



وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة غرداية

كلية العلوم الإجتماعية والإنسانية

قسم علوم الإعلام والاتصال



مقاربة عرض الذات في الحياة اليومية الافتراضية
دراسة على عينة من المستخدمين الجزائريين للفيسبوك

مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات نيل شهادة الماستر في علوم الاعلام
والاتصال

تخصص: إتصال وعلاقات عامة

إشراف الأستاذة:

-د. قلاعة كريمة.

إعداد الطالبة :

- مريم بوميدونة .

الموسم الجامعي: 1444هـ/1445هـ/2023م 2024م

بِسْمِ اللَّهِ
الرَّحْمَنِ
الرَّحِيمِ

شكر و عرفان

شكر الله العلي القدير الذي أنعم علي بنعمة العقل والدين

القائل في محكم التنزيل " وفوق كل ذي علم عليم " سورة يوسف الآية 76
" اقرأ بِاسْمِ رَبِّكَ الَّذِي خَلَقَ ﴿1﴾ خَلَقَ الْإِنْسَانَ مِنْ عَلَقٍ ﴿2﴾ اقرأ وَرَبُّكَ الْأَكْرَمُ ﴿3﴾ الَّذِي
عَلَّمَ بِالْقَلَمِ ﴿4﴾ عَلَّمَ الْإِنْسَانَ مَا لَمْ يَعْلَمْ ﴿5﴾ " سورة العلق الآية 1- 5
فالحمد لله حمدا كثيرا طيبا مباركا فيه.

واتباعا لقوله المصطفى عليه الصلاة والسلام في الحديث الشريف , عن أبي هريرة
- رضي الله عنه- قال- صلى الله عليه وسلم: " من لا يشكر الناس , لا يشكر الله " .

فإنني أتقدم بالشكر الجزيل والتقدير العميق للأستاذة 'قلاعة كريمة' التي منحتني ثقتها ولم
تبخل علي بنصائحها وتوجيهاتها كما لا أنسى كل أساتذة قسم 'علوم الإعلام والإتصال'
بجامعة غرداية.

الإهداء

صدق الله مولانا العظيم وبلغ رسوله الكريم ونحن على ما قال ربنا وخالقنا ورازقنا
ومولانا من الشاهدين, إلى روح نبينا وحبينا خير خلق الله محمد صلى الله عليه و سلم
وأصحابه ومن والاه أجمعين .

أهدي ثمرة جهدي إلى التي حملتني في بطنها تسعة أشهر و أغمرتني بدفئها وحبها حفظها
الله ورعاها أمي الغالية.

إلى الذي ثابر وسعى جاهدا من أجلي وكان داعما لي في كل أوقاتي فليحفظه الله ويرعاه
أبي الغالي .

إلى إخوتي وكل من كان داعما لي في مسيرتي الدراسية ونخص بالذكر الأساتذة الأفاضل
وخاصة أستاذتي المتواضعة كريمة قلاعة.

الملخص:

تهدف هذه الدراسة إلى الكشف عن كيفية عرض ذات الأفراد في الحياة اليومية الافتراضية عبر موقع التواصل الإجتماعي الفيسبوك من خلال البحث في عينة من المستخدمين الجزائريين , حيث تم الاعتماد على أداة الاستبيان الالكتروني لجمع البيانات والمعلومات من أفراد البحث والمتمثلة أساسا في المجتمع الجزائري واستعمال المنهج الوصفي , وكذلك تطبيق العينة الغير احتمالية على الدراسة واختيار 125 مفردة من مجتمع البحث , وبعد القيام بالتحليل الكمي والكيفي في الجانب الميداني للدراسة تم التوصل إلى مجموعة من النتائج أبرزها :

- تؤكد نتائج العينة أن عادات وأنماط استخدام الفيسبوك لدى المبحوثين الجزائريين متوسط بنسبة 32,8% .
- إن جل المستخدمين الجزائريين لموقع التواصل الاجتماعي " الفيسبوك " يميلون لعرض ذواتهم الحقيقية كما هي واقعا في ضل البيئة الرقمية عبر الفيسبوك بنسبة 84, وهذا لا يعني أن هنالك نسبة معتبرة تقدر 40,8 % تعتمد في الأساس على اخفاء الأسماء وعرض الذات من خلال الهوية المزيفة و الصور الحقيقية.
- إتضح من الدراسة أن الاسباب التي تقف وراء الابتعاد عن التلاعب بالأدوار المختلفة وعرض الذات بأسلوب الشخصية الحقيقية في سياق التفاعل الاجتماعي عبر الفيسبوك مرتبط بمدى إقدام المستخدم الجزائري على نشر مواضيع تخص الحياة اليومية و نشر الآراء الحقيقية .
- إن عملية الكشف عن تقدير الذات تتم بطرق انتقائية من طرف المستخدم بتقييم سلوكياته عند نشر إنجازاته في الحياة عبر الفيسبوك لتعزيز شعور التقدير والإفتخار لتكوين الانطباع الايجابي إذ تعتبر نسبتهم (41,6%) , إلا أن الأغلبية من المستخدمين يتجنب الإفتخار بذاته .

الكلمات المفتاحية: الذات . عرض الذات في الحياة اليومية الافتراضية . الفيسبوك . التلاعب بالأدوار.

Summary:

This study aims to reveal how individuals display their selves in virtual daily life via Facebook by researching a sample of Algerian users, where the electronic questionnaire tool was relied upon to collect data and information from the research individuals, mainly represented in the Algerian society and using the descriptive approach, as well as applying the non-probability sample to the study and selecting 125 individuals from the research community, and after conducting quantitative and qualitative analysis in the field aspect of the study, a set of results were reached, the most prominent of which are:

_ The results of the sample confirm that the habits and patterns of using Facebook among Algerian respondents are average%32,8

_ Most Algerian users tend to display their true selves as they are in reality in the digital environment via Facebook, and this does not negate the fact that there is a significant percentage estimated at.

that depends mainly on hiding names and displaying %40.8 the self through fake identity and real photos.

_ The study showed that the reasons behind avoiding manipulating different roles and presenting oneself in the style of a real personality in the context of his social interaction via Facebook are related to the extent to which the Algerian user publishes topics related to daily life and publishes real opinions.

_ The process of revealing self-esteem is done in selective ways by the user by evaluating his behaviors when publishing his achievements in life via Facebook to enhance the feeling of

appreciation and pride to form a positive impression, as their percentage is (41.6%), but the majority of users avoid being proud of themselves.

Keywords: Self. Presentation of self in virtual daily life. Facebook. Role manipulation.

مقدمة

مقدمة:

يمر الانسان عادة بتجارب وخبرات متنوعة في حياته اليومية والتي تتشكل في سياق واقعه وبيئته الاجتماعية، وذلك من خلال عملية اتصالية ديناميكية مستمرة، فلاتصال في حياتنا أهمية كبيرة؛ فلا يمكن أن يعيش أي فرد بدونها، فمن المعروف أن الإنسان بطبعه كائن اجتماعي، و من خلاله يتم التفاعل مع المحيط وكذا تبادل الخبرات والنقاشات التي تقوي الدعم الاجتماعي، والذي يعتمد عليه الإنسان بشكل كبير في بيئته، كما أن لهذا الأخير تأثير على احترام الذات ومدى تقديرها والشعور بالانتماء وتقدير الذات و كل هذا يحدد مدى قبول الفرد في المجتمع، ويؤدي هذا التحفيز الفرد على اتخاذ الخطوات اللازمة لتجنب الرفض، وتحسين مكانه في التسلسل الهرمي الاجتماعي، فمن هنا يمكن القول في هذا الصدد بأن الاتصال هو حتمية اجتماعية وعملية أساسية نتعامل ونفهم ونناقش الآخرين من خلال بيئتنا بما فيها، ونضفي عليه معاني معينة، وبه نؤثر عليهم ونتأثر بهم، ومن أهم وسائل التواصل الحديثة التي أدت إلى بروز ثورة معلوماتية في مجال تواصل الأفراد مع بعضهم باختلاف جنسياتهم وثقافتهم ودياناتهم ومكانتهم الاجتماعية والحيز الجغرافي لتواجدهم، نجد الشبكات الاجتماعية التي اصبحت تلعب دورا هاما في نقل الأفكار والمعلومات والتفاعل فيما بينهم و بناء علاقات اجتماعية افتراضية، ومن بين أشهر هذه الشبكات الاجتماعية "الفيس بوك" الذي يعتبر أحد أبرز المواقع شعبية، ومن بين أهم الوسائل الاتصالية، فهو يساعد على تقليص المسافات، كما يستعمل لأغراض مختلفة تعليمية، سياسية أو اجتماعية، بالإضافة الى تزويد المستخدم بمعارف كثيرة ومتنوعة التي تصل إلى مختلف شرائح المجتمع وفي وقت قصير، بين الأفراد المستخدمين لمثل هذه الفضاءات الافتراضية استطاعت أن تغير من نمط الاتصال، و أن يغير نمط التواصل من التواصل الاجتماعي الواقعي إلى النمط الافتراضي، كما ساهم بشكل فعال في عرض الأفراد لحياتهم اليومية (عرض الذات في الحياة اليومية) ونشر مستجداتهم به وفتح آفاق جديدة ومرونة للأدوار التي يلعبها مستخدميه، وتبعاً لهذا حاولت من خلال دراسة هذا الموضوع معرفة ومعالجة كيفية عرض الذات لدى المستخدمين الجزائريين في الحياة اليومية الافتراضية عبر الفيسبوك.

وفي هذا الصدد قمت بتقسيم الدراسة إلى فصلين حسب منهجية **IMRAD** كالتالي:

حيث يتعلق الفصل الأول بالإطار المنهجي للدراسة: والذي تضمن عدة خطوات منهجية كالإشكالية، التساؤلات الفرعية، أهمية وأهداف الدراسة، أسباب اختيار الموضوع، حدود الدراسة والمنهج المستخدم، أداة جمع البيانات، وعينة الدراسة ثم تحديد المصطلحات والمفاهيم، وكذا الدراسات السابقة والمقاربة النظرية للدراسة.

أما الفصل الثاني: فكان عنوانه الإطار الميداني والذي تضمن كل من التحليل الكمي والكيفي للبيانات؛ ففي هذا الفصل قمت بعرض البيانات ومن ثم تفسيرها وتحليلها وتأويلها وإضافة مقولة مفكر أو فروض النظرية وكل ما يدعم المحتوى أو الفكرة المطروحة للدراسة القائمة, وفي نهاية هذه الدراسة تم عرض النتائج العامة للدراسة, ومن ثم خاتمة هذا البحث العلمي.

قائمة المحتويات	
	أ- شكر و عرفان
	ب- الإهداء
	ج- مقدمة
الصفحة	الإطار المنهجي:
18	1- الإشكالية
20	2- التساؤلات الفرعية للدراسة
20	3- أهداف الدراسة
20	4- أهمية الدراسة
21	5- أسباب اختيار الموضوع
21	6- حدود الدراسة
22	7- نوع الدراسة
22	8- منهج الدراسة
23	9- أداة الدراسة
24	10- عينة الدراسة
25	11- تحديد مصطلحات ومفاهيم الدراسة
32	12- الدراسات السابقة
38	13- المقاربة النظرية للدراسة
الإطار الميداني	
49	14- التحليل الكمي والكيفي للبيانات العامة
53	15- التحليل الكمي والكيفي لبيانات المحور الأول
65	16- التحليل الكمي والكيفي لبيانات المحور الثاني
77	17- التحليل الكمي والكيفي لبيانات المحور الثالث
115	18- النتائج العامة للدراسة
118	19- خاتمة
120	20- قائمة المصادر والمراجع
125	21- قائمة الملاحق

الترقيم	قائمة الجداول	الصفحة
1	معامل صدق	46
2	توزيع مجتمع الدراسة حسب الجنس	47
3	توزيع مجتمع الدراسة حسب المستوى التعليمي	47
4	توزيع مجتمع الدراسة حسب الحالة الاجتماعية	48
5	المدة التي يقضيها المستخدم في موقع الفيسبوك خلال اليوم	49
6	يربط بين الجنس وبين الحجم الساعي للاستخدام	50
7	استخدام الحساب الشخصي في الفيسبوك لدى المبحوثين	51
8	نسبة النشر الذي يقوم به المبحوث في الفيسبوك	53
9	يربط بين متغير الجنس ومدى النشر الذي يقوم به المستخدم	54
10	يربط بين المستوى التعليمي ومدى النشر الذي يقوم به المستخدم	54
11	طبيعة المواضيع التي يلجئ المستخدم لنشرها في حسابه الشخصي عبر الفيسبوك	56
12	يربط بين طبيعة المواضيع ومتغير المستوى التعليمي	57
13	هدف المستخدم من المنشورات التي يضعها على صفحته في الفيسبوك	58
14	يربط بين متغير الجنس وهدف المستخدم من النشر	58
15	يربط بين المستوى التعليمي وهدف المستخدم من النشر	60
16	صفحة المستخدم في الفيسبوك لمن تتاح	61
17	يربط بين متغير الجنس وهل الصفحة متاحة	62
18	معامل ثبات الدراسة	62
19	ثبات الدراسة (التجزئة النصفية)	63
20	معامل الارتباط في مجال الصدق البنائي	64
21	مجالات المتوسط الحسابي لتحديد الاتجاهات العامة للعبارات	65
22	اتجاه اجابات أفراد العينة على عبارات المحور الثاني	65
1	طبيعة الأسماء التي يفضل المبحوث استخدامها في الفيسبوك نظرا لجعله يشعر بالحرية والراحة	67
2	المعلومات الحقيقية التي يستعملها المبحوث في الفيسبوك	68
3	اخفاء الاسم الحقيقي عبر الفيسبوك يشعرني بالراحة	69
4	استخدام المبحوث للصورة الحقيقية على الحساب الشخصي في الفيسبوك للتعبير عن هويته في الواقع	70
5	مدى محافظة مستخدم الفيسبوك على المكانة والرتبة الاجتماعية من خلال وضع طبيعة المهنة أو الوظيفة أو انتماء الطالب أو أي نشاط آخر في profile الخاص بالمبحوث	71

72	اعتماد المبحوث في profile الخاص على مقولة تعبر عن قناعاته الشخصية في الحياة	6	
73	تفضيل المستخدم لإضافة كنية (تسمية) متعلقة بالواقع المعاش تحت الاسم الخاص بالصفحة الشخصية في الفيسبوك	7	
74	يربط بين متغير الجنس وجميع عبارات المحور الثاني	23	
75	يربط بين متغير السن وعبارات المحور الثاني	24	
76	يربط بين المستوى التعليمي وبين عبارات المحور الثاني	25	
77	اتجاه اجابات أفراد العينة على عبارات المحور الثالث	26	
79	تفضيل المستخدم لعدة حسابات في الفيسبوك من أجل التحدث مع الآخرين بشخصية مختلفة	1	
80	تعامل المستخدم بشخصيته الحقيقية في موقع الفيسبوك	2	
81	الآراء الحقيقية التي يقدمها المستخدم حول ما ينشر من مواضيع في الفيسبوك	3	
82	تفضيل المبحوث لشخصيته الافتراضية على الشخصية الواقعية	4	
83	ما يتم نشره في الفيسبوك يعبر عن حقيقة المستخدم كما هي في الواقع	5	
84	الآراء التي يتفاعل بها المستخدم حول ما ينشره في الفيسبوك لا تعبر عن آرائه الحقيقية الواقعية	6	
85	اخفاء الصورة الحقيقية للمبحوث لأنها من الممكن أن تكون سببا في عدم تواصل الآخرين معه	7	
86	تفضيل التلاعب بشخصية المستخدم عندما يكون في علاقة عاطفية عبر الفيسبوك	8	
87	قصص ومقاطع الريلز التي يشاركها المبحوث تعبر عن حياته الواقعية	9	
88	المنشورات التي يشاركها المستخدم التي تعبر عن حالته النفسية بشكل مباشر	10	
89	تفضيل المبحوث التواصل بشخصية مختلفة مع الآخرين عبر الفيسبوك للتلاعب بالآخرين	11	
90	اللغة التي يفضل المبحوث وضع المنشورات بها واللغة التي يحاور الآخرين بها عبر الفيسبوك	12	
91	مدى زيادة افتخار المستخدم بذاته عند وضع صورته عبر الفيسبوك	13	
92	مدى ارتياح المستخدم في التواصل أكثر من خلال العلاقات الافتراضية مع من لا يعرفهم في الواقع الحقيقي	14	

93	استخدام المبحوث أكثر من لغة في حوارهِ مع الآخرين عبر الفيسبوك	15
94	تقديم المبحوث نفسه في الفيسبوك دائما بصورة مثالية من خلال ما يتم نشره على صفحته	16
95	تعامل المستخدم بصفات مختلفة تماما على شخصيته الحقيقية عند التواصل عبر رسائل Messenger	17
96	تفضيل المبحوث لنشر story أكثر والمشاركة بشكل يومي story عبر الفيسبوك	18
97	حب المستخدم لنشر صور السيلفي عبر الفيسبوك لشعوره بتقدير الذات من خلال ما يبيده الآخرين من إعجاب	19
98	مشاركة story بشكل يومي من أجل تقديم نصائح وإرشادات للآخرين	20
99	ما يضعه المبحوث من منشورات ومقاطع دينية عبر صفحته في الفيسبوك لإظهار للآخرين بأنه شخص جيد	21
100	ما ينشره المستخدم من إنجازاته و نجاحاته في الحياة الواقعية عبر الفيسبوك للشعور بتقدير الذات	22
101	المنشورات التافهة التي توضع بالصفحات والمجموعات تعبر عن مستوى صاحبها الذي ينشرها	23
103	تفضيل المبحوث لاستخدام البث المباشر عبر الفيسبوك لإبراز شخصيته من خلال ما يتم تقديمه من أفكار للآخرين	24
104	شعور المستخدم بتقدير الذات عندما يجد الإعجاب متزايد على منشوراته	25
105	ما يتم نشره من طرف المستخدم على صفحته في الفيسبوك هو فقط لكي يستفيد الآخرين	26
105	تحدث المبحوث بشخصية مختلفة عن الواقع عبر الدردشة في الفيسبوك لكي يتمكن من ابتزاز الآخرين	27
106	يربط بين السن وعبارات المحور الثالث	27
107	يربط بين المستوى التعليمي وعبارات المحور الثالث	28
108	يربط بين الحالة الاجتماعية وعبارات المحور الثالث	29
109	يربط بين سنوات الاستخدام وعبارات المحور الثالث	30
110	نتائج اختبار التوزيع الطبيعي	31
112	اختبار T-test بالنسبة للجنس	32
112	اختبار (ANOVA) بالنسبة للمنصب	33
113	اختبار (ANOVA) بالنسبة لسنوات الخدمة	34

الترقيم	قائمة الأشكال	الصفحة
1	تركيبة مجتمع الدراسة حسب الجنس	49
2	تركيبة مجتمع الدراسة حسب المستوى الدراسي	50
3	تركيبة مجتمع الدراسة حسب الحالة الإجتماعية	51
4	توزيع المدة التي يقضيها مستخدمي الفيسبوك خلال اليوم	53
5	توزيع العينة حسب سنوات استخدام الفيسبوك	55
6	نسبة النشر الذي يقوم به المبحوث في الفيسبوك	56
7	توزيع العينة حسب طبيعة المواضيع التي ينشرها المستخدم في صفحته عبر الفيسبوك	59
8	توزيع العينة حسب هدف المستخدم من المنشورات التي يضعها على صفحته في الفيسبوك	61
9	إتاحة صفحة المستخدم في الفيسبوك	63
10	توزيع نسبة الإجابات لمستخدمي الفيسبوك على اعتبار الذات الافتراضية والواقعية	66
11	توزيع العينة على محور طبيعة عرض الذات في الحياة اليومية الافتراضية	78
12	منحنى التوزيع الطبيعي	110
13	مخطط انتشار عينة الدراسة	111

الإطار المنهجي

خطة الإطار المنهجي:

- 1- الإشكالية
- 2- التساؤلات الفرعية للدراسة
- 3- أهداف الدراسة
- 4- أهمية الدراسة
- 5- أسباب اختيار الموضوع
- 6- حدود الدراسة
- 7- نوع الدراسة
- 8- منهج الدراسة
- 9- أداة الدراسة
- 10- عينة الدراسة
- 11- تحديد مصطلحات ومفاهيم الدراسة
- 12- الدراسات السابقة
- 13- المقاربة النظرية للدراسة

الإشكالية:

بمرور الزمن تطورت حياة الأفراد تزامنا مع تطور المجتمعات في حد ذاتها التي أصبحت تعرف انتشارا واسعا بين الجماهير، والتي تسمح للمشارك فيها بإنشاء حساب خاص به ومن ثم ربطه من خلال نظام اجتماعي إلكتروني مع أعضاء آخرين ربما يشتركون في بعض الاهتمامات، أو مجموعة أصدقاء الجامعة أو الثانوية وغيرها، حيث تساهم في هروب بعض الأفراد من واقعهم والبعض الآخر تعلمهم وتثقفهم وتمكنهم من الاطلاع على المعارف والتطورات الحاصلة، بحيث تتجاذب أدوار هذه الشبكات بين ما هو سلبي وإيجابي على حسب نمط الاستخدام و تيرته، وتبعا للوظائف الجديدة لهذه الشبكات وكذا لخصائصها تحول نمط الاتصال من الواقعي إلى الاتصال الافتراضي؛ الذي قرب المسافات بين الشعوب وألغى الحدود وزاوج بين الثقافات، مما جعل المجتمعات تتفتح على بعضها وتبني جسور التواصل والنقاش بينها وتتحول من نمط المجتمعات الواقعية إلى المجتمعات الافتراضية .

فقدما كان الاتصال مثلا يعرف صعوبات كبيرة نظرا للبعد الجغرافي؛ وهذا من حيث تبليغ الرسالة بين الأفراد، بينما تيسر ذلك في الوقت الراهن بسبب ظهور الاتصال الرقمي الذي اكتسب أهمية بالغة، وكذا بروز العلاقات الاجتماعية الافتراضية التي لا تمكن المستخدمين من التواصل فقط مع من يعرفونهم فعليا في الحياة الواقعية وبشكل شخصي بينما تمكنهما أيضا من بناء علاقات جديدة ليس فقط في إطار المجتمع الذي يعيشون فيه بل من الممكن أن تكون مع أشخاص من مختلف دول العالم ذو هويات ولغات ونمط معيشي مختلف تماما مع الطرف الآخر، ومن خلال هذه المرونة في الاتصال، ومن الممكن أن تظهر أبعاد وأشكال جديدة لعرض الذات في الحياة اليومية الخاصة بالأفراد المستخدمين لهذه الشبكات في طريقة التعامل والتواصل مع غيرهم عبر الفيسبوك.

وفي علاقة الاتصال بالتفاعل الاجتماعي فإن حضور الأشخاص وتواجد بعضهم مع بعض يعتبر عاملا أساسيا في النشاط الإنساني بغض النظر عن الأسباب والغايات

والسياقات التي توّطره من جهة, ونوعية العلاقات التي ننشئها يوميا من جهة أخرى في المعيش الاجتماعي, وفي هذا الصدد نجد **ارفن غوفمان** الذي تحدث على أن هذه العلاقة تلعب دورا في عملية عرض الذات, حيث تمكن الأفراد من لعب أدوار مختلفة في حياتهم اليومية, وكأنهم يمثلون على خشبة المسرح في بيئتهم الاجتماعية, من خلال تعاملهم وتواصلهم مع الأفراد؛ فمنهم من يعرض الذات الحقيقية كما هي دون المبالغة في إبداء تصرفاتهم فيمكن أن تكون هي نفسها الذات التي تظهر في الفرد عندما يكون بمفرده داخل غرفته وربما يختلف الأمر, وهناك من الأفراد من يحاول عرض نفسه بطريقة مثالية و تقديم الوجه الحسن الذي ينعكس ايجابا على صورته, وغالبا ما يحاول الفرد بلوغها, وهذه العملية يمكن لها أن تتجسد في المجتمعات الافتراضية, وخاصة الفيسبوك الذي تنبني في خضمه حياة رقمية موازية للحياة الواقعية, والتي تتيح احتمالية لربما أكبر للتلاعب بالأدوار نظرا لعدة عوامل أهمها طبيعة الهوية الافتراضية, والتي مثلما تقترب في بعض الأحيان إلى الواقعية مثلما تبعد عنها في أحيان أخرى, كما أن أساليب وأشكال عرض الذات في حد ذاتها من الممكن أن تكون مختلفة في الفضاء الافتراضي حيث يتسم بنطاق أكثر اتساعا من الحرية والاختيار, ومنه لا نجد أهمية للمكان أو الزمان, وهذه السمات ساهمة في اختلاف طرق عرض الذات بين الأشخاص في الحياة اليومية الافتراضية عبر الفيسبوك, وفي هذه الدراسة نحاول التطرق إلى عرض الذات في الحياة اليومية الافتراضية بأخذ عينة من المستخدمين الجزائريين ومعرفة الأدوار التي يتخذونها لعرض ذواتهم في هذه المنصة الإلكترونية, وهذا ما سنحاول استكشافه من خلال هذه الدراسة الحالية, من هذا المنبر يمكننا طرح التساؤل الرئيس التالي:

كيف يتم عرض الذات لدى المستخدمين الجزائريين في الحياة اليومية الافتراضية عبر الفيسبوك؟

1- التساؤلات الفرعية للدراسة:

- 1- ما عادات وأنماط استخدام الفيسبوك لدى المستخدمين الجزائريين؟
- 2- ما مدى اعتبار الذات الافتراضية انعكاس للذات الواقعية بالنسبة للمستخدمين الجزائريين عبر الفيسبوك؟
- 3- ما أشكال عرض الذات الافتراضية لدى المستخدمين الجزائريين عبر الفيسبوك؟
- 4- إلى أي مدى يتجسد التلاعب بالأدوار لدى المستخدمين الجزائريين في الفيسبوك؟
- 5- ما الأسباب التي تقف وراء التلاعب بالأدوار وكعرض الذات بأسلوب معين دون غيره عبر الفيسبوك؟

2- أهداف الدراسة :

- 1- معرفة عادات وأنماط استخدام الفيسبوك لدى المبحوثين الجزائريين .
- 2- معرفة كيفية انعكاس عرض الذات من خلال الفيسبوك لدى المستخدمين الجزائريين .
- 3- التعرف على أشكال عرض الذات في البيئة الافتراضية عبر الفيسبوك لدى المستخدمين الجزائريين .
- 4- معرفة كيف يتجسد التلاعب بالأدوار من طرف مستخدمي الفيسبوك الجزائريين.
- 5- البحث عن أسباب لجوء الأفراد إلى التلاعب بالأدوار ومدى تحقيقهم لهذه الأخيرة.
- 6- معرفة الدوافع التي تقف وراء استخدام الفيسبوك لدى المبحوثين الجزائريين .

3- أهمية الدراسة:

تكمن أهمية الدراسة في أنها تعالج مقارنة عرض الذات في الحياة اليومية الافتراضية عبر موقع الفيسبوك, كما أن لهذه المنصة الإلكترونية تأثيرات مختلفة, سواء إيجابيا من خلال تواصل الأفراد فيما بينهم لثتى المواضيع وتبادل الأخبار وأهم المستجدات الواقعة, أو لجعل المستخدم ينشغل بهذه المنصة الإلكترونية ولا يعير لنشاطاته وهوياته وحياته اليومية أهمية كثيرة فيمثل تأثيرا سلبي على الفرد, ولا ننسى ذكر أهمية الموضوع الحالي عند التطرق له, يستطيع أي شخص أن يتعامل بطريقة سلسلة مع بيئته الرقمية والواقعي والتعرف على السلوكيات والأدوار التي يتخذها الأفراد كأصدقاء العمل مثلا, ومنه تتمكن من تقليل المشاكل الواقعة في تعاملاتنا وانطباعاتنا اتجاه الغير لفهمنا لأهم المعاني التي يبني عليها عرض الذات في الحياة اليومية والافتراضية, حيث نجد ان هذه الدراسة تكتسب أهميتها من طبيعتها كونها تبتعد عن ما يتعلق بالعلاقات العامة في المؤسسات وأداء الممارسة الإعلامية وتتخطى ذلك إلى البحث في موضوع يختص بالتواصل الإنساني وتحديد الاتصال الشخصي في المجتمعات الافتراضية.

4- أسباب اختيار الموضوع:

• الذاتية:

- اهتمامي الشخصي بدراسة موضوع مقارنة عرض الذات في الحياة اليومية الافتراضية لدى المستخدمين الجزائريين لموقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك.
- كون موضوع مقارنة عرض الذات في الحياة اليومية الافتراضية عينة من المستخدمين الجزائريين لموقع الفيسبوك ظاهرة منتشرة وخاصة في الوقت الحالي.
- الرغبة في الاستزادة والاطلاع حول موضوع الدراسة.

• الموضوعية:

- أهمية موضوع عرض الذات في الحياة اليومية الافتراضية عينة من المستخدمين الجزائريين لموقع الفيسبوك وحيويته وحدثه
- السعي لمعرفة أساليب وأشكال عرض الذات في الحياة اليومية الافتراضية وأبرز الأدوار التي يتقمصها الأفراد من خلال موقع الفيسبوك .
- الارتباط المباشر لموضوع الدراسة بمجال التخصص.

5- حدود الدراسة:

- أ- الزمنية : كانت بداية الدراسة من ديسمبر 2023 إلى غاية 11 سبتمبر 2024.
- ب- البشرية: يتمثل الإطار البشري في هذه الدراسة في عينة من الجمهور العام الجزائري المستخدم للفيسبوك.
- ت- المكانية: تمت الدراسة في المجال الرقمي عبر موقع الفيسبوك عند الجزائريين ومنه لا توجد حدود جغرافية مضبوطة. لكن الموضوع يتجسد من خلال الفضاء الرقمي .

6- نوع الدراسة:

تنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية التحليلية التي تهدف إلى التعمق أكثر في المعرفة والبحث عن الحقيقية واستخلاص فكرة صادقة عن جوهر ومحتوى الموضوع سعياً إلى تفسير معلومات أو تحليل بيانات متاحة , كما أن هذا النوع من البحوث يهدف إلى وصف ظواهر أو أحداث معينة وجمع الحقائق والمعلومات عنها ووصف الظروف الخاصة بها وتقرير حالتها كما توجد عليه في الواقع , وفي كثير من الحالات لا تقف البحوث الوصفية عند حد الوصف أو التشخيص الوصفي , وتهتم أيضاً بتقرير ما ينبغي أن تكون عليه الظواهر أو الأحداث التي يتناولها البحث , وذلك في ضوء قيم أو معايير

معينة، واقتراح الخطوات أو الأساليب التي يمكن ان تتبع للوصول بها إلى الصورة التي ينبغي أن تكون عليه في ضوء هذه المعايير أو القيم، ويُستخدم لجمع البيانات والمعلومات في أنواع البحوث الوصفية أساليب ووسائل متعددة .

ويعرف هذا النوع أيضا أنه " يقوم على دراسة الظواهر كما توجد في الواقع ويهتم بوصفها وصفا دقيقا ويعبر عنها كفيما أو كميًا، فالتعبير الكيفي يصف الظاهرة ويوضح خصائصها، أما التعبير الكمي فيعطيها وصفا رقميا يوضح مقدار هذه الظاهرة أو حجمها أو درجة ارتباطها مع الظواهر الأخرى ". إن البحوث الوصفية لا تقف عند الوصف أو التشخيص، بل تهتم بتقرير ما ينبغي أن تبني عليه الظاهرة أو الحدث أو الموقف بالمستقبل، وفقا لمعايير أو قيم مستخلصة من الدراسة، وبالتالي اقتراح لخطوات وأساليب الأزمّة، لحدوثها أو عدمه¹.

7- منهج الدراسة:

بناء على نوع الدراسة والأهداف التي سعت لتحقيقها، تم الاعتماد على المنهج الوصفي الذي يحاول من خلاله وصف الظاهرة موضوع الدراسة كما توجد في الواقع، وتحليل بياناتها، والعلاقة بين مكوناتها والآراء التي تطرح حولها والعمليات التي تتضمنها والآثار التي تحدثها، ومنه نتطرق لمعرفة المنهج بأنه: "فن التنظيم الصحيح لسلسلة من الأفكار العديد من أجل الكشف عن الحقيقة"، أي أنه الخطة التي يرسمها الباحث لنفسه في ترتيب الأفكار². أما المنهج الوصفي يعبر عن: "مجموعة الأساليب البحثية التي توفر إمكانية وصف الظاهرة وصفا كميًا أو كفيًا، وبدون التدخل في سيرورتها³. ويعرف أيضا: "بأنه أسلوب من أساليب التحليل المركز على معلومات كافية ودقيقة عن الظاهرة أو موضوع محدد، أو فترة أو فترات زمنية معينة، وذلك من أجل الحصول على نتائج علمية، ثم تفسيرها بطريقة موضوعية، بما ينسجم مع المعطيات الفعلية للظاهرة"⁴. وفي هذا السياق يُعرف المنهج الوصفي بأنه: "يعتبر من المناهج الرئيسية التي تستخدم في البحوث الإنسانية والاجتماعية ويعتمد على دراسة الواقع أو الظاهرة، كما توجد في الميدان، ويهتم بوصفها وصفا دقيقا، ويعبر عنها تعبيرًا كفيًا أو كميًا"⁵، فهذا المنهج يتيح لنا إمكانية التحليل والتفسير بكل موضوعية .

11 - مراد ديان، مناهج البحث في العلوم الاجتماعية والإنسانية، ط1، المركز العربي للأبحاث، بيروت، نوفمبر 2022، ص15.

2 - نوزاد حسن أحمد، المنهج الوصفي في كتاب سيوريه، الطبعة الأولى، دار الكتب الوطنية، بنغازي، 1996م، ص 33.35.

3 - سعد الحاج بن جغل، ثلاثة مناهج لبحث علمي رائد مفاهيم وتصاميم، الطبعة الأولى، دار البداية ناشرون وموزعون، د.ب، 2019م، ص22.

4 - إسماعيل إبراهيم، مناهج البحوث الإعلامية، الطبعة الأولى، دار الفجر للنشر والتوزيع، 2017م، ص53.

5 - محمود أحمد درويش، مناهج البحث في العلوم الإنسانية، ط1، مؤسسة الأمة العربية للنشر والتوزيع، مصر، 2018، ص17.

