

عرض الذات وإدارة الانطباع من خلال بناء الهوية الافتراضية

- دراسة وصفية لعينة من هويات الشباب الجزائري على شبكة الفيس بوك نموذجاً -

*Self-presentation and impression management through virtual identity construction
A descriptive study of a sample of the identities of Algerian youth on the Facebook
network as a model. -*وردية راشدي
جامعة يحيى فارس المدية
Ourdiar5@gmail.comهاجر مسعد¹
جامعة مولود معمري تيزي وزو
مخبر بحث:Médias, usages sociaux et communication-MUSC-
Hadjer.messad@ummtto.dzتاريخ الوصول 2023/04/19 القبول 2023/07/19 النشر على الخط 2024/01/15
Received 19/04/2023 Accepted 19/07/2023 Published online 15/01/2024

ملخص:

تعنى هذه الدراسة بالكشف عن أساليب عرض الشباب لذاته وإدارة الانطباعات حولها عبر مواقع الشبكات الاجتماعية -الفيس بوك نموذجاً- وفق مفهومي الاستعراض وإدارة الانطباع اللذين جاء بهما المنظور الدرامي الذي اقترحه عالم الاجتماع "ارفينغ غوفمان". وتوصلت الدراسة إلى أن استحضار مفهومي الاستعراض وإدارة الانطباع في سياق دراسة الهويات الافتراضية يمكن من فهم سيرورة عرض الذات ضمن مسرح الحياة الافتراضية حيث يتم ذلك من خلال العديد من العناصر البصرية التي تقابل عملية الحضور الجسدي والتفاعل المباشر في الحياة الواقعية، وتتم عملية إدارة الانطباع من خلال التحكم في الجمهور الذي يستظهر له المستخدمين عناصر من الهوية البصرية وكذا من خلال التحكم في خصوصية المنشورات.

الكلمات المفتاحية: عرض الذات، إدارة الانطباع، الهوية الافتراضية، الحياة الافتراضية، الشباب.**Abstract:**

This study is concerned with revealing the methods of youth presenting themselves and managing impressions about them through social networking sites - Facebook as a model - according to the concepts of display and impression management that came from the dramatic perspective proposed by the sociologist "Erving Goffman".

The study concluded that evoking the concepts of display and impression management in the context of the study of virtual identities enables one to understand the process of presenting oneself within the theater of virtual life, as this is done through many visual elements that correspond to the process of physical presence and direct interaction in real life. Controlling the audience to which users memorize elements of their visual identity, as well as by controlling the privacy of publications.

Keywords: Self presentation, impression management, virtual identity, virtual life, young.

1. مقدمة:

تعد شبكات التواصل الاجتماعي فضاءات متعددة لبناء الهويات الفردية ومجالات رقمية لاستعراض الذات في المجال العمومي، فأضحى هذا الفضاء السايبراني نافذة يطل عبرها الأفراد المستخدمون على عوالم الآخرين من خلال آليات عدة كالصور والاسماء الشخصية التي يظهرون بها من خلال ملفاتهم الشخصية، والمعلومات التفصيلية عنهم والتي تعكس هوياتهم المهنية والعرقية والدينية وغيرها من التفضيلات¹، والتي جعلت من الهوية الافتراضية عبارة عن ذات ثانية بغض النظر عن مدى التطابق والتشابه بين الذات الحقيقية والذات الافتراضية.

وتعد دراسات الهويات الافتراضية من بين أهم الاهتمامات البحثية في العديد من الدوائر العلمية الغربية خلال نهاية القرن العشرين وبداية القرن الحالي، حيث رافقت هذه الدراسات ظهور وانتشار الاستخدامات على نطاقات واسعة لتكنولوجيا الاتصال عامة والشبكات الاجتماعية خاصة²، وسرعان ما انتقلت هذه الانشغالات البحثية إلى الدوائر البحثية العربية لتزداد وتيرتها خلال السنوات الأخيرة³، وقد شكلت بعض المنطلقات النظرية والفكرية مرجعيات أساسية أطرت هذه الدراسات.

ويعد المنظور الدرامي أو المسرحي لعالم الاجتماع ارفينغ غوفمان Erving Goffman من بين أهم النظريات المعتمدة في دراسة وتتبع الهويات الافتراضية⁴، لأنها تقترح مفاهيم وافتراضات دقيقة لعملية تمظهر الهويات الفردية أثناء التفاعل في الحياة اليومية، نظرا لملائمتها في هذا السياق حيث عمد عدد من الباحثين إلى محاولة تكييف افتراضاتها ومفاهيمها مع البيئة الاجتماعية الجديدة المتشكلة عبر فضاء الانترنت، وكان ذلك نتيجة لملاحظات معمقة حول هذا الفضاء المستحدث ومدى اعتباره امتدادا لمسرح الحياة الواقعية ومدى تمكن الافراد من القيام بأدوار وعروض درامية مختلفة تبعا لما يفرضه الموقف الاتصالي.

حيث يفترض "غوفمان" أن الحياة عبارة عن مسرح وأن الافراد ممثلين يقومون بأداء أدوارهم، ويهدفون من ذلك إلى إعطاء انطباعات معينة عن ذواتهم من خلال ارتداء ملابس خاصة والتصرف بطريقة معينة، وانتقاء الكلمات والتعابير التي تليق بكل

1الصادق الحمادي، الميديا الجديدة والمجال العمومي الإحياء والانبعث، مجلة اتحاد إذاعات الدول العربية، جامعة الدول العربية، 2012، ص : 2.

2- من أشهر الباحثين الأوائل اللذين درسوا موضوع الهوية الافتراضية نذكر مانويل كاستلز من خلال كتابه سلطة الهوية المنشور سنة 1999 حلل من خلاله موضوع الهوية في عصر المجتمعات الشبكية، وكذلك الباحثة شيري توركل التي درست تشكل الذات عبر الوسائط التكنولوجية ومن أشهر كتبها في هذا السياق "الحياة على الشاشة" الذي نشر سنة 2005، إضافة على الباحثة جيورج فاني التي قدمت عدة دراسات حول الهويات الافتراضية منها الدراسة المعنونة ب "التعبير عن الذات والهوية الرقمية مقارنة سيميائية كمية لفهم النفوذ الثقافي للويب 0.2" سنة 2009.

3 - موضوع الهوية الافتراضية من الانشغالات البحثية الأكثر طرحا في الدوائر العلمية العربية والجزائر خاصة خلال السنوات الأخيرة حيث أنجزت العديد من المذكرات والاطروحات ونشرت العديد من الدراسات ضمن المجالات العلمية حيث رافق هذا الانشغال العلمي انتشار استخدامات شبكة الانترنت وشبكات التواصل الاجتماعي على نطاقات واسعة بين فئات عمرية مختلفة.

4- يستند هذا الرأي إلى ملاحظتنا للعديد من الدراسات الأجنبية والعربية التي تناولت موضوع الهوية الافتراضية حيث اعتمد الكثير من الباحثين من خلالها على أفكار ارفينغ غوفمان في تحليل طرق الظهور وتقديم الذات وإدارة الانطباعات عبر الفضاءات الافتراضية باعتبارها امتداد لفضاء الواقع الاجتماعي من بين هذه الدراسات نذكر دراسة Riccio، بعنوان All The Web's a Stage .

موقف اتصالي¹، وبإسقاط هذه الفكرة على استخدام شبكة التواصل الاجتماعي فايسبوك ورغم غياب التفاعل بالحضور الجسدي ضمنها، إلا أنها توفر بدائل متنوعة تعكس هوية الافراد أو ذواتهم الالكترونية التي يرغبون في الظهور بها أمام الآخرين، ممارسين بذلك نوع من الدراما الاجتماعية مشابهة لتلك التي تحدث في الحياة الاجتماعية الواقعية كما افترضها غوفمان.

من هذا المنطلق سنحاول في هذه الدراسة رصد أساليب عرض الذات وإدارة الانطباع، لعينة من الشباب الجزائري ضمن فضاء الفيس بوك من خلال رصد ملامح الهوية الافتراضية، وكيفية تأثيرا انطباعات الآخرين على عملية استعراض الشباب لذواتهم، حيث سنحاول الإجابة على الاشكال الآتي:

ماهي أساليب عرض الذات وإدارة الانطباع حولها من طرف عينة من الشباب الجزائري من خلال بناء الهويات الافتراضية على شبكة الفيس بوك؟

وللإجابة على هذا الاشكال نطرح التساؤلات الفرعية الآتية:

- ماهي سيورة عرض الذات عبر شبكة الفيس بوك من قبل عينة من الشباب الجزائري؟

- كيف تتم عملية إدارة الانطباع حول الذات، وكيف تؤثر انطباعات الآخرين على عملية عرض الذات لدى عينة من الشباب الجزائري على شبكة الفيس بوك؟

■ **أهداف الدراسة:** نهدف من خلال هذه الدراسة إلى رسم صورة لكيفية عرض الذات لعينة من الشباب الجزائري ضمن فضاء الفيس بوك، من خلال:

- تسليط الضوء على سيورة عرض الذات ضمن مسرح الحياة الافتراضية بهدف معرفة كيفية تعامل الشباب الجزائري مع العالم الافتراضي المكون عبر شبكة الفيس بوك.

- معرفة أثر انطباعات الآخرين على عملية عرض الشباب الجزائري لذاته على مسرح الحياة الافتراضية وكيفية ادارتها، بهدف معرفة مدى اعتبار الفيس بوك مسرح افتراضي موازي لمسرح الحياة الواقعية.

