

الهوية الافتراضية في المجتمعات الشبكية لدى الشباب الجزائري
-دراسة ميدانية على عينة من المستخدمين لمواقع التواصل الاجتماعي-

**Virtual Identity In Networked Communities Among
Young People Algerian
-A Field Study On A Sample Of Users Of Social
Networking Sites-**

لزهر بابوري¹، هشام بوبكر²

1-جامعة جيجل(الجزائر) ، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية قسم علم الاجتماع، مخبر البحث متعدد

التخصصات في العلوم الإنسانية والاجتماعية التطبيقية من أجل التنمية LPSHSAD

Lazhar.babouri@univ-jijel.dz

2-جامعة سكيكدة(الجزائر) ، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية Hichemboub@gmail.com

تاريخ الاستلام: 2023-10-28 تاريخ القبول: 2024-01-17 تاريخ النشر: 2024-06-06

ملخص:

تندرج هذه الدراسة ضمن بحوث التأثير في علم اجتماع الاتصال وهي تهدف الى معرفة تمثلات الشباب للمجتمع الشبكي وكذا الخدمات والحاجات التي يشبعها من جهة وتأثير ذلك على هوياتهم الافتراضية من جهة أخرى، بحيث تسعى الدراسة الى محاولة فهم العلاقة بين الهوية الحقيقية والافتراضية، ومعرفة اذا ما كانت تأخذ شكل اتصال ام انفصال.

كلمات دالة: المجتمع الشبكي، الهوية الافتراضية، شبكات التواصل الاجتماعي، الشباب.

Abstract:

This Study Is A Part Of The Impacts Research In The Sociology Of Communication It Aims To Know The Youth Visions Of The Network Community As Well As The Services And The Needs That It Satisfies To Know How Users Choose Their Identity. On One Hand. And The Effect On Their Virtual Identities On The Other Hand .

The Study Seeks To Try To Understand The Relationship Between True Identity And Virtual One.

Also To See If It Takes The Form Of A Connection Or A Breakup.

Key Words: The Network Society , Virtual Identity , Social Media, Young.
1-مقدمة:

نال موضوع الهوية اهتماما واسعا لدى العديد من المفكرين والباحثين وذلك منذ الماضي البعيد، فكانت الدراسات في بدايتها فلسفية خالصة تبحث في مفهومها وكذا حقيقتها وكيفية تشكيلها، فيعبر عنها تارة بالأنا وتارة بالشخصية، وغيرها من المفاهيم التي يستخدمها كل ضمن سياق تخصصه، وعلى اعتبارها مجموعة الصفات الفيزيولوجية والسيكولوجية التي تؤلف الهيكل الجسمي والنفسي للإنسان فإن الذات في تفاعلها لا تستقر على حالة ستاتيكية، فتتشكل وفقا للسياق العام الذي تنتمي إليه.

ومع ظهور مواقع التواصل الاجتماعي وما توفره من خدمات تلبي الكثير من الإشباع، أصبحت بذلك المجتمعات الشبكية فضاء يتصف بالمرونة يستقطب إليه الكثير ممن يجدون فيه فضاء بديلا ومنبعا للإلهام والإبداع يحرهم من قيود الرقابة وقيم المجتمع والدين، فيتمصون لأنفسهم هويات افتراضية تعبر عن الكثير من الرغبات الدفينة، يتصرفون من خلالها بلا حسيب ولا رقيب داخل مجتمعات شبكية افتراضية تضم عدد من الأفراد لا تقيدهم حدود الزمان والمكان مجهولون من حيث جنسهم وسنهم وانتمائهم.

أمام هذا الاستخدام المكثف وبين ما نسميه هوية افتراضية ومجتمعا شبكيا، تدرج مسألة تأثير المجتمع الشبكي على الهوية، عندما ننظر بحكمة كيف نتصور ذوات لا نبصرها واقعيًا ومجتمع خفي. وقد وجدنا صعوبة وخيبة أمل في فهم وتصور انفسنا وهويتنا، فقد تشكل هويتنا وجزء كبير من ذواتنا ينسلخ بعيدا عنا، فتصبح الصورة الحقيقية للهوية هي تلك التي نشكلها عن انفسنا وإرادتنا وهي تلك التي يشكلها الغير عنا ويفرضها علينا، ولمعرفة العلاقة بين الهوية الفعلية و الافتراضية، وكيف تؤثر المجتمعات الشبكية والفضاء السيبراني في تشكيل الهوية الافتراضية، يبدو أن هناك الكثير من المسائل التي تجعل من الهوية ضرورة ملحة يجب دراستها في جميع مستوياتها وعلى صعيد الكثير من العلاقات، ومنه فإن الآثار والانعكاسات التي يخلقها المجتمع الشبكي على الهوية تبدو مجهولة بالنسبة للكثير من المستخدمين إما عن قصد أو عن غير قصد، عندئذ فإثارة موضوع الهوية الافتراضية في المجتمعات الشبكية، هو الوسيلة

الوحيدة لتنمية الوعي وتوجيه الانتباه الذي يراقبه العقل وتوجيهه الارادة لما يمكن أن يشكل صورة صادقة عن الهوية، وتعزيز الشعور بالثقة في المجتمعات الشبكية وتأثيرها المبرر والمشروع على الهوية، دون الاعتداء على الخصوصية والإرادة الحرة في اختيار الذات ورسم معالمها.

من هنا تسعى هذه الدراسة لمعرفة تمثيلات الهوية الافتراضية لدى الشباب الجزائري وبأهمية الهوية كصورة تعكس الذات، عن طريق هوية افتراضية ضمن مجتمع شبكي، ويبرز ذلك من خلال سؤال رئيسي كما يلي:

كيف تؤثر المجتمعات الشبكية على الهويات الافتراضية لدى الشباب الجزائري ؟
وتتفرع عنه التساؤلات التالية:

1. ما دوافع استخدام الشباب الجزائري لمواقع التواصل الاجتماعي؟
2. ما هي انعكاسات المجتمع الشبكي على الهوية الافتراضية لدى الشباب الجزائري؟
3. ما طبيعة العلاقة بين الهوية الفعلية والافتراضية؟

2- أهداف الدراسة:

لقد استهدفت الدراسة محاولة التعرف والوقوف على:

1. التعرف على استخدامات الشباب الجزائري لمواقع التواصل الاجتماعي،
2. معرفة انعكاسات المجتمع الشبكي على الهوية الافتراضية لدى الشباب الجزائري،
3. الوقوف على طبيعة العلاقة بين الهوية الفعلية والافتراضية،

3- أهمية الدراسة:

تكمن أهمية هذه الدراسة في معرفة دوافع استخدام الشباب الجزائري لشبكات التواصل الاجتماعي و الوقوف على الإشباع التي يحققها من وراء هذا الإستخدام، ومدى تأثيرها على الهوية بصورة افتراضية لدى فئة الشباب، خاصة من الذين نشئوا في احضان التطور التكنولوجي، وكذا الانماط والأساليب الجديدة التي أبدعتها هذه الوسائط في تشكيل الهويات، بما في ذلك الافتراضية، وعرض صورة عن الذات تنسجم وتمثلاتهم كما تتضح أهمية الدراسة في أنها تستهدف فئة الشباب وهم من يجب أن نقف على هويته وندرك كيفية تشكيلها وحقيقتها، حتى لا يحدث ذلك التيه والانفصام بين ما هو واقعي وما هو افتراضي من جهة ومن أجل التنبيه الى مدى تأثير المجتمع الشبكي في رسم معالم الهوية من جهة أخرى.