8- أداة الدراسة:

اعتمدت في هذه الدراسة على أداة الاستبيان التي يتم اللجوء لها في البحث العلمي لجمع البيانات والمعلومات عن الظاهرة والموضوع المدروس والذي يساهم بشكل كبير في تحليل الظاهرة ووصفها وتفسيرها، وهذه بعض السمات التي جعلته يكون كوسيلة تناسب دراسة هذا الموضوع، حيث يعرفه **جمال زكي والسيد ياسين** بأنه: "وسيلة من وسائل جمع البيانات تعتمد أساسا على الاستمارة تتكون من مجموعة من الأسئلة ترسل بواسطة البريد أو تسلم إلى الأشخاص الذين يتم اختيارهم لموضوع الدراسة ليقوموا بتسجيل اجاباتهم على الأسئلة، ويتم كل ذلك بدون مساعدة الباحث للأفراد"¹. فقد تم في هذه الدراسة استخدام الاستبيان الالكتروني نظرا لسهولة الحصول على البيانات وجمعها في وقت قصير، كما يسهل علينا عملية تفريغ البيانات. حيث تم اتباع بعض الخطوات لتصميمه واعداده، وتمثلت في الخطوات التالية:

- 1- الاطلاع على بعض الأدبيات والدراسات السابقة ذات الصلة بموضوع الدراسة، والاستفادة منها في بناء الاستبيان وصياغة فقراته، حيث تم الاعتماد على ذلك في صياغة فقرات الاستبيان.
- 2- تحديد المحاور الرئيسية التي يشملها الاستبيان، وتحديد الفقرات التي تقع تحت كل محور من المحاور.
- 3- عرض الاستبيان على مجموعة من المحكمين من أساتذة الكلية والمتمثلين في فوزي شريطي محاضر قسم تخصص إعلام و إتصال وكذا الاستاذ أبو بكر صيتي مساعد قسم تخصص إعلام و إتصال، إضافة الى ذلك أستاذين في علم الاجتماع أحمد بجاج محاضر ب وسعيد رقايدة أستاذ مساعد ب.
- 4- في ضوء آراء المحكمين وتوجيهات المشرفين تم تعديل بعض فقرات الاستبيان من حيث التعديل والحذف والإضافة، ليستقر في صورته النهائية على ثلاث محاور فالمحور الأول يمثل عادات وأنماط إستخدام الفيسبوك ومن ثم محور اعتبارات الذات الإفتراضية والواقعية حيث احتوى على سبعة أسئلة منها: أفضل استخدام الاسم المستعار في الفيسبوك، وأضع معلوماتي الحقيقية في الفيسبوك وكذلك استخدام صورتي الحقيقية على حسابي في الفيسبوك لأنها تعبر عن هويتي في الواقع، ومن ثم المحور الثالث والأخير طبيعة عرض الذات في الحياة اليومية

¹ - على معمر عبد المؤمن , مناهج البحث في العلوم الاجتماعية :الاساسيات والتقنيات والأساليب , الطبعة الاولى , منشورات جامعة 7 أكتوبر 2008, ص205.

الإفتراضية ويتضمن سبعة وعشرون سؤال نذكر البعض منها: أدم نفسي في الفيسبوك دائما بصورة مثالية من خلال ما أنشره على صفحتي، أتعامل بصفات مختلفة تماما على شخصيتي الحقيقية عندما أتواصل عبر رسائل مسنجر، أحب نشر صور السيلفي عبر الفيسبوك لأنها تشعرني بتقدير الذات من خلال ما يبديه الآخرين من 'عجاب، مشاركة story بشكل يومي من أجل تقديم نصائح وإرشادات للآخرين، أضع منشورات ومقاطع دينية عبر صفحتي في الفيسبوك لأظهر للآخرين بأنني شخص جيد، أنشر إنجازاتي ونجاحاتي في الحياة الواقعية عبر الفيسبوك لأنها تشعرني بتقدير الذات، المنشورات التافهة التي توضع بالصفحات والمجموعات تعبر عن مستوى صاحبها الذي ينشرها، أفضل استخدام البث المباشر عبر الفيسبوك لأبرز شخصيتي من خلال ما أقدمه من افتخار للآخرين، أشعر بتقدير الذات عندما أجد إعجاب متزايد على منشوراتي، كل ما أنشره على صفحتي في الفيسبوك هو فقط لكي يستفيد الآخرين، أتحدث بشخصية مختلفة عن الواقع عبر الدردشة في الفيسبوك لكي أتمكن من إبتزاز الآخرين، هذا ما تم الاعتماد عليه من أسئلة المحاور للحصول على الصورة النهائية للاستبيان الإلكتروني.

-5

9- مجتمع الدراسة:

يعتبر مجتمع الدراسة الإطار الذي تنتمي إليه مفردات عينة الدراسة، وتستهدف دراسته لتحقيق النتائج، وفي هذا السياق نعرف مجتمع الدراسة: " هو جميع العناصر (الأفراد، الأشياء) الذين يشكلون موضوع مشكلة البحث؛ وهو جميع العناصر ذات العلاقة بمشكلة الدراسة التي يسعى الباحث إلى أن يعمم عليها نتائج الدراسة، لذا فإن الباحث يسعى إلى اشتراك جميع أفراد المجتمع، لكن الصعوبة تكمن في أن عدد أفراد المجتمع قد يكون كبيرا، بحيث لا يستطيع الباحث اشراكهم جميعا"، ومثال ذلك حول ما يتكون منه موضوع الدراسة القائمة: من مستخدمي الفيسبوك في الجزائر حيث أنها تحتل المركز العشرين عالميا من حيث عدد مستخدمي الفيسبوك، بأكثر من 20 مليون مستخدم وفق آخر الإحصائيات المتوفرة، بمختلف مستوياتهم الوظيفية،¹ ومن أجل حصر عينة الدراسة قمنا بتحديد السمات الخاص بالبيانات الشخصية التي وصفت خصائص المجتمع.

10- عينة الدراسة:

1 - نادية بن طاهر، النهار اونلاين: آخر الأخبار وأهم الأحداث الوطنية والعالمية فور حدوثها، نشر في 7 فيفري 2024، 16:37، تم الاطلاع 16 سبتمبر 2024، 10:30، <https://www.ennaharonline.com/>.

تُعرف العينة بأنها "مجموعة من وحدات المعاينة تعود للدراسة التحليلية أو الميدانية, ويجب أن تكون ممثلة تمثيلاً صادقاً ومتكافئاً مع المجتمع الأصلي, ويمكن تعميم نتائجها عليه"¹. وتتمثل عينة موضوع دراستي في المستخدمين الجزائريين للفيسبوك الإطار العام الذي اختيرت منه العينة, ولأن المجتمع ضخم ولا يمكن حصره ككل, تم التركيز على المجتمع المتاح والممكن الوصول إليه لجمع البيانات, حيث بلغ عدد مفردات العينة 125 مفردة .

تم الإعتماد في الدراسة القائمة على العينة القصدية: "تستخدم هذه العينات في حالة عدم القدرة على تحديد مجتمع الدراسة بشكل دقيق, وفي هذا النوع من العينات يقوم الباحث باختيار مفردات العينة من بين مفردات مجتمع البحث بصفة شخصية وليس وفقاً لأي نظام"².

11- تحديد المصطلحات والمفاهيم:

تحتوي هذه الدراسة على مجموعة من المصطلحات والمفاهيم الأساسية, سنحاول تحديدها وضبطها انطلاقاً من الإشكال الذي يجمعها, وهو ما يفرض رؤية محددة لهذه المفاهيم تلازمها طيلة مسار هذه الدراسة, لتصبح بذلك مفاهيماً إجرائية تركز عليها سيرورة العملية البحثية, وتتمثل في:

1- مفهوم الذات:

- لغة :

يرى "ابن منظور" أن كلمة الذات هي مرادفة لكلمة النفس أو الشيء, يعتبر أن الذات أعم من الشخص, لأن الذات تطلق على الشخص وغيره, أما الشخص فيطلق على الجسم فقط.

- اصطلاحاً:

اختلفت الاتجاهات التي تناولت مفهوم الذات بين ما يراه من المنظور التحليلي الذي اهتم بالجانب الشعوري من الجهاز النفسي, أي الأنا وهو يساوي الذات التي تعمل على مراقبة متطلبات الهو والأنا الأعلى, ويعود الفضل في إدخال مصطلح الذات في النظرية التحليلية لـ **أريكتيك ورومان جاكسون**, حيث جعل مصطلح الذات من الأنا بنية أكثر

1 - سعد سلمان المشهداني, منهجية البحث الإعلامي: دليل الباحث لكتابة الرسائل الجامعية, ط الأولى, دار الكتاب الجامعي, د.ب, 2020م, ص 178.

2 - سعد سليمان المشهداني, منهجية البحث العلمي, ط الأولى, دار أسامة للنشر والتوزيع - عمان, 2019م, ص 95.96.

شمولية, ولم يعد ذلك العامل الذي يتوسط بين الهو والانا الأعلى بل أصبح الأنا جهازا عقليا ومعرفيا.

وهناك من تناول مفهوم الذات من الجانب الظاهري (الفيونومينولوجي), وهم الذين حددوا مفهوم الذات طبعا لكيفية إدراك الفرد لذاته وإلى تنظيم هذه الإدراكات في سلوكه, حيث يعتبر روجرز الذات ' كجزء متميز من المجال الظاهري, تتكون من المدركات الشعورية والقيم المتعلقة به (انا) ويتضمن مفهوم الذات الصورة الرئيسية المتعلقة ب (من أكون أنا), حيث يستجيب الكائن الحي ككل منظم للمجال الظاهري من أجل اشباع حاجاته, ذلك أنه اذا كان هناك عدد من الحاجات المحددة, الا أن هناك دافعا واحدا أساسيا وهو تحقيق وتأكيد أو الرفع من قيمة الذات.¹

وهناك تعريف آخر للذات وهي الخطوة الأولى للدخول إلى مواقع التواصل الاجتماعي وانشاء صفحة معلومات شخصية, وهي الصفحة التي يضعها المستخدم ويطورها, يقوم من خلالها بالتعريف بنفسه من خلال النص, الصورة, الصوت والتعليقات والفيديوهات والموسيقى وغيرها من الوظائف الأخرى.²

كما يقصد بمفهوم الذات الفكرة التي يكونها الفرد عن نفسه من خلال لخبرات الحياة بكل سلبياتها وإيجابياتها, والتي من خلالها يفهم كل المعاني والقيم عن نفسه وعن علاقته بالعلم المحيط به, وتتضمن نوعية الأشياء التي يفعلها الفرد, وكذلك الأشياء التي لا يفعلها.³

ويورد زهران التعريف التالي لمفهوم الذات: تكوين معرفي ومتعلم للمدركات الشعورية والتصورات والتقويمات الخاصة بالذات, يبلوره الفرد ويعتبر تعريفا نفسيا لذاته, ويتكون مفهوم الذات من أفكار الفرد الذاتية المنسقة المحددة الأبعاد عن العناصر المختلفة ليكون ذاته الداخلية والخارجية, وتشمل هذه العناصر المدركات والتصورات التي تحدد خصائص الذات كما تنعكس إجرائيا في وصف الفرد لذاته كما يتصورها هو (مفهوم الذات المدرك) والمدركات والتصورات التي تحدد الصور التي يعتقد أن الآخرين بالمجتمع يتصورونها والتي يتمثلها الفرد من خلال التفاعل الاجتماعي مع

¹ - الزهري ناصر ,فتيحة بوسماحة ,سيمائية الذات في الخطاب الهوية الرقمية :دراسة تحليلية لبعض الخطابات الرقمية الفيسبوك أنموذجا ,مذكرة لاستكمال متطلبات شهادة ماستر أكاديمي ,جامعة قاصدي مرباح ورقلة ,كلية العلوم الانسانية والاجتماعية ,قسم علوم الاعلام والاتصال ,2019-2020. ص16،15.

² - المرجع نفسه ,ص16.

³ - ميار محمد مرسي إبراهيم ,الفروق في مفهوم الذات و تفضيلات المسافة الاجتماعية وفقا لمستويات الشعور بالوصمة لدى الطالبات ذوات الإعاقة السمعية .مجلة كلية التربية للبنات بالقاهرة . المجلد الاول ,العدد الاول . 2023. ص 111.

الأخرين (مفهوم الذات الاجتماعي) والمدركات والتصورات التي تحدد الصورة المثالية للشخص التي يود أن تكون (مفهوم الذات المثالي)¹.

تعتبر **الذات الحقيقية** مركز مفهوم الذات, وهي تعني ما يكونه الفرد فعلا (ماذا يكون؟) وبصفة عامة فإن الأفراد يشوهون الواقع الحقيقي بشكل أو بآخر, ونتيجة لهذا التشويه فإنه غالبا ما يصبح من المستحيل أن نزيح الغطاء عن الذات الحقيقية. ومن هنا فإن الذات الحقيقية للفرد من علم الله وحده وليس من السهل على البشر أن يعرفوه .

الذات كما يراها الآخرون (الذات الاجتماعية): يدرك الفرد الآخرين على أنهم يفكرون به بطريقة خاصة, وفي معظم الأحيان فإن الفرد يحاول أن يعيش إلى مستوى هذه التوقعات من جانب الآخرين, وتنشأ الصراعات الداخلية عندما يكون هناك فجوة بين الذات المدركة والذات الاجتماعية .

الذات المثالية: إن الأفراد لهم طموحات وغايات يتطلعون إلى تحقيقها, وهذا هو الجانب المثالي من الذات وهو الذي يدمج الأدوات والتطلعات ليعطي للفرد وجهه لحياته, وتعكس الذات المثالية ما يود المرء أن يعلمه ويكون الفرد في حالة صحية عندما لا يكون هناك اختلاف أو فرق كبير بين الذات المثالية, وما يكون بوسع الفرد أن يفعله أو يقوم به فعلا, بمعنى آخر فإن المثاليات التي يكونها الفرد ينبغي أن تكون في حدود الممكن .

إجرائيا:

يشير مفهوم الذات في هذه الدراسة إلى الذات الافتراضية تحديدا إلى أن المستخدم يعيش في الواقع الافتراضي فيطور شيئا فشيئا مفهوما عن وجوده وحيزه والمعلومات و الأفعال والسلوكيات المقصودة ولا إرادية الناتجة منه, التي يضعها في حسابه عبر الفيسبوك, كالصورة أو الصوت للتعريف بنفسه وما يود الظهور به, خلال نقاشه مع الآخرين والتواصل معهم, كما أن لكل فرد ذات يفضل التظاهر بها سواء كانت ذات حقيقية كما هو عليه الفرد فعلا, أو الذات الاجتماعية في تصرفاته وتعاملاته مع الغير, والأمر بالنسبة للذات المثالية ما يريد الفرد بلوغه كأفضل نسخة من نفسه, ويتم كل هذا في المنصة الرقمية, فيطلق عليه الذات الافتراضية في الفيسبوك .

¹ - سلطان مفرج السرحاني, نظريات التوجيه والإرشاد في المجال الدراسي, فهرسة مكتبة الملك فهد الوطنية للنشر, الرياض 1437هـ. ص 9.10.

2- عرض الذات في الحياة اليومية الافتراضية:

اصطلاحا :

2-1- مفهوم عرض الذات في الحياة اليومية:

غوفمان أننا في حياتنا اليومية نضطلع بأدوار مسرحية متنوعة وبمشاركة الجميع, وكل شخص يختار الأدوار المناسبة له في مواقف متعددة, وكأنه في الحقيقة على خشبة المسرح, فهو يراعي بشكل كبير الجمهور المشاهد, وما يتطلبه كل دور من لغة وخطاب وحركات ولباس, ولكل شخص منا أكثر من دور ضمن العروض المسرحية اليومية, فأنت في المنزل تمثل دورا يختلف عن دورك في العمل وعن دورك في الشارع أو في الحفل, وفي كل دور من هذه الأدوار اشتراطات معينة حسب سياقها وعرفها الاجتماعي, وأنت تتلبس هذه الأعراف وهذه الاشتراطات؛ لذلك تبدو شخصيتك مع رفاقك في نزهة مختلفة تماما عن شخصيتك في المنزل مع أبنائك أو والديك, وكذلك في العمل مع مديرك والموظفين من حولك, ويكمن نجاحك في تقديم ذاتك في قدرتك على أداء الأدوار وما يتعلق بها على وجه مسرحي صحيح يتلاءم مع مكانتك الاجتماعية داخل هذا الدور, ودون أن يكون هناك تداخل في هذه الأدوار أو انتقال للمعلومات التي قد تفسد دورك في المسرحية, إننا نراعي في كل مسرح متطلباته من اللغة والإشارات والملابس والتعبيرات التي تتلاءم معه تماما دون أن نخلط بين هذه المسارح؛ إذ لدينا القدرة على الانتقال بسلاسة من مسرح لآخر دون وعي تام منا, وفي حال وقع اختلاف معين وإقحام لكلمات أو إشارات معينة لا تناسب المسرح الذي نحن فيه نصاب بالهرج والارتباك وترمقنا أعين من حولنا بالدهشة والاستغراب¹.

2-2- مفهوم عرض الذات في الحياة اليومية الافتراضية:

أكد بعض الباحثين أن استراتيجية عرض الذات في الحياة الواقعية هي ذاتها تمارس افتراضيا لكن بأساليب جديدة, ووسائط رقمية, وبأن المجتمعات الافتراضية تتيح ممارسة هذا العرض بشكل أكبر وبطريقة احترافية غير مسبوقة, خاصة في ما يتعلق بممارسة عملية إدارة الانطباعات التي ترمي غالبا إلى تحقيق أهداف مقصودة واستجابات معينة كالرغبة في رصد صورة ايجابية عن الذات لدى الآخرين, حتى لو لم يكن الفرد يتصف بذلك في بيئته المحلية, أو حتى بهدف الكشف عن الآراء العميقة للشخص المتفاعل معه, أما الفريق الآخر من الباحثين؛ فهم يشيرون إلى أن هذا العرض يتميز بالواقعية, ويغلب عليه طابع الزيف والجانب الخيالي, وبالتالي الابتعاد عن الذات الحقيقية ومكوناتها الفعلية.

1 - عبدالله السفيلاني, تقديم الذات في الشبكات الاجتماعية (نويتر نموذج), مقال, أبريل 2020, ص3.

فالفضاء السيراني وفقا لكل ما سبق؛ مثلما يكون مجالا لعرض الذات الحقيقية للأفراد، وللتعبير عن مختلف أراهم ومواقفهم، ومجريات حياتهم، مثلما يمكن أن يكون أيضا مجالا للتلاعب بالهوية. بما يؤدي إلى العديد من التأثيرات على غرار التعدد والتشتت، أو مدى البحث عن تجسيد الذات المثالية على حساب الواقعية. أو حتى تأثير الهوية الافتراضية على ادراك الفرد ذاته في مجتمعه الحقيقي. وكذا إمكانية التحرر من مختلف القيود والضغوط الاجتماعية أو المعايير التي تحكم سلوك الأفراد، والذي ينجم عنه في حالات معينة الانحراف عن السلوك الاجتماعي السوي.¹

التعريف الإجرائي لعرض الذات في الحياة اليومية الافتراضية:

يكمن مفهوم عرض الذات في الحياة اليومية الافتراضية ينطبق عليه مفهوم عرض الذات في الحياة اليومية ما عدا الاختلاف في البيئة غير ملموسة والإلكترونية، ومنه يمارس الفرد أفكاره وتواصله بموقع الفيسبوك بأشكال تختلف من شخص لأخر بحرية أكبر عن الواقع وسمات جديدة تكون صعبة على الفرد أن يظهر بها في البيئة الاجتماعية الواقعية خلاف ما تسمح له البيئة الافتراضية، من حيث ان هذا العرض من الممكن أن يتخذ أساليب وأشكال مختلفة ومستحدثة عن الواقع على غرار عرض الذات من خلال الصور التي يعرضها المستخدمون عبر صفحاتهم الشخصية أو من خلال المنشورات المكتوبة أو story أو صور السيلفي أو مقاطع الريلز أو من خلال الدردشة الإلكترونية والتواصل المباشر وغير مباشر مع الآخرين على حسب تفضيل الفرد للأسلوب المناسب له للعرض.

4 - تعريف الفيسبوك:

اصطلاحا:

هو "شبكة اجتماعية استأثرت بقبول وتجارب كبيرة من الناس خصوصا من الشباب في جميع أنحاء العالم، وهي لا تتحدى حدود مدونة شخصية في بداية نشأتها في عام (2004) في جامعة (هارفارد) في الولايات المتحدة الأمريكية. من قبل طالب يدعى مارك زوكربيرج، وكانت مدونته الفيسبوك محصورة في بدايتها في نطاق الجامعة وبحدود أصدقاء (زوكربيرج)، الطالب الموهوس في برمجة الكمبيوتر، ولم يخطر بباله هو وصديقين له إن هذه المدونة ستحتاج العالم الافتراضي بفترة زمنية قصيرة جدا، فتخطت شهرتها حدود الجامعة وانتشرت في مدارس الولايات المتحدة الأمريكية المختلفة، وظلت مقتصرة على عدد من الزوار ولو أنها كانت في زيادة مستمرة"². ثم أخيرا تم فتحه لأي

1 - منال كبور، مدمنو الفيسبوك شيء من طغيان الذات الافتراضية وكثيرا من الاغتراب عن الواقع: دراسة ميدانية على عينة من الشباب الجزائري، مدونة مهتمة بالفكر والثقافة والفضاء الأكاديمي عموما وعلوم الاعلام والاتصال خصوصا، تم إنشاؤها في 9 ماي 2009، جامعة باتنة 1، يناير 5، 2017. ص 7.

2 - اسماعيل عبد الفتاح عبد الكافي، شبكات التواصل والإنترنت والتأثير على الأمن القومي والاجتماعي. المكتب العربي للمعارف. ص 26.

شخص يرغب في فتح حساب به والأُن يملك الموقع حوالي 880 مليون مستخدم, بمعنى آخر فإن شخصا واحدا من بين كل 13 شخص على الأرض لديه حساب في موقع الفيسبوك, حوالي 75 لغة. ويعرف أيضا: أحد مواقع التواصل الاجتماعي التي رغم أن عمرها لا يزيد عن عشر سنوات إلا أن مواقعها أصبحت الأشهر والأكثر استخداما وتأثيرا على مستوى العالم¹.

إجرائيا:

يعد الفيسبوك أحد أهم المواقع والشبكات الاجتماعية استخداما للاتصال بين الأفراد المستخدمين له لتبادل الحوارات والنقاشات, حيث تربطهم صفات ومصالح مشتركة إلا أنه يتم فتحه برقم الهاتف أو حساب الايميل, واطافة المعلومات المراد للشخص الظهور بها أو ما يسمى بالدور الذي يريد أن يتخذه ويتلاعب به في عرض ذاته.

5التلاعب بالأدوار:

اصطلاحا:

يتلاعب الأفراد بمجموعة من الأدوار متنوعة والتي يتم عرضها في حياتهم اليومية ومن بينها نذكر:

ميزنا ثلاث أدوار حاسمة على أساس الوظيفة:

أولئك الذين يؤدون؛ أولئك الذين يؤدي لهم؛ والغرباء الذين لا يؤدون في العرض ولا يراقبونهم. ويمكن أيضا أن نميز هذه الأدوار الحاسمة على أساس المعلومات المتاحة في العادة لأولئك الذين يؤدونها, فالمؤدون يعلمونها الانطباع الذي يعزونه وعادة ما يحوزون أيضا معلومات هدامة عن العرض, ويعلم الجمهور ما يسمح لهم بأن يدركوه, مضافا إليه ما يمكنهم أن يلتقطوه بصورة غير رسمية من خلال الملاحظة الدقيقة, وهم يعلمون — على الأغلب - تعريف الوضع الذي يعززه الأداء ولا مظهر الواقع الذي يعززه, يمكن وصف الأدوار الثلاثة الحاسمة المذكورة على أساس المناطق التي يمكن للاعب الدور النفاذ إليها: يظهر المؤدون في منطقتي الواجهة والخلفية؛ ولا يظهر الجمهور إلا في منطقة الواجهة؛ ويقصي الغرباء على كلام المنطقتين .

بعض الأدوار أشد وضوحا:

1 - بثينة قليدة, فيروز مرابط. التفاعل الافتراضي عبر مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقته بالتفاعل الواقعي لدى الشباب "فيسبوك نموذجا" دراسة ميدانية في كلية العلوم الاجتماعية والانسانية بجامعة الشهيد لخضر بالوادي. مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علم الاجتماع الاتصال. 2015-2016. ص.36.

دور **'المخبري'**, والمخبر هو شخص يتظاهر للمؤدين بأنه عضو في فريقهم, ويسمح له بدخول الكواليس والحصول على معلومات هدامة, ثم يبيع العرض للجمهور جهارا أو سرا, ومنوعات هذا الدور السياسية والعسكرية والصناعية والإجرامية مشهورة, وحين يظهر أن الفرد الذي لطالما قصد إلى الإبلاغ عن الفريق ولم ينظم إليه في الأصل إلا لهذا الغرض, ندعوه في بعض الأحيان بالجاسوس وكثيرا ما يلاحظ بالطبع, أن المخبرين سواء كانوا خونة أو جواسيس غالبا ما يكونون في موقع ممتاز للعب لعبة مزدوجة .

هناك دور **'الصنيعة'** والصنيعة هو الذي يتصرف كأنه عضو عادي من الجمهور بينما هو في الواقع متواطئ مع المؤدين, والعادة أن يوفر الصنيعة للجمهور نموذجا واضحا لنوع الاستجابة التي ينشدها المؤدون أو أن يفور ذلك النوع من استجابة الجمهور اللازمة في حينه لتطوير الأداء.¹

دور **'العميل أو المترصد'**, إذ يلعب دور جمهور يتمتع بقدر من الإدراك والصرامة الأخلاقية أكبر مما قد يبديه مراقبون عاديون, وأحيانا يلعب بطريقة مكشوفة, ما يعطي المؤدين تحذيرا أوليا بأن الأداء التالي على وشك الفحص, هكذا يخدر مؤدو الليلة الأولى والأشخاص الموقوفون تحذيرا منصفا أن أي شيء يقولونه سوف يتخذ دليلا في الحكم عليهم, لكن العميل يتخفى في بعض الأحيان ويتصرف كعضو عادي ساذج من الجمهور يعطي المؤدين حبالا يشنقون به أنفسهم متيحا لهم الوقوع في الخطأ وفي التجارات اليومية, يطلق على العملاء الذين لا يعطون أي تحذير اسم (المترصدين).

ثمة أيضا شخص مميز آخر بين الجمهور, إنه الشخص الذي يأخذ مكانا متواضعا وغير ملحوظ بين الجمهور ويغادر المنطقة عندما يغادرون, لكنه حين يغادر يذهب إلى رب عمله, وهو منافس للفريق الذي شاهد أداءه, كي يبلغه بما شاهدته. إنه **المتسوق المحترف**؛ وهو شخص لديه حق يقيني في مشاهدة العرض ولكن يجب أن يتمتع, كما يحس في بعض الأحيان باللباقة الكافية للبقاء في منطقة الخفية الخاصة به, لأن اهتمامه بالعرض ينبع من منظور خاطئ, ويكون في أن معا أكثر حيوية وأكثر مللا من متفرج شرعي تماما.

من الأدوار المباينة الأخرى الدور الذي كثيرا ما يطلق عليه **الوسيط أو السمسار**, يعمل السمسار أسرار كلا الطرفين ويعطي كل طرف الانطباع الحقيقي بأنه سيحفظ أسرارهم؛ لكنه يميل إلى إعطاء كل طرف انطباعا زائفا بأنه أكثر ولاء له من الطرف الآخر, وفي بعض الأحيان كما في حالة المحكم في بعض نزاعات العمل قد يعمل الوسيط كوسيلة يمكن من خلالها لفريقيين متعادين على نحو يصعب تفاديه أن يتوصلا إلى اتفاق مربح للطرفين.

1 - إرفينغ غوفمان, تقديم الذات في الحياة اليومية, ترجمة ثائر ديب, الطبعة الأولى, دار معنى للنشر والتوزيع, 2022, ص151.150.

أشرنا إلى بعض الأدوار المتباينة: المخبر, الصنيعة, المترصد, المتسوق, السمسار, نجد في كل حالة علاقة غير متوقعة وغير ظاهرة بين الدور المصطنع والمعلومات المملوكة ومناطق النفاذ, ونتعامل في كل حالة مع أحد قد يشارك في التفاعل الفعلي بين المؤدين والجمهور.¹

إجرائيا:

سلوك يقدمه الفرد لعرض ذاته حسب الشخصية التي يريد بها, وهناك العديد من الأدوار التي يتخذها المستخدم في الفيسبوك, منها ما هو منتشر ومعروف كالذات الحقيقية أو مع الأقارب في المجتمع الافتراضي, والبعض الأخر من الأدوار أقل استخدام وظهور عبر الفيسبوك.

12- الدراسات السابقة:

1- عبدالله السفيناني, تقديم الذات في الشبكات الاجتماعية (تويتر نموذجاً), مقال, أبريل 2020:

تحاول الدراسة الوصول الى مقارنة فكرية واجتماعية لما يحدث في العالم الإجتماعي الحقيقي, ولما يحدث أيضا في عالم الشبكات ومعرفة ما إذ لازالت النظريات الاجتماعية تفسر الوجود الإجتماعي الواقعي, أم أنه يجب أن نبحث عن علم إجتماع جديد يتناسب مع معطيات الشبكات الاجتماعية خصوصا, حيث أن الدراسة طرحت سؤال رئيس والمتمثل في: - كيف نقدم قراءة أو مقارنة فكرية اجتماعية لما يحدث داخل هذه الشبكات الاجتماعية ؟ استخدمت هذه الدراسة ثلاثة مقاربات لقراءة المشهد في عالم الشبكات فالأولى نظرية الدراما الاجتماعية لأرفن غوفمان, وثانيا نظرية رأس مال الثقافي والاجتماعي لبورديو, أما المقاربة الأخيرة تسويق الذات وذلك من خلال أن الشبكات تشكل ثورة كبيرة يتنافس روادها في تسويق أنفسهم لحصد أكبر عدد ممكن من المتابعين أو الأصدقاء لتحقيق أهداف مختلفة. مجتمع الدراسة الخليج العربي والسعودية بالتحديد.

أهم النتائج المتوصل لها من طرف الدراسة :

- أن التطابق كبيرا جدا بين العالم الافتراضي والعالم الحقيقي, وأن العالم الافتراضي هو عالم حقيقي بكل ما تعنيه الكلمة, وليس عالما مزيفا أو وهميا أو من نسيج الخيال.

1 - المرجع نفسه, ص 152.155.

- نظهر في الشبكات الاجتماعية بصورة واحدة أمام الجميع (مسرح واحد), وعدم الوعي بفكرة المسارح والمشاهد يساهم بخروجنا للناس بصورة لا تناسب ولا تتوافق مع صورة الواقع التي أعتاد الأفراد عليها, لأنه اختار دون شعور في الغالب بالكيفية التي يظهر إلى الناس في الشبكات من خلالها مع ضعف تقدير في الحقيقة الاجتماعية وشعوره فيها بالانفراد أو بالمحيط الذي حوله, فقد يعتقد أنه أمام أصدقائه أو طلابه فيتعامل على أساس هذه الرؤية.

- حرص الشبكات الاجتماعية على أن تقدم لنا خيارات كثيرة تساعدنا على الحضور برمزيتنا الاجتماعية والثقافية في الشبكات, ونعرف بأنفسنا من خلالها, فقد منحنا تويتر وغيره من الشبكات القدرة على أن ننقل شيء من رأس مالنا الثقافي و الاجتماعي إلى عالم الشبكات, من خلال عدد من الأدوات والإعدادات ستنظر إليها تباعا وإلى كيفية توظيف ذواتنا إليها .

- إن القراءات لما يحدث في الشبكات لا يستلزم إيجاد الجانب السلبي أو حتى الإيجابي على وجه التحديد, بل هو فضاء مفتوح على أكثر من تأويل للفهم كما هو حاصل في الحياة الاجتماعية, كما تظل هنالك جوانب لا يمكن تفسيرها أو رؤيتها تتعلق بخصوصية كل شخص ونظراته الخاصة, وما يعنيه له كل إجراء على الشبكة مما لا يعلنه ولا يوضحه.

- ملاحظة الشبكات الاجتماعية لفكرة أننا جميعا مسوقون ونسوق أنفسنا لأنفسنا لنحصل على الرضا وتعزيز الذات, حتى صار التنافس في الشبكات للحصول على أكبر قدر من التقدير الإيجابي, من خلال زيادة أعداد المتابعين وعدد الإعجابات والتفضيلات, فصار للعدد أهمية كبيرة في تويتر وغيره من الشبكات.

- يحقق المتنافسون في الشبكات جزء من عملية الرأس مال الرمزي يتمثل في المكانة والشهرة, وصار مشاهير الشبكات بسبب قدرتهم على تسويق ذواتهم أكثر حضورا في المجتمع الشبكي والواقعي, ومن أجل تحقيق هذه المكاسب تكسر كثير من المفاهيم الأخلاقية لخلق حالة من الإثارة التي يشتهر بها هؤلاء .

- يتخذ المشاركون في الشبكات عموما و تويتر على وجه الخصوص نمطين من أنماط الظهور وتقديم الذات لها ما يبررها ويدعو لها, ويمثل النمط الأول غير المتحفظ فيمثل نوع من عرض الذات يشعر خلالها الفرد بأنه بعيد عن الرقابة والمتابعة, والنمط الآخر المتحفظ على الشبكات ويخالف السابق تماما, وكثيرا ما تتبناه الشخصيات ذوات الطابع الرسمي أو العلمي الذين يملكون مكانة اجتماعية يحضرونها معهم في الشبكات ويحاولون المحافظة عليها.

- **التعقيب على الدراسة:**

عالج الباحث في هذا الموضوع مقارنة عرض الذات في الحياة اليومية بمواقع التواصل الاجتماعي وأختص بالذكر موقع تويتر كمتغير تابع، حيث ساهمت هذه الدراسة بشكل فعال في معرفة طرق معالجة الموضوع القائم نظرا للتشابه بينهم. و من ناحية العينة اعتمد الباحث في هذه الدراسة على المجتمع السعودي بينما عينة الدراسة الحالية من المستخدمين الجزائريين تطرق الباحث لاستخدام المنهج المسحي حيث أن الدراسة المشابهة تعتمد المنهج الوصفي لتحليل وتفسير بطريقة موضوعية والوصول لنتائج علمية بحثية.

- أوجه التشابه والاختلاف:

- أوجه التشابه:

تشابهت هذه الدراسة مع موضوع دراستي في المتغير المستقل، ألا وهو عرض الذات كل من الدراستين في العالم الافتراضي لتقديم الذات عبر إحدى الشبكات الاجتماعية .

- أوجه الاختلاف :

اختلفت هذه الدراسة من حيث المتغير التابع ففي دراستي سأقوم بدراسة عينة من المستخدمين الجزائريين للفيسبوك وكيفية عرض الذات بهذا الأخير، أما في هذه فتم دراسة تقديم الذات في الشبكات الاجتماعية تويتر نموذجا، واختلفت عن الدراسة الحالية أيضا في مجتمع الدراسة فهذه الدراسة اعتمدت على المجتمع السعودي، بينما في الدراسة القائمة عينتها المستخدمين الجزائريين .

- أوجه الاستفادة :

إن دراسة " عبد الله السفياني"، مزودة بالمعلومات المتعلقة بالذات في الشبكات الاجتماعية والعالم الافتراضي في جانبها النظري، إذ تعد مرجعا كافيا لسير هذا العمل البحثي وذلك بالاعتماد عليها في فهم متغيرات الدراسة أكثر. كما ساعدتني دراسته من ناحية التعامل مع مقارنة عرض الذات في البيئة الافتراضية، مما سمح بأخذ فكرة عن كيفية التعامل مع عينة الدراسة وتحليل البيانات المحصلة عليها بطريقة علمية .

