.

من خلال النتائج المتوصل إليها من خلال هذا الجدول أن ارتفاع نسبة استخدام اللغة العربية من طرف المبحوثين من غيرها من اللغات الأخرى (الإنجليزية، الفرنسية) يعود إلى مستوى أفراد العينة فمنهم من يتقن اللغة الفرنسية ومنهم من يتقن اللغة الإنجليزية كل حسب مستواه التعليمي واللغة التي يريد تعلمها.

جدول رقم (23): يوضح عدد الحسابات المملوكة من طرف المبحوثين على موقع الشبكة الاجتماعية فيسبوك:

النسبة المئوية	التكرار	خيارات الإجابة
56%	28	حساب واحد
24%	12	حسابين
20%	10	أكثر
100%	50	المجموع

الجدول رقم (23) يمثل لنا عدد الحسابات المملوكة من طرف المبحوثين على موقع فيسبوك، حيث يبين لنا أن إجابات أفراد العينة انقسمت إلى ثلاثة مجموعات، تمثلت المجموعة الأولى في لأفراد الذين تمحورت إجاباتهم لحساب واحد نسبتها 56% ثم تليها المجموعة الثانية الذين كانت إجاباتهم حسابين، بنسبة قدرت بـ 24% أما المجموعة الثالثة والتي كانت إجاباتهم بأكثر من حساب فقد قدرت نسبتها 20%.

بمعنى أن أغلبية أفراد عينة الدراسة لديهم حساب واحد فقط وذلك لعدم رغبتهم في امتلاك أكثر من حساب والاكتفاء بحساب واحد.

وقد جاءت تبريرات الأغلبية منهم على فتح أكثر من حساب على الفيسبوك بناء على طبيعة لعلاقات التي يقومون بربطه فمنهم من بحيث حساب لأفراد العائلة فقط والآخر لجميع الصداقات والثالث للعمل.

الجدول رقم (24): يوضح نوعية المحتويات والمضامين المشارك بها على حسابات المبحوثين على موقع فيسبوك:

النسبة المئوية	التكرار	نوع المحتويات والمضامين المشارك بها
38%	19	محتويات حقيقية (صور، أحداث تتعلق بك)
62%	31	محتويات مشارك بها أثارتك إعجابك
100%	50	المجموع

الجدول رقم (24) يمثل نوعية المحتويات والمضامين المشارك التي يشارك بها أفراد العينة في حساباتهم، حيث يتضح لنا أن المبحوثين يستخدمون لتغذية حساباتهم أو صفحاتهم على الشبكة، محتويات تم مشاركتهم من طرف الأصدقاء بنسبة قدرت بـ 62% بحيث لا يبادرون بنشر محتوياتهم الحقيقية والمتعلقة بنشاطاتهم اليومية ومختلف معلوماتهم إذ قدرت بنسبة 38% حيث تدل هذه النتيجة على وعي مفردات العينة بأن مثل هذه المعلومات تسمح لأشخاص آخرين بالاطلاع على معلوماتهم الحقيقية وربما استغلالها لأغراض مثل توجيه الإعلانات التجارية للأشخاص المهتمين بسلعة معينة قصد التأثير عليهم وهو ما يطلق عليه الإعلان الموجه.

جدول رقم (25): يوضح أشكال الهويات الافتراضية الممارسة على موقع الشبكة الاجتماعية Facebook.

النسبة المئوية	التكرار	الهوية المشكلة على حسابات موقع Facebook
18%	9	الهوية الافتراضية مطابقة للهوية الحقيقية
56%	28	هوية افتراضية بديلة عن الهوية الحقيقية
26%	13	هوية افتراضية مختلطة بين الهوية الحقيقية ونظيرتها الافتراضية
100%	50	المجموع

الجدول رقم (25) يمثل أشكال الهوية الافتراضية الممارسة على موقع فيسبوك، حيث يوضح لنا أغلب المبحوثين يستخدمون هوية افتراضية بديلة، مختلفة عن تلك الهوية الحقيقية بأكثر نسبة 56% وتليها توظيفهم لهوية افتراضية مختلفة بمزيج بين ما هو حقيقي وما هو افتراضي بنسبة 26% وتبعثها نسبة استعمال الهوية الافتراضية المطابقة للهوية الحقيقية والتي قدرت بـ 18% .

وترجع نتائج الجدول أعلاه إلى التخوف الكبير من المخاطر الاجتماعية والنفسية والأمنية التي يسببها الإفصاح عن الهويات الحقيقية لبعض شرائح المجتمع لاسيما الإناث منهن بسبب الضوابط الاجتماعية والأخلاقية التي تحكم المجتمع.

جدول رقم (26): يوضح نوع الأصدقاء الذين يسمح لهم المستخدم بطلبه للصدقة عبر موقع الشبكة.

النسبة المئوية	التكرار	الأصدقاء الذين يسمح لهم المستخدم بطلبه للصدقة عبر موقع Facebook
66%	33	جميع مستخدمي موقع الشبكة الاجتماعية Facebook
34%	17	أصدائك على موقع الشبكة الاجتماعية Facebook وأصدائهم
100%	50	المجموع

الجدول رقم (26) يمثل توزيع أفراد العينة على حسب نوع الأصدقاء الذين يسمح لهم المستخدم بإمكانية طلبه للصدقة عبر حسابه أو صفحته على موقع فيسبوك، حيث تبين أن المبحوثين يسمحون لجميع المستخدمين بطلبهم للصدقة بنسبة 66% أي أكثر من نصف العينة من يحبون الاطلاع على طلبات الصداقة من أشخاص معروفين لديهم وآخرون افتراضيين لا يعرفونهم، وذلك من أجل انتقاء ما يرونه مناسباً لهم من صداقات حسب رغباتهم وميولاتهم وكذا أهداف تلك الصداقات، أما نسبة السماح لأصدائهم وأصدقاء أصدائهم بطلبهم للصدقة قدرت ب 34% وذلك للحفاظ على الخصوصية وتجنباً للعدد الكبير لطلبات لصدقة والتي تشكل في بعض الأحيان إزعاجاً للمستخدمين.