4- مفاهيم الدراسة:

مما لا شك فيه أن تحديد المفاهيم يكتسي أهمية كبيرة لأي بحث علمي يتطلع إلى الدقة والموضوعية في الطرح والمعالجة، وسنحاول في هذه الدراسة تحديد المفاهيم التالية:

أولاً: الهوية الافتراضية:

الهوية لغة: إن لفظ هوية مصدر صناعي مركب من ضمير المفرد الغائب "هو" المعروف بأداة التعريف "ال" والياء المشددة و"ة" التأنيث وهي تعني التماثل.

Identical ويعني الشيء نفسه أو المشابه من كل النواحي، فالهوية تعني نفس الشيء والمماثلة والمشاهدة والتفرد. (مجمع، 2000، صفحة 85)

الهوية اصطلاحاً: عرفها الجرجاني أنها "الحقيقة المطلقة المشتملة على الحقائق اشتمال النواة على الشجرة في الغيب" فهوية الفرد هي النواة التي تصدر وفقها أفعاله وترسم كينونته.

من خلال التعاريف السابقة نستنتج أن الهوية هي مجموعة الصفات والسلوكيات التي تعبر عن الفرد وذاته وترسم صورة عنه يتم إدراكها، على أنها تعبير عن حقيقة الفرد، أو جانب من جوانب حياته الفيزيولوجية والنفسية، وحتى العقلية.

الهوية الافتراضية: تعرف الهوية الافتراضية بأنها الشخصية التي يتم انشائها من طرف المستخدم الذي يكون بمثابة همزة وصل بين الشخص الطبيعي والشخص الظاهري، وعليه فإن الهوية الافتراضية هي السمات والمواصفات التي يقدمها الفرد الطبيعي للآخرين عبر الإنترنت، فتكون عملية الاتصال بين ثلاثة أطراف وليس طرفين وهي: الشخص العادي، والهوية الافتراضية والأشخاص الآخرين. (بايوسف، 2013، صفحة 396)

وعليه فإن الهوية الافتراضية هي مجموعة البيانات التي من خلالها يتم إنشاء حساب لعرض الذات عبر مواقع التواصل الاجتماعي وهذه البيانات قد تكون صحيحة وصادقة تعبر عن الذات كما قد تكون كاذبة بصورة كلية أو جزئية يشكلها الفرد كيف ما يشاء.

ثانياً: المجتمع الشبكي:

تنطبق عبارة المجتمع الشبكي على المجتمعات التي تظهر فيها تقنية معقدة من الاتصال، وإدارة توزيع المعلومات على شكل شبكي، مع إعادة إنتاج الشبكة في كل مكان من المجتمعات الشبكية، وتتألف الشبكات من ثلاثة عناصر رئيسية: العقد وهي نقاط موصولة بنقط أخرى، أما الرابط فيصل عقدة بأخرى، والتدفق هو ما يمر بين العقد.

بذلك فمجموعة من الاصدقاء شبكة، والفرد عقدة والتقنية رابط اما تبادل الأفكار والمشاعر ... غيرها فهي التدفق. (بارني، 2016، صفحة 31)

من هنا يتضح أن المجتمع الشبكي هو مجموعة شبكات عالمية قائمة على تكنولوجيا دقيقة وتقنيات عالية تسهل عملية الاتصال بين الأفراد، كما تتيح الفرصة للتواصل بينهم عبر العالم من خلال الفضاء المعلوماتي والتي تضم الكثير من البشر، لا يتقيدون بحدود المكان والزمان، ولا اهمية لانتمائهم، مادامت هذه الشبكات تحول العالم الى قرية كونية صغيرة، وبواسطتها يتم تبادل الافكار والاهتمامات والمشاعر وتكوين الصداقات في مختلف مستوياتها وكل مظاهر التفاعل بين الافراد، التي تتم في محيطها من خلال محاولة للفرد كي يعبر عن ذاته ويثبت وجوده.

ثالثا: الفضاء الافتراضي:

مجتمع الانترنت هو مجتمع افتراضي يستخدم أفراد وسائل الاتصال الحديثة في عملية الاتصال في حدود وهمية خيالية غير ملموسة تحاكي الواقع أو تقترب منه، إذ تبقى إشكالية "الافتراضي" محل بحث ونقاش وتعدد في الآراء، ومدى اعتماده على التقدم التكنولوجي الذي فرضه كمفهوم جديد، وارتباطه بالواقع أو تجاوزه، ولو أن فكرة الافتراض ترتبط بحدود الخيال والتخمين أكثر مما ترتبط بالواقع وغالبا ما تثير الريب والظن فكما تحمل الصدق تحمل الكذب.

يرجع مفهوم الفضاء الافتراضي إلى العالم الأمريكي "هاورد رينجولد" Haward Rhingold في كتابه الشهير بعنوان "المجتمع الافتراضي" حيث عرفه على أنه: "مجتمعات تشكلت من أماكن مختلفة عبر العالم، يتصل الافراد فيما بينهم عبر البريد الالكتروني فيتبادلون الأفكار ويشكلون صداقات بحيث يجمعهم نوع من الاهتمام أو الاتجاه المشترك، فتحدث بينهم نفس التفاعلات التي تحدث في الواقع، وذلك عن بعد، أو بصورة تمثيلية تشبه إلى حد بعيد التي تحدث في الواقع تغيب فيها الممارسة الفعلية الملموسة لكنها تتحقق ذهنيا أو فكريا. (فريده، 2016، صفحة 432)

لهذا يعد الفضاء الافتراضي نوعا من الحياة التي يعيشها الأفراد بشكل يقع بين التمثيل والإبداع، كونه يأخذ من الواقع صورة عن العلاقات الحقيقة وتفاعلاتها ثم ينسج على منوالها علاقات وتفاعلات مع أشخاص آخرين من أماكن مختلفة بطريقة إبداعية، يتحررون من خلالها

عن كل القيود والأعراف الاجتماعية والدينية لهذا كانت المجتمعات الافتراضية فضاء فسيح يعبر فيه الأفراد عن حريتهم ويمارسون فيه ديمقراطيتهم.