2- كريمة قلاعة, الشبكات الاجتماعية كمنصات افتراضية لعرض الذات في

الحياة اليومية الافتراضية: دراسة على عينة من الشباب الجزائري

المستخدمين للفيسبوك, مقال منشور في مجلة العربية للإعلام

والإتصال, العدد الواحد والعشرون, 2019م :

تركز هذه الدراسة على إشكالية طبيعة بناء وعرض ذوات الشباب الجزائري عبر الفيسبوك؟ وما مدى إمكانية اعتبار هذه الذوات الافتراضية كانعكاس لهوياتهم الحقيقية؟. المنهج المستخدم: تم الاعتماد في هذه الدراسة على منهج المسح (لا يندرج ضمن

المسوح الشاملة؛ وانما تم أخذ عينة فقط من مجتمع البحث تبعا لاستحالة حصر المجتمع الأصلي للدراسة). عينة البحث: اعتمدت الباحثة على العينة غير الاحتمالية، والتي تمثلت في 500 مفردة من الشباب الجزائري باعتبارها الأكثر استخداما للفيسبوك.

النتائج العامة المتوصل لها في هذه الدراسة:

- يميل الاتجاه الغالب لأفراد العينة إلى التأكيد بأنهم يقومون ببناء ذواتهم الافتراضية كذوات حقيقية .
- يؤكد الشباب الجزائري بأنهم يعبرون عن ما يدور في حياتهم اليومية بكل موضوعية, من خلال المحادثات الإلكترونية عبر عملية عرض ذواتهم في الفيسبوك
- وإذا تحدثنا عن عملية عرض الذات من خلال ما ينشره الشباب الجزائري, نجد الأغلبية منهم يقبلون في بعض الأحيان على عملية نشر ما يدور في حياتهم اليومية عبر الفيسبوك.
- يمكن القول ببناء على طبيعة التفاعلات الاجتماعية التي تتم عبر الفيسبوك بين الشباب الجزائري وبين الآخرين وبنا أيضا على ما ينشرونه في صفحاتهم الشخصية بأنهم يهدفون من خلال هذا إلى تكوين انطباعات إيجابية عن أنفسهم لدى الأشخاص الذين يتفاعلون معهم افتراضيا .
- الأغلبية الساحقة من الشباب الجزائري المستخدم للفيسبوك حسب هذه الدراسة لا يدخلون في عملية لعب الأدوار في سياق التفاعل الاجتماعي الافتراضي إلا بنسبة قليلة جدا الاتجاه الغالب لأفراد العينة من الشباب الجزائري يتجه نحو التأكيد بأنهم يقومون بعرض ذواتهم الحقيقية أكثر من المثالية , وهذا نسبة إلى ما اشتملت عليه مختلف الاستراتيجيات والأساليب المتبعة في هذا العرض, فالذات هنا ما هي إلا انعكاس للذات الواقعية حسب رأي هؤلاء الشباب.

التعقيب على الدراسة:

بحثت هذه الدراسة في الشبكات الاجتماعية وتتشترك مع متغير دراستي المتغير التابع ألا وهو الفيسبوك وكذا المتغير المستقل عرض الذات في الحياة اليومية الافتراضية, ومن هنا نشير إلى أن هذه الدراسة مشابهة من تمحورها حول المجال العام الذي تنتمي إليه الدراسة القائمة, كما اتفقتنا في أداة جمع البيانات .

أوجه التشابه والاختلاف:

أوجه التشابه:

تتمثل أوجه التشابه بين الدراستين في الموضوع ألا وهو عرض الذات في الحياة, كما أن كل منهم اعتمدت على الفيسبوك كمنصة افتراضية, كما نلاحظ أن مجتمع الدراسة في الموضوعين تمت دراستهما في المجتمع الجزائري.

أوجه الاختلاف:

إختلاف في الفئة المعتمدة كعينة للدراسة فهذه الدراسة عينة من الشباب الجزائري, بينما الموضوع الحالي عينته المستخدمين الجزائريين دون ضبطها على فئة معينة, ركزت الدراسة على طبيعة بناء وعرض الذات عبر الفيسبوك, بينما موضوعي يهتم بكيفية عرض الذات في الحياة اليومية الافتراضية بالفيسبوك. إختلاف المنهج المعتمد فالمنهج المسحي في الدراسة الثانية, والمنهج الوصفي في الدراسة القائمة.

- أوجه الاستفادة من الدراسة:

تم الاستفادة من هذه الدراسة في فهم موضوع البحث وكيفية التعامل معه كمساعد في عملية التحليل على الأفكار المطروحة حول الموضوع, كما أنها ساهمة بشكل جد فعال في أخذ المعلومات وتعلم كيفية التحليل والتفسير نظرا للتشابه الكبير بينها وبين موضوعي.

3- منال كبور, مدمنو الفيسبوك شيء من طغيان الذات الافتراضية وكثير من الاغتراب عن الواقع, دراسة ميدانية على عينة من الشباب الجزائري, مدونة مهتمة بالفكر والثقافة والفضاء الأكاديمي عموما وعلوم الإعلام والاتصال خصوصا, تم إنشاؤها في 9ماي 2009, جامعة باتنة1, يناير05-2017:

تهدف هذه الدراسة إلى معرفة عادات وأنماط الاستخدام لدى المدمنين على الفيسبوك, ليس لمجرد ذلك بل للنظر في طبيعة العلاقة القائمة بين العادة والنمط لديهم و"حقيقة" الإشباع المتحصل عليه, إذ تسعى للإجابة عن التساؤل الرئيسي التالي: ماهي طبيعة الإشباع التي يحققها مدمنو الفيسبوك؟ وفي أي خانة يمكن أن تصنف؟ هل هي اشباعات لحاجات تسبق الاستخدام أم لأخرى ناتجة أساسا عن الأخير؟. منهج الدراسة: تعد الدراسة وصفية إذ تقوم على منهج المسح الوصفي في شقه الخاص بمسح جمهور وسائل الاعلام, مستخدمة المسح بالعينة في جانبها الميداني كواحدة من التصميمات المنهجية للمسح الوصفي. عينة الدراسة: بلغ حجم العينة 100 مفردة من الشباب الجزائريين, ممثلين في شباب مدينة باتنة تم اختيارهم باستخدام عينة كرة الثلج.

أهم النتائج المتوصل لها من طرف هذه الدراسة:

- أتضح أن عادات وأنماط الاستخدام عند كل مفردات العينة يعتبرون أنفسهم مدمنين على الفيسبوك, إذ يتصفحون حسابهم بشكل دائم لأكثر من ست ساعات في الزيارة الواحدة.
- فيما يتعلق بطبيعة الاستخدام, فإنهم جميعا يدخلون الفيسبوك باسم مستعار.
- أما تقييم الاستخدام فيعتقد جميع هؤلاء الشباب أن الفيسبوك حقق لهم التفاعل مع الجنس الآخر.
- اختار مدمنو الوسيلة خمس كلمات للتعبير عن ماهية الفيسبوك بالنسبة لهم ألا وهي حياة, ملجأ, حب, صديق, وهواية .

التعقيب على الدراسة:

يتضح من خلال هذه الدراسة. طغيان الذات الافتراضية بالفيسبوك واعتمادها على المنهج الوصفي وعينة كرة الثلج لمدمنون جزائريين, و الدراسة المشابهة تحاول الاستفادة من نتائج هذه الدراسة ومن العينة المأخوذة والمنهج وفي اعداد الاستبانة الحالية وبنائها .

أوجه التشابه والاختلاف :

أوجه التشابه:

تشابهت الدراستين في المنهج كلهما استخدمتا المنهج الوصفي وعينة كرة الثلج. كل منهم استعملتا عدد معين من الأفراد الجزائريين, أي مجتمع الدراسة ككل مأخوذ من الجزائر, أداة جمع البيانات في الموضوعين هي الاستبيان, فكل الدراستين بالبيئة الافتراضية عبر موقع الفيسبوك.

أوجه الاختلاف:

اختلفت هذه الدراسة مع الأنية في مجتمع البحث, فقد اعتمدت على عينة من الشباب الجزائري, بينما في الدراسة القائمة اعتمدت على المستخدمين الجزائريين. و اختلافهما من حيث السؤال الرئيس, فهذه تهتم بطبيعة الإشباكات المحققة من طرف مدمنو الفيسبوك, وموضوعنا على كيفية عرض الذات في الحياة اليومية الافتراضية. هذه الدراسة ميدانية, بينما الأنية افتراضية.

أوجه الاستفادة من الدراسة:

كان لهذه الدراسة فوائد كثيرة من حيث الجانب المعرفي والميداني, على ما يتضمنه الصعيد المعرفي من بيانات علمية في الشق التكنولوجي والرقمي, وسبل عرض الذات

في المجتمعات الافتراضية, كما لا ننسى أهمية الاستفادة من التشابه الكبير بين الموضوعين والعينة المستخدمة, ومساهمتها بشكل فعال في توجيهي والتقليل من جهدي المبذول .

1- المقاربة النظرية للدراسة:

اعتمدت في هذه الدراسة مقارنة عرض الذات في الحياة اليومية لإرفن غوفمان والتي تنتمي إلى توجه مدرسة التفاعل الرمزي, والتي تعتبر واحدة من أهم التصورات النظرية المعاصرة في السوسيولوجيا, حيث توفر أساسا نظريا رئيسيا لكثير من الأبحاث التي أجراها المتخصصون في العلوم الاجتماعية. يعتبر المبدأ المركزي للنظرية التفاعلية الرمزية هو أن المعنى الذي نستمدده وننسبه إلى العالم من حولنا هو بناء اجتماعي ينتج عن طريق التفاعل الاجتماعي اليومي. كما أن نظرية التفاعل الرمزي تشكل إحدى تصورات البراديغم التأويلي, حيث يفترض الباحثون التأويليون أن الوصول إلى فهم الواقع الاجتماعي يتم من خلال التركيبات والعناصر الاجتماعية الصغرى مثل اللغة والوعي والقصدية والأفكار والرموز والمعاني المشتركة والتبادلات اليومية (البعد الذاتي للتجارب وحياة الأفراد), ومنه يكمن مفهوم نظرية التفاعلية الرمزية بأنها شبكة من التفاعلات الاجتماعية بين الأفراد والجماعات التي يتكون منها المجتمع, شكّلت في القرن 19 وبداية القرن 20 من أهم روادها: جورج هربرت ميد, هربرت بلومر, إرفين غوفمان, يعتبر التفاعل الاجتماعي مفهوما أساسيا واستراتيجيا في علم النفس الاجتماعي لأنه ينبغي أن يكون أهم عناصر العلاقات الاجتماعية وينظر البعض إلى الجماعة على أنها وحدة شخصيات متفاعلة, ويتضمن التفاعل إدراك الدور الاجتماعي وسلوك الفرد في ضوء المعايير الاجتماعية التي تحدد دوره الاجتماعي, ومن أشكال التفاعل الاجتماعي داخل الجماعة التعاون, التنافس والتوافق والصراع, الاتصال, ومن هنا نتطرق لتعريف مصطلحات النظرية: التفاعل بصيغة عامة؛ بأنه العملية التي يرتبط بها أعضاء الجماعة بعضهم مع بعض عقليا ودافعيا في الحاجات والرغبات والوسائل والغايات وما شابه ذلك¹. أما المرونة يقصد بها؛ استطاعة الإنسان أن يتصرف في مجموعة ظروف بطريقة واحدة وفي وقت واحد. والرموز؛ هي مجموعة من الإشارات المصطنعة يستخدمها الناس فيما بينهم لتسهيل عملية التواصل وهي سمة خاصة في الإنسان, ومفهوم الوعي

1 - على معمر عبد المؤمن, مرجع سابق, ص341.

الذاتي؛ يعبر مقدرة الإنسان على تمثيل الدور في التوقعات التي تكون لدى الآخرين عن سلوكنا في ظروف معينة.¹

تعتبر العلاقات الاجتماعية والتفاعل مصطلحان يستخدمان بكثرة في علم النفس الاجتماعي المعاصر وهما متلازمان ويكاد لا يحدث أحدهما بدون الآخر، فأما العلاقة فهي صلة بين شخصين أو أكثر، وأما التفاعل فهو التأثير المتبادل وما ينشأ عنه من تغير. ويعتمد التفاعل على تحليل السلوك الذي يصدر عن الفرد في الموقف الاجتماعي، على أنه استجابة لمثير صدر عن شخص آخر وهو يعد في نفس الوقت مثيرا للاستجابة المقبلة التي ستصدر عن شخص آخر، يعد التفاعل الاجتماعي أساس العلاقات الاجتماعية التي تنشأ بين الأفراد فلكل فرد رصيد ضخم من أنماط السلوك الذي يمكن أن يظهر في علاقته بفرد آخر.²

إن نظرية التفاعل الرمزي التي أوجدها علماء الاجتماع جاءت لدراسة ارتباط العادات اللغوية بسلوك الناس، فعن طريق تلك العادات يمكن تحليل كيف يكتسب الناس تحديدات مشتركة لمعاني الأشياء، بما في ذلك قواعد الحياة الاجتماعية وذلك بالتفاعل مع الآخرين عن طريق اللغة، أو كما يميل علماء الاجتماع إلى القول بأنه: يتم التفاعل مع الآخرين عبر "تبادل التفاعل الرمزي".

ومن هنا يمكن تحديد الفرضيات الأساسية التي قامت عليها نظرية التفاعلية الرمزية والتي وضعها " هيربرت بلومر"، والمتمثلة في:

إن الناس فرادى وجماعات مُعدون للتفاعل على أساس معاني الموضوعات التي يتألف منها عالمهم، ويرتكز السلوك على هذه المعاني والموضوعات على ثلاثة موضوعات رئيسية، الطبيعة (كالأشجار) والموضوعات الاجتماعية (كالأدوار) والموضوعات المجردة (كالأخلاق). إن الكائن البشري هو المسؤول الأول والأخير عن السلوك الذي يسلكه، والفرد بذلك هو الذي يتفاعل مع نفسه في العملية التي تحدد نوع السلوك الذي يسلكه تجاه الآخرين. إن أفضل طريقة للنظر إلى المجتمع اعتباره نظاما للمعاني، ويعد إسهام الأفراد في المعاني المشتركة المرتبطة برموز اللغة نشاطا مرتبطا بالعلاقات بين الأشخاص تنبثق منه توقعات ثابتة ومفهومه الذي الجميع.³ إن الروابط التي توحد بين الناس، والأفكار، والمعتقدات تعد كلها أبنية شخصية من المعاني الناشئة عن التفاعل الرمزي، وهكذا فإن المعتقدات الذاتية لدى الناس عن أنفسهم وعن الآخرين

1 - حصيدة عقبة، استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقته بالتحصيل الدراسي لدى التلاميذ - الفيسبوك نموذجا: دراسة ميدانية بثانوية الهادي محمود، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر، جامعة 8ماي 1945 قالمة، كلية العلوم الاجتماعية والانسانية، تخصص علم اجتماع الاتصال، 2021-2020، ص18.

2 - علي معمر عبد المؤمن، مرجع سبق ذكره، ص 343.

3 - سعد سلمان المشهداني، مرجع سبق ذكره، ص 396.

هي أهم حقائق الحياة الاجتماعية. ن السلوك الفردي في موقف ما يتوقف على المضامين, والمعاني التي تربط الناس بهذا الموقف, فالسلوك ليس رد فعل أوتوماتيكيا أو استجابة آلية لمؤثر خارجي, ولكنه ثمرة أبنية ذاتية حول النفس والأخرين والمتطلبات الاجتماعية للموقف.¹

وتعود الخلفية النظرية للدراسة أساسا لأرفن غوفمان في كتابه "عرض الذات في الحياة اليومية", والذي يقدم فيه نظريته المعروفة بالنظرية الدرامية لفهم الحياة الاجتماعية؛ إذ يعتقد غوفمان أنه ليس ثمة فرق كبير بين المسرح وبين الحياة اليومية وأن استخدام تشبيه المسرح في التحليل سيمكننا من فهم التفاصيل الدقيقة والخفية في حياتنا أما سلوكنا في حضور الآخرين هو عبارة عن أداء نسعى من خلاله بشكل واعي أو غير واعي إلى المحافظة أو التلاعب في انطباعات الآخرين عنا, وهذا لا يعني بالضرورة أنه سلوك زائف, فحتى عندما نكون صادقين مع الآخرين فإننا سنقوم بتمثيل الأدوار التي يفرضها حضورهم بإمعان أكثر في هذا المقتطف يشرح غوفمان بعض الافتراضات الأساسية لنظريته و يناقش الدلالات الأخلاقية لها كما يقدم تشريح للذات ومكوناتها, تعد هذه النظرية من أهم نظريات علم الاجتماع الوحدات الصغرى, وعلم النفس الاجتماعي, وقد اكتسبت مؤخرا لما قدمته لدراسات الهوية في ما يعرف بالأدائية, يبدو أن ثمة جدلية أساسية تكمن خلف جميع تفاعلاتنا الاجتماعية, ألا وهي أن الفرد عندما يكون في حضور الآخرين فإنه يسعى لاستكشاف حقائق الموقف وحالما يدرك هذه الحقائق فإنه سيتمكن من التنبؤ بما سيحدث ومن ثم السماح له بالحدوث, كما يتمكن من إعطاء الآخرين الحاضرين في الموقف ما يستحقون بقدر ما يتسق مع تبصره بمصلحته الذاتية, ولكشف طبيعة الموقف بالكامل, فإنه من الضروري للفرد أن يعرف عن الآخرين بعض المعلومات الاجتماعية و المخرجات الفعلية أو المنتج النهائي لأفعال الآخرين أثناء التفاعل, ويستكشف ما تحمله هوياتهم من مشاعر تجاهه, إذ أن الفرد يميل في تعاملاته مع الآخرين الحاضرين على أساس الانطباع الذي يعطونه في اللحظة الحاضرة, وهنا تحديدا تتم ترجمة الأفعال التواصلية إلى أفعال أخلاقية, ولأن مصادر الانطباعات هذه التي يلاحظها الفرد ويستعملها تنطوي على عدد كبير من معايير التعامل الاجتماعي وأداء المهام وأعراف التهذيب واللباقة التي يعطيها الآخرين يتم التعامل معها غالبا على أنها وعود يقدمونها بشكل ضمني, وهذه الوعود تميل لاكتساب الطابع الأخلاقي, ومنه فإن الحياة اليومية عالقة في قوالب من التقديرات الأخلاقية.²

¹ المرجع نفسه, ص396.

² - أحمد العوفي, ترجمة لكتاب عرض الذات في الحياة اليومية لإرفنغ غوفمان, مراجعة خبيب عسيلان, ص 1.

اعتمدت هذه الدراسة على مقارنة عرض الذات في الحياة اليومية لغوفمان باعتبارها الأكثر ملائمة للموضوع القائم, يمكن من خلالها معرفة أثر الفيسبوك في كيفية عرض الذات لدى الافراد المستخدمين وذلك بتفاعلهم بالإشارات والرموز المناقشات عبر الفيسبوك, لتبادل المعلومات والافكار وتفاعلهم مع بعضهم, في الصفحات وما يتم نشره بهذه المنصة الالكترونية .

الإطار الميداني

خطة الإطار الميداني:

- 1- التحليل الكمي والكيفي للبيانات العامة
- 2- التحليل الكمي والكيفي لبيانات المحور الأول
- 3- التحليل الكمي والكيفي لبيانات المحور الثاني
- 4- التحليل الكمي والكيفي لبيانات المحور الثالث

تمهيد :

بعد عرضي للجانب المنهجي لهذه الدراسة التي تناولت فيه مفاهيم الموضوع والأداة المعتمد عليها والمنهج والعينة والنظرية والدراسات السابقة, واستنادا على المعطيات المتحصل عليها من استمارة الاستبيان الإلكتروني, الموزعة على المستخدمين الجزائريين للفيسبوك التي مكنتني للانتقال إلى الجانب الميداني, حيث خصص هذا الجانب الأخير لعرض وتحليل البيانات المتحصل عليها من الاستمارة الإلكترونية تحليلها كميا وكيفيا وفق كل محور من المحاور.

التحليل الكمي والكيفي لبيانات المقياس:

منهجية الدراسة الميدانية واختبار أداة القياس

نهدف من خلال هذا المبحث إلى إيضاح الجانب التنظيمي للدراسة، حيث سنتطرق لكيفية تخطيط وتصميم أداة الدراسة، وهذا بإبراز نوع الأداة المستخدمة لجمع البيانات، وكذا المحاور التي يغطيها، لننتقل بعدها إلى إبراز أساليب المعالجة الإحصائية المستعملة لاختبار الأداة وقد تم تفريغ البيانات وتحليلها من خلال البرنامج الإحصائي **spss24.0** و**EXCEL 2010** وقد تم استخدام الأدوات الإحصائية التالية:

النسب المئوية و34 التكرارات لوصف عين الدراسة و المتوسط الحسابي و المتوسط الحسابي النسبي و الانحراف المعياري اختبار ألفا كرو نباخ لمعرفة درجة ثبات الاستبيان، اختبار شابيرو ويلك لاختبار ما إذا كانت البيانات تتبع التوزيع الطبيعي من عدمه. جذر ألفا لحساب صدق الدراسة، و اختبار كأي مربع لدراسة مدى الاستقلالية و كذا اختبار T في حالة عينتين لمعرفة ما إذا كان هناك فروقات ذات دلالة إحصائية بين مجموعتين من البيانات المستقلة و اختبار تحليل التباين الأحادي ANOVA لمعرفة ما إذا كانت هناك فروقات ذات دلالة إحصائية بين ثلاث مجموعات أو أكثر من البيانات .

وقد استخدمت مصدرين أساسيين للمعلومات:

- 1- **المصادر الأولية:** لمعالجة الجوانب التحليلية لموضوع الدراسة اتجهنا إلى جمع البيانات الأولية من خلال الاستبيان كأداة رئيسية للدراسة تستعمل خصيصا لهذا الغرض وقد تم توزيعها على عدد من مستخدمي الفيسبوك بالجزائر، وتم تحليلها بواسطة برنامج التحليل الإحصائي **spss** .
- 2- **المصادر الثانوية:** حيث اتجهنا في معالجة الإطار النظري للدراسة إلى مصادر البيانات الثانوية والتي تتمثل في الكتب ذات العلاقة والمقالات والتقارير والأبحاث والدراسات السابقة التي تناولت موضوع الدراسة، وكذا البحث في مواقع الإنترنت.

صدق وثبات أداة الدراسة

1- صدق أداة الدراسة:

عرف العتيبي صدق أداة الدراسة بأنه: " مدى تمكن أداة جمع البيانات، أو إجراءات القياس من قياس المطلوب قياسه "، و يعني ذلك أنه إذا تمكنت أداة جمع البيانات من قياس الغرض الذي صممت لقياسه، و بذلك تكون الأداة صادقة.¹

ولذا قمنا باستخدام بعض الاختبارات لتقييم صدق فقرات الاستبيان وذلك للتأكد من صدقه وثباته كالتالي:

1-1- الصدق الظاهري (صدق آراء المحكمين):

عرفه بوحوش عمار بأنه: "البحث عما يبدو أن الاختبار يقيسه و يتضح هذا النوع بالفحص المبدئي لمحتويات الاختبار"².

وهو أن يختار الباحث عددا من المحكمين المتخصصين في مجال الظاهرة أو المشكلة موضوع الدراسة حيث تم عرض الاستبيان على مجموعة من المحكمين تألفت من 4 أساتذة الكلية، وأسماء المحكمين بالملحق رقم (2) بهدف إبداء الرأي فيما يتعلق بمدى صدق كل فقرة من فقرات الاستبيان وصلاحيتها ومدى وملاءمتها لقياس ما وضعت لقياسه، وقد تم الاستجابة لآراء المحكمين و القيام بما يلزم من حذف وتعديل على ضوء الاقتراحات المقدمة، بذلك خرج الاستبيان في صورته النهائية، أنظر الملحق رقم (3)

1-2- صدق المحك:

الجدول رقم 1: معامل صدق المحك

عدد العبارات	معامل الصدق الذاتي
34	0.9

ويبين الجدول السابق أن المعامل يساوي 0.952 ومنه نلاحظ معامل الصدق قيمته عالية لذا يمكننا القول: إن الأداة تتمتع بقدر عالي من الصدق لما وضعت لقياسه.

2- ثبات أداة الدراسة:

المقصود بثبات الدراسة هو المدى الذي يصل إليه المقياس في إعطاء قراءات متقاربة عند كل مرة يتم استخدامه فيها أي إذا أعيد تطبيق الاستبيان على نفس

¹ أحمد يوسف أحمد اللوح، الصراعات التنظيمية و انعكاساتها على الرضا الوظيفي، رسالة ماجستير، قسم إدارة الأعمال، الجامعة الإسلامية، كلية التجارة، غزة، فلسطين، 2008، ص 91.

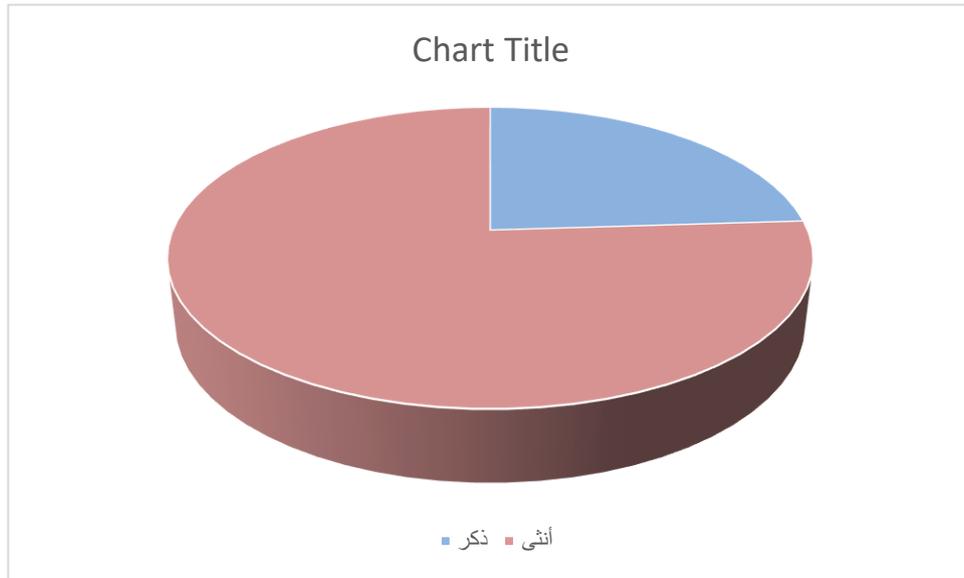
² عمار بوحوش و محمد محمود الذنبيات، مناهج البحث العلمي و طرق إعداد البحوث، ط4، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2007، ص 75.

العينة في نفس الظروف وتتنحصر النتيجة بين الصفر والواحد ومن أشهر طرق قياس الثبات الأدوات المستخدمة وهما: معامل كرونباخ والتجزئة النصفية

1- التحليل الكمي والكيفي لبيانات العامة :

الجدول رقم 2: توزيع مجتمع الدراسة حسب الجنس

النسبة	التكرار	الفئة
24.0%	30	ذكر
76.0%	95	أنثى
100%	125	المجموع



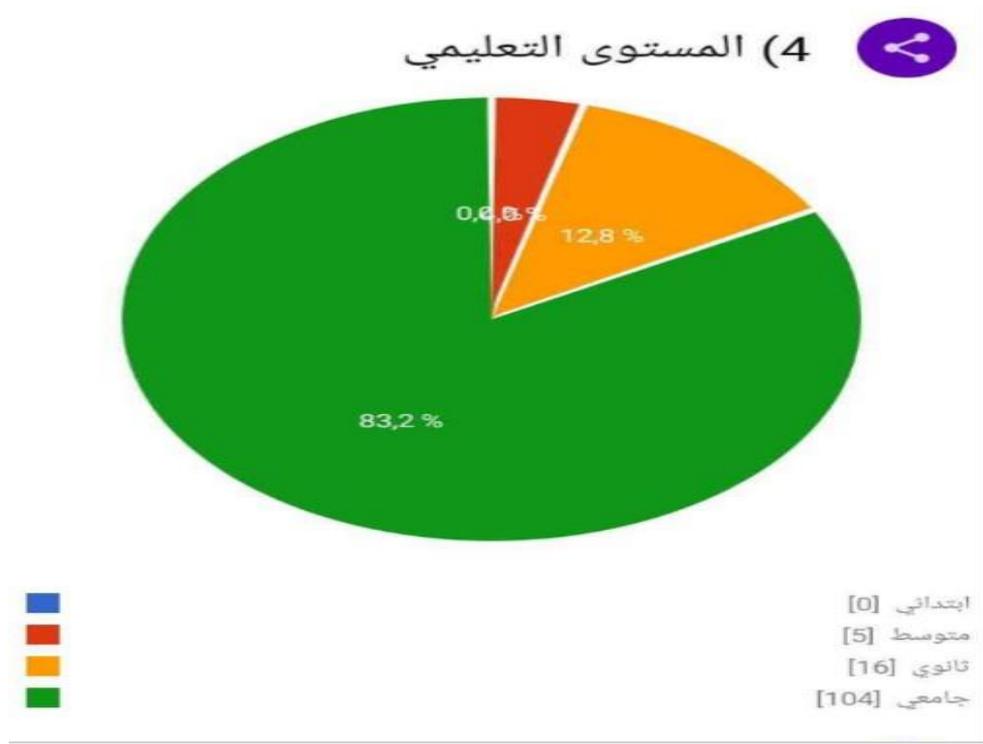
الشكل رقم (1): تركيبة مجتمع الدراسة حسب الجنس.

يتضح لنا من خلال الجدول أعلاه توزيع أفراد العينة الأساسية حسب متغير الجنس فكانت نسبة الذكور تبلغ نسبتهم المئوية (24%)، أما المستخدمين الإناث تبلغ نسبتهم ()

76%). ومنه نلاحظ أن هناك اختلاف كبير بين النسبتين، ويعزو الطالبة ذلك تجاوب فئة الإناث أكثر مع الاستبيان كونهن ربما الأكثر استخداماً للفيديو .

الجدول رقم 3: توزيع مجتمع الدراسة حسب المستوى التعليمي

الفئة	التكرار	النسبة
ابتدائي	0	0%
متوسط	5	4%
ثانوي	16	12,8%
جامعي	104	83.2%
المجموع	125	100%



الشكل رقم (2): تركيبة مجتمع الدراسة حسب المستوى الدراسي :

يتضح من خلال الجدول توزيع العينة الأساسية حسب متغير المستوى، والذي ينقسم إلى ابتدائي ومتوسط و ثانوي وجامعي وهي كالتالي: فكانت فئة الابتدائي بلغة نسبتهم

(0%) وربما يعود سبب هذا العزوف في مثل هذه المرحلة إلى الخوف وعدم السيطرة الكافية على استخدام موقع الفايستبوك مما ساهم في الانعزال الكلي عند هذه الفئة , والمتوسط بنسبة 4 % , والمستخدمين للفايستبوك لطور الثانوي بنسبة (12,8%) , والجامعي تتراوح نسبتهم المئوية (83,2 %) مستخدم لموقع لفايستبوك .

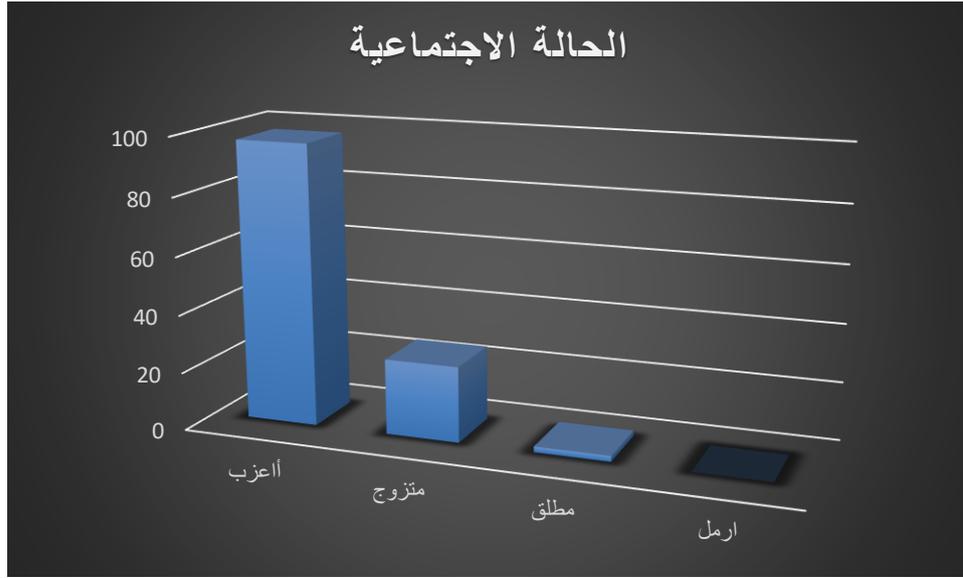
نلاحظ من خلال هذه النسب أن أكثر من يتفاعل في الفايستبوك هم فئة الطلبة الجامعيين نظرا أن لجميع الطلبة هواتف وحسابات تفرضه طبيعة الدراسة للتواصل مع مجموعات وأصدقاء وأساتذة الدراسة ونشر مستجداتها, كما تعرف هذه المجتمعات الافتراضية بأنها تجمعات إجتماعية تجمع بين أصحاب الاهتمامات المشتركة وأهل التخصص الواحد وأصحاب الرأي وجماعات الدردشة وتبادل المعلومات كأساس لها.

ويمكن لأي عضو في هذه الجماعات أن يبث حديثه لجميع الأعضاء دون استثناء أو يخص فريقا منهم, ويمكن للعضو أن يقدم نفسه تحت أسماء مستعارة ويتنكر في عدة شخصيات افتراضية, وهذا ما أكدته نظرية التفاعل الرمزي في المبدأ المركزي لها؛ بأن المعنى الذي نستمدده وننسبه إلى العالم من حولنا هو بناء اجتماعي ينتج عن طريق التفاعل الإجتماعي اليومي¹.

الجدول رقم4: توزيع مجتمع الدراسة حسب الحالة الاجتماعية

الفئة	التكرار	النسبة
أعزب	97	77.6%
متزوج	26	20.8%
مطلق	2	1.6%
ارمل	0	0
المجموع	87	100%

1 - يونس الحياي, مرجع سبق ذكره, ص12.