جدول رقم (27): يوضح اختيار أفراد العينة للمستخدمين الذين يسمحون لهم بالاطلاع على منشوراتهم على حسابات موقع فيسبوك:

النسبة المئوية	التكرار	المستخدمين الذين يسمح لهم بالاطلاع على منشوراتك
70%	35	جميع مستخدمي موقع الشبكة الاجتماعية Facebook
10%	5	نفسك
20%	10	أصدقائك من مستخدمي موقع Facebook
100%	50	المجموع

الجدول رقم (27) يمثل توزيع مفردات الدراسة على حسب المستخدمين الذين يسمحون لهم بالاطلاع على منشوراتهم على حسابات موقع الشبكة الاجتماعية Facebook ، حيث توضح أن المبحوثين يسمحون لجميع مستخدمي شبكة الفيسبوك بالاطلاع على ما ينشرونه في حساباتهم أو على صفحاتهم بنسبة 70% وهي أكبر نسبة مقارنة بالاختيارين الموالين، وهذا ربما يعود حسب اعتقادنا لعدم الدراسة والاطلاع من طرف المبحوثين على كيفية تسجيل إعدادات الخصوصية والتي يطرحها نظام تشغيل الموقع على حائط الحسابات والصفحات، وهذا ما يؤكد على أن مستخدمي موقع التواصل الاجتماعي فيسبوك لا يحملون نفس الخبرات في التعامل مع هذا الوسيط الإلكتروني، ولهذا الغرض سجلنا نسبة 10% من المبحوثين الذين يفضلون عدم الاطلاع غيرهم من المستخدمين على ما ينشرونه بل يقتصر على أنفسهم فقط، وذلك حفاظا منهم بشكل أكبر على خصوصياتهم ويرجع ذلك لرغبتهم في النشر على

بعض ما ينشرونه وعدم إتاحتها في متناول الجميع لا خوفاً من استغلاله في أمور وضمنهم من يسمحون لأصدقائهم على الفيسبوك بالاطلاع على ما ينشرونه بنسبة 20% ويمكن أن يعود ذلك إلى أنهم يريدون أن يلفتوا انتباه أصدقائهم من خلال نشر صورة أو مقولة أو فيديو.

جدول رقم (28): يوضح نوع الاسم المستخدم في حسابات موقع الشبكة الاجتماعية فيسبوك حسب متغير الجنس:

النسبة المئوية	التكرار	نوع اسم المستخدم	
6%	3	الاسم المستعار	ذكر
14%	7	الاسم الحقيقي	
56%	28	الاسم المستعار	أنثى
24%	12	الاسم الحقيقي	
100%	50		المجموع

الجدول رقم (28) يمثل انا نوع الاسم المستخدم في حسابات موقع فيسبوك على حسب متغير الجنس، حيث يبين لنا أن الذكر يستخدم الاسم المستعار بنسبة 6%، أما الاسم الحقيقي بنسبة 14%، أما الأنثى تستخدم الاسم الحقيقي بنسبة 24% والاسم المستعار بنسبة 56% ومن هنا نستنتج أن نسبة الإناث في الاسم المستعار أكثر من الاسم الحقيقي عكس الذكور، وهذا راجع حسب رأينا إلى خوف الفتاة من عائلتها والتستر على هويتها الحقيقية لأن هناك عائلات جزائرية لا تقبل أن ابنتهم تفتح حساب على فيسبوك وبالتالي يلجأ إلى إخفاء هويتهم

كي لا يتعرف عليهم أحد ويمكن إرجاع ذلك إلى أن الفتاة تنقص هوية غير هويتها باسم مستعار لكي تعبر عن رأي ما أو تحقق رغبة تزيد الوصول إليها دون أن يتعرف عليها أحد.

جدول رقم (29): يوضح أشكال الهويات الافتراضية الممارسة على موقع الشبكة الاجتماعية فيسبوك حسب متغير الجنس:

الجنس	أشكال الهويات الافتراضية الممارسة على موقع الشبكة الاجتماعية Facebook	التكرار	النسبة المئوية
ذكر	الهوية الافتراضية مطابقة للهوية الحقيقية	4	8%
	هوية افتراضية بديلة عن الهوية الحقيقية	3	6%
	هوية افتراضية مختلفة بين الهوية الحقيقية ونظريتها الافتراضية	3	6%
الأنثى	الهوية الافتراضية مطابقة للهوية الحقيقية	5	10%
	الهوية افتراضية بديلة عن الهوية الحقيقية	25	50%
	هوية افتراضية مختلفة بين الهوية الحقيقية ونظريتها الافتراضية	10	20%
المجموع	//	50	100%

الجدول رقم (29) يمثل أشكال الهويات الافتراضية الممارسة على موقع الشبكة الاجتماعية فيسبوك حسب متغير الجنس حيث يبين لنا أن نسبة الإناث أكبر من نسبة الذكور من خلال اختيارهم لهوية افتراضية بديلة عن الهوية الحقيقية قدرت بنسبة 50 %، وهذا راجع إلى الإناث أغلبهم يحبون الخوف الشديد من الأهل ويرجع هذا أيضا أن تقصصهم بعيدا عن قيود العائلة وكذلك تحقيق رغبات نفسية وشخصية.

