

"الصورة" و بناء الهوية الرقمية بين الحقيقة والوهم في العوالم الموازية

"The image " and building a digital identity between reality and illusion in parallel worlds

بوخاري مليكة
المدرسة الوطنية العليا للصحافة وعلوم الإعلام، الجزائر
boukhari.malika@ensjsi.dz

ملخص:

تعتبر "الصورة" من بين أهم الركائز التي تشكل بناء الهوية الرقمية لرواد مواقع التواصل الاجتماعي، ولذا فهي بمثابة النافذة التي تميز الملايين في هذه الفضاءات المفتوحة للعوالم الموازية للمواقع، فمن خلال الإحصائيات نلمس وجود قلق كبير من علماء الاجتماع وعلماء النفس حول هذا الانغماس في مواقع التواصل الاجتماعي والذي خلق انثروبولوجيا رقمية تستدعي الدراسة والتحليل خاصة ما تعلق بالسلوك.

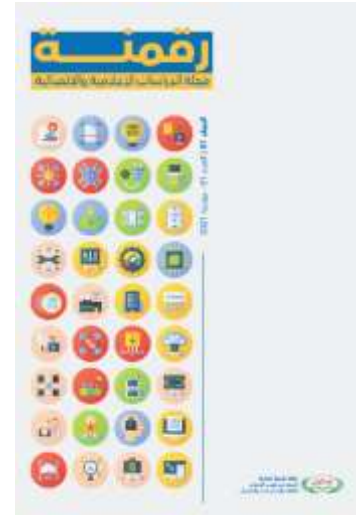
ويهدف من خلال هذه الدراسة إلى تقديم قراءة لواقع الهوية الرقمية من خلال "الصورة" التي تكون واجهة لمن هو وراء الشاشة، ومدى تأثيرها في بناء باقي العلاقات الحقيقية لاسيما وأن الكثير من رواد مواقع التواصل الاجتماعي يلجئون لهويات مغلوطة غير حقيقية أو حتى للانتحال والتزييف وغيرها من الأساليب التي سنحاول الكشف عنها من خلال الدراسة. ومن بين أهم النتائج المتوصل إليها هو أن الصورة بمفهومها الفيزيائي لا تقدم في الكثير من الأحيان الصورة الفعلية للشخص بل تمثيل عما هو يراه ويريد، كما أن الصورة تصنع مساحة من الوهم في بناء العلاقات الإنسانية لاسيما وأن الهوية الافتراضية لا تنقل في الكثير من الأحيان حقيقة الفرد وهويته في أرض الواقع بل تصنع واقعاً مزيفاً محاطاً بمختلف التطبيقات والتعديلات التي تفرض اتجاهات إنسانية أكثر تطرفاً تبحث عن الكمال من خلال "الصورة" **كلمات مفتاحية:** الصورة، الهوية، الوهم، مواقع التواصل، الأنثروبولوجيا.

Abstract The "image" is among the most important pillars that form the building of the digital identity of the of social networking sites users, and therefore it serves as the window that distinguishes millions in these open spaces of parallel worlds. According to statistics, we can notice a great concern from sociologists and psychologists to this immersion in social networking sites. Social communication, which created a digital anthropology that calls for study and analysis, especially with regard to behaviour.

We aim through this study to provide a reading of the reality of the digital identity through the "image" that is an interface for those behind the screen, and its impact on building the rest of the real relationships, especially since many social networking sites users resort to false identities that are not real or even for impersonation and counterfeiting and other things. The methods that we will try to reveal through the study.

Among the most important results reached is that the image in its physical sense does not often present the actual image of the person, but rather a representation of what he sees and wants, and the image creates an area of illusion in building human relations, especially since the virtual identity does not often convey the reality of the individual, but rather creates a false reality surrounded by various applications and modifications that impose extreme human trends that seek perfection through the "image".

Keywords: image, identity, illusion, communication sites, anthropology.



رقمنة مجلة الدراسات الإعلامية والاتصالية

المجلد 02 | العدد 03
ديسمبر 2022
الصفحات 113 - 125

ردمك | ISSN-2773-4285
EISSN| 2830-8417

الإيداع القانوني | 07/2021

العنوان | 11، طريق دودو مختار، بن عكنون،
الجزائر العاصمة.

الفاكس | 023 88 50 (023)
الهاتف | 0561 62 29 75

تاريخ الاستلام | 2022/11/29
تاريخ القبول | 2022/12/14
تاريخ النشر | 2022/12/31

المؤلف المرسل |

الاسم الكامل بوخاري مليكة
مؤسسة الانتماء المدرسة الوطنية العليا للصحافة
وعلوم الإعلام الجزائر

boukhari.malika@ensjsi.dz



1. مقدمة:

إن المتابع لحركية الانتشار والتوسع الذي تعرفه الفضاءات الرقمية من خلال الإحصائيات سواء عدد رواد مواقع التواصل الاجتماعي الذي بلغ خمسة مليارات مستخدم حسب إحصائيات 2021 أو عدد الهواتف الذكية الذي بلغ سنة 2021 3.8 مليار ، أو من يمتلكون هواتف ذكية مميزة والذي بلغ 4.88 مليار، كما أن عدد الحواسيب التي تم بيعها حتى شهر نوفمبر 2022 أكثر من 213 مليون حاسوب، " سيدرك التسارع المفرط في اتساع فهذه الفضاءات الرقمية، والأكيد أن العلاقة بين عدد رواد مواقع التواصل الاجتماعي والتكنولوجيا أمر مفروغ منه لاسيما وأن التوقعات توضح تضاعف أعداد الأجهزة الإلكترونية بشكل كبير جداً في السنوات اللاحقة، ولعل ما يهمنا في ربط المتغيران معا هو ما يتمخض من نتائج سوسيوثقافية و أنثروبولوجية على المجتمعات الإنسانية وهو الحقل الذي يفتح المجال للدارسين في محاور متشعبة كدراسة وتحليل الهوية والهويات الرقمية التي يتبناها رواد مواقع التواصل الاجتماعي، لاسيما في تقاطعات غير قابلة للإدراك من المجتمعات التي لا تحوز على التكنولوجيا.

وما نحاول تقديمه من خلال المقاربة التي نقترحها يتلخص في جزئية "الصورة" بمفهومها الفيزيائي والتي تشكل أحد أهم عناصر التمثيل الهوياتي في مواقع التواصل الاجتماعي، ومنه نطرح السؤال الإشكالي التالي: هل "الصورة" بمفهومها المادي والتي يستخدمها رواد مواقع التواصل الاجتماعي هي تمثيل موضوعي للهوية في الواقع أم هي صناعة وهم هوياتي؟

ونهدف من خلال الدراسة لكشف ملامح حول مفاهيم الهوية الرقمية من خلال الصور التي يقدمها رواد مواقع التواصل الاجتماعي، ومدى مطابقتها للواقع لاسيما مع التقنيات المستخدمة للتعديل ولتحسين الصور في ظل مجتمعات رقمية تنهر بالصور أكثر من المحتوى الرقمي المكتوب (ولعل عدد متابعين التيك توك، ومن يصنفون كمؤثرين والذين يقدمون محتوى يعتمد على الصورة بشكل كبير يوضح لنا الأهمية البالغة للصورة في هذه الفضاءات الرقمية "المهمة" وغير المحددة جغرافياً)، كما نهدف لتقديم قراءة نقدية لما تمثله الصورة في مواقع التواصل الاجتماعي.