الشكل رقم (3): تركيبة مجتمع الدراسة حسب الحالة الاجتماعية:

والملاحظ من الجدول والشكل السابقين أن الفئة الغالبة في العينة هم العزاب حيث تشكل نسبتهم % 77.6 من أفراد العينة، في حين نجد أن المتزوجون ثانياً بنسبة %20.8 وفي الأخير فئة المطلقون بنسبة %1.6، ويعزى ذلك وقت الفراغ عند فئة العزاب لهذا السبب نجدهم الأكثر تفعل في من بين الفئات الأخرى، ومنه يكمن مفهوم النظرية 'بأنها شبكة من التفاعلات الاجتماعية بين الأفراد والجماعات التي يتكون منها المجتمع'¹، أما فئة المطلقين فقد يكون سبب عزوفهم على الفيسبوك مشاكل اجتماعية تحول بينهم وبين التواصل عبر الفاسبوك، وفئة المتزوجين متوسطة النسبة ويعود ذلك لتوازن بين الحياة العملية والمسؤولية والاستراحة والترفيه وما إلى ذلك في الفيسبوك بعض آخر وفي هذا الصدد يقول سفياني: "أن القراءات لما يحدث في الشبكات لا يستلزم إيجاد الجانب السلبي أو حتى الإيجابي على وجه التحديد، بل هو فضاء مفتوح على أكثر من تأويل للفهم كما هو حاصل في الحياة الاجتماعية"²، كما تظل هنالك جوانب لا يمكن تفسيرها أو رؤيتها تتعلق بخصوصية كل شخص ونظرته الخاصة، وما يعلنه له كل إجراء على الشبكة مما لا يعلنه ولا يوضحه، يعتبر التفاعل الاجتماعي في النظرية 'مفهوماً أساسياً واستراتيجياً في علم النفس الاجتماعي لأنه ينبغي أن يكون أهم عناصر العلاقات الاجتماعية، فالعلاقة صلة بين شخصين أو أكثر أما التفاعل التأثير المتبادل وما ينشأ عنه من تغير'³

1 - علي معمر عبد المؤمن، مرجع سبق ذكره، ص341.

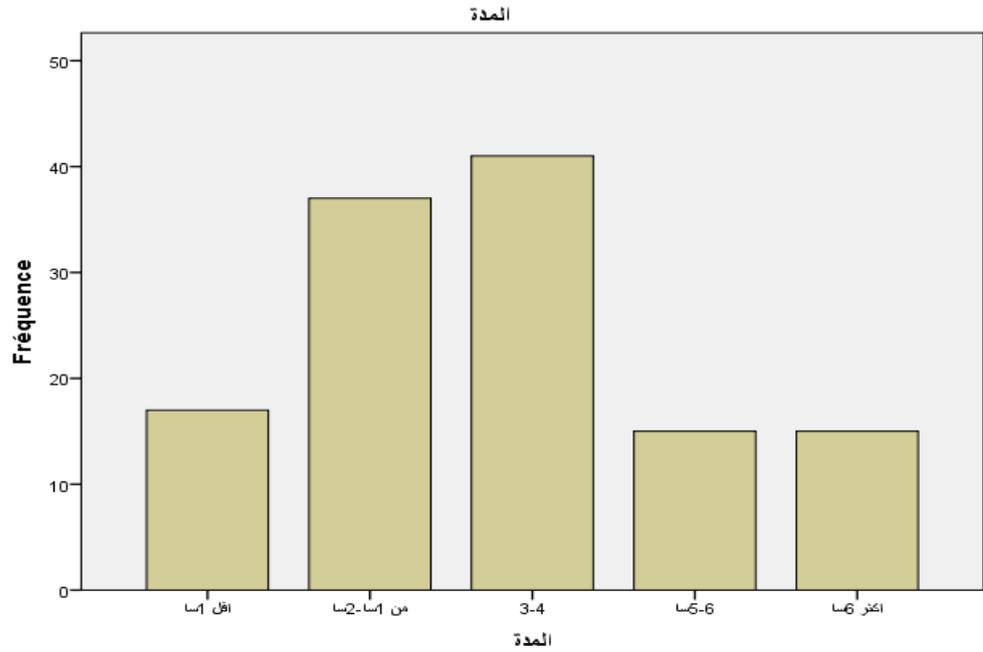
2 - عبدالله السفياني، مرجع سبق ذكره، ص8.

3 - علي معمر عبد المؤمن، المرجع السابق، ص343.

2- التحليل الكمي والكيفي لبيانات المحور الأول : عادات وأنماط استخدام الفيسبوك لدى المستخدمين :

الجدول رقم 5: يبين المدة التي يقضيها المبحوثين في موقع الفيسبوك خلال اليوم:

الفئة	التكرار	النسبة المئوية
أقل 1 ساعة	17	13,6
من 1 إلى 2 سا	37	29,6
من 3 إلى 4 سا	41	32,8
من 5 إلى 6 سا	15	12,0
أكثر من 6 سا	15	12,0
المجموع	125	100,0



الشكل رقم (4): يوضح توزيع المدة التي يقضيها مستخدمي الفيسبوك خلال اليوم

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن غالبية العينة المدروسة تستخدم الفيسبوك لمدة من 3 إلى 4 ساعات في اليوم وذلك بنسبة 32.8%، تليها مدة من 1 ساعة إلى ساعتين بنسبة 29.6%، وبعدها نجد الفئة التي تستخدم الفيسبوك لمدة أقل من ساعة بنسبة 13.6%، حيث أن الاستخدام يذهب بشكل أكبر إلى النمط المتوسط وبيتعد عن القليل أو النمط المدمن وهذا ما يشير إلى أن اعتدال استخدام هذه الشبكة بالنسبة لهؤلاء المستخدمين أو ربما يعود لممارسته للتجارة الإلكترونية بطريقة واعية أو أنهم من الأشخاص الذين

ينجذبون بكثرة إلى هذا المواقع حيث أنهم منشغلون في حياتهم اليومية باستخدام الفيسبوك الذي بات جزء من روتينهم اليومي. ومن الممكن ان الحجم الساعي للاستخدام ذو اثر على توجه المبحوثين نحو التلاعب بالأدوار مخالفة لما يكون عليه في الواقع .

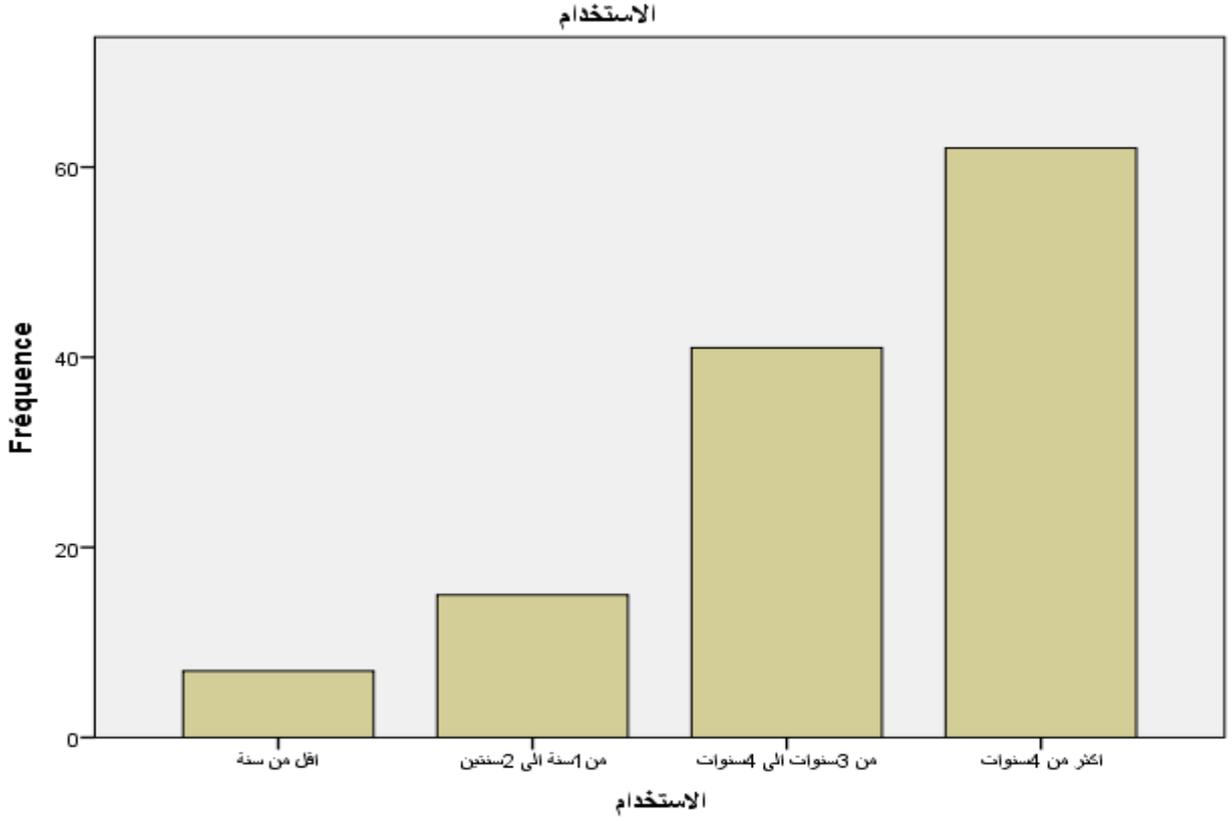
الجدول رقم6: يربط بين الجنس وبين الحجم الساعي للاستخدام:

		الحجم الساعي								
		أقل من 1س		من 1 الى 2س		3الى 4س		5الى 6س		أكثر من 6س
الجنس	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة
ذكر	5	4	9	7.2	9	7.2	4	3.2	3	2.4
أنثى	12	9.6	28	22.4	32	25.6	11	8.8	12	9.6

نلاحظ من هذا الجدول أن الاناث هم الاكثر استخدام من حيث الحجم الساعي على خلاف فئة الذكور قليلة التعامل مع الفيسبوك وربما يعود هذا لانشغالهم بالأعمال والوظائف أو لامتلاكهم لحساب واحد ربما فلا يقضون وقت طويل لعرض ذواتهم الحقيقية أكثر أو أن الاناث يعرضون ذواتهم بصورة مختلفة بعض الشيء عن الفئة الأخرى , إذ أن جل المستخدمين الجزائريين من عادات وانماط الاستخدام للفيسبوك متوسط .

الجدول رقم 7: يبين متى استخدام الحساب الشخصي في الفيسبوك لدى المبحوث:

الفئة	التكرار	النسبة المئوية
أقل من سنة	7	5,6
من 1 إلى 2 سنة	15	12
من 3 إلى 4 سنوات	41	32,8
أكثر من 4 سنوات	62	49,6
المجموع	125	100,0

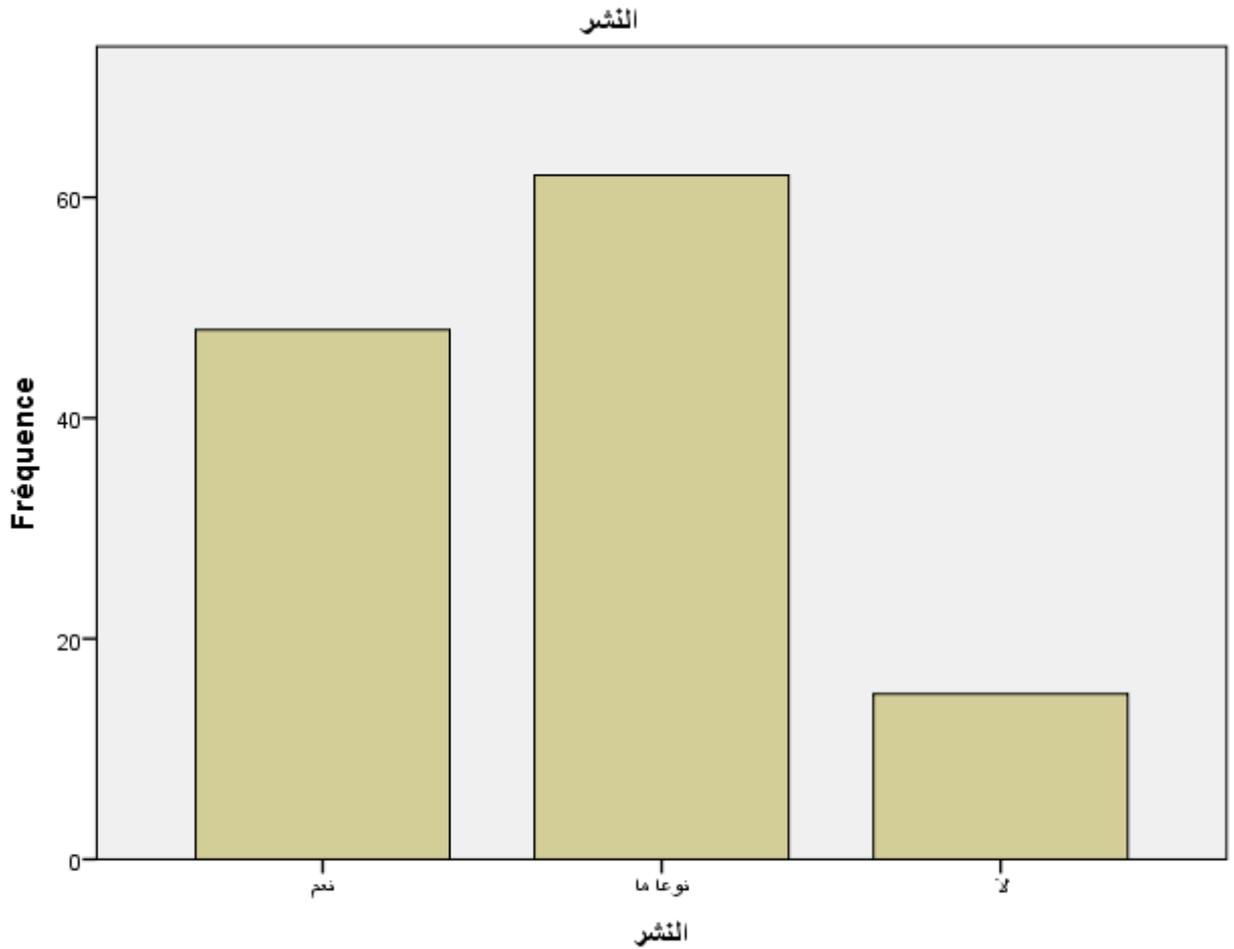


الشكل رقم (5): يمثل توزيع العينة حسب سنوات الاستخدام للفيسبوك:

يتضح من خلال النتائج المبينة في الجدول أعلاه أن 49.6% من مستخدمي الفيسبوك يملكون حساباتهم لأكثر من 4 سنوات ويعود هذا إلى تفضيل المبحوث للموقع وهذا مرتبط بأقدمية ظهور استخدام الفيسبوك في الجزائر والذي كان يعرف انتشارا واسعا وكبيرا لسهولة استخدامه وهذه الأقدمية أدت مع مرور الزمن إلى انضمام عدد هائل من المستخدمين الجزائريين مثلهم مثل بقية الشعوب الأخرى ، فنجد أن نسبة 32.8% للاستخدام من 3 إلى 4 سنوات، تليها نسبة 12% للاستخدام من 1 سنة إلى 2 سنتين، وفي الأخير نجد نسبة 5.6% من المستخدمين الذين يملكون حساباتهم لأقل من سنة، يمكن تفسير سبب هذا التناقص بظهور تطبيقات جديدة تنافس تطبيق فيسبوك مثل الأنستغرام والتلغرام وتويتر وغيرها من مواقع التواصل التي أفقدت فيسبوك صدارته أو بسبب رغبة المبحوثين للتجديد والاكتشاف على مضامين وأشكال مغايرة لما يحتويه الفيسبوك.

الجدول رقم 8: يبين نسبة النشر الذي يقوم به المبحوث في الفيسبوك:

الفئة	التكرار	النسبة المئوية
نعم	48	38,4
نوعا ما	62	49,6
لا	15	12
المجموع	125	100,0



الشكل رقم (6): يبين نسبة النشر الذي يقوم به المبحوث في الفيسبوك:

يظهر لنا الجدول أعلاه أن الاتجاه الغالب للعينة من الإناث يميل للنشر نوعا ما بنسبة 35,2% بينما يقابلها 14,4 من الذكور وهم الفئتين الأكثر نشر، ويرجع مدى النشر بهذه النسب الى أن المستخدمين الجزائريين يضعون حدود بين حياتهم الواقعية وعبر البيئة الافتراضية وإلا كان كل ما يعيشه المبحوث يتم بثه رقميا، وهنا نتوصل إلا أن المبحوثين غير واعيين بكيفية الظهور وعرض الذات، لأنه إذا كان الفرد واعي لكان أكثر نشر للوصول لتقدير الذات من خلال التفاعلات و الإعجابات.

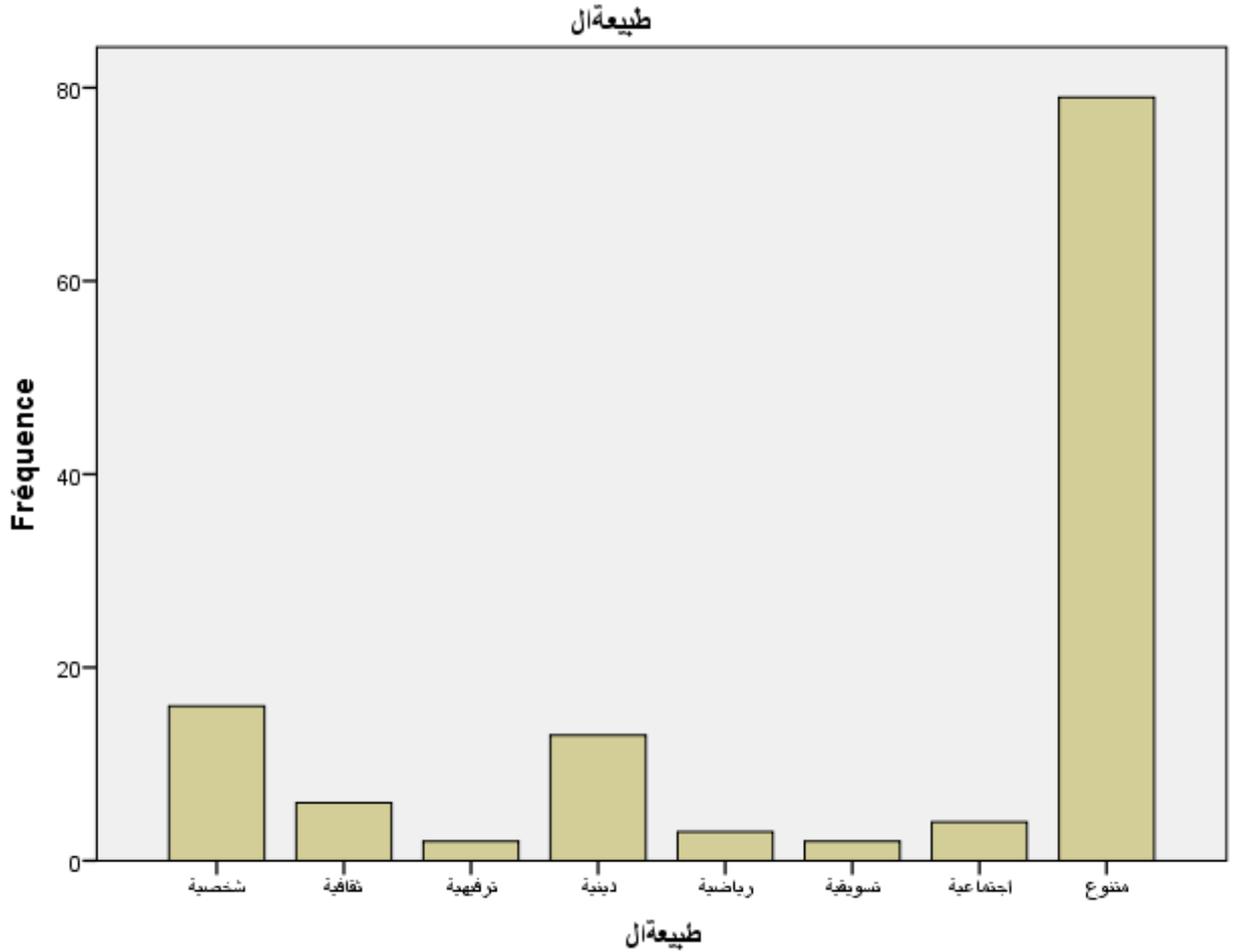
الجدول رقم 10: يربط بين متغير المستوى التعليمي ومدى النشر الذي يقوم به المبحوث:

المستوى	نعم	نوعا ما	لا	المجموع
متوسط	0,8	3,2	0	4
ثانوي	6,4	8	0	14,4
جامعي	31,2	40	12	83,2
المجموع	38,4	49,6	12	100

يبين الجدول أنه كلما ارتفع المستوى التعليمي زاد نشر المستخدم أكثر والعكس صحيح، إذ تتجلى العينة في النشر نوع ما 40% جامعي كأكثر فئة من بين الفئات للنشر في الفيسبوك وهذا بدوره يفسر لنا أن الجامعيين ينشرون مواضيع متنوعة ثقافية تمثلهم أو متنوعة لرؤيتهم حياة اجتماعية مختلفة عن ما فيه سابقا وتحمل مسؤولية ذواتهم أو لكثرة وقت الفراغ، يليها المستوى الثانوي 8% ينشر أحيانا ومن ثم الفئة الأقل وهم المستوى التعليمي المتوسط 3,2%، إذ يظهر أن هنالك تباين ملحوظ بين النسب في كل مستوى، وربما أن المستويين الأخيرين يمتلكون رقابة أسرية متشددة نوع ما ولا يملكون الحرية الكافية لاستخدام الفيسبوك لفترات زمنية طويلة، كل هذه العوامل تؤثر على كيفية الظهور واتخاذ الدور المناسب في موقع الفيسبوك.

الجدول رقم 11: يمثل طبيعة المواضيع التي يلجئ المستخدم لنشرها في حسابه الشخصي عبر الفيسبوك:

الفئة	التكرار	النسبة المئوية
شخصية	16	12,8
ثقافية	6	4,8
ترفيهية	2	1,6
دينية	13	10,4
رياضية	3	2,4
تسويقية	2	1,6
اجتماعية	4	3,2
متنوع	79	63,2
المجموع	125	100.0



الشكل رقم (7): يوضح توزيع العينة حسب طبيعة المواضيع التي ينشرها المستخدم في صفحته الشخصية عبر الفيسبوك:

يتضح من خلال البيانات الاحصائية المجدولة أعلاه أن الأغلبية المطلقة للعينة المدروسة تنطرق إلى مختلف المواضيع في منشوراتها على الفيسبوك حيث سجل ذلك بنسبة 63.2% إذ لا يركز المستخدم على موضوع معين ومن هنا نجد هيربرت بلومر: 'يقول في فروض النظرية: إن الناس فرادى وجماعات معدون للتفاعل على أساس معاني الموضوعات التي يتألف منها عالمهم, ويرتكز السلوك على هذه المعاني والموضوعات الإجتماعية كالأدوار والموضوعات المجردة كالأخلاق'¹, لكن هذا لا ينفي أن هناك فئة معتبرة من مستخدمي الفيسبوك منهم من تقتصر منشوراتهم على المواضيع الشخصية قدرت نسبتهم بـ 12.8% بحيث تتمركز المواضيع الشخصية ثانيا من بعد المواضيع المتنوعة ويعود هذا للنشر المستمر للفرد على حسابه الشخصي ربما لرسم صورة وانطباع على نفسه في ذهن الغير أو لإفادتهم, وفي هذا السياق نجد الدراسة التي قامت بها الباحثة جيسكا لي باغ **Jessica Lee pgh**: من جامعة كاليفورنيا تؤكد أن جدران البروفايل profile التي يوفرها الفيسبوك تفسح المجال للمستخدم ليكون أكثر تلقائية في التعبير عن ذاته وهويته, فكل صفحة فيسبوكية هي إنعكاس لوقت ومدارك والاهتمامات وللانتماء السياسي لصاحبها², ومنهم 10.4% من يحبذون المواضيع الدينية فقط لتقديم النصائح والموعظة للأجيال الأخيرة والتنبيه من المعاصي والوقوع في الخطأ والمساعدة على التعريف بالجانب الديني, وفي المقابل نجد أن القلة القليلة من المستخدمين الذين تميل منشوراتهم نحو المواضيع الثقافية, الإجتماعية, الرياضية, الترفيهية, والتسويقية وذلك لأن نسبهم قدرت بـ 4.8%, 3.2%, 2.4%, 1.6%, 1.6% على الترتيب, يمكن تفسير هذه النتائج على أن الفيسبوك يعد وسيلة للتواصل والتفاعل مع الآخرين محليا وعالميا من خلال المنشورات التي تتم مشاركتها معهم في مختلف المواضيع والتي لا تتحدد بوقت واحد للنشر أو عدد أو نوع منشورات معين, ومنه نلاحظ أن النسب الأخيرة قليلة ويعود هذا إلى ميل المستخدم إلى العمل على التنوع عكس الاعتماد على جانب واحد إذ يسمح الفيسبوك الاطلاع على المواضيع المتعددة في وقت واحد وهذا ما يفسر ارتفاع نسبة المضامين المتنوعة والأكثر عرضا من دون غيرها.

الجدول رقم 12: يربط بين طبيعة المواضيع ومتغير المستوى التعليمي

المستوى	متنوعة	اجتماعية	تسويقية	رياضية	دينية	ترفيهية	ثقافية	شخصية	المجموع
متوسط	1,6	1,6	0	0,8	0	0	0	0	4
ثانوي	9,6	0,8	0,8	0	0,8	0	0	0,8	12,8
جامعي	52	0,8	0,8	1,6	9,6	1,6	4,8	12	83,2
المجموع	63,2	3,2	1,6	2,4	10,4	1,6	4,8	12,8	100

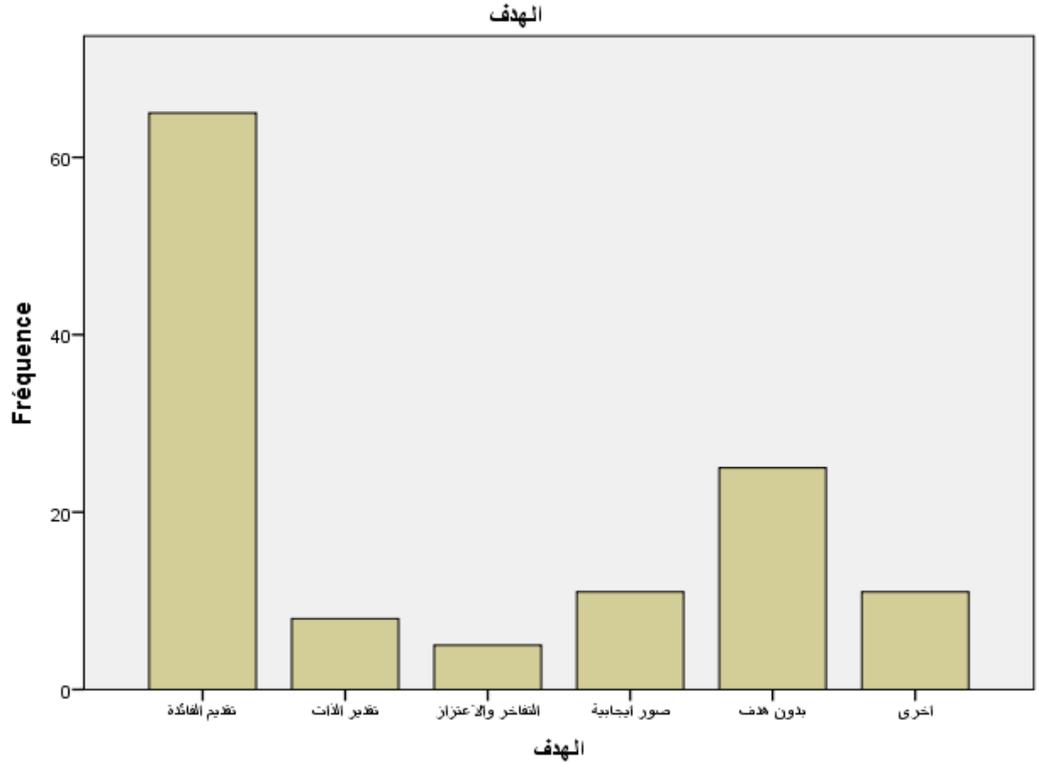
1 - سعد سلمان المشهداني, مرجع سبق ذكره, ص396.

2 - قلاعة كريمة, الشبكات الإجتماعية كمنصات افتراضية لعرض الذات في الحياة اليومية: دراسة على عينة من الشباب الجزائري المستخدم للفيسبوك, المجلة العربية للإعلام والاتصال, الجمعية السعودية للإعلام والاتصال, العدد21, 2019, 215.

نلاحظ من الجدول أن فئة الجامعيين معظمهم يتابعون مواضيع متنوعة 52% , تليها 12% ممن اختار المواضيع الشخصية من نفس المستوى التعليمي , ومن ثم المستوى الثانوي 9,6% من المواضيع المتنوعة , وهذا الفارق كبير في توزيع العينة بين المضامين الفيسبوك , إذ أن جل المستخدمين للفيسبوك يستغلون سمات هذا الموقع بتنوع المضامين التي يشاهدها المبحوث ومنه يكون على دراية بأهم المستجدات وهذا يساعده في تكوين شخصيته الافتراضية بأحسن صورة متوقعة , حيث تمثل نسبة المستوى المتوسط 1,6% ممن يتابعون مواضيع متنوعة, إذ يتضح أن معظم المستخدمين الجزائريين في جميع الفئات يبتعدون عن إظهار نواتهم بمثالية عبر موقع الفيسبوك.

الجدول رقم 13: يوضح هدف المستخدم من المنشورات التي يضعها على صفحته في الفيسبوك :

الفئة	التكرار	النسبة المئوية
تقديم الفائدة	65	52
تقدير الذات	8	6,4
التفاخر والاعتزاز	5	4,0
صور ايجابية	11	8,8
بدون هدف	25	20,0
أخرى	11	8,8
المجموع	125	100,0



الشكل رقم (8): يبين توزيع العينة حسب هدف المستخدم من المنشورات التي يضعها على صفحته في الفيسبوك:

يتضح من خلال الجدول أعلاه أن 52% من مستخدمي الفيسبوك يهدفون إلى تقديم الفائدة من خلال النشر على صفحاتهم الشخصية وتعتبر أكبر نسبة وهذا لطبيعة المحتوى يساهم في جذب الآخرين, في حين أن 20% من العينة تقدم منشورات بدون هدف وربما يرجع هذا إلى شخصية المستخدم بلا طموح أو هدف، بينما نجد منهم 8.8% يقدمون صور ايجابية لإظهار نفسه متميز عن غيره وغرس انطباع جيد للمشاهدين وهنا يؤكد هذا السفيفاني بقوله: 'أنا جميعا مسوقون ونسوق أنفسنا لنحصل على الرضى وتعزيز الذات حتى صار التنافس في الشبكات للحصول على أكبر قدر من التقدير الإيجابي, من خلال زيادة أعداد المتابعين وعدد الإعجابات والتفضيلات'¹، وبذات النسبة نجد من ضمن العينة من يقومون بتقديم منشورات لأهداف أخرى غير مذكورة، كما نجد أن 6.4% من المستخدمين يقومون بالنشر لهدف تقدير الذات، في حين سجلت أضعف نسبة للمستخدمين الذين ينشرون بهدف التفاخر والاعتزاز والتي قدرت ب 4% ومنه فمن خلال النتائج والنسب المتحصل عليها يمكن القول بأنه لا توجد قواعد واضحة ومعلنة أمام الجميع تحدد أهداف وقواعد استخدام الفيسبوك إضافة أن النسبة تتغير ومبهمة حيث يعبر الباحثين عن الأهداف الحقيقية التي تكمن وراء هذا النشر، وقد تكون هذه استراتيجية من فيسبوك لزيادة النشاط حيث أن أي تقيد أو تنظيم يضعف نشاط المنصة ويضر بها تجاريا.

1 - عبدالله السفيفاني, مرجع سبق ذكره, ص11.

الجدول رقم 14: يربط بين متغير الجنس وهدف المستخدم من النشر:

الجنس	أخرى	بدون هدف	صورة إيجابية	تفاخر والاعتزاز	تقدير الذات	تقديم الفائدة	المجموع
ذكر	1.6	1.6	3.2	0	1.6	16	24
أنثى	7.2	18.4	5.6	3.2	4.8	36	75,2
المجموع	8.8	20	8.8	4	6.4	52	100

يبين الجدول أن 36% من نسبة الإناث تهدف لتقديم الفائدة للآخرين 16% من الذكور كذلك أيضا، إذ ينخفض الاعتزاز والتفاخر من طرف المبحوثين ويتعدون عن تقدير الذات وتكوين صورة إيجابية وربما يرجع هذا لطبيعة الإناث اللينة والحنية وحبهم لمساعدة الغير سواء في محيطهم أو افتراضيا، تليها نسبة 18,4% من الإناث ممن ينشرون بدون هدف و 1,6 من الذكور كذلك وهذا يعود بعدم التخطيط مسبقا بكيفية عرض ذواتهم غالبا، ومنه نتوصل الى أن المستخدمين الجزائريين لا يفضلون عرض أنفسهم بصورة مثالية أو تمثيل أي دور يبتعد عن ذواتهم الحقيقة.