5- الدراسات السابقة:

دراسة (تومي فضيلة، نبيلة بو خبزة، 2015) بعنوان: "الهويات في مواجهة تقانة المجتمع الشبكي المخلفة، حسابات مستخدمي الفيسبوك أنموذجا، دراسة استكشافية" هدفت هذه الدراسة الى التعرف على كيفية عرض الذات عبر شبكة الفاييسبوك والكشف عن مكونات هذا التمثيل الرقمي وكذا الاشباعات والرغبات التي يحققها لهم، كما هدفت الى التقرب من المستخدمين للكشف عن ممارساتهم لهوياتهم الافتراضية ودوافع ذلك، فكانت اشكالية الدراسة قائمة على تساؤل مفاده: هل اثر استخدام موقع التواصل الاجتماعي فايسبوك على رسم ملامح الهوية الافتراضية للمستخدم الجزائري لهذا الموقع؟

وقد استخدمت الباحثة منهج المسح واستمارة استبيان على عينة قصدية لمستخدمي الفاييسبوك من الاصدقاء الافتراضيين للباحثة عبر حسابها الشخصي والمقدر عددهم ب 78 مبحوثا، توصلت من خلالها الدراسة الى نتيجة تأكد أن استخدام الفاييسبوك قد اثر في تشكيل نوع ومظهر الهوية الافتراضية للمستخدم الجزائري، من خلال ذات افتراضية بديلة عن الذات الواقعية، كما اوصت أن بعض معلوماته الحقيقية على الشبكة تبقى محفوظة لدى الموقع ضمن ارسيف رقمي. (تومي و بو خبزة، 2015، ص241)

دراسة (شيخي سارة، 2021) بعنوان: "ازمة الهوية لدى المراهق بين الافتراضية والواقع" تندرج هذه الدراسة ضمن البحوث النظرية التحليلية، وقد هدفت الى اعطاء نموذج مفاهيمي شامل حول الهوية الافتراضية، بمختلف جوانبها وأبعادها مسلطة بذلك الضوء على علاقة الهوية الافتراضية بالواقعية كما حاولت الدراسة الكشف عن مدى قدرة المراهقين على تمثيل هوياتهم داخل هذه البيئات وإبراز الحدود الموجودة بين الهويتين لفهم نشاطات المراهقين وإمكانية التنبؤ بها.

انطلقت بذلك الدراسة من إشكالية: هل تؤثر الهوية الافتراضية على بناء الهوية الواقعية للمراهق؟ ولقد خلصت الدراسة الى وجود علاقة تأثير وتأثر بين الهوية الواقعية والافتراضية وأن هذه الاخيرة تعتبر متنفسا لما يتعرض له الفرد من ضغوطات وقيود في عالم الواقع، فتفقد الهوية الواقعية بعض مقوماتها، كما بينت الدراسة أنه من الصعب تمثيل المراهق لهويته في العالم

الافتراضي في مقابل تعدد الهويات وقابليتها للتغير. أوصت الدراسة بأن المراهقين في مأزق نتيجة التعرض الدائم لمضامين هذه الشبكات التي تخلق لهم تيه وضباع في ظل غياب الرقابة مما يستدعي دراسات متعددة التخصصات للهويات الافتراضية للإلمام بكل جوانبها.

التعليق على الدراسات السابقة:

في ضوء استعراض الدراسات السابقة والتي تتقاطع مع موضوع بحثنا في دراسة تأثيرات المجتمع الشبكي واستخدامات مواقع التواصل الاجتماعي على الهوية تبين ما يلي:

معظم الدراسات السابقة استهدفت فئة الشباب وذلك من خلال عينة الدراسة الميدانية استهدفت معظم الدراسات تأثيرات المجتمع الشبكي على الهوية، ودوافع استخدام الشباب للفلايسبوك ومعرفة الأبعاد النفسية والعاطفية والاجتماعية والثقافية التي تعكس تماثلهم.

- كما انها كانت بمثابة وسيلة مساعدة في إعداد الجانب النظري مقدمة لنا بذلك نظرة بانورامية عن موضوع الدراسة من جهة، وبناء الاستمارة من جهة أخرى.

- كما توصلت الدراسات التي تناولت موضوع الهوية الى تحديد مفهوم الهوية الافتراضية وعلاقتها بالهوية الواقعية.

- إضافة الى ذلك فإنها تنبه الى ما قد يترتب من تداعيات وتيه نتيجة تأثير المجتمع الشبكي على الهوية الفعلية وهو ما قد ينعكس على الكثير من الخصوصيات.

- تبقى هذه الدراسات تتناول جوانب محدودة لا تعبر عن العلاقة الحقيقية بين الهوية الافتراضية والفعلية حيث تسعى دراسة الباحث للإلمام بها أكثر وتقديم الاضافة المفيدة لها.

6- المقاربة النظرية:

يعتبر الاستنساخ التكنولوجي ثورة في مجال الاتصال، كشف لنا بوضوح ظهور نماذج وتقنيات جديدة أصبح من الضروري التعامل معها لمواكبة متطلبات العصر والوقوف على ما وصل إليه العالم من إبداع في المعلوماتية، وتدفعها السريع عبر الشبكات والفضاء الرقمي، لذلك اعتمدت الدراسة على نظرية الاستخدامات و الإشباع، التي تبدو أنها الأنسب والأقرب لموضوع دراستنا.

نظرية الاستخدامات والاشباعات:

بالنسبة لهذه النظرية فإن جمهور وسائل الاعلام والاتصال لا يكون متلقي سلبي وإنما نشط تتلخص ابعاده في:

- يختار وينتقي الجمهور الوسيلة التي تحقق له اشباع الحاجات ولديه نزوع نحو ما يتوافق مع اهتماماته وميولاته حسب طبيعة كل فرد.

- الهدف من استخدام وسائل الاتصال هو تحقيق المنفعة والفرد تحركه نزعة براغماتية.

- العمدية والقصدية في الاستخدام من خلال الميل للرسالة والوسيلة والمضامين فالجمهور هو الوحيد من يدرك دوافعه من الاستخدام.

- ما دام جمهور وسائل الاتصال نشط فهو يشارك في انتاج المضامين.

