

**fanny Georges التمثل الرقمي وفرص تسويق الذات في الوسائط التفاعلية على ضوء مقارنة**  
**Sustainable shipping and sustainable development challenges in developing**  
**countries \_Justifications and effects\_**

د. فضيلة تومي\*، جامعة ورقلة، الجزائر.

toumi.fadila@univ-ouargla.dz

د. عبد القادر بودريالة، جامعة ورقلة، الجزائر.

bouderbala.abdelkader@univ-ouargla.dz

د. مصطفى ثابت، جامعة ورقلة، الجزائر.

tabet.moustafa@univ-ouargla.dz

تاريخ التسليم: (2020/10/15)، تاريخ المراجعة: (2021/01/06)، تاريخ القبول: (2021/04/09)

**Abstract :**

**ملخص :**

This scientific paper aims to address a controversial topic in the current scientific context, concerned with the concept of digital identity and its formation in interactive media, as well as identifying its various dimensions in the rapidly evolving digital environment, in addition to defining its components and manifestations according to an analytical reading of the digital presence of users on various experiences and media platforms Social, as well as the disclosure of opportunities and mechanisms of self-marketing and representation by default according to the researcher's approach Fanny Georges.

**Keywords:** Digital identity, Self-marketing, Digital representations, Social media. Interactivity.

تهدف هذه الورقة العلمية إلى معالجة موضوع جدلي الطرح يتعلق بمفهوم الهوية الرقمية وتشكيلها في وسائط الإعلام التفاعلية، وكذلك تحديد أبعادها المختلفة في البيئة الرقمية المتسارعة التطور، بالإضافة إلى تحديد مكوناتها ومقوماتها المظهرية وفق قراءة تحليلية لتجارب التواجد الرقمي للمستخدمين على مختلف منصات شبكات التواصل الاجتماعي، وكذا الكشف عن فرص وآليات تسويق الذات افتراضيا وتمثلاتها الرقمية وفق مقارنة الباحثة Fanny Georges.

الكلمات المفتاحية: الهوية الرقمية، تسويق الذات، التمثلات الرقمية، الميديا الاجتماعية، التفاعلية.

## مقدمة:

تعتبر الهوية الرقمية كيان مفاهيمي معقد وديناميكي ومرن في آن واحد يتكون من عناصر هيكلية معينة، وله أبعاد متعددة، كما يعد هذا المفهوم من ضمن إحدى المفاهيم غير المستقرة والمثيرة للجدل في وقتنا الراهن، وهو على درجة عالية من الغموض والتعقيد والتشابك المعرفي على الرغم من تناوله من طرف العديد من الباحثين على غرار Fanny Georges وغيرها، وهذا ما كان دافعا لنا لمزيد من البحث والنقصي في هذا المجال الذي يسعى للاستكشاف والتقيب عن فرص تسويق الذات على شبكات التواصل الاجتماعي التي أصبحت بمثابة مختبرات لبناء الهوية (Daniela Villani, 2016)، وكذا التمثل الرقمي للمستخدمين عبرها وفق مختلف المقومات المظهرية التي أتاحتها ميزات وخصائص البيئة الاتصالية الرقمية المتغيرة تقنيا يوم بعد يوم.

ثم إن الأمر المتعارف عليه وعبر التاريخ أن الإنسان في كل مرحلة حضارية جديدة يجب أن يعيد التعريف بنفسه، ويصوغ مقومات حياته صياغة تؤهله لمعرفة حياته الأكثر تطورا، ويبدو أن الإنسان بغموضه في ذاته وموضوعه معا آلية معطاة بنسبة كبيرة من الدلالات والمتغيرات المنتجة بفعل حركته الاجتماعية في الزمان والمكان. (محمد، 1980، ص20)