■ **منهج الدراسة:** المنهج عبارة عن مجموعة من العمليات والخطوات التي يتبعها الباحث بغية تحقيق بحثه ويعد المنهج ضروري للبحث، إذ هو الذي ينيير الطريق ويساعد الباحث في ضبط أبعاد ومساعي وأسئلة وفروض البحث²، والذي يتم اختياره وفقا لطبيعة ونوع الدراسة، ودراستنا تندرج ضمن الدراسات الوصفية "وهي نوع من الدراسات تسعى إلى اكتشاف الوقائع ووصف الظواهر وصفا دقيقا وتحديد خصائصها تحديدا كفييا أو كمييا، وهي تقوم بالكشف عن الحالة السابقة للظواهر وكيف وصلت إلى

¹ - ارفينغ غوفمان ، عرض الذات في الحياة اليومية، تر: أحمد العوفي، ترجمة للصفحات الأخير من الكتاب الأصلي لإرفينغ غوفمان " عرض الذات في الحياة اليومية"، ص: 1.

² - رشيد زرواني ، منهجية البحث العلمي في العلوم الاجتماعية ، دار الكتاب الحديث، الجزائر، ط 2 ، 2004 ، ص: 10 .

صورتها الحالية، وتحاول التنبؤ بما ستكون عليه في المستقبل¹ فالبحوث الوصفية تقوم على أساس التعمق في دراسة نقطة معينة أو تناولها من زاوية معينة قصد الإحاطة بها وإدراك خفاياها².

من هذا المنطلق سنعتمد على منهج المسح الذي يعرف بأنه "الطريقة الأمثل لجمع المعلومات من مصادرها الأولية وعرضها في صورة يمكن الاستفادة منها حاضرا ومستقبلا"³، وتكيفها مع مجتمع البحث الجديد المتواجد في الفضاءات الافتراضية، ارتقينا أن نعتمد على منهج المسح الافتراضي الذي سيمكننا من الوصول بشكل أسرع إلى عينة دراستنا.

■ **أداة جمع البيانات:** اعتمدنا في هذه الدراسة على أداة الاستبيان لأنها أكثر ملائمة لرصد مؤشرات الهويات الافتراضية بشكل أكثر دقة وشمول، ويعرف الاستبيان " بأنه مجموعة من الأسئلة والاستفسارات المتنوعة والمرتبطة بعضها البعض الآخر بشكل يحقق الهدف أو الأهداف التي يسعى إليها الباحث في ضوء موضوع المشكلة التي اختارها لبحثه، وقد ترسل عبر البريد الإلكتروني أو تسلم إلى الأشخاص مباشرة"⁴، ومراعاة لطبيعة مجتمع البحث وتواجد مفرداته في الفضاء الإلكتروني فقد اعتمدنا على الاستبيان الإلكتروني تحديداً، لأنه يتيح الوصول إلى الأفراد المستخدمين الفعليين لشبكة الفايبروك.

وقد اشتملت على ثلاث محاور هي: محور البيانات السوسيو ديموغرافية، محور يستهدف كشف ملامح استعراض الشباب لذاته عبر شبكة التواصل الاجتماعي فايبروك، و محور متعلق بإدارة الانطباع حول الذات وتأثير انطباعات الآخرين على عملية استعراض الشباب الجزائري لذاته عبر الفايبروك.

■ **مجتمع البحث والعينة:** يتمثل مجتمع بحثنا في جميع الشباب الجزائري مستخدمي شبكة التواصل الاجتماعي فايبروك الناشطين، فكما يبدو فهو مجتمع شاسع لا يمكن حصره أو الحصول على معطيات دقيقة بشأنه لذلك لجأنا إلى أسلوب المعاينة تماشيا مع ما تفرضه طبيعة مجتمع البحث.

وعليه ونظرا لهذه الخصائص فقد رأينا ان نختار عينة لدراستنا بأسلوب العينة العارضة (الصدفية)، بمعنى الأشخاص اللذين يصادفهم الباحث وتتاح له مقابلتهم وهو نوع من العينات غير الاحتمالية تعتمد على عامل الصدفة في الوصول إلى مفردات العينة، وهي من العينات الملائمة إلى حد ما لدراسة المجتمعات السيبرانية، فهي تسمح بمنح فرص متساوية لجميع المفردات للظهور ضمن العينة وبالتالي تقليل تحيز الباحث وتدخله في الاختيار وبالتالي الحصول على عينة متنوعة من حيث الخصائص السوسيو ديموغرافية. وعليه تم نشر رابط الاستبيان عبر مجموعات شبابية مختلفة المواضيع والاهتمامات ويتعلق الأمر بكل من المجموعات الآتية: " التوظيف في الجزائر" و " شباب وبنات الجزائر" و " شباب الجزائر 48 ولاية" و " تجمع طلبة الدكتوراه و الأساتذة الباحثين" و "

¹ - مروان عبد المجيد إبراهيم، أسس البحث العلمي للإعداد الرسائل الجامعية، مؤسسة الوراق، عمان، ط1، 2000، ص:126.

² رضوان بوقرة، بنية الأخبار في القنوات الفضائية العربية، مذكرة ماجستير، قسم علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم السياسية والإعلام، الجزائر، 2006، ص: 1.

³ - محمد عبد الحميد، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، عالم الكتب، القاهرة، ط2، 2004، ص:106.

⁴ - كامل حسون القيم، مناهج وأساليب كتابة البحث العلمي في الدراسات الإنسانية، مركز همورابي للبحوث والدراسات الاستراتيجية، بغداد، دط، 2012، ص: 153، 154.

جامعة البويرة "news" و " جامعة البويرة منتدى طلبة قسم الاعلام والاتصال " و " حرفتك مستقبلك (لكل حرفيي الجزائر) "، لتتم الإجابة على الاستبيان من طرف أعضاء المجموعات اللذين يصادفهم المنشور ويرغبون في الإجابة على تساؤلاته، استغرق جمع البيانات مدة ثلاثة أشهر من سبتمبر إلى ديسمبر 2022 تحصلنا على عينة مكونة من 170 مفردة تحمل الخصائص الموضحة في الجدول أدناه:

الجدول 1: يمثل الخصائص السوسيوديموغرافية لعينة الدراسة

النسبة المئوية	مجموع التكرارات	النسبة المئوية	التكرارات	الخصائص السوسيوديموغرافية	
%100	170	70%	119	إناث	الجنس
		30%	51	ذكور	
%100	170	20.6%	35	من 18 إلى 23	السن
		40%	68	من 24 إلى 29	
		26.5%	45	من 30 إلى 35	
		12.9%	22	من 36 إلى 39	
%100	170	2.9%	5	ثانوي	المستوى التعليمي
		42.4%	73	جامعي	
		54.1%	92	دراسات عليا	
%100	170	75.9%	129	أعزب/عزباء	الحالة الاجتماعية
		22.4%	37	متزوج/ة	
		1.7%	4	مطلق/ة	

المصدر: من اعداد الباحثين.

فيما يتعلق بتوزيع العينة وفق متغير الجنس يلاحظ أن أغلبية عينة الدراسة هم من فئة الاناث بنسبة 70% بينما بلغت فئة الذكور 30%، كما يلاحظ أن الفئة العمرية لأغلب الباحثين من 24 إلى 29 سنة بنسبة 40% تليها الفئة العمرية من 30 إلى 35 سنة بنسبة 26.5% تليها الفئة العمرية من 18 إلى 23 سنة بنسبة 20.6% تليها أخيرا الفئة من 36 إلى 40 بنسبة 12.9%، أما فيما يخص متغير المستوى الدراسي مثلت فئة الدراسات العليا أعلى نسبة ب 54.1%، تليها فئة المستوى الجامعي بنسبة 42.4% ولم تتجاوز فئة التعليم الثانوي 2.9%، أما فيما يخص متغير الحالة المدنية فيلاحظ أن أغلب الباحثين هم من فئة العزاب بنسبة 75.9% بينما بلغت فئة المتزوجين 22.4% وفئة المطلقين 1.7% فقط.

■ تحديد المفاهيم الأساسية للدراسة:

- **مفهوم الاستعراض:** هو احدى المفاهيم التي جاء بها عالم الاجتماع "Erving Goffman". ضمن منظوره الدرامي الذي يفترض فيه أن الحياة الاجتماعية تشبه إلى حد كبير العروض المسرحية، ويشير من خلال هذا المفهوم إلى الطرق التي يسعى بها الافراد إلى تقديم أنفسهم في المواقف المختلفة، بحيث يرى أن "سلوكنا وردود أفعالنا في حضور الآخرين، هي عبارة عن أداء "performance" ينخرط فيه الأفراد في شكل عروض وهذه العروض هي نشاط الفرد الصادر من خلاصة حضوره المستمر داخل مجموعة معيّنة من المراقبين، والتي لها بعض التأثير عليهم"¹.

ويرى غوفمان أن الأشخاص يسعون الى استظهار جوانب معينة من الذات أثناء عملية التفاعل مع الآخرين، وذلك بدءاً من المظهر الخارجي وصولاً إلى طريقة وأسلوب الحديث لذلك نجد على سبيل المثال الشخص ينتقي ملابس معينة ويتحكم في أسلوب الحديث ويختار كلماته وسلوكياته بعناية عند توجهه لمقابلة شخص مهم بالنسبة له لاستظهار ذاته المثالية ويختلف أداء الافراد وفقاً للموقف والمكان والأشخاص اللذين يتم التفاعل معهم وذلك من خلال طريقة الكلام والتصرف والملابس.

وياسقاط هذا الطرح على استعراض الذات افتراضياً فيمكن اعتباره عملية التحكم في الهوية البصرية من خلال اختيار عناصرها (الاسم، الصور، معلومات العمل والدراسة أماكن الإقامة تاريخ الميلاد... الخ)، إضافة إلى العديد من العناصر التي يتم اضافتها على الملف الشخصي والتي تعوض الحضور الجسدي والتفاعل اللفظي المباشر في الحياة الواقعية، ويضاف إلى ذلك النشر وطرق التفاعل المختلفة عبر الملف الشخصي وفضاءات الفيس بوك المختلفة والتي تعكس ذوات المستخدمين حيث أن التحكم في جميع هذه العناصر يقابل التحكم في طرق الحضور الجسدي والتفاعل المباشر وجها لوجه.

