

جامعة الجزائر-3-
كلية علوم الإعلام والاتصال
قسم الاتصال

مواقع التواصل الاجتماعي وأثرها على الشباب الجزائري

دراسة على عينة من مستخدمي موقع Facebook بولاية البليدة

خلال الفترة الممتدة من 1 مارس إلى 30 أبريل 2016

أطروحة لنيل شهادة دكتوراه علوم في علوم الإعلام والاتصال

تحت إشراف:
أ.د. شعباني عبد القادر

إعداد:
بودربالة عبد القادر

لجنة المناقشة:

رئيسا
مشرفا ومقررا
عضوا
عضوا
عضوا

أ.د. عمور بن حليلة
أ.د. عبد القادر شعباني
د. مليكة عطوي
د. وردة حمدي
د. مراد كموش

المخلص

أصبح موقع Facebook اليوم في قلب قضايا النشاط الاقتصادي والاستراتيجي التي تواجه المجتمعات والدول، حيث يستند على شبكة غير محدودة تقريبا من الأفراد والهيئات، وعلى سرعة المبادلات والانتشار، وعليه يقوم Facebook على بلورة التحديات التي أضحت من الصعب تجاهلها: تحديات المعرفة والمعلومات، العلاقات الإنسانية والتنشئة الاجتماعية.

إن الفرص التي أتاحتها Facebook هي في الواقع عديدة، سواء فيما تعلق بالتنمية الاجتماعية، والقضايا الاقتصادية، السياسية والأمنية، كما قدم أفقا جديدة للحوار والتنمية، وهكذا يعد Facebook ثورة في العلاقات الإنسانية، عن طريق تمرير العلاقة من "واحد لواحد" إلى "واحد نحو الكل" بنقرة واحدة وهو ما يستقطب في الأساس فئة الشباب.

رغم هذا فإن أخطار استخدام Facebook ليست قليلة أيضا، مما يشكل تحديا بالنسبة لمصداقيته كوسيلة اتصال، حيث ساهم في انتشار مبدأ المراقبة واسع النطاق من قبل "الجميع على الجميع" والاستغلال الاجتماعي والاقتصادي للعلاقات الإنسانية، وامتداد الفضاء العام على حساب المجال الخاص، وعليه لنا أن نتساءل هل نحن على استعداد لدفع هذا الثمن للاستفادة من هذا الوسيط؟ علاوة على ذلك، فإن لاستغلال عيوب Facebook آثار سلبية وفي جميع المجالات: الاجتماعية (انتهاك الخصوصية الهوية والتشهير...)، الاقتصادية (نشر الشائعات، السرقة، واستغلال العلامات التجارية...) والسياسية (الشائعات، والتلاعب...) والأمنية (المراقبة، والتضليل...). فأصبحت جرائم الإنترنت عبر Facebook تشكل تحديا كبيرا لجميع المجتمعات والدول.

هذه الأطروحة محاولة لتوصيف العملية الاتصالية لدى الشباب عبر Facebook من زاوية الخصوصية وعرض الذات، وتحديد الآثار المترتبة عن التداخل بين المجال العام والخاص في المجتمعات الافتراضية، بناء على استبيانات وزعت على مجموعة من المستخدمين الشباب لموقع Facebook بمنطقة البلدة.

تمثلت الأبعاد التي هيكلت عملنا في تأثير Facebook على العملية الاتصالية والتنشئة الاجتماعية لدى الشباب، الآثار النفسية والاجتماعية لعرض الذات ومدى احترام الخصوصية عبر Facebook، التداخل بين الفضاء العام والفضاء الخاص عبر هذه الشبكة.

الكلمات المفتاحية: شبكات التواصل الاجتماعي، Facebook، الخصوصية، الفضاء العام، الفضاء الخاص، الهوية الرقمية، عرض الذات.

RESUME

Le site Facebook est devenu aujourd'hui au cœur des enjeux d'affaires économiques et stratégiques auxquels sont confrontés les communautés et les nations, car il se base sur un nombre illimité de personnes et d'organismes, et sur la rapidité des échanges et la prolifération, ainsi les défis liés à son utilisation deviennent difficiles à ignorer: telles que les défis de la connaissance et de l'information, les défis des relations humaines et de socialisation.

Les possibilités offertes par Facebook sont nombreuses, à la fois en ce qui concerne le développement social, les questions économiques, politiques et de sécurité, il a également fourni de nouvelles voies pour le dialogue et le développement, il représente aussi une révolution dans les relations humaines, en passant une relation de « A vers B » à « un vers tous » "en un seul clic, et ce pour cela qu'il attire principalement les jeunes.

Malgré cela, les risques liés à son utilisation sont nombreux, ce qui pose un défi à sa crédibilité en tant que moyen de communication, où il a contribué à la propagation du principe de surveillance généralisée par « tout le monde à tout le monde, l'exploitation sociale et économique des relations humaines, l'extension de l'espace public à l'égard de l'espace privée, et donc nous nous demandons si nous sommes prêts à payer ce prix pour tirer profit de ce réseau? Par ailleurs, l'exploitation des failles de Facebook ont des effets néfastes dans tous les domaines: sociale (violation de l'identité de la vie privée et la diffamation ...), (propagation de rumeurs, le vol, l'exploitation des marques ...) économiques et politiques (les rumeurs, la manipulation ...), la sécurité (surveillance, et la désinformation ...), ainsi que Cybercriminalité via Facebook qui posent un défi important pour toutes les communautés et états.

Cette thèse est une tentative de décrire le processus de communication entre les jeunes via Facebook angle de la vie privée et l'impact de l'auto-présentation à travers ce réseau, sur la base de questionnaires distribués à un échantillon de jeunes utilisateurs de Facebook dans la Wilaya de BLIDA.

Les dimensions qui ont guidés notre travail sont l'impact de Facebook sur le processus de communication et de socialisation chez les jeunes, les effets psychologiques et sociaux de la présentation de soi et le respect de la vie privée par Facebook, le chevauchement entre l'espace public et l'espace privé à travers le réseau.

Mots clés: réseaux sociaux, Facebook, la vie privée, espace public, espace privé, identité numérique, auto-présentation.

شكر وتقدير

الحمد لله الذي أنار لنا درب العلم والمعرفة، وأعاننا على أداء هذا الواجب ووقفنا إلى انجاز هذا العمل.

أتوجه بجزيل الشكر والامتنان إلى كل من ساهم من قريب أو من بعيد في انجاز هذا العمل، و شارك في تذليل ما واجهته من صعوبات، وأخص بالذكر الأستاذ المشرف شعباني عبد القادر الذي لم يبخل علي بتوجيهاته ونصائحه القيمة والتي كانت عوناً لي في إتمام هذا البحث.

كما أتقدم بأسمى عبارات الشكر والتقدير إلى الأساتذة الكرام أعضاء لجنة المناقشة على قبول قراءة هذا العمل وتشريفهم لي بمناقشته، لنستفيد من خبراتهم العلمية والعملية.

كما لا يفوتني أن أشكر مسؤولي ولاية البليدة خصوصاً مديرية التنظيم والشؤون العامة و مديرية البيئة على مساعدتهم القيمة خصوصاً في الجانب الميداني لهذه الدراسة و كل التسهيلات التي قدموها لي.

في الأخير أشكر أصحاب نوادي الانترنت بولاية البليدة وروادها من الشباب الذين تفاعلوا بإيجابية مع موضوع الدراسة.

بودربالة عبد القادر

الإهداء

الحمد لله رب العالمين والصلاة والسلام على خاتم الأنبياء والمرسلين

إلى من ربنتي وأنارت دربي وأعاننتي بالصلوات والدعوات، إلى أعز
إنسان على قلبي أُمي الحبيبة حفظها الله

إلى من علمني معنى الكفاح وأعد لي سبل النجاح أباي الكريم أدامه الله لي

إلى الزوجة الغالية فاطمة الزهراء

إلى نور عيناى إيناس ورتال

إلى إخوتي وأخواتي، وكل أفراد العائلة

إلى أصدقائي وزملائي كل واحد باسمه

إلى كل أساتذة، عمال وطلبة قسم علوم الاعلام والاتصال بجامعة قاصدي
مرباح-ورقلة

إلى كل من ساهم في إعداد هذا العمل

أهدي هذه الاطروحة

بودربالة عبد القادر

خطة الدراسة

مقدمة

الفصل الأول: مواقع التواصل الاجتماعي والفضاء العمومي الافتراضي

المبحث الأول: المقاربات النظرية لمفهوم الاعلام الجديد وخصائصه

1. نظرية المجال العام وتكنولوجيا الاتصال الحديثة

2. الفضاء العمومي

3. منظور HABERMAS Jürgen للفضاء العام

المبحث الثاني: الديموقراطية والتواصل

1. مقاربات بديلة للمجال العمومي

2. الفضاء العمومي الافتراضي

3. المجال العمومي والاعلام الجديد

المبحث الثالث: الفضاء العمومي الافتراضي البديل والاعلام الجديد

1. إعادة تشكيل الحدود بين الخاص والعام

2. تجديد الفعل الاجتماعي

3. مميزات جديدة

الفصل الثاني: شباب موقع Facebook والمجتمع الافتراضي

المبحث الأول: موقع Facebook حقائق واعتبارات

1. موقع Facebook بعض الحقائق الأساسية

2. الابعاد الأساسية لشباب Facebook

المبحث الثاني: حراك الشباب من السياق الواقعي إلى المجتمع الافتراضي

1. تحولات المجال العام في المجتمع الافتراضي

2. القيم الاجتماعية والسياسية لشباب موقع Facebook

الفصل الثالث: الهوية الرقمية بين عرض الذات والبيانات الشخصية

المبحث الأول: مفهوم الهوية وأنواعها

1. مفهوم الهوية

2. أنواع الهوية

المبحث الثاني: المجتمع الافتراضي كفضاء لعرض الذات

1. المظهر الرقمي للهوية

2. مستوى التطابق بين الهوية الحقيقية والافتراضية

3. حماية البيانات الخاصة عبر Facebook

4. نماذج مستخدمي موقع Facebook

المبحث الثالث: ممارسات التواصل عبر Facebook

1. الاتصال الرقمي وعرض الذات

2. ممارسات الهوية الافتراضية عبر موقع Facebook

3. انفصام حقيقة الاسم والهوية للمستخدم

الدراسة الميدانية: دراسة على عينة من مستخدمي Facebook بولاية البليدة

تحليل الجداول البسيطة

تحليل الجداول المركبة

نتائج الدراسة

الخاتمة

مقدمة:

تشكل الثورة المعلوماتية سمة أساسية من سمات العصر الذي يعيشه العالم في الوقت الراهن، وتعد الشبكات الاجتماعية بما لها من قدرة فائقة على تجاوز حدود الزمان والمكان أحد أهم رموزه، إذ مكنت الإنسان من إلغاء المسافات والاطلاع على أحداث العالم وتطوراته في المجالات المختلفة ونشر الثقافة وتبادل المعلومات، لتمثل بذلك وجها للمجتمع المعلوماتي الجديد ومظهرا من مظاهر العولمة الاتصالية.

استطاعت الشبكات الاجتماعية أن تتبنى نظاما أكثر قدرة على تنمية مشاركة المستخدم وتحقيق درجة عالية من التفاعلية والتحكم في الاتصال، وهو ما برز بشكل واضح من حيث التأسيس لحرية الرأي والتعبير وتبادل المعلومات، وبالتالي فلا نبالغ إذا قلنا أن أهم ما يميز هاته المواقع هو التفاعلية والارتقاء بدور المستقبل إلى مستوى المشاركة بنسبة كبيرة في العملية الاتصالية، وأن محصلة الجهود المبذولة في تطوير تكنولوجيا الاتصال الحديثة هي تحقيق أكبر قدر من تفاعلية المستقبل مع عناصر العملية الاتصالية وتأثيره فيها.

تمثل الشبكة الاجتماعية وسيلة الكترونية حديثة للتواصل الاجتماعي، حيث تشكل بنية اجتماعية افتراضية تجمع بين أشخاص أو منظمات في نقاط التقاء متصلة بنوع محدد من الروابط الاجتماعية، إذ يجمع المشاركون فيها صداقة، قرابة، مصالح مشتركة، توافق في الهوية أو الفكر، رغبة في التبادل المادي أو المعرفي، محبة أو كراهية لشيء معين علاقات عقدية أو دينية أو تناسق في المعرفة أو المركز الاجتماعي، كما تمثل في صورتها المبسطة خارطة لعلاقات محددة تربط بين أقطاب متعددة، ولما كانت تلك الأقطاب التي يرتبط بها الفرد تمثل علاقاته الاجتماعية، تعد الشبكة معيارا لرأس المال الاجتماعي للفرد أي القيمة التي يتحصل عليها من الشبكة الاجتماعية¹.

1 . كنعان علي، الإعلام الإلكتروني، دار الأيام للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2015، ص، 109- 110.

أنشئت الشبكات الاجتماعية بهدف التواصل الاجتماعي بين الأفراد والمجموعات ذات الاهتمامات المتجانسة على الانترنت، بهدف تبادل المعرفة والمعلومات سواء بالصوت، الصورة، الفيديو والنص بما في ذلك ملفات السيرة الشخصية، أو النشر والتدوين على الصفحات الخاصة، هذا إلى جانب تقديم مجموعة من الخدمات للمستخدمين مثل إمكانية المحادثة الفورية وتبادل الرسائل الخاصة، كما تعد منبرا لترويج الأفكار مهما كان نوعها ولا شك في أن ظهور هاته الشبكات قد أحدث تغييرا جذريا في وسائل الاتصال والتعارف والمشاركة بين الأشخاص والمجتمعات¹.

وفقا للإحصاءات فإن عدد مستخدمي هذه المواقع يزداد زيادة مطردة في كل ثانية فعلى سبيل المثال يقدر عدد مستخدمي موقع Facebook بنحو المليار وما يقارب 700 مليون مستخدم حول العالم، ليعد بذلك أكبر موقع اجتماعي في العالم، ويليه موقعي Twitter و Whatsapp حيث يصل عدد المشتركين عبر الموقعين إلى مليار مشترك لكل منها وذلك حسب آخر إحصائية لسنة 2016².

أثبتت هذه المواقع أهميتها وفعاليتها وحجم تأثيرها على قطاعات مختلفة من المتلقين خاصة الشباب حيث تلقى هاته المواقع إقبالا بنسبة 87% لدى الفئات ما بين 18 و 29 سنة في حين تبلغ نسبة الاقبال لدى فئة 30 و 49 سنة 73%، بينما فئة 50 و 64 سنة تمثل ما نسبته 63%، و في الأخير نسبة 56% لدى الفئات الأكثر من 65 سنة³، أما من حيث توزيع الفئات العمرية المستخدمة لموقع Facebook، فإن الفئة 13-19 سنة تمثل ما نسبته 8% بينما تمثل الفئة 20-29 سنة 28% في حين تمثل الفئة 30-39 سنة 21% و الفئة

¹ . مشري مرسي، شبكات التواصل الاجتماعي الرقمية: نظرة في الوظائف، المستقبل العربي، العدد 395، 2012، ص، 149-166.

² . VIARD, Rudy, Le Classement des Réseaux Sociaux, sur, www.webmarketing-conseil.fr/classement-reseaux-sociaux, (en ligne), consulté le : 27/07/2016 à 15 :00.

³ . BROSSAS, Vincent, Le profil démographique des utilisateurs des réseaux sociaux, sur www.leptidigital.fr/reseaux-sociaux/profil-demographique-utilisateurs-reseaux-sociaux-4924, (en ligne), consulté le : 06/07/2016 à 17 :00

49-40 نسبة 16%، و تنقص نسبة الاقبال لدى الفئات الأكبر سنا إذ لا تمثل سوى 13% لدى الفئتين 59-50 و أكثر من 60 سنة¹.

واكب العالم العربي من جهته هذه التطورات التكنولوجية الحديثة، حيث ظهرت أجيال من الشباب العربي تملك تطلعات وشغفا لمعرفة المزيد عن العالم الذي نعيشه ورغبة لبناء طرق للتواصل والتعارف مع هذا العالم، حيث أصبح لغالبية الشباب حسابات وصفحات خاصة على مواقع التواصل الاجتماعي والتي مكنتهم من التواصل بيسر.

ضمت في هذا الشأن قاعدة مستخدمي الشبكة الاجتماعية الأكثر شعبية على الإنترنت Facebook لسنة 2016، والتي تشهد توسعا وانتشارا متزايدا بين أوساط المستخدمين في العالم العربي، قرابة 83.1 مليون مستخدم في 22 دولة عربية، أما بخصوص حصة كل دولة، تظهر الأرقام أن مصر تضم أكبر قدر من مستخدمي Facebook من إجمالي المستخدمين في العالم العربي حيث بلغ عدد مستخدمي الشبكة المصريين حوالي 21 مليون مستخدم يشكلون نسبة تصل الى 25 % من إجمالي أعداد المستخدمين العرب، بينما جاءت السعودية في المرتبة الثانية عربيا من حيث عدد المستخدمين حيث بلغ عددهم مؤخرا حوالي 9.8 مليون مستخدم بحصة تتجاوز 12%، فيما احتل العراق المرتبة الثالثة في مؤشر عدد المستخدمين بحصة بلغت حوالي 8.4 مليون مستخدم وبنسبة تصل الى 10% من إجمالي عدد مستخدمي Facebook العرب، من جهتها سجلت الجزائر حوالي 8.2 مليون مستخدم بحصة تقارب 10% من الإجمالي، كما سجلت المغرب حوالي 8.1 مليون مستخدم بحصة تتجاوز 9.5% من الإجمالي، الإمارات سجلت حوالي 5.7 مليون مستخدم بحصة 5%، وبلغ عدد المستخدمين في تونس 4.5 مليون مستخدم بحصة تتجاوز 4.5%، فيما بلغ عدد المستخدمين في الأردن حوالي

¹ . Répartition des utilisateurs de Facebook aux États-Unis en janvier 2016, par tranche d'âge, sur <https://fr.statista.com/statistiques/549961/facebook-repartition-des-utilisateurs-americains--par-age>, (en ligne), consulté le : 05/04/2016 à 14 :00.

3.4 مليون مستخدم شكلوا حصة تصل الى 4% من إجمالي عدد مستخدمي الشبكة العالمية¹.

أما أقل أعداد لمستخدمي موقع Facebook فقد سجلت في كل من الصومال وجيبوتي وجزر القمر حيث بلغ العدد في الصومال 310 ألف مستخدم وفي جيبوتي حوالي 88 ألفا وفي جزر القمر الأقل في القائمة حوالي 41 ألفا.

تشكل مواقع التواصل الاجتماعي فضاءات تواصلية باعتبارها أمكنة افتراضية بدون حدود زمانية أو مكانية، نتعامل معها بعدها فضاء ذو شحنة ثقافية يكون الحوار والتواصل أساسها، ويعد المكان الافتراضي مصطلحا حديث التداول الفكري، ويقصد به "كل ما له صلة بالفضاء التخيلي، بشقه المادي والمتمثل في إبداع سبل جديدة في هندسة تكنولوجيات الافتراضي وبشقه الاعتباري، يضم أنشطة عالمنا الواقعي المعتاد، أو في إمكانه أن يضمها جميعها ويضم أشياء جديدة أخرى"².

من بين مزايا المكان الافتراضي أيضا نهاية فوبيا المكان، إن الخوف من المكان دليل على تملكنا لمكان آخر، وعندما ندخل في منظومة المكان الافتراضي نصبح لا نخشى شيئا بحكم عدم قدرتنا على تملك الافتراضي باعتباره فضاء، لذلك وصفت شبكة الإنترنت كفضاء افتراضي بأكثر الأمكنة تحررية، وعدم مقدرة أي طرف امتلاكها.

أصبحت حياة الفرد اليوم متصلة اتصالا وثيقا بوسائل الإعلام والاتصال الإلكترونية إلى حد تفكك الروابط الحميمة الأسرية والاجتماعية الأخرى، فالزمن الميدياتيكي هو الزمن الذي نحققه في صلاتنا المستمرة مع وسائل الاتصال بوصفنا أفرادا اجتماعيين ولا يعدو أن يكون زما وسائطيا لاعتمادنا في الإنتاج والتفكير والتواصل والتفاعل على تقنيات

¹ عدي الحاج، العراق ثالثا بين الدول العربية في استخدام موقع التواصل الاجتماعي فيسبوك، موقع وكالة النبا للأخبار، زيارة يوم 17 ماي 2016 على الساعة 16:20، متاح على الرابط: <http://n.annabaa.org/news7058>.

² PROULX, Serge, Les Communautés Virtuelles- construisent-Elles du lien Social ?, Colloque International, L'organisation Media, Dispositifs Médiatiques, Sémiotiques et des Médiations de l'organisation, Université Jean MOULIN, Lyon, 19-20/11/2004, (En ligne) <http://www.lep.enrs.fr/pdf/pro-04a.pdf>, consulté le 13/03/2016 à 17:30.

الإعلام والاتصال، ويحتضن ميول الأفراد واتجاهاتهم بوصفهم متابعين، مستهلكين ومنتجين للصناعات الإعلامية المتدفقة بصورة لم يشهدها تاريخ صناعة المضامين، كل مجتمع ينتج تمثله للزمن عن طريق الأنشطة التي يقوم بها، في المقابل كل مجتمع تقوده منظومة القيم الميديايتيكية إلى بناء تمثله للزمن¹.

ويتسم المجتمع الافتراضي بالسّمات التالية:

1- المرونة وانهايار فكرة الجماعة المرجعية بمعناها التقليدي، فالمجتمع الافتراضي لا يتحدد بالجغرافيا بل الاهتمامات المشتركة التي تجمع معا أشخاصا لا يعرف كل منهم الآخر بالضرورة قبل الالتقاء عبر الفضاء الإلكتروني.

2- لم تعد حدود الزمن تلعب دورا في تشكيل المجتمعات الافتراضية، فهي مجتمعات لا تنام، يستطيع عبرها المرء أن يجد من يتواصل معه على مدار الساعة.

3- إمكانية الانتهاء إلى العزلة رغم ما تعد به من انفتاح على العالم وتواصل مع الآخرين، هذه المفارقة يلخصها عنوان كتاب للباحثة TURKLE Sherry حيث تشير إلى أن الرسائل النصية القصيرة، وما ينشر ويتبادل على Facebook، قد أغنت عن الزيارات، من هنا أصبحت صورة الأسرة هي التي تعيش في بيت واحد بينما ينهمك كل فرد من أفرادها في عالمه الافتراضي الخاص².

4- لا تقوم المجتمعات الافتراضية على الجبر أو الإلزام بل تقوم في مجملها على الاختيار.

5- تتوفر المجتمعات الافتراضية على وسائل تنظيم وتحكم وقواعد لضمان الخصوصية والسرية، قد يكون مفروضا من قبل القائمين، وقد يمارس الأفراد أنفسهم في تلك

¹ . علي محمد رحومة، الانترنت والمنظومة التكنو- اجتماعية بحث تحليلي في الآلية التقنية للإنترنت ونمذجة منظومتها الاجتماعية، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، 2005، ص 302.

² . **TURKLE Sherry**: Seuls ensemble : De plus en plus de technologies, de moins en moins de relations humaines, Traduit de l'américain par, **RICHARD Claire**, Edition l'Echappée, 2015, France, p, 153.

المجتمعات الحجب أو التبليغ عن المداخلات والمواد غير اللائقة أو غير المقبولة لكن هل هي حقا كافية لضمان الخصوصية؟

6- تشكل المجتمعات الافتراضية فضاءات مفتوحة للتمرد والثورة، بداية من التمرد على الخجل والانطواء وانتهاء بالثورة على القيود الاجتماعية.

7- تتسم المجتمعات الافتراضية بدرجة عالية من اللامركزية وتنتهي بالتدرج إلى تفكيك مفهوم الهوية التقليدي، وارتباطه بالبيانات الشخصية إذ أن من يرتادونها في أحيان كثيرة يستخدمون في ذلك أسماء مستعارة ووجوه ليست وجوههم، وبعضهم له أكثر من حساب (وسنأتي بالتفصيل عن هذه السمة في الفصل الثالث).

على صعيد آخر يمكن النظر للتغير الاجتماعي الذي طرأ بعد ظهور مواقع التواصل الاجتماعي برؤية جدلية قيم حتمية تقنية الاتصال والمجتمع التي تتخذ مسارين أولهما ما يعرف بالحتمية التقنية، وثانيهما ما يعرف بالحتمية الاجتماعية، ولكلا المسارين وجهات نظر تدعم تفسيره، غير أن التفسير الذي قدمه بعض المفكرين في اختلاف معدل التغير في كل من الثقافة المادية واللامادية نتيجة التأثير التقني في المجتمعات، يعد الأساس في التحليل الاجتماعي لتقنية الاتصال، مع احتمال حدوث تصادم بين التغير التقني والتغير الاجتماعي ويترتب عليه خلل وظيفي مما يؤثر في تفكير أفراد المجتمع، وتوتر القيم والإيديولوجيات السائدة¹.

أما النموذج الثاني، ويتمثل في الحتمية الاجتماعية التي ترى أن البنى الاجتماعية هي التي تتحكم في محتويات التكنولوجيا وأشكالها، أي أن القوى الاجتماعية المالكة لوسائل الاعلام والاتصال هي التي تحدد محتواها، وأن البحوث النوعية التي تتعمق في دراسة الاستخدام الاجتماعي لتكنولوجيا الاتصال لا تنطلق من النموذجين، لأنها لا تؤمن بأن ما

¹ . جون هارتلي وآخرون، الصناعات الإبداعية، ترجمة: بدر السيد سليمان الرفاعي، الكويت، عالم المعرفة، 2007، ج1، ص، 67.

هو تقني ويتمتع بديناميكية قوية، يوجد في حالته النهائية، كما أن البنى الاجتماعية ليست منتهية البناء.

تنطبق هذه الحقيقة على المجتمعات العربية التي تعرف حركية اجتماعية متواصلة لم تفض إلى صقل اجتماعي تميز فيه البنى الاجتماعية والسياسية، فالقوى الاجتماعية المتدافعة في المنطقة العربية، مازالت قيد الصياغة والتشكل، باعتبارها مجتمعات انتقالية كما أن المنطلقات الفلسفية للبحوث الكمية لا تسمح بالاعتقاد بوجود خط فاصل بين ما هو تقني وما هو اجتماعي، لأنهما يتفاعلان باستمرار في الحياة اليومية، بمعنى أن البعد الفكري للمنهج النوعي يسمح بالملاحظة الدقيقة لكيفية ولوج ما هو تقني في الحياة الاجتماعية، ولا يعطي الفرصة للأشخاص الذين يتعاملون مع وسائل الاتصال الحديثة بتشخيص ما هو تقني أو اجتماعي فقط، بل يسمح بإبراز تمثّلهم لما هو تقني، والذي على أساسه يتضح استخدامهم له.

من هنا تبرز الحتمية الاجتماعية في مقابل الحتمية التقنية على أساس أن القوى الاجتماعية بأنواعها تمتلك زمام تطور التكنولوجيا، وتؤثر في تطويرها وتوجيهها، واشتهر في هذا الاتجاه، الأمريكي WHITE, Alvin-Leslie، حيث قدم الطرح التالي: "إن النسيج الاجتماعي هو الثقافة المتقدمة بخطى التكنولوجيا، وتبنى المجتمعات البشرية ثقافياً بواسطة المادية التكنولوجية، وتبنى اجتماعياً بفعل التطور الاجتماعي، بمعنى جدلية الاجتماعي/التقني"¹.

ثم ظهر مفهوم الحتمية المعلوماتية في بداية الألفية الثالثة، إذ لم يعد يقاس مدى تقدم الدول، على أساس نتاجها القومي بل إجمالي نتاجها المعلوماتي، وأهم المفكرين في هذا الاتجاه، هو عالم الاجتماع LACH, Scott، إذ اهتم بالتغير المعاصر في عصر "ما بعد الحداثة"، ونبه إلى تناقض عصر ما بعد الحداثة، لأنه يفرض على الإنسان صعوبة العيش

¹ . زاهر راضي، استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في العالم العربي، مجلة التربية، ع، 15، جامعة عمان الأهلية، عمان، الأردن، 2003، ص، 127.

فيه دون أدواته الاتصالية التي تربطه بالمجتمع فمثلا، لا نستطيع العمل دون الهاتف النقال أو الحاسوب، أي الأشكال التقنية للحياة الاجتماعية، ويؤكد LACH, Scott عن "بروز خصائص جديدة لمناحي الحياة عن طريق العمل بالتكنولوجيا، وأهمها تسطح أشكال الحياة وتفاعل كل العناصر عن طريق وسائل الاتصال"¹.

من هذه الزاوية نقلت الشبكات الاجتماعية جزءا من النقاش السياسي و الاجتماعي إلى الفضاء الافتراضي، موسعة بذلك من نطاق "الفضاء العام التقليدي" المتعارف عليه إذ لم تخلق مجالا افتراضيا جديدا، كما يذهب إلى ذلك البعض، بقدر ما عمدت إلى تعزيز المجال العام القائم، لكن من خلال تنويع أدوات الضغط والتدافع، لذلك فإن هذا المجال الافتراضي ليس فضاء موازيا للمجال العام الذي تحدث عنه HABERMAS Jürgen بقدر ما هو امتداد له وتوسيع لفضاء فعله وتفاعله، إنه إغناء لأدواته ووسائله ومكوناته وليس بناء جديدا على أنقاضه، أو بمحاذاته².

لقد بتنا أو نكاد، يقول البعض، بإزاء تكريس جديد لا بل واستعادة جديدة لنظرية المجال العام التي صاغها الفيلسوف الألماني HABERMAS Jürgen بداية ستينات القرن الماضي³، للتعبير عن ذاك الفضاء الذي يتوسط مجال السلطة والمجال العمومي من جهة والمجال الخاص للأفراد والجماعات من جهة ثانية، والذي تؤسسه النقاشات والحوارات المرتبطة بقضايا الشأن العام بين مختلف الأطراف.

بناء على ما تقدم، يرتبط مفهوم المجال العام في ظل شبكات التواصل الاجتماعي بالمساحات الواسعة التي يقوم أعضاؤها بتناول ما يستجد لديهم من قضايا واهتمامات ليخلصوا بموجب ذلك إلى صيغة ما لكيفية عيشهم وعملهم معا وبشكل جماعي، في

1. عبد الغني عماد، سوسيولوجيا الثقافة، المفاهيم والإشكاليات... من الحداثة إلى العولمة، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، ط2، 2006، ص، 125.

2. يحيى اليحيائي، الشبكات الاجتماعية و المجال العام بالمغرب، مظاهر التحكم و الديمقراطية، دراسات إعلامية، مركز الجزيرة للدراسات، 2015، ص، 2، على الرابط <http://studies.aljazeera.net>، زيارة يوم: 2016/07/13، على الساعة: 18:00.

3. HABERMAS, Jürgen, L'espace public : Archéologie de la publicité comme dimension constitutive de la société bourgeoise, Paris, Payot, Réédition, 1988.

الحاضر كما في المستقبل على حد سواء فتبدو شبكات التواصل الاجتماعي من هذه الزاوية، طيبة ومرنة وسهلة المباشرة، حيث أن المشاركة فيها مفتوحة وكل القضايا قابلة لل طرح والمداولة، ومواقف الأطراف المشاركة متساوية، والعملية لا تلتفت كثيرا إلى التمايزات الاجتماعية أو الاقتصادية أو الثقافية أو غيرها¹.

بهذا أحدثت مواقع التواصل الاجتماعي تداخلا كبيرا بين المجالين العام والخاص مما أثر بالضرورة على خصوصية الأفراد فأساس التواصل داخل الفضاءات الافتراضية هو ما يقدمه المستخدمون من معلومات وبيانات مختلفة مهما كان شكلها، ولنا أن نتساءل هنا هل يؤدي انفتاح المستخدمين عبر هذه الفضاءات إلى التعدي على خصوصيتهم؟ وهل تعود الآثار النفسية منها والاجتماعية لدى المستخدمين لهذا التخلي عن الخصوصية؟ وإن كانت هذه المواقع تشكل حقيقة فضاءا لحرية التعبير والمشاركة السياسية وديموقراطية الاتصال، فهل نحن مجبرون على التخلي عن خصوصيتنا من أجل تلك الحريات؟

يحيل النقاش المعاصر حول الخصوصية، في الغالب، إلى قيم الحرية والكرامة الشخصية التي تعد تجسيدا لها، وحتى ندرك عمق هذا المفهوم يمكن الإشارة إلى أن رجال القانون الأمريكيين عرفوا الحق في الحياة الخاصة "بالحق في أن نترك لحالنا"، وقد ترجمت المحكمة العليا للولايات المتحدة الأمريكية هذا التعريف، بشكل عملي، بحق كل شخص في أن يتخذ بمفرده القرارات المتعلقة بحياته الخاصة دون تدخل أو تطفل خارجيين فأستاذة القانون² **ROUVROY, Antoinette**، ترى أن حماية الحياة الشخصية ليست حقا أساسيا مثل بقية الحقوق فحسب، بل إنها شرط ضروري لممارسة بقية الحقوق والحريات الأساسية، ونظرا لأهمية هذا الحق فقد نصت عليه مختلف الدساتير والتشريعات

¹ . يحي اليحياوي، المرجع السابق، ص، 15.

² . ROUVROY Antoinette, Big data : l'enjeu est moins la donnée personnelle que la disparition de la personne, sur : <http://binaire.blog.lemonde.fr/2016/01/22/le-sujet-de-droit-au-peril-de-la-gouvernementalite-algorithmique/>, (en ligne), consulté le : 14/05/2016, a 17 :30.

في كل الدول باستثناء بريطانيا التي عبرت عنه بمصطلح بديل وهو الحق في حماية المصالح الخاصة¹.

يعتقد البعض أنه لا جدوى من تعريف الحياة الخاصة لصعوبة رسم حدودها، وذلك أن الحاجز الذي يفصلها عن الحياة العامة ليس سوى حد استراتيجي يتغير حسب المجتمعات والثقافات، فلكل ثقافة تصور لها للخصوصية، فما تدرجه هذه الثقافة في خانة الخصوصية لا يعتبر كذلك في ثقافة أخرى، بل إن مفهوم الخصوصية يتغير في المجتمع الواحد حسب السياقات، ولنا أن نتساءل هنا: كيف لنا أن نتخلى عن خصوصيتنا كأفراد رغم ما يجمعنا من خصوصية كمجموعة لها ضوابط نابعة من الانتماء والعقيدة والعرف الاجتماعي؟

لقد ظل الأشخاص والمنظمات في العديد من الدول خصوصا الأوروبية منها حساسين لكل تعدي على حرمة الحياة الخاصة، في هذا الإطار يمكن الإشارة إلى الدعوة التي وجهتها جمعيات حماية المستهلكين في كندا وألمانيا لمقاطعة استخدام موقع شبكة Facebook لعدم احترامها لخصوصية مستخدميها، وقامت المنظمة غير الحكومية Privacy International² برفع دعوة قضائية ضد مؤسسة Google تتهمها بخرق خصوصية الأشخاص، لأنها قامت بالتقاط صور لتزويد بنك معلومات خدمتها المسماة Street View³ خلال الفترة الممتدة بين سنتي 2008 إلى 2010 فقد جابت سياراتها المزودة بأجهزة تصوير وتسجيل فائقة الدقة شوارع المدن لتصوير الأشخاص بدون

1. نصر الدين العياضي، الاتصال الاعلام والثقافة، عتبات التأويل، كتاب الرافد، مجلة الشروق، العدد، 86، الشارقة، 2015، ص، 91-104.

2. Privacy International: منظمة غير حكومية مقرها لندن، بريطانيا، شعارها "لا يجوز تعريض أحد لتدخل تعسفي في حياته الخاصة أو أسرته أو مسكنه أو مراسلاته"، وهو نص المادة 12 من الإعلان العالمي لحقوق الإنسان، وحسب التقديم المنشور على موقع المنظمة فهي تسعى إلى التحقيق في العالم السري للمراقبة من قبل الحكومات وفضح استغلال الشركات للبيانات الشخصية عبر الانترنت، كما تسعى من خلال اللجوء للقضاء إلى ضمان مراقبة تتوافق مع سيادة القانون، و تدعو إلى التشريع للقوانين الوطنية والإقليمية والدولية القوية التي تحمي الخصوصية، ورفع الوعي حول التكنولوجيات الحديثة وسن القوانين الخاصة بحماية الخصوصية التي ترى أنها في خطر، وذلك قصد ضمان تثقيف المستخدمين و مشاركتهم في مسعاها، للوصول إلى احترام هذا الحق من طرف الجميع وتعزيز قدرات شركائها في البلدان النامية، والعمل مع المنظمات الدولية لحماية الفئات الأكثر ضعفا، يمكن الاطلاع على نشاطات المنظمة عبر موقعها على الرابط التالي: <https://www.privacyinternational.org>

3. Street View: هي خدمة أطلقت بتاريخ 25 ماي 2007 في الولايات المتحدة الأمريكية من قبل مؤسسة Google، مدمجة بخدمة قاعدة Google Maps، يتمكن من خلالها المستخدم من الانتقال افتراضيا عبر الشوارع والطرق في المدن والقرى.

استئذانهم، وتسجيل المعطيات المتدفقة عبر أجهزتهم اللاسلكية، وقد غرمتها محكمة هامبورغ الألمانية بدفع مبلغ 145 ألف دولار، وغرمت بالتهمة ذاتها في محاكم الولايات المتحدة الأمريكية بدفع سبعة ملايين دولار أمريكي¹.

كما دفعت مؤسسة Google غرامة بقيمة 100 ألف يورو بعد الدعوة القضائية التي رفعتها اللجنة الوطنية للمعلوماتية والحريات الفرنسية بتهمة انتهاك الخصوصية سنة 2011 و رغم ترحيب الاتحاد الأوروبي بمسعى تبسيط سياسة سرية المعلومات الذي انتهجته المؤسسة إلا أنه سجل تحفظه من عواقبها لأنها تتنافى مع تعليماته الخاصة بحماية خصوصية الأشخاص، ورأى أن هذا المسعى يسمح للمؤسسة المذكورة بجمع البيانات الشخصية لمستخدمي مختلف خدماتها دون الكشف عن مآلها و الإفصاح عن الجهة التي تستفيد منها، أو تتمتع بحق النفاذ للمعلومات الشخصية المرتبطة بكل خدمة².

لقد عقد ممثلو الهيئات الأوروبية المكلفة بحماية البيانات الشخصية والحريات، العديد من اللقاءات مع مسؤولي مؤسسة Google لحثهم على تغيير سياسة مؤسستهم المتعلقة بسرية البيانات الشخصية حتى تتكيف مع تعليمات الاتحاد الأوروبي في هذا المجال، وانتهت كل المساعي لتسوية خلافهما إلى طريق مسدود، فقررت الهيئات المذكورة رفعه إلى المحاكم للفصل فيه.

إن القضايا التي خسرتها مؤسسة Google أو غيرها من المؤسسات الفاعلة في حقل الاتصالات والإنترنت في المحاكم لا تعني بتاتا أن خصوصية الأشخاص والمنظمات والجمعيات ستكون في مأمن، فمحركات البحث ومواقع الإنترنت بالأساس فضاء للأنظمة الذكية التي تقتفي آثار الأبحار عبر شبكة الإنترنت، و جمع المعلومات من خلال المواقع الإلكترونية التي نزورها والوصلات الإلكترونية التي نكبس عليها، والمواضيع التي نبحث عنها بواسطة محركات البحث، والموسيقى والأفلام التي نحملها من شبكة الإنترنت

1 . نصر الدين العياضي، مرجع سابق، ص، 94.

2 . نصر الدين العياضي، نفس المرجع، ص، 94.

والصحف الإلكترونية التي نتصفحها، والأشخاص الذين نتواصل معهم على البريد الإلكتروني.

تتقاطع تلك المعلومات المجمعة لتشكل ملامح كل مستخدم: من هو؟ ما هي قناعاته السياسية والدينية؟ وما هي اهتماماته؟ وما هي خريطة علاقاته الاجتماعية؟ وما هو ذوقه في المأكّل والمشرب والملبس؟ ولا تخلو هذه المعلومات والبيانات من قيمة تبادلية كبرى حيث يتم بيعها للشركات والمؤسسات المختلفة المختصة في الإنتاج والتسويق والأشهار، لذا نلاحظ أن الإعلانات عبر شبكة الإنترنت تتسم بطابعها الشخصي أكثر من تلك التي تبثها أو تنشرها وسائل الإعلام التقليدية، ومنه فإن قيمة البيانات تزداد كلما تخلينا عن خصوصيتنا لتكون المعلومات المجمعة حقيقية أكثر، و تزداد صدقية تلك البيانات بزيادة ثقة المستخدم في الموقع و سياسة حماية الخصوصية المضمونة من طرف الموقع، فهل نساهم في هذا الشكل الجديد من التجارة المبنية على البيانات الشخصية؟ وهل تضمن اعدادات الخصوصية لموقع Facebook حماية حقيقية للبيانات الشخصية للمستخدم؟ أم أنها تشكل فقط محفزا للمستخدم من أجل التخلي أكثر فأكثر عن خصوصيته؟

مثال آخر هو خدمة Google Health¹ التي توقفت سنة 2013، بعد أن أطلقت في مارس 2008، لقد روج لهذه الخدمة الموجهة للأمريكيين على أنها تهدف إلى تحسين المتابعة الطبية للمرضى، من خلال إدخال بيانات خاصة بالأمراض التي يعانون منها ونوعية الدواء الذي يتناولونه، وسوابقهم المرضية، وآخر نتائج تحليل فحوصهم في ملفاتهم

¹ . **Google Health** : Est un service Internet d'archivage de **dossiers médicaux** pour les internautes américains, mis en place par **Google** en **mars 2008**, permettant d'améliorer le suivi médical de certains patients. D'après plusieurs analystes (médecins et internautes) cela permettrait une avancée scientifique majeure dans la recherche médicale.

Les internautes peuvent ainsi mettre en ligne leurs pathologies, leurs antécédents médicaux, les derniers résultats d'analyses et leurs traitements en cours. Mais l'avantage reste celui de laisser le pouvoir aux pharmaciens de mettre à jour automatiquement les traitements ou encore de trouver un spécialiste pour traiter des maladies adaptées.

Google fermera ce service le **1^{er} janvier 2012** la faute à un nombre d'utilisateur très faible en dessous des attentes, **Google Health** sera définitivement fermé le **1^{er} janvier 2013**.

الطبية لدى Google، و بالتالي تسمح بيانات هذه الملفات للأطباء الأخصائيين بتطوير بحوثهم العلمية، وتمكن المرضى ذاتهم من إدارة المعلومات المتعلقة بمرضهم، وتسمح باختيار الطبيب أو أحد أفراد أسرته ممن يثقون فيهم بالنفاذ إلى ملفهم الصحي، لكن ما كان مسكوت عنه في هذه الخدمة وما أغفله المروجون لها أن مؤسستي Google وMicrosoft كانتا تنويان الحصول على الملفات الطبية لحوالي 300 مليون مواطن أمريكي مستفيد من التأمين الصحي لتتصرف بما تحتويه من معلومات، فيمكن ربطها بمحركات البحث واقتراحها على الشركات الاشهارية من أجل الترويج للأدوية، وللمستشفيات المختصة ولمختلف تقنيات علاج الأمراض المختلفة، فأمام تقدم سن السكان، وتزايد النفقات المخصصة للصحة، وارتفاع عدد الأمراض المزمنة كثر الشغف بأخبار الصحة عبر الانترنت.

إن موقع Facebook من جهته ليس بعيدا عن هذه الاتهامات، فقد قام الكثير من الأشخاص بتقديم شكاوي وتقارير تدين موقع التواصل الاجتماعي Facebook بانتهاك خصوصية المستخدمين، حيث قدم شاب يدعى SCHREMS Max ومعه 25 ألف مستخدم من مختلف الدول الأوروبية، برفع دعوى جماعية ضد مؤسسة Facebook في محكمة بمدينة دبلن الأيرلندية، متهمين إياها بانتهاك الخصوصية والتعدي على أسرار المستخدمين لصالح الجهات التجارية والاشهارية.

أوضح SCHREMS Max أيضا أن الدعوى التي اجتمع عليها أكثر من 25 ألف مستخدم، تطالب الموقع بوقف التعدي على الخصوصية ومراقبة المستخدمين وبياناتهم الشخصية ومشاركتها لأنها ملك المستخدم وحده، بالإضافة إلى دفع تعويض مادي لصالح 25 ألف مستخدم واتخاذ خطوات جادة اتجاه الخصوصية، من جهته كشف الموقع البريطاني Sky News، أن الأشخاص الذين قاموا بتقديم الدعوى القضائية تتراوح جنسياتهم بين المملكة المتحدة وإيرلندا و ألمانيا¹.

1 . أسماء السيد محمد، رفع دعوة قضائية على فيس بوك، مجلة الاهرام الالكترونية للكمبيوتر و الانترنت و الاتصالات، على الموقع <http://aitmag.ahram.org.eg/News/9309.aspx>, consulté le 25/09/2016 à 19 :00.

الجدير بالذكر أن موقع Facebook لم يتغاضى عن هذه الشكاوى التي ينفبها بشدة حيث قال ZUCKERBERG, Mark، أنه لم يقم بمشاركة الموقع في برنامج التجسس الخاص بوكالة الأمن القومي الأمريكية، والذي كان يهدف إلى تبادل معلومات المستخدم مع حكومة الولايات المتحدة الأمريكية كما دفعته هاته الشكاوى إلى تغيير أفكاره المتشددة فيما يتعلق بالخصوصية¹.

قد يتساءل البعض: كيف يمكن حماية الحياة الخاصة من كل اختراق في المجتمع المعاصر الذي يتبنى ثقافة "أنا أظهر إذا أنا موجود" فالتنافس في مجالات كثيرة أصبح يجرى على أرضية تسويق الذات و المقدره على الظهور والبروز أمام الملأ، ومن يسوق ذاته يجبر على إمطة اللثام عن خصوصيته ليس هذا فحسب، فشاباب الجيل الرقمي يتسابقون للكشف عن حياتهم الخاصة، عن طيب خاطر، عبر موقع Facebook من خلال مشاركة الصور الذاتية Selfie²، و الحديث عن إنجازاتهم، ونشر ما يفرحهم ويحزنهم وإطلاع من يريد أن يعلم أين ذهبوا ومتى عادوا، وماذا شاهدوا ومع من التقوا.... وبعضهم لا يتردد عن البوح حتى بعلاقاته الحميمية.

فهل أن إمطة اللثام عن بعض الجوانب من الحياة الشخصية للأفراد يضرّ دائماً الفرد والمجتمع؟ الإجابة عن هذا السؤال لم تحقق الإجماع بعد، لكنها تكشف على أن عدد المؤمنين بمقولة: "إن تحقيق أمنك الشخصي يتطلب الكشف عن خصوصيتك وخصوصية غيرك" في تزايد مستمر، وهذا رغم الانتقاد الذي يوجهه البعض لها .

أشار الأستاذ على قسايسية في هذا الشأن من خلال دراسته حول إشكالية التشريعات الإعلامية في المجتمعات الانتقالية، إلى كون عولمة المبادئ الليبرالية والحتمية التكنولوجية

¹. UNTERSINGER, Martin, Vié privée : Comment Mark Zuckerberg a changé d'avis sur la vie privée, sur : http://www.lemonde.fr/pixels/article/2014/07/28/pragmatique-mark-zuckerberg-a-change-d-avis-sur-la-vie-privée_4463811_4408996.html, (en ligne), visité le 25/09/2016 à 19 :00.

² . معنى كلمة سلفي Selfie: الصورة التي يلتقطها المستخدم لنفسه بواسطة هاتفه الخليوي أو كاميرا رقمية وينشرها على مواقع التواصل الاجتماعية، والمصطلح المعتمد بالعربية هو مصطلح الصورة الذاتية وهو ما سوف نعتمده في الإطار التطبيقي للدراسة.

توحي بقرب تغيرات عميقة في طبيعة القواعد المتعلقة بالصحافة ووسائل الاعلام الجماهيرية الأخرى، حيث أن حقوق النشر والطبع والبت والتوزيع ستتدعم بالضرورة كحقوق فردية وجماعية بفعل الأثر البالغ لتكنولوجيات الاتصال الحديثة التي تعمل على جمهرة أنواع جديدة لا متناهية من وسائل الاتصال (بنوك المعلومات، المواقع الالكترونية والشبكات الاجتماعية، الصحافة الالكترونية، صحافة المواطن، المدونات...) و تزيد من صعوبات تدخل السلطات للحد من حرية تدفق المعلومات و حرية الوصول اليها مهما كان طبيعتها حتى المعلومات المحمية منها، عن طريق فرض قيود مادية أو إدارية أو قانونية أو على الأقل بجعل هذه القيود عديمة الفعالية سياسيا و تقنيا، و بالنتيجة بات من الضروري في ظل المعطيات الجديدة التركيز على الفرد لتقوية عوامل الحصانة الذاتية لديه و لدى مجتمعه و أمته¹.

كما أكد الأستاذ على قسايسية دائما على حرص البلدان الديموقراطية الليبرالية مثل بريطانيا والولايات المتحدة الامريكية وفرنسا، على وضع قوانين خاصة بسرية الحياة الشخصية وخصوصية الحياة الفردية والجماعية ويتعلق الأمر بإلزام السلطات بحماية الحق في السرية والخصوصية خاصة ضد القذف والتشهير عن طريق وسائل الاعلام الجماهيرية وإفشاء المعلومات التي تتمكن من الوصول اليها الشرطة والأمن، وهناك محاولات أيضا لوضع قوانين تمنح الحق للمواطن في الاطلاع على المعلومات المخزنة عنه وخاصة الحق في تصحيح الخاطئة منها².

وأشار كذلك إلى أن انتشار بنوك المعلومات على نطاق "جماهيري" واسع عبر الشبكة الدولية وتداول المعلومات وانتشار الاختراقات الالكترونية والجرائم الرقمية... يطرح إشكاليات جديدة في مجال الحق في الاعلام وفي "السرية" و "الخصوصية" وفي الاطلاع على المعلومات وتصحيحها³.

1 . علي قسايسية، إشكالية التشريعات الإعلامية، في المجتمعات الانتقالية، حالة الجزائر، مجلة أفكار وأفاق، جامعة الجزائر 2، العدد 2، 2012، ص، 112.

2 . علي قسايسية، المرجع السابق، ص، 110-111.

3 . علي قسايسية، نفس المرجع، نفس الصفحة.

في هذا السياق، أقر البرلمان الأوروبي بعد أكثر من أربع سنوات من المفاوضات ومصادقة أعضاء البرلمان الأوروبي على التشريع ضمن لجنة الحريات المدنية بتاريخ 12 أبريل 2016 ثم التصويت العام في ستراسبورغ بتاريخ 14 أبريل 2016، تشريعا يتضمن القواعد الجديدة للاتحاد الأوروبي لمنح السيطرة للمواطنين من خلال حماية البيانات الشخصية¹، و الذي يدخل حيز التطبيق انطلاقا من 25 ماي 2018.

يهدف التشريع الأوروبي الجديد بشأن حماية البيانات إلى خلق مجموعة موحدة من القواعد في جميع أنحاء الاتحاد الأوروبي، لضمان الحماية القانونية وتعزيز ثقة المواطنين والمؤسسات في السوق الرقمي، وتوافق واضح وإيجابي لمعالجة البيانات، والحق في النسيان وفرض غرامات كبيرة على المؤسسات المخالفة لهذه القواعد.

يركز التشريع الذي يعد مراجعة للتعليمية 46/95 الخاصة بحماية البيانات في الاتحاد الأوروبي لسنة 1995، على نصين تشريعيين: النظام العام لمعالجة البيانات الشخصية في الاتحاد الأوروبي، واللائحة الخاصة بالبيانات التي تمت معالجتها من قبل الهيئات الامنية والسلطات القضائية، واللذان تشكلان معا تحديا لحماية البيانات.

كما يهدف التشريع إلى توحيد التشريعات والقواعد الوطنية للدول الأوروبية من أجل إعطاء المواطنين المزيد من السيطرة على المعلومات الشخصية الخاصة بهم في العصر الرقمي الذي يتسم: بانتشار الهواتف الذكية، وسائل الاعلام الاجتماعية، الخدمات المصرفية عبر الإنترنت والتحويلات المالية العالمية.

يساهم هذا التنظيم أيضا في خلق الوضوح القانوني أمام الشركات لتحفيز الابتكار والتنمية المستقبلية للسوق الرقمي، كما يسعى لحماية البيانات بهدف بناء الثقة وتوفير

¹ . **Règlement (UE) 2016/679**, du Parlement Européen et du Conseil de l'Union Européenne du 27 avril 2016, relatif à la protection des personnes physiques à l'égard du traitement des données à caractère personnel et à la libre circulation de ces données, et abrogeant la directive 95/46/CE (règlement général sur la protection des données), Journal officiel de l'Union européenne N° L 119/1, du 4 Mai 2016, (en ligne), consulté sur : <http://www.europarl.europa.eu>, le 25/09/2016 à 14 :00.

مستوى عالي من الحماية لجميع مواطني الاتحاد الأوروبي بغض النظر عن الظروف التي تتم فيها معالجة بياناتهم الشخصية ما لم تكن لأغراض تطبيق القانون، مع التأكيد على أن تطبيق هذه القواعد تشمل المؤسسات من خارج أوروبا والتي تستهدف المستهلكين داخل الاتحاد الأوروبي، ويؤكد التنظيم الجديد على ضمان تحكم المواطنين بشكل أفضل في بياناتهم الشخصية من خلال:

• الحق في أن النسيان أو الحذف (المادة 17)

« La personne concernée a le droit d'obtenir du responsable du traitement l'effacement, dans les meilleurs délais, de données à caractère personnel la concernant et le responsable du traitement a l'obligation d'effacer ces données à caractère personnel dans les meilleurs délais »

حسب نص المادة 17 يمتلك الأفراد الحق في النسيان أو الحذف، وهذا يعني حذف بياناتهم الشخصية في حالة عدم رغبتهم في أن تتم معالجة البيانات الخاصة بهم، شريطة عدم توفر أي سبب شرعي للحفاظ على تلك البيانات.

بخصوص تطبيق أحكام هذا المادة، فإذا طلب شخص ما من شركة الإنترنت حذف بياناته الخاصة، تقوم الشركة بإرسال الطلب إلى أي طرف آخر يستخدم تلك البيانات، ومع ذلك، هذا الحق يكون مقيد في بعض الحالات، على سبيل المثال عندما تكون البيانات اللازمة ضرورية للبحث التاريخي، الإحصائي أو العلمي، لأسباب الصحة العامة، أو لممارسة الحق في حرية التعبير، كما أن الحق في النسيان لا يطبق عندما تكون البيانات الشخصية ضرورية لإبرام عقد أو عند الحاجة القانونية لها.

• مراقبة أفضل للأطراف المالكة للبيانات الشخصية (المادة 7)

يجب على الشخص المعني بالبيانات أن يعطي موافقته الواضحة والصريحة لمعالجة بياناته الشخصية، ويقصد هنا الموافقة النشطة، على سبيل المثال يجب أن تحقق بوضع علامة معينة على خانة عند زيارته لموقع على شبكة الانترنت أو تنفيذ أي إجراء آخر أو يدلي بتصريح يشير إلى قبول المعالجة المقترحة للبيانات الشخصية، لا يشكل عدم وضع علامة في خانة الاختيار المحددة افتراضيا أو عدم التفاعل موافقة المستخدم، كما يمكن للمستخدم أيضا أن يسحب موافقته بسهولة وفي أي وقت شاء.

• الحق في نقل البيانات الشخصية من فرد إلى مقدم الخدمة (المادة 20)

"Les personnes concernées ont le droit de recevoir les données à caractère personnel les concernant qu'elles ont fournies à un responsable du traitement, dans un format structuré, couramment utilisé et lisible par machine, et ont le droit de transmettre ces données à un autre responsable du traitement sans que le responsable du traitement auquel les données à caractère personnel ont été communiquées y fasse obstacle"

بموجب القواعد الجديدة، كل شخص لديه الحق في "قابلية نقل البيانات" بحيث يمكن للأفراد نقل البيانات الشخصية بسهولة بين مقدمي الخدمة، يسمح هذا القانون على سبيل المثال للمستخدم تغيير مزود البريد الإلكتروني الخاص به دون أن يفقد قائمة اتصالاته أو رسائل بريده الإلكتروني، وبالتالي يمكن للأفراد السيطرة وبشكل أفضل على بياناتهم الخاصة ويجري أيضا تعزيز المنافسة في السوق الرقمي الأحادي.

• الحق في الاطلاع بلغة واضحة وبسيطة (المواد 12 و13 و14)

أصر أعضاء البرلمان الأوروبي على أن تضع الأحكام الجديدة حدا لسياسة الخصوصية برموز صغيرة، فقبل جمع البيانات يجب تقديم المعلومات بلغة واضحة وبسيطة.

• الحق في الاطلاع في حالة قرصنة البيانات (المادتان 33 و34)

يطلب من الشركات والمؤسسات وبشكل فوري إبلاغ سلطة المراقبة الوطنية في حالات خرق خطير للبيانات حتى يتسنى للمستخدمين اتخاذ التدابير المناسبة.

• تحديد لاستخدام التتميط (المادة 22)

"La personne concernée a le droit de ne pas faire l'objet d'une décision fondée exclusivement sur un traitement automatisé, y compris le profilage, produisant des effets juridiques la concernant ou l'affectant de manière significative de façon similaire".

فرضت الإجراءات الجديدة مجموعة القواعد الجديدة قيودا على التتميط، وهي تقنية تستخدم للتحليل والتنبؤ بأداء شخص في العمل، وضعه الاقتصادي، موقعه، وضعه الصحي، تفضيلاته، موثوقيته وسلوكه بناء على المعالجة التلقائية لبياناته الشخصية.

بموجب التشريع، يسمح بالتتميط في حالات تقديم الموافقة من طرف صاحب البيانات أو التصريح القانوني، أو إذا كان ذلك ضروريا من أجل إبرام عقد، وقال أعضاء البرلمان الأوروبي أيضا أن التتميط لا ينبغي أن يؤدي إلى التمييز أو الاعتماد فقط على البيانات الحساسة (مثل بيانات تكشف عن الأصل العرقي أو الآراء السياسية أو الدين أو التوجه الجنسي، البيانات الجينية أو البيولوجية، العقوبات إدارية أو الاشتباه).

• حماية خاصة للأطفال (المادة 8)

"En ce qui concerne l'offre directe de services de la société de l'information aux enfants, le traitement des données à caractère personnel relatives à un enfant est licite lorsque l'enfant est âgé d'au moins 16 ans. Lorsque l'enfant est âgé de moins de 16 ans, ce traitement n'est licite que si, et dans la mesure où, le consentement est donné ou autorisé par le titulaire de la responsabilité parentale à l'égard de l'enfant".

تنص القواعد الجديدة على ضمانات خاصة بالأطفال في بعض المجالات، بالنظر إلى أنهم قد يكونوا أقل وعيا بالمخاطر والعواقب التي تتعلق بتبادل البيانات الشخصية، وبالتالي لديهم الحق في النسيان أكثر وضوحا.

وعلاوة على ذلك، تنص الأحكام دون تحديد سن معينة، على ضرورة حصول الأطفال على (رخصة أبوية) من أوليائهم لفتح حساب على الشبكات الاجتماعية مثل Facebook و Instagram أو Snapchat، كما هو ساري بالفعل في معظم دول الاتحاد الأوروبي، والأمر متروك للدول الأعضاء لتحديد السن، الذي يجب أن يتراوح بين 13 و16 سنة.

يبقى الهدف من هذا الاجراء هو حماية الأطفال من الضغط الناجم عن دفعهم لتبادل البيانات الشخصية دون إدراك تام للعواقب، غير أن هذا لا يمنع المراهقين من استخدام الإنترنت للحصول على المعلومات، بالإضافة إلى ذلك، فإن هذه الإجراءات لا تشمل من هم فوق السن القانوني المحدد والذين ليسوا مطالبين بترخيص من أوليائهم من أجل استخدام خدمات الاستشارة والوقاية الموجه إليهم أساسا.

• معيار احترام الخصوصية

يجب على الشركات ابتكار ميزات الافتراضية والمنتجات من أجل الجمع والمعالجة المحدودة للبيانات الشخصية، ليصبح "حماية الخصوصية منذ التصميم" مبدءا أساسيا يشجع الشركات على ابتكار وتطوير أفكار جديدة وأساليب وتقنيات لأمن وحماية البيانات الشخصية.

بالعودة للحديث عن العلاقة بين الفضاء العام و أشكال الاتصال الافتراضي، تبرز نظرية المجال العام بوصفها نظرية الاعلام الالكتروني، فالأسس النظرية للاتصال الإلكتروني مبنية على النظرية التي صاغها الفيلسوف الألماني المعاصر HABERMAS Jürgen والتي تعرف بنظرية المجال العام، حيث كثرت الحوارات والمناقشات العلمية حول مفهوم المجال العام منذ أن قام HABERMAS Jürgen بنشر كتابه التحول البنائي للمجال العام¹.

أصبح مصطلح المجال العام مفهوما مركزيا في مجال الدراسات الإعلامية في السنوات الأخيرة، إذ تشرح النظرية كيف أن وسائل الإعلام نقلت النقاش من المجال العام إلى المجال الخاص، كما أكد فيها أن وسائل الاعلام الالكتروني تخلق حالة من الجدل بين الجمهور تتيح تأثيرا كبيرا في القضايا العامة وتؤثر على النخبة والنخبة الحاكمة والجمهور مما يعني أن ثقافة الانترنت أصبح لها جماهيرها وشعبيتها وهي في ازدياد مطرد على العكس من قراء الصحف والكتب.

طور HABERMAS Jürgen مفهوم المجال العام كجزء من الحياة الاجتماعية حيث يستطيع المواطنون أن يتبادلوا الآراء بطرق تهم المجتمع كله وهو ما يؤدي إلى تشكيل الرأي العام، حيث يظهر المجال العام للوجود عندما يتجمع الناس لكي يناقشوا القضايا الاعلامية والسياسية المشتركة، وتحاول النظرية أن تشرح الأسس الاجتماعية

1. HABERMAS Jürgen, The Structural Transformation of the Public Sphere: An Inquiry into a category of Bourgeois Society. Cambridge, Mass.: MIT Press, 1991. p. 175-177.

لديموقراطية من خلال النظر إلى المنظمات المحددة الهوية والقائمة على أسس اجتماعية وثقافية مشتركة داخل المجتمع المدني كمنظمات قادرة على تطوير خطاب نقدي فعال يستطيع التقريب بين وجهات النظر المتعارضة.

دعم الانترنت فكرة ساحات النقاش حول المجال العام المشترك الذي يجمع أفراد الرأي العام ويدخلهم في حالة حوار حول القضايا التي يهتمون بها، ويتأسس هذا النوع من النقاش على فكرة التفاعلية التي تفوق بها الانترنت على وسائل الاعلام التقليدية، فالإنترنت دعم مفهوم ديمقراطية وسائل الاعلام والاتصال ويسر فكرة المشاركة بين الأفراد في مساحة تتيح لهم تبادل الرأي والمعلومات حول القضايا الخلافية، وتقريب وجهات النظر بينهم فساحات النقاش والمنتديات والمجموعات كلها أشكال اتصال تكنولوجية أوجدها الانترنت فدعم من خلالها عملية الاتصال بين الجماعات، وتشمل أجندة الاهتمامات التي يتم الاتصال حولها بكل ما يتعلق بشؤون الحياة اليومية بكافة أشكالها، إذن و بالأخذ بمقاربة **HABERMAS Jürgen** للفضاء العمومي هل يكرس حقيقة موقع **Facebook** ديمقراطية الاتصال؟ وهل يجب علينا أن نتخلى عن خصوصيتنا لنناقش القضايا ضمن المجال العام وعبر هذا الوسيط؟

يؤكد **HABERMAS Jürgen** على الدور الكبير لوسائل الاعلام في المجال العام إذ تقوم وسائل الإعلام "كمجالات عامة" بدور مزدوج، فهي تقوم بإتاحة الفرصة للأفراد للتعبير عن الرأي والحوار، لكنها أيضا تنقل رأي السلطة وتوجهاتها للمواطنين، إن دور وسائل الاعلام التقليدية "التلفزيون، الاذاعة، الصحف، المجلات" في الديمقراطية الحديثة تراجع، وقد أثرت تساؤلات هامة حول قدرتها كمواقع للنقد الإعلامي أو الجدل المنطقي، إن الديمقراطية أصبحت الأيدولوجية السائدة في الحياة الاعلامية الحديثة ومع ذلك فالفجوات بين الأيدولوجية والممارسة ظاهرة لأن دور وسائل الاتصال الجماهيرية في دعم النماذج الديمقراطية لم تلغ وجود المراكز القديمة للمجال العام، لكنها لم تعد أماكن للنقد السياسي أو الجدل المنطقي.

إن تقديمنا هذا يبرز التداخل الكبير بين المجال العام والخاص في الفضاء الإلكتروني فرغم استخدامنا لموقع Facebook بحثًا عن المجال الحر للتواصل والتعبير إلى أننا وبتخلينا عن خصوصيتنا في هذا المجال لعدم تباين الحد الفاصل بين العام والخاص قد نتعرض للآثار السلبية لاستخدام لموقع Facebook.

يرى كثير من علماء النفس في هذا الشأن أن لمواقع التواصل الاجتماعي تأثيرات يمكن تصنيفها بالتأثيرات السلبية على الشباب خصوصا، فتلك المواقع على الرغم من أنها تعزز الاتصال المجتمعي الافتراضي، إلا أن استخدامها يؤدي إلى نوع من أنواع الإدمان الذي يقود إلى العزلة، حيث أنها تكسب مستخدميها نوع من الانطوائية وتعطيهم فرصة للهروب و التعامل مع عالم افتراضي ومع أشخاص غير حقيقيين إن صح التعبير، أو على الأقل لا يدخلوا في نطاق دائرة المعارف والأقارب ولا يستطيعون رأيهم في نطاق مجتمعهم فهم غرباء عنهم و لا يستطيعون أن يتعاملوا معهم بشكل مباشر.

يؤثر التعامل مع مواقع التواصل الاجتماعي أيضا على رؤية المستخدم لنفسه وليس فقط لمجتمعه، حيث تضع تلك المواقع مستخدميها تحت المجهر، و تجعلهم في محاولة دائمة للظهور بصورة مثالية وتقديم أنفسهم للعالم الافتراضي بصورة مغايرة للواقع، عن طريق نشر صورهم و أخبارهم وما يحدث في حياتهم من أحداث هامة وينتظرون الحكم عليها من قبل أصدقائهم على مواقع التواصل الاجتماعي وهو ما يؤدي إلى تزايد القلق والترقب الدائم للحكم الذي يصدره الأصدقاء على ما هو منشور على الصفحة الشخصية للمستخدم قصد الشعور بالأمان والأهمية الوهمية.

كما أن مواقع التواصل الاجتماعي متاحة للجميع، وحيث أن المشتركين يقومون بنشر ما يحدث في حياتهم وما يتعرضون له من مشكلات، يحتاجون إلى أخذ النصح والرأي فيها، وهو ما يفتح الباب لغير المتخصصين من الأصدقاء على تلك المواقع لإبداء الرأي فيصبح الشباب عرضة للأفكار الغير مسؤولة والغير متخصصة والمتطرفة

من أهم سلبيات مواقع التواصل الاجتماعي غياب الخصوصية حيث يستطيع أي إنسان نشر صور أو معلومات تخص شخص آخر دون الرجوع إليه، كما يمكن اختراق الحسابات الشخصية للمستخدمين والتجسس عليهم أو استغلال المنشورات القديمة للأفراد وابتزازهم بها أو التنكيل بهم حيث تحتفظ مواقع التواصل الاجتماعي بالمنشورات القديمة وإن حاول بعض أصحاب تلك المواقع إضافة إعدادات تضيي نوع من الخصوصية على حسابات المستخدمين ومعلوماتهم الشخصية، ولكن تلك التطبيقات لا تمنع نشر محتويات قد تضر بمستخدمين آخرين، كما أن كثيرا من المستخدمين لا يهتمون بتلك الإعدادات.

قدم العديد من المختصين محاولات لمعرفة نوع استخدام الشباب لهذه الشبكات الاجتماعية وارتباط هذا الاستخدام بالخصوصية، ومدى ادراكهم لما ينشرونه عبر هذه المواقع و الآثار المترتبة عن هذه المنشورات، حيث قدم في هذا الشأن كل من الباحثين BERGERON Maxime¹ و THEBERGE Mathieu تصنيفا لأربعة أنواع من مستخدمي Facebook، "المنفتح"، "الاجتماعي"، "المفيد" و "المؤسسي"، هذا التصنيف هو نتيجة لتقاطع مفهومين أساسيين هما نوع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي من جهة والعلاقة بين الفضاء الخاص والعام من جهة أخرى.

يؤكد الباحثون على أنه رغم أن نتائج التأسيس النظري توضح أن هناك خطرا في استخدام وسائل الاتصال الاجتماعي فإن المستخدمين ليسوا على بينة من هذا الأخطار، غير أنه على العكس من ذلك يعتقد البعض أن موقع Facebook وسيلة اتصال مع الأشخاص الذين نعرفهم في الحياة اليومية، كما أن العديد من الشباب يستخدمون Facebook للتواصل² في العالم "الغير افتراضي" مع الأصدقاء³ الحقيقيين، و به حلت قائمة الاتصال عبر Facebook تدريجيا محل دفتر العناوين التقليدي، أين يحافظ

¹ . BERGERON, Maxime, THEBERGE, Mathieu, L'utilisation des médias sociaux chez les jeunes Québécois du secondaire : Quatre types d'utilisateurs de Facebook, Revue Aspects Sociologiques, Vol 20, N° 1, Les impacts sociaux des nouvelles technologies, Mars 2013, Département de sociologie des Sciences humaines Université Laval, Québec, Canada, p, 135-158.

² . ELDER-JUBELIN, Jeremy -C, op.cit. p, 60.

³ . ELDER-JUBELIN, Jeremy - C, op.cit. p, 67.

المستخدمين على معلومات الاتصال للأصدقاء الممكن التفاعل معهم بصفة غير افتراضية¹ في المستقبل وهذا يعني أن مستخدمي Facebook يستعملون هذه المنصة لتنظيم حياتهم خارج الخط.

من الضروري أن تتماشى دراسة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي بالتوازي مع خصوصية الأفراد، حتى يتسنى لنا فهم مدى تشابه أو اختلاف التفاعل بين مستخدمي Facebook وأصدقائهم عبر الخط وخارجه، لذلك يجب علينا أن نركز على نظريات الخصوصية لفهم العلاقات عبر الشبكات الاجتماعية وفي الحياة اليومية التعريف الذي اخترناه في هذا الصدد هو مزيج من التفكير للعديد من المؤلفين MONTÉMONT,⁴ ،MONTMIGNY, Gilbert³ ،PASTINELLI, Madeleine² SIMONET-TENANT, François ،COUDREUSE, Anne⁵ و Véronique فالخصوصية هي الفضاء المجازي، والذي يتضمن الموقع (مثلا منزل)، ولكن أيضا مجالات الحياة مثل مجالات التفكير، على الرغم من أن هذه المساحات والمناطق غير محددة مكانيا، إلا أنها تمتلك كل حدودها، هذه السيطرة على الوصول إلى المعلومات تبقى ضمن هذه الحدود، ليشكل ليس فقط هوية الهياكل الفردية ولكن أيضا تمثل الذات، وتتكون العلاقة الحميمية في جزء من بناء هوية الفرد ولكن أيضا لسيطرة الصورة الذاتية التي قدمت إلى الآخر من خلال مساحات ومناطق وجودها المختلفة، وبالتالي فقدان الخصوصية يعني خسارة التحكم في الصورة التي نقدمها والمعلومات التي نتشاركها، وبالتالي فتقاسم الخصوصية من خلال علاقة معينة تعني الكشف عن المعلومات الشخصية، أو الإذن الممنوح لفرد معين للوصول إلى خصوصيتنا.

1. **BOYD, Danah**, Facebook Privacy Trainwreck : Exposure, Invasion and Social Conversion, Convergence, vol. 14, N° 1, 2008, p. 5.

2. **PASTINELLI, Madeleine**, Le virtuel pour la conquête du réel : Ethnographie des pratiques de sociabilité en ligne, Université Laval (PHD.), 2005.

3. **MONTMIGNY, Gilbert**, L'intimité : essai sur l'intimité avec soi et les autres, Édition Saint-Marin, 1998.

4. **MONTÉMONT, Véronique**, Dans la jungle de l'intime : Enquête lexicographique et lexicométrique, L'Harmattan, N° 4, 2009, p. 15-38.

5. **COUDREUSE, Anne et SIMONET-TENANT, François**, Pour une histoire de l'intime et ses variations, L'Harmattan, N° 4, 2009.

تميز النظريات حول الخصوصية بين المجال العام، أين يمكن للأفراد التعارف والتعبير عن آرائهم، والمجال الخاص المخصص للعلاقات الوثيقة¹ غير أن التكنولوجيات الحديثة للإعلام والاتصال شكلت ظاهرة جديدة أين يعمم الفضاء الخاص ويخصص الفضاء العام²، هذا التحول في العلاقة بين المجالين هو صميم دراستنا، فهل تنسجم التفاعلات بين الشباب عبر الفيسبوك في الجزائر مع هذا التوجه؟ وهل هناك اندماج بين المجالين الخاص والعام لدى الشباب، أم أننا ما زلنا نستطيع التمييز بين الحياة على الخط وخارجه؟ وهل الشباب الجزائري على بيئة من الأخطار الكامنة عبر مواقع التواصل الاجتماعي؟ فيحجمون عن عرض الكثير من المعلومات الشخصية على حساباتهم، هل هم على اطلاع بإعدادات الخصوصية عبر الفيسبوك؟ أم أن نمو هؤلاء الشباب مع التكنولوجيات الجديدة، كون لديهم المزيد من المعارف عن وسائل التواصل الاجتماعي وبالتالي لديهم مفهوم خاص بهم للخصوصية؟

بالرجوع للبعد الأول وهو نوع استخدام Facebook والذي يشير إلى الدافع للاتصال عبر الموقع والممارسات التي تحدث عبره، فمن جهة، يستخدم بعض الشباب الموقع لإنشاء وتدعيم أو توسيع علاقاتهم الاجتماعية، فيمثل Facebook لهم غاية في حد ذاته وليس وسيلة اتصال، ومنه يمكن القول إن استخدامهم لهذه الوسائط هو استخدام علائقي، حيث هناك بالمقابل بعض الشباب لا يستخدمون الشبكة الاجتماعية لإنشاء أو توسيع علاقاتهم الاجتماعية، وإنما لتبادل المعلومات.

بينما لا يعتبر بعض الشباب Facebook سوى وسيلة للوصول إلى بعض الأشخاص مثله مثل البريد الإلكتروني أو الهاتف على سبيل المثال، ومنه يمكن اعتبار هذا النوع من الاستخدام بالعملي.

1. QUÉRÉ, Louis, Médiatisation de l'espace privé, sociologie du travail, N° 2, 1997, p.177-179.

2. LIVINSTONE, Sonia et LUNT, Pierre, Se faire entendre dans l'espace public : Les femmes la télévision et le citoyen spectateur, Réseaux, N° 63, 1994, p, 64-65.

البعد الثاني من التصنيف مرتبط بالعلاقة مع الخصوصية، ونعود هنا للتداخل المطروح بين المجال الخاص والمجال العام، ففي الواقع، من الممكن بالنسبة لبعض المستخدمين مناقشة أي موضوع مع أي شخص دون أي انزعاج حقيقي، وعليه يمكن اعتبار ذلك شكلا من اشكال التداخل بين المجال الخاص والمجال العام، بينما في المقابل يفضل بعض المستخدمين مناقشة بعض المواضيع فقط مع أي شخص آخر، في حين يفضلون مناقشة مواضيع أخرى يعتبرونها أكثر حميمية مع أشخاص معينين، وعليه يمكن القول أن هؤلاء المستخدمين ينتهجون مبدأ "الفصل" بين المجال الخاص والمجال العام، هذا التقاطع بين بعدي نوع الاستخدام والعلاقة مع الخصوصية يعطي التصنيف التالي:

العلاقة بين المجال الخاص والمجال العام		نوع الاستخدام
الفصل	التداخل	
الاجتماعي	المنفتح	علائقي
المفيد	المؤسسي	عملي

الجدول رقم 1: يوضح التقاطع بين بعدي نوع الاستخدام والعلاقة مع الخصوصية¹.

بالعودة إلى النوع الأول من المستخدمين وهو النوع المنفتح الذي يعد نتاج تهجين بين الاستخدام العلائقي لموقع Facebook والتداخل بين المجالين الخاص والعام، يمتلك هذا المستخدم ملفا شخصيا متاحا لجميع الأعضاء وليس حكرا على قائمة جهات الاتصال الخاصة به فقط، وهكذا، يمكن لجميع المستخدمين الوصول إلى المنشورات والمعلومات الشخصية التي يجعلها المستخدم المنفتح متاحة على الشبكة، كما تضم قائمة أصدقائه عددا كبيرا من المستخدمين، حيث لا تضم فقط أصدقاء هذا العضو، بل كل معارفه في حياته اليومية، فهو يحاول دائما زيادة عدد التفاعلات وحجم الأصدقاء في قائمة جهات الاتصال الخاصة به، لذلك يتشارك الكثير من المعلومات الشخصية مثل الاسم الحقيقي، ومكان الإقامة وعنوان البريد الإلكتروني والمدرسة التي ارتادها، بالإضافة إلى صورته الشخصية

1. BERGERON, Maxime, THEBERGE, Mathieu, op.cit. p, 143.

التي على ما يبدو، بهذه الطريقة، يتم التعرف عليه بسهولة من قبل جميع معارفه في الحياة اليومية، ويمثل Facebook جزءا حيويا من الحياة الاجتماعية للمستخدم المنفتح، حيث يبقى غير قادر عن الاستغناء عنه ولو لبضعة أيام، من هذا المنطلق يمكن القول إن لديه استخداما علائقيا لهذا الموقع.

أما فيما يخص مستوى الخصوصية، فيتميز استخدام الشخص المنفتح بالتداخل بين المجالين الخاص والعام، حيث يناقش أي موضوع مع أي شخص، وعليه نستطيع القول أن هناك تداخلا للمجالين الخاص والعام لهذا المستخدم، حيث يندمج المجالين تماما، ولهذا يعتبر هذا النوع من المستخدمين أكثر عرضة لمخاطر نشر حياته الخاصة، وغيرها من المخاطر المرتبطة باستخدام Facebook حيث يجعل بياناته الشخصية مفتوحة أمام أي مستخدم آخر، مع إتاحة العديد من المعلومات الشخصية.

يتميز النوع الثاني من مستخدمي Facebook والمسمى بالاجتماعي بالاستخدام العلائقي لهذا الموقع الاجتماعي مثل المنفتح، غير أن لديه حدودا فاصلة بين المجالين الخاص والعام، تتشكل علاقاته الاجتماعية في دائرتين منفصلتين: هناك علاقات خارج الخط وعلاقات عبر الخط، هذه الأخيرة تولدت مع مشتركين آخرين لا يعرفهم في الحياة اليومية بل تم التعرف عليهم عبر الخط عن طريق المصالح المشتركة مثل الألعاب عبر الإنترنت أو المنتديات التي يتشاركون فيها، يساعد موقع Facebook هنا على إبقاء الاتصال مع هؤلاء الأصدقاء الافتراضيين، بياناته الشخصية مفتوحة للجميع، وتتضمن الكثير من المعلومات الشخصية، مما يسمح له بالتعرف على مستخدمين يتقاسمون نفس الاهتمامات.

يتميز مستوى الحميمية لدى المستخدم الاجتماعي بالفصل بين المجال الخاص والمجال العام، حيث يناقش هذا المستخدم مجموعة من المواضيع مع أي شخص كان، بينما يفضل مناقشة المواضيع الأكثر حميمية مع أشخاص محددين، يفضل المستخدم الاجتماعي التحدث عن المسائل الأكثر حميمية مع الغرباء عبر الإنترنت، بينما يخوض في المواضيع العادية مع الأشخاص الذين يعرفهم فعليا في الحياة اليومية، ويبقى الدافع

وراء ذلك بالنسبة للمستخدم الاجتماعي هو اعتبار هؤلاء الغرباء محايدين، فالأشخاص عبر الانترنت لا يتوانون عن التعبير عن مكنوناتهم حتى ولو أدى ذلك إلى الاستياء، الشيء الذي لا يتجرأ عليه صديق في الحياة الفعلية، وهو الطرح الذي ينافي أن المستخدمين يتحدثون عن المواضيع الأكثر حميمية مع الأشخاص الذين يعرفونهم في الحياة الفعلية.

وعليه يمتلك هذا النوع حياتين اجتماعيتين منفصلتين، متفاعل بشكل سطحي مع معارفه خارج الخط، بينما يكون منفتح أكثر مع المستخدمين عبر الخط، هذا هو بلا شك أكثر الأنواع عرضة للمخاطر، لأنه يكون عرضة لسرقة معلوماته الشخصية أو هويته، كما يمكن أن يكون ضحية لقرصنة الانترنت حيث أنه منفتح أكثر مع أفراد لا يعرفهم فعليا في حياته اليومية.

يعد النوع المؤسسي تقاطع بين الاستخدام العملي والتداخل بين المجالين الخاص والعام، وتضم قائمة أصدقاء هذا النوع نفس المستخدمين عبر الخط وخارجه، لا يتواصل المستخدم المؤسسي عبر Facebook وعندما يفعل ذلك يكون لغرض عملي، ويبقى هذا النوع من الاستخدام قليلا في أوساط الشباب، ولا أحد من الاصدقاء لديه حق الوصول إلى الملف الشخصي لصاحب الحساب، وبالتالي فمن الواضح أن الشبكة الاجتماعية تمثل وسيلة للاتصال بين الوسائل الأخرى وليس غاية في حد ذاتها بالنسبة للمستخدم المؤسسي فموقع Facebook ليس منصة علنوية، ولكن مجرد وسيلة ملائمة للاتصال.

النوع الرابع والأخير من مستخدمي Facebook هو المستخدم المفيد الذي يتميز بالاستخدام العملي للموقع، عبر التمييز بين المجال الخاص والمجال العام فهو يعرف كل أفراد قائمة اتصالاته عبر Facebook في حياته اليومية، لكن لا يتفاعل معهم إلا من خلال الشبكة بسبب القيود الجغرافية والزمانية، أين يصبح Facebook بالنسبة له الوسيلة الأسهل والأقل تكلفة للبقاء على اتصال، هذا العضو لا يتبادل الكثير من المعلومات عبر صفحته على Facebook لأنه لا يحاول توسيع دائرة الأصدقاء مما يضمن محدودية المخاطر المرتبطة باستخدامه.

فيما يخص التفاعل بين المجالين الخاص والعام، يفضل المستخدم المفيد مناقشة المواضيع الحميمية مع جهات الاتصال التي يضمن مقابلتها وجها لوجه، في حين تتسم تفاعلاته مع الأشخاص من خارج الحيز الاجتماعي بالسطحية، فئة أخرى يمكن حصرها هنا أيضا وهي فئة الغير مستخدم، وتشمل أولئك الذين لم يكن لديهم حساب على الموقع، أو توقفوا عن استخدامه طوعا، وهي تعبر عن الفئة المترددة في استخدام Facebook.

واصلت وسائل الإعلام التقليدية من جهتها، تحذير مستخدمي موقع Facebook ضد المخاطر المتعلقة باستخدام الموقع، سرقة الهوية، المراقبة التسويقية، والآثار النفسية والاجتماعية...، والتي يرجعها الكثيرون إلى عرض الحياة الخاصة عبر موقع Facebook الذي يعمل على إلغاء الحدود الفاصلة بين المجالين الخاص والعام دون أدنى قلق لدى المستخدمين، وعليه، وضمن كل هذا التداخل سوف نبحث في الآثار الناجمة عن استخدام موقع Facebook في الجزائر من خلال صياغة الإشكالية كالاتي:

ما هي آثار استخدام موقع التواصل الاجتماعي Facebook على الشباب في الجزائر، في ظل التداخل بين المجالين الخاص والعام في الفضاء الافتراضي؟

انطلاقا من السؤال الرئيسي للإشكالية ارتأينا تقسيم اتجاه بحثنا إلى مجموعة من الأسئلة نوردتها كالاتي:

1. هل يمثل موقع Facebook بديلا اتصاليا عن الوسائل الأخرى بالنسبة للشباب؟
2. هل يميز الشباب بين المجالين الخاص والعام في استخدامهم لموقع Facebook؟
3. هل يؤدي استعراض الشباب لذواتهم عبر Facebook إلى فقدان الخصوصية؟
4. هل يترتب عن عدم احترام الخصوصية لدى الشباب آثار نفسية واجتماعية؟
5. هل هناك فروقات ذات دلالة إحصائية لآثار موقع Facebook حسب متغير المنطقة السكنية؟

وسوف نحاول البحث في هذه الإشكالية وتساؤلاتها الفرعية من خلال عينة من المستخدمين الشباب لموقع Facebook بولاية البليدة في الدراسة الميدانية لبحثنا خلال الفترة الممتدة بين سنتي 2015 و2016.

1- أهداف الدراسة:

إن لكل بحث علمي أهداف محددة يحاول الباحث من خلالها وضع الخطوط العريضة لبحثه، ومنه حرصنا على تحديد أهداف بحثنا فيما يلي:

- رصد التغيرات التي طرأت على المجتمع الجزائري بعد انتشار قنوات الاتصال الإلكتروني خصوصا لدى فئة الشباب.
- رصد أشكال الاتصال الافتراضي، وتأثيرها على التنشئة الاجتماعية لدى فئة الشباب في الجزائر.
- البحث في مدى عرض الذات لدى المستخدمين الشباب، (صور السلفي، البيانات الشخصية، المشاركات، الفيديو...) وتأثير ذلك على خصوصيتهم.
- مستوى التداخل بين المجالين الخاص والعام، في استخدام الشباب لموقع Facebook.
- معرفة مدى إدراك الشباب للمجالات الخاصة والعامة في اتصالهم عبر الفضاء الافتراضي.
- الآثار النفسية والاجتماعية المترتبة عن اختراق الخصوصية في الفضاء الافتراضي.
- العلاقة بين الخصوصية والأصدقاء الافتراضيين.
- مقارنة احترام مبدأ الخصوصية في التواصل الافتراضي لدى شباب المناطق الحضرية، الشبه حضرية والريفية.
- مدى حماية المستخدمين لبياناتهم الشخصية عبر موقع Facebook.
- مدى إدراك المستخدمين الشباب لأشكال الرصد والمراقبة البيئية والمؤسسية الممارسة عبر موقع Facebook.
- مدى إدراك الشباب الجزائري لحقيقة اندماجهم في النموذج الاقتصادي لمواقع الانترنت وتجارة البيانات.

2-تحديد المفاهيم:

المفاهيم العلمية هي "معاني حددها الباحث للمصطلحات العلمية التي يستخدمها في كتابة بحثه"¹، و هناك شبه إجماع على أنها "رموز تعكس مضمون فكر أو سلوك أو موقف لأفراد مجتمع البحث بواسطة لغتهم، أو أنها تجريد لأحداث واقعية، بعبارة أخرى هي بمثابة وصف مختصر لوقائع كثيرة"².

أو كما يعرفها معن خليل عمر بأنها: "الصورة الذهنية الإدراكية المتشكلة بواسطة الملاحظة المباشرة لأكثر من مؤشر واحد من واقع ميدان البحث"³، و كل هذه التعريفات تؤكد على علاقة المفهوم مع الواقع.

كما يذهب صالح إسماعيل إلى أن "المفهوم لا يعني فقط مجموعة الصفات والخصائص التي تحدد الموضوعات التي ينطبق عليها اللفظ تحديداً، يكفي لتميزها عن الموضوعات الأخرى كما يبدو من الناحية المنطقية، و إنما يتعدى ذلك ليشمل المعاني و المشاعر التي يستدعيها اللفظ في أذهان الناس، و لهذه النظرة الواسعة ميزة في رأينا و هي أنها تفسح المجال للقول بأن الغالبية العظمى من المفاهيم لا تقبل تعريفاً جامعاً مانعاً بلغة المنطق، و إنما تتسم بمرونة مطلقة لا تحدها حدود و لا تقيدتها قيود فتتسع دلالتها أحياناً و تضيق أحياناً أخرى و المفهوم في هذه الحالة يشبه البحر الواسع الذي يجوز لكل جيل أن ينهل منه و يبحر فيه بقدر ما تسعفه طاقته"⁴.

أما المفاهيم الإجرائية فهي " تلك التي تكون في الغالب مستقاة من واقع البحث ذاته أي أنها تتصف بخصوصية اجتماعية متميزة تجعلها تختلف عن مثيلتها في مجتمعات أخرى"⁵، إن مثل هذه المفاهيم تحتاج إلى مصادر تجريبية يمكن ملاحظتها بشكل مباشر و وصف الوحدات المكونة لها، فهي أشبه بالمقاييس التي يستخدمها الباحث

1. أحمد عبد الله اللحج ومصطفى محمود أبوبكر: البحث العلمي: تعريفه، خطواته، مناهجه، المفاهيم الإحصائية، الدار الجامعية للنشر والتوزيع، الإسكندرية، 2002، ص، 88.

2. فضيل دليو وعلي غربي: أسس المنهجية في العلوم الاجتماعية، منشورات جامعة منتوري، قسنطينة، 1999، ص، 92.

3. معن خليل عمر: مناهج البحث في علم الاجتماع، دار الشروق للنشر، عمان، 1997، ص، 56.

4. فضيل دليو وعلي غربي، نفس المرجع، ص، 92-93.

5. نفس المرجع، ص، 98.

في قياس ظواهر دراسته لأنها تتطلب تحديدا وصفيا وحقيقيا لها مستخلصا من واقعها التجريبي و في هذه الحالة نستطيع أن نجد مفاهيم اجتماعية واحدة، لكنها مختلفة في تحديداتها لاختلاف طبيعة مجتمع الدراسة و نوعه، و بهذا " فهو يصل الفجوة بين المستوى النظري و الفكري والمستوى العلمي أو الواقعي، الذي تتم ملاحظته، و مفهوم الإجراءات التي تتضمن سلسلة من التعليمات التي تشرح العمليات التي يجب أن يقوم بها الباحث ليظهر وجود أو درجة وجود حدث معين معبر عنه بإحدى المفاهيم"¹.

و عليه، يعتبر تحديد المفاهيم العلمية والمصطلحات مسألة مهمة للباحث ولهذا قمنا بتحديد المفاهيم التالية والتي نراها أساسية لبحثنا:

1.2. المجتمع الافتراضي:

يتخذ المجتمع الافتراضي سمات متميزة تجعله فضاء مثاليا للتواصل، وبخاصة بالنسبة إلى الأجيال الشابة التي أضحت الثقافة الرقمية المرتكزة على الصورة تشغل حيزا مهما من حياتها بكل ما تحمله من رموز ودلالات، قواعد التواصل والتبادل، علاقات اجتماعية وجماعات افتراضية والتي أوجدت نظما جديدة لإثبات الذات بعد أن أصبح جزءا من الحياة الاجتماعية للفرد حياة رقمية بامتياز، ما انعكس على ثقافة الشباب، وبخاصة كونهم الشريحة الأكثر تأثرا بفاعلياتها، والتي أضحت أكثر ارتباطا به ما أثر في تصوراتها واتجاهاتها في الواقع.

إن المجتمع الافتراضي، بحسب *RHEINGOLD Howard*، باعتباره أول من استخدم المفهوم في كتابه *Virtual Community* هو: "تجمعات اجتماعية، تنشأ من الشبكة حين يستمر أناس بعدد كاف في مناقشتهم علنيا لوقت كاف من الزمن بمشاعر إنسانية كافية لتشكيل شبكات من العلاقات الشخصية لمجموعة من الأفراد"²، أما الباحث الاجتماعي نديم منصور، فيعرفه بأنه "الفضاء السيبراني الذين يتشاركه مجموعة أفراد

1. أحمد بدر، أصول البحث العلمي ومناهجه، وكالة المطبوعات، الكويت، 1984، ص، 28.

2. *RHEINGOLD, Howard, The Virtual Community. Homesteading on the Electronic Frontier Revised Edition, Cambridge, Mass: MIT University Press, 2000.*

عبر شبكة الانترنت لفترة زمنية لتحقيق غاية أو هدف أو هواية، من خلال علاقة اجتماعية افتراضية تحدها منظومة تكنو – إجتماعية"¹.