ولكن قد يختلف الأمر في هذا العصر الرقمي المتسارع التطور والذي قفز على إعتبارات الزمان والمكان، حيث بات يفرض على الإنسان أن يتعامل ويتكيف مع هذا التغيير وفقا لمخرجاته وتداعياته في كل مجال كي يتأقلم ويساير بني عصره، وبالتالي فهو مجبر على التكيف المعرفي والسلوكي والحضاري مع هذه المعطيات الحياتية المتجددة وفقا لمتغيرات هذا العصر الذي افرز تحولات جذرية على كافة المستويات سيما ما تعلق بالروابط والعلاقات الاجتماعية التي على أساسها ينسج الفرد علاقاته مع غيره سواء أفراد أو جماعات، فأعاد رسم حدودها وأشكالها في ملامح مختلفة على بيئة مغايرة عن تلك البيئة الحقيقية المتواجد داخلها، وفي خضم هذه التغيرات المتسارعة كان لزاما علينا أن نتكيف ونواكب هذه المستجدات الحياتية، فتواجدنا داخل بيئات اتصالية رقمية وفق تمظهرات معينة راسمة تارة معالم الهوية الحقيقية وتارة أخرى في شكل هويات فنتازمية تسعى للقفز على كل محرمات الهوية الاجتماعية (رابح، 2007) الحقيقية لتصنع لذاتها تميزا برقميتها، والتي كان من بين أهم مظاهرها تمثلات الذات وعرضها وفق مقومات عدة قد يطرحها نظام تشغيل مختلف شبكات التواصل الاجتماعي على غرار فيسبوك تويتر انستغرام واتس آب... الخ، أو قد تنشأ من خلال الأنشطة التي يقوم بها المستخدمين من تفاعلات وتعليقات واتجاهات وميولات تظهر في صناعة المحتوى الرقمي أو مشاركته أو التعليق عليه.

وفي هذا السياق وجب التطرق إلى طبيعة ومقومات وتمظهرات الذات الافتراضية أو الهوية الرقمية وفق مقاربة Fanny Georges التي تعتبر من أبرز الباحثين الذين تناولوا هذا الموضوع وفق أبحاث عدة عالجت جوانب وزوايا مختلفة لذات الموضوع، وتوسعت في مجالاته وتأثيراته واستنتاجاته على الفرد والمجتمع موظفة بذلك منهجيات وطرائق وأدوات بحثية مختلفة على غرار الدراسة السيميائية،

وتحليل المحتوى الرقمي وغيرها، ومن هذه الزاوية البحثية ستحاول هذه الورقة العلمية الإجابة عن تساؤل جوهرى مفاده: ما هي المقومات المظهرية للتمثل الرقمي على شبكات التواصل الاجتماعي؟ وكيف يسوق لعرض الذات إفتراضيا من زاوية معالجة الباحثة Fanny Georges في مختلف أبحاثها بهذا المجال؟

## 2. مدخل نظري للهوية الرقمية في المجتمعات الشبكية على ضوء مقارنة Fanny Georges:

تطرق الكثير من الباحثين إلى موضوع الهوية الرقمية على غرار : Fanny Georges

و Judith S. Donath و Leafar Philippe Mouron و Fred Cavazza و Granjon

و Fabien و Julien Pierre (Julien، 2014)، في العديد من الدراسات والأبحاث، وحاز على الاهتمام البالغ في عالم الاتصال الرقمي، كما قد ولد ظهور مفهوم الهوية الرقمية العديد من التساؤلات البحثية في العالم الأكاديمي التي تمخضت عنها دراسات عدة من زوايا مختلفة، هذا وبالإضافة لذلك تجدر بنا الإشارة إلى تلك الخدمات التي باتت تتيحها الشبكات الاجتماعية الآن، والتي جعلت من مفهوم الهوية أكثر تعقيدا وتشابكا، فاستجاب البحث العلمي لذلك بتطوير مجالات بحث techno self في هذه الدراسات، والتي تركز على جميع جوانب هوية الإنسان في المجتمعات الرقمية.

وفي خضم هذا الطرح وجب التساؤل عن مفهوم الهوية الرقمية ومكوناتها ومحدداتها في سياقات هذه المجتمعات الشبكية وفق مقارنة Fanny Georges ومن شاركها وتقاطع مع أفكارها ورؤيتها البحثية في نفس المجال، لذا كان من الأهمية بمكان تقديم تعاريف للهوية الرقمية حسبما أوردته الباحثة أعلاه.

لقد نشأ مفهوم الهوية الرقمية مع تطورات تكنولوجيا الاتصال الحديثة وما صاحبها من تغيرات على مستوى الممارسات الاتصالية اليومية (C. Burger, 2013)، وفي هذا المجال لعب هذا المفهوم دورا أساسيا في المجتمعات الافتراضية، وتمثل النشاط الرئيسي له في التواصل والتفاعل والتقريب بين الأفراد والجماعات (Donath, 1998, p35)، وبالتالي تمكنهم من توسيع ودمج حضورهم الافتراضي خارج صورههم الرمزية التي تم عرضها، كما قد يكشف بناء الهوية والعرض الذاتي في البيئة الرقمية عن اتجاهات ثابتة ومثيرة للاهتمام، إذن لقد وفر فضاء السبير فرصا فريدة من نوعها للمستخدمين للتواصل مع الآخرين وتشكيل علاقات في الغياب الكامل للخصائص المادية الحقيقية، لكن بالموازاة لذلك يتم صياغتها من خلال تسلسل معقد وديناميكي للقرارات الشخصية المتأثرة بالسياق الثقافي والاجتماعي للفرد وفق استراتيجيات جديدة ومرنة، وهذا ما يتيح للمستخدم إمكانية تشكيل هويته وبنائها وتغييرها بالشكل المرغوب وبصفة تكرارية وسريعة الأمر الذي يمكنه من تجريب الكثير من الأدوار والخيارات، وبناء على كل هذه المميزات والخصائص غالبا ما تشكل الهوية الرقمية بالشكل الأكثر ذكاء وجاذبية. (Nagy، 2012)