- مفهوم الذات والذات الافتراضية: شكلت الذات محور اهتمام علماء النفس وعلم الاجتماع لكونها تشكل البناء

الأساسي الذي يرى فيه الإنسان نفسه عند تفاعله مع الآخرين، وكيف ينظر إلى نفسه بوصفه شخصاً فريداً بمعزل عنهم. اذ يرى "لويس" "Lewis" "أن تطور الذات يتم من خلال جانبين الأول هو الذات الوجودية، وهي الجزء الأكثر أهمية اذ تشكل إحساس الفرد الوجودي بأنه كائن منفصل ومتميز عن الآخرين، والوعي بالأنساق والثبات الذاتي أي إدراك الفرد باتساق سماته وخصائصه الشخصية عبر الزمن وهي خاصية تبدأ منذ مرحلة الطفولة، والذات الفتوية وتعني ادراك الفرد ووعيه بأنه جزء من هذا العالم كفتة تنتمي الى مجموعة ما، يظهر هذا الانتماء نتيجة اتسامه بمجموعة من الخصائص والصفات"².

ويذهب كل من "لاين" و"جرين" إلى أن مفهوم الذات هو تقييم الشخص لنفسه، من حيث مظهره، وخلفيته وأصوله، بالإضافة إلى قدراته واتجاهاته ومشاعره في حين ذهب "روجرز" إلى أن مفهوم الذات هو تنظيم عقلي ومعرفي، ومجموعة قيم ومفاهيم ترتبط بالفرد وتعتبر سمة من سماته"³.

¹ - Goffman, Ervene. The presentation of self in everyday life, Anchor Books New York, 1956 p. 22.

² - سول ماكوالد، تر:علي عبد الرحيم صالح، سيكولوجية مفهوم الذات دراسة في صورة الذات ، قيمة الذات ، الذات المثالية، شبكة العلوم النفسية العربية، ص:1.

³ - عاطف الرواشدة، أثر مفهوم الذات في السلوك العدواني لدى أعضاء مراكز الشباب والشابات في إقليم جنوب الأردن، رسالة ماجستير في علم الاجتماع، جامعة مؤتة، الأردن، 2008، ص: 10

أما "غوفمان" فيربط بين رؤية علم النفس وعلم الاجتماع في تعريفه للذات حيث " يرى أن مفهوم الذات (الهوية الذاتية) يرتبط ارتباطا وثيقا بمفهوم الهوية الاجتماعية، فالمرحلة الأولى لتشكيل الهوية الجماعية تبدأ من اكتساب الفرد لهوية ذاتية بمختلف أبعادها النفسية والاجتماعية الفعلية والمتخيلة... الخ¹.

وعليه فإن الذات ترتبط ارتباطا وثيقا بالهوية، فهي تجمع بين أبعاد الهوية الذاتية التي تجعل الفرد مميزا عن غيره من أبناء مجتمعه باسمه وجنسه ومستواه العلمي والفكري وشخصيته، والهوية الاجتماعية التي تميز المجتمع عن باقي المجتمعات في ثقافته والعديد من الخصائص الأخرى والتي يأخذ الفرد منها العديد من خصائصه الذاتية فالذات نتاج تفاعل هذه المعطيات كلها.

أما الذات الافتراضية فيتحدد مفهومها من مفهوم الهوية الافتراضية، فالتفاعل الرقمي أعاد تعريف الهوية دون الحاجة إلى حضور عناصر الجسد والزمان والمكان، فهي مجموع الصفات و الدلالات والرموز التي يوظفها الإنسان للتعريف بنفسه في الفضاء الافتراضي.. وقد لا يتوافق مضمونها مع هويته الحقيقية في الواقع الاجتماعي²، وهي كذلك "مجموع تمثيلات الفرد لذاته ككيان مستقل له وجوده في العالم الافتراضي وطرائقه في التواصل مع الآخرين ومع المجموعات الاجتماعية الافتراضية وتجاربه وتفاعلاته الافتراضية"³، إذ أصبح الفرد يعيش حياة اجتماعية عبر الفضاءات الافتراضية.

في هذا السياق درست الباحثة شيري توركل "Sherry Turkel" التفاعل بين الإنسان والتكنولوجيا وتحديدًا كفاءات تحلي الذات على الشبكة في عصر الانترنت وناقشت كيفية تجاوز الدراسات النفسية والاجتماعية لمسألة النظر إلى التواجد في المجتمعات الافتراضية على انه انتماء تقني إلى النظر اليه على أنه تواجد سوسيولوجي، كما تناولت توركل ضمن كتابها "the second self computers and spirit" فصلا كاملا عن كفاءات تشكل الهوية عبر الشاشة، ووصلت الى أن أجهزة الكمبيوتر لم تعد مجرد أدوات تقنية يستخدمها الانسان بقدر ماهي جزء من حياته النفسية والاجتماعية⁴.

وعليه فان الذات الافتراضية هي مجموع الصفات والدلالات والرموز التي يتمثلها الفرد ككيان مستقل له وجوده في العالم الافتراضي من خلال البيانات التي يضعها فيه للتعريف بنفسه وكذلك طرق تواصله مع الآخرين ومختلف تجاربه في العالم الافتراضي، وسنركز في دراستنا على عناصر الهوية البصرية للمستخدمين وكذا سلوكهم الاتصالي من نشر وتفاعل لتتبع استعراض الشباب لذاته عبر الفيس بوك وإدارته للانطباع.

¹ - مارك آدمون، البناء الهوياتي للفرد في كتاب كاترين هالبرين وآخرون الهوي(ات)ة... الفرد، الجماعة، المجتمع، تر: ابراهيم صحراوي دار تنوين، الجزائر، 2015، ص: 43، 44.

² كلثوم ببيمون: تصور وممارسة الهوية الثقافية لدى الشباب الجزائري بين الفضاء الإلكتروني والممارسة الواقعية، على الرابط: [www.univ-
chlef.dz/eds/wp-content/uploads/.../article-7-N2.pdf](http://www.univ-
chlef.dz/eds/wp-content/uploads/.../article-7-N2.pdf)

تم الاسترجاع بتاريخ 2022 04/19 على 17:21 pm

³ - عائشة لصلح، الشبكات الاجتماعية والهوية الثقافية والاجتماعية للشباب في كتاب البشير روجح، السؤال عن الهوية، منشورات ضفاف، بيروت 2016، ص: 459.

⁴ حفيظة ضربان، صورية رمضاني، عرض الهوية في الحياة الافتراضية، دراسة سوسيولوجية لتقنيات عرض الذات عبر مواقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك نموذجاً، مجلة العلوم الاجتماعية، العدد 02، الجزائر، 2021، ص: 255.

- **مفهوم إدارة الانطباع:** هذا المفهوم جاء به كذلك "ارفينغ غوفمان" من خلال أبحاثه حول الدراما الاجتماعية حيث يتعلق بشكل مباشر بعمليات التفاعل الاجتماعي للفرد، إذ يعرف إدارة الانطباعات بأنها "نوع من الطقوس المتبادلة التي تساعد على تسهيل العلاقات الاجتماعية والسيطرة عليها من أجل تجنب الإحراج أثناء التفاعلات الاجتماعية كما يشير المفهوم إلى العملية التي يحاول الفرد من خلالها التحكم في ردود أفعال الأشخاص الذين يتحاور معهم أو التلاعب بها لتقديم صورة عن نفسه تتوافق مع أهدافه ونواياه¹.

وفي دراستنا يقصد بإدارة الانطباع عملية اختيار البيانات الشخصية كالاسم والصورة الشخصيتين وغيرها من التفاصيل على الملفات الشخصية على الفيسبوك، وكذا إدارة الخصوصية البيانات والمنشورات إضافة إلى النشر والتفاعل عبر فضاءاته المختلفة، من قبل الشباب الجزائري بغية خلق انطباعات معينة لدى جمهور الأصدقاء أو العامة.

- **مفهوم موقع الفيسبوك:** يعد موقع الفيس بوك الذي أطلقه "مارك زكربيرج" في 2 فيفري 2004 من أكبر وأشهر المواقع العالمية المتخصصة في العلاقات الاجتماعية والتعارف وبناء الصداقات على الإطلاق. فالموقع ليس حكرا على أحد فالتسجيل فيه مجاني وسهل ويستطيع أي شخص أن يستخدمه².

ويعرف بأنه موقع ويب للتواصل الاجتماعي يمكن الدخول إليه مجانا، تديره شركة "فيس بوك" (META حاليا)، فالمستخدمون بإمكانهم الانضمام إلى الشبكات التي تنظمها المدينة أو جهة العمل الخ، وذلك من أجل الاتصال بالآخرين والتفاعل معهم كذلك يمكن للمستخدمين إضافة أصدقاء إلى قائمة أصدقائهم وإرسال الرسائل إليهم، وأيضا تحديث ملفاتهم الشخصية، ويشير اسم الموقع إلى دليل الصور الذي تقدمه الكليات والمدارس التمهيدية في الولايات المتحدة الأمريكية إلى أعضاء هيئة التدريس والطلبة الجدد، والذي يتضمن وصفا لأعضاء الحرم الجامعي كوسيلة للتعرف إليهم³.

وقد عرفت واجهة الموقع تطورات كثيرة منذ نشأته إلى غاية يومنا هذا، حيث يعمل مبرمجو ومطورو مواقع الويب على توفير ميزات وخدمات اتصالية وتفاعلية جديدة تمكن المستخدمين من تسهيل عملية عرض الذات وبناء هوية افتراضية وفق معطيات واختيارات ثرية ومتنوعة، جعلت منه شبيها إلى حد بعيد بالبيئة الاجتماعية، لذلك يعد من أفضل المواقع لدراسة وتتبع الهويات الافتراضية فضلا عن كونه الموقع الأكثر استخداما على الإطلاق حول العالم.