على العموم، يمكننا تعريف المجتمع الافتراضي باعتباره تجمعات اجتماعية افتراضية يتواصل عبرها الفاعلون في سياق مفتوح لفترة زمنية وغاية محددة من أجل إشباع اهتمامات معينة تفترض بناء علاقات اجتماعية افتراضية يحددها التمازج بين العالمين الافتراضي والواقعي، والمنظومة القيمية التي تؤطرهما وتوجه سياق التفاعل بينهما، ذلك أن التفاعل في ضوء المجتمع الافتراضي يتخذ وجهات متباينة، بحسب طبيعة القيم المشتركة التي يتقاسمها أطراف التواصل، والتي تحدد درجة الارتباط بينهم، استمرارية علاقاتهم ونمو الشبكات التنظيمية العلائقية المترتبة عنها والتي تسمح بنمو المجتمع الافتراضي.

إن المجتمع الافتراضي يبدأ بتحديد المجتمع: الفئة العمرية، النوع، الطبقة... الخ وتوضيح أهدافه ومخططاته: أهداف ثقافية، اجتماعية، سياسية...، يستمر في مراحل متعاقبة يزداد من خلال مشاركة الأعضاء وحضورهم الاتصالي "زيادة الأعداد وحجم المشاركين، ويتم ذلك من خلال العديد من الأنشطة، عرض صور، وضع تعليقات، رسوم، تفاعلات، للوصول إلى التمثيل التنظيمي"².

2.2. عرض الذات:

يبدو أن مظهرات الهوية الرقمية في الفضاء الافتراضي تعد انعكاسا مباشرا لتمثلات جزء بسيط من الذات الفاعلة في الواقع، سواء من حيث طبيعة قيمها أو تصوراتها التي تؤسس وجودها الاجتماعي والرقمي على حد سواء، بحكم أن جزءا مهما من تمثلاتها في المجتمع الشبكي قد تكون مزيفة وتعبّر عن مثل وتطلعات لا تمت بصلة إلى الواقع لكنها في الوقت ذاته، قد تعكس بعض المضامين التي تبحث لها عن وجود في الواقع، لهذا

1. نديم منصور، سوسيولوجيا الانترنت، منتدى المعارف، بيروت، 2014، ص، 21.
2. نديم منصور، نفس المرجع، ص، 21.

قد تبرر ممارساتها المقنعة أو المزيفة في الفضاء الافتراضي محاولاتها للتخلص من القيود الاجتماعية في الواقع الفعلي، مع ضرورة الأخذ بعين الاعتبار اختلاف تلك التمثيلات والدلالات باختلاف مواصفات الفئات الاجتماعية، وطبيعة المجموعات الافتراضية التي تشترك فيها، والغايات التي تسعى إليها، وعليه، فإن ممارسات عرض الذات في الفضاء الافتراضي، يمثل رهانا اجتماعيا حقيقيا بالنسبة إلى المستخدمين من حيث درجة تمثيلهم للقيم الاجتماعية، وكيفية تفاعلهم معها، وكيفية تقبل الآخرين لهم.

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 شرطا أن يكونوا كما هم في واقع الأمر، لكن هذا لا ينفي أن كثيرا منهم يحاول أن يكون صادقا في كل ذلك، ولكن الأمر المشترك في معظم المتمثلين افتراضيا، هو تمثيلهم بما يريدون من الآخرين أن يروهم به.

توصلت الباحثة الفرنسية GEORGES Fanny في دراسة اجتماعية أنجزتها حول الموضوع، لبحث خصائص الهوية الافتراضية في ضوء الشبكات الاجتماعية من خلال عرض الهوية الافتراضية على شبكات التواصل الاجتماعي Facebook و My Space، إلى أن عملية عرض الذات ليست إلا جزءا من الهوية الرقمية التي تعرض في المجتمع الافتراضي، حيث تنسج هذه الأخيرة من خلال عملية الجمع بين مجموع الرموز التي اكتسبها الفاعل ومجموع الرموز التي يتوفر منها الجهاز والتي تكون انعكاسا مباشرا للمؤثرات الثقافية التي هي عرضة لها، ويتجلى ذلك من خلال استخدام مجموع العناصر الرمزية القابلة للملاحظة على الشاشة والحاملة لمعاني معينة سواء كانت كلمات، صوراً أو مقاطع فيديو ذات أبعاد دلالية تساهم في التعبير عنها¹.

أصبح من الضروري إذن دراسة الهويات النمطية المتداولة في الفضاء الافتراضي، وبخاصة ذات التأثير الواسع، من حيث تركيبيتها والمؤثرات الثقافية التي هي

1. GEORGES, Fanny, L'identité numérique sous emprise culturelle. De l'expression de soi à sa standardisation, *Les cahiers du numérique*, 2011, p, 31-48.

عرضة لها لفهم مجراها وإدراك حقيقة قوة حضور الآخر في تمظهر الذات، فسياق التداول الافتراضي يجعل أطراف التواصل محل عملية تنشئة إلكترونية مستمرة بحكم أنها تتفاعل وتتواصل في فضاء ثقافي مفتوح يتجاوز الطابع المؤسسي التقليدي الواضح الحدود والمعالم، وعليه تؤكد دراسة الباحثة GEORGES Fanny أن الهوية النشطة l'Identité Agissante هي العنصر الأساس في تركيبية الهوية الافتراضية باعتبارها تفترض من المستخدم تغذية بنية هويته الرقمية باستمرار من خلال إبراز حضوره الافتراضي عبر تحديث ردوده على صفحته، ومشاركاته في المجموعات الافتراضية التي ينتسب إليها، وتاليا فاستعراض الذات وإبراز ردودها الفورية يعني استمرارية حضورها الافتراضي وهو مطلب مركزي في المجتمع الشبكي.

على ضوء ما سبق، يبدو أن تصنيف الباحثين لنماذج الهوية الافتراضية في المجتمع الشبكي، وعبر الشبكات الاجتماعية تحديداً، تفترض الأخذ بعين الاعتبار البيانات الشخصية التي يصرح بها للمستخدم على الصفحة من الاسم، السن، ... الخ، الآثار التي يخلفها على الصفحة والتي تعكس اهتماماته وانتماءاته المهنية، العلمية... الخ، علاقاته وأنشطته المعتادة وكذا منشوراته على الصفحة والتي تعكس مواقفه وحدود هويته الافتراضية، وما يميزها عن الآخرين، وعلى العموم، فإن استعراض الهوية الرقمية يتأثر بعدة عوامل، نلخصها في ما يلي¹:

- ✓ درجة اندماج المستخدم في المجموعات الافتراضية ذات الاهتمام المشترك، ومشاركته فيها.
- ✓ وتيرة استخدامه للصفحة، ومعدل تردده اليومي عليها، على اعتبار أنه كلما زاد حضور المستخدم، زادت حاجته إلى عرض الذات، وتبادل المعلومات مع المجموعات ذات الاهتمام المشترك.
- ✓ ارتباط هويته الافتراضية المتداولة على المجتمع الشبكي بهويته الحقيقية في الواقع.

1 . كلثوم بيبيمون، السياقات الثقافية الموجهة للهوية الرقمية في ضوء تحديات المجتمع الشبكي، من التداول الافتراضي إلى الممارسة الواقعية، مجلة إضافات، العددان 33 و34، مركز الوحدة العربية، بيروت، 2016، ص، 74.

✓ طبيعة استجابته على الصفحة، سواء كفاعل أو متفاعل أو منفعل أو مجرد ناقل للمعلومة أو مترقب لها، ذلك أن طبيعة تفاعله في الصفحة ومواقفه، تحدد وجوده في المجموعات الافتراضية.

يذكر عبد الغني عماد في هذا الصدد، أنه من أخلاقيات الإنترنت، أنه لا يكفي المستخدم أن يكون مجرد مستهلك للمواد المنشورة على الشبكة أيا كان موضوعها، ولكن عليه أن يكون أيضا منتجا لها من خلال المشاركة والتعليق على ما يقرأه، فهو مجتمع تفاعلي بكل المقاييس، لهذا، بدأت تتبلور تخصصات اجتماعية جديدة، تهتم بدراسة أنماط تفاعل المستخدمين وأنماط شخصياتهم واهتماماتهم ودورها في تشكيل ثقافة المجتمع وتنميتها¹.

فالهوية الرقمية إذن هي مجموع الصفات والدلالات والرموز التي يوظفها الإنسان للتعريف بنفسه في الفضاء الافتراضي، فيتفاعل ويتواصل على أساسها مع الآخرين، بحيث قد لا يتوافق مضمونها مع هويته الحقيقية في الواقع الاجتماعي².

تشرف الذات الافتراضية بصفة إرادية على تنشئة نفسها من خلال التنقل عبر الفضاءات الرقمية التي تكون مجالا لعرض و استدخال وتبادل قيم ومعان ودلالات متنوعة، نتاج أنساق ثقافية متباينة، الأمر الذي يجعل الهوية الافتراضية عرضة لرهانات زمانية مكانية وعمليات تفاوض آنية، قد تدعم مدلولاتها الأصلية، أو تقوضها، أو أن تعطىها دلالات مغايرة بحسب قدرة الذات على دعم الأطر والعناصر الأساسية المشكلة لهويته المحلية، وقدرته على الانفلات من آليات الهيمنة التي يكون عرضة لها في الفضاء الافتراضي، وبخاصة إذا اتخذت عملية التفاعل الطابع الانفعالي الفوري الذي قد يغيب فيه العقل التأملي النقدي لصالح العقل الفوري.

3.2. الخصوصية:

1 . عبد الغني عماد، سوسيولوجيا الثقافة، المفاهيم والإشكاليات من الحداثة إلى العولمة، مركز دراسات الوحدة العربية بيروت، 2006، ص، 78.

2 . كلثوم ببيمون، مرجع سابق، ص، 77.

يعد الحق في حرمة الحياة الخاصة من أهم حقوق الإنسان، باعتباره جوهر الحقوق والحريات الشخصية التي تشكل الإطار الذي يستطيع الإنسان في داخله أن يمارس حقه في حرمة حياته الخاصة، فلا بد من توافر هذه الحقوق والحريات الشخصية بصفة عامة حتى يمكن للإنسان بعد ذلك أن يتمتع بخصوصيته وأن يطالب بحماية حقه فيها¹، ورغم ذلك لم يرد تعريف لذلك الحق في التشريعات العربية أو حتى الأوروبية مما يعكس صعوبة بيان ماهية حرمة الحياة الخاصة.

ترجع صعوبة بيان ماهية ذلك الحق إلى أن التشريعات التي نصت على حمايته لم تضع تعريفا له، ولم يتفق الفقه على تحديد مدلوله، مما زاد صعوبة ذلك²، وقد تتداخل مسألة الحق في حرمة الحياة الخاصة في أمور أخرى تتشابه معها، مما يعني أنها مرآة تعكس نواحي كثيرة لحياة الإنسان.

رغم عدم وضع تعريف جامع مانع لحرمة الحياة الخاصة من الناحية القانونية وعدم اتفاق الفقه والقضاء والتشريع على مدلول الخصوصية بحيث يبدو الأمر بعيد المنال وربما تعود هذه الصعوبة إلى مدى التوسع الذي تتمتع به حرمة الحياة الخاصة وأنها تتسع وتضيق حسب الظروف والأحوال ومستوى الشعوب والأفراد، فإننا نحاول تبيان ماهية الحق في الخصوصية، وصور حمايته القانونية.

إن التقديم للحق في الخصوصية، وتحديد هويته بين الحقوق والحريات العامة، يقتضي الإفصاح عن ماهيته، والوقوف على طبيعته أولا، وإذا ما أفصحنا عن ماهيته وطبيعته، فإن الطريق عندئذ يكون ممهدا بالتعرف على المكانة التي كفلتها له المواثيق الدستورية والقوانين الوضعية.

أثار موضوع حماية حرمة الحياة الخاصة للإنسان كثيرا من الجدل في الفقه المقارن، واهتم الفقهاء بتناول هذا الحق في كتاباتهم رغم اختلافهم في تعريفه، فقد حرصوا

1 . عوض محمد يحيى الدين، الحماية الجنائية لحق الإنسان في حرمة حياته الخاصة، القاهرة، دار النهضة العربية، 1983، ص3.

2 . PATENAUDE, Pierre : La zone réductible d'intimité, 10^{eme} congre international de droit comparé Budapest, 1978, p. 183.

على الحديث عنه مما يعكس المكانة البارزة لهذا الحق و اهتمام الدساتير في معظم دول العالم بالنص عليه، و حمايته من الاعتداءات المختلفة¹.

إلا أنه لكي نحدد حق الإنسان في حرمة حياته الخاصة نواجه مشكلة تعريف هذا الحق، وهذه المسألة من المسائل الدقيقة التي اختلف الفقه والقضاء المقارن بصددها حتى أن الاتجاه العام الآن ينتهي إلى أن وضع تعريفا محدد لها ليس بذي أهمية، ويفضل أن يترك أمر هذا التحديد للقضاء يقضي به تبعاً للظروف والعادات و التقاليد التي توجد في كل مجتمع، و ما قد يلحق بها من تطور و تغيير²، ذلك أن الحق في حرمة الحياة الخاصة حق نسبي، و ما يدخل في نطاقه أمور تختلف باختلاف الزمان و المكان و الشعوب و المجال القانوني.

لا يزال تعريف الحق في الخصوصية من أدق الأمور التي تثير الجدل كما سبق ذكره ويرجع ذلك إلى أن حرمة الحياة الخاصة فكرة مرنة ليس لها حدود ثابتة، فهي لا تختلف باختلاف الأقطار فحسب بل باختلاف الأفراد أنفسهم بحسب أعمارهم وشخصياتهم وما يستدلونه من حرمة على خصوصياتهم، ومع ذلك تجدر الإشارة إلى أن الصعوبات التي تحول دون وضع تعريف محدد للحق في الخصوصية، لا تمنع من أن نلمس بعض الأسس التي يمكن الاستدلال بها في تحديد المقصود من هذا الحق من جهة وإيجاد طريقاً فاصلاً بين فكرة حرمة الحياة الخاصة والأمور المتشابهة معها من جهة أخرى للوصول إلى تحديد هذا الحق، وهو الإطار الموضوعي والنسبي لحرمة الحياة الخاصة.

رغم ما أكدته وما توصلت إليه لجنة الخبراء في المجلس الأوروبي بصددها بحثها لمسألة حقوق الإنسان، حيث انتهت إلى أنه لا يوجد مفهوم عام متفق عليه لحرمة الحياة الخاصة سواء في التشريعات أو على مستوى القضاء، أو من ناحية الفقه، وعليه سوف نحاول تحديد مفهوم فكرة الخصوصية في القانون الوضعي، فنوضح المفهوم اللغوي للخصوصية في اللغة العربية، الفرنسية والإنجليزية.

1 . مكايي حسن عماد، أخلاقيات العمل الإعلامي، الدار المصرية اللبنانية، الطبعة الأولى، 1994، ص، 267.
2 : يوسف أحمد علي السيد علي، الحماية الجنائية لحرمة الحياة الخاصة، القاهرة، دار النهضة المصرية، 1983، ص، 4.

مفهوم الخصوصية في اللغة العربية:

الخصوصية في اللغة العربية من الفعل "خص" فيقال خصه بالشئ يخصه خصوصا، وخصوصية، وتأخذ معنى الانفراد بالشئ دون غيره¹، ويتفرع منها الخاصة وهي خلاف العامة، والخصوصية خلاف العموم ويقصد بالخاصة ما تخصه لنفسك وخاصة الشئ هي ما يختص به دون غيره.

يتبين من ذلك أن الخصوصية لغة هي ما ينفرد به الإنسان لنفسه دون غيره من الأمور، والأشياء، وتكون بذلك حرمة الحياة الخاصة ما يختصه الإنسان لنفسه بعيدا عن تدخل الغير².

مفهوم الخصوصية في اللغة الفرنسية:

يسمى الحق في حرمة الحياة الخاصة "Droit à la vie privée" ويطلق عليه أيضا الحق في السرية "Droit au secret" و الحق في الألفة "Droit à l'intimité"³ و الحق في حرمة الحياة الخاصة "Droit à l'inviolabilité de la vie privée"⁴ و حق الفرد في المحافظة عن فرديته "Droit de l'individu à protéger sa personne" و تعني أيضا حائط الحياة الخاصة "Mur de la vie privée".

مفهوم الخصوصية في اللغة الإنجليزية:

يذكر تعبير الخصوصية "Privacy" ويرادفها في القاموس كلمة "Singularity" والحق في حرمة الحياة الخاصة وتعني "the Quality of being apart from others" أي حالة كونه بعيدا عن الآخرين وهناك معنى مشتق منه وهو العزلة "Seclusion" وتعني "The state of being alone" أي حالة أن تكون وحيدا.

1. المعجم الوجيز، مجمع اللغة العربية، الهيئة العامة لشؤون المطابع الميرية، 1992، ص، 198.

2. حمزة عبد الرحمان جمال الدين، الحق في الخصوصية في مواجهة حق الإعلام، القاهرة، دار النهضة العربية، 2005، ص، 24.

3. HAKKI, Mamdouh, Dictionnaire juridique, librairie du Liban, 1991, p, 157.

4. CHALLAH, YOUSSEF, Dictionnaire des thèmes juridiques et commerciaux, librairie du Liban, p, 166.

أما الإطار النسبي للحق في حرمة الحياة الخاصة، فهو الفكرة التي تتسم بالاختلاف بين الأفراد بحسب ما إذا كان الشخص عاديا أم عاما، وفقا لطبيعة الوسط الذي يعيش فيه نظرا لكونه ذو طابع نسبي لارتكازه إلى فكرة نسبية تتغير بتغيير الزمان والمكان من حيث عادات البشر وأخلاقياتهم، وتطورات الحياة والعوامل البيئية من ثقافية واجتماعية وسياسية واقتصادية .

فضلا عما سبق وبعد تلك الطفرة التكنولوجية الهائلة التي شهدتها المجتمعات الحديثة، وظهور وانتشار الوسائل التكنولوجية الحديثة والمتعلقة بالتسجيل والتصوير والنشر لكل أنواع الصور والأحاديث، أصبحت تعرية حياة الإنسان والكشف عن خصوصياته وانتهاك حرمة حياته الخاصة تتسم بالسهولة، فمضمون حرمة الحياة الخاصة يتنوع تبعا للتقاليد والأعراف والأخلاق السائدة في المجتمع فمع مرور الأيام تتغير وتتحول هذه العادات وتلك الأفكار، ومن ثم فما كان يمكن اعتباره من حرمة الحياة الخاصة ومن المقدسات الشخصية التي لا ينبغي المساس بها قد يتحول مع مرور الوقت إلى مسألة من مسائل الحياة العامة، بل لا يقتصر التحرر المعاصر على التقاليد والأعراف التي كانت سائدة في الماضي، بل إن الإنسان بات بإرادته المنفردة يتنازل عن خصوصياته خصوصا عبر مواقع التواصل الاجتماعي التي تركز على التواصل البيئي و البيانات الشخصية.

4.2. الأثر:

تعرف موسوعة علوم الإعلام والاتصال الأثر بأنه نتيجة الفعل الذي ظهر جراء مؤثر ما¹، فالأثر هو نتيجة الاتصال، وهو يقع على المرسل والمتلقي على السواء وقد يكون الأثر نفسي أو اجتماعي ويتحقق أثر وسائل الإعلام من خلال تقديم الأخبار والمعلومات والترفيه والإقناع وتحسين الصورة الذهنية²، كما أن كلمة أثر في نشاط وسائل

¹ . LAMIZET, Bernard : Dictionnaire Encyclopédique de Sciences de l'Information et de Communication, Ellipses, France,1997, p,207.

² . حسن عماد مكاوي، ليلي حسن السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة، الطبعة الثانية، الدار المصرية اللبنانية، 2001، ص، 39.

الإعلام ترجع إلى أية نتائج يمكن أن تنتج عن عمل وسائل الاتصال الجماهيري سواء تلك النتائج المقصودة أو غير المقصودة¹.

يعرف الباحث نصير بوعلي من جهته الأثر بأنه ما يمكن أن يحدث من تغيير في المواقف أو السلوكيات والآراء والمعلومات من جراء انتقال الرسالة الإعلامية إلى المتلقي فالرسالة الإعلامية قد تلفت انتباه المتلقي فيدركها وقد تضيف إلى معلوماته معلومات جديدة وقد تجعله يكون اتجاهات جديدة أو تجعله يعدل من اتجاهاته السابقة وقد تجعله يتصرف بطريقة جديدة أو يعدل سلوكه السابق².

كما يقصد به تلك العلاقة التفاعلية بين وسائل الإعلام والجمهور، وتتميز هذه العلاقة من جانب وسائل الإعلام بمحاولة تكييف رسائلها مع خصائص الجمهور الذي تتوجه إليه بهدف استمالتهم لكي يتعرضوا لمحتوياتها، وليس بالضرورة التأثير عليهم لكي يغيروا شيئاً ما على المستوى المعرفي أو الوجداني أو السلوكي، ومن جانب أفراد الجمهور فهم يستعملون وسائل الإعلام ويتعرضون لمحتوياتها لأسباب مختلفة باختلاف سياقاتهم الاجتماعية والنفسية والاقتصادية والثقافية، وهذا وفقاً للقيمة التي تحملها هذه المحتويات وما تمثله بالنسبة إليهم ومدى قدرتها على إشباع حاجاتهم المختلفة³.

كما يعرف الأثر في قاموس Larousse بذلك التغيير الذي ينتج عن فعل ما ويقصد به أيضاً الحالة التي يتواجد عليها الشيء أثناء حدوثه، وتلك التي تصاحبه أثناء سيرورته، كما يعد أيضاً، النتيجة التي يتم التوصل إليها من خلال أفعال أو ظواهر، كتلك النتائج المتوقعة من خلال سلوكيات معينة⁴.

1. سامية محمد جابر، الاتصال الجماهيري و المجتمع الحديث، النظرية و التطبيق، مصر: دار المعارف الجامعية، 1998، ص، 152.

2. نصير بوعلي، أثر البث التلفزيوني المباشر "الفضائي" المباشر على الشباب الجزائري، أطروحة دكتوراه غير منشورة، كلية العلوم السياسية والإعلام، جامعة الجزائر، 2003، ص، 10.

3. السعيد بومعزة، أثر وسائل الإعلام على القيم والسلوكيات لدى الشباب، دراسة استطلاعية بمدينة البليدة، أطروحة دكتوراه دولة، قسم علوم الإعلام والاتصال، 2005-2006، ص29.

4. Larousse, 2009, (en ligne), <http://www.larousse.fr/encyclopedie>, consulté le 25/02/2016, à 19 :30.

نقصد به في هذه الدراسة تلك العلاقة المرجوة من خلال تفاعل المستخدمين على شبكات التواصل الاجتماعي لاسيما Facebook، هذا التفاعل الذي تولد من خلال استخدامهم وتمثلهم بهويات افتراضية في حساباتهم أو صفحاتهم على موقع Facebook، فهذه العلاقة تنشأ من جهة الوسيط الالكتروني Facebook من أجل تكوين قاعدة بيانات عريضة عن كل المستخدمين، سميت بالمجتمع الافتراضي والذي حقق حلم اتصالي تفاعلي كبير، دون إغفال الجانب التجاري والمؤسسي منه، ومن جانب المستخدمين، فهم يتمثلون عبر Facebook في هويات رقمية قصد تلبية وإشباع حاجات ورغبات مختلفة، وبالتالي ومن خلال هذه العلاقة يتحقق الأثر وعلى مستويات عدة نذكر منها: المستويات المعرفية، الاتصالية، السلوكية، النفسية، الاجتماعية و غيرها، ومن خلال هذا الأثر تشكل موضوع دراستنا هذه.

5.2. الشباب:

لا يوجد اتفاق واحد بين المختصين والباحثين على مفهوم الشباب وكذا الأمر بالنسبة لتحديد فئاته، على رغم اتفاقهم أن هذه المرحلة تشكل منعطفاً حاسماً وكبيراً في تكوين شخصية الفرد، ولغة يعني الفناء والحدثة وبداية الحياة المفعمة بالأمل والطموح والحماس والاندفاع والإقدام¹.

من بين التعريفات الخاصة بمفهوم الشباب، تعريف محمد علي محمد الذي يقول أن "الشباب هم ظاهرة اجتماعية تشير إلى مرحلة من العمر تعقب مرحلة المراهقة، و تبدو خلالها علامات النضج الاجتماعي و النفسي، و البيولوجي واضحة"، تميل معظم المجتمعات إلى تحديد بداية مرحلة الشباب ونهايتها وفقاً لعدد من المعايير و المحكمات و قد تلجأ كذلك المجتمعات التقليدية إلى طقوس معينة يتعين على المرء خلالها لكي يكتسب المكانة الاجتماعية المخصصة للشباب²، و يعد الشباب من أكثر الشرائح الاجتماعية تفاعلاً مع التغيير الحاصل في المجتمع و خاصة التغيير التكنولوجي، وهناك من الباحثين من يرى أن الشباب قابل للتغيير و التوجه و أن المصادر التغييرية تتصل بفكرة

1 . ابن منظور، لسان العرب، المجلد الأول، لبنان: دار بيروت للطباعة والنشر، ص 480.

2 . محمد علي محمد، الشباب العربي والتغيير الاجتماعي، لبنان: دار النهضة العربية، 1985، ص، 20.

الاختراع و الاكتشاف و بخاصة فيما يتعلق بدور التكنولوجيا و الاختراعات الحديثة في التغيرات تتعلق بوضع الشباب و اتجاهاتهم و مواقفهم¹.

من بين أبرز المحاولات التي يمكن أن تنال القبول من طرف الباحثين نذكر التحديد الذي قدمته هيئة الأمم المتحدة فيما يتعلق بمرحلة الشباب، إذ يشير أحد الباحثين إلى أن الأمم المتحدة ولأغراض إحصائية، تحدد من هم بين سن 15 و 24 سنة بأنهم شباب دون الإخلال بتحديد الدول الأعضاء لهم²، إلا أن هناك بعض الدول التي تحصر أعمار الشباب بين 12 و 35 سنة وفقا لتشريعاتها أو انطلاقا من مسؤولية الشباب الاقتصادية والاجتماعية³.

وفي رأي باحثين آخرين فإن مرحلة الشباب تبدأ بعد سن البلوغ، برغم عدم وجود سن محدد يتم فيه البلوغ الجنسي، وعليه، فهناك من يحدد بدايتها بسن 13 وحتى سن 21 وثمة من يبدؤون بها عند 15 ويصلون بنهايتها عند 30، كما يرى آخرون أنها تغطي الفترة من سن 17 حتى 27 سنة⁴.

تجدر الإشارة إلى أن معظم الأدبيات حول الشباب تشير إلى غياب الاتفاق بخصوص تحديد مرحلة الشباب، وعليه يكيف التحديد في أغلب الأحيان حسب طبيعة المشكل المدروس أو وفق أهداف المؤسسة المعنية بقضايا الشباب، علاوة على هذا، فإن تحديد الحدود الفاصلة بين مراحل الطفولة، الشباب، والكهولة يختلف باختلاف المجتمعات والثقافات، لكن المؤكد هو أن موضوع الشباب يحظى بالإجماع من حيث الأهمية البالغة في عصر المعلومات والتكنولوجيات الحديثة للإعلام والاتصال.

من خلال هذه العينة من الآراء حول تحديد مرحلة الشباب و تبايناتها و عدم الاتفاق حول فترة محددة لها، يتضح لنا أن تخوم الطفولة و الشباب من جهة، و الشباب والكهولة

1 . سامية السعدي، الشباب العربي والتغير الاجتماعي، مصر: الدار المصرية اللبنانية، 2003، ص، 480.

2 . صالح السعد، المخدرات والمجتمع، مكتبة دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 1996، ص، 121.

3 . صالح السعد، نفس المرجع، نفس الصفحة.

4 . علي ليلة و آخرون، الشباب القطري: اهتماماته وقضاياها، مركز الوثائق و الدراسات الشبانية، جامعة قطر، 1991، ص،

من جهة ثانية، غير واضحة و قد تتداخل و بالتالي يصعب تحديدها بدقة، و هذا الاختلاف يعكس على نحو ما النظرة البيولوجية أو النفسية أو الاجتماعية أو الثقافية، و عليه تبقى مسألة تحديد مرحلة الشباب مسألة تخضع لاعتبارات الباحث أو المؤسسة أو طبيعة المشكل المدروس، و قد حددنا فئة الشباب في دراستنا هذه بالفئة ما بين 18 و 35 سنة لأننا نفترض أن فترة ما قبل 18 سنة قد تغطي عليها خصائص المراهقة أكثر، إضافة إلى أن العديد من الإحصائيات تشير إلى أن هاته الفئة العمرية هي الأكثر استخداما لموقع Facebook.

3- المقاربة النظرية للبحث:

اعتمدنا في بحثنا هذا على نظرية المجال العام للفيلسوف الألماني HABERMAS Jürgen، وهي تشرح وتصف نشأة و تكوّن الرأي العام وحالة الرأي، إذ يتوسط المجال العام في الواقع بين مجال السلطة العامة والحكومة، والمجال الخاص الذي قد يركز على الأسرة وشؤون الأفراد الخاصة، وهذا المجال العام كما نشأ في المجتمعات البرجوازية الأوروبية كانت تمارس فيه المناقشات حول السياسات الحكومية، وفي رحابه تتبلور اتجاهات الرأي العام¹.

عرّف HABERMAS Jürgen المناخ أو المجال العام بأنه مجتمع افتراضي أو خيالي ليس من الضروري التواجد في مكان معروف أو مميز (في أي فضاء)، فهو مكون من مجموعة من الأفراد لهم سمات مشتركة مجتمعين مع بعضهم كجمهور، ويقومون بوضع وتحديد احتياجات المجتمع مع الدولة، فهو يبرز الآراء والاتجاهات من خلال السلوكيات والحوار، والتي تسعى للتأكيد على الشؤون العامة للدولة وهو شكل مثالي²، وأشار HABERMAS Jürgen إلى أن نجاح المجال العام يعتمد على³:

✓ مدى الوصول والانتشار.

1 . زكريا نرمين، الآثار النفسية والاجتماعية لاستخدام الشباب المصري لمواقع الشبكات الاجتماعية، المؤتمر العلمي الأول " الأسرة والإعلام وتحديات العصر، الجزء الثاني، فبراير، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 2009، ص 943.

2 . بومنيذ كمال، النظرية النقدية من هوركهايمر إلى هوينث، دار العربية للعلوم، ناشرون ومنشورات الاختلاف، الدار البيضاء، 2010، ص، 152.

3 . JOHNSON, James, Public sphere, postmeclernism and polemic, the American political Science, 2007, Vol.88, N°.2, p, 428.

- ✓ درجة الحكم الذاتي (المواطنون يجب أن يكونوا أحراراً، يتخلصون من السيطرة والهيمنة والإجبار).
- ✓ رفض الاستراتيجية (كل فرد يشارك على قدم ومساواة).
- ✓ الفهم والثقة والوضوح في المضمون الإعلامي.
- ✓ وجود سياق اجتماعي ملائم.
- ✓ الثقة والوضوح والصدق في المضمون الإعلامي.

ساهمت الثورة الاتصالية الكبرى والتكنولوجيا الجديدة لوسائل الإعلام الإلكترونية وعلى رأسها الإنترنت في ظهور فضاء عام اجتماعي جديد يخضع لمثالية HABERMAS Jürgen، ويعتمد على أن يكون الرأي العام حراً في حركة المعلومات وتبادل الأفكار بين المواطنين، فالإنترنت تقدم إمكانيات جديدة مقارنة بوسائل الإعلام التقليدية، فهي تجعل من السهل نشر المعلومات بشكل كبير بين الأفراد¹، وتؤكد نظرية المجال العام على أن وسائل الإعلام الإلكترونية تخلق حالة من الجدل بين الجمهور وتمنح تأثيراً في القضايا العامة كما على الجهة الحاكمة.

يمكن رؤية المجال العام كمجال حياتنا الاجتماعية، والذي من خلاله يمكن تشكيل الرأي العام، ويؤكد HABERMAS Jürgen على إمكانية خلق حوار خارج سيطرة الحكومة والاقتصاد من خلال نظريته، فضلاً عن التأثير السياسي للإنترنت بين الأفراد، فللإنترنت دور في تحقيق الديمقراطية، إذ ينظر إليها في المجال العام كمحيط سياسي².

ومن أهم السمات التي حددها HABERMAS Jürgen للمجال العام ما يلي³:

1. المجال العام حيز من حياتنا الاجتماعية يمكن من خلاله أن يتم تشكيل ما يقترب من الرأي العام.

1 . المصدق حسن، هابرماس ومدرسة فرانكفورت، المركز الثقافي العربي، الطبعة الأولى، 2005، ص، 109.
 2 . عبد القوي محمود حمدي، دور الإعلام البديل في تفعيل المشاركة السياسية لدى الشباب، المؤتمر العلمي الدولي الخامس عشر، الإعلام والإصلاح: الواقع والتحديات، الجزء الثالث، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 2009، ص، 158.
 3 . عزي عبير إبراهيم، وسائل الإعلام التقليدية والجديدة والمجال العام: دراسة تطبيقية على قضايا الحريات، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 2009، ص، 8.

2. المجال العام ينشأ من ناس خصوصيين، يجتمعون معا كجمهور ليتناولوا احتياجات المجتمع من الدولة.

3. المجال العام هو مجموعة أشخاص يستفيدون من عقلانيتهم وتفكيرهم في مناقشة المسائل العامة.

فالمجال العام – بشكل عام – هو تلك المساحات التي يقوم فيها الأعضاء بتناول ما يفضلونه، ويصلون لقرار في "كيف سيعيشون معا ويعملون معا بشكل جماعي خلال المستقبل"، كما أن هناك ثلاثة مظاهر تميّز المجال العام أولها أن المشاركة فيه مفتوحة وثانيها أنه يساوي بين مواقع وأدوار الأطراف المشاركة فيه بصرف النظر عن أوضاعهم الاجتماعية والاقتصادية، وثالثها أن أية قضية فيه تكون قابلة للنقاش¹.

تمكن نظرية المجال العام من التعرف على دور مواقع التواصل الاجتماعي كمجال للحوار وإتاحة الفرصة للجمهور للتعبير عن آرائهم بحرية، وتبادل المعلومات والأفكار نظرا للدور الذي يمكن أن تلعبه مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل مجال عام ومدى تأثيره على المجال الخاص وبالتالي الخصوصية والآثار المترتبة لدى المستخدمين في حالة تخليهم عن خصوصيتهم.

يشدد الفيلسوف والمنظر الاجتماعي المعاصر HABERMAS Jürgen في الإطار التقليدي للنظرية النقدية على أن الفعل الديمقراطي التواصلي لا يستطيع أن يحصل على مشروعية حقيقية قائمة على سلطة العقل إلا في إطار خطاب نقدي خال من الإلزامات والقيود السلطوية ولقد رصد فلاسفة وعلماء الاجتماع في مدرسة فرانكفورت مختلف الإعراض التي أصابت عصرنا كالاغتراب و الفردانية، مما حدا بهم أن يقيموا نقدا حادا

1 . عبد المقصود هشام، خصائص المجال العام لتقديم التعبيرات السياسية والاجتماعية عن قضايا وأحداث الشؤون العامة في وسائل الإعلام الجديد، المؤتمر العلمي الأول " الأسرة والإعلام وتحديات العصر"، الجزء الثاني، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 2009، ص، 14.

للتقدم التقني والنظريات المبشرة بعالم الأحلام الموعود، كما انتقدوا في حينه النزعة العلمية التي تتصور المعرفة كطبيعة موضوعية مجردة عن المصلحة¹.

في هذا الإطار هناك ثلاثة عناصر تبرر الاهتمام بفكر HABERMAS Jürgen أولاً الطابع التوجيهي الذي تتميز به فلسفة HABERMAS Jürgen وسعيه المستمر إلى ربط النظرية بالممارسة، ثانياً النظرية النقدية التي تبناها HABERMAS Jürgen وأعاد بناءها وثالثاً مفهوم الفضاء العمومي الذي يشكل مفتاح الممارسة الديمقراطية في نظر HABERMAS Jürgen والذي عمم استخدامه منذ السبعينيات من القرن الماضي.

إن الوسيط الذي يحكم المعاملات في الفضاء العمومي هو الفعل التواصلية حيث يرى HABERMAS Jürgen إن هناك ثلاثة وسائط: الدولة أو المجتمع السياسي يستعمل وسيط السلطة، والنسق الاقتصادي يستعمل وسيط المال، والمجتمع المدني المهيكلي في الفضاء العمومي يستعمل وسيط الفعل التواصلية، لهذا لا يوجد قيد أو شرط يمكن أن يمنع المواطن من الاندماج في الفضاء العمومي والمساهمة فيه، إذ إن القدرة على التواصل بواسطة اللغة تكون كافية وحدها لدخول هذا الفضاء، بيد أن الفعل (التواصلية) في نطاق الفضاء العمومي لا يكتسي مشروعيتها من حدود المصالح الخاصة أو الفئوية للأفراد أو الجماعات، بل يكتسبها من حدود المصالح القابلة للتعميم والتي تتعالى عن المصالح الخاصة والجزئية للأفراد والجماعات المتنافسة، لذلك عده بعض المفكرين (أبرزهم HABERMAS Jürgen) المكان الذي تتكون فيه الإرادة العامة على نحو عقلائي².

4- الدراسات السابقة:

أصبحت التطبيقات المستحدثة عن التطور المستمر في تكنولوجيا الاتصال والمعلومات ودخولها في طقوس الحياة اليومية للأفراد، وتغلغلها في المجتمع، أحد أبرز العوامل المؤثرة في الحياة الاجتماعية والفكرية والثقافية داخل المجتمعات، وقد أسفرت

¹ . HABERMAS, Jürgen, Public Space and Political Public Sphere – The Biographical Roots Of Two Motifs in my Thought , Commemorative Lecture ,Kyoto,Nov,2004, pp, 456-457.

² . المصدق، حسن، مرجع سابق، ص، 109.

جهود الباحثين في دراسة تطبيقات الإعلام الاجتماعي عن العديد من الدراسات العلمية غير أن اختلاف خصائص هاته التطبيقات، وكيفية عملها، واستخدامات الجمهور لها، أدى إلى بروز عدة إشكاليات واجهت الباحثين في هذا المجال لا سيما عند لجوئهم لاستخدام نفس الأساليب والأدوات البحثية، والمداخل النظرية التي اعتادوا على استخدامها في دراسة وسائل الإعلام التقليدية، برغم عمق الاختلاف بينها وبين الظواهر التي تنتجها بيئة الإعلام الاجتماعي.

وهنا، يتوجب على الباحثين في مجال الإعلام الاجتماعي التفكير مليا في تطوير الأساليب المنهجية التي يتبعونها عند دراسة تطبيقات الإعلام الاجتماعي، حيث أن البداية الفعلية لذلك تبدأ من تحديد الإشكاليات المنهجية المختلفة التي تواجههم، يعقبه التفكير في المقترحات والرؤى البديلة الممكنة للتعامل مع هذه الإشكاليات.

شهدت الدراسات الإعلامية مراحل عدة من التطور، منها التطور الذي شهدته بظهور وسائل الإعلام الجديد، وما ترتب عنه من تطور الإطار النظري العام الموجه للدراسات الإعلامية، فظهر الجيل الثاني من الدراسات الإعلامية تمييزا له عن الجيل الأول من الدراسات الإعلامية التي تعاملت مع جمهور وسائل الإعلام وفقا للرؤى النظرية التقليدية التي تجعله الطرف الثاني "المتلقي" في العملية الاتصالية، بينما يتبنى الإطار النظري العام الموجه للجيل الثاني من الدراسات الإعلامية منظور الجمهور المشارك في عملية الاتصال.

تأسيسا لما سبق، يمر البحث الإعلامي المتخصص في مجال الإعلام الاجتماعي بمرحلة فارقة ومهمة لأنها مرحلة إعادة النظر في القاعدة العلمية التي تنطلق منها بحوث الإعلام الاجتماعي، والعمل على بناء أساس علمي يتسم بالمصداقية، والفاعلية، والقدرة على استيعاب سمات الواقع الإعلامي والاتصالي الآني.

تتلخص الاشكالية في وجود عدة أوجه قصور في توظيف الأساليب المنهجية المختلفة والمتبعة في الدراسات الإعلامية، عند دراسة موضوعات وظواهر مختلفة في مجال الإعلام الاجتماعي، ويرجع ذلك إجمالا إلى اختلاف خصائص الإعلام الاجتماعي

والبيئة الاتصالية التي يعمل فيها عن وسائل الإعلام التقليدية، مما ينتج الإشكاليات المنهجية التي تواجهها بحوث الإعلام الاجتماعي، من جانب آخر فإن حداثة هذا المجال البحثي، تفتح الباب أمام العديد من الإشكاليات سواء على المستوى المنهجي والإجرائي أو على مستوى النظريات المفسرة، مما يبرز الحاجة إلى الجهود الاستكشافية للباحثين لرصد هذه الإشكاليات، ومناقشتها، والتفكير في أنسب الطرق الممكنة للتعامل معها، حتى يمكن تطوير الأساليب البحثية المتبعة على النحو الذي يرفع من كفاءة وفاعلية البحث العلمي في مجال الإعلام الاجتماعي.

انطلاقاً من هذا الأساس اطلعنا على مجموعة من الدراسات التي تتقاطع مع موضوع دراستنا والتي نوردتها كالآتي:

1.4. الدراسات الأجنبية:

1.1.4. دراسة: GEORGES Fanny

بعنوان:

Sémiotique de la représentation de soi dans les dispositifs interactifs, L'Hexis numérique(2007)¹.

تناولت الباحثة سميوطيقاً التمثلات الذاتية في الوسائط التفاعلية "التواجد الرقمي" حيث تناولت موضوع الهوية الرقمية والتي عرفت بالتواجد الرقمي وحددت لها ثلاثة أبعاد ارتبطت بالتطور التكنولوجي الاجتماعي للوابع والذي تمثل في ظهور الوابع 2.0، كما حددت هذه الأبعاد بما يلي:

- **الهوية التصريحية:** والتي تعبر عن مجمل البيانات والمعلومات التي يسجلها المستخدم عند ولوجه لمواقع التواصل الاجتماعي.
- **الهوية النشطة:** وعرفت بأنها مجمل تفاعلات وتبادلات المحتويات بين المستخدمين.

¹ . GEORGES Fanny. Sémiotique de la représentation de soi dans les dispositifs interactifs. L'Hexis Numérique, Linguistics, Université Panthéon-Sorbonne - Paris I, 2007.

- الهوية المحسوبة: هي عبارة عن منتج كمي وكيفي متغلغل داخل الإعدادات الرقمية للحسابات المنتجة من طرف النظام.

انطلقت من فكرة أن الفرد يشكل تمثلات تفاعلية على شبكة الانترنت، وهذا الظهور أو التواجد أعطى ميلاد جسد ثاني وفرد آخر تمثل في الشخص الافتراضي المتواجد على شبكة الانترنت، كما تطرقت إلى مقاربة مفاهيمية اجتماعية وتقنية للهوية الرقمية من خلال التمثلات الذاتية، والتي تجسدت في البعد الاجتماعي لمجتمع الشبكة والذي افرز بدوره عالم موازي مكن المستخدم من العيش في حياة ثانية مستعارة بواسطة صور رمزية تمثله، والنابعة من مؤهلاته الثقافية ومعارفه.

قدمت الباحثة بعد هذه الدراسة عدة مقالات تدور حول دراسات سيميوطيقية مفاهيمية للهوية الافتراضية للأفراد حيث قارنت في إحدى دراساتها بين التمثلات الذاتية في كل من موقعي Facebook و My space حيث قامت بدراسة تحليلية للملفات الشخصية لهذين الموقعين، وخرجت بنتيجة مفادها أن الهوية الافتراضية يتم بناءها من خلال ثلاثة معاني هي: الهوية التصريحية، الهوية النشطة، والهوية المحسوبة واستخدمته كنموذج تحليلي للتعرف على الآثار الثقافية للتواجد الرقمي أو تشكيل الهويات على الموقعين المذكورين، وأطلقت عليه النموذج السيميوطيقي المقارن والإحصائي للهوية الرقمية.

2.1.4. دراسة: GEORGES Fanny

بعنوان: **Mémoire humaine et expérience de soi par le web¹**

تطرقت هذه الدراسة إلى تأثير أجهزة الاتصال المرتبطة بالحواسيب على صورة الذات، وعالجت موضوع التفاعل عبر الصفحات الشخصية للمستخدمين، مركزة على عملية استعارة الملف الشخصي Profile، كما توصلت الدراسة إلى أن الانترنت هي مساحات لتسجيل البيانات الشخصية التي تتشكل من مجموع الآثار التي يتركها الشخص بشكل طوعي أو إكراهي، وتعتبر أيضا تجميع لآثار الذوات التي يتركها الآخرين

¹ . GEORGES Fanny, Mémoire humaine et expérience de soi par le Web, www.mei-info.com/wp-content/.../02/MEI_32_12.pdf, (en ligne), consulté le 18/05/2016 à 17:00.

كالتعليقات والصور وغيرها مما يشارك في عرض الذات الرقمية المختلطة بين ما هو حقيقي وما هو افتراضي، وأشارت أيضا إلى أن هذه الآثار تترك وتخزن على الحوامل التفاعلية والمتمثلة في الملفات الشخصية للمستخدمين، والتي تعتبر بمثابة الذاكرة الإنسانية لصورة الذات عبر الانترنت.

كما ناقشت الباحثة أيضا تعاريف الهوية الافتراضية، الهوية الرقمية، الهوية على الانترنت، الهوية الحقيقية، العالم الحقيقي والافتراضي، مكونات الهوية الافتراضية وأبعادها عبر شبكات التواصل الاجتماعي، الصورة الرمزية، الأسماء المستعارة، والاتصال بواسطة الكمبيوتر.

3.1.4 دراسة: LESAFFRE Joséphine

بعنوان: **La Représentation de soi sur Facebook par la génération Y¹**

تطرقت هذه الدراسة إلى تمثيلات الذات على حسابات Facebook، واعتبرت Facebook ساحة تفاعلية وفضاء افتراضي يجمع بين تمثيل الذات وملاحظة الآخرين يسمح لكل مستخدم بمعرفة شبكته وإثراء فضاءه الشخصي، كما تطرقت إلى فكرة أن نشاط المستخدم هو الذي يحدد ويعرف شخصيته إلى الأفراد الذين يتواصل ويتفاعل معهم والمجموعات التي ينتمي إليها، وأقرت بأن الأدوار الاجتماعية التي يلعبها المستخدم على Facebook تخلق وتمزج جوانب مختلفة من شخصيته، كما سعت الدراسة إلى تثقيف المستخدم لتمثيل ذاته على ما هي عليه (الهوية الحقيقية) على هذه الشبكة.

4.1.4 دراسة: BOUVIER Gwen

بعنوان: **How Facebook users select identity categories for self-presentation²**

¹ . LESAFFRE, Joséphine, La Représentation de soi sur Facebook par la génération Y, article en ligne www.unfuturdsaa.fr.lesaffre.phd, (en ligne), consulté le 10/10/2014 à 13.00.

² . BOUVIER, Gwen, How Facebook users select identity categories for self -presentation, Journal of Multicultural Discourses, 2012, 7:1, 37-57, en ligne :

ركزت هذه الدراسة على موضوع الهوية عبر موقع Facebook، حيث تناولت في السياق النظري عمليات التغيير التي طرأت على الهوية الشخصية من خلال ما تم وصفه بالعولمة وصعود المجتمع إلى نمط الحياة الاستهلاكية، ومن خلال تحليل بيانات إجابات الاستبيانات والمقابلات توصلت الدراسة إلى إن هناك مستخدمين يعتمدون في تشكيل هوياتهم على النموذج البيولوجي للهوية الوطنية، في حين يركز البعض الآخر على الانتماء إلى الأرض، والبعض الآخر على أنشطة ثقافية ووطنية، مشيرة إلى أن أبرز تمثل لدى أفراد العينة كان باستخدام فئات الهوية القومية والتصنيف العرقي البيولوجي، وهذه الأنواع من التمثلات هي التي قد عبر عنها المبحوثين في حساباتهم أو صفحاتهم على موقع Facebook.

2.4. الدراسات العربية:

1.2.4 دراسة: مريم نريمان نومار¹.

بعنوان: استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية وتأثيره في العلاقات الاجتماعية دراسة عينة من مستخدمي موقع فيسبوك في الجزائر.

لقد هدفت هذه الدراسة إلى الكشف عن أثر استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية في العلاقات الاجتماعية من خلال دراسة عينة من مستخدمي Facebook في الجزائر، ولقد انطلقت من الإشكالية التالية: ما أثر استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية على العلاقات الاجتماعية؟ وقامت ببناء الفرضيات التالية:

✓ تختلف طرق استخدام موقع التواصل الاجتماعي Facebook لدى الجزائريين من مستخدم إلى آخر تبعاً لمتغيري الجنس والسن.

✓ يلجأ مستخدمو موقع Facebook في الجزائر إليه بسبب فراغ اجتماعي وعاطفي.

<http://dx.doi.org/10.1080/17447143.2011.652781>, (en ligne), consulté le 12/06/2015.à15.30.

¹ . مريم نريمان نومار، استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية وتأثيره في العلاقات الاجتماعية-دراسة عينة من مستخدمي موقع الفيسبوك في الجزائر - رسالة ماجستير، علوم الإعلام والاتصال، قسم العلوم الإنسانية، جامعة باتنة، 2011-2012.

✓ استخدام Facebook يؤدي إلى الانسحاب الملحوظ للفرد من النشاطات الاجتماعية ويقلل من اتصال المستخدم الشخصي بعائلته وأصدقائه.

اعتمدت الباحثة على المنهج الوصفي التحليلي و استخدمت أداة الاستبيان لجمع المعلومات من المبحوثين، كما توصلت الدراسة إلى أن المبحوثين يقضون أكثر من ثلاث ساعات في اليوم على موقع Facebook، و أوضحت الدراسة إلى أن هناك فروق ذات دلالة إحصائية بين الذكور والإناث من حيث استخدام الموقع، في حين يستخدم المبحوثون Facebook من أجل التواصل مع الأهل والأقارب والأصدقاء إلى جانب التثقيف، و يدخل أغلب المبحوثين إلى Facebook بهوياتهم الحقيقية بنسبة 66.03% بينما يفضل 33.33% الدخول بهوية مستعارة و يستخدم هؤلاء الهوية الحقيقية حتى يتم التعرف عليهم من طرف معارفهم، بينما يبرر مستخدمو الهوية المستعارة اختيارهم بالتصرف بحرية أكبر على الموقع بنسبة 57.77%، بينما نسبة 23.33% منهم يتخوفون من أن يتعرف عليهم الآخرون، في حين أوضحت أن أفراد العينة أكثر من 37 سنة يتعاملون مع Facebook بنوع من الوعي من حيث الاستخدام واختيار الأصدقاء، بينما المبحوثين من فئة 15 إلى 25 سنة هم الأكثر استخداماً لأسماء مستعارة مقارنة ببقية الفئات.

2.2.4 دراسة: مها عبد المجيد صلاح

بعنوان: الإشكاليات المنهجية في دراسة تطبيقات الاعلام الاجتماعي-رؤية تحليلية¹.

تتلخص المشكلة البحثية لهذه الدراسة في وجود عدة أوجه قصور في توظيف الأساليب المنهجية المختلفة والمتبعة في الدراسات الإعلامية، عند دراسة موضوعات وظواهر مختلفة في مجال الإعلام الاجتماعي، ويرجع ذلك إجمالاً إلى اختلاف خصائص الإعلام الاجتماعي، والبيئة الاتصالية التي يعمل فيها عن وسائل الإعلام التقليدية، مما ينتج الإشكاليات المنهجية التي تواجهها بحوث الإعلام الاجتماعي، من جانب آخر فإن حداثة هذا المجال البحثي، تفتح الباب أمام العديد من الإشكاليات سواء على المستوى

1 . مها عبد الحميد صلاح، الإشكاليات المنهجية في دراسات تطبيقات الاعلام الاجتماعي-رؤية تحليلية، ورقة علمية، "مؤتمر وسائل التواصل الاجتماعي، التطبيقات والإشكالات المنهجية"، جامعة الامام محمد بن سعود الإسلامية، كلية الاعلام والاتصال، المملكة العربية السعودية، الرياض، 10-11 مارس 2015.

المنهجي والإجرائي أو على مستوى النظريات المفسرة، مما يبرز الحاجة إلى الجهود الاستكشافية للباحثين لرصد هذه الإشكاليات، ومناقشتها، والتفكير في أنسب الطرق الممكنة للتعامل معها، حتى يمكن تطوير الأساليب البحثية المتبعة على النحو الذي يرفع من كفاءة وفعالية البحث العلمي في مجال الإعلام الاجتماعي.

هدفت الورقة العلمية إلى تقديم رؤى ومقترحات علمية للتعامل مع أبرز الإشكاليات المنهجية التي تواجه بحوث الإعلام الاجتماعي، وهو ما يشمل الأهداف الفرعية التالية أولاً: رصد أبرز الإشكاليات المنهجية في دراسة تطبيقات الإعلام الاجتماعي، ثانياً: تحليل هذه الإشكاليات وبيان أسبابها وما يترتب عليها في البحث العلمي، وثالثاً: اقتراح المخارج العلمية الممكنة للتعامل مع هذه الإشكاليات.

توصلت الباحثة إلى أن إغفال الاختلاف العميق الذي تتسم به شبكة الويب كوسيط اتصالي، وما تحمله من تطبيقات إعلامية شكلت بيئة إعلامية ذات ملامح مختلفة تماماً عن تلك التي اقتصت بوسائل الإعلام الجماهيرية، وهو أهم أسباب الإشكاليات المنهجية التي تواجهها بحوث الإعلام الاجتماعي حسبها، يضاف إلى ذلك أن هذه التطبيقات تتسم بخصائص تميزها هي نفسها عن مختلف وسائل الإعلام الجديد.

تتمثل الرؤى المقترحة للتعامل مع الإشكاليات المنهجية في دراسة الإعلام الاجتماعي في العمل على تحقيق التكامل بين أساليب البحث الكمية والكيفية، وإعادة النظر في المداخل والنظريات التي ارتبطت بوسائل الإعلام التقليدية، والعمل على تطويرها بما يناسب اختلاف ظواهر الإعلام الاجتماعي، والعمل على طرح نماذج نظرية جزئية تكون أقدر على تفسير الظواهر المدروسة في بحوث الإعلام الاجتماعي.

كما أكدت الباحثة على ضرورة تطوير أدوات البحث لتناسب طبيعة الظاهرة الإعلامية الجديدة في تكوينها وعوامل تشكلها، ودعم أدوات البحث المستخدمة في البحوث الإعلامية بأدوات وأساليب بحث مستمدة من العلوم ذات الصلة بالإعلام الاجتماعي، حيث تجسد تطبيقات الإعلام الاجتماعي التداخل بين الإعلام والعلوم الأخرى، وإعادة النظر في

أنواع العينات، وطرق المعاينة، وعدم استخدام أدوات البحث المعروفة مثل تحليل المضمون وتحليل الخطاب بصورتها الكلاسيكية، ولكن العمل على تطوير فئات التحليل بما يناسب سمات محتوى تطبيقات الإعلام الاجتماعي، وإعادة النظر في معايير قياس المتغيرات المتعارف عليها مثل كثافة الاستخدام، وبيئة الاستخدام، وأنماط وعادات الاستخدام، ودوافع وإشباع الجمهور واتجاهاتهم، مع ضرورة الاهتمام بدراسة التفاعلات الاجتماعية والثقافية والمعرفية التي تحدث في استخدام الإعلام الاجتماعي، لكونها أحد النطاقات البحثية التي لم تحظ بعد في عالمنا العربي بالإسهامات العلمية الكافية، برغم أهميتها وتأثيراتها الواضحة في المجتمعات العربية حسب الباحثة.

3.2.4. دراسة: فاطمة همال 2016.

بعنوان: انفصامية حقيقة الاسم والهوية للشباب الجزائري عبر الفيسبوك، وعي الذات إلى أين؟¹.

انطلقت الباحثة من واقع أن موقع التواصل الاجتماعي Facebook قد أصبح معطى حياتيا حديثا، تغلغل في حيثيات حياتنا اليومية الفردية والأسرية، والجماعية المجتمعية، وأصبح جليا ترأسه لقائمة شبكات التواصل الاجتماعي المستخدمة على المستوى العالمي، العربي والجزائري، بحيث يسجل تزايدا مستمرا في عدد مستخدميه يوميا، ليشكل خبرة جديدة أصبحت تعبر بل وتصوغ شخصيات الفرد الجزائري خاصة الشباب، تلك الطاقة التي خرجت توا من إرهاق المراهقة نحو بناء ذواتها، لتجد نفسها تجول عبر حساباتها الافتراضية عبر Facebook استظهاراً لهوياتها وذواتها ومن تكون.

فمفهومنا عن ذواتنا حسب الباحثة هو الذي يحدد نوع شخصيتنا وكيفية إدراكنا لها مشيرة إلى وجود ارتباط تقاطعي بين الاسم الحقيقي والاسم الافتراضي، وبين هوية الأفراد التي يظهرونها على أرض الواقع وهوياتهم الافتراضية، مؤكدة أن حسابات الشباب الجزائري على Facebook تتأرجح بين وعي ذات سلبي وآخر إيجابي، و هو ما دفعها

1. فاطمة همال، انفصامية حقيقة الاسم والهوية للشباب الجزائري عبر الفيسبوك، وعي الذات إلى أين؟، مجلة مؤمنون بلا حدود للدراسات و الأبحاث، الرباط، أكادال، المملكة المغربية، 2016.

إلى تقديم قراءة وصفية تحليلية للانفصامية التي تظهر في حقيقة الاسم والهوية للشباب الجزائري عبر موقع Facebook كمؤشر محوري عن طبيعة وعي الذات عند هؤلاء الشباب من خلال صفحاتهم على الموقع.

توصلت الباحثة في الأخير إلى أن وعي الذات عند الشباب الجزائري في ظل موقع التواصل الاجتماعي Facebook، ليس بالمعطى البسيط، بل إنه ذاك التعقيد الذي يصوغ الكثير من جوانب كينونتهم ووعيهم بحاضرهم ومستقبلهم و وعيهم بمن يكونون وما يطمحون إليه، وما يستطيعون فعله أو التراجع عنه، فموقع Facebook أصبح للعديد منهم شخصية وهوية، اسم جديد لم تسجله الدوائر الحكومية ولا واقع الحياة، معتبرة دراستها قراءة تحليلية سريعة و فاتحة لدراسات أعمق و أشمل لانفصامية حقيقة الاسم والهوية لدى الشباب الجزائري عبر Facebook ووعي الذات عندهم.

4.2.4. دراسة: يحي اليحياوي

بعنوان: الشبكات الاجتماعية والمجال العام بالمغرب: مظاهر التحكم و الديمقراطية¹.

هدفت هذه الدراسة إلى مساءلة وظيفة ودور شبكات التواصل الاجتماعي بالمغرب وأثرها على حركية المجال العام في ضوء تجربة 20 فبراير 2011، باعتبارها "الصيغة المغربية لانتفاضات الربيع العربي"، حسب رأي الباحث، وما تلاها من حركات احتجاج "موسمية" حول هذا الملف أو ذلك، فقد كان لهذه الشبكات وقع كبير على مجريات الأحداث في حينه، إذ لم ينحصر فعلها في تأسيس النقاش الدائر وتحديد نطاق المطالب المراد رفعها وتنسيق "التحركات"، بل ذهب لحد إفراز "وعي عام" واسع أسهم بدوره في إفراز رأي عام أوسع، تمظهر بداية على منصة هذه الشبكات، ثم انتقل تدريجيا ليتجسد على أرض الواقع بالمظاهرات في الشارع وبالوقفات الاحتجاجية أمام هذه المؤسسة التمثيلية أو تلك.

¹ يحي اليحياوي، الشبكات الاجتماعية و المجال العام بالمغرب: مظاهر التحكم و الديمقراطية، "دراسات إعلامية"، مركز الجزيرة للدراسات، نوفمبر 2015، على الموقع <http://studies.aljazeera.net> زيارة يوم: 2016/02/10 على الساعة 16:36.

وقد عمدت الدراسة إلى تتبع تموجات الحركة واستنطاق الأدبيات الراجحة في حينه وكذا استبيانات الرأي الميدانية المتوفرة، في ضوء أطروحة المجال العام كما تعرض لها
HABERMAS Jürgen.

خلصت الدراسة إلى أن هذه الشبكات نقلت جزءاً من "الصراع" مع السلطة إلى الفضاء الافتراضي، موسعة بذلك من نطاق "المجال العام التقليدي" المتعارف عليه، لكنها بقيت مع ذلك تراهن على كسب رهانات هذا التدافع على مستوى الشارع، وتلاحظ الدراسة أن جزءاً من الصراع مع السلطة قد دار عبر هذه الشبكات، كفعل من هنا ورد فعل من هناك، كما أن السلطة لم تهون من دور هذه الشبكات، بدليل ركوبها لموجتها وتتبع حركة "مناهضيها" من خلالها، لكن المحك الحقيقي كان - ولا يزال - يقاس بمنسوب التواجد على الأرض، ومدى قدرة الشبكات إياها على تجسيد ذلك وترويجه صوتاً وصورة وعلى نطاق جغرافي واسع.

وقد أدركت حركة 20 فبراير ذلك جيداً حسب الباحث وأدركته السلطة أيضاً، لا بل عملت هذه الأخيرة على مواكبته بنجاعة، من باب جس النبض أولاً، ثم تحديد الفاعلين ثانياً، ثم الرد ثالثاً باستهداف المواقع على الشبكات بهذه الوسيلة التقنية أو تلك.

كما بدا للباحث أن هذه الشبكات لم تخلق مجالاً افتراضياً جديداً، كما يذهب إلى ذلك البعض، بقدر ما عمدت إلى دعم المجال العام القائم، من خلال تنويع أدوات الضغط والتدافع، لذلك فإن هذا المجال الافتراضي ليس فضاءاً موازياً للمجال العام الذي تحدث عنه HABERMAS Jürgen، بقدر ما هو امتداد له وتوسيع لفضاء فعله وتفاعله، إنه إغناء لأدواته ووسائله ومكوناته، وليس بناء جديداً على أنقاضه، أو بمحاذاته.

5- منهج الدراسة:

يعد المنهج في البحث العلمي العمود الفقري لكل دراسة، فهو الضابط والموجه الأساسي لكل باحث، يتحدد استعماله حسب هدف الدراسة والإشكالية العلمية المعالجة.

جدير بنا إلى أن نشير إلى التنوع الكبير لمعنى هذا المصطلح، إلا أنه لا يمكننا الخوض في هذا الكم المتنوع، بينما يمكننا أن نورد بعضها، فالمنهج هو "الطريقة أو الأسلوب الذي ينتهجه الباحث في بحثه أو دراسة مشكلة و الوصول إلى بعض النتائج"¹، و يعرفه القاموس الفرنسي Le Dictionnaire Encyclopédique بأنه "مجموعة من القواعد و المبادئ و المراحل المنظمة التي تتيح للباحث بلوغ النتائج"².

يعتبر المنهج العلمي "طريقة منظمة، تتيح أسلوب او خطة معينة لدراسة ظاهرة ما بهدف التوصل إلى الحقائق و ترسيخ المعارف و اختبارها بعد التأكد من صحتها"³.

تندرج دراستنا المتعلقة بالبحث في آثار موقع التواصل الاجتماعي Facebook على الشباب في الجزائر خصوصا ما تعلق بالخصوصية والتداخل بين المجالين العام والخاص ضمن الدراسات الاستكشافية، التي نهدف من ورائها الوصول إلى نتائج كشفية وذلك من أجل إدراك الإجابات التي تتضمنها إشكالية البحث، بعد دراسة أهم المتغيرات التي تحيط بهذه الدراسة.

يعد إجراء الدراسات الاستطلاعية الكشفية أمرا ضروريا في كثير من البحوث التي تتناول الميادين البحثية الجديدة، التي لم يطرقها الدارسون من قبل، و تعرف البحوث الاستكشافية بأنها البحوث المبدئية التي يهدف من خلالها الباحث إلى الحصول على نتائج كشفية، للاكتشاف ظاهرة معينة، و ذلك بتحديد نوع المشكلة قبل دراستها أو المجموعة المعنية بالفروض حول مشكلة محددة بغرض اختبارها⁴.

يهدف هذا النوع من البحوث إلى التعرف على الظواهر أو زيادة التعرف عليها و لذلك تجرى هذه البحوث بغرض مساعدة الباحث على صياغة مشكلة البحث، تمهيدا لإجراء بحث أدق لها أو لتنمية فروض البحث، كما تساعده هذه البحوث من ناحية أخرى

¹- عبد الرحمان العساوي، مناهج البحث العلمي في الفكر الإسلامي والفكر الحديث، لبنان، دار الراتب الجامعية، ص، 13.
²- أحمد عظيمي، منهجية كتابة المذكرات وأطروحات الدكتوراه في علوم الإعلام والاتصال، الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية، 2009، ص، 12.
³- عقيل حسين عقيل، فلسفة مناهج البحث العلمي، مصر، مكتبة مدبولي، 1999، ص، 47.
⁴- ابراهيم عبد الله المسلمي، مناهج البحث في الدراسات الإعلامية، مصر: دار الفكر العربي، 2008، ص، 90.

في توضيح المفاهيم و تبين المسائل التي ينبغي أن يكون لها السبق في البحث مستقبلا فيجمع المعلومات عن الإمكانيات الفنية للقيام ببحث في المجال الواقعي الحي الذي ستجري فيه الدراسة أو الحصول على قائمة بالمشاكل التي يراها الخبراء جديرة بالبحث¹.

نظرا لطبيعة الدراسة و طبيعة الموضوع، و كذا الأهداف الرامية إلى تحقيقها، فقد اعتمدنا المنهج المسحي و الذي يعتمد عليه اعتمادا كبيرا في البحوث الكشفية والوصفية و التحليلية ذلك أنه عبارة عن دراسة عامة لظاهرة موجودة في جماعة معينة و في مكان معين و في الوقت الحاضر²، كما أن منهج المسح يعتبر من أفضل المناهج التي تبحث في اتجاهات الجمهور و خصائصه و كذا احتياجاته في بحوث الإعلام.

كما يعرفه أحمد بن مرسلي بأنه "الطريقة العلمية التي تمكن الباحث من التعرف على الظاهرة المدروسة، من حيث العوامل المكونة لها و العلاقات السائدة داخلها، كما هي في الحيز الواقعي و ضمن ظروفها الطبيعية غير المصطنعة، من خلال جمع المعلومات و البيانات المحققة لذلك"³، و يتميز هذا المنهج بعدة سمات⁴:

- يمكن استخدام أسلوب المسح في دراسة المشكلات والظواهر في وضعها الراهن وكذلك وصف سمات الجمهور ونماذج سلوكه.
- يسمح بدراسة أو اختيار عدد من المتغيرات في وقت واحد مثل السمات الاجتماعية والفردية وكذلك أنماط السلوك المختلفة.
- مناسبة الجهود والنفقات الكمية للمعلومات التي يمكن جمعها خلال المسح وذلك للاستخدام أسلوب العينة.

1. محمد منير حجاب، أساسيات البحوث الإعلامية والاجتماعية، الطبعة الثالثة، مصر، دار الفجر للنشر والتوزيع، 2006، ص 67.

2. محمد زيبان عمر، البحث العلمي، مناهجه، تقنياته، مصر، الهيئة المصرية العامة للكتاب، 2002، ص، 117.

3. أحمد بن مرسلي، مناهج البحث في علوم الإعلام والاتصال، الطبعة الثانية الجزائر، ديوان المطبوعات الجامعية، 2006، ص 286.

4. نبيلة بوخبزة، تقنيات الاتصال العمومي المطبقة في الحملات العمومية المتلفزة، أطروحة دكتوراه غير منشورة، كلية العلوم السياسية والإعلام، جامعة الجزائر، 2007، ص، 21.

في حين يعتبر محمد عبد الحميد المنهج المسحي " من أنسب المناهج العلمية ملائمة للدراسات الوصفية بصفة عامة، ذلك أن المنهج يهدف إلى تسجيل و تفسير الظاهرة في وضعها الراهن بعد جمع البيانات اللازمة و الكافية عنها و عن عناصرها من خلال مجموعة من الإجراءات المنظمة التي تحدد نوع البيانات و مصدرها و طرق الحصول عليها"¹.

6- أدوات البحث:

أما عن الأدوات المستعملة، فقد تم الاعتماد على استمارة الاستبيان كأداة رئيسية لجمع البيانات و المعلومات المستخدمة في البحث، و تم تدعيمها بالملاحظة.

1.6. الاستمارة: اخترنا الاستمارة كأداة أساسية في دراستنا هذه نظرا لما توفره من سهولة جمع المعلومات و البيانات الميدانية عن الظاهرة موضوع الدراسة²، كما تعد هذه التقنية من أكثر التقنيات المرتبطة بالمنهج المسحي و التي تعتبر وسيلة تقصي ملائمة تسمح بالاتصال بعدد كبير من الأفراد في وقت قصير بهدف الحصول على معلومات دقيقة و غالبا ما تكون غير قابلة للملاحظة، كما أنها تمتاز بسرعة التنفيذ و قلة التكلفة³.

يعرف محمد عبد الحميد الاستمارة على أنها "أسلوب لجمع البيانات تستهدف استثارة الأفراد المبحوثين بطريقة منهجية، و مقننة لتقديم حقائق أو آراء أو أفكار معينة في إطار البيانات المرتبطة بموضوع الدراسة، و أهدافها دون تدخل من الباحث في التقدير الذاتي للمبحوثين في هذه البيانات و يتم تنفيذها عن طريق المقابلة الشخصية أو إرسالها إلى المبحوثين عن طريق البريد العادي أو عبر الانترنت"⁴.

1. محمد عبد الحميد، دراسة الجمهور في بحوث الإعلام، عالم الكتاب، القاهرة، سنة، 1993، ص، 122.

2. مورييس أنجرس، منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية، تدريبات علمية، ترجمة بوزيد صحراوي، كمال بوشرف، سعيد سعنون، الجزائر: دار القصة للنشر، 2004، ص 2.

3. محمد عبد الحميد، مرجع سابق، ص، 183.

4. أحمد بحوش، موسى معيرش، مدخل إلى المنهجية العامة، الجزائر: دار الكتاب الحديث، 2009، ص، 117.

بخصوص موضوع بحثنا الذي ارتبط بآثار مواقع التواصل الاجتماعي على الشباب من خلال عينة من مستخدمي الفيسبوك بولاية البليدة فقد ارتأينا إعداد استمارة من عدة محاور لتناسب المقاربات التي اعتمدنا عليها في تفكيك جوانب هذا الموضوع.

تضمنت الاستمارة التي قمنا بتصميمها من أجل المستخدمين أربعة محاور والتي تضمنت بدورها أسئلة مفتوحة و مغلقة و احتمالات موجهة لمجتمع البحث، حرصنا على ترتيب الأسئلة و توضيحها و إعطائها الصيغة المباشرة دون وضع الفرد المستجوب في حالة من الغموض أو الحرج و تم تجريبيها ميدانيا على عينة مصغرة من المبحوثين ثم تحكيمها من قبل أساتذة محكمين¹ قبل عملية التوزيع النهائية و تضمنت الاستمارة المحاور التالية:

- ✓ **البيانات الشخصية:** وتضمنت المتغيرات التالية: الجنس، السن والمنطقة السكنية.
- ✓ **المحور الأول:** وهي أسئلة عامة كمدخل للاستمارة حول عادات استخدام Facebook مع التركيز على الفيسبوك كبديل اتصالي لدى الشباب الذين شكلوا عينة الدراسة، من خلال طرح 8 أسئلة.
- ✓ **المحور الثاني:** تمحورت أسئلة هذا المحور حول إدراك الشباب للعلاقة بين المجالين العام والخاص وإمكانية الفصل بينهما في استخدامهم لموقع Facebook واشتمل على 12 سؤالا.
- ✓ **المحور الثالث:** خصصنا هذا المحور لأشكال استعراض الذات لدى الشباب الجزائري خصوصا بما يتعلق بصور السلفي التي تلقى استخداما كبيرا لدى الشباب عبر الفيسبوك، عن طريق طرح 12 سؤالا.
- ✓ **المحور الرابع:** تضمن المحور جملة من الأسئلة لتبيان مدى إدراك الشباب لآثار انتهاك خصوصيتهم والآثار المترتبة عن ذلك من خلال طرح 12 سؤالا.

2.6 الملاحظة المباشرة:

¹ الأساتذة المحكمين هم: لأستاذ/ بلقاسم يلروان، أستاذ التعليم العالي بكلية علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر 3، والأستاذ/ عبد الفتاح أبي ميلود أستاذ التعليم العالي بكلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، ألسرايه الهادي، أستاذ محاضر، قسم علم النفس، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة.

استعملنا هذه الأداة لمتابعة استخدام أفراد العينة للإنترنت بمقاهي الإنترنت بولاية البليدة كمرحة أولية وملاحظة كيفية تعاملهم وتصفحهم فقمنا باستخدام الملاحظة العلمية بدون مشاركة، وذلك من أجل الوصول إلى نتائج غير خاضعة لأدوات القياس، وتستند هذه العملية على قيام الباحث بملاحظة الظواهر أثناء حدوثها بصفة تلقائية ودون تدخل، وهذا من خلال القيام بملاحظة التصرفات عن قرب كما تعتمد العملية على المتابعة بعيدا عن المشاركة مع تسجيل المواقف وردود الأفعال.

تعرف الملاحظة بأنها "عملية مراقبة أو مشاهدة الظواهر والمشكلات والأحداث ومكوناتها المادية والبيئية، متابعة سيرها واتجاهاتها وعلاقاتها، بأسلوب علمي منظم ومخطط بقصد تفسير وتحديد العلاقة بين المتغيرات والتنبؤ بسلوك الظاهرة وتوجيهها لخدمة أغراض الإنسان وتلبية احتياجاته"¹، وتعتبر الملاحظة "من إحدى أهم الطرق العلمية للكشف عن كينونة الظواهر بصفة دقيقة عن طريق المشاهدة الدقيقة، من أجل الوصول إلى الخصائص والعوامل المتحركة في الظاهرة كما تتطلب الوقوف على الأشياء والتمعن فيها بواسطة استخدام مختلف الحواس"².

7- مجتمع البحث وعينة الدراسة:

تتميز بحوث الاعلام والاتصال بتعاملها مع قاعدة معرفية كبيرة يكون أساسها الجمهور الذي يتسم باتساع انتشاره الزماني والمكاني، فاستعمال المنهج المسحي الذي يرتبط ارتباطا وثيقا بنظام العينات يتطلب الإلمام بهذه القواعد المعرفية عن طريق الرصد الكامل لمفرداتها وهذا نظرا للاستحالة القيام بالمسح الشامل لكونه يتميز بضخامة العدد من جهة والتشتت من جهة أخرى، بناء على ذلك يقوم الباحث باختيار أقل عدد من أفراد مجتمع البحث لدراسة خصائصه استنادا للعينة المستعملة.

1. محمد محمود الذنبيات وآخرون، منهجية البحث العلمي، القواعد والمراحل والتطبيقات، الطبعة الثانية، بيروت، دار وائل للنشر، 1999، ص7.

2. عناية غازي، منهجية إعداد البحث العلمي، الأردن، دار المناهج للنشر والتوزيع، 2008، ص202.

انطلاقاً من موضوع الدراسة التي تبحث في آثار مواقع التواصل الاجتماعي على الشباب الجزائري، و تركيزنا على Facebook كمجال بحث للعلاقة بين التخلي عن الخصوصية في الفضاء الافتراضي و المشاكل النفسية و الاجتماعية المترتبة أصلاً عن التداخل بين المجالين العام و الخاص على الانترنت، قمنا في الجانب التطبيقي بتحديد مجتمع البحث في مستخدمي موقع Facebook الشباب القاطنين بولاية البليدة نظراً لقابلية الدراسة و تسهيل عملية توزيع و استرجاع الاستثمارات مع إمكانية الاحتكاك المباشر مع هؤلاء على مستوى مقاهي الانترنت المنتشرة عبر تراب الولاية و التي شكلت مجالاً لدراستنا.

مجتمع البحث في لغة العلوم الإنسانية، هو "مجموعة منتهية أو غير منتهية من العناصر المحددة مسبقاً و التي تركز عليها الملاحظات"¹، كما يعرف على أنه "مجموعة عناصر لها خاصية أو عدة خصائص مشتركة، تميزها عن غيرها من العناصر الأخرى التي يجري التقصي أو البحث عنها"².

نظراً لاستحالة دراسة كل مجتمع البحث في البحوث الإنسانية يلجأ الباحث دوماً إلى العينة كأسلوب لإجراء الدراسة بدلاً من المجتمع الكلي و التي تعرف على أنها "عبارة عن مجموعة جزئية من مجتمع البحث يتم اختيارها بطريقة معينة، و إجراء الدراسة عليها من ثم استخدام تلك النتائج و تعميمها على كامل مجتمع الدراسة الأصلي"³.

اعتمدنا في دراستنا هاته على العينة القصدية أين يختار الباحث عمداً الأفراد المبحوثين بما يتناسب مع تحقيق هدف بحث معين، حيث يقوم الباحث باختيار مفردات عينة المبحوثين في ضوء انطباق سمات أو خصائص معينة عليهم، وتستبعد المفردات التي لا تتوفر فيها هذه السمات هذا النوع من العينات لا يخضع إلى قوانين الإحصاء ولا إلى الصدفة بل إلى مواصفات يضعها الباحث للغرض الذي يخدم بحثه سنحاول أن نجعلها

1. **ANGERS. Maurice**, Initiation Pratique à la Méthodologie des Sciences Humaines, Alger : casbah édition, 1997, P, 226.

². المرجع السابق، ص، 229.

³. محمد عبيدات وآخرون، البحث العلمي، أدواته وأساليبه، عمان، دار الفكر للطباعة والنشر والتوزيع، 1998، ص، 74.

ممثلة لمجتمع البحث قدر الإمكان وذلك بإتباع الإجراءات المعمول بها في مثل هذا النوع من العينات.

لا يمكن تحديد الحجم اللازم لعينة من العينات بقواعد جامدة، لأنه يتغير من حالة إلى أخرى حسب طبيعة المجتمع المدروس وأسلوب دراسته وموضوع البحث ومدى وفرة المال والوقت.

بلغ حجم العينة 500 مفردة من الشباب المستخدمين لموقع Facebook بولاية البلدية وقد تم توزيع الاستمارة في الفترة الممتدة ما بين 1 مارس إلى 30 أبريل 2016 على مستوى مجموعة من مقاهي الانترنت التي تم انتقائها بعد الاتصال بمديرية التنظيم والشؤون العامة، و مديرية البيئة لولاية البلدية، و قد اعتمدنا مبدئين أساسيين في التوزيع، ترك مجموعة من الاستثمارات لأصحاب مقاهي الانترنت حتى يتسنى لهم التوزيع، أو تسليم الاستثمارات من طرفنا مباشرة والبقاء مع المبحوثين لتقديم التوضيحات و الشرح مع تفادي توزيع الاستثمارات في نفس الأوقات حتى لا نلتقي بنفس الأشخاص.

نظرا لأهمية متغير الدراسة المرتبط بالمنطقة السكنية¹، وبعد الاتصال بمصالح مديرية التنظيم والشؤون العامة و مديرية البيئة لولاية البلدية، تم تزويدنا بقائمة نوادي الانترنت المرخصة بالنشاط على مستوى الولاية والتي تضم 10 دوائر و26 بلدية، و قد سجلنا الانطباع الأول وهو أن بعض البلديات (الريفية) لا تتوفر على أي مقهى أنترنت و عليه أعادنا تقسيم هذا المتغير إلى ثلاثة اقسام (حضرية، شبه حضرية و ريفية) و قد تمكنا من توزيع الاستثمارات وفق هذا التقسيم، و قد شملت عملية التوزيع الدوائر التالية: البلدية، أولاد يعيش، بوفاريك، بوعينان، العفرون، موزاية، الأربعاء، مفتاح، وادي العلايق، بوقرة، بمعدل 50 استمارة في كل دائرة.

1 . لقد حفزنا هذا المتغير لاعتماد مقاهي الانترنت كفضاء للقاء الشباب الذين شكلوا عينة الدراسة، وعلى العموم طريقة الربط بالانترنت غير مهمة (في المنزل، في المكتب، أو مقهى الانترنت أو حتى عن طريق الهواتف الذكية) فالمهم أن يكون المبحوث من مستخدمي موقع Facebook، كما أن متغير المنطقة الجغرافية يختبر لنا العلاقة الممكنة بين طبيعة المنطقة التي ينتمي إليها المبحوث ومستوى الحفاظ على الخصوصية، وهو ما نراه مهما لدراستنا.

هكذا وبعد إبرازنا لأهمية الموضوع واشكاليته المتعددة الأبعاد، وتقديمنا للخطوات المنهجية التي ستتبعها هذه الدراسة سنستعرض فيما يلي الفصول النظرية التي تشمل العلاقة بين مواقع التواصل الاجتماعي والفضاء العمومي الافتراضي، وخصائص شباب موقع Facebook في المجتمع الافتراضي وحقيقة الهوية الرقمية بين أشكال عرض الذات والبيانات الشخصية.

الفصل الأول

مواقع التواصل الاجتماعي والفضاء العمومي الافتراضي

تمهيد:

سيطرت وسائل الاعلام التقليدية لعقود طويلة على المشهد الإعلامي والاتصالي في المجتمعات البشرية، غير أن هذه السيطرة عرفت تراجعاً خلال السنوات الأخيرة مع ظهور خدمة الجيل الثاني للإنترنت و انتشار ما اصطلح على تسميته بالإعلام الجديد الذي أعاد تشكيل خارطة العمل الإعلامي و الاتصالي بما تحمله من خصائص: الانتشار، الوصول السريع، التفاعلية و انخفاض التكاليف، فهو إعلام تعددي، متعدد الوسائط، لا يعتمد على الوساطة و الطابع المؤسسي الذي يضبط عملية النشر، و قد أسس هذا الشكل الجديد مجتمعاً متفاعلاً يتبادل عبره الأعضاء الآراء و الأفكار دون حدود.

استقطب الاعلام الجديد عبر هذه الخصائص جمهوراً واسعاً، وجد في هذا الشكل الجديد بديلاً عن الفاعلين في المجال السياسي والاجتماعي للقيام بالوساطة بين المواطن ومختلف الهيئات بعد تراجع الثقة فيها، فقد وفر هذا الفضاء الجديد فرصاً كثيرة للتواصل والنقاش و بلورة توافقات عن الرأي العام النشط و توجيه النقاش السياسي والاجتماعي في المجتمع من أجل تعزيز المشاركة العامة، وترشيد مدخلات صناعة القرار، وصولاً إلى دعم كفاءة الفعل الديموقراطي من خلال تعزيز القيم السياسية في المجتمع، مثل الديمقراطية، الحرية، المواطنة السياسية والمشاركة السياسية والمساعدة في توسيع دور وعدد المشاركين في قضايا بناء الرأي العام، وتشكيل درجة الوعي السياسي، بما يسمح للأفراد بالمبادرة لتنمية معارفهم وآرائهم بنفسهم دون اللجوء إلى مؤسسات الدولة الرسمية والاعلام الحكومي أو الاعلام الخاص وحتى مؤسسات التنشئة الاجتماعية التقليدية.

بدأ الانتقال من حالة الرأي إلى إثارة الحوار والنقاش حول القضايا العامة، ومن هنا تظهر قدرة الاعلام الجديد في توسيع مفهوم المشاركة من خلال إعادة تعريف العام ليضم كافة التفاعلات اليومية المرتبطة بالتأثير على بنية القوة في المجتمع والتأثير على توزيعها وكذلك في كسر الحواجز بين العام والخاص وبين النخبة والجماهير وبين الفرد والدولة.

لكن الملاحظ أن الفضاء العمومي الافتراضي كمصطلح ورغم تدعيمه للقيم السياسية الديمقراطية ينطوي على تناقضات بين القيمة السياسية وفيها داخل المجال نفسه أو حتى في تسربه للواقع فقد نجد فيه السلوك الديمقراطي وغير الديمقراطي، فقد نجد في نفس الوقت المشاركة السياسية في الفضاء الافتراضي واللامبالاة في الواقع.

المبحث الأول: المقاربات النظرية لمفهوم الاعلام الجديد وخصائصه

من الصعب تقديم تعريف محدد للإعلام الجديد الذي على الرغم من ثرائه التقني وأهميته السياسية، الاقتصادية، الثقافية و الاجتماعية، لا يزال التنظير حوله متأرجحاً بين العلوم الانسانية و نظريات الاعلام و الاتصال، حيث يصفه قاموس التكنولوجيا الرفيعة High-Tech Dictionary بأنه "اندماج الكمبيوتر و شبكات الكمبيوتر و الوسائط المتعددة" هذا من الناحية التقنية، أما من ناحية الاستخدامات فهو يعرف على أنه "مجموعة هويات اجتماعية ينشئها الأفراد أو منظمات لديها روابط نتيجة التفاعل الاجتماعي و يمثلها هيكل أو شكل ديناميكي لجماعة اجتماعية"، ويعتبره بعض الباحثين على أنه "طرق جديدة في الاتصال في البيئة الرقمية بما يسمح للمجموعات الأصغر من الناس بإمكانية الالتقاء والتجمع على الانترنت، و تبادل المنافع والمعلومات، وهي بيئة تسمح للأفراد والجماعات بإسماع صوتهم و صوت مجتمعاتهم إلى العالم أجمع"¹.

1 . خالد بن عبد الله، الإعلام الجديد وتأثيراته في تشكيل الرأي العام، بحث في الإطار النظري، المنتدى السنوي السادس للجمعية السعودية للإعلام والاتصال، جامعة الملك سعود، الرياض، أبريل، 2012، ص، 52.

يتميز الإعلام الجديد بمجموعة من المميزات¹ تجعله مختلفا بشكل كبير، فهو يتميز بالتواصل الشبكي المتداخل الذي يسمح بالتواصل من عدة نقاط إلى عدة نقاط أخرى، و ليس فقط من نقطة واحدة إلى عدة نقاط، كما هو الحال في الاتصال الجماهيري التقليدي، كما يعتبر من أكثر الأنواع سهولة في الوصول و الدخول من قبل الأفراد المستخدمين ليقوموا بنشاطهم كمرسلين و مستقبلين و منتجين، الشيء الذي يمكنهم من التفاعلية و هي قدرة المستخدم على المشاركة في إنتاج المحتوى الاتصالي، و يتفق الكثير من الباحثين على أن هذه الخاصية هي من أهم ما يميز الاعلام الجديد، و ذلك بسبب التنوع الغزير في المحتوى مقارنة بالإعلام التقليدي المحصور بأنواع و أنماط محددة من المضامين الإعلامية، مما سمح بتعدد الاستخدامات و خاصية الانفتاح على كل ما هو جديد موضوعيا و فنيا في محتوى و شكل المواد الإعلامية، هذه الخاصية الأخيرة التي كانت نتيجتها سعة الانتشار و التحرر من المكان و عدم ارتباط الاعلام الجديد بمنطقة جغرافية معينة، أي أنه يتخطى حواجز الزمان و المكان.

إستقر الوضع في الآونة الأخيرة عند الكثير من الباحثين على اطلاق مصطلح الاعلام الجديد على مجموعة من التقنيات و التطبيقات التي تتصف بالصفات المذكورة أعلاه، و تلقى إقبالا كبيرا لدى الجمهور في استخدامها و الاستفادة منها، وأهم هذه التقنيات و التطبيقات ما يأتي عن طريق الانترنت خاصة في تطبيقاتها العامة و التفاعلية مثل الأخبار الالكترونية، و تطبيقات الارسل الإذاعي و التلفزيوني و المنتديات و مجموعات النقاش و محركات البحث و مواقع التواصل الاجتماعي مثل Facebook و Twitter، و أهم ما يميز هذه الوسائل أنها يمكن أن توصف بأنها وسائل اتصال شخصية لأنها تعطي للمستخدم القدرة على السيطرة و التحكم في شكل و نوعية المحتوى و توقيت الاتصال الذي يرغب بالمشاركة به.

1. نظرية المجال العام وتكنولوجيا الاتصال الحديثة:

1 . **JOHNSON, James**, Public Sphere, Postmeclernism and Polimic, the American Political Science, 2007, Vol, 88, N° 2, p, 428.

صاغ HABERMAS Jürgen نظرية المجال العام سنة 1962 وشرح من خلالها نشأة و تكون الرأي العام و حالة الرأي، و قد أكد أن المجال العام هو المجال الذي يتوسط مجال السلطة العامة و الحكومة و المجال الخاص الذي قد يركز على الأسرة والشؤون الخاصة للأفراد، و قد نشأ المجال العام في المجتمعات البرجوازية الأوروبية التي كانت تمارس فيها المناقشات حول السياسات الحكومية، و في رحابه تتبلور اتجاهات الرأي العام، و قد عرف HABERMAS Jürgen المجال العام بأنه مجتمع افتراضي أو خيالي ليس من الضروري أن يتواجد في مكان معروف أو مميز (في أي فضاء) فهو مكون من مجموعة من الأفراد لهم سمات مشتركة مجتمعين مع بعضهم كجمهور، ويقومون بوضع وتحديد احتياجات المجتمع مع الدولة، فهو يبرز الآراء والاتجاهات من خلال السلوكيات و الحوار و التي تسعى للتأكيد على الشؤون العامة للدولة و هو شكل مثالي¹.

و قد أشار HABERMAS Jürgen إلى أن نجاح المجال العام يعتمد على مجموعة من العوامل و هي²:

- الثقة والوضوح والصدق في المضمون الإعلامي.
- مدى الوصول والانتشار.
- رفض الاستراتيجية (كل الأفراد متساوون في المشاركة).
- وجود سياق اجتماعي ملائم.
- درجة الحكم الذاتي (الحرية والتخلص من السيطرة والهيمنة والاجبار).

كما تفترض نظرية المجال العام أربع سمات رئيسية تميز الاتصال عبر ما أطلق عليه HABERMAS Jürgen الشأن العام و هي القدرة على الوصول إلى دائرة الاتصال

¹ . زكرياء نرمين، الآثار النفسية والاجتماعية لاستخدام الشباب المصري لمواقع الشبكات الاجتماعية، المؤتمر العلمي الأول، الأسرة والاعلام وتحديات العصر، الجزء الثاني، كلية الاعلام، جامعة القاهرة، 2009، ص، 72.

² . HABERMAS, Jürgen, *the public sphere*, In Mukerji, C.; Schudson, M.(Ed.): Rethinking popular culture. Contemporary perspectives in cultural studies. Berkeley/Los Angeles: University of California Press 1991, pp, 398-404.

و الحرية التي يتمتع بها الأفراد في الاتصال داخل هذه الدائرة و بنية المناقشة، و طرح خطاب مبرر بأدلة إقناعيه محددة¹.

لقد ساهمت الثورة الاتصالية الكبرى والتكنولوجيا الجديدة لوسائل الاعلام الالكترونية وعلى رأسها الانترنت في ظهور فضاء عام اجتماعي جديد يخضع لمثالية HABERMAS Jürgen، و الذي يعتمد على أن يكون الرأي العام حرا في حركة المعلومات وتبادل الأفكار بين المواطنين، فالانترنت تقدم إمكانيات جديدة مقارنة بوسائل الاعلام التقليدية، فهي تجعل من السهل نشر المعلومات بشكل كبير بين الأفراد، و تؤكد نظرية المجال العام على أن وسائل الاعلام الالكترونية تخلق حالة من الجدل بين الجمهور تمنح تأثيرا في القضايا العامة و تؤثر على الجهة الحاكمة، ويمكن رؤية المجال العام كمجال حياتنا الاجتماعية، والذي من خلاله يمكن تشكيل الرأي العام، و يؤكد HABERMAS Jürgen على إمكانية خلق حوار خارج سيطرة الحكومة و الاقتصاد من خلال نظريته، فضلا عن التأثير السياسي للانترنت بين الأفراد، فلانترنت دور في تحقيق الديمقراطية، حيث ينظر إليها في المجال العام كمحيط سياسي.