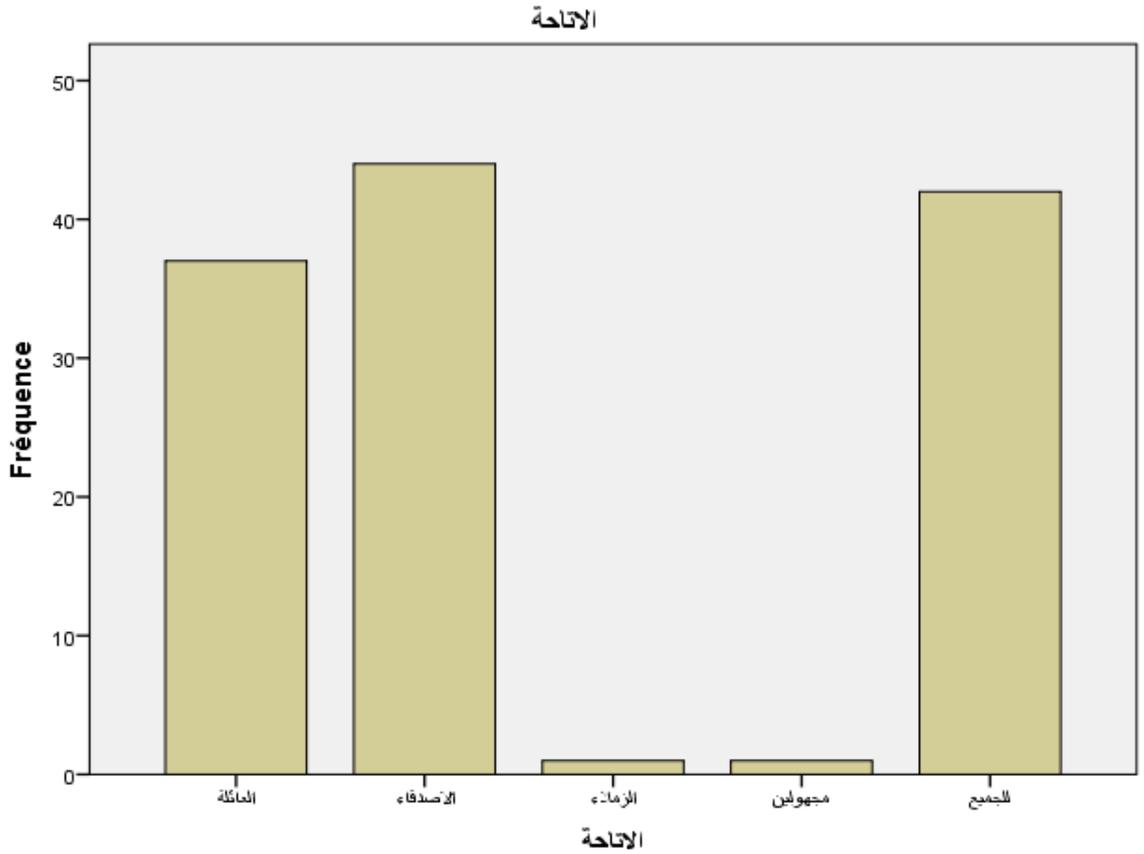
الجدول رقم 15: يربط بين المستوى التعليمي وهدف المستخدم من النشر:

المستوى	أخرى	بدون هدف	صورة إيجابية	تفاخر والاعتزاز	تقدير الذات	تقديم الفائدة	المجموع
متوسط	0.8	0.8	0	0	0	3	4.6
ثانوي	0.8	0.8	0.8	0.8	0.8	8,8	12.2
جامعي	7.2	18.4	8	3.2	5.6	40,8	83.2
المجموع	8.8	20	8.8	4	6.4	52	100

يبين لنا الجدول أن الفارق العمري يتحكم في نسبة تقدير الذات فكلما زاد العمر كلما زادت أهداف الانسان وكلما تغير مستواه كلما فهم أكثر وحدد أهدافه بشكل أوضح بحيث نرى أن الجامعيين لهم اهداف أكبر من غيرهم فأبزمهم يميل لتقديم الفائدة بنسبة 40,8% بينما يتجه بعضهم للنشر بدون هدف 18,4%, ربما ينشغلون بالنشر للقضاء على الوقت من خلال المكوث في موقع الفيسبوك, كما أن المستوى الثانوي ينشرون لتقديم الفائدة بنسبة 8,8%, تليها فئة التعليم المتوسط 3% يقدمون الفائدة عند نشرهم للمضامين , ومنه يتضح لنا من جميع المستويات التعليمية أن المستخدمين الجزائريين لموقع الفيسبوك يتحلون بطابع شخصية لينة وتفضل تقديم المساعدة والفائدة للغير.

الجدول رقم 16: يمثل ما إذ كانت صفحة المبحوث في الفيسبوك متاحة:

الفئة	التكرار	النسبة المئوية
العائلة	37	29,6
الأصدقاء	44	35,2
الزملاء	1	,8
مجهولين	1	,8
لجميع	42	33,6
المجموع	125	100,0



الشكل رقم (9): يوضح اتاحة صفحة المستخدم في الفيسبوك :

بناء على النتائج المبينة في الجدول أعلاه نجد أن الأصدقاء هم الفئة الأكثر اتاحة على الفيسبوك بالنسبة للعينة المدروسة حيث قدرت نسبتهم بـ 35.2%، كما سجلت ما نسبتهم 33.6% من العينة للأشخاص الذين يملكون حسابات متاحة للجميع بما في ذلك العائلة،

الزملاء، والمجهولين.. ربما لأن اكتساب العلاقات في الوقت الحالي أصبح يعتمد على استخدام الفيسبوك سواء تعلق الأمر بالعلاقات العامة أو العلاقات العاطفية وغيرها أو أن شخصية المستخدم تتغير من اجتماعية محب للاختلاط إلى انطوائي منعزل ، تليها بعد ذلك نسبة المستخدمين الذين يملكون حسابات متاحة للعائلة فقط والتي قدرت بـ 29.6% حيث تعتبر هذه الفئة الفيسبوك على أنه أحد أهم وسائل التواصل مع أفراد العائلة أو أنه بديل للهاتف، إذ أنه يسمح بإجراء مكالمات صوتية ودرشة الفيديو وكذلك تبادل الرسائل والصور والفيديوهات. وفي الأخير يمكن القول أن حسابات مستخدمي الفيسبوك لا تقتصر فقط على الزملاء أو المجهولين، حيث قدرت نسبة كل منهما بـ 0.8% بمعدل تكرار شخص واحد من العينة، ربما لأن مستخدمي الفيسبوك لا يرغبون في تقييد تعاملاتهم مع أشخاص مجهولين لا تربطهم عوامل مشتركة كاللغة أو البلد مثلا، أما عن الزملاء فمن الممكن أن غالبية المستخدمين يريدون الفصل بين الأصدقاء والعائلة وبين الأمور العملية بدافع الحفاظ على طابعهم الرسمي الجاد والذي قد لا يتحقق على صفحاتهم الشخصية بالفيسبوك.

الجدول رقم 17: يربط بين الجنس وهل الصفحة متاحة :

		اتاحة الصفحة ل								
		العائلة		الأصدقاء		زملاء العمل		المجهولين		لجميع
الجنس	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة
	ذكر	4	3.2	8	6.4	1	0.8	1	0.8	16
أنثى	29	23.2	38	30.4	0	0	0	0	27	21.6

نرى من خلال الجدول أن الصفحة الشخصية للمستخدمين الإناث متاحة للأصدقاء بنسبة 30.4% أكبر من نسبة الأصدقاء عند الذكور 6,4% ويرجع هذا إلى الراحة النفسية التي يجدها أغلب المبحوثين مع الأصدقاء في درشاتهم وتواصلهم فهنا عرض الذات يكون بطريقة سهلة لأن العامل النفسي يؤدي دورا هاما في الحياة اليومية الافتراضية، كما أن الإناث يميلون لإتاحة صفحاتهم للعائلة أكثر بنسبة 23,2% ويتحكم في هذا القيم الاجتماعية التي تحكمهم أو لأنهم محافظين، بينما يقل ذلك عن الذكور 3,2% ممن يتيحون حساباتهم للعائلة فهذه الفئة أقل قيود ممن سبقها .

3- التحليل الكمي والكيفي للبيانات :

3-1- معامل ألفا كرو نباخ: الجدول رقم 18: معامل ثبات الدراسة

عدد العبارات	معامل الثبات
34	0.818

ومن الملاحظ أن قيمة ألفا كرو نباخ مرتفعة حيث بلغت 0.81، وهذا يعني أن الثبات مرتفع ودال إحصائياً.

3-2- التجزئة النصفية:

وهنا يطبق الاختبار مرة واحدة ثم تقسم العبارات إلى نصفين وقد قسمناها حيث يكون الجزء الأول للعبارات الفردية، أما الثاني فالعبارات الزوجية ثم يحسب معامل الارتباط بين درجات نصفي الاختبار، وهذه الطريقة تقيس ثبات نصف الاختبار وليس كله.

الجدول رقم 19: ثبات الدراسة (التجزئة النصفية)

الجزء الأول			الجزء الثاني		
عدد العبارات	قيمة الثبات	معامل الصدق	عدد العبارات	قيمة الثبات	معامل الصدق
17	0.842	0.91	17	0.834	0.97

واضح من الجدول أعلاه أن قيمة الثبات عالية لكل من الجزئين، حيث بلغت (0.842) للجزء الأول، بينما في الجزء الثاني بلغت (0.834)، وهذا ما يعني أن الثبات مرتفع ودال إحصائياً.

بعد الاطلاع على نتائج الثبات يتضح أن المعامل عالي القيمة، وبالتالي لا يتطلب ذلك حذف العبارات، وبذلك يكون الاستبيان في صورته النهائية كما في الملحق رقم (3) قابلاً للتوزيع.

ونكون بذلك قد قمنا بالتأكد من صدق وثبات استبيان الدراسة مما يجعلنا على ثقة تام بصحة الاستبيان وصلاحيته لتحليل النتائج والإجابة عن أسئلة الدراسة .

3-3- الصدق البنائي:

يعتبر الصدق البنائي أحد المقاييس لصدق الأداة والذي يقيس مدى تحقق الأهداف التي تريد الأداة الوصول إليها، ويبين مدى ارتباط كل محور من محاور الدراسة بالدرجة الكلية لفقرات الاستبيان.

جدول رقم 20: معامل الارتباط في مجال الصدق البنائي

المحور	معامل بيرسون	القيمة الاحتمالية
اعتبارات الذات الافتراضية والواقعية	0.45	0.000
طبيعية عرض الذات في الحياة الافتراضية	0.45	0.000

ويبين الجدول السابق أن جميع معاملات الارتباط في مجالات الاستبيان دالة إحصائياً عند مستوى معنوية أقل من 0.05، وقيمة معامل الارتباط بيرسون متوسطة

3-1 المحور الثاني : اعتبار الذات الافتراضية والواقعية :

- المجالات المعتمدة لتحديد الاتجاه العام للعبارات

تم تحديد طول الخلايا في مقياس ليكارت الخماسي من خلال المدى بين درجات المقياس (4=5-1)، ومن ثم تقسيمه على أكبر قيمة في المقياس للحصول على طول الخلية أي (0.80=5/4) وبعد ذلك تم إضافة هذه القيمة إلى أقل قيمة في المقياس، وذلك لتحديد الحد الأعلى لهذه الخلية، وهكذا أصبح الحد الأعلى لهذه الخلية، وهكذا أصبح طول الخلايا كما هو موضح في الجدول التالي:

الجدول رقم 21: مجالات المتوسط الحسابي لتحديد الاتجاهات العامة

طول الخلية	درجة الموافقة
من 1 إلى 1.66	غير موافق
أكبر من 1.66 إلى 2.40	محايد
أكبر من 2.40 إلى 3	موافق

ولتفسير نتائج الدراسة والحكم على مستوى الاستجابة، اعتمدت على ترتيب المتوسطات الحسابية على مستوى المجالات للاستبيان ومستوى الفقرات في كل مجال، وقد حددنا اتجاه العبارات حسب المجالات المعتمدة.

جدول رقم 1 من (22): يمثل طبيعة الأسماء التي يفضل المبحوث استخدامها في الفيسبوك نظرا لجعله يشعر بالحرية والراحة :

العبارة	غير موافق		محايد		موافق		المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الاتجاه
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة			
أفضل استخدام الاسم المستعار في الفيسبوك	48	38	26	20,8	51	40.8	2,02	893,	موافق

نلاحظ من خلال هذا الجدول والنسب أن الفئة الموافقة على استعمال الإسم المستعار في حساب الفيسبوك أكبر, إذ بلغت نسبتهم 40,8%, أما الفئة المعارضة والذين يفضلون وضع أسماء مستعارة, ويعود للارتياح لدى المستخدمين في إخفاء الأسماء الحقيقية راجع لعدة أسباب منها الحصول على حرية أكثر في عرض الفرد لنفسه بأي شكل اراده وطرح أفكاره مع الآخرين أو لتفضيلهم للبقاء مجهولين في ظل البيئة الافتراضية, فيكون الاسم بمثابة أقنعة يتسترون بها على ذواتهم الفعلية لخلفيات مختلفة منها التندر والاستهزاء بالأسماء والألقاب التي يعتبرها البعض غريبة أو كلاسيكية ومضحكة, كما أن هنالك من لا يريد عرض اسمه تفادي لإزعاج الآخرين له وهذا ما تؤكدته منال كبور فيما يتعلق بطبيعة الاستخدام "إنهم جميعا يدخلون الفيسبوك بإسم مستعار"¹, ويضيف عبدالله السفيناني "أن الشبكات الإجتماعية والمنديات والألعاب التفاعلية تهينك سلفا لفكرة أنك ممثل, فتطلب منك إختيار إسمك "المستعار" وهو القناع الذي ستلبسه في مسرحية الشبكات, وتمكنك بعض الشبكات وبعض التطبيقات من إختيار Emoji صورة رمزية لك تناسب الدور الذي تريد القيام به, وتختار حينها للباس الذي تفضله وتحب الظهور به وألوانه, بل والشكل الذي تحب أن يراك الآخرين به من حيث (الطول, الوزن, الشعر..), ويبدو الوضع إلى هنا مقاربا مع فكرة أن المشاركين في الشبكات الإجتماعية ممثلون فعلا². وهذا ما أكدته أيضا الدكتور علي محمد رحومة حين قال: "أن الأسماء المستعارة في المجتمعات الافتراضية تكون "كقناع" للذات Mask هذا قد يساعد الفرد على التعبير عن ذاته بصورة أكبر لشعور المرء بمسؤولية خفيفة والابتعاد عن القواعد الإجتماعية"³, أما نسبة المبحوثين الذين يستخدمون أسماءهم الحقيقية على الفيسبوك نسبتهم 38% فقط وهم الذين يؤيدون فكرة عرض أسمائهم الحقيقية و يحرصون على إثبات الهوية في داخل الشبكات عبر الأسماء والصور والتوثيق الرسمي لها, وفي هذا السياق يقول عبدالله السفيناني في الدراسة السابقة: "أصبحنا نضيف ذرعا بالأسماء المستعارة التي تشاركنا هذا الفضاء, ويستتكمف

1 - منال كبور, مرجع سبق ذكره, ص7.

2 - عبدالله السفيناني, المرجع السابق, ص5.

3 - علي محمد رحومة, مقاربة في علم الإجتماع العربي والإتصال عبر الحاسوب, المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب, الكويت, ص145,144.

بعضنا أن يتعامل معها ونضجر حين ينتحل شخص ما هويتنا ويتخذها أسما مستعارا له¹, حيث يعتبر الاسم من أهم المعدات التعبيرية التي تستخدم لعرض الذات على الفيسبوك, من أجل ذلك يحدد موقع الفيسبوك شروطا لاختياره وهو ما يعرف بسياسة الاسم الحقيقي على الفيسبوك, حيث يطلب الموقع باستخدام الأسماء التي يتعاملون بها في الحياة اليومية, كما يمكن استخدام الألقاب التي تعد اختصار للاسم الحقيقي, يعتبر المستخدم أن حسابه الشخصي معبر عن هويته الذاتية, لذلك يميل إلى عرض اسمه الحقيقي اعتبارا منه أن شبكة الفيسبوك امتداد لواقعه المعاش, كما أنه يوجد بعض من المستخدمين يضعون بداية أسماءهم الشخصية لكونها كافية للتعريف بذواتهم, نستذكر هنا مفهوم الواجهة الشخصية عند **غوفمان** "للإشارة إلى العناصر الأخرى من الأدوات التعبيرية كالملابس والجنس والعمر وهيئة الجسم, أنماط الكلام, تعابير الوجه, إيماءات الجسد وما يشابه ذلك, وهذه الأدوات المعيارية يستخدمها الفرد عن قصد أو عن غير قصد أثناء عرض ذاته"², وهذا ينطبق على الرموز المستخدمة من طرف المبحوث للإشارة إلى اسمه الحقيقي .

جدول رقم 2 من (22): يمثل المعلومات الحقيقية التي يستعملها المبحوث في الفيسبوك:

العبارة	غير موافق		محايد		موافق		المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الاتجاه
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة			
أضع معلوماتي الحقيقية في الفيسبوك	40	32	28	22.4	57	45.6	2,14	874,	موافق

يبين لنا الجدول أعلاه أن أغلب المستخدمين الجزائريين يوافق على وضع المعلومات الحقيقية في الفيسبوك وقدرت نسبتهم 45,6%, بينما من يعارض فقدرت نسبتهم 32%, وهذا يبين أن المستخدم الجزائري ليس لديه مشاكل في إظهار المعلومات الحقيقية فجل المبحوثين يعرضون المعلومات العامة عنهم كصورة البروفيل وتاريخ ومكان الميلاد وسماته الشخصية والمعلومات المهنية وعن الدراسة والعمل, ماذا يحب وماذا يكره وكأنه في حياته اليومية الواقعية, فيتصرف الفرد وفق ما هو متوقع منه في السياق والوضعية الاجتماعية التي يتواجد فيها مع أفراد آخرين بوعي أو دون وعي, وعادة يأخذ السلوك أشكال مختلفة من لتفاعل اليومي بناء على معايير ثقافية وأعراف مجتمعية مثل تبادل التحية وما إلى ذلك, وهذه التعاملات والسلوكيات يتخذها المستخدم في البيئة الافتراضية بتقديم ذاته رقميا في شكل أداء استعراضي لمختلف مكونات الهوية, ما يؤدي إلى تشكل الهوية الرقمية وذات المستخدم, وهذا ما تطرق إليه إرفين غوفمان في كتابه 'عرض الذات

1 - عبدالله السفياني, مرجع سبق ذكره, ص2.

2 - إرفينغ غوفمان, مرجع سبق ذكره, ص43,42.

في الحياة اليومية 'و' ينخرط الممثل في خشبة المسرح لتشخيص الدور عندما يرفع الستار بداية المشهد حيث يتشكل سلوك الممثل بناء على توقعات الجمهور المشاهد وكذا الإعداد المسبق للشخصية التي يؤديها"¹, من هنا يبقى المستخدم حياهم الشخصية في كواليس مسرح الفيسبوك في حين يظهرون باقي المعلومات على خشبته, يفسر ذلك بأن الأفراد لا يرون أن حياتهم الشخصية يمكن تعتبر رهينة لتقديرات وانطباعات الآخرين لحميميتها وخصوصيتها, كما يمكن أن يفسر ذلك بما يعرف بالسمعة الشبكية, حيث أن الفئة الأخرى أقل و لا تفضل وضع المعلومات الحقيقية ويعرض الفرد هنا نفسه بصورة مثالية في منشوراته وتفاعلاته مع الآخرين.

جدول رقم 3 من (22): إخفاء الاسم الحقيقي عبر الفيسبوك يشعرني بالراحة:

العبارة	غير موافق		محايد		موافق		الاتجاه
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	
إخفاء الاسم الحقيقي عبر الفيسبوك يشعرني بالراحة	49	39.2	30	24	46	36.8	غير موافق

نلاحظ من خلال إجابات المبحوثين أن 39,2% غير موافق على إخفاء الاسم الحقيقي عبر الفيسبوك لشعوره بالراحة ويرجع ربما هذا للجانب الشخصي لصاحب الحساب أو الاختفاء عن الأنظار, كما أن هذا يعود إلى الحرية الشخصية للمستخدم والقيود العائلية لها تأثير على بناء ذات الإنسان, وعادة يأخذ السلوك أشكال مختلفة من التفاعل اليومي بناء على معايير ثقافية وأعراف مجتمعية مثل تبادل التحية والمجاملات حول عطله نهاية الأسبوع أو الانتظار في الصف, وهذه السلوكيات والتفاعلات تنطبق في البيئة الرقمية من خلال وضع أسماء ورموز تمثل صاحبها وكأنه في الواقع المعاش, بينما 36,8% وافق على إخفاء الاسم الحقيقي لارتياحه أكثر وطرح أفكاره دون تعرفه الآخرين عليه ومنه لا يتم مراقبته, فرغم أن المبحوث يستخدم الاسم المستعار كقناع لتغطية شخصيته الفعلية إلا أنه يتعامل بشخصيته ويدردش في المسنجر ويضع أفكاره الحقيقية لأن المستخدم يواجه عراقيل كأن اسمه الحقيقي قديم أو ذو معنى غير معروف ولا يمتلك جاذبية عند سماعه.

جدول رقم 4 من (22): استخدام المبحوث للصورة الحقيقية على الحساب الشخصي في الفيسبوك لتعبيرها عن هويته في الواقع :

1 - إرفينغ غوفمان, المرجع السابق, ص 56,57.

العبرة	غير موافق		محايد		موافق		المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الاتجاه
	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار			
استخدام صورتي الحقيقية على حسابي في الفيسبوك لأنها تعبر عن هويتي في الواقع	53.6	67	24	30	22.4	28	1,69	8,17	غير موافق

نلاحظ من خلال الجدول أن المبحوثين ينقسمون بين من يضعون صورهم الحقيقية وبين من يضعون صوراً أخرى يجدونها أكثر تعبيراً عن ذاتهم، إذ بلغت نسبة المعارضين على إظهار الصورة الحقيقية 53,6%، فكانت نسبتهم مرتفعة إلى عدم الإفصاح عن هويتهم وتعويضها بصور أخرى يجدونها أكثر تعبيراً عن ذاتهم وأكثر تمثيلية للشخصيات التي يريدون لعب أدوارها سواء كانت شخصيات مقربة أو بعيدة، مجهولة أو مشهورة، وسواء احتوت الصور نصوصاً أو صوراً للطبيعة، بينما الموافقين على ذلك بلغت نسبتهم 22,4%، وهذه الفئة أقل استخدم للصورة الحقيقية، نجد الذكور يذهبون إلى هذا الاتجاه أكثر للتفاخر أمام الآخرين والتعريف بنفسه بطريقة غير مباشرة وكأنه يقول "ها أنا ذا"، كما أن المعروف في المجتمعات الجزائرية الذكور أكثر حرية من الإناث، فسيرورة عرض الذات على الفيسبوك تخضع بنفس الطريقة التي يخضع بها عرض الذات الفعلية إلى السياق الاجتماعي، خاصة باستحضار متغير الجنس الذي يلعب دوراً مهماً في فهم الظاهرة الاجتماعية حيث نجد منطق الاستتار والخصوصية عند المرأة أكثر وخاصة في المجتمع المحافظ وقد يرجع هذا إلى قيود اجتماعية والرقابة الأسرية التي تحيط بهم لكونهم متحفظين ويخافون من التهديدات الإلكترونية من طرف أشخاص سيئون في تعاملاتهم عبر الفيسبوك، فأغلب صور المرأة في الفيسبوك تكون في إطارات مهنية أو أكاديمية، لأنه في حال ما تم وضع صورة خلاف هذه الأماكن فتعتبر الصورة سلبية ومدنسة لها.

جدول رقم 5 من (22): يمثل مدى محافظة مستخدم الفيسبوك على المكانة والرتبة الاجتماعية من خلال وضع طبيعة المهنة أو الوظيفة أو انتماء طالب أو أي نشاط آخر في البروفايل الخاص بالمبحوث :

العبارة	غير موافق		محايد		موافق		الاتجاه
	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
أحافظ على مكانتي ورتبتي الاجتماعية من خلال وضع (طبيعة مهنتي أو وظيفتي أو أنني طالب أو أي نشاط آخر في البروفائل الخاص بي)	22.4	33	51.2	64	2,29	811	موافق

يوضح الجدول ان نسبة المستخدمين الذين يحافظون على المكانة والرتب الاجتماعية 51,2%, نلاحظ أن أغلب المبحوثين يضعون صفاتهم ومكانتهم وما هو معروف به في واقعه كسمة لتمييز بينه والآخر, فيوجد من هؤلاء يستخدم رتبته للحفاظ على التقدير و كسب قاعدة جمهورية أكثر ممن لا يضعون أي صفة, كما أن النسبة الأعلى جاءت لإظهار المكانة الاجتماعية لأن هذا أيضا يؤدي إلى التمكن من نسج علاقات مهنية واجتماعية هامة لزيادة الرغبة في الحصول على التقدير والاحترام, ونجد هنا السفياتي يقول: " أن المشاركون في الشبكات عموما يتخذون نمطين من أنماط الظهور وتقديم الذات لها ما يبرزها ويدعو لها, ويمثل النمط الأول غير المتحفظ فيمثل نوع من عرض الذات يشعر خلالها الفرد بأنه بعيد عن الرقابة والمتابعة, والنمط الآخر المتحفظ على الشبكات ويخالف السابق تماما, وكثيرا ما تتبناه الشخصيات نوات الطابع الرسمي أو العلمي الذين يملكون مكانة إجتماعية يحضرونها معهم في الشبكات ويحاولون المحافظة عليها"¹, ويدعم **غوفمان** النمط الأول بأنه "عندما يتواجد الفرد في حضور أفراد آخرين, يسعى كل واحد منهم إلى الحصول على معلومات تتعلق بالطرف الآخر أو استدعاء المعلومات التي لديهم عنه مسبقا, حيث يشعر كل فرد واحد منهم بالقلق تجاه المكانة الاجتماعية والاقتصادية للآخر, بالإضافة إلى الأفكار التي يحملها عن نفسه وكذا تصرفاته تجاه الآخر, وكفاءته وصدقه وما إلى ذلك من المعلومات التي تخص الفرد لا تكون الرغبة في الحصول على هذه المعلومات هدفا في حد ذاته, ولكن من أجل مقاصد عملية تساهم في تعريف الوضعية التي تسمح للأطراف بشكل مرتبط, بالتنبؤ حول ما يتوقعه كل واحد من الآخر ما يجعلهم على معرفة بالطريقة التي يجب أن يتصرفوا بها قصد الحصول على الاستجابة المرغوبة فيها . وعليه فالحياة اليومية عنده هي مسرح كبير وليس على المجاز"², بينما هناك من عارض على هذا إذ قدرت نسبتهم 22,4%, فهناك من يعتبرها من الخصوصيات التي لا تسمح له بمشاركتها الاخرين, ويوجد من يخاف من العين والحسد على نجاحه ونيله أعلى الرتب وهم أصحاب النمط الثاني في قول السفياتي .

1 - عبدالله السفياتي, مرجع سبق ذكره, ص11,12.
2 - المرجع نفسه, ص3.

جدول رقم 6 من (22): يمثل مدى اعتماد المبحوث في البروفايل الخاص به على مقولة تعبر عن قناعته الشخصية في الحياة :

العبارة	غير موافق		محايد		موافق		المتوسط الحسابي	الاتجاه المعياري	الاتجاه
	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار			
اعتمد في البروفايل الخاص بي على مقولة تعبر عن قناعاتي الشخصية في الحياة	12	9.6	18	14.4	95	76	2,66	647	موافق

يُجد أن بعض مستخدمي موقع الفيسبوك أن الصورة الشخصية والاسم غير كافيين للتعبير عن هوياتهم بشكل كافٍ، فيلجئون إلى إضافة سير ذاتية (مقولة تعبر عن قناعته) لوصف هوياتهم الذاتية، ومنه نجد نسبة المستخدمين الموافقين على وضع عبارة تعبر عن شخصياتهم من خلال حياتهم الافتراضية عبر الفيسبوك 67%، وهي خاصية يتيحها موقع الفيسبوك أسفل الاسم في الصفحة الشخصية، حيث يطلب منك "محاولة إضافة سيرة ذاتية قصيرة تخبر من خلالها الآخرين المزيد عن نفسك"، بينما الغير الموافقين قدرت نسبتهم ب 9,6% فقط، ويعود هذا الاختلال في التوازن وارتفاع نسبة القبول لدى المبحوثين، إلى مجموعة من الأسباب وتكمن أبرزها في أن معظم المبحوثين مقتنعين بحياتهم الواقعية ويميلون إلى قول المزيد عن أنفسهم وإضافة بصمتهم إلى حساباتهم لهذا لا يضيفون أي جديد إلا ما هو متطابق مع واقعهم وهويتهم الافتراضية، وكذا تصو المستخدم نفسه بين معاني كلمات المقولة يبعث فيه طابع قبول واعتماد هذا الطرح في بروفايله الخاص فإذا كانت الأسماء والصور الشخصية مؤشرات فطرية وثابتة للذات، ومختصرة بشكل لا يصف الفرد كما يطمح، فإن السيرة الذاتية والمقولة المعتمدة تعد هامشا يتيح للمستخدم أن يفعل ذلك، فيعرض ذاته بمفاهيمه الخاصة ومنظوره لها، سواء كان ذلك تعريفا بأنفسهم بكلماتهم الخاصة أو نصوصا مقتبسة أو ملاحظات شخصية أو من خلال الكلمات المقتبسة القدرة على التعبير عن ذاته بشكل أفضل مثل الآيات القرآنية والأبيات الشعرية والحكم والأقوال، أما الفئة الأخرى قليلة استخدام لكونها تفضل عرض ذواتهم بصورة مثالية ومختلفة على الواقع، للاستماع أكثر بمزايا إضافية في البيئة الرقمية في الفيسبوك .

جدول رقم 7 من (22): يعبر عن تفضيل المستخدم لإضافة كنية (تسمية) متعلقة بالواقع المعاش تحت الاسم الخاص بالصفحة الشخصية في الفيسبوك:

7 6	0 ,	0 ,	0 ,	0 ,	0 ,	3 2	1 6	0 ,	4 ,	1 6	3 2	2 4	4 ,	4 ,	2 4	6 4	0 8	1 6	2 4	4 8	4 8	2 4	3 2	2 4	4 8	0 8	0 8	1 6	0 8	1 6	0 8	انثى	
1 0 0	0 ,	0 ,	0 ,	1 6	0 8	4 8	2 4	0 8	6 4	3 2	3 2	2 4	4 8	4 8	4 6	1 4	4 8	3 2	4 8	5 6	4 8	2 4	4 8	2 4	3 2	4 8	2 4	2 4	1 6	0 8	1 6	0 8	المج موع

الجدول رقم 23: يربط بين متغير الجنس وجميع عبارات المحور الثاني:

نلاحظ من الجدول أعلاه أن الفئة الغالبة من المستخدمين الجزائريين لموقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك في هذا المحور أغلبهم من جنس الإناث بنسبة 76%، بينما الذكور 24% ممن أجاب على عبارات المحور اعتبارات الذات الافتراضية والواقعية، ومنه يتضح أن هنالك تباين بين الفئتين حول العبارات؛ استخدام صورتي الحقيقية على حسابي في الفيسبوك والاعتماد على مقولة تعبر عن قناعاته الشخصية في الحياة، وكذلك تفضيل إضافة كنية متعلقة بواقع المعاش لدى المبحوث، كل إجابات المستخدمين تحيل الى أنه لا يوجد أي تمثيل للأدوار وأن الذات الحقيقية تعرض في البيئة الافتراضية كما هي بشكل وطابع متطور .

عبارات المحور (اعتبارات الذات الافتراضية والواقعية)

العمر

3 3 , 6	0 , 8	0 , 6	0 , 2	1 , 6	0 , 2	3 , 6	0 , 6	0 , 6	1 , 6	1 , 4	1 , 6	1 , 6	1 , 6	0 , 8	0 , 8	1 , 6	2 , 4	3 , 2	0 , 8	2 , 4	1 , 6	0 , 8	16 إلى 22								
4 4 , 8	0 , 8	0 , 8	0 , 6	0 , 2	1 , 6	3 , 2	0 , 6	0 , 6	1 , 6	1 , 6	1 , 6	1 , 6	1 , 6	0 , 8	0 , 8	1 , 4	2 , 6	1 , 6	0 , 8	0 , 8	0 , 8	0 , 8	1 , 6	0 , 8	0 , 8	0 , 8	1 , 6	0 , 8	23 إلى 29		
1 2 , 8	0 , 8	30 إلى 36																													
4 0 , 8	0 , 8	37 إلى 43																													
4 0 , 8	0 , 8	أكبر 3																													
1 0 , 8	0 , 8	0 , 8	0 , 8	1 , 6	0 , 8	4 , 8	2 , 4	0 , 8	6 , 4	3 , 2	3 , 2	2 , 4	4 , 8	4 , 8	4 , 8	6 , 4	1 , 6	4 , 8	3 , 2	4 , 8	5 , 6	4 , 8	2 , 4	4 , 8	2 , 4	3 , 2	4 , 8	2 , 4	1 , 6	0 , 8	المجموع

الجدول رقم 24: يربط بين متغير السن وعبارات المحور الثاني

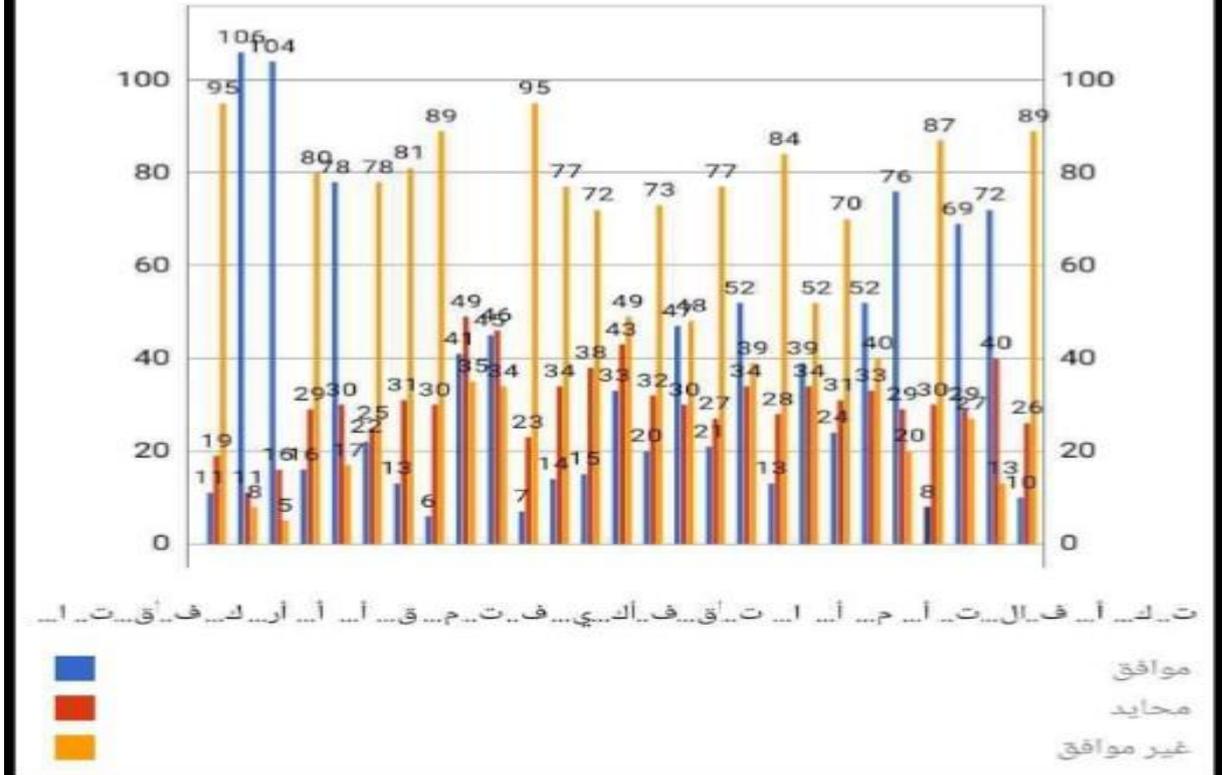
يتبين لنا من خلال الجدول أن جميع عبارات المحور الثاني تمت الاجابة عليهم من قبل فئة الاناث خاصة الجامعيين حيث يذهب المستخدمين للإبتعاد عن التلاعب بالأدوار في سياق التفاعل الاجتماعي الرقمي وهم الذين تتراوح اعمارهم بين 23 و29 سنة إذ قدرت نسبتهم 44,8% وهذه الفئة اغلبها داخله في اطار الدراسة او العمل، ومن ثم تليها نسبة 33,6% أصحاب 16 إلى 22 سنة، إضافة لذلك ذوي العمر 30 إلى 36 سنة بنسبة 12,8% ومنه يميل الاتجاه الغالب للمستخدمين الجزائريين لعرض ذواتهم الحقيقية كما هي في البيئة الافتراضية، حيث أنه كلما كبر المبحوث في العمر يقل تفاعله في موقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك ربما لإنشغاله في حياته اليومية الواقعية.