- **مفهوم الشباب:** اختلف العلماء والباحثين في تحديد مفهوم وفترة موحدة لسن الشباب، وذلك لاختلاف مجالات تخصصاتهم العلمية وبالتالي الهدف من المفهوم وسياقات استخدامه والغرض منه.

وعليه برز مفهوم الشباب باعتباره يشير إلى فئة من السكان لها نشاطاتها وفعاليتها في بناء المجتمعات ويعتبر علماء السكان أول من عمل على تحديد مفهوم الشباب بالاستناد إلى عامل السن لكنهم اختلفوا في تحديد سن البداية والنهاية بدقة، فنجد منهم من

¹ - ريم الأنصاري، نظرية غوفمان، تم الاسترجاع من: <https://drasah.com/Description.aspx?id=4197> بتاريخ: 05-12-2022 على الساعة: pm21:21

² وائل مبارك خضر فضل الله، أثر الفيسبوك على المجتمع، المكتبة الوطنية، الخرطوم، ط2، 2016، ص: 12.

³ جمال سند السويدي، وسائل التواصل الاجتماعي ودرها في التحولات من القبيلة إلى الفيس بوك، الامارات العربية المتحدة، 2014، ص: 61.

يحدده بأنه المرحلة العمرية التي تسبق الثلاثين أي تحت العشرين، فحدده البعض من 15 إلى 25 ومنهم من حدده من 15 إلى 30.¹

في حين يرى علماء النفس والاجتماع أن مرحلة الشباب هي ظاهرة وحقيقة اجتماعية، في هذا السياق يرى "بيار بورديو" أن مرحلة الشباب تتحدد بدايتها من اندماج الفرد في المجتمع الذي يعيش فيه والذي يحاول تأهيله ليقوم بالمهام المختلفة داخله، ولذلك يصعب تحديد في أي سن تبدأ مرحلة الشباب وفي أي سن تنتهي، فالحدود بين الفئات العمرية حسب حدود اعتبارية تختلف من مجتمع لآخر بل حتى في المجتمع الواحد ولا يمكن تحديد الفترة التي تنتهي فيها مرحلة الشباب لتبدأ الشيخوخة عند كل الافراد²، أما "اليفي جالون" فيرى أن مرحلة الشباب هي المرحلة التي يتم فيها دخول الفرد إلى الحياة الراشدة وتحمل المسؤولية³.

وعليه يمكن تحديد مفهوم الشباب في دراستنا هذه بالفئة التي يمتد سنها من 18 إلى 39 على اعتبار أن سن 18 هو السن القانوني في الجزائر للتمتع بالحقوق المدنية والحصول على الوثائق الثبوتية، ومن الناحية السيكولوجية تتميز هذه المرحلة بمجموعة من الخصائص النفسية والاجتماعية التي تتحكم في السلوك وردود الفعل.

2. الإطار التطبيقي للدراسة:

1.2 عرض ومناقشة النتائج:

■ **سيرورة عرض الشباب الجزائري لذاته على شبكة الفيس بوك من خلال بعض عناصر الهوية البصرية:** طرح "غوفمان" مفهوم الواجهة الشخصية *front Personale* للتعبير عن الأساليب والوسائل التعبيرية الأكثر خصوصية بالنسبة للمؤدي والتي تعبر عن الشخص دون غيره، وفي سياق الفضاء الافتراضي يمكن اعتبار الصور الشخصية والاسماء والمعلومات الاساسية أو ما يعرف بالهوية البصرية، من أكثر المعدات الشخصية التي يعتمد عليها الفرد للتعبير عن الذات والتي قمنا بتتبعها من خلال الدراسة الميدانية كما يأتي:

- **صورة الملف الشخصي Profile Picture:** على اعتبار أن التفاعل في الفضاء الرقمي بغياب الحضور الجسدي يتم تعويضه بالرموز والايقونات الرقمية والتي من بينها الصور، فإن صورة الملف الشخصي تعتبر أهم هذه الطرق للتعبير عن الذات فيختار كل شخص الصورة المناسبة لاستعراض ذاته، حيث تعد عملية اختيار صورة شخصية أهم خطوات انشاء الملف الشخصي على الفاييس بوك ولا يفرض الموقع على المستخدم وضع صورته الحقيقية إلا في حالات خاصة كما أنه يتيح إمكانية تغييرها في أي وقت فنجد بروفائلات الأشخاص بصور متنوعة ومختلفة من صور حقيقية الى صور مشاهير إلى صور للطبيعة والحيوانات والمعالم الدينية والتاريخية... الخ.

¹ أمنة جمعة الكتيبي، الشباب والجريمة - دراسة ميدانية، رسالة ماجستير في علم الاجتماع الجنائي، معهد البحوث والدراسات العربية، جامعة الدول العربية، القاهرة، 2006، ص: 37.

² - Bourdieu Pierre, La jeunesse n'est qu'un mot. in Questions de sociologie, Paris. Minuit, Paris 1984, p.143.

³ - رشيد حمدوش، مسألة الرباط الاجتماعي في الجزائر المعاصرة، دار هومة، الجزائر، 2009، ص: 176.

حيث تبين أن ما نسبته 27.6% فقط يستخدمون صورهم الحقيقية، مقابل 72.4% يستخدمون صور مستعارة موزعة بين صور لأشخاص مجهولين 20% ولمشاهير 3.5% وصور للطبيعة 18.2% وصور لمعالم دينية وتاريخية 4.1%، وأخرى 18.6% تنوعت بين صور الأنمي وصور العائلة حيث كان لعامل الجنس تأثيراً ملحوظاً على هذه النتائج كما سنوضح لاحقاً.

وقد فسر عدد من الباحثين سبب استخدامهم لصورهم الحقيقية كون ملفهم مهني وليس سهل التعرف عليهم والتواصل مع زملائهم في الدراسة أو العمل، وقد عبر أحد الباحثين بالعبارة الآتية "لأن حسابي هو امتداد لشخصيتي الحقيقية"، وهذا ما يؤكد بالفعل حقيقة تلاشي الحدود الفاصلة بين الواقع الاجتماعي والفضاء الرقمي وتحول هذا الأخير إلى ركن لأداء واستعراض الذات.

أما الذين يفضلون استخدام صور مستعارة فعبروا على أن ذلك بهدف تجنب المضايقات وخوفاً من سرقة صورهم واستخدامها لأغراض غير أخلاقية مثل السحر والشعوذة، أو بان هذا الفضاء الافتراضي مجرد مساحة للتسلية في إشارة إلى أن الفضاء الافتراضي لم يصل لدرجة كافية من الأهمية والجدية لدى هؤلاء وبالتالي لا يمكنهم اعتباره امتداداً لحياتهم الواقعية.

وتعد الصورة ذات دلالات متعددة في المخيال الاجتماعي فهي لغة قد يفهمها كل الناس بغض النظر عن انتماءاتهم الاجتماعية، لكنها في نفس الوقت تخضع للتأويلات الفردية المختلفة والمتناقضة في بعض الأحيان وتعكس هذه الصور جوانب من ذوات المستخدمين كحالاتهم النفسية أو اهتماماتهم الشخصية أو طموحات، مثل حب الطبيعة والتعلق بالحيوانات الأليفة، المظهر الخارجي الجميل والأناقة، حيث أن اختيار الصورة يخضع لإرادة المستخدم ومزاجه الآني.

ولتسليط الضوء أكثر على معيار الصورة يمكن قراءة متغير استخدام الصورة الحقيقية من عدمه وفق متغير الجنس الذي كان فاعلاً أساسياً في هذا السياق، حيث نلاحظ ارتفاع نسبة الذكور الذين يستخدمون صورهم الحقيقية مقارنة بالإناث، وهذا ما تؤكدته البيانات الواردة في الجدول الآتي:

الجدول 2: يمثل الصورة المستخدمة من قبل الباحثين وفق متغير الجنس

المجموع الكلي	المجموع (الخاص بالفتات)	جنس الباحث والصورة المستخدمة على الملف الشخصي		
		صورة مستعارة	صورة حقيقية	النسبة المئوية
التكرار	51	16	35	النسبة المئوية
170	%100	%31.3	%68.6	التكرار
النسبة المئوية	119	107	12	النسبة المئوية
%100	%100	%90	%10	

المصدر: من اعداد الباحثين.

بلغت نسبة الذكور الذين يستخدمون صورهم الحقيقية 68.6% مقابل 31.3% يستخدمون صور مستعارة، وعلى العكس من ذلك تماماً فإن أغلبية الإناث يستخدمون صور مستعارة بنسبة 90% مقابل 10% فقط ممن يستخدمون صورهم الحقيقية.

حيث بررت الباحثات سبب عدم استخدامهم لصورهم الحقيقية بخلفيتهم الدينية والثقافية والاجتماعية المحافظة أو بسبب الخوف من الابتزاز أو الاستخدامات غير الأخلاقية للصور وهذا ما يعبر عن انتقال تأثير السياق الاجتماعي الثقافي للفضاء

الافتراضي بينما الذكور غالباً لا يكونون ضحايا لمثل هذه الممارسات، ومن هنا يتضح أن سيرورة عرض الذات على شبكات التواصل الاجتماعي تخضع إلى نفس الاعتبارات السائدة في الفضاء الاجتماعي الذي ينتمي إليه المبحوثين.

حيث أن المرأة في المجتمعات المحافظة والمتدينة تميل إلى الإستتار وعدم ابراز وجهها للعلن ضمن الفضاءات العامة الا في اطر محدودة رسمية على الأغلب، لأن ذلك غير مقبول ضمن سياقها الثقافي والاجتماعي وهو نفس الامر بالنسبة لشبكات التواصل الاجتماعي، لاسيما وأن صورة الملف الشخصي تبقى متاحة للأصدقاء والعامة وهذا ما أكدته عدد من المبحوثات، حيث بررت سبب استخدامها لصورة مستعارة بسبب انتمائهن لمجتمع وعائلات محافظة لا تسمح لهن بذلك أو بأن ابراز صورها للغرباء غير جائز شرعاً.