كما تعرف Fanny Georges الهوية الرقمية بأنها مجموعة المعلومات والبيانات التي تخص الفرد على وجه التحديد، ويمكن تعريفها بأنها الرابط التكنولوجي بين الكيان الحقيقي "الشخص" والافتراضي "واجهة الملف الشخصي" "Profile" أو الصفحة الرقمية" أو هي عبارة عن نقل الرابط الاجتماعي ووضعه على رابط تكنولوجي، إذن تظهر الهوية الرقمية في الفعل المتكرر للمستخدمين لمأ استمارات التسجيل في أي بيئة من بيئات المجتمع الافتراضي التي يلجون إليها، كما يتأثر هذا النوع من الهويات السابحة في الفضاء الرقمي بالتمثل الثقافي للفرد في هذه الفضاءات. (Georges, 2008) هذا وأعطت Fanny Georges لتعريف الهوية الرقمية ثلاثة أبعاد تمثلت في البعد النفسي والمعرفي والاجتماعي بالإضافة إلى البعد التكنولوجي، ويمكن التفصيل في هذه الأبعاد كما يلي:

**3. أبعاد الهوية الرقمية:**

### 1.3 البعد النفسي: تعتبر Fanny Georges الهوية الرقمية حسب هذا البعد بأنها مجموع

الآثار التي يحدثها مستخدم الوسائط التفاعلية ويحتفظ بها الوسيط الإلكتروني ويؤرشها ليقدمها وقت الحاجة إليها قصد تسويقها والاستفادة من عائداتها الاقتصادية.

### 2.3 البعد المعرفي: تعد الهوية الرقمية حسب هذا البعد أنها تلك الصورة الذاتية المعروضة على

الجهاز أو الحاسوب والمشاركة في بناء الذات وعرضها على الانترنت بالشكل المأمول.

### 3.3 البعد الاجتماعي: يفسر هذا البعد الهوية الرقمية على أنها مجمل الآثار التي يخلفها

الآخرين الذين يتواصل ويتفاعل ويتشارك معهم المستخدم أثناء التواجد الرقمي أو الحضور عن بعد.

(Georges, *Sémiotique de la représentation de soi dans les dispositifs*, Numérique, Linguistics interactifs. L'Hexis

2007، ص135)

كما تعرف أيضا بأنها مجموعة من النصوص والرموز والبيانات والمواصفات التي يستخدمها

الأفراد في عرض ذواتهم أو تقديم أنفسهم للآخرين (التمثل الذاتي) في المجتمعات الرقمية، والتي ويتفاعلون فيما بينهم عبرها ومن خلالها (Montagut-Lobjoit, 2009)، إضافة إلى انه يشار للهوية الرقمية بأنها تمثيل للذات الحقيقية أحيانا، وتكون عادة مستمرة عن الهوية الحقيقية، وتستمد منها، وأحيانا أخرى تقفز عنها لتكون مختلفة في بعض الجوانب أو كلها، التي يجذب صاحبها إغفاءها لأسباب كامنة غير معروفة لدى الآخر، وفي هذا السياق يتمثل المستخدم للبيئة الرقمية بمختلف منصات وشبكات من خلال إنشاء ملف تعريف "Le Profil" له يحوي على ما يريد عرضه عن نفسه من معلومات وبيانات وصور قد تكون حقيقية أو مغايرة.