ومن أهم السمات التي حددها HABERMAS Jürgen للمجال العام ما يلي:

- المجال العام حيز من حياتنا الاجتماعية يمكن من خلاله أن يتم تشكيل ما يقترب من الرأي العام.
- المجال العام ينشأ من ناس خصوصيين، يجتمعون معا كجمهور ليتناولوا احتياجات المجتمع من الدولة.
- المجال العام هو مجموعة من الأشخاص يستفيدون من عقلانيتهم وتفكيرهم في مناقشة المسائل العامة.

فالمجال العام، هو تلك المساحات التي يقوم فيها الأعضاء بتناول ما يفضلونه، ويصلون لقرار في "كيف سيعيشون معا بشكل جماعي خلال المستقبل"، كما أن هناك

1 . حاتم سليم العلوانة، دور مواقع الاتصال الاجتماعي في تحفيز المواطنين الأردنيين على الحراك الجماهيري، ورقة مقدمة للمؤتمر العلمي السابع عشر بعنوان "ثقافة التغيير"، كلية الآداب، جامعة فيلادلفيا، عمان الأردن، فيفري 2012، 65.

ثلاثة مظاهر تميز المجال العام أولها أن المشاركة فيه مفتوحة، وثانيها أنه يساوي بين مواقع وأدوار الأطراف المشاركة فيه بصرف النظر عن أوضاعهم الاجتماعية والاقتصادية، وثالثها أن أي قضية فيه تكون قابلة للنقاش.

2. الفضاء العمومي:

إن عهد الثورات الديمقراطية قد أنشأ مجالاً عاماً للنقاش، ويعود هذا المفهوم إلى الفيلسوف الألماني KANT, Emmanuel الذي استعمل تعبير "الاستخدام العمومي للعقل" في القرن الثامن عشر، للتعبير عما نقوم به أمام الجمهور أو تأدية وظيفة عمل معينة أضمن تجمع عائلي ويتطلب الاستخدام العمومي بحسب KANT, Emmanuel فضاء عام يسمح بذلك وهو الفضاء العمومي¹.

يمكن للمواطن العادي عبر هذا الفضاء أن يسهم في الجدل السياسي الدائر، كما يمكنه الاعتراض على كل سلطة، لذا يعتقد HABERMAS Jürgen أن "الفضاء العمومي قد لعب منذ بداية تطوره دوراً نقدياً للشرعية و الديمقراطية و ارتبط تطوره بتحديث المجتمعات: كما عبر عن نفسه في البداية خصوصاً في الصحف، لإحلال التواصل بين مختلف فئات المجتمع، و بالضبط تعريف صانعي القرار باحتياجات و مصالح ممثلي المجتمع المدني البرجوازي"².

من هنا بتنا نلمس تحولات تاريخية لما أصبح يعرف "بالفضاء العمومي"، من حقل للتداول العقلاني كما تبلور في عصر التنوير، و الثورتين الأمريكية و الفرنسية، إلى ميدان لإنتاج الرأي العام (صناعة الثقافة) و التضليل الجماهيري، و ذلك كله راجع إلى التأثيرات بسبب الثورة الإعلامية الراهنة، و سيطرة الروح السلبية، لذا نجد كتاب الفضاء العمومي³، لـ HABERMAS Jürgen يسطر نوعاً من السمات لتكوين الفضاء العمومي المعاصر ووضعيته اليوم تحت إمبراطورية الاعلام، أين أصبح ضحية المنطق التجاري الخالص،

¹ . حسن مصدق، بورغن هابرماس، النظرية النقدية التواصلية، المركز الثقافي العربي، ط1، الدار البيضاء، 2005، ص، 7.

² . HAESLER, Aldo, *Sociologie de l'argent et postmodernité*, Paris, Droz, 1995, p, 48.

³ . HABERMAS, Jürgen, *L'espace public*, archéologie la publicité comme dimension constitutive de la société bourgeoise, Tr de DE LAUNY, Marc-B, Ed. Quaderni, 1992, p, 226.

وتحول من مكان يمارس فيه المواطنين الفاعلين النقد ليصبح شيئاً فشيئاً مكان سلبي للاستهلاك¹.

فالشركات الإعلامية العملاقة أشاعت حب الاستهلاك، لتحول الفضاء العمومي من حقل للتحاور العقلاني و التعبير الحر المباشر لحاجيات و مصالح الأفراد و الجماعات، إلى حقل يتحكم فيه السياسي و التجاري، و لم يعد الرأي العام سوى مكان اختبار لما أضحي يسمى باستطلاعات الرأي " و منظومة الدعاية و الاعلام التي تستخدمها المؤسسات للسيطرة على الرأي العام"²، ففي عمق الاعلام الموجه ليس الرأي العام هو الذي يتحكم و إنما إجماع معد سلفاً للقبول، فهناك مناخ للرأي العام، يقوم بدور التوجيه قبل كل شيء بعمل نفسي-اجتماعي يسمح بوضع معروض يظهر على أنه هو المستهدف الأنسب بتوجيهه لواعي بدون أن يقوم بإكراه و إنما فقط بلعبة نفسية³.

التسويق و المنطلق الجديد المفروض على الفضاء العمومي لم يعد ساحة للاجتماع العقلاني المستند للمجادلة، الحجاج و التفكير التأملي، بل أضحي بضاعة من مصانع و مخابر الاعلام المزدوج التوجيه (السياسي و الاقتصادي) وهذا ما يعبر عنه مثلاً في أزمة الصحف اليومية في ألمانيا سنة 2002، التي برزت إثر انهيار سوق الاشهار التي أدت إلى بيع أفضل يوميتين و طنيتين و غيرها من الصحف إلى مستثمرين، و هناك من برر ذلك بحجة سيرورة الأعمال، فالإعلام يلبي حاجيات الناس بالمعلومات و في نفس الوقت يحقق أرباحاً، مما دفع إلى القلق حول مصير حرية التعبير و التخوف من منطلق السوق⁴.

لم يعد يفهم "الفضاء العمومي" على أنه الوساطة بين المجتمع المدني و الدولة، أي الوسيط بين المصالح العامة و الخاصة (المصالح المتضاربة و المصالح العام)، و الانفتاح على الممارسة الديمقراطية، بل بات يعبر عنه على أنه غزو الشركات الإعلامية للمجال

1. HAESLER, Aldo, op.cit. p, 48.

2. عمر مهيب، البعد الفلسفي لإشكالية الدعاية عند هابرماس، مجلة نزوى، ص، 23.

3. HABERMAS, Jürgen, op.cit. p, 226.

4. HABERMAS, Jürgen, Il faut sauver la presse de qualité, Traduit de l'allemand par BOUCHINDHOMME, Christian, mardi 21 /05/2007, sur : http://www.lemonde.fr/idees/article/2007/05/21/il-faut-sauver-la-presse-de-qualite-par-jurgen-habermas_912817_3232.html, consulté le : 02/02/2016 à 14 :50.

العام والحياة اليومية، ما يجعلها خارج إطار النقاش والاختيار، بل يحدد مصيرها عقل أداتي يخدم السوق والإدارة، فصرنا خاضعين لأطر معرفية يتحكم فيها ما يعرف بالخبراء بعيدا عن كل حس انساني.

عالج HABERMAS Jürgen قضية التحولات البنوية للأوضاع الاجتماعية في كتاب خصصه له بنفس الاسم، إضافة إلى الجزء الثاني من كتابه "نظرية الفعل التواصلي" فيروي انطلاقة "مع القرن 17 في بريطانيا و 18 في فرنسا"¹، اللذان شهدا تحولا بنويا للمجتمع البورجوازي الأوروبي، و يظهر ذلك مع الثورة الفرنسية حين أصبح هناك حافظ لحركة تسييس المجال العمومي قبل أي شيء من طرف الأدبيات والنقد الفني.

لا ينطبق هذا فقط على فرنسا وإنما كذلك في ألمانيا، أي تسييس الحياة الاجتماعية وانطلاقة التعبير عن الرأي، ومقاومة الرقابة لأجل حرية التفكير وهي ما تميز التحول الوظيفي للشبكة التواصلية العمومية لتمتد حتى أواسط القرن التاسع عشر²، أما في القرن الثامن عشر اتضح حيز بين المجال العام والخاص، أي برز التمييز بين الدولة من حيث هي سلطة، والفرد من حيث أنه حياة خاصة وعائلية، وبينهما تشكلت مساحة عمومية للحياة الاجتماعية.

أبرز ملامح التحول من الحكم الفردي إلى أنظمة ديموقراطية، هو حرية الملكية الفكرية داخل الرأسمالية، الطباعة وانتشار وسائل الاعلام وسهولة الاتصال في مجتمع بورجوازي منفتح عقليا وأخيرا ظهور المؤسسة كالجامعة تسمح بالتحاور والتلاقي، ويمثل كل هذا التحول حسب HABERMAS Jürgen لحظة المرور إلى المجتمع الحداثي المتميز بانبثاق شكل جديد للسلطة، إنها سلطة التواصل "والسلطة التواصلية هي بديل لسلطة التقاليد والنظم الاجتماعية القديمة، وهي سلطة الحجة الأفضل، كمبدأ حوارى لصدقية القضايا المعالجة"³.

¹ . عمر مهيل، المرجع السابق، ص، 24.

² . HABERMAS, Jürgen, L'espace public, op.cit. p, 4.

³ . MIGUELEZ, Roberto, les règles de l'interaction, essai en philosophie sociologiques, l'université Laval/ l'Harmattan, 2001, p, 270.

طغت في المجتمعات الحديثة مفاهيم المجال العام والرأي العام (الشؤون السياسية العامة التي تهم المواطنين)، أين يدار النقاش بصورة سلمية فتمون فضاء خطابي جديد عقب التحولات الجذرية التي قامت بها البورجوازية حين قلبت رأسا على عقب شروط الإنتاج الإقطاعية، وهذا الفضاء الخطابي المسمى المجال العام لم يكن موجودا، لا في مجتمع العصور الوسطى ولا الإقطاعي، فالملكية المطلقة وسلطة الكنيسة تمنعان الخوض في الشؤون العامة، وبسبب المنع والتحریم غاب حيز التعبير.

إن تكوين و نشأة الفضاء العمومي ليست سياسية فقط لكن كذلك اقتصادية فمع بداية الرأسمالية في القرن السادس عشر ظهر نشاط تجاري مزدهر بين المدن الأوروبية وأصبح للمدن أسواق، بنوك و تبادلات مالية مما ساعد على ظهور البريد و الصحف لنقل منشورات تجارية محضة للاتصال الدائم تقدم معلومات عن الأسواق و البنوك... الخ¹، وبداية من القرن السابع عشر تحول هذا النسق المعلوماتي بإنشاء التجار لشركات الخدمات المعلوماتية لمساعدتهم على تتبع أخبار "البورصة" فأصبح البريد و الصحف يقدمان خدمات معلوماتية تجارية على شكل شبكة لخدمة الإداريين و الاقتصاديين في صورة تقارير خاصة²، و بمرور الوقت أصبحت هذه المعلومات و الخدمات عامة لكل الناس لكن هذا لم يتحقق إلا مع نهاية القرن الثامن عشر³.

أمام هذا التداخل بين الفضاء العمومي والمجال العام، يمكن أن نفرق بين المجال العام والمجال الخاص، فهذا الأخير مغلق ينتج ويعيد إنتاج قناعات محدودة متوارثة لا تقبل الطعن أو المراجعة، وهي خارج أي تفكير نقدي، بل هي قناعات يقوم الأفراد بتعزيزها، عكس المجال العام المفتوح القابل للأخذ والرد فهو يتسع للجميع، إلا أنه اليوم أكثر تطورا فبالإضافة للصحف والمجلات هناك الانترنت والفضائيات وغيرها.

أما الفضاء العمومي فهو مساحة مفتوحة للجميع على اختلاف انتماءاتهم الطبقية والعرقية والدينية، فالكل له الحق والقدرة على الانخراط في النقاشات الحرة النقدية العقلانية

1 . HABERMAS, Jürgen, l'espace public, op.cit. p, 27.

2 . ibid, p, 27.

3 . ibid, p, 27.

للشأن العام التي تتم على قاعدة ما اسماه HABERMAS Jürgen "بالعالم المعيش"، الذي يعد "أفق للفعل تجد فيه الذوات نشاط تواصل يبحثون فيه جماعيا عن حل لمشاكلهم اليومية"¹.

إن تقوية HABERMAS Jürgen وتعزيزه للفضاء العمومي لهو برنامج وهدف يحاول من خلاله رد الاعتبار للعالم المعيش² المتعلق بالأفعال البشرية، أين تتواجد القيم والمثل التي يتم تمريرها عبر الاتصال البشري (التفاعل الداخلي بين الذوات)، وفي نفس الوقت التخلص من استعمار عالم الانساق الخاضع لجملة إملاءات تقوم وظيفتها بحسب عقلانية أدواتية، ونموذج السوق هو المعبر عنها.

يهدف الفضاء العمومي إلى استبدال العقلانية الأدواتية بأخرى تواصلية تستهدف عقلنة الحياة الاجتماعية على أساس وظيفة التفاعل، لأن العقل لم يستنفذ بعد كل طاقاته للقيام بمراجعة ذاته، وتصحيح مساراته ليصبح في خدمة الانسان يستهدف تحرره وتفعيل بنيات تواصلية للفضاء العمومي.

إن الفضاء العمومي يجعل من مبدأ الحرية والديموقراطية للمواطن العادي لا تنتهي بالانتخابات ولا تتحدد بالبرلمانات فقط، بل تتسع زمانيا، مكانيا وتمثيلا لتطال الكل، وطيلة الوقت وفي كل مكان لأن النقاش والتوجيه معممين.

إن الفضاء العمومي من إفراز الدولة الحديثة التي تجد أسسها النظرية في الفلسفة السياسية الحديثة، أي مع ولادة المجتمع المدني الذي وضع القوانين التي تضبط فضاء العمل والإنتاج والتبادل وآليات الدعاية³.

يمكننا وفق ما تقدم أن نلمس الحرية المتزايدة "للفضاء العمومي" فلا هو حكم على فئة ولا على حزب، إذا كان هناك إعلام موجه إلى طبقة عليا ويصل إليها بدرجة كبيرة

¹ . NZUMYA, Emmanuel, Justesse de la norme et éthique de la discussion : Habermas et Thomas d'AQUIN en perspective, Editions L'Harmattan, 2008, p, 25.

² . HABERMAS, Jürgen, op.cit. p, 41.

³ . عبد السلام حيدوري، الفضاء العمومي مطلب حقوق الانسان، هايرماس نموذجا، تصدير عبد العزيز العيادي، ط1، 2009، مكتبة علاء الدين، تونس، ص، 55.

(كالكتب والصحف المتخصصة)، فإن هذه الحالة تختفي عندما يتعلق الأمر بوسائل الاعلام العامة التي تعانق كل الشرائح¹.

وضع HABERMAS Jürgen على عاتقه تكسير النموذج التكنوقراطي الذي يدعي أنه المعبر الأرفع والأصدق عن العلاقة بين المجال السياسي والمعرفي، لدرجة اعتقد الناس بهذا العلوي التقني، ورضخوا لواقع يسير فيه الخبراء حياتهم وسلوكياتهم اليومية.

من هذا المنطلق باتت تطلق تسمية "الفضاء العمومي" على الحيز الفاصل الواقع بين الدولة و المجتمع المدني، و صفة العمومية أخذت معنى دلاليا فيقصد به "عالم القراء أو مكان تجمع الناس لرؤية أو سماع الراوي بالساحة مما يعني اجتماع موجه لقصد معين"²، لكن بداية من القرن الثامن عشر أصبح يحمل دلالتين: الانفتاح على كل المواطنين من جهة و من جهة أخرى السعي للصالح العام، عبر نقد ممارسات السلطة.

غير أن هذا لا يعني أنه خصم للسلطة السياسية، بل بالعكس إن هذه الأخيرة تستمد مشروعيتها منه، و يمكنها من الاستماع إلى الإدارة العامة (طموحات المواطنين)، فالإدارة العامة غير موجودة سلفا، و إنما هي حلقة نهائية لسلسلة من النقاشات الحرة، لذلك يحذر HABERMAS Jürgen من استطلاعات الرأي و صبر الآراء كما هي شائعة اليوم لأنها لا تعبر عن حقيقة الأمر³.

يمكننا مما تقدم التفرقة بين ذاتية الدولة المحكومة بمنطق الاخضاع و عقل المجتمع المدني المحكوم بمنطق التعايش والصالح العام (تفاعلية)، فعلى الثاني توجيه الأول وليس العكس، ويفرق هنا HABERMAS Jürgen بين الفضاء العمومي والبرلمان، ولو أنهما يظهران متشابهان في مستوى الفاعلية غير أن الفضاء العمومي أوسع ولا يخضع لقانونية ونسق البرلمان الذي يتحول بهذا إلى مجرد مؤسسة داخل الدولة، في حين أن الفضاء العام

1 . HABERMAS, Jürgen, L'espace public, op.cit. p, 199.

2 . ibid, p, 26.

3 . نفس المرجع ص، 36.

خارج محيط الدولة وذو طابع مباشر ويومي دائم وغير محدود الأعضاء ومفتاح الولوج إليه بسيط وهو اللغة.

من هنا تظهر ثلاثة وسائل: نسق الدولة الذي يعمل كوسيط بطابعه الإداري، و نسق السوق يستعمل وسيط المال بطابعه الاقتصادي، أما المجتمع فيستعمل وسيط التفاعل التواصلي الذي يحكم الفضاء العمومي، و أمام تعدد الوسائط يعترف HABERMAS Jürgen بخطورة تضخم الجمعي على حساب الخاص و ديكتاتورية الفضاء العمومي مقابل تراجع الفضاء الخاص بسبب التكنوقراطية¹.

في المقابل لم يوافق هذا الطرح كل المفكرين ومنهم FRASER, Nancy التي تشير إلى مصطلح "الجماهير المتعددة" بدل "الفضاء العمومي"، لأن التمايزات والفروق الاجتماعية، لا تسمح بوجود فضاء عمومي واحد، فالمجتمعات الرأسمالية لها وضع بنائي يحوي تنافس ايدولوجي حاد بين مجموعات مختلفة من الجماهير.

لقد ارتبطت علاقة الاعلام الجديد والمجال العمومي في السياق الغربي بإشكالية الإحياء أي إحياء الاعلام الجديد للنموذج الأصلي للمجال العمومي، ومن ثم استكشاف أصول الحداثة وتجديدها واستكمال مشروعها، فإحياء النموذج الأصلي للمجال العمومي يمكن أن يمثل مخرجا لأزمة الديمقراطية، من خلال تأسيس الديمقراطية التداولية التي تتجسد في الديمقراطية الالكترونية.

أما في العالم العربي، فإن هذه العلاقة تحيل على الإدارة السلطوية للمجال السياسي وأزمتها في تأسيس الديمقراطية وانبعاث المجال العمومي الديمقراطي، الضامن للمواطنة والمشاركة.

في كلتا الحالتين فإن لمفهوم المجال العمومي أهمية نظرية كبرى لدراسة ظواهر الاعلام و الاتصال في علاقتها بالتحويلات السياسية و الثقافية، كما يشكل مفهوم المجال العمومي مدخلا هاما لفهم العلاقة بين الاعلام التقليدي و الإعلام الجديد، إذ يمكن أن نفكر

¹ . GANTY, Etienne, *Penser la modernité, Essai sur Heidegger, Habermas et Éric Weil*, 1^{ère} Edition, Presses universitaires de Namur, 1997, p, 78.

في مستقبل التلفزيون و الإذاعة على وجه الخصوص، من خلال إشكالية المجال العمومي الذي انتظم تاريخيا حول وسائط الاعلام التقليدية منذ الصحافة المكتوبة بل إن مستقبل التلفزيون العمومي مرتبط بقدرته على أن يكون فضاءا عموميا يحتضن النقاش العام والمداولة الديمقراطية كما تؤكد ذلك التجارب الأوروبية.

3. منظور HABERMAS Jürgen للفضاء العام:

ظهرت خلال القرن الثامن عشر في أوروبا الغربية (فرنسا وألمانيا وبريطانيا) فضائات عامة (مقاه، صالونات، مكتبات، نوادي ثقافية، جمعيات فكرية) كان البرجوازيون يتبادلون فيها الرأي ويتناقشون في مسائل تتعلق بالفن والأدب في مرحلة أولى ثم في المسائل السياسية بعد الثورة الفرنسية وتطورت هذه الفضاءات بالتوازي مع تنامي القراء وتبادل الكتب والمجلات والصحف واتسم النقاش في هذه الفضاءات بالتكافؤ والعقلانية، وعلى هذا النحو فإن النقاش العقلاني و الحجاج النقدي يمثلان الواسطة التي يتشكل من خلالها الرأي العام باعتباره المعيار الذي اتفق حوله المتحاورون للحسم في مسائل عملية تتعلق بالحياة العامة و ليس تجميعا للأراء الفردية.

مع انتشار التعليم وتطور الرأسمالية وظهور وسائط الاعلام الجماهيرية وتطور الاشهار وتداخل الأخبار والترفيه وتنامي المركزية في كل المجالات، تحولت الفضاءات العمومية المختلفة التي تكون المجال العمومي إلى فضاء للتأثير السياسي وللتسويق وللبحث عن الهيمنة والولاء، فتحول الاتصال من وسيلة لتحقيق التفاهم والاتفاق والبحث المشترك عن الحقيقة إلى اتصال يسعى إلى تكريس الهيمنة.

في هذا الإطار يعتبر HABERMAS Jürgen وسائط الاعلام تستقطب جمهور المشاهدين والمستمعين ولكنها في الوقت ذاته تسلبهم تلك المسافة التحررية، أي إمكانية الكلام والحجاج والنقض.

إن استعمال جمهور القراء للعقل يندثر لصالح "الآراء حول الأذواق، والميول التي يتبادلها المستهلكون"¹ هكذا فقد الاتصال العمومي جوهره بما أنه وسيلة لإدارة الحياة العامة و فقدت عملية اشهار الآراء براءتها بما أنها كانت تسعى إلى البحث المتعاقد عن الحقيقة، فأصبحت وسائط الاعلام وسيلة لتأمين الولاء السياسي و إغراء الجمهور و حلبة خاضعة للسلطة، حيث لا يهدف الصراع فيها إلى التأثير فحسب، بل كذلك إلى الهيمنة على الاتصال، فنشأت "السلطة الإعلامية كصنف جديد من التأثير و التي عندما تستعمل بشكل تآمري تغتال براءة الأشهار"²، و بصورة عامة و انطلاقا من هذا المنظور الهابرماسي يمكن القول إن المجال العمومي مجال رمزي وسيط بين الدولة و المجتمع³ و هو ليس المجال السياسي (مجال التنافس على السلطة) أو المجتمع المدني.

يجتمع المواطنين في فضاءات المجال العمومي لتبادل الآراء و تداول الأفكار والنقاش و الحوار المتصل بالشأن العام، و من هذه الزاوية فإن المجال العام مرتبط بالديموقراطية، باعتبارها نظاما مخصوصا لإدارة المجتمع يقوم على النقاش العام كوسيلة للتشريع، هكذا يتحول الاتصال و (الاعلام) من نظام ذي استخدامات عملية مرتبطة بالوظائف التقليدية المعلومة (الترفيه، الاخبار و التنقيف) إلى مورد أساسي للديموقراطية باعتبارها إدارة الجماعة لذاتها عبر النقاش، و في هذا الاطار، فإن المجال العمومي مؤثر للحكومة الجيدة و الحريات السياسية و الفكرية، باعتباره إحدى آليات المسائلة السياسية، و من هذا المنطلق فإن المجال العمومي يقتضي ضمانات دستورية للحريات المدنية الأساسية مثل حريات التعبير و التجمع، التفكير و نظام إعلامي مستقل و غير خاضع لسلطة الدولة⁴.

1 . **HABERMAS, Jürgen**, L'espace public : Archéologie de la publicité comme dimension constitutive de la société bourgeoise, Payot 1997, page 567.

2 . المرجع نفسه، ص، 269.

3 . **WOLTON, Dominique**, Penser la communication, Champs, Flammarion, 1997, pp. 379-391.

4 . أنظر وثيقة، عرض عام للحكومة، التي نشرها برنامج البنك الدولي، على الموقع:

<http://www.albankaldawli.org/ar/topic/governance/overview>, consulté le 13/08/2016 à 9 :00.

من مقتضيات هذا النظام الإعلامي، الذي يمثل الآلية المركزية المؤسسة للمجال العمومي الديمقراطي، النفاذ الحر إلى المعلومات ومصادرها العامة وقوانين تحمي التداول الحر للمعلومات وثقافة الشفافية والانفتاح ومجتمع مدني يضمن للمواطنين المساواة والمشاركة في المجال العمومي، و يؤكد HABERMAS Jürgen من جهته إضافة إلى هذه الضمانات، على ما يسميه "ثقافة الحرية" لأن "الإمكانية السياسية للمجال العمومي لا تحتاج إلى الضمانات التي توفرها مؤسسات دولة القانون فقط، بل هي تقتضي كذلك تقاليد وأنظمة من التنشئة الاجتماعية و ثقافة سياسية خاصة بجماعة إنسانية اعتادت على ثقافة الحرية"¹.

إن اتساع المجال العام وظهور جماهير جديدة هي العوامل الأساسية حسب HABERMAS Jürgen أو "الأعراض" الأولى لتراجع المجال العام، ف نموذج المجال العام الذي بناه يثبت محدوديته منذ طرح مسألة الاتساع أو التوسعة، فهناك تناقض بين مثالية كونية الوصول إلى الفضاء العام والحقيقة التاريخية التي يطرحها HABERMAS Jürgen كدليل على تراجع الفضاء العام، ففي الفصول الأخيرة من كتابه "الفضاء العام" اتصفت آفاق التطور والتحول في المجال العام بنظرة متشائمة، هذا الاستنتاج لمؤلف HABERMAS Jürgen يرجع بالأساس إلى آثار وسائل الإعلام الجماهيرية التي وفقا لمؤلفه، تولد الوعي الزائف و"ثقافة التكامل"، بعد هذا الاستعراض الموجز للنموذج الأول لهابرماس حول الفضاء العام، والخلل الذي يشوب التحولات التاريخية للفضاء العام التي وصفها هابرماس تسمح على الأقل ببناء أسس لنموذج عملي² يشمل الأسس التالية:

1. توسع الجمهور باعتباره سيرورة تاريخية لتحولات الفضاء العمومي.
2. دور الوساطة في الفضاء العمومي بين المجتمع والسلطة
3. الرأي العام والاشهار (الاتصال العمومي) كأساس للعمل الفضاء العمومي.

1 . **QUERE, Louis**, L'espace public : De la théorie politique à la métathéorie sociologique, Quaderni, N° 18, Automne 1992, p. 81.

2 . **BENRAHHAL-SERGHINI, Zineb** et **MATUSZAK, Céline**, Lire ou relire Habermas : lectures croisées du modèle de l'espace public habermassien, Études de communication [En ligne], 32 | 2009, pp, 33-49, mis en ligne le 01 juin 2011, consulté le 15 septembre 2016. URL : <http://edc.revues.org/868>

كما أكدت MATUSZAK, Céline و BENRAHHAL SERGHINI, Zineb على أزمة الفضاء العام الهابرماسي بين التجديد النظري والتطبيق العملي، المبني على نظرية الفعل الاتصالي والحقوق والديموقراطية، هذا التجديد الذي تعد الشبكات الاجتماعية عبر الانترنت أحد مظاهره، ومن وضوح رؤية الفاعلين عبره إلى مفاهيم الفضاء العمومي الشرعي والغير شرعي¹.

المبحث الثاني: الديمقراطية والتواصل

لقد تحول العمل الديموقراطي من "التمثيل" إلى "عملية الترويض"، مما عزز وصاية متزايدة من طرف الدولة الراعية وابتعد المجتمع المدني أكثر مما مضى عن السياسة، لذا وجب الإفلات من هذا الخيار الخاطئ فما بين الديمقراطية التمثيلية والديموقراطية المباشرة أضحى الخيار المطروح هو الديمقراطية الراديكالية كمبدأ تنظيم ذاتي للمجتمع.

فما دامت الدولة الديموقراطية لم تعمل أكثر من الوصاية والترويض وتوجيه أفرادها نحو حياة الاستهلاك وتنفرهم من السياسة، عمل HABERMAS Jürgen على تصويب هذا التوجه من خلال وضع المسؤولية المشتركة على المجتمع، حيث يتم هذا التصويب عبر القانون "حقوق الانسان"، بالأخص من خلال فكرة حق المشاركة الفعلية واتخاذ القرار بشكل مشترك عبر نقاش مفتوح للإدارة الجماعية في مختلف دوائر المجتمع المدني.

حافظ HABERMAS Jürgen على النموذج التعاقدية الليبرالي لكن بتحفظات كثيرة²، فإن كان العقد الاجتماعي يبني على تصور الفردية، فإنه لا يعي حقيقة التكون الاثني و الديني و العلائقي الجماعي، فالهجرة و العولمة دفعا إلى تنامي التعددية الثقافية وتقلص الهوية القومية للدولة، و في هذا السياق رفض HABERMAS Jürgen التقابل الضدي بين الفرد والجماعة، بل يعتبرهما فاعلين أساسيين في الديموقراطية، و عليه

¹ . ibid, p, 33-49.

² . روشليتز، رينر، ماركس، هابرماس، الديمقراطية الراديكالية، ترجمة سليم قندلفت، مجلة ماركس الراهن، العدد 24، 2000، ص، 41.

سيتحرر من مأزق الفردية الليبرالية و الجماعية الاشتراكية، ليفرض قاعدة لمبدأين هما المساواة و الاستقلالية كشرطين لبناء الديمقراطية الفعلية، كونها وسيلة إقرار التواصل وتطبيق الفعل التواصلية، الذي هو من جانب آخر الدافع لهذه الديمقراطية.

يسعى HABERMAS Jürgen إلى فتح أكبر نافذة ديموقراطية جماهيرية لمجتمعنا الحالي، فدعوته إلى فتح المجال لانخراط المواطنين في نقاش عقلاني، هو لتوسيع مجال الاشتراكية وتعويضها بما يسميه الديمقراطية التشاورية التي يقاربها مع نظريته للفاعلية التواصلية، وهذا ما يعتبره HABERMAS Jürgen المظهر الأكثر تجلي لمظاهر سيادة العقلانية، وبمثل هذه العقلنة للعالم المعيش تنقلص هيمنة العقلنة الأداة للمجتمع، ليتحرر من استعمار الانساق والنظام (السوق، الإدارة).

إذن فمطمح HABERMAS Jürgen هو تأسيس ديموقراطية تشاورية على أساس عقلانية تواصلية ونقدية مستوحاة من مدرسة فرانكفورت¹، ذلك أن الصراعات داخل الحداثة تشتد بسبب التعارض بين أفراد الذين لا يعترفون لبعضهم البعض بنفس الحقوق، وكذا لسيادة العلاقات المهيمنة بدل العلاقات التواصلية بين الذات.

إن الديمقراطية فضاء عمومي دائم الانفتاح "يشكل الإرادة السياسية"² أساسها تداخل مبدأ الحوار مع المبدأ الحقوقي، ويمكن أن نعبر عن ذلك كما يلي:

1. مبدأ الحوار: معالجة كل الأمور السياسية لا يتم إلا بواسطة الحوار أين يساهم كل شخص وبطريقة متساوية وعادلة في سيرورة تأسيس القوانين، ويتم ذلك عبر نقطتين: ضماناته وحمايته للافتراضات التواصلية، وكذا اقضائه لكل عودة إلى المقدس (فالهدف هو التأسيس العقلاني).

2. المبدأ الحقوقي: يضمن المبدأ الحقوقي بدوره الافتراضات التواصلية والشروط الإجرائية لتشكيل الرأي العام والإرادة العامة لأنهما منبع للشرعية الديمقراطية، أما

1. MICHAUD, Yves, Critique et espace public chez Habermas de la démocratie éclairée a la démocratie radicale, revue philosophique, PUF, Paris, 1999, p, 221.

2. محمد الأشهب، الفلسفة والسياسة، مرجع سابق، ص، 79-80.

الافتراضات التواصلية فيناظرها المبدأ الأخلاقي لبناء مبادئ عالمية لا تعود للمنطق ولا للتقاليد.

وفق هاذين المبدأين سيصبح القانون هو الوسيلة التي تتحول بها السلطة التواصلية إلى السلطة الإدارية، أي تحويل الفعل التواصلية إلى سلطة سياسية، لتكون هناك جدلية وعلاقة تكافؤ، فالقانون ينتج التواصل والتواصل يحميه وينتج قانونا هو كذلك، بمعنى آخر يمكنه قلب سياسة المداولة في شبكة من الحوارات والتفاوضات، كما يمكنه أن ينتج الاندماج الاجتماعي في المستوى السياسي عبر الحوار (الإلزامية الاعتراف المتبادل).

من هذا المنطلق سعى HABERMAS Jürgen إلى تأسيس حجاج أخلاقي لتشكيل إرادة عقلانية، وفي نفس الوقت تأسيس الخطاب الأخلاقي على التفكير العقلاني، لتفتح الأبواب أمام مختلف القوى السياسية والاجتماعية للتعبير عن ذاتها وطموحاتها، الأمر الذي سيحيل إلى تداخل كبير بين السياسي والحقوقى اللذان حاول HABERMAS Jürgen إقامتهما على أرضية أخلاقية مشكلة من اتفاق عقلائي.

بناء عليه فإن للديموقراطية أهمية كبيرة لإعادة بناء الحداثة، فما هي إلا تراضي معرفي يتم فيها ترحيل جملة من مظاهر الهيمنة الاجتماعية أو على الأقل إخمادها وتعويضها بمجموعة من الأسس الأخلاقية المؤسسة لإنسان التواصل.

1. مقاربات بديلة للمجال العمومي:

لا يشكل الحد النظري الهابرماسي المسلك الوحيد لتوصيف المجال العمومي، فالتوصيف المعياري و المثالي الهابرماسي للمجال العمومي يحد من كونيته، إذ يجعل منه مقياسا لتقييم الطابع الديموقراطي للمجال العمومي و عقلانية النقاش العام، كما أنه يمثل مطمحا للمجتمع الديموقراطي الذي لا يمكن أن يرضى بأي مجال عمومي على حد تعبير

.¹ QUERE, Louis

¹ . BRETON, Philippe et PROULX, Serge : L'explosion de la communication à l'aube du XXI^e siècle, Ed, La Découverte, Coll. Sciences et Société, 2002, p. 204.

في هذا النطاق تشكلت مقاربة بديلة للمجال العمومي لا تركز على الأبعاد الحوارية و العقلانية و وسمت هذه المقاربة بالجمالية¹، التي تتيح حسب FERRY, Jean-Marc، مفهوما إجرائيا و غير معياري للمجال العمومي، و يقترح FERRY, Jean-Marc مقاربة مختلفة تفكر في المجال العمومي من منظور اشهار الأفكار و الآراء والأحداث الاجتماعية و آليات تمثيلها، إن المجال العمومي هنا هو ذلك الاطار الذي تتحقق من خلاله عملية التمثيل الإعلامي للأحداث الاجتماعية و السياسية و الثقافية، فهو مجال تواصل و سائطي تشكله و سائط الاعلام التي تبرز الأفكار و الآراء و الاحداث الاجتماعية، و يشمل المجال العمومي على هذا النحو الأفكار و الآراء و الأحداث الاجتماعية التي تتجلى في المجال الإعلامي عندما تعالجها و سائط الاعلام التي يتعرض لها جمهور واسع، هكذا يصبح المجال العمومي "النظام الذي تتمثل الجماعة من خلاله ذاتها"² حسب QUERE, Louis ، أو " الوسيط الذي تنظر الإنسانية من خلاله إلى نفسها"³ بتعبير FERRY, Jean-Marc.

لا تقتصر و سائط التمثيل و الاشهار و الظهور على الخطاب، بل تتجاوز ذلك إلى الصورة و الصوت و كل و سائط التعبير التي تتيح استخراج الأفكار و الآراء و الأحداث من إطارها الاجتماعي الضيق (فئة اجتماعية ما) إلى الاطار العمومي الرحب، حيث ينظر إليها و يعلم بها و يقيمها الجميع، و يعتبر FERRY, Jean-Marc أن المجال العمومي شهد توسيعا أفقيا و عموديا، فالمجال العمومي لا يمكن اختصاره في الفضاءات التي يتواصل فيها المجتمع مع ذاته، لأنه أيضا المجال الذي يتواصل فيه مجتمع ما مع المجتمعات الأخرى (التوسع الأفقي)، و من جهة أخرى فإن المجال العمومي عرف كذلك تحولا حاسما تجسد في ظهور قضايا و أحداث و شخصيات جديدة تتعلق بالمجال الشخصي على وجه الخصوص (التوسع العمودي).

1 . QUERE, Louis, L'espace public : De la théorie politique à la métathéorie sociologique, op. cit, p, 81.

2 . IBID, p, 81.

3 . FERRY, Jean-Marc, Les transformations de la publicité politique, Hermès N° 4, 1989, p. 21.

في هذا السياق، و انطلاقا من هذه العلاقة الوثيقة بين الوسائط الإعلامية و المجال العمومي، اعتمدت بعض النماذج النظرية توزيع تطورات المجال العمومي انطلاقا من تطور الوسائط الإعلامية باعتبارها ناظمة للاتصال، و على هذا النحو، فإن المجال العمومي في المجتمعات الغربية تطور وفق خمسة نماذج حسب MIEGE, Bernard: نموذج صحافة الرأي، نموذج الصحافة التجارية، نموذج الاعلام الجماهيري أي الإذاعة والتلفزيون، نموذج العلاقات العامة الشاملة و نموذج خامس مرتبط بالإعلام الجديد يتسم بطابعه المجتمعي و بضعف بعده السياسي¹.

إن هذه المقاربة منشغلة إذا بالمجال العمومي، باعتباره مجال تجلي الأحداث و الأشخاص و الأفكار و ظهورها العام، و يفترض هذا المجال العمومي جمهورا قادرا على التفكير في عوالمه و على إبداء الرأي في الأحداث و الأفكار و في كل ما يشاهده، هكذا توسم هذه المقاربة بالجمالية لأنها تستند على قدرة الانسان على إطلاق الأحكام على الأحداث و الخطابات و الآراء التي تتجلى أمامه في المجال العمومي، و تستند المقاربة الجمالية للمجال العمومي إلى فكر ARENDT Hannah، التي تعتبر المجال العمومي مجال تجلي الإنسان للآخرين، فالمجال العمومي هو مجال البروز و مجال الظهور لأنه مشهد عام فيه الأفراد و الجماعات لبعضهم البعض و تبرز فيه الأحداث بواسطة اشهار آلياته المتعددة، هكذا يتحول المجال العمومي إلى عالم مشترك من حيث هو سياق الفعل الإنساني و مجال تتحقق داخله المواطنة التي تفترض الحق في المشاركة، إن المجال العمومي هذا هو مجال إنساني بامتياز².

نحن إذن أمام مقاربتين: المقاربة الأولى (الهابر ماسية) تقوم على الحجاج العقلاني الذي يحيلنا إلى ما يسميه QUERE, Louis "المناقشة العلمية" التي تفضي إلى الاتفاق

¹ . MIEGE, Bernard, L'information - communication, objet de connaissance, de Boek & INA, Bruxelles, 2004, pp. 135-175.

² . ARENDT, Hannah, Action, Power, and the Space of Appearance, Stanford Encyclopedia of Philosophy. Sur, <http://plato.stanford.edu/entries/arendt>, visité le : 13/09/2016 à 14 :00.

حول المعايير التي تؤسس الحياة الاجتماعية¹ و من هذه الزاوية فإن السياسة و الاتصال مرتبطان عضويًا في المجتمعات الديمقراطية، لأن السياسة هي مجال استنباط القواعد التي ينظم من خلالها الناس بشكل حر حياتهم المشتركة، و في المقابل فإن المقاربة الثانية تؤكد كما يرى ذلك QUERE, Louis على الطابع الملموس للمجال العمومي باعتبار ارتباطه بسياق انساني مخصوص، إن هذه المقاربة الثانية لا تستند إلى نموذج مثالي معياري للمجال العمومي تستخدمه للحكم على المجال العمومي الواقعي، بل هي تسمح باستكشاف الأشكال المخصصة و العملية التي يتجسد من خلالها التمثيل العام للحياة الاجتماعية.

2. الفضاء العمومي الافتراضي:

يقتضي فهم خصوصية الفضاء العمومي الافتراضي الذي يتشكل بواسطة الاعلام الجديد رؤية مختلفة للإعلام الجديد تقطع مع التصور الأداتي، فالإعلام الجديد ليس وسائل تقوم بالنقل و التوصيل و الإبلاغ و التبليغ و التأثير، إن القطيعة مع هذا التصور الأداتي يفضي إلى التأكيد على الطابع المركب لوسائط الاعلام المؤسسي و التقني في آن واحد و الانتقال من إشكالية النقل و التوصيل إلى إشكالية الوساطة، فالإعلام الجديد يؤسس فضاء متنوع الأبعاد يحتضن أنماطًا من التفاعل (ما بين ذاتية وجمعية) وأنماط من الكتابة الجديدة (التدوين...) وأنماطًا من الاتصال ذات نماذج تقليدية رغم وجودها في الفضاء الافتراضي كالإعلان و التسويق، و في هذا المضمار ينشط عدة فاعلين: مؤسسات اقتصادية و أحزاب سياسية و منظمات حكومية و جماعات افتراضية و أفراد و خطابات فردية و مؤسساتية منظمة و غير منظمة.

فالإعلام الجديد إذن ذو طبيعة مركبة تكنولوجية، سياسية و ثقافية و هو ذو حضور شامل في الحياة الاجتماعية، و في هذا الإطار نشير إلى التعريف الذي اقترحتاه الباحثتان LIVINGSTONE, Sonia و LIEVROUW, A-Leah، و الذي تجاوز التعريف الأداتي

1 . QUERE, Louis, L'espace public: De la théorie politique à la métathéorie sociologique, Quaderni, Vol, 18, N° 1, p, 77.

فالإعلام الجديد حسبهما يحيل على التكنولوجيات الجديدة و العوالم الاجتماعية المرتبطة به، بيئة تحتية تتكون من ثلاثة مستويات: الأجهزة و هي الوسائل والأدوات المادية (الحواسيب، الهواتف المحمولة، اللوحات الرقمية...) و الممارسات على غيار التدوين، الدردشة، مشاركة الصور... و التنظيمات الاجتماعية¹.

إن الاعلام الجديد عندئذ، ليس ظاهرة تكنولوجية أو وسائل يمكن أن يطوعها المستخدم حسب مشيئته، بل تتضمن إمكانات و تطبيقات يفعلها المستخدم في سياقها الاجتماعي و الثقافي أو يتجاهلها، و إذا نظرنا إلى شبكة Facebook من هذه الزاوية، نلاحظ التأثير المتبادل بين الشبكة و السياقات التي تنخرط فيها، فالشبكة تؤثر في سياقها الثقافي لأنها تتيح أشكالاً مخصوصة من التعبير و من الفعل و من التنظيم، و في المقابل فإن هذا السياق الثقافي يؤثر فيها، لأن هذه الأشكال الجديدة من التعبير و من الفعل و من التنظيم مخصوصة، أي أن دلالتها و أبعادها مرتبطة بسياقات محددة.

و على هذا النحو، فإن هذه المقاربة التفاعلية بين الوسيط والمستخدم والسياق تقنيا بعد الحتمية التكنولوجية أولاً التي تجعل من تأثير الاعلام الجديد نتيجة حتمية لا مناص منها من خلال تعظيم الأداة وتحويلها إلى قوة تشكل السياق، ومن ثم إسناد التحولات السياسية والاجتماعية إلى موقع Facebook الذي يتحول إلى أداة ذات تأثيرات عظيمة.

كما تقينا هذه الرؤية التفاعلية ثانياً فخ الحتمية الاجتماعية التي تنفي عن Facebook مثلاً خصوصيته باعتباره وسيطاً يتيح نمطاً مخصوصاً من التفاعل وتحويله إلى مجرد وسيلة، والتي يمكن للمستخدم أن يطوعها كما يشاء وكأنها لا تتضمن إمكانات وتطبيقات مخصوصة كامنّة فيها يفعلها المستخدم أو يتجاهلها وفق شروط ما يشكله السياق الثقافي.

3. المجال العمومي والاعلام الجديد:

تتصل إشكالية الاعلام الجديد و المجال العمومي في المجتمعات الغربية بقدرة الاعلام الجديد على إحياء النموذج الأصيل و الأصلي للمجال العمومي و تجديده من خلال

¹ . LIEVROUW, A-Leah & LIVINGSTONE, Sonia, Handbook of new media : social shaping and consequences of ICTs, Sage Publications, 2002, p. 23.

تيسير نفاذ المشاركين إلى النقاش العام و تعزيز طابع التنوع الفكري عبر استحداث فضاءات أخرى جديدة للنقاش و تجاوز التمثيط الفكري، فالسياق العام للديموقراطية الغربية يتسم بتراجع دور الأحزاب و بالجمود النسبي للمؤسسات السياسية و بتراجع مشاركة المواطنين في الحياة السياسية و اهتمامهم بالشأن العام، كما يتسم هذا السياق بأزمة الإيديولوجيات الكبرى لصالح تنامي القضايا ذات العلاقة بالحياة الاجتماعية، و في هذا الاطار فإن الانترنت توسع المجال العمومي لأنها تتيح فضاءات جديدة للنخب البديلة وتساهم في تجاوز البعد النخبوي و التمثيلي لصالح البعد التداولي للمجال العمومي كما يعزز الاعلام الجديد مشاركة المواطنين في الحياة السياسية عبر أدوات جديدة، وهي بالتالي تساهم في تأسيس الديموقراطية التداولية.

في المقابل فإن العديد من الباحثين يعتبرون أن الانترنت لا يمكن أن تغير بشكل أساسي الحياة السياسية¹، كما أنها تمثل بالضرورة فضاء عمومي بالمعنى الهابرماسي للكلمة، أي أن الفضاء الافتراضي يمكن أن يساهم في تشطي المجال العمومي الذي يتحول إلى فضاءات لا تتفاعل مع بعضها البعض، هكذا تظل النقاشات على الانترنت نقاشات متخصصة و عدائية أحيانا و تتعلق بمواضيع ضيقة لا تتصل دائما بالشأن العام ومنحصرة على جماعات منسجمة فكريا.

كما أن المستخدمين يستهلكون المعلومات بشكل عشوائي و خارج سياق التواصل الاجتماعي، و من جهة أخرى فإن التخمة المعلوماتية لا يمكن أن تكون منطلقا لتأسيس النقاش الجماعي، و يبقى دور الاعلام الجديد في تجديد الفضاء السياسي على وجه التحديد مرتبنا بطبيعة النظام السياسي، إذ تعكس المنتديات السياسية في حالات كثيرة الثقافة السياسية السائدة، كما تؤكد ذلك PAPANCHARISSI, Zizi².

1 . DAHLGREN, Peter et RELIEU, Marc, L'espace public et l'internet. Structure, espace et communication In : Réseaux, volume 18, n° 100, 2000, pp. 157-186.

2 . PAPANCHARISSI, Zizi, Virtual sphere internet as a public sphere, in new media & society, 2002, pp. 9-27.

في هذا النطاق، فإن تشظي فضاءات الانترنت يهدد النموذج التقليدي للمجال العمومي، إذ يقتضي أطرا مكانية و زمانية و إشكاليات مشتركة بل و لغة مشتركة أيضا يتشكل من خلالها النقاش المتنوع و المتعدد، "لأن الشرط الأساسي للنقاش الأصيل هو أن يقبل المواطنون بالجدل في موضوع واحد و في الوقت ذاته"¹، هكذا يتيح الفضاء الإعلامي انفتاح المواطنين على الآراء المتعددة في إطار نقاش متعارض، و عندما يتفكك هذا الاطار الزماني و المكاني المشترك إلى أطر متعددة و متناثرة و متجانسة و غير متواصلة فإن المواطنين يفقدون إمكانية الاطلاع على الآراء المتنوعة حول الإشكاليات المشتركة لأنهم ينغلقون داخل جماعات ضيقة.

المبحث الثالث: الفضاء العمومي الافتراضي البديل والاعلام الجديد

يتيح النظر إلى الاعلام الجديد باعتباره فضاءا وليس وسيلة، مقارنة التمثيل الافتراضي للحياة الاجتماعية وأشكالها ومظاهرها وأحداثها وفاعليها التي تشكل الفضاء العمومي الافتراضي، ويمثل هذا الأخير أحد فضاءات المجال العمومي المنفتح أفقيا على المجال العمومي وعموديا نحو الآراء السياسية والأفكار والأحداث والظواهر التي يعمل النظام الإعلامي التقليدي الذي تسيطر عليه الدولة على حجبها.

يعرف هذا الفضاء العمومي الافتراضي تحولات متتالية وحاسمة في بعض الدول، حيث تحول من فضاء عمومي موازي ومضاد للفضاء العمومي التقليدي وبديل عنه إلى أحد الفضاءات المتعددة لمجال عمومي وطني جديد يتشكل في سياق تغير العلاقة الدولة بالمجتمع، ويمكن حصر خصوصية الفضاء العمومي الافتراضي في المستويات التالية:

1. إعادة رسم الحدود بين الخاص والعام:

ظهرت في هذا الفضاء العمومي الافتراضي أشكال جديدة من الظهور الإعلامي أتاحت بروز الأفراد وعوالمهم الذاتية وفق أشكال مختلفة، فإذا كان التلفزيون قد وفر مضامين برامجية جديدة (تلفزيون الواقع، الدردشة المتلفزة) وفضاءات جديدة للتعبير

¹ . **MISSIKA, Jean-Louis**, *La fin de la télévision*, Paris, Ed, Le Seuil, Coll, La République des Idées, 2006, p, 94.

مفتوحة أمام الأفراد (المنتديات التلفزيونية المفتوحة للمشاهدين) فإن الانترنت عززت عملية الانفتاح هذه إذ أنها أتاحت منصات تكنولوجية أفرزت فضاءات جديدة تشكلت فيها حالات تواصلية يتفاعل فيها المستخدمون عبر أنواع مستحدثة من الكتابة (التدوين) وبواسطة الصورة واللغة.

أصبحت منصات التواصل الاجتماعي تمثل فضاءات لبناء الهوية الفردية و لاستعراض الذات في المجال العمومي، فقد كانت وسائط الاعلام و خاصة التلفزيون تأتي بالعالم إلى الفضاء الذاتي المنغلق على نفسه¹، لأنها كانت نافذة على العالم و هي الآن تتحول إلى نافذة يطل عبرها الناس على عوالم الآخرين الذاتية من خلال عدة آليات (كالصور الذاتية التي ينشرها المستخدمون على صفحاتهم الشخصية)، أو من خلال سرد وقائع حياتهم اليومية، إن هذا التداخل بين العالم الذاتي الخاص والعالم الخارجي العام يؤدي إلى إعادة تشكيل المعايير الثقافية التي تحدد الخصوصية و الذاتية في المجتمعات، أي بتعبير آخر المعايير التي تضبط ثقافيا ما يمكن إشهارة في المجال العام و ما يستوجب إخفاء، لكن إعادة تشكيل حدود العام و الخاص لا ترتبط بالإعلام الجديد فحسب و لكن أيضا بالسياق الثقافي للمجتمعات.

2. تجدد أشكال الفعل الاجتماعي:

أفرزت منصات التدوين و التواصل الاجتماعي والنشر الذاتي فضاءات بديلة تشاركية و تفاعلية تحتضن جماعات افتراضية تكونت حول مشاغل مشتركة سياسية، اجتماعية، فنية، رياضية و مهنية...، ففي المجال السياسي احتضنت هذه الفضاءات أشكالاً من المداولة و النقاش ذات علاقة وطيدة بالشأن العام، و سمحت هذه الفضاءات للنخب السياسية بتجاوز آليات تغييبها من المجال العمومي التقليدي الذي تسيطر عليه الدولة، لكن هذه الفضاءات لا تشتغل بالضرورة وفق نموذج HABERMAS Jürgen العقلاني²، إذ

1. FLICHY, patrice, New media history, In Lievrouw,A.L. & Livingstone, S. (Eds.), the Handbook of new media, London :sage, 2006, pp, 187-204.

2 . مفيدة العباسي، المجال العمومي والاتصال الافتراضي مقارنة هابرماسية لدراسة المجموعات الافتراضية التونسية، رسالة بحث لنيل شهادة الماجستير في علوم الاعلام والاتصال، جامعة منوبة، معهد الصحافة وعلوم الأخبار، 2010.

أنها ليست دائماً فضاءات التنوع الفكري و السياسي يتناقش فيها المشاركون بطريقة رصينة للاتفاق على معايير مشتركة، بقدر ما هي فضاءات يحكمها الانسجام الفكري يعبر فيها المشاركون عن أفكارهم و آرائهم، في حين تتسم بعض الفضاءات الأخرى بالتنافر الفكري، و اكتسبت هذه الجماعات الافتراضية قدرة على الفعل في الفضاء الافتراضي من خلال إنتاج المضامين السياسية، الثقافية و الاجتماعية.

3. مميزات جديدة:

يتسم فضاء الاعلام الجديد بخصائص جديدة تختلف عن تلك التي تحكم الفضاء الإعلامي التقليدي، لأنها تجسد مبدأ كثرة الأصوات (مقابل مبدأ الصوت الواحد) ومبدأ الاختلاف (مقابل الاجماع) ومبدأ التنوع (مقابل التتميط)، ففي الفضاء العمومي الافتراضي تتجلى العوالم الذاتية والآراء والأفكار ذات العلاقة بالشأن العام، وتتشكل هذه الجماليات الهجينة من أنماط تعبيرية متعددة تمزج في خليط فريد الصور والنصوص والفيديوهات... الخ.

1.3. المستخدم المبتكر:

يتسم الفضاء العمومي الافتراضي الجديد بأنه ليس مجالاً تمثيلاً يقتصر على نخبة معينة تتحدث باسم الجماهير الصامتة كما هو الشأن بالنسبة إلى الفضاء العمومي التقليدي النخبوي، إذ تحول الجمهور إلى مبتكر للمضامين و منتج لها، و هذه المضامين يمكن أن تكون ذات مضامين ذاتية و عامة تتعلق بالعوالم الذاتية للأفراد أو بالأحداث الاجتماعية والسياسية، كما يمكن أن تكون ابداعات أصيلة أو إعادة تدوين لمضامين تأتي من وسائط الاعلام التقليدية التي يضيف إليها المستخدمون عناصر جديدة، و تمثل هذه المضامين نوعاً جديداً من الإنتاج الثقافي.

2.3. الفاعلين الجدد:

يمثل المدونون رمزها الأكثر دلالة، فقد تشكلت في الفضاءات الالكترونية نخب هجينة تتكون من المدونين و مشرفي الصفحات في Facebook و منتديات النقاش، أو من المشاهير الذين ينشطون على الشبكة وجدوا فيها وسيلة لتوزيع ابداعاتهم، لكن المستخدمين المنتجين للمضامين المتعددة ليسوا كلهم أفرادا ينشطون خارج النظام المؤسسي السياسي والإعلامي، فقد برز من المستخدمين النشطين بعض المدونين الذين تحولوا إلى نجوم تحققي بهم المؤسسات التقليدية و تعمل على استقطابهم¹، وفي هذا الاطار أيضا فإن Facebook ليس فضاءا للمغمورين لأن النخب التقليدية تعمل كذلك على اكتساحه على غرار السياسيين الذين يستثمرون إمكانات Facebook لكسب المرئيين و المعجبين.

3.3. الشباب الفاعل الرئيسي في الفضاء العمومي الافتراضي:

تحليل إشكالية الاعلام الجديد و المجال العمومي إلى مسألة المشاركة السياسية التي تكتسي أهمية كبيرة، فالفضاء العمومي التقليدي الذي تشكله وسائط الاعلام فضاء احتكره الدولة و النخب المرتبطة بها التي استأثرت بوسائط التعبير و بحق الظهور فيه و إذا تمعنا في أشكال الظهور الإعلامي للشباب في المجال العمومي نرى أنها كانت مرتبطة في السنوات الأخيرة أساسا بالبرامج الترفيهية و بتلفزيون الواقع بشكل خاص، فالشباب لا يبدو في هذا المجال الإعلامي مواطنا حائزا على حق المشاركة في النقاش العام، فبرامج تلفزيون الواقع بتنوعاتها المختلفة حولت الحياة الخاصة للشباب إلى شكل برامجي جديد ذي أبعاد ترفيهية و تجارية.

في المقابل فإن الفضاء الالكتروني و المنصات التكنولوجية (المدونات و الشبكات الاجتماعية) أتاحت إمكانات واسعة للتعبير و الفعل لفئات الشباب المتعلمة التي اكتسبت بواسطة هذه المنصات القدرة على ابتكار أنماط جديدة من التعبير عن هوياتها الفردية والجماعية من خلال ممارسة النقد الاجتماعي و إنتاج المضامين و الفعل الجماعي

¹ هاني السيد: ثلاث مدونات مصرية تحقق أعلى المبيعات في معرض الكتاب،

وممارسة أدوار جديدة (المناهضة/المناصرة) عبر جماعات افتراضية، بل إن هذه القوة الثقافية أفرزت قدرة كبيرة على تخريب منظومات المراقبة و النقد، لقد ظلت هذه القوة حبيسة في الفضاء الافتراضي بسبب النموذج العتيق للإعلام التقليدي الذي كان عاجزا عن التفاعل مع هذا الفضاء الجديد، و بسبب انغلاق النظام السياسي و عززه عن التفاعل مع مطلب المشاركة السياسية، لكن هذه القوة عندما تفاعلت مع سياق سياسي جديد تحررت من الفضاء الافتراضي و تجلت في الواقع قوة قادرة على الفعل.

4.3. توسع المجال العمومي:

إن المجال العمومي في بعده المعياري والسياسي الذي يحيل على النقاش باعتباره مصدر الشرعية في التنظيمات السياسية الديمقراطية أو في بعده الجمالي الوسائطي القائم على تمثيل الحياة الاجتماعية وإشهار أحداثها وقضاياها وفاعليها من خلال المنظومات الوسائطية الإعلامية أو الاعلام الجديد يمثل مسلكا معرفيا يفتح لنا آفاقا رحبة لفهم الاتصال وعلاقته بالتحويلات السياسية والاجتماعية والثقافية.

فعلى المستوى الأول، يتيح لنا مفهوم المجال العمومي مقاربة نشأة أشكال اشهار الأفكار والآراء ذات العلاقة بالشأن العام السياسي والفكري وتطورها منذ ظهور المطبعة والصحافة المكتوبة إلى ظهور Facebook، وفي هذا الإطار نتبين ديناميكية التوسع والانحصار التي عرفها المجال العمومي، فالصحافة المكتوبة كانت الواسطة التي تشكلت من خلالها نخب جديدة (المثقفون) وخطاب سياسي وفكري جديد (خطاب النهضة الحضارية والهوية والتحرر) و لغة جديدة فكانت الصحافة حلبة تداول فيها المثقفون قضايا المجتمع، و في مرحلة ثانية ساهمت الإدارة السلطوية للإعلام في تحويل المجال العمومي برمته إلى مجال تمثيل السلطة و نخبها و خطابها و تغييب الحياة الاجتماعية والسياسية وأحداثها، و في مرحلة ثالثة شهد المجال العمومي بفضل القنوات الفضائية والاعلام الجديد و تطبيقاته المتعددة عملية توسيع أفقي و عمودي في آن واحد.

يمكن القول إن هذا المجال العمومي أصبح يتكون من فضاءين يتفاعلان بشكل محدود أو واسع وفق السياق الخاص بكل مجتمع: الفضاء العمومي التقليدي (الإعلامي

خاصة) والفضاء العمومي الافتراضي الذي تحول إلى فضاء ممتد يحتضن أشكالاً مستحدثة من التعبير ذات العلاقة بالعوامل الذاتية والجمعية للأفراد، وتفاعل هذا الفضاء الافتراضي العمومي مع التحولات السياسية التي شهدتها المجتمعات الحديثة فتحول إلى فضاء يتفاعل بواسطته الأفراد والجماعات في واقعهم لتغييره.

في الختام يجب التأكيد على ضرورة البحث في مفهوم الفضاء الثالث، أين يتمثل ويتداخل الفضاء العام الملموس مع الفضاء الافتراضي، حيث يؤسس عالم الإنترنت والاعلام الجديد الاجتماعي لحياة عامة غير رسمية خارج البيت والعمل والأماكن العامة، في هذا الفضاء تزيد القيمة المعنوية للمشاركة في المجتمعات تكريسا لحرية التعبير ضمن هذا الفضاء الشبه عام.

إن التحدي الأكبر في هذا العالم الافتراضي هو مقدرة بعض الشركات الخاصة التي لها خصائص الفضاء الخاص، والتي تقدم خدمات مقابل أموال ربحية، أن تتحكم في الفضاء العام أو شبه العام، وتتحكم في الحياة الفردية والجماعية في مجتمعاتنا المعاصرة إلى حد لا يمكن القبول به لأنه يعد تدخلا في الخصوصيات، وهو ما يتطلب أحيانا التدخل لكي توقف هذه الشركات تعدياتها على حرية الفرد، بإسقاط نفس المعايير التي حددها HABERMAS Jürgen في نظريته على الفضاء الثالث من أجل بناء مجتمع ديمقراطي، تكون فيه المعلومات سريعة الانتشار ليأخذ الفضاء الثالث دوراً وحيزاً ربما أكثر من الفضاء العام وهذه المعايير هي:

• **المنزلة الاجتماعية:** في الفضاء الثالث يتم التغاضي عن المكانة والمنزلة الاجتماعية لأي شخص، يأتي ذلك لعدم الرغبة في التأثير على تلك المنزلة أو الوضعية بين الناس، ويتم التعبير عن كافة الآراء بشكل حر وكامل دون مراعاة وتأثير لرأي المشاركين وهنا يتحقق مبدأ المساواة.

• **سلطة التفسير:** تعتبر سلطة التفسير من أهم السلطات في المجتمعات الديمقراطية، ومن يمتلكها هو المواطن العادي وليس الدولة أو المؤسسة الدينية، ولذلك فإنه في الفضاء الثالث

تتداخل سلطة التفسير بين المواطن العادي والسلطة الدينية أو الدولة، ويعتبر هذا المعيار أحد المعايير التي يتصارع المواطن والدولة عليه.

• **الشمولية:** لا يمكن استثناء أي فرد أو مواطن من المشاركة في الجدل السياسي والاجتماعي، وكما ساعد الإعلام التقليدي على تشكيل الرأي العام، يعمل الإعلام الاجتماعي على صناعة القضايا وتشكيل رأي عام حولها، و ساعد في ذلك سهولة وصول الفرد إلى مساحته الخاصة في أدوات الإعلام الاجتماعي من خلال الهواتف الذكية الملازمة للفرد طوال الوقت، أدت الشمولية إلى العودة إلى مفهوم الفضاء العام للفيلسوف الألماني HABERMAS Jürgen وتوفير غطاء لنظريته التي درس فيها طبقة واحدة فقط من البرجوازيين الأوربيين، وبدراسة HABERMAS Jürgen ونظريته الفضاء العام يستطيع الباحثون فهم وسائل الإعلام الاجتماعي بشكل عميق وتوضيح الأثر الكبير لهذه الأدوات على المجتمعات.

خلاصة:

لقد ارتبطت عرقة الاعرم الجديد والمجال العمومي في السياق الغربي بإشكالية الإحياء أي إحياء الاعرم الجديد للنموذج الأصلي للمجال العمومي، ومن ثم استكشاف أصول الحداثة وتجديدها واستكمال مشروعها، فإحياء النموذج الأصل للمجال العمومي يمكن أن يمثل مخرجا لأزمة الديمقراطية، من هزل تأسيس الديمقراطية التداولية التي تتجسد في الديمقراطية الإلكترونية والتي تشكل تكنولوجيا الاعرم والاتصال الأداة الفعالة لتحقيقه.

أصبح النشاط الاتصالي يركز على فضاءات مكانية ووسائط أدائية تتمثل في وسائل الاعرم والاتصال التقليدية منها و الحديثة، لذا يعد تحديد العناصر المكونة لها والفاعلين فيها وفهم طبيعة النشاط الاتصالي الذي يمر عبرها أمرا ضروريا لكل من يهتم بالفعل الرمزي أو بمسار الإنتاج و الأداء الاجتماعي الذي تساهم فيه، ففي المجتمعات الانتقالية مثل الجزائر ينظر إلى الاتصال عبر وسائله التقليدية على أنه يفتقد التفاعلية والمصادقية،

فيرمو مستخدمو شبكات الاتصال الافتراضي و خصوصا الشباب إلى تحقيق ما عجزت عنه هذه الوسائل بما أتيح لهم من حرية محاولين طرح مشاغلهم و مناقشتها، وتشكيل مجموعات يتم فيها التبادل والتفاعل، لكن دون مستوى تحقيق مجال عام لتنشيطي مجموعاته. شكل المجال العمومي رؤية جديدة لمفهوم الديمقراطية وبناء مجتمع تحكمه العقننية والانعقاد والمصلحة العامة وأعاد صياغة بنية العرقات بين السلطة والمجتمع المدني، وهو إجمالاً رؤية أعطت نفساً جديداً للديموقراطية محورها الاتصال، ويمثل هذا النموذج مرجعية قيمية ومنظومة معيارية وعملية لتأمين أقصى إمكانات توسيع المداولات وفق مبدأ الأشهار وأحقيات التواصل البين/ذاتي، وهي آليات تمكن أيضاً من نقد دور وأداء الاتصال ومساءلته حتى يتسنى التأمل في العلل التي تشوبه، فهذه المعايير والقيم لها أيضاً وظيفة النقد والاختبار والمساءلة، فمهما كانت أشكال التظاهر المعرفي لس اتصال فهو أولاً و آخراً يقع ضمن مجتمع معين و يقوم على آليات مجتمعية معينة.

أفرزت مواقع التواصل الاجتماعي فضاءات تشاركية وتفاعلية تحتضن جماعات افتراضية تكونت حول مشاغل مشتركة، ليست دائماً فضاءات التنوع الفكري والسياسي يتناقش فيها المشاركون قصد الاتفاق على معايير مشتركة، بقدر ما هي فضاءات يحكمها الانسجام الفكري يعبر فيها المشاركون عن أفكارهم وآرائهم، في حين تتسم بعض الفضاءات الأخرى بالتنافر، واكتسبت هذه الجماعات الافتراضية قدرة على الفعل في الفضاء الافتراضي من خسرل انتاجها للمضامين المختلفة.

تمثل منصات التواصل الاجتماعي فضاءات لبناء الهوية الفردية ولاستعراض الذات في المجال العمومي، فقد كانت وسائط الاعلام التقليدية تنقل العالم إلى الفضاء الذاتي المنغلق على نفسه، لأنها كانت نافذة على العالم و هي الآن تتحول إلى نافذة يطل عبرها الناس على عوالم الآخرين الذاتية من خلال عدة آليات للنشر المشاركة، أو من خلال سرد مجريات الحياة اليومية، إن هذا التداخل بين العالم الذاتي الخاص والعالم الخارجي العام يؤدي إلى إعادة تشكيل المعايير الثقافية التي تحدد الخصوصية و الذاتية في المجتمعات، أي بتعبير آخر المعايير التي تضبط ثقافياً ما يمكن إشهاره في المجال العام و ما يستوجب

إخفاء، لكن إعادة تشكيل حدود العام و الخاص لا ترتبط بهذه الوسائط الجديدة فحسب و لكن أيضا بالسياق الثقافي للمجتمعات.

الفصل الثاني

شباب موقع Facebook والمجتمع
الافتراضي

شهد الثلث الأخير من القرن العشرين والعقد الأول من الألفية الثالثة تغيرات كونية جذرية وشاملة، فرضت واقعا اجتماعيا وثقافيا جديدا وليس نطاقا عالميا جديدا فحسب، تجلت من خلال مظاهر عديدة، عبر التحول من الحداثة إلى ما بعد الحداثة ومن الحديث عن النسق المتوازن الذي يسعى إلى الاكتمال، باتجاه الحديث عن التفكيك والوحدة الكامنة في التنوع، وأصبحت الفضاءات الثقافية والاقتصادية والسياسية مفتوحة لتدفق تأثيرات العولمة التي اتجهت إلى إعادة صياغة كل شيء.

حتى تحقق العولمة أهدافها وأهمها صياغة تجانس عالمي على قاعدة طبيعتها، فقد امتلكت آليات كثيرة أبرزها التطور الحاسم لتكنولوجيا الإعلام والاتصال، التي شكلت أبرز آليات التدفق والاختراق، والتي بدأت تنقل مضامين ثقافية ومادية عديدة، حيث كثر الحديث عن التنمية المستدامة التي يشارك في تجسيدها الجماهير بدلا من التنمية التي شكلت اختيارا محددًا بروية النخبة.

على هذه الخلفية تحددت استخدامات الأفراد المتفاعلين في إطار المجتمع الافتراضي وأبرزها مواقع التواصل الاجتماعي وأهمها موقع Facebook، و خصوصا الشباب الذين أدركوا أن الواقع لا يشبع غالب احتياجاتهم، ابتداء من الحاجة إلى حرية التعبير، ومن ثم فقد تدفقوا إلى المجتمع الافتراضي، و اتخذوا من صفحات Facebook منبراً للنقد الاجتماعي لكل ما هو واقعي، لقد هربوا من المجتمع الواقعي إلى المجتمع الافتراضي، ليتخذوا من آلياته منابر لنقد المجتمع الواقعي بكل تكويناته، في محاولة لتغييره، إنهم أطفال الثورة الصغار حسب تعبير Habermas Jürgen.

المبحث الأول: موقع Facebook، حقائق واعتبارات

يعد موقع Facebook أحد مكونات شبكة المعلومات الدولية، إضافة إلى أنه يشكل قطاع متميز، له طبيعته الخاصة في المجتمع الافتراضي، الذي أصبح له وجوده المؤثر، على تفاعلات المجتمع الواقعي الذي نعيش فيه، ويحاول البعض تعريفه باعتباره مدونة أو صفحة شخصية على شبكة المعلومات، يناقش عبره صاحب الصفحة أصدقاءه ويتكلم معهم ويتبادل معهم المنشورات من: صور وفيديوهات و نصوص¹، وهو ما يعنى أن Facebook في أساسه يتضمن شبكة اجتماعية تساعد الأفراد على الاتصال بأصدقائهم وعائلاتهم، وأصدقاء العمل بفاعلية عبر شبكة المعلومات، أنشئ الموقع في 2004 وأصبح الموقع الاجتماعي الأشهر عبر الإنترنت.

بدأ الموقع بداية متواضعة، ولم يكن عليه إقبال كبير في البداية، حيث تشكلت جماعات عديدة حول موضوعات متنوعة يلتقي الأفراد حولها، حتى أصبحت هذه الصفحة موقع رفض من قبل المراقبين لأداء هذا الموقع لأسباب ذات طبيعة سياسية واجتماعية في مضمونها، وهناك بعض الدول التي قاطعت موقع Facebook كلية، حتى وصل الأمر إلى حد منع استخدامه في مجتمعات مثل سوريا وإيران لأسباب سياسية² وإن ادعى أن المنع كان لأسباب اجتماعية، وهو ما يعد شهادة على فعالية الموقع ودرجة تأثيره على تفاعلات المجتمع الواقعي.

1. موقع Facebook بعض الحقائق الأساسية: يشير تأمل موقع Facebook من حيث فاعليته والحوارات التي تدور حوله إلى تميزه ببعض الحقائق الأساسية ومنها:

1.1. التحكم في الاطلاع: يسمح موقع Facebook بالتحكم في من يمكنه رؤية المعلومات الشخصية المتاحة، إذ يمكن لصاحب الصفحة وضع قيود على بعض الأنشطة، بحيث يراها مجموعة الأصدقاء الذين يختارهم فقط، بالإضافة إلى إمكانية رفض صداقة أي شخص بسهولة، فموقع Facebook لا يسمح لأي شخص أن يتصفح أخبار الآخرين، إلا إذا كان من الأصدقاء المشتركين أو الذين ينتمون لنفس المجموعة، ويعكس ذلك مدى حرص الموقع

1. أحمد أبو زيد، سيكولوجية العلاقات بين الجماعات، قضايا في الهوية الاجتماعية وتصنيف الذات، عالم المعرفة، الكويت، 2006، ص، 60.

2. آدم كوبر فتحي تراجي، الثقافة التفسير الانثروبولوجي، عالم المعرفة، الكويت، 2008، ص، 125.

على حماية خصوصية أعضائه، وبذلك شكل هذا الموقع نقلة في عالم شبكات المعلومات¹، و هو ما يولد لدى المستخدم إحساسا بالسيطرة على الأمور خلال استخدامه للموقع.

2.1. الدوام: وتعنى بقاء المعلومات المتعلقة "بصفحة" الشخص لفترة طويلة، وذلك على عكس الحديث أو المعلومات المؤقتة التي تندفق من خلال الوسائط الاتصالية التقليدية عموماً، والتي ينتهي وجودها بمجرد الفراغ منها، في هذا الإطار فإننا نجد أن هذه المعلومات تسجل من أجل الاستخدامات المستقبلية، بحيث ييسر ذلك تحقيق الاتصال غير المتزامن، كما أنه يشكل إطاراً لانطلاق الحديث في أي وقت آخر، فيما يتعلق بذات الموضوع، ذلك يعنى أن الأحاديث والتعليقات المتبادلة والمسجلة على الموقع، يمكن الرجوع إليها بعد دقائق أو أيام أو حتى شهور من تسجيلها، وفي ذلك فهي تختلف عن المحادثات العادية بين الأفراد والتي تحدث في نطاق الاجتماعات والتفاعلات الحياتية، ذلك يرجع إلى أن الكلمات التي يتبادلها الأفراد تكون عادة لحظية وغير مسجلة، ولا يستطيع الفرد استرجاعها بعد اللحظة التي قيلت فيها².

من شأن هذه الحقيقة أن تجعل التفاعل على شبكة المعلومات أكثر كثافة مقارنة بالتفاعل الواقعي، وذلك لأن بعد الماضي يسقط من بنية التفاعل، الأمر الذي ييسر إمكانية إعادة التفاعل مع بعض هذه المضامين وإعادة تأملها وإحياء بعض جوانبها، وفي هذا الإطار فإنه إذا كان زمان أي تفاعل ينقسم إلى ثلاثة مراحل الماضي والحاضر والمستقبل، فإن هذه المراحل توجد في معية واحدة ويسقط التمييز بينها بالنسبة للتفاعل الافتراضي، الأمر الذي يشير إلى كثافة أعلى في التفاعل الحادث عبر شبكة المعلومات، مقارنة بالتفاعل الواقعي.

3.1. القدرة على العزل والتصنيف: بفضل البيانات الشخصية المتعلقة بالهوية المسجلة في صفحة المشارك، فإذا كان التفاعل الواقعي يحدث بصورة عشوائية أحياناً وتلقائية ولا إرادية أحياناً أخرى، الأمر الذي قد يتسبب في هدر واضح للتفاعل، فإن أدوات البحث والاكتشاف

¹ . بدر بن جويعد العتيبي، العولمة الثقافية وأثرها على هوية الشباب السعودي، مدينة الملك عبد العزيز للعلوم والتقنية، العربية السعودية، ص، 85.

² . بهاء الدين محمد مزيد، المجتمعات الافتراضية بديلاً للمجتمعات الواقعية، كتب الوجوه نموذجاً، قسم دراسات الترجمة، جامعة الإمارات العربية المتحدة، ص، 79.

في Facebook تساعد الناس على العثور إراديا على الذهنيات المشابهة التي لها وجود رقمي، أو بينها اتصال مباشر على شبكة المعلومات، أو حتى معرفة مسبقة في الواقع، وهو الأمر الذي يتحقق بمجرد الضغط على لوحة المفاتيح¹، بحيث يعد ذلك مقدمة لتشكيل جماعات أكثر تجانسا تكون قادرة على تطوير ثقافة محددة، وربما أهداف محددة، بل ويساعد تفاعلها المتجانس إلى استكمال هوية أعضائها بصورة واضحة، ويدخل في هذا الإطار بعد الإرادية، بمعنى أن تشكيل الجماعات يكون عادة محكوما بالمرجعية التي أصبحت متقاربة، استنادا إلى البيانات التي وردت في صفحات الأعضاء.

4.1. إمكانية التكرار: و نعني به القدرة على النسخ المتكرر للأفكار التي طرحت على ساحة التفاعل الحادث على الموقع انطلاقا من أي صفحة من صفحاته، ويعني ذلك أنه يصبح من السهل نسخ صورة أو تعليق أو مقال من أحد الصفحات، ونقله لصفحة أخرى بدون تغيير أي من ملامحه²، وهو ما يعنى القدرة على الاحتفاظ بالنص كجزء متكامل، يمكن أن يلعب دوره بصورة دائمة، وبنفس الطاقة تقريبا في اتجاه استنفار تفاعل كل من يطلع عليه، بحيث يكون التفاعل مع النص عادة في طبيعته الصحيحة، ومن ثم تظل له دائما قدرة إنتاج ذات التفاعل.

5.1. الجمهور الغير مرئي: وهي في ذلك تختلف عن التفاعل الواقعي، الذي يقع عندما يتحدث الفرد إلى صديق أو زميل في الحياة اليومية، حيث يكون من السهل في الغالب معرفة من باستطاعته إدراك أو سماع المحادثة الجارية، وفي هذا الإطار يلعب الزمان والمكان دورا فعلا، غير أن هذا الأمر يختلف بالنسبة لما يقع على شبكات المعلومات، إذ أنه بإمكان أي شخص الدخول على الموقع وقراءة المنشورات في أي وقت، وإن وضع موقع Facebook بعض التحديدات على ذلك.

تسهل هاته الخصائص التي أشرنا إليها على إمكانية البحث عن المحادثة، كما يمكن نقلها من موقع إلى آخر، وبالتالي زيادة انتشارها، وعلى الرغم من ذلك فإن معظم مشتركي

1 . حسنين شفيق، الإعلام الجديد – الإعلام البديل-تكنولوجيات جديدة في عصر ما بعد التفاعلية، الطبعة الأولى، دار فكر وفن للطباعة والنشر والتوزيع، 2010، ص، 49.

2 . عباس مصطفى صادق، الإعلام الجديد المفاهيم والوسائل والتطبيقات، الشروق، 2008، ص، 157.

المواقع والشبكات الاجتماعية يدخلون عليها للمحافظة على صداقات موجودة بالفعل في حياتهم اليومية، ولتسهيل الاتصال بهؤلاء الأصدقاء، فإن الشخصيات والمحادثات تظل موجودة ومسجلة لملايين أخرى من المستخدمين الذين يستطيعون الاطلاع عليها في أي وقت ومن أي مكان¹ ومن ثم يكون بإمكانهم التفاعل معها.

6.1. التفاعل على قاعدة التبيان و التكامل: تساعد الصفحات الشخصية Profile المتاحة على موقع Facebook على تحقيق التفاعل الاجتماعي المستند إلى قاعدة التبيان – التكامل، إذ يساعد التفاعل من ناحية في تأسيس مجموعات متجانسة من حيث اهتماماتها، لأن البيانات المتاحة على الصفحة تساعد على تحقيق التواصل بين الأفراد الأعضاء معا، ومن ثم تقوم الصداقة بين الأعضاء المتشابهين في الصفات والهويات والأفكار، وعلى هذا النحو يساعد مثل هذا الوضع في تشكيل مجموعات متجانسة من الداخل حول اهتمام مشترك، وأن تباينت مع الجماعات الأخرى، وفي هذا الإطار تتبلور جماعات حول قضايا محددة، أو الموقف من بعض الظواهر الاجتماعية، بحيث تتشكل الجماعات المتباينة، يضاف إلى ذلك الجماعات التي تتبلور حول اهتمامات مزدوجة – و هو أساس بنية المجتمع الافتراضي الذي يعمل موقع Facebook بالإضافة إلى المواقع الأخرى على إبراز ملامحه.

7.1. التحرر من القيود: يتخذ التعبير عبر موقع Facebook ميزة التحرر من القيود، ويمكن النظر إلى أن هذا التحرر يتحقق على ثلاث مستويات، المستوى الأولي أنه تحرر يتحقق من خلال آليات المجتمع الافتراضي، ومن ثم نجد المستخدمين متحررين فيما يتعلق بالمضامين التي يتداولونها، وفي إطار المستوى الثاني فإنه بإمكان المستخدم من أجل أن يصبح تعبيره حرا، أن يظهر نفسه من خلال صفات مستعارة غير صفاته الشخصية، وفي إطارها يعبر بلا حرج عن كل ما يدور بداخله بدون اعتبار لأية قيود، و المستوى الثالث أن باستطاعة المستخدم عبر Facebook أن يمنع الآخرين من الدخول على صفحته، كما أن باستطاعته أن يمنع النقل منه، وهو ما يمنحه قدرا أكبر من التحرر والحرية في التعبير.

¹ . على خليل شقرة، الإعلام الجديد شبكات التواصل الاجتماعي، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2014، ص، 92.

رغم التخمّة المعلوماتية في الفضاء الرقمي والتباين بين المجموعات ذات الاهتمامات المختلفة على الشبكة، غير أنه يمكننا القول أنه من خلال موقع Facebook نستطيع أن نطل على مجتمع افتراضي غالبية مستخدميها من الشباب، الذين تحرروا من قيود واقعهم الاجتماعي، ومن ثم شرعوا في التعبير عن ذواتهم، بحرية تمكنهم من اختراق الطابوهات كالدين والجنس والسياسة، وهي القطاعات التي تعتبر مجالات حوار مفضلة بالنسبة للشباب، إضافة إلى أنها المجالات التي تفرض القيود بكثافة عليها، وإذا كنا في قدمنا فيما سبق لبعض الحقائق المتعلقة بموقع Facebook ، باعتبارها الموقع المتميز و الأكثر استخداما بين مختلف المواقع على شبكة المعلومات، فإننا نعرض فيما يلي لبعض الاعتبارات المتعلقة باستخدام الشباب لمواقع Facebook.

2. اعتبارات أساسية حول شباب Facebook:

نحاول فيما يلي تطوير مجموعة من الاعتبارات الأساسية التي تتصل بطبيعة العلاقة بين الشباب وموقع Facebook، باعتبارها الأبعاد التي تحدد طبيعة التفاعل الثقافي والاجتماعي، وتتصل هذه الاعتبارات بجوانب كثيرة أبرزها دوافع دخول الشباب على موقع Facebook ، وأنماط الشباب المشاركين في هذا الموقع، إضافة إلى الدور الذي يلعبه الموقع في تشكيل الكتلة الشبابية التي تتفاعل في المجال الافتراضي، الذي أسسه الموقع، وما هي خصائص هذه الكتلة، ثم ما هي القيم أو الثقافة التي توجه سلوكها على موقع Facebook وعلاقة ذلك في مجملته بالإطار الاجتماعي للشباب في مجتمعه الواقعي.

يتمثل الاعتبار الأول من هذه الاعتبارات في طبيعة الدوافع، التي تدفع الشباب للتعامل مع موقع Facebook ، في هذا الإطار تذهب إحدى الدراسات على أن أهم الدوافع هي الدوافع الطقوسية، والتي يسعى من خلالها الشباب لتمضية وقت الفراغ والتسلية والتنفيس عن الذات، وفي هذا السياق فإننا نجد أن التفاعل الحادث على موقع Facebook يشكل الجانب العاطفي أو الدافئ في حياة الشباب لكونه يشكل الساحة التي يهرب إليها من مصاعب الحياة اليومية، والذي تؤدي إلى تزايد ارتباط الشباب بالمجتمع الافتراضي عموما، وبموقع

Facebook بصفة خاصة، وتشكل الدوافع المعرفية الدافع الثاني، حيث يتجه الشباب إلى التعامل مع الموقع للحصول على المعلومات المتعلقة بمختلف المجالات، خاصة أن هذه المعلومات تقدم له أحيانا من خلال ثقافة الصورة الأكثر ملاءمة لذهنية الشباب.

بالإضافة إلى ذلك هناك الدوافع الاجتماعية للتعامل مع الموقع، والتي تتمثل في السعي لإقامة علاقات اجتماعية جديدة، والحرص على التفاعل الاجتماعي والمشاركة الاجتماعية مع الأصدقاء، خاصة أن الأطر الاجتماعية التقليدية الواقعية كالأسرة والمدرسة لم تعد قادرة على احتضان الشباب، وتوفير إشباع لحاجاته العاطفية، فضلا عن حرية الرأي والتعبير التي يفتقدها في مختلف المجالات وعلى كافة المستويات، إلى جانب محاولة تأسيس علاقات عاطفية مع أصدقاء جدد، لم يرتبط بهم الشباب بأية علاقات خارج شبكة المعلومات¹، يؤكد ذلك دراسة أجريت على عينة من الشباب حول دوافع تعامل الشباب مع موقع Facebook أشارت إلى: التسلية والترفيه، إلى جانب تشكيل صداقات جديدة والتواصل مع الآخرين والتفيس عن الذات ثم البحث عن علاقات والاشتراك في مجموعات متنوعة، هي كلها دوافع تشير إلى اقتقاد الشباب لهذه الجوانب في المجتمع الواقعي، ومن ثم فقد لجأوا إلى المجتمع الافتراضي الذي بدأ يشكل سياقاً لإشباع الحاجات الشبابية.

يذهب الاعتبار الثاني إلى أن تعامل الشباب مع موقع Facebook يؤدي إلى عديد من الآثار الاجتماعية الإيجابية والسلبية على السواء، وهي الآثار التي تبدأ من إتاحة الفرصة للانفتاح على الآخرين، وهو الانفتاح الذي قد تكون له نتائج إيجابية، كما قد تكون له نتائج السلبية، ومن النتائج الإيجابية التي أكدت عليها إحدى الدراسات أن التعامل مع موقع Facebook يساعد الشباب على أن يكونوا منفتحين على الآخرين أو أنه يساعد الشباب على التخلص من الوحدة التي يشعرون بها في سياقاتهم الواقعية أو أنه يساعد الشباب على التخلص من ضغوط الحياة إضافة إلى أنه يساعد الشباب في تطوير علاقات اجتماعية، تساعد في التواصل مع الأصدقاء من خلال الموقع كبديل للتواصل معهم في الواقع كما أنه يساعد في تأكيد قدرة الشباب على التكيف مع مشاكلهم.

¹ . نديم منصور، سوسيولوجيا الإنترنت، سلسلة اجتماعات عربية، منتدى المعارف، لبنان، 2015، ص، 36.

في مقابل ذلك هناك الآثار الاجتماعية السلبية، كالشعور بالملل، بسبب قضاء وقت طويل في التعامل من خلال الموقع مع الآخرين، الأمر الذي يجعل الإنسان أكثر قلقاً لأنه يعيش مشكلاتهم¹، إضافة إلى أن التفاعل من خلال المجتمع الافتراضي يجعل الإنسان سلبياً في مواجهة تفاعلات المجتمع الواقعي، يضاف إلى ذلك أن التفاعل من خلال الموقع مع الآخرين، من شأنه أن يؤثر على التفاعلات ذات الطابع الجماعي كتلك التي تقع في نطاق الأسرة، الأمر الذي يعني أن استغراق الشباب في تفاعلات المجتمع الافتراضي، يؤثر بطبيعة الحال على درجة مشاركته في تفاعلات المجتمع الواقعي، وعدم الاهتمام بقضاياها وظواهره².

كما أن المشاركة الاجتماعية في المجتمع الافتراضي من خلال موقع Facebook له آثاره السلبية والإيجابية، فإن لهذه المشاركة آثارها النفسية الإيجابية والسلبية كذلك، فمن الآثار الإيجابية نذكر أن نسبة من الشباب تشعر بسعادة كبيرة حينما تتواصل مع أصدقاء قدامى، إضافة إلى تأكيد بعض الشباب بأنه يشعر بالأهمية والإيجابية حينما يشارك الآخرين همومهم وأخبارهم ومناسباتهم، كما ذكر البعض أنه لا يشعر بالوحدة أو الانطواء عندما يتفاعل مع الآخرين من خلال موقع Facebook، كما ذكر آخرون بتزايد قدرتهم على المشاركة واتخاذ القرار، من خلال التفاعل عبر الموقع أو أنهم يشعرون بتحقيق ذواتهم من خلال التفاعل مع آخرين في الموقع، كما ذكرت شريحة أخرى بتغير مزاجها بسبب التفاعل كثيراً من خلال الموقع.

بالإضافة إلى ذلك توجد الآثار السلبية كذكر شريحة من الشباب بأنها تشعر بالسلبية، حينما لا تستطيع المشاركة في حل مشاكل الآخرين المتفاعلين معهم خلال الموقع كذلك ذكر بعضهم عدم الارتياح لتغير أسلوبهم في الحياة وذلك وتأكيد البعض بأنهم يشعرون بالعصبية لإدمان التفاعل مع الآخرين داخل الموقع، وذكر البعض بأنهم يتقمصون أدواراً غير حقيقية

1 . بدر بن جويعد العتيبي، العولمة الثقافية وأثرها على هوية الشباب السعودي، مدينة الملك عبد العزيز للعلوم والتقنية، العربية السعودية، ص، 154.

2 . محمد المنصور، تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على جمهور المتلقين، دراسة مقارنة للمواقع الاجتماعية والمواقع الإلكترونية العربية نموذجاً، رسالة ماجستير، الأكاديمية العربية المفتوحة في الدنمارك، 2012، ص، 22.

في التعبير عن حالهم داخل الموقع، كما أكد البعض على الشعور بالقلق والاكتئاب بسبب التفاعل على ساحة الموقع.

ذلك يعنى بطبيعة الحال أن التحول في طبيعية التفاعل الاجتماعي من هيئته الواقعية إلى شكله الافتراضي، يجعل الشخص أكثر ميلا للإصابة ببعض التقلصات الاجتماعية والنفسية، وذلك يرجع إلى أن الشخص قد تمت تنشئته في سياق واقعي التفاعل، وهو الآن يتفاعل بهذه المكونات الواقعية في سياق افتراضي، الأمر الذي يفرض على بعض شرائح الشباب الإحساس بالميل إلى العزلة، أو القلق بشأن مشاكل الآخرين، أو بسبب الابتعاد عن التفاعل الأسري الذي اعتاد عليه، وذلك يرجع إلى أننا أمام تفاعلات جديدة يمكن أن تمس أسس المجتمع الواقعي.

يتصل الاعتبار الثالث بأن Facebook يلعب دورا محوريا في تشكيل الكتلة الشبابية، لتؤسس ما يمكن أن يسمى بشباب Facebook حيث تتأسس جماعة الكترونية، يشارك فيها الشباب الذين ينتمون إلى مجتمعات مختلفة، وإلى أعمار مختلفة نسبيا وإن كان داخل الحدود الشبابية¹.

برغم قيام هذه الوحدة الشبابية ذات الطابع العالمي، إلى أن البعد القومي ما زال قائماً، ويساعد في تشكيل هذه الكتلة الشبابية، أن جميع الشباب يدخلون إلى موقع Facebook متخليين تماما عن تحيزاتهم الواقعية الإثنية، إذ لا يلعب الانتماء العرقي أو الطبقي دورا يذكر في الدخول والمشاركة في تفاعلات الموقع، على الرغم من أن ما يمارسونه على الموقع يتأثر بطبيعة الحال بخلفياتهم الاجتماعية².

يذهب الاعتبار الرابع إلى تميز شباب Facebook - حسبما تذهب بعض الدراسات - بأن غالبية مستخدمي الإنترنت هم من الشباب، مقارنة بالبالغين، وهو الأمر الذي انعكس على سرعة اتساع الشبكة الإلكترونية لأسباب عديدة منها أن الشباب يشكلون الغالبية، وثانياً لأن

¹ . بخت محمد درويش، تقييم الأدوار السياسية لشبكات التواصل الاجتماعية مؤشرات ونموذج مقترح، دورية إعلام الشرق الأوسط، العدد التاسع، 2013، ص، 95.

² . الصادق رابع، الهوية الرقمية للشباب- بين التمثلات الاجتماعية والتمثل الذاتي-. مجلة إضافات، العدد 19، 2012، ص، 22.

الشباب هم الذين لديهم الميل إلى المغامرة واستكشاف ما هو جديد، وقد ضاعف من ذلك الزمان المتسارع الأحداث والتفاعل، الذي اتسق في تحولاته السريعة مع طبيعة الشخصية الشابة، بحيث ساعد ذلك على اتساع مواقع الشبكات الاجتماعية عبر شبكة المعلومات الدولية بصورة سريعة جداً، بحيث لعبت دورها في تأسيس علاقات وقيام صداقات بين المستخدمين للشبكة في المنطقة الواحدة¹، والتي اتسعت أحياناً لتشمل التجمعات الشبابية عبر العالم، ما دامت التفاعلات تدور حول ذات الاهتمامات المشتركة.