- **الاسم الشخصي على الفايسبوك:** تعد عملية اختيار الاسم المستخدم على الملف الشخصي من بين الخطوات الأولية الضرورية للتسجيل ضمن الموقع، حيث يتوجب على المستخدم اختيار الاسم الذي يستطيع الظهور به عند انشائه لحسابه الشخصي.

ولا تفرض سياسة الموقع أن يستخدم الاسم الحقيقي إلا في حالات خاصة وتتيح له إمكانية تغييره مرة واحدة بعد انشاء الحساب، لكن بعد ذلك يتوجب عليه أن ينتظر مدة 60 يوماً حتى يستطيع تغييره في المرات القادمة، كما تتيح سياسة الفايسبوك إمكانية استخدام اسم آخر بديل بلغة أخرى ويقتصر ظهور هذا الاسم فقط على الأشخاص اللذين يستخدمون نفس تلك اللغة المستخدمة في كتابة الاسم البديل.

وقد تبين من خلال النتائج أن الأغلبية الساحقة يستخدمون اسمهم الحقيقي كاملاً أو جزءاً منه بنسبة 75% موزعة على 41% يستخدمون الاسم الحقيقي كامل و34% يستخدمون جزء فقط من اسمهم الحقيقي، أما اللذين يستخدمون اسم مستعار فقد بلغت نسبتهم 22%، ما يعني ميل أغلبية الافراد للظهور بهويات حقيقية ضمن الفضاء الافتراضي، حيث أن الاسم الحقيقي يشكل ركيزة أساسية للغاية للتصور الذي يكونه المرء عن ذاته، خصوصاً على صعيد علاقاته بالآخرين، وذلك لأنه يُستخدم لتعريف الفرد والتواصل معه بشكل يومي على حد تعبير احدى المبحوثات، فالاسم أقل حساسية من الناحية الثقافية والاجتماعية مقارنة بالصور الشخصية التي يمكن تعويضها بصور رمزية بهدف تجنب العديد من المضايقات.

بالمقابل فإن البعض يستخدم اسماً مستعاراً بغية التخفي ضمن الفضاء الرقمي الأمر الذي يتيح له إمكانية التعبير بحرية دون أن يتعرف عليه أحد خاصة العائلة والاصدقاء، كما أن الاسم المستعار قد يعبر عن رغبة صاحبه في تغيير اسمه الحقيقي الذي قد يكون سبب له ازعاجاً أو تعرض للتنمر بسببه، أو أنه اسم قديم لا يليق بسنه كما عبرت عن ذلك احدى المبحوثات.

وبالتمعن في النتائج المحصل عليها اتضح بروز متغير السن كعامل مؤثر في اختيار الاسم الشخصي على الفايسبوك كما هو موضح في الجدول الآتي.

الجدول 4: يمثل الاسم المستخدم من قبل المبحوثين وفق متغير السن.

الاسم المستخدم	الاسم كامل		جزء من الاسم		اسم مستعار		الاجموع
	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	
من 18 إلى 23	5	14%	10	29%	20	57%	35
من 24 إلى 29	20	29.41%	36	52.94%	12	17.64%	68
من 30 إلى 35	29	64.44%	11	24.44%	5	11.11%	45
من 36 إلى 39	21	95.45%	1	4.54%	0	0%	22
الاجموع	75	100%	58	100%	37	100%	170

المصدر: من اعداد الباحثين.

يلاحظ من خلال الجدول أعلاه أنه كلما زاد سن المبحوث كلما اتجه لاستخدام اسمه الحقيقي كامل والعكس صحيح بحيث بلغت نسبة المبحوثين اللذين يستخدمون أسماءهم الحقيقية كاملة من الفئة العمرية (18-23) وهي أصغر فئة عمرية في عينة دراستنا 14%، مقابل 29% يستخدمون جزء من أسماءهم الحقيقية و 57% يستخدمون اسم مستعار. أما الفئة العمرية من (24-29) فقد بلغت نسبة اللذين يستخدمون أسماءهم الحقيقية كاملة 29.41% و 52.94% يستخدمون جزء من أسماءهم الحقيقية، أما اللذين يستخدمون أسماء مستعارة فقد بلغت نسبتهم 17.64%. والفئة العمرية (30-35) بلغت نسبة اللذين يستخدمون أسماءهم الحقيقية كاملة 64.44% مقابل 24.44% و 11.11% أسماء مستعارة.

وتعني هذه النتائج أن استخدام الاسم الحقيقي يتأثر بعامل السن حيث يميل أغلبية المستخدمين من الفئات العمرية الصغيرة إلى استخدام أسماء مستعارة بدل أسمائهم الحقيقية، وتخفض نسبة اللذين يستخدمون أسماء مستعارة لصالح اللذين يستخدمون أسماء حقيقية كاملة أو جزء منها وهكذا، إلى أن بلغت أعلى نسبة من اللذين يستخدمون أسماء حقيقية (95.45%) لدى أكبر فئة عمرية (30-35)، ويمكن تفسير ذلك بزيادة الجدية لدى الافراد كلما زاد سنهم وبالتالي تطور حاجاتهم من وراء استخدامهم لشبكات التواصل الاجتماعي فغالبا ما يميل المستخدمون من فئات عمرية صغيرة إلى الاستخدامات الترفيهية أكثر من غيرهم وتقل هذه الحاجات كلما زاد سن الفرد وبالتالي فان استخدام الأسماء المستعارة أكثر ملائمة مع هذه الحاجات، أما الأسماء الحقيقية فتعكس جدية أكبر في الاستخدام (حسابات مهنية ودراسية في الغالب).

- المعلومات التفصيلية على الملف الشخصي:

الجدول 06: يمثل المعلومات التفصيلية على الحساب (الوضع المهني والدراسي، الحالة الاجتماعية، تاريخ الميلاد السيرة الذاتية، الهوايات والعناصر المفضلة)

لا يشاركها		يشاركها		
النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	
27.6%	47	72.4%	123	معلومات المهنة والدراسة
57.6%	98	42.4%	72	معلومات الوضعية الاجتماعية
1.2%	2	98.8%	168	تاريخ وسنة الميلاد
78.8%	134	21.2%	36	سيرة ذاتية
85%	145	15%	25	الهوايات
94%	160	6%	10	العناصر المفضلة
170				التكرار
100%				النسبة المئوية
				المجموع الكلي

المصدر: من اعداد الباحثين.

الجدول أعلاه يمثل استظهار أو إخفاء المبحوثين لبعض المعلومات التفصيلية على حساباتهم الشخصية والتي تقدم المزيد من ملامح ذواتهم، ففيما يخص معلومات المهنة والدراسة يقوم أغلب المبحوثين باستظهارها على ملفاتهم الشخصية حيث بلغت نسبتهم 72.4%، مقابل 27.6% لا يشاركونها ويمكن تفسير ذلك بالغرض من استخدام البعض للفيس بوك وهو التواصل مع زملاء العمل والدراسة كما أشار بعض المبحوثين إلى أن حسابهم عبارة عن هوية مهنية.

ويمكن تفسير ذلك أيضا برغبة المستخدمين في الحصول على المكانة الاجتماعية وتقدير الآخرين من خلال استظهارهم لمهنتهم ومستوياتهم التعليمية، حيث تحظى العديد من المهن على تقدير واحترام الناس مثل الطبيب معلم أستاذ... الخ، ويفسر "أكسل هونيث Axel Honneth" هذا السلوك من خلال ما أسماه "بالاعتراف" باعتباره مفهوما مركزيا في بناء الهوية الذاتية، حيث يشير إلى أن الأفراد في الحياة الاجتماعية يرغبون في الحصول على تقدير الآخرين واحترامهم فيظهرون جوانب إيجابية من ذواتهم باستظهار مكانة اجتماعية معينة من خلال الهوية المهنية والمستوى العلمي"¹.

¹ - كعبوش علي العلامي، مركزية مفهوم الاعتراف في تشكل الهوية الذاتية عند أكسل هونيث، دت، تم الاسترجاع بتاريخ: 2022-12-26 ، 20:30 pm

من: <https://www.mominoun.com/articles> .

أما معلومات الوضعية الاجتماعية فإن أغلب الباحثين لا يشاركونها على ملفاتهم الشخصية بنسبة 57.6% مقابل 42.4% يشاركونها، وهذا ما يعني ميل الأغلبية للاحتفاظ بحياتهم الشخصية في الخفاء (الكوالس)، لأنها تعتبر من المعلومات المتعلقة بالحياة الخاصة وهو نفس الأمر الدارج عامة في الحياة الاجتماعية الواقعية، حيث يميل الأفراد لإخفاء معلوماتهم الأكثر خصوصية، ويكتفون باستظهارها فقط في الحالات الضرورية مثل الوثائق الرسمية أو استظهارها أمام محيط ضيق من المعارف والعائلة والأصدقاء المقربين جدا.

فيما يخص تاريخ وسنة الميلاد فإن الأغلبية الساحقة من الباحثين يشاركونها على ملفاتهم الشخصية مع الأصدقاء، حيث بلغت نسبتهم 98.8% مقابل 1.2% فقط لا يشاركونها حيث أنها ليست على درجة عالية من الخصوصية لدى أغلبية الباحثين، وهي من أهم مقومات الهوية الشخصية للفرد حيث تتكرر في جميع الوثائق الشخصية.