ولتحقيق ما سبق ذكره اعتمدنا على المنهج الوصفي الذي يعتمد على الوصف والتفسير والتحليل للظاهرة أو للمشكلة المراد دراستها، لاسيما أننا سنحاول وصف هذه الجزئية المكونة للهوية الرقمية وكيفية تأثيرها على حقيقة الواقع للشخص الذي يقدم نفسه هوية رقمية، كما نستعرض بعض النماذج التي حدثت وتحديث على أرض الواقع حيث كانت الصورة المقدمة كجزء من الهوية الحقيقية مجرد وهم له تأثير كبير على مستوى العلاقات الاجتماعية "فالهوية الافتراضية التي تمنحها مواقع التواصل الاجتماعي للمستخدم تبدو كوهم لا علاقة له بهويته وشخصيته الفعلية (هشام، 2019، 22).

2. مواقع التواصل الاجتماعي بين العالم الحقيقي والعوالم الموازية:

1.2 إحصائيات وواقع:

تعد مواقع التواصل الاجتماعي اليوم من بين أم الفضاءات الرقمية والتي تضم ملايين الناس من مختلف أنحاء العالم، ما جعل الكثير من المفاهيم تتغير وتتبدل فتولد لدينا مصطلح جديد يعرف "بالأنثروبولوجيا الرقمية" والتي تتناول بالدراسة والتحليل السلوك البشري من خلال هذه الفضاءات الرقمية والتي تتزايد بشكل مطرد، كما أن الهوية جزء من هذه الأنثروبولوجيا الرقمية كونها تعتمد على هذه المنصات من جهة، و كما أنها الواجهة التعريفية بالشخص الذي يصبح فرداً من هذه العوالم الموازية بمجرد تقمصها لها من جهة أخرى.

ويتفق ما ذكرناه مع ما تعنيه مواقع التواصل الاجتماعي ففي أبسط تعريف لها نجدها تعني " برنامج يستخدم لبناء مجتمعات على شبكة الأنترنت أين يمكن للأفراد أن يتصلوا ببعضهم البعض لعدد من الأسباب المتنوعة ويعرفها بريس و

مالوني كريشمان بأنها مكان يلتقي فيه الناس لأهداف محددة وهي موجبة من طرف سياسات تتضمن عددا من القواعد والمعايير التي يقترحها البرنامج" (دليلة، سلمي، 2019، 85).، أما في قاموس OLDIS الإلكتروني فتعرف مواقع التواصل الاجتماعي " بأنها خدمة إلكترونية تسمح للمستخدمين بإنشاء وتنظيم ملفات شخصية لهم كما تسهم بالتواصل مع الآخرين." (هشام، 2019، 19)، ولعل ما سبق ذكره يعتمد على الوظائف التقنية والعامية لمواقع التواصل الاجتماعي في حين أن البناء الانثروبولوجي الذي تخلفه مواقع التواصل الاجتماعي غير مرئي تقنيا ما يستدعي رؤى، مقاربات ومناهج أخرى تعتمد على التفسير والتحليل والبناء لنتمكن من إدراك وفهم ما تقدمه هذه العوالم الافتراضية والتي باتت توازي الواقع الفعلي للبشر. كما تعتبر مواقع التواصل الاجتماعي اليوم من بين أهم الفضاءات الرقمية والتي يتواجد بها ما يقارب الخمس مليار شخص من مجموع ساكنة الأرض حسب إحصائيات 2021 فنجد أن " 520 مليون مستخدم جديد انضموا إلى استخدام وسائل التواصل في الـ 12 شهرا الأخيرة من سنة 2021، و تشير تلك الأرقام إلى أن أكثر من 9 من كل 10 مستخدمين للإنترنت يستخدمون الآن وسائل التواصل كل شهر، كما يملك الشخص العادي حسابات على أكثر من 9 شبكات تواصل مختلفة، ويقضي ما يقرب من ساعتين و30 دقيقة باستخدام وسائل التواصل يوميا.. و91% من مستخدمي وسائل التواصل يصلون إليها عبر أجهزتهم الجواله..، فعلى فرض أن الناس ينامون ما بين 7 و8 ساعات يوميا، فإن الأرقام الأخيرة تشير إلى أنهم يمضون نحو 15% من حياة اليقظة يستخدمون وسائل التواصل، و يمضي العالم أكثر من 10 مليارات ساعة يوميا يستخدم وسائل التواصل، وهذا يعادل نحو 1.2 مليون سنة من عمر الوجود البشري." (الجزيرة، 2021، <https://bit.ly/3GCfiXF>)، ولعل ما يتوضح للجميع من خلال الإحصائيات أن مواقع التواصل الاجتماعي باتت تصنع عوالم موازية يعيش فيها البشر بعيداً عن الواقع ورغم أن هذه الفكرة بدأت من غرفة بسيطة لطلبة جامعيين إلا أنها أصبحت تمثل واقعا جديدا سواء لساكنته العالم أو حتى للباحثين الذين فتحت أمامهم مجتمعات بحث غير تقليدية بل هجينة تفرض أدوات ومقاربات غير تقليدية لفهم ما يدور فيها من سلوكيات، تفاعل وتأثير حتى على أرض الحقيقية، كما أن هذا التطور وهذه الأرقام كانت مشجعة لاقتراح عالم "الميتافرس" والذي يجعل البشرية تعيش في عوالم افتراضية تحقق من خلالها تواجداً موازيا للواقع الفعلي، وهو المساق الذي يتجه نحوه ساكنة العالم اليوم.

2.2 مواقع التواصل الاجتماعي والعوالم الموازية:

إن حقيقة تشكل هذه العوالم الافتراضية أمر واقع مرده المدى الذي وصلت إليه مواقع التواصل الاجتماعي في المجتمعات البشرية والجدول التالي يقدم لنا صورة توضيحية عن تكون هذه العوالم الموازية التي لا تعتمد على الحدود الجغرافية الطبيعية وإنما تخضع لجغرافيا الأنترنت إذا لا يمكن معرفة الحدود الجغرافية التقليدية لمن يشكلها غير أنها قد تتقاطع في اللغة والاهتمام، وكذا التوجه، كما أنها تحتل صفة "مجهولة" لأنها بشكل عام لا تحقق اللقاء الفيزيائي المباشر سواء كان أصحابها يختفون وراء هويات غير حقيقية أو لأن هذه العوالم لغاية الآن تعتمد بشكل كبير "على الكتابة" (ككتابة

التعليقات، و المشورات،) طبعا هذا لا ينفي وجود طرق أخرى للنشر كالصور والفيديوهات لكن بشكل عام فهي تعتمد على "الكتابة" أي التدوين.