ومن هذه الزاوية البحثية ترى Fanny Georges أن الهوية الرقمية تأخذ شكل مزدوج مختلط

يتمثل في شكلين الأول حقيقي والثاني افتراضي، حيث أن تمثيلات المستخدم لا تتمثل فقط في بيانات

ومعلومات يصرح بها الفرد نفسه، لكن تتكون الهوية الرقمية أيضا من معلومات ومعطيات وإشارات

يتبادلها ويتفاعل معها المستخدمون على إحدى منصات الشبكة، وكما تتمثل أيضا في مجمل البيانات

والمعطيات التي يطرحها نظام أي شبكة من بين الشبكات التي يزخر بها الانترنت. (Langley.B، 2009)

بالتالي فإن الهوية الرقمية التي تتجسد في البيئة الاتصالية الرقمية هي إشباع لحاجيات ورغبات وميولات نفسية واجتماعية ومعرفية وعاطفية، يستعرض من خلالها المستخدمين ذواتهم في مواقع متعددة من شبكات التواصل الاجتماعي ذات المزايا المتعددة، يتواصل من خلالها مع أفراد ومجموعات حسب ميولاتهم وانتماؤهم وتوجهاتهم، وتعد أحيانا بمثابة النفور والقفز على الهوية الاجتماعية الحقيقية وأحيانا أخرى امتدادا لها وهذا وفق تلك الظروف التي تصاحب التواجد الرقمي للفرد داخل الفضاء الافتراضي. عموما فمصطلح الهوية الرقمية يحيل في هذا السياق إلى الهوية التي تنتج أو تتشكل في البيئة الاتصالية الرقمية من طرف المستخدمين لها، والتي يفترض أن تكون بمثابة إعادة لعرض الهوية الحقيقية في الملفات الشخصية أو إنتاجا لهوية مغايرة غير حقيقة تختلف عن تلك التي يكتسبها المستخدم في الواقع ويطلق عليها الهوية الرقمية أو الهوية الظاهرية أو "الافتراضية".

ومن هذا المنظور لا تزال البيئات الافتراضية تعطي فرصا كبيرة للمستخدمين لعرض ذواتهم وتجسيد تمثلاتهم بالطريقة التي يرغبونها ويحدونها، وبالتالي تفتح المجال لتشكيل تجارب هويات جديدة، وذلك سينتج ما يسمى بالبناء الاجتماعي للهوية في الفضاء الإلكتروني عن طريق التفاعلات الافتراضية للمستخدمين. (Alessandra Talamo، 2000)

وفي ذات السياق فالهوية الرقمية لا تمتلك صفة الفرد، لأنها خاضعة لوصف عوامل التصميم من قبل المستخدم ذاته حيث يمكن أن ينشأ هويته الرقمية نتيجة لعدم رضاه عن الهوية الحقيقية أو نتيجة لأزمة تحديد الهوية التي سيفتقد فيها للزاهة في عرض ذاته والتسويق لها عبر الشبكة بمختلف منصاتها، وفي الوقت نفسه يوفر الفضاء الإلكتروني فرصا كبيرة للتعبير عن الذات وتحقيق أقصى قدر من الإنجاز الشخصي، وتحقيق الصفات المأمولة، ولعب الكثير من الأدوار وتجربة العواطف التي تتحول إلى إبطاء في أي ظرف من الظروف في الحياة الواقعية. (Soldatova E.L, 2018)

إنها تعتبر بمثابة إسقاط للهوية الحقيقية في العالم الافتراضي من طرف المستخدم، وهي مكونة من واقع بيانات تحديد (الاسم، العمر، الجنس،...الخ)، كما يمكن أن تكون بمثابة تفاعلات وأراء واتجاهات ومصالح وغيرها، كما يمكن أن تتشكل من خلال مجموعة من الرموز والبيانات والمواصفات التي يستخدمها الأفراد في عرض ذواتهم أو تقديم أنفسهم للآخرين (التمثل الذاتي) في المجتمعات الافتراضية، والتي ويتفاعلون فيما بينهم من خلالها. (Patrick، 2001)

نستنتج وفق مقاربة Fanny Georges أن الهوية الرقمية "هي مجموع المعلومات والبيانات الشخصية التي يقدمها المستخدم في الملف الشخصي "Profil" على شبكات التواصل الاجتماعي، منها: الجنس، السن، الاسم المستعار، الصورة الرمزية، مكان الإقامة، مكان الدراسة، الحالة الاجتماعية العائلية، الوظيفة، والتي ربما تتوافق مع الهوية الحقيقية في الواقع وربما تكون مغايرة ومختلفة عنها يمكن

التعرف عنها بواسطة نشاطات التفاعل والتعليق والإعجاب التي يمارسها المستخدم مع نظرائه في البيئة الرقمية التي ينتمون إليها.