أما الهويات (بكسر الهاء) وهي عبارة عن نماذج من الاهتمامات الرائجة بين الناس يقترحها الفيسبوك للمستخدمين لكي يتم الاختيار منها واستظهارها على ملفاتهم الشخصية كممارسة الرياضة والطبخ والرسم... الخ، حيث تمت اضافتها مع التحديثات المستمرة لواجهة الملفات الشخصية حيث تسهل عملية التعرف على أصدقاء من نفس الاهتمامات ما يعكس مدى اهتمام سياسة الفيس بوك بتوفير بدائل متعددة للتعبير عن الذات بشكل يقترّب شيئاً فشيئاً من الحياة الواقعية.

وقد أظهرت النتائج ميل الغالبية الساحقة لعدم مشاركتها على ملفاتهم الشخصية حيث بلغت نسبتهم 85% مقابل 15% فقط يشاركونها، وتعكس الهويات المفضلة جوانب أكثر خصوصية من ذوات الأفراد فهي تعكس اهتماماتهم الشخصية وكذلك جوانب من نشأتهم ومستوياتهم الفكرية والابداعية، وتسهل عملية التعارف على أشخاص من نفس الهويات والاهتمامات، ولعل هذا ما يفسر عدم رغبة أغلبية الباحثين بمشاركتها، لأنها تظهر بشكل تلقائي لأي شخص يلج إلى الملف الشخصي حتى ولو لم يكن من ضمن الأصدقاء حيث لا يمكن التحكم في إدارة خصوصيتها.

بالنسبة للعناصر المفضلة فإن الأغلبية لا يشاركونها بنسبة 94% مقابل 6% يشاركونها والفكرة منها هو إضافة صور ومقاطع فيديو أسفل الصورة الشخصية، تعبر عن لحظات مميزة للمستخدمين يتم اضافتها على واجهة الملف الشخصي تمت اضافتها كذلك مع تحديثات الموقع، وهي لا تعكس جوانب من هوية المستخدمين من خلال اهتماماتهم وأذواقهم فحسب بل لحظاتهم المميزة والخاصة كذلك.

ومن خلال النتائج الإحصائية التي تم عرضها يمكن استنتاج ان عملية تقديم الذات ضمن الفضاءات الرقمية تتميز بمزيد من المرونة مقارنة بالحياة الاجتماعية الواقعية، حيث أن غياب الحضور الجسدي يتيح إمكانية التخلص من اكراهات الهوية المفروضة اجتماعيا من اسم وصورة جسدية وحتى الجنس فاعدادات الفيسبوك تتيح إمكانية اختيار هذه العناصر للظهور بها في الواقع الافتراضي وهو ما أكدته الباحثة توركل Sherry Turkle بأنّ هذه الشبكات تمنح الأفراد المرونة والسهولة في بناء وعرض الذات، وهو أمر غير مسبوق تاريخيا.

كما تتيح اعدادات الفيس بوك إمكانية التغيير بين الوضعين الركب والكواليس بكل سلاسة، فتميل فئة من المستخدمين لاستغلال كل الإمكانيات التقنية التي يتوفر عليها الموقع لاستظهار ذواتهم، ومحاولة رسم صورة معينة عنهم لدى الآخرين الأصدقاء

أو العامة اللذين يعتبرون الجمهور الذي يتم تأدية الأدوار أمامهم، بينما يعتبر استظهار البعض لذواتهم محتشما يقتصر فقط على المعلومات الضرورية في انشاء الهوية الافتراضية والتي لا يمكن اخفاءها مثل الأسماء.

■ **إدارة الانطباع حول الذات وأثر انطباعات الآخرين على عملية عرض الشباب الجزائري لذاته على شبكة الفيس بوك:** يرى غوفمان أن انطباعات الآخرين والتصورات التي يكونونها حولنا، تساهم بشكل مباشر في صقل سلوكياتنا في المواقف الاجتماعية المختلفة، وانطلاقا من ذلك فإننا دائما نسعى للتحكم قدر الإمكان في الصورة التي تصدرها لآخرين أي أننا نحاول إدارة الانطباعات حولنا، وسنحاول في هذا الجزء من الدراسة تتبع كيفية إدارة الشباب الجزائري للانطباعات حولهم وكيف تساهم هذه الانطباعات في عملية عرض وتقديم الذات عبر شبكة الفيس بوك، حيث اعتمدنا على بعض المعايير منها طبيعة الصداقة و كيفية إدارة خصوصية المنشورات وبعض طرق التفاعل ضمن الفضاءات العامة كمؤشرات لتتبع ذلك.

- تأثير طبيعة الأصدقاء على عملية إدارة خصوصية المنشورات:

الجدول 07: يمثل تأثير طبيعة الأصدقاء والمتابعين على عملية إدارة خصوصية المنشورات.

تأثير طبيعة	النسبة المئوية	التكرار	تأثير طبيعة الأصدقاء
يؤثر	85.3%	145	يؤثر
لا يؤثر	14.7%	25	لا يؤثر
المجموع	100%	170	المجموع

المصدر: من اعداد الباحثين.

يوضح الجدول أعلاه أن أغلبية الباحثين يأخذون طبيعة أصدقائهم ومتابعيهم بعين الاعتبار عند ضبط خصوصية منشوراتهم، حيث بلغت نسبتهم 85.3% مقابل 14.7% لا تؤثر طبيعة أصدقائهم على ادارتهم لخصوصية منشوراتهم، ما يعكس بالفعل تأثير الجماعات الاجتماعية المختلفة على عملية الأداء ضمن الفضاء الافتراضي، وقد عبر 44.7% من الباحثين أن قائمة أصدقائهم تقتصر على العائلة والأصدقاء مقابل 55.3% تشمل قائمة أصدقائهم إضافة للعائلة والمعارف أشخاص خارج محيطهم الاجتماعي.

فإعدادات الفيس بوك تتيح امكانية التحكم في الطرف الآخر الذي يستطيع رؤية جانب معين من ذاته من خلال تحديد قائمة "الأصدقاء ذاتها وكذا خصوصية المنشورات، وكذلك يتم تقسيم المناطق بين الأداء العفوي والمصطنع بحيث يتم فصل المنطقة الأمامية عن الكواليس من خلال التحكم في خصوصية المعلومات التفصيلية والمنشورات وكذا الحذف من قائمة الأصدقاء للأشخاص اللذين لا يرغب الشخص في وصولهم لمحتواه أو حضرهم وعادة ما يكون وصول الجمهور العام إلى الكواليس مقيدا، حيث يكون مرخصا فقط لأولئك الذين نعرفهم جيدا لأنهم على دراية بالأداء الأكثر أصالة للذات"¹، وهم الأصدقاء المقربون أو أفراد العائلة.

¹ نزار خادام خلود، مالفى عبد القادر، عرض لذات في العالم الرقمي رؤية تحليلية وفق منظور ارفينغ غوفمان الدرامي، مجلة الحوار الثقافي، العدد 2، الجزائر، 2020، ص: 118.

وعليه يمكن اعتبار المساحات الافتراضية المتمثلة في المجموعات والصفحات أنها تمثل منطقة أمامية أو ركح front region أما الملف الشخصي (من خلال التحكم في خصوصية المنشورات) والمحادثات مع الأشخاص المقربين عبارة عن كواليس back region في الغالب، لأن الأولى لا تتيح إمكانية التحكم فيمن يشاهد التفاعلات التي يقوم بها المستخدم بينما الملف الشخصي فيتيح إمكانية أفضل للتحكم في الأشخاص اللذين يستطيعون الوصول لمعلوماتهم ومنشوراتهم.

- الاهتمام بردود فعل الآخرين حيال المنشورات:

جدول 08: يمثل اهتمام الباحثين بردود فعل الآخرين حيال منشوراتهم.

النسبة المئوية	التكرار	اهتمام الباحثين بردود فعل الآخرين حيال منشوراتهم
80%	136	يهتم
20%	34	لا يهتم
100%	170	المجموع

المصدر: من اعداد الباحثين.

يلاحظ من الجدول أعلاه أن أغلب الباحثين يهتمون بردود فعل الآخرين حيال منشوراتهم حيث بلغت نسبتهم 80% مقابل 20% فقط لا يهتمون، حيث أشار ما نسبته 65.9% على أنهم يقومون بحذف المنشورات بسبب ردود الفعل السلبية، و64.4% تجعلهم التعليقات والتفاعلات الايجابية يشعرون بثقة أعلى بالنفس مقابل 35.6% لا يهتمون بردود فعل الآخرين حيال منشوراتهم، وهذا ما يعني تأثير آراء الآخرين على البناء الذاتي للهوية.

فالأفراد يمارسون نوع من ادارة الانطباع من خلال انشاءهم لهوياتهم الافتراضية والتفاعل بواسطتها، حيث يتم بناء الانطباعات من خلال جوانب مباشرة تتمثل في الاسم والصور الشخصية، وجوانب غير مباشرة عن طريق التفاعلات والمنشورات التي تكشف عن جانب من ذوات المستخدمين دون أن يتقصدا الإفصاح عنها، ففي حال حصل المنشور على ردود فعل سلبية (تفاعلات وتعليقات) يسارع المستخدمون اللذين يولون أهمية لردود فعل الآخرين لحذفها حتى يحافظ على تماسك بناء ذاته وصورته لدى الآخرين، كما عبر ما نسبته 64% من الباحثين أنهم لا يقومون بالتعليق في المجموعات والصفحات العامة بكل صراحة وحرية وبرر الأغلبية منهم ذلك بسبب مراقبة الآخرين (من قائمة أصدقائهم) لتعليقاتهم، معربين عن رغبتهم في أن يتم تعديل سياسة الفاييس بوك حتى لا تظهر تعليقاتهم لأصدقائهم وبالتالي تكون لهم حرية أكبر في ابداء آرائهم بكل صراحة، دون أن يتسبب ذلك في تغيير نظرة الآخرين اتجاههم، او حتى يحافظوا على جدية شخصيتهم امام فئة من أصدقائهم اللذين تربطهم معهم علاقة رسمية كزملاء العمل والمدراء مثلا، او اللذين يكونون لهم قدرا من الاحترام يمنحهم من اطلاعهم على جوانب من ذواتهم وهذا ما عبر عنه غوفمان بمحاولة الحفاظ على تماسك المواقف الاتصالي.