الجدول 1: (رواد مواقع التواصل الاجتماعي شهريا)

موقع التواصل الاجتماعي	عدد الزائرين النشطين شهرياً
فيسبوك	2.8
يوتيوب	2.29
واتساب	2.00
انستغرام	1.38
تيك توك	732
فيسبوك/ميسنجر	1,30
سناب شات	514
تويتر	397
المجموع	10.702

المصدر: الجزيرة، 2021، <https://bit.ly/3GCfiXF> + تعديل من الباحثة

من خلال مجموع عدد الزائرين النشطين لمختلف مواقع التواصل الاجتماعي شهريا والذي يساوي أكثر من 10 مليار زائر تتأكد لنا فرضية أن العوالم الافتراضية التي خلقتها هذه المواقع ضخمة جدا و أنّ لها أثرٌ وتأثيراً على "البشر" لأنها لا تشتغل بشكل اعتباطي فكل المؤسسات GAFAM الكبرى للاتصال تستغل كل هذه المواقع باعتبار روادها "سلعة" لفرض أنماط جديدة على مختلف السياقات وما يتفق عليه أهل الاختصاص أنّ لوسائل الإعلام بشكل عام تأثير كبير على السلوكيات وهي التي تكون موجهة لمجتمع معلوم يمكن دراسته وتحليله ضمن سياقه الثقافي الانثروبولوجي فكيف بمنصات رقمية تضمن الملاير من ساكنة الأرض الذين ينشطون عبر هذه المواقع والتي تشكل جزءاً مهماً من حياتهم التي تتجزأ لقسمين جزء واقعي والآخر افتراضي (لحد ما خيالي) " فالأثر هو التغيير الذي يحدث على مستوى السلوكيات والاتجاهات والعادات والأفكار والآراء عند الأفراد الذين يتعرضون إلى محتويات ووسائل الإعلام، وينبغي قياس هذا التغيير من زاوية العلاقة الجدلية الموجودة بين وسائل الإعلام والعمليات الاجتماعية، لأن وسائل الإعلام لا تعمل من فراغ، وإنما ضمن بيانات سياسية واقتصادية واجتماعية وثقافية سائدة في المجتمع" (هشام، 2019، 18).

ولعل المزايا التي تمنحها هذه العوالم الافتراضية من الناحية الايجابية للبشرية هي مزايا تتوافق والتطور التقني ويتلخص ذلك من خلال كل مجالات الإنسانيات الرقمية ، لكنها تحمل الكثير من التداعيات السلبية على مستوى السلوكيات التي

تقترن بالهوية الافتراضية أيضا فهذه العوالم الافتراضية تمنحك الكثير من الخيارات لتكون جزء منها لكنها لا تتحقق من البيانات المقدمة مثلا بخصوص الهوية الرقمية فهي لا تطلب "وثيقة تثبت المستوى الدراسي مثلا" (لا نتحدث عن الشارة الزرقاء المحققة).

ويكمن التعقيد الذي باتت تفرضه هذه العوالم الموازية هو اعتمادها على تقنيات الذكاء الاصطناعي الذي فرض وجود واقع افتراضي وواقع افتراضي معزز ينقل الحياة من الواقع إلى "العوالم الموازية" وتطرح الباحثة الفرنسية فيرجيني تورناي virginir tournay.. في مقالها العلمي المعنون ب:..هذه ستقل ذلك. ميتافرس زوكانبرغ هل ستقتل المبني؟ وتتساءل من خلال هذه المقاربة عن خطورة العوالم الموازية على غرار عالم "الميتافراس فيقول" كان يجب أن ننتظر سنة 2021 ليعلن للعموم "الميتافرس" والذي هو مصطلح قديم يعود لثلاثين سنة، وهو المشروع الذي أعلن عنه مارك زوكانبرغ مؤسس الموقع الاجتماعي فايس بوك، لأن المصطلح ظهر لأول مرة بشكل متكتم سنة 1992 في رواية "السامرواي الافتراضي" ضمن الروايات الخيالية للكاتب نيل ستيفانسون، واختزالا للكلمات "ميتا" و"عالم" فتترجم عالم ولد بالحاسوب والذي يمكن لنا الولوج فيه من خلال النظرات الذكية والسماعات، رغم أن فضاءات الكومبيوتر والتي تستمتع فيها مشاعر الإنسان ليست جديدة فنحن نرى عوالم مماثلة في الأدب الخيالي سنوات الستينات ، (...) والهدف من هذا العالم هو صناعة انترنت مستقبلي فيه خوذات الواقع الافتراضي تعوض الشاشات، ورواد الانترنت يستطيعون التحكم في "الافتار" الخاص بهم ما يعني افتراضية ومختلفة ومتنوعة وفيه يكون المظهر قابل للتعديل، والإبحار التقليدي عبر الخط الذي يكون فيه المستخدم يقابل الشاشة سيختفي تدريجيا ولتخلفه التجارب التفاعلية متعددة الحواس. ("virginir tournay ، 2022 ، 61) ، ولعل ما نستخلصه من خلال ما ذكرته الباحثة هو أن تضاؤل الحياة الواقعية ستتحكم فيه هذه العوالم الموازية والتي انتقلت من فكرة "موقع اجتماعي" إلى منصة رقمية تسمح بتقديم المعطيات التي تخص الهوية الرقمية لرواد هذه العالم بكل حرية بل وقابلة للتعديل والتغيير والأكثر خطورة أن هذه العوالم ستكون "متعددة الحواس" أي أنها ستقترب شيئا فشيئا من تفاصيل العالم الحقيقي، ومنه ستعقد جغرافيا الأنترنت وأيضاً طبيعة العلاقات التي تتكون في هذه العوالم التي لا تفصلها أي حدود طبيعية، لكن التقاطع الذي سيكون بين حقيقة هوية المستخدم وما يختاره كتمثيل له في العالم الافتراضي هو ما سيكون تحدي كبير سواء للباحثين أو حتى للمستخدمين، وهو ما سنفصل فيه لاحقا، خاصة ما تعلق بجزئية "الصورة" التي يتم اختيارها أو وضعها لتشكّل جزءاً من الهوية الرقمية.

2- الهوية في مواقع التواصل الاجتماعي:

إن مفهوم الهوية في حد ذاته من الصعب ضبطه في الواقع لأنه متعدد المعاني ويوظف في سياقات مختلفة وهو ما وقف عند تفاصيله الباحث فانسون دوغولجاك فيقول "إن الهوية مفهوم معقد فعلى مستوى المضمون مصطلح الهوية مستخدم بشكل كبير لكن نادراً ما يتم ضبطه، فهو مفهوم غامض، فالهوية هي بمثابة البيت الافتراضي والتي من المستحيل عدم الانتساب لشرح وتبرير لبعض الأمور لكنها غير وجودية بشكل واقعي (مادي أي أن الهوية ليست شيء ملموس لكنها تظهر من خلال الفرد) (...). فمفهوم الهوية يقع في تقاطع مختلف الحقول المعرفية: القانون، الانترنتولوجيا، علم الاجتماع، وعلم

النفس" (vincent de Gaulehav، 2002، 174) هذه الإحالة التي قدمها الباحث تدفعنا للتساؤل عن صعوبة الإحاطة بمحددات الهوية بمفهومها التقليدي فماذا يمكن أن نقول أمام الهوية الافتراضية الرقمية، والتي غالباً ما تخضع لاختيارات المستخدم والتي لا نعرف عنها الشيء الكثير في ظل غياب الدراسات ذات الصلة.