- قد يصدر الجمهور احكام حول الوسيلة والمضمون أو المحتوى فتكون له مقاومة لما لا يرغب فيه فنتائجه مختلفة وكذلك استخدامه. (عبد الرزاق الدليمي، 2014، ص128)

بمعنى أن نظرية الاستخدامات و الاشباعات تشير إلى العلاقة القائمة بين وسائل الاتصال و المستخدمين لها. مع محاولة التأكيد على أن الذي يستخدمها لإشباع رغبات معينة أبرزها البحث عن المعلومة وكذا الاهتمام بتلبية الحاجات المتعددة التي تشكل نقطة رئيسية وهامة وراء اختيار نوع الوسيلة، التي يتم استعمالها وهذا ما أفاد دراستنا حول تعرض الطلبة الجامعيين لمواقع التواصل الاجتماعي وتأثير ذلك على هويتهم الافتراضية.

7- الاجراءات المنهجية للدراسة الميدانية:

1.7 نوع الدراسة ومنهجها:

تنتمي الدراسة الى الدراسات الاستكشافية القائمة على المنهج الوصفي كونها تقيم بدراسة واقع الظواهر وتحليلها وتفسيرها بغرض الوصول الى استنتاجات تحقق منفعة ونتائج مفيدة تحدم الهدف من الدراسة وهذا بالوصول الى نتائج تمكننا من فهم الحاضر وتحضير المستقبل، لذلك اعتمدت الدراسة المنهج الوصفي كونه اكثر ملائمة للموضوع. (موريس انجرس، 2004، ص68)

2.7 أداة الدراسة:

على اعتبار أن مستخدمي الهوية الافتراضية في المجتمع الشبكي هو المجتمع الأصلي، فقد تم اختيار عينة من مجتمع البحث لإجراء الدراسة عليها وتعميم النتائج على مجتمع الدراسة، ومنه

فان الاداة المستخدمة في جمع البيانات ضمن هذه الدراسة هي الاستمارة الإلكترونية، كونها من أدوات البحث الأساسية الشائعة الاستعمال في العلوم الانسانية، تمكن الباحث من الحصول على معلومات دقيقة لا يمكن للباحث ملاحظتها، وكذا لدقتها ويسرها من حيث الجهد والوقت والتكلفة.

3.7 حدود البحث:

1.3.7 مجتمع الدراسة:

يعتبر الشباب المستخدم لشبكات التواصل الاجتماعي هو المجتمع الاصلي للدراسة وانطلاقا من كون الطلبة الجامعيين يمثلون فئة الشباب اخترنا أن يمثلوا مجتمع دراستنا، كون الباحث على اتصال مباشر مع الطلبة.

2.3.7 عينة الدراسة:

تم استخدام العينة القصدية وفي هذا النوع من العينات تكون مفردات البحث معروفة من قبل، حيث استهدفت 50 مفردة من المستخدمين للمواقع الاجتماعية، وقد تم توزيع 50 استبانة الكترونية على عينة الدراسة، تم استرجاعها كاملة أي (50) استمارة.

8- تحليل نتائج الدراسة الميدانية ومناقشتها:

1. توزيع عينة الدراسة حسب المعلومات الشخصية

جدول 1. يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس

النسبة	التكرار	الجنس
38%	19	ذكور
62%	31	إناث
100%	50	المجموع

يتضح من خلال الجدول أن أفراد العينة يتوزعون بين الذكور والإناث؛ حيث يمثل الذكور 19 مفردة؛ أي ما يعادل 38 % من عينة الدراسة بينما يمثل الإناث 31 مفردة، وهو ما يعادل نسبة 62 %، ومع أن هذه النسبة قد لا تعكس المعطى السوسولوجي الحقيقي للتوزيع الجنسي في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي اعتبارا بأن العينة لم تكن من النوع العشوائي، بل هي عينة مقصودة، إلا أن هذا لا يمنع من القول بأن مواقع التواصل الاجتماعي ليست حكرًا على جنس معين بقدر ما أنها تكشف أن المجال التكنولوجي متاح للجميع، وأن هذه المواقع يميل

إليها الجنسان معا، نظرا لانتشارها الواسع، مع فارق في الزيادة بالنسبة للإناث نتيجة لميل هذه الفئة الى مزاوله الدراسة الجامعية على عكس الذكور الذين يتجهون الى سوق العمل.

جدول 2. يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس

النسبة	التكرار	السن
40%	20	(من 18 إلى 20 سنة)
36%	18	(من 21 إلى 23 سنة)
24%	12	(من 24 سنة فما فوق)
100%	50	المجموع

من خلال القراءة الإحصائية للبيانات المجدولة أعلاه نلاحظ أن أعلى نسبة تمثلت في الفئة العمرية (من 18 الى 20) ، بنسبة 40%، تليها نسبة 36% للفئة العمرية (من 21 الى 23)، في حين نسجل نسبة 24% بالنسبة للفئة العمرية (من 24 فما فوق)، وعليه يمكن القول بأن عينة الدراسة جاءت ممثلة لفئة الشباب وهذا ما يساعد على تحقيق أهداف الدراسة الحالية.

2. عادات وأنماط استخدام الشباب الجزائري لمواقع التواصل الاجتماعي:

جدول 3. يوضح الموقع المفضل لدى عينة الدراسة:

الموقع المفضل	التكرار	النسبة	الترتيب
الفيسبوك	27	54%	1
الانستغرام	7	14%	3
اليوتيوب	11	22%	2
التيك توك	5	10%	4
المجموع	50	100%	

نلاحظ من خلال المعطيات البيانية في الجدول أعلاه أن المبحوثين يفضلون استخدام موقع الفيسبوك وذلك بنسبة 54% ليحتل بذلك المرتبة الأولى من حيث الاستخدام، في حين نجد في المرتبة الثانية أن نسبة 22% يفضلون تصفح موقع اليوتيوب لما له من خصائص كمشاهدة الأفلام والبرامج والخدمات التي يقدمها كإلقاء المحاضرات ومتابعة الدروس، بينما نجد في المرتبة الثالثة موقع الانستغرام بنسبة بلغت 14%، وأخيرا نسجل نسبة 10% من المبحوثين الذين يفضلون تصفح موقع التيك توك وهي نسبة ضئيلة مقارنة ببقية المواقع ويمكن إرجاع هذا التفاوت

في النسب للخصائص التي يتميز بها موقع الفاييسوك والخدمات المتنوعة والاشباعات التي يحققها للمستخدمين وسهولة استخدامه.