وبشكل عام تشير الهوية الرقمية في أشمل تعاريفها إلى ذلك التواجد أو التمثل الرقمي للأفراد

والمؤسسات والمنظمات والمجموعات على تعدد مجالاتها واختلاف مستوياتها داخل المجتمعات الافتراضية المختلفة على غرار شبكات التواصل الاجتماعي، والتي يكون هدفها تحقيق التواصل والتفاعل المشترك، ومنه وجب التطرق إلى الإجابة عن التساؤل التالي: ما هي مقومات ومكونات الهوية الرقمية؟

#### 4. المقومات المظهرية للهويات الرقمية على ضوء مقاربة Fanny Georges:

إن الهوية في البيئة الافتراضية تختلف بالتأكيد عن تلك الهوية الاجتماعية الحقيقية، ولل فرد المستخدم خيارات وأدوار عدة فيمكن له استخدام هويته الحقيقية، كما يمكن له إخفائها فتنتج بالتالي من خلال تفاعلاته ونشاطاته وميولاته واتجاهاته في البيئات الافتراضية، وكذا من تبادلات الأفكار والرؤى في موضوعات ما أو من خلال إحصائيات يجمعها عنه النظام المشغل للموقع الذي ينتمي إليه، وانطلاقا من هذا التعريف تتعدد الهويات وتختلف أنواعها في الفضاءات الرقمية. (Cem Sütçü, 2017, p10) كما أن الأفراد أصبحوا يستخدمون الشبكات الاجتماعية باعتبارها شكلا من أشكال النشاط الاجتماعي (Luigia Simona Sica, 2015)، لذا تعددت تمثلاتهم الرقمية على هذه الشبكات التي أتاحت فرصا عديدة لتسويق الذات. فيوجد حسب Georges Fanny ثلاث مقومات مظهرية للهويات الرقمية:

##### 1.4 الهوية التصريحية Declarative identity: (المصرح بها أو المعلن عنها أو

السردية)، ويقصد بها إن الهوية الرقمية أو تمثلات الذات تتكون من المعطيات أو المعلومات المدونة مباشرة من طرف المستخدم لموقع من مواقع التواصل الاجتماعي خصوصا وبالتحديد في مرحلة التسجيل في الخدمة، أي إنها معلومات مصرح بها من طرف أصحاب الحسابات.

##### 2.4 الهوية النشطة Active Identity: تتكون من الرسائل المذكورة والمخزنة في نظام

تشغيل هذا البرنامج، والتي تتمثل في نشاطات المستخدمين مثال: العبارات الموجودة على الصفحات مثل: (x and y are now friends)، أي أنها مجمل الأحداث الواردة والمذكورة في السجل التاريخي للاستخدام مثلا على صفحات الفيسبوك، وقد تكون ذات صلة بتعديل الهوية التصريحية مثال: المستخدم "أ" أو "ب" قام بتغيير أو تحديث على صورته أو معلوماته الشخصية، فعلى سبيل المثال: الفيسبوك تظهر على صفحاته الأحداث اليومية وكذا الأحداث السابقة، وفي خانة الخصوصية يظهر تجميع نشاطات كل الأصدقاء على حساب أو صفحة المستخدم، كما تظهر عدد طلبات الصداقة للمستخدمين والمجموعات، وكذلك تجمع كل نشاطات الأصدقاء الذين يعرضونها على الخط مثلا المستخدم "أ" بعث بهدية إلى المستخدم "ب" وشكره وطلب صداقته على شبكة LinkedIn.

وهذا ما يطرح إنشاء علاقات مع المستخدمين يمكن لهم بذلك تغيير هذه العلاقات وترجمتها على أرض الواقع أو أنهم يدعون بعضهم البعض إلى ممارسة ألعاب تسلية في الشبكة، إذن هو تجميع لنشاطات جماعات الأصدقاء. (فضيلة، 2015/2016، ص ص 192-193)