## النتائج الجزئية:

- 1-توصلت الدراسة إلى أن فئة الإناث في أفراد عينتنا أكثر من الذكور وهنا بنسبة 80% مقابل 20 %للذكور كما هو موضح في الجدول رقم (01).
- 2-بينت نتائج الدراسة أن أغلب أفراد العينة يتراوح بينهم من 20 إلى 25 بنسبة 60 %كما هو موضح في الجدول رقم (02).
- 3-دلت الدراسة أن أغلب أفراد العينة عزاب بنسبة 80% كما هو موضح في الجدول رقم (03).
- 4-كشفت الدراسة أن الفئة الغالبة حسب الوضعية الاجتماعية للطلبة هي فئة البطالة بنسبة 82% كما هو موضح في الجدول رقم (4).
- 5-توصلت الدراسة إلى أن مدة امتلاك الطلبة لموقع فيسبوك تزيد عن ثلاث سنوات بنسبة 78% كما هو موضح في الجدول رقم (05).
- 6-كشفت الدراسة إلى أن أغلبية الطلبة يقضون أكثر من ساعتين على موقع فيسبوك بنسبة 56 كما هو موضح في الجدول رقم (06).
- 7-أظهرت أن أغلبية الطلبة يفضلون استخدام فيسبوك مساء بنسبة 58%.
- 8-بينت الدراسة أن الطلبة يتصفحون حساباتهم مرات عديدة في اليوم وقدرت بنسبة 80%، كما هو موضح في الجدول رقم (08).

- 9- توصلت الدراسة إلى أن الخدمات التي يفضلها الطلبة والتي يقدمها موقع فيسبوك هي التعليقات والردشة الفورية بنسبة 40% كما هو موضح في الجدول رقم (09).
- 10- كشفت الدراسة أن عدد الأصدقاء الذين يمتلكهم المبحوثين في حساباتهم عبر موقع فيسبوك أقل من مائة صديق افتراضي بنسبة 70% كما هو موضح في الجدول رقم (10).
- 11- كشفت الدراسة أن طريقة تعامل المبحوثين مع المضامين التي ينشرها أصدقائهم عبر موقع فيسبوك أنهم يعبرون عن إعجابهم بالنقر على JAIME LIKE بنسبة 56% كما هو موضح في الجدول رقم (11).
- 12- بينت نتائج الدراسة أن أغلبية أسباب فتح مفردات عينة الدراسة لموقع فيسبوك من أجل التواصل والردشة مع الأصدقاء والأهل بنسبة 60%.
- 13- كشفت الدراسة أن الإجابة عن السؤال من قام بفتح صفحتك على الفيسبوك كانت أكثرها "أنا" بنسبة 90%.
- 14- كشفت الدراسة أن من بين الدوافع التي تجعل أفراد العينة يمتنعون على التعليق على صفحات فيسبوك أنها منشورات تافهة وهابطة بنسبة 40%، وازعاج برسائل في الخاص بنسبة 30%.
- 15- بينت الدراسة لنا أهم الإشباعات المحققة من خلال استخدام موقع فيسبوك لأفراد العينة هو طرح أفكار ورؤى للحوار والمناقشة بنسبة 40%، كما هو موضح في الجدول رقم (15).

16- كشفت لنا الدراسة عن الأساس الذي يحدد به الطالب الجامعي علاقاته الافتراضية في

الفيسبوك وقدرت أغلب الإجابات بنسبة 40% و36% كما هو موضح في الجدول رقم

(16).

17- وضحت نتائج الدراسة أن أهم الحاجات التي يوفرها استخدام موقع فيسبوك هي السر

عن الهوية الحقيقية بنسبة 48%، كما هو موظفي الجدول رقم (17).

18- أوضحت الدراسة عدم امتداد العلاقات الافتراضية إلى الواقع بنسبة 56% كما هو

موضح في الجدول رقم (18).

19- كشفت الدراسة عن توظيف أفراد العينة للمعلومات الشخصية فكانت أغلب الإجابات

أحيانا بنسبة 58%.

20- كشفت الدراسة أن أفراد العينة يستخدمون الاسم المستعار بنسبة 72%، كما هو موضح

في الجدول رقم (20).

21- كشفت لنا الدراسة أن أغلبية مفردات العينة يسجلون على موقع فيسبوك بأسماء مستعارة

بنسبة 68%.

22- كشفت نتائج الدراسة أن اللغة العربية هي اللغة الأكثر استعمالا بنسبة 62% كما هو

موضح في الجدول رقم (22).

23- وضحت الدراية أن ما نسبته 68% يمتلكون حسابا واحدا كما هو موضح في الجدول

رقم (23).

24- كشفت نتائج الدراسة أن المبحوثين يستخدمون لتغذية حساباتهم أو صفحاتهم على

الشبكة محتويات تمت مشاركتها من طرف الأصدقاء بنسبة عالية قدرت بـ 62% كما هو

موضح في الجدول رقم (24).

25- بينت لنا نتائج الدراسة أن المبحوثين يستخدمون هوية افتراضية بديلة مختلفة عن الهوية

الحقيقية بنسبة 56%.

26- أوضحت الدراسة أن المبحوثين يسمحون لجميع من يطلبهم لصداقة بنسبة قدرت بـ 66

% كما هو موضح في الجدول رقم (26).

27- كشفت نتائج الدراسة أن المبحوثين يسمحون لجميع مستخدمي شبكة فيسبوك بالاطلاع

على ما ينشرونه فحساباتهم أو على صفحاتهم بنسبة 70%.

28- بينت لنا النتائج أن الاسم المستعار هو الأكثر استخداما بالنسبة لفئة الإناث بنسبة 56

% كما هو موضح في الجدول (28).

29- كشفت نتائج الدراسة أن نسبة الإناث أكبر من نسبة الذكور، من خلال اختيارهم لهوية

افتراضية بديلة عن الهوية الحقيقية بنسبة 56%.