جدول 4. يبين عدد مرات تسجيل دخول عينة الدراسة لمواقع التواصل الاجتماعي في اليوم:

عدد المرات	التكرار	النسبة
مرة واحدة	2	4%
مرتين	9	18%
03 مرات	13	26%
أكثر من 03 مرات	26	52%
المجموع	50	100%

يبين الجدول أعلاه عدد مرات دخول عينة الدراسة لمواقع التواصل الاجتماعي في اليوم، حيث لوحظ أن نسبة كبيرة من المبحوثين تقدر ب 52% يسجلون دخولهم لحساباتهم الشخصية لأكثر من 03 مرات في اليوم، في حين أكد 26% من عينة الدراسة أنهم يتصفحون حساباتهم 03 مرات في اليوم، بينما صرح 18% من عينة الدراسة أنهم يتصفحون مواقع التواصل الاجتماعي لمرتين يوميا، وأخيرا نجد نسبة ضئيلة مثلتها 4% من المبحوثين الذين يتصفحون المواقع الاجتماعية لمرة واحدة في اليوم، ويمكن إرجاع هذه النسبة الضئيلة لانشغال الطلبة الجامعيين بمتابعة دروسهم ومحاضراتهم، في حين يتضح من خلال النسب السابقة أن الشباب الجزائري يستخدم وبشكل مكثف مواقع التواصل الاجتماعي لعدة مرات في اليوم وهذا ما يعكس الانتماء إلى العالم الافتراضي من خلال ما تقدمه من إشباعات للمستخدمين يتوافق مع مستوى تطلعاتهم، فمواقع التواصل الاجتماعي تجاوزت الحدود الزمكانية وأصبحت متنفس للكثير ممن لا يجدون ضالته في الواقع. فالكثير من الطلبة تجدهم منكبين على هواتفهم الذكية حتى وقت الدراسة يتبادلون أطراف الحديث والتعليق على المنشورات.

جدول 5. يوضح هوية المبحوثين على حساباتهم

اسم المستخدم	التكرار	النسبة
اسم حقيقي	18	36%
اسم مستعار	32	64%
المجموع	50	100%

نلاحظ من خلال المعطيات البيانية أن 64 % من المبحوثين يستخدمون أسماء مستعارة عند استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، وأن حساباتهم عبر هذه المواقع لا تعبر عن معلوماتهم الحقيقية وذلك رغبة منهم في التخفي وعدم التعرف عليهم من طرف الاقارب خاصة لدى الكثير من الاناث بسبب رفض الاسرة أو الاخوة الذكور لفكرة امتلاك حساب عبر هذه المواقع كما يمكن ارجاع ذلك الى حدود الحرية الواسعة التي يتمتع بها صاحب الحساب المستعار في الكلام والتعبير عن كل رغباته دون قيد أو شرط كما تختفي مشاعر الخوف في التعبير عن ذلك لأنه في امان ومجهول لا يتعرف عليه أحد، بينما نجد ما نسبته 36 % من المبحوثين يستخدمون اسمائهم الحقيقية عبر هذه المواقع لتسهيل التعرف عليهم من طرف الاهل والأصدقاء وتكوين علاقات جديدة، والظهور بهويتهم الحقيقية من اجل الشعور بالأمان بالنسبة للذين يتفاعلون معهم كعامل مهم لتعزيز الثقة وجلب الاصدقاء فتكون هناك معرفة أو لقاء مباشر بين الاطراف.

جدول 6. يوضح أسباب اختيار عينة الدراسة هوية حقيقية عبر مواقع التواصل الاجتماعي:

الأسباب	التكرار	النسبة
الرغبة في الظهور بالهوية الحقيقية	15	30%
حتى يجدك معارفك وأصدقاؤك	17	34%
حتى تحظى بثقة المتفاعلين معك	18	36%
المجموع	50	100%

توضح المعطيات الاحصائية اعلاه أن 36 % من المبحوثين يميلون الى الظهور بهوية حقيقية، مبررهم في ذلك كسب ثقة المتفاعلين معهم حيث أن الكثير من الاشخاص لا يشعرون بالأمن ويخافون الابتزاز ، كما قد يخيل لهم ان الذين يتفاعلون معهم هدفهم التجسس أو محاولة ايهام الطرف الاخر بهوية غير هويتهم بهدف التخفي أو محاولة لاختبار الطرف الاخر في جانب من جوانب الحياة واحتياجاتها، كما نجد ما نسبته 34 % من المبحوثين كان مبررهم اهم يرغبون في التعرف عليهم من طرف الاهل والأصدقاء ، اذ غالبا ما نجد انفسنا نبحث عن اشخاص

يحملون نفس اسم العائلة على أمل التواصل بهم أو اصدقاء الطفولة ممن انقطعت عنا اخبارهم فالظهور بالاسم الحقيقي يسهل العثور علينا، وفي الاخير نجد نسبة 30% من المبحوثين كانت اجابتهم على انهم يرغبون في الظهور بهويتهم الحقيقية لأنهم مقتنعون تماما ان دخولهم المواقع الاجتماعية ليس مؤسس على نوايا باطلة سيئة بل انهم يمتلكون هوية يفضلون الظهور بها وليس لديهم ما يخشونه على اساس من العقل والإرادة القوية وان التخفي في نظرهم يعبر عن تفاعل مشبوه عبر هذه المواقع، وهو نوع من الثقة بالذات أو التعبير عنها أو تعبيراً عن حريتهم وعدم وجود ما يخشونه في الظهور بأسمائهم الحقيقية.

جدول 7. يوضح أسباب اختيار عينة الدراسة لهُوية مستعارة عبر مواقع التواصل الاجتماعي:

النسبة	التكرار	الأسباب
20%	10	تقمص شخصية أخرى
44%	22	حتى لا يتعرف عليك أحد
36%	18	تكوين علاقات غرامية
100%	50	المجموع

نلاحظ أن 44% من المبحوثين يظهرون بهوية مستعارة حتى لا يتعرف عليهم احد وهذا مؤشر يدل على ان هناك من المستخدمين مواقع التواصل الاجتماعي يفضلون السرية اما لأن افراد الاسرة والأقارب محافظون يرفضون كل تجديد ويفسرونه على انه انسلاخ وتمرد، وإما لأنهم يقيمون من خلال مواقعهم اتصالات مشبوهة أو غرامية حتى لا نسيء الظن وهو ما تمثله نسبة 36% من المبحوثين، هذا وتمثل الرغبة في تقمص شخصية أخرى غير الشخصية الحقيقية نسبة 20% وهو ما يتطلب منا فهم وتفسير رغم انخفاض النسبة، فهو مؤشر يعبر عن عدم اقتناع الفرد بذاته وهويته من جهة أو بمدى شعوره بالنقص ورغبة في تعويض ذلك الخلل وعدم التوازن في جانب من جوانب حياته، خاصة اذا كان الهدف هو أكبر عدد من المتفاعلين فالهوية المطلوبة عندئذ ليست هي التي تعبر عن ذات الفرد وانما التي يرغب فيها المتفاعلون وهذا ما يدفع الى تقمص تلك الصورة التي يريد ان يرانا بها الغير، كونها تحقق الكثير من إشباعاتهم وما يبحثون عنه.