#### 3.4 الهوية المخططة (المحسوبة) Calculated identity: أو الهوية المخطط لها وتتكون

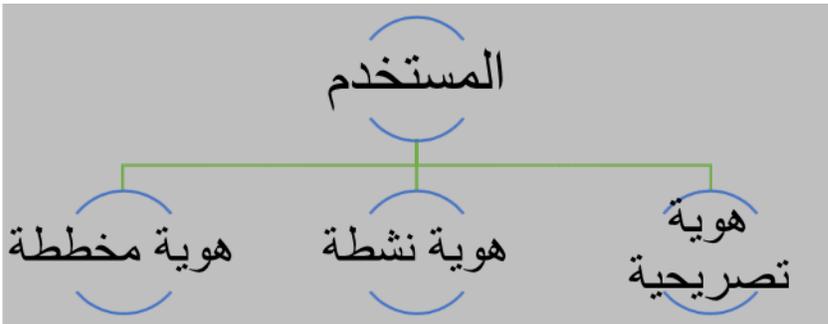
من أرقام ومنتجات محسوبة من طرف نظام تشغيل هذه البرامج والمنتشرة في صفحات وحسابات المستخدمين مثل: (عدد الأصدقاء، عدد المجموعات)، كما تعتبر الأحداث التي يتم الإشعار عنها بمثابة تغيير في الهوية المحسوبة مثل "أ" أصبح صديق "ب"، وهذا يشكل ارتفاع في عدد الأصدقاء، وبالتالي تكوين الهوية المحسوبة التي تعد نتاج تفسير كمي للتفاعلات، كما أن هذه الأخيرة تتكون من متغيرات كمية وكيفية الموجودة والمتغلطة داخل الإعدادات الرقمية المنتجة من طرف النظام.

فالمتغيرات الكمية يعبر عنها بالأرقام أو الأعداد مثل عدد الأصدقاء، والمتغيرات الكيفية تظهر في تعبير ( المستخدم مشغول غير متواجد، هو في مجموعة MSN بعد 15 دقيقة سيكون على الخط، أو المستخدم متواجد على الخط أو خارج الخط)، إذن هناك مستخدمين يقبلون صداقات أشخاص لا يعرفونهم من أجل تغذية رقم عدد الأصدقاء فقط بمعنى تغذية الهوية المحسوبة في حسابه الخاص، وهناك من يجعل لصفحته هدفا معينا هو جعل صفحته من أكثر الصفحات زيارة والأكثر شعبية. (تومي، ص195)

وعليه فالهوية التصريحية تشير إلى المعلومات والبيانات الشخصية التي يسجلها المستخدم عند ولوجه لأي موقع على الشبكة، والهوية النشطة تظهر من خلال تفاعلات المستخدم، أما الهوية المحسوبة هي التي تنتج من خلال تحليل الهوية النشطة من قبل النظام، مثل: عدد الأصدقاء على الشبكات. ويمكن وضع رسم بياني للمقومات المظهرية لعرض الذات أو التمثل الرقمي داخل المجتمعات الافتراضية والذي تطرق له العديد من الباحثين على غرار Fanny Georges في مؤلفها:

"IDENTITÉS VIRTUELLES Les profils utilisateur du web 2.0"

الشكل رقم "01": يوضح تشكل أنواع الهوية الرقمية ومظاهرها.



<p>وجهات النظر، عدد الأصدقاء، عدد الفيديوهات وألبومات الصور المشارك بها.</p>	<p>تغيير شكل الصفحة، معلومات الصفحة، طلبات الصداقة، تحميل الفيديوهات، استخدام التطبيقات، الموسيقى المختارة.</p>	<p>اسم المستخدم، الصورة الرمزية، الشعار، البريد الالكتروني، وصف شكل الصفحة، الأصدقاء، الفيديو واليوم الصور المشارك بها، تمثلات الذات.</p>
--	---	---

المصدر: من إعداد الباحثين استناد لتصنيف FANNY GEORGES

##### 5. التمثل الرقمي للمستخدم في البيئة الافتراضية من وجهة نظر Fanny Georges :

وفق ما تطرق له العديد من الباحثين والمؤلفين مثل: Fred Gavazza و Leafar و Fanny Georges حول كيفية تمثّل المستخدم في البيئة الرقمية عبر مكونات الهوية الرقمية فهي تتمثّل في ما يلي:

– **التحديثات:** (المعلومات المحينة) مثل: البريد الالكتروني، رقم الهاتف، عنوان IP، الرسائل الفورية، الصور.

– **الدلالات:** (مما يدل على الهوية) تسمح هذه الأخيرة بالتعرف على المستخدم بطريقة أو بأخرى فريدة وأمنة لنقل واستقبال المعلومات الرقمية عن طريق وسائط رقمية مثل: Card Space أو Open ID وغيرها.

– **التعبيرات:** (ماذا أعبر) مع الأخذ بعين الاعتبار جميع المحتويات التي يتم تحميلها من البرنامج والمنصات والخدمات مثل المدونات، Word Press و Over blog.

– **التفضيلات:** (ماذا أحب) يمكن أن تعني بمننوج مثل: Beauté أو خدمة على شبكة الانترنت.

– **الهوايات:** (ما الذي يعجبني ويثيرني) تركز على موضوعات مختلفة مثل: الطبخ، السيارات، الألعاب، الحيوانات.. الخ، وغالبا ما يشارك المستخدمون في هذه المجتمعات المتخصصة حسب الموضوعات التي تثير اهتماماتهم.