تقوم الصداقة عبر موقع Facebook بين الأعضاء المتشابهين في الصفات والهويات والأفكار، وهي الظروف التي تتيح لهم التعرف على بعضهم البعض، والتواصل فيما بينهم، مثل هذا التجمع يكتسب خصائص اجتماعية جديدة ومحددة، أهمها إلغاء فاعلية المتغيرات، التي قد تلعب دورها في تفتيت هذه الكتلة الشبابية، فمثلاً يشير تأمل حالة متغير النوع بين شباب Facebook إلى أن 71,8% منهم من الذكور حسبما تذهب إحدى الدراسات في مقابل 28,2% من الإناث هم الذين يشاركون في الموقع، وهو ما يعنى هيمنة الذكور في الاشتراك في موقع Facebook.

بالإضافة إلى ذلك فإن تأمل متغير السن يكشف أن مستخدمي Facebook شباب بالأساس، حيث نجد أنه برغم امتداد الاشتراك في موقع Facebook إلى أسفل حتى شمل الأطفال، إلا أن عدد المشاركين من هذا المستوى ما زال محدود إلى حد كبير، حيث نجد في ذات الدراسة أن نسبة المشاركين أقل من 18 سنة بلغت نحو 13,5% وأن نسبة المشاركين بين 18 سنة إلى 20 سنة بلغت نحو 17,3%، ونسبة المشاركين من 20-22 سنة بلغت نحو 29,8%، وأن من هم أكثر من 22 سنة حتى الحد الأعلى المفترض لسن الشباب، وهو 30 سنة بلغت نحو 39,4%، وهو ما يشير إلى أن طلاب المرحلة الجامعية والثانوية هم الجمهور الرئيسي لموقع Facebook.

¹ . عبد الكريم علي الديبسي وزهير ياسين الطاهات، دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام لدى طلبة الجامعات الأردنية، دراسات العلوم الإنسانية والاجتماعية، المجلد، 40، العدد1، 2013، ص147.

يضاف إلى ذلك أننا إذا تأملنا الأمر من الناحية الاجتماعية، فإننا سوف نجد أن غالبية المشاركين في Facebook هم من العزاب، في هذا الإطار تذهب ذات الدراسة إلى أن العزاب بلغت نسبتهم نحو 73,6%، في مقابل المتزوجين الذين بلغت نسبتهم نحو 26,4%، وهو الأمر الذي يشير إلى أن شبكة Facebook وما يتم تداوله على ساحتها أصبح المرجعية الأساسية للشباب العازب، ومن الطبيعي أن يكون ذلك على حساب تقليص روابطهم الاجتماعية الواقعية، على عكس المتزوجين الأقل مشاركة في موقع Facebook، وربما في المجتمع الافتراضي عموماً، لأنهم أكثر استغراقاً في تفاعلات وعلاقات المجتمع الواقعي، ومن ثم فلا حاجة لديهم للاستغراق في تفاعلات المجتمع الافتراضي.

وإذا كان الاعتبار السابق يشير إلى دور موقع Facebook – إلى جانب المواقع الإلكترونية الأخرى – في تشكيل الكتلة الشبابية فإن الاعتبار الخامس يهتم بتشكيل الوعي الشبابي، من خلال دخول الشباب للتواصل مع الآخرين، حيث يدخل الشباب معبراً عن طبيعته إلى هذا الموقع ودون بحث في منطق هذا السلوك¹، تأكيداً لميل انسياب إلى المغامرة والبحث عما هو جديد، بالإضافة إلى ذلك فإن الموقع يلعب دوره في تدعيم التواصل الاجتماعي بين مجموعات الأصدقاء، وهو ما يعنى أن الشباب ينضم إلى موقع Facebook للمحافظة على اتصالاتهم مع الأصدقاء، بحيث يساهم تصفح صفحات بعضهم البعض إلى تعميق التواصل والتفاعل، بحيث يمكن أن يؤدي ذلك بداية تشكيل مضامين هذه الصفحات مرجعية للأفكار والقيم والسلوك.

فانطلاقاً من الصفحات الخاصة يتحرك الجميع إلى تأسيس صفحة أو Profile عام ويعطي الحائط أو الجدار أحد أشكالها ذلك لأن الشباب يميلون إلى إمعان النظر في جدار الآخرين يبدوون بالصديق الذي دعاهم، وبرؤيتهم لهذا Profile تطرح أمامهم روابط لأصدقاء Facebook، وفي هذه الحالة يكون في مقدرتهم أن يقضوا ساعات لا حصر لها، يتصفحون شبكة الموقع، يقفزون من صديق إلى صديق ويلملمون أثناء ذلك مضامين ومعطيات.

¹ . فريال حمود، مستويات تشكل الهوية الاجتماعية وعلاقتها بالمجالات الأساسية المكونة لها لدى عينة من طلبة الصف الأول الثانوي من الجنسين، مجلة دمشق، المجلد، 40، كلية التربية، جامعة دمشق، 2011، ص152.

في هذا الإطار يتعرف الشباب على أنواع التقديم التي تكون مناسبة اجتماعيا، إذ تقدم لهم صفحات الآخرين أمثلة واضحة لما ينبغي عليهم أن يقدموه على Profile الخاص بهم¹، ومن ثم يتحرك الجميع باتجاه الاتفاق على مجموعة من الأسس- بدون التفاعل المادي المباشر – التي ينبغي أن تراعى سواء في بناء Profile أو السعي إلى تصفحه، أو ما يتعلق بالمضامين التي ينبغي أن توضع فيه، وهو ما يعنى أن التفاعل الاجتماعي مع الآخرين على موقع Facebook يؤدي إلى تنمية المهارات الشخصية والخبرات الحياتية والتعامل مع الآخرين، فضلاً عن أن الروابط الاجتماعية على شبكة المعلومات، تساعد على بعث الشعور بالراحة لدى المستخدمين، فهم في مجتمعهم وبين نظرائهم.

على هذا النحو تتشكل كتلة شبابية باعتبارها واقع متجسد ومتفاعل في نطاق مجتمع افتراضي، ومن المثير أن هذه الكتلة ليست ساكنة ولكنها متحركة، تسعى إلى أن تتحول من كتلة في ذاتها إلى كتلة لذاتها، حيث تتحقق ذلك حينما تكتسب الوعي الفاعل من خلال الحوارات، حول قضايا متنوعة تهمهم، من هذه القضايا قضية التفاعل بين العالمية والمحلية، فقد ظهرت مجموعات شبابية مناصرة لإدماج القيم الغربية في ثقافة المجتمعات العربية من أجل الإسراع في خطى التقدم بها، في مقابل مجموعات أخرى تطالب بالانعزال عن وسائل التكنولوجيا الحديثة، حماية الهوية العربية من القيم الدخيلة على المجتمعات العربية، وبين هذين الموقفين المتناقضين ظهر تيار وسطي يرى أهمية دمج الاتجاهين، بحيث يساعد هذا الدمج في عملية التحديث والتقدم.

تعتبر هذه التفاعلات التي تموج بها الساحة الشبابية على موقع Facebook عن ثلاثة أبعاد أساسية، حيث يشير البعد الأول إلى كسر احتكار مجموعات شبابية معينة للعمل الشبابي، بينما يتمثل البعد الثاني في تحرك المجموعات الشبابية المشاركة في Facebook من موقع المتلقي إلى موقع المشارك، أي من شريحة خاملة لا صوت لها إلى شريحة فاعلة، ودون التضخيم في نسبة هذا التغيير، إلا أنه من الملاحظ حرص غالبية المواقع الإلكترونية وعلى رأسها موقع Facebook على فتح خاصية التعليق على محتوياتها لكل زوارها من الشباب،

¹ . مرسي مشري، شبكات التواصل الاجتماعي الرقمية: نظرة في الوظائف، المستقبل العربي، العدد 395، 2012، ص، 39.

وهو ما أتاح الفرصة للشباب، بوضعهم يشكلون غالبية مستخدمي الشبكة الإلكترونية، للدخول بقوة في هذا المجال والتعبير عن وجهة نظرهم، تجاه القضايا المطروحة.

يتصل البعد الثالث ببناء شبكة علاقات الكتلة الشبابية، فلكي يزيد شباب المجتمع الافتراضي، وبخاصة على Facebook من قوتهم فإنهم يلجؤون إلى آلية التشبيك، والتشبيك يتم بعبور الحدود القطرية إلى الاتصال بالتجمعات الشبابية، لتشكيل تجمعات شبابية عابرة للحدود القطرية، وبالرغم من أنه لا يوجد تحديد واضح لأهم هذه المجموعات ونطاق عملها والمعوقات التي تواجهها، إلا أنه يمكن الحديث عن عدة مجموعات شبابية نشطة في هذا المجال عابرة للحدود القطرية¹، وتتسع عملية التشبيك بمساحة أوسع حينما تتصل بعض مجموعات الشباب المحلي ببعض مجموعات الشباب على الصعيد العالمي، لشرح بعض القضايا، وهو ما عجزت عنه، أو لم تؤده بنفس الكفاءة مؤسسات الأنظمة السياسية، وبقدر ما مؤسسات المجتمع المدني.

يتمثل الاعتبار السادس في بروز تباين واضح بين الشباب في المجتمع الافتراضي، وبالتحديد على موقع Facebook، الذين يمتلكون إمكانية التعامل مع التكنولوجيا الإلكترونية، التي تشكل مدخلهم إلى المجتمع الافتراضي من ناحية، والكبار الذين تتتابع دوائرهم من الكبار في الأسرة إلى الكبار في المدرسة إلى الكبار في المؤسسات المختلفة، ومن الثابت أن هؤلاء الكبار لم يتيحوا الفرصة الكافية في كثير من الأحيان للشباب، للتعبير عن أنفسهم، سواء من خلال الأسرة التي لم تعد قادرة على استيعاب أبنائها، أو التي تعاني الانهيار والهشاشة، أو المدرسة التي تراجعت في أداء وظائفها التربوية، والهيئات، وتكوينات المجتمع المدني التي لم تستطع أن تستوعب الطاقات الشابة من ناحية ثانية.

مثل هذا التباين أدى إلى ترك شريحة من الشباب، الأكثر قدرة على التعامل مع هذه التكنولوجيا الحديثة للمجتمع الواقعي، واللجوء إلى المجتمع الافتراضي، إذ يرى الشباب أن

¹ . هدى محمود حسن حجازي، اتجاهات الشباب الجامعي نحو المشاركة في المجتمعات الافتراضية والحقيقية في عصر العولمة، مجلة دراسات في الخدمة الاجتماعية والعلوم الإنسانية، مصر، العدد، 30، الجزء، 7، 2011، ص، 80.

المجتمع الافتراضي الذي يشارك في تأسيسه Facebook والمواقع الإلكترونية الأخرى هو الفضاء الخاص لهم، فهو مساحة للشباب بحكم كونهم شباب.

ارتباطاً بذلك يدرك الشباب أن المجتمع الواقعي للكبار يفرض عليهم كثيراً من القيود، التي تحرمهم من المشاركة، ومن إبداء وجهة نظرهم، كما يشعرون بأنهم متأرجحون، وفي حيرة من أباؤهم الذين يعتقدون في المضامين السلبية لهذه الاتصالات، تلك التي تقع بينهم وبين رفاقهم الشباب الذين يتفاعلون معهم عبر شبكة Facebook ويؤسسون معهم مجتمعاً افتراضياً يقدم إشباعاً لاحتياجاتهم على المستوى المعنوي، وتتطور على ساحته صيغ عديدة للتوقعات المتبادلة التي تشير بأنه مجتمع في اتجاه الاكتمال.

يتصل الاعتبار السابع بسعي الشباب لتطوير هوية افتراضية جديدة على Facebook، حقيقة أن بعض عناصر الهوية الافتراضية لم تنشأ من فراغ، بل تمتد جذورها في السياق الواقعي وتتأثر ببعض ملامحه والتفاعلات الحادثة فيه، ويتعلق البعد الأول للهوية التي يطورها الشباب على موقع Facebook بالمرحلة العمرية للمتحققين بهذا الموقع فمرحلة الشباب هي البعد الأبرز في تحديد هوية المتفاعلين على مساحة Facebook.

يتحدد البعد الثاني في أن جميع التفاعلات، تدور حول عدة مشكلات أو قضايا تتصل إما بالاحتياجات الشبابية التي تميل إلى التواصل مع الآخرين، الذين حلوا من خلال المجتمع الافتراضي محل أسرة، والتي تعاني أيضاً من مشكلات عدم التواصل بين أعضائها.

كما يتأرجح شباب Facebook في تفاعلهم بين سلوكين متناقضين، الأول أنهم يسعون أحياناً إلى إخفاء بعض ملامح هوياتهم، حتى لا يعرفوا، وحتى يمكنهم التفاعل بقدر من الحرية مع نظرائهم على مساحة Facebook، كي لا يصبحوا منكشفين، وفي ذات الوقت فهم يتفاعلون مع نظرائهم ولديهم رغبة عارمة في الحصول على الاعتراف الاجتماعي بهم من قبل هؤلاء الآخرين.

وفي اعتقادنا أن ذلك يعبر عن حالة مرحلية في التعامل مع Facebook، إما زمنياً أو معنوياً، حيث يمر الشاب بمرحلة يكون فيها أكثر تأثراً بقيم المجتمع الواقعي، الأمر الذي

يجعله يستعين بقيمة في البداية، وفي مرحلة ثانية يتجه إلى ممارسة قيم سلبية كانتحال أسماء وصفات لا يعبر عن ذاته، حتى إذا اطمأن إلى التفاعل الحادث، والذي يشارك فيه، فإنه يكشف عن ذاته، ويتفاعل في الواقع الجديد أو المجتمع الجديد بقيم جديدة ومعايير جديدة كذلك.

يشير البعد الثالث إلى أننا إذا تأملنا شباب المجتمع الافتراضي بصورة عامة، فسوف نجد أن المتعاملين مع المجتمع الافتراضي، وبخاصة موقع Facebook هم الشباب الذين لديهم قابلية التفاعل الإيجابي مع مضامين العولمة، بحيث يؤدي ذلك إلى نتيجتين، الأولى قابلية الانتزاع من سياقهم الاجتماعي، والاهتمام بقضايا تتصل بصورة محورية باحتياجاتهم، وإن انفصلت نسبياً عن التفاعلات التي تقع على ساحة مجتمعاتهم، فهم يستخدمون تكنولوجيا المعلومات ويسبحون في فضاء المجتمع الافتراضي بعيداً عن مجتمعاتهم، ومن ثم نجدهم قد يهتمون بقضايا ذات طبيعة عالمية ليست ذات أهمية محورية بالنسبة لمجتمعاتهم، وفي هذا السياق تشير النتيجة الثانية إلى أن شباب Facebook وإن احتج في السياق الافتراضي إلا أنه تخلى نسبياً عن الاحتجاج في السياق الواقعي.

إن التفاعل على ساحة Facebook يساعد على تفرغ شحنات الاحتجاج الاجتماعي، إذ يلعب هؤلاء الشباب دوراً في الاحتجاج والإدانة والنقد على صفحات Facebook، غير أنه بمجرد الكتابة، فإن شحنة الاحتجاج الاجتماعي يتم تفرغها من بنية شخصياتهم، ومن ثم فهم وإن كان بإمكانهم تحريك الاحتجاج الاجتماعي إلا أنهم غير قادرين بفاعلية الاشتراك فيه أو تحمل تبعاته، الأمر الذي يؤكد أننا أمام واقع يتداخل على ساحاته تفاعلات المجتمع الواقعي مع متطلبات العولمة وتفاعلاتها.

يعد التعبير بغير إيماءات الجسد البعد الرابع الذي يميز هوية الشباب في المجتمع الافتراضي، تأكيداً لذلك أننا إذا تأملنا التفاعل الواقعي فإننا نجد أن هذا التفاعل يتحقق بنسبة كبيرة من خلال إشارات الجسد، وذلك لتوصيل بعض المعلومات المتعلقة بنا إلى الآخر، سواء من خلال حركة الجسم أو الملابس أو الحديث أو تعبيرات الوجه، ثم نستقبل ردود فعل الآخرين لندرك مدى إدراكهم لما أردنا توصيله إليهم، ومدى نجاحنا في هذا الصدد، وهو ما يسميه GOFFMAN Erving إدارة الانطباع، وهو ما يعني أن ندرك أن أسلوب إدارة الانطباعات

يعد مهارة اجتماعية، يتم تطويرها وتأكيداها من خلال الخبرة، بحيث يساعدنا ذلك في إدراك أو استخلاص المعنى من الموقف، استنادا إلى ما نعرضه على الآخرين وردود أفعالهم التي نتعرف عليها.

يشير ذلك أن تعلم قراءة الإشارات الاجتماعية والاستجابة وفقا لها يشكل جوهر عملية التكوين والتكيف الاجتماعي مع التفاعل الاجتماعي الحادث في المجتمع، وإذا كانت هذه العملية تبدأ داخل الأسرة في إطار عملة التنشئة الاجتماعية، فإنها تلعب دوراً محورياً في اندماج الشباب وتفاعلهم داخل مختلف السياقات الاجتماعية الأوسع، التي تتيح لهم بدورها تطوير هذه المهارات، بيد أن ما يحدث في المجتمع الافتراضي من خلال موقع Facebook مثلا، أن المهارات التي يحتاج الناس إلى إدارتها تكون مختلفة، وحسبما تذهب إليه SUNDEN Jenny فإن الناس ينبغي أن يكتبوا بأنفسهم عن أنفسهم، حيث يصبح النص والصورة والصوت والفيديو وسائل ذات قيمة لتطوير وجود فعلى، ومن الطبيعي أن يختلف المنطق الذي يحدد الأسلوب الذي نوصل به معلومات لها معنى من خلال أجسادنا عن الأسلوب الذي نوصل به المعاني من خلال المجتمع الافتراضي حيث غياب الجسد، وهو تأمل ذاتي يراه GIDDENS, Anthony ضروري لتشكيل الهوية وتأسيس الجسم الافتراضي، أو الرقمي حسبما يذهب إليه FOUCAULT, Michel .

وبرغم ذلك فإن المعلومات التي يدفع بها الشباب المتفاعلون على صفحات Facebook تكون أقل دقة، بحيث يمكن للمتلقي تفسيرها لاكتشاف أن كانت مزيفة، وتوضح ذلك BRUCKMAN Amey بقولها إن المعلومات الأساسية عن جسد الشخص تكون حاضرة ومتاحة على شبكة المعلومات، حتى حينما يحاول الشخص إخفائها والمرادغة بشأنها، البرهنة على ذلك أن الناس يبرعوا نسبيا في اكتشاف متى يكون الشخص رجلاً حتى لو أقر بأنه امرأة، حيث يمكن من خلال اكتشاف إشارات معينة تدلنا على مساحة الخداع.

يشير الاعتبار الثامن إلى الحالة الثقافية لشباب Facebook وهي الحالة التي تشير إلى اتجاه الشباب إلى تفكيك روابطه مع ثقافة المجتمع الواقعي، واتجاهه بديلا لذلك إلى تطوير ثقافة تنمو داخل المجتمع الافتراضي، ويرجع تفكيك شباب Facebook لروابطه مع ثقافة

المجتمع الواقعي إلى عدة عوامل، أبرزها ضعف دور مؤسسات التنشئة الاجتماعية التقليدية، وعجزها عن تشكيل ثقافة الشباب، فقد أصبح تفاعل شريحة من الشباب مع مضامين موقع Facebook أكثر من تفاعله مع محيطه، يضاف إلى ذلك افتقاد هذه المؤسسات لقدرتها على رقابة الأنماط السلوكية الناتجة عن الاحتكاك بالعالم الخارجي من خلال المجتمع الافتراضي، وترك ذلك لآليات التصحيح الذاتي التي يقوم بها كل شاب على حدى، اعتماداً على تجربته الشخصية، وقد تزامن ذلك مع اتجاه بعض الشباب إلى الانعزال عن مجتمعاتهم، والانكفاء خلف جهاز الكمبيوتر، الذى أصبح قناة عبوره إلى العالم الخارجي¹، وبذلك سقطت الثقافة عن أن تشكل منظوماتها القيمية مرجعية للسلوك الشبابي في الواقع الاجتماعي أو المجتمع الافتراضي، وأصبحت القيم التي طورها الشاب على صفحات Facebook هي التي شكلت مرجعية سلوكه.

لقد وجد الشباب في مواقع المجتمع الافتراضي وأبرزها Facebook قناة للتعبير ومنفذاً للانتشار، وعرض وجهات النظر والآراء، استناداً إلى مرجعية قيمية وأخلاقية انتقوها من القيم المتاحة في الفضاء العالمي أو طوروها بما يلائم طبيعتهم، بحيث لعبت هذه الشريحة دوراً أساسياً استناداً إلى مرجعيتها في إبراز البعد النقدي أو الرفض أحياناً للثقافة الشبابية الواقعية، ثم حاولت دفع النقد على صفحات Facebook لكي يشكل طاقة دافعة لها تأثيراتها على تفاعلات وأحداث السياق الواقعي.

لا يتوقف الأمر عند حد إضعاف الثقافة، بل يتسع التشويه ليشمل اللغة التي تعد وعاء التعبير عن الثقافة، حيث تراجع استخدام اللغة العربية لصالح اللهجات العامية، بل والاتجاه نحو استخدام مزيج من الحروف والأرقام الإنجليزية والفرنسية بديلاً عن الحروف العربية، ويحاول البعض تفسير هذا التراجع بسبب شعور الشباب بالاغتراب والرغبة في التمرد على قيود الآباء ومن ثم لغتهم، بينما يرى البعض الآخر أن ظهور لغات جديدة للشباب هو أمر طبيعي يحدث من مدة لأخرى، وأن التعامل مع شبكة المعلومات ليس هو المسئول عن ذلك، حيث برز اتجاه إلى زيادة استخدام اللغة الأجنبية أو بعض الفاظها في لغة الحياة اليومية،

¹ . أحمد أبو زيد، سيكولوجية العلاقات بين الجماعات، قضايا في الهوية الاجتماعية وتصنيف الذات، عالم المعرفة، الكويت، 2006.

بسبب الإرث الاستعماري و تأثيرات العولمة، بيد أننا نعتقد إلى جانب صحة التفسيرات السابقة أن مشاركة الشباب في الواقع الافتراضي من شأنه أن يتطلب ثقافة جديدة غير تلك التي تضبط التفاعلات الواقعية، ومن الطبيعي أن تتطلب هذه الثقافة بدورها لغة جديدة، وإذا كانت مشاركة الشباب في المجتمع الافتراضي تمثل فصلاً جديداً في علاقة الشباب السلبية بالمجتمع، فإن إبداعه لأشكال متتابعة من التعبير اللغوي يعد تعبيراً عن هذا الانفصال، كما يعبر عن سعي دؤوب نحو استكمال ملامح الهوية الشبابية.

المبحث الثاني: حراك الشباب من السياق الواقعي إلى المجتمع الافتراضي

الذي لا شك فيه أن ثمة علاقة عضوية بين المجتمع الواقعي والمجتمع الافتراضي، وأن الشباب هم حلقة الصلة بين المجتمعين، وفي هذا الإطار فإننا نستطيع أن نرصد الحركة الشبابية في اتجاهين، الأول أنه بسبب عجز المجتمع الواقعي عن إشباع الحاجات الأساسية للشباب، وأهمها التعبير عن احتياجاتهم وعن ذواتهم فيما يتعلق بقضايا السياق المحيطة بهم، بينما يشير الاتجاه الثاني إلى تحول الشباب إلى التعبير عن أنفسهم من خلال Facebook كآلية لتغيير الواقع الاجتماعي، الذي خلفوه وراءهم وقطعوا روابطهم به.

ثمة اختلافات أساسية بين المجتمع الواقعي والمجتمع الافتراضي الذي يتفاعل الشباب على ساحاته، حيث يشير الاختلاف الأول إلى أن تفاعلات المجتمع الواقعي تؤكد على التواجد الجسدي، بما للجسد من إشارات وإيماءات تلعب دوراً بارزاً في التفاعل، بينما تفاعلات المجتمع الافتراضي ذات طبيعة عقلية بالأساس، إنه تفاعل بالصور والرموز ومقاطع الفيديو، وأحياناً تفاعلات بين شخصيات خيالية تخفي ذواتها أحياناً لتمارس الهروب، يضاف إلى ذلك أن التفاعل في المجتمع الواقعي هو تفاعل فوري، الفعل ورد الفعل المباشر له، بينما في المجتمع الافتراضي نجد أن الاتصال غير مباشر، قد يصبح رد الفعل انتقائياً وقد يصبح متأخراً ولا فورياً.

بالإضافة إلى ذلك فإنه إذا كان التفاعل في المجتمع الواقعي يتم متأثراً بمتغيرات السن والنوع ومستوى التعليم والحالة الاجتماعية والمستوى الاجتماعي الاقتصادي، فإن هذه المتغيرات تنتفي فاعليتها في المجتمع الافتراضي، حيث يحدث التفاعل بلا متغيرات منظمة،

أو من الممكن أن يحدث في ظل رموز كاذبة عن هذه المتغيرات¹، على هذا النحو فإننا ندرك كلا المجتمعين من منطق الاستقطاب، وليس من منطق المتصل، ومن ثم فالانتقال من المجتمع الواقعي إلى الافتراضي، هو رفض للواقعي بكل خصائصه وتفاعلاته، واقتراب من الافتراضي والمشاركة في نسج تفاعلاته، فحينما يستدير الشباب إلى المجتمع الواقعي، انطلاقاً من الواقع الافتراضي، فإنه يسعى من وراء هذا التحول إلى نقد المجتمع الواقعي، حتى يمكن تطويره بما يساعد على إشباع حاجاته.

ذلك يطرح سؤالاً، لماذا يرفض الشباب للمجتمع الواقعي؟ الإجابة على ذلك تحتوي على بعدين، الأول بعد وجودي، ويتمثل في أن الشباب بحكم طبيعته ونظرتهم المستقبلية غير قادر على التكيف الكامل مع المجتمع الواقعي في الحاضر، فهو دائماً ينشد ما هو مثالي ويرفض ما هو واقعي وسلبى، أما البعد الثاني فيتمثل في أن واقع مجتمعاتنا متخم في العادة بالمشاكل التي تكون لها وطأتها الأكبر على الشباب، والقطيعة مع المجتمع الواقعي تبدأ من عجزه عن إشباع الحاجات الأساسية للشباب، كالحاجة إلى الوظيفة للمشاركة في سوق العمل، والحاجة إلى الدخل لإشباع الحاجات الأساسية والحصول على فرصة مسكن وتشكيل أسرة، ومن ثم تتبلور لديهم حالة من القطيعة السيكولوجية المبكرة مع المجتمع².

بالإضافة إلى ذلك يعاني الشباب من مشكلات الفراغ والتغيب والخضوع والتهميش والحرمان من المشاركة في مختلف المجالات، الأمر الذي يجعل الهروب إلى المجتمع الافتراضي إجباري بالنسبة للشباب، بالإضافة إلى ذلك فإنه إذا كان العجز عن التعبير هو أحد دوافع الهروب إلى المجتمع الافتراضي، فإن ذلك يرجع إلى أن الواقع لا يستوعب الشباب، كما لا يتيح لهم فرصة التعبير من خلال قنواته، الأمر الذي يدفعهم إلى البحث عن قنوات جديدة من خلال Facebook.

بالإضافة إلى ذلك فإن التفاعل الواقعي في نطاق الأسرة، يتم عادة في ظل قواعد محددة، فالأسرة والمسكن بالنسبة لكثير من الشباب هو فضاء منظم تنظيماً محكماً يتأسس

¹ . بهاء الدين محمد مزيد، مرجع سابق، ص، 121.

² . حسنين شفيق، الإعلام الجديد - الإعلام البديل-تكنولوجيات جديدة في عصر ما بعد التفاعلية، مرجع سابق، ص، 123.

التفاعل والعلاقات في إطاره في ظل قواعد صارمة، يشرف الكبار على تفعيلها بدقة¹، الأمر الذي يدفع الشباب إلى اختلاس الفرصة للهروب باتجاه المجتمع الافتراضي من خلال Facebook، في هذا الإطار فإن أهم ما يميز شبكة المعلومات يتمثل في أنها تتيح للشباب أن يشاركوا في تبنى مواقف من القضايا العامة، التي احتكرها الكبار، وهم في مواقعهم على ساحة الفضاءات المادية المنظمة للكبار مثل البيوت والمدارس، بحيث يصبح هذا السلوك في حد ذاته موضع تفاعل بين الشباب والكبار، فالوالدان يسعيان إلى تنظيم سلوك الشباب في هذا الفضاء الإلكتروني الجديد، بحيث يؤدي ذلك بدوره إلى دفع الشباب إلى إخفاء تفاعلاتهم على ساحة الفضاء الافتراضي.

الدائرة الثانية التي تتعامل مع الشباب هي التي تضم الكبار الذين ينتمون إلى التنظيمات الوسيطة، المدرسة والمؤسسة الدينية جميعها مؤسسات تفرض النظام، كما تفرض على الشباب أن يكون سلوكهم في هذه المجالات وفق قواعد محددة وصارمة، فهم بحاجة إلى متابعة ورقابة وحماية، ولذلك فإنه من الضروري تقييد سلوكهم حتى لا يضرُوا بأنفسهم أو يعملوا على هز استقرار المجتمع، وهو ما يؤسس الصراع بين الشباب والكبار، ويزداد هذا الصراع ضراوة إذا تمسك الكبار بالتراث المتدفق من الماضي والذي يساعد في الحفاظ على الاستقرار.

إن الشباب الذين يعيشون حالة تسارع التغير وتدفق المعاني في الحاضر، الأمر الذي يجعل الواقع الاجتماعي من وجهة نظر الشباب – على عكس تصورات الكبار – في حالة من الديناميكية والسيولة، بحيث يصبح الهروب إلى المجتمع الافتراضي ضرورة لتفاعل يلائم الشباب، حيث لا قيود وإذا كانت هناك قيم تنظم التفاعل، فهم الذين ابتدعوها وبإمكانهم تغييرها، فهم صانعو التفاعل على صفحات Facebook، وهم القادرون على تغييره وإعادة صياغته.

¹ . دارن بارني، ترجمة أنور الجمعاوي، المجتمع الشبكي، ط1، المركز العربي للأبحاث ودراسة السياسات، الدوحة قطر، 2015، ص، 98.

يشكل النظام السياسي الدائرة العدائية الأوسع التي يفر من أسرها الشباب، ليمارسوا حريتهم على مساحة المجتمع الافتراضي، وفي نطاق هذه الدائرة، تناقش علاقة شباب Facebook بالأحزاب السياسية، ثم العلاقة المتبادلة بين السلطة وشباب Facebook.

وإذا كان الشباب قد اتجهوا إلى مواقع المجتمع الافتراضي هروبا من الواقع لتطوير ثقافة نقدية يعبروا من خلالها عن الكبت المفروض عليهم بواسطة الأوضاع السياسية والاقتصادية والاجتماعية، حيث يناقشون بدرجة من الحرية غير المسبوقة قضايا الشأن العام، بذلك يكون موقع Facebook قد قدم فرصة جديدة لم تكن موجودة للشباب الذي تم تهميشه، يناقش بحرية الأزمات والمشاكل التي تعاني منها مجتمعه بدون محرمات تقليدية، باستثناء ما يستحدثه الشباب لتنظيم أنشطتهم.

1. تحولات المجال العام في المجتمع الافتراضي:

يعتبر عالم الاجتماع HABERMAS Jürgen أبرز من تولى بلورة مفهوم المجال العام، الذي رأى فيه الفضاء الذي يتوسط بين مجال السلطة العامة من ناحية والمجال الخاص، الذي قد يؤكد على الأسرة وشؤون الأفراد الخاصة من ناحية ثانية، وفي نطاق المجال العام – كما تبلورت حدوده في الديمقراطيات الغربية – كانت تمارس المناقشات حول السياسات الحكومية، وعلى ساحته تتبلور اتجاهات الرأي العام، وقد عرف HABERMAS المجال العام بأنه مجتمع افتراضي أو خيالي ليس من الضروري أن يتواجد في مكان معروف أو مميز، فهو يتكون من مجموعة من الأفراد الذين لهم سمات مشتركة مجتمعين مع بعضهم كجمهور¹، يتفاعلون مع بعضهم على قدم من المساواة حول قضايا مشتركة.

في هذا الإطار تشير كلمة عام إلى السياقات التي يمكن لأي شخص أن يشارك فيها، دون أن يكون المشاركين فيها على معرفة ببعضهم البعض، وبرغم ذلك فإنهم يتقاسمون فهما عاما للعالم المحيط بهم، وهم يطورون هوية مشتركة، تطور اهتماما جمعيا بنصوص مشتركة، سواء كانت هذه النصوص تعبر عن رؤية كونية أو قضايا محددة أو أفعالا وأحداث

1. HABERMAS, Jürgen, the public sphere, in C, Mukerji and schudson, M, ed, rethinking popular culture : contemporary perspectives in cultural studies, 1991, pp, 398-404.

معينة، كما يعنى العام في المجتمع الافتراضي انه متابع من قبل كل فرد، على عكس ذلك يشير تعبير المجال الخاص إلى السياقات المحدودة كالأسرة والجماعة الإثنية، حيث تسود في هذا المجال تفاعلات محكمة بمنظومة قيم ضابطة للأداء في نطاق هذا المجال الخاص، ومن حق أفرادها التفاعل بشأن قضايا المجال الخاص، وليس من حق الآخرين خارج هذه السياقات الخاصة أن يشاركوا في تفاعلاتها أو مناقشة قضاياها.

غير أننا إذا تأملنا الأمر بالنظر إلى موقع Facebook والمواقع الأخرى، الكائنة على ساحة المجتمع الافتراضي، فإننا سوف نلاحظ بروز مجموعة من التحولات الأساسية على كل من المجال العام والمجال الخاص، من هذه التحولات ظهور ما يمكن أن يسمى بالمجالات الوسيطة، وهي المجالات التي تتجاوز كثيراً المجال الخاص وتقع ساحاتها دون المجال العام، ويمكن تحديد المجالات الوسيطة بأنها المجالات التي تقع بين المجال الخاص والمجال العام، وفي العادة تضم المجالات الوسيطة عدة أنماط من المجالات، الأول هو المجال الوسيط الخاص بفئة أو فئات معينة، إذ نجد على Facebook جماعات متنوعة، سياسية وثقافية وترفيهية واجتماعية، كل جماعة لها قضايا خاصة بها غير أنها قضايا مطروحة طرحة عاما ولكن في حدود الجماعة ذاتها، حيث يمكن الدخول في هذا المجال لكل من تتوفر له صفات أو أهلية المشاركة، في هذا المجال يتم التفاعل والحوار لتطوير رأي عام وسيط خاصة بجماعة معينة، غير أنها جماعة تشكلت تشكلا إراديا وطوعيا، وتتفاعل على قدم من المساواة، وإن كانت في غالبها من فئة الشباب.

يتمثل النوع الثاني من المجال الوسيط، بذلك المجال الذي يحتوي على جمهور يتفاعل بشأن قضية معينة أو يشكل رأيا عاما بشأنها، ومثال على ذلك أنه إذا طرحت قضية تتعلق "بالأمهات العازبات" مثلا فإننا نجد أن نسبة من زوار موقع Facebook يناقشون هذه القضية، ويطوروا رؤية عامة مشتركة بشأنها، وبذلك، فإن تعبير المجال الوسيط هنا يقتصر على قضية أو قضايا معينة دون أن يشمل الحوار قضايا أخرى، وفي هذا الإطار من الممكن اعتبار المجال العام الذي يتيح موقع Facebook بالمجال الوسيط، وهم بالنظر إلى حجمهم

العديدي كمجموعات، وخلفياتهم الطبقية لا يمكن أن يشكلوا مجالاً عاماً، بل نجدهم يشكلون مجالاً وسيطاً بامتياز، لأن هناك فئات أخرى يمكن أن يكون لها مجالاتها الوسيطة كذلك.

يتمثل التحول الثاني في ظهور ما يمكن أن يسمى بالمجال أو المجال الأعم، ويتجاوز هذا المجال الأعم المجال العام باعتبار أن الأخير في مكوناته يتطابق مع النسق القومي، أو المجتمع القومي، غير أننا إذا نظرنا إلى نظامنا العالمي المعاصر، فسوف نجد تراجعاً نسبياً للدولة القومية والمجتمع القومي المحفوظ بحدوده، وبروز ما يمكن أن يسمى بالمجتمع العالمي، أسسته قوى العولمة، ولعب الإعلام وتكنولوجيا المعلومات دوراً محورياً في تجسيد وجوده، بحيث أصبح لهذا المجتمع العالمي مجاله الأعم الذي تطرح في إطاره قضايا قد تتصل بالنظام أو المجتمع العالمي ذاته كتلك المتصلة بالأزمة الاقتصادية العالمية، أو الهجرة غير شرعية، أو حالة الديمقراطية وحقوق الإنسان، أو اللاجئين بحيث تناقش مثل هذه القضايا في هذا المجال ويتم تطوير رأي عام بشأنها، يشارك في هذا الرأي العام شرائح معينة في مختلف المجتمعات القومية، وتتفاعل بشأنها لتشكل قوة ضغط تدفع التفاعلات في اتجاهات معينة.

يتصل التحول الثالث بأن المواقع الإلكترونية، من بينها موقع Facebook قد لعبت دوراً أساسياً في فرص تآكل المجال الخاص لصالح المجال العام، (وهو محور دراستنا هذه)، وفي أحيان أخرى تتم حركة عكسية، حيث تآكل المجال العام لصالح المجال الخاص، ففي الحالة الأولى نجد أن كثيراً من القضايا التي ينبغي أن يتم التفاعل بشأنها داخل الحياة الأسرية أو في حدود ذات الفرد تنتقل لتصبح موضع حوار في المجال الوسيط أو المجال العام.

وقد يسر تآكل المجال الخاص لصالح المجال العام، الدور الذي يلعبه الإعلام المعاصر وتكنولوجيا المعلومات الحديثة في التنشئة الاجتماعية، حيث تتم التنشئة في إطاره وفق قيم عامة وليست خاصة، فقد أنتهى العصر الذي كانت فيه الأسر تحتكر عملية التنشئة الاجتماعية أو الجماعة الإثنية تنشئة الأبناء وفق قيم معينة، لأن الإعلام وتكنولوجيا المعلومات همشت تأثير هذه المؤسسات الأولية والتاريخية، يضاف إلى ذلك التحولات التي طرأت على بنية الأسرة ذاتها، فقد أصبحت أعجز من أن تكون مجالاً للتنشئة الاجتماعية أو أعجز من أن تشكل إطاراً لخصوصية بعض القضايا، ويتصل العامل الثالث لتآكل المجال الخاص

بمجموعة الأصدقاء مرتادي موقع Facebook والذين يطرحون ما هو خاص بهم بصورة متطرفة، بحيث نجد أن طرح مثل هذه القضايا يتشكل بشأنها رأي عام في العلقن، بعد أن كانت في ظل القيم التقليدية من السلوكيات الأشد خصوصية.

يتصل التحول الرابع بأننا إذا تأملنا القضايا التي تناقش في المجال العام للمجتمع الافتراضي، فإننا سوف نجد أن المتفاعلين على ساحة Facebook والمواقع الإلكترونية الأخرى بدأوا يطورون من منظومات قيمية تعد مقابلة لمنظومات القيم السائدة في المجتمع الواقعي، ويرجع ذلك لانتماء منظومتي القيم إلى أنماط مختلفة من المجتمعات، منظومة القيم في المجتمع الواقعي، هي منظومة قيم تطورت عبر تشكل التراث الثقافي للمجتمع، وهو تراث من صنع الكبار الذين يميلون إلى تطوير منظومات قيم تضبط التفاعل حفاظاً على الاستقرار الاجتماعي، ومن ثم نجد أنها منظومات تتسم بالتقليدية والمحافظة، والتغير فيها يتم في حدود ضيقة على ما يذهب التراث السيكولوجي، فهي من إبداع الكبار، ومسئولية الكبار الحفاظ عليها كذلك.

على خلاف ذلك نجد أن منظومات القيم التي تتبلور على ساحة المجتمع الافتراضي من خلال المواقع المختلفة، هي منظومات قيم جذورها في الغالب مشدودة إلى العالمية، أو العولمة، ثم أنها منظومات قيم من صنع الشباب، ولأن الشباب هم مبدعوها ولأنها تتشكل في عالم متسارع التغير، فإننا نجد أن مضامينها رافضة للاستقرار وتميل إلى التغير كذلك، وليس من الضروري أن يتم العمل وفقاً لها على قاعدة الاتفاق العام، كما هي الحال بالنسبة لمنظومات القيم في المجتمع الواقعي، إذ تخضع المنظومات في المجتمع الافتراضي لحالة من التفكيك الذي يشكل السمة الغالبة لمجتمعات ما بعد الحداثة¹.

ويشير التحول الخامس و الأخير إلى أن التفاعلات الحادثة على موقع Facebook والمواقع الافتراضية تشكل نوعاً من المعارضة الاجتماعية والثقافية، المعارضة للتفاعلات ومنظومات القيم والسلوكيات التي تقع في مختلف المجالات، ويرجع تميز التفاعلات الحادثة

¹ . صالح خليل أبو إصبع، الاتصال والإعلام في المجتمعات المعاصرة، ط4، دار مجدلاوي، عمان، 2004، ص، 70.

في المجتمع الافتراضي بالطابع المعارض إلى ثلاثة أبعاد، الأول يتمثل في أن الشباب هم الذين يوجهون التفاعلات وهم الذين يطورون القيم في المجتمع الافتراضي، نموذجاً لذلك موقع Facebook حيث نجد أن الشباب على صفحات Facebook بطبيعتهم رافضين للمجتمع الواقعي التقليدي، لأنهم وإن كانوا يعيشون في الحاضر إلا أن فاعليتهم الحقيقية في المستقبل، ومن ثم - حسبما يذهب التراث النظري - فإنهم يميلون إلى تقليص الحاضر لصالح المستقبل، ومن ثم فهم على رفض ضمني له، خاصة أنهم على خلاف الكبار لم يستوعبوه بصورة كاملة داخل ذواتهم.

بينما يذهب البعد الثاني إلى أن الشباب، خاصة في المجتمعات النامية يعيشون في ظل حالة من عدم إشباع الحاجات الأساسية، ابتداءً من الحاجة إلى العمل والدخل، وحتى الحاجة إلى التعبير والمشاركة، الأمر الذي يعنى أنهم رافضون للمجتمع الواقعي القائم، ومن ثم فهم يقفون من خلال موقع Facebook والمواقع الإلكترونية الأخرى موقف المعارضة لكل تكوينات المجتمع الواقعي تقريبا، ابتداءً من الثقافة والقيم، ومرورا بطبيعة التفاعلات المتصلة بنوعية الحياة، وحتى ممارسات النظام السياسي، في حين يتصل المصدر الثالث لنمو المعارضة في كون الشباب أصبحوا منفتحين من خلال تكنولوجيا الإعلام والمعلومات على العالم الخارجي، خاصة المجتمعات المتقدمة والمسيطرة على هذه المواقع والشبكات، يطلعون على نوعية الحياة فيها، وعلى الثقافة والقيم المنظمة للتفاعل في إطارها، وعلى إتساع مساحة إشباع الحاجات في نطاقها، وهو ما يعبر عن ظاهرة الاختراق الثقافي من خلال تكنولوجيا الإعلام والاتصال، بحيث يستوعبها الشباب لتشكل مرجعته في رفض مختلف عناصر التفاعل الواقعي، وبذلك تصبح المعارضة الشبابية لما هو قائم في مختلف المجالات رأس حربة لتفكيك المجتمع الواقعي، بهدف القضاء على بعض تكويناته الثقافية والاجتماعية والسياسية، فكان السياق الواقعي بسبب ظروفه السلبية هو الذي دفع الشباب إلى السياق الافتراضي ليطور أفكارهم ومعارضتهم بهدف تغيير السياق الواقعي.

على هذا النحو يشكل موقع Facebook والمواقع المناظرة، مجتمعا مدنيا خاليا من المعاني والقيم الموروثة والأثنية، التي تؤثر على تفاعلات المجتمع الواقعي في إطاره، حيث

يعبر الشباب والملتحقين الآخرين بالموقع عن أنفسهم فيما يتعلق بقضايا اجتماعية واقتصادية وثقافية وترفيهية متنوعة، في إطار Facebook تناقش مختلف القضايا بلا قيود، وفي هذا النطاق تفتتح محررات المجتمع الدين والجنس والسياسة.

برغم أن حرية التعبير متاحة على صفحات Facebook وبرغم القيم والمعايير التي بدأت تتشكل في إطار هذا التجمع المدني في الواقع الافتراضي، وأبرزها أن يكون النقد موضوعيا أو على الأقل يعبر عن وجهة نظر الذات¹، على أساس من المساواة وبدون أي متغيرات فاصلة كما يحدث في المجتمع الواقعي، أو حتى مع الآخر على الصعيد العالمي.

2. القيم السياسية والاجتماعية لشباب Facebook:

في محاولة للتعرف على منظومات القيم الموجهة لسلوكيات المشاركين على صفحات Facebook فإننا ندرك هذه القيم من خلال القضايا التي تثار على هذه الصفحات، بيد أننا قبل أن نعرض لهذه القيم فإننا نشير إلى ثلاث ملاحظات، الملاحظة الأولى أن تطوير شباب Facebook لبعض القيم التي يتعاملون وفقا لها، وتوجه سلوكياتهم، إنما هي في جانب كبير منها انعكاس لقيم واقعية رآها الشباب مقيدة لتفاعلاتهم وسلوكياتهم، أو أنها قيم مرفوضة بحكم طبيعتهم الشبابية، بينما تشير الملاحظة الثانية إلى أن بعض القيم التي أعلنها شباب Facebook تعتبر مؤشرا لحجم الاختراق الثقافي ولنوعية الحياة الاجتماعية، حيث نجد شرائح وجماعات من الشباب يطالبون ببعض القيم التي تتناقض مع مرجعيتنا الثقافية والأخلاقية.

وهو ما يعنى أن صفحات Facebook وإن كانت تتعامل مع قيم واقعية رأتها سلبية، إلا أنها تعد في ذات الوقت نافذة لتدفق قيم ينبغي الحرص على منظوماتنا القيمية من الخضوع لاختراقاتها، يضاف إلى ذلك ملاحظة ثالثة تتعلق بأن القيم التي طورها شباب Facebook تغطي تقريبا مختلف مجالات الحياة الاجتماعية.

1 . على خليل شقرة، الإعلام الجديد شبكات التواصل الاجتماعي، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2014، ص، 92.

1.2 القيم السياسية لشباب Facebook:

بالرغم من أن هناك بعض الدراسات التي تؤكد على عدم اهتمام شباب Facebook والمواقع الإلكترونية أخرى بالسياسة، تأكيداً لذلك أن نسبة 84% من الشباب على موقع Facebook لا يفضلون الاشتراك في موضوعات ذات طبيعة سياسية¹، غير أننا برغم ذلك نجد أن هناك عدة مجموعات تهتم بالقضايا السياسية، تمارس السياسة بكل أطيافها وتنوعاتها وتتراوح توجهاتها من أقصى اليمين إلى أقصى اليسار، والتي أصبح الشباب شديد الاهتمام بها.

إذا حاولنا تأمل المنظومة القيمية والثقافية التي تشكل مرجعية شباب Facebook لممارسة المعارضة السياسية، فسوف نجدها خليطاً من مجموعة من العناصر، أبرز هذه العناصر الطابع الراديكالي لهذه القيم، وهو ما يتسق في الغالب مع الطبيعة الشبابية، التي تميل إلى الرفض والتمرد، وبسبب ذلك كانت راديكالية هذه المرجعية، من هذه العناصر إدراك الشباب للقيود المفروضة على التعبير، الأمر الذي يوجب حرية التعبير على صفحات Facebook، بيد أننا نلمح بعض منظومات القيم التي يتم تداولها في الثقافة السياسية العربية كالحديث عن تداول السلطة، وعن ضرورة التغيير في بنية النظام السياسي، يضاف إلى ذلك عنصر طراً على واقعنا الاجتماعي بفعل اختراقات العولمة لفضاء ثقافتنا السياسية، وهو العنصر المتعلق بالقيم الديمقراطية، والتأكيد عليها، وكذلك قيم ضرورة احترام حقوق الإنسان.

بالإضافة إلى ذلك التأكيد على قيم الشفافية، وهي القيم التي تبرز انعكاساً لسلوكيات وثقافة الفساد، التي أصبح لها وجودها البارز، بالإضافة إلى ذلك يوجد بعد قوي يؤكد على قيم المواطنة المتساوية، على هذا النحو فنحن أمام منظومة قيمية ذات طابع سياسي قوي، وذات مسحة شبابية راديكالية شفافة، تعبر في الغالب عن ثقافة شباب الذي يعيش في أزمة

¹ . على خليل شقرة، مرجع سابق، ص، 122.

ومأزق تؤكد على أهمية تداول السلطة، كما تؤكد على الديمقراطية وحقوق الإنسان والمواطنة المتساوية¹.

1.2 القيم الاجتماعية لشباب Facebook:

بالإضافة إلى منظومة القيم التي وجهت التفاعلات والسلوكيات السياسية للشباب على صفحات Facebook، برزت قيم ثقافية محددة لتوجهات الشباب فيما يتعلق ببعض القضايا والسلوكيات الاجتماعية، و من الضروري ونحن نعرض لثقافة الشباب في هذا المجال، أن ندرك ذلك في ظل أربعة أبعاد أساسية، ويتمثل البعد الأول في أن غالبية المشكلات أو القضايا التي طرحت على صفحات Facebook، ذات طبيعة شبابية بالأساس، فهي قضايا تشغل حيزاً من تفكيرهم أو تسبب لهم معاناة فتوترهم، ومن ثم تصبح هي القضايا التي يتفاعل بشأنها، الشباب ليقدموا تصورات بشأنها، بينما يشير البعد الثاني إلى أن بعض هذه القضايا لا يتصل بثقافتنا، بل هي قضايا دفعت إلى فضائنا الثقافي والاجتماعي من خلال عملية الاختراق الثقافي، استناداً إلى مضامين وآليات العولمة، التي تعمل على تصدير قضاياها المرتبطة بنوعية حياتها، لتؤسس تجانساً عالمياً على أساس من عناصر ثقافتها وسمات نوعية حياتها، بينما يؤكد البعد الثالث على أن غالبية القضايا والمشكلات التي طور شباب Facebook قيماً وثقافة تشكل الأطر الاجتماعية لشعب Facebook من الشباب.

لم يكن مجتمع الشباب عبر موقع Facebook مقنعاً للكثيرين بأنه مجتمع حقيقي وواقعي ومن الممكن أن يصنع تفاعلاً بين عناصره، بمعنى آخر لم يكن ذلك المجتمع منظوراً وملموساً على أرض الواقع، لذا أطلق عليه اسم "المجتمع الافتراضي"، لا لأنه غير موجود، وإنما لأنه، مقارنة بالمجتمع الطبيعي، غير متشكل في بيئة تتكون من أفراد يحتكون ويحاكون بعضهم وجهاً لوجه، يقرءون تفاعل الآخرين تجاههم من حركات أجسادهم ووجوههم، فيلمسون رضاهم أو رفضهم أو مواقفهم من خلالها وعبر ما يسمعه بأذانهم منهم مباشرة، وغالباً ما يكون هذا الاحتكاك الاجتماعي بين أفراد يعرفون بعضهم، أو في طريقهم للتعرف

¹ . محمد عبد الحميد، الاتصال والإعلام على شبكة الانترنت، عالم الكتب، القاهرة، 2008، ص، 82.

المباشر، عن طريق التدافع الاجتماعي بين الناس يقوم على الاحتكاك والمحاكاة المباشرة بين أفراد المجتمع، لا يزال هذا التدافع هو القائم والسائد في المجتمعات العالمية، غير أن الجديد اليوم، أننا أمام مجتمع من نوع آخر "مجتمع Facebook".

يقتصر التفاعل بين أفراد "مجتمع Facebook" على المشاركة الرقمية، الكتابة النصية، الصوت الصورة والفيديو، هنا، يجد المراقب لهذا المجتمع أو المتعامل معه، أن هناك لغة نصية غير مألوفة يتم تداولها بين المشتركين فيه، حروف ترمز إلى أشياء، وكلمات ترمز إلى صفات، ومصطلحات ترمز إلى تقنيات محددة... وتزداد هذه الحثيات غموضاً كلما كان المشتركون مسجلين بأسماء حقيقية، لأن بعض من التكاشف في تناول الموضوعات بالأسماء المستعارة يجعلها أقل غموضاً، فنسبة الغموض التي تصل إلى السرية في تداول الموضوعات أو الأسماء هي من سمات المجتمع الإلكتروني.

ومن الملاحظ على مجتمع "مجتمع Facebook" أن المشترك يتعامل مع مجتمع واسع وشرائح متداخلة وكثيرة، ومن جنسيات لا محدودة، بل تسقط القطرية والحدود الجغرافية بين المشتركين، وهنا ميزة أخرى لهذا المجتمع، وهي ارتفاع حواجز نفسية ورسمية بين المتواصلين فيه الذين تربطهم هموم مشتركة وصفات ذاتية تجمعهم في هذه الصفحة أو تلك، بيد أن المشتركين يتحولون بالتدريج إلى مجتمعات أضيق بحثاً عن شيء مشترك أو مطلب واحد جامع بينهم، كصفحة علمية أو سياسية أو فنية... إلخ، وكما يحدث في المجتمع الطبيعي بين التضييق والتوسع في بناء الكتل الاجتماعية وتفككها هو كذلك في مجتمع الانترنت، ولكن بقدر ما أن تفكيك الكتل الاجتماعية الحقيقية غير سهل الحدوث، يمكن القول أن كتل مجتمع الانترنت سهلة التفكك والخروج منها بمجرد أن يقرر الفرد المشترك ذلك.

في مجتمع النت ليس للمشاركين المتشاركين في صفحة منه ضرورة التقارب بين أفرادهم في العمر والصفات كما هو الأغلب والأعم على المجتمع الطبيعي، فقد يجد المشارك أعمار متباينة ومتعارفة ومتداخلة في صفحة واحدة، لكن كلما كانت موضوعات الصفحة أكثر عمقا موضوعيا في مجالات العلوم والفكر والسياسة تنقلص غالبا الصفة العمرية بين المتشاركين لتجتمع كل فئة عمرية على مطالبها المشتركة، هنا لا نجد الأمر يتعلق بالشباب

بشكل خاص، ولكن غالباً ما يجتمع الشباب على هموم مشتركة قد يبتعد عنها الأكبر سناً وذلك لوجود فوارق نفسية تجمعهم وتبعدهم عن الأكبر سناً كالحماس وحب المغامرة والرغبة في التجديد والتمرد على الحياة التقليدية.

ومنه وجد الشباب في المجتمع الرقمي حياة بديلة عن حياته الطبيعية، وإن لم تعوضه كل التعويض، فقد وجد من يصغي إليه، ويستمتع لمشاكله، ويناقشه فيها، وقد يبادل المشاعر ويواسيه إذا ما احتاج للمواساة، ويسايره في كل لحظة ويوم، ويأتي ذلك في عالم المجتمع الطبيعي الذي تشاغل فيه الآباء والأمهات عن أبناءهم بهموم ومتطلبات الحياة اليومية استجابة لسرعة إيقاع الحياة العصرية والركض اليومي وراء الالتزامات التي لا تتوقف، فلا غرابة من وجود حالة من الغربة بين الأبناء والآباء عندما يعيش الجميع هذه الحالة، فيغيب التواصل وتضعف لغة التفاهم والتفهم وتبدأ الفجوة بين الجيلين في الاتساع.

من جهة أخرى، لم تعد صياغة شخصية الشباب مرتبطة حصراً بمؤسسات التنشئة الاجتماعية التقليدية والمجتمع الطبيعي كالسابق، سيبقى دورهما أساسياً، ولكن لا ينحصر بهما، إذ بات للمجتمع الافتراضي تأثير واضح على تطلعاتهم ونوعية همومهم وطبيعة ميولهم وطرائق تفكيرهم، لأن الشباب، وجدوا في مجتمع Facebook تلبية لأغلب حاجاتهم ابتداءً بالألعاب المسلية والمتنوعة التي تستجيب مع طبيعة تفكير كل واحد منهم، ومروراً بالمواقع الرياضية المتعلقة بالألعاب الرياضية المحببة لديهم، وصفحات التعارف بين الجنس الواحد أو بين الجنسين، وصفحات التعليم والتعلم، وصفحات البحث والإعلام والموضة والحوارات السياسية المثيرة والساخنة، وانتهاءً بجميع المواقع والصفحات، فبضغطة زر صغير يدخل الشاب في عالمه الأقرب إلى نفسيته وفكره ومزاجه في كل وقت وكل مكان.

مما يدفع الشاب للدخول والتفاعل مع هذا المجتمع: الرغبة في المشاركة وإثبات وجوده وحضوره والتعبير عن رأيه، والحماس لما يحب ويرغب، والتمرد على الروتين الاجتماعي، وحب المغامرة عبر اقتحام كل الأبواب، وحب الفضول لمعرفة كل شيء بوقت قصير، الاندفاع لكل جديد والميل للتجديد، وربما الهروب من الواقع، أو الرغبة في إفراغ شحنة من الغضب والعاطفة.

باتت هذه الصورة اليوم الأكثر سطوعاً في حياة الشباب، والتي تتطلب مزيداً من البحوث الميدانية والاجتماعية لمعرفة مقدار تأثيرها على حياتهم، ومعرفة حجم أهميتها في صياغة شخصيتهم، ويبقى للحياة الاجتماعية التقليدية، الأسرة والمدرسة والأصدقاء دائرة التأثير الأولى، بل تبقى هذه الحياة هي الأساس لتحديد مجتمع الانترنت الذي يختاره، وهي المفتاح الذي يُشكل ويرسم قرارات الشباب حول اختياراته وتنقلاته داخل مجتمع Facebook.

الفصل الثالث

الهوية الرقمية
بين عرض الذات والبيانات الشخصية

تمهيد:

تعد الهوية رمزا للتفرد والتمايز، لكن في ضوء متغيرات العصر الحالي يتجدد التساؤل حول مفهوم الذات الذي بدأ يفقد معناه في ضوء الغموض الذي يكتنف علاقة الفرد بالآخر، بحكم تغير السياقات الثقافية المعاصرة المؤسسة لمفهوم الذات وتشتت حدود دلالتها في ضوء تغير مفهوم الزمان والمكان وكونية العلاقات الاجتماعية المعاصرة وتسارع وتيرة نموها، إلى جانب التطور المذهل لنظم الاتصالات وتدفق المعلومات التي حفزت حركة الثقافات المبنية على أساس التفاعل في الفضاء الرقمي ضمن هويات ممزوجة بين المجالين الواقعي و الافتراضي أساسه عرض الذات والبيانات الشخصية و التداخل بين المجالين العام و الخاص.

في ضوء هذه الاعتبارات، أضحت هوية الأفراد تبنى ضمن سياقات عالمية لا محدودة، بفعل تأثير الشبكات الرقمية التي أعطتها دلالات جديدة أوسع من الفضاءات المحلية، وبخاصة أنها تميزت بعمق تأثيراتها في توجهات الشباب، نتيجة اعتمادها على التقنيات المعلوماتية التي تتيح إمكانية تصفح ونقل وتخزين المعلومات، مع سهولة عرضها وتعديلها، إضافة إلى أن نمط تأثيرها الذي يكمن في قدرتها على تجاوز نسقية حدود الزمان والمكان، كما أن الاتصال في ظلها يتخذ طابعا مغايرا يتجاوز إلزامية الحضور الفيزيقي لأطراف التواصل الاجتماعي، بل يتعامل مع الأفراد، كذوات فردية حرة، عارضة وناقلة لمجموعة من الرسائل والمضامين التي يجري تداولها في سياق جماهيري ذو أبعاد ثقافية متنوعة ومفتوح على فضاء رقمي غير محدود المعالم.

هذا، إلى جانب غموض حقيقة هوية أطراف التفاعل من عدمه، فهو يتيح لهم حرية التعبير وإمكانية الاختيار بين عدة بدائل، وكذا إمكانية التفاعل في فضاء لا محدود يشبع تطلعات المستخدم للانطلاق والتنقل بين عالمين، الافتراضي والواقعي، وتاليا فهي تغطي حاجاتهم الذاتية، وتعطيهم وجودا مغايرا لواقعهم فهل حقيقة نتكلم عن هوية في الفضاء الرقمي أم الأصح الحديث عن البيانات الشخصية؟ وهو ما نستعرضه في هذا الفصل.

المبحث الأول: مفهوم الهوية وأنواعها.

يشهد عالم اليوم تغيرات هائلة في شتى جوانب الحياة السياسية، والاجتماعية، والاقتصادية والثقافية وغيرها، هذا ما يدفعنا إلى الخوض في إحدى أبعاد هذه التغيرات المرتبطة بالجانبين الاجتماعي والثقافي بالدرجة الأولى وتأثيرها على مفهوم الهوية.

تعد الهوية منتج اجتماعي وثقافي يتشكل من خلال انتماء الإنسان لذاته، ذلك لأن الانتماء هو حاجة متجذرة وجوهرية في النفس البشرية، لاسيما في ظل تسارع التغيرات التكنولوجية المتلاحقة، حيث أصبح موضوع الهوية موضع محوري يستدعي التقصي والبحث من طرف العديد من الباحثين.

من هذا المنظور، يعتبر مفهوم الهوية من المفاهيم المركزية التي سجلت حضورها الدائم في مجالات علمية عديدة، و لاسيما في مجال العلوم الإنسانية ذات الطابع الاجتماعي، وهي من أكثر المفاهيم تغلغلا في عمق حياتنا الثقافية والاجتماعية اليومية، ومن أكثرها شيوعا واستخداما¹.

على الرغم من بساطة المفهوم الظاهرية إلا أنه على العكس يتضمن درجة عالية من الصعوبة والغموض والتعقيد، لأنه بالغ التنوع في دلالاته، يتواجد وينمو في خضم علاقات اجتماعية وثقافية متداخلة فيما بينها، يتجلى في صيغ ويرتسم في أشكال متعددة، ويتنوع بتنوع نشاطات الأفراد المهنية، السياسية، الثقافية والفكرية، ويتعدد بتعدد المواقف السيكولوجية².

من هنا تبرز أهمية دراسة هذا المفهوم وتفكيكه، والذي تطرق إليه العديد من الفلاسفة وعلماء النفس وعلماء الاجتماع وغيرهم فثمة من حصرها بالحقيقة والماهية والذات، والوحدة والاندماج والانتماء وغيرها، كما تطلق أيضا على نسق من المميزات والمعايير

1 . MUCCHIELLI, Alex, L'identité, Que sais-je? Editions point delta, huitième édition, 2011, p p5.10.

2 . Ibid., p, 10.

التي يعرف بها الفرد ويعرف من خلالها، وينطبق ذلك على هوية الجماعة والمجتمع والثقافة.

تمثل الهوية حالة ديناميكية متغيرة، بمعنى أن الهوية هي بفعل تشكلها القيمي، حالة ذات ثبات نسبي أي أنها تتعرض للتغيير، لكن لا يمكن أن يعترضها النسيان أو الاندثار، فالهوية مثل المكونات الاجتماعية الأخرى خاضعة للتغيير ولربما تخضع بعض مكوناتها للانتقاء وأحيانا لإعادة الانبعاث والإحياء فهي بالتالي خاضعة للإنتاج وإعادة الإنتاج في سياقات مختلفة.

فالهوية إذن، مكون ثقافي واجتماعي وسياسي مرن قابل للتغيير، وإن يكن في بعض حالاته غير قابل للانتقاء، بمعنى آخر، إن بعض مكونات الهوية كاللغة والدين والطائفة، يمثل الوعاء الأساسي لحفظ الهوية، كما أنه الإطار الذي من خلاله تستطيع أن تستمر ولربما تقاوم وتتكيف مع الكثير من عمليات التغيير¹.

يتشكل إحساس الأفراد بالهوية من خلال الرموز والمعاني المرتبطة ببعض خصائص السلوك وأشكاله، والممارسات التي تتميز بالاستمرارية كاللغة والدين، رغم التغييرات التي قد تلحق بالبنية الخارجية للأفراد.

من هذا المنطلق تبرز الهوية كمكون يرى بعضنا الآخر من خلاله، أي أنها الصورة التي نميز بها الأنا من الآخر، وهي تمثل مجموعة من السمات الخاصة والعامة التي تعطى لمجموعة من الأفراد من ذوي السمات المشتركة وبدورها تميزهم عن الآخرين، وهي سمة تحدها كل من اللغة والدين، الطائفة، العادات، التقاليد والصفة والجماعة المهنية وأيضا المكان، وقد تصغر هذه المكونات لتصل إلى الحي والقرية، القبيلة والعشيرة والأسرة، وهي عناصر تطبع أفرادها بهوية فرعية ضمن الهوية الكلية للجماعة وهي في عمومها تعبر عن الحالة الزمنية والمكانية².

¹ غوردن مارشال، موسوعة علم الاجتماع، ترجمة محمد الجوهري وآخرون (المجلس الأعلى للثقافة، مج 3، القاهرة، 2012، ص 71-76.

² المرجع نفسه، ص 76.

تجدر الإشارة، إلى أن الباحثين في مجال الهوية يشيرون إلى أن الذات والهوية مفهومان مختلفان، ومع ذلك فإنهما بناءان مترابطان، ويؤكدون على أن للأفراد ذات واحدة ولكن لهم هويات متعددة، وهذه الهويات تتعدد بتنوع السياقات مثل: العائلة والجماعة الأولية¹.

1. مفهوم الهوية:

إن الهوية لغة مصدر صناعي نسبة إلى "هو" "هو" "الهو" الذي هو في اصطلاح الفلاسفة الغيب أو الحقيقة المطلقة²، والهوية هي باطن الشخص الدال على حقيقته أو حقيقة الشيء من حيث تميزه، من جهته يفسر معجم مصطلحات العلوم الاجتماعية مفهوم الهوية عموماً بوصفه عملية تمييز الفرد لنفسه عن غيره³، إن هوية الشيء هي ثوابته التي تتجدد ولا تتغير، تتجلى وتفصح عن ذاتها، دون أن تخلي مكانها لنقيضها طالما بقيت الذات على قيد الحياة⁴، في حين يستعمل مصطلح الهوية في الأدبيات المعاصرة للدلالة على معنى كلمة Identity التي تعبر عن خاصية مطابقة الشيء لنفسه أو مطابقة مثيله، فالهوية إذن هي حقيقة الشيء المطلقة التي تشتمل على صفاته الجوهرية، والتي تميزه عن غيره، ويطلق عليها وحدة الذات.

عالج علم الاجتماع بدوره الهوية ضمن إطار هوية الشخص في مجاله الاجتماعي، وذلك لأنه يشعر بالهوية مع أشخاص المجتمع الذي ينتمي إليه، أي ما يوحد أفراد المجتمع ويمنحهم سمات تميزهم عن غيرهم من المجتمعات الأخرى⁵، حيث يرى ERIKSON Erik أن الهوية تولد من خلال التفاعل بين الميكانيزمات السيكلوجية والعوامل الاجتماعية، والإحساس بالهوية ينتج من الميل اللاشعوري للفرد بحيث يكون امتداداً

1 . السعيد بومعيزة، مرجع سبق ذكره، ص70.

2 . محمد عابد الجابري، الموسوعة الفلسفية العربية، معهد الإنماء العربي، المجلد، 2، بيروت، 1986، ص821.

3 . أحمد زكي بدوي، معجم مصطلحات العلوم الاجتماعية، مكتبة لبنان، بيروت، ط2، 1993، ص206.

4 . محمد عمارة، مخاطر العولمة على الهوية الثقافية، نهضة مصر للطباعة والنشر، ط1، 1999، ص7.

5 . هانس بيتر مارتن، هارولد شومان، فخ العولمة، سلسلة عالم المعرفة، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، الكويت، 1998، ص10.

لتجاربه الذاتية، كما ينتج من البحث عن الإحساس بالتكامل والوحدة والانتماء من خلال تنوع التشابه بنمط معين في الطفولة.¹

في حين تتحدد الهوية عند CASTELLS, Manuel باعتبارها عملية بناء المعنى على أساس سمة ثقافية مفردة، أو منظومة من السمات الثقافية والتي تعطي الأسبقية على باقي المصادر المنتجة للمعنى²، كما تعرف الهوية على أنها ذلك الجانب من تعريف الشخص لنفسه المبني على عضويته لجماعة معينة، فهو تعريف الشخص لنفسه باعتبار عضويته في جماعة معينة بما في ذلك من دلائل واعتبارات قيمية ومشاعر وعواطف³.

الهوية من جهة أخرى هي الرمز التي يمكن للفرد عن طريقه أن يتعرف إليه الآخرون باعتباره منتبياً إلى تلك الجماعة الاجتماعية⁴، لقد فرضت كلمة الهوية نفسها كمصطلح فلسفي يستدل به على كون الشيء هو نفسه⁵، وهي مقدار ما يحققه الفرد من الوعي بالذات والتفرد والاستقلالية بوصفه كيان متميز عن الآخرين، والإحساس بالتكامل الداخلي والتماثل والاستمرارية عبر الزمن والتمسك بالمثاليات والقيم السائدة في ثقافته، والهوية الاجتماعية هي جزء من مفهوم الذات لدى الفرد يشتق من معرفته بعضويته في الجماعة واكتسابه المعاني القيمية والوجدانية المتعلقة بهذه العضوية⁶.

يتبين من خلال ما سبق من تعريفات أن هناك صعوبة في إيجاد تعريف شامل لتحديد مفهوم الهوية، ويعود ذلك للتنوع الكبير في العناصر المكونة لهذا المفهوم، وهي في أغلبها مفاهيم تنطلق من التجربة ومن الواقع المعاش، ومن نسق التصورات والأنماط السلوكية المتنوعة، بالإضافة إلى المكونات الداخلية الخاصة بالموضوع المراد تحديده، كما أن الهوية تختلف من مجتمع لآخر وتخضع للتغيرات الاجتماعية التي تصحب كل عصر،

¹ ERIKSON, Erik, Adolescence et crise, Texte traduit par NASS, Joseph & Claude LOUIS-COMBET, Claude, Paris, Flammarion, 1972, p.167

² CASTELLS, Manuel, Le pouvoir de l'identité, édition Fayard, 1999, Paris, p, 16.

³ محمد منير، المعجم الإعلامي، دار الفجر للنشر والتوزيع، ط1، القاهرة، 2004، ص203.

⁴ مصطفى محمد طه، الهوية بين الشكل والمضمون، ص 187.

⁵ محمد عابد الجابري وآخرون، مرجع سبق ذكره، ص 821.

⁶ فريال حمود، مستويات تشكل الهوية الاجتماعية وعلاقتها بالمجالات الأساسية المكونة لها لدى عينة من طلبة الصف الأول الثانوي من الجنسين، مجلة دمشق، المجلد، كلية التربية، جامعة دمشق، 2011، ص561.

ويخضع تحديدها إلى التوجهات الفكرية والأيدولوجية التي يتبناها الأفراد والجماعات، وهذا ما يمكن أن يضيف غموضاً وتشابكاً على المفهوم وهو ما ذهب إليه MUCCHIELLI, Alex.

2. أنواع الهوية: تتحدد أنواع الهوية حسب مجموع من العناصر والمعايير المرتبطة بها والتي يمكن من خلالها التمييز بينها كأنواع قائمة بذاتها:

1.2. الهوية الاجتماعية:

تشير الهوية الاجتماعية إلى مجموعة المميزات التي تسمح بتعريف فرد ما أو جماعة ما على نحو اجتماعي، وهي بالتالي مجمل المعايير التي تسمح للفرد بالاستحواذ على وضعه الخاص ومركزه في إطار مجتمعه، إذ تشمل المحددات والمعايير التي ترتبط بتعريف الفرد والتعرف عليه من طرف الآخرين، والهوية الاجتماعية هي الصورة التي يكونها الآخرون عن الشخص والتي ينظرون إليه من خلالها، إذ يعيش داخل جماعة تساعده على الشعور بوجوده وانتمائه لتكوين هويته، كما تشبع حاجياته المادية والمعنوية، فتمنحه الشعور بتقدير الذات وبالتالي يعتبر نفسه جزءاً لا يتجزأ من جماعة الانتماء.

من هذه الزاوية، تأسس الهوية على جعل الفرد جزءاً من الجماعة لا يمكن تجاهله ولا الاستغناء عنه بينما يعد عنصراً مهماً مكملاً لها، هي عملية ينجم عنها الارتباط بالجماعة، ويمكن اعتبارها الصورة الذهنية التي يحملها عنها الآخرون.

كما يمكن تعريف الهوية الاجتماعية بأنها الصفات التي تميز مجتمع أو جماعة ما عن غيرها من الجماعات، "إن هوياتنا الاجتماعية هي اشتقاق من المجموعات التي ندرك بأنفسنا أننا أعضاء فيها وبالمقابل فإن الانتماء للجماعة أو الأنا الجمعي يحمل ذات التطرف والإقصاء للآخر"¹، و على العموم هناك مؤهلات اجتماعية، تسهم في شعور الشخص بهويته، وهي المهنة التي يمارسها، والمركز الاجتماعي الذي يميزه والذي يعبر عن نمط

¹ احمد أبو زيد، سيكولوجية العلاقات بين الجماعات قضايا في الهوية الاجتماعية وتصنيف الذات، عالم المعرفة، الكويت. 2006، ص6.

الحياة التي يعيشها، ونظرة الآخرين لها ومدى تناسقها مع عادات وتقاليد المجتمع الذي يعيش فيه.¹

في هذا السياق، يمكن أن نتوصل إلى أن التنشئة الاجتماعية هي أساس الهوية الاجتماعية، فهي تنمو وتتطور ضمن سيرورة حياة الفرد وخبراته الشخصية مع الآخرين والمعلومات والأحداث التي تعترضه أثناء تنشئته الاجتماعية، التي يتلقاها من مختلف المؤسسات الاجتماعية والتربوية وغيرها بالإضافة إلى المكتسبات المتعلقة بالدين واللغة والتراث والعادات والتقاليد والرموز والمعاني الاجتماعية التي تميزه، إذن، تعد هذه المقومات معطى يتم من خلاله إنتاج الهوية وتعزيزها لدى الفرد في إطار المنظومة الثقافية والمجتمعية التي ينتمي إليها.

2.2. الهوية الثقافية:

يرتبط مفهوم الهوية الثقافية بذلك المفهوم الثقافي التاريخي الذي يتكون لدى الفرد من خلال الثقافة التي يتلقاها، فدور الثقافة بكل ما تحمله من معاني ورموز هو تكريس هوية ثقافية من خلال عملية تمثيل عاطفي واجتماعي مع عملية اندماج تاريخية ثقافية ونفسية.²

عرفت منظمة UNESCO الهوية الثقافية بأنها انتماء الأفراد إلي جماعة لغوية محلية أو إقليمية أو وطنية، بما لها من قيم أخلاقية وجمالية تميزها، ويتضمن ذلك أيضا الأسلوب الذي نستوعب به تاريخ الجماعة وتقاليدها وعاداتها وأسلوب حياتها، وإحساسنا بالخضوع له والمشاركة فيه، أو تشكيل قدر مشترك منه، وتعني الطريقة التي نظهر فيها أنفسنا في ذات كلية، وتعد بالنسبة لكل فرد منا نوعا من المعادلة الأساسية التي تقرر بطريقة قد تكون إيجابية أو سلبية السبل التي ننتسب بها إلي جماعتنا والعالم بصفة عامة.³

1 . علي حمدان، إشكالية الهوية والانتماء، المركز الاستراتيجي العربي للدراسات السياسية، ط1، ج2، 2005، ص 7.

2 . بدر بن جويعد العتيبي، العولمة الثقافية وأثرها على هوية الشباب السعودي، مدينة الملك عبد العزيز للعلوم والتقنية، العربية السعودية، د ت ن، ص ص35-37.

3 . حمدي حسن عبد الحميد المحروقي، دور التربية في مواجهة تداعيات العولمة على الهوية الثقافية، مجلة دراسات في التعليم الجامعي، العدد 7، مركز تطوير التعليم الجامعي بجامعة عين شمس، القاهرة، 2004، ص164.

فالهوية الثقافية هي مجموعة المميزات الجسمانية والنفسية والمعنوية والاجتماعية والثقافية التي يستطيع الفرد من خلالها أن يعرف نفسه وأن يقدم نفسه ليتعرف الناس عليه¹، وحسب ما أثبتته الدراسات الاجتماعية والأنثروبولوجية أن الهوية هي الإحساس بالانتماء إلى جماعة ما لها مجموعة خصائص ومميزات اجتماعية وثقافية ونفسية وتاريخية وعقائدية وإيديولوجية مشتركة ومتقاسمة بين أعضائها، ويمكن نسبهم إليها من خلالها.

تجدد الإشارة، إلى أن مفهوم الهوية لا يقتصر على الجانب الثقافي فقط بل يتعداه ليشمل كل مجالات الحياة، فهي ذلك الكل من الرصيد المعرفي والثقافي المخزن والمشارك بين الأفراد والجماعات والذي تتم من خلاله تلك التفاعلات التي تفرز حيثيات الحياة اليومية في الواقع المعاش، والهوية الثقافية هي أيضا الرمز أو القاسم المشترك أو النمط الراسخ الذي يميز فردا أو مجموعة من الأفراد أو شعبا من الشعوب عن غيره².

3.2. الهوية الفردية:

تعرف الهوية الفردية بمجموع الإشارات الواضحة وهي مزيج من الحقائق عن السيرة الذاتية التي تميز الفرد عن الآخرين، إن إلقاء الضوء على الهوية الفردية يشير إلى مفاهيم مثل: الوعي الذاتي، المشاعر والتصورات والخبرات والخطط المستقبلية المتعلقة بالفرد، وتتجذر هذه الهوية في التجارب السابقة وكذلك في سياق ثقافي تتأثر به كل العلاقات والتفاعلات فهي باستمرار يعاد إنتاجها³.

الهوية الفردية، هي ما يحمله الفرد من تصور عن ذاته، أي كيف يرى نفسه وكيف يعرّفها أو كيف يسوقها للآخرين، وهي هوية متغيرة تتطور عبر مراحل مختلفة من النمو المعرفي والإدراكي للأفراد والتي تخضع لعوامل النضج الذاتي وعامل البيئة الاجتماعية بكل ما تحمله من متغيرات، وتنشأ من خلال هذه التراكمات ما يسمّى "الشخصية"، وهي عنصر من عناصر الهوية تتيح للفرد أن يتموقع في الإطار الاجتماعي، فهي التي يسعى

1. آدم كوبر فتحي تراحي، الثقافة التفسير الأنثروبولوجي، عالم المعرفة، الكويت، 2008. ص82.

2. جورج لارين، الأيديولوجيا والهوية الثقافية، الحداثة وحضور العالم الثالث، مكتبة مدبولي، مصر، ط1، 2002.

3. Goffman, Erving, *L'ordre de L'interaction Les Moments et leurs Hommes*, Edition de Minuit, Paris, 1988, p191.

الفرد لبنائها، منذ مرحلة الطفولة وحتى مرحلة الشيخوخة، وتتأثر هذه العملية بالسياق الاجتماعي،¹ للأفراد والذي تكتنفه تغيرات عدة وتطراً عليه مستجدات كثيرة هي التي تتحكم في سيرورة تشكل هذه الهوية.

وعليه فالهوية الفردية تعرف الشخص من شكله واسمه وصفاته وسلوكه وانتمائه المرجعي، إذ تستند إلى الاستبطان الاجتماعي حيث تنشأ من التفاعل بين الآليات النفسية والعوامل الاجتماعية، فمن جهة ينتج الشعور بالانتماء عن الميل الشخصي لإقامة الاستمرارية في حرية شخصه ذاتها، ومن جهة أخرى من الواضح أن الشعور بالانتماء يستند إلى التماثل مع نماذج تقدمها مجموعات أولية ينتمي إليها الفرد، وخالصة القول أن الفرد من خلال نظرتة لذاته أو كيف ينظر لذاته يحاول إقامة علاقاته وتفاعلاته وانتمائه للجماعة.

4.2. الهوية الجماعية:

تعتبر الهوية الجماعية عن هوية "النحن" و هي تلك الصورة التي تكونها مجموعة معينة عن نفسها، و التي تنشأ من "الداخل" من الأفراد باتجاه "الخارج" تداولها داخل المجموعة، و هي وعي يحمله الأفراد باتجاه الخارج حيث تتبع في واقع الامر من الأفراد، كما تشمل معنى الإدراك الذاتي المشترك بين جماعة من الناس، وتميز نظرية الهوية الاجتماعية وجود روابط قوية ما بين التماهن بالجماعة واكتساب قيم الجماعة وبين مفهوم الذات، فالناس تسعى للحصول أو الحفاظ على هوية اجتماعية ايجابية ترفع من تقديرهم للذات وبالتالي فالهوية الجماعية تنشأ عن طريق المقارنة بين داخل الجماعة وقيمتها وعاداتها ورموزها وبين خارج الجماعة وما يمثلونه من قيم وعادات ورموز².

1. محمد بن جماعة، التعددية الثقافية والهوية المتعددة الأبعاد، المؤتمر الوطني الأول للأمن الفكري (المفاهيم والتحديات)، جامعة الملك سعود، 22-25 جمادى الأولى، 2009.

2. أحمد زايد، سيكولوجية العلاقات بين الجماعات: قضايا في الهوية الاجتماعية وتصنيف الذات، عالم المعرفة، العدد، 326، نشر المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، الكويت، 2006.

3.وظائف الهوية: يمكن تحديد ثلاث وظائف أساسية للهوية نوجزها فيما يلي¹:

1.3.الوظيفة المعنوية:

تلعب الهوية دورا معنويا في عملية إنتاج الذات الفردية والجماعية وتأكيد الذات الفردية والجماعية، وإعادة ترتيب علاقاتها بمحيطها من أجل إثبات وجودها وتحقيق الاستقرار فتجعلهم منتمين الى هوية معينة يحافظون على معرفة ذاتهم ويعرفون الآخرين بها، لأن الوعي بالذات ليس إنتاجا فرديا صرفا ولكنه ينتج عن مجموعة التفاعلات الاجتماعية التي يكون الفرد والجماعة منغمسا فيها وانعدام او انقطاع الذات يؤدي الى حدوت أزمة الهوية، ففي حال عزل الذات عن هويتها قد يحدث بما نسميه بانعزال الهوية الذي هو قبل كل شيء تعبير عن الاقصاء والانسلاخ عن الهوية الاصلية وتشكيل هوية جديدة.

2.3.الوظيفة الاندماجية والكيفية:

إن حقيقة أن المحيط الذي يعيش فيه الأفراد مليء بالتناقضات والتنوع وعدم التوافق والتماثل والانسجام بين مكوناته، يكون مهددا حقيقيا لوحدة و انسجام مقومات الهوية أو بين الأطراف والمكونات الثقافية المتميزة لذا ينبغي أن يكون بناء مقوماتها في تناغم مع المحيط عن طريق التفاوض، فالهوية تسعى إلى إدماج وتكييف الأفراد والجماعات مع محيطهم ومع الأوضاع المختلفة التي يوجدون فيها (تغير السلوك والفعل أو تطويره طبقا للظروف المحيطة) فالهوية تراعي الواقع الذي نستقي منه اكبر قسط من مكوناتها إذ تتأسس في عملية تحقيقها وتوحيدها على المؤسسات والجماعات من أجل الاعتراف بها.

3.3.الوظيفة القيمية:

يتنعم الفرد بإسناد نفسه مميزات ذات قيمة إيجابية بناء على أنه المثالي فهو يسعى إلى إنعاش العلاقة الايجابية مع الذات بعد حصوله على الاعتراف، فحينها تصير مبررة ومشروعه على نحو أساسي، ولأن الهوية مسألة لها قيمتها، لا يمكن أن تستخلص قيمها

¹ . محمد إبراهيم عيد، الهوية والقلق والابداع، دار القاهرة، القاهرة، 2002.

إلا من خلال المعايير العليا للمجتمع وللجماعة، لذلك يعمل الأفراد والجماعات على التفاوض مع المحيط الذي يعيشون فيه لتشكيل هوية مرغوب فيها وذات قيمة لدى الآخرين فالهويات تتغير وتتصارع من أجل الاعتراف بها في مجالها العام.

المبحث الثاني: المجتمع الافتراضي كفضاء لعرض الذات

تندرج دراستنا هذه ضمن سوسيولوجيا الشبكات الاجتماعية التي تعنى بتشكيل العلاقات الاجتماعية الافتراضية عبر شبكة الواب وتأثيرها على الشباب، لا سيما ما تعلق منها بموقع التواصل الاجتماعي Facebook.

تهدف سوسيولوجيا الشبكات الاجتماعية حسب MERKLE, Pierre إلى دراسة سلوكيات الفرد داخل المجموعات الافتراضية من خلال العلاقة المكونة بين الأفراد، وتحليل آثار تلك العلاقات الاجتماعية الافتراضية التي نسجها مجموعة من المستخدمين المنتجين بدورهم للمجتمع الشبكي، باعتبار الشبكات الاجتماعية هي مجموعة من العلاقات بين مجموعة من الجهات الفاعلة¹.

يندرج موضوع بحثنا هذا ضمن إشكالية هذه التفاعلات، باعتباره ظاهرة تعالج قضية آثارها على الشباب وبالخصوص الشبكة الاجتماعية Facebook، التي تقوم على أساس التفاعل الافتراضي والتشارك والتواصل الرمزي فيما بين أعضائها، يتوجب علينا الإشارة إلى المقاربة النظرية التي اهتمت بعملية التفاعل الاجتماعي الرمزي والمتمثلة في نظرية التفاعلية الرمزية.

تعد نظرية التفاعلية الرمزية من المقاربات التي تناولت موضوع التفاعلات بين الأفراد والجماعات من خلال الفرد كوحدة للتحليل أي من مستوى الوحدات الصغرى لفهم الوحدات الكبرى، وتحليل الانساق الاجتماعية، بمعنى أنها تتطرق لدراسة الأفراد وسلوكياتهم كمدخل لفهم النسق الاجتماعي، فأفعال الأفراد تصبح ثابتة لتشكل بنية من

1. MERKLE, Pierre, *Sociologie des réseaux sociaux*, Paris, Ed, La Découverte, coll, Repères, 2004, p, 69.

الأدوار ويمكن النظر إلى هذه الأدوار من حيث توقعات البشر بعضهم تجاه بعض، من حيث المعاني والرموز، وهنا يصبح التركيز إما على بناء الأدوار والانساق الاجتماعية أو على سلوك الدور والفعل الاجتماعي، ومع أنها ترى البنية الاجتماعية باعتبارها بنية للأدوار بنفس الطريقة، إلا أنها لا تهتم بالتحليل على مستوى الانساق، بقدر اهتمامها بالتفاعل الرمزي المتشكل عبر اللغة، والمعاني والصور الذهنية، استنادا إلى حقيقة مهمة، هي أن على الفرد أن يستوعب أدوار الآخرين، كما نشير في هذا الإطار إلى تحليل MEAD, George Herbert لعملية الاتصال وتصنيفها إلى صنفين: الاتصال الرمزي والاتصال غير الرمزي.¹

إن ارتباط نظرية التفاعلية الرمزية مع دراستنا هاته يعود إلى اعتبار أن موقع التواصل الاجتماعي Facebook، فضاءا يتواجد فيه المستخدمون لإنتاج وإعادة إنتاج أفعال فردية وجماعية ذات معاني مشتركة ولها دلالات متبادلة ورموز مشفرة يتم تداولها فيما بينهم، فهؤلاء المستخدمون يعيشون داخل الواقع الاجتماعي الذي تبنى فيه عمليات التفاعل الرمزي ضمن الفضاء الافتراضي، والتي تؤدي إلى تشكيل هوياتهم الافتراضية المعبرة عن ذواتهم مما يؤدي إلى جملة من الآثار في حالة النشاط الغير واعى.

تلعب الهوية دورا رئيسا في المجتمعات الحقيقية وكذا المجتمعات الافتراضية على شبكة الانترنت، ويتمثل النشاط الأساسي لها في تبادل المعلومات وهذا التبادل للرسائل بين المستخدمين هو تبادل للهويات التي أصبحت إشكالية في عالم الاتصالات الالكترونية، وهذا ما يدفعنا للخوض في موضوع التواجد الرقمي في المجتمعات الافتراضية للتعرف عليها وعلى خصائصها وكذا كيفية تشكل هويات أعضائها، والتمثلات الذاتية الرقمية في هذا الفضاء الرمزي ودور البيانات الشخصية كمحدد لها، ومدى تأثير عدم احترام الخصوصية في بناءها على الشباب.

¹ . MERKLE, Pierre, op, cit.

1. المظهر الرقمي للهوية:

لقد انجذب العديد من الأفراد من كل الشرائح والمستويات إلى مواقع شبكات التواصل الاجتماعي، أين تعاضم دورها واستخداماتها، مما أدى إلى تشكيل المجتمعات الافتراضية التي ساعدت الأفراد على الانفتاح على العالم اللامحدود زمانياً ومكانياً من خلال عضويتهم في الفضاءات الافتراضية التي مكنتهم من التواصل والتفاعل، وكذا تشكيل هويات مبنية على أساس بيانات شخصية يتواصلون بها مع أصدقائهم الافتراضيين.

تظهر أهمية دراسة نشأة هذه العلاقات الافتراضية وانتشارها، خاصة بالنظر إلى تأثير ما هو افتراضي على ما هو واقعي في شتى مجالات الحياة، وذلك عندما يتعلق الأمر بهروب الأفراد من العالم الواقعي المليء بالتفاعلات المختلفة والعلاقات السائدة إلى العالم الافتراضي أو كما يطلق عليه الحياة الثانية، حيث تتجاوز مجتمعاته كل الحدود الزمكانية والقيود والضوابط الاجتماعية وتتميز بالسهولة والتنوع.

■ العلاقات الاجتماعية:

يعمل انتشار الويب 2.0 على تكوين الشبكات الاجتماعية على الانترنت، من خلال توفيره العديد من أدوات التواصل الاجتماعي مثل المنتديات، المدونات والويكي ومواقع التواصل الاجتماعي مثل Facebook و Twitter وغيرها من المواقع التي عملت على تشكيل مجتمعات يتواصل من خلالها ملايين البشر الذين تجمعهم اتجاهات واهتمامات معينة.

■ تشكل الهوية الافتراضية:

إن الاتصال الافتراضي يوفر للتفاعل الاجتماعي العديد من إمكانيات العرض الذاتي، الذي يظهر المفاوضات الهوية والتحويلات الدائمة والتلاعب بالذات.

إذن، فالحياة الافتراضية هي تجربة اجتماعية مختلطة وجماعية في فضاء اجتماعي، كما تعتمد أيضاً تجسيد وتحقيق عملية التواصل الاجتماعي بين الأفراد المجهولين،

بالإضافة إلى أن التجربة الافتراضية تسمح للأفراد المستخدمين لها بالعيش بهوية افتراضية بمجرد امتلاك أو وجود وسائل متعددة ومواقع في هذه الفضاءات الرقمية.

يعمل المستخدم الذي يكشف ويتفاعل وينشط في سياق المتحاورين المتخيلين اجتماعيا في شبكة الانترنت في واجهة خاصة به، على تدوين هوية عبر هذا الفضاء الرقمي من جهة، ومن جهة أخرى ينتج هوية افتراضية متصورة وخيالية من خلال تمثل النوع، الجنسية، والدين والعمل والوظيفة¹... الخ، والملاحظ أيضا أن هناك استخدامات كثيرة تحققها المجتمعات الافتراضية، ويتوقف ذلك على أنواعها والغايات من التواصل داخلها، كما تختلف دوافعها وحاجياتها وأهدافها.

من هذه المنطلق، يمكن القول أن المجتمعات الافتراضية على اختلاف أشكالها وأنواعها هي مجالات اجتماعية افتراضية تقوم على مبدأ التفاعل والتبادل المشترك بين أعضائها، لكن لن يتأتى لهم تحقيق تلك الحاجيات الاجتماعية في التواصل إلا من خلال تشكيل هوياتهم وتمثلهم في صور وبيانات رقمية لإقامة مجموعة من العلاقات الافتراضية والتي تتجسد في هذا النوع من المجتمعات.