## النتائج العامة للدراسة:

- بينت لنا نتائج الجدول رقم (01) أن نسبة الإناث أكبر من نسبة الذكور من حيث توزيع المبحوثين وذلك لأن الإناث يقبلن على التخصصات الأدبية أكثر، وأن تعداد الإناث أكثر في المجتمع.
- بينت لنا نتائج الجدول رقم (02) أن أكبر نسبة للمبحوثين تتراوح ما بين 20 و25 وهذا يرجع إلى كون أغلب الطلبة يسجلون بالجامعة بعد حصولهم على شهادة البكالوريا في سن الثامنة عشر، ليتحصلوا على شهادة ليسانس في حدود 22 سنة.
- بينت لنا أيضا أنه كلما زادت الفئة العمرية قل عدد الطلبة المبحوثين.
- بينت لنا نتائج الجدول (03) أن فئة العزاب هم الفئة الغالبة في العينة، وهذا لأن المبحوثين هم طلبة جامعيين وظروفهم العمرية والدراسية لا تسمح لهم بالارتباط.
- بينت لنا نتائج الجدول رقم (04) أن فئة البطالين أكبر من فئة الموظفين ويرجع ارتفاع نسبة البطالة إلى كون مفردات البحث طلبة جامعيين وأغلبهم إناث وبالتالي هم يرتكزون على الدراسة فقط.
- بينت نتائج الدراسة إلى أن أغلب المبحوثين لديهم خبرة في التعامل والولوج إلى موقع التواصل الاجتماعي فيسبوك، حيث تزيد مدة امتلاكهم لحساباتهم عن أكثر من ثلاث سنوات وهذا يرجع إلى تحسن خدمة الأنترنت.

- بينت نتائج الجدول رقم (06) أن أغلبية أفراد العينة يقضون أكثر من ساعتين يومياً، كما بين لنا لأن مستخدمي هذا الموقع أثناء ولوجهم للعالم الافتراضي الخاص بهم ينسيهم أهمية الوقت وبالتالي يقضون ساعات أطول على الشبكة.
- بينت نتائج الجدول رقم (07) أن أفراد العينة يفضلون استخدام موقع فيسبوك مساء.
- بين لنا أيضاً أن الفترة المسائية والليلية هي الأوقات التي يتفرغ فيها أغلبية الأفراد لدخول الموقع وهذا راجع إلى عدم مناسبة الوقت بالنسبة للطلبة المتمدرسين والموظفين.
- بينت لنا نتائج الجدول رقم (08) أن أفراد العينة يتصفحون حساباتهم مرات عديدة في اليوم، هذا يرجع لشغف المبحوثين بهذا الموقع ومدى ارتباطهم به.
- بينت لنا نتائج الجدول رقم (09) أن الخدمات التي يفضلها أفراد العينة علة موقع فيسبوك هي التعليقات والردشة الفورية.
- بينت لنا نتائج الجدول رقم (10) أن أكثر من نصف العينة لديهم أقل من مائة صديق افتراضي.
- بينت لنا نتائج الجدول رقم (11) أن أكثر من نصف العينة يعبرون عن إعجابهم بالنقر على عبارة إعجاب.
- كما بين لنا أنه يمكن للمستخدم التعبير عن الخدمات الثلاثة وهي الإعجاب، المشاركة، أو التعليق.

- بينت لنا نتائج الجدول رقم (12) أن أسباب فتح أفراد العينة لموقع فيسبوك من أجل التواصل والدرشة مع الأهل والأصدقاء ومن أجل الاطلاع على الأخبار وأيضا من أجل قضاء الوقت والترفيه والتسلية.
- بينت لنا نتائج الجدول رقم (13) أن أغلب الإجابات على السؤال من قام بفتح صفحتك على فيسبوك كانت بـ "أنا" وهذا راجع إلى سهولة فتح حساب على فيسبوك.
- بينت لنا نتائج الجدول رقم (14) أن الدوافع التي تجعل أفراد العينة يمتنعون على التعليق على صفحات فيسبوك كثيرة ومختلفة.
- بينت لنا نتائج الجدول رقم (15) أن أهم إشباع محقق لمفردات البحث من خلال استخدامهم لموقع فيسبوك هو طرح مجموعة من الأفكار والرؤى حول مواضيع هامة وطرحها للحوار والمناقشة.
- بينت لنا نتائج الجدول رقم (16) أن الأساس الذي يحدد به أفراد العينة علاقاتهم الافتراضية يختلف كل حسب أهدافه ورغباته.
- بينت لنا نتائج الجدول رقم (17) أن مسألة الستر عن الهوية الحقيقية من أهم الحاجيات التي يوفرها فيسبوك للمبحوثين.
- بينت لنا نتائج الجدول رقم (18) أن اختبارات وتفضيلات مفردات العينة على أساس تحول العلاقات وامتدادها من علاقات افتراضية إلى علاقات حقيقية من عدم.

- بينت لنا نتائج الجدول رقم (19) أن المبحوثين يوظفون البعض من معلوماتهم بالدرجة الأولى ثم تليها عدم استخدامها قطعا، ويأتي بعدها بنسب قليلة من يوظف معلوماته الشخصية على حسابه في الموقع.
- بينت لنا نتائج الجدول رقم (20) أن أفراد العينة يستخدمون الاسم المستعار بنسب كبيرة.
- بينت لنا نتائج الجدول رقم (21) أن أغلبية مفردات العينة يسجلون على موقع فيسبوك بأسماء مستعارة وكان وراء ذلك عدة عوامل منها الحفاظ على الخصوصية، دافع الشك في أن تستغل المعلومات الشخصية.
- بينت لنا نتائج الجدول رقم (22) أن اللغة المستخدمة من طرف المبحوثين هي اللغة العربية.
- بينت لنا نتائج الجدول رقم (23) أن أغلبية الأفراد يمتلكون حسابا واحدا.
- بينت لنا نتائج الجدول رقم (24) أن المبحوثين يستخدمون لتغذية حساباتهم أو صفحاتهم على الشبكة محتويات تمت مشاركتها من طرف الأصدقاء.
- بينت لنا نتائج الجدول رقم (26) أن أغلبية المبحوثين يسمحون لجميع المستخدمين بطليه للصدقة.
- بينت لنا نتائج الجدول رقم (27) أن نسبة الإناث في الاسم المستعار أكثر من نسبة الاسم الحقيقي عكس الذكور.