- المعارف: (ماذا اعرف) التي تنتقل عن طريق الموسوعات أو معارض الأسئلة التعاونية مثل: Google answer والمدونات المتخصصة.
  - الصورة الرمزية التعبيرية: (ما يمثلني) في العالم الافتراضي وفي الألعاب عبر الانترنت مثل: الحياة الثانية أو في حسابات رقمية مثل (Gr.avatar).
  - الأصدقاء: (الذين اعرفهم) يمكن أن يمتد الجمهور الذي أعرفه إلى مجموعات من الأفراد " Facebook و MySpace" ومواقع التعارف مثل: Meetic.
  - الاستهلاك: (ماذا اشترى) وهذا ما ينعكس في المشتريات والمقتنيات ووسائل الدفع المستخدمة، وكذا الصفحات التي تمت زيارتها، والمنتجات التي تمت زيارتها، وإنشاء ملفات تعريف التجار، وتراكم وجمع نقاط الولاء والانتماء... الخ.
  - السمعة الرقمية: (ماذا قيل عني) تشمل سمعة الفرد وموثوقيته على شبكة الانترنت مثل: Obay والخدمات المتخصصة في إدارة السمعة على الانترنت.
  - المهنة: (ماذا أفعل) من خلال تسليط الضوء على الشبكات الاجتماعية المهنية مثل: Viadeo أو LinkedIn.
  - النشر والمشاركة: (ماذا أشارك وأتبادل) يتمثل في كل المحتوى المشترك والمتبادل من قبل المستخدمين مثل: أشرطة الفيديو Google vidéo و Daily motion و Youtube، والصور مثل: Panoramio و photobucket و Instagram و Flickr، والموسيقى مثل: Sound Cloud، والروابط مثل: Easylinkr (تومي، ص ص 189-190)، وكذا مواقع الألعاب الاجتماعية مثل: City ville و Seconde life.
- لهذا يمكن القول أن هناك جوانب مختلفة مكونة للهوية، فهي تنشأ وتتكون في المجتمعات الافتراضية فأصبح يطلق عليها بالهوية الرقمية أو الافتراضية أو الهوية على الخط أو الهوية على الانترنت.
- 6. قراءة في نماذج الهويات الرقمية من البيئة البحثية العالمية إلى السياق البحثي الجزائري:**  
انطلاقاً من الإمام بالتراكم النظري والتابعي لموضوع الهوية الرقمية في السياقين العالمي والجزائري، خلصنا إلى نتيجة مفادها ما يلي:
- إن مرتادي البيئة الرقمية من مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي ومختلف المنصات الرقمية المتواجدة على شبكة الواب يشكلون هوياتهم ويديرونها بأشكال مختلفة ومتعددة يمكن حصر أهمها في الشكليات الآتية:
- 1.6 النموذج الأول للهوية الرقمية (رسم ملامح الهوية الرقمية عن طواعية):** تمثيل الذات من خلال سمات وصفات من اختيار المستخدم نفسه عند الولوج إلى أي مجتمع افتراضي مثل: اختيار الاسم، الجنس، العمر.... الخ، من المعلومات والبيانات الوافية له.

## 2.6 النموذج الثاني للهوية الرقمية (رسم ملامح الهوية عبر تفاعلاتها الرقمية): يمكن أن

تتشأ الهوية من خلال الكتابة والتفاعل مع المستخدمين الآخرين، والتي من خلالها ينشأ التفاعل والتألف الاجتماعي على الواب، وبالتالي يمكن للمستخدم التمثل في العديد من الهويات الافتراضية وفق اختياراته وتقضياته. (Kokswijk, 2014)

ومن هذا المنظور كان لابد من الإشارة إلى أن الهوية الرقمية لمستخدمي الواب يمكن أن تتشكل وفق خيارات المستخدم من جهة كما يمكن أن تتشكل من خلال تفاعلاته وميولاته ونشاطه على حساباته أو صفحاته، وبالتالي تكون بمثابة هوية واصفة للمستخدم، حيث يقوم مشغلي هذه المواقع بجمع البيانات والمعلومات اللازمة عنه والمشكلة لهويته الرقمية.