في دراسة اجتماعية معاصرة² أنجزتها الباحثة الفرنسية GEORGES Fanny حول الموضوع لبحث خصائص الهوية الافتراضية في ضوء الشبكات الاجتماعية، توصلت نتائج الدراسة إلى نتيجة هي أن عملية عرض الذات ليست إلا جزءاً من الهوية الرقمية التي تعرض في المجتمع الافتراضي، حيث تنسج هذه الأخيرة من خلال عملية الجمع بين مجموع الرموز التي اكتسبها الفاعل ومجموع الرموز التي يتوفر منها الجهاز والتي تكون انعكاساً مباشراً للمؤثرات الثقافية التي هي عرضة لها، ويتجلى ذلك من خلال استخدام مجموع العناصر الرمزية القابلة للملاحظة على الشاشة والحاملة لمعاني معينة سواء كانت كلمات، أو صوراً أو مقاطع فيديو ذات أبعاد دلالية تساهم في التعبير عنها،

1. NAJAR, Sihem, op.cit, p14.

2. GEORGES Fanny, op.cit.

حيث تنقسم الهوية الافتراضية إلى ثلاثة عناصر رمزية تعكس مظهراتها في المجتمع الشبكي، تبرز ملامحها، والتغيرات الحاصلة لها هي:

أ. **الهوية التصريحية: "Identité déclarative"** تبرز من خلال المعلومات التي يجري إدخالها من قبل صاحب الحساب مثل: الاسم، تاريخ الميلاد، الصورة... الخ.

ب. **الهوية النشطة: "Identité agissante"** تبرز من خلال التقارير الدورية للصفحة عن نشاطات المستخدم مثل: إضافة صديق أو الانضمام الى مجموعات معينة.

ج. **الهوية المحسوبة: "Identité calculé"** تبرز من خلال متغيرات عديدة يعدها النظام وتعرض على الصفحة، توضح عدد الأصدقاء، عدد المجموعات، التواريخ المهمة. حيث تسمح هذه الأبعاد الثلاثة بالتحليل الكمي لتغيرات ملامح الهوية وسياق تواجدها في الفضاء الرقمي.

2. مستوى التطابق بين الهوية الحقيقية والافتراضية:

ترى مقاربة CASTELLS, Manuel أن منطق الهوية يتخذ أهمية بالغة في مجتمع الشبكات، كما تتعاضد مكانة الهوية نظرا إلى الأوضاع الحافلة بالمجتمع الشبكي¹ و عليه أنتجت شبكات التواصل الاجتماعي فضاءات لا تحكمها مرجعية التوقيع بالمعنى الفيزيائي، متمثلة في الواقع الافتراضي الذي يتشكل وينتج في منصات هذه الشبكات الاجتماعية من طرف المستخدمين المتفاعلين في هذا المجال، و منه فهو بمثابة تجاوز الإكراهات الفيزيائية المرتبطة بالزمان المكان، وهذا ما يتجسد من خلال الاشتراك والتجاوز والتفاعل في هذا المجتمع الافتراضي الذي يتم بالكشف عن الهويات الحقيقية أحيانا ، أو دون الاضطرار للكشف عنها في أحيانا أخرى، إن هذا النوع من التحرر دفع بالمستخدمين إلى خلق هويات افتراضية بما يتناسب وتحقيق رغباتهم و ميولاتهم عن طريق التلاعب بالبيانات الشخصية.

¹ دارن بارني، المجتمع الشبكي، ترجمة أنور الجمعاوي، المركز العربي للأبحاث ودراسة السياسات، الدوحة قطر، ط1، 2015، ص 180.

يحيل مصطلح الهوية الافتراضية في هذا السياق إلى الهوية التي تنتج أو تتشكل في مواقع الشبكات الاجتماعية من طرف المستخدمين والتي يفترض أن تكون بمثابة إعادة عرض الهوية الحقيقية في الملفات الشخصية، أو إنتاجا لهوية غير حقيقة تتنافى وتلك التي يكتسبها المستخدم و التي يطلق عليها الهوية الظاهرية أو "الافتراضية"، هذا و تتسم الهويات الناشئة في المجتمعات الشبكية بالحركية وديناميكية، يكونها الفرد في مجتمع الانترنت¹.

في هذا السياق نادرا ما يعرض المستخدمون لشبكات التواصل الاجتماعي في ملفاتهم الشخصية أسماءهم الحقيقية ومعلوماتهم الحقيقية المكونة لهوياتهم الحقيقية بل يلجؤون في تشكيل الهوية الافتراضية المكملة أو النسخة المطابقة لتلك الهوية الحقيقية، والتي يعتبرها الباحثون امتدادا تقنيا للهوية الحقيقية إلى بيانات مزيفة، فأتثناء تواجد المستخدم في هذه الفضاءات الرقمية يسجل بيانات ومعلومات رقمية عن نفسه يطلبها نظام تشغيل هذه المواقع من أجل السماح له بالدخول لهذه المنصات الافتراضية، وتعد هذه الخطوة الأولى للدخول إلى المجتمع الشبكي بديناميكياته المختلفة، حيث ينشأ أو يشكل الفرد هويته الشبكية والتي يعرف بها ذاته ويتعرف عليه المستخدمون الآخرون عن طريقها، وهذا ما يمثل أساس التواصل والتفاعل داخل الشبكات، إذا فهي بيانات أكثر من عدها هوية.

نستنتج، أن الهوية الافتراضية هي تمثل رقمي لما هو عليه الشخص في المجتمع الحقيقي أحيانا وهذا يتوقف على رغبة وميول الفرد المتمثل رقميا ومجمل الأهداف التي يسطرها لدى ولوجه إلى هذا النوع من الشبكات، وبالتالي تعج هذه المجتمعات الافتراضية بالهويات الافتراضية والتي يمكن أن تتطابق وتلك الهويات الحقيقية التي يمتلكها الأفراد في بيئاتهم الواقعية على غرار ملامح وصفحات الشخصيات المشهورة أو الشخصيات العامة التي تريد من خلال صفحاتها التواصل مع جمهورها، وبالمقابل لذلك نجد البعض الآخر على هذه الشبكات يتمثلون رقميا لما هو متخيل ومأمول بالنسبة لهم حسب الميولات والرغبات وكذا الاحتياجات التي يرغبون في تلبيتها، وأحيانا أخرى تكون بمثابة القفز على

¹ محمد علي رحومة، الانترنت والمنظومة التكنو- اجتماعية، بحث تحليلي في الآلية التقنية للانترنت ونمذجة منظومتها الاجتماعية، مرجع سبق ذكره، 2005، ص 317.

ما هو غير محبذ في الحياة الواقعية نظراً لاعتبارات عدة تحددها الضوابط التي تحكم المجتمعات على اختلافاتها.

أضحت هويات المستخدمين تبنى ضمن سياقات عالمية لا محدودة، بفعل تأثير الشبكات الاجتماعية والاقتصادية والإعلامية الرقمية التي أعطتها دلالات جديدة أوسع من الفضاءات المحلية سواء الأسرية، أو الجمعية، وبخاصة أنها تميزت بعمق تأثيراتها في توجهات الشباب، نتيجة اعتمادها على التقنيات المعلوماتية التي تتيح إمكانية التصفح، النقل والتخزين مع سهولة العرض والتعديل، إضافة إلى أن نمط تأثيرها الذي يكمن في قدرتها على تجاوز نسقية حدود الزمان والمكان، كما أن الاتصال في ظلها يتخذ طابعاً مغايراً يتجاوز إلزامية الحضور الفيزيقي لأطراف التواصل الاجتماعي، بل يتعامل مع الأفراد، كذوات فردية حرة وعارضة وناقلة لمجموعة من الرسائل والمضامين التي يجري تداولها في سياق جماهيري ذي أبعاد ثقافية متنوعة ومفتوح على فضاء رقمي غير محدود المعالم.

هذا، إلى جانب غموض هوية أطراف التفاعل التي قد تكون حقيقية أو وهمية، وعليه فهو يتيح لهم حرية التعبير وإمكانية الاختيار بين عدة بدائل، وكذا إمكانية التفاعل في فضاء لا محدود يشبع تطلعات المستخدم للانطلاق والتنقل بين عالمين، الافتراضي والواقعي، وتالياً فهي تغطي حاجاتهم الذاتية، وتعطيهم وجوداً مغايراً لتبث عبر ذلك قيماً وممارسات جديدة لثقافة وافدة مغايرة للثقافة الأصلية التي تصبح في وضعية تشتت واستثارة.

على ضوء ما سبق، يبدو أن مضمون الهوية الافتراضية يعرف عمليات تنميط فعلي، مادتها ذوات الفاعلين التي أضحت تخضع لعملية نمذجة في ظل المجتمع الشبكي، وبخاصة أن سياقات التبادل المعلوماتي المتسارع والجاري عبر الشبكات الافتراضية يفتح الباب على مصراعيه لتداول عناصر بل نماذج ثقافية متعددة، وعليه يجد المستخدمون لهذا الفضاء الافتراضي أنفسهم محاطين بنماذج ثقافية متنوعة، تجعلهم في وضعية مساءلة دائمة بين ثقافة أصيلة يسعون إلى الحفاظ عليها وأخرى وافدة قد تعزلهم، أو تهيمن عليهم،

لتنعكس مباشرة على مضامين هويتهم التي تبرز تمثلاتها في تداولاتهم الافتراضية، ومن ثمة ممارساتهم الواقعية وتطلعاتهم لأدوارهم الحضارية.

يبدو أن تمظهرات الهوية الرقمية في الفضاء الافتراضي تعد انعكاساً مباشراً لتمثلات جزء بسيط من الذات الفاعلة في الواقع، سواء من حيث طبيعة قيمها أو تصوراتها التي تؤسس وجودها الاجتماعي والرقمي على حد سواء، بحكم أن جزءاً مهماً من تمثلاتها في المجتمع الشبكي قد تكون مزيفة وتعبر عن مُثل وتطلعات لا تمت بصلة إلى الواقع، لكنها في الوقت ذاته، قد تعكس بعض المضامين التي تبحث لها عن وجود في الواقع، لهذا قد تبرز ممارساتها المقنعة أو المزيفة في الفضاء الافتراضي محاولاتها للتخلص من القيود الاجتماعية في الواقع الفعلي، مع ضرورة الأخذ بعين الاعتبار اختلاف تلك التمثلات والدلالات باختلاف مواصفات الفئات الاجتماعية، وطبيعة المجموعات الافتراضية التي تشترك فيها، والغايات التي تسعى إليها، وعليه، فإن ممارسات عرض الذات في الفضاء الافتراضي، يمثل رهاناً اجتماعياً حقيقياً بالنسبة إلى المستخدمين من حيث درجة تمثيلهم للقيم الاجتماعية، وكيفية تفاعلهم معها، وكيفية تقبل الآخرين لهم.

على ضوء ما سبق، يبدو أن تصنيف الباحثين لنماذج الهوية الافتراضية في المجتمع الشبكي، وعبر الشبكات الاجتماعية تحديداً، تفترض الأخذ بعين الاعتبار للبيانات الشخصية التي يصرح بها المستخدم على الصفحة والآثار التي يخلفها على الصفحة والتي تعكس اهتماماته وانتماؤه، علاقاته وأنشطته المعتادة... الخ، وكذا منشوراته على الصفحة والتي تعكس مواقفه وحدود هويته الافتراضية، وما يميزها عن الآخرين، وعلى العموم، فإن استعراض الهوية الرقمية يتأثر بعدة عوامل، نلخصها فيما يلي:

- درجة اندماج المستخدم في المجموعات الافتراضية ذات الاهتمام المشترك، ومشاركته فيها.
- وتيرة استخدامه للصفحة ومعدل تردده اليومي عليها، على اعتبار أنه كلما زاد حضور المستخدم، زادت حاجته إلى عرض الذات، وتبادل المعلومات مع المجموعات ذات الاهتمام المشترك.

- ارتباط هويته الافتراضية المتداولة على المجتمع الشبكي بهويته الحقيقية في الواقع.
- طبيعة استجابته على الصفحة، سواء كفاعل أو متفاعل أو منفعل أو مجرد ناقل لمعلومة أو مترقب لها، ذلك أن طبيعة تفاعله في الصفحة ومواقفه، تحدد وجوده في المجموعات الافتراضية.

نذكر في هذا الصدد، أنه من أخلاقيات الإنترنت، أنه لا يكفي المستخدم أن يكون مجرد مستهلك للمواد المنشورة على الشبكة أيا كان موضوعها، ولكن عليه أن يكون أيضاً منتجا لها من خلال المشاركة والتعليق على ما يقرأه، فهو مجتمع تفاعلي بكل المقاييس، لهذا بدأت تتبلور تخصصات اجتماعية جديدة، تهتم بدراسة أنماط تفاعل المستخدمين وأنماط شخصياتهم واهتماماتهم ودورها في تشكيل ثقافة المجتمع وتنميتها.

تشرف الذات الافتراضية بصفة إرادية على تنشئة نفسها من خلال التنقل عبر الفضاءات الرقمية التي تكون مجالاً لعرض واستدخال وتبادل قيم ومعانٍ ودلالات متنوعة، نتاج أنساق ثقافية متباينة، الأمر الذي يجعل الهوية الافتراضية عرضة لرهانات زمكانية وعمليات تفاوض آنية، قد تدعم مدلولاتها الأصلية، أو تقوضها، أو أن تعطيها دلالات مغايرة بحسب قدرة الذات على دعم الأطر والعناصر الأساسية المشكلة لهويته المحلية، وقدرته على الانفلات من آليات الهيمنة التي يكون عرضة لها في الفضاء الافتراضي، وبخاصة إذا اتخذت عملية التفاعل الطابع الانفعالي الفوري الذي قد يغيب فيه العقل التأملي النقدي لصالح العقل الفوري، الأمر الذي يدعونا إلى توجيه الانتباه إلى أهمية حضور البعد القيمي والرؤية الحضارية الأصلية لتحقيق التواصل الهادف الذي ينعكس على الممارسة الواقعية.

تختلف محددات الوجود الافتراضي للفرد ككائن فاعل في المجتمع الشبكي عن الواقع الفعلي، على اعتبار أن اجتماعية الفرد في الواقع تتجلى من خلال وجوده الحقيقي في الحياة الاجتماعية كعنصر حاضر فيزيقياً، وكائن فاعل ومتفاعل ذي وجود مستقل، مميز بذاته من الآخر، حيث تبني اجتماعيته في ضوء منظومة قيمية ومجتمعية متكاملة تحفظ

استقراره الاجتماعي في ضوء نظام اجتماعي وحضاري يوجه سلوكه ويصوغ الضوابط والمعايير التي تحفظ إنسانيته وغايته في الوجود.

غير أنه، في ضوء مواصفات المجتمع الافتراضي بات الوجود الفاعل في ظل هذا الفضاء الجديد يتخذ مظهرات أخرى تتوافق ومميزات البيئة الرقمية التي تتميز بانفتاحها على مدلولات ثقافية لا محدودة، إضافة إلى قدرتها على الجمع بين وسائل الاتصال التقليدية و الوسائط التكنولوجية الحديثة وقدرتها على دمج النص والصورة والصوت، لتتغير وظيفتها من مجرد وسيلة للاتصال ونقل للمعلومات إلى تخزينها و عرضها بل نقل القيم الروحية الإنسانية والحضارية بأسرها، لتصبح جزءاً أساسياً من نمط حياة الإنسان المعاصر، وتساهم في صياغة ثقافته الإنسانية وبلورتها.

للكشف عن ذلك، تطلعنا إلى تحديد خصائص الوجود الافتراضي في هذا الفضاء، والذي يتخذ شكلاً مغايراً عن الحياة الواقعية يفترض على الباحث الاجتماعي أخذه بعين الاعتبار، وبخاصة أن تمثلات تأثير المجتمع الشبكي، أصبحت تشغل حيزاً مهماً من حياتنا الاجتماعية، وهذا حتى يتسنى له إمكانية إدراك مظهرات الهوية الرقمية، والتي تتمثل بالخصائص الآتية:

- لا يمكن للفرد التواجد في المجتمع الافتراضي إلا من خلال التحامه بالعناصر التكنولوجية التي عليه أن يألفها ويتحكم في مجرياتها أحسن تحكم حتى يضمن فاعلية تواصله مع الآخر في هذا الفضاء.
- يعتبر الفاعل في المجتمع الرقمي ذاتا افتراضية مرقمنة مبرمجة آلياً، فهو مركب، قد يتخذ شكل رمز أيقوني رقمي غامض لا جسد له، متميز قد يتخذ شكل صورة أو رمزاً للإشارة إلى هويته الرقمية التي تصبح رمز التفاعل والتواصل في الفضاء الافتراضي.
- يشكل نشاط الفرد عبر الوسائط الإلكترونية مظهرات معينة في المجتمع الشبكي تحكمها قواعد مغايرة تتجاوز نسقية النظم الاجتماعية المنظمة للحياة الجمعية والثقافية

في الواقع، وان كانت الذات الافتراضية تساهم عبر خياراتها وتفاعلاتها في إعادة بعثها عبر المجتمع الافتراضي.

■ يتخذ التواصل في المجتمع الشبكي الطابع المتزامن الذي يفترض الحضور الآني لأطراف التواصل أو اللامتزامن الذي يفترض الغياب الفيزيقي لأطراف التفاعل زمن التواصل الأمر الذي يؤثر في مجرى العلاقات الافتراضية في المجتمع الشبكي التي تتخذ طابعاً خاصاً يختلف عن محدداتها في الواقع.

■ يفترض التواجد في هذا الفضاء في شكل عدد لا محدود من الوحدات والعناصر المؤسسة له، فرد، وفرد - مجموعة، ومجموعات افتراضية فيما بينها، تنظيمات رقمية قائمة بذاتها تنتظم في شكل شبكات ذات أبعاد عالمية.

■ يتجسد الوجود الافتراضي في المجتمع الشبكي من خلال وجود أطراف التواصل موصولين بشبكة الانترنت، وتالياً فإن الحضور الفيزيقي لأطراف التواصل على الخط ليس مطلباً أساسياً للتفاعل.

■ يتمثل كيان الفرد في الفضاء الافتراضي من خلال الآثار الرقمية التي تخلفها عمليات التواصل والتي تبرز في تلك الرموز التي تتنوع أشكالها باختلاف الشبكات الافتراضية التي يشترك فيها مثل: نعم/لا، الفتح/الغلق، الوصل والفصل، الإعجاب، المشاركة، التعليق... الخ.

■ عبر تحليل آليات التفاعل بين المستخدمين، ورصد ما يحدث في الواقع الاجتماعي الفعلي، عقب عمليات المشاركة والدعوة، والإعجاب، والصد، والغلق في شبكات التواصل الاجتماعية، يساهم علم الاجتماع الرقمي في استجلاء حقائق اجتماعية مهمة حول تأثيرات التكنولوجيا في نظم التفاعل والانساق الاجتماعية المتمخضة عنها، فالوجود الافتراضي ما هو الا انعكاس لتفاعلات الذات مع المتداول الرقمي في ضوء السياقات الثقافية الناتجة عنها.

■ تتخذ لغة التواصل في المجتمع الافتراضي طابعاً مميزاً يجمع بين الكلمة والرمز، الأيقونة، الوجوه، الصورة وغيرها، التي قد يجري التلاعب برمزيتها وبناء معانيها سعياً إلى خلق خصوصية الأثر في ضوء ديناميكية الجماعات الافتراضية وتالياً بلورة الوجود الرقمي في المجتمع الشبكي، من هنا، تجدر بنا الإشارة إلى التحديات التي تواجهها اللغة في ظل المجتمع الشبكي، وبخاصة أن منطق التواصل الافتراضي عن طريق اللغة المكتوبة المعبرة عن الردود الفورية السريعة الممزوجة بالمشاعر والانفعالات تتطلب استخدام مختصرات بحروف لغوية واحدة أو ممزوجة أو أيقونات معبرة عن ذلك.

أدى حجم التداخل بين المجال العام و الخاص إلى الحديث عن تمظهرات الهوية الافتراضية في ضوء سياقات مفتوحة، قد تسقط فيها الكثير من الحواجز الشخصية التي قد تهدر خصوصية العلاقات الإنسانية، وبخاصة إذا لم يلتزم أطراف التواصل بالتحكم في عملية برمجة الحساب الشخصي، وفق مقاييس تقنية محددة تضمن خصوصية الهوية الافتراضية وتتيح لها المشاركة في الفاعليات الافتراضية المختلفة، وعليه، تبرز أهمية أخلاقيات التواصل التي تحقق للهوية الافتراضية استقرارها وتضمن للمواطنة الافتراضية فاعليتها، لأنها ستعكس حتماً على الممارسة الواقعية الهادفة.

✓ البيانات الشخصية في موقع Facebook:

أدى انتشار أجهزة الربط وتطوير التطبيقات التشاركية على شبكة الإنترنت، إلى بروز مسألة حماية البيانات بالتوازي مع قضية الاستغلال التجاري لهذه البيانات من قبل الفاعلين عبر الإنترنت، ظهر هذا الطرح الحديث نسبياً بالتوازي مع تطور شبكة الإنترنت، غير أنها لم تشكل طرحاً حساساً مع ظهور موقع Google سنة 1998 أو Facebook سنة 2004 إذ أن تسليع هذه البيانات لم يكن في قلب الخدمات التي تقدمها هاتين المؤسستين، لكن مع تطور التكنولوجيا المتقدمة للإعلام الآلي وزيادة المردودية الاقتصادية للمواقع الإلكترونية، أصبحت مسألة حماية البيانات الشخصية قضية محورية تثير العديد من النقاشات القانونية، التقنية، الاقتصادية والاجتماعية المتعلقة بها.

انطلاقاً من سنة 2008، أخذت مسألة حماية البيانات الشخصية حيزاً كبيراً في خطاب وسائل الإعلام¹، لكن في محيط آخر غير الاستغلال التجاري للفاعلين عبر الإنترنت، و يتعلق الأمر بالمجال القانوني والسياسي للتشريعات التي تهدف إلى تأسيس برمجيات خاصة باستغلال البيانات الشخصية للأغراض الأمنية، مثل مشروع (الاستغلال الوثائقي وتأمين المعلومات العامة) "EDVIGE" الفرنسي، وهو قاعدة بيانات وطنية لتحديد "الأشخاص المحتملين بانتهاك النظام العام"، تم إنشاؤه سنة 2008 بقرار مشترك ما بين المخابرات العامة ومديرية مراقبة الاقليم، بهدف السماح للشرطة الفرنسية بجمع معلومات عن الأفراد الذين تتراوح أعمارهم بين 13 سنة وأكثر.

من خلال فتح البيانات مع إطلاق خدمة الواب 2 من طرف OREILLY, Tim وإنشاء الرسم البياني المفتوح لموقع Facebook، الذي أعلن عنه OREILLY, Tim في سنة 2009 الذي يتميز باستخدام متعاملي الإنترنت للبيانات التي يدخلها المستخدمون، والتي تستخدم لشخصنة مختلف التطبيقات، مثل تحديد الموقع الجغرافي أو التقويمات المتزامنة، ويمكن أيضاً أن ينظر إلى الرسم البياني المفتوح لـ Facebook كمثال على ما يسمى الواب 2، حيث يمثل بروتوكول يسمح لشركات الإنترنت لتبادل المعلومات من حساب على موقع Facebook ومجموعة الاصدقاء، هذه المعلومات التي تسمى "الأجسام" تشمل أيضاً نقل إيقونة "Like" التي تسمح بوضع صلة بين المستخدم وذوقه، بالتالي، فإنه يمكن لموقع Facebook انشاء نسيج اجتماعي بين مجموعة من الاصدقاء المتصلين وأذواقهم، وهذه هي المعلومات التي يتم بيعها لشركات مختلفة بهدف استهداف إشهاري أكثر نجاعة.

حسب REBILLARD, Franck، كان استغلال هذه الفرصة التجارية والتسويقية للفاعلين على فضاء الانترنت من أجل استخدام البيانات الشخصية، أساس ردود الفعل الكبيرة لمختلف الأطراف التي رأت في ذلك تعدياً على الحياة الخاصة، ضمن هذا الإطار يعد محور "الشبكات الاجتماعية والحق في النسيان"، من بين القضايا الأساسية التي شغلت

¹ . EDVIGE : Exploitation Documentaire et Valorisation de l'Information Générale.

اللجنة الوطنية للإعلام الالي والحريات الفرنسية "CNIL"¹ في فرنسا حيث أكدت في تقريرها السنوي لسنة 2009 على ضرورة إعداد ميثاق للحق في النسيان عبر المواقع الاجتماعية ومحركات البحث².

تعد الفترة حوالي سنة 2010 نقطة تحول في المقاربات المتعلقة بالإنترنت، سواء في التشكيل الاجتماعي خصوصا لدى الهيئات التنظيمية الأوروبية التي كانت سباقة في الخوض في قضية البيانات الشخصية، ولكن أيضا في مجال البحوث العلمية في مجال علوم الاعلام والاتصال على مسائل مثل الآثار الرقمية، الهوية الرقمية، الاستعراض أو حتى الحق في النسيان، وغيرها، هذه الابحاث تتزايد من حيث تطوير الإنترنت التشاركي حيث النمو المتسارع لشبكات التواصل الاجتماعي، المنتديات، المدونات، والعديد من التطبيقات الأخرى، يؤدي بالمستخدمين إلى تقديم ذواتهم وتضخيمها، هذا التفاعل بين ما هو عام وخاص أدى إلى عدم وضوح الحدود الفاصلة بين المجالين، وإلى بعض الممارسات من قبل المؤسسات والفاعلين المتخصصين عبر الانترنت مثل Google و Facebook بخصوص تجميع محتوى البيانات الشخصية لمستخدمي الإنترنت، مما أدى الى بروز أهمية مسألة حماية البيانات الشخصية على الإنترنت.

بالعودة إلى تعريف الفضاء العام الذي قدمه HABERMAS Jürgen، نستطيع القول أن الحدود الفاصلة بين المجالين، العام والخاص عبر الانترنت، لم تعد ضيقة كما حددها HABERMAS Jürgen سابقا، فأصبح المستخدم في مواجهة التكيف مع طرق جديدة لاستعراض ذاته، وذلك باستخدام استراتيجيات هوية مختلفة واللعب بين مناطق الظهور و الاختباء³ لإدارة وجوده الرقمي، فشبكة الإنترنت هي فضاء التفاعلات الاجتماعية لكل من الذات الشخصية و الذات الاجتماعية التي تشكل جدلية حول مفاهيم الفضاء الخاص والفضاء العام، لأخذ فكرة عن التداخلات الحالية، فان التفاعلات بين المستخدمين هي

¹ . CNIL : Commission Nationale de l'Informatique et des Libertés

² . REBILLARD, Franck, Du Web 2.0 au Web² : fortunes et infortunes des discours d'accompagnement des réseaux sociaux numériques, In : Revue Hermès n°59, avril 2011, pp. 25-31.

³ . CARDON, Dominique, La démocratie Internet. Promesses et limites, Paris : Seuil, Coll. La république des idées, 2010, p, 29.

المكونة للهوية، حيث أنه في مواجهة الآخرين تبنى الهوية، و منه يبدو مفهوم الهوية ضروري هنا لفهم كيفية بناء تمثل الذات والآخرين على شبكة الانترنت تحت النمط التقليدي للفضاء العام والتداخل بين المجالين الخاص والعام.

قبل ظهور الإنترنت، ضمنت وسائل الإعلام على حد سواء وضوح الرؤية والاشهار عن طريق اختيار جملة من المعلومات التي توضح من قبل المتخصصين، وفي وقت لاحق، في حقبة شبكة الإنترنت من المؤسسين، عندما كان الإنترنت في بعدها الغير التجاري، عادت الى الظهور المعارضة الحادة بين تقاسم المعلومات العامة والتبادل بين البنى المجهولة المصدر، وكانت هناك مسافة فاصلة بين الأشخاص ومنشوراتهم، وهو ما يسهل عملية تدفق المعرفة، جمهور الإنترنت الأول كان يعرف التلاعب بهوياتهم، كانوا في بعض الأحيان يتحملون مسؤولية ما يكتبون، وأحيانا أخرى يختفون وراء اسم مستعار.

وفقا لـ CARDON, Dominique أدت ديمقراطية الإنترنت ونجاح شبكات التواصل الاجتماعي إلى انهيار التباعد عن طريق تشجيع تقارب الهويات والمحتوى المنشور، حيث لا يعتبر مستخدمو الإنترنت شبكة الإنترنت كفضاء منفصل بل كجهاز اتصال أين الدخول والعرض يعتمد على استمرارية نشر المحتوى¹.

3. نماذج مستخدمي موقع Facebook.

إن تنوع نماذج مستخدمي موقع التواصل الاجتماعي Facebook يدفعنا إلى الحديث عن هذا التنوع الذي ينبع من رغبات وميول كل مستخدم وأهدافه من دخول الموقع، على أن أساس هذا التصنيف هو طبيعة عرضه لهويته الرقمية من خلال الحجم الحقيقي لبياناته الشخصية، وهو ما سوف نستعرضه فيما يلي:

1. CARDON, Dominique, 2010, op.cit.

✓ المستخدم المتخفي: (التمثل بهوية مستعارة)

إن المبدأ الأساسي لموقع Facebook هو التواصل والتشارك والتعارف، بتقديم معلومات أولية عن الهوية خلال عملية التسجيل، غير أن هناك من يسجل نفسه باسم ومعلومات مستعارة، ويحاول بذلك عرض ذاته وهويته على الشبكة في شكل حساب وهمي، من خلال عدم الإفصاح بكامل البيانات الشخصية أحيانا، وإخفاء البعض منها في أحيان أخرى، على غرار الاسم والصورة الشخصية وغيرها من المحددات، وأحيانا يكتفي بملاحظة وتتبع البعض من صفحات المستخدمين الآخرين وفق دوافعه وحاجياته، ليشكل هذا النوع "المستخدم المتخفي" شكلا من أشكال بناء الهويات في هذا العالم الافتراضي، الذي وجب التطرق إليه ومعرفة دوافعه، من خلال التطرق إلى خصائص مستخدمي شبكة Facebook والذي لا يرغب في التسويق لذاته مفضلا التستر عن هويته الحقيقية.

ومن هذا المنظور، نجد أن هناك من بين مستخدمي شبكة التواصل الاجتماعي Facebook من يفضل إخفاء هويته خلف هوية مستعارة، ولا يكشف عنها، وبالتالي يكون بوسعه أن يقوم بتقمص العديد من الأدوار في هذا العالم الافتراضي، وأحيانا يلجأ إلى ما يسمى التلاعب بالهويات، وهذا ما يعني تغيير الهويات في العديد من المرات من خلال مراحل مختلفة، ومنه تتعدد مجمل التفاعلات التي يقوم بها والعلاقات التي ينشئها ويتفاعل معها وبذلك يحقق ما يسمى خداع الهويات.

وفي هذا الصدد، اعتبرت DONATH, Judith-S في دراسة لها حول الهوية في المجتمعات الافتراضية ، أن مسألة الهوية في المجتمعات الافتراضية ليس موثوق فيها بشكل كلي، فيمكن تزيف أسماء الحسابات، وحتى انتحال شخصيات، وكذا تسجيل محددات هوية مستعارة أو غير حقيقية وهذا ما يجعل الملاحق الاجتماعية المحددة للشخص مزيفة ومظلة¹.

✓ المستخدم الظاهر: (التمثل بهوية حقيقية)

يفضل الكثير من المستخدمين إدراج هوياتهم الحقيقية على صفحاتهم، وذلك يعود لأغراض ودوافع وحاجيات كامنة في نوات هذه الشريحة من المستخدمين، وبالمقابل، قد يكون من السهل على شخص ما، إنشاء العديد من الهويات الافتراضية المرتبطة به، كما يمكن أن تواجههم أيضا مشاكل الخصوصية في هذه المواقع، خاصة بالنظر إلى الضغوط والصعوبات التي تفرضها قواعد البيانات الكامنة في سهولة وسرعة الوصول إلى المعلومات الشخصية من طرف قاعدة عريضة من الجماهير على الشبكة.¹

✓ اسم حقيقي وصورة شخصية حقيقية:

لسنا بحاجة إلى إبراز الاهتمام الذي تمثله خصوصية الشخصيات العامة في المجتمعات المعاصرة، فإشباع فضول المتتبعين لحياة الشخصيات العامة أصبح المحرك الأساسي الذي يغذي الصحف التي تبحث عن الإثارة والذي أدى بدوره إلى توسيع مجال الأشهار أو بما معناه "مردودية ما أصبح عاما"، و اليوم امتد مبدأ "الأشهار" في المجتمعات الديمقراطية من سلوك الشؤون العامة إلى سلوك الشؤون الخاصة للشخصيات العامة، ليصل اليوم إلى الحياة الخاصة للناس العاديين، و عليه يشمل هذا النموذج على الشخصيات العامة من المستخدمين على غرار، السياسيين والمثقفين والأساتذة والباحثين والأطباء و المشاهير من الفنانين و الممثلين و غيرهم.

يؤكد موقع Facebook في هذا الصدد أنه مجتمع يستخدم فيه الناس هوياتهم الأصلية، وينص على ذلك في صفحة المساعدة الخاصة بالموقع: "نحن نطالب المستخدمين بكتابة الاسم الذي يستخدمونه في الحياة الحقيقية، بهذه الطريقة، يمكنك أن تعرف من الذي تتواصل معه، هذا يساعد على الحفاظ على مجتمعنا آمناً".

1. **HARRISON, Richard** and **THOMAS, Michael**, Identity in Online Communities: Social Networking Sites and Language Learning, International Journal of Emerging Technologies & Society, vol 7(2), 2009, p111.

وفي هذا السياق، ذهب بعض المختصين في هذا المجال إلى الحديث أنه في حالة استخدام الأسماء الحقيقية لا بد لنا من التعرّيج على الألقاب، ومنها التي لها صفة قانونية أو مهنية يسبغها الأفراد على أنفسهم أو على أصدقائهم، تلك الألقاب التي يختارها الأفراد لأنفسهم تضيء على ذواتهم معاني عدة، وتجعل لها غايات وأهدافا وتعين غيرهم على فهم توجّهاتهم وميولاتهم.¹

✓ اسم مستعار وصورة مستعارة:

يفضل العديد من المستخدمين الدخول إلى موقع التواصل الاجتماعي Facebook متمثلين بأسماء مستعارة وبصور رمزية أو شعارات، خوفا من شبكة المعلومات وما تحمله من مخاطر ومخاوف، وما يمكن أن يمارس فيها من إساءات وتجاوزات، خاصة منها ما تعلق بالخصوصية، القرصنة، سرقة الهوية وبدافع ظروف اجتماعية أو نفسية خاصة.

✓ اسم حقيقي مع صورة مستعارة:

تختار فئة أخرى من المستخدمين الدخول إلى الموقع بأسماء حقيقية بينما يخفون صورهم ويستخدمون صوراً مستعارة رمزية أو شعارات يفضلونها، وهذه الفئة تنطبق على جنس الإناث أكثر حيث تتحقّقن على عرض صورهنّ أو تخشين سوء استعمالها، وفي المقابل نجد ذلك قليلا لدى فئة الذكور، فمنهم من يستخدم اسمه ويضع صورة لنجم من النجوم الرياضية أو ممثل أو فنان ما وذلك لتعلقه بتلك الصورة، وما يمكن أن تمثل له من تحقيق لرغباته وشعوره، وأحيانا يبقى المستخدمون على أسماؤهم الحقيقية ويغيرون صورهم في العديد من المرات وذلك حسب حالتهم المزاجية².

¹. بهاء الدين محمد مزيد، المجتمعات الافتراضية بديلا للمجتمعات الواقعية كتاب الوجوه نموذجاً، قسم دراسات الترجمة، جامعة الإمارات العربية المتحدة، دراسة غير منشورة، ص19.

². DONATH, Judith-S, op cit.

على ضوء ما استعرضناه، نستطيع القول أن التمثل متنوع ومتعدد من حيث توظيف الأسماء والصور في شبكات التواصل الاجتماعي، وتتغير وتختلف دوافعه وحاجاته، فهناك من يتخفى بسبب القيود والضوابط الاجتماعية والعرفية، ومنها من يسوق ويروج لذاته لغايات عدة منها محاولة التأثير وال جذب والاشهار، كما تحمل دلالات وإشارات مختلفة تنوعت ما بين الظهور أحيانا والتخفي أحيانا أخرى، و هو ما عبر عنه TISSERON, Serge قائلا "ما زلنا بحاجة للحفاظ على الأسرار، و محو بعض آثارنا، و تجهيز شاطئ حميم"¹، و نفس ما أكده CARDON, Dominique بقوله "على شبكة الإنترنت نلعب على إخفاء وكشف عن أجزاء من أنفسنا بالتناوب ونرسم هوياتنا بوضوح وغموض"².

يشكل Facebook إذن صفحات تتجول فيها الهويات باسمها الحقيقي لكن الكثير منها هويات حقيقية بأسماء مستعارة، تلقي بحقيقتها وبظلالها التي اختبأت على أرض الواقع طوعا أو قسرا، فحسابات عدة للمستخدمين تفتح على موقع Facebook بأسماء مستعارة وبصور غير حقيقية لكن بلب هوية أصحابها، ليصبح Facebook متنفساً انتقالياً من عيش هوية غامضة المعالم مغلفة باسم حقيقي، إلى اسم مستعار لهوية حقيقية واضحة المعالم، تخرج للعيان وتريح صاحبها من التخفي، لتكون مضامين كل صفحة حساب على Facebook بصمة لا تقبل التزوير للهوية الحقيقية في ظل معطى الاسم المستعار، الذي سيكون درع حماية ضد واقع العادات والتقاليد والممنوع، فالوضع هو معطى لاتجاه وعي الذات في محورية الهوية، لتتنقسم هذه المضامين إلى قطبيتين تثيران الجدل حول معطياتهما للتغيير، بين هروب لنيل استرخاء وبين البحث عن فرصة.

المبحث الثالث: ممارسات التواصل عبر موقع Facebook

يعتبر موقع Facebook مساحة تفاعلية اجتماعية، وفضاء افتراضي يجمع بين عرض الذات و مراقبة الآخرين، يسمح لكل مستخدم بمعرفة شبكته وإثراء فضاءه

¹ . TISSERON. Serge, De l'intimité librement exposée à l'intimité menacée, Vie sociale et traitements, Ed, Ramsay, Paris, 2007, p, 74.

² . CARDON. Dominique, Pourquoi sommes-nous si impudiques ? Actualité de la recherche en histoire Visuelle, 2008, p, 96.

الشخصي، إن صورته الافتراضية تتأثر وتنمو من خلال المشاركات التي يتبادلها مع المستخدمين الآخرين، و بالتالي فإن الأدوار الاجتماعية التي يلعبها المستخدم هي التي تحدد هويته الافتراضية التي تعتبر تمثلا لذاته على هذه الشبكة¹.

ساهم مستخدمو مواقع الشبكات الاجتماعية من جهتهم في استكشاف طرق مسلية وممتعة للعرض على الانترنت والذي يبدو أنه أصبح تجسيدا للتححرر بالنسبة لهم، فحسب KOSKELA, Hille فإن "عرض الجمهور لحياته الخاصة هو تمكين للاستثارة وشكل من اشكال (مدونات الحياة) "، فحقيقة " كشف الأشخاص عن حياتهم على شبكة الإنترنت" - هو تعبير مبالغ فيه-²، بهذا تصبح الشبكات الاجتماعية ضرورية لتعزيز أحكام العرض الذاتي على الإنترنت، كما تساهم أيضا في تهوين ممارسات الرقابة البيئية.

يتوفر موقع Facebook على خصائص ومميزات وخدمات عدة تسهل من عملية التواصل بين أعضائه مثل خاصية الإعجاب وهي خاصية متاحة بين أصدقاء ومجموعات وصفحات الأعضاء، بحيث يقوم المستخدم بالنقر على تلك الخاصية لأي منشور "نص مكتوب أو صورة أو فيديو" ليبيدي اعجابه به، بالإضافة إلى خاصية أخرى و المتمثلة في التعليق التي تسمح للمستخدم بالتعليق ضمن المساحة الخاصة بالتعليقات على أي منشور يبرز على صفحة المستخدم، ومن ثم الضغط على إيقونة Comment للتعليق، بالإضافة إلى هذا يتيح موقع Facebook للمستخدم إضافة الروابط أو مواقع روابط أو صور و غير ذلك من المضامين³.

كما يتضمن موقع Facebook صفحة إعدادات الخصوصية التي تحمل المعلومات والبيانات المتعلقة بالمستخدم كالصور، تحديث الحالة، والمنشورات والاقتراسات المفضلة، العائلة، الأصدقاء، التوجه السياسي والديني، المواقع التي تمت زيارتها، مقاطع الفيديو التي تم إضافتها ومشاركته في الصفحة، ويمكن أن تكون هذه المعلومات متاحة لجميع

1 . LESAFFRE, Joséphine, op cit.

2 . KOSKELA. Hille., Webcams, TV shows and mobile phones Empowering exhibitionism. Surveillance & Society, volume 2, N° 3, 2004, p, 133.

3 . Ibid.

المشركين أو المستخدمين كما يمكن اقتصار ظهورها على أصدقاء الأصدقاء أو الأصدقاء فقط أو متاحة للمستخدم وحده فقط، وتبقى هذه الإعدادات خاضعة لاختيارات المستخدم¹.

1. الاتصال الرقمي وعرض الذات:

يعتبر الاتصال الرقمي مهارة أساسية يستوجب على الأفراد تملكها في عصرنا الحديث، فهو يعتمد على الوسائط المتعددة التي أنتجتها التكنولوجيات الحديثة للإعلام و الاتصال، و بالتالي فهو يؤسس للقدرة على خلق الاتصال الفعال عبر الوسائل الرقمية².

يأسس الاتصال الرقمي لانتقال العملية الاتصالية إلى الوسائط الرقمية و ما تبعها من تغييرات في أطراف العملية الاتصالية، مع التركيز على التفاعلية كمعيار أساسي لتبادل الأدوار و هو ما يوضحه التعريف التالي إذ يعتبر الاتصال الرقمي "العملية الاجتماعية التي يتم فيها الاتصال عن بعد بين طرفين يتبادلون الأدوار في بث الرسائل الاتصالية المتنوعة واستقبالها من خلال النظم الرقمية ووسائلها، لتحقيق أهداف معينة"³.

هناك ترابط كبير بين التعريف السابق ومفهوم الاتصال من خلال الكمبيوتر، أو الاتصال بمساعدة الكمبيوتر، أو الاتصال القائم على الكمبيوتر التي تؤكد كلها على الدور الأساسي للكمبيوتر في عملية الاتصال الرقمي، و ضمن الطرح الأساسي لمفهوم الاتصال وعناصره وأشكاله ونماذجه، لأنه في نهاية المطاف اتصال إنساني أو بين الأفراد من أجل غايات محددة، يتسم بكل سمات الاتصال، وتتم من خلاله عمليات فرعية عديدة تتأثر بكل المداخل الاجتماعية والنفسية التي تناولها علماء النفس والاجتماع واللغة وقدموا لها النماذج العديدة التي تشرح الاتصال الإنساني وعملياته وعلاقاته.

¹ . STIEGER, Stefan, BURGER, Christoph, BOHN, Manuel, VORACEK, Martin, Who Commits Virtual Identity Suicide? Differences in Privacy Concerns, Internet Addiction, and Personality Between Facebook Users and Quitters, cyber psychology, behavior, and social networking, Volume 16, Number, 2013. P 631.

² تيليوي عابد، زينة عاشور، أفراد الأسرة الجزائرية في عصر العولمة بين الاتصال والعزلة، الملتقى الوطني الثاني حول الاتصال وجودة الحياة في الأسرة، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة ورقلة، يومي 03 و04 مارس 2013.

³ محمد عبد الحميد، الاتصال والإعلام على شبكة الانترنت، عالم الكتب، القاهرة، 2008، ص27.

إن التطور الهائل لتكنولوجيا الاتصال الرقمي التي غيرت أنماطاً كثيرة من حياة الناس وأتاحت مجالاً واسعاً للحريات، بفضل الابتكارات والاختراعات في مجال وسائل الإعلام والاتصال الرقمي وجدت طريقها إلى حياة المجتمعات، وباتت في متناول كل الناس¹.

إذا كان الاتصال الإنساني في أشكاله التقليدية يوصف بأنه عملية تقوم على أساس الحركة والتدفق والاستمرار وتطور العلاقات والعناصر بعضها ببعض وتأثيرات السياق والبيئة الاتصالية التي تتم فيه العملية، فإن الاتصال الرقمي يزيد على ذلك حيث أن العلاقات ليست بين عناصر العملية فقط ولكنها بين عناصر النظم الرقمية التي تعمل على استمرار الاتصال وتطوره.

اتخذت عملية الاتصال عبر الحاسوب مكاناً بارزاً في تفاعلاتنا الاجتماعية، خصوصاً ما تعلق بالإنترنت بعدها جزء من مجالات الاتصال بواسطة الحاسوب ووسيلة جديدة للتفاعل الاجتماعي، بالإضافة إلى تطور وسائط الاتصال الجديدة، ودمقرطة الاتصال. في هذا الصدد، تناولت العديد من الدراسات مسألة تشكل الهويات من خلال عملية الاتصال الرقمي، وعدم الكشف عن الهوية وعواقبه على التفاعلات الاجتماعية على غرار الدراسة التي قام بها GUEGAN, Jérôme والتي تناولت من خلالها أنماط الاتصال في الفضاءات الرقمية بتحليل العمليات التي تجسد التفاعل عبر الإنترنت والتشكيلات المحتملة وفقاً لخصائص وسائل الاتصال².

إن الاتصال عبر الوسائط التكنولوجية المتعددة، هو العملية التي من خلالها تتولد وتنشأ الهويات وتتعدد في بيئات الإنترنت المختلفة، كما أدى الترابط العالمي لأجهزة الكمبيوتر والكتلة المتنامية من المعلومات الرقمية المتبادلة في الشبكات الاجتماعية إلى بروز فضاء جديد للاتصال، ألا وهو الفضاء الافتراضي الذي يركز على التفاعلية وعلى

¹ عبد الرزاق الديلمي، الإعلام الجديد والصحافة الإلكترونية، دار وائل للنشر، عمان، الأردن، 2011، ص 27.

² GUEGAN, Jérôme, Effets de contexte et modulation des processus sociocognitifs via Internet, Thèse de doctorat, Discipline : Psychologie sociale (16ème section CNU), Arts et Lettres, Langues et Sciences Humaines et Sociales, Université Paul Valéry - Montpellier III, France. 2012, p 405.

البناء التشاركي، وعلى تبادل الاهتمامات بين عدد غير محدد من المستخدمين، ويتميز بالافتراضية، وفي هذا العالم الالكتروني وجب التمييز بين بروز وظهور المستخدمين بهوياتهم الحقيقية أو بتلك الهويات الناشئة والتي يطلق عليها بالهويات الرقمية أو الافتراضية.

أعدت أشكال الاتصال عبر الانترنت تشكيل الرابط الاجتماعي، بابتكار طرق جديدة لذلك مما ولد تنشئة اجتماعية مختلطة سميت بالهوية الرقمية أو الافتراضية و هي الهوية التي تكون للفرد في العالم الافتراضي، والتي يعرف بها في العالم الافتراضي وتكون مقترنة باسمه الافتراضي غالبًا كما سبق وذكرنا على شبكات التواصل الاجتماعي أو مواقع الدردشة أو غيرها من الاستخدامات للاسم والهوية الافتراضيين، وقد تكون الهوية الافتراضية مغايرة لحقيقة ذات الفرد، وقد تكون معبرة عنها بدقة بما لم يتح له على أرض الواقع و هي في مجملها استراتيجيات وسطية تجسدت بين الخوف من البرامج المشغلة للبيئات الافتراضية وعدمه¹.

تجسدت ظاهرة رقمنة الهويات الخاصة بالمستخدمين بناء على الاستخدام المكثف للانترنت وتعدد الوسائط، وهي المحرك الأساسي للنماذج الاقتصادية الجديدة التي تشكلت عبر الانترنت التي أصبحت بيئة للملاحظة ومتابعة المستهلكين الفاعلين، وباتت البيانات الشخصية مجالاً ثروة حقيقية يمكن استخدامها من قبل الفاعلين على الانترنت في عدة مجالات، عن طريق جمع وتخزين المعلومات الصادرة عن المستخدمين عند تسجيلهم ونشاطهم في أي موقع على الشبكة، هو ما شكل نوعاً جديداً من الرقابة المؤسسية و البيئية، إذ تصبح الهويات الرقمية موثقة ومأرشفة، والرسائل الشخصية مفهرسة من طرف الأنظمة الرقمية والأجهزة المستخدمة لتلك الغاية².

1. **CASILLI, Antonio-A**, Être présent en ligne : culture et structure des réseaux sociaux d'Internet, idées économiques et sociales n° 169, Dossier les réseaux sociaux, septembre 2012, p,16.

2. **GEORGES, Fanny**, Communication médiée par Ordinateur Un Processus Identitaire Informatisé vers une identité mixte, op cit.

2. ممارسات الهوية الافتراضية عبر موقع Facebook:

تأثر الاحتياجات السياسية، الاقتصادية والاجتماعية من جهتها على زيادة تقبل الأشكال المتعددة من الرقابة، ففكرة التتبع والرصد أصبحت مألوفة شيئا فشيئا إذ تعزز أشكال الحرية الجماعية والاستقلالية الفردية، فلم تعد ينظر إليها على أنها مصدر إزعاج، خرق للخصوصية أو ممارسات تعسفية، بل يمكن اعتبارها اليوم مظهورا إيجابيا من مظاهر الديمقراطية والمساواة، ففي حين يتواصل التخوف من أشكال الرصد "المؤسساتي"، تميل الممارسات الاجتماعية الرقمية الجديدة إلى التهوين من شأن المراقبة "الشخصية" من خلال مفاهيم مثل "الرقابة المتساوية"، "تحت المراقبة"، "المراقبة الجانبية" أو "المراقبة التشاركية" وتميل خطابات علمية أخرى حتى لإضفاء الشرعية على أشكال جديدة من المراقبة المشتركة أو البيئية بمساعدة الكمبيوتر.

يتوجب على الفرد الذي يمارس الاتصال في البيئات الافتراضية، أو يريد الدخول إلى هذا الفضاء الرقمي على غرار موقع التواصل الاجتماعي Facebook أن يتمثل في هوية افتراضية أو رقمية يكونها وينشئها بنفسه عبر ملفه الشخصي "profile" أو الحساب أو الصفحة الخاصة به، كما أنه قد يعرف أيضا من طرف برنامج أو نظام تشغيل هذه الشبكة الاجتماعية وذلك من خلال تفاعلاته ونشاطاته المختلفة أثناء إبحاره في هذا الموقع.

يعرف الملف الشخصي "Profile" بمجموع المعلومات والبيانات والمعطيات الخاصة بالفرد المستخدم التي يسجلها على أحد المواقع، وهو متعدد الأبعاد يوصف بشكل أكثر تحديدا من خلال بعدين: الأول، يمثل تاريخ التفاعلات مع مستخدمي الشبكة والبعد الثاني يتمثل في مختلف مراكز اهتمامات المستخدمين، هذين البعدين يتطوران مع مرور وقت الاستخدام¹.

1. TAMINE, Lynda, ZEMIRLI, Nesrine, BAHOUN, Wahiba, Approche Statistique pour la définition du profile d'un utilisateur de système de recherche d'information, Information-Interaction- Intelligence, (13) 7,1, 2007, p25.

كما يعرف الملف الشخصي بصفحة الواب التي يسجل عليها المستخدم معلوماته وبياناته من (الاسم، الجنس، العمر، الوظيفة، المستوى وغيرها من المعلومات الشخصية) وذلك قصد التعريف بنفسه أو تمثيل ذاته في هذا الفضاء الرقمي، والتي تخصص من طرف المستخدم من أجل دعوة أصدقائه لزيارتها، والتفاعل معه،¹ والقيام بأنشطة أخرى يطرحها نظام التشغيل الخاص بهذا الموقع الذي ينتمي إليه، كما يعتبر بمثابة تجربة لبناء ذات رقمية²، و قد ميز CARDON, Dominique بين نوعين من الملفات الشخصية للمستخدمين وهما:

Le profile « **tout montrer tout voir** » et le profile « **montrer caché** ».

حيث صنف الملفات الشخصية للمستخدمين إلى مجموعتين، المستخدمين فائقي الظهور والمستخدمين المتخفين ويعتمد هذا التصنيف على توظيف سلوكهم التصريحي والذي يتم بتقديم البيانات الحقيقية، ومنه يتضح أن المجموعة الثانية والمتمثلة في المستخدمين المتخفين لا يصرحوا بأي معلومات تتعلق بفئة الهوية التصريحية أو يصرحوا ببعض منها فقط، أما المجموعة الأولى والمتمثلة في المستخدمين فائقي الظهور فهم من يسجلون هويتهم التصريحية في كل المراحل بمعنى ملاً حقل الهوية التصريحية³.

و بهذا، تسمح الهوية الافتراضية عبر موقع Facebook بإنشاء طرق تواصل مع الآخرين، بعدها رمز الدخول للمجتمعات الافتراضية⁴، والتي تسمح بإنشاء علاقات تفاعلية دون الحاجة إلى الحضور المادي.

يظهر إذن أن موقع Facebook قد صمم لربط الناس من خلال شبكة افتراضية من الأصدقاء يشارك كل عضو في عرض ذاته عملياً من خلال الإعداد الافتراضي لذاته⁵، وبذلك تلعب الهوية دوراً أساسياً في موقع Facebook ويتمثل النشاط الرئيس لها في تبادل

1. Premier pas sur Face book, L'Université de Genève possède une page Facebook, sur: www.facebook.com/unigeneve, consulté le 15/09/2016, à 14.00.

2. **GEORGES, Fanny**, Mémoire humaine et expérience de soi par le Web, op cit.

3. **CARDON, Dominique**, Le design de la visibilité : un essai de cartographie du web 2.0, Réseaux, N° 152, Paris, Lavoisier, p,p120-123.

4. **DONATH, Judith**, op cit, p1.

5. **DELISE, Nathalie -N**, op cit, p30.

المعلومات والرسائل بين المستخدمين ما يؤدي إلى إنتاج الهويات وهذا ما أكدته الباحثة DONATH, Judith-S في دراستها عن الهويات عبر الانترنت التي وصفتها بأنها افتراضية أو رقمية من إنتاج المستخدم نفسه، فمنهم من يستخدم اسمه الحقيقي ومنهم من يستخدم الاسم المستعار أو يتمثل بصريا في الصورة الرمزية وهي إحدى الطرق التي تعبر عن الهوية عبر الانترنت، فيما يعتبر الاسم المستعار هو مركز الهوية الافتراضية.

إن استكشاف الهوية عبر الانترنت يعيد بناء وتعريف مفهوم الهوية الكلاسيكية، كما توفر للمستخدمين أشكالاً جديدة من التواجد الرقمي والقدرة على التعبير عن جوانب خفية في ذاتهم، وتبقى لتشكيل خياراً حراً وطوعياً من طرف المستخدمين، كما يمكن تغيير الهويات الافتراضية بسرعة وبشكل متكرر على النحو المرغوب فيه مما يسمح للمستخدمين بتجربة أدوار وخيارات مختلفة.

تتكون الهوية الافتراضية من عناصر هيكلية بما في ذلك المكونات الرسومية والنصية التي تمثل الصورة الرمزية المكونة للملف الشخصي للمستخدم، كما يمكن أن تتشكل الهوية الافتراضية من خلال تقديم الذات للأعضاء الآخرين (مجموعات افتراضية) أو من خلال ردود الفعل الاجتماعي التي تتجمع من خلال عملية التفاعل مع الأفراد الآخرين¹، إذن، وبهذا الشكل تتعدد وتصاغ الهويات عبر شبكات التواصل الاجتماعي، من خلال سلسلة ديناميكية من النشاطات والممارسات المستمرة بين المستخدمين، كما يمكن للحياة الافتراضية داخل Facebook أن تستفيد من الحياة الحقيقية للأشخاص المستخدمين لموقع Facebook.

3. انقسام حقيقة الاسم والهوية للمستخدم:

أضحت مواقع التواصل الاجتماعي أساساً للتعبير وصياغة شخصية الفرد وبخاصة الشباب، تلك الطاقة التي خرجت توا من إرهاب المراقبة نحو بناء ذاتها، لتجد نفسها تجول عبر حساباتها الافتراضية تستظهر هويتها وذاتها، فمفهوم الفرد عن الذات هو الذي

1. VAN DJICK, José, op cit.

يحدد نوع شخصيته وكيفية إدراكه لها، وبين هويته التي يظهرها على أرض الواقع وهويته الافتراضية، ارتباط تقاطعي مع الاسم الحقيقي والاسم المستعار على المواقع الالكترونية، لنجد حسابات الشباب عبر Facebook تتأرجح بين وعي سلبي للذات ووعي إيجابي.

إن الدلالة اللغوية للأجهزة الرقمية هي الانفصال، وهو ما يمثل عالماً من لحظات منفصلة ومعارضات ثنائية "التشغيل أو الإغلاق"، و"الداخل والخارج"، أو "نعم أو لا"، أصبحت الأجهزة الرقمية التي نستخدمها ذات قوة متزايدة، وأصبحت قادرة على ربطنا بالآخرين بطرق متعددة، غير أنها تعمل على تعزيز الفردانية، وعدم الشعور بالانتماء إلى الجماعة، بحيث يمكننا القول أن الاتصال العالمي يعني أنه يمكنك أن تكون متصلاً بالجميع ومنقطعاً عن الجميع في الوقت نفسه¹.

تتمتع الأسماء الافتراضية بشعبية أضيفت لمستخدميها انطلاقاً من أصحابها الحقيقيين، بين أسماء المشاهير و تسميات شعورية رومانسية أو مأساوية لتتجلى خطوة أولى، ملامح انفصامية الهوية من بين هذه التسميات مرفقة بالصور المدعمة لها، لنبدأ التلاقي بها للتعرف إليها انتقالاً من الاستعارة إلى التقمص إلى تسويق الذات، فالمحادثة عبر الأنترنت تعطي الشخص الفرصة للكلام على أشياء لا يستطيع قولها مباشرة بسبب الهويات المزيفة التي يستعملها مستخدم الأنترنت، وبالتالي لا تستطيع الأطراف الأخرى التعرف على الشخصية الحقيقية له ولا يعرفون أصلاً سوى اسمه المستعار².

تبرز من خلال ما تقدم ملامح الانفصام في عيش الفرد بشخصية على أرض الواقع باسمه الحقيقي مخالفة للشخصية التي يعيش بها افتراضياً وباسمه الافتراضي، كأن يكون صاحب الحساب على Facebook اسمه ذكراً وحقيقته أنثى أو العكس، بل الصدمة تكون في أقصى درجاتها، وهي حدوث حالة الانفصام الحقيقية، بتقمص هويات أشخاص معينين مشهورين أو غير مشهورين، أو تقمص هوية خيالية يتمنى متقمصها أن يكون هي فعلاً، لتضطرب حياة العديد من الأشخاص في انفصامية اتسعت نحو العالم الافتراضي، لتخرج

1 . منى بنت عبد الله بنت نبهان العامرية، أبعاد مفهوم الذات لدى العاملات وغير العاملات وعلاقته بمستوى الضغوط النفسية والتوافق الأسري بمحافظة الداخلية، رسالة ماجستير، جامعة نزوى، 2014، ص، 65.

2 . عبد الرحمن بن إبراهيم الشاعر، مواقع التواصل الاجتماعي والسلوك الإنساني، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2015، ص، 125.

المكبوت والمضطهد والمكئب والمحتال والمظلوم... الخ، إلى هذا الفضاء "Facebook"، وهي النتيجة التي أدت إلى بروز ظواهر لم تكن قبلاً كحالات اكتئاب أو إدمان Facebook، أو احتيالات الأسماء المستعارة أو الأضرار بتقصص شخصيات المشاهير، ليتحول هذا الفضاء الافتراضي نحو منعطف غير متوقع، من فضاء الحريات والتفاعلات إلى هروب واغتراب نفسي اجتماعي، ورهاب المواجهة للمشكلات¹.

من جهة أخرى سجلت هذه الانفصامية إيجابيات قد تنحو إلى وضعها في مجال تسويق الذات، فالشخصيات الخجولة والمنطوية والمضطهدة فكرياً والتي لم تنل فرصتها على أرض الواقع والموهوبة والمبدعة... الخ، وجدت في هذا الفضاء الافتراضي Facebook فرصة للانطلاق نحو الذات الإيجابية والواقع، نتيجة الرؤية البناءة والإيجابية لهوياتهم وذواتهم، والتي ابتدأت مع أسماء هويتهم المستعارة ربما، منطلقة إلى تسويق ذواتها في أعمالها، و بالتالي فإن إبداعات عدة انطلقت نتيجة الفصامية الإيجابية التي عاشها عديد الشباب ليصنع لنفسه مستقبلاً ويفرض نفسه، ويقتنص فرصة حقيقية لقدرات حقيقية من نقطة افتراضية باسم افتراضي.

استطاع الإنترنت فعلاً أن يدخل العالم ضمن العالم الواحد من خلال التفاعلات على الخط، والثقافة الرقمية، والمجتمعات الافتراضية، والكثير من العناصر المشتركة التي جعلت الفرد ينتمي إلى العالمية ويصبح عضواً فاعلاً في المجتمع العالمي مع أصدقائه العالميين، الذي بات يجمعه وأياهم الكثير من القضايا الاجتماعية والثقافية والسياسية والاقتصادية وغيرها، مساهمة إدماج الفرد في نطاقه العالمي والكوني²، وعليه، فإن أولويات الدعائم الأخلاقية في بلورة الهوية الرقمية تقتضي على المستخدم الاستفادة من هامش الحرية المتاحة له في المجتمع الافتراضي مع تحمل مسؤوليته الأخلاقية تجاه المتداول الرقمي في المجال العام الافتراضي ليمارس اهتماماته المشتركة ويتقاسمها مع

1. فاطمة همال، انفصامية حقيقة الاسم والهوية للشباب الجزائري عبر الفيسبوك، وعي الذات إلى أين؟، مجلة مؤنون بلا حدود للدراسات والأبحاث، الرباط، أكادال، المملكة المغربية، 2016.

2. نديم منصور، سوسيولوجيا الإنترنت، منتدى المعارف، بيروت، 2014، ص، 35.

الآخرين، مع أولوية التعبير عن المنظومة الثقافية والحضارية للمجتمع الذي ينتمي إليه مكاناً وزماناً.

كذلك على الفرد العمل على خدمة مجاله العام بصورة هادفة، ليس كملاحظ فحسب بل كممارس أيضاً، فطبيعة التحولات التي عرفتتها المجتمعات العالمية أثبتت أن تصاعد مدّ الحركات الاجتماعية أثبت فاعلية المجال العام الافتراضي، ولكنه من جهة أخرى جدد التساؤلات المركزية حول التحديات التي تواجهها الهويات الوطنية، وبخاصة مع تصاعد النقاش الحضاري حول الهوية والكونية والذات والشبكة التي قد تسحب المواطن الافتراضي إلى نطاقات عالمية مزيفة، وتفقد صلته مع مواطنه الحقيقية.

يظهر من هنا جيل الانترنت كجيل ثنائي الهوية، فهو من ناحية هش وغير راشد ويحتاج دائماً إلى الأخذ بيده في فضاءات التكنولوجيا الحديثة لتأسيس علاقة سوية بها، ومن ناحية أخرى، هو جيل فضولي ومعتد على ذاته وذكي، يملك القدرة على التكيف ويميل إلى تثمين ذاته، إضافة إلى كونه صاحب رؤية شاملة في توجيه نفسه، تعد هذه نتيجة حتمية خاصة إذا علمنا أن حدود الهوية الرقمية في العالم الافتراضي غامضة المعالم، إذ لا تحدها حدود جغرافية أو تضبطها منظومة قيمية، فهي فضاء مفتوح لا محدود لمواطنين كونييين من مختلف الأعراق والأجناس والخلفيات الثقافية.

خلاصة:

لقد زادت التقنية من فرص اللقاء الإلكتروني لأعداد كبيرة من الأفراد من خلال التجمعات الإلكترونية في أي مكان من العالم وفي أي زمان، وتعبّر عن ذواتها عبر المواقع الإلكترونية وعلى رأسها موقع Facebook حيث تمكن هذه الموقع من استقطاب الكثيرين للدخول إلى عالم الانترنت، وأصبح الفرد بضغطة على زر صغير قادراً على التواصل مع من حوله.

إن وعي الذات عند المستخدمين في ظل موقع التواصل الاجتماعي Facebook، ليس بالمعطى البسيط، إنّه ذاك التعقيد الذي يصوغ الكثير من جوانب كينونتهم ووعيهم












بحاضرهم ومستقبلهم، وعيهم بمن يكونون وما يطمحون إليه، وما يستطيعون فعله أو التراجع عنه، فبفضل Facebook أصبح للعديد منهم شخصية وهوية، اسم جديد لم يسجل في واقع الحياة، لتشكل هويته الجديدة التي يعرف بها في العالم الافتراضي وتكون مقترنة باسمه الافتراضي على شبكات التواصل الاجتماعي أو مواقع الدردشة أو غيرها من الاستخدامات للاسم والهوية الافتراضيين، و هو من يتحكم في مدى أن تكون الهوية الافتراضية مغايرة لحقيقة ذاته، أو معبرة عنها بدقة بما لم يتح له على أرض الواقع، كل ذلك بوهم السيطرة على البيانات الشخصية الذي تأسسه مواقع التواصل الاجتماعي ومنها Facebook.

الدراسة الميدانية

تمهيد:

في ترتيب لأهم التطبيقات و مواقع التواصل الاجتماعي الأكثر شعبية من حيث عدد المستخدمين النشطين، التي تعني " المستخدم المسجل ولو مرة واحدة في الشهر على الأقل على موقع الويب أو تطبيقات الهاتف المحمول وليس فقط المسجل"، وأشارت في هذا الشأن مؤسسة Facebook ضمن نتائجها المالية للثلاثي الثالث من سنة 2015 أنها قامت بحساب عدد المستخدمين النشطين لديها عن طريق حساب المستخدمين الذين يزورون الموقع بشكل فعلي عبر جهاز الحاسوب أو الهاتف المحمول، و جاء ضمن الترتيب، التطبيقات والشبكات الاجتماعية الآسيوية الغير معروفة في أوروبا والولايات المتحدة، ومع ذلك، فهي تنافس الشبكات الاجتماعية العالمية.

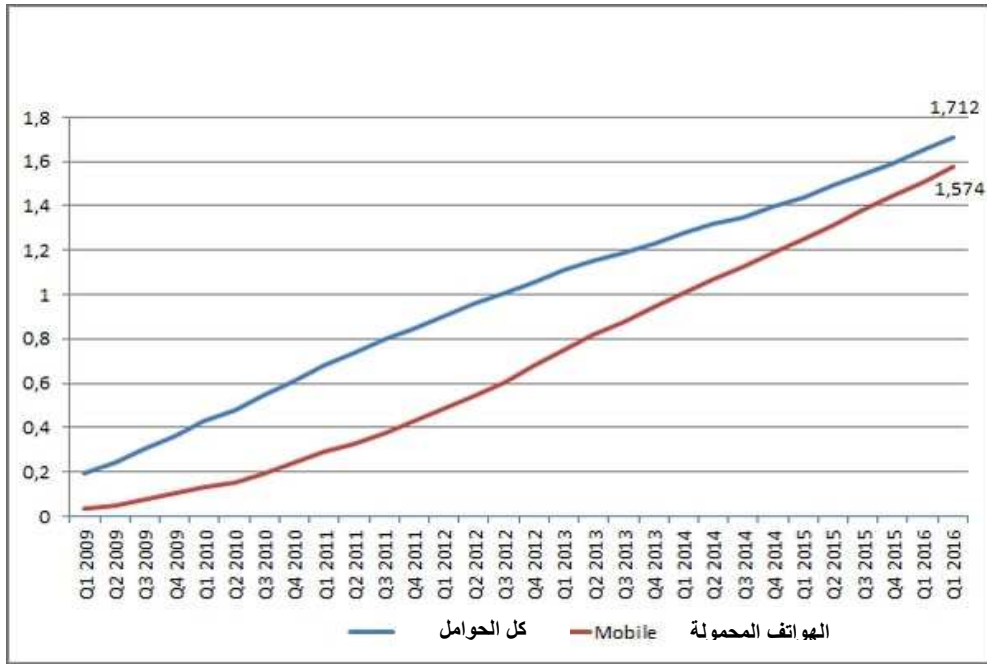
الترتيب	الموقع	عدد المستخدمين النشطين شهريا
01	Facebook	1,71 مليار
02	YouTube	1 مليار
03	WhatsApp	1 مليار
04	Facebook Groups	1 مليار
05	Google Hangouts	1 مليار
06	Facebook Messenger	1 مليار
07	Tencent QQ	843 مليون
08	WeChat	700 مليون
09	Tencent Qzone	668 مليون

500 مليون		Instagram	10
420 مليون		Tumblr	11
359 مليون		Google+	12
313 مليون		Twitter	13
300 مليون		Snapchat	14
300 مليون		Skype	15
300 مليون		Baidu Tieba	16
236 مليون		Viber	17
230 مليون		Tencent Weibo	18
215 مليون		Line	19
200 مليون		Reddit	20

الجدول رقم 2: يوضح الترتيب العالمي لمواقع التواصل الاجتماعي والتطبيقات حسب عدد المستخدمين النشطين لسنة 2015
المصدر¹: www.webmarketing-conseil.fr

إلى تاريخ 30 جوان 2015، سجل موقع Facebook 1.13 مليار مستخدم نشط يوميا باحتساب كل الحوامل و1.03 مليار مستخدم على الهاتف المحمول فقط، بينما في نهاية الثلاثي الثاني من سنة 2016، أكد موقع Facebook أن عدد مستخدميه قد بلغ 1,712 مليار مستخدم نشط شهريا باحتساب كل الحوامل و 1,574 مستخدم نشط شهريا عبر الهواتف المحمولة فقط، ومنه فإن انتشار الموقع يتخذ منحاً تصاعدياً من سنة لأخرى مما يؤكد ريادته واستقطابه لفئات عدة وعبر كل بقاع العالم.

1. www.webmarketing-conseil.fr/classement-reseaux-sociaux, consulté le : 16/07/2016 à 19 :00.



الشكل 1: عدد المستخدمين النشطين لموقع Facebook شهريا (الوحدة: مليار)
المصدر¹: www.journaldunet.com

شهد موقع Facebook نموا هائلا منذ سنة 2009، ففي بداية هذا السنة، لم يسجل الموقع سوى 197 مليون مستخدم، ليبلغ 1,007 مليار سنة 2012 ثم أكثر من 1,545 سنة 2015، ليصل إلى 1,712 مليار في الثلاثي الثاني من سنة 2016، أما بالنسبة للمستخدمين عبر الهواتف المحمولة فقد مر استخدامها من 35 مليون مستخدم سنة 2009 إلى 1,008 مليار مستخدم سنة 2014 ليصل إلى 1,574 مليار خلال الثلاثي الثاني من سنة 2016، ليشكل تطورا تصاعديا كما يبيناه الجدول والشكل أدناه.

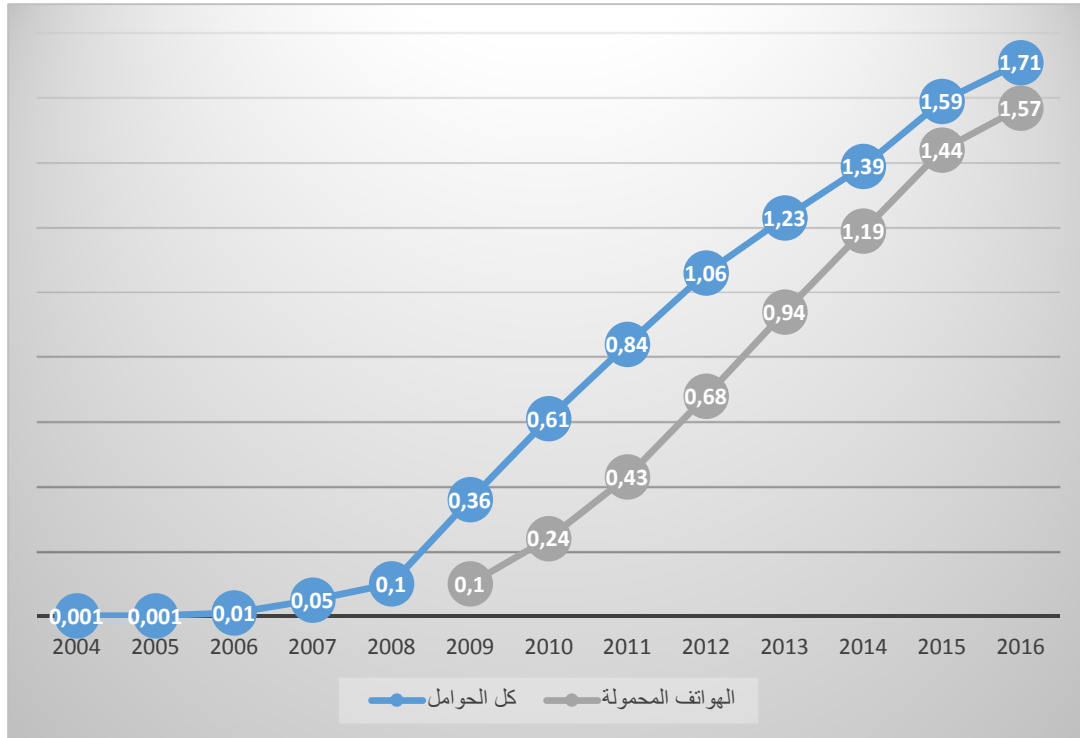
الفترة	جميع الحوامل	الهاتف المحمول
الثلاثي الأول/ 2009	0,197	0,035
الثلاثي الثاني/ 2009	0,242	0,050
الثلاثي الثالث/ 2009	0,305	0,075
الثلاثي الرابع/ 2009	0,360	0,101
الثلاثي الأول/ 2010	0,431	0,129
الثلاثي الثاني/ 2010	0,482	0,155
الثلاثي الثالث/ 2010	0,550	0,196
الثلاثي الرابع/ 2010	0,608	0,245

¹. www.journaldunet.com, consulté le : 11/07/2016 à 14 :30.

0,288	0,680	الثلاثي الأول / 2011
0,325	0,739	الثلاثي الثاني / 2011
0,376	0,800	الثلاثي الثالث / 2011
0,432	0,845	الثلاثي الرابع / 2011
0,488	0,901	الثلاثي الأول / 2012
0,543	0,955	الثلاثي الثاني / 2012
0,604	1,007	الثلاثي الثالث / 2012
0,680	1,056	الثلاثي الرابع / 2012
0,751	1,110	الثلاثي الأول / 2013
0,819	1,155	الثلاثي الثاني / 2013
0,874	1,189	الثلاثي الثالث / 2013
0,945	1,228	الثلاثي الرابع / 2013
1,008	1,276	الثلاثي الأول / 2014
1,070	1,317	الثلاثي الثاني / 2014
1,124	1,350	الثلاثي الثالث / 2014
1,189	1,393	الثلاثي الرابع / 2014
1,248	1,441	الثلاثي الأول / 2015
1,314	1,490	الثلاثي الثاني / 2015
1,385	1,545	الثلاثي الثالث / 2015
1,442	1,591	الثلاثي الرابع / 2015
1,508	1,654	الثلاثي الأول / 2016
1,574	1,712	الثلاثي الثاني // 2016

الجدول رقم 3: يمثل تطور عدد المستخدمين النشطين لموقع Facebook شهريا (الوحدة: مليار)
المصدر¹: www.journaldunet.com

¹. www.journaldunet.com, consulté le : 19/07/2016 à 16 :00.

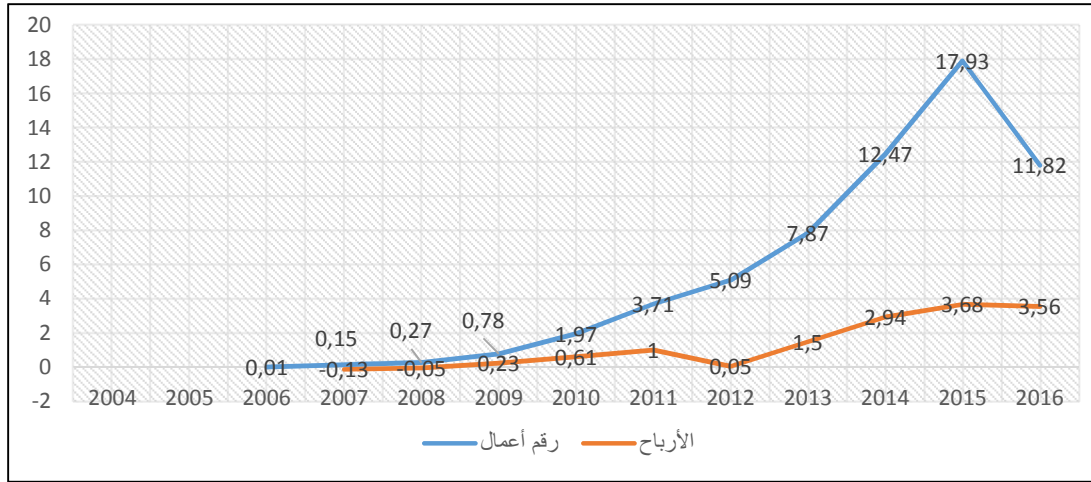


الشكل: رقم 2 يوضح تطور المستخدمين النشطين لموقع Facebook الوحدة: مليار
المصدر¹: www.webmarketing-conseil.fr

من جهة أخرى و حسب إحصائيات² موقع webmarketing قدر رقم أعمال مؤسسة Facebook خلال السداسي الأول من سنة 2016 بحوالي 11,82 مليار دولار، بينما لم يتعدى 0,78 مليون دولار سنة 2009، في حين بلغ حجم أرباح مؤسسة Facebook لنفس الفترة ما يقدر بـ 3,56 مليار دولار، بعد أن كان يقدر بـ 0,23 مليون دولار سنة 2009، ليسجل موقع Facebook ارتفاعا في عدد مستخدميه وصل حدود 1,71 مليار مستخدم نشط شهر جوان 2016، بمتوسط يومي قدر بما يقارب 1,13 مليار مستخدم نشط في حين بلغ عدد المستخدمين على الهواتف المحمولة 1,57 مليار بمتوسط يومي قدر بحوالي 1,03 مليار مستخدم نشط حتى جوان 2016، من هنا تبرز العلاقة بين زيادة عدد المستخدمين و ارتفاع رقم أعمال المؤسسة فكلما زاد عدد مستخدمي موقع Facebook زاد رقم أعمالها و بالتالي أرباحها.

1 . www.webmarketing-conseil.fr/chiffres-de-facebook, consulté le : 09/08/2016 à 18 :00.

2 . www.webmarketing-conseil.fr/chiffres-de-facebook, consulté le : 13/08/2016 à 20 :00.



الشكل: رقم 3 يوضح تطور رقم أعمال وأرباح موقع Facebook الوحده: (مليار دولار)
المصدر¹: www.webmarketing-conseil.f

يعتمد النموذج الاقتصادي لمواقع التواصل الاجتماعي كغيرها من المواقع عبر الانترنت على مبدأ (المحتوى الذي ينتجه المستخدم)، ففي حين يوفر موقع Facebook بنية الموقع، يوفر المستخدمون محتوى هذا الموقع بفضل مشاركاتهم، وبدون هاته المشاركة يفقد الموقع قيمته، وهو ما يفسر تحفيز مؤسسة Facebook للمزيد من المشاركة وزيادة عدد الأصدقاء، لتحقيق أكبر عدد من المستخدمين و هي الأهداف التي وصلت إليها لحد الآن على اعتبار العدد المتزايد للمستخدمين النشطين كما استعرضناه سابقا، فكلما زاد حجم الاتصالات، التبادلات و المشاركات، زاد حجم فائدة الموقع، إذ يتيح العدد المتزايد للمستخدمين واستخدام البيانات الشخصية لأغراض الاشهار الموجه تعزيز تثمين الاشهار عبر الموقع وإتاحة أرباح هائلة للمؤسسة.

تحقيقا لهذه الغاية وتحفيزا منه للمزيد من المشاركة من قبل المستخدمين، يعمل موقع Facebook على الترويج لفكرة أن حماية الخصوصية لا ينبغي أن يكون عائقا أمام حرية الاتصال، عرض الذات وإنتاج البيانات، فالعملية بسيطة نسبيا المزيد من البيانات يتيح المزيد من القيمة وبالتالي المزيد من الأرباح، كما يسعى الموقع أيضا إلى انتهاج سياسة تتيح له استغلال البيانات الشخصية، وجعل العلاقات الاجتماعية تجارة مربحة، مستغلا في ذلك وهم حماية الخصوصية عن طريق اعدادات الخصوصية التي يوفرها الموقع.

¹. www.webmarketing-conseil.fr/chiffres-de-facebook, consulté le : 18/08/2016 à 16 :30.

بخصوص نشاط المستخدمين على الموقع، بلغ عدد الأبحاث على موقع Facebook 2 مليار عملية بحث يوميا خلال السداسي الأول من سنة 2016، في حين قدر عدد الفيديوهات المتصفحها يوميا عبر Facebook بما يقارب 8 مليارات حتى نوفمبر 2015، بينما بلغت مشاركات الأعضاء 4100 كل ثانية، وعدد الاعجابات 1,8 مليون في كل دقيقة مقابل 4,5 مليار يوميا، أما المحتوى الذي يتشاركه المستخدمون فقد بلغ 4,75 مليار¹.

البحث	ماي	جوان	جويلية	أوت	سبتمبر	أكتوبر	نوفمبر	ديسمبر
الفيديو	11,86	11,02	10,89	9,53	9,42	9,24	8,94	9,14
الصور	7,86	7,66	7,79	7,96	7,75	6,84	6,7	6,83
الروابط	9	9,04	9,23	8,99	8,95	8,53	8,36	8,9
الاعجاب	6,12	5,7	6,57	6,28	5,51	4,44	5,23	3,76

الجدول رقم 4: يوضح متوسط الالتزام حسب نوع المنشورات لسنة 2016

المصدر: www.leptidigital.fr

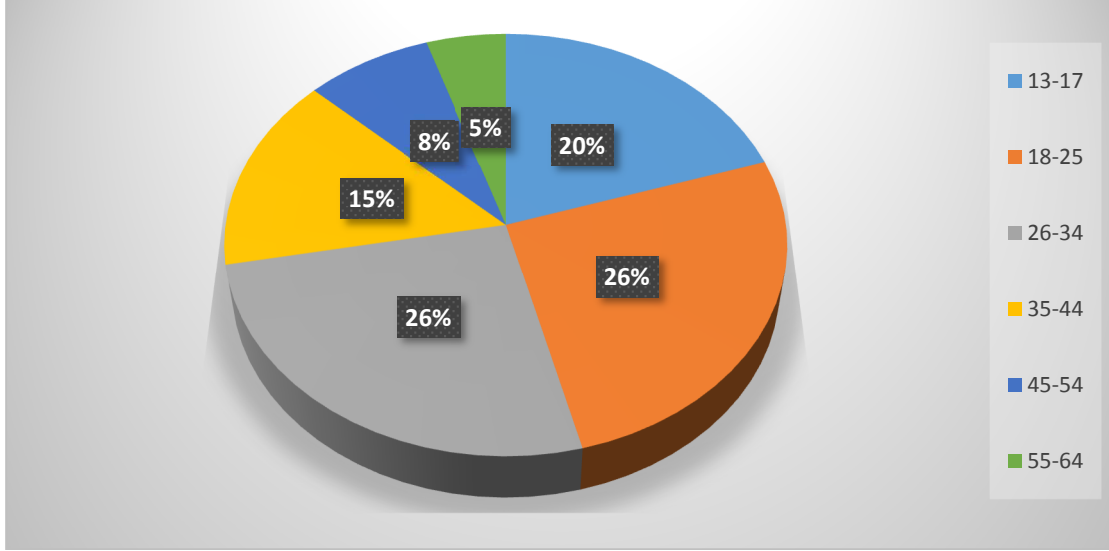
بالنسبة لمتوسط التزام المستخدمين حسب نوع المنشورات لسنة 2016 مقارنة بسنة 2015، و حسب الاحصائيات المقدمة في الجدول أعلاه²، شهد الموقع ارتفاعا في مستوى الالتزام بالنسبة للفيديوهات بنسب متميزة من 11,86 شهر ماي 2016 إلى 9,14 في ديسمبر 2016، أما بالنسبة للصور فقد انتقلت من 7,86 شهر ماي 2016 إلى 6,83 شهر ديسمبر 2016، أما الروابط فانتقلت من 9 إلى 8,9 في ديسمبر 2016، وفي الأخير الاعجاب من 6,12 إلى 3,76 في ديسمبر 2016، و هو ما يبين زيادة التزام المستخدمين في مشاركة المحتوى على موقع Facebook من سنة إلى أخرى.

من هنا تتجسد حقيقة أن الرأسمال الحقيقي للمؤسسة هم المستخدمون وما يقدمونه من محتوى على الموقع، كما تؤكد الأرقام المبينة أعلاه الرواج الكبير للموقع، والتنوع

1. www.leptidigital.fr, consulté le : 14/09/2016.

2. www.blogdumoderateur.com/chiffres-facebook, consulté le : 09/08/2016.

الكبير في المشاركات وحجمها القياسي مما أكسب الموقع مردودية اقتصادية عالية سمحت له ولوج البورصة العالمية.



الشكل رقم 4: يمثل توزيع مستخدمي Facebook حسب متغير السن
المصدر: www.leptidigital.fr

إن الحديث عن التطور الكبير لعدد مستخدمي موقع Facebook وحجم التبادلات والمشاركات الذي يشهده، يدفعنا إلى التساؤل عن هوية هؤلاء المستخدمين، وبالرجوع إلى الاحصائيات ندرك أن جلهم يتبنون ويتحكمون في الوسائل التكنولوجية أو ما يسمى بالجيل الرقمي والذي يتشكل أساسا من الشباب، فحسب ما يوضحه الشكل أعلاه، يتشكل مستخدمو موقع Facebook أساسا من الفئات العمرية ما بين 13 و 44 سنة لكن بنسب مختلفة، حيث تشكل الفئة العمرية ما بين (13-17) سنة نسبة 20% من مجمل مستخدمي الموقع، أما الفئة ما بين (18-25) سنة فتشكل 26%، و هي نفس النسبة بالنسبة للفئة العمرية (26-34) سنة، بينما تمثل الفئة العمرية (35-44) نسبة 15%، لتتخف هذه النسبة لدى الفئتين (45-54) بما يعادل 8% و 5% للفئة العمرية (55-64) سنة.

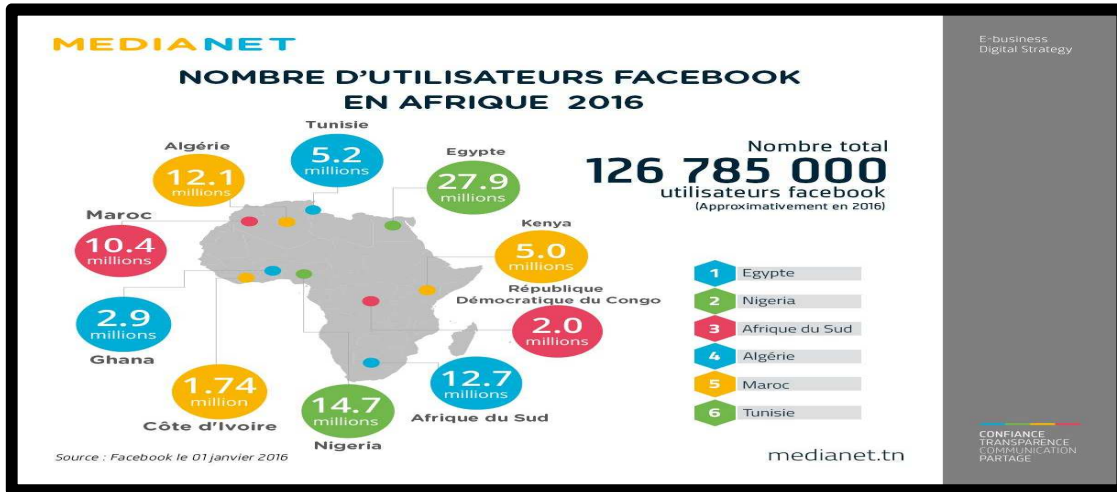
قدر عدد مستخدمي موقع Facebook بالنسبة للجزائر حسب دراسة¹ أجراها المجمع التونسي لخدمات و هندسة الكمبيوتر Medianet سنة 2016، بما يقارب 12,1 مليون مستخدم أي ما يعادل 31% من السكان، و قد مثلت نسبة الشباب الذين تتراوح أعمارهم

¹ . www.medianet.tn, consulté le : 13/09/2016 à 15 :00.

بين 18 و 24 سنة نسبة 39% من المستخدمين، و هي نسبة متقاربة مع فئة 25-34 سنة، التي بلغت 31%، في حين بلغت نسبة المراهقين الذين تتراوح أعمارهم ما بين 13 إلى 17 ما يقارب 14%، بينما قدرت النسبة بـ 10% لفئة ما بين 35 و 44 سنة، وفي الأخير 6% فقط للذين تتراوح أعمارهم بين 45 و 65 سنة.

أما عن نسبة الذكور مقابل الإناث حسب دراسة Medianet دائما، فقد بلغت نسبة الذكور 74% بينما مثلت الإناث نسبة 26% فقط من العدد الإجمالي للمستخدمين الجزائريين.

باعتبار أن ما يقارب من ثلث سكان الجزائر متصلين بشبكة الانترنت، فقد احتلت المركز الرابع أفريقيا من حيث عدد مستخدمي موقع Facebook، بعد كل من مصر في المرتبة الأولى بـ: 27,9% مليون مستخدم، ثم نيجيريا بـ: 14,7% مليون وجنوب أفريقيا 12,7% مليون دولار.



الشكل رقم 5: يوضح عدد مستخدمي موقع Facebook في دول إفريقيا لسنة 2016
المصدر: www.medianet.tn

غير أنه وبالرجوع مغاربيا إلى إجمالي عدد السكان في كل بلد، تحتل تونس المرتبة الأولى بنسبة 48% من سكانها، قبل المغرب 32% والجزائر 31% من العدد الإجمالي للسكان الذي يقدر بنحو 40 مليون نسمة، كما أشارت الدراسة في الأخير إلى أن مجموع

المستخدمين الأفارقة لموقع Facebook قدر بحوالي 126.785 مليون مستخدم 27٪ منهم في الدول المغاربية (أنظر الشكل أعلاه).

وجب علينا في سياق حديثنا عن مواقع التواصل الاجتماعي، التطرق إلى وضعية خدمة الانترنت في الجزائر، غير أننا سنركز بالأساس على قطاع خدمات الهاتف النقال في الجزائر، على اعتبار أن الشباب في الجزائر اليوم يعتمدون كثيرا على الهواتف الذكية لربطهم بشبكة الانترنت، و التواصل عبر موقع Facebook، و يعتبر سوق الهواتف النقالة في الجزائر من بين الأسواق الأكثر ديناميكية، حيث إرتفع عدد المشتركين إلى حدود 45 مليون مشترك مقابل عدد السكان الذي يقدر بـ 40 مليون نسمة، وقد شهد هذا التطور نموا كبيرا مع إطلاق خدمة الجيل الثالث نهاية سنة 2013، منعشا خدمة الانترنت عبر الهواتف الذكية التي شهدت هي الأخرى اقبالا كبيرا، (أكثر من 8 ملايين مشترك)¹.

وهو نفس ما بينته إحصاءات جانفي 2016 الصادرة عن مكتب الإحصاء الأميركي²، *United States Census Bureau* الذي سجل انفجارا في الربط بالشبكة عن طريق الهواتف المحمولة بـ 45 مليون مستخدم للإنترنت عبر الهواتف الذكية، أي بمعدل انتشار قدر بـ 114٪.

من جهتها تتبنى شركة اتصالات الجزائر التحول الرقمي تدريجيا وتتكيف مع التطورات الجديدة للسوق في مجال التكنولوجيا منذ إطلاق خدمة الجيل الثالث والجيل الرابع، ناهيك على الدور الهام لمشغلي الهاتف المحمول الثالث في تحسين وتطوير الوصول لشبكة الإنترنت في جميع أنحاء الوطن، وكذلك انتشار استخدام الهواتف الذكية واللوحات الالكترونية التي تلقى رواجاً لدى الفئات الشابة باعتبارها الأكثر تبنيًا للتكنولوجيات الجديدة، فقد أصبح وسيلة لا غنى عنها للترفيه، الاعلام والاتصال، كما شهدت المشاريع الاقتصادية في الجزائر ثورة في سوق الاتصالات من خلال رقمنة أعمالها

1 . <http://www.tsa-algerie.com/20150706/smartphones-de-nouvelles-marquesenvahissent-le-marche-algerien>, consulté le : 13/08/2016, à 19 :00.