جدول رقم 26: اتجاه إجابات أفراد العينة على عبارات المحور الثالث:

العبرة	غير موافق		محايد		موافق		المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الاتجاه
	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار			
1	76	95	15.2	19	8.8	11	1,33	632,	غير موافق
2	6,4	8	8.8	11	84.8	106	2,78	547,	موافق
3	4	5	12.8	16	83.2	104	2,79	497,	موافق
4	64	80	23.2	29	12.8	16	1,49	714,	غير موافق
5	13.6	17	24	30	62.4	78	2,49	725,	موافق
6	62.4	78	20	25	17.6	22	1,55	777,	غير موافق
7	64.8	81	24.8	31	10.4	13	1,46	678,	غير موافق
8	71.2	89	24	30	4.8	6	1,34	567,	غير موافق
9	28	35	39.2	49	32.8	41	2,05	781,	محايد
10	27.8	34	36.2	46	36	45	2,09	793,	محايد
11	76	95	18.4	23	5.6	7	1,30	568,	غير موافق
12	61.6	77	27.2	34	11.2	14	1,50	691,	غير موافق
13	57.6	72	30.4	38	12	15	1,54	701,	غير موافق
14	39.2	49	34,4	43	26.4	33	1,87	803,	غير موافق
15	58.4	73	25.6	32	16	20	1,58	754,	غير موافق
16	38.4	48	24	30	37.6	47	1,99	875,	غير موافق
17	61.6	77	21.6	27	16.8	21	1,55	767,	غير موافق
18	31.2	39	27.2	34	41,6	52	2,10	850,	موافق
19	67,2	84	22,4	28	10,4	13	1,43	676,	غير موافق
20	41,6	52	27,2	34	31,2	39	1,90	850,	غير موافق
21	56	70	24,8	31	19,2	24	1,63	788,	غير موافق
22	32	40	26,4	33	41,6	52	2,10	856,	موافق
23	16	20	23,2	29	60,8	76	2,45	756,	موافق
24	69,6	87	24	30	6,4	8	1,37	603,	غير موافق
25	21,6	27	23,2	29	55,2	69	2,34	813,	موافق
26	10,4	13	32	40	57,6	72	2,47	679,	موافق
27	71,2	89	20,8	28	8	10	1,37	629,	غير موافق
							1,8459	3,0856	غير موافق

طبيعية عرض الذات في الحياة الافتراضية

12) المحور الثالث



الشكل رقم (11): يوضح توزيع العينة على محور طبيعة عرض الذات في الحياة ليومية الافتراضية

جدول رقم 1 من 26: يعبر عن تفضيل المستخدم لعدة حسابات في الفيسبوك من أجل التحدث مع الآخرين بشخصيات مختلفة :

العبارة	غير موافق		محايد		موافق		المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الاتجاه
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة			
أفضل استخدام عدة حسابات في فيسبوك لأستطيع أن أتحدث مع الآخرين بشخصيات مختلفة	95	76	19	15.2	11	8.8	1,33	632,	غير م

نلاحظ من خلال الجدول أن المستخدمين الجزائريين الغير الموافقين بطرح استخدام عدة حسابات في الفيسبوك قدرت نسبتهم 76%، بينما يقابله 8,8% من وافق على استخدام عدة حسابات، كما أن الأطراف المحايدة قدرت نسبتهم ب 15,2% ويميل هذا الاتجاه إلى غير الموافق، ويعود إلى الاكتفاء الذاتي بحساب واحد شخصي عند المستخدم، أما ارتفاع نسبة الغير موافقين إلى بعض الأسباب من بينها أن المستخدم لا يعرض نفسه بطرق مختلفة في حواراته مع الغير فيمثل شخصيته الحقيقية، بينما يقل عدد المبحوثين الذين يفضلون التنوع في الحسابات لأنهم يميلون للتلاعب بالأدوار حسب ما يقدمه له الطرف الآخر، وفي هذه النقطة تؤكد النظرية هذا الطرح " أما سلوكنا في حضور الآخرين هو عبارة عن أداء نسعى من خلاله إلى المحافظة أو التلاعب في انطباعات الآخرين عنا، وهذا لا يعني بالضرورة أنه سلوك زائف، فحتى عندما نكون صادقين مع الآخرين فإننا سنقوم بتمثيل الأدوار التي يفرضها حضورهم بإمعان أكثر"1، والفئة المتوسطة من حيث النسبة المحايدون ويرجع هذا ربما إلا أن بعض أطراف المبحوثين غير واعين لفكرة أخذ أدوار متباينة .

جدول رقم 2 من 26: يمثل تعامل المستخدم بشخصيته الحقيقية في الفيسبوك :

1 - أحمد العوفي، مرجع سبق ذكره، ص1.

العبارة	غير موافق		محايد		موافق		المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الاتجاه
	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار			
اتعامل بشخصيتي الحقيقية في الفيسبوك	6,4	8	8,8	11	84,8	106	2,78	547,	موافق

يبين لنا الجدول أن المستخدمين الجزائريين أغلبهم وافقوا على التعامل بالشخصية الحقيقية في الفيسبوك إذ بلغت نسبتهم 84,8%، أما المعارضين فكانت نسبتهم 6,4% فقط، كما بلغت نسبة المحايدون منهم 8,8%، وهذا لإظهار شخصياتهم الحقيقية والتصرف بشكل واقعي أكثر منه خيالي وكسب ثقة الغير، نلاحظ في الفئة الغالبة أن شتى مستخدمي الفيسبوك يعرضون أنفسهم بصورة حقيقية، وفي هذا الصدد يقول إرفين غوفمان في نظريته المعروفة بالنظرية الدرامية، لفهم الحياة الاجتماعية "إذ يعتقد أنه ليس ثمة فرق كبير بين المسرح وبين الحياة اليومية"¹، وهذا ما يظهر لنا في موقع الفيسبوك، وهذا الطرح ينطبق ويتجسد في البيئة الافتراضية باعتبار أن الفيسبوك امتداد للواقع المعاش وأكثر حرية لعرض ذات المبحوث، كما يتمثل نقص المعارضين لمجموعة من العوامل ربما أن أغلب المبحوثين فئة الشباب ومن خصائص هذه الفئة التباهي والافتخار على أبسط الانجازات، ومحاولة إبراز شخصية المستخدم لذاته بأحسن وأمثل صورة .

جدول رقم 3 من 26: بين الآراء الحقيقية التي يقدمها المستخدم حول ما ينشر من مواضيع في الفيسبوك:

1 - أحمد العوفي، المرجع السابق، ص1.

العبارة	غير موافق		محايد		موافق		المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الاتجاه
	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار			
أقدم أرائي الحقيقية والفعلية حول ما ينشر من مواضيع فسي في الفيسبوك	4	5	12.8	16	83.2	104	2,79	497,	موافق

يمثل الجدول أعلاه أن المستخدمين الجزائريين للفيسبوك بلغت نسبتهم 83,2% في تقديم الآراء الفعلية حول ما ينشر من مواضيع في الفيسبوك, بينما هناك من عارض هذا الطرح وقدرت نسبتهم ب 4 %, في حين بلغت نسبة المحايدين 12.8%, فهناك من يثبت وجوده وتفاعله بالآراء الحقيقية وكذا الشعور بالافتخار والاعتزاز لتقديم وجهات نظر فعلية, فاختلاف الآراء والأفكار تعتبر الرابط الأساسي بين المجتمعات وتفاعلهم بين بعض وذا فائدة فهناك الكثير يحتاج إلى وجهات نظر غيره للتعامل مع أمور حياته, وهنا يذكر هربرت: 'إن الروابط التي توجد بين الناس, والأفكار, والمعتقدات تعد كلها أبنية شخصية من المعاني الناشئة عن التفاعل الرمزي وهكذا فإن المعتقدات الذاتية لدى الناس عن أنفسهم وعن الآخرين هي أهم حقائق الحياة الاجتماعية'¹, كما أن من عارض في تقديم الآراء في الفيسبوك قد يرجع سبب ذلك إلى الفئة المحافظة أو ذلك النوع من الشخصية الانطوائية.

جدول رقم 4 من 26: يوضح تفضيل المبحوث لشخصيته الافتراضية على الشخصية الواقعية:

1 - سعد سليمان المشهداني, مرجع سبق ذكره, ص396.

العبرة	غير موافق		محايد		موافق		المتوسط الحسابي	الاتحاف المعياري	الاتجاه
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة			
أفضل شخصي الافتراضية على شخصي الواقعية	80	64	29	23.2	16	12.8	1,49	714,	غير موافق

ذهب المستخدم الجزائري إلى الاتجاه الغير موافق بنسبة بلغت 64% في تفضيل الشخصية الافتراضية على الشخصية الواقعية، بينما الاتجاه الذي وافق قدر ب 12,8%، في حين أن الاتجاه المحايد بلغ 23,2% تغلبت فئة الغير الموافقين على غيرها، الكثير من المستخدمين لا يشكل لهم التعامل بالشخصية الحقيقية أي عائق بل التظاهر على الشكل الحقيقي يرمز لهم بالحرية الشخصية وجانب من الأمور ذات الحداثة عبر التواصل الاجتماعي، أما من أيد هذا فقد يكون راجع إلى الهروب من الواقع المعاش وميله إلى التعامل بشخصيته الافتراضية التي تمنحه الثقة بالنفس أو حرية التعبير أو المشاركة في أمور المواقع بالتخفي وراء الشخصية الافتراضية، ضعف الشخصية الواقعية واستبدالها بشخصية افتراضية قوية، كما يرى سانيكولاس: 'بخصوص قناع الشخصية الافتراضية في غرفة الدردشة، أنه في كثير من الأحيان، قناع ضد سيطرة الآخرين، وإملاءاتهم غير المرغوب فيها'¹، ويعني هذا القول أن المحادثات على موقع الفيسبوك تتيح فرصة تمثيل الذات بثقة كبيرة، حيث إن الموانع التي قد توجد لدى بعض الأفراد وتمنعهم من الاندماج إيجابيا في واقع المجتمع الحقيقي، أو في أداء التفاعل الاجتماعي الطبيعي، لا توجد على الشبكة مثلا الخجل الشديد والخوف من الآخرين أو عدم استلطف الحياة الاجتماعية الطبيعية، وفي هذا الصدد فإن الذات الافتراضية: 'هي ذات في واقع رقمي في حالة بين التخفي والوضوح، فبقدر ما يتاح للذات أن تتخفي وتتستر ويصعب التعرف عليها، فهي في الوقت نفسه، على درجة من الواضح والجلاء بمعنى أن كثيرا من كوامن النفس في الذات الافتراضية (طبيعيًا) يمكن أن تخرج للعيان (رقميا)، وترى من قبل الآخرين ومثل النوايا السلوكية خيرا أو خلاف ذلك ومثل طبائع النفس في الرغبات والتفضيلات والهواجس والمخاوف والخيال والجموح الفكري إن صح التعبير'²، كأن يعلن أحدهم أفكارا غريبة حول الحياة والعالم ونظراته الخفية للآخرين، التي لا يمكنه البوح بها في عالمه الطبيعي .

1 - علي محمد رحومة، مرجع سبق ذكره، ص147.

2 - منال كبور، مرجع سبق ذكره، ص7.

جدول رقم 5 من 26 : يبين كل ما يتم نشره في الفيسبوك يعبر عن حقيقة المستخدم كما هي في الواقع:

العبارة	غير موافق		محايد		موافق		الانحراف المعياري	الاتجاه
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة		
كل ما أنشره عبر الفيسبوك يعبر عن حقيقتي كما هي في الواقع	17	13.6	30	24	78	62.4	2,49	موافق

نلاحظ من هذا الجدول أن المستخدم الجزائري في الفيسبوك كل ما يتم نشره عبر الفيسبوك يعبر عن حقيقة المستخدم كما هي في الواقع وجاء هذا بنسبة 62,4%، بينما من عارض على ذلك بلغ 13,6%، ومن هذا نجد أن المستخدمين الجزائريين لا يجدون عائقاً في إظهار شخصياتهم عبر ما ينشرون من خلال الفيسبوك حياتهم اليومية مع محيطهم المعاش، حيث يتضمن التفاعل إدراك الدور الاجتماعي وسلوك الفرد في ضوء المعايير الاجتماعية التي تحدد دوره الاجتماعي ومن أشكال التفاعل الاجتماعي داخل الجماعة التعاون، التنافس والتوافق والصراع، الاتصال، ومن هنا يتضح مفهوم التفاعل؛ بأنه العملية التي يرتبط بها أعضاء الجماعة بعضهم مع بعض عقلياً ودافعياً في الحاجات والرغبات والوسائل والغايات وما شابه ذلك¹، كما أنهم يتفاعلون في هذه المنصة الإلكترونية وكأنهم في، تعتبر نسبة الموافقين على ان الفيسبوك يعبر عن الشخصية الحقيقية أكثر من المعارضين إذ أن الكثير لا يمانع من ظهور شخصياتهم الفعلية عبر المواقع وبالأخص عبر الفيسبوك ويعتبرونه أكثر ما يعبر عن الواقع بالرجوع إلى التواصل بالرسائل أو الكام واستخدام الجانب الحقيقي من الشخصيات، ويؤكد عبدالله السفيني هذا بقوله: " أن التطابق كبير جدا بين العالم الافتراضي والعالم الحقيقي، وأن العالم الافتراضي هو عالم حقيقي بكل ما تعنيه الكلمة، وليس عالماً مزيفاً أو وهمياً أو من نسيج الخيال"²، أما من قال انه لا يعبر عن واقع المستخدم يرجعون هذا الى انتحال الشخصيات أو التعامل بالحسابات المزيفة.

جدول رقم 6 من 26: الآراء التي يتفاعل بها المستخدم حول ما ينشره في الفيسبوك لا تعبر عن آرائه الحقيقية الواقعية:

1 - علي معمر عبد المؤمن، مرجع سبق ذكره، ص 341.
2 - عبدالله السفيني، مرجع سبق ذكره، ص 2.

العبارة	غير موافق		موافق		المتوسط الحسابي	الاتحاف المعياري	الاتجاه
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة			
أرائي التي أتفاعل بها حول ما ينشر في الفيسبوك لا تعبر عن أرائي الحقيقية كما هي في الواقع	78	62.4	25	20	1,55	,777	غير موافق

يوضح الجدول نسبة الغير الموافقين بلغت 62,4%، في إجاباتهم حول الآراء التي يعبر بها المستخدم في الفيسبوك أنها آراء غير حقيقية، يحتفظ الكثير من الناس على آرائهم الحقيقية للتظاهر بالمثالية، بينما الذين وافقوا بلغت نسبتهم 17,6%، نلاحظ هنا تباين في النسب ويرجع هذا لأمر كان المبحوثين يفضلون تقديم آرائهم بحرية أكثر نظر لعدم وجود حدود من حيث النشر على خلاف الحوار مع مجموعة في واقعنا نراعي فيها إلى الشخص الأكبر سن من بيننا هو من يتخذ القرار ويوجهنا في الآراء التي نقررنا نظراً لإملاكه الحكمة والخبرة أو من كان له منصب ومقام خوفاً منه فلا يعرض رأيه بسلاسة، أو كما هو في فكرنا فتكون في هذا الوسط الكلمات قبور للمعاني والدلالات، أو أن المبحوث يجد تقدير لذاته حين يعرض أفكار مختلفة في كل ما يتم نشره، حيث نجد هنالك مجموعات يحفظون المستخدم على عرض ما يدور في مخيلته دون تردد حتى لو كان هو في ذاته غير مقتنع كل الاقتناع على ما يشارك به من آراء وغيرها، كما يمكن اعتبار " الشبكات الاجتماعية منبرا جديداً للتعبير عن الذات، وهو ما يزيد ثقة الفرد في نفسه، فضلا عن الرصيد الهائل من حرية التعبير عن الرأي دون الخوف من أي ملاحظة، كما تساعد الأفراد على تكيفهم مع مجتمعهم والتواصل فيما بينهم، وكذلك تفيد في تحسين مستوى الخطاب والحوار بين أفراد المجتمع وإبداء الآراء دون خوف"،¹ أما النسبة القليلة التي تتبنى هذا الطرح لا تفضل التلاعب بالأدوار، أو لأن شخصيتهم قوية ومثالية، أو أن لهم أصدقاء يعرفونهم في الواقع ومنه لا يستطيعون تقمص شخصية تختلف على ذواتهم.

جدول رقم 7 من 26: يعبر عن إخفاء الصورة الحقيقية للمبحوث لأنها من الممكن أن تكون سببا في عدم تواصل الآخرين معه:

1 - فريال حجازي العساف، سيبيولوجيا الشبكات الاجتماعية وحقوق الانسان، ط1، دار ورد الأردنية للنشر والتوزيع، عمان، 2021، ص50.

العبارة	غير موافق		محايد		موافق		المتوسط الحسابي	الاتحاف المعياري	الاتجاه
	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار			
أخفي صورتي الحقيقية لأنها من الممكن أن تكون سببا في عدم تواصل الآخرين معي	64.8	81	24.8	31	10.4	13	1,46	678,	غير موافق

يبين لنا الجدول أعلاه أن المستخدمين الجزائريين لا يميلون إلى إخفاء الصورة الحقيقية وجاء هذا بنسبة 64,8% وهم الفئة الغالبة لهذا الاقتراح, وتتجل سماتهم في أن ميولهم نحو أخذ الصور والفيديوهات حول حياتهم يجعل من المستخدم يشعر بمواكبة العصر في التكنولوجيا والتعامل في المنصة الالكترونية إذ انهم يتشكلون من الشباب ومن مميزات المرحلة العمرية تتجلى بعرض واعتزاز وافتخار الشباب بنجاحه كالتخرج من الجامعة أو الحصول على وظيفة جديدة فيأخذ صور لنفسه في أهم مواقف حياته ويتم مشاركتها مع متابعيه وزملائه تعبر على ذاته المثالية في مثل هذه اللحظات, وفي نفس السياق يعرف **غوفمان**: "الوجه باعتباره قيمة إجتماعية إيجابية يطلب بها شخص داخل تفاعل خاص, إن هذا الوجه يشكل موضوع إخراج الشكل يقوم ببناء صورة معينة عن الذات لأجل الآخر"¹, بينما الاتجاه موافق على إخفاء الصورة الحقيقية بلغت نسبتهم 10,4%, أما الاتجاه المحايد بلغ 24,8%, وهذا راجع إلى الحرية الشخصية, النظرة الاجتماعية, إختلاف العقلية لدى العائلات وأغلب الفئة التي قد تكون في مشكلة في اظهار الصورة الحقيقية هي فئة الاناث ويرجع إلى أسباب عائلية أو اجتماعية كما يكون تجنباً للمشاكل الشخصية أو تهديدات من أطراف أخرى, عدم اظهار الحساب بالصورة الحقيقية للاختباء من بعض المستخدمين الغير مرغوب بهم, كما أن هنالك أطراف من المستخدمين للفيسبوك لا يتقبلون هيتهم الخارجية ولهم صورة على أنفسهم أنهم أشخاص غير جذابين وهذ عائق أمام وضع الصورة الحقيقية على الحساب, حيث نلاحظ أن أغلب الفئات لا تقبل طلب الصداقة إلا اذا مرت بعملية دخول إلى بروفایل هذا المرسل للاطلاع على صورته ومنشوراته لأخذ فكرة حول شخصيته ومنه يستطيع أن يقرر إما ان يقبل الطلب أو يرفضه.

1 - أحمد العوفي, مرجع سبق ذكره, ص3,4.

يظهر في علاقته بفرد آخر, ومن الأفراد من يحتاج شخص يفضل له يكون معه في السراء والضراء داعما لقراراته فيمثلون شخص واحد.

وهنا يظهر ما يعرف بأخذ الأدوار في التقمص الوجداني على يد جورج ميد Gurag Mead: 'حيث أشار في كتابه "العقل, النفس, والمجتمع, إلى أن توقع مشاعر الآخرين, سلوكهم, والخروج بتنبؤات, يكسب الفرد مهارة يسميها علماء النفس الاجتماعي ب'التقمص الوجداني' ما تمثله القدرة على الإسقاط وتصور الذات في ظروف الآخرين', كجزء من الاتصال يعمل على ربط ذهني المرسل والمتلقي من خلال فهم الحالة الذهنية للشخص المقابل يظهر مثال ذلك في القول "إنني أفهم مشاعرك"¹.

جدول رقم 9 من 26: قصص ومقاطع ريلز التي يشاركها المبحوث تعبر عن حياته الواقعية :

العبارة	غير موافق		محايد		موافق		المتوسط الحسابي	الاتحاف المعياري	الاتجاه
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة			
قصص ومقاطع ريلز التي يشاركها تعبر عن حياتي الواقعية	35	28	49	39.2	41	32.8	2,05	781,	محايد

يوضح الجدول أن المستخدمين الجزائريين الذين يعتبرون القصص ومقاطع الريلز التي يشاركونها تعبر عن حياتهم الواقعية قد بلغت نسبتهم 32,8%. بينما من عارض على ذلك بلغت نسبتهم 28%, ويعود هذا الاختلال الى مجموعة من الأسباب ويكمن أبرزها في استخدامها بكثرة لأنها غير مملة وقصيرة المدى تجعل المتلقي ينظر لها لونها ملل, وقد يرجع نشر مقاطع الريلز إلى بث أفكار جديدة ذات منفعة عامة, أحداث تواكب مناسبات وطنية أو دينية مثل تهاني عيد الأضحى أو المناسك التي يؤديها المسلم في حق هذه المناسبة لإفادة المتابعين و كما تبرز أهمية الريلز في متعة متابعته لقصر مدة الفيديو, سرعة نشره عبر الفيسبوك وكسب أكبر نسبة من المشاهدين, أما الفئة الراضة لا تشارك مستجدات حياتهم الواقعية ويتبنون فكرة الحفاظ على خصوصيتهم ولأنهم غير منفتحين كثير حول التعامل بالبيئة الافتراضية, كما أن هنالك من لهو فكرة سلبية حول الفيسبوك تكون عائق أمام نشر واقعه وكأن من ينظر لتلك القصص يسرق سعادته وما يود بلوغه .

1 - منال كبور, مرجع سبق ذكره, ص6.

جدول رقم 10 من 26: يمثل المنشورات التي يتشاركها المستخدم التي تعبر عن حالته النفسية بشكل مباشر :

العبرة	غير موافق		محايد		موافق		المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الاتجاه
	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار			
منشوراتي تعبر عن حالتي النفسية بشكل مباشر	27.8	34	36.2	46	36	45	2,09	,793	محايد

بلغت نسبة المستخدمين الجزائريين الذين يضعون منشورات لا تعبر عن الحالة النفسية بشكل مباشر 27,8%، نلاحظ أن المستخدمين يفضلون ألا يظهر حياتهم الشخصية في المواقع ويعود هذا لبعض الأسباب من بينها عدم التظاهر بالضعف، تجنب شفقة الآخرين، للحفاظ على الأمور الشخصية، عدم التقلل من شأن، ليبقى في صورة مثالية أمام الغير، أما الفئة المؤيدة لذلك 36% وفي هذه الحالة يحاول كل من أصدقائه مواساته أو تشجيعه حسب الموقف الذي يشعر به تخفيفاً عنه الحزن أو يعيشون معه اللحظة مما ينبثق منه أحساس المبحوث بقيمته ومكانته في هذا الفضاء يزيد في تقدير ذاته أكثر ويطمح للوصول إلى الصورة المثالية التي يتصورها الآخرين عليه.

جدول رقم 11 من 26: يبين تعامل المبحوث بشخصية مختلفة في التواصل مع الآخرين عبر الفيسبوك للتلاعب بالآخرين:

العبرة	غير موافق		محايد		موافق		المتوسط الحسابي	الاتحاف المعياري	الاتجاه
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة			
اتعامل بشخصية مختلفة في تواصل مع الآخرين عبر الفيسبوك لتلاعب بالآخرين	95	76	23	18.4	7	5.6	1,30	568,	غير موافق

نلاحظ في الجدول المستخدمين الجزائريين أن التعامل بشخصية مختلفة في التواصل مع الآخرين قدرت نسبة الموافقين على ذلك ب 5,6%. يعرض المبحوث ذاته في هذه الحالة بأدوار مختلفة فمنهم من يتعامل مع زملاء العمل باحترام ووجه ملائكي عبر الفيسبوك, وحين يكون في دردشته مع أصدقائه المقربين الذين لا حدود بينهم ويعلمون عليه كل شيء ينزع قناعه والوجه البريء لأنه يعلم لا مجال للدراما في هذه الحالة, وهنا قد اختزل **غوفمان** مقولة الوجه من خلال قولته الشهيرة: "كيف أتراءى لك وكيف تتراءى لي", وهي مقولة تطرح في عمقها لعبة المواقع والسيناريوهات التي تسيح العلاقة بين الأنا الآخر¹, في حين يتغير الدور تدريجيا مع المجموعات العامة في المسنجر أو من خلال الصفحات في نقاشاته حول مضامين ومجالات متنوعة بأخذ مكانا متواضعا وغير ملحوظ بين الجمهور وكأنه في عملية تجسس على ما يتم نشره من محتوى لوضعه في صفحته أو بثه للأفراد الذين لا علم لهم في المستجدات الحاصلة ويسمى هذا بالمتسوق, ففي كل موقف يتخذ قناع يمثل به الدور الذي يمثل به الدور المطلوب, وقد استخدم عالم النفس الشهير **كارل يونغ** أحد تلامذة سيغموند فرويد مصطلح: "القناع" بوصفه الوجه الآخر لمفهوم الدور, والقناع كما حدده يونغ يلبسه كل فرد في كل عملية تواصلية وتفاعلية مع الذات الأخرى على مسرح الحياة الاجتماعية², وهذا يسقط على مسرح الحياة اليومية الافتراضية, أما الغير الموافقين بلغت نسبتهم 76% احتلت هذه النسبة أكثر من غيرها ويرجع ذلك ربما إلى أن المستخدم مع أفراد يعرفهم في واقعه أو اقتناعه بذاته, اللجوء إلى التظاهر بالجانب الواقعي أكثر من الافتراضي كما أن المجتمع لا يجد أي اعتراضات على ظهور شخصيته الحقيقية مع الأصدقاء أي أن أدواره حقيقية عبر استخدامه للفيسبوك, وكذا ثقة المبحوث بنفسه تجعل منه شخص واقعي سواء في البيئة الاجتماعية أو الفضاء الرقمي. وهنا تشير **الدكتورة قلاعة كريمة** إلى أن مستخدم الفيسبوك حسب ما توصلت إليه دراستها

1 - مصطفى عمراني, الأبعاد الاجتماعية والتواصل للهوية, مجلة نقد وتنوير, العدد 12, السنة الثالثة, يونيو 2022 و ص 181.
2 - المرجع نفسه, ص 181.

"لا يدخلون في عملية لعب الأدوار في سياق التفاعل الإجتماعي الافتراضي إلا بنسبة قليلة جدا, الاتجاه الغالب لأفراد العينة من الشباب الجزائري يتجه نحو التأكيد بأنهم يقومون بعرض ذواتهم الحقيقية أكثر من المثالية"¹.

جدول رقم 12 من 26: يربط بين اللغة التي يفضل المبحوث وضع المنشورات بها واللغة التي يحاور الآخرين بها عبر الفيسبوك:

العبارة	غير موافق		محايد		موافق		المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الاتجاه
	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار			
افضل وضع منشورات بلغات متعددة لاتفاخر بنفسى أمام الآخرين عبر الفيسبوك	61.6	77	27.2	34	11.2	14	1,50	691,	غير موافق

من خلال الجدول أعلاه والذي يوضح نسبة 61,6% المعارضين لوضع منشورات بلغات متعددة وقد يكون هذا لأسباب عدة من بينها عدم التفوق في اللغات الأجنبية, إن لم يكن المستخدم لا يحب اللغات الأخرى كما أن الاعتراض على هذا الرأي راجع إلى المستوى الدراسي لدى المستخدمين وكذا المتابعين, أو لأن المبحوث يقدر اللغة الأم فيستعملها في حوارها مع الآخرين عبر الفيسبوك ظننا منه أنه لو غيرها بلغة أجنبية يكون بذلك قد احتقر أو خان أصوله وثقافته الاجتماعية للمكانة القوية لها عنده, أما الاتجاه الموافق على هذا وصلت نسبتهم إلى 11,2% وتعد هذه أقل نسبة من الأولى إما بسبب فارق المستوى العلمي والدراسي أو حبا في التواصل باللغات الأجنبية للزيادة من التحصيل المعرفي لهذه اللغات, كما أن اللغات المتعددة تساهم في التعرف على المجتمعات الأخرى والثقافات المختلفة وكذا العادات والتقاليد وأنماط العيش, تبادل الأفكار والهموم إيجاد الحلول وقد تساعد المستخدمين على إيجاد وظائف جديدة ومشاريع يمكن توظيفها في مجتمعهم, حيث تؤدي بالمستخدم بالتغلب على المواقف المحرجة لعدم فهم لغة المرسل وبذلك يقضي على التشوش الدلالي في العملية الاتصالية بين الطرفين ومنه تصل للمتلقى بصورة واضحة الرموز كما أنه مفهوم الرموز: " يتشكل من مجموعة من الإشارات المصطنعة يستخدمها الناس فيما بينهم لتسهيل عملية التواصل وهي سمة خاصة في

1 - قلاعة كريمة, مرجع سبق ذكره, ص 43.

الإنسان¹, يستطيع بذلك اخذ الدور المناسب حسب محتوى المسرحية, وهنا نجد أن فروض النظرية تتوافق مع هذه النقطة في: "إن أفضل طريقة للنظر إلى المجتمع اعتبره نظام للمعاني, ويعد إسهام الأفراد في المعاني المشتركة المرتبطة برموز اللغة نشاطا مرتبطا بالعلاقات بين الأشخاص تنبثق منه توقعات ثابتة ومفهومة لدى لجميع², حيث أن النظرية جاءت لدراسة ارتباط العادات اللغوية بسلوك الناس, فعن طريق تلك العادات يمكن تحليل كيف يكتسب الناس تحديداً مشتركة لمعاني الأشياء, وذلك بالتفاعل مع الآخرين عن طريق اللغة, أو كما يقول علماء الاجتماع "عبر تبادل التفاعل الرمزي".

جدل رقم 13 من 26: يبين مدى زيادة افتخار المستخدم بذاته عند وضع صورته عبر الفيسبوك:

العبرة	غير موافق		محايد		موافق		المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الاتجاه
	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار			
يزداد افتخاري بذاتي عند وضع صوري عبر الفيسبوك	57.6	72	30.4	38	12	15	1,54	701,	غير موافق

يبين الجدول المستخدمين الجزائريين للفيسبوك الذين يزدادون افتخارا للذات عند وضع صورهم في الفيسبوك إذ بلغت نسبتهم 12%, أما حرية شخصية أو عدم الاختفاء وراء صور مزيفة, للعثور على الحساب بشكل أسرع, للتباهي والافتخار بذاته, وأغلب الصور التي يتم وضعها في المنشورات وعبر الحسابات الفيسبوكية تكون في أماكن عامة ومهمة ومؤسسات إدارية معروفة بهدف إظهار الديكور أو الخلفيات وليس الصور بحد ذاتها, أما الذين عارضوا وضع صورهم وصلت نسبتهم إلى 57,6% وهذا قد يرجع لأسباب أمنية أو شخصية ونجد الذين لا يؤيدون هذا الطرح أغلبهم من الإناث ويكون السبب إما عائلي أو راجع للمخاوف الاجتماعية التي تحيط بالإناث اللواتي لا يرغبن في كشف هويتهم عبر الصور, أو لأنها متحفظة ومراعات لتشريعات الدين الإسلامي وحفاظ على نواهي الدين وحفاظ على السراط المستقيم ودليل ذلك لا يجوز, لقول النبي صلى الله عليه وسلم: "أشد الناس عذاباً يوم القيامة المصورون ولقوله عليه الصلاة والسلام: إن أصحاب هذه الصور يعذبون يوم القيامة", والواجب طمس الصور إذا وجدت بقطع رؤوسها أو محوها لا تدع

1 - حصيدة عقبة, مرجع سبق ذكره, ص18.

2- سعد سليمان المشهداني, مرجع سبق ذكره, ص396.

صورة بالكلية، لقوله صلى الله عليه وسلم: "في الحديث الصحيح ل علي إلا طمستها ولأنه صلى الله عليه وسلم لما دخل الكعبة عام الفتح محى جميع الصور التي في الكعبة وكسر الأصنام وأخذ ماء وثوبا فمسح به ما بجدرانها من صور"¹.

جدول رقم 14 من 26: يعبر عن مدى ارتياح المستخدم في التواصل أكثر من خلال العلاقات الافتراضية مع من لا يعرفهم في الواقع الحقيقي :

العبارة	غير موافق		موافق		المتوسط الحسابي	الاتجاه
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة		
أكون مرتاحا في التواصل أكثر من خلال علاقتي الافتراضية مع من لا أعرفهم في الواقع الحقيقي	49	39.2	33	26.4	1,87	غير موافق

الجدول يوضح المستخدمين الجزائريين نسبة 26,4% من الذين يتواصلون مع من لا يعرفونهم ويرتاحون لهم من خلال العلاقة الافتراضية ويعود الارتياح إلى أن المبحوث يبقى في صورته ولا يأخذ الطرف الآخر عنه انطباع سيئ لأنه يعلم أن هذا لا يؤثر على مكانته في المجتمع، اعطاء الأسرار لأشخاص غير معروفين بهدف التخفيف عن نفسه وعدم التخوف من افشاء أسراره وكذا تقليل العتاب وأخذ نصائح وارشادات من غيره، وفي دراسة للعلاقة والتفاعل بين الإنسان والتكنولوجيا، تناولت الباحثة شيري توركل **Sherry Turkie**: " الكيفيات التي تتجلى بها الذات على الشبكة في عصر الأنترنت، وكيف تجاوزت الدراسات النفسية والاجتماعية النظر إلى التواجد في المجتمعات الافتراضية على أنه انتماء تقني بقدر ما هو تواجد سوسولوجية"², بينما الذين لا يوافقون هذا بلغت النسبة لهم 39,2% ونسبتهم أكثر قد لا يكون صداقات افتراضية ذات ثقة للتواصل مع من لا يعرفونهم، تضيق دائرة الأصدقاء نتيجة الخوف وقد يكون تعرض لخبيات وخداع جعلت منه شخصية غير منفتحة، ليس بحاجة لشخص افتراضي لا يعرفه يتحدث بعمق معه لأنه في الواقع فرد لا يفشي أسراره، وهنالك من المبحوثين حتى لو

1 - عبد الرحمن بن سعد بن علي الشثري، فتاوى كبار العلماء في التصوير، ط1، دار التوحيد للنشر، 1437هـ، ص 13,14.

2 - حفيظه ضربان، مرجع سبق ذكره، ص255.

كان بحاجة لمن ينصحه أو يخفف عنه فإن كرامته لا تسمح له بالتقليل من قيمته ومستواها حسب ظنه في الموضوع .