- بينت لنا نتائج الجدول رقم (28) أن نسبة الإناث أكبر من نسبة الذكور من خلال اختيارهم لهوية افتراضية بديلة عن الهوية الحقيقية.

الخاتمة

## الخاتمة:

نستنتج مما سبق أن استخدام الطلبة الجامعيين لموقع فيسبوك ساهم في تشكيل هوية افتراضية، أتاحت لمستخدميه حرية التعبير عن آرائهم وطرح أفكارهم وإيصال وجهات نظرهم ومناقشة الأمور المشتركة والتي تتناسب مع حاجاتهم وتحقق رغباتهم اليومية إذ أصبح وسيلة لتقديم الخدمات التي ساعدتهم في حياتهم لشخصية والاجتماعية بالإضافة إلى الترفيه والتسلية. وفي هذه الدراسة حاولنا التعرف على مدى استخدام موقع فيسبوك في تشكيل الهوية الافتراضية لدى طلبة قسم علوم الإعلام والاتصال، جامعة سكيكدة ميدان الدراسة، باعتبارهم الفئة الأكثر تعرضاً لهذه المواقع حسب العديد من الدراسات والبحوث، حيث اتضح لنا مدى أهمية موقع فيسبوك في استخدامه لدى الطلبة الجامعيين حسب دوافعهم وحاجاتهم بحيث فتح هذا الموقع مجالاً لتواصل الطلبة مع بعضهم البعض والحصول على مختلف الأفكار والمعلومات كما ساعد على تكوين هوية افتراضية ساعدته في تحقيق ما يطمح بمشاركته والوصول إليه وتحقيق حاجياته الشخصية.

لكن تبقى هناك العديد من السلبيات الناتجة عن هذا المجتمع الافتراضي كعدم إعطاء الوقت أهمية وإهداره حيث أصبح مستخدم هذا الموقع أثناء ولوجهم للعالم الافتراضي الخاص بهم والدخول في تواصل وتفاعل مع الأصدقاء ينسيهم أهمية الوقت وبالتالي يقضون ساعات طويلة على الشبكة وذلك على حساب العلاقات الحقيقية والأهل فالأسرة اليوم لم تعد تلتقي وتجلس مع بعضها البعض كما كانت فالسابق وهذا يفسر ضعف العلاقات الاسرية في المجتمع الافتراضي قرب البعيد وبعد القريب.

# قائمة المصادر والمراجع

قائمة المصادر والمراجع:

أولاً: القواميس.

1- مجمع اللغة العربية، المعجم الوجيز، الهيئة العامة لشؤون المطابع الأميرية، مصر،  
2000.

2- المنجد في اللغة والإعلام، بيروت، دار النشر، 2003.

3- ميشال جرحس، معجم مصطلحات التربية والتعليم، لبنان، دار النهضة العربية، ط1،  
2005.

ثانياً: الكتب.

1- أحمد الشربيني، الأنترنت شبكة شبكات المعلومات، مصر، مكتبة الأسرة، 2009.

2- آحمين عبد الحكيم، الهويات الافتراضية في المجتمعات العربية، المغرب، دار الأمان  
للنشر والتوزيع، ط1، 2017.

3- أليكس ميكشيللي، الهوية، ترجمة علي وطفة، دمشق، سوريا، دار الوسيم للخدمات  
الطباعية، 1993.

4- أميمة بينج، التجمعات الافتراضية في الجزائر، الجزائر، دار النشر والتوزيع، ط1، 2017.

5- بارعة شقير، نظريات الاتصال، جامعة دمشق.

- 6-البشير ربوح، السؤال عن الهوية في التأسيس والنقد والمستقبل، دار كلمة للنشر والتوزيع، ط1، تونس، 2016.
- 7-بن دنيا بعلي فطيمة، دراسة في الاستخدامات والإشباع، دار الأكاديميون للنشر والتوزيع، ط1، 2018.
- 8-الجبوري، حسين محمد جواد، منهجية البحث العلمي، مدخل لبناء المهارات البحثية، الأردن، دار الصفاء للنشر والتوزيع، ط1، 2013.
- 9-حسن عماد مكاوي، نظريات الإعلام، دار العربية للنشر والتوزيع، 2009.
- 10- حسين شفيق، صحافة الفيسبوك، الخبر من وكالات الأنباء إلى الفيسبوك، دار الفكر والفن، مصر، 2018.
- 11- حسين محمد جواد الجبوري، منهجية البحث العلمي، بكالوريوس، ماجستير، دكتوراه، عمان، دار المناهج للنشر والتوزيع، ط1، 2013.
- 12- حظري العياشي، الهوية الافتراضية وآثارها على المجتمع، ط1، 2018.
- 13- ربحي مصطفى عليات وآخرون، أساليب البحث العلمي، عمان، دار الصفاء، 2008.
- 14- رضا أمين، الإعلام الجديد، القاهرة، دار الفجر للنشر والتوزيع، ط1، 2015.
- 15- زكرياء السنزبيني بسرية صادق وآخرون، مناهج البحث العلمي، الأسس النظرية التطبيقية والتقنية الحديثة، ط1، 2012.