ولقد حاول الباحثون تقديم تعاريف للهوية الرقمية والتي تستند على التفاصيل العامة "للهوية" ويمكن الاعتماد عليها بشكل مبدئي (في انتظار الدراسات التي تعتمد على الانترولوجيا الرقمية وأدواتها المنهجية) فتعرف كما يلي: "بأنها الشخصية التي يتم إنشاؤها من طرف المستخدم الإنسان الذي يعمل كصلة وصل بين الشخص الطبيعي والشخص الظاهري للمستخدمين، وحسب هذا التعريف فإن الهوية الافتراضية هي السمات والمواصفات التي يقدمها الإنسان الطبيعي للآخرين عبر الانترنت، فتكون عملية الاتصال تتم بين ثلاثة أطراف وليس طرفين: الشخص العادي والهوية الافتراضية والأشخاص الآخرين ومنه فإننا نعرف الهوية الافتراضية على أنها مجموع الصفات والرموز و البيانات التي يستخدمها الأفراد في تقديم أنفسهم للآخرين في المجتمعات الافتراضية ويتفاعلون معهم من خلالها" (دليلة، سلمي، 2019، 94)،

وفي الواقع فالهوية الافتراضية هي بمثابة الواجهة التي تحدد السمات العامة للشخص سواء من خلال الاسم الحقيقي أو المستعار، أو عبر الصفات التي تكون في واجهة الحساب، والتي تحاول تقديم أكبر عدد ممكن من البيانات والمعلومات واختزلها في كلمات بسيطة كما أن الألفبتار والصور تحدد إلى حد كبير الهوية الافتراضية للإنسان لأنه هو من يختارها ولا تفرض عليه مواقع التواصل الاجتماعي قالباً معيناً لذلك، ما يعني أنه هو من يرى أن هذه الصفات والإحالات تمثلته وتمثل هويته في العالم الافتراضي بغض النظر عن مدى صدقيتها وحقيقتها " فالتمثيل الذاتي يعني بأنه الطريقة التي يعرف بها الأشخاص أنفسهم من خلال علاقتهم مع الآخرين، والتي ترتبط ببناء الهوية، وعلى اعتبار أن التنمية الذاتية عملية متواصلة طوال العمر فإن شعور الفرد بالذات يتغير على الأقل -إلى حد ما- خلال حياه الفرد، وبالتالي فإن التمثيل الذاتي لديه آثار هامة على الأداء الاجتماعي والعاطفي، ويبدأ التمثيل الذاتي في مرحلة مبكرة من الطفولة مع الاعتراف بأن الفرد هو كائن فيزيائي منفصل على الآخرين ويستمر تطور التمثيل الذاتي طوال مرحلة البلوغ لأنه ينطوي على البناءات الاجتماعية والمعرفية وتحدث التغيرات في التمثيل الذاتي مع التطورات المعرفية والاجتماعية للأفراد." (مريم نريمان، 2018، 7) وهذا التمثيل والتمثيل يتوضح أكثر فيما يخص الهوية الافتراضية من خلال "المشاركة، والتعليق، والإعجاب" على المحتوى الذي نصادفه في مواقع التواصل الاجتماعي التي تعمل على "تشبيك" العلاقات بين الأفراد بغض النظر عن هويتهم الفعلية فخاصية التشبيك هي التي تطرح لاحقاً إشكالات إضافية كونها قد تقدم ردود عكسية لاسيما في العلاقات الاجتماعية الواقعية، وقدما في ذات السياق علماء النفس قراءة في تداعيات مواقع التواصل الاجتماعي والهوية الافتراضية حيث "لم يتردد الكثير من علماء النفس في تقديم تشخيص سوداوي غالباً ما يتجلى في السلوك الانطوائي وذلك من خلال ملاحظة الاستخدام المكثف لمواقع التواصل الاجتماعي يميل إلى فصل المستخدم عن الحياة الواقعية، العلاقات التي تنتجها تلك المواقع للفرد تبدو اصطناعية على عكس الروابط الاجتماعية والعلاقات الإنسانية الواقعية الفعلية، الهوية الافتراضية التي تمنحها مواقع التواصل الاجتماعي تبدو كوهم لا علاقة له بهويته وشخصيته الفعلية" (هشام، 2022، 22).

3. الصورة وبناء الهوية الرقمية (رمزية الصورة والهوية):

1.3 مكانة "الصورة" في مواقع التواصل الاجتماعي:

ما نحاول التركيز عليه في هذه الدراسة هو معرفة المكانة والتأثير الذي تحوزه الصورة في مواقع التواصل الاجتماعي كجزء من الهوية الافتراضية للأشخاص ، لاسيما وأن الصورة هي "الجزء المادي" الأكثر فيزيائية بالمقارنة مع باقي عناصر الهوية الافتراضية والتي تشكل بشكل عام صورة الشخص وتعتبر الصورة الواجهة الأكثر بروزاً لبقية الأشخاص الافتراضيين فهي بوابة ليرى الآخر "شكل" الطرف الآخر المقابل في التشبيك .

فهناك كما يقول الباحث التونسي عبد الفتاح شهيد جبروتاً للصورة في مواقع التواصل الاجتماعي وبهذه الصفة تملك سلطة في تقديم "الأنا" فيقول: إن آلية معرفتنا لذواتنا وإدراكنا لما يحيط بنا ذات طبيعة تصويرية، لأن كل صورة هي "مجموع ما يظهر أمامنا"، لنسبغ عليها رؤانا وأفكارنا، وندخل في تشابك مع مؤثراتها" (عبد الفتاح شهيد، 2020، <https://bit.ly/3ECiOP2>)، فالصورة تشكل العلاقة المادية المباشرة في الفضاءات الرقمية، وبغض النظر عن كونها عنصراً مهماً في تقديم الهوية الرقمية فإنها تأخذ حيزاً كبيراً في التفاعل على مواقع التواصل الاجتماعي، فرواد هذه المواقع يبحثون عن فكرة "الكمال والجمال" وما يؤكد الطرح هو حملات التنمر الذي جاءت بعد تداول صور للمغنية هيفاء وهي وأصالة نصري في السعودية وبالمنظر لعدم وجود إنارة وكذا الاختيار السيئ لزاوية التقاط الصورة فظهرتا بشكل غير متداول لهما ما سبب في انتشار الصور والتعليق المسيئة بشكل كبير على مواقع التواصل الاجتماعي، وتكرر ذات الشيء مع تداول صورة لمشجعة التونسية في مونديال قطر 2022 حيث التقطت الكاميرا صورة المشجعة لتجد نفسها وسط حملة من التنمر، وطبعاً يمكن أن نفسر هذا بالاستلاب الذي نعيشه جميعاً والذي يختزل فكرة "الجمال" بمقومات ومقاييس لا تتوافق مع الأنثروبولوجيا التي نتواجد فيها كما يوضح قوة "الصور المغلوطة" التي يتم تداولها يعد التعديل لتتقترح عليك نماذج خيالية يصعب تقبل غيرها ، فالصورة بشكل عام تمارس الإغراء والسحر على المتلقي والإبهار لاسيما مع التطبيقات التي تساهم في تحسين الصورة وإضافة تعديلات لها سواء تعلق الأمر بتطبيقات أو مواقع تواصل في حد ذاتها كما هو الحال مع موقع سنا بشات مثلاً " فإلى جانب أبعادها الفيزيائية ووظيفتها الجمالية، فإن الصورة مهما كانت عفوية وطائشة، فهي تعكس منظوراً خاصاً للذات والوجود والأشياء.. "إنها لا تعبر فقط عن مقاصد الشخص الذي التقطها، بل تعبر عن نسق قيمي ورؤية للعالم من طرف جماعة كاملة"، وتظل "مُلغزة إلى الأبد بشكل لا نهائي". كما تظل محاطة برغبة عارمة في الرؤية والاكتشاف، وأحياناً بفتنة مثيرة غير يسيرة؛ تنتج الدلالات، وتفضح الممارسات، وتؤسس الأنساق الجمالية والقيمية، لتعيد تشكيلها وفق أنماط معدلة، وحسب رؤى مستجدة منقحة، تعكس فكراً غير تقليدي، ونسقا غير نمطيا، ونزوعا متواصلا إلى الإبداع والإفصاح والتجديد" (عبد الفتاح شهيد، 2020، <https://bit.ly/3ECiOP2>).