جدول رقم 15 من 26: يبين استخدام المبحوث أكثر من لغة في حوار مع الآخرين عبر الفيسبوك :

العبرة	غير موافق		موافق		محايد	الانحراف المعياري	الاتجاه
	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار			
أفضل استخدام أكثر من لغة في حوار مع الآخرين عبر الفيسبوك لأظهر أنني شخصية راقية ومرموقة	58.4	73	16	20	25.6	32	غير موافق

وجد من خلال الجدول أعلاه أن 16% من المبحوثين يستعملون أكثر من لغة في حوار ونقاشه مع الآخرين في الفيسبوك, وذلك ليظهر أنه شخصية راقية ومرموقة كلاس أمام الغير وتكوين صداقات والتعرف على عادات وثقافات أخرى وللتمكن من تعزيز رصيده اللغوي واكتساب أفكار ومفاهيم جديدة لأن اللغة عبارة عن رموز للتواصل بين الأفراد, وهذا ما يؤكد قوله **الله عز وجل**: "ومن آياته خلق السموات والأرض واختلاف ألسنتكم وألوانكم إن في ذلك لآيات للعالمين" (سورة الروم الآية 22), إختلاف الألسنة (اللغات) ليس مجرد إختلاف في مسميات الأشياء والمصطلحات والقواعد, ولكن كل ذلك يتبعه إختلاف في الثقافة وأسلوب التفكير والبناء الوجداني بأكمله, بينما الفئة الغير موافقة على استخدام أكثر من لغة في الحوار مع الآخر بلغت نسبتهم 58,4 وقد يرجع هذا لمراعاة المستخدم إلى المستوى اللغوي لأصدقائه, لتسهيل على المتابعين بالنشر باللغة الأم, هناك من المعارضين كان سببهم في قلة الكفاءة العلمية رغم تفضيله بالنشر بلغات أخرى إلا أن مستواه ضل عائق, تقديس وتقييم الفئة الجزائرية للغة العربية وفي هذه الحالة ربما نجد من يتمكن في لغات أخرى إلا أن له فكرة أتعامل بها في بلدان أو أشخاص أجانب أم حين يكون في الفيسبوك يردش مع أصدقائه وأقربائه يستخدم لغة بلده ليبقى متواضع مع الناس العامية ولا ينظر له أنه شخص متكبر أو " يزوخ بمفهومهم الجزائري " .

جدول رقم 16 من 26: يمثل تقديم المبحوث نفسه في الفيسبوك دائما بصورة مثالية من خلال ما يتم نشره على صفحته :

العبارة	غير موافق		محايد		موافق		الاتجاه
	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
أقدم نفسي في الفيسبوك دائما بصورة مثالية من خلال ما أنشره على صفحتي	38.4	48	37.6	47	24	30	غير موافق

نلاحظ من خلال الجدول أن المستخدم الجزائري الذي يقدم نفسه بصورة مثالية عبر ما ينشره في الفيسبوك قدرت نسبة الذين يوافقون هذا 37,6% , غالبا ما يتمثل الأشخاص الرقميون بما يرغبون أن يتمثلوا به, أي يتظاهرون بالأشياء التي يحبونها في الحديث وفي التعريف بأنفسهم وبآرائهم وأفكارهم وغير ذلك, وليس شرطاً أن يكونوا كما هم في واقع الأمر, وهذا لا يعني أن كثيرا منهم يحاولون أن يكون صادقا في كل ذلك, ولكن الأمر المشترك في معظم المتمثلين افتراضيا هو تمثيلهم بما يريدون من الآخرين أن يروههم به, إنهم غالبا لا يريدون أن يروا بما لا يرغبون, في الكلام والآراء والرغبات والمعلومات الخاصة والعامّة عن أنفسهم, وفي نظرية التفاعل الرمزي يجد الأفراد أن لديهم الفرصة في تقديم ذاتهم المثالية, أو بالأحرى ما يرون منها, ولا شك في أن هذا يحدث مشكلة إذا ما أرادوا أن يتقابلوا في الحياة الواقعية, فيرى الأشخاص أنفسهم خلاف ما تصوره أو عرفوه عن أنفسهم على الشبكة, وبخاصة, حين يكون الأشخاص المتمثلون يبحثون على ما نحن عليه داخليا, فغالبا ما يؤدي المتحدثون أدوار تظهرهم بطريقة جذابة بعضهم لبعض, في حين من لا يوافق قدرت ب 38,4% , تقاربت النسب بين الفئتين الموافقة والمعارضة على تقديم المستخدم بصورة مثالية, من خلال منشوراته في الفيسبوك فالكثير لا يهتم إن كان يروونه الآخرين مثالي أو لا وكل ما يهمله هو منشوراته وكم بلغت من مشاهدات أو كيف تعامل معها المتفاعلين فقط وكيف أفادتهم تلك المنشورات, تطرح النظرية هذه النقطة باعتبار أن الكائن البشري هو المسؤول الأول والأخير عن السلوك الذي يسلكه, والفرد بذلك هو الذي يتفاعل مع نفسه في العملية التي تحدد نوع السلوك الذي يسلكه اتجاه الآخرين.

إذ أن الكثير يتعاملون مع وسائل التواصل الاجتماعي فقط للفت انتباه المعجبين والمتابعين لتقديم نفسه بصورة مثالية من خلال منشوراته ومشاركاته عبر الفيسبوك فالتباهي لدى الكثير يعتبر انجاز بحد ذاته فيبرز بعرض ذاته للتمكن من الشعور بالفخر والاعتزاز والوصول إلى المثالي، فالذات بمفهومها الذي يشير إليه **غوفمان** في معرض أطروحته يرتبط ارتباطاً وثيقاً بمفهوم الهوية الافتراضية، " ذلك أن المرحلة الأولية لتشكيل الهوية الافتراضية تبدأ من اكتساب الفرد لهوية ذاتية، حيث يمكن أن نصرف الهوية إلى مكونات عديدة: هوية للذات وهوية للآخرين، إحساس بالذات (الكيفية التي نحس بها بأنفسها)، صورة الذات (الشكل الذي نرى أو نتصور به أنفسنا) تمثيل الذات (الطريقة التي نصف بها أنفسنا)، تقدير الذات (الطريقة التي نقوم بها أنفسنا)، استمرارية الذات (الطريقة التي نحس بها أنفسنا مشابهين لما كناه أو مختلفين عنه). الذات الحميمية (ما نحن عليه داخلياً). الذات الاجتماعية (ما تظهره للآخرين). الذات المثالية (ما نريد أن نكونه)، الذات المعيشية (ما نحس أننا عليه) ¹. هذه المكونات التي تعبر عنها أفكار **غوفمان**، من خلال ثنائية الأداء/انطباع، حيث يقدم الأفراد ذواتهم على نحو متغاير يتلاءم مع السياق والجمهور ومن ثم فإن الهويات فيها ماهي متشابهة أو مختلفة ومبنية اجتماعياً بما يتوافق والأشخاص من حولنا.

جدول رقم 17 من 26: يوضح تعامل المستخدم بصفات مختلفة تماماً على شخصيته الحقيقية عند التواصل عبر رسائل مسنجر :

العبارة	غير موافق		محايد		موافق		المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الاتجاه
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة			
اتعامل بصفات مختلفة تماماً على شخصيتي الحقيقية عندما أتواصل عبر رسائل مسنجر	77	61.6	27	21.6	21	16.8	1,55	767,	غير موافق

يوضح الجدول المستخدمين المتعاملين بصفات مختلفة على الشخصية الحقيقية عبر رسائل المسنجر حيث بلغت نسبة الموافقين على هذا ب 16,8%، وفتنتهم قليلة ويعود ذلك إلى التلاعب بالأدوار، فالعامل بشخصيات مختلفة عبر رسائل المسنجر إما لاختبار

1 - حفيظه ضربان، المرجع السابق، ص253.

وتحليل شخصيات الأصدقاء وتهدف إلى مشاهدة ردود الأفعال, كما أن الكثير يقدم على هذه الخطوة بفعل دراسات أراد القيام بها لتحليل شخصيات مختلفة من ناحية الجنس أو الأعمار وأيضا راجع ذلك اختلاف علاقاتك مع الآخرين فالعلاقة مع العائلة ليست هي تلك العلاقة مع الأصدقاء أو هي تلك مع زملاء العمل الذين تربطنا علاقة عمل فقط, ويرجع تعامل المستخدم بشخصية مخالفة لذاته الحقيقية لسبب عدم معرفة الأشخاص الآخرين إلا رقميا وهذا يثير في نفسه قلق وعدم الارتياح للبوح بخصائصه وحياته الاجتماعية, بينما الغير الموافقين بلغت نسبتهم 61,6% , ونلاحظ هنا ارتفاع النسبة مقارنة مع نقيضها من جهات نظر المبحوثين, ومنه فإن المستخدم لا يتلاعب بأدوار مع من يعرفهم لأن الصورة الحقيقية للشخص يمتلكونها فلا داعي للدراما وأخذ الدور المثالي في الحديث عبر المنسجر.

جدول رقم 18 من 26: يربط بين تفضيل المبحوث لنشر story أكثر و المشاركة بشكل يومي للستوري عبر الفيسبوك :

العبارة	غير موافق		محايد		موافق		المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الاتجاه
	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار			
أحب نشر الستوري أكثر عبر الفيسبوك لأنه يعبر عن نشاطاتي اليومية	31.2	39	27.2	34	41.6	52	2,10	850,	موافق

نلاحظ في الجدول أعلاه أن المستخدمين الذين يفضلون نشر الستوري أكثر عبر الفيسبوك لأنه يعبر عن النشاطات اليومية وقد بلغت نسبتهم ب 41,6%, بينما الاتجاه الذي لم يوافق عليه قدرت نسبتهم ب 31,2%, مؤخرا نلاحظ أن بعض المستخدمين الجزائريين فضلوا استخدام الستوري الذي يعتبره الكثير تعبيراً عن أحداث يومية وتجسيدا للحالة النفسية لصاحبها ومشاركة الأصدقاء بموجزات ونشاطات قائمة في ذلك اليوم حتى أن مدة الستوري لا تتعدى 24 ساعة فهي تعبر كثيرا عن الحالة الذاتية للمستخدم, فالفترة الزمنية للستوري تجعل من المتابعين لا يملون كل يوم يتجدد عن اليوم السابق, إضافة لذلك أغلب من ينشر الستوري يكون هدفه الأسمى التفاهة بنجاح أو خبر حديث الولادة فكما يقال " يموت الخبر لحظة ولادته ", فالستوري في الفيسبوك ربما ينقل ولو جزء مما يشعر به المستخدم ذاتيا, وبذلك لا ننفي أن هنالك من المستخدمين لا يعتبر الستوري ذو محتوى هادف إنما يستعمل للتفاهات كنشر مضامين لا حاجة لها ولا تعالج نقطة محددة

أو قضية يشتكي منها المجتمع, وهناك من يلجأ في منشوراته باستخدام الفيديوهات لتمييزها بالفترة الغير محدودة في كل وقت متوفرة, فالوقت هنا بمثابة وجهان لعملة واحدة (الستوري) فمن الأفراد من يفضله لهذه السمة والفئة الأخرى تنظر لهذا أنه أمر سلبي ولا يسمح للجميع بالاطلاع عليه في حال كانت الشبكة ضعيفة في مناطق سكنهم, والانشغال بنشاطات وأعمال أخرى .

جدول رقم 19 من 26: يبين مدى حب المستخدم لنشر صور selfie عبر الفيسبوك لشعوره بتقدير الذات من خلال ما يبديه الآخرين من إعجاب :

العبارة	غير موافق		محايد		موافق		المتوسط الحسابي	الاتجاه
	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار		
أحب نشر صور السيلفي عبر الفيسبوك لأنها تشعري بتقدير الذات من خلال ما يبديه الآخرين من إعجاب	67,2	84	22,4	28	10,4	13	1,43	غير موافق

يمثل لنا الجدول المستخدم الجزائري الذي يحب نشر صور السيلفي لتشعره بتقدير الذات منهم من وافق وذلك بنسبة 10,4%, في حين يوجد غير موافق بنسبة 67,2%, تعتبر صور السيلفي عند فئة قليلة ممن يميلون لوضعها وبثها عبر موقع الفيسبوك لزيادة الشعور بتعزيز والافتخار بذواتهم عندما يبدي الآخريين وجهات رأيهم ومنه نتخذ مثلا لإجابة أحد المبحوثين من فئة الشباب فكانت تعليقات المتلقين لصورته كالتالي: " أنت رائع", " ما شاء الله منور", " وي لعزيز ربي يبارك", الله يبارك أحلى ناس".

ويشير هنا إدغار مروان **Edgar Morin**: "أن حاجتنا لاعترااف الآخريين بنا هي جزء لا يتجزأ من حاجتنا الذاتية لتأكيد ذواتنا", وهذا القول ينطبق على الإعجابات التي يبديها المتلقين للرسالة, كما نلاحظ في الآونة الأخيرة لدى فئة الشباب المستخدمين للفيسبوك يضعون خلفية ذات قاعدة جماهيرية مثلا بعض من المبحوثين صور السيلفي عندهم مأخوذة أمام 'مقام الشهيد', 'حديقة الحامة', 'عند الشاطئ', الجامع الكبير" أو غيرها من الأمثلة

1 - المصطفى عمراني, مرجع سبق ذكره, ص 182.

الواقعة في البيئة الافتراضية, حتى أن الفترة الأخيرة اعتبر وضع صور السيلفي عند البعض حرية شخصية ومن الأمور التي تعبر عن الحداثة كما يظن القليل من المبحوثين حسب تفكيرهم, وقد يكون التأثير بالغرب جانبا مؤثرا في اتباع نمط الحياة ونمط التفكير ربما, الثقافات تلعب دورا مهما في تغيير ذوات الأشخاص والتأثير عليهم حتى وإن كان ذلك بنسبة قليلة, فمعظم المبحوثين لا يستخدمون صور السيلفي لأن تعليقات أصدقائهم تزيد من تقوية احساس صاحب الصورة بالتميز والمثالية في حال نشرها لذلك يتجنب الكثير من المستخدمين لروج صورته وتقديم عبارات تقدير الذات واعتزازها فهنا نجد جل المستخدمين يبتعدون عن المبالغة والتعلق من طرف الغير للحفاظ على ذاته الحقيقية دون تشتت أفكاره واقتحام دور آخر تأثرا بأفكار متابعيه.

جدول رقم 20 من 26: مشاركة الستوري بشكل يومي من أجل تقديم نصائح وإرشادات للآخرين :

العبارة	غير موافق		محايد		موافق		المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الاتجاه
	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار			
مشاركة الستوري بشكل يومي من أجل تقديم نصائح وإرشادات للآخرين	41,6	52	27,2	34	31,2	39	1,90	,850	غير موافق

تقديم النصائح والإرشادات عن طريق الستوري بشكل يومي وقد بلغت نسبة المستخدمين الجزائريين الموافقين على تقديم هذا الطرح أي نشر الستوري بـ 31,2%, وهذا لتعميم الفائدة ترسيخ أفكار وإرشادات عند الغير وينعكس مستوى النسبة على أن طبيعة المستخدم لينة ويحب المساعدة والأفعال الخيرية حتى في البيئة الافتراضية, ويهتم المستخدمون الجزائريين في وضع منشوراته عبر الستوري فبعض المتابعين يفضلون المشاهدة من الستوري لقصر مدة الفيديو فهو موجز وذا فائدة إن كان يحمل مواضيع مفيدة, تبليغ رسائل تحمل في طياتها مواضع عبر مقاطع فيديو قصيرة في الستوري, بينما منهم الغير موافق قدرت نسبتهم بـ 41,6%, وهم الأشخاص الذين يفضلون طرق أخرى في تبليغ رسائلهم غير الستوري كمشاركة مضامينهم عبر مقاطع الريلز, وهذه الفئة ربما تقدم نصائح عبر الدردشة في المسنجر أو في الخاص ترشد الآخرين تفادي للإحراج وإبراز ضعف الغير, أو أنهم لا يفضلون تماما التدخل في شؤون الأشخاص ابتعادا على المشاكل لأنه هنالك من لا يقبل النصيحة ويكون مغرور ومتكبر, ومنه يختلف الدور الذي يلعبه

المستخدم حسب خلفياته الاجتماعية, كما أن السلوكيات التي نشأ فيها الفرد مرآة عاكسة لما استمده الفرد من بيئته فكما يقال " الإنسان ابن بيئته ", فما يتعلمه منها يمثلها في ردود أفعاله سواء في واقعه المعاش أو عبر الفيسبوك .

جدول رقم 21 من 26: يعبر عن ما يضعه المبحوث من منشورات ومقاطع دينية عبر صفحته في الفيسبوك لإظهاره للآخرين بأنه شخص جيد:

العبرة	غير موافق		محايد		موافق		المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الاتجاه
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة			
اضع منشورات ومقاطع دينية عبر صفحتي في الفيسبوك لإظهاره للآخرين بأنني شخص جيد	70	56	31	24.8	24	19,2	1,63	788,	غير موافق

نلاحظ من الجدول أعلاه أن الفئة الموافقة على نشر منشورات ومقاطع دينية في الفيسبوك بنسبة 19,2%، أما الفئة الغير الموافقة قدرت ب 56%، نجد أن القليل وافق على أن وضع منشورات ومقاطع دينية وهذا يعزز الجانب الديني عندهم و التفقه والتمكن من المعرفة للجانب الديني و توسيع دائرة الدعم والتوجيه خاصة للشباب مع ظاهرة انتشار الآفات الاجتماعية والفسوق والامكانيات المتاحة للابتعاد عن الدين والرشد ومنه يظهر المبحوث نفسه بشخصية جيدة ومرموقة للآخرين وربما يعود هذا للتنشئة السليمة للمستخدم وأن هذه شخصيته الحقيقية، أو أنه لاعب محترف يتغذى برداء الدين حفاظا على سمعته ومكانته الاجتماعية بهذا الفضاء، كما أن من المبحوثين من يلبي حاجاته ونقائصه بالواقع من خلال السمات التي يوفرها الفيسبوك له كأن المستخدم في الواقع له طبائع وأفعال خبيثة وبعيد كل البعد عن الدين، بينما في البيئة الافتراضية يأخذ دور إمام مسجد بما ينشره من مقاطع دينية وفتاوى للمشايخ مثلا ففي هذه الحالة يكون المستخدم محترف جدا لأنه يتلاعب بدورين مختلفين تماما وفي بيئة متنوعة، والفئة المعارضة لهذه الفكرة عالية فإما لا يهتمون بما يبديه الآخرين من رأي لشخصيتهم أو أنهم منعزلين عن أمور الدين ويعرفون الإسلام وراثيا فقط، أو أن المبحوث غير واعي بكيفية عرض ذاته في الفيسبوك وغير مخطط مسبقا بالطريقة والجانب الذي سيتخذه لذاته بهذا المجال، ومن منطلق كيفية الظهور في الشبكات الاجتماعية يذكر السفيناني في دراسته: "بأننا نظهر في الشبكات الاجتماعية

بصورة واحدة أمام الجميع (مسرح واحد), وعدم الوعي بفكرة المسارح والمشاهد يساهم بخروجنا للناس بصورة لا تناسب ولا تتوافق مع صورت الواقع التي اعتاد الأفراد عليها, لأنه اختار دون شعور في الغالب بالكيفية التي يظهر إلى الناس في الشبكات من خلالها مع ضعف تقدير في الحقيقة الإجتماعية وشعوره فيها بإنفراد أو بالمحيط الذي حوله "1, فقد يعتقد أنه أمام أصدقائه أو طلابه فيتعامل على أساس هذه الرؤية.

جدول رقم 22 من 26: يوضح ما ينشره المستخدم من إنجازاته ونجاحاته في الحياة الواقعية عبر الفيسبوك للشعور بتقدير الذات :

العبارة	غير موافق		موافق		المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الاتجاه
	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار			
انشر إنجازاتي ونجاحاتي في الحياة الواقعية عبر الفيسبوك لأنها تشعري بتقدير الذات	32	40	41,6	52	2,10	,856	موافق

يوضح الجدول نسب المستخدمين الذين يعتبرون أن نشر إنجازاتهم ونجاحاتهم الفعلية عبر الفيسبوك تشعر صاحبها بتقدير الذات بين موافقة بنسبة 41,6%, وغير موافق 32%, يؤيد المستخدم هذا للافتخارا بالنفس و تقديرا للذات وبيت الأمل والطموح عند الآخرين, لتنشيط قدرات الضعيف, ليضيء ظلمات الفاشلين فعندما يتعرض المستخدم للمحتوى الهادف والنافع وبتكرار المضمون يؤدي بالمتلقي لا إراديا ولو بنسبة بتمثيل دور الشخص المتأثر به, فمثلا هنالك كثير من الشخصيات كانت حياتهم بسيطة وعندما تابعو مستخدمين مشهورين في الفيسبوك أخذو وتقمصوا سمات من شخصياتهم وتغيروا للأفضل وأصبحوا ناجحين وهنا نقدم نموذجا على شخصية جزائرية محفزة في الفيسبوك والمتمثلة في **مصطفى مولاي مروان** صحفي ينشر دائما في صفحته مواضيع ذات فائدة للآخرين, فذات الإنسان تحتاج لما يعززها بالأمل والتفائل لتصل للنجاح تحتاج لخطوات ثابتة للولادة من جديد بأفكار جديدة وكلمات ذات معاني إيجابية تبعث في النفس روح الطموح والارتقاء حيث **يفترض الباحثون التأويليون:** " أن الوصول إلى فهم الواقع الإجتماعي يتم من خلال التركيبات والعناصر الإجتماعية الصغرى مثل اللغة والوعي

1 - عبدالله السفياني , مرجع سبق ذكره, ص4.

والنقدية والأفكار والرموز والمعاني المشتركة والتبادلات اليومية¹, كما لا ننسى أن البعض الآخر لا يحبون نشر نجاحاتهم إما مراعاة لمشاعر من لم يستطع النجاح, التستر خوفا من الحسد, إخفاء الأفكار والرتبة الخاصة به, ضوابط عائلية, الشخصية الانطوائية تكفي بالخصوصية لا مشاركتها مع الغير, ولا تميل لتقدير الذات والاعتراف بها من طرف الآخرين.

جول رقم 23 من 26: يبين أن المنشورات التافهة التي توضع بالصفحات والمجموعات تعبر عن مستوى صاحبها الذي ينشرها :

العبارة	غير موافق		محايد		موافق		الاتجاه
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	
المنشورات التافهة التي توضع بالصفحات والمجموعات تعبر عن مستوى صاحبها الذي ينشرها	20	16	29	23.2	76	60,8	موافق

يبين الجدول المستخدم الجزائري الفئة التي نسبتها 60,8%, ترى أن المنشورات التافهة التي توضع بالصفحات تعبر عن مستوى صاحبها الذي ينشرها ويرجع هذا إلى تحليل الشخصيات سطحيا أو أنهم فعلا أناس تافهين والدور التمثيلي المتخذ حقيقة لمستوى ذكاء المستخدم والمنشورات تجسد سلوك صاحبها واقعيًا, ويذكر هربرت بلومر: في هذا السياق: " أن السلوك الفردي في موقف ما يتوقف على المضامين, والمعاني التي تربط الناس بهذا الموقف, فالسلوك ليس رد فعل أوتوماتيكيا أو استجابة آلية لمؤثر خارجي, ولكنه ثمرة أبنية ذاتية حول النفس والآخرين والمتطلبات الاجتماعية للموقف"², بينما هناك فئة لا توافق هذا القول بلغت نسبتهم ب 16%, وهم الفئة الأقل من المعارضين قد تكون المنشورات التافهة بغية إضحاك الآخرين واسعادهم, فهي لا تدل على شخصية من قام بنشرها وإنما تبين أنه ذا شخصية مرحة ومضححة تحب رؤية بسمة غيرها, حيث أن بعض من المبحوثين شخصيتهم الحقيقة صارمة وعملية لا تعرف للهزل معنى فيلجأ في البيئة الافتراضية للعب بدور الانسان السعيد والكوميدي لتقليل التعب والضغط المهني والقضاء

1 - يونس الحياتي, مرجع سبق ذكره, ص12.

2 - سعد سليمان المشهداني, مرجع سبق ذكره, ص396.

على تكرار الروتين اليومي والنمطية في العيش, ويوجد من المبحوثين من هو متأثر بمقولة النبي صلى الله عليه وسلم: " وتبسمك في وجه أخيك صدقة ", هنا يحاول الفرد نيل الأجر حين يضحك الفرد المتلقي حتى ولو كان المحتوى تافه وغير هادف إلا انه يبعث في ذات الأشخاص السرور, والرسول عليه أفضل الصلاة والسلام كان أكثر الناس تبسما وهذا ما ورد عن عبد الله بن الحارث رضي الله عنه¹, حيث يوجد من يعتمد استعمال المنشورات التافهة في المجموعات والصفحات لرفع نسب المشاهدات والتفاعلات لأنه أغلب المواضيع التي تثير الأشخاص الغير هادفة أو بالعامية عند الجزائريين "البايخة", يضع المستخدم مضامين تافهة تساهم في ارتياح سلوكياته ولا يتكلف ببذل جهد التفكير المفرط لردود أفعاله عبر الفيسبوك لأن الشخصية التافهة نوعا ما لا تقدم اهتماما بطرق العرض وكيفية الظهور أمام الآخرين في مسرح الفيسبوك.

جدول رقم 24 من 26: يوضح مدى تفضيل المبحوث لاستخدام البث المباشر عبر الفيسبوك لإبراز شخصيته من خلال ما يتم تقديمه من أفكار للآخرين :

العبارة	غير موافق		محايد		موافق		المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الاتجاه
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة			
افضل استخدام البث المباشر عبر الفيسبوك لأبرز شخصيتي من خلال ما أقدمه من أفكار للآخرين	87	69,6	30	24	8	6,4	1,37	603	غير موافق

يوضح الجدول أن المستخدم الجزائري يفضل استعمال البث المباشر عبر الفيسبوك بنسبة قدرت ب 6,4%, قد يرى البعض أنها تعبر عن مستوى صاحبها لزيادة إمكانية التواصل والفهم أكثر لتبليغ الرسالة بشكل أوضح وإبراز شخصية المستخدم, عدم توفر الوقت لدى الموظفين في كتابة المنشورات فيستبدلونها بالبث المباشر للفهم بشكل أسرع, وكان المتلقي أمامه ومنه يسمح لنا بإيصال الرسالة صوت وصورة حتى أن تعابير الوجه تعبر عن الحالة التي يصل إليها المشاهد أو المستخدم للفيسبوك أكثر وضوح ودون تفسير دلالي أو معنوي, وهذه خاصية يتيحها البث المباشر في العملية الاتصالية, بينما من لا

1 - مجلة العلوم التربوية والدراسات الإنسانية: مجلة دورية علمية محكمة, تصدر عن جامعة تعز فرع التربية اليمن- العدد28, يناير 2023, الموقع الإلكتروني للمجلة: <http://hesj.org/ojs/index.php/hesj/index>.

يوافق على البث المباشر قدرت نسبتهم ب 69,6% , و يعود ذلك إلى التخوف من نشر مقاطع لهم أو القيود العائلية والاجتماعية بصفة عامة خاصة جنس الإناث فمنهم من يغار على ظهور زوجته أو أخته في بث مباشر فمن طبع الرجل الجزائري غيرته على حريمه, و هناك من المستخدمين يخافون من العين والحسد فلا يبرزون شخصيتهم الحقيقية فيما يتم تقديمه من أفكار للآخرين, ومنهم من يرجعون السبب لوصيا الرسول صلى الله عليه وسلم : "حول ضرورة قضاء حوائج الناس في الكتمان" ¹, إضافة لقوله عز وجل: "قال يا بني لا تقصص رؤياك على إخوتك" سورة يوسف الآية 5, كما يوجد من الأفراد من يحتكر المعلومات المهمة وأسرار العمل الناجح ولا يعمم الفائدة حين تكون عنده يفضل البقاء مثالي و متميز دائما في العيون فيظهر شخصيته عبر الفيسبوك للتباهي لا لتقديم الأفكار المفيدة للآخرين.

جدول رقم 25 من 26: يبين شعور المستخدم بتقدير الذات عندما يجد الإعجاب متزايد على منشوراته:

العبارة	غير موافق		محايد		موافق		المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الاتجاه
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة			
أشعر بتقدير الذات عندما أجد إعجاب متزايد على منشوراتي	27	21,6	29	23,2	69	55,2	2,34	813,	موافق

نلاحظ من الجدول أن نسبة المبحوثين الموافقين على أن إيجاد إعجاب متزايد لمنشورات المستخدم تشعره بتقدير الذات تقدر ب 55,2% , وهم من يعيرون اهتماما لرد الفعل على منشوراتهم, فلا يكتفون فقط برد الفعل "أعجبنى" , بل يرغبون في ردود فعل توضح بشكل أدق انطباعات الآخرين, لأن تلك المنشورات تعتبر فعلا مسرحا "وكل فعل مسرحي يتم من أجل الحصول على إعجاب ما من الآخر, وهذا الاعجاب يؤدي بدوره إلى تدعيم شعور الذات بتحققها وهناك علاقات وثيقة بين أفعال العرض, سواء تمت بالكلمة أو الحركة أو الصورة أو غير ذلك من الوسائل وبين أفعال الإعجاب والتقدير والاستحسان من الآخر", فنتشبه ردود الفعل الفيسبوكية طرديا تصفيق الجمهور بعد الانتهاء من المسرحية وتحديد رد الفعل المرغوب والمناسب الجمهور تتمثل في شدة التصفيق وطول

1 - محمد بن سليمان الطائي , صوت كمان في العالم, حبر الوطن ذاكرة وطن, تاريخ النشر: الثلاثاء 7 ديسمبر 2021 - 10م, تاريخ الاطلاع: الأربعاء 26 جوان 2024.

مدته والأصوات النابعة من الجمهور على الأداء الجيد، ففاعلهم على منشوراته يزيده افتخارا و اعتزازا على أنه جعل فئة من المتابعين ينجذبون لموضوعه, بينما هناك من لم يوافق على هذا بنسبة 21,6%, وفي هذه الفئة يتضح أن القلة القليلة من المبحوثين لا يتبنون فكرة عرض أنفسهم بصورة مثالية فهنا لا يههم الأمر وكل ما لفت انتباهه هو انه قام بنشر ما يريد, ولا يعتبر تفاعل الآخرين على منشوراته بالشيء الجلل, وفي طيات هذا العنصر يُظهر لنا أنه يحمل معنى الوعي الذاتي أي مقدرة الإنسان على تمثيل الدور في التوقعات التي تكون لدى الآخرين عن سلوكنا في ظروف معينة .

جدول رقم 26 من 26: يمثل كل ما يتم نشره من طرف المستخدم على صفحته في الفيسبوك هو فقط لكي يستفيد الآخرين :

العبارة	غير موافق		محايد		موافق		المتوسط الحسابي	الاتجاه
	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار		
كل ما أنشره على صفحتي في الفيسبوك هو فقط لكي يستفيد الآخرين	10.4	13	32	40	57,6	72	2,47	موافق

يوضح الجدول أن المستخدم الجزائري كل ما ينشره على الفيسبوك هو فقط لإفادة الآخرين وافق على هذا فئة قدرت نسبتها ب 57,6% ونجد أن جل المستخدمين يعتبرون أن منشوراتهم ذات فائدة ولها هدف معين ألا وهو تقديم الغرض من المنشورات على صفحاتهم اما تنبيها لشيء خاطئ أو غرس الأمل في نفوس الآخرين, أو لزيادة المعرفة في موضوع ما ويبقى كل ما يتم نشره بمثابة صدقة جارية على صاحبه, ومنهم من ينشر مواضيع دينية وتوعوية لأخذ انطباع جيد عنه أكثر إضافة لاستفادة أطراف أخرى, بينما الغير موافق قدر ب 10,4%, قد يكون المستخدم يعتبر ما ينشره تسلية أو رغبة في النشر فقط لا هدف له منها, وهناك مبحوثين لا ينشرون مواضيع علمية وثقافية مفيدة لأن التفاعل بها ضعيف فيفضل رفعه بنشر النكت والفكاهة للحصول على متابعين جدد, يميل معظم المستخدمين للفيسبوك لنشر ما يساعد المتلقي ومنه يتخذون عنه انطباع جيد في اعين الناس المشاهدين لصفحة .

جدول رقم 27 من 26: يعبر عن تحدث المبحوث بشخصية مختلفة عن الواقع عبر الدردشة في الفيسبوك لكي يتمكن من ابتزاز الآخرين:

العبارة	غير موافق		محايد		موافق		المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الاتجاه
	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار			
أتحدث بشخصية مختلفة عن الواقع عبر الدردشة في الفيسبوك لكي أتمكن من ابتزاز الآخرين	71,2	89	20,8	28	8	10	1,37	629	غير موافق

نجد في الجدول أعلاه أن المستخدم الجزائري في الفيسبوك يتحدث بشخصية مختلفة عن الواقع عبر الدردشة الإلكترونية بهذا الموقع للتمكن من ابتزاز الآخرين, منهم من وافق على هذا بنسبة 8%, لاكتشاف مواطن شخصية ما, يدخل فيها جانب التسلية بالأصدقاء وإيقاعهم في فخ أو للتعرف على أسرار الآخرين حين يمثل دور مخالف لحقيقته, الاطلاع على عقليات جديدة وأخذ الخبرة من تجارب الأفراد, ومنهم الغير موافق بنسبة 71,2%. وهذه الفئة الأغلب ممن يتحملون المسؤولية حفاظ على المكانة والقيم التي تعلموها أو يميلون لعدم لعب الأدوار لأنهم في الأساس أناس غير متمكنين في هذا المجال وليس لهم أدنى فكرة عن طرق وأشكال عرض ذواتهم الغير حقيقية وبهذا يحاولون أن لا يدخلون في التمثيل فيقدمون أنفسهم الحقيقية بالبيئة الافتراضية كما هي في الواقع وعالمهم الحقيقي .

الجدول رقم 27: يربط بين السن وعبارات المحور الثالث:

		عبارات المحور (طبيعة عرض الذات في الحياة اليومية الافتراضية)																				السن																		
3	0	0	0	1	0	3	0	0	1	0	1	1	2	1	1	1	0	0	0	1	2	3	0	2	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	16الى	22		
3	,																																							
6																																								
4	0	0	0	0	0	1	0	3	0	0	1	0	1	1	2	1	1	1	0	0	0	1	2	1	0	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0	23الى	9			
4	,																																							
8																																								
1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	30الى	6		
2	,																																							
8																																								
4	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	37الى	43	
4	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	أكبر	43
	,																																							
8																																								
0	0	0	0	1	0	4	2	0	6	3	3	2	4	4	4	6	1	4	3	4	5	4	2	4	2	3	4	2	2	1	0	1	0					المجموع		
	,																																							
8																																								

نلاحظ من خلال الجدول اعلاه أن أكثر من تفاعل واجاب على طبيعة عرض الذات في الحياة اليومية الافتراضية من المبحوثين الذين تتراوح أعمارهم من 23الى29 سنة بنسبة 44% منهم الطلبة الجامعيين وكذا العاملين, يليها فئة من 16الى22سنة بنسبة 33,6% ومن ثم أصحاب 30الى 36سنة بنسبة 12,8%, وكأقل نسبة 4% ممن تتراوح أعمارهم 37الى43, ومنه فإن المستخدمين الجزائريين لموقع الفيسبوك يعرضون ذواتهم من خلال ما هم عليه فعلا إلا أنهم يستعملون الأسماء المستعارة ويتجنبون وضع صورهم ربما لأن معظمهم من فئة الاناث إذ تمتلك هذه الاخيرة حرية أقل ومحافظة أكثر.