- 16- سعد سلمان المشهذاني، فراس حمود العبيدي، مواقع التواصل الاجتماعي وخصائص البيئة الإعلامية الجديدة، دار أمجد للنشر والتوزيع، ط1، 2020.
- 17- صالح خليل أبو إصبع، استراتيجيات الاتصال وتأثيراتها، الأردن، ط1، دار مجدلاوي للنشر والتوزيع، 2005.
- 18- عامر إبراهيم القندلجي، الإعلام والمعلومات والأنترنيت، عمان، دار اليازوري العلنية للنشر والتوزيع، ط1، 2013.
- 19- عامر إبراهيم قندلجي، الإعلام الإلكتروني، عمان، الأردن، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، ط1، 2015.
- 20- عبد الجبار سعيد حسن، مبادئ البحث العلمي، عمان، دار المناهج للنشر والتوزيع، ط1، 2012.
- 21- علاء الدين محمد عفيفي المليجي، الإعلام وشبكات التواصل الاجتماعي العالمية، الإسكندرية، دار التعليم الجامعي، ط1، 2015.
- 22- علي خليل شقرة، الإعلام الجديد شبكات التواصل الاجتماعي، الأردن، درا أسامة للنشر والتوزيع، ط1، 2014.
- 23- علي رحومة محمد، الأنترنيت وتأثيراتها على المجتمعات العربية، لبنان، ط1، 2015.
- 24- عمار بوحوش، محمد محمود الذنبيات، مناهج البحث العلمي وطرق إعداد البحوث، الجزائر، ديوان المطبوعات الجامعية، 2007.

- 25- فتحي حسين عامر، وسائل الاتصال الحديثة من الجريدة إلى الفيسبوك، القاهرة، العربي للنشر والتوزيع، ط1، 2011.
- 26- فؤاد شعبان، عبدة صبطي، تاريخ وسائل الاتصال وتكنولوجياته الحديثة، الجزائر، دار الخلدونية للنشر والتوزيع، ط1، 2012.
- 27- محسن جلوب جبر الكنابي، الإعلام الفضائي والجنس، الأردن، دار أسامة للنشر والتوزيع، ط1، 2012.
- 28- محمد البدوي، المنهجية في البحوث والدراسات الأساسية، تونس، دار المعارف للطباعة والنشر، 1998.
- 29- محمد الطواب، البحث العلمي (أسسه وأساليبه)، الإسكندرية، مركز الإسكندرية للكتاب، ط1.
- 30- محمد عبد الحميد، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، مصر، علم المكتبات، ط1، 2004.
- 31- محمد عبد العال النعيمي وآخرون، طرق ومناهج البحث العلمي، عمان، مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، ط1، 2009.
- 32- محمد عبيدات وآخرون، البحث العلمي، أدواته، أساليبه، عمان، دار الفكر للطباعة والنشر والتوزيع، ط1، 1998.

- 33- محي الدين إسماعيل محمد البديهي، تأثير شبكات التواصل الاجتماعي الإعلامية على جمهور الملتقيين، الإسكندرية، مكتبة الوفاء القانونية، ط1، 2015.
- 34- محي الدين إسماعيل محمد البديهي، تأثير شبكات التواصل الاجتماعي، الإعلامية المتلقين، الإسكندرية، مكتبة الوفاء القانونية، ط1، 2015.
- 35- مروى عصام صلاح، الإعلام الإلكتروني الأسس وآفاق المستقبل، عمان، دار الإعصار للنشر والتوزيع، ط1، 2015.
- 36- مصطفى يوسف كافي، الرأي العام، نظريات الاتصال، عمان، دار الحامد للنشر والتوزيع، ط1، 2015.
- 37- نديم منصوري، سيولوجيا الأنترنت، بيروت، منتدى المعارف، ط1، 2014.
- 38- وائل مبارك خضر فضل الله، أثر الفيسبوك على المجتمع، السودان، ط1، 2011.
- 39- ياس خضير البياتي، الإعلام الجديد الدولة الافتراضية الجديدة، عمان، دار البداية ناشرون وموزعون، ط1، 2014.

الرسائل الجامعية:

- 1- بدر الدين بلعباس، استخدامات الفيسبوك والهوية الافتراضية لدى الطلبة الجامعيين، تخصص علم الاجتماع، قسم العلوم الاجتماعية، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، 2019.
- 2- بودربالة عبد القادر بعنوان "بناء الرأي العام وتشكيله في المجتمعات الافتراضية عبر مواقع الشبكات الاجتماعية، موقعي الفيسبوك وتويتر كنموذج"، جامعة الحاج لخضر، باتنة، سنة 2020.
- 3- بودربالة عبد القادر، مواقع التواصل الاجتماعي وأثرها على الشباب الجزائري، دراسة على عينة من مستخدمي موقع Facebook بولاية البليدة، أطروحة لنيل شهادة دكتوراه علوم فب الإعلام والاتصال، قسم الاتصال، كلية علوم الإعلام والاتصال، قسم الاتصال، كلية علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر 03، سنة 2017.
- 4- تومي فضيلة بعنوان "أثر الشبكات التواصل الاجتماعي على تشكيل الهوية الافتراضية"، جامعة الجزائر، سنة 2014.
- 5- جهاد الصحرابي بعنوان "تمثلات الهوية الافتراضية للمجتمع الجزائري بالفضاء العمومي الرقمي من خلال أخلاقيات النقاش"، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2023.