وهنا لا يجب أن نغفل عن ذلك التأثير الثقافي للبرامج الموجودة على شبكات التواصل الاجتماعي فيما يخص تمثلات الهوية الرقمية، كما كان لزاما تحليل المعلومات المكونة لواجهات هذه المواقع والمخزنة في الملفات أو الحسابات الشخصية المكونة من نشاطات المستخدمين والمعلومات المرقمنة والعديدة على شبكة الواب 2.0، هذا الملف الشخصي للمعلومات والبيانات التي ي طرحها نظام تشغيل هذا البرنامج والذي يعد خزاناً مليئاً من المعطيات المرقمنة يعتبر بمثابة مرآة ذكية تعكس المعلومات المهمة عن المستخدم وموصافته، وهي معلومات لم يسجلها المستخدم بمحض إرادته لكنها معلنة أو تم الإعلان عنها من قبل النظام المشغل لذلك الموقع، والذي من خلاله تتجلى تمثلات الهوية الحقيقية للفرد.

وبشكل عام فالهوية الرقمية للمستخدمين يمكن أن تتشكل عن طوعية من المستخدم أو عن

طريق الاكراهات التي تمارسها خوارزميات مواقع التواصل الاجتماعي في رقمنة وأرشفه محتويات وتفاعلات المستخدم واصفة بذلك ميولاته ورجباته وأماله وآلامه.

وفي هذا السياق، وجب أن ننوه بأن عملية تشكل وبناء الهويات الرقمية تتحدد وفق جملة من الضوابط والمحددات الاجتماعية والثقافية والدينية والسياسية والأطر القيمية التي تحكم الأفراد والمجتمعات. فنجد على سبيل المثال لا الحصر أن فئة الإناث في المجتمعات العربية والإسلامية لازالت تعرف نوعاً من الميول للتخفي في البيئة الرقمية ويتجلى ذلك من خلال نتائج العديد من الدراسات الميدانية التي عنيت بالموضوع مقارنة بفئة الذكور وذلك راجع للثقافة الذكورية الطاغية في هذه المجتمعات.

### خاتمة:

من خلال ما تم عرضه يمكن القول في الختام بأن موضوع الهوية الرقمية قد أثار تساؤلات بحثية هامة تمخضت عنها العديد من الدراسات منها دراسات وأبحاث Fanny Georges، والتي حاولت هذه الورقة البحثية التعمق فيها عبر قراءة تحليلية وفق زاوية بحثية مهمة في هذا الموضوع ألا وهي المقومات المظهرية للهويات الرقمية، وذلك بالوقوف على مكوناتها ومحدداتها وأنواعها وفق مقاربة الباحثة Fanny Georges، كونها تعد من أبرز القضايا التي يثيرها استخدام الشبكات الاجتماعية حالياً، كما أنها تلعب

دورا رئيسيا في عملية التواصل والتبادل والتفاعل، فهي الخطوة التي تمكن المستخدمين من معرفة الأشخاص الذين يتواصلون معهم، وبالتالي فهم وتقييم هذا التفاعل، ولعل مظاهر تلك الهوية في المجتمعات الافتراضية تتجسد حسب طبيعة كل موقع ورغبة وميول كل مستخدم، ويتعلق ذلك بالإجابة على التساؤل التالي: **كيف تحب أن يراك الآخر؟** فجميع تلك المعلومات والبيانات والصور والأيقونات والرموز وغيرها التي يتم توظيفها لهذا الغرض، والتي يمكن تغييرها حسب ما تملبه شروط وسياسة الخصوصية الخاصة بتلك الموقع، وكذا الطريقة التي يتصل ويتفاعل بها مع المستخدمين الآخرين في نفس الموقع، كل هذه المعطيات والأرقام والبيانات وغيرها تساهم في ضبط وتحديد المقومات المظهرية للهويات الرقمية داخل هذا الفضاء الافتراضي المليء بالتطورات المتسارعة، والتي لا يمكن حصرها وتبقى محل للبحث والدراسة والاستقصاء مستقبلا.

#### قائمة المراجع:

##### أولا - المراجع باللغة العربية:

- محمد علي، محمد. (1980). مجتمع المصنع، دراسة في علم الاجتماع التنظيمي، ط3، مصر: الهيئة المصرية العامة للتأليف والنشر.
- تومي، فضيلة. (2016). أثر شبكات التواصل الاجتماعي على تشكل الهوية الافتراضية دراسة ميدانية لتمثلات عينة من المستخدمين الجزائريين لموقع Facebook، أطروحة دكتوراه غير منشورة، الجزائر: قسم علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر3.
- رايح، الصادق. (2007). الانترنت كفضاء مستحدث لتشكل الذات. المجلة المصرية لبحوث الرأي العام. (2)8.

##### ثانيا - المراجع باللغة الأجنبية