3. انعكاسات المجتمع الشبكي على الهوية الافتراضية لدى الشباب الجزائري:

جدول 8. يبين استخدام عينة الدراسة لمواقع التواصل الاجتماعي وعلاقته بحالتهم النفسية:

النسبة	التكرار	البدائل
20%	10	تخاطر وتقفز نحو المجهول
30%	15	تستخدم المواقع بحذر وتخاف من الإبتزاز
32%	16	تحتزم القواعد الاجتماعية
10%	5	تتنمر على الغير
8%	4	تستخدم عبارات السب والشتم
100%	50	المجموع

نلاحظ من خلال المعطيات الاحصائية أن مانسبته 20% من مجتمع الدراسة كانت اجابتهم أنهم عند استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي يخاطرون وغالبا ما يتمتعون بالمغامرة من خلال اقامة علاقات وصدقات مع اشخاص مجهولون من حيث هويتهم وانتماءهم، تتحكم في سلوكهم الدوافع الطبيعية والغريزية فيسعون الى اشباعها مهما كانت السبل في ذلك، ويصرح عدد من المبحوثين بما نسبته 30% على أنهم يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي بحذر ويخافون من الابتزاز وهو ما يعبر على أن مشاعر الامان قد اخفت رغم مخاطرتهم فالمهم هو أن يجرب على أمل أن يتحقق ما يرغب فيه وإن لم يتحقق فذلك ليس له تأثير في نظرهم لأنهم يستخدمون المواقع بأسماء مستعارة.

كما نلاحظ أن 32% من المبحوثين يحتزمون القواعد الاجتماعية للكلام ويختارون كلماتهم يغامرون وحذرون في نفس الوقت وهي هوية مفتعلة صعبة في المجتمع لا يمكن الاحاطة بها صنعتها مواقع التواصل الاجتماعي، أما بالنسبة للتنمر على الغير فهي بنسبة 10% التي تعبر على ان هناك من الذين يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي للتعبير عن احقاد دفينه أو تعويضا لما يشعرون به من نقص وهو ما يبين أن هذه المواقع اصبحت وسيلة للإفصاح من جهة والصراع من جهة أخرى، في الاخير نجد أن 8% من افراد العينة يستخدمون عبارات السب والشتم في تفاعلهم وهذا وارد بحكم أن بعض الحسابات خاصة تلك التي تكون بأسماء مستعارة هدفها علاقات خارجة عن نطاق القيم الاجتماعية والأخلاقية.

جدول 9. يبين انعكاس مواقع التواصل الاجتماعي على طبيعة النقاش مع الآخرين:

النسبة	التكرار	طبيعة النقاش
64%	32	ليس لديك حس الانتماء لأفكارهم
36%	18	تتفق معهم في التفكير
100%	50	المجموع

يتبين من خلال المعطيات الاحصائية أن 64 % من المبحوثين ليس لديهم حس الانتماء لأفكار غيرهم وهو ما يفسر نوع من العدوانية في التفاعل مع الغير وغياب ثقافة الحوار واحترام آراء الآخرين عبر هذه المواقع، بينما تمثل نسبة 36 % من المبحوثين أنهم يتفقون مع غيرهم في التفكير وهي نسبة قليلة مقارنة مع سابقتها فالاتفاق دليل على الاندماج الاجتماعي وعدم الاتفاق دليل على وجود صراع ناتج عن انشطار في الهوية سببه مواقع التواصل الاجتماعي.

جدول 10. يبين انعكاس استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على تغيير المظهر

النسبة	التكرار	تسعى إلى تغيير مظهره من خلال
36%	18	ارتداء ملابس تواكب الموضة وروح العصر
32%	16	تغييرين طريقتك في الأكل والشرب والجلوس
32%	16	تعديل من اللغة التي تستعملينها في حديثك
100%	50	المجموع

يتبين من خلال المعطيات الاحصائية أن 36 % من المبحوثين يحاولون تغيير مظهرهم من خلال ارتداء ملابس تواكب الموضة وروح العصر كمظهر من مظاهر التقليد في بناء الهوية كما تمثل نسبة 32% منهم ان تغير المظهر يلامس طريقة الاكل والشرب والجلوس بحث يحاول الكثير من الاشخاص الوقوف على ما وصل اليه غيرهم وتبنيه عله يقدمهم في الصورة والحلة التي يبحث عنها، وبنفس النسبة أي 32% من المبحوثين ينظرون الى تغيير المظهر من خلال تعديل اللغة المستعملة في الحديث واختيار الكلمات كأسلوب من اساليب لفت الانتباه أو التعبير عن مكبوتات دفينة فمعظم المتفاعلين عبر مواقع التواصل الاجتماعي اصبحوا يتنافسون فيما بينهم من اجل الظهور بعبارات لم يظهر بها غيرهم من قبل.

4. طبيعة العلاقة بين الهوية الفعلية والهوية الافتراضية:

جدول 11. يوضح تأثير استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في بناء هوية جديدة:

النسبة	التكرار	البدائل
22%	11	هويتك في المواقع تجعلك تفقد هويتك في الواقع
64%	32	مشاهدة نفسك بهوية جديدة تراها تحاكي هويتك
14%	7	تحقق هويتك الجديدة عبر المواقع الهوية التي ترغب فيها
100%	50	المجموع

من خلال المعطيات الاحصائية في الجدول اعلاه نلاحظ أن نسبة 64% من المبحوثين ينظرون الى هويتهم الجديدة على انها تحاكي هويتهم الفعلية، في الوقت التي يرى فيه ما نسبته 22% منهم أن الهوية الجديدة عبر مواقع التواصل الاجتماعي جعلتهم يفقدون هويتهم الفعلية، بينما عبرت فئة قليلة من المبحوثين ما نسبته 14% على أن هويتهم الجديدة عبر هذه المواقع قد حققت الهوية التي يرغبون فيها، وبصورة عكسية فان طرح النسبة المؤوية يقدم دلالة احصائية مناقضة بان الكثير من المبحوثين بالنسبة لهم الهوية الجديدة لم تحقق لهم تلك الهوية التي يرغبون فيها، فهم بذلك ينفرون من الهوية الجديدة بينما يجذبهم الحنين الى هويتهم الفعلية وهو نوع من الفراغ والاعتراب النفسي، الذي يعزز ذلك الاحساس بالحسرة الوجودية والانسلاخ، ولو نحن حاولنا المقارنة بين هذه العبارة التي نحن بصدد تفسيرها بتلك التي سبقتها في وجود محاكاة بين الهويتين نلتبس نوعا من التناقض في الاجابات وهذا عن غير قصد كان للباحثان هدف منه، وهو كشف كيف أن الشخص رغم نفوره من الهوية الجديدة إلا انه يحاول اقناع نفسه بذلك التطابق والعلاقة التلازمية بين ما هو وهمي وما هو حقيقي، فرغم الاشباكات التي تحققها مواقع التواصل الاجتماعي والاستعمالات المتعددة والروابط المتاحة، والخدمات غير أن تأثيرها على الهوية بهوية افتراضية افقد الكثير جانبا ليس باليسير من جوانب حياته: النفسية الاجتماعية، الاخلاقية... الخ.