2 . <https://www.census.gov>, consulté le : 20/09/2016 à 14 :00.

تدرجياً، كل هذه العوامل جعلت الجزائر تعيد ترتيب نفسها في سوق التقنيات الجديدة محاولة للحاق بدول الجوار، المغرب وتونس.

يفسر تفوق عدد المشتركين ومستخدمي الإنترنت بالمقارنة مع إجمالي عدد المشتركين في خدمات الهاتف النقال والثابت من خلال الزيادة في عدد الهواتف الذكية التي يستخدمها المستهلك الجزائري كل يوم¹.

أدى هذا الانتشار الواسع لاستخدام خدمة الإنترنت عبر الهواتف الذكية، إلى زيادة حجم المردودية الاقتصادية لقطاع الاتصالات في الجزائر على اعتبار أن هذا القطاع يعد من القطاعات الأكثر نشاطاً ومنافسة في الجزائر، وعليه تبرز العلاقة المتبادلة بين انتشار موقع Facebook في الجزائر وزيادة مستوى نشاط مؤسسات الاتصالات في الجزائر.

فقد حقق قطاع الاتصالات خلال سنة 2015، رقم أعمال قدر بـ 532 مليار دينار مقابل 499 مليار دينار في سنة 2014، وهو ما يمثل نمواً بأكثر من 6,61%، حسب التقرير السنوي لسنة 2015 الذي نشرته سلطة ضبط قطاع البريد والمواصلات.

يبين التقرير بالتفصيل البيانات المتعلقة بقطاع الاتصالات بالجزائر، إذ يوضح في القسم المتعلق بإيرادات مشغلي الهاتف الثابت والمحمول لنفس الفترة والتي قدرت بأكثر من 433 مليار دينار، وهو ما يمثل حوالي 81% من الإيرادات المحصلة من هذا القطاع، علاوة على ذلك، تشير التقديرات إلى أن مساهمة قطاع الاتصالات في الناتج المحلي الإجمالي لسنة 2015 قد بلغت 3,17%.

مع ذلك، تميزت سوق الاتصالات خلال سنة 2015 بالركود مقارنة بالسنوات السابقة، من حيث عدد المشتركين في الشبكات الثابتة والمتنقلة، وارتفع هذا الرقم من 46,40 مليون مشترك سنة 2014 إلى 46,49 مشترك سنة 2015، بنمو طفيف بنسبة

¹ . http://www.leconews.com/fr/actualites/nationale/telecoms/plus-de-45-millions-d-abonnes-a-internet-via-le-mobile-07-02-2016-176608_293.php, consulté le 16/03/2016, à 15 :30.

0,29%، أما فيما يتعلق بوحدات السوق بين أنواع الهاتف الثابت والمحمول، يمثل الهاتف النقال حول 92,97% من حضيرة الهاتف الوطنية، على عكس الثابت الذي لا يمثل سوى 7.03%، بينما مساهمة النوعين تضمن الكثافة الهاتفية الكلية بنسبة 115,9%¹.

قدر عدد المشتركين في شبكة الهاتف الثابت بـ 3.268 مليون مشترك، بزيادة قدرها 4,45% مقارنة مع سنة 2014 والتي سجلت 3.090 مليون مشترك، بمعدل نمو حتى نهاية سنة 2015 قدر بـ 8,09%، بينما شهد سوق الهاتف المحمول انخفاضا بنسبة 0,16%، من 43.298 مليون مشترك سنة 2014 إلى 43.228 مليون مشترك سنة 2015، ويعزى هذا الانخفاض أساسا إلى تعطيل الخطوط الغير نشطة للمشتركين والخطوط المجهولة للمتعاملين الثالث، من حيث حصص السوق ذات الصلة بحضيرة الهاتف النقال يحتل المتعامل Djezzy المرتبة الأولى بحصة تقدر بـ 38,43%، يليها المتعاملين Mobilis و Ooredoo بنسبة 33,12% و 28,45% على التوالي².

كما تشهد أسواق الجيل الثالث والجيل الرابع توسعا كبيرا في الجزائر إذ تعد الجزائر الأولى مغاربيا والثانية إفريقيا في امتلاك شبكة الجيل الرابع، فبعد الانتهاء في المرحلة الأولى من نشر الهوائيات، تعمل اتصالات الجزائر على تعزيز تغطية الشبكة عبر إطلاق المرحلة الثانية.

من المنتظر أن تحدث خدمة الجيل الرابع ثورة لدى المستخدمين، فبمجرد الدخول في الخدمة، سوف توفر شبكة الجيل الرابع الانترنت بتردد أعلى قابل للمقارنة تماما لتلك التي توفرها الألياف البصرية في البيوت.

وفقا لتفسيرات التي قدمها الخبراء، سيسمح الانتقال من الجيل الثالث إلى الجيل الرابع، بالإبحار على الانترنت عبر الهاتف النقال أكثر أهمية من جهاز الكمبيوتر، فميزة الجيل الرابع هو التمتع بتردد عالي لخدمات المحمول، السرعة والاستخدام الأمثل

¹.http://www.leconews.com/fr/actualites/nationale/telecoms/telecommunications532milliards-da-en-2015-14-07-2016-178205_293.php, consulté le : 19/09/2016 à 20 :00.

².<http://www.liberte-algerie.com/actualite/les-marches-de-la-3g-et-la-4g-lte-en-forte-expansion-en-algerie-210038>, consulté le : 03/09/2016 à 15 :30.

(التصفح، سرعة التحميل ...) . بالإضافة إلى ظهور استخدامات جديدة (الاتصال المرئي...) ¹.

بإطلاق خدمة الجيل الرابع، فإن عملية تحميل الملفات المكتوبة أو ملفات الوسائط تصبح أكثر سهولة وسرعة، فعلى سبيل المثال، يتم تحميل مرفق 2Mo على رسالة بريد إلكتروني في ثانية واحدة فقط، بعد أن كان يستغرق حوالي 6 ثوان مع اتصال الجيل الثالث كما ستمكن خدمة الجيل الرابع و بسرعة كبيرة في تحديثات أنظمة التشغيل والتطبيقات على الهواتف الذكية و اللوحات الرقمية.

إن لكل هذه التحديثات آثار مالية فحسب تقرير لنتائج المالية لمجموعة الاتصالات Ooredoo الصادر بتاريخ 27 جويلية 2016، للنصف الأول من عام 2016، Qtel الجزائر لا تزال في نمو، مدفوعة بشكل خاص لترسيخ مكانتها في قطاع الهواتف النقالة للجيل الثالث كما أجرت بنجاح أول إطلاق ما قبل التجاري لخدمة الجيل الرابع ².

بلغت إيرادات Qtel في الجزائر 55.1 مليار دينار في السداسي الأول من سنة 2016، مقابل 54 مليار دينار خلال النصف الأول من عام 2015، أي بزيادة قدرها 2٪، أما بخصوص قاعدة المستخدمين فقد بلغت 13.4 مليون مشترك خلال السداسي الأول من سنة 2016.

وبلغت الأرباح الصافية في السداسي الأول من سنة 2016 حوالي 5.69 مليار دينار مقارنة مع 1.24 مليار دينار في الفترة نفسها من عام 2015، فيما وصلت قيمة استثمارات المجموعة في الجزائر إلى 9 مليارات دينار، وتمثل الجزائر 10,2% من المجموع العام لمشاركي المجموعة و 12,3% من إجمالي استثمارات المجموعة.

هذه النتائج حسب Qtel الجزائر تعكس نمو استراتيجي الاستثمار على المدى الطويل في الجزائر، وتعزيز السياسة الاستثمارية الفعالة سيما مع ظهور خدمة الجيل

¹ . <http://www.tsa-algerie.com/20160523/tres-haut-debit-obile-4-quatre-points>, consulté, le : 16/07/2016, à 14 :00.

² . <http://www.dzentreprise.net/ooredoo bilan-financier-1er-semester-2016>, consulté le : 09/08/2016 à 18 :30.

الربع للاتصالات الهاتفية من أجل مواصلة الإسهام في تطوير قطاع الهاتف المحمول في الجزائر.

كما اعتبر Mobilis من جهته أول متعامل في الجزائر للهاتف النقال لسنة 2016 حيث بلغ عدد المشتركين 16.5 مليون مشترك، وهو ما يتجاوز للمرة الأولى منذ إنشائها في سنة 2004، المتعاملين الآخرين¹.

فوفقا لتقرير أعده المتعامل Mobilis، شهد السداسي الأول من سنة 2016 زيادة قدرها +20٪ من قيمة التداول لهذا المتعامل العمومي مقارنة بالفترة نفسها من سنة 2015 حيث قدر رقم الأعمال بـ 57.2 مليار دينار (حوالي 519 مليون دولار).

يعود هذا النمو بالأساس إلى تعميم العروض الخاصة بالجيل الثالث عبر 48 ولاية، وضمان حصول 58٪ من المشتركين على خدمة الجيل الثالث، والحفاظ على التسعيرة بالثانية، وإطلاق العرض بعد الدفع الذي زاد عدد المشتركين بخمسة أضعاف مقارنة بسنة 2015 مع التحضير لإطلاق خدمة الجيل الرابع².

من جهتها، نشرت المجموعة الروسية Vimpelcom، الشركة الأم لفرع تشغيل الهاتف المحمول Djeezy بتاريخ 12 ماي 2016، النتائج المالية³ للربع الأول من سنة 2016 وبالنسبة للجزائر، تعكس الأرقام الهبوط المتواصل الذي يسجله المتعامل.

شهد رقم أعمال المتعامل Djeezy انخفاض بنسبة 14٪ في الربع الأول لسنة 2016، مقارنة بالفترة نفسها من سنة 2015، لينخفض من 320 مليون دولار إلى 276 مليون دولار وعلى سبيل المقارنة، بلغ رقم أعمال المتعامل في الربع الأول من سنة

¹ . <http://www.aps.dz/sante-sciences-tech>, consulté le : 13/10/2016 à 21 :00.

² . Pass 4G :
Pass FB/WhatsApp : 100 Mo, 60 DA, 24 Heures.
Pass Turbo* : illimité, 250 DA, 1Heure.
Pass NIGHT* De 2h00 à 5h00 : illimité, 200 DA, 1Heure.
Pass internet 7 jours : 400 Mo, 300 DA, 07 jours.
Pass internet 3G 30j : 2Go, 1000 DA, 30 jours.

³ . **ABDELARBI, Tewfik**, Djeezy publie ses résultats financiers : le déclin s'accélère, les investissements en forte baisse, sur : www.tsa-algerie.com, consulté le 19/08/2016 à 13:00.

2012، نسبة 457,08 مليون دولار وهو ما يقارب ضعف ما حققه في الربع الأول من هذه السنة¹، من حيث الأرباح، تعكس الأرقام أيضا انخفاضا في النتائج، من 169 مليون دولار إلى 158 بين سنتي 2015 و2016، أي بانخفاض قدره 6٪، حسب بيان لمؤسسة Vimpelcom دائما، الذي يرد جزء من هذا الانخفاض إلى انخفاض قيمة الدينار الجزائري بقيمة 15٪.

سجلت استثمارات المتعامل Djeezy انخفاضا حادا من 4.2 مليار دينار سنة 2015، إلى 2.9 مليار دينار في الربع الأول من سنة 2016 بنسبة انخفاض قدرت بـ 31٪، وهو ما يبرر التأخر في نشر الجيل الثالث، وعملية إطلاق الجيل الرابع في نهاية العام².

من خلال استعراض هاته الأرقام لمتعملي الهاتف النقال في الجزائر، تبرز أهمية هذا القطاع في انتشار الانترنت ومردوديتها بالنسبة لتلك المؤسسات، وكذا الخيارات الجديدة المتاحة أمام الشباب في عملية الإبحار عبر الانترنت والتواصل عبر مواقع التواصل الاجتماعي وخصوصا موقع Facebook الذي يشكل أحد العروض المهمة بالنسبة لفئة الشباب في الجزائر وأحد أهم عناصر الحملات الترويجية لتلك المؤسسات.

أثر هذا الارتفاع في معدل استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في سلوك الشباب الجزائري بشكل كبير و في مختلف المجالات، و لعل من أبرز نماذجه عملية التسريب والغش عن طريق استخدام موقع التواصل الاجتماعي Facebook الذي شهدته امتحانات شهادة البكالوريا لسنة 2016، و الذي كان من نتائجه المنع المؤقت للوصول إلى الشبكات الاجتماعية³ من طرف السلطات الجزائرية للحيلولة دون المزيد من التسريبات لمواضيع البكالوريا، كما ألزمت ما يقارب من نصف المرشحين إعادة الامتحان في دورة ثانية.

1 . Offre Djeezy :

Speed Heure 07h00-00h00 : 50 DZD, 100 Mo, 60 minutes.

Speed Heure 00h00-07h00 : 50 DZD, Illimité, 60 minutes.

Speed 01 jour : 100 DZD, 100 MO, 24 Heures.

Amigo 3G+ : accès illimité facebook, twitter et whatsapp, 30da/jour

² <http://www.tsa-algerie.com/20160512/djeezy-publie-resultats-financiers-declin-sacelere-investissements-forte-baisse>, consulté le : 18/06/2016 à 17 :00.

³ <http://www.lemonde.fr/afrique/article/2016/06/19/algerie-les-reseaux-sociaux-bloques-pour-eviter-de-nouvelles-fuites-des-sujets-du-bac>, consulté le : 19/07/2016 à 14 :00.

وقد تعذر الوصول إلى الشبكات الاجتماعية في تلك الفترة، بما في ذلك موقعي Facebook و Twitter، بالنسبة لمستخدمي الإنترنت في الجزائر، ووفقا لموقع أخبار TSA استمر القطع حتى 23 جوان، تاريخ انتهاء الامتحانات، وقد كانت عملية قطع الشبكات الاجتماعية حسب وكالة الأنباء الجزائرية ومصدر من قطاع البريد والاتصالات لحماية مرشحي البكالوريا من الموضوعات الكاذبة التي نشرت على هذه الشبكات، وهنا لنا أن نتساءل هل كان على السلطات الجزائرية محاربة التكنولوجيا التي يتحكم فيها الشباب أم مراجعة منظومة الامتحانات بشكل أساسي؟

نموذج آخر مرتبط بخصوصية الفضاءات و الأشخاص، حيث أدى عرض شريط فيديو لمعلمة شابة وهي تقوم بتصوير التلاميذ في الفصل الدراسي من مدرسة ابتدائية، إلى نقاش كبير على الشبكات الاجتماعية وعلى مستوى الهيئات الرسمية، ففي حين أعلنت وزيرة التربية والتعليم السيدة نورية بن غبريط، بتاريخ 6 سبتمبر 2016 عن فتح تحقيق في هذه الحادثة، وصرحت "لقد اطلعنا من خلال موقع Facebook على معلمين شباب يلتقطون صور ذاتية (Selfie) وهم يتحدثون إلى التلاميذ الذين يظهرون في الخلفية إنها كارثة، سوف يكون هناك تحقيق وإذا تأكدت هذه الوقائع سوف تحال المعلمة على لجنة تأديبية فنحن في قطاع حساس".

لقد ولدت هذه الحادثة الكثير من الجدل و النقاش على مواقع التواصل الاجتماعي، وخاصة موقع Facebook، أين أبدى الكثير من الشباب تعاطفهم مع المعلمة فالحادثة ليست بتلك الخطورة التي تراها مصالح وزارة التربية الوطنية حسبهم¹.

ولنا أن نتساءل هنا أيضا هل لدينا الحق في التقاط الصور في الفصول الدراسية من داخل المدارس كفضاء، دون الحصول على رخصة من الوصاية متمثلة في وزارة التربية الوطنية؟ هل لدينا الحق في تصوير الأطفال دون الحصول على إذن مسبق من أوليائهم؟

¹ . <http://www.tsa-algerie.com/20160906/enseignante-se-filme-classe-benghabrit-ouvre-enquete>, consulté le : 19/10/2016 à 18 :00.

صرحت السيدة نادية آيت زاي مديرة مركز الاعلام والتوثيق حول حقوق الطفل والمرأة في هذا الشأن "يحظر هذا دون الحصول على إذن مسبق من أولياء الأمور لأنهم قصر، صحيح أن الأطفال تحت مسؤولية المعلم في المدرسة، ولكن لم يكن للمعلمة الحق في تصويرهم"¹.

أضافت أيضا أن "الشخص الذي صور الأطفال دون إذن يعاقب مدنيا (بتعويض) وجزائيا ضمن الحق في الصورة فالمدرسة مكان خاص فهي ليست مثل الشارع الذي يكون متاحا للجميع، لذلك لم يكن عليها تصوير الأطفال"، وتنتص بهذا الخصوص المادة 303 مكرر من قانون² العقوبات على عقوبة الحبس من ستة أشهر إلى ثلاث سنوات و بغرامة من 50.000 د.ج إلى 300.000 د.ج لكل من تعمد المساس بجرمة الحياة الخاصة للأشخاص بأية تقنية كانت وذلك عن طريق التقاط و تسجيل أو نقل مكالمات أو أحاديث خاصة أو سرية بغير إذن صاحبها أو رضاه، أو التقاط أو تسجيل أو نقل صورة لشخص في مكان خاص، بغير إذن صاحبها و رضاه".

في حين تنص المادة 39 من دستور سنة 1996 بأنه "لا يجوز انتهاك حرمة حياة المواطن الخاصة وحرمة شرفه ويحميها القانون" كما تنص على أن "سرية المراسلات والاتصالات الخاصة بكل أشكالها مضمونة"³.

إن الحماية القانونية التي يكفلها القانون الجزائري من خلال الدستور وقانون العقوبات، لم تكن كافية لردع المستخدمين عن التعدي على الخصوصية، التشهير، السب والقذف والتي تشكل محور المشاكل الأساسية لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي، والذي يترتب عنه العديد من الآثار النفسية والاجتماعية.

قدر وزير العدل السيد طيب لوح في هذا الشأن، قضايا التعدي على الخصوصية، التشهير، السب والقذف أمام المحاكم خلال سنة 2015 بـ 2120 قضية، وقال بهذا

¹ . <http://www.djazairss.com>, consulté le : 26/08/2016 à 13 :00.

² . القانون 06/23 المؤرخ في 20 ديسمبر 2006.

³ . دستور الجزائر 1996.

الخصوص "أن القوانين التي وضعها المشرع الجزائري لحماية الأفراد وخصوصياتهم تميل لأول مرة، إلى أخلة المجتمع بمختلف مكوناته، بما في ذلك المجتمع المدني والناشطين في المجال السياسي وغيره"¹.

أما بخصوص أمن المعلومات كأساس لحماية المستخدمين، أكد النائب العام لولاية الجزائر عبد الكريم جادي أن هيئة رصد الإنترنت "مصممة لتتبع الجرائم باستخدام تكنولوجيايات الاعلام والاتصال مع ضمان الحفاظ على خصوصية المواطنين"، حيث كان قد تم الإعلان عن إنشائها في الجريدة الرسمية² في 8 أكتوبر 2015، وقد أثار إنشاء هذه الوكالة بعض المخاوف بين مستخدمي الإنترنت الجزائريين، الذين رأوا بالفعل اتصالاتهم الافتراضية مراقبة، كما أن غموض النص، الذي لا يحدد طبيعة البيانات التي سيتم جمعها وتخزينها، يزيد من حدة مخاوفهم³.

كما أكد السيد عبد الكريم جادي أن "هذه الهيئة تمثل جهاز للوقاية ومكافحة الجرائم المتعلقة باستخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، والتي تشمل الأعمال الإرهابية، والاعتداء على أمن الدولة والجريمة المنظمة العابرة للحدود"، كما قال مؤكداً أن "خصوصية الأفراد سيتم ضمانها والحفاظ عليها، إلا عندما يكون هناك انتهاك"، للإشارة تضع المادة 4 من المرسوم الرئاسي 15-261 هذه الهيئة تحت وصاية وزارة العدل بهدف توفير "مراقبة وقائية للاتصالات الإلكترونية، لكشف الانتهاكات المتعلقة بالأعمال الإرهابية والتخريبية والتعرض لأمن الدولة"، غير أن النص لا يحدد طبيعة البيانات التي سيتم جمعها وتخزينها، وترك بعض الغموض فيما يتعلق بحماية سرية المستخدمين الجزائريين، في حين أن القرار ينص على أداء اليمين لدى المحكمة للعاملين في الهيئة للوصول إلى المعلومات السرية.

¹ . <http://www.aps.dz/algerie/41307-quelque-2120-affaires-d-atteinte-A-la-pudeurA-la-vie-prive-devant-la-justice-en-2015>, consulté le : 27/07/2016 à 04 :00.

² . المرسوم الرئاسي رقم 15-261 مؤرخ في 24 ذي الحجة عام 1436 الموافق 8 أكتوبر سنة 2015 يحدد تشكيلة وتنظيم وكيفية سير الهيئة الوطنية للوقاية من الجرائم المتصلة بتكنولوجيايات الاعلام والاتصال ومكافحتها .

³ . <http://www.huffpostmaghreb.com/2015/11/10/surveillance-internet-abd-html>, consulté le : 14/03/2016 à 16 :30.

يبرز إذن مما تقدم، أهمية الجوانب القانونية لحماية الحياة الخاصة في تقليص الآثار النفسية و الاجتماعية لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي، كما تبرز أهمية المتابعة الصحية و النفسية للذين يعانون من تلك الآثار بشكل حاد، في هذا الصدد افتحت بتاريخ 28 ماي 2016 بولاية قسنطينة عيادة لعلاج المدمنين على الشبكة الاجتماعية وهي الرابعة عالميا بعد كل من الصين، اليابان وكوريا الجنوبية، كما تعد الأولى من نوعها في أفريقيا وفي العالم العربي، ويؤكد السيد بوقفة رؤوف مدير المصحة بخصوص الإدمان على الشبكات الاجتماعية "أنه مجرد إدمان مثله مثل أي شكل آخر من أشكال الإدمان كالمخدرات والسجائر"¹.

يهدف هذا المرفق الملحق بالمؤسسة العمومية للصحة الجوارية بشير منتوري في قسنطينة بشرق البلاد، إلى محاربة الإدمان على Facebook خصوصا، الذي ينمو في البلاد مع أكثر من 10 مليون مستخدم جزائري، أي بمعدل واحد على أربعة من عدد السكان.

يبقى الهدف من إنشاء العيادة هو الحد من الآثار النفسية والاجتماعية، والأمنية التي قد تواجه أولئك الذين يحتجزون في العالم الافتراضي، بالإضافة إلى مناقشة وفهم أسباب هذه التبعية للسماح للمستخدمين استئناف حياة طبيعية، فالمخاطر أكبر، عندما يمكن لمدمني موقع Facebook أن يصبحوا المجندين المحتملين للتنظيمات الإرهابية، فهم يمثلون فريسة سهلة لعمليات التجنيد التي تتم عن طريق الانترنت².

ويقدم المركز للمرضى المتطوعين العلاج تحت إشراف مجموعة من المستشارين والأطباء النفسيين لكشف الأسباب الحقيقية لإدمانهم على الشبكات الاجتماعية ومساعدتهم على التخلص من هذا الإدمان والقيام به باعتدال.

¹. <http://mashable.france24.com/monde/20160610-clinique-desintoxication-facebook>

Constantine, consulté le : 13/07/2016 à 17 :00.

² . ZERZOURI, Abdelkrim, **Une première dans le monde arabe: Une clinique à Constantine pour traiter les «accrocs» de Facebook**, sur : <http://www.lequotidien-oran.com/index.php?news=5229913>, consulté le : 13/08/2016.

وعليه سوف ننتقل فيما يلي في عرض وتحليل نتائج الدراسة الميدانية التي قمنا من خلالها في البحث أكثر في تداخل كل العوامل المطروحة سابقا وتأثيرها على الشباب من مستخدمي موقع Facebook في الجزائر من خلال عينة منهم من ولاية البليدة.

المبحث الأول: مجتمع البحث وخصائص أفراد عينة الدراسة

بلغ حجم عينة الدراسة أربعمئة وخمسة وستون (465) مفردة، والتي تم اختيارها بطريقة قصدية من مستخدمي موقع Facebook، وتأكيدا لذلك لم يتم تسليم الاستمارة للمبحوثين إلا بعد التأكد من أنهم مستخدمين نشطين على موقع Facebook.

تمثلت الحدود المكانية للدراسة في ولاية البليدة بمختلف بلدياتها (تم توزيع الاستمارات على مستوى مقاهي الانترنت المنتشرة بولاية البليدة بمختلف المناطق، الحضرية، الشبه حضرية والريفية) وذلك لأهمية متغير المنطقة السكنية في دراستنا كما أوضحنا ذلك في الإطار المنهجي.

أما بخصوص الحدود الزمانية للدراسة فقد اخترنا الفترة الممتدة من شهر مارس إلى غاية شهر أبريل 2016، ولقد اعتمدنا في عملية توزيع استمارة الاستبيان البيانات الشخصية المتمثلة في السن الذي قسمناه إلى ثلاث فئات (18-23)، (24-29) و (30-35) وذلك لاعتبار أننا طبقنا الدراسة على فئة الشباب، ولتسهيل عملية التحليل، بالإضافة إلى متغير الجنس على اعتبار أن موقع Facebook يلقى اقبالا لدى الجنسين.

تشكلت الحدود البشرية للدراسة من مجموع المستخدمين النشطين لموقع Facebook من فئة الشباب الذين يبلغ معدل عمرهم (18-35) سنة والقاطنين بولاية البليدة.

أما فيما يتعلق بعملية جمع البيانات فقد قمنا بعملية توزيع الاستمارات وبعد استرجاعها قمنا بترقيمها وترميزها من 1 إلى 465 ثم تفرغ بيانات الاستبيان بالاعتماد على النظام الإحصائي للعلوم الاجتماعية (SPSS) Statistical package for social science.

لإشارة فقط، لقد استبعدنا 24 استمارة أثناء عملية التفريغ بسبب نقص الإجابات الواردة فيها وتمزيق بعض صفحاتها، بالإضافة إلى 11 استمارة لم نتمكن من استرجاعها، ليكون العدد النهائي المسترجع 465 استمارة من أصل 500 استمارة وزعت، وبعد نتائج التفريغ الآلي توصلنا إلى توزيع خصائص العينة السوسيوديمغرافية لمجتمع البحث وفق المتغيرات المبينة في الجداول التالية:

البيانات الشخصية:

1.الجنس:

النسبة	التكرار	الجنس
69,03	321	ذكر
30,97	144	أنثى
100	465	المجموع

الجدول رقم 5: يوضح توزيع العينة حسب متغير الجنس



الشكل رقم 6: يوضح توزيع العينة حسب متغير الجنس

من خلال الجدول أعلاه، يتضح أن عينة الدراسة قد توزعت حسب متغير الجنس بنسبة 69,03% من الذكور بينما مثلت الاناث ما يقدر نسبته 30,97% على اعتبار أننا قمنا بتوزيع الاستثمارات على مستوى مقاهي الانترنت، التي تبين أن روادها من الذكور أكثر من الاناث، باعتبار هذه الفضاءات محتكرة من طرف الذكور خصوصا في المناطق الشبه حضرية والريفية التي تشهد غياب شبه تام للإناث، وهذا بسبب طبيعة هذه المجتمعات

التي تتسم بالأعراف والعلاقات الاجتماعية المترابطة التي لا تسمح حتى الآن للإناث بالتواجد في مثل هذه الفضاءات.

من جهة أخرى تؤكد هذه النتائج الإقبال المتزايد للذكور على هذا الموقع الاجتماعي وهذا ما أكدته الإحصائيات المقدمة من طرف الموقع التونسي¹ Medianet Labs المتخصص في هندسة الكمبيوتر وخدمات الإنترنت، في تقريره لسنة 2016 الذي كشف من خلاله عن قائمة الدول الأفريقية الأكثر استخداما لموقع التواصل الاجتماعي facebook، حيث أظهر التقرير إقبال مكثف من سكان القارة عليه وزيادة نسبة المستخدمين له بشكل يومي، وتصدرت جزيرة سيشل نسبة مستخدمي الفيسبوك في أفريقيا بنسبة 56% من إجمالي عدد السكان، ثم تونس بنسبة 55.27%، وثالثاً جزيرة موريشيوس بنسبة 49.26%، واحتلت ليبيا في التقرير المركز الرابع أفريقيا من حيث نسبة مستخدمي Facebook التي بلغت 46.79% من إجمالي عدد السكان، بينما احتلت الجزائر المركز الخامس بنسبة 42.99%، أما المغرب فجاءت في المركز السابع بنسبة 39% ومصر في المرتبة التاسعة بنسبة 37.27%.

كما ركزت الدراسة على توزيع المستخدمين حسب الجنس في مصر، تونس، المغرب والجزائر، وكشفت الدراسة أن 57% من مستخدمي facebook في تونس ذكور و43% من الإناث، بينما في مصر 64% ذكور و36% إناث، والجزائر 65% ذكور و35% إناث، (وهو ما يتوافق مع دراستنا)، وتصدرت مصر القارة الأفريقية من حيث عدد المستخدمين بإجمالي 33 مليون مستخدم، ثم الجزائر بنحو 17 مليون مستخدم.

من جهة أخرى تتفق نتائج هذا الجدول مع النتيجة التي توصلت إليها الباحثة مريم نريمان نوهار في دراستها الموسومة بـ "استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية و تأثيره في المواقع الاجتماعية" والتي توصلت إلى إن إقبال الذكور على استخدام موقع التواصل

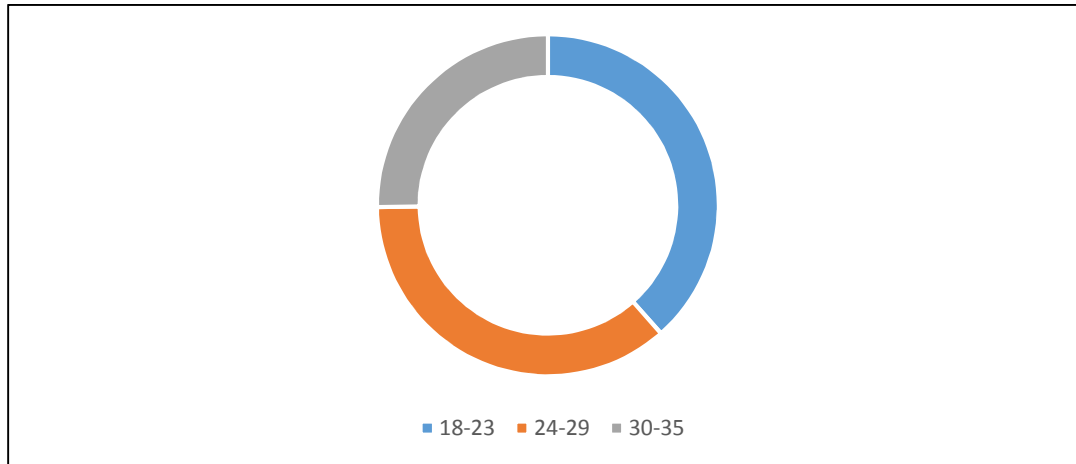
¹ . <https://www.facebook.com/MEDIANET.tn>, consulté le 24/03/2016 à 15 :30.

الاجتماعي Facebook أكثر من إقبال الإناث بنسبة 57,73% للذكور مقابل 42,26% للإناث¹.

2. السن:

النسبة	التكرار	السن
38,50	179	23-18
36,34	169	29-24
25,16	117	35-30
100	465	المجموع

الجدول رقم 6: يوضح توزيع العينة حسب متغير السن



الشكل رقم 7: يوضح توزيع العينة حسب متغير السن

يبين الجدول أعلاه توزيع أفراد العينة حسب متغير السن، وباعتبار أننا اخترنا عينة قصدية متمثلة في فئة الشباب من مستخدمي موقع Facebook على مستوى ولاية البليلة فقد حددنا سن هذه الفئة ما بين 18 و35 سنة، وقد مثلت الفئة الأولى (18-23) سنة نسبة 38,50% بينما مثلت الفئة الثانية (24-29) نسبة 36,34% وفي الأخير الفئة الثالثة (30-35) التي مثلت نسبة 25,16%، وقد جاءت النسب متقاربة وهذا يدل على ارتباط هذه الفئة بالإنترنت عموما وبالتالي ارتيادها لمقاهي الإنترنت من أجل الإبحار عبر الواب و قضاء

¹ . مريم نريمان نومار، استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية وتأثيره في العلاقات الاجتماعية- دراسة عينة من مستخدمي موقع الفايبيوك في الجزائر- رسالة ماجستير، علوم الإعلام والاتصال، قسم العلوم الإنسانية، جامعة باتنة، 2012، ص، 20.

الأوقات عبر مختلف المواقع و من بينها الشبكات الاجتماعية، فرغم ما توفره الهواتف الذكية و متعاملي الهاتف النقال من خدمات و عروض ترويجية إلا أن مقاهي الانترنت لا زالت تلقى إقبالا كبيرا من هذه الفئة.

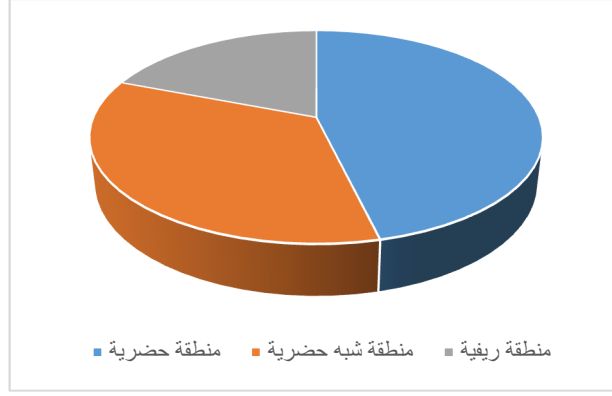
كما تعد النتائج المتوصل إليها في توزيع أفراد العينة حسب متغير السن متقاربة نسبيا، و متوافقة مع النتائج المتحصل عليها في العديد من الدراسات السابقة الخاصة باستخدام مواقع التواصل الاجتماعي في الجزائر، على غرار أهم النتائج التي توصلت إليها الباحثة مريم مراكشي في دراستها الموسومة " استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقته بالوحدة النفسية لدى الطلبة الجامعيين"¹ و التي قسمت من خلالها متغير السن إلى ثلاث فئات (18-20) سنة، (21-23) و (24 فأكثر) و قد خلصت إلى أن الفئة الأولى مثلت نسبة 31,25% و الفئة الثانية 35,83% بينما مثلت الفئة الثالثة و الأخيرة نسبة 32,92%.

3. المنطقة السكنية:

النسبة	التكرار	السكن
46,24	215	منطقة حضرية
34,62	161	منطقة شبه حضرية
19,14	89	منطقة ريفية
100	465	المجموع

الجدول رقم 7: يوضح توزيع العينة حسب متغير المنطقة السكنية

¹ . مريم مراكشي، استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقته بالشعور بالوحدة النفسية لدى الطلبة الجامعيين- دراسة ميدانية على عينة من طلبة جامعة بسكرة- رسالة ماجستير، علم النفس الاجتماعي، قسم العلوم الاجتماعية، محمد خيضر، بسكرة، 2014، ص، 122.



الشكل رقم 08: يوضح توزيع العينة حسب متغير المنطقة السكنية

لقد اخترنا في دراستنا هذه اعتماد متغير المنطقة السكنية على اعتبار أننا قمنا بتوزيع الاستثمارات بصفة مباشرة على مستوى مقاهي الانترنت الموزعة عبر بلديات ولاية البليدة، وقد قسمنا هذا المتغير إلى ثلاثة مناطق (حضرية، شبه حضرية وريفية) وقد تشكلت عينة الدراسة وفق هذا التقسيم وحسب ما يبينه الجدول أعلاه من 46,24% في المناطق الحضرية، بينما مثلت الفئة الثانية المناطق الشبه حضرية نسبة 34,62% وفي الأخير المناطق الريفية نسبة 19,14%، و يرجع سبب التباين في النسب إلى اعتمادنا على مقاهي الانترنت في توزيع الاستثمارة، و التي تشهد انتشارا واسعا في المناطق الحضرية و الشبه حضرية، بالمقارنة مع المناطق الريفية التي تقل في بعضها و تنعدم في أخرى.

الحوصلة الجزئية لنتائج تحليل مجتمع البحث وخصائصه:

- توصلت الدراسة إلى أن إقبال الذكور على استخدام Facebook أكبر من الإناث 60,03% للذكور مقابل 30,97% للإناث، ويعود ذلك لتمتع الذكور في المجتمع الجزائري بأكثر قدر من الحرية الشخصية في استخدام هذه المواقع مقارنة بالإناث، حتى على مستوى مقاهي الانترنت التي تشهد إقبالا محتشما من طرفهن كما أنهن يخضعن لسلطة العائلة، من جهة أخرى تتوافق نتائج دراستنا مع الاحصائيات التي تعدها بعض المراكز حول الفروق في استخدام موقع Facebook حسب متغير الجنس سواء عربيا أو في العالم.

- توصلت نتائج الدراسة فيما يتعلق بمتغير السن إلى أن توزيع أفراد العينة كان متقاربا للفئتين الأولى و الثانية، حيث نجد أن أفراد العينة من فئة (18-23) سنة مثلوا نسبة 38,50% في حين مثلت فئة (29-24) سنة نسبة 36,34%، ثم تلتها فئة أفراد العينة من (35-30) سنة ممثلة بنسبة 25,16%، و هي نسب متقاربة مع النسب العالمية¹، أين تمثل الفئة (19-13) سنة ما نسبته 8%، بينما تمثل الفئة (29-20) سنة 28% في حين تمثل الفئة (39-30) نسبة 21%، بينما تمثل نسبة الشباب عموما الفئة الأكثر استخدام للموقع حيث تلقى إقبالا بنسبة 87% لدى الفئة (29-18) سنة، في حين تبلغ نسبة الاقبال لدى فئة (49-30) سنة 73%.

- توصلت الدراسة باعتماد متغير المنطقة السكنية وانطلاقا من قيامنا بتوزيع الاستثمارات بصفة مباشرة على مستوى مقاهي الانترنت الموزعة عبر بلديات ولاية البلدية لتتشكل العينة من 46,24% في المناطق الحضرية، 34,62% في المناطق الشبه حضرية وفي الأخير المناطق الريفية نسبة 19,14%، وهذا راجع بالأساس إلى ضعف تغطية شبكة الانترنت في المناطق الريفية، تاركة المجال أمام البدائل المتمثلة في خدمة الجيل الثالث والرابع للهاتف النقال التي تتيح استخدام الانترنت عبر اللوحات الالكترونية أو الهواتف الذكية.

المحور الاول: عرض وتحليل نتائج المحور الأول "موقع Facebook كبديل اتصالي"

سنعرض فيما يلي مدى تبني عينة الدراسة من الشباب لموقع Facebook كبديل اتصالي عن الوسائل الاتصالية الأخرى، وتأثير ذلك على عملية التواصل لديهم، من خلال جملة من الأسئلة المرتبطة بعادات الاستخدام لديهم، ومقارنة عملية الاتصال عبر موقع Facebook بمواقع التواصل الاجتماعي الأخرى وذلك عن طريق استعراض وتحليل الجداول البسيطة.

¹ . <https://fr.statista.com/statistiques/549961/facebook-repartition-des-utilisateurs-americains--par-age>, consulté le : 14/12/2016 à 19 :00.

4.مدة امتلاك حساب على موقع Facebook:

النسبة	التكرار	الفئات
7,53	35	أقل من سنة
33,33	155	من سنة إلى ثلاث سنوات
34,62	161	من ثلاثة إلى خمس سنوات
24,52	114	أكثر من خمسة سنوات
100	465	المجموع

الجدول رقم 8: يوضح مدة امتلاك حساب على موقع Facebook



الشكل رقم 8: يوضح مدة امتلاك حساب على موقع Facebook

في سؤالنا حول مدة استخدام موقع Facebook، أكدت عينة الدراسة حسب ما يبينه الجدول أعلاه أن 34,62% يستخدمون موقع Facebook منذ فترة تقدر ما بين ثلاثة إلى خمسة سنوات، في حين أكد 33,33% أنهم يستخدمونه منذ فترة تقدر ما بين سنة و ثلاثة سنوات، من جهتهم أكد 24,52% من أفراد العينة أنهم يستخدمون الموقع منذ أكثر من خمس سنوات، و في الأخير أكد 7,53% فقط أنهم يستخدمون موقع Facebook منذ أقل من سنة.

بالعودة إلى دراسة الباحثة مريم نريمان نومار التي أنجزت سنة 2012، يتبين أن هناك تطورا في استخدام الموقع من سنة إلى أخرى، حيث توصلت الباحثة في دراستها

أذالك إلى أن أكثر من نصف العينة بدأوا يستخدمون الموقع منذ سنة إلى ثلاث سنوات وذلك بنسبة 52,07%، يليهم 23,01% يستخدمونه منذ أقل من سنة في حين يستخدمه 24,90% منذ أكثر من ثلاث سنوات، و أرجعت سبب تأخر العديد من الجزائريين في تسجيل الدخول في موقع Facebook إلى الأسباب التالية:

✓ الاستخدام المحدود للموقع.

✓ تنوع أدوار موقع Facebook وخدماته مما جعله يستميل العديد من الشباب.

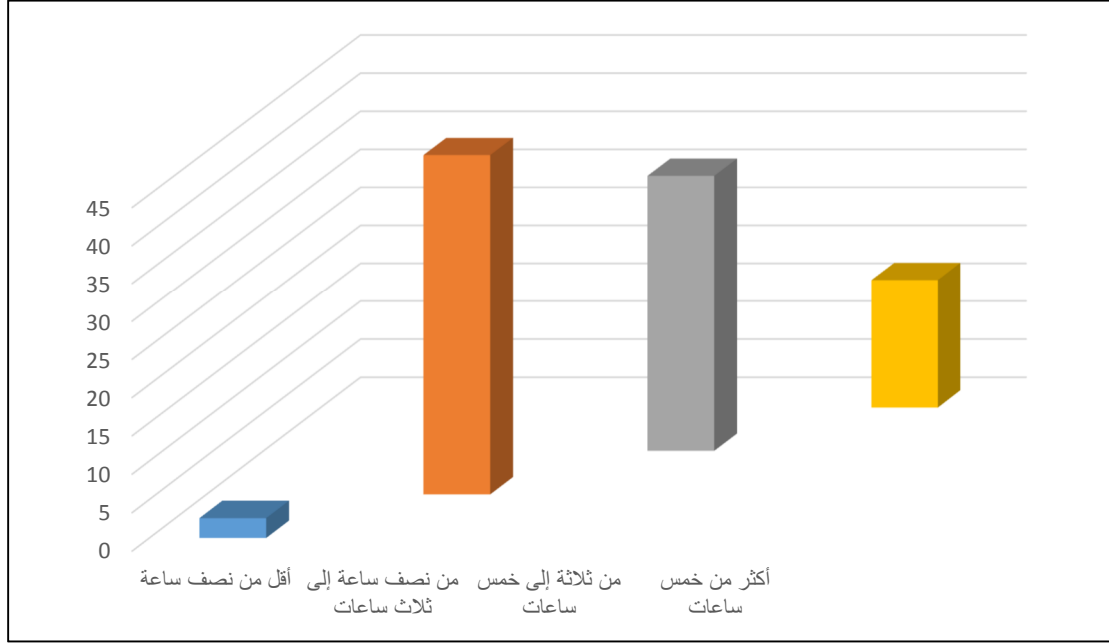
✓ تناول وسائل الإعلام التقليدية لموضوع الشبكات الاجتماعية بكثرة وتحديدًا موقع Facebook في السنوات الأخيرة مما جعل العديد من الشباب يسجلون في الموقع.

و نحن من جهتنا نضيف أن التطور الذي شهده العالم من حيث الابتكارات و الوسائل التكنولوجية كاللوحات الرقمية و الهواتف الذكية، و التي تتوفر السوق الجزائرية عليها وبأثمان معقولة زاد من إقبال الجزائريين على الموقع، كما أن خدمات الانترنت عبر الهواتف الذكية لمتعاملي الهاتف النقال و العروض الترويجية التي يقترحونها ساهمت في انتشار الموقع في الجزائر فالعائق التقني المرتبط بانتشار الانترنت لم يعد مطروحا، كما أن التحسينات التي يشهدها الموقع من سنة إلى أخرى زادت من فعاليته و جاذبيته لدى الشباب، و في الأخير و ككل الشباب في العالم يعتبر موقع Facebook متنفسا للهروب من الواقع إلى العالم الافتراضي الذي يجذب هذه الفئة كثيرا.

5. معدل استخدام موقع Facebook خلال الأسبوع:

النسبة	التكرار	الفئات
2,58	12	أقل من نصف ساعة
44,52	207	من نصف ساعة إلى ثلاث ساعات
36,13	168	من ثلاثة إلى خمس ساعات
16,77	78	أكثر من خمس ساعات
100	465	

الجدول رقم 9: يوضح معدل استخدام موقع Facebook خلال الأسبوع



الشكل رقم 9: يوضح معدل استخدام موقع Facebook خلال الأسبوع

يبين الجدول أعلاه معدل استخدام موقع Facebook لدى عينة الدراسة، وقد أكدت نسبة 44,52% منهم أنهم يستخدمون الموقع بمعدل من نصف ساعة إلى ثلاث ساعات، في حين قدر 36,13% منهم استخدامهم للموقع بين ثلاثة إلى خمس ساعات، و 16,77% منهم بأكثر من خمس سنوات، وفي الأخير 2,58% بأقل من نصف ساعة.

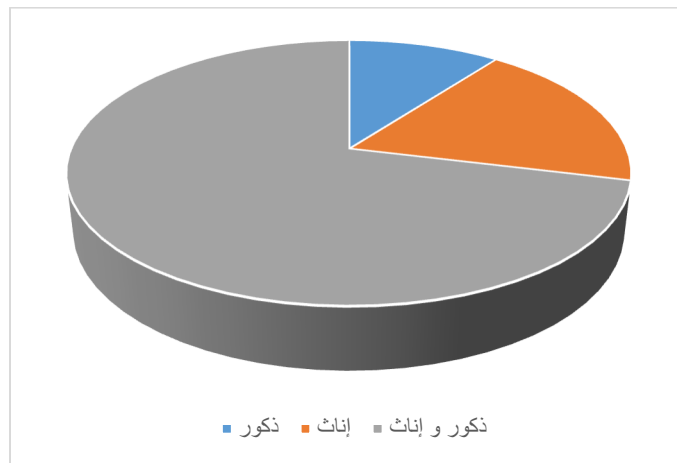
من خلال نتائج الجدول يتبين أن معدل النسبة الأكبر في استخدام الموقع هو ما بين ثلاثة إلى خمس سنوات، والتي تعبر عن مستوى من مستويات الإدمان والذي من سماته:

- ✓ قضاء أوقات طويلة على الموقع.
- ✓ الشعور بالرغبة في العودة إلى الموقع بعد مغادرته.
- ✓ إهمال كلي أو جزئي للحياة الاجتماعية والالتزامات العائلية والوظيفية.
- ✓ إهمال الاهتمامات والهوايات المفضلة.
- ✓ الاضطراب في النوم بسبب السهر على الموقع.
- ✓ القلق والتفكير المفرط فيما يحدث عند الابتعاد عن الإنترنت، وشعور بالحزن والاكتئاب عند الابتعاد لمدة أطول.
- ✓ الفشل في المحاولات المتكررة لتقليل عدد الساعات التي تقضى عبر الموقع.

6. جنس الأصدقاء عبر موقع Facebook:

النسبة	التكرار	الفئات
10,32	48	ذكور
18,50	86	إناث
71,18	331	ذكور و إناث
100	465	المجموع

الجدول رقم 10: يوضح جنس الأصدقاء عبر موقع Facebook



الجدول رقم 10: يوضح جنس الأصدقاء عبر موقع Facebook

في سؤالنا عن جنس أصدقاء العينة عبر موقع Facebook أكد 71,18% منهم أن أصدقائهم من الذكور والانات معا، بينما صرح 18,50% من أفراد العينة أن أصدقائهم يتشكلون من الإناث فقط، في حين 10,32% فقط أكدوا أن أصدقائهم من الذكور فقط.

يعتمد موقع Facebook طلبات الإضافة وهي من أهم الخدمات التي يقدمها والتي تدعم بناء علاقات الصداقة عبر الموقع، في حين يُتيح الموقع للمستخدم خاصية الموافقة أو رفض طلبات الصداقة وهو ما يجعل عدد الأصدقاء محدودا بالنسبة للبعض من من لا يضيفون أي أحد إلى قوائمهم، في حين يكون العدد كبير جدا بالنسبة لمن يسعون للتعرف على أكبر عدد من الأشخاص وحسب الإجابات التي تلقيناها في الاستمارة من أفراد العينة تتشكل قائمة الأصدقاء بالتنوع بين الجنسين و هذا راجع إلى أن هذا الفضاء مفتوح و غير مراقب خصوصا من طرف الأولياء، بالإضافة إلى بحث الشباب بجنسيه عن علاقات عبر الموقع، كما يمكن تفسيره بالرغبة في خلق مجال أوسع للتفاعل ولزيادة حجم التفاعل الكبير للفرد في المجتمع الافتراضي الذي تتيحه الشبكة حيث كلما زاد عدد الأصدقاء زادت نسبة التفاعل من خلال المشاركات المتنوعة والتي تتلقى ردودا عديدة بفضل تنوع الأصدقاء بين الجنسين وتعدددهم واختلاف آرائهم.

7. طبيعة الأصدقاء عبر موقع Facebook:

النسبة	التكرار	الفئات
00	00	أفراد العائلة
13,55	63	الأصدقاء
86,45	402	أفراد العائلة و الأصدقاء
100	465	المجموع

الجدول رقم 11: يوضح طبيعة الأصدقاء عبر موقع Facebook

يوضح الجدول أعلاه طبيعة الأصدقاء عبر موقع Facebook، وقد صرح 86,45% من أفراد العينة أن أصدقائهم عبر الموقع يتشكلون من أفراد العائلة والأصدقاء،

بينما أكد 13,55% منهم أن أصدقائهم عبر Facebook هم أصدقاء فقط دون أفراد العينة، في حين أجمع أفراد العينة أن أصدقائهم لا يتشكلون من أفراد العينة فقط.

وحسب الجدول فإن أصدقاء العينة يتشكلون بالأساس من مزيج من أفراد العائلة والأصدقاء مع عدم اعتماد الموقع للاتصال بالعائلة فقط، حيث يتيح لهم الموقع الدخول في علاقات وتجارب جديدة عبر إضافة الأصدقاء، كما يتيح لهم فرصة الخروج من سلطة العائلة.

8. جنسية الأصدقاء عبر موقع Facebook:

النسبة	التكرار	الفئات
61,51	286	من داخل الوطن
00	00	أجانب
38,49	179	من داخل الوطن و أجانب
100	465	المجموع

الجدول رقم 12: يوضح جنسية الأصدقاء عبر موقع Facebook

في سؤالنا عن جنسية الأصدقاء عبر Facebook أوضح افراد العينة أن 61,51% من أصدقاهم من داخل الوطن، بينما أكد 38,49% أن أصدقاهم يتشكلون من داخل الوطن وخارجه في حين أفراد العينة أن يكون أفراد أصدقائهم من الأجانب فقط.

يتيح موقع Facebook بفضل خاصية الانتشار وعدم تأثره بالحدود الجغرافية والزمانية إمكانية التعارف بين الأجناس المختلفة، غير أننا من خلال الجدول نستطيع أن نلتمس أن غالبية أفراد العينة يمتلكون قائمة أصدقاء مشكلة غالبيتها من داخل الوطن، وهنا يمكن أن نرد ذلك إلى عدم التوافق الفكري، أو عدم التشارك في الأفكار، أو الترابط الفكري بين أفراد الوطن الواحد وتشاركهم في الأفكار والاهتمامات، كما يمكن أن تشكل اللغة عائقا أمام الشباب من أجل التواصل مع أشخاص من خارج الوطن.

9. مقارنة موقع Facebook بمواقع التواصل الاجتماعي الأخرى:

موافق بشدة		موافق		محايد		معارض		معارض بشدة		الاحتمالات
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
29,03	135	42,37	197	17,85	83	10,75	50	00	00	ودي و حميمي
56,13	261	38,92	181	4,95	23	00	00	00	00	إبداعي و مبتكر
00	00	2,58	12	9,25	43	43,87	204	44,30	206	مضلل و مخيب للآمال
00	00	00	00	3,22	15	59,79	278	36,99	172	مناور، متعجرف
00	00	00	00	6,88	32	44,95	209	48,17	224	صارم، جدي
00	00	00	00	00	00	56,77	264	43,23	201	منطوي
54,84	255	42,36	197	2,80	13	00	00	00	00	أصلي و حديث
40,43	188	54,84	255	4,73	22	00	00	00	00	أنيق و متطور
41,08	191	50,11	233	8,81	41	00	00	00	00	جميل و جذاب

الجدول رقم 13: يوضح مقارنة موقع Facebook بمواقع التواصل الاجتماعي الأخرى

قدمنا لعينة الدراسة جملة من الاحتمالات لمقارنة موقع Facebook بمواقع التواصل الاجتماعي الأخرى حتى نتبين رؤية أفراد العينة لهذا الموقع، و قد أكد أفراد العينة بنسبة كبيرة العبارات الإيجابية في حين نفي العبارات السلبية، إذ عبر 42,37% بموافق و 29,03% بتعبير موافق بشدة على أن الموقع ودي و حميمي، كما عبر 56,13% بتعبير موافق بشدة و 38,92% بتعبير موافق على اعتبار الموقع إبداعي و مبتكر، في حين نفي 44,30% من أفراد العينة بعبارة معارض بشدة و 43,87% بعبارة معارض على اعتبار الموقع مضلل و مخيب للآمال، و نفس المعارضة أبداهها أفراد العينة لاعتبار الموقع مناور و متعجرف بنسبة 59,79% معارض و 36,99% معارض بشدة، نفس الملاحظة لاعتبار الموقع صارم و جدي التي عارضها أفراد العينة بنسبة 48,17% و عارضها بشدة ما نسبته 44,95% من أفراد العينة، و عارض 56,77% اعتبار الموقع منطوي كما عارض 43,23% ذلك بشدة، بالعودة إلى العبارات الإيجابية عبر 42,36% بموافق و

54,84% بتعبير موافق بشدة على أن الموقع أصلي و حديث، كما عبر 40,43% بتعبير موافق بشدة و 54,84% بتعبير موافق على اعتبار الموقع أنيق و متطور، و في الأخير عبر 50,11% بموافق و 41,08% بتعبير موافق بشدة على أن الموقع جميل و جذاب.

شهرة Facebook حول العالم لم تأت من فراغ، بل أنها جاءت نتيجة للعديد من العوامل التي يتميز بها، والتي جعلته مفضلاً على غيره بالنسبة لمستخدمي الشبكات الاجتماعية، ومن هذه العوامل التي تميزه ما يلي:

الأسبقية : مهما تعددت الشبكات الاجتماعية وتعددت وسائل التواصل الاجتماعي، فإن موقع Facebook هو الموقع الرائد في هذا المجال، يمكن أن يتفوق عليه أحد المواقع الشبيهة في معدل جذب الإعلانات، أو أن تنخفض أسهمه في مواجهة موقع آخر منافس، لكن في كل الأحوال سيذكر التاريخ أن الأسبقية كانت له، وهذه إحدى أسباب الشهرة الواسعة التي يتمتع بها هذا الموقع، فقد جاءت الانطلاقة الأولى لـ فيس بوك خلال سنة 2004، بينما موقع Twitter أقوى منافسيه- أعلن عنه في سنة 2006، ثم في وقت لاحق انضمت شركة Google للمنافسة بتطوير خدمتها Google plus.

السهولة: سهولة الاستخدام أيضاً من أهم العوامل التي أكسبت Facebook شهرته الكبيرة، فرغم احتوائه على كم كبير من الخصائص والاختيارات، تمكن القائمون على إدارته من تنظيمها بالطريقة التي تسمح بالوصول إليها بسهولة ويسر، الأمر الذي جعل منه الاختيار الأمثل بالنسبة لحديثي العهد بعالم الإنترنت.

التكامل : من العوامل الهامة التي كانت سبباً في شهرة Facebook، اتسامه بالتكامل فيما يتيح لمستخدميه مقارنة بغيره من المواقع، فكل موقع من مواقع التواصل الاجتماعي يمتلك خاصية تميزه عن غيره، فموقع Twitter مثلاً يمتاز بصفة أساسية بخدمة التدوينات التي يقدمها لرواده، بينما Instagram يعمل على حفظ الصور وعرضها ومشاركتها مع الأصدقاء، أما Facebook فهو يجمع بين هذا وذاك، بجانب العديد من الخصائص الأخرى مثل إنشاء المجموعات "Groups"، أو الدعوات "Invites" وتبادل الرسائل الشخصية

والمفاتيح وما إلى ذلك، مما يعني أن استخدام Facebook وحده قد يكون بديلاً عن استخدام ثلاثة أو أربعة مواقع.

التطوير : القائمون على موقع فيس بوك يسعون إلى تطويره بصفة مستمرة، وذلك من خلال إضافة بعض التطبيقات أو الخصائص أو تغيير التصميم، وقد نتفق أو نختلف حول هذه التحديثات ومدى جودتها، لكن الأمر المؤكد هو أن التطوير الدائم أحد أسباب شهرة Facebook ونجاحه، فهو يدفع الملل بعيداً عن الموقع، وهو ما يعد عامل جاذب للمستخدمين خاصة ممن يعتبرونه وسيلة ترفيهية.

10. مدى تفضيل الاتصال بالأصدقاء عبر موقع Facebook:

النسبة	التكرار	الإجابة
80	372	نعم
20	93	لا
100	465	المجموع

الجدول رقم 14: يوضح مدى تفضيل الاتصال بالأصدقاء عبر موقع Facebook

يوضح الجدول أعلاه مدى تفضيل أفراد العينة الاتصال بالأصدقاء عبر موقع Facebook وقد أكد 80% من أفراد العينة هذا الطرح بتعبير "نعم" بينما نفى 20% منهم ذلك بتعبير "لا" وهذا ما يؤكد بروز مواقع الاتصال الاجتماعي وخصوصاً موقع Facebook كبديل اتصالي بالنسبة للأجيال الشابة.

أكدت عينة الدراسة اعتمادها على موقع Facebook في عملية الاتصال بالأصدقاء وهو ما يؤكد بروز الموقع كأحد البدائل الاتصالية بالنسبة لهذه الفئة، فهي تمتلكه وجل الأصدقاء المفترضين موجودون عبر الشبكة، و لا نستغرب اليوم لجوء الأفراد إلى طلب Facebook الخاص بنا في أي فرصة تعارف ممكنة بدل طلب رقم الهاتف، لكن إجابة العينة تؤكد أيضاً حتمية التواجد عبر الموقع بالنسبة لفئة الشباب فكل من لا يستخدمه ينظر

إليه بتعجب كما يمكن أن يتعرض إلى العزل الاجتماعي لأنه لا يتواجد عبر الفضاء الرقمي.

11. اعتبار موقع Facebook بديلا اتصاليا عن الوسائل الاتصالية الأخرى:

النسبة	التكرار	الإجابة
79,14	368	نعم
20,86	97	لا
100	465	المجموع

الجدول رقم 15: يوضح مدى اعتبار موقع Facebook بديلا اتصاليا عن الوسائل الاتصالية الأخرى

في سؤال مباشر مرتبط بالجدول السابق أكد أفراد العينة بنسبة 79,14% أنهم يعتبرون موقع Facebook بديلا اتصاليا عن الوسائل الاتصالية الأخرى في حين نفى 20,86% ذلك.

يؤكد الجدول أعلاه ما توصلنا إليه في الجدول السابق، عن طريق طرح تساؤل مباشر فاعتماد الموقع في عملية التواصل بدت بارزة من خلال إجابة عينة الدراسة، والتي جاءت متقاربة مع الجدول السابق، ومنه تبرز أهمية الموقع ودوره في عملية الاتصال بالنسبة لهاته الأجيال التي تخلت فيما يبدو عن كل الوسائل الاتصالية الأخرى مفضلة الاعتماد على موقع التواصل الاجتماعي Facebook في ذلك.

المحور الثاني: العلاقة بين المجال العام والخاص عبر موقع Facebook

12. عدد الأصدقاء عبر موقع Facebook:

النسبة	التكرار	الخيارات
1,50	7	أقل من 10
13,76	64	11-50
24,09	112	51-100
22,36	104	101-150
12,47	58	151-200
7,10	33	201-250
3,23	15	251-300
9,68	45	301-400
5,81	27	أكثر من 400
100	465	المجموع

الجدول رقم 16: يوضح عدد الأصدقاء عبر موقع Facebook

في سؤالنا عن معدل الأصدقاء عبر موقع Facebook صرح أفراد العينة بنسبة 24,09% أن عدد أصدقائهم عبر الموقع يقدر بين 51 و 100 صديق و أكد من جتهتم 22,36% أن عدد أصدقائهم ما بين 101 و 150 صديق، و 13,76% منهم ما بين 11 و 50 صديق، و قدر 12,47% منهم عدد أصدقائهم بين 151 و 200 صديق، و 9,68% بين 201 و 301 صديق، من جتهتم قدر 7,10% عدد اصدقائهم ما بين 201 و 250 صديق، في حين صرح 5,81% من أفراد العينة أن عدد أصدقائهم يقدر بأكثر من 400 صديق، في الأخير قدر 3,23% عدد أصدقائهم بين 251 و 300 صديق و 1,50% بأقل من 10 أصدقاء.

بالنسبة لهذا السؤال اتضح أن العينة تمتلك قائمة متوسط و بالعودة إلى النوع الأول من المستخدمين وهو النوع المنفتح الذي يعد نتاج تهجين بين الاستخدام العلائقي لموقع Facebook والتداخل بين المجالين الخاص والعام، يمتلك هذا المستخدم ملفا شخصيا متاحا لجميع الأعضاء وليس حكرا على قائمة جهات الاتصال الخاصة به فقط، وهكذا، يمكن لجميع المستخدمين الوصول إلى المنشورات والمعلومات الشخصية التي يجعلها المستخدم المنفتح متاحة على الشبكة، كما تضم قائمة أصدقائه عددا كبيرا من المستخدمين، حيث لا تضم فقط أصدقاء هذا العضو، بل كل معارفه في حياته اليومية، فهو يحاول دائما زيادة عدد التفاعلات وحجم الأصدقاء في قائمة جهات الاتصال الخاصة به، لذلك يتشارك الكثير من المعلومات الشخصية مثل الاسم الحقيقي، ومكان الإقامة وعنوان البريد الإلكتروني والمدرسة التي ارتادها، بالإضافة إلى صورته الشخصية التي على ما يبدو، بهذه الطريقة، يتم التعرف عليه بسهولة من قبل جميع معارفه في الحياة اليومية، ويمثل Facebook جزءا حيويا من الحياة الاجتماعية للمستخدم المنفتح، حيث يبقى غير قادر عن الاستغناء عنه ولو لبضعة أيام، من هذا المنطلق يمكن القول إن لديه استخداما علائقيا لهذا الموقع.

أما فيما يخص مستوى الخصوصية، فيتميز استخدام الشخص المنفتح بالتداخل بين المجالين الخاص والعام، حيث يناقش أي موضوع مع أي شخص، وعليه نستطيع القول أن هناك تداخلا للمجالين الخاص والعام لهذا المستخدم، حيث يندمج المجالين تماما، ولهذا يعتبر هذا النوع من المستخدمين أكثر عرضة لمخاطر نشر حياته الخاصة، وغيرها من المخاطر المرتبطة باستخدام Facebook حيث يجعل بياناته الشخصية مفتوحة أمام أي مستخدم آخر، مع إتاحة العديد من المعلومات الشخصية.

يتميز النوع الثاني من مستخدمي Facebook والمسمى بالاجتماعي بالاستخدام العلائقي لهذا الموقع الاجتماعي مثل المنفتح، غير أن لديه حدودا فاصلة بين المجالين الخاص والعام، تتشكل علاقاته الاجتماعية في دائرتين منفصلتين: هناك علاقات خارج الخط وعلاقات عبر الخط، هذه الأخيرة تولدت مع مشتركين آخرين لا يعرفهم في الحياة اليومية بل تم التعرف عليهم عبر الخط عن طريق المصالح المشتركة مثل الألعاب عبر

الإنترنت أو المنتديات التي يتشاركون فيها، يساعد موقع Facebook هنا على إبقاء الاتصال مع هؤلاء الأصدقاء الافتراضيين، بيانته الشخصية مفتوحة للجميع، وتتضمن الكثير من المعلومات الشخصية، مما يسمح له التعرف على مستخدمين يتقاسمون نفس الاهتمامات.

يتميز مستوى الحميمية لدى المستخدم الاجتماعي بالفصل بين المجال الخاص والمجال العام، حيث يناقش هؤلاء المستخدمين مجموعة من المواضيع مع أي شخص كان، بينما يفضلون مناقشة المواضيع الأكثر حميمية مع أشخاص محددين، يفضل المستخدم الاجتماعي التحدث عن المسائل الأكثر حميمية مع الغرباء عبر الإنترنت، بينما يخوض في المواضيع العادية مع الأشخاص الذين يعرفهم فعليا في الحياة اليومية، ويبقى الدافع وراء ذلك بالنسبة للمستخدم الاجتماعي هو اعتبار هؤلاء الغرباء محايدين، فالأشخاص عبر الإنترنت لا يتوانون عن التعبير عن مكنوناتهم حتى ولو أدى ذلك إلى الاستياء، الشيء الذي لا يتجرأ عليه صديق في الحياة الفعلية، وهو الطرح الذي ينافي أن المستخدمين يتحدثون عن المواضيع الأكثر حميمية مع الأشخاص الذين يعرفونهم في الحياة الفعلية.

وعليه يمتلك هذا النوع حياتين اجتماعيتين منفصلتين، متفاعل بشكل سطحي مع معارفه خارج الخط، بينما يكون منفتح أكثر مع المستخدمين عبر الخط، هذا هو بلا شك أكثر الأنواع عرضة للمخاطر، لأنه يكون عرضة لسرقة معلوماته الشخصية أو هويته، كما يمكن أن يكون ضحية لقرصنة الإنترنت حيث أنه منفتح أكثر مع أفراد لا يعرفهم فعليا في حياته اليومية.

يعد النوع المؤسسي تقاطع بين الاستخدام العملي والتداخل بين المجالين الخاص والعام، وتضم قائمة أصدقاء هذا النوع نفس المستخدمين عبر الخط وخارجه، لا يتواصل المستخدم المؤسسي عبر Facebook وعندما يفعل ذلك يكون لغرض عملي، ويبقى هذا النوع من الاستخدام قليلا في أوساط الشباب بمعدل مرة واحدة في الأسبوع، ولا أحد منهم لديه حق الوصول إلى الملف الشخصي لصاحب الحساب، وبالتالي فمن الواضح أن الشبكة

الاجتماعية تمثل وسيلة للاتصال بين الوسائل الأخرى وليس غاية في حد ذاتها بالنسبة للمستخدم المؤسسي فموقع Facebook ليس منصة علائقية، ولكن مجرد وسيلة ملائمة للاتصال.

النوع الرابع والأخير من مستخدمي Facebook هو المستخدم المفيد الذي يتميز بالاستخدام العملي للموقع، عبر التمييز بين المجال الخاص والمجال العام فهو يعرف كل أفراد قائمة اتصالاته عبر Facebook في حياته اليومية، لكن لا يتفاعل معهم إلا من خلال الشبكة بسبب القيود الجغرافية، أين يصبح Facebook بالنسبة لهم الوسيلة الأسهل والأقل تكلفة للبقاء على اتصال، هذا العضو لا يتبادل الكثير من المعلومات عبر صفحته على Facebook لأنه لا يحاول توسيع دائرة الأصدقاء مما يضمن محدودية المخاطر المرتبطة باستخدامه.

فيما يخص التفاعل مع كل من المجالين الخاص والعام، فإن المستخدم المفيد يفضل مناقشة المواضيع الأكثر حميمية مع جهات الاتصال الخاصة به والتي يضمن مقابلتها وجها لوجه، في حين تتسم تفاعلاته مع الأشخاص من خارج الحيز الجغرافي بالسطحية، فئة أخرى يمكن حصرها هنا أيضا وهي فئة الغير مستخدم، وتشمل أولئك الذين لم يكن لديهم حساب على الموقع، أو توقفوا عن استخدامه طوعا، وهي تعبر عن الفئة المترددة في امتلاك حساب على موقع Facebook.

13. معدل المعرفة الواقعية للأصدقاء عبر موقع Facebook:

الخيارات	التكرار	النسبة
0-25%	93	20
26-50%	198	42,58
51-75%	135	29,03
76-100%	39	8,39
المجموع	465	100

الجدول رقم 17: يوضح معدل المعرفة الواقعية للأصدقاء عبر موقع Facebook

في سؤالنا عن معدل معرفة أفراد العينة الواقعية أو الحقيقية لأصدقائهم عبر Facebook قدر 42,58% منهم معدل معرفتهم بين 26 و 50%، بينما قدرها 29,03% بين 51 و 75% في حين صرح 8,39% من أفراد العينة أن معدل معرفتهم الحقيقية بأصدقائهم يقدر بين 76 و 100% وفي الأخير عبر 20% أن مستوى المعرفة الواقعية لأصدقائهم تقدر بين 0 و 25%.

استطاعت التكنولوجيا أن تخلق عالماً جديداً من التواصل الإنساني والاجتماعي، فكان ظهور الإنترنت سبباً في ظهور مفهوم جديد للصدقة، وهو الصداقات الإلكترونية التي باتت ظاهرة منتشرة في شتى المجتمعات وتعدد أشكالها من مواقع ومنتديات ومواقع تواصل اجتماعي وغيرها.

كشفت دراسة بريطانية حديثة أن الأشخاص الذين لديهم مئات الأصدقاء على موقع Facebook معرضون لمضايقات ومحتوى غير لائق، الأمر الذي يتسبب لهم في أضرار نفسية، وقالت الدراسة إن الأشخاص الذين تضم حساباتهم مئات الأصدقاء الافتراضيين، أكثر عرضة إلى تعليقات قد تدمر سمعتهم، ذلك أنه كلما زاد عدد الأصدقاء بات من الصعب تحديد توجهاتهم وسلوكهم.

وأوضحت إن الأشخاص في الواقع يعرفون الذين يتعاملون معهم، وما الكلام الذي يصلح قوله أمامهم، في إطار الحدود الاجتماعية، لكن العالم الافتراضي يلغي هذه الحدود.

وأكدت أن الحدود الاجتماعية تتلاشى في موقع Facebook، خاصة عندما يشارك المستخدم كافة المعلومات الخاصة به مع الجميع، ونتيجة لذلك، يفقد الشخص الذي لديه مئات الأصدقاء على الموقع خصوصيته، ويعرض نفسه لأضرار نفسية تطال سمعته، ويصبح ضحية لسوء استخدام البيانات من قبل الآخرين.

وأشارت الباحثة البريطانية إلى أن الأشخاص الذين لديهم أقل من 150 صديقا على Facebook، باستطاعتهم إدارة تدفق المعلومات، لأنهم مدركون للأشخاص الذين يشاركونهم التعليقات على الموقع، أكثر من أولئك الذين لديهم مئات أو آلاف الأصدقاء.

ومن جهة أخرى كشفت دراسة بريطانية أنجزت على ألف مستخدم لموقع Facebook، من الفئة العمرية التي تزيد عن 18 سنة، أن متوسط الأصدقاء في حساب كل مشترك في الدراسة بلغ نحو 671 شخصا، وعندما سئلوا عن عدد الأصدقاء الحقيقيين الذين يتواصلون معهم أكدوا بأنهم 18 في المتوسط.

وذكرت الدراسة أن 80% من مستخدمي موقع Facebook، لديهم في قائمة الأصدقاء أشخاص غير مرغوب فيهم، ونحو النصف تقريبا يسعون لتجنب هؤلاء الأشخاص في حال رؤيتهم في الشارع.

وأوضحت أن الإبقاء على أعداد كبيرة من الحسابات الشخصية لأشخاص غير مرغوب فيهم أو لا يعرفونهم معرفة مباشرة مرجعه الفضول والرغبة في التلصص بين الحين والآخر على حساباتهم الشخصية، بالإضافة إلى كون هؤلاء الأشخاص غير المرغوب فيهم قد يكون أحد أفراد العائلة أو زميلا في العمل يصعب حذفه بسهولة، وأشارت الدراسة إلى وجود احتمالات بوجود شخص أو شخصين في قائمة الأصدقاء لا يرغب الشخص في قضاء وقت جميل معهم في الحياة الحقيقية.

كما أظهرت دراسة حديثة ظاهرة طغيان شبكات التواصل الاجتماعي، أن مقابلة الأصدقاء عبر هذه المواقع لا يغني أبداً عن ضرورة رؤيتهم والتحدث إليهم وجهاً لوجه،* وتمّ سؤال مجموعة من الأشخاص عن تفاعلهم مع أصدقائهم ومقابلتهم وجهاً لوجه أو عبر Skype وذلك لمدة 14 يوماً، وبمقارنتهم بآخرين يستخدمون الهواتف، الرسائل النصية ومواقع التواصل الاجتماعي، وجد أن المجموعة الأولى كانت تضحك بنسبة 50 بالمئة أكثر، ومصنفة بالفعل على أنها الأكثر سعادة.

ووجدت أن الأشخاص الذين يتحدثون مع أصدقائهم وجهاً لوجه أكثر سعادة بنسبة 50% عن أولئك الذين يستخدمون مواقع الدردشة والتواصل الاجتماعي للسؤال عن أصدقائهم والتحدث معهم.

وحول الصداقات الإلكترونية وإيجابيتها وسلبياتها خاصة مع زيادة إقبال المجتمع عليها في الفترات الأخيرة، توضح أستاذة علم الاجتماع بجامعة عين شمس، الدكتورة سامية الجندي، أن الإنسان في كل مكان وزمان من الطبيعي أن يبحث عن يستأنس به، فتلك هي الطبيعة البشرية، والصداقة بشكل عام هي علاقة إنسانية سامية تنتج عن تفاعل وتقارب روحي ونفسي، وبحكم ظهور التكنولوجيا والانتشار السريع للإنترنت في حياتنا أصبحنا أمام مفهوم جديد من الصداقة وهو ما يسمى بالصداقة الإلكترونية.

وتضيف الجندي لا ننكر أن صداقات الإنترنت قربت المسافات بين البشر في جميع أنحاء الدول، فأصبح من السهل جداً الوصول إلى أي شخص من أي دولة في ثوان معدودة خاصة في ظل انشغال الجميع بمشاغل الحياة وهمومها مما كان سبباً في زيادة التباعد بين البشر، فنستطيع القول إن صداقات الإنترنت سهلت من عملية التواصل، فأنت تستطيع أن تتحدث إلى صديق تعرفه منذ سنوات ولكن الظروف الزمنية والمكانية باعدت بينكم، كذلك تستطيع أن تصل بالإنترنت إلى قريبك المتواجد في قارة أخرى رغم كل الحواجز والحدود الجغرافية، فهذه الصداقات إذا وظفت بالشكل الصحيح تسهم بشكل كبير في تدعيم العلاقات الإنسانية وتعزيزها".

من ناحية أخرى، ترى الجندي أن غياب الرقابة على هذه الصداقات يحمل العديد من السلبيات ويظل محفوفاً بالمخاطر خاصة بالنسبة إلى المراهقين والأطفال، فلأسف من سلبيات هذا النوع من الصداقات أنه يتم من خلال عالم افتراضي ومن وراء شاشة، فمن السهل جداً أن يستخدم الشخص الكذب وانتحال شخصية مزيفة للإيقاع بالشباب والمراهقين، إضافة إلى أن هذه الصداقات قد تسمح بالمزيد من التجاوزات في المحادثات دون وجود أي رقابة والتي قد تنتظر إلى موضوعات غير أخلاقية.

وتستطرد "اتجاه المراهقين إلى محادثة أشخاص لا يعرفونهم تحت مسمى الصداقة الإلكترونية قد توقعهم فرائس لأصحاب الضمائر الضعيفة، والذين قد يقنعونهم باسم الصداقة إلى التورط في علاقات مشبوهة أو القيام بممارسات لا أخلاقية، لذلك فلا بد من توخي الحذر جيداً قبل الدخول في أي محادثات مع أشخاص غرباء وعدم الخوض في أي تفاصيل حياتية".

ويرى خبير التنمية البشرية، الدكتور ميلاد موسى، أنه على الرغم من أن صداقات الإنترنت تسمح بمزيد من التواصل الاجتماعي والإنساني إلا أنها في الكثير من الأحيان تفقد الشفافية والمصداقية، فالأقنعة من خلال العالم الافتراضي متاحة لمن يريد أن يرتديها، كما أن هذا النوع من الصداقات قد يسهم في زيادة الفجوة الأسرية، قضاء ساعات طويلة أمام شاشة الحاسوب يزيد من عزلة الفرد وانطوائيته عن محيطه الاجتماعي الطبيعي، وربما قد لا يتواصل مع أسرته وأخوته في نفس المنزل بنفس الطريقة التي يتواصل بها مع الغرباء عبر الإنترنت، و عليه فإن كثرة الأصدقاء على الفيسبوك تفقد الشخص خصوصيته، كما أن الأشخاص الذين تضم حساباتهم مئات الأصدقاء الافتراضيين، أكثر عرضة إلى تعليقات قد تدمر سمعتهم فالحدود الاجتماعية تتلاشى في الفيسبوك خاصة عندما يشارك المستخدم كافة المعلومات الخاصة به مع الجميع.

14. معيار اختيار صورة الحساب على موقع Facebook:

النسبة	التكرار	المعيار
38,28	178	شخصية عامة معروفة
41,29	192	دون معيار
20,43	95	التعرف علي من طرف الأصدقاء
100	465	المجموع

الجدول رقم 18: يوضح معيار اختيار صورة الحساب على موقع Facebook

من خلال الجدول أعلاه عبر أفراد العينة عن معيار اختيارهم لصورة حسابهم على موقع Facebook، و قد أوضح 41,29% منهم أنهم لا يتبنون أي معيار في اختيارهم لصورة الحساب، في حين أكد 38,28% من أفراد العينة أنهم يفضلون عرض صورة لشخصية عامة معروفة كصورة لحسابهم، من جهتهم صرح 20,43% من أفراد العينة أنهم يراعون إمكانية تعرف أصدقائهم عليهم عبر الموقع، في اختيارهم لصورتهم على الموقع.

إن صورة الحساب على موقع Facebook من الأمور الأساسية التي يراعيها الشباب فب تقديم أنفسهم ففي حين تختار الإناث صور غير حقيقية وتكتفي بصور لفنانات أو أطفال، فإن الذكور بدورهم لديهم بدائل أخرى كنجوم الرياضة أو فنانين معروفين، إن هذا البعد عن الملامح الشخصية الحقيقية يدفعنا إلى الرجوع إلى ما قدمته GEORGES Fanny، من تصنيفات للهوية والتي استعرضناها في الجانب النظري للدراسة.

15. الأفراد الغير مرغوب فيهم في قائمة الأصدقاء:

النسبة	التكرار	الاحتمالات
27,53	128	الذين أعرفهم في الواقع
72,47	337	الذين لا اعرفهم في الواقع
100	465	المجموع

الجدول رقم 19: يوضح الأفراد الغير مرغوب فيهم في قائمة الأصدقاء

يوضح الجدول أعلاه الأشخاص الغير مرغوب فيهم في قائمة الأصدقاء، وحسب العينة فإنهم لا يفضلون إدراج ضمن قائمة الأصدقاء الأشخاص الذين لا يعرفونهم في الواقع بنسبة 72,47%، بينما يفضل 27,53% عدم إدراج الذين يعرفهم في الواقع ضمن قائمة الأصدقاء.

إن تمثل الشباب في الفضاء الرقمي، يدفعهم إلى الحديث عن شؤونهم الخاصة أو بالأحرى خصوصيتهم وهو ما يدفعهم إلى اختيار أشخاص لا يعرفونهم في الواقع، كما أن ملامح الهوية المرتبطة بالبيانات الشخصية أساسا والتي يتحكم فيها المستخدم تتيح لهم التخفي بين جدران العالم الافتراضي لـ Facebook فيتيح لهم ذلك التعارف مع الآخرين والحديث إليهم دون الخوف على حقيقتهم، كما أن المواضيع الحميمة التي تستهوي الشباب أساسا تدفعهم إلى اجتناب معارفهم والحديث إلى اشخاص لا يعرفونهم في الواقع.

16. عملية حذف صديق من قائمة الأصدقاء:

النسبة	التكرار	الإجابة
79,14	368	نعم
20,86	97	لا
100	465	المجموع

الجدول رقم 20: يوضح عملية حذف صديق من قائمة الأصدقاء

في سؤالنا عن قيام أفراد العينة بحذف صديق من قائمة الأصدقاء الخاصة بهم، صرح 79,14% أنهم قد قاموا بذلك من قبل، بينما نفى 20,86% من أفراد العينة ذلك.

الصديق، وفقاً لتعريف موقع Facebook هو الشخص الذي يقول فقط الأشياء التي نريد أن نسمعها، أما إذا لم ترغب في سماع آرائه فما عليك سوى أن تحذفه بنقرة على أيقونة "حذف" وحينها لن يكون صديقك، وقد وفر تدفق عدد الصداقات اليومية على موقع التواصل الاجتماعي أرساً خصبة لعلماء الاجتماع في السنوات الأخيرة، حيث أنه على الرغم من عدد الصداقات الجديدة كل يوم، فإن حوالي 63% من مستخدمي الموقع حذفوا أصدقاء لهم منذ تسجيلهم به، ويعتبر علماء الاجتماع أن هذا "الرفض الإلكتروني" يمكن أن يكشف الكثير عن طبيعة الصداقة الواقعية بين هؤلاء الأشخاص.

ووجد البروفيسور SIBONA Christophe من جامعة كولورادو، الأمريكية، أن الأربعة أسباب الأكثر شيوعاً لحذف الأصدقاء عبر موقع Facebook هي:

✓ تكرار نشر الكلام غير المهم.

✓ نشر كلام استقطابي سواء في الدين أو السياسة.

✓ نشر كلام غير لائق سواء أخلاقياً أو به تمييز عنصري.

✓ نشر تفاصيل الحياة اليومية عن الأولاد أو الأزواج أو عادات الأكل بشكل متكرر.

وسعى البروفيسور SIBONA Christophe لتحديد مواصفات الشخص لأكثر عرضة للحذف من قبل أصدقائه، وفي عام 2015، تواصل مع أكثر من 3 آلاف شخص من مستخدمي موقع Facebook، وطرح عليهم استطلاع للرأي لتحديد آخر شخص حذفوه وتصنيف طبيعة الصداقة معه.

ووفقاً للاستطلاع، فإن أكثر من هم عرضة للحذف كانوا من طلاب المدرسة الثانوية، يليهم زملاء العمل، ثم أصدقاء الأصدقاء، وفي حالة أصدقاء المدرسة، كان السبب هو نشر

كلام متكرر واستقطابي، في حين أن أصدقاء العمل كانوا أكثر عُرضة للحذف بسبب سلوكيات الحياة الحقيقية، مثل نشر تدوينات شخصية مملّة.

وخلصت الدراسة إلى أن "مصطلح الصديق على مواقع الشبكات الاجتماعية يمكن أن يكون مضللاً، لأنه لا يمثل دائماً الصداقة بالمعنى المعروف".

17. الأشخاص الذين لا يستطيعون الاطلاع على منشورات الصفحة:

النسبة	التكرار	الاحتمال
33,55	156	أفراد العائلة
26,23	122	الأصدقاء الحقيقيين
9,25	43	الزوج (ة)
30,97	144	الغرباء
100	465	المجموع

الجدول رقم 21: يوضح الأشخاص الذين لا يستطيعون الاطلاع على منشورات الصفحة

يوضح الجدول أعلاه الأشخاص الذين لا يستطيعون الاطلاع على منشورات الصفحة الخاصة بأفراد العينة، و حدد 33,55% من أفراد العينة هؤلاء الأشخاص بأفراد العائلة، بينما عبر 30,97% من أفراد العينة أن الغرباء هم وحدهم الذين لا يستطيعون الاطلاع على منشورات الصفحة، و حددهم 26,23% بالأصدقاء الحقيقيين في حين حددهم 9,25% بالزوج أو الزوجة.

تعتبر فكرة منع غير الاصدقاء من رؤية الصفحة الخاصة من أهم عقبات الخصوصية التي كانت تواجه موقع Facebook، حيث لا يزال يبحث الكثير من مستخدميهم عن الطريقة الأبسط والأوضح لمنع شخص من التعليق على منشوراتهم او طريقة إخفائها لغير الاصدقاء، أو حتى منع صديق من رؤية المنشورات والتعليقات والاعجابات على منشورات الأخرى رغم توفرها في صفحة إعدادات الخصوصية.

فمن خلال ضبط اعدادات الخصوصية الخاصة بالحساب على Facebook يستطيع المستخدم منع الأشخاص من رؤية صفحته ويتعامل مع طلبات الصداقة الغير المرغوب بها في الفيسبوك الموجهة له من الناس الذين يعرفهم مثل زملاء العمل او زملاء الدراسة القدامى او أشخاص التقى بهم بضع مرات قليلة ولكن ليسوا بالأصدقاء المقربين منه، أو منع صديق من رؤية منشوراته التي يقوم بكتابتها على حسابه ليجعل صديقا له على Facebook وكأنه غير صديق دون حذفه.

إن إعدادات أمان Facebook تختلف عن إعدادات الخصوصية عبره فبخصوص الأمان يهتم الموقع بتقديم أقصى درجات الأمان والحماية للحساب لتأمينه من محاولات اختراق القرصنة وحمايته من سرقة المحتوى، أما في حالة الخصوصية فيهتم الموقع بتحديد من هم الأصدقاء المخولين برؤية المحتوى الذي ينشر من أجل الحفاظ على خصوصية المنشورات والصور على الشبكة.

فعندما يصل طلب صداقة من شخص لا يرغب في تكوين صداقة معه، يوجد خيارين من أجل حجب صديق من رؤية المنشورات او منع شخص من رؤية الصفحة، إما القيام برفض او تجاهل طلب الصداقة المرسل ولكن ذلك سوف يظهر مثل الأمور المعلقة في الجدول الزمني، أو في حالة الشعور بالإجبار على قبول طلب الصداقة يتم النقر على "تأكيد" لإضافة الشخص الى الفيسبوك الخاص ولكن مع وضعه ضمن القائمة المقيدة القيام بعملية تقييد صديق على Facebook.

18. أسباب عدم السماح بالاطلاع:

النسبة	التكرار	الاحتمال
40,43	188	موضوعات حميمية
29,68	138	الخصوصية
29,89	139	التعرض للقرصنة و القذف
100	465	المجموع

الجدول رقم 22: يوضح أسباب عدم السماح بالاطلاع

في سؤال مرتبط بالسؤال السابق، أرجع أفراد العينة أسباب عدم السماح بالاطلاع على منشورات الصفحة الخاصة بهم إلى طبيعة الموضوعات الحميمية بنسبة 40,43% في حين صرح 29,89% أن خوفهم من التعرض إلى القرصنة والقذف هو سبب عدم سماحهم بالاطلاع على محتوى صفحاتهم، من جهة أخرى أرجع 29,68% ذلك إلى حرصهم على خصوصيتهم.

تحتل الجزائر المرتبة الأولى إفريقيا وعربيا بالنسبة للقرصنة فبقدر ما تفاعل المواطن الجزائري مع استخدام الشبكة العنكبوتية، بقدر ما تحول إلى عنصر بارز من أعضائها، حيث أضحت الجزائر من بين الاهتمامات في قوائم وتقارير المنظمات والهيئات الدولية حول الجرائم الإلكترونية وحماية الإنترنت بحكم أن التقارير الأخيرة كشفت أن الجزائر هي في المراتب الأولى بالنسبة للقرصنة إفريقيا وعربيا بنسبة 85 بالمائة في مجال القرصنة.

وكانت الجزائر ضمن مجموعة الدول المدرجة في مشروع إعداد بحث لتحديد آلية تطور الهجمات الإلكترونية خلال هذه السنوات من طرف منظمة "التحالف الدولي لحماية أمن الإنترنت" والذي يتضمن تقديم إرشادات لحكومات الدول والسلطات المحلية حول أفضل السبل المتاحة لمواجهة هذه الهجمات.

أضحت مواقع التواصل الاجتماعي تشكل خطرا رغم ما تقدمه من خدمات في إطار مهام مصالح الأمن الوطني في القضاء والحد من جرائم الانترنت، قامت إدارة مكافحة الجرائم الإلكترونية للأمن الوطني في السداسي الأول من سنة 2016، بناء على شكاوى، بضبط 30 قضية تتعلق بجرائم الانترنت، قُدم من خلالها الدليل المادي عن تورط 20 شخصا، تراوحت أعمارهم ما بين 30 و 50 سنة، حسب ما أكدته مصادر مطلعة والتي أفادت أنه تم معالجة 9 قضايا تمس أنظمة المعالجة الآلية للمعطيات تورط فيها أربعة أشخاص و 7 قضايا انتحال هوية الغير تورط فيها خمسة أشخاص بالإضافة إلى 5 قضايا لها علاقة بالقدف عن طريق الانترنت تورط فيها ثلاثة أشخاص و 04 قضايا متعلقة بالتهديد بالتشهير تورط فيها أربعة أشخاص وكذا قضيتي نصب عن طريق الانترنت وكذا قضيتين متعلقتين بالمساس بحرمة الحياة الخاصة وقضية خاصة بنشر الصور المخلة بالحياء.

تجدر الإشارة إلى أنه تم إنشاء فرق متخصصة من الشرطة القضائية على مستوى أمن الولايات، تم تعزيزها بالمختصين والخبراء من ذوي القدرة والكفاءة في التعامل مع الجرائم الإلكترونية في حالة حدوث أي جريمة، لاسيما بعد تعدد أساليب الاحتيال التي تعتمد على استغلال التقنية الحديثة والتي أصبحت الأوسع انتشارا.

19.الأشخاص الذين لديهم إمكانية الاتصال عبر الخاص:

النسبة	التكرار	الاحتمال
29,89	139	الذين أعرفهم في الواقع
34,19	159	الذين لا اعرفهم في الواقع
35,92	167	الاثنين معا
100	465	المجموع

الجدول رقم 23: يوضح الأشخاص الذين لديهم إمكانية الاتصال عبر الخاص

يوضح الجدول أعلاه الأشخاص الذين لديهم إمكانية الاتصال عبر الخاص بالنسبة لعينة الدراسة، وقد حددهم 35,92% من أفراد العينة بمزيج بين الذين يعرفونهم والذين لا

يعرفونهم في الواقع، بينما حصرهم 34,19% من أفراد العينة في الأشخاص الذين لا يعرفونهم في الواقع، و حددهم 29,89% في الأشخاص الذين يعرفونهم في الواقع.

20. الأشخاص الذين لديهم إمكانية الاتصال عبر جدار الصفحة:

النسبة	التكرار	الاحتمال
41,29	192	الذين أعرفهم في الواقع
37,85	176	الذين لا اعرفهم في الواقع
20,86	97	الاثنين معا
100	465	المجموع

الجدول رقم 24: يوضح الأشخاص الذين لديهم إمكانية الاتصال عبر جدار الصفحة

يوضح الجدول أعلاه الأشخاص الذين لديهم إمكانية الاتصال عبر جدار الصفحة لعينة الدراسة، وقد حددهم 20,86% من أفراد العينة بمزيج بين الذين يعرفونهم والذين لا يعرفونهم في الواقع، بينما حصرهم 37,85% من أفراد العينة في الأشخاص الذين لا يعرفونهم في الواقع، و حددهم 41,29% في الأشخاص الذين يعرفونهم في الواقع.

إن لكل مجتمع ثقافته وعاداته وتقاليده وقيمه التي تختلف من مجتمع لآخر، بحيث يجب أن يكون أفراد المجتمع على درجة من الوعي لكي تتم عملية الاستفادة من خدمات هذه الشبكة على أفضل وجه ممكن.