الجدول رقم 28 : يربط بين المستوى التعليمي وعبارات المحور الثالث:

عبارات المحور (طبيعة عرض الذات في الحياة اليومية الافتراضية)																		المستوى		
4	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	متوسط
																8	8	6		
12	0	0	0	0	0	0	0	0	2	2	1	1	0	0	0	0	0	0	0	ثانوي
8,									4	4	6	6	8							
83	0	0	0	3	3	3	1	1	4	4	5	8	4	3	1	2	5	4	4	جامعي
2,				2	2	2	1	2			6		8	2	6	4	6	8		
10	0	1	0	4	4	3	1	1	6	6	7	1	6	3	1	4	5	4	4	المجموع
0				8	8	2	2	2	4	4	2	0	4	2	6	8	6	8		

يوضح الجدول أن النسبة الأكثر التي تجاوزت مع طبيعة الموضوع من الطلبة الجامعيين 83,2% في عبارات هذا المحور من ناحية عرض ذواتهم الحقيقية في الحياة اليومية الافتراضية عبر موقع التواصل الاجتماعي, وتأتي في الفئة المئوية ذو المستوى الثانوي بنسبة 12,8% ومن ثم المستخدمين ذوي المستوى التعليمي المتوسط 4%, حيث تقل نسبة إجابات المبحوثين مع طبيعة عرض الذات في الحياة اليومية الافتراضية كلما ضعف المستوى التعليمي لديهم وربما يعود هذا الى الفراغ لدى الجامعيين أو كثرة المكوث في الفيسبوك ومنه إمكانية التعرف أكثر على مزايا الموقع وهذا ينعكس إجابا على التحكم في الشخصية المراد الفرد اتخاذها في موقع الفيسبوك على خلاف الفئات الأخرى فالضغط عليهم من طرف الدراسة ومنه ينخفض التفاعل والتعامل في هذا الفضاء الإلكتروني.

الجدول رقم 29: يربط بين الحالة الاجتماعية وعبارات المحور الثالث:

عبارات المحور (طبيعة عرض الذات في الحياة اليومية الافتراضية)																			الحالة الاجتماعية
77,6	0,8	1,6	0,8	3,2	3,2	2,4	8,4	1,0	6,4	4,4	8,4	3,2	1,2	2,4	4,8	4,8	4,8	4,8	اعزب
20,8	0,0	0,0	0,0	1,6	0,8	0,8	4,8	1,6	0,8	0,2	3,4	2,4	2,4	0,4	0,4	2,8	0,8	0,8	متزوج
1,6	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	1,6	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	ارمل
10,0	0,8	1,6	0,8	4,8	4,8	3,2	1,2	1,2	6,4	6,4	7,4	1,4	6,2	3,6	1,4	4,8	5,6	4,8	المجموع

من خلال الجدول نجد ان الفئة الغالبة هي فئة العزاب إذ قدرت نسبتهم 77,6% بحيث لهم اوقات فراغ و مسؤوليات أقل من الفئات الاخرى وهم الاكثر تفاعل وطبيعة موضوع المحور الثالث, أما نسبة الفئة المتزوجة 20,8% والاخيرة والاقبل الارملة 1,6%, ومنه نستنتج وجود فروق ذات دلالة إحصائية في إجابات مستخدمي موقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك حول طبيعة عرض الذات في الحياة اليومية الافتراضية.

الجدول رقم 30: يربط بين سنوات الاستخدام وعبارات المحور الثالث:

عبارات المحور (طبيعة عرض الذات في الحياة اليومية الافتراضية)																		الاستخدام		
5,6	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	أقل من سنة
12	0	0	0	0	0	0	0	3	0	0	0	1	2	0	0	0	0	1	0	من سنة الى سنتين
32,8	0	0	0	1	0	1	5	4	4	0	2	4	0	0	0	0	2	2	0	من 3 سنوات الى 4
49,6	0	1	0	3	3	0	5	5	2	5	3	3	3	1	0	2	3	0	2	أكثر من 4 سنوات
100	0	1	0	4	4	3	1	1	6	6	7	1	6	3	1	4	5	4	4	المجموع

يتبين لنا من الجدول أعلاه أن مدة استخدام الفيسبوك ترتبط بالمصالح لدى المستخدم وكلما كان أقدم كانت طريقة عرض ذاته أسهل من غيره وطريقة تواصله وتفاعله متمكنة عن الآخرين فمثلا المستخدمين أكثر من 4 سنوات هم الأكثر اجابة 49,6% مع طبيعة عرض الذات في الحياة اليومية الافتراضية, ومن ثم مستخدمين الحساب من 3 الى 4 سنوات بنسبة 32,8% إذ تم التوصل إلى أن عادات وأنماط استخدام الفيسبوك لدى المبحوثين الجزائريين متوسط, لأنه تقل النسب في من يمتلك الحساب الشخصي منذ سنة الى سنتين 12% لإضافة لذلك الأقل من سنة 5,6% وربما يعود هذا الابتعاد والانخفاض في التفاعل والتردد من طرف الفئتين الاخيرتين الى الخوف أن يرسل انطباع يسيئ و يُعثر هويته الرقمية أو أنه لا يملك أدنى فكرة عن التعايش والبيئة الرقمية فيحاول بذلك تجنب الوقوع في الأخطاء لضمان عرض تمثيلي مثالي في الحياة اليومية الافتراضية عبر موقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك.

المحور الرابع: : اختبار التوزيع الطبيعي:

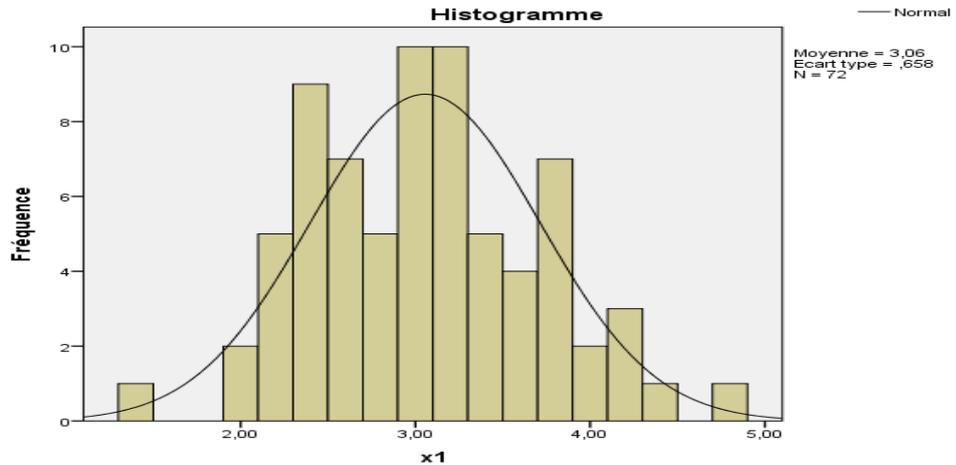
بعد أن قمت بالتطرق لنتائج التحليل الإحصائي للمتوسط الحسابي والاتجاه العام لآراء العينة سنقوم الآن باختبار التوزيع الطبيعي :

وحيث أن حجم العينة 125 مبحوث ، قمت باستخدام اختبار كولمجروف-سمرنوف لاختبار ما إذا كانت البيانات تتبع التوزيع الطبيعي من عدمه، وكانت النتائج كما هو موضح في الجدول التالي:

جدول رقم 31: نتائج اختبار التوزيع الطبيعي:

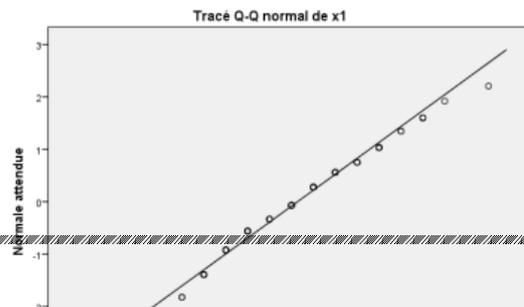
المجال	قيمة الاختبار	القيمة الاحتمالية
اعتبارات الذات الافتراضية والواقعية	0.167	0.061
طبيعية عرض الذات في الحياة الافتراضية	0.072	0.200

ومن النتائج الموضحة في الجدول أعلاه يتضح أن القيمة الاحتمالية لمحوري الدراسة أكبر من مستوى الدلالة 0.05 وبذلك فإن توزيع البيانات لهذه المحاور تتبع التوزيع الطبيعي وهو ما يؤكد إمكانية تطبيق خطية النموذج حيث تم استخدام الاختبارات المعملية لتحليل البيانات.



الشكل رقم (12): منحنى التوزيع الطبيعي

من خلال الشكل نلاحظ أن الدراسة تتبع التوزيع الطبيعي إلى حد كبير و هو يؤكد على استخدام الإختبارات المعلمية.



الشكل رقم (13): مخطط انتشار عينة الدراسة

تمثل النقاط الموزعة على المحور العمودي القيم المتوقعة لدرجات التوزيع الطبيعي تقابلها الدرجات المعيارية للتوزيع الطبيعي على المحور الأفقي، نلاحظ أن نقاط الانتشار تقع بمحاذاة الخط المستقيم وعليه يمكن القول إن العينة تتبع التوزيع الطبيعي.

المحور الخامس: دراسة الفروق المعنوية

في هذا المحور يتم دراسة وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة 0.05 في إجابات مستعملي الفاسبوك - تعزى للمتغيرات الشخصية التالية:

- الجنس

- العمر

- الحالة الاجتماعية

- المستوى الدراسي

1- بالنسبة للجنس: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة 0.05 في إجابات مستعملي الفاسبوك نحو محور **طبيعية عرض الذات في الحياة الافتراضية** تعزى لمتغير الجنس.

H_0 لا توجد فروقات ذات دلالة إحصائية في إجابات المبحوثين نحو **طبيعية عرض الذات في الحياة الافتراضية** تعزى للجنس عند مستوى المعنوية $\alpha \geq 0.05$.

H_1 هناك فروقات ذات دلالة إحصائية في إجابات المبحوثين **طبيعية عرض الذات في الحياة الافتراضية** تعزى للجنس عند مستوى المعنوية $\alpha \geq 0.05$.

الجدول رقم 32: اختبار T-test بالنسبة للجنس

المحور	اختبار ليفين		اختبار (t)			
	F	القيمة الاحتمالية Sig	T	درجة الحرية	القيمة الاحتمالية الثنائية	متوسط
						الفرق
						%95
						القصى
						الدنيا
01	1.77	0.18	1,178	123	,241	,20374
	-	-	1,046	41,228	,302	,22274

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أنها لا توجد فروق معنوية ذات دلالة إحصائية حيث أن متوسطات أجابه الذكور والإناث كانت متقاربة، بالإضافة إلى أن القيمة الاحتمالية كانت أكبر من (0.05)، وهو ما يثبت عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في إجابات المبحوثين تعزى للجنس.

2- بالنسبة العمر:

توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة 0.05 في إجابات المستخدمين الفيسبوك نحو طبيعية عرض الذات في الحياة الافتراضية - تعزى لمتغير العمر

H_0 لا توجد فروقات ذات دلالة إحصائية في إجابات المبحوثين نحو طبيعية عرض الذات في الحياة الافتراضية تعزى للعمر عند مستوى المعنوية $\alpha \geq 0.05$.

H_1 هناك فروقات ذات دلالة إحصائية في إجابات المبحوثين نحو طبيعية عرض الذات في الحياة الافتراضية تعزى للعمر عند مستوى المعنوية $\alpha \geq 0.05$.

الجدول رقم 33: اختبار (ANOVA) بالنسبة للمنصب

القيمة الاحتمالية	F	مربعات المتوسطات	درجة الحرية	مجموع المربعات	المحور
2950.	241.	1180.	4	0.471	بين المجموعات
-	-	0940.	120	11.335	بين المجموعات
-	-	-	124	11806	المجموع

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن القيمة الاحتمالية أكبر من مستوى الدلالة 0.05، أي نقبل الفرضية العدمية، مما يدل على عدم وجود فروقات في إجابة المبحوثين نحو طبيعية عرض الذات في الحياة الافتراضية عند مستوى المعنوية $\alpha \geq 0.05$.

3- بالنسبة للحالة الاجتماعية:

توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة 0.05 في إجابات مستخدمي الفيسبوك حول طبيعية عرض الذات في الحياة الافتراضية - تعزى لمتغير للحالة الاجتماعية.

H_0 لا توجد فروقات ذات دلالة إحصائية في إجابات المبحوثين نحو طبيعية عرض الذات في الحياة الافتراضية تعزى للحالة الاجتماعية عند مستوى المعنوية $\alpha \geq 0.05$.

H_1 هناك فروقات ذات دلالة إحصائية في إجابات المبحوثين طبيعية عرض الذات في الحياة الافتراضية تعزى للحالة الاجتماعية عند مستوى المعنوية $\alpha \geq 0.05$.

الجدول رقم 34: اختبار (ANOVA) بالنسبة لسنوات الخدمة

القيمة الاحتمالية	F	مربع المتوسطات	درجة الحرية	مجموع المربعات		
290.	0.081	80.00	2	0160.	بين المجموعات	المحور 3
-	-	970.0	122	11.791	بين المجموعات	
-	-	-	124	11,806	المجموع	

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن جل القيم الاحتمالية بالنسبة لكل المحاور أكبر من مستوى الدلالة 0.05، أي نقبل الفرضية العدمية، مما يدل على عدم وجود فروقات في إجابة المبحوثين نحو طبيعية عرض الذات في الحياة الافتراضية عند مستوى المعنوية $\alpha \geq 0.05$.

4- بالنسبة للمستوى الدراسي:

توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة 0.05 في إجابات المستخدمين الفيسبوك حول طبيعية عرض الذات في الحياة الافتراضية - تعزى لمتغير للمستوى الدراسي.

H_0 لا توجد فروقات ذات دلالة إحصائية في إجابات المبحوثين نحو طبيعية عرض الذات في الحياة الافتراضية تعزى للمستوى الدراسي عند مستوى المعنوية $\alpha \geq 0.05$.

H_1 هناك فروقات ذات دلالة إحصائية في إجابات المبحوثين طبيعية عرض الذات في الحياة الافتراضية تعزى للمستوى الدراسي عند مستوى المعنوية $\alpha \geq 0.05$.

الجدول رقم 35: اختبار (ANOVA) بالنسبة لسنوات الخدمة

القيمة الاحتمالية	F	مربع المتوسطات	درجة الحرية	مجموع المربعات	
1000.	7.94	0.68	2	1.36	المحور 3 بين المجموعات
-	-	0.086	122	10.46	بين المجموعات
-	-	-	124	11.806	المجموع

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن القيمة الاحتمالية أقل من مستوى الدلالة 0.05، أي مما يدل على وجود فروقات في إجابة المبحوثين نحو طبيعية عرض الذات في الحياة الافتراضية عند مستوى المعنوية $\alpha \geq 0.05$.

6- النتائج العامة للدراسة :

تم التوصل إلى النتائج التالية :

- تم التوصل إلى أن عادات وأنماط استخدام الفيسبوك لدى المبحوثين الجزائريين متوسط (من 3 إلى 4 ساعات خلال اليوم), ويرجع ذلك لعدة دوافع كالإنشغال بتقديم الفائدة للآخرين (52%), حيث يضع المستخدم منشورات على صفحته ويتم إنتقاء طبيعة المواضيع المتنوعة (63,2%), أما الدافع الآخر يتمثل في أقدمية إمتلاك الحساب لأكثر من 4 سنوات 49,6%, وهذا يقدم للمستخدم الجزائري تجربة عرض الذات بشخصيته الحقيقية بعيد عن المثالية والتصنع.

- توضح الدراسة أن عرض الذات لدى جل المستخدمين الجزائريين في الحياة اليومية الافتراضية عبر الفيسبوك يتم بتعامل الشخصية الحقيقية (84,8%), حيث يتخذ أشكال وأساليب عدة منها الإعتماد على وضع المعلومات الحقيقية (45,6%), والمحافظة على المكانة والرتبة الإجتماعية وإضافة كنية(تسمية) متعلقة بالواقع المعاش ومقولة تعبر عن قناعة المبحوث الشخصية في الحياة , إلا أنهم يستعملون الأسمي المستعارة ب 40,8% للتعبير والتعامل مع الآخرين بأريحية وإخفاء صورهم الحقيقية لأنها في نظرهم تكون سببا في عدم تواصل الآخرين معهم عبر الفيسبوك, ومنه فإن الذات الافتراضية إنعكاس للذات الواقعية لدى المستخدمين الجزائريين عبر موقع التواصل الإجتماعي الفيسبوك.

- يذهب جل المستخدمين الجزائريين عبر الفيسبوك إلى الإبتعاد عن التلاعب بالأدوار في سياق التفاعل الإجتماعي الرقمي, ويرجع هذا إلى مجموعة من الأسباب التي تقف وراء رفض المستخدم للتمثيل في المسرح الافتراضي, منها عدم تفضيله لحسابات متعددة والتحدث مع الآخرين بشخصيات مختلفة (76%), ومنه نستنبط أنه لا يتجسد أي تلاعب بالأدوار لدى المستخدمين الجزائريين في موقع التواصل الإجتماعي الفيسبوك.

- إتضح من الدراسة أن الاسباب التي تقف وراء الابتعاد عن التلاعب بالأدوار وعرض الذات بأسلوب الشخصية الحقيقية دون غيرها عبر الفيسبوك مرتبط بمدى إقدام المستخدم الجزائري على نشر مواضيع تخص الحياة اليومية (83,2%), وهذه الأسباب تؤدي بدورها الى الابتعاد عن التلاعب بالأدوار وتقمص الصورة المثالية.

- إن عملية الكشف عن تقدير الذات يتم بطرق انتقائية من طرف المستخدمين الجزائريين عبر الفيسبوك بتقييم تصرفاتهم وسلوكياتهم عندما ينشرون إنجازاتهم ونجاحاتهم في

الحياة الواقعية عبر الحساب الشخصي لديهم لتعزيز الشعور بتقدير الذات (41,6%), إذ أن القليل منهم يعير اهتماما لرد الفعل والتغذية العكسية لزيادة الإعجاب على منشوراته والتي تمثل فعل مسرحيا توضيح الانطباع الإيجابي بشكل أدق.

- تؤكد الدراسة أن نسبة معتبرة من المستخدمين الجزائريين يميلون إلى النشر والمحادثة بلغة واحدة ألا وهي اللغة الأم 'اللغة العربية' (58,4%) عبر موقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك.

- تؤكد الدراسة القائمة أن هنالك تأثير من خلال العوامل السوسيو ديمغرافية سواء من حيث الجنس إذ أن هنالك تباين ملحوظ بين نسبتي الذكور (24%) والإناث (76%) في عينة البحث أو المستوى التعليمي فأغلب المستخدمين خريجو الجامعة (83,2) أو الحالة الاجتماعية على عملية عرض الذات وكذا التلاعب بالأدوار في هذه الدراسة يبتعد من الخيال والمبالغة فيعزز ما تكون عليه الهوية في الواقع بعيد كل البعد عن المثالية في تمثيل الأدوار,

خاتمة

خاتمة :

يمثل موقع التواصل الاجتماعي الفايسبوك من بين أبرز المسارح التي تمكن المستخدم الجزائري بعرض ذاته في الحياة اليومية الافتراضية وإظهارها أمام الجمهور عكس الكواليس التي من المفترض أن تكون حكرًا فقط على الممثل الذي يكون على هيئة تختلف تمامًا عما قد يظهر عليه أمام الجمهور بين ما هو كائن فعليًا وما يريده المؤدي أن يكون، وهنا يبقى المستخدم وحده المسؤول عن تأليف ما سيرضه حول هويته على الفيسبوك، سواء كانت له خلفية لتمثيل ذاته الحقيقية أو مزيفة وهو بهذا ينتقي الدور المراد اتخاذه، حيث يتيح هذه الفضاء الرقمي إمكانية إنشاء حساب بإسم وصورة وجنسية ورتبة إجتماعية وغيرها لشخصية رمزية، إلا أن المستخدمين الجزائريين في هذه الدراسة يقدمون أنفسهم الحقيقية ولا يتلاعبون بأدوار مختلفة فيما بينهم حتى ولو تواصلوا مع أفراد مجهولين عن واقعهم، حيث يبرز الموضوع ميزة أساسية عند تقدير ذات الفرد، فهو يؤثر على سلوكنا وعلى أحاسيسنا وعلى قدراتنا التكيفية وتظهر الحاجة إلى التقدير الإيجابي للذات من بين الحاجات الحيوية للمستخدم وأي قصور في هذه الحاجة يترتب عنه مشكلات نفسية كثيرة، لهذا ينبغي الأخذ بعين الاعتبار هذا البعد عند تعاملنا مع الآخرين نظرًا لأهميته في تمكيننا من العيش بانسجام مع أنفسنا ومع الغير عبر موقع الفيسبوك.

قائمة المصادر والمراجع

المصادر:

- القرآن الكريم: (سورة الروم الآية 22). (سورة يوسف الآية 5).

الكتب باللغة العربية :

- إبراهيم إسماعيل ,مناهج البحوث الإعلامية , الطبعة الأولى , دار الفجر للنشر والتوزيع, د,ب, 2017م .
- أيمن بن ناصر بن حمد العباد, المسئولية الجنائية لمستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي, د.ط, مكتبة القانون والاقتصاد, الرياض, 2015.
- إرفينغ غوفمان, تقديم الذات في الحياة اليومية , ترجمة ثائر ديب, الطبعة الأولى, دار معنى للنشر والتوزيع, د, ب, 2022 .
- بن جعدل سعد الحاج, ثلاثة مناهج لبحث علمي رائد مفاهيم وتصاميم, الطبعة الأولى, دار البداية ناشرون وموزعون, د ب, 2019م .
- بوحوش عمار. محمد محمود الذنبيات ، مناهج البحث العلمي و طرق إعداد البحوث ،ط4، ديوان المطبوعات الجامعية ، الجزائر ، 2007 .
- درويش محمود أحمد, مناهج البحث في العلوم الإنسانية, ط1, مؤسسة الأمة العربية للنشر والتوزيع, مصر, 2018.
- ديانى مراد, مناهج البحث في العلوم الاجتماعية والانسانية , ط1, المركز العربي للأبحاث , بيروت, نوفمبر 2022.
- علي معمر عبد المؤمن, مناهج البحث في العلوم الإجتماعية :الأساسيات والتقنيات والأساليب, الطبعة الأولى, منشورات جامعة 7 أكتوبر, 2008 .
- عبد الكافي إسماعيل عبد الفتاح, شبكات التواصل والإنترنت والتأثير على الأمن القومي والإجتماعي, المكتب العربي للمعارف .
- علي الشترى عبد الرحمن بن سعد, فتاوى كبار العلماء في التصوير, ط1, دار التوحيد للنشر, 1437هـ.
- نوزاد أحمد حسن, المنهج الوصفي في كتاب سيوريه, ط1, دار الكتب الوطنية - بنغازي, 1996م.

- المشهداني سعد سلمان , منهجية البحث الإعلامي : دليل الباحث لكتابة الرسائل الجامعية , الطبعة الأولى , دار الكتاب الجامعي , 2020م .
- المشهداني سعد سليمان , منهجية البحث العلمي , الطبعة الأولى , دار أسامة للنشر والتوزيع , عمان , 2019م .
- السرحاني سلطان مفرج , نظريات التوجيه والإرشاد في المجال الدراسي , فهرسة مكتبة الملك فهد الوطنية للنشر , الرياض , 1437هـ .
- العساف فريال حجازي , سيكيولوجيا الشبكات الاجتماعية وحقوق الانسان , ط1 , دار ورد الأردنية للنشر والتوزيع , عمان , 2021

المقالات والدوريات :

- رحومة علي محمد , مقارنة في علم الاجتماع العربي والإتصال عبر الحاسوب , المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب , الكويت .
- ضربان حفيظه . صوراية رمضاني , عرض الهوية في الحياة الافتراضية : دراسة سوسيولوجية لتقنيات عرض الذات عبر مواقع التواصل الإجتماعي- الفيسبوك أنموذجا- مجلة العلوم الإجتماعية , جامعة الجزائر2 , المجلد 15 , العدد2 , سبتمبر 2021 .
- عمرانى مصطفى , الأبعاد الإجتماعية والتواصل للهوية , مجلة نقد وتنوير , العدد12 , السنة الثالثة , يونيو2022 .
- قلاعة كريمة , الشبكات الإجتماعية كمنصات افتراضية لعرض الذات في الحياة اليومية: دراسة على عينة من الشباب الجزائري المستخدم للفيسبوك , المجلة العربية للإعلام والإتصال , الجمعية السعودية للإعلام والإتصال , العدد21 , 2019 ,
- ميار محمد مرسي إبراهيم , الفروق في مفهوم الذات و تفضيلات المسافة الاجتماعية وفقا لمستويات الشعور بالوصمة لدى الطالبات ذوات الإعاقة السمعية . مجلة كلية التربية للبنات بالقاهرة , المجلد الاول , العدد الاول . 2023 .
- مجلة العلوم التربوية والدراسات الإنسانية: مجلة دورية علمية محكمة , تصدر عن جامعة تعز فرع التربية- اليمن- العدد28 , يناير 2023 , الموقع الإلكتروني للمجلة: <http://hesj.org/ojs/index.php/hesj/index> .

- السفياني عبدالله, تقديم الذات في الشبكات الاجتماعية (تويتر نموذجاً), مقال, أبريل 2020.
- العوفي أحمد, مقال ترجمة لكتاب عرض الذات في الحياة اليومية لإرفنغ غوفمان, مراجعة خبيب عسيلان .
- الطائي محمد بن سليمان, صوت كمان في العالم, حبر الوطن ذاكرة وطن, تاريخ النشر: الثلاثاء 7 ديسمبر 2021 - 10م, تاريخ الاطلاع: الأربعاء 26 جوان 2024.

الرسائل الجامعية :

- أحمد يوسف أحمد اللوح، الصراعات التنظيمية و انعكاساتها على الرضا الوظيفي، رسالة ماجستير، قسم إدارة الأعمال، الجامعة الإسلامية، كلية التجارة، غزة ، فلسطين ، 2008.

- عقبة حصيدة, استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقته بالتحصيل الدراسي لدى التلاميذ "الفيسبوك أنموذجاً": دراسة ميدانية بثنائية الهادي محمود, مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر, جامعة 8ماي 1945, قالمة, كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية, تخصص علم إجتماع الاتصال, 2020- 2021 .

- قليدة بثينة, مرابط فيروز, التفاعل الافتراضي عبر مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقته بالتفاعل الواقعي لدى الشباب "فيسبوك أنموذجاً" : دراسة ميدانية في كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية بجامعة الشهيد لخضر بالوادي, مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علم الاجتماع الاتصال, 2015-2016 .

- كبور منال, مدمنو الفيسبوك شيء من طغيان الذات الافتراضية وكثيراً من الاغتراب عن الواقع: دراسة ميدانية على عينة من الشباب الجزائري, مدونة مهتمة بالفكر والثقافة والفضاء الأكاديمي عموماً وعلوم الإعلام والاتصال خصوصاً, تم إنشاؤها في 9ماي 2009, جامعة باتنة, 1يناير 5, 2017 .

- الزهري ناصر, بوسماحة فتيحة, سيمائية الذات في الخطاب الهوية الرقمية: دراسة تحليلية لبعض الخطابات الرقمية -الفيسبوك أنموذجاً, مذكرة لإستكمال متطلبات شهادة

مستر أكاديمي, جامعة قاصدي مرباح ورقلة, كلية العلوم الإنسانية و الإجتماعية, قسم
علوم الإعلام والإتصال, 2020-2019 .

الملاحق

ملحق رقم (1): الصورة النهائية للاستبيان:

جامعة غرداية
كلية العلوم الإجتماعية والإنسانية
قسم علوم الإعلام والاتصال

استبانة

في إطار تحضير مذكرة تخرج مكملة لنيل شهادة الماستر تخصص إتصال وعلاقات عامة, نقدم لسيادتكم الفاضلة الاستبيان تحت عنوان "مقاربة عرض الذات في الحياة اليومية الافتراضية: دراسة على عينة من المستخدمين الجزائريين للفيسبوك". لذا نرجو منكم ملئ الاستبيان بدقة وموضوعية وذلك بوضع علامة (X) مكان الإجابة التي تراها مناسبة. علما بأن المعلومات التي سيتم الحصول عليها ستستخدم في أغراض البحث العلمي فقط.

مع خالص الشكر على تعاونكم معنا.

أولاً: البيانات العامة للمبحوثين:

✓ الجنس:

- ذكر
- أنثى

✓ السن:

- من 16- 22
- 23- 29
- 30- 36
- 37- 43
- 44 فما فوق

✓ الحالة الاجتماعية:

- أعزب
- متزوج
- مطلق
- أرمل
- ✓ المستوى التعليمي:
- ابتدائي
- متوسط
- ثانوي
- جامعي

المحور الأول: عادات وأنماط استخدام الفيسبوك لدى المستخدمين :

✓ المدة التي تقضيها في استخدام موقع الفيسبوك خلال اليوم:

- أقل من ساعة
- من ساعة إلى ساعتين
- من 3 إلى 4 ساعات
- من 5 ساعات إلى 6 ساعات
- من 7 ساعات فما فوق

✓ منذ متى تستخدم هذا الحساب الشخصي في الفيسبوك:

- أقل من سنة
- من سنة إلى سنتين
- منذ ثلاث سنوات إلى أربعة سنوات
- من خمس سنوات فما فوق

✓ هل تقوم بالنشر عبر الفيسبوك:

- نعم
- لا
- نوعا ما

✓ ما طبيعة المواضيع التي أنشرها على صفحتي في الفيسبوك :

- شخصية
- ثقافية
- ترفيهية
- دينية
- رياضية
- تسوقية
- اجتماعية
- أخرى ...

✓ ما هدفك من المنشورات التي تضعها على صفحتك في الفيسبوك :

- لتقديم الفائدة للآخرين
- تحقيق تقدير الذات
- التفاخر والاعتزاز بالنفس
- لأكون صورة إيجابية عن نفسي لدى الآخرين
- أنشر فقط من دون وجود هدف محدد
- أخرى ...

✓ صفحتك في الفيسبوك متاحة ل :

- لأفراد العائلة
- للأصدقاء
- زملاء العمل
- الذين لا أعرفهم
- للجميع من أعرفهم ولا أعرفهم

المحور	التقييم	العبرة	أوافق	لا أوافق	محايد
1	أفضل استخدام الاسم المستعار في الفيسبوك				

			أضع معلوماتي الحقيقية في الفيسبوك	2	
			اخفاء الاسم الحقيقي عبر الفيسبوك يشعرني بالراحة	3	
			استخدام صورتي الحقيقية على حسابي في الفيسبوك لأنها تعبر عن هويتي في الواقع	4	
			أحافظ على مكانتي ورتبتي الاجتماعية من خلال وضع (طبيعة مهنتي أو وظيفتي أو أنني طالب أو أي نشاط آخر في البروفايل الخاص بي)	5	
			اعتمد في البروفايل الخاص بي على مقولة تعبر عن قناعاتي الشخصية في الحياة	6	
			أفضل إضافة كنية (تسمية) متعلقة بواقعي المعاش تحت الإسم الخاص بصفحتي في الفيسبوك	7	
			أفضل استخدام عدة حسابات في الفيسبوك لأستطيع أن أتحدث مع الآخرين بشخصيات مختلفة	8	المحور الثالث: طبيعة عرض الذات في الحياة اليومية الافتراضية
			أتعامل بشخصيتي الحقيقية في الفيسبوك	9	
			أقدم آرائي الحقيقية والفعلية حول ما ينشر من مواضيع في الفيسبوك	10	
			أفضل شخصيتي الافتراضية على شخصيتي الواقعية	11	
			كل ما أنشر عبر الفيسبوك يعبر عن حقيقتي كما هي في الواقع	12	
			آرائي التي أنفاعل بها حول ما ينشر في الفيسبوك لا تعبر عن آرائي الحقيقية كما هي في الواقع	13	

			أخفي صورتي الحقيقية لأنها من الممكن أن تكون سببا في عدم تواصل الآخرين معي	14
			أحب التلاعب بشخصيتي عندما أكون في علاقة عاطفية عبر الفيسبوك	15
			قصص ومقاطع ريلز التي أشتركها تعبر عن حياتي الواقعية	16
			منشوراتي تعبر عن حالتي النفسية بشكل مباشر	17
			أتعامل بشخصية مختلفة في تواصلتي مع الآخرين عبر الفيسبوك لأتلاعب بالآخرين	18
			أفضل وضع منشورات بلغات متعددة لأتفاخر بنفسي أمام الآخرين عبر الفيسبوك	19
			يزداد إفتخاري بداتي عند وضع صوري عبر الفيسبوك	20
			أكون مرتاحا في التواصل أكثر من خلال علاقتي الإفتراضية مع من لا أعرفهم في الواقع الحقيقي	21
			أفضل إستخدام أكثر من لغة في حوارتي مع الآخرين عبر الفيسبوك لأظهر أنني شخصية راقية ومرموقة (class)	22
			أقدم نفسي في الفيسبوك دائما بصورة مثالية من خلال ما أنشره على صفحتي	23
			أتعامل بصفات مختلفة تماما على شخصيتي الحقيقية عندما أتواصل عبر رسائل مسنجر	24
			أحب نشر الستوري أكثر عبر الفيسبوك لأنه يعبر عن نشاطاتي اليومية	25

			أحب نشر صور السيلفي عبر الفيسبوك لأنها تشعرني بتقدير الذات من خلال ما يديه الأخرين من 'عجاب	26
			مشاركة الستوري بشكل يومي من أجل تقديم نصائح وإرشادات للأخرين	27
			أضع منشورات ومقاطع دينية عبر صفحتي في الفيسبوك لأظهر للأخرين بأنني شخص جيد	28
			أنشر إنجازاتي ونجاحاتي في الحياة الواقعية عبر الفيسبوك لأنها تشعرني بتقدير الذات	29
			المنشورات التافهة التي توضع بالصفحات والمجموعات تعبر عن مستوى صاحبها الذي ينشرها	30
			أفضل استخدام البث المباشر عبر الفيسبوك لأبرز شخصيتي من خلال ما أقدمه من افتخار للأخرين	31
			أشعر بتقدير الذات عندما أجد إعجاب متزايد على منشوراتي	32
			كل ما أنشره على صفحتي في الفيسبوك هو فقط لكي يستفيد الأخرين	33
			أتحدث بشخصية مختلفة عن الواقع عبر الدردشة في الفيسبوك لكي أتمكن من إبتزاز الأخرين	34