فوفقا لـ "غوفمان" فإن كل من الممثلين والجمهور متواطئون في الحفاظ على تماسك الموقف وتتعطل العروض إذا قام الممثلون بكسر الشخصية عمدا أو عرضا أو إذا كان هناك عدم تطابق بين تعريف الأطراف للموقف وأن أداء الدور له جوانب واعية وغير

واعية أيّ أننا نعطي معلومات للآخرين عن أنفسنا بقصد من أجل إدارة انطباعهم عنا، ولكننا أيضًا نعطي معلومات بغير قصد قد يلتقطها الآخرون ويأخذونها في الاعتبار عند اتخاذ أي قرار بشأن كيفية التفاعل معنا¹، فمن أجل الحفاظ على صورتهم أمام الآخرين يتحفظ البعض عن الإدلاء ببعض الآراء الصريحة عبر الفضاءات العامة حتى لا يؤثر ذلك على كفية تعاملهم معهم لاحقًا ولا يتعرضوا إلى سوء الفهم أو إلى أحكام قد تكون قاسية، أما بالنسبة للذين لا يهتمون إلى أحكام الآخرين فانهم لا تمنعهم مراقبة الآخرين لتفاعلاتهم من التعبير بحرية أكبر.

وتعكس هذه النتائج نوعين من الأشخاص من خلال تفاعلهم الاجتماعي، ذكرهم "غوفمان" هما المؤدي الساخر الذي حدده "غوفمان" على أنه الذي يقدم عروضاً ضمن السياقات الاجتماعية ويدرك أن تلاعبه بالذات هو محاولة للحصول على القبول بين الدوائر الاجتماعية كما يحصل على ملذات غير مهنية جراء تنكره ويختبر نوعاً من العدوان الروحي المبهج الذي يمكنه من اللعب كما يحلو له وعلى جمهوره أخذه بجدية²، وفي بيئة التفاعل الافتراضي هذا الصنف هم الأشخاص الذين لا يجردون حرية في التعبير عن آراءهم الصريحة أمام المراقبين أصدقاء أو غرباء فيراعون طبيعة أصدقائهم عند النشر والتعليق والتفاعل بصفة عامة على المنشورات في الصفحات أو المجموعات، فإما يمتنعون عن التعليق أو يعلقون بتحفظ، ويسارعون لحذف المنشورات والتعليقات التي تحصل على ردود فعل سلبية أو أنهم يخبثون وراء هويات زائفة تسهل عليهم التفاعل بشكل أكثر حرية دون الخوف من ردود فعل معارفهم.

والمؤدي الصادق وهو الشخص الذي يمكن أن يقتنع ويقنع بأن الأداء الذي يصوره هو الواقع الحقيقي هؤلاء الافراد حسب "غوفمان" لم ينتبهوا بعد إلى فكرة تقديم ذات مختلفة لمجموعات اجتماعية بديلة وهم يعتبرون أن شخصيتهم وما يترتب عليها من أداء حقيقية وأصيل³، وكإسقاط على ما توصلنا إليه فان بعض المستخدمين لا يهتمون لردود الفعل حيال منشوراتهم وكذا تعليقاتهم فيبدون آراءهم بحرية دون الاكتراث بالانطباعات والاحكام التي يطلقها الآخرون عليهم.

- طبيعة الذات المقدمة عبر الفايس بوك:

جدول 09: يمثل طبيعة ذوات المستخدمين التي يريدون استظهارها للآخرين عبر الفايس بوك.

النسبة المئوية	التكرار	طبيعة الذات
90.6%	154	الذات الحقيقية (الواقعية)
9.4%	16	الذات المثالية
100%	170	المجموع

المصدر: من اعداد الباحثين.

¹ - Cara Brander Erving Goffman's The Presentation of Self in Everyday Life 2016. academia: <https://www.academia.edu/34361288/> consulted in 10-01-2023 22:05 pm.

² نزيهة مصباح السعداوي، استعراض الذات والتمثلات السوسيو ثقافية لإدارة الهوية، مجلة سوسولوجيون، المجلد الأول، العدد 1، تونس، 2020، ص:120.

³ - نزيهة مصباح السعداوي، نفس المرجع، ص:120.

يلاحظ من الجدول أعلاه أن الأغلبية الساحقة من الباحثين يرون أنهم يستظهرون ذواتهم الحقيقية دون تصنع بنسبة 90.6%، مقابل 9.4%، يستظهرون ذواتهم المثالية أي نسخة محسنة عن الذات والاحكام عن التعبير بغفوية زائدة، من خلال استغلال غياب الاتصال المباشر لظهور جوانب معينة من الذات.

ورغم أن النتائج أثبتت ميل أغلبية أفراد العينة لاستظهار ذات أصلية لهم إلا أن عرض الذات على الشبكة عامة يطرح إشكالية أصالتها وهي الإشكالية التي طرحها شيري توركل، حيث أشارت إلى زيادة المخاوف بشأن التحريف المتعمد عبر الإنترنت من الارتباط الوثيق الصلة بنقص الوجود المادي؛ فالأشخاص يعيدون تحرير ذواتهم على الإنترنت والتي قد تختلف اختلافا جذرياً عن ذواتهم في الواقع.¹

ويرى غوفمان من خلال منظوره الدرامي أن تقديم المعلومات حول الممثل يتم من خلال مجموعة متنوعة من مصادر التواصل، والتي يجب التحكم فيها جميعاً حتى يتم إقناع الجمهور وبشكل فعال بمدى ملائمة السلوك والتوافق مع الدور المفروض، ويتم بناء المصادقية من خلال الدلالة اللفظية التي يستخدمها الممثل لإثبات النية ومن خلال الدلالة غير اللفظية يتحقق الجمهور من صدق البيانات التي أدلى بها الفرد.²

فعرض الذات وجها لوجه "Face to Face"، من منظور غوفمان بحاجة إلى التحكم في كل التعبيرات التي يمكن ملاحظتها بما فيها تعابير الوجه والايماءات وباقي تفاصيل الجسد والكلام، أما في العالم الرقمي فمن السهل معالجة ومنع التباين المحتمل للانطباع العام عن الأداء الاجتماعي، بسبب غياب الحضور الجسدي المباشر وغياب العناصر غير اللفظية اللذان يجعلان التواصل أقل حيوية، ولكن في الوقت نفسه يسمح للأفراد بأن يكونوا أكثر إبداعاً في عرض الذات.

وتضيف توركل أن الناس يستكشفون ويجربون أنفسهم من خلال التكنولوجيا، وهم يسعون دائماً للتعبير عن نسخة مثالية من الذات، غير قابلة للتأويل من غير ما يريده المعبر رغم أنهم لا يصرحون بذلك خاصة فئة المدمنون اللذين يقضون جل أوقاتهم على الشبكة إذ أصبحوا بالفعل "كائنات سيبرانية (cyborgs) تتطور في الوقت نفسه بين العالمين الافتراضي والفيزيائي، وهذه الكائنات عندما تكون متصلة بالشبكة كما تقول هيلين بابادودي-روس "Hélène Papadoudi-Ros"، يتكون لديها انطباع بأنها صيغ مُطوّرة ومُحسّنة من ذواتها³.

2.2. عرض نتائج الدراسة في ضوء التساؤلات الفرعية: بعد عرض نتائج الدراسة الإحصائية ومناقشتها توصلنا إلى جملة من النتائج التي نلخصها في النقاط الآتية:

¹ - Nancy Baym, danah boyd, 'Socially Mediated Publicness', An Introduction. Journal of Broadcasting and Electronic Media, 2012, p 234 .

² - Cara Brander .op citn p235.

³ عبد الله المتوكل، مخاطر التكنولوجيا الحديثة على العلاقات الإنسانية، قراءة في كتاب "وحيدون ونحن معا"، 09-06-2021 تم الاسترداد من: مؤمنون بلا حدود للدراسات و الابحاث: بتاريخ 26-01-2023 على الرابط: <https://www.mominoun.com/articles> على الساعة pm.15:20

■ **سيرورة عرض الذات عبر شبكة الفيس بوك من قبل عينة من الشباب الجزائري:** تبين من خلال الدراسة الميدانية أن سيرورة عرض الذات عبر الفيس بوك تكون وفقا للمعطيات الآتية:

- تمثل عناصر الهوية البصرية (الصور، الأسماء، السير ذاتية، العناصر المفضلة، باقي المعلومات التفصيلية)، إضافة إلى المنشورات والتفاعلات أهم الأدوات التواصلية التي يستعرض الشباب أنفسهم من خلالها وتنوع هذه البيانات بين الحقيقي والمستعار و تقابل هذه العناصر الحضور الجسدي والتفاعل اللفظي وغير اللفظي المباشر الذي يحدث في الحياة الواقعية وقد تبين أن البعض من المستخدمين يستغلون جميع الإمكانيات التواصلية المتاحة على الملفات الشخصية ليدعوا في التعبير عن الذات وإظهار جوانب متنوعة منها، على عكس البعض الآخر اللذين يقتصر ظهورهم على الضروري من الوسائل التعبيرية (الأسماء والصور الشخصية في الغالب).

- تخضع سيرورة عرض الشباب لذواتهم ضمن فضاء الفيس بوك إلى التحكم الشبه كلي للمستخدم وتتميز بمرونة عالية من خلال اختيار الصور والاسماء والتفضيلات التي يظهر بها للآخرين، كما تخضع كذلك للإرادة الذاتية للفرد من خلال التحكم في الجمهور الذي يمكن له الوصول والاطلاع على مختلف معلوماته الشخصية ومنشوراته.