2.3 هل الصورة تمثل ، الحقيقة ، الهوية ، أم الوهم؟:

إنَّ تشكيل "الهوية الرقمية" ومعرفة مدى صدقيتها في مواقع التواصل الاجتماعي والتي تلخص في أكبر المواقع التي تعرف عدد رواد يجاوز المليار أمر صعب جداً ففي الكثير من الأحيان يلجأ روادها لتقديم صورة مغلوطة كاختيار صور لممثلين، لشخصيات تاريخية ، لرسوم متحركة، مناظر طبيعية، أشكال، شخصيات خيالية، حيوانات، أرقام ، أعلام دول، وغيرها من الصور المتواجدة على الأنترنت وهي بأي حال من الأحوال تشكل هوية رقمية أو كما تقول الباحثة هاجر قويدي "إعادة تركيب الهوية" فتقول: "لم تعد مطابقة الهوية الافتراضية مع الهوية المادية مهما في الدراسات علم النفس الرقمي، لأن مجرد الانتقال من العالم الفيزيائي إلى العالم الافتراضي يقتضي إعادة تركيب للهوية، وعليه نحن لا نمثل في الأنترنت، وإنما نعيد تمثيل أنفسنا بما يعرف بافتارات العالم الافتراضي، كل صورة كل أيقونة كل اسم، هو إعادة تمثيل حتمية للهوية الفيزيائية وعليه فإن محاور البحث الأساسية في التوجه الجديد لدراسات علم النفس و السوسولوجيا الرقمية تحاول البحث في قدرة الفرد على تقديم نفسه في العالم الافتراضي بموضوعية؟" (هاجر، 2019، 140)، لكن حتى فكرة الموضوعية تتلاشى مع الصور التي

يتم تداولها وتكون منتحلة من طرف أشخاص آخرين، أو حتى الصور المسروقة من حسابات أخرى، والكثير من الانتهاكات "للحق في الصورة" والذي يتم تداولها بشكل غير قانوني ولا أخلاقي فنجد من الرجال من ينتحل صورة وهوية امرأة في مواقع التواصل الاجتماعي، والعكس أيضاً كما أن الكثير من الحسابات هي أساساً حسابات مجهولة تستخدم في الحروب السيبرانية والتي تكون ضد دولة، أو جهة أو حتى ضد شخص، وغيرها ممن تتقاطع معهم التوجهات المصالح، وحتى الثقافة، وهذا ليس موضوعنا لكن فكرة تكوين الذات بموضوعية فكرة ضبابية بالنسبة لمواقع ينشط بها شهريا 10 مليار شخص.

كما أنّ فكرة تضخيم الأنا واردة جداً في مجتمعات افتراضية مترامية الجغرافيا، وهو ما يجعل التوجه التي تشكله الهوية الافتراضية بشكل عام هو افتراضي خيالي أو على الأقل ما "يتمناه صاحب هذه الهوية" لاسيما في الجزء المتعلق بالصورة التي تمثل في مواقع التواصل الاجتماعي صورة الحساب: photo de profil خاصة و إن كانت صورة حقيقية له، لكن هل كل الصور هي تمثيل فيزيائي للشخص بشكل حقيقي؟، أم أن هناك تطبيقات أخرى يمكن أن تصنف في تزيف الصور وهو الأمر القائم لما يتعلق الأمر بصور الشخصيات السياسية كصور رئيس مصر عبد الفتاح السيسي التي تخضع كل صورته عبر مواقع التواصل الاجتماعي سواء الرسمية أو التابعة لوسائل إعلام تابعة للحكومة للتعديل والتحسين المبالغ فيه، أو حتى صور الفنانين وغيرها من الشخصيات العامة التي تبحث دائما عن "تمثيل فيزيائي" جميل بغض النظر عن "معايير الجمال ومقاييسه" لأنها في كل الحالات نسبية لكن أهمية التمثيل الفيزيائي للأشخاص من خلال الصور يعد مهما جدا كواجهة للهوية بشكل عام وللهوية الرقمية أيضاً، ونذكر كذلك أن الكاتبة الجزائرية أحلام مستغانمي راسلت جريدة الخبر وأبدت رفضها وامتعاضها من الصورة التي يتم تداولها لها دائما في الجريدة كما أرسلت مجموعة من الصور لها لذات الجريدة لتقوم بنشرها كلما كان الموضوع يتحدث عنها "عوض تلك الصورة التي اعتبرتها غير جميلة".

ربما هذه الأمثلة والنماذج التي قدمناها هي لتوضيح تلك الأهمية البالغة "للصورة" كجزء من الهوية الافتراضية والتي يرغب أصحابها ومن خلالها في تقديم "جزء هوياتي عنه" "فمواقع التواصل الاجتماعي اليوم عبارة عن "جريدة شخصية"، تمكن مستخدميها من تحسينها على مدار الساعة، وتقدم إمكانية "تصميم" الحساب لتسويق الصورة المثالية التي يريدها المستخدم لنفسه، والتي تصبح بمثابة "لوغو" خاص به، في شكل من أشكال التسويق لهذه الذات المثالية" (عبد الفتاح شهيد، 2020، <https://bit.ly/3ECiOP2>)، ويبقى قياس الحقيقة والوهم على مستوى الهوية الرقمية لاسيما في جزئية الصورة في مواقع التواصل صعب التقدير لأنه يستدعي دراسات معمقة ميدانية وربما بمراكز بحث ولناهج جديدة في التحليل، والتفسير و الربط ضمن ما يعرف بمواضيع الانترنتولوجيا الرقمية.