- 6-ريحانة بلوطي، دوافع استخدام الهوية الافتراضية في الشبكات الاجتماعية وآثارها على الفرد، دراسة استكشافية لعينة من مستخدمي الفيسبوك كنموذج، رسالة لنيل شهادة الماجستير في الإعلام والاتصال، جامعة الحاج لخضر، باتنة، 2014.
- 7-سعيد زيناوي، دور الطالب الجامعي في الفعل التطوعي داخل المجتمع، مذكرة ماستر في علم الاجتماع والأنثروبولوجيا، تخصص علم اجتماع تنظيم وعمل، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، 2014.
- 8-صوالحية غنية بعنوان "اعتماد الأساتذة الجامعيين على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات"، جامعة تبسة، سنة 2019.
- 9-عبد الله ممدوح، مبارك الرعود، دور شبكات التواصل الاجتماعي في التعبير السياسي في تونس ومصر من وجهة نظر الصحفيين الأردنيين، رسالة ماجستير في الإعلام، تخصص إعلام آلي، كلية الإعلام، جامعة الشرق الأوسط، 2012.
- 10- غالية غضبان، أثر استخدام شبكات التواصل الاجتماعي على الهوية الثقافية لدى الطلبة الجامعيين الجزائريين في ظل العولمة الإعلامية، دراسة على عينة من مستخدمي الفيسبوك بجامعة باتنة، أطروحة مكملة لنيل شهادة الدكتوراه الطور الثالث في علوم الإعلام والاتصال، تخصص وسائل الإعلام والمجتمع، قسم علوم الإعلام والاتصال وعلم المكتبات، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة الحاج لخضر باتنة 1، 2018.

11- مبارك زودة ،بعنوان بناء الرأىالعام وتشكيله في المجتمعات الافتراضية عبر مواقع

الشبكات الاجتماعية ،موقعي الفيسبوك والتويتر ، كنمودجا، جامعة الحاج لخضر ،باتنة

سنة 2020.

12- محمد المنصور، تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على جمهور المتلقين، رسالة

ماجستير في الإعلام والاتصال مقدمة إلى مجلس كلية الآداب والتربية، الأكاديمية العربية

في الدنمارك، 2012.

#### المجلات:

1-بايوسف مسعودة، الهوية الافتراضية، الخصائص والأبعاد، مجلة العلوم الإنسانية

والاجتماعية في ظل التحولات السوسيوثقافية في المجتمع الجزائري.

2-بميمون كلثوم، السياقات الثقافية الموجهة للهوية الرقمية في ضوء تحديات المجتمع

الشبكي من التداول الافتراضي إلى الممارسة الواقعية، مجلة الإضافات، العددان، 24-

33، 2016.

3-سلامي سعيداني وأسماء لقيقت، تشكيل الهوية الافتراضية في ظل تنوع السياقات الثقافية

عبر مواقع التواصل الاجتماعي، مجلة التمكين الاجتماعي، الجزائر، مجلد 3، العدد 1،

مارس 2021.

4-فاطمة الزهراء دريم، الهوية الثقافية لطالب الجامعي في ظل الإعلام الجديد، مجلة

دراسات، ديسمبر 2017.

5- اليوناني عفيف، في الهوية القومية العربية، مجلة المستقبل العربي، العدد 57، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، لبنان، 1984.

المواقع الإلكترونية:

1- إبراهيم علاء الدين، الفيسبوك، إيجابيات عديدة وسلبيات أكثر

[www.gaum7.com./AMP/2010/12/11](http://www.gaum7.com./AMP/2010/12/11).

الملاحق



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة 20 أوت 1955-سكيكدة

كلية العلوم الاجتماعية والعلوم الإنسانية

قسم علوم الاعلام والاتصال.

تخصص اتصال تنظيمي

استمارة استبيان

تحت عنوان

استخدام موقع فيسبوك في تشكيل الهوية الافتراضية لدى طلبة الاعلام والاتصال جامعة 20 أوت 1955 سكيكدة

تحية طيبة أما بعد :

في اطار البحوث الاكاديمية والعلمية يسرنا ان نضع بين ايديكم هذا الاستبيان من اجل الإجابة وذلك لانجاز مذكرة  
ماستر اتصال تنظيمي والذي نحاول من خلاله تسليط الضوء على موضوع :

استخدام موقع فيسبوك في تشكيل الهوية الافتراضية لدى طلبة الاعلام والاتصال جامعة 20 أوت 1955 سكيكدة  
لدى نرجو منكم الإجابة بحرية وصراحة وفي الأخير تقبلو منا فائق التقدير

إشراف الأستاذ (ة):

حمودة زينة

من إعداد الطلبة:

- بوعافية نوارة

- عبدي يسرى

السنة الجامعية:

2023م/2024م

## البيانات الشخصية:

ضع علامة (X) في المكان المناسب لإجابتك، بإمكانك اختيار أكثر من إجابة.

1/ الجنس: ذكر  أنثى

2/ السن: 20-25 :

: 26-31

: 32-37

: 38-43

3/ الحالة المدنية: أعزب  متزوج  مطلق  أرمل

4/ الوضعية الاجتماعية: موظف  بطال

المحور الأول: ما هي عادات وأنماط استخدام طلبة قسم علوم الإعلام والاتصال جامعة سكيكدة لموقع فيسبوك؟

1/ متى وأنت تستخدم موقع الشبكة الاجتماعية فيسبوك؟

منذ أقل من سنة  من سنة إلى ثلاث سنوات  أكثر من ثلاث سنوات

2/ كم تقضي من الوقت في حسابك على موقع الشبكة الاجتماعية فيسبوك بشكل يومي؟

أقل من ساعة  من ساعة إلى ساعتين  من ساعتين إلى فما فوق

3/ الفترة الزمنية التي تفضل فيها الولوج إلى موقع الشبكة الإلكترونية Facebook؟

الصباح  المساء  الليل

4/ تتصفح حسابك على الشبكة الاجتماعية Facebook في اليوم؟

مرة واحدة  مرتين إلى ثلاث مرات  العديد من المرات

5/ الخدمات التي تفضلها في موقع الشبكة الإلكترونية Facebook؟

▪ مشاركة الصور والفيديوهات

- مشاركة الروابط
- التعليقات والدرشة الفورية
- مشاركة ألعاب ترفيهية

6/ كم لديك صديق افتراضي على حسابك على موقع الشبكة الاجتماعية Facebook؟

- أقل من مائة صديق افتراضي
- من مائة صديق افتراضي إلى مائتين
- أكثر من مائتين صديق افتراضي

7/ كيف تتعامل مع المضامين التي ينشرها أصدائك مع موقع الشبكة الاجتماعية Facebook؟

- أعبر عن إعجابي بما ينشر من مضامين ومحتويات (like/ Jaime)
- أضف تعليق على ما ينشر من مضامين ومحتويات وأتفاعل معه (commenter)
- أقوم بمشاركة هذه المضامين والمحتويات (partager)

المحور الثاني: ما هي دوافع استخدام طلبية قسم علوم الإعلام والاتصال جامعة سكيكدة لموقع فايسبوك؟

8/ ما هي أسباب فتحك لصفحة Facebook

.....