- تخضع سيرورة عرض الشباب لذواتهم على شبكة التواصل الاجتماعي للعديد من الاعتبارات والخلفيات الاجتماعية والثقافية التي تفرض على الفرد بطبيعة انتماءه السسيو-ثقافي مثل السن والجنس.

■ **إدارة الانطباعات حول الذات وتأثير انطباعات الآخرين على عملية عرض الذات لدى عينة من الشباب الجزائري على شبكة الفيس بوك:**

يولي أغلبية الشباب (عينة الدراسة) أهمية لآراء وردود أفعال الآخرين حيال منشوراتهم وتفاعلاتهم المختلفة حيث يظهر ذلك من خلال اختيار قائمة الأصدقاء والتحكم في إدارة خصوصية المنشورات، وكذا التحكم في التعليق والتفاعل في الفضاءات العامة والشعور بالثقة بسبب ردود الفعل الإيجابية اتجاه المنشورات مقابل الإسراع في نحو المنشورات التي تحصل على ردود فعل سلبية.

- تلعب انطباعات ونظرة الآخرين وتقييمهم دورا حاسما في طريقة تقديم الشباب لذواتهم ضمن فضاء الفيس بوك وبالتالي صقل الهوية الذاتية المتمثلة عبر الشبكة .

- يتيح فضاء الفيس بوك مرونة وسهولة أكبر للشباب للتحكم بردود فعل الآخرين من خلال القدرة على التحكم في رسم الانطباعات المرغوبة حول الذات باستظهار الجوانب الإيجابية فقط، الامر الذي قد يجده البعض صعبا في الحياة الواقعية، بسبب صعوبة التنصل من اكرهات الواقع الاجتماعي المفروضة على الفرد بحكم انتمائه وطبقته الاجتماعيين وحضوره الجسدي في المواقف الاتصالية المختلفة.

4. خاتمة:

حاولنا من خلال هذه الدراسة معرفة جوانب من عرض الشباب الجزائري لهوياتهم الافتراضية ضمن فضاء الفيس بوك، من خلال الاستعانة بمفهومين محوريين ضمن منظور الدراما الاجتماعية لعالم الاجتماع الأمريكي "ارفينغ غوفمان" هما عرض الذات وإدارة الانطباع، وقد تبين أن تكنولوجيا الاتصال الجديدة أتاحت مجالا للأفراد من أجل التحكم في هوياتهم الفردية والاجتماعية،

فالاتصالات ومختلف التفاعلات التي نجريها عبر الانترنت تساهم بقدر ما في رسم صورة وانطباع عنا طالما أننا أصبحت مجالا ممتدا يتشارك الفرد فيه حضوره مع محيطه الاجتماعي من أصدقاء ومعارف.

و من خلال رصد العناصر والأدوات المتاحة لعرض والتحكم في استظهار الذات وإدارة الانطباع حولها يمكن فهم طبيعة هذه البيئة الجديدة والأدوات التي تتيحها لذلك ، وتحديد حدود التشابه بينها وبين الحياة الاجتماعية الواقعية، حيث أن هذه البيئة الرقمية شكلت فضاء امتدت عبره الذات الإنسانية ولم تبقى حبيسة الجسد والمجتمع الواقعي فبعد أن كانت واحدة متجانسة أصبحت متعددة ومتباينة، وهذا ما مكن من إعادة النظر إلى التقنيات الرقمية الحديثة التي لم تعد مجرد تقنيات منفصلة عنا نستخدمها بشكل يومي وإنما أصبحت بالفعل جزءا وامتدادا لذواتنا.

وقد مكن استحضار مفاهيم المنظور المسرحي (استعراض الذات وإدارة الانطباع)، في ظل البيئة الرقمية الجديدة من فهم سيرورة عرض الشباب الجزائري لذاته وإدارة الانطباع حولها ضمن هذه البيئة، حيث أن ذلك يتميز بمرونة أكبر وتحكم فردي كبير في عناصر الهوية البصرية التي تراوحت بين ما هو حقيقي وما هو مستعار إذ أتاحت البيئة الرقمية إمكانية الهروب والتنصل من أكرهات الواقع ومكنت من إعادة تشكيل الذات وفق ما يريده الفرد المستخدم، ولعبت بعض المتغيرات السوسيوديموغرافية الدور الحاسم في هذا السياق خاصة الجنس والسن، وقد ساهمت ردود فعل الآخرين وانطباعاتهم حول المنشورات والتفاعلات في عملية التحكم وإدارة هذه العناصر.

5. قائمة المراجع:

- المؤلفات:

1. Bourdieu Pierre, *La jeunesse n'est qu'un mot. in Questions de sociologie*, (Paris, Paris Minuit, 1984).
2. Goffman, Ervene. *The presentation of self in everyday life*, (New York ،Anchor Books.، 1956) .
3. إبراهيم مروان عبد المجيد، أسس البحث العلمي للإعداد الرسائل الجامعية، (عمان، مؤسسة الوراق، 2000).
4. ارفينغ غوفمان، تر: أحمد العوفي ، عرض الذات في الحياة اليومية، ترجمة للصفحات الأخير من الكتاب الأصلي.
5. جمال سند السويدي، وسائل التواصل الاجتماعي ودورها في التحولات من القبيلة الى الفيس بوك، (الامارات العربية المتحدة، 2014).
6. خضر فضل الله وائل مبارك ، أثر الفاييسوك على المجتمع، (الخرطوم، المكتبة الوطنية، 2016).
7. رشيد حمدوش، مسألة الرباط الاجتماعي في الجزائر المعاصرة، (الجزائر، دار هومة، 2009) .
8. زرواتي رشيد ، منهجية البحث العلمي في العلوم الاجتماعية، (الجزائر، دار الكتاب الحديث، 2004) .
9. عبد الحميد محمد، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، (القاهرة، عالم الكتب، 2004)، ص: 106.
10. القيم كامل حسون ، مناهج وأساليب كتابة البحث العلمي في الدراسات الإنسانية، (بغداد، مركز حمورابي للبحوث والدراسات الاستراتيجية، 2012).
11. لصلح عائشة ، الشبكات الاجتماعية والهوية الثقافية والاجتماعية للشباب في كتاب البشير ربوح، السؤال عن الهوية، (بيروت، منشورات ضفاف، 2016).

12. مارك آدمون، تر: ابراهيم صحراوي ، البناء الهوياتي للفرد في كتاب كاترين هالبرين وآخرون الهوي (ات)ة...الفرد، الجماعة، المجتمع، (الجزائر، دار تنوين ، 2015).

- الرسائل الجامعية:

13. جمعة الكتي أمينة، الشباب والجريمة - دراسة ميدانية، رسالة ماجستير في علم الاجتماع الجنائي، معهد البحوث والدراسات العربية، جامعة الدول العربية، القاهرة، 2006.

14. الرواشدة عاطف، أثر مفهوم الذات في السلوك العدواني لدى أعضاء مراكز الشباب والشابات في إقليم جنوب الأردن، رسالة ماجستير في علم الاجتماع، جامعة مؤتة، الأردن، 2008.

15. بوقرة رضوان ، بنية الأخبار في القنوات الفضائيات العربية، مذكرة ماجستير، قسم علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم السياسية والإعلام، الجزائر، 2006.

- المقالات:

16. Baym Nancy ,danah boyd ,Socially Mediated Publicness, An Introduction , Journal of Broadcasting and Electronic Media, 2012 .

17. الحمامي الصادق ، الميديا الجديدة والجمال العمومي الإحياء والانبعث، مجلة اتحاد إذاعات الدول العربية، جامعة الدول العربية، 2012.

18. سول ماكوالد، تر:علي عبد الرحيم صالح، سيكولوجية مفهوم الذات دراسة في صورة الذات ، قيمة الذات ، الذات المثالية، شبكة العلوم النفسية العربية.

19. ضربان حفيظة ، رمضاني صورية ، عرض الهوية في الحياة الافتراضية (دراسة سوسيولوجية لتقنيات عرض الذات عبر مواقع التواصل الاجتماعي -الفيسبوك نموذجاً-)، مجلة العلوم الاجتماعية، العدد02، 2021.

20. مصباح السعداوي نزيهة، استعراض الذات والتمثلات السوسيو ثقافية لإدارة الهوية، مجلة سوسيولوجيون، المجلد الأول، العدد 1، تونس، 2020.

21. نزار خادم خلود، مالفى عبد القادر، عرض لذات في العالم الرقمي رؤية تحليلية وفق منظور ارفينغ غوفمان الدرامي، مجلة الحوار الثقافي، العدد 2، 2020.

- مواقع الانترنت:

22. - academia. Cara Brander(2016). Erving Goffman's The Presentation of Self in Everyday Life. <https://www.academia.edu/34361288/> (consulted in 01-10-2023)

23. موقع جامعة الشلف، كلثوم بيبيمون (2017) تصور وممارسة الهوية الثقافية لدى الشباب الجزائري بين الفضاء الإلكتروني والممارسة الواقعية،

www.univ-chlef.dz/eds/wp-content/uploads/.../article (تم الاسترجاع بتاريخ 04/19/2022).

24. موقع دراسة، ريم الأنصاري، (2021)، نظرية غوفمان إدارة الانطباعات: <https://drasah.com/Description.aspx?id=4197> ، (تم الاسترجاع بتاريخ: 05-12-2022)

25. مؤمنون بلا حدود للدراسات و الأبحاث، عبد الله المتوكل، (2021)، مخاطر التكنولوجيا الحديثة على العلاقات الإنسانية، قراءة في كتاب "وحيدون ونحن معا: <https://www.mominoun.com/articles> (تم الاسترجاع بتاريخ 26-01-2023).

26. مؤمنون بلا حدود للدراسات والأبحاث، كعبوش علي العلامي، (2020)، مركزية مفهوم الاعتراف في تشكل الهوية الذاتية عند أكسل هونيث: <https://www.mominoun.com/articles> (تم الاسترجاع بتاريخ: 26-12-2022).