3.3 الصورة وبناء العلاقات الاجتماعية في الفضاء الرقمي:

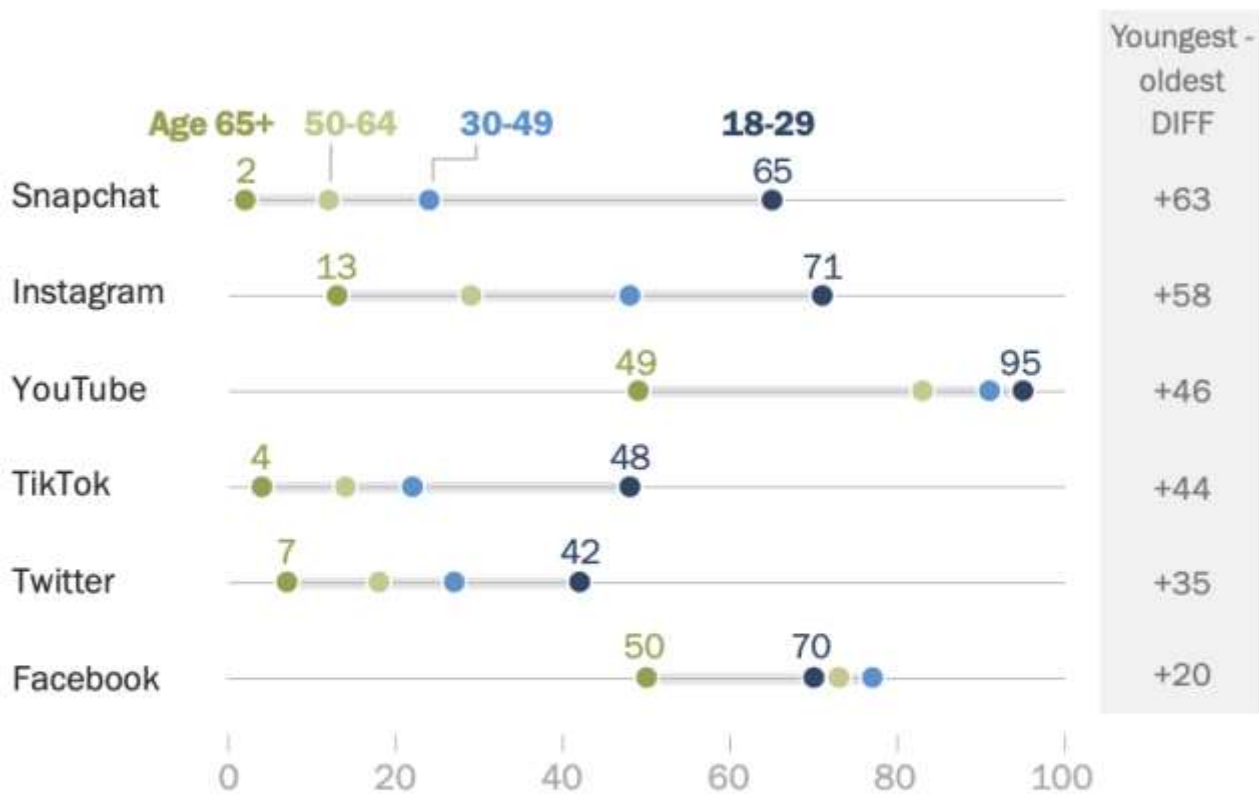
من ميزات مواقع التواصل تقليص المسافات، التفاعل، التواصل والتي يتمكن من خلاله الإنسان من بناء الكثير من العلاقات المتعددة "فميل الإنسان منذ وجد على الأرض إلى التجمع مع أفراد نوعه والتواصل معهم، ميل اجتماعي طبيعي، ينتج عنه تفاعل الإنسان مع الآخرين، وقد عبر ابن خلدون عن هذه الطبيعة الإنسانية بقوله الإنسان مدني بالطبع، (...) لكن شبكة الأنترنت ساهمت في تشكيل علاقات تتجاوز الإطار الفيزيقي، في المشاركة إلى حد ما بالتواصل بين الجمهور، وتأخذ فضاءات الحوار الجماعي شكل الدردشة أو الحوار ويتمثل المبدأ العام الذي يميزها في أنّ أفراداً تجمعهم شواغل وهواجس مشتركة يقررون الائتلاف ضمن مجموعة افتراضية ليتحدثوا ويتناقشوا ويتبادلوا الآراء حول موضوع ما، فيشكلون بهذا المعنى جماعة يتواصل الأعضاء فيها أفقياً، إذ أنّ كل عضو هو في الوقت ذاته مرسل ومستقبل." (ماجدة، 2014، 122)،

كما تتشكل الكثير من العلاقات الأخرى بين أفراد هذه المجتمعات غير المتجانسة والتي قد تكون في شكل مجموعات تجمعها قواسم مشتركة كمرکز الاهتمام أو الميولات أو حتى المهنة والدراسة وغيرها من عوامل الالتقاء والتشارك كما يمكن أيضا ربط العلاقات العاطفية بين رواد هذه المواقع بشكل عام، وفي الكثير من الأحيان تكون الاختيارات والميولات والانجذاب عن طريق

الصورة التي تمثل واجهة المستخدم وهنا نتحدث عن الأشخاص الذين يستخدمون صورههم الحقيقية والتي في الكثير من الحالات تستخدم تطبيقات التعديل لجعلها أكثر "جمالا" ولعل الإحصائيات التي تقوم بها المراكز المتخصصة توضح الاستعانة بهذه التطبيقات على غرار موقع سناب شات ففي الولاية المتحدة الأمريكية مثلا نجد أن الأشخاص الأقل من 30 سنة يستخدمون هذا التطبيق بشكل كبير، بالإضافة لتيك توك وانستغرام ، وهو ما نستوضحه من خلال الرسم البياني التالي:

Age gaps in Snapchat, Instagram use are particularly wide, less so for Facebook

% of U.S. adults in each age group who say they ever use ...



Note: All differences shown in DIFF column are statistically significant. The DIFF values shown are based on subtracting the rounded values in the chart. Respondents who did not give an answer are not shown.

Source: Survey of U.S. adults conducted Jan. 25-Feb. 8, 2021.

"Social Media Use in 2021"

PEW RESEARCH CENTER

رسم بياني يمثل استخدام أهم مواقع التواصل الاجتماعي في الولايات المتحدة الأمريكية مركز البحث باو للدراسات

أفريل 2021: <https://pewrsr.ch/3UbBX01>

ومن خلال الجدول نلاحظ التوجه الذي يتبناه الشباب الأمريكي نحو مواقع التواصل الاجتماعي المفضلة والتي تعتمد بشكل كبير "على الصورة" في كل أشكالها وتفصيلها، وحتى كتطبيق فإن سنا بشات مصنف بخمس نجوم بعد أن قام بتقييم التطبيق 4.4 مليون مشترك، وبلغ عدد الأشخاص الذين حملوا سنا بشات منذ بداية سنة 2022 أكثر من 68 مليون (باعتبار أن السنة لم تنتهي فقلنا أكثر من)، كما أن استخدام الفلاتر والعدسات ونشر الصور من محفزات تحميل التطبيق حيث بلغ عدد الصور الملتقطة سنة 2019 2.1 مليون لقطة عبر "سنا بشات" كل دقيقة في جميع أنحاء العالم " (موقع أرقام، 2020، <https://bit.ly/3FdfTOC>). ورغم تأسيسه في سنة 2012 إلا أن عدد المنتسبين إليه بلغ 500 منسب وفق إحصائيات نوفمبر 2022.