ما هو حسابك على شبكة التواصل الاجتماعي "فيسبوك"؟ سؤال أصبحت تسمعه بين الفينة والأخرى، وقد يطرحه عليك العديد من الأصدقاء ممن كنت تعرفهم في مراحل الطفولة، إذن أصبح يتوجب عليك أن تمتلك حساباً شخصياً على تلك الشبكة الاجتماعية لكي تستطيع أن تتماشى مع من حولك من الأصدقاء أو الزملاء أو عامة الناس، وكأنه أصبح فرضاً عليك أن تبرز رأيك الشخصي عبر تلك الشبكة في كل قضية تحدث سواء أكان ذلك على الصعيد المحلي أو الإقليمي أو الدولي، بحيث يتوجب عليك الرصد والمشاركة والتحليل لكل ما هو صغير وكبير من أحداث متعاقبة لا تنتهي أحداثها ولا تهدأ

وتيرتها، وذلك لتأثرنا بها وارتباطها بحياتنا اليومية، فأصبحنا نتفاعل عبر تلك الشبكة بأوقات جنونية قد تصل مدتها لأكثر من 8 ساعات يوميًا، فيكون جل تركيزنا مُنصب على قضية أو مشكلة مثارة عبر تلك الشبكة، ويكون ذلك على حساب حياتنا الفعلية الواقعية.

إذن تجمعنا حياة افتراضية عبر شبكة اجتماعية تحتوي على العديد من الأصدقاء الذين قد يصل عددهم إلى 5000 صديق، ممن يحملون أفكارًا وتخصصات وتوجهات وعادات وتقاليد متنوعة، فكل شخص من هؤلاء الأصدقاء يبوح عبر تلك الشبكة بمشاعره وأحاسيسه وأفعاله وسلوكياته وتصرفاته في الحياة اليومية، وكل شخص يحاول أن يظهر بالوجه الحسن، بحيث نشعر أن الغالبية العظمى من أصدقائك عبر تلك الشبكة هم أناس طيبون يحبون الخير، ويتصرفون بلباقة، وهم من أفضل الأشخاص في المجتمع.

لكن السؤال الذي يطرح نفسه هل جميع أصدقائنا تتشابه سلوكياتهم الافتراضية بحياتهم الواقعية؟ إذا تفحصنا واقعهم الفعلي لوجدنا عكس ما كنت نتوقع، فنجد أن حياتهم الواقعية تخلو من الأهداف والطموحات، وهم من الأشخاص الذين يتخذون من هذه الشبكة فقط مكانًا لتفريغ عن نفسياتهم أملًا في تحقيق ما لم يستطيعوا تحقيقه في الحياة الواقعية ولو لفترة مؤقتة، أو لأجل الهروب من مشاكل حياتهم الفعلية التي لم يكن بمقدورهم مواجهتها والتغلب عليها.

لو رجع بنا الزمان للوراء قليلاً، لأدركنا قيمة التواصل الاجتماعي الحقيقي والفعلي ما قبل Facebook، فقديمًا كل شخص كان يتمتع بشخصيته الحقيقية المعروفة والمألوفة للجميع، وكان التواصل عبر الزيارات واللقاءات الاجتماعية المليئة بالمشاعر الحقيقية غير المصطنعة.

لكن اليوم Facebook يصنع منا شخصيات بوجوه متعددة لا تعلم إن كانت مشاعرها وتفاعلاتها عبره حقيقية صادقة أم أنها مصطنعة لأجل اعتبارات مختلفة، ولعلنا جميعًا نشاهد في الآونة الأخيرة كيف يقوم العديد من الأصدقاء عبر تلك الشبكة بإبراز أدق تفاصيل أعمالهم اليومية سواء بقصد أو بدون قصد، ومنها تصوير ونشر الطعام قبل أكله،

وأيضًا النشر أثناء ممارسة العبادات والشعائر الدينية المختلفة، والنشر للخلافات الشخصية بين الأصدقاء، والنشر للخلافات الأسرية بين الزوجين، فأصبحت تلك الشبكة تطرق أبواب بيوتنا لتدخلها دون استئذان لتعري وتكشف أسرارنا وخصوصياتنا دون أن نعلم ذلك، وهذا كان له انعكاس واضح في افتعال العديد من المشكلات الاجتماعية المتركمة.

لا أحد يُنكر مدى تعلقه بتلك الشبكة الاجتماعية، ولا أحد يُنكر أن Facebook أصبح يتغلغل في حياتنا اليومية، ويسرق من أوقاتنا ساعات كثيرة لا نعلم كيف تمضي بهذه السرعة الهائلة، لذلك أصبحت حياتنا الواقعية أسيرة عبر تلك الشبكة، حتى وصل بنا الحال إلى تأدية واجباتنا الاجتماعية مثل التهنة بالسلامة، ومواساة المريض، وتعزية المتوفى، والمباركة بالنجاح، كل ذلك عبر تلك الشبكة، وكأننا تناسينا حياتنا الحقيقية، والأمر الذي يثير الدهشة أننا أصبحنا نعيش غرباء عن بعضنا البعض داخل الأسرة الواحدة، أصبحنا ننطوي على أنفسنا دون الاختلاط والتواصل مع العالم الخارجي، أصبحنا نجلس في مكان واحد ولكن عيوننا وأذهاننا تتقرب وترصد وتتفاعل مع تلك الشبكة.

21. استخدام نظام الترشيح le filtre لموقع Facebook:

الاحتمال	التكرار	النسبة
نعم	276	59,35
لا	189	40,65
المجموع	465	100

الجدول رقم 25: يوضح استخدام نظام الترشيح le filtre لموقع Facebook

في سؤالنا عن قيام أفراد العينة باستخدام نظام الترشيح le filtre لموقع Facebook صرح 59,35% أنهم قد قاموا بذلك، بينما نفى 40,65% من أفراد العينة ذلك، إن هذا النظام يسمح بتحديد من يطلع على نشاطنا عبر الموقع، و استخدامه بنسبة كبيرة من طرف عينة الدراسة ينم عن اطلاعهم عن اعدادات الخصوصية للموقع و كذا تخوفهم من المشاكل التي يمكن أن يتعرضوا لها عبر الموقع فهوم في الأخير أبناء بيئة جزائرية و يعرفون

حجم المشاكل التي يمكن أن يتعرضوا لها كالقرصنة، التشهير، القذف و عليه يستخدمون آليات الدفاع التي يتيحها الموقع.

22. عرض الأصدقاء من المقربين وأفراد العائلة عبر التقديم الخاص بالصفحة:

النسبة	التكرار	الاحتمال
26,24	122	نعم
73,76	343	لا
100	465	المجموع

الجدول رقم 26: يوضح عرض الأصدقاء من المقربين وأفراد العائلة عبر التقديم الخاص بالصفحة

في سؤالنا عن قيام أفراد العينة بعرض الأصدقاء من المقربين وأفراد العائلة عبر التقديم الخاص بالصفحة، أكد 59,35% قيامهم بذلك، بينما نفى 40,65% من أفراد العينة ذلك.

يتفادى الشباب عرض الأصدقاء والمقربين عبر تقديمهم الخاص وبالتالي فهم لا يحبذون أن يطلع المستخدمون الآخرون على عائلاتهم حماية لهم، فهم يدركون بالتحديد المشاكل التي يمكن أن يتعرضوا لها كما استعرضناه في الجدول السابق.

23. المعلومات المقدمة على الحساب عبر موقع Facebook:

المجموع		لا		نعم		الاحتمال
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
100	465	75,70	352	24,30	113	الدين
100	465	21,08	98	78,92	367	تاريخ الميلاد
100	465	82,80	385	17,20	80	رقم الهاتف
100	465	85,38	397	14,62	68	العنوان
100	465	66,02	307	33,98	158	الرأي/ الانتماء السياسي

100	465	28,39	132	71,61	333	الوضعية العائلية
100	465	79,57	370	20,43	95	الصورة الحقيقية

الجدول رقم 27: يوضح المعلومات المقدمة على الحساب عبر موقع Facebook

بالنسبة للمعلومات التي يقدمها أفراد العينة على حسابهم عبر Facebook صرح 24,30% تقديمهم لمعلومات مرتبطة بالدين مقابل 75,70% الذين نفوا ذلك، بخصوص تاريخ الميلاد أكد 78,92% قيامهم بذلك مقابل 21,08% الذين نفوا ذلك أما رقم الهاتف أكد 82,80% أنهم لا يقدمونه عبر حسابهم في حين أكد 17,20% قيامهم بذلك، بالنسبة للعنوان نفى 85,38% تقديمهم لهذه المعلومة، في حين أكد 14,62% ذلك، أما فيما يتعلق بالرأي السياسي صرح 66,02% تقديمهم لهذه المعلومة في حين نفى 33,98% ذلك، أما بخصوص الوضعية العائلية أكد 71,61% تقديمهم لهذه المعلومة مقابل 28,39% الذين نفوا ذلك و أخيرا فيما يتعلق بالصورة صرح 20,43% من افراد العينة انهم يعرضون صورتهم الحقيقية فيما نفى 79,57% ذلك.

المحور الثالث: استعراض الذات عبر موقع Facebook

24. المناسبات التي يتم فيها التقاط السلفي:

المجموع		لا		نعم		الاحتمال
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
100	465	87,53	407	12,47	58	مناسبات عائلية
100	465	79,57	370	20,43	95	خرجات و رحلات
100	465	84,09	391	15,91	74	مناسبات خاصة
100	465	48,82	227	51,18	238	غير محدد

الجدول رقم 28: يوضح المناسبات التي يتم فيها التقاط السلفي

يوضح الجدول أعلاه المناسبات التي يفضل أفراد العينة التقاط صور السلفي فيها، وبهذا الشأن أكد 12,47% منهم أنهم يفضلون التقاط صور السلفي في المناسبات العائلية،

في حين يفضل 20,43% التقاط صور السلفي خلال الخرجات والرحلات، من جهتهم صرح 15,91% أنهم يفضلون المناسبات الخاصة لالتقاط صور السلفي وفي الأخير عبر أغلب أفراد العينة بنسبة 51,18% أنهم ليس لديهم مناسبات محددة لالتقاط صور السلفي.

25. معدل التقاط صور السلفي:

النسبة	التكرار	المعدل
00	00	مرة واحدة في السنة
8,17	38	عدة مرات شهريا
00	00	مرة واحدة في الشهر
32,69	152	عدة مرات في الأسبوع
9,68	45	مرة واحدة في الأسبوع
34,19	159	عدة مرات في اليوم
15,27	71	مرة واحدة في اليوم
100	465	المجموع

الجدول رقم 29: يوضح المناسبات التي يتم فيها التقاط صور السلفي

بالنسبة لمعدل التقاط صور السلفي أكد أفراد العينة بنسبة 34,19% التقاطهم لصور السلفي بمعدل عدة مرات في اليوم، في حين قدر 32,69% هذا المعدل بعدة في الأسبوع، و 15,27% بمرة واحدة في اليوم، و 9,68% بمرة واحدة في الأسبوع و 8,17%، بينما لم يحدد أي فرد من أفراد العينة هذا المعدل بمرة واحدة في الشهر أو مرة واحدة في السنة.

صنفت منظمة الصحة العالمية في هذا الشأن، الإدمان على التقاط صور السيلفي ضمن الأمراض النفسية، ولم يكن تصنيف الإدمان على صور السلفي كمرض نفسي نابع من فراغ، بل ان جميع الدراسات تشير الى الآثار السلبية المترتبة على الإدمان على صور السلفي، وهذا الإعجاب المفرط للذات الذي بلا شك سيحول الشخص الى شخص نرجسي متفوق حول ذاته بشكل كبير، هذا عوضا عن المحاولات الغير محسوبة العواقب لكثير

من الشباب لالتقاط صور في أماكن خطيرة لإثارة إعجاب أقرانهم، وقد يكون ثمن هذه الصورة هو حياة الشخص.

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

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

بينما تفيد دراسات أخرى بأن التقاط السيلفي له علاقة بمدى تقدير الذات، حيث كشفت دراسة بريطانية أجريت على 2071 رجلاً وامرأة تتراوح أعمارهم بين 18 و 30 سنة، أن التقاط صور السيلفي له علاقة بدرجة تقدير النفس لمن يلتقطها، وأفادت الدراسة أن أكثر من نصف الخاضعين للبحث يلتقطون "السيلفي" ما لا يقل عن مرة أسبوعياً، و73% ينشرونه على مواقع التواصل الاجتماعي المختلفة، والأخطر أن 60% ممن يُسألون عن شعورهم عن مظهرهم وعلاقتهم عند التقاط السيلفي ونشره، كانوا يشعرون بدرجة منخفضة من تقدير الذات، في مقابل 13% قالوا أنهم يشعرون بدرجة مرتفعة من تقدير الذات.

إضافةً إلى ما سبق، كشفت دراسة أخرى أن كثرة اتخاذ صور السيلفي ونشرها على مواقع التواصل الاجتماعي، يمكن أن تجعلك نرجسياً، أي محباً لنفسك وقد يصاحب ذلك التعالي والغرور، لأنها غالباً ما تسيّر جنباً إلى جنب مع التوجس والتركيز على الطريقة التي تنظر بها لنفسك والطريقة التي ينظر بها الآخرون لك، كما يمكنها أن تجعلك كسولاً لأنها تربطك بالنظر ومتابعة الهاتف فقط في الكثير من الأحيان.

أما عن تأثيرها على العلاقات الاجتماعية، فقد أجرت جامعة برمنجهام، وجامعة إدينبره، وجامعة هيريوت وات دراسة مشتركة، نشرها موقع Times عن علاقة السيلفي بالعلاقات الشخصية بين الأفراد وكيفية تأثيره على الألفة والمودة بين الأشخاص المقربين، على 508 من مستخدمي موقع التواصل الاجتماعي Facebook بمتوسط أعمار 24 سنة، وكشفت الدراسة أن الأشخاص الذين يشاركون باستمرار صوراً لأنفسهم على مواقع التواصل الاجتماعي، يميلون عموماً لأن يكون لديهم علاقات شخصية أكثر ضحالة، باعتراف الجميع، وينفر أصدقاؤه المقربون منه، وهذا ربما لن يأتي بمثابة مفاجأة كبيرة للمستخدمين المنتظمين لمواقع Facebook و Twitter و Instagram.

من جهةٍ أخرى بينت دراسات حديثه عن وجود علاقة بين السيلفي والاضطراب النفسي عند الرجال، بحثت الدراسة في مدى ارتباط صور السيلفي وإجراء تعديلات عليه بالصحة العقلية والاضطراب النفسي (السيكوباتية)، لعينة بحث قوامها 800 رجل تتراوح أعمارهم ما بين 18 و 40 سنة، وكشفت الدراسة أن الرجال الذي ينشرون الكثير من صور السيلفي على مواقع التواصل الاجتماعي أقرب بأن يكون لديهم مستويات عالية من "الاضطراب النفسي"، لذلك فالرجال الذين يأخذون صور السيلفي أمام المرأة في قاعات الرياضة، قد يكون لديهم مشكلة ما، و الأمر أكثر خطورة بالنسبة للذين يجرون تعديلات على الصور التي ينشرونها على مواقع التواصل الاجتماعي فالأمر قد يكون أكثر إذ ينم عن أن الرجال الذين يقومون بذلك قد يكونوا هم في مراحل أعلى من الاعتزاز بالنفس والتعالي وإعطاء الأولوية للمظهر وتقييم الذات بناءً على المظهر والطريقة التي ينظر بها الآخرون إليك وهو ما يسمى بـ "تشبيؤ الذات".

أما الدراسة الغربية النتائج فهي التي تتعلق بخسارة الوظيفة بفعل السيلفي؛ حيث نشرت جامعة جورجيا دراسة ربطت فيها بين السيلفي وبين فرص الحصول على وظيفة، وأفادت الدراسة بأن "الناس الذين ينشرون الكثير من صور السيلفي على مواقع التواصل الاجتماعي قد يخسرون الكثير من فرص العمل"، وكشفت عن أن أصحاب الأعمال يرون أن الأشخاص الذين ينشرون الكثير من صور السيلفي لديهم درجات أقل في "التحكم في الذات" مما يؤدي لتقليل فرص هؤلاء الأشخاص في التوظيف والحصول على فرص عمل.

اكتئاب، قلق، نرجسية وعشق مفرط للذات بشكل مرضي، كل هذا من اثار الادمان على التقاط صور السيلفي، التي اصبحت شديدة الرواج والانتشار بين فئات الشباب والمراهقين، بل انها تحولت الى هوس لدى البعض لا معنى له على الاطلاق بعد ان اصبحت تؤثر على الشخص وطريقة تفكيره وتصرفه.

26. معدل نشر صور السلفي عبر موقع Facebook:

النسبة	التكرار	المعدل
12,69	59	دائما
81,07	377	أحيانا
6,24	29	نادرا
100	465	المجموع

الجدول رقم 30: يوضح معدل نشر صور السلفي عبر موقع Facebook

في سؤال آخر عن معدل نشر صور السلفي عبر موقع Facebook، قدر أفراد العينة هذا المعدل بأحيانا بمعدل 81,07% بينما قدره 12,69% بدائما وفي الأخير نادرا بنسبة 6,2%.

اثبتت صحف بريطانية وجود هذا مرض "إدمان السلفي" بعد ان أقر الاطباء النفسيون ان اثنين من أصل ثلاثة مرضى ممن يعانون من اضطراب التشوه الجسدي يميلون الى التقاط صور ذاتية متتالية وبعدد كبير.

كما اضاف الاطباء ان هؤلاء المرضى يسعون جاهدين من خلال التقاط صور السلفي الى جذب الانتباه إليهم لأنهم فاقدوا الثقة بأنفسهم أو ثقتهم بأنفسهم منخفضة جداً فهي محاولة للوصول الى احساس الرضا عن النفس.

وفى الابحاث التي تتحدث عن هذا النوع الجديد من الادمان أكد الاطباء ان من يلتقط صوراً عديدة ومتتالية لذاته، يسعى الى تحقيق أهداف بعيدة المنال، كالتشبه بفنانين أو شخصيات مشهورة بالمقابل اعتبروا أن هذه السلوكيات قد تعرض اصحابها لمشاكل ذهنية وفكرية في المستقبل خصوصاً مشاكل متعلقة بالثقة بالنفس.

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

دخلت كلمة سلفى قاموس اللغة الانجليزية في عام 2013 واختيرت كلمة العام نظراً الى رواجها وهي تعنى الصورة الشخصية التي يلتقطها الأفراد لأنفسهم من خلال الهواتف النقالة والأجهزة اللوحية بهدف نشرها على مواقع التواصل الاجتماعي.

رصد اول ظهور لكلمة سيلفى من استراليا وكان ذلك في خدمة Flickr حين قام شاب أسترالي باستخدام هاشتاج #selfie لوصف صورته الشخصية التي رفعها ومنذ ذلك الوقت بدأت الكلمة في الانتشار.

هناك انواع مختلفة من السلفى ولكل واحدة منها اسم مختلف حتى المشاهير ينشرونها على مواقعهم الشخصية ابرزها Instram و Facebook فمنهم من ينشر صوراً شخصية مضحكة تسمى Selfie Parody او صورة شخصية عند النوم او الاستيقاظ من النوم تسمى Bed Selfie او في مرآة الحمام تسمى Bathroom Selfie او في النادي الرياضي تسمى Gym Selfie أو صورة شخصية مع المشاهير تسمى Celebrity

Selfie أو صورة للعضلات Abs Selfie ، وهناك ايضاً صور للرجلين عادة على الشاطئ او في اماكن سياحية تسمى Feet Brag Selfie .

27. عدد لقطات صور السلفي قبل نشرها:

النسبة	التكرار	المعدل
14,62	68	لقطة واحدة
85,38	397	عدة لقطات
100	465	المجموع

الجدول رقم 31: يوضح عدد لقطات صور السلفي قبل نشرها

بخصوص عدد اللقطات التي يلتقطها أفراد العينة قبل نشر صورهم على موقع Facebook، بعدة لقطات بنسبة 85,38%، في حين قدرت بلقطة واحدة بالنسبة لما يقدر بـ 14,62% من أفراد العينة.

أن معدل التقاط الصور في عدة لقطات يؤكد ما توصلت إليه الدراسات التي استعرضناها في الجدول السابق، و المرتبطة بعدم الرضى النفسي، و حب التمثيل لحدود النرجسي، كما أن تعليقات الاصدقاء على الصور يزيد من حجم التقاطها و بالتالي يزيد نشاط الموقع.

28. الشعور بعد نشر صور السلفي عبر موقع Facebook:

المجموع		لا		نعم		المعدل
التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	
100	465	68,82	320	31,18	145	الرضا
100	465	61,72	287	38,28	178	الطرافة
100	465	78,92	367	21,08	98	الاطمئنان
100	465	42,58	198	57,42	267	الفخر
100	465	35,91	167	64,09	298	الجمال
100	465	41,72	194	58,28	271	الثقة
100	465	60,65	282	39,35	183	المحبة

الجدول رقم 32: يوضح الشعور بعد نشر صور السلفي عبر موقع Facebook

يوضح الجدول أعلاه شعور أفراد العينة بعد نشرهم لصور السلفي عبر موقع Facebook والذي وصفوه بالجمال بنسبة 64,09%، في حين عبر عنه 58,28% بالفخر، بينما وصفه 57,42% بالفخر، من جهتهم عبر عنه 39,35% بالمحبة، و 38,28% بالطرافة، 31,18% بالرضا و 21,08% بالاطمئنان.

29. الفئة الأكثر التقاطا لصور السلفي:

النسبة	التكرار	الفئة
64,09	298	الذكور
35,91	167	الاناث
100	465	المجموع

الجدول رقم 33: يوضح الفئة الأكثر التقاطا لصور السلفي

في سؤالنا عن الفئة الأكثر التقاطا لصور السلفي، أكد أفراد العينة أن الذكور أكثر التقاطا لصور السلفي بنسبة 64,09% مقابل الاناث بنسبة 35,91%.

30. الشريحة الأكثر التقاطا لصور السلفي:

المجموع		لا		نعم		الفئة
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
100	465	8,60	40	91,40	425	المراهقين
100	465	6,88	32	93,12	433	الشباب
100	465	61,51	286	38,49	179	الكهول

الجدول رقم 34: يوضح الشريحة الأكثر التقاطا لصور السلفي

يبين الجدول أعلاه الشريحة الأكثر التقاطا لصور السلفي، و قد أكد أفراد العينة في هذا الشأن أن الشباب أكثر التقاطا لصور السلفي بنسبة 93,12% مقابل المراهقين بنسبة 91,40%، و الكهول بنسبة 38,49%.

31. الفئة الأكثر التقاطا لصور السلفي:

المجموع		لا		نعم		الفئة
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
100	465	16,77	78	83,23	387	الفئة الشعبية
100	465	42,37	197	57,63	298	الطبقة المتوسطة
100	465	3,66	17	96,34	448	المشاهير

الجدول رقم 35: يوضح الفئة الأكثر التقاطا لصور السلفي

يوضح الجدول أعلاه الفئة الأكثر التقاطا لصور السلفي، و قد أكد أفراد العينة بهذا الخصوص أن المشاهير أكثر التقاطا لصور السلفي بنسبة 96,34% مقابل الفئة الشعبية بنسبة 83,23%، و الطبقة المتوسطة بنسبة 57,63%.

32. صفة نفسية الأشخاص الذين يلتقطون صور السلفي باستمرار:

الاحتمالات	التكرار	النسبة
سوية	271	58,28
مرضية	74	15,91
لا أدري	120	25,81
المجموع	465	100

الجدول رقم 36: يوضح الفئة الأكثر التقاطا لصور السلفي

بخصوص سؤالنا عن نفسية الأشخاص الذين يلتقطون صور السلفي باستمرار، وصفها 58,28% بالسوية بينما عبر عنها 15,91% بالمرضية في حين لم يبدي 25,81% من أفراد العينة عن رأيهم بهذا الخصوص.

انتشرت ظاهرة التقاط الصور الذاتية بين نجوم الفن والرياضة وحتى الأشخاص العاديين وصرنا نرى الآلاف من الصور، يوميا، على مواقع التواصل الاجتماعي، وكان من الممكن أن ينحصر الأمر في كونه مواكبة لتطور تكنولوجيات التواصل في العالم، لكن الكثير من الباحثين لاحظوا إفراطا في نشر صور السلفي وأرجعوا ذلك إلى عدة عوامل نفسية واجتماعية وجدت في هذه الظاهرة متنفسا ووسيلة لتعويض بعض نقائص الشخصية السلفي لم تعد مجرد صورة ذاتية، بل هي ظاهرة اجتاحت العالم في الآونة الأخيرة وباتت تشكل هوسا لدى الكثيرين من جميع الأعمار، فلم يعد يخلو أي هاتف ذكي مزود بكاميرا من الصور التي يلتقطها الشخص لنفسه أو بصحبة أصدقائه عن طريق كاميرا الهاتف.

هوس أم مرض نفسي، هذا ما حير الكثيرين ليجدون التوصيف المناسب لهذه الظاهرة، ففي الوقت الذي وصف الأطباء النفسيون مستخدميها بالمختلين نفسيا، وجد آخرون أنها من نتائج التطور التكنولوجي.

ونشر موقع Health Day الطبي الأميركي كشفت فيها ارتباط سلوك السيلفي في التصوير بما يعرف علميا بالنرجسية، وهو الاهتمام الزائد بالنفس.

شملت الدراسة 800 شخص تتراوح أعمارهم بين 18 و40 عاما ملأوا خلالها استطلاعا على الإنترنت عن أنشطتهم في الصور التي ينشرونها على صفحات مواقع التواصل الاجتماعي، بالإضافة إلى اختبارات تقييمية أخرى للشخصية.

أوضح الباحثون أن الأشخاص الذين يرتبطون بتصوير السيلفي وقضاء وقت طويل في تعديل الصور ونشرها على مواقع التواصل الاجتماعي يركز اهتمامهم على ذاتهم بشكل أكبر ويعتقدون أنهم أكثر نكاء وجاذبية وأفضل من الآخرين، بالإضافة إلى وجود مشاكل في الشعور بالأمان والسلوك المتهور وعدم التعاطف ومراعاة الآخرين، بالإضافة إلى بعض سمات معاداة المجتمع والميل إلى تضخيم الذات.

إن انتشار الصور الذاتية على مواقع التواصل الاجتماعي يساعد في تأكيد تضخيم الذات عند هؤلاء الأشخاص، لكن على الرغم من هذا تؤكد أنه ليس من الضروري أن يعاني الأشخاص الذين يلتقطون صور السيلفي وينشرونها بكثرة على الإنترنت من المشاكل والاضطرابات النفسية، لكنها بعد انتشارها اليوم أصبحت نوعا من السلوك الشائع والطبيعي.

وحذر علماء نفس مؤخرا من أن التقاط الكثير من الصور الشخصية التي أصبحت معروفة عالميا بظاهرة سيلفي قد لا تكون مجرد حالة إدمان على التصوير الذاتي بل أحد المؤشرات الأولية للإصابة باضطراب تشوه الجسم الذي يمكن أن يؤدي إلى عواقب نفسية قد تتسبب في الاكتئاب ومحاولة إيذاء النفس بسبب عدم الشعور بالرضا عن المظهر.

كما تؤكد الدراسة أن 2 من كل 3 يعانون من اضطراب تشوه الجسم، منذ ظهور الهواتف المزودة بكاميرات والتي ساهمت في زيادة الرغبة في التقاط الصور الشخصية وعرضها على مواقع التواصل.

إن إدمان التقاط هذا النوع من الصور ينطوي على هوس الشخص بمظهره الخارجي، وأكدت الرابطة الأميركية للطب النفسي، أن التقاط الناس الصور الذاتية قد يدل على الإصابة بأحد أنواع الاضطرابات العقلية، ويعرف بأنه الرغبة الكبرى لالتقاط الصور الذاتية ونشرها على مواقع التواصل الاجتماعي كوسيلة للتعويض عن عدم وجود الثقة بالنفس، وقد تم تحديد ثلاثة مستويات من هذا الاضطراب: الاضطراب الخفيف، وهو التقاط للصور لا يقل عن 3 مرات في اليوم، ولكن لا يتم نشرها على مواقع التواصل الاجتماعي، والاضطراب الحاد، وهو التقاط للصور لا يقل عن 3 مرات في اليوم، ويتم نشرها على مواقع التواصل الاجتماعي، والاضطراب المزمن يكون حين لا يمكن السيطرة على الرغبة في التقاط الصور الذاتية على مدار الساعة، ونشر الصور على مواقع التواصل الاجتماعي أكثر من 6 مرات في اليوم.

ووفقا للرابطة الأميركية، لا يوجد حاليا أي علاج لهذا الاضطراب، والعلاج المؤقت يتوافر من خلال العلاج السلوكي المعرفي، في حين تؤكد أن السبب الرئيسي لالتقاط صور السيلفي هو الحصول على الاعجابات عبر مواقع التواصل الاجتماعي لتعزيز الأنا.

كما أوضحت دراسة بريطانية حديثة أن الفتيات الشابات هن الأكثر هوسا بالسيلفي، حيث يقضين أكثر من 5 ساعات أسبوعيا في التقاط الصور الذاتية مما يشير بوضوح إلى تعاطم الهوس بالذات لدى الشباب.

ووجد في الدراسة التي أجريت على 2000 فتاة أنهن يلتقطن ثلاث صور سيلفي يوميا، وذلك بعد أن يقمن بإضافة المكياج والحرص على أفضل إضاءة وزاوية تصوير، لذا قد يبلغ الزمن الذي يتطلبه التقاط كل صورة نحو 48 دقيقة، ما يعني أنهن يقضين نحو 5 ساعات و36 دقيقة كل أسبوع في التقاط الصور وضبط هيئتهن على النحو المناسب.

ومن بين الفتيات اللواتي شملتهن الدراسة، كنّ اللواتي تتراوح أعمارهم بين 16 و25 عاما الأكثر التقاطا لصور السيلفي، حيث تقضي إحداهن ما معدله 16 دقيقة لكل جلسة تصوير، وذلك لثلاث مرات يوميا.

وأظهرت الأبحاث أن 22 بالمئة من الفتيات يسعين للحصول على الإعجاب عبر مواقع التواصل الاجتماعي لتعزيز الأنا لديهن وهو السبب الرئيسي لالتقاط صور السيلفي، ويعد السعي لجذب انتباه أحدهم أحد الدوافع لالتقاط الصور.

33. مميزات صورة السلفي عن الصور الأخرى:

الاحتمالات	التكرار	النسبة
معبرة	185	39,79
آنية	149	32,04
حية	131	28,17
المجموع	465	100

الجدول رقم 37: يوضح مميزات صورة السلفي عن الصور الأخرى

يوضح الجدول أعلاه مميزات السلفي عن الصور الأخرى في نظر عينة الدراسة، ويصفها 39,79% بالمعبرة بينما عبر عنها 32,04% بالآنية في حين ميزها 28,17% من أفراد العينة بالحية.

34. طريقة العرض عبر الواب كام:

الاحتمالات	التكرار	النسبة
محتشمة	97	20,86
مرتاح	368	79,14
عرض أجزاء (غير محتشمة)	00	00
المجموع	465	465

الجدول رقم 38: يوضح طريقة العرض عبر الواب كام

يوضح الجدول المبين أعلاه طريقة العرض عبر الواب كام بالنسبة لأفراد العينة الذين أكد غالبيتهم أنهم يكونون في الغالب مرتاحين في ذلك بنسبة 79,14%، بينما صرح

20,86% منهم أنهم يفعلون ذلك باحتشام، في حين أن كل أفراد العينة نفوا أن يتم عرضهم عبر الواب كام بصفة غير محتشمة.

35. الأشخاص الذين لا يحبذ اطلاعهم على الصفحة الخاصة:

المجموع		لا		نعم		الخيارات
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
100	465	36,13	168	63,87	297	الأولياء
100	465	91,18	424	8,82	41	الزوج (ة)
100	465	73,55	342	26,45	123	الصديق (ة)
100	465	62,58	291	37,42	174	صاحب العمل
100	465	37,85	176	62,15	289	الأستاذ
100	465	57,20	266	42,80	199	الأقارب

الجدول رقم 39: يوضح الأشخاص الذين لا يحبذ اطلاعهم على الصفحة الخاصة

يبين الجدول أعلاه الأشخاص الذين لا يحبذ أفراد العينة اطلاعهم على صفحتهم الخاصة عبر موقع Facebook، في هذا الشأن عبر 63,87% منهم أنهم لا يفضل أن يطلع الأولياء على صفحتهم، يليهم الأساتذة بنسبة 62,15% ثم الأقارب بنسبة 42,80% فأصحاب العمل بـ 37,42% ثم الأصدقاء المقربون 26,45% وفي الأخير الزوجة أو الزوج بنسبة 8,82%.

المحور الرابع: آثار انتهاكات الخصوصية عبر موقع Facebook

36. استخدام خاصية التبليغ لموقع Facebook:

الاستخدام	التكرار	النسبة
نعم	357	76,77
لا	108	23,23
المجموع	465	100

الجدول رقم 40: يوضح استخدام خاصية التبليغ لموقع Facebook

بخصوص سؤالنا عن استخدام خاصية التبليغ لموقع Facebook، أكد أفراد العينة بنسبة 76,77% استخدامهم لهذه الخاصية من قبل، في حين نفى 23,23% منهم استخدامهم لها.

37. حذف تعليق أو صورة نشرت من قبل شخص آخر:

الاستخدام	التكرار	النسبة
نعم	368	79,14
لا	97	20,86
المجموع	465	100

الجدول رقم 41: يوضح حذف تعليق أو صورة نشرت من قبل شخص آخر

بخصوص سؤالنا عن حذف أفراد العينة لصورة أو تعليق نشر من قبل شخص آخر عبر موقع Facebook، أكد أفراد العينة بنسبة 79,14% قيامهم بذلك من قبل، في حين نفى 20,86% منهم قيامهم بذلك.

38. الندم على نشر صورة أو تعليق:

النسبة	التكرار	الاستخدام
76,77	357	نعم
23,23	108	لا
100	465	المجموع

الجدول رقم 42: يوضح الندم على نشر صورة أو تعليق

يبين الجدول أعلاه شعور عينة الدراسة بالندم على نشر صورة أو تعليق عبر موقع Facebook وقد أكد في هذا الشأن 76,77% منهم أنهم قاموا بذلك من قبل فيما نفى 23,23% ذلك.

39. مستوى الثقة في موقع Facebook:

موافق بشدة		موافق		محايد		معارض		معارض بشدة		الاحتمالات
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
24,09	112	38,06	177	24,73	115	7,10	33	6,02	28	يمتلك موقع Facebook رابط يسمح لي بتسيير اعدادات الخصوصية
52,04	242	26,88	125	16,78	78	2,58	12	1,72	8	يمتلك Facebook رابط يوجه إلى سياسة استخدام البيانات الشخصية
00	00	3,01	14	12,68	59	42,37	197	41,94	195	يطلعني Facebook عن المعلومات الشخصية التي جمعها الموقع عني
00	00	00	00	4,09	19	55,26	257	40,65	189	يطلعني موقع Facebook عند استخدام معلوماتي الشخصية
42,36	197	53,55	249	4,09	19	00	00	00	00	يضمن لي موقع Facebook الوصول في أي وقت لمعلوماتي الشخصية من أجل الاطلاع عليها، تعديلها أو حذفها
41,28	192	53,12	247	3,66	17	1,94	9	00	00	يمتلك موقع Facebook أفضل الإجراءات لتمكين

										المستخدم من تعديل المعلومات الشخصية الخاصة به
20,22	94	23,01	107	26,24	122	15,91	74	14,62	68	يُتيح لي موقع Facebook فرصة المشاركة من عدمها للمعلومات مع مواقع و التطبيقات أخرى
37,42	174	53,33	248	3,87	18	3,66	17	1,72	8	يعطيني موقع Facebook خيار الكشف من عدمه عن معلوماتي الشخصية لأطراف أخرى (المستخدمين، تطبيقات أو مواقع)
24,52	114	56,34	262	14,62	68	2,58	12	1,94	9	يؤكد لي موقع Facebook أن تكنولوجيا تشفير عالية الدقة تحمي معلوماتي الشخصية
25,16	117	37,42	174	32,47	151	2,37	11	2,58	12	يبدل موقع Facebook جهودا لتأمين معلوماتي الشخصية
24,94	116	36,13	168	32,04	149	3,66	17	3,23	15	يوفر موقع Facebook جهود عديدة لمنع الوصول غير المصرح به للمعلومات الشخصية الخاصة بي

الجدول رقم 43: يوضح مستوى الثقة في موقع Facebook

قدمنا من خلال الجدول أعلاه جملة من العبارات حتى نستنتج مستوى ثقة أفراد العينة بموقع Facebook، وقد أكد أفراد العينة اعتقادهم امتلاك موقع Facebook لرابط يسمح لهم بتسيير اعدادات الخصوصية بنسبة موافقة قدرت بـ 38,06% و 24,09% موافق بشدة، نفس الموافقة الإيجابية أبداها أفراد العينة بخصوص امتلاك Facebook لرابط يوجه إلى سياسة استخدام البيانات الشخصية بنسبة 52,04% موافق بشدة و 26,88% موافق، فيما نفى أفراد العينة إطلاع موقع Facebook عن المعلومات الشخصية التي جمعها الموقع عنهم، بنفي العبارة بنسبة 42,37% معارض و 41,94% معارض بشدة، كما نفى أفراد العينة اطلاعهم من طرف الموقع عند استخدام معلوماتهم الشخصية

بنسبة معارضة قدرت بـ 55,26% و 40,65% معارض بشدة، في حين أكد أفراد العينة ضمان موقع Facebook الوصول في أي وقت لمعلوماتهم الشخصية من أجل الاطلاع عليها، تعديلها أو حذفها بنسبة موافقة قدرت بـ 53,55% و 42,36% موافق بشدة، نفس القبول أبداه أفراد العينة بخصوص امتلاك موقع Facebook لأفضل الإجراءات لتمكين المستخدم من تعديل المعلومات الشخصية الخاصة به بنسبة موافقة 53,12% و 41,28% موافق بشدة، فيما لم يتضح رأي أفراد العينة بخصوص إتاحة الموقع فرصة المشاركة من عدمها للمعلومات مع مواقع و التطبيقات أخرى، حيث بلغت نسبة الحياد 26,24% و توزعت النسب الأخرى بين الموافقة و المعارضة بنسب متقاربة، أما فيما يتعلق بإتاحة موقع Facebook خيار الكشف من عدمه عن معلوماتهم الشخصية لأطراف أخرى من مستخدمي، تطبيقات أو مواقع، بلغت نسبة الموافق لهذا الاحتمال 53,33% و 37,42% موافق بشدة، نفس الموافقة أبداه أفراد العينة مع احتمال تأكيد امتلاك موقع Facebook لتكنولوجيا تشفير عالية الدقة تحمي معلوماتهم الشخصية، كما أكد أفراد العينة قبولهم لفكرة بذل موقع Facebook جهودا لتأمين معلوماتهم الشخصية بنسبة موافقة قدرت بـ 37,42% و هي نفس الموافقة التي أبداه أفراد العينة مع فكرة بذل موقع Facebook جهودا لتأمين معلوماتهم الشخصية بنسبة موافقة قدرت بـ 36,13%.

40. تعديل اعدادات الخصوصية للحساب على موقع Facebook :

النسبة	التكرار	الاجابة
84,09	391	نعم
15,91	74	لا
100	465	المجموع

الجدول رقم 44: يوضح تعديل اعدادات الخصوصية للحساب على موقع Facebook

بخصوص سؤالنا عن قيام أفراد العينة بتعديل اعدادات الخصوصية لحسابهم على موقع Facebook، أكد أفراد العينة بنسبة 84,09% قيامهم بذلك، في حين نفى 15,91% منهم قيامهم بذلك.

41. ردود الفعل في حالة تواصل غريب عبر الحساب:

المجموع		لا		نعم		الخيارات
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
100	465	18,06	84	81,94	381	قمت بتجاهله
100	465	18,49	86	81,51	379	قمت بحذف الرسالة
100	465	75,91	353	24,09	112	تجاوبت معه من أجل التعارف
100	465	14,19	66	85,81	399	طلبت منه عدم الازعاج

الجدول رقم 45: يوضح ردود الفعل في حالة تواصل غريب عبر الحساب

ردا عن سؤالنا المتعلق برد فعل أفراد العينة في حالة تواصل غريب معهم عبر موقع Facebook، أكد أفراد العينة طلبهم بعدم الازعاج بنسبة 85,81%، فيما صرح 81,94% أنهم يتجاهلون هذا الشخص، في حين يكتفي 81,51% بمحو الرسالة، بينما عبر 24,09% عن تجاوبهم مع هذا الشخص من أجل التعارف.

42. إمكانية استخدام البيانات الشخصية دون الموافقة المبدئية:

النسبة	التكرار	الاحتمال
23,87	111	ممكن جدا
37,20	173	ممكن
25,59	119	لا أدري
5,16	24	غير ممكن
8,17	38	غير ممكن جدا
100	465	المجموع

الجدول رقم 46: يوضح إمكانية استخدام البيانات الشخصية دون الموافقة المبدئية

عن احتمال استخدام موقع Facebook للبيانات الشخصية دون الموافقة المبدئية للمستخدمين، أكد 37,20% من أفراد العينة حدوث ذلك بتعبير ممكن، في حين لم يبدي 25,59% منهم عن رأيهم بخصوص هذا الاحتمال، في حين أكد 23,87% هذا الاحتمال بتعبير ممكن جدا، أما 8,17% من أفراد العينة نفوا هذا الاحتمال بتعبير غير ممكن جدا و 5,16% غير ممكن.

43. إمكانية تعرض الحساب للقرصنة:

الاحتمال	التكرار	النسبة
ممكن جدا	359	77,20
ممكن	82	17,64
لا أدري	12	2,58
غير ممكن	9	1,93
غير ممكن جدا	3	0,65
المجموع	465	100

الجدول رقم 01: يوضح إمكانية تعرض الحساب للقرصنة

بخصوص إمكانية تعرض حساباتهم على موقع Facebook للقرصنة، أكد 77,20% من أفراد العينة حدوث ذلك بتعبير ممكن جدا و 17,64% بتعبير ممكن، في حين لم يبدي 2,58% منهم عن رأيهم بخصوص هذا الاحتمال، في حين نفى 1,93% هذا الاحتمال بتعبير غير ممكن و 0,65% غير ممكن جدا.

44. احتمال انتهاك الخصوصية:

النسبة	التكرار	الاحتمال
15,05	70	ممکن جدا
21,08	98	ممکن
23,23	108	لا أدري
33,76	157	غير ممکن
6,88	32	غير ممکن جدا
100	465	المجموع

الجدول رقم 47: يوضح خطورة احتمال انتهاك الخصوصية

بخصوص احتمال انتهاك الخصوصية على موقع Facebook، صرح 33,76% من أفراد العينة أن ذلك غير ممکن، في حين لم يبدي 23,23% منهم رأيهم في هذا الاحتمال، بينما أكد 21,08% هذا الاحتمال بتعبير ممکن و 15,05% ممکن جدا، وفي الأخير نفي 6,88% إمكانية انتهاك خصوصيتهم بتعبير غير ممکن جدا.

45. مستوى السيطرة الشخصية في استخدام موقع Facebook:

معارض بشدة		معارض		محايد		مؤيد		مؤيد بشدة		
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
00	00	2,58	12	6,88	32	44,95	209	45,59	212	عبر موقع Facebook ، أرفض طلبات الصداقة للاحتفاظ بالسيطرة على معلوماتي الشخصية
00	00	1,94	9	7,96	37	39,35	183	50,75	236	عبر موقع Facebook ، أنا أعتبر أن كل شيء تحت سيطرتي
00	00	3,87	18	17,85	83	35,91	167	42,37	197	عبر موقع Facebook أشعر أنني قادر على التأثير على سير الأمور

الجدول رقم 48: يوضح مستوى السيطرة الشخصية في استخدام موقع Facebook

يوضح الجدول أعلاه إحساس السيطرة الذي يمتلكه عينة الدراسة عند استخدامهم لموقع Facebook، وقد أكد أفراد العينة أنهم يرفضون طلبات الصداقة عبر الموقع للاحتفاظ بالسيطرة على معلوماتهم الشخصية بنسبة 45,59% مؤيد بشدة و 44,95% مؤيد، أما بخصوص اعتبارهم أن كل شيء تحت سيطرتهم عبر موقع Facebook، فقد أكد 50,75% ذلك بتعبير مؤيد بشدة و 39,35% بتعبير مؤيد، وفي الأخير أكد أفراد العينة أنهم عبر الموقع يشعرون أنهم قادرين على التأثير في سير الأمور بنسبة 42,37% مؤيد بشدة و 35,91% مؤيد.

46. النوايا المستقبلية تجاه استخدام موقع Facebook:

معارض بشدة		معارض		محايد		مؤيد		مؤيد بشدة		
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
00	00	00	00	3,44	16	50,54	235	46,02	214	اعتزم مواصلة علاقتي مع موقع Facebook
00	00	00	00	1,50	7	25,38	118	73,12	340	أوصي أصدقائي بإنشاء حساب على موقع Facebook
00	00	00	00	2,15	10	25,38	118	72,47	337	أنوي بذل جهود للحفاظ على علاقتي بموقع Facebook
00	00	00	00	3,22	15	47,96	223	48,82	227	لدي تعليق إيجابي بخصوص موقع Facebook

الجدول رقم 49: يوضح النوايا المستقبلية تجاه استخدام موقع Facebook

يوضح الجدول أعلاه النوايا المستقبلية لأفراد العينة تجاه استخدام موقع Facebook و التي عبر عنها غالبية أفراد العينة بإيجابية، حيث أكد 50,54% منهم اعتزامهم مواصلة علاقتهم مع الموقع بعبارة مؤيد جدا و 46,02% مؤيد، كما أكد 73,12% منهم أنهم يوصون أصدقائهم بإنشاء حساب على الموقع بتعبير مؤيد جدا و 25,38% مؤيد، أما بخصوص نيتهم في بذل جهود للحفاظ على علاقتهم مع الموقع أكد 72,47% ذلك بتعبير مؤيد بشدة و 25,38% بتعبير مؤيد، و في الأخير و بخصوص إبداء تعليق إيجابي بخصوص الموقع أيد 48,82% ذلك بتعبير مؤيد بشدة و 47,96% مؤيد.

47. آثار استخدام موقع Facebook:

المجموع		لا أدري		لا		نعم		الآثار
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
100	465	42,36	197	21,94	102	35,70	166	فقدان الخصوصية و عدم المحافظة على المعلومات
100	465	33,33	155	24,09	112	42,58	198	اكتساب مهارات اتصالية
100	465	28,82	134	55,48	258	15,70	73	أضرار صحية
100	465	38,71	180	18,49	86	42,80	199	الإدمان
100	465	4,09	19	14,62	68	81,29	378	التحرر و الانفتاح
100	465	16,56	77	41,29	192	42,15	196	العزلة و الانطواء
100	465	21,94	102	55,70	259	22,36	104	اكتساب سلوكيات منافية للمجتمع
100	465	63,87	297	19,14	89	16,99	79	اكتساب القيم الحميدة
100	465	23,44	109	24,09	112	52,47	244	غياب التواصل مع المحيط الاجتماعي الواقعي
100	465	59,35	276	13,98	65	26,67	124	الانحلال الأخلاقي
100	465	27,53	128	16,77	78	55,70	259	الثقة بالنفس
100	465	23,44	109	25,16	117	51,40	239	الاجهاد
100	465	40,65	189	21,07	98	38,28	178	الاعتراب
100	465	30,32	141	19,57	91	50,11	233	القذف و التشهير
100	465	17,85	83	6,24	29	75,91	353	الاندماج
100	465	26,45	123	15,27	71	58,28	271	حب التمثيل و الاطلاع على الآخرين

الجدول رقم 50: يوضح آثار استخدام موقع Facebook

بخصوص مجموع الآثار التي تترتب عن استخدام موقع Facebook، أبدى 35,70% إمكانية فقدانهم للخصوصية أو عدم محافظتهم على معلوماتهم، في حين نفى 21,94% ذلك ولم يبدي 42,36% رأيهم في هذا الموضوع، أما بخصوص امتلاك مهارات اتصالية عن طريق استخدام الموقع أكد 42,58% ذلك فيما نفى 24,09% ذلك ولم يبدي 33,33% من أفراد العينة رأيهم، فيما يتعلق باحتمال حدوث أضرار صحية نتيجة الاستخدام المفرط لموقع Facebook أكد 42,80% ذلك فيما نفى 18,49% ذلك ولم يبدي 38,71% رأيهم في الموضوع، أما بخصوص تأثير الموقع على الانفتاح و التحرر لدى الشباب أكد 81,29% ذلك فيما نفى 14,62% ذلك و لم يبدي 4,09% رأيهم في هذا الاحتمال، فيما يتعلق بالعزلة و الانطواء التي يمكن أن يؤدي إليها الموقع أكد 42,15% هذا الاحتمال فيما نفاه 41,29% و لم يبدي 16,56% رأيهم في هذا الاحتمال، أما عن إمكانية أن يؤدي استخدام الموقع إلى اكتساب سلوكيات منافية للمجتمع نفى 55,70% ذلك في حين أكد 22,36% هذا التأثير و لم يبدي 21,94% رأيهم في الموضوع، بخصوص اكتساب قيم حميدة لم يعبر غالبية أفراد العينة بنسبة 63,87% عن رأيهم في الموضوع بينما نفى 19,14% ذلك، و أكدها 16,99% فقط، فيما يتعلق بغياب التواصل مع المحيط

الاجتماعي الواقعي أكد 52,47% هذا التأثير بينما نفى 24,09% ذلك و لم يبدي 23,44% رأيهم في ذلك.

بالنسبة للانحلال الخلقى 26,67% من أفراد العينة فقط أكدوا ذلك بينما نفى 13,98% ذلك ولم يبدي 59,35% رأيهم، بخصوص زيادة الثقة لدى المستخدم أكد 55,70% ذلك فيما نفى 16,77% ذلك ولم يبدي 27,53% رأيهم، فيما يتعلق بالإجهاد أكد 51,40% ذلك فيما نفى 25,16% هذا التأثير ولم يبدي 23,44% رأيهم حول هذا التأثير، بينما أبدى 38,28% إمكانية أن يؤدي استخدام الموقع إلى الاغتراب، في حين نفى 21,07% ذلك ولم يبدي 40,65% رأيهم في هذا الموضوع، أما فيما يتعلق بالقذف و التشهير أكد 50,11% ذلك فيما نفى 19,57% هذا التأثير ولم يبدي 30,32% رأيهم حول هذا الاحتمال، أما بخصوص تأثير الموقع على الاندماج أكد 75,91% ذلك فيما نفى 6,24% ذلك فيما لم يبدي 17,85% رأيهم حول هذا الاحتمال، و في الأخير أكد 58,28% أن الموقع يزيد من الرغبة في التظاهر و الاطلاع على الآخرين، في حين نفى 15,27% ذلك و لم يبدي 26,45% رأيهم حول هذا التأثير.

في حين أن التفاعل عبر الفيسبوك يمكن أن يكون له نتائج إيجابية فإن العواقب السلبية أصبحت، هي أيضا، نتيجة ممكنة للتواصل المباشر المفرط وتبادل المعلومات التفصيلية، ووفقا للدراسات، فإن استخدام الفيسبوك لساعات طويلة يؤثر سلباً على طريقة التفاعل مع الآخرين، والطريقة التي ننظر بها لأنفسنا، الأمر الذي يسبب، في كثير من الأحيان، حالات مرضية ونفسية مثل الإدمان، الوحدة، الكآبة، والهوس، بالإضافة إلى مشاكل اجتماعية مثل انتهاك الخصوصية، وتنامي ما يسمى بظاهرة الخرس الاجتماعي.

أثبتت الدراسات أن معظم مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي يميلون إلى تقديم هوياتهم الرقمية بطريقة مختلفة عما هي عليه في الواقع، كما أن هذا التفاوت سببه أننا في العالم الافتراضي نسعى لتقديم صورة مثالية عن حياتنا للعالم الخارجي" فالمستخدمون عادة ما يسعون إلى إبراز صورة عن الحياة التي يأملون بها، حياة مليئة بالمرح والنشاط،

والأصدقاء، والإنجازات، ولذلك فإنه ليس من الضروري أن تعكس هذه الصورة، في أغلب الأحيان، حقيقة الواقع الذي يعيشونه".

أظهرت دراسات في علم النفس أن أولئك الذين يقضون معظم أوقاتهم على الفيسبوك غالباً ما يعانون من مزاج سيء، والسبب هو أنهم يمارسون، دون إدراكهم، ما يسمى بـ "المقارنة الصعودية"، التي ينظرون من خلالها لحياة الآخرين على أنها مثالية خلافاً لحياتهم في الواقع، وبذلك، غالباً ما يحتاجون للتعامل مع هذا "التنافر المعرفي" عن طريق القيام بالمقارنات التي تشعرهم بالإحباط، وفي تأكيد على هذه النظرية وجدت دراسة لقسم علم النفس الاجتماعي أن الناس عادة ما تفرط في تقدير سعادة الآخرين، وانطلقت الدراسة بعد أن وجد الباحثون أن أحد طلاب الدراسات العليا لاحظ أن أصدقاءه الذين ينشرون أخباراً وصوراً سعيدة عن حياتهم في الفيسبوك يعربون في الواقع عن مشاعر الحسد الاجتماعي.

هناك العديد من الأسباب التي تدفع مستخدمي فيسبوك للتصرف بشكل مختلف على الفيسبوك، فالكبت، والرغبة في السيطرة وإثارة الانتباه هي من ضمن العوامل التي قد تدفع الشخص لتقديم نفسه بشكل مختلف من وراء الشاشة حتى يبدو أكثر ذكاءً، أكثر جاذبية، أكثر تسامحاً، أكثر ميلاً إلى المغامرة، أكثر نجاحاً، وأكثر شعبية.

مواقع التواصل الاجتماعي تعطينا منبراً لتقديم أنفسنا في شكل مختلف، وأفضل في بعض الأحيان ومع ذلك فإن البحث عن نتيجة بشأن ما إذا كان «معظم» الناس يتصرفون بشكل مختلف عما يفعلون في "الحياة الحقيقية" يبقى غير حاسم، والسبب أن الفيسبوك أصبح جزءاً من واقع الحياة.

بدأ تداول مصطلح الإدمان على الإنترنت أولاً في المؤتمر السنوي لجمعية علم النفس الأمريكية سنة 1996 ليصبح بعد ذلك ظاهرة متنامية، حتى بات يدرج على لائحة أنواع أخرى من الإدمان مثل إدمان المخدرات، والتسوق، والكحول، ولعب القمار.

فعندما يكون الشخص غير متصل بـ Facebook، يراوده شعور بالنقص والملل والعزلة، وهذه هي بعض المؤشرات الرئيسية للاستخدام غير المنضبط لـ Facebook، بحسب العلماء، وفي دراسة أجراها باحثون في جامعة وينشستر البريطانية، طلب من عشرة طلاب اعترفوا بإدمانهم استخدام Facebook التوقف عن استخدام حساباتهم لمدة أربعة أسابيع، وذكر كثيرون منهم أنهم شعروا، بعد انتهاء المدة، بما وصفوه بـ "الانعزال عن العالم"، وقالت إحدى المشاركات من مدينة يوركشاير: "Facebook كان ينظم حياتي، شعرت أنني منعزلة تماما عن العالم"، وقال مشترك آخر: "شعرت بوحدة فظيعة، ويبدو أن أصابعي تمت برمجتها للبحث عن تطبيق Facebook في كل مرة كنت أمسك فيها هاتفي".

إن الاستخدام المكثف للشبكات الاجتماعية لا يمثل، بالضرورة، خطراً على المستخدمين، هناك من يعتقد أن الاستخدام المفرط لوسائل التواصل الاجتماعي يشكل خطراً ولكن معظم ممن يسمون بدمني Facebook، هم، في الحقيقة، يقومون بنشاط اجتماعي ضروري ومفيد.

تظهر الأبحاث أن اندفاع المستخدمين للتحقق من كل إعجاب جديد أو كل تعليق إيجابي مرتبط بشكل مباشر بنشاط المكافأة في الدماغ، فعندما يتعامل مستخدم الفيسبوك مع مجموع المتابعين على أنه، إلى حد ما، مؤشر لشعبيته يدخل في لعبة الحصول على المزيد والمزيد من المعجبين، سعياً منه للحفاظ على هذه الشعبية.

إن نظام "Like" هو شكل آخر من أشكال المنافسة والتحقق من الطريقة التي يرانا بها الآخرون، نحن نميل إلى كسب المزيد من القوة والقدرات، والجاذبية، وخدمة Like في الفيسبوك أصبحت أحد المنابر التي تتيح لنا فرصة تحقيق ذلك.

وفي المجال نفسه، يقول لوسكن: "خلقنا نحن معشر البشر اجتماعيين، من هنا تأتي تسمية مواقع التواصل الاجتماعي. وخدمة "Like" هي جزء من سلوكنا المعروف باسم "الاتفاق الاجتماعي"، الناس تبدو أكثر راحة في الأماكن العامة عندما يؤيد الآخرون

تصرفاتهم وكذلك الأمر في عالم الفيسبوك، إنه وسيلة سهلة وطريقة مختصرة للتعبير عن اتفاقنا مع الأفكار التي يعرب عنها آخرون، و Like يتيح للمستخدم فرصة إظهار رأيه دون بذل الكثير من الجهد، أما للمتلقى، فالإعجاب يعني المصادقة أو الموافقة والاهتمام، وكلما تلقى عددا أكبر من المتابعين زادت ثقته بنفسه وشعبيته.

إن الارتفاع الهائل في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي كان له أثر كبير في دخول المشاهير والشركات التجارية في سباق عالمي بهدف تسجيل أكبر عدد من المتابعين والمعجبين، فالكثير من المشاهير والشركات التجارية يسعون لجذب المتابعين بهدف تحقيق مكاسب مالية ونفوذ مهنية كبيرة، الأمر الذي يدفع الكثير منهم لشراء متابعين وهميين.

وقد وجدت دراسة لأسوشيتد برس أن المتابعات الوهمية تتزايد في السوق العالمية وأنه وفقاً للسجلات والدراسات، فإن شركات عديدة تجني الملايين من الدولارات عن طريق خداع وسائل الإعلام الاجتماعية.

أما بالنسبة للفيس Facebook، فقد بين تقرير حديث أن ما يقدر بـ 14.1 مليون من أصل 1.18 مليار من الحسابات هي حسابات مزورة، مما يسيء للشركة التي بنيت على مبدأ أن المستخدمين هم ناس حقيقيون، وينكر معظم النجوم أنهم يشترون متابعين على مواقع التواصل الاجتماعي، معتبرين أن أرقام المتابعين تعكس نجوميتهم.

الجدول المركبة حسب متغير المنطقة السكنية:

48. اعتبار موقع Facebook بديلا اتصاليا عن الوسائل الاتصالية الأخرى حسب متغير المنطقة السكنية:

منطقة ريفية		منطقة شبه حضرية		منطقة حضرية		الاجابة
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
75,28	67	79,51	128	80,47	173	نعم
24,72	22	20,49	33	19,53	42	لا
100	89	100	161	100	215	المجموع

الجدول رقم 51: يوضح اعتبار موقع Facebook بديلا اتصاليا عن الوسائل الاتصالية الأخرى حسب متغير المنطقة السكنية

يوضح الجدول أعلاه الفروق الإحصائية حسب متغير المنطقة السكنية لاعتبار موقع Facebook بديلا اتصاليا للوسائل الاتصالية، وحسب الجدول فإنه لا توجد فروق في إجابة المبحوثين، حيث أن عينة الدراسة أكدت الاحتمال بنسبة كبيرة 80,47% للمنطقة الحضرية، 79,51% للمنطقة شبه الحضرية و 75,28% للمناطق الريفية.

49. عرض الأصدقاء من المقربين وأفراد العائلة عبر التقديم الخاص بالصفحة حسب متغير المنطقة السكنية:

منطقة ريفية		منطقة شبه حضرية		منطقة حضرية		الاحتمال
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
00	00	14,91	24	45,58	98	نعم
100	89	85,09	137	54,42	117	لا
100	89	100	161	100	215	المجموع

الجدول رقم 52: يوضح عرض الأصدقاء من المقربين وأفراد العائلة عبر التقديم الخاص بالصفحة حسب متغير المنطقة السكنية

يبين الجدول أعلاه وجود فروق إحصائية لعرض الأصدقاء من المقربين وأفراد العائلة عبر التقديم الخاص بالصفحة حسب متغير المنطقة السكنية حيث بلغت نسبة النفي 100% بالنسبة للمبحوثين من المنطقة الريفية، في حين بلغت 85,09% بالمناطق الشبه حضرية و 54,58% بالمناطق الحضرية، بينما بلغت نسبة التأكيد 00% للمناطق الريفية، 45,58% للمناطق الحضرية و 14,91% للمناطق الشبه حضرية.

50. صفة صورة الحساب على موقع Facebook حسب متغير المنطقة السكنية:

منطقة ريفية		منطقة شبه حضرية		منطقة حضرية		الاحتمال
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
4,49	4	60,25	97	59,07	127	صورة حقيقية
95,51	85	39,75	64	40,93	88	صورة غير حقيقية
100	89	100	161	100	215	المجموع

الجدول رقم 53: يوضح صفة صورة الحساب على موقع Facebook حسب متغير المنطقة السكنية

يبين الجدول أعلاه وجود فروق إحصائية لصفة صورة الحساب على موقع Facebook حسب متغير المنطقة السكنية حيث أكد 95,51% من المبحوثين من المناطق الريفية عرضهم لصور غير حقيقية مقابل 4,49% لصور حقيقية، بينما صرح 60,25% من المبحوثين من المناطق الشبه حضرية عرضهم لصور حقيقية مقابل 39,75% لصور غير حقيقية، في حين أكد 59,07% من المبحوثين من المناطق الحضرية عرضهم لصور حقيقية مقابل 40,93% لصور غير حقيقية.

51. معدل نشر صور السلفي عبر موقع Facebook حسب متغير المنطقة السكنية:

منطقة ريفية		منطقة شبه حضرية		منطقة حضرية		المعدل
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
00	00	7,45	12	21,86	47	دائماً
67,42	60	92,55	149	78,14	168	أحياناً
32,58	29	00	00	00	00	نادراً
100	89	100	161	100	215	المجموع

الجدول رقم 01: يوضح معدل نشر صور السلفي عبر موقع Facebook حسب متغير المنطقة السكنية

يؤكد الجدول أعلاه وجود فروق ذات دلالة إحصائية حسب متغير المنطقة السكنية في معدل نشر صور السلفي عبر موقع Facebook، حيث بين الجدول أن هذا المعدل بمعدل 21,86% دائماً و 78,14% أحياناً ومنعدم لاحتمال دائماً بالنسبة للمناطق الحضرية، بينما قدر بـ 7,45% لاحتمال دائماً و 92,55% أحياناً ومنعدم كذلك لاحتمال نادراً للمناطق الشبه حضرية، في حين قدر بنسبة 67,42% لاحتمال أحياناً و 32,58% نادراً ومنعدم لاحتمال دائماً بالنسبة للمناطق الريفية.

52. طريقة العرض عبر الواب كام حسب متغير المنطقة السكنية:

منطقة ريفية		منطقة شبه حضرية		منطقة حضرية		الاحتمالات
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
84,27	75	9,32	15	3,26	7	محتشمة
15,73	14	90,68	146	96,74	208	مرتاح
00	00	00	00	00	00	عرض أجزاء (غير محتشمة)
100	89	100	161	100	215	المجموع

الجدول رقم 54: يوضح طريقة العرض عبر الواب كام حسب متغير المنطقة السكنية

يبين الجدول أعلاه وجود فروق ذات دلالة إحصائية حسب متغير المنطقة السكنية في الإجابة المتعلقة بطريقة العرض عبر الواب كام، نفي كل المبحوثين عرضهم الغير محتشم عبرها بينما عبر المبحوثون من المناطق الحضرية عن عرضهم المحتشم عبر الواب كام بنسبة 3,26% مقابل الأريحية في العرض بنسبة 96,74%، نفس الشيء بالنسبة للمناطق الشبه حضرية بنسب متفاوتة 9,32% محتشم و 90,68% مرتاح، في حين عبر عنها سكان المناطق الريفية بنسبة 84,27% محتشم مقابل 15,73% مرتاح.

53. خطورة احتمال انتهاك الخصوصية حسب متغير المنطقة السكنية:

منطقة ريفية		منطقة شبه حضرية		منطقة حضرية		الإجابة
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
67,42	60	4,35	7	1,40	3	ممكن جدا
3,37	3	24,22	39	26,05	56	ممكن
16,85	15	30,44	49	20,46	44	لا أدري
10,11	9	33,54	54	43,72	94	غير ممكن
2,25	2	7,45	12	8,37	18	غير ممكن جدا
100	89	100	161	100	215	المجموع

الجدول رقم 55: يوضح احتمال انتهاك الخصوصية حسب متغير المنطقة السكنية

يبين الجدول أعلاه وجود فروق ذات دلالة إحصائية حسب متغير المنطقة السكنية في الإجابة المتعلقة بخطورة احتمال انتهاك الخصوصية عبر موقع Facebook، وقد برز تأثير هذا المتغير على أجوبة العينة حيث أكد 76,42% من المبحوثين من المناطق الريفية إمكانية حدوث ذلك بتعبير "ممكن جدا" مقارنة بنسبة 4,35% من المناطق الشبه حضرية و 1,40% من المناطق الحضرية، في حين عبر عنه بتعبير غير ممكن بنسبة 43,72% المبحوثين من المناطق الحضرية و 33,54% من المناطق الشبه حضرية مقابل 9% من المناطق الريفية.

إن البيئة الاجتماعية هي التي تضبط سلوك الشباب في التفاعلات اليومية وتجعلهم يتفاعلون وفق الثقافة والتقاليد والقيم السائدة في المجتمع وهي تخضع للضبط الاجتماعي الذي تفرضه مؤسسات التنشئة الاجتماعية كالأسرة الجماعة الأولية بالدرجة الأولى وهو ما يلاحظ بالنسبة للمناطق الريفية، إذ كلما ابتعدنا عن المناطق الحضرية أصبحنا نلتصق نوع من الضبط الاجتماعي والسلطة التي ما زالت تمارسها الأسرة والمجتمع.

يظهر المبحوثين من المناطق الريفية متشبعون بالقيم ذات البعد الاجتماعي التي يستعملونها بفعل عوامل التنشئة الاجتماعية و التي تضبط تفاعلاتهم اليومية و تجعلهم في سياق مجتمع انتقالي مثل المجتمع الجزائري موجهين للخارج أكثر مما هم موجهين نحو الداخل، بمعنى أنهم يعطون أهمية للآخر في تفاعلاتهم اليومية و ما سيصدره من أحكام بشأن أفعالهم وسلوكياتهم وأفكارهم عبر مواقع التواصل الاجتماعي وعليه فإن قيمهم هذه تمارس عليهم نوعاً من الضبط الاجتماعي أو المراقبة الذاتية و تؤثر على تفضيلاتهم و قراراتهم سلوكياتهم حتى عبر الفضاء الافتراضي بعكس المناطق الحضرية التي أصبحت تتسم بالفرديانية.

نتائج الدراسة

نتائج الدراسة:

توصل نطاق بحثنا في جانبه النظري إلى تغطية مجمل الجوانب المتعلقة باستخدامات مواقع التواصل الاجتماعي عموماً ومجال الدراسة المتمثل في موقع Facebook، ومزاياه وخصائصه وأثره على المستخدم، لاسيما ما تعلق بالعلاقة الكامنة بين هاتاه المواقع والفضاء العمومي الافتراضي وإعادة رسم الحدود بين المجالين العام والخاص عبر هذا الوسيط، مع التركيز على أهم مستخدمي هاتاه المواقع والتي شكلت عينة الدراسة والمتمثلة في فئة الشباب وحراك هؤلاء من السياق الواقعي إلى المجتمع الافتراضي.

كما أننا توصلنا إلى إبراز عناصر الهوية التي تتشكل عبر الفضاء الرقمي، والمتمثلة في الهوية الرقمية والتي تبقى غامضة كمفهوم يمزج بين البيانات الشخصية ومستويات عرض الذات للمستخدمين، وصعوبة التطابق بين الهوية الحقيقية والافتراضية مما يؤدي إلى نماذج متعددة من المستخدمين، وهو ما يتطلب حماية البيانات الشخصية من المخاطر التي تواجهها عبر الفضاء الرقمي.

من جهة أخرى، ومن خلال الدراسة الميدانية التي قمنا بالتحليل الكمي والكيفي للنتائج التي تحصلنا عليها من أفراد العينة والتي نستعرضها كالآتي:

■ إقبال الذكور على استخدام Facebook أكبر من الإناث 60,03% للذكور مقابل 30,97% للإناث، ويعود ذلك لتمتع الذكور في المجتمع الجزائري بأكبر قدر من الحرية الشخصية في استخدام هذه المواقع مقارنة بالإناث، حتى على مستوى مقاهي الانترنت التي تشهد إقبالا محتشما من طرفهن كما أنهن يخضعن لسلطة العائلة، من جهة أخرى تتوافق نتائج دراستنا مع الاحصائيات التي تعدها بعض المراكز حول الفروق في استخدام موقع Facebook حسب متغير الجنس سواء عربيا أو في العالم.

■ توصلت نتائج الدراسة فيما يتعلق بمتغير السن إلى أن توزيع أفراد العينة كان متقاربا للفئتين الأولى و الثانية، حيث نجد أن أفراد العينة من فئة (18-23) سنة مثلوا نسبة 38,50% في حين مثلت فئة (24-29) سنة نسبة 36,34%، ثم تلتها فئة أفراد العينة

من (35-30) سنة ممثلة بنسبة 25,16%، و هي نسب متقاربة مع النسب العالمية، أين تمثل الفئة (19-13) سنة ما نسبته 8%، بينما تمثل الفئة (29-20) سنة 28% في حين تمثل الفئة (39-30) نسبة 21%، بينما تمثل نسبة الشباب عموما الفئة الأكثر استخدام للموقع حيث تلقى إقبالا بنسبة 87% لدى الفئة (29-18) سنة، في حين تبلغ نسبة الاقبال لدى فئة (49-30) سنة 73%.

توصلت الدراسة باعتماد متغير المنطقة السكنية وانطلاقا من قيامنا بتوزيع الاستثمارات بصفة مباشرة على مستوى مقاهي الانترنت الموزعة عبر بلديات ولاية البلدية لتتشكل العينة من 46,24% في المناطق الحضرية، 34,62% في المناطق الشبه حضرية وفي الأخير المناطق الريفية نسبة 19,14%، وهذا راجع بالأساس إلى ضعف تغطية شبكة الانترنت في المناطق الريفية، تاركة المجال أمام البدائل المتمثلة في خدمة الجيل الثالث والرابع للهاتف النقال التي تتيح استخدام الانترنت عبر اللوحات الالكترونية أو الهواتف الذكية.

تتباين مدة استخدام الشباب لموقع Facebook أكدت عينة الدراسة أن 34,62% يستخدمون موقع منذ فترة تقدر ما بين ثلاثة إلى خمسة سنوات، في حين أكد 33,33% أنهم يستخدمونه منذ فترة تقدر ما بين سنة وثلاثة سنوات، من جهتهم أكد 24,52% من أفراد العينة أنهم يستخدمون الموقع منذ أكثر من خمس سنوات، وفي الأخير أكد 7,53% فقط أنهم يستخدمون موقع Facebook منذ أقل من سنة وهو ما يبين اكتساب هؤلاء الشباب لتجربة في استخدام الموقع وبالتالي اكتسابهم لطرق متعددة في عرض ذواتهم عبر الموقع بالإضافة إلى مدى تعلقهم به.

التطور الذي شهده العالم من حيث الابتكارات و الوسائل التكنولوجية كاللوحات الرقمية و الهواتف الذكية، و التي تتوفر السوق الجزائرية عليها وبأثمان معقولة زاد من إقبال الشباب على الموقع، كما أن خدمات الانترنت عبر الهواتف الذكية لمتعاملي الهاتف النقال و العروض الترويجية التي يقترحونها ساهمت في انتشار الموقع في الجزائر فالعائق التقني المرتبط بانتشار الانترنت لم يعد مطروحا، كما أن التحسينات التي

يشهدا الموقع من سنة إلى أخرى زادت من فعاليته و جاذبيته لدى الشباب، و في الأخير و ككل الشباب في العالم يعتبر موقع Facebook متنفسا للهروب من الواقع إلى العالم الافتراضي الذي يجذب هذه الفئة كثيرا.

■ وجود مستوى من مستويات الإدمان على الموقع لدى أفراد العينة والذي من سماته، قضاء أوقات طويلة على الموقع، الشعور بالرغبة في العودة إلى الموقع بعد مغادرته، القلق والتفكير المفرط فيما يحدث عند الابتعاد عن الإنترنت، وشعور بالحزن والاكتئاب عند الابتعاد لمدة أطول، الفشل في المحاولات المتكررة لتقليل عدد الساعات التي تقضى عبر الموقع.

■ يتنوع جنس أصدقاء افراد العينة بين الذكور والاناث ليتأكد الدافع العاطفي كأحد عوامل ارتباط الشباب بهذا الموقع، حيث يسمح لهم بفرص التعرف بالنسبة لكلا الجنسين دون مراقبة من طرف الاسرة أو المجتمع رغم ما في ذلك من أخطار.

■ يعتمد موقع Facebook طلبات الإضافة وهي من أهم الخدمات التي يقدمها والتي تدعم بناء علاقات الصداقة عبر الموقع، في حين يُتيح الموقع للمستخدم خاصية الموافقة أو رفض طلبات الصداقة وهو ما يجعل عدد الأصدقاء محدودا بالنسبة للبعض من لا يضيفون أي أحد إلى قوائمهم، في حين يكون العدد كبيرا جدا بالنسبة لمن يسعون للتعرف على أكبر عدد من الأشخاص وحسب الإجابات التي تلقيناها في أفراد العينة تتشكل قائمة الأصدقاء بالتنوع و هذا راجع الرغبة في خلق مجال أوسع للتفاعل ولزيادة حجم التفاعل الكبير للفرد في المجتمع الافتراضي الذي تتيحه الشبكة حيث كلما زاد عدد الأصدقاء زادت نسبة التفاعل من خلال المشاركات المتنوعة والتي تتلقى ردودا عديدة بفضل تنوع الأصدقاء بين الجنسين وتعدددهم واختلاف آرائهم.

■ إن أصدقاء العينة يتشكلون بالأساس من مزيج من أفراد العائلة والأصدقاء مع عدم اعتماد الموقع للاتصال بالعائلة فقط، حيث يتيح لهم الموقع الدخول في علاقات وتجارب جديدة عبر إضافة الأصدقاء، كما يتيح لهم فرصة الخروج من سلطة العائلة.

■ يتيح موقع Facebook بفضل خاصية الانتشار وعدم تأثره بالحدود الجغرافية والزمانية إمكانية التعارف بين الأجناس المختلفة، غير أننا من خلال الجدول نستطيع أن نلتمس أن غالبية أفراد العينة يمتلكون قائمة أصدقاء مشكلة غالبيتها من داخل الوطن، وهنا يمكن أن نرد ذلك إلى عدم التوافق الفكري، أو عدم التشارك في الأفكار، أو الترابط الفكري بين أفراد الوطن الواحد وتشاركتهم في الأفكار والاهتمامات، كما يمكن أن تشكل اللغة عائقاً أمام الشباب من أجل التواصل مع أشخاص من خارج الوطن.

■ شهرة موقع Facebook حول العالم كما في الجزائر لم تأت من فراغ، بل أنها جاءت نتيجة للعديد من العوامل التي يتميز بها، والتي جعلته مفضلاً على غيره بالنسبة لمستخدمي الشبكات الاجتماعية، ومن هذه العوامل، الأسبقية، السهولة، التكامل، التطوير، وهو ما يفسر نسبة الاقبال الكبيرة عليه في الجزائر.

■ أكدت عينة الدراسة اعتمادها على موقع Facebook في عملية الاتصال بالأصدقاء وهو ما يؤكد بروز الموقع كأحد البدائل الاتصالية بالنسبة لهذه الفئة، فهي تمتلكه وجل الأصدقاء المفترضين موجودون عبر الشبكة، لكن إجابة العينة تؤكد أيضاً حتمية التواجد عبر الموقع بالنسبة لفئة الشباب فكل من لا يستخدمه ينظر إليه بتعجب كما يمكن أن يتعرض إلى العزل الاجتماعي لأنه لا يتواجد عبر الفضاء الرقمي.

■ اعتماد الموقع في عملية التواصل بدت بارزة من خلال إجابة عينة الدراسة، ومنه تبرز أهمية الموقع ودوره في عملية الاتصال بالنسبة لهاته الأجيال التي تخلت فيما يبدو عن كل الوسائل الاتصالية الأخرى مفضلة الاعتماد على موقع التواصل الاجتماعي Facebook في ذلك.

■ تمتلك عينة الدراسة قائمة متوسطة من الأصدقاء، ويربط هذه النتيجة بمستوى الخصوصية، يبرز مستوى التداخل بين المجالين الخاص والعام، ولهذا يعتبر هذا النوع من المستخدمين أكثر عرضة لمخاطر نشر حياته الخاصة، وغيرها من المخاطر المرتبطة باستخدام Facebook.

■ كشفت الدراسة أن الأشخاص الذين لديهم مئات الأصدقاء على موقع Facebook معرضون لمضايقات ومحتوى غير لائق، الأمر الذي يتسبب لهم في أضرار نفسية، ذلك أنه كلما زاد عدد الأصدقاء بات من الصعب تحديد توجهاتهم وسلوكهم.

■ الحدود الاجتماعية تتلاشى في موقع Facebook، خاصة عندما يشارك المستخدم كافة المعلومات الخاصة به مع الجميع، ونتيجة لذلك، يفقد الشخص الذي لديه مئات الأصدقاء على الموقع خصوصيته، ويعرض نفسه لأضرار نفسية تطال سمعته، ويصبح ضحية لسوء استخدام البيانات من قبل الآخرين.

■ على الرغم من أن صداقات الإنترنت تسمح بمزيد من التواصل الاجتماعي والإنساني إلا أنها في الكثير من الأحيان تفتقد الشفافية والمصداقية، كما أن هذا النوع من الصداقات قد يسهم في زيادة الفجوة الأسرية، قضاء ساعات طويلة أمام شاشة الحاسوب يزيد من عزلة الفرد وانطوائيته عن محيطه الاجتماعي الطبيعي، وربما قد لا يتواصل مع أسرته وأخوته في نفس المنزل بنفس الطريقة التي يتواصل بها مع الغرباء عبر الإنترنت، و عليه فإن كثرة الأصدقاء على Facebook تفقد الشخص خصوصيته، كما أن الأشخاص الذين تضم حساباتهم مئات الأصدقاء الافتراضيين، أكثر عرضة إلى تعليقات قد تدمر سمعتهم فالحدود الاجتماعية تتلاشى في Facebook خاصة عندما يشارك المستخدم كافة المعلومات الخاصة به مع الجميع.

■ إن صورة الحساب على موقع Facebook من الأمور الأساسية التي يراعيها الشباب في تقديم أنفسهم ففي حين تختار الإناث صور غير حقيقية وتكتفي بصور لفنانات أو أطفال، فإن الذكور بدورهم لديهم بدائل أخرى كنجوم الرياضة أو فنانين معروفين.

■ إن تمثل الشباب في الفضاء الرقمي، يدفعهم إلى الحديث عن شؤونهم الخاصة أو بالأحرى خصوصيتهم وهو ما يدفعهم إلى اختيار أشخاص لا يعرفونهم في الواقع، كما أن ملامح الهوية المرتبطة بالبيانات الشخصية أساسا والتي يتحكم فيها المستخدم تتيح لهم التخفي بين جدران العالم الافتراضي لـ Facebook فيتيح لهم ذلك التعارف مع الآخرين والحديث إليهم دون الخوف على حقيقتهم، كما أن المواضيع الحميمية التي تستهوي الشباب أساسا تدفعهم إلى اجتناب معارفهم والحديث إلى أشخاص لا يعرفونهم في الواقع.

■ على الرغم من عدد الصداقات الجديدة، فإن أفراد العينة أكدوا حذفهم لأصدقاء لهم منذ تسجيلهم به، ويعتبر علماء الاجتماع أن هذا "الرفض الإلكتروني" يمكن أن يكشف الكثير عن طبيعة الصداقة الواقعية بين هؤلاء الأشخاص.

■ إن إعدادات أمان Facebook تختلف عن إعدادات الخصوصية عبره فبخصوص الأمان يهتم الموقع بتقديم أقصى درجات الأمان والحماية للحساب لتأمينه من محاولات اختراق القرصنة وحمايته من سرقة المحتوى، أما في حالة الخصوصية فيهتم الموقع بتحديد من هم الأصدقاء المخولين برؤية المحتوى الذي ينشر من أجل الحفاظ على خصوصية المنشورات والصور على الشبكة، لكن عامل التشبيك وعرض الذات يهدد الخصوصية أكثر مما يحميها.

■ أرجع أفراد العينة أسباب عدم السماح بالاطلاع على منشورات الصفحة الخاصة بهم إلى طبيعة الموضوعات الحميمية بنسبة 40,43% في حين صرح 29,89% أن خوفهم من التعرض إلى القرصنة والقذف هو سبب عدم سماحهم بالاطلاع على محتوى صفحاتهم، من جهة أخرى أرجع 29,68% ذلك إلى حرصهم على خصوصيتهم.

■ حدد أفراد العينة الأشخاص الذين لديهم إمكانية الاتصال عبر الخاص بالنسبة 35,92% من أفراد العينة بمزيج بين الذين يعرفونهم والذين لا يعرفونهم في الواقع، بينما حصرهم 34,19% من أفراد العينة في الأشخاص الذين لا يعرفونهم في الواقع، وحددهم 29,89% في الأشخاص الذين يعرفونهم في الواقع.

■ حدد أفراد العينة الأشخاص الذين لديهم إمكانية الاتصال عبر جدار الصفحة بنسبة 20,86% بمزيج بين الذين يعرفونهم والذين لا يعرفونهم في الواقع، بينما حصرهم 37,85% من أفراد العينة في الأشخاص الذين لا يعرفونهم في الواقع، وحددهم 41,29% في الأشخاص الذين يعرفونهم في الواقع.

■ صرح 59,35% أنهم قاموا باستخدام نظام الترشيح، بينما نفى 40,65% من أفراد العينة ذلك، إن هذا النظام يسمح بتحديد من يطلع على نشاطنا عبر الموقع، واستخدامه بنسبة كبيرة من طرف عينة الدراسة ينم عن اطلاعهم عن اعدادات الخصوصية للموقع وكذا تخوفهم من المشاكل التي يمكن أن يتعرضوا لها عبر الموقع فهوم في الأخير أبناء بيئة جزائرية ويعرفون حجم المشاكل التي يمكن أن يتعرضوا لها كالقرصنة، التشهير، القذف وعليه يستخدمون آليات الدفاع التي يتيحها الموقع.

■ يتفادى الشباب عرض الأصدقاء والمقربين عبر تقديمهم الخاص وبالتالي فهم لا يحبذون أن يطلع المستخدمون الآخرون على عائلاتهم حماية لهم، فهم يدركون بالتحديد المشاكل التي يمكن أن يتعرضوا لها.

■ بالنسبة للمعلومات التي يقدمها أفراد العينة على حسابهم عبر Facebook صرح 24,30% تقديمهم لمعلومات مرتبطة بالدين مقابل 75,70% الذين نفوا ذلك، بخصوص تاريخ الميلاد أكد 78,92% قيامهم بذلك مقابل 21,08% الذين نفوا ذلك أما رقم الهاتف أكد 82,80% أنهم لا يقدمونه عبر حسابهم في حين أكد 17,20% قيامهم بذلك، بالنسبة للعنوان نفى 85,38% تقديمهم لهذه المعلومة، في حين أكد 14,62% ذلك، أما فيما

يتعلق بالرأي السياسي صرح 66,02% تقديمهم لهذه المعلومة في حين نفي 33,98% ذلك، أما بخصوص الوضعية العائلية أكد 71,61% تقديمهم لهذه المعلومة مقابل 28,39% الذين نفوا ذلك و أخيرا فيما يتعلق بالصورة صرح 20,43% من افراد العينة انهم يعرضون صورتهم الحقيقية فيما نفي 79,57% ذلك، و هو ما يبين مدى أن الهوية الافتراضية مغايرة لحقيقة ذاتهم.

■ بخصوص المناسبات التي يفضل أفراد العينة التقاط صور السلفي فيها، وبهذا الشأن أكد 12,47% منهم أنهم يفضلون التقاط صور السلفي في المناسبات العائلية، في حين يفضل 20,43% التقاط صور السلفي خلال الخرجات والرحلات، من جهتهم صرح 15,91% أنهم يفضلون المناسبات الخاصة لالتقاط صور السلفي وفي الأخير عبر أغلب أفراد العينة بنسبة 51,18% أنهم ليس لديهم مناسبات محددة لالتقاط صور السلفي.

■ بالنسبة لمعدل التقاط صور السلفي أكد أفراد العينة بنسبة 34,19% التقاطهم لصور السلفي بمعدل عدة مرات في اليوم، في حين قدر 32,69% هذا المعدل بعدة في الأسبوع، و 15,27% بمررة واحدة في اليوم، و 9,68% بمررة واحدة في الأسبوع، بينما لم يحدد أي فرد من افراد العينة هذا المعدل بمررة واحدة في الشهر أو مرة واحدة في السنة.

■ قدر أفراد العينة معدل نشر صور السلفي عبر موقع Facebook، بمعدل 81,07% بينما قدره 12,69% بدائما وفي الأخير نادرا بنسبة 6,2%.

■ إن معدل التقاط الصور في عدة لقطات يؤكد عدم الرضى النفسي، وحب التمثيل لحدود النرجسية، كما أن تعليقات الاصدقاء على الصور يزيد من حجم التقاطها وبالتالي يزيد نشاط الموقع، وقد عبر أفراد العينة عن ذلك بعدة لقطات بنسبة 85,38%، في حين قدرت بلقطة واحدة بالنسبة لما يقدر بـ 14,62% من أفراد العينة

- وصف شعور أفراد العينة بعد نشرهم لصور السلفي عبر موقع Facebook بالجمال بنسبة 64,09%، في حين عبر عنه 58,28% بالفخر، بينما وصفه 57,42% بالفخر، من جهتهم عبر عنه 39,35% بالمحبة، و 38,28% بالطرافة، 31,18% بالرضا، 21,08% بالاطمئنان.
- فئة الذكور هي الأكثر التقاطا لصور السلفي، حسب أفراد العينة بنسبة 64,09% مقابل الاناث بنسبة 35,91%.
- الشريحة الأكثر التقاطا لصور السلفي، حسب أفراد العينة هم الشباب أكثر التقاطا بنسبة 93,12% مقابل المراهقين بنسبة 91,40%، و الكهول بنسبة 38,49%.
- الفئة الأكثر التقاطا لصور السلفي، حسب أفراد العينة هم المشاهير بنسبة 96,34% مقابل الفئة الشعبية بنسبة 83,23%، و الطبقة المتوسطة بنسبة 57,63%.
- يسبب السلفي الهوس وأمراض نفسية، وفي الوقت الذي وصف الأطباء النفسيون مستخدميها بالمختلين نفسيا، وجد آخرون أنها من نتائج التطور التكنولوجي.
- الأشخاص الذين يرتبطون بتصوير السيلفي وقضاء وقت طويل في تعديل الصور ونشرها على مواقع التواصل الاجتماعي يركز اهتمامهم على ذاتهم بشكل أكبر ويعتقدون أنهم أكثر ذكاء وجاذبية وأفضل من الآخرين، بالإضافة إلى وجود مشاكل في الشعور بالأمان والسلوك المتهور وعدم التعاطف ومراعاة الآخرين، بالإضافة إلى بعض سمات معاداة المجتمع والميل إلى تضخيم الذات.
- انتشار الصور الذاتية على مواقع التواصل الاجتماعي يساعد في تأكيد تضخيم الذات عند المستخدمين، لكن على الرغم من هذا تؤكد أنه ليس من الضروري أن يعاني الأشخاص الذين يلتقطون صور السيلفي وينشرونها بكثرة على الإنترنت من المشاكل

والاضطرابات النفسية، لكنها بعد انتشارها اليوم أصبحت نوعاً من السلوك الشائع والطبيعي.

■ إن مميزات السلفي عن الصور الأخرى في نظر عينة الدراسة متعددة حيث وصفها 39,79% بالمعبرة بينما عبر عنها 32,04% بالآنية في حين ميزها 28,17% من أفراد العينة بالحياة.

■ أكد أفراد عينة الدراسة طريقة عرضهم عبر الواب كام أنهم يكونون في الغالب مرتاحين في ذلك بنسبة 79,14%، بينما صرح 20,86% منهم أنهم يفعلون ذلك باحتشام، في حين أن كل أفراد العينة نفوا أن يتم عرضهم عبر الواب كام بصفة غير محتشمة.

■ لا يحبذ أفراد العينة الاطلاع على صفحاتهم الخاصة عبر موقع Facebook، من قبل 63,87% منهم أنهم لا يفضل أن يطلع الأولياء على صفحاتهم، يليهم الأساتذة بنسبة 62,15% ثم الأقارب بنسبة 42,80% فأصحاب العمل بـ 37,42% ثم الأصدقاء المقربون 26,45% وفي الأخير الزوجة أو الزوج بنسبة 8,82%.

■ أكد أفراد العينة استخدام خاصية التبليغ لموقع Facebook بنسبة 76,77% ، في حين نفى 23,23% منهم استخدامهم لها.

■ أكد أفراد العينة حذف أفراد العينة لصورة أو تعليق نشر من قبل شخص آخر عبر موقع Facebook بنسبة 79,14%، في حين نفى 20,86% منهم قيامهم بذلك.

■ عبر أفراد العينة عن شعورهم بالندم على نشر صورة أو تعليق عبر موقع Facebook حيث أن 76,77% منهم أنهم قاموا بذلك من قبل فيما نفى 23,23% ذلك.

■ مستوى ثقة أفراد العينة بالموقع كبيرة حيث أكد أفراد العينة اعتقادهم امتلاك موقع Facebook لرابط يسمح لهم بتسيير اعدادات الخصوصية و امتلاك Facebook لرابط يوجه إلى سياسة استخدام البيانات الشخصية، ضمان موقع Facebook الوصول في أي وقت لمعلوماتهم الشخصية من أجل الاطلاع عليها، تعديلها أو حذفها، امتلاك موقع Facebook لأفضل الإجراءات لتمكين المستخدم من تعديل المعلومات الشخصية الخاصة، إتاحة موقع Facebook خيار الكشف من عدمه عن معلوماتهم الشخصية لأطراف أخرى من مستخدمي، تطبيقات أو مواقع، لتأكيد امتلاك موقع Facebook لتكنولوجيا تشفير عالية الدقة تحمي معلوماتهم الشخصية، بذل موقع Facebook جهودا لتأمين معلوماتهم الشخصية و بذل موقع Facebook لجهود تأمين معلوماتهم الشخصي و هو ما يفسر نسبة اقبال الشباب لهذا الموقع.

■ قام أفراد العينة بتعديل اعدادات الخصوصية لحسابهم على موقع Facebook، بنسبة 84,09% ، في حين نفى 15,91% منهم قيامهم بذلك و هو ما يبرز اطلاعهم على هذه الاعدادات و حرصهم على تعديلها.

■ أكد أفراد العينة إمكانية تعرض حساباتهم على موقع Facebook للقرصنة، وهي من الاخطار التي تواجه المستخدمين على الموقع وما يهدد بياناتهم الشخصية رغم ما يقدمه الموقع من وعود فيما يتعلق بمستويات الحماية.

■ لا يأمن أفراد العينة باحتمال تعرضهم لانتهاك الخصوصية على موقع Facebook، حيث صرح 33,76% من أفراد العينة أن ذلك غير ممكن، في حين لم يبدي 23,23% منهم رأيهم في هذا الاحتمال، بينما أكد 21,08% هذا الاحتمال بتعبير ممكن، 15,05% ممكن جدا، وفي الأخير نفى 6,88% إمكانية انتهاك خصوصيتهم بتعبير غير ممكن جدا، وهو ما يفسر على أساس عدم الادراك بإمكانية حدوث انتهاك للخصوصية أو الفصل بين الحياة الحقيقية والافتراضية للمستخدمين.