جدول 12. يوضح موقف المبحوثين من الهوية الجديدة:

النسبة	التكرار	البدائل
36%	18	منبهر بما وتسعى للتمسك بها
64%	32	خائف منها تسعى إلى تركها
100%	50	المجموع

يتبين لنا من خلال الجدول أن 64% من المبحوثين موقفه من الهوية الجديدة عبر مواقع التواصل الاجتماعي أنها تثير الرعب فيه خائف منها يسعى الى تركها معنى ذلك أن هناك مشاعر من الخوف وأن حالة الامان والاستقرار قد اختفت، بينما نجد ما نسبته 36% منهم منبهرون بهويته الجديدة يسعى الى الاندماج معها والتمسك بها، وهم الفئة التي لا تزال تسيطر عليها الدوافع الطبيعية والرغبات التي لا تحققها مجتمعاتهم الفعلية بهويتهم الحقيقية. فيبقى المتنفس والفضاء الفسيح لإشباع مطالبهم هو تلك المواقع وتلك الهوية، إن لفكرة الانبهار معني القبول والرضا مع وجود شعور بالافتقار والإعجاب، على العكس من ذلك تعبر فكرة الخوف عن التردد والندم مع تأنيب الضمير والتفكير في التراجع مع العودة الى الاصل، وبين النقيضين تنحصر الهوية بين نداء الى الخوض في مغامرة وتجربة الهوية الافتراضية التي تشبع دوافع طبيعة متمثلة في غرائز وشهوات، ونداء يذكرها بالرقب الاجتماعي والأخلاقي وإمكانية ان تفصح ويكتشف أمرها.

جدول 13. يوضح مكانة المبحوثين عبر المواقع الاجتماعية وفعاليتهم بمايسهمون به:

النسبة	التكرار	اسهاماتك عبر مواقع التواصل الاجتماعي
58%	29	فعال لك ما تسهم به وتنقل جزء من هويتك
42%	21	تتلقى وترحب بكل جديد ودخيل
100%	50	المجموع

يعتبر الفضاء السيبراني حاضنة تتوفر على كل شروط التفاعل الاجتماعي فيه تتوفر أهم الاشباع التي يبحث عنها المستخدم، وهذا امر متفق فيه، غير انه ليس من الحكمة ان نجعل منه فضاء تذوب فيه هويتنا وتحتفي كل معالم البناء الذي يعبر عن ذاتنا واستقلالنا بأنفسنا، إذ يستوجب الامر اعادة قراءة مكاسبنا والوقوف على ما طرأ عليها من تغير فرضته هذه المواقع فلقد بينت اجابات المبحوثين أن ما يقدر بنسبة 58% منهم فعال عبر مواقع التواصل الاجتماعي له مل يسهم به وينقل جزء من هويته وهذا تعبير عن التبادل الحر والانفتاح الواعي على هذه المواقع، كما انها نسبة تعبر ضمناً عن تمسك المستخدمين بشخصيتهم الحقيقية ومحاولة التأثير بها، بينما نجد نسبة 42% منهم يعتبر متلقي سلبي يرحب بكل جديد وبكل وافد دخيل، ليس له ما يسهم به عبر هذه المواقع وهنا تحتفي هويته الحقيقية التي انسلخ عنها ليندمج مع هوية افتراضية قدمتها هذه المواقع اصبحت صورة حقيقية عنه لا يمكنه بأي حال من

الاحوال التخلي عنها، لان تأثير المجتمع الشبكي في رسم ملامحها قد تحقق وهذا مسلم به لان تأثير البيئة الاجتماعية في سلوك الفرد وشخصيته تصور قديم له ما يبرره.

جدول 14. يوضح رضا المستخدمين عن هويتهم الجديدة عبر المواقع الاجتماعية:

النسبة	التكرار	البدايل
36%	18	نعم
64%	32	لا
100%	50	المجموع

من خلال المعطيات الاحصائية المبينة في الجدول اعلاه يتضح أن 64% من المبحوثين ليسوا راضين عن هويتهم الجديدة عبر مواقع التواصل الاجتماعي وهو ما يوضح عدم تأثير المجتمع الشبكي على الهوية بشكل كبير ومكثف رغم الاشباع التي يحققها والخدمات التي يوفرها، بينما تمثل نسبة 36% ممن كانت اجابتهم على النقيض من ذلك في اهم راضين عن هويتهم الجديدة عبر المواقع الاجتماعية، وهي نسبة لا يستهان بها تبين أن المستخدم قد اندمج ضمن المجتمع الشبكي بهويته الجديدة، وأن الافتراضي قد بات تعبيرا عن جانب خفي من الواقع، أما بالنسبة للذين هم غير راضين عن هويتهم الجديدة جاءت مبررات اجابتهم على النحو الآتي كما هو في الجدول التالي:

جدول 15. يوضح مبررات عدم رضا المستخدمين عن هويتهم الجديدة عبر المواقع الاجتماعية:

النسبة	التكرار	البدايل
42%	21	تفكر في العودة إلى هويتك الحقيقية
22%	11	تشعر بحسرة وجودية ترى فيها نفسك لا هدف
36%	18	تفكر في امتلاك أكثر من هوية
100%	50	المجموع

تعتبر هوية الفرد جزء من ممتلكاته الشخصية التي تعكس الارادة و بها يعبر عن ذاته ويفرض وجوده من خلالها ينعكس الهيكل الفيزيولوجي والروحي للفرد، لذلك فإن فقدانها يعتبر خسارة بالنسبة إليه، وامتلاك هوية افتراضية أو أكثر منها ليس إلا حالة مرضية من حالات الازدواج أو الانفصام، وهنا نلاحظ من خلال المعطيات الاحصائية في الجدول أن 42% من المبحوثين يفكرون في العودة الى هويتهم الحقيقية وأن 22% منهم يشعرون بحسرة وجودية من خلالها يرون

انفسهم بلا هدف بينما يفكر 36% منهم في امتلاك أكثر من هوية وهي نفسها النسبة التي ابدت قبولاً ورضاً عن الهوية الجديدة، وعليه فإن حدود التلاقي بين الهوية الحقيقية والافتراضية مسلم به، ولا يمكن بأي حال انكار ذلك الاتصال والترابط بينهما، غير ان هذا لا يمنحنا الحق في أن نعتبر كل منهما صورة عن الأخرى اذ يبقى هناك بعض الانفصال الذي عبر عنه عدم رضا المستخدمين للمواقع عن هويتهم الجديدة، فهناك من أصبح يرى نفسه بلا هدف وأن هذا المجتمع الشبكي قد أخذه وسلبه أغلى ما يملك فالخسارة كبيرة، والندم والاعتراب النفسي يتآكل الفرد وهو ما جعل الكثير منهم يفكر في العودة الى هويته الفعلية، تاركاً ورائه كل تصنع وتخفي وراء اقنعة فرضتها الدوافع الطبيعية من غرائز وشهوات.