9/ من قام بفتح صفحتك على فيسبوك؟

.....

10/ ما هي الدوافع التي تجعلك تمتع عن التعليق في صفحات الفيسبوك؟

.....

المحور الثالث: ما هي الإشباعات المحققة من استخدام موقع الفيسبوك من قبل طلبة قسم علوم الإعلام والاتصال جامعة سكيكدة؟

11/ تستخدم موقع الشبكة الاجتماعية Facebook من أجل؟

(يمكن أن تجيب بأكثر من إجابة)

- التواصل مع الأصدقاء والأهل
- التعرف على أصدقاء افتراضيين جدد
- طرح أفكار ورؤي للحوار والمناقشة
- الترفيه والتسلية (قضاء وقت الفراغ)
- أخرى تذكر.....

12/ على اي أساس تحدد علاقاتك الافتراضية في الفيسبوك؟

.....

13/ يحقق لك استخدام مواقع الشبكة الاجتماعية Facebook الحاجات التالية (يمكن أن تجيب بأكثر من إجابة)

- التستر عن الهوية الحقيقية
- التسويق للذات
- جعل صفحتك من الصفحات الأكثر زيارة
- أخرى تذكر.....

14/ سبق وأن امتدت علاقاتك الافتراضية عبر موقع الشبكة الاجتماعية Facebook إلى الواقع؟

نعم  لا

**المحور الرابع:** ما هي العوامل المحددة لتشكيل الهوية الافتراضية للمبحوثين عبر حسابات موقع الشبكة الاجتماعية Facebook؟

15/ توظيف معلوماتك الشخصية الحقيقية على حسابك profile على موقع الشبكة الاجتماعية Facebook؟

دائما  أحيانا  أبدا

16/ دافع استخدامك اسمك الحقيقي على حسابك في موقع الشبكة الاجتماعية Facebook؟

- حتى يجدرك أصدقاؤك
- حتى يثق بك المستخدمين المتفاعلين معك
- لأنك مختلف عن الآخرين

17/ ما هو دافعك لاستخدامك الاسم المستعار على حسابك في موقع الشبكة الاجتماعية Facebook؟

- لا تحبذ أن يتعرف الآخرون على هويتك الحقيقية
- رغبة منك في تقمص شخصيات أخرى
- تشك في أن تستغل معلوماتك الشخصية
- للحفاظ على الخصوصية

18/ اللغة التي تستخدمها أثناء نشر المحتويات والتفاعل على حسابك profile في موقع الشبكة الاجتماعية Facebook هي: (يمكنك اختيار أكثر من إجابة)

- اللغة العربية
- اللغة الفرنسية
- اللغة الإنجليزية
- كلها معا

المحور الخامس: ما أثر موقع الشبكة الاجتماعية Facebook على تشكيل مظاهر الهوية الافتراضية؟

19/ كم تمتلك من حساب على موقع الشبكة الاجتماعية Facebook؟

- حسابا واحدا
- حسابين
- أكثر

إذا كانت الإجابة نعم: كيف تتعامل مع مختلف حساباتك

- بنفس الهوية الحقيقية
- بهويات متعددة
- أخرى تذكر .....

20/ مفهومات عن الهوية الافتراضية على موقع الشبكة الاجتماعية Facebook؟

هل هي:

- مجموع البيانات الشخصية التي تتركها عند تسجيلك في موقع الشبكة الاجتماعية Facebook
- مجموع الآثار التي تتركها عند زيارتك لموقع الواب المختلفة عبر حسابك على موقع Facebook

- مجموع التفاعلات والنشاطات التي تقوم بها أثناء الإبحار في موقع Facebook؟
- 21/ المحتويات والمضامين التي تنشرها على حسابك Profile أو صفحتك على موقع الشبكة الاجتماعية Facebook وتشاركها مع أصدقائك؟

- محتويات حقيقية تتعلق بك (صورة، تعليقات، أحداث يومية)
- محتويات تم نشرها ومشاركتها أثارت إعجابك (صور، فيديوهات، حكم، أقوال، نكت)
- أخرى تذكر.....

22/ الهوية التي شكلتها على حسابك Profile في موقع الشبكة الاجتماعية Facebook؟

- هويتك الافتراضية المطابقة لهويتك الحقيقية التي تمتلكها
- هويتك الافتراضية البديلة عن هويتك الحقيقية
- هويتك الافتراضية المختلطة بين هويتك الحقيقية ونظيرتها الافتراضية

23/ الذين تسمح لهم بطابك للصدقة على حسابك Profile على موقع الشبكة الاجتماعية Facebook؟

- جميع مستخدمي موقع الشبكة الاجتماعية Facebook
- معارفي وزملائي في الحياة الاجتماعية

24/ المستخدمون الذين تسمح لهم الاطلاع على ما تقوم بنشره على حائط حسابك Profile مع موقعه الشبكة الاجتماعية Facebook؟

- جميع مستخدمي موقع Facebook؟
- نفسك
- أصدقائك من مستخدمي موقع Facebook؟