ولعل أهم نتيجة نستخلصها من خلال ما طرحناها هذا هو تأكيد آخر على أن للصورة مكانة مخيفة في مواقع التواصل الاجتماعي ولاستعراض الهوية من خلالها أيضا، كما أن هذا التطبيق وما يشابهه وحين يستعمل لعرض الصور الشخصية هو بمثابة الانتحال والتزييف لاسيما لو تم بناء علاقات على ذلك الأساس، ونشير إلى أن عصابات عالمية تستهدف السيدات المسنات من خلال هوية بصرية "الصور" مزيفة أو منتحلة والتي تغريهم بالحب و الزواج في حين أن هذه العصابات تستهدف الابتزاز، وسرقة المال من خلال حيل لاستدراج كبار السن بشكل عام (يمكن العودة لرابط هذا التقرير لتفاصيل أكثر: <https://bit.ly/3EM9oAO>)

وفي الكثير من الأحيان نجد أن الصورة التي تمثل الهوية الرقمية في مواقع التواصل الاجتماعي قد خضعت للتعديل بإحدى هذه التطبيقات التي تحسن من شكل صاحب الصورة وتمنح له صور قريبة من صور الممثلين والنجوم وفق لمقولة "عصر الصورة" بامتياز والتي يختفي خلفها "حب الكمال" ومحاولة تضخيم الذات.

ومن بين أحد النماذج التي تطرح الفكرة (وغرضها الإثارة وجلب أكثر عدد من المشاهدين أكثر منه علاج ودراسة الواقع وهو أمر طبيعي كون من طرحت الفكرة قناة تلفزيونية وليس مركز بحث) نجد القناة الفرنسية M6 والتي تعرض حصة بعنوان: وماذا لو التقينا؟، والتي تعرض نماذج لأشخاص ارتبطوا عاطفيا من خلال مواقع التواصل الاجتماعي وعنصر الجذب الأول كان الصورة التي ترمز للهوية، وتعرض القناة عليهم الالتقاء لأول مرة في مكان (عبارة عن قصر) واللقاء الأول يكون مصور لينقل كل ردات الفعل ويرى مدى نجاعة هذه العلاقات التي تبدأ من خلف الشاشة، وعرضت القناة العديد من الحلقات التي انتهت في الكثير من الأحيان بالصدمة من أحد الأطراف كون "الشخص الحقيقي لا يشبه تماما الصور التي كانت عبر مواقع التواصل الاجتماعي" ومنه الفشل الذريع لهذه العلاقة في الواقع، ونستعرض فيما يلي المثال التالي من الحصة لنفسر و لنؤكد التزييف والانتحال الذي تعرفه مواقع التواصل الاجتماعي غالبا لاسيما في الصورة التي تعتبر تمثيل جزئي للشخص فهي ضمن الهوية البصرية للفرد:



الصورة رقم 2: تمثل سيدة تسمى جيليا تقدم نفسها رقميا بهذه الشكل في مواقع التواصل الاجتماعي.

الصورة معدلة بسنا بشات (أخذت الصورة من حساب قناة M6 عبر فايسبوك)

ملاحظة: هذه الصورة قمنا بعرضها لنشرح الجزء المادي المهم في بناء الهوية الرقمية والعلاقات الاجتماعية بشكل عام، ولقد تم تداول كل القصة الخاصة بهذه السيدة الفرنسية في القناة الفرنسية M6 وحصبة : وماذا لو نلتقي؟ et si on ce rencontra، ما يعني أن تداولها كان بشكل علني عبر التلفزيون وعبر مواقع التواصل الاجتماعي التابعة لذات القناة وهو ما لا يعد اختراقاً لخصوصية هذه السيدة باعتبار أن كل القصة، المعلومات والبيانات قدمت بشكل علني وبموافقة السيدة ذاتها.



الصورة رقم 2: تمثل السيدة جيل أثناء اللقاء الواقعي مع الشخص الذي ربطت معه علاقة.(الصورة دون فلتر سناب شات)

فالصورة رقم 1: هي الصورة التي كانت تضعها جيليا في تقديم هويتها الرقمية بالإضافة لعشرات الصور الأخرى المعدلة ، و التقت الشابة من خلال الحصبة بالشاب الذي ربطتهما علاقة إعجاب من خلال الأنترنت على أمل أن تتطور لكن النهاية كانت فاشلة تماماً، وصدمة الشاب الذي اعتبر أن جيليا احتالت عليه لأنها في الواقع تبدو بهذا الشكل المقدم في الصورة رقم: 2، وحيث أنه لا علاقة بين الصورتان إلا أن ما يستدعي القلق والدراسة هو تداول مقاطع الحصبة عبر فايسبوك والتي شاهدها أكثر من 4 مليون متابع ناهيك عن عدد التعليقات، والمشاركة، الاعجابات الساخرة، ويضاف له إصرار الفتاة على أنها لم تعدل شيء في الصورة أكثر من الإنارة، وأن كل من يعرفها يخبرها أنها أجمل من الصور المعدلة .

هذه الحالة وحالات أخرى مشابهة أثرت وبشكل كبير على استمرارية العلاقة التي جمعت بين أفراد افتراضيين هي نتاج لهذه الفضاءات الرقمية والتي سمحت للجميع بأن يكونوا جزءاً منها ما أثر على مسارات الواقع و على الحياة الواقعية فأصبحت الجماعات الافتراضية تبني علاقات افتراضية مبنية في الكثير من الأحيان على وهم الصورة المقترن بالإيهام البصري والكمال ونتجت مشكلات اجتماعية معقدة نتيجة الغياب عن الواقع و الاكتفاء بالافتراضي "فالتفكك الاجتماعي سببه الوقت الذي يقضيه مستخدم وسائل التواصل الاجتماعي في التفاعل الافتراضي وهو على حساب التفاعل الاجتماعي المباشر الواقعي، الذي يقصيه الفرد مع المجتمع والأسرة ول الأصدقاء والأقارب فأفراد المجتمع الافتراضي يمنحون أهمية كبيرة لجماعاتهم الافتراضية على حساب جمعياتهم الأولية ومحيطهم الاجتماعي وعلاقتهم الحقيقية، (...). فالاقتراب من العالم الافتراضي و الابتعاد من العالم الحقيقي عالم مستخدم مواقع التواصل الاجتماعي يصبح عالماً متعدد اللغات والثقافات والأعراق والمذاهب وهو عالم افتراضي يحقق المستخدم رغباته وطموحاته دون أن يكلفه ذلك أعباء مادية أو اجتماعية أو نفسية على عكس الواقع الحقيقي الذي يجعل الفرد مسؤولاً، وموجوداً في الزمن والوقت الحقيقي " (عبد الكريم،.....، 246)، كما أن

هذه الجماعات لا تقدم حقائق هوياتية حقيقية ففي أغلب الحالات تميل للتزييف لأسباب عديدة كالخوف، أو تضخم الأنا وغيرها، كما أنها تمنح حيزاً لاستعراض الذات من خلال الميزات التي يقدمها المستخدم لبقية أفراد الجماعة سواء كانت جماعات افتراضية محددة أو غير محددة، فهي إذاً جماعات غير حقيقية الهوية تحاول أن تعيد بناء هوية افتراضية تتوافق مع هذه العوالم الموازية في غياب اللادراك لخبايا هذه الإثنيات الرقمية والتي يصعب إسقاطها على الواقع الحقيقي الذي بات يضمحل فيه كل ادراكات الحياة، السابقة كالصدقة، الحب، السلوك، التعامل، التواصل وغيرها لأنها ذات طابع افتراضي ولأنها تحقق اتصال أفقي لا يخضع للتداول الحياتي (إن صح التعبير)

4. خاتمة:

ومن خلال ما تطرقنا له في عناصر هذا البناء التفسيري سواء للهوية الرقمية أو لمكانة الصورة في الهوية الرقمية فإن ما يتأكد لنا هو أنّ المجتمع الإنساني يتجه أكثر فأكثر نحو العوالم الافتراضية والتي تشغل حيزاً زمنياً مهماً من حياة الأفراد على مختلف تصنيفاتهم و كذا حيزاً مكانياً بغض النظر عن المفهوم المادي للمكان كونه لا يخضع لذات القراءة والتفسير، كما أن بروز مواقع وتطبيقات للصور جعل المستخدم يبحث عن فكرة الكمال في تقديم نفسه للغير من خلال الصور المعدلة والتي تعتمد على الإبهام البصري، والتي تعتمد على "الشكل" ويضاف لها باقي عناصر الهوية الرقمية، في حين أن المفارقة في هذه الهوية الرقمية بشكل عام أنها قابلة للتعديل والحذف وهو غير المتوفر في العالم الواقعي وهو ما " قدمه المحلل النفسي سارج تيسيروف والذي قدم مصطلح surexposition لتحديد تصرفات الأنا على مواقع التواصل الاجتماعي والمدونات، بحيث أن هذه الذات الأليفة التي تبدأ بتقديم معلومات عنها وعن أجزاء معينة من حياتها من أجل تحقيق رضا معين، سوف تعود وتقوم بالخرق وتظهر محلها الذات المعادية لما قدمته، من أجل هذا هناك إمكانية مسح وتحويل المعلومات الشخصية على هذه المواقع بل وتعتبر ضرورية" (هاجر، 2019، 141:140).

وما يجب الأخذ به بصفة جادة هو الأساليب التي يتم استخدامها لتقديم هذه الصور في الهوية الرقمية والتي قد تصل حد تصنيفها كجرائم سيبرانية لاسيما ما يتعلق بانتهاك الحق في الصورة ووصلا للانتحال، والتزييف، والفبركة، وحتى الفلتره فهي تصنف ضمن التزييف لأغراض متعددة تساهم في بناء تفاصيل وهويات مزيفة عبر مواقع التواصل الاجتماعي والتي ترتبط أساساً بعوالم غير حقيقية لكن التوجه العالمي يتجه نحو التطرف في تقليص التواجد الإنساني الفعلي في الواقع والدفع بالمجتمعات الإنسانية نحو العوالم الموازية التي ستشكل الحياة لاحقاً.

كما أن العوالم الموازية والتي يمكن تحقيق الذات فيها بمختلف الإغراءات الموجودة فيها، ولعل هذا صراع جديد لمدى استعباد البشر ولكن بشكل جديد يمنحك حرية افتراضية ويسمح لك بأن تكون ما تريده فيها وهذا هو أحد أكبر أشكال التطرف الذي تتجه نحوه البشرية إذا تطغى " الآلة " بكل معانيها على الحياة الإنسانية .

يبقى أن نوضح أن الدراسات التي تمس الأنثروبولوجيا الرقمية تعرف تسارعاً في الغرب عكس ما هو حاصل في الوطن العربي أو في الجزائر حيث لا يزال هذا الحقل خصباً للاستكشاف والدراسة وفق مختلف المقاربات الممكنة والأدوات ، ومن ضمنها ما يتعلق بالهوية الرقمية التي تتشكل من خلال التمثيلات التي تتوافق مع ما يريده المستخدم من جهة ومع الهوية الحقيقية له لاسيما للصور التي تمثل الأشخاص والتي باتت تعدل لدرجة مبالغة فيها سواء بتطبيقات أو تقنيات الذكاء الاصطناعي ولعل التعليق الذي كتبته واحدة ممن حمل تطبيق سنا بشات بتاريخ: 2022/03/11 يعطي توصيفاً حقيقياً لما هو عليه واقع الصور بشكل عام في الفضاءات الرقمية فكتبت: " لقد وضعت خمس نجوم، لأننا نستطيع التقاط صور مضحكة، ونستطيع استخدام الفلاتر، نحن أيضا لدينا الكثير من الفلاتر وأكد لكن، جيد، إلى اللقاء" وهو التوصيف الحقيقي للفلاتر التي يستعين بها المستخدم فيتحكم في توجيهها وضبطها وفق ميولاته وتفكيره أيضا، و ليبقى سحر الصورة في

مواقع التواصل الاجتماعي بشكل عام وفي استخداماتها في الهوية الرقمية محددًا مفصليًا للكثير من القراءات التي تقوم بها المجموعات الرقمية التي ينتمي لها المستخدم أو للجماعات العامة والتي تتلاقى مع هذا المستخدم ولو بشكل عرضي في عوالم أزاحت الحدود، الجغرافيا، واستوطنت بقيم وجغرافيا وأفكار خاصة بها.

5. قائمة المراجع:

- المؤلفات:
- هاجر قويدري، 2019، الجزائر، البيئة الرقمية وعلوم الإعلام والاتصال ، المنطلق النظري والتأسيس المنهجي، النشر الجامعي الجديد.
- الأطروحات:
- نومار، مريم نريمان، ، 2018، تمثيلات المرأة لذاتها عبر مواقع الشبكات الاجتماعية دراسة وصفية تحليلية لهوية المرأة الجزائرية عبر موقع فايسبوك ، علوم الإعلام والاتصال وعلم المكتبات، كلية العلوم الإنسانية، جامعة باتنة 1، الجزائر.
- المقالات:
- 1-دليلة غروبة، سلمى غروبة، 2019، *إشكالية الهوية في مواقع التواصل الاجتماعي*، مجلة الحكمة للدراسات الإعلامية والاتصالية. المجلد 7، العدد 1، 80-98.
- 2- قعوير هشام، 2019، *أثر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على العلاقات الاجتماعية*، قراءة تحليلية، العدد 87، 17-32.
- 3- خلف الله العبيد ماجدة، مواقع التواصل الاجتماعي، وتأثيرها على العلاقات الاجتماعية، مجلة الحكمة للدراسات الإعلامية و الاتصالي العدد 3، المجلد 2، 112-139.
- 4- تفرقنيت عبد الكريم، 2014، *العلاقات الاجتماعية في ضوء استخدام مواقع التواصل الاجتماعي*، العدد 1، المجلد 8، 237-254.
- المقالات باللغة الفرنسية:
- Virginie Tournay; CECI TUERA CELA. LE MÉTAVVERSE DE ZUCKERBERG VA-T-IL TUER L'ÉDIFICE ?, Grand Orient de France « Humanisme » 2022/2 N° 335 | pages 61 à 64 <https://www.cairn.info/revue-humanisme-2022-2-page-61.htm>.
- Vincent de Gaulejac, IDENTITE, vocabulaire de psychologie, Hors collection, 2002, 174 a 180.

مواقع الإنترنت:

- 1- الجزيرة، 2021/10/6، وسائل التواصل الاجتماعي حقائق وأرقام، <https://bit.ly/3GCfiXF>
- 2- عبد الفتاح شهيد، جبروت الصورة على مواقع التواصل الاجتماعي، معهد الجزيرة، مجلة الصحافة ، 2020، <https://bit.ly/3ECiOP2>
- 3- مركز البحث باو للدراسات ، استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في 2021،، أبريل 2021: <https://pewrsr.ch/3UbBX01>