9- نتائج الدراسة:

توصلت الدراسة إلى النتائج التالية:

1. مواقع التواصل الاجتماعي تمس الهوية بشكل عام، بجميع مكوناتها فعلى المستوى الفيزيولوجي، تنتشر ثقافة المظهر وتغير منه فيحدث الانسلاخ والأزمات والتقليد والابتدع، في اللباس واطهار تفاصيل الجسد وغيرها.
2. توصلت الدراسة إلى أن الهوية الافتراضية تؤدي إلى خلق أحاسيس من الخوف والقلق النفسي، كما أن مواقع التواصل الاجتماعي قد تدفع إلى الابتزاز والاعتراب الذي يتجلى في خسارة الهوية الحقيقية والتفكير في العودة إليها بعد مغامرة قد يفقد فيها الفرد أغلى ما يملك.
3. أظهرت الدراسة أن مواقع التواصل الاجتماعي تؤثر على الهوية الافتراضية وتدفع إلى التأثير بآراء الآخرين وتصوراتهم وإتباعها، كما تقود الشباب إلى الإدمان عليها فتؤثر على مقوماتهم.
4. كشفت الدراسة على أن أغلبية المبحوثين ينظرون إلى أن الهوية الافتراضية عبر مواقع التواصل تحقق الكثير من الإشباع النفسي والاجتماعية وغيرها من المنافع.
5. توصلت الدراسة إلى أن مواقع التواصل الاجتماعي كفضاء افتراضي يتيح الحرية المطلقة لتشكيل هوية جديدة لإشباع حاجاتهم الدفينة التي لا يمكن الإفصاح عنها بهويتهم الفعلية، ما يفتح المجال للتنفيس عن تلك الرغبات، وبالتالي التعبير عما بداخلهم يعكس هويتهم.
6. كشفت الدراسة أن أغلبية الشباب ينظرون الى الهوية الافتراضية بأنها تبهرهم ويندججون في معالمها فهي تعبر عن ذواتهم الحقيقية وجزء كبير منها ينعكس فيها .
9. كشفت الدراسة أن هناك تكامل وتلاحم بين الهوية الافتراضية والحقيقية فإذا كانت الأخيرة تعكس ما هو ظاهر فإن الافتراضية تعكس الجانب الخفي منها.

خاتمة:

بشيء من الحكمة والمنطق السليم وبصدق وموضوعية يمكن الاقرار أن المجتمع الشبكي كما قدم نماذج جديدة في الاتصال فقد قدم نماذج جديدة يعرض من خلالها المستخدم نفسه في عملية الاتصال، وإذا كانت الحقيقة تنبعث من الذات والهوية التي تعبر عنها فهناك حقيقة تقليدية قدمها الفكر اليوناني بعبريته يوضح لنا من خلالها أنها لا تتمثل دائما فيما نراه بل في وراء ما نراه هنا تصبح الهوية الحقيقية ليست التي يظهر بها الانسان وإنما هي تلك التي تختفي عن الأنظار تتجسد معالمها وميزاتها في المجتمع الشبكي أكثر مما تتضح في المجتمع الواقعي.

إن الهوية الافتراضية لا تحمل دائما مفهوما سلبيا يعبر عن انشطار الذات أو كما يصطلح عليه في لغة السيكلوجيا انفصام الهوية، بل قد يعبر عن فضاء فسيح من خلاله يتجاوز الانسان حدود الواقع حتى يشبع رغباته وحاجاته الدفينة، تلك التي يخجل عن التعبير عنها في الواقع أو إيجاد حلول لها وبهويته الفعلية فيلجأ الى المجتمع الشبكي كبديل بهوية افتراضية، وهذا لا يحدث أزمة الانسان المعاصر كما يعتقد البعض، بل يعبر عن نماذج جديدة في الاتصال وصورة حقيقية للهوية كانت مجهولة بالنسبة لنا.

وفي الأخير يمكن إدراج مجموعة من التوصيات في النقاط التالية:

- يجب التنبيه إلى ضرورة الحفاظ علما لصورة الحقيقية للهوية كونها من المقومات التي تعبر عن ذات الفرد.
- ضرورة التوعية ضد مخاطر الفضاءات الافتراضية وتجنب الوقوع في إدمان هذه المواقع الاجتماعية وبالتالي التجرد من هوياتهم الحقيقية.
- التأكيد على التمسك بالهوية الحقيقية فالحاجات التي يتم إشباعها بطرق غير مشروعة قد تؤدي إلى تآكل القيم الاجتماعية والأخلاقية .

قائمة المراجع:

الكتب:

1. أنجوس موريس، منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية "تدريبات عملية". (ت. ب. وآخرون, Trad.).: دار القصة للنشر، الجزائر، 2004.
 2. بارني المجتمع الشبكي (ت. ا. الجمعاوي, Trad.): المركز العربي للأبحاث ودراسة السياسات، بيروت، 2016.
 3. فريدة آيت حبيب، الفضاء الافتراضي والتواصل الثقافي، إصدارات الجمعية الجزائرية للدراسات الفلسفية، الجزائر، 2016.
 4. مجمع اللغة العربية، للمعجم الوجيز.: الهيئة العامة لشؤون المطابع الأميرية. القاهرة، 2000.
- المقالات:**
5. بايوسف مسعودة، الهوية الافتراضية: الخصائص والابعاد، دراسة استكشافية على عينة من المشتركين في المجتمعات الافتراضية. مجلة العلوم الانسانية والاجتماعية، 2013.
 6. تومي فضيلة وبوخزة نبيلة، الهويات في مواجهة تقانة المجتمع الشبكي المخلعة - حسابات مستخدمي Facebook أنموذجا - دراسة استكشافية، مجلة الباحث في العلوم الإنسانية والاجتماعية، المجلد 7، العدد 21، 2015.
 7. شبخي سارة، أزمة الهوية لدى المراهق بين الافتراضية والواقع، مجلة حقول معرفية، المجلد 02، العدد 03، 2021.
 8. عبد الرزاق الدليمي، استخدامات الشباب الجامعي الاردني لمواقع التواصل الاجتماعي وإشباعاتها، مجلة علوم الانسان والمجتمع، العدد 12، 2014.