- يمتلك أفراد عينة الدراسة إحساس بالسيطرة عند استخدامهم لموقع Facebook، كما أكدوا رفضهم لطلبات الصداقة عبر الموقع للاحتفاظ بالسيطرة على معلوماتهم الشخصية، كما أنهم عبر الموقع يشعرون أنهم قادرين على التأثير في سير الأمور.
- عبر غالبية أفراد العينة بإيجابية بخصوص النوايا المستقبلية تجاه استخدام موقع Facebook، باعتزامهم مواصلة علاقتهم مع الموقع، كما يوصون أصدقائهم بإنشاء حساب على الموقع، وتأكيد نيتهم في بذل جهود للحفاظ على علاقتهم مع الموقع.
- بخصوص مجموع الآثار التي تترتب عن استخدام موقع أبدو 35,70% إمكانية فقدانهم للخصوصية أو عدم محافظتهم على معلوماتهم، كما أكدوا امتلاك مهارات اتصالية عن طريق استخدام الموقع، و هم مدركين لاحتمال حدوث أضرار صحية نتيجة الاستخدام المفرط لموقع ، غير أنه يبقى رمزا للانفتاح و التحرر لدى الشباب، و بخصوص الأضرار السلبية يأيد أفراد العينة احتمال أن يؤدي الاستخدام المفرط للموقع إلى العزلة و الانطواء ، في حين لا يعتبرون أن استخدامه قد يؤدي إلى اكتساب سلوكيات منافية للمجتمع غير أنه بالمقابل لا يكسبهم سلوكيات حميدة، و قد أكدوا كذلك غياب التواصل مع المحيط الاجتماعي الواقعي.
- هناك فروق ذات دلالة إحصائية لإجابات أفراد عينة الدراسة حيث يبدي سكان المناطق الريفية والشبه حضرية نوعا من التآني والعقلانية في استخدامهم للموقع مقارنة بالمناطق الحضرية، خصوصا ما يتعلق بالبيانات الشخصية والصور، والحياة الخاصة، ويرجع ذلك بالأساس إلى طبيعة تلك المجتمعات التي مازالت تحافظ على نوع من التماسك الأسري كجماعة أولية بالإضافة إلى العلاقات الاجتماعية التي مازالت مترابطة وتآثر في سلوك الشباب.

مناقشة النتائج:

يتضح من خلال نتائج الدراسة مدى إقبال الذكور في الجزائر على استخدام Facebook مقابل الاناث، ويعود ذلك لتمتع الذكور في المجتمع الجزائري بأكبر قدر من الحرية الشخصية في استخدام هذه المواقع مقارنة بالاناث، كما أنهم يخضعن لسلطة العائلة، بينما تتقارب نسب الاستخدام لمختلف الفئات من 18 إلى 35 سنة، في حين أن هناك فارق في الإقبال بالنسبة للمناطق السكنية خصوصا لدى الاناث اللواتي يجدن عوائق في استخدامه في المناطق الريفية وذلك لطبيعة المجتمع المحافظة.

إن التطور الذي شهده العالم من حيث الابتكارات و الوسائل التكنولوجية كاللوحات الرقمية و الهواتف الذكية، و التي تتوفر السوق الجزائرية عليها وبأثمان معقولة زاد من إقبال الشباب على الموقع، كما أن خدمات الانترنت عبر الهواتف الذكية لمتعملي الهاتف النقال و العروض الترويجية التي يقترحونها ساهمت في انتشار الموقع في الجزائر فالعائق التقني المرتبط بانتشار الانترنت لم يعد مطروحا، كما أن التحسينات التي يشهدها الموقع من سنة إلى أخرى زادت من فعاليته و جاذبيته لدى الشباب، و في الأخير و ككل الشباب في العالم يعتبر موقع Facebook متنفسا للهروب من الواقع إلى العالم الافتراضي الذي يجذب هذه الفئة كثيرا.

أشارت نتائج الدراسة إلى وجود مستوى من مستويات الإدمان على الموقع لدى أفراد العينة والذي من سماته، قضاء أوقات طويلة على الموقع، الشعور بالرغبة في العودة إلى الموقع بعد مغادرته، القلق والتفكير المفرط فيما يحدث عند الابتعاد عن الإنترنت، وشعور بالحزن والاكتئاب عند الابتعاد لمدة أطول، الفشل في المحاولات المتكررة لتقليل عدد الساعات التي تقضى عبر الموقع، حيث أصبح Facebook متنفساً لحالات الاكتئاب التي تلازم العديد من شبابنا، ولم تعد ظاهرة اكتئاب Facebook خاصة بالمجتمع الأمريكي فقط بل انتشرت إلى العالم كما انتشر الفيس بوك، ووجود هذا المتنفس الافتراضي انتقل في دورة انعكاسية، من تفرغ شحنات سلبية من أجل الراحة في التعبير عن الحالات النفسية، إلى معزز سلبي للحالات الشعورية السلبية، وانتقالاً إلى تعزيز الحالات الاجتماعية كالطلاق العاطفي والتفكك الأسري والاعتراب والشك وعدم الثقة والنبد الاجتماعي...

يتنوع جنس أصدقاء افراد العينة بين الذكور والاناث ليتأكد الدافع العاطفي كأحد عوامل ارتباط الشباب بهذا الموقع، حيث يسمح لهم بفرص التعرف بالنسبة لكلا الجنسين دون مراقبة من طرف الاسرة أو المجتمع رغم ما في ذلك من أخطار، إذ يعتمد موقع Facebook طلبات الإضافة وهي من أهم الخدمات التي يقدمها والتي تدعم بناء علاقات الصداقة عبر الموقع، في حين يُتيح الموقع للمستخدم خاصية الموافقة أو رفض طلبات الصداقة وهو ما يجعل عدد الأصدقاء محدودا بالنسبة للبعض الذين لا يضيفون أي أحد إلى قوائمهم، في حين يكون العدد كبير جدا بالنسبة لمن يسعون للتعرف على أكبر عدد من الأشخاص فتتشكل قائمة الأصدقاء بالتنوع و هذا راجع للرغبة في خلق مجال أوسع للتفاعل ولزيادة حجم التواصل للفرد في المجتمع الافتراضي الذي تتيحه الشبكة حيث كلما زاد عدد الأصدقاء زادت نسبة التفاعل من خلال المشاركات المتنوعة والتي تتلقى ردودا عديدة بفضل تنوع الأصدقاء بين الجنسين وتعدددهم واختلاف آرائهم.

يتيح موقع Facebook بفضل خاصية الانتشار وعدم تأثره بالحدود الجغرافية والزمانية إمكانية التعارف بين الأجناس المختلفة، غير أن غالبية الشباب الجزائري يمتلكون قائمة أصدقاء مشكلة غالبيتها من داخل الوطن، وهذا يفسر بعدم التوافق الفكري، أو عدم التشارك في الأفكار، أو على العكس الترابط الفكري بين أفراد الوطن الواحد وتشاركهم في الأفكار والاهتمامات، كما يمكن أن تشكل اللغة عائقا أمام الشباب من أجل التواصل مع أشخاص من خارج الوطن.

إن اعتماد الشباب على موقع Facebook في عملية الاتصال بالأصدقاء يبرز أهمية الموقع كأحد البدائل الاتصالية بالنسبة لهذه الفئة، فهي تمتلكه، بالإضافة إلى أن جل الأصدقاء المفترضين موجودون عبر الشبكة، مما يؤدي إلى حتمية التواجد عبر الموقع بالنسبة لفئة الشباب فكل من لا يستخدمه ينظر إليه باستهجان كما يمكن أن يتعرض إلى العزل الاجتماعي لأنه لا يتواجد عبر الفضاء الرقمي، يمثل Facebook إذن أداة مناسبة لتقديم سبل التواصل وعرض الذات ضمن هذا العالم الذي يشجع على الزيادة في المجتمعات الشبكية وتطوير الذات الرقمية، يظهر Facebook بذلك كفرصة لعيش حياة اجتماعية علانقية أفضل، حتى أضحت اليوم ممارسات Facebook واحدة من الطقوس الاجتماعية القصرية إذ تظهر بعض خطابات

المستخدمين شكلا من أشكال المماثلة العلانية والتمييز السلبي للذين لا يستخدمون Facebook، ومنه تبرز أهمية الموقع ودوره في عملية الاتصال بالنسبة لهاته الأجيال التي تخلت فيما يبدو عن كل الوسائل الاتصالية الأخرى مفضلة الاعتماد على موقع التواصل الاجتماعي Facebook في ذلك.

يبرز مستوى التداخل بين المجالين الخاص والعام لدى الشباب الجزائري، ولهذا يعتبرون من النوع الأكثر عرضة لمخاطر نشر حياتهم الخاصة، وغيرها من المخاطر المرتبطة باستخدام Facebook، حيث أن الأشخاص الذين لديهم مئات الأصدقاء على موقع Facebook معرضون لمضايقات ومحتوى غير لائق، الأمر الذي يتسبب لهم في أضرار نفسية، ذلك أنه كلما زاد عدد الأصدقاء بات من الصعب تحديد توجهاتهم وسلوكهم.

تتلاشى الحدود الاجتماعية في موقع Facebook، خاصة عندما يشارك المستخدم كافة المعلومات الخاصة به مع الجميع، ونتيجة لذلك، يفقد الشخص الذي لديه مئات الأصدقاء على الموقع خصوصيته، ويعرض نفسه لأضرار نفسية تطال سمعته، ويصبح ضحية لسوء استخدام البيانات من قبل الآخرين، على الرغم من أن صداقات الإنترنت تسمح بمزيد من التواصل الاجتماعي والإنساني إلا أنها في الكثير من الأحيان تفقد الشفافية والمصادقية، كما أن هذا النوع من الصداقات قد يسهم في زيادة الفجوة الأسرية، قضاء ساعات طويلة أمام شاشة الحاسوب يزيد من عزلة الفرد وانطوائيته عن محيطه الاجتماعي الطبيعي، وربما قد لا يتواصل مع أسرته وأخوته في نفس المنزل بنفس الطريقة التي يتواصل بها مع الغرباء عبر الإنترنت، و عليه فإن كثرة الأصدقاء على Facebook تفقد الشخص خصوصيته، كما أن الأشخاص الذين تضم حساباتهم مئات الأصدقاء الافتراضيين، أكثر عرضة إلى تعليقات قد تدمر سمعتهم فالحدود الاجتماعية تتلاشى في Facebook خاصة عندما يشارك المستخدم كافة المعلومات الخاصة به مع الجميع و هو يفسر الآثار السلبية التي يعاني منها الشباب الجزائري في الجزائر.

إن صورة الحساب على موقع Facebook من الأمور الأساسية التي يراعيها الشباب في تقديم أنفسهم ففي حين تختار الاناث صور غير حقيقية وتكتفي بصور لفنانات أو أطفال، فإن الذكور بدورهم لديهم بدائل أخرى كنجوم الرياضة أو فنانيين معروفين، إن تمثل الشباب في

الفضاء الرقمي، يدفعهم إلى الحديث عن شؤونهم الخاصة أو بالأحرى خصوصيتهم وهو ما يدفعهم إلى اختيار أشخاص لا يعرفونهم في الواقع، كما أن ملامح الهوية المرتبطة بالبيانات الشخصية أساسا والتي يتحكم فيها المستخدم تتيح لهم التخفي بين جدران العالم الافتراضي لـ Facebook فيتيح لهم ذلك التعارف مع الآخرين والحديث إليهم دون الخوف على حقيقتهم، كما أن المواضيع الحميمة التي تستهوي الشباب أساسا تدفعهم إلى اجتناب معارفهم والحديث إلى اشخاص لا يعرفونهم في الواقع و هو ما يزيد من حجم الاخطار.

على الرغم من عدد الصداقات الجديدة، فإن حذف الأصدقاء يعد شكلا من أشكال "الرفض الإلكتروني" و الذي يمكن أن يكشف الكثير عن طبيعة الصداقة الواقعية بين هؤلاء الأشخاص، من جهة أخرى فإن إعدادات أمان Facebook تختلف عن إعدادات الخصوصية عبره فبخصوص الأمان يهتم الموقع بتقديم أقصى درجات الأمان والحماية للحساب لتأمينه من محاولات اختراق القرصنة وحمايته من سرقة المحتوى، أما في حالة الخصوصية فيهتم الموقع بتحديد من هم الأصدقاء المخولين برؤية المحتوى الذي ينشر من أجل الحفاظ على خصوصية المنشورات والصور على الشبكة، لكن عامل التشبيك وعرض الذات الذي هو أساس موقع Facebook يهدد الخصوصية أكثر مما يحميها.

تتعدد أسباب عدم السماح بالاطلاع على منشورات الصفحة الخاصة بالمستخدم بين طبيعة الموضوعات الحميمة، أو الخوف من التعرض إلى القرصنة والقذف، الحرص على الخصوصية.

إن الاطلاع على اعدادات الخصوصية للموقع ينم عن التخوف من المشاكل التي يمكن أن يتعرض لها المستخدم الشاب عبر الموقع فهو في الأخير إبن بيئة جزائية ويعرف حجم المشاكل التي يمكن أن يتعرض لها كالقرصنة، التشهير، القذف وعليه يستخدم آليات الدفاع التي يتيحها الموقع، كما يعمل على تفادي عرض الأصدقاء والمقربين عبر تقديمه الخاص وبالتالي فهو لا يحبذ أن يطلع المستخدمون الآخرون على عائلته حماية لهم، فهو يدركون بالتحديد المشاكل التي يمكن أن يتعرض لها، وهذا لا يعبر عن مستوى وعي بالأخطار الموجودة عبر الموقع أكثر

من تراكم هوياتي جمعي يؤسس لهذه الآلية الدفاعية المبنية على ذهنية نابغة من التركيبة الاجتماعية للفرد الجزائري.

تأكيدا لذلك وبالنسبة للمعلومات التي يقدمها الشباب على حسابهم عبر Facebook نفى الشباب تقديمهم لمعلومات حقيقية تتعلق بالدين، تاريخ الميلاد، رقم الهاتف، العنوان، الرأي السياسي، الوضعية العائلية أو بالصورة، تبرز من خلال ما تقدم ملامح الانفصام في عيش الفرد بشخصية على أرض الواقع باسمه الحقيقي مخالفة للشخصية التي يعيش بها افتراضيا وباسمه الافتراضي، أو أن تكون في أقصى درجاتها، وهي حدوث حالة الانفصام الحقيقية، بتقمص هويات أشخاص معينين مشهورين أو غير مشهورين، أو تقمص هوية خيالية، لتضطرب حياة العديد من الشباب في انفسامية اتسعت نحو العالم الافتراضي، إلى هذا الفضاء "Facebook"، وهي النتيجة التي أدت إلى بروز ظواهر لم تكن قبلاً كحالات اكتئاب أو إدمان Facebook، ليتحول هذا الفضاء الافتراضي نحو منعطف غير متوقع، من فضاء الحريات والتفاعلات إلى هروب واغتراب نفسي اجتماعي، ورهاب مواجهة للمشكلات و نقص في التجارب الواقعية.

تعتبر ظاهرة الصور الذاتية أو السلفي من الظواهر المستحدثة و التي يشكل موقع Facebook فضاء أساسيا لها، إذ بفضل الكثير من الشباب التقاط صور السلفي في الكثير من المناسبات، العائلية منها أو خلال الخرجات والرحلات، المناسبات الخاصة، أو دون تحديد مناسبات بعينها، غير أن معدل التقاط صور السلفي الذي يتعدد من عدة مرات في الأسبوع إلى عدة مرات في اليوم و بلقطات متعددة، الذي يحيل عدم الرضى النفسي، وحب التظاهر لحدود النرجسية، كما أن تعليقات الاصدقاء على الصور يزيد من حجم التقاطها وبالتالي يزيد نشاط الموقع، و هو ما يعبر عنه الشباب بوصف شعورهم بين الجمال، الفخر، الاطمئنان، و بهذا يسبب السلفي الهوس وأمراض نفسية بعده من نتائج التطور التكنولوجي.

الأشخاص الذين يرتبطون بتصوير السيلفي وقضاء وقت طويل في تعديل الصور ونشرها على مواقع التواصل الاجتماعي يركز اهتمامهم على ذاتهم بشكل أكبر ويعتقدون أنهم أكثر ذكاء وجاذبية وأفضل من الآخرين، بالإضافة إلى وجود مشاكل في الشعور بالأمان

والسلوك المتهور وعدم التعاطف ومراعاة الآخرين، بالإضافة إلى بعض سمات معاداة المجتمع والميل إلى تضخيم الذات، من جهة أخرى يحيل انتشار الصور الذاتية على موقع Facebook إلى تأكيد تضخيم ذات عند المستخدمين

إن مستوى ثقة الشباب بالموقع كبيرة بفضل اعتقادهم امتلاك موقع Facebook لرابط يسمح لهم بتسيير اعدادات الخصوصية وامتلاكه لرابط يوجه إلى سياسة استخدام البيانات الشخصية، مع ضمانه الوصول في أي وقت لمعلوماتهم الشخصية من أجل الاطلاع عليها، تعديلها أو حذفها، وامتلاكه لأفضل الإجراءات لتمكين المستخدم من تعديل المعلومات الشخصية الخاصة، إنه هذه الثقة تولد لدى المستخدم شعورا بالسيطرة على الأمور وعدم التخوف من الآثار السلبية لموقع Facebook وهو ما يفسر نسبة الاقبال الكبيرة للشباب لهذا الموقع و تقديمهم للمزيد من البيانات و مساهمتهم الفعالة لنشاط الموقع.

يؤكد العديد من الشباب قيامهم بتعديل اعدادات الخصوصية لحسابهم على موقع Facebook وهو ما يبرز اطلاعهم على هذه الاعدادات وحرصهم على تعديلها، لتفادي للقرصنة، وهي من الاخطار التي تواجه المستخدمين على الموقع وما يهدد بياناتهم الشخصية رغم ما يقدمه الموقع من وعود فيما يتعلق بمستويات الحماية، في حين أنهم لا يأمنون باحتمال تعرضهم لانتهاك الخصوصية، وهو ما يفسر على أساس عدم الادراك بإمكانية حدوث انتهاك للخصوصية أو الفصل بين الحياة الحقيقية والافتراضية للمستخدمين الشباب.

تتعدد الآثار التي تترتب عن استخدام موقع Facebook بين إمكانية فقدانهم للخصوصية أو عدم محافظتهم على معلوماتهم، واحتمال حدوث أضرار صحية نتيجة الاستخدام المفرط لموقع الذي يؤدي بدوره إلى العزلة والانطواء وغياب التواصل مع المحيط الاجتماعي الواقعي.

يبيد سكان المناطق الريفية والشبه حضرية نوعا من التآني والعقلانية في استخدامهم للموقع مقارنة بالمناطق الحضرية، خصوصا ما يتعلق بالبيانات الشخصية والصور، والحياة الخاصة، ويرجع ذلك بالأساس إلى طبيعة تلك المجتمعات التي مازالت تحافظ على نوع من التماسك الأسري كجماعة أولية بالإضافة إلى العلاقات الاجتماعية التي مازالت مترابطة وتأثر في سلوك الشباب.

فتحت الخصائص التي يتميز بها Facebook نوافذ عدة مؤسسة على خصائص عالم الأنترنت الافتراضي لذوات الشباب الجزائري لتعبر عن نفسها، بين النشر، والتدوين، والمشاركة، والاتصالات، واستعارات الأسماء والصور، ومجموعات الأصدقاء... كلها في لبها بدائل حلول لما يواجهه شبابنا، سلبيًا كان أو إيجابيًا، لكنه في الأخير انعكاس محدد المعالم لوعي الذات عندهم.

وغير بعيدين عن المستحدثات على ساحة موقع Facebook ، تعكف مراكز أبحاث عدة مؤخرًا على البحث في ظاهرة جديدة أطلق عليها اكتئاب Facebook الذي تلا مجموع المستحدثات النفسية للعالم الافتراضي، كالإدمان والمهلوسات الافتراضية، وبات هذا العالم الافتراضي هو البيت والمأوى، هو الصديق والأسرة، هو منصة التعليم واللعب، هو الفرد والمجتمع.

كما أن حيز العلاقات الاجتماعية بين المستخدمين وحدودها تغيرت وتداخلت إلى درجة الحديث عن تمظهرات الهوية الافتراضية في ضوء سياقات مفتوحة، قد تسقط فيها الكثير من الحواجز الشخصية التي قد تهدر خصوصية العلاقات الإنسانية، وبخاصة إذا لم يلتزم أطراف التواصل بالتحكم في عملية برمجة الحساب الشخصي، وفق مقاييس تقنية محددة تضمن خصوصية الهوية الافتراضية.

خاتمة

استطاعت وسائل التواصل الاجتماعي أن تتبنى نظاماً أكثر قدرة على تنمية مشاركة المستخدم وتحقيق درجة أعلى من التفاعلية والتحكم في الاتصال، وهو ما برز بشكل واضح من حيث التأسيس لحرية الرأي والتعبير وتبادل المعلومات، وبالتالي فلا نبالغ إذا قلنا إن أهم ما يميز مواقع التواصل الاجتماعي هو التفاعلية والارتقاء بدور المستقبل إلى مستوى المشاركة بنسبة كبيرة في العملية الاتصالية، وأن محصلة الجهود المبذولة في تطوير تكنولوجيا الاتصال الحديثة هي تحقيق أكبر قدر من تفاعلية المستقبل مع عناصر العملية الاتصالية وتأثيره فيها.

واكب العالم العربي من جهته هذه التطورات التكنولوجية الحديثة، حيث ظهرت أجيال من الشباب العربي لديها أحلام وتطلعات وآمال جديدة وكبيرة حول مستقبلها ومستقبل وطنها، تلك التطلعات خلقت لديه مزيداً من الشغف لمعرفة المزيد عن العالم الذي نعيشه ومحاولة بناء طرق للتواصل والتعارف مع هذا العالم، حيث أصبح لكل شاب على مواقع التواصل الاجتماعي صفحته الخاصة به والتي تمكنه من التواصل ببسر.

يمكن النظر للتغير الاجتماعي الذي طرأ بعد ظهور مواقع التواصل الاجتماعي برؤية جدلية قيم حتمية تقنية الاتصال والمجتمع التي تتخذ مسارين الحتمية التقنية والحتمية الاجتماعية، إلا إن التفسير الذي قدمه بعض المفكرين في اختلاف معدل التغير في كل من الثقافة المادية واللامادية، نتيجة التأثير التقني في المجتمعات يعدّ الأساس في التحليل الاجتماعي لتقنية الاتصال، مع احتمال حدوث تصادم بين التغير التقني والتغير الثقافي، ويترتب عليه خلل وظيفي مما يؤثر في تفكير أفراد المجتمع، وتوتر القيم والإيديولوجيات السائدة.

تنطبق هذه الحقيقة على المجتمعات العربية التي تعرف حركية اجتماعية متواصلة لم تفض إلى صقل اجتماعي تتمايز فيه البنى الاجتماعية والسياسية، فالقوى الاجتماعية المتدافعة، في المنطقة العربية، مازالت قيد الصياغة والتشكّل، كما أن المنطلقات الفلسفية للبحوث الكمية لا تسمح بالاعتقاد بوجود خط فاصل بين ما هو تقني وما هو اجتماعي،

لأنهما يتفاعلان، باستمرار، في الحياة اليومية، بمعنى أن البعد الفكري للمنهج النوعي يسمح بالملاحظة الدقيقة لكيفية ولوج ما هو تقني في الحياة الاجتماعية، ولا يعطي الفرصة للأشخاص الذين يتعاملون مع وسائل الاتصال الحديثة بتشخيص ما هو تقني أو اجتماعي فقط، بل يسمح بإبراز تمثلهم لما هو تقني، والذي على أساسه يتضح استخدامهم له.

إن استدعاءنا لمفهوم المجال العام في ظل شبكات التواصل الاجتماعي، يبرز تلك المساحات الواسعة التي يقوم أعضاء هذه الشبكات بتناول ما يستجد لديهم من قضايا وإشكالات، ليخلصوا بموجب ذلك، إلى صيغة ما لكيفية عيشهم وعملهم معاً وبشكل جماعي، في الحاضر كما في المستقبل على حدٍ سواء فتبدو شبكات التواصل الاجتماعي من هذه الزاوية، طيّعة ومرنة وسهلة المباشرة، إذ المشاركة فيها مفتوحة، وكل القضايا قابلة للطرح والمداولة، ومواقف الأطراف المشاركة متساوية، والعملية لا تلتفت كثيراً إلى التمايزات الاجتماعية أو الاقتصادية أو الثقافية أو غيرها، بهذا أحدثت مواقع التواصل الاجتماعي تداخلاً كبيراً بين المجالين العام والخاص مما أثر بالضرورة على خصوصية الأفراد فأساس التواصل داخل الفضاءات الافتراضية هو ما يقدمه المستخدمون من معلومات وبيانات مختلفة مهما كان شكلها.

يحيل النقاش المعاصر حول الخصوصية، في الغالب، إلى قيم الحرية والكرامة الشخصية التي تعدّ تجسيداً لها، فحماية الحياة الشخصية ليست حقاً أساسياً مثل بقية الحقوق فحسب، بل إنها شرط ضروري لممارسة بقية الحقوق والحرريات الأساسية، ونظراً لأهمية هذا الحق فقد نصت عليه مختلف الدساتير والتشريعات في كل الدول باستثناء بريطانيا التي عبرت عنه بمصطلح بديل وهو الحق في حماية المصالح الخاصة.

إن الحاجز الذي يفصل الحياة الخاصة عن الحياة العامة ليس سوى حدّ استراتيجي يتغيّر حسب المجتمعات والثقافات، فلكل ثقافة تصور لها للخصوصية، فما تدرجه هذه الثقافة في خانة الخصوصية لا يعتبر كذلك في ثقافة أخرى، بل إن مفهوم الخصوصية يتغير في المجتمع الواحد حسب السياقات و هو ما يزيد من صعوبة حمايتها، و موقع Facebook

من جهته ليس بعيدا عن هذه اتهام انتهاكها، حيث قام الكثير من الأشخاص بتقديم شكاوي وتقارير تدين موقع التواصل الاجتماعي فيسبوك بانتهاك خصوصية المستخدمين.

لا يمكن حماية الحياة الخاصة من كل اختراق في المجتمع المعاصر الذي تبنى فلسفة "أنا أظهر إذا أنا موجود" فالتنافس في مجالات كثيرة أصبح يجرى على أرضية تسويق الذات والمقدرة على الظهور والبروز أمام الملأ، ومن يسوق ذاته يجبر على إمطة اللثام عن خصوصيته ليس هذا فحسب، فأبناء الجيل الحالي يتسابقون للكشف عن حياتهم الخاصة، عن طيبة خاطر، عبر Facebook من خلال مشاركة صور السلفي، والحديث عن إنجازاتهم وإجازاتهم.

مما تقدم لا يمكن أدراك العلاقة بين الفضاء العام و هذا الشكل من الاتصال الافتراضي دون التطرق لنظرية المجال العام بوصفها نظرية الاعلام الالكتروني فالأسس النظرية للإعلام الإلكتروني مبنية على النظرية التي صاغها الفيلسوف الألماني HABERMAS Jürgen والتي تسمى بنظرية المجال العام.

أصبح مصطلح المجال العام مفهوماً مركزياً في مجال الدراسات الإعلامية في السنوات الأخيرة، إذ تشرح النظرية كيف أن وسائل الإعلام نقلت النقاش من المجال العام إلى المجال الخاص، كما أكد فيها أن وسائل الاعلام الالكتروني تخلق حالة من الجدل بين الجمهور تتيح تأثيرا كبيرا في القضايا العامة وتؤثر على النخبة والنخبة الحاكمة والجمهور مما يعني أن ثقافة الانترنت أصبح لها جماهيرها وشعبيتها وهي في ازدياد مطرد.

دعم Facebook فكرة ساحات النقاش حول المجال العام المشترك الذي يجمع أفراد الرأي العام ويدخلهم في حالة حوار حول القضايا التي يهتمون بها، ويتأسس هذا النوع من النقاش على فكرة التفاعلية التي تفوق بها الانترنت على وسائل الاعلام التقليدية، فالإنترنت دعم مفهوم ديمقراطية وسائل الإنتاج الإعلامي ويسر فكرة المشاركة بين مجموعة من الأفراد في مساحة تتيح لهم تبادل الرأي والمعلومات حول القضايا الخلافية، وتقريب وجهات النظر بينهم، فدعم من خلالها عملية الاتصال بين الجماعات وتشمل أجندة الاهتمامات التي

يتم الاتصال حولها بكل ما يتعلق بشؤون الحياة اليومية والثقافة بكافة أشكالها، لكن هذا لا ينفى الآثار السلبية لاستخدام Facebook و عدم وضوح الحدود بين المجال العام و الخاص عبره.

يرى كثير من علماء النفس في هذا الشأن أن لمواقع التواصل الاجتماعي تأثيرات يمكن تصنيفها بالتأثيرات السلبية لمواقع التواصل الاجتماعي على الشباب خصوصا، فتلك المواقع على الرغم من أنها تعزز الاتصال المجتمعي، إلا أن استخدامها يؤدي إلى نوع من أنواع الإدمان الذي يقود إلى العزلة، إذ أنها تكسب مستخدميها نوع من الانطوائية وتعطيهم فرصة للهروب والتعامل مع عالم افتراضي ومع أشخاص غير حقيقيين إن صح التعبير، أو على الأقل لا يدخلوا في نطاق دائرة المعارف والأقارب ولا يستطيعون رأيهم في نطاق مجتمعهم فهم غرباء عنهم و لا يستطيعون أن يتعاملوا معهم بشكل مباشر.

وهنا لنا ان نسأل عن أهمية التحسيس والتوعية في الاستخدام المسؤول لموقع Facebook، والدور الذي يمكن أن تلعبه المدارس، المؤتمرات وورش العمل في ممارسات الشباب عبر الانترنت، وهو الدور الذي لا يمكن أن يتكفل به الأولياء فقط لعدم تحكمهم بهذه التقنية.

يتخذ المجتمع الافتراضي سمات متميزة تجعله فضاء مثالياً للتواصل، وبخاصة بالنسبة إلى الأجيال الشابة التي أضحت الثقافة الرقمية المرتكزة على الصورة تشغل حيزاً مهماً من حياتها بكل ما تحمله من رموز ودلالات، قواعد التواصل والتبادل، علاقات اجتماعية، وجماعات افتراضية... والتي أوجدت نظاماً جديدة لإثبات الذات بعد أن أصبح جزءاً من الحياة الاجتماعية للفرد حياة رقمية بامتياز، ما انعكس على ثقافة الشباب، وبخاصة كونهم الشريحة الأكثر تأثراً بفاعلياتها، والتي أضحت أكثر ارتباطاً به ما أثر في تصوراتها واتجاهاتها في الواقع.

يتأسس المجتمع الافتراضي باعتباره تجمعات اجتماعية افتراضية يتواصل عبرها الفاعلون في سياق ثقافي مفتوح لفترة زمنية وغاية محددة من أجل إشباع اهتمامات معينة تفترض بناء علاقات اجتماعية افتراضية يحددها التمازج بين العالمين الافتراضي

والواقعي، والمنظومة القيمية التي توطرهما وتوجه سياق التفاعل بينهما، ذلك أن التفاعل في ضوء المجتمع الافتراضي يتخذ وجهات متباينة، بحسب طبيعة القيم المشتركة التي يتقاسمها أطراف التواصل، والتي تحدد درجة الارتباط بينهم، استمرارية علاقاتهم ونمو الشبكات التنظيمية العلائقية المتمخضة عنها والتي تسمح بنمو المجتمع الافتراضي.

تعد مظهرات الهوية الرقمية في الفضاء الافتراضي انعكاساً مباشراً لتمثلات جزء بسيط من الذات الفاعلة في الواقع، سواء من حيث طبيعة قيمها أو تصوراتها التي تؤسس وجودها الاجتماعي والرقمي على حد سواء، بحكم أن جزءاً مهماً من تمثلاتها في المجتمع الشبكي قد تكون مزيفة وتعبّر عن مُثل وتطلعات لا تمت بصلة إلى الواقع، لكنها في الوقت ذاته، قد تعكس بعض المضامين التي تبحث لها عن وجود في الواقع، لهذا قد تبرر ممارساتها المقنعة أو المزيفة في الفضاء الافتراضي محاولاتها للتخلص من القيود الاجتماعية في الواقع الفعلي، مع ضرورة الأخذ بعين الاعتبار اختلاف تلك التمثلات والدلالات باختلاف مواصفات الفئات الاجتماعية، وطبيعة المجموعات الافتراضية التي تشترك فيها، والغايات التي تسعى إليها، و عليه، فإن ممارسات عرض الذات في الفضاء الافتراضي، يمثل رهاناً اجتماعياً حقيقياً بالنسبة إلى المستخدمين من حيث درجة تمثيلهم للقيم الاجتماعية، وكيفية تفاعلهم معها، وكيفية تقبل الآخرين لهم.

غالباً 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، لكن هذا لا ينفي أن كثيراً منهم يحاول أن يكون صادقاً في كل ذلك، ولكن الأمر المشترك في معظم المتمثلين افتراضياً، هو تمثيلهم بما يريدون من الآخرين أن يروهم به.

أصبح من الضروري إذن دراسة الهويات النمطية المتداولة في الفضاء الافتراضي، وبخاصة ذات التأثير الواسع، من حيث تركيبتها والمؤثرات الثقافية التي هي عرضة لها لفهم مجراها وإدراك حقيقة قوة حضور الآخر في مظهر الذات، فسياق التداول الافتراضي

يجعل أطراف التواصل محل عملية تنشئة إلكترونية مستمرة بحكم أنها تتفاعل وتتواصل في فضاء ثقافي مفتوح يتجاوز الطابع المؤسسي التقليدي الواضح الحدود والمعالم.

يعد الحق في حرمة الحياة الخاصة من أهم حقوق الإنسان، باعتباره جوهر الحقوق والحريات الشخصية التي تشكل الإطار الذي يستطيع الإنسان في داخله أن يمارس حقه في حرمة حياته الخاصة، فلا بد من توافر هذه الحقوق والحريات الشخصية بصفة عامة حتى يمكن للإنسان بعد ذلك أن يتمتع بخصوصيته وأن يطالب بحماية حقه فيها، ورغم ذلك لم يرد تعريف لذلك الحق في التشريعات العربية أو حتى الأوروبية مما يعكس صعوبة بيان ماهية حرمة الحياة الخاصة.

أثار موضوع حماية حرمة الحياة الخاصة للإنسان كثيرا من الجدل في الفقه المقارن، واهتم الفقهاء بتناول هذا الحق في كتاباتهم رغم اختلافهم في تعريفه، فقد حرصوا على الحديث عنه، ومما يعكس المكانة البارزة لهذا الحق واهتمام الدساتير في معظم دول العالم بالنص عليه، وحمايته من الاعتداءات المختلفة.

إلا أنه لكي نحدد حق الإنسان في حرمة حياته الخاصة نواجه مشكلة تعريف هذا الحق، وهذه المسألة من المسائل الدقيقة التي اختلف الفقه والقضاء المقارن بصدها حتى أن الاتجاه العام الآن ينتهي إلى أن وضع تعريفا محددا لها ليس بذي أهمية، ويفضل أن يترك أمر هذا التحديد للقضاء يقضي به تبعا للظروف والعادات والتقاليد التي توجد في كل مجتمع، وما قد يلحق بها من تطور وتغيير، ذلك أن الحق في حرمة الحياة الخاصة حق نسبي، وما يدخل في نطاقه أمور تختلف باختلاف الزمان والمكان والشعوب والمجال القانوني.

لا يزال تعريف الحق في الخصوصية من أدق الأمور التي تثير الجدل كما سبق ذكره ويرجع ذلك إلى أن حرمة الحياة الخاصة فكرة مرنة ليس لها حدود ثابتة، فهي لا تختلف باختلاف الأقطار فحسب بل باختلاف الأفراد أنفسهم بحسب أعمارهم وشخصياتهم، وما يستدلونه من حرمة على خصوصياتهم، ومع ذلك تجدر الإشارة إلى أن الصعوبات التي تحول دون وضع تعريف محدد للحق في الخصوصية، لا تمنع من أن

نلمس بعض الأسس التي يمكن الاستدلال بها في تحديد المقصود من هذا الحق من جهة وإيجاد طريقاً فاصلاً بين فكرة حرمة الحياة الخاصة والأمور المتشابهة معها من جهة أخرى للوصول إلى تحديد هذا الحق، وهو الإطار الموضوعي والنسبي لحرمة الحياة الخاصة.

لقد استطاع الإنترنت فعلاً أن يدخل العالم ضمن العالم الواحد من خلال التفاعلات على الخط، والثقافة الرقمية، والمجتمعات الافتراضية، والمنتديات على الخط، والتعلم الاجتماعي... والكثير من العناصر المشتركة التي جعلت الفرد الإنساني ينتمي إلى العالمية ويصبح عضواً فاعلاً في المجتمع العالمي مع أصدقائه العالميين، الذي بات يجمعه وأياهم الكثير من القضايا الاجتماعية والثقافية والسياسية والاقتصادية والعاطفية... مساهمة في عليه، فإن أولويات إرساء الدعائم الأخلاقية في بلورة الهوية الرقمية تقتضي على المستخدم الاستفادة من هامش الحرية المتاحة له في المجتمع الافتراضي مع تحمل مسؤوليته الأخلاقية تجاه المتداول الرقمي في المجال العام الافتراضي ليمارس اهتماماته المشتركة ويتقاسمها مع الآخرين، مع أولوية التعبير عن المنظومة الثقافية والحضارية للمجتمع الذي ينتمي إليه مكاناً وزماناً، كذلك العمل على خدمة مجاله العام بصورة هادفة، ليس كملاحظ فحسب بل كممارس أيضاً؛ فطبيعة التحولات التي عرفتتها المجتمعات العالمية أثبتت أن تصاعد مدّ الحركات الاجتماعية أثبت فاعلية المجال العام الافتراضي، ولكنه من جهة أخرى جدد التساؤلات المركزية حول التحديات التي تواجهها الهويات الوطنية، وبخاصة مع تصاعد النقاش الحضاري حول الهوية والكونية والذات والشبكة التي قد تسحب المواطن الافتراضي إلى نطاقات عالمية مزيفة، وتفقد صلته مع مواطنته الحقيقية.

إن حدود الهوية الرقمية في العالم الافتراضي غامضة المعالم، إذ لا تحددها حدود جغرافية أو تضبطها منظومة قيمية، فهي فضاء مفتوح لا محدود لمواطنين كونيين من مختلف الأعراق والأجناس والخلفيات الثقافية، وعليه، فهوية كل مواطن تتدرج من هويته الوطنية لتمتد إلى أبعاد عالمية، فالتحديات التي جاءت بها التكنولوجيا العولمة بفعل تأثيرات تكنولوجيا الإعلام والاتصال بمختلف وسائلها، وربط تأثير الرسالة في الوسيلة المستخدمة،

فإن البعد القيمي والحضاري للمضمون الذي تحمله الرسالة الإعلامية هو أساس التحدي اليوم، فالمضمون المتداول رقمياً هو مضمون حامل لقيم، وبخاصة أن التأثير في ضوء المجتمع الشبكي يتخذ طابعاً انفعالياً.

ليس الأمر كذلك فحسب، بل حتى منطق الفعل ورد الفعل في ظل الشبكات الاجتماعية في تغير مستمر تحكمه متطلبات التواصل الافتراضي عبر الشبكة المترامنة واللامترامنة، والتي قد تتطلب رداً فورياً أو متقطعاً، والتي تنعكس على منطق التواصل الإنساني.

كما أن حيز العلاقات الاجتماعية بين المستخدمين وحدودها تغيرت، وأضحى حدود الحيز الشخصي والمهني والاجتماعي جد متداخل إلى درجة الحديث عن تمظهرات الهوية الافتراضية في ضوء سياقات مفتوحة، قد تسقط فيها الكثير من الحواجز الشخصية التي قد تهدر خصوصية العلاقات الإنسانية، وبخاصة إذا لم يلتزم أطراف التواصل بالتحكم في عملية برمجة الحساب الشخصي، وفق مقاييس تقنية محددة تضمن خصوصية الهوية الافتراضية وتتيح لها المشاركة في الفاعليات الافتراضية المختلفة. وعليه، من بين أهم أخلاقيات التواصل التي تحقق للهوية الافتراضية استقرارها وتضمن للمواطنة الافتراضية فاعليتها، لأنها ستنعكس حتماً على الممارسة الواقعية الهادفة، وهي: التعارف وهو ضرورة بشرية، احترام حرية الآخر، احترام الحيز الشخصي لأطراف التواصل، المشاركة والعطاء والعمل الجماعي، الفاعلية أثناء عملية التواصل، تحفيز الآخر وتشجيعه، وغيرها من القيم الحضارية الهادفة التي تجدد اتصال الإنسان بعناصر هويته التي تجدد حقيقة اتصاله الوثيق بالقيم المشتركة التي تجمعها بها عبر الأرض، الدين، التاريخ، اللغة، الثقافة، المصالح المشتركة، ولا يتحقق ذلك إلا من خلال إعادة بعثها من المجتمع المدني الافتراضي إلى الممارسة الواقعية عبر ممارسات حقيقية هادفة.

أدى ظهور الشبكات الاجتماعية التي تعمل على نموذج "الظهور المفرط" إلى الاخلال بمنطق جمع البيانات الشخصية، فبالنسبة لمستخدمي الفيسبوك يظهر التسجيل الطوعي على أنه "شيء طبيعي تماماً" وليس فرصة لتقديم وتجميع كتلة من البيانات

الشخصية عن أنفسنا، وهو ما يحفز المتخصصين في مجال التسويق الرقمي لاستخدام هذا "الشكل الإبداعي" للحصول على مشاركة إرادية يؤدي إلى جمع البيانات، وقد أدت هاته الممارسات الواسعة النطاق عبر الشبكات الاجتماعية على الانترنت إلى كسر الحواجز النفسية التي تكبح الكشف عن المعلومات الشخصية، ففي الواقع ترسم ممارسات الشبكات الاجتماعية الخطوط العريضة لـ "القبول الطوعي" لعرض الذات.

رغم أن الفرد يملك حرية الانتساب إلى الفيسبوك، إلا أن هذا لا يعني أنه يعي نطاق الكشف عن الذات، وعلاوة على ذلك فحرية أن تكون أو لا تكون في الفيسبوك تبدو مقيدة إذ تخضع لضغوط الأصدقاء والخوف من التهميش اللذان يلعبان دورا أساسيا في قرار الاندماج في الشبكة فنحن مجبرون أن نكون ضمنها حتى لا نكون معزولين اجتماعيا.

كل المواقف الموصوفة هنا تؤكد اهتمامها بمفهوم تحديات الخصوصية، الذي يمكن تحديده في التناقض بين عدم الثقة والقلق الحقيقي بشأن التهديدات الحقيقية التي تهدد الحياة الخاصة من ناحية، والرغبة القوية لعرض الذات طواعية عن طريق تقديم معلومات قد تؤثر على الخصوصية من ناحية أخرى، ففي حين يبدي غالبية المستخدمين قلقهم من تحديات الخصوصية على شبكة الإنترنت، أو يتحسرون أحيانا لعدم وجود حماية قانونية لها، قليلون هم النشطاء في مجال حماية الحياة الخاصة أو المطالبة بحماية البيانات الخاصة، وهو ما يشكل زاوية أخرى لتحديات الخصوصية متمثلة في هذه الفجوة بين التصريحات والممارسات.

إنه لمن الشائع لدى مستخدمي الفيسبوك سوء تقديرهم للمخاطر الناجمة عن هذا الاستخدام وبالأخص تلك المرتبطة بنشر البيانات الشخصية، النمذجة الذاتية وعرض الذات، ولا يتعلق حديثنا هنا حول المعلومات بصورة منفصلة، ولكن عن قدرة النظم الذكية في الفضاء الرقمي على جمع وتحليل جميع المعلومات الشخصية التي يتم تركها طوعا، وقدرة هذه النظم على بناء تمثيل دقيق إلى حد ما عن الفرد ورسم ملامح لـ "ذاته الرقمية"، وعليه يمكن أن ينجم عن هذه المجموعة المتماسكة من البيانات استغلال قد ينطوي على مخاطر كبيرة تهدد الأفراد.

إن السمعة الرقمية شأن عام وتعني الجميع، غير أن البارز أن نخبة فقط تبدو قادرة على تضيق حجم المخاطر الرقمية والاستفادة من إدارة أفضل لصورتها وسمعتها عبر الانترنت، فتبرز هنا حاجتنا الماسة إلى التفكير في طرق لتجسيد التربية والثقافة الرقمية في أوساط المستخدمين، لتجنب عدم المساواة في المجتمع خصوصا في بلداننا العربية، فكيف يمكن للمرء ألا يخشى أن تؤدي الأمية الرقمية إلى تعزيز عدم المساواة التي تؤدي بدورها إلى خلق عالم رقمي طبقي، و هو البارز أساسا من حيث الصراع على مبدأ الخصوصية الذي تتبناه دول الاتحاد الاوروبي في مواجهة الولايات المتحدة دون اهتمام من الدول النامية و التي كرسست أكثر للفجوة الرقمية بين دول الشمال والجنوب حتى في هذا الفضاء المفتوح الفضاء الرقمي الوحيد.

قائمة المراجع

1. المعاجم والقواميس:

1. ابن منظور، لسان العرب، المجلد الأول، لبنان: دار بيروت للطباعة.
2. أحمد زكي بدوي، معجم مصطلحات العلوم الاجتماعية، مكتبة لبنان، بيروت، ط2، 1993.
3. المعجم الوجيز، مجمع اللغة العربية، الهيئة العامة لشؤون المطابع الميرية، 1992.

2. الكتب:

1. ابراهيم عبد الله المسلمي، مناهج البحث في الدراسات الإعلامية، مصر: دار الفكر العربي، 2008.
2. أحمد عبد الله اللحج/مصطفى محمود أبوبكر: البحث العلمي: تعريفه، خطواته، مناهجه، المفاهيم الإحصائية، الدار الجامعية للنشر والتوزيع، الإسكندرية، 2002.
3. أحمد بدر، أصول البحث العلمي ومناهجه، وكالة المطبوعات، الكويت، 1984.
4. أحمد عظيمي، منهجية كتابة المذكرات وأطروحات الدكتوراه في علوم الإعلام والاتصال، الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية، 2009.
5. أحمد بن مرسل، مناهج البحث في علوم الإعلام والاتصال، الطبعة الثانية الجزائر، ديوان المطبوعات الجامعية، 2006.
6. أحمد بحوش، موسى معيرش، مدخل إلى المنهجية العامة، الجزائر: دار الكتاب الحديث، 2009.
7. أحمد أبو زيد، سيكولوجية العلاقات بين الجماعات، قضايا في الهوية الاجتماعية وتصنيف الذات، عالم المعرفة، الكويت، 2006.
8. المصدق حسن، هابرماس ومدرسة فرانكفورت، المركز الثقافي العربي، الطبعة الأولى، 2005.
9. بدر بن جويعد العتيبي، العولمة الثقافية وأثرها على هوية الشباب السعودي، مدينة الملك عبد العزيز للعلوم والتقنية، العربية السعودية.
10. بهاء الدين محمد مزيد، المجتمعات الافتراضية بديلا للمجتمعات الواقعية، كتاب الوجوه نموذجاً، قسم دراسات الترجمة، جامعة الإمارات العربية المتحدة.
11. بومنيز كمال، النظرية النقدية من هوركهايمر إلى هوينث، الدار العربية للعلوم، ناشرون ومنشورات الاختلاف الدار البيضاء، 2010.
12. جون هارتلي وآخرون، الصناعات الإبداعية، ترجمة: بدر السيد سليمان الرفاعي، الكويت، عالم المعرفة، 2007.

13. حمزة عبد الرحمان جمال الدين، الحق في الخصوصية في مواجهة حق الإعلام، القاهرة، دار النهضة العربية، 2005.
14. حسن عماد مكاوي، ليلي حسن السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة، الطبعة الثانية، مصر: الدار المصرية اللبنانية، 2001.
15. حسن مصدق، يورغن هابرماس، النظرية النقدية التوافقية، المركز الثقافي العربي، ط1، الدار البيضاء، 2005.
16. حمد أبو زيد، سيكولوجية العلاقات بين الجماعات، قضايا في الهوية الاجتماعية وتصنيف الذات، عالم المعرفة، الكويت، 2006.
17. حسنين شفيق، الإعلام الجديد - الإعلام البديل- تكنولوجيا جديدة في عصر ما بعد التفاعلية، الطبعة الأولى، دار فكر وفن للطباعة والنشر والتوزيع، 2010.
18. خالد غسان يوسف المقدادي، ثورة الشبكات الاجتماعية، دار النفائس للنشر، الأردن، ط1، 2013.
19. سامية محمد جابر، الاتصال الجماهيري والمجتمع الحديث، النظرية والتطبيق، مصر: دار المعارف الجامعية، 1998.
20. سامية السعاتي، الشباب العربي والتغير الاجتماعي، مصر: الدار المصرية اللبنانية، 2003.
21. سمير محمد حسين، دراسات في مناهج البحث العلمي، بحوث الإعلام، ط2، عالم الكتاب، بيروت 1995.
22. صالح خليل أبو إصبع، الاتصال والإعلام في المجتمعات المعاصرة، ط4، دار مجدلاوي، عمان، 2004.
23. عامر ابراهيم قنديلجي، الإعلام الإلكتروني، دار المسيرة للنشر والتوزيع، ط 1، الأردن، 2015.
24. عامر ابراهيم قنديلجي، البحث العلمي واستخدام مصادر المعلومات التقليدية والإلكترونية، ط1، دار المسيرة، الأردن، 2008.
25. عباس مصطفى صادق، الإعلام الجديد المفاهيم والوسائل والتطبيقات، الشروق، 2008.
26. علي خليل شقرة، الإعلام الجديد شبكات التواصل الاجتماعي، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2014.
27. علي محمد رحومة، الانترنت والمنظومة التكنولوجية الاجتماعية، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، 2005.

28. على محمد رحومة، علم الاجتماع الآلي- مقارنة في علم الاجتماع العربي والاتصال عبر الحاسوب، عالم المعرفة، العدد 347، الكويت، 2008.
29. عبد السلام حيدوري، الفضاء العمومي مطالب حقوق الانسان، هابرماس نموذج تصدير عبد العزيز العيادي، ط1، مكتبة علاء الدين، تونس، 2009.
30. علي حمدان، إشكالية الهوية والانتماء، ج2، المركز الاسترالي العربي للدراسات السياسية، ط1، 2005.
31. عبد الرحمان العساوي، مناهج البحث العلمي في الفكر الإسلامي والفكر الحديث، لبنان، دار الراتب الجامعية.
32. عقيل حسين عقيل، فلسفة مناهج البحث العلمي، مصر، مكتبة مدبولي، 1999.
33. علي كنعان، الإعلام الالكتروني، دار الأيام للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2015.
34. عمار بوحوش، محمد محمود الذنبيات، منهج البحث العلمي: أسسه وأساليبه، مكتبة المنار، الاردن، ط1، 1989.
35. عباس مصطفى صادق، الإعلام الجديد المفاهيم والوسائل والتطبيقات، دار الشروق، 2008.
36. على خليل شقرة، الإعلام الجديد شبكات التواصل الاجتماعي، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2014.
37. عوض محمد يحي الدين، الحماية الجنائية لحق الإنسان في حرمة حياته الخاصة، القاهرة، دار النهضة العربية، 1983.
38. عناية غازي، منهجية إعداد البحث العلمي، الأردن: دار المناهج للنشر والتوزيع، 2008.
39. ريب سيد أحمد، الإحصاء والقياس في البحث الاجتماعي، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، مصر، 1995.
40. غوردن مارشال، موسوعة علم الاجتماع، ترجمة محمد الجوهري وآخرون، المجلس الأعلى للثقافة، مج 3، القاهرة، 2012.
41. فضيل دايو /علي غربي: أسس المنهجية في العلوم الاجتماعية، منشورات جامعة منتوري، قسنطينة، 1999.
42. كنعان علي، الإعلام الالكتروني، دار الأيام للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2015.
43. محمد منير حجاب، أساسيات البحوث الإعلامية والاجتماعية، الطبعة الثالثة، مصر: دار الفجر للنشر والتوزيع، 2006.
44. محمد زيبان عمر، البحث العلمي، مناهجه، تقنياته، مصر: الهيئة المصرية العامة للكتاب، 2002.

45. محمد عبد الحميد، دراسة الجمهور في بحوث الإعلام، عالم الكتاب، القاهرة، 1993.
46. موريس أنجريس، منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية، تدريبات علمية، ترجمة بوزيد صحراوي، كمال بوشرف، سعيد سغنون، الجزائر: دار القصة للنشر، 2004.
47. محمد محمود الذنبيات وآخرون، منهجية البحث العلمي، القواعد والمراحل والتطبيقات، الطبعة الثانية، بيروت: دار وائل للنشر، 1999.
48. محمد عبيدات وآخرون، البحث العلمي، أدواته وأساليبه، عمان، دار الفكر للطباعة والنشر والتوزيع، 1998.
49. مكايي حسن عماد، أخلاقيات العمل الإعلامي، الدار المصرية اللبنانية، الطبعة الأولى، 1994.
50. محمد علي محمد، الشباب العربي والتغير الاجتماعي، لبنان: دار النهضة العربية، 1985.
51. معن خليل عمر: مناهج البحث في علم الاجتماع، دار الشروق للنشر، عمان، 1997.
52. نديم منصور، سوسيولوجيا الإنترنت، منتدى المعارف، بيروت، 2014.
53. يوسف أحمد علي السيد علي، الحماية الجنائية لحرمة الحياة الخاصة، القاهرة، دار النهضة المصرية، 1983.

3. المجالات والدوريات:

1. الصادق رابح، الهوية الرقمية للشباب- بين التمثلات الاجتماعية والتمثل الذاتي، مجلة إضافات، العدد 19، 2012.
2. بخيت محمد درويش، تقييم الأدوار السياسية لشبكات التواصل الاجتماعية مؤشرات ونموذج مقترح، دورية إعلام الشرق الأوسط، العدد التاسع، 2013.
3. دارن بارني، ترجمة أنور الجمعاوي، المجتمع الشبكي، ط1، المركز العربي للأبحاث ودراسة السياسات، الدوحة قطر، 2015.
4. روشليتزر، رينر، ماركس، هابرماس، الديموقراطية الراديكالية، ترجمة سليم قندلفت، مجلة ماركس الراهن، العدد 24، 2000.
5. زاهر راضي، استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في العالم العربي، مجلة التربية، العدد 15، جامعة عمان الأهلية، عمان، الأردن.
6. علي محمد رحومة، الانترنت والمنظومة التكنو- اجتماعية بحث تحليلي في الآلية التقنية للإنترنت ونمذجة منظومتها الاجتماعية، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت.

7. عبد الغني عماد، سوسيولوجيا الثقافة، المفاهيم والإشكاليات... من الحداثة إلى العولمة، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، ط 2، 2006.
8. عبد الغني عماد، سوسيولوجيا الثقافة، المفاهيم والإشكاليات من الحداثة إلى العولمة، مركز دراسات الوحدة العربية بيروت، 2006.
9. عبد الكريم علي الدببسي وزهير ياسين الطاهات، دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام لدى طلبة الجامعات الأردنية، دراسات العلوم الإنسانية والاجتماعية، المجلد، 40، العدد1، 2013.
10. فاطمة همال، انفصامية حقيقة الاسم والهوية للشباب الجزائري عبر الفيسبوك، وعى الذات إلى أين؟، مجلة مؤمنون بلا حدود للدراسات والأبحاث، الرباط، أكدال، المملكة المغربية، 2016
11. فريال حمود، مستويات تشكل الهوية الاجتماعية وعلاقتها بالمجالات الأساسية المكونة لها لدى عينة من طلبة الصف الأول الثانوي من الجنسين، مجلة دمشق، المجلد، 40، كلية التربية، جامعة دمشق، 2011.
12. كلثوم ببيمون، السياقات الثقافية الموجهة للهوية الرقمية في ضوء تحديات المجتمع الشبكي، من التداول الافتراضي إلى الممارسة الواقعية، مجلة إضافات، العددان 33 و34، مركز الوحدة العربية، بيروت، 2016.
13. مشري مرسى، شبكات التواصل الاجتماعي الرقمية: نظرة في الوظائف، المستقبل العربي، العدد 395، 2012.
14. نصر الدين العياضي، الاتصال الاعلام والثقافة، عتبات التأويل، كتاب الرافد، مجلة الشروق، العدد، 86، الشارقة، 2015
15. هدى محمود حسن حجازي، اتجاهات الشباب الجامعي نحو المشاركة في المجتمعات الافتراضية والحقيقية في عصر العولمة، مجلة دراسات في الخدمة الاجتماعية والعلوم الإنسانية، مصر، العدد 30، الجزء 7، 2011.

الاطروحات والرسائل الجامعية:

1. السعيد بومعيزة، أثر وسائل الإعلام على القيم والسلوكيات لدى الشباب، دراسة استطلاعية بمدينة البليدة، أطروحة دكتوراه دولة، قسم علوم الإعلام والاتصال، 2005-2006.
2. عبد الوهاب بوخروفة، المدرسة، التلميذ والمعلم وتكنولوجيا الاعلام والاتصال التمثل والاستخدامات، دراسة على عينة من التلاميذ والمعلمين في الجزائر، دكتوراه دولة، قسم علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم السياسية والإعلام، 2006/2007.
3. عزي عبير إبراهيم، وسائل الإعلام التقليدية والجديدة والمجال العام: دراسة تطبيقية على قضايا الحريات، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 2009.
4. عزيز لعبان، علاقة الإدمان على المشاهدة التلفزيونية ببناء الأفراد للحقائق الاجتماعية-اختبار فرضية التثقيف على عينة من الطلبة الجامعيين والثانويين بالجزائر العاصمة، أطروحة لنيل شهادة دكتوراه في علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم السياسية والإعلام والاتصال، الجزائر، 2008.
5. فاطمة عبد الهادي زين العابدين، تأثير وسائل التواصل الاجتماعي في القيم الاجتماعية لدى طلبة الجامعات الأردنية دراسة اجتماعية، رسالة دكتوراه، كلية الدراسات العليا، الجامعة الأردنية، 2012.
6. فتيحة بوغازي، صحافة المواطن والهوية المهنية للصحفي- دراسة ميدانية لتمثلات الصحفيين الجزائريين لهويتهم المهنية، رسالة ماجستير، قسم علوم الاعلام والاتصال، كلية العلوم السياسية والاعلام، جامعة الجزائر، 2010/2011.
7. فوضيل عدنان، خطابات الفايسبوك وخطاب المثقف- مقارنة سيميائية ثقافية، رسالة ماجستير في اللغة والأدب العربي، قسم اللغة والأدب العربي، جامعة-مولود معمري- تيزي وزو.
8. محمد المنصور، تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على جمهور المتلقين، دراسة مقارنة للمواقع الاجتماعية والمواقع الالكترونية "العربية نموذجاً" ، رسالة ماجستير، الأكاديمية العربية المفتوحة في الدنمارك، 2010.
9. مفيدة العباسي، المجال العمومي والاتصال الافتراضي مقارنة هابرماسية لدراسة المجموعات الافتراضية التونسية، رسالة بحث لنيل شهادة الماجستير في علوم الاعلام والاتصال، جامعة منوبة، معهد الصحافة وعلوم الأخيار، 2010.
10. نبيلة بوخزرة، تقنيات الاتصال العمومي المطبقة في الحملات العمومية المتلفزة، أطروحة دكتوراه غير منشورة، كلية العلوم السياسية والإعلام، جامعة الجزائر.

11. نصير بوعلي، أثر البث التلفزيوني المباشر "الفضائي" المباشر على الشباب الجزائري، أطروحة دكتوراه غير منشورة، كلية العلوم السياسية والإعلام، جامعة الجزائر، 2003.
12. محمد أمين عبوب، تداول المعلومات داخل المجتمعات الافتراضية على شبكة الانترنت شبكات التواصل الاجتماعي نموذجا دراسة استكشافية وصفية تحليلية على عينة من مستخدمي الفايبيوك، رسالة ماجستير، قسم علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم السياسية والإعلام، جامعة الجزائر 3، 2012/2011.

4. الملتقيات والمؤتمرات:

1. الصادق الحمامي، الميديا الجديدة والمجال العمومي -الإحياء والانبعاث-، مجلة اتحاد إذاعات الدول العربية، جامعة الدول العربية، 2012.
2. الصادق رابح، الانترنت كفضاء مستحدث لتشكل الذات، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، العدد (2) ج8، 2007.
3. الصادق رابح، الهوية الرقمية للشباب- بين التمثلات الاجتماعية والتمثل الذاتي-. مجلة إضافات، العدد 19، 2012.
4. بخيت محمد درويش، تقييم الأدوار السياسية لشبكات التواصل الاجتماعية مؤشرات ونموذج مقترح، دورية إعلام الشرق الأوسط، العدد التاسع، 2013.
5. بسيوني إبراهيم حمادة، حرية الإعلام الإلكتروني الدولي وسيادة الدولة، مع إشارة خاصة إلى الوضع في الدول النامية، كراسات التنمية، مركز الدراسات وبحوث الدول النامية، كلية الاقتصاد والعلوم السياسية، جامعة القاهرة، 2001.
6. حاتم سليم العلاونة، دور مواقع الاتصال الاجتماعي في تحفيز المواطنين الأردنيين على الحراك الجماهيري، ورقة مقدمة للمؤتمر العلمي السابع عشر بعنوان "ثقافة التغيير"، كلية الآداب، جامعة فيلادلفيا، عمان الأردن، فيفري 2012.
7. حمدي حسن عبد الحميد المحروقي، دور التربية في مواجهة تداعيات العولمة على الهوية الثقافية، مجلة دراسات في التعليم الجامعي، العدد 7، مركز تطوير التعليم الجامعي بجامعة عين شمس، القاهرة، 2004.
8. خالد بن عبد الله، الإعلام الجديد وتأثيراته في تشكيل الرأي العام، بحث في الإطار النظري، المنتدى السنوي السادس للجمعية السعودية للإعلام والاتصال، جامعة الملك سعود، الرياض، أبريل، 2012.

9. رفيف رشيد، تمثل المغتربين لبد الإقامة وعلاقته بالاندماج، الحوار المتمدن، العدد 1532، بتاريخ 2006-04-26.

10. زكريا نرمين، الأثار النفسية والاجتماعية لاستخدام الشباب المصري لمواقع الشبكات الاجتماعية، المؤتمر العلمي الأول " الأسرة والإعلام وتحديات العصر"، الجزء الثاني، فبراير، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 2009.

11. عبد القوي محمود حمدي، دور الإعلام البديل في تفعيل المشاركة السياسية لدى الشباب، المؤتمر العلمي الدولي الخامس عشر، "الإعلام والإصلاح: الواقع والتحديات"، الجزء الثالث، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 2009.

12. عبد المقصود هشام، خصائص المجال العام لتقديم التعبيرات السياسية والاجتماعية عن قضايا وأحداث الشؤون العامة في وسائل الإعلام الجديد، المؤتمر العلمي الأول " الأسرة والإعلام وتحديات العصر"، الجزء الثاني، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 2009.

13. عبد الكريم علي الدبيسي وزهير ياسين الطاهات، دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام لدى طلبة الجامعات الأردنية، دراسات العلوم الإنسانية والاجتماعية، المجلد 40 العدد1، 2013.

14. فربال حمود، مستويات تشكل الهوية الاجتماعية وعلاقتها بالمجالات الأساسية المكونة لها لدى عينة من طلبة الصف الأول الثانوي من الجنسين، مجلة دمشق، المجلد27، كلية التربية، جامعة دمشق، 2011.

15. فهد بن عبد العزيز الغفيلي، الإعلام الرقمي أدوات تواصل متنوعة ومخاطر أمنية متعددة، الإدارة العامة للأمن الفكري، مقال منشور على موقع وزارة الداخلية السعودية، الرياض، 2009.

16. محمد إبراهيم عيد، الهوية الثقافية العربية في عالم متغير، مجلة الطفولة والتنمية، مجلد1، ع3، خريف2001.

17. محمد سليم الزبون، ضيف الله عودة أبو صعيك، الأثار الاجتماعية والثقافية لشبكات التواصل الاجتماعية على الاطفال في سن المراهقة في الأردن، المجلة الأردنية للعلوم الاجتماعية، المجلد7، العدد، 2، 2014.

18. مها عبد الحميد صلاح، الإشكاليات المنهجية في دراسات تطبيقات الاعلام الاجتماعي-رؤية تحليلية، ورقة علمية، "مؤتمر وسائل التواصل الاجتماعي، التطبيقات والإشكالات المنهجية"، جامعة الامام محمد بن سعود الإسلامية، كلية الاعلام والاتصال، المملكة العربية السعودية، الرياض، 10-11 مارس 2015.

5. المواقع الالكترونية:

1. هاني السيد: ثلاث مدونات مصرية تحقق أعلى المبيعات في معرض الكتاب،

[www.masrawy.com/News/Egypt/Politics/2008/february/16/bloggers.](http://www.masrawy.com/News/Egypt/Politics/2008/february/16/bloggers)

aspxthe times 2011

2. يحي اليحياوي، الشبكات الاجتماعية و المجال العام بالمغرب، مظاهر التحكم و الديمقراطية، دراسات

إعلامية، مركز الجزيرة للدراسات، 2015، ص، 2، على الرابط

<http://studies.aljazeera.net>

6. المراجع الأجنبية:

1. **ANGERS. Maurice**, Initiation Pratique à la Méthodologie des Sciences Humaines, Alger : casbah édition, 1997.
2. **BERGERON, Maxime, THEBERGE, Mathieu**, L'utilisation des médias sociaux chez les jeunes Québécois du secondaire : Quatre types d'utilisateurs de Facebook, Revue Aspects Sociologiques, Vol 20, N° 1, Les impacts sociaux des nouvelles technologies, Mars 2013, Département de sociologie des Sciences humaines Université Laval, Québec, Canada.
3. **BOUQUILLION, Philippe, MATTHEWS, Jacob Thomas**, Le Web collaboratif : mutations des industries de la culture et de la communication, Grenoble : Presses universitaires de Grenoble, 2010.
4. **BOYD, Danah**, Facebook Privacy Trainwreck : Exposure, Invasion and Social Conversion, Convergence, vol. 14, N° 1, 2008.
5. **BRETON, Philippe**, Le culte de l'internet. Une menace pour le lien social ? Paris : la Découverte, 2000.
6. **BRETON, Philippe et PROULX, Serge** : L'explosion de la communication à l'aube du XXI^e siècle, Ed, La Découverte, Coll. Sciences et Société, 2002.
7. **CARDON, Dominique**, La démocratie Internet. Promesses et limites, Paris : Seuil, Coll. La République des idées, 2010.

8. **CARRETERO PASÍN, Angel Enrique, CAPDEQUÍ, Celso Sánchez, PINTOS, Juan-Luis, Pouvoir et imaginaires sociaux : la légitimation de l'ordre social dans les sociétés postmodernes**, Paris : L'Harmattan, 2006.
9. **COUDREUSE, Anne et SIMONET-TENANT, François, Pour une histoire de l'intime et ses variations**, L'Harmattan, N° 4, 2009.
10. **DAHLGREN, Peter et RELIEU, Marc, L'espace public et l'internet. Structure, espace et communication** In : Réseaux, volume 18, N° 100, 2000.
11. **FERRY, Jean-Marc, Les transformations de la publicité politique**, Hermès N° 4, 1989.
12. **FLICHY, patrice, New media history**, In Lievrouw,A.L. & Livingstone, S. (Eds.), the Handbook of new media, London :sage, 2006.
13. **FLICHY, Patrice, Une histoire de la communication moderne : espace public et vie privée**, Paris : La Découverte, 2004.
14. **JARVIS, Jeff, La méthode Google : que ferait Google à votre place ?**, trad. DRUEL, François, Paris : Pocket, 2011.
15. **JOHNSON, James, Public Sphere, Postmeclernism and Polimic**, the American Science, Vol, 88, N° 2.
16. **HABERMAS, Jürgen, L'espace public : Archéologie de la publicité comme dimension constitutive de la société bourgeoise**, Paris, Payot, Réédition,1988.
17. **HABERMAS Jürgen, The Structural Transformation of the Public Sphere: An Inquiry into a category of Bourgeois Society**. Cambridge, Mass.: MIT Press, 1991.
18. **HABERMAS, Jürgen, L'espace public**, Tr de Marc B, de Launy, Ed. Quaderni, 1992.

19. **HABERMAS, Jürgen**, L'espace public : Archéologie de la publicité comme dimension constitutive de la société bourgeoise, Payot 1997.
20. **HAESLER, Aldo**, sociologie de l'argent et postmodernité, Paris/Genève, Droz, 1995.
21. **GADREY, Jean**, La construction de l'homme social : essai sur la démocratie. Nouvelle économie, nouveau mythe ?, Paris : Flammarion, 2001.
22. **GANTY, Etienne**, Penser la modernité, Essai sur Heidegger, Habermas et Éric Weil, 1^{ère} Edition, Presses universitaires de Namur, 1996.
23. **GEORGES, Fanny**, L'identité numérique sous emprise culturelle. De l'expression de soi à sa standardisation. Les cahiers du numérique, 2011.
24. **GEORGES Fanny**. Sémiotique de la représentation de soi dans les dispositifs interactifs. L'Hexis Numérique, Linguistics, Université Panthéon-Sorbonne - Paris I, 2007.
25. **KAUFMANN, Jean-Claude**, L'invention de soi : une théorie de l'identité, Paris : Armand Colin, 2004.
26. **KIRKPATRICK, David**, La révolution Facebook, trad. **SIGAUD, Bernard**, Paris : J.-C. Lattès, 2011 .
27. **KYROU, Ariel**, Google god : big brother n'existe pas, il est partout, Paris : Editions Inculte, 2010.
28. **LAMIZET, Bernard** : Dictionnaire Encyclopédique de Sciences de l'Information et de Communication, Ellipses, France, 1997.
29. **LELONG, Benoit, VERITÉ, Catherine**, Communication et sphère privée, Paris : l'Harmattan, 2010.

30. **LIEVROUW, A-Leah & LIVINGSTONE, Sonia**, Handbook of new media : social shaping and consequences of ICTs, Sage Publications, 2002.
31. **LIVINGSTONE, Sonia et LUNT, Pierre**, Se faire entendre dans l'espace public : Les femmes la télévision et le citoyen spectateur, Réseaux, N°, 63, 1994.
32. **MALIN, Eric, PÉNARD, Thierry**, Économie du numérique et de l'Internet, Paris : Vuibert, 2010.
33. **MICHAUD, Yves**, Critique et espace public chez Habermas de la démocratie éclairée à la démocratie radicale, revue philosophique, PUF, Paris, 1999.
34. **MIEGE, Bernard**, L'information - communication, objet de connaissance, de Boek & INA, Bruxelles, 2004.
35. **MIGUELEZ, Roberto**, les règles de l'interaction, essai en philosophie sociologiques, l'université Laval, l'Harmattan, 2001.
36. **MISSIKA, Jean-Louis**, La fin de la télévision, Paris, Ed, Le Seuil, Coll, La République des Idées, 2006.
37. **MONTÉMONT, Véronique**, Dans la jungle de l'intime : enquête lexicographique et lexicométrique, L'Harmattan, N°, 4, 2009.
38. **MONTMIGNY, Gilbert**, L'intimité : essai sur l'intimité avec soi et les autres, Édition Saint-Marin. 1998.
39. **PAPACHARISSI, Zizi**, Virtual sphere internet as a public sphere, in new media & society, 2002.
40. **PASTINELLI, Madeleine**, Le virtuel pour la conquête du réel : ethnographie des pratiques de sociabilité en ligne, Université Laval (PHD), 2005.
41. **QUÉRÉ, Louis**, Médiatisation de l'espace privé, sociologie du travail, N° 2, 1997.

42. **QUÉRÉ, Louis**, L'espace public : De la théorie politique à la métathéorie sociologique, Quaderni, N° 18, Automne 1992.
43. **RHRINGOLD, Howard**, The *Virtual Community*: Homesteading on the Electronic Frontier Revised Edition. Cambridge, Mass.: MIT University Press, 2000.
44. **TURKLE Sherry**, Seuls ensemble : De plus en plus de technologies, de moins en moins de relations humaines, Traduit de l'américain par, **RICHARD Claire**, France, Edition l'Echappée, 2015,.
45. **WOLTON, Dominique**, Penser la communication, Champs, Flammarion, 1997.

الدراسات والمواقع الالكترونية:

1. **ARENDRT, Hannah**, Stanford Encyclopedia of Philosophy. <http://plato.stanford.edu/entries/arendt>
2. **BOUVIER, Gwen**, How Facebook users select identity categories for self -presentation, Journal of Multicultural Discourses, 2012, 7:1, 37-57, en ligne :<http://dx.doi.org/10.1080/17447143.2011.652781>
3. **HABERMAS, Jürgen**, Il faut sauver la presse de qualité, Traduit de l'allemand par BOUCHINDHOMME, Christian, mardi 21 /05/2007, sur : [http://www.lemonde.fr/idees/article/2007/05/21/il-faut-sauver-la-presse-de-qualite-par-jurgen habermas_912817_3232.html](http://www.lemonde.fr/idees/article/2007/05/21/il-faut-sauver-la-presse-de-qualite-par-jurgen-habermas_912817_3232.html)
4. **GEORGES Fanny**, Mémoire humaine et expérience de soi par le Web, en ligne, www.mei-info.com/wp-content/.../02/MEI_32_12.pdf
5. **Larousse**, 2009, en ligne, <http://www.larousse.fr/encyclopedie>
<http://www.academie-francaise.fr/langue/questions.html>
6. **LESAFFRE, Joséphine**, La Représentation de soi sur Facebook par la génération Y, article en ligne www.unfuturdsaa.fr.lesaffre.phd

7. **PROULX, Serge**, Les Communautés Virtuelles- construisent-Elles du lien Social ?, Colloque International, L'organisation Media, Dispositifs Médiatiques, Sémiotiques et des Médiations de l'organisation, Université Jean MOULIN, Lyon, 19-20/11/2004, (En ligne) <http://www.lep.enrs.fr/pdf/pro-04a.pdf>
8. **ROUVROY Antoinette**, Big data : l'enjeu est moins la donnée personnelle que la disparition de la personne, sur : <http://binaire.blog.lemonde.fr/2016/01/22/le-sujet-de-droit-au-peril-de-la-gouvernementalite-algorithmique/>
9. **UNTERSINGER, Martin**, Vié privée : Comment Mark Zuckerberg a changé d'avis, sur : <http://aitmag.ahram.org.eg/News/9309.aspx>
10. www.webmarketing-conseil.fr
11. www.journaldunet.com
12. www.leptidigital.fr
13. www.blogdumoderateur.com
14. www.medianet.tn
15. www.tsa-algerie.com

الملاحق

استمارة استبيان

الأخ (ت) المجيب (ة) المحترم (ة)، تحية طيبة وبعد:

في إطار تحضيرنا لأطروحة الدكتوراه التي نسعى من خلالها البحث في مواقع التواصل الاجتماعي وأثرها على الشباب الجزائري، اخترنا دراسة أهم موقع اجتماعي وهو Facebook ومدى تأثيره على الخصوصية التي تؤدي إلى آثار نفسية واجتماعية عميقة، كما نبحت في درجة وعي الشباب بضرورة حماية بياناتهم واستخدام الموقع بوعي كبير وحرص دائم، نؤكد على أننا لا نبحت عن إجابة صحيحة أو خاطئة بل ما يهمنا هو رأيكم فقط.

إن مساهمتكم إرادية لكنها أساسية لنجاح بحثنا، وعليه يجب أن تكونوا أعضاء فاعلين على موقع التواصل الاجتماعي Facebook فنرجو منكم الإجابة على الأسئلة الواردة في الاستمارة مع العلم أنه سيتم ضمان سرية المعلومات المقدمة لنا والتي لا يمكن أن تخرج عن إطار البحث العلمي.

إن ملاءمة الاستمارة لا يأخذ من وقتكم سوى خمسة دقائق، كما نبقي تحت تصرفكم في أي معلومات إضافية تحتاجونها حول موضوع الدراسة.

-شكراً لمشاركتكم-

إشراف الأستاذ:

أ.د شعيباني عبد القادر

إعداد الباحث:

بودريالة عبد القادر

ملاحظة: الرجاء وضع علامة (X) في المكان الملائم، كما تفترض بعض الأسئلة أكثر من خيار للإجابة.

البيانات الشخصية:

الجنس: ذكر أنثى

السن: 23-18 29-24 35-30

السكن: منطقة حضرية منطقة شبه حضرية منطقة ريفية

المحور الأول: Facebook كبديل اتصالي

1. منذ متى تمتلكون حسابا على موقع Facebook ؟

أقل من سنة

من سنة إلى ثلاث سنوات

من ثلاثة إلى خمس سنوات

أكثر من خمسة سنوات

2. ما هو معدل استخدامكم لموقع Facebook خلال الأسبوع؟

أقل من نصف ساعة

من نصف ساعة إلى ثلاث ساعات

من ثلاثة إلى خمس ساعات

أكثر من خمس ساعات

3. ما هو جنس اصدقائك عبر موقع Facebook ؟

ذكور ذكور وإناث إناث

4. ما هي طبيعة اصدقائك عبر موقع Facebook ؟

أفراد العائلة أفراد العائلة والأصدقاء أصدقاء

5. ما هي جنسية أصدقائك عبر موقع Facebook ؟

من الوطن من داخل الوطن وأجانب أجانب

6. كيف تجدون موقع Facebook مقارنة بمواقع التواصل الاجتماعي الأخرى؟

موافق بشدة	موافق	محايد	معارض	معارض بشدة	الاحتمالات
					ودي (حميمي، دافىء، لطيف)
					إبداعي (مبتكر، خيال)
					مضلل (مناقق، مخيب للآمال، كاذب)
					مناور، متعجرف
					صارم، جدي
					منطوي، منسحب، خجول
					أصلي و حديث
					أنيق (متطور، ذو نمط)
					جميل (جذاب، مغر)

7. هل تفضل الاتصال بأصدقائك عبر موقع Facebook فقط؟

نعم لا

8. هل يمثل موقع Facebook بديلا اتصاليا عن الوسائل الأخرى بالنسبة لكم؟

نعم لا

المحور الثاني: العلاقة بين المجال العام والخاص عبر موقع Facebook :

9. ما هو عدد أصدقائكم عبر موقع Facebook ؟

أقل من 10 250-201
 50-11 300-251
 100-51 400-301
 150-101 أكثر من 401

10. حدد معدل معرفتك الواقعية لأصدقائك عبر موقع Facebook؟ (الذين تستطيع لقائهم في الواقع)

25%-0 75%-51
 50%-26 100%-76

11. ما هو معيار اختيار صورة حسابكم على موقع Facebook ؟

.....

12. من هم الأفراد الذين لا تحبذ إضافتهم كأصدقاء على موقع Facebook ؟

.....

13. هل قمت بحذف صديق من قائمتك؟

لا

نعم

..... لماذا؟

14. من هم الأشخاص الذين يستطيعون الاطلاع على ما تنشره عبر صفحتك على Facebook ؟

.....

15. لماذا لا يستطيع الآخرون الاطلاع على ما تنشر؟

.....

16. من هم الأشخاص الذين بإمكانهم التواصل معك عبر الخاص؟

.....

17. من هم الأشخاص الذين بإمكانهم التواصل معك عبر جدار صفحتك؟

.....

18. هل تستخدم نظام الترشيح le filtre لموقع Facebook لتحديد من يطلع على صفحتك؟

لا

نعم

..... لماذا؟

.....

19. هل تعرض أصدقائك من المقربين وأفراد العائلة عبر التقديم الخاص بك على الصفحة؟

لا

نعم

20. هل ملأتم المعلومات التالية على حسابكم على موقع Facebook ؟

لا

نعم

• الدين

لا

نعم

• تاريخ الميلاد

لا

نعم

• رقم الهاتف

لا

نعم

• العنوان

لا

نعم

• الرأي/الانتماء السياسي

لا

نعم

• الوضعية العاطفية

لا

نعم

• الصورة

21. كيف تصفون صورة حسابكم على موقع Facebook؟

- صورة حقيقية
- صورة غير حقيقية
- أخرى أذكرها:

المحور الثالث: استعراض الذات عبر موقع Facebook

22. ماهي المناسبات التي تلتقطون فيها سلفي؟

23. ماهو معدل التقاطكم لصور سلفي:

- مرة واحدة في السنة
- عدة مرات شهريا
- مرة واحدة في الشهر
- عدة مرات في الأسبوع
- مرة واحدة في الأسبوع
- عدة مرات في اليوم
- مرة واحدة في اليوم

24. هل تنشرون صور السلفي الخاصة بكم عبر موقع Facebook؟

- دائما أحيانا نادرا

25. قبل مشاركة صور السلفي هل تلتقطون؟

- لقطة واحدة
- عدة لقطات

26. كيف يشعركم نشر صور السلفي موقع Facebook؟

- الرضا
- الطرافة
- الاطمئنان
- الفخر
- الجمال
- الثقة
- المحبة

27. ما هو شعورك عند رؤيتكم لصورة لكم شاركتموها مؤخرا؟

28. حسب اعتقادكم من هي الفئة التي تلتقط أكبر عدد من السلفي؟

- الذكور
- الاناث

29. حسب اعتقادكم من هي الشريحة التي تلتقط أكبر عدد من السلفي؟

- المراهقين
- الشباب
- الكهول

30. حسب اعتقادكم من هي الفئة التي تلتقط أكبر عدد من السلفي؟

- الفئة الشعبية
- الطبقة المتوسطة
- المشاهير

31. كيف تصفون نفسية الأشخاص الذين يلتقطون صور السلفي باستمرار؟

- سوية
- مرضية
- لا أدري

32. ماذا يميز السلفي عن أي صورة أخرى تلتقطونها؟

33. هل تعرض نفسك عن طريق الواب كام بطريقة:

- محتشمة
- مرتاح
- عرض أجزاء (غير محتشمة)

34. من القائمة التالية من هم الذين لا تحبذ أن يطلعوا على صفحتك؟

- الأولياء
- الزوج (ة)
- الصديق(ة)
- صاحب العمل
- الأستاذ
- الأقارب

40. كيف يكون تصرفكم في حالة تواصل غريب معكم عبر حسابكم ؟

- لم يحدث ذلك لي سابقا
- قمت بتجاهله
- قمت بحذف الرسالة
- تجاوزت معه من أجل التعارف
- طلبت منه عدم الازعاج
- أخرى أذكرها.....

41. كيف تصفون إمكانية استخدام بياناتكم الشخصية دون موافقتكم المبدئية؟

ممكن جدا	ممكن	لا أدري	غير ممكن	غير ممكن جدا

42. كيف تصفون إمكانية تعرض حسابكم للقرصنة؟

ممكن جدا	ممكن	لا أدري	غير ممكن	غير ممكن جدا

43. باستخدامكم لموقع Facebook كيف تقيمون خطورة احتمال انتهاك خصوصيتكم؟

ممكن جدا	ممكن	لا أدري	غير ممكن	غير ممكن جدا

44. حدد إجابتك على الاحتمالات المطروحة في هذا الجدول من مؤيد بشدة إلى معارض بشدة.

معارض بشدة	معارض	محايد	مؤيد	مؤيد بشدة
				عبر موقع Facebook ، أرفض طلبات الصداقة للاحتفاظ بالسيطرة على معلوماتي الشخصية
				عبر موقع Facebook ، أنا أعتبر أن كل شيء تحت سيطرتي
				عبر موقع Facebook أشعر أنني قادر على التأثير على سير الأمور

45. ماهي نواياكم تجاه الفيسبوك؟

معارض بشدة	معارض	محايد	مؤيد	مؤيد بشدة
				اعتزم مواصلة علاقتي مع موقع Facebook
				أوصي أصدقائي بإنشاء حساب على موقع Facebook
				أنوي بذل جهود للحفاظ على علاقتي موقع Facebook
				لدي تعليق إيجابي بخصوص موقع Facebook

46. هل يؤدي استخدامك لموقع Facebook إلى الآثار التالية؟

لا أري	لا	نعم	الآثار
			فقدان الخصوصية و عدم المحافظة على المعلومات
			اكتساب مهارات اتصالية
			أضرار صحية
			الإدمان
			التحرر و الانفتاح
			العزلة و الانطواء
			اكتساب سلوكيات منافية للمجتمع
			اكتساب القيم الحميدة
			غياب التواصل مع المحيط الاجتماعي
			الانحلال الأخلاقي
			الثقة
			الاجهاد
			الاغتراب
			القذف و التشهير
			الاندماج
			حب التمثه و الاطلاع على الآخرين

فهرس الجداول

الصفحة	المحتوى	الرقم
26	يوضح التقاطع بين بعدي نوع الاستخدام والعلاقة مع الخصوصية	01
161	الترتيب العالمي لمواقع التواصل الاجتماعي والتطبيقات حسب عدد المستخدمين النشطين	02
162	تطور عدد المستخدمين النشطين لموقع Facebook شهريا	03
165	متوسط الالتزام حسب نوع المنشورات لسنة 2016	04
179	توزيع العينة حسب متغير الجنس	05
181	توزيع العينة حسب متغير السن	06
182	توزيع العينة حسب متغير المنطقة السكنية	07
185	مدة امتلاك حساب على موقع Facebook	08
186	معدل استخدام موقع Facebook خلال الأسبوع	09
187	جنس الأصدقاء عبر موقع Facebook	10
189	طبيعة الأصدقاء عبر موقع Facebook	11
190	جنسية الأصدقاء عبر موقع Facebook	12
190	مقارنة موقع Facebook بمواقع التواصل الاجتماعي الأخرى	13
193	مدى تفضيل الاتصال بالأصدقاء عبر موقع Facebook	14
194	مدى اعتبار موقع Facebook بديلا اتصاليا عن الوسائل الاتصالية الأخرى	15
195	عدد الأصدقاء عبر موقع Facebook	16
199	معدل المعرفة الواقعية للأصدقاء عبر موقع Facebook	17
203	معياري اختيار صورة الحساب على موقع Facebook	18
204	الأفراد الغير مرغوب فيهم في قائمة الأصدقاء	19
205	عملية حذف صديق من قائمة الاصدقاء	20

206	الأشخاص الذين لا يستطيعون الاطلاع على منشورات الصفحة	21
208	أسباب عدم السماح بالاطلاع	22
209	الأشخاص الذين لديهم إمكانية الاتصال عبر الخاص	23
210	الأشخاص الذين لديهم إمكانية الاتصال عبر جدار الصفحة	24
211	استخدام نظام الترشيح le filtre لموقع Facebook	25
212	عرض الأصدقاء من المقربين وأفراد العائلة عبر التقديم الخاص بالصفحة	26
212	المعلومات المقدمة على الحساب عبر موقع Facebook	27
213	لمناسبات التي يتم فيها التقاط Selfie	28
214	معدل التقاط صور Selfie	29
217	معدل نشر صور Selfie عبر موقع Facebook	30
219	عدد لقطات صور Selfie قبل نشرها	31
219	الشعور بعد نشر صور Selfie عبر موقع Facebook	32
220	الفئة الأكثر التقاطا لصور Selfie	33
220	الشريحة الأكثر التقاطا لصور Selfie	34
220	الفئة الأكثر التقاطا لصور Selfie	35
221	صفة شخصية الأشخاص الذين يلتقطون صور Selfie	36
224	مميزات صورة Selfie عن الصور الأخرى	37
224	طريقة العرض عبر الواب كام	38
225	الأشخاص الذين لا يحبذ اطلاعهم على الصفحة الخاصة	39
226	استخدام خاصية التبليغ لموقع Facebook	40

226	حذف تعليق أو صورة نشرت من قبل شخص آخر	41
226	الندم على نشر صورة أو تعليق	42
227	مستوى الثقة في موقع Facebook	43
228	تعديل اعدادات الخصوصية للحساب على موقع Facebook	44
229	ردود الفعل في حالة تواصل غريب عبر الحساب	45
229	إمكانية استخدام البيانات الشخصية دون الموافقة المبدئية	46
230	إمكانية تعرض الحساب للقرصنة	47
230	خطورة احتمال انتهاك الخصوصية	48
231	مستوى السيطرة الشخصية في استخدام موقع Facebook	49
231	النوايا المستقبلية تجاه استخدام موقع Facebook	50
232	آثار استخدام موقع Facebook	51
237	اعتبار موقع Facebook بديلا اتصاليا عن الوسائل الاتصالية الأخرى حسب متغير المنطقة السكنية	52
237	عرض الأصدقاء من المقربين وأفراد العائلة عبر التقديم الخاص بالصفحة حسب متغير المنطقة السكنية	53
238	صفة صورة الحساب على موقع Facebook حسب متغير المنطقة السكنية	54
238	معدل نشر صور السلفي عبر موقع Facebook حسب متغير المنطقة السكنية	55
239	طريقة العرض عبر الواب كام حسب متغير المنطقة السكنية	56
239	احتمال انتهاك الخصوصية حسب متغير المنطقة السكنية	57

فهرس الأشكال

الصفحة	المحتوى	الرقم
161	عدد المستخدمين النشطين لموقع Facebook شهريا	01
163	تطور المستخدمين النشطين لموقع Facebook	02
164	تطور رقم أعمال وأرباح موقع Facebook	03
166	توزيع مستخدمي Facebook حسب متغير السن	04
167	عدد مستخدمي موقع Facebook في دول إفريقيا لسنة 2016	05
180	توزيع العينة حسب متغير الجنس	06
181	توزيع العينة حسب متغير السن	07
183	توزيع العينة حسب متغير المنطقة السكنية	08
185	مدة امتلاك حساب على موقع Facebook	09
186	معدل استخدام موقع Facebook خلال الأسبوع	10
187	جنس الأصدقاء عبر موقع Facebook	11

فهرس المحتويات

الصفحة	المحتوى
	كلمة شكر
	الإهداء
	خطة الدراسة
1	مقدمة
30	أهداف الدراسة
31	تحديد المفاهيم
44	المقاربة النظرية للبحث
48	الدراسات السابقة
58	منهج الدراسة
61	أدوات البحث
63	مجتمع البحث و عينة الدراسة
الفصل الأول: مواقع التواصل الاجتماعي و الفضاء العمومي الافتراضي	
66	تمهيد
67	المبحث الأول: المقاربات النظرية لمفهوم الاعلام الجديد وخصائصه
68	نظرية المجال العام وتكنولوجيا الاتصال الحديثة
70	الفضاء العمومي
78	منظور HABERMAS Jürgen للفضاء العام
81	المبحث الثاني: الديمقراطية و التواصل
83	مقاربات بديلة للمجال العمومي
86	الفضاء العمومي الافتراضي
87	المجال العمومي والاعلام الجديد

89	المبحث الثالث: الفضاء العمومي الافتراضي البديل و الاعلام الجديد
89	إعادة رسم الحدود بين الخاص والعام
90	تجديد أشكال الفعل الاجتماعي
91	مميزات جديدة
95	خلاصة
الفصل الثاني: شباب موقع Facebook و المجتمع الافتراضي	
97	تمهيد
98	المبحث الأول: موقع Facebook حقائق و اعتبارات
98	موقع Facebook بعض الحقائق الأساسية
102	الابعاد الأساسية حول شباب موقع Facebook
114	المبحث الثاني: حراك الشباب من السياق الواقعي إلى المجتمع الافتراضي
117	تحولات المجال العام في المجتمع الافتراضي
123	القيم الاجتماعية و السياسية لشباب موقع Facebook
128	خلاصة
الفصل الثالث: الهوية الرقمية بين عرض الذات و البيانات الشخصية	
120	تمهيد
121	المبحث الأول: مفهوم الهوية و أنواعها
123	مفهوم الهوية
125	أنواع الهوية
129	وظائف الهوية
130	المبحث الثاني: المجتمع الافتراضي كفضاء لعرض الذات
132	المظهر الرقمي للهوية

134	مستوى التطابق بين الهوية الحقيقية و الافتراضية
142	البيانات الخاصة عبر Facebook
145	نماذج مستخدمي Facebook
149	المبحث الثالث: ممارسات التواصل عبر Facebook
150	الاتصال الرقمي و عرض الذات
153	ممارسات الهوية الافتراضية عبر موقع Facebook
156	انقسام حقيقة الاسم و الهوية للمستخدم
159	خلاصة
الدراسة الميدانية	
160	مدخل
184	تحليل الجداول البسيطة
236	تحليل الجداول المركبة
241	نتائج الدراسة
260	الخاتمة
270	قائمة المراجع
284	الملاحق
293	الملخص
294	الترجمة
295	فهرس الجداول
297	فهرس الاشكال
298	فهرس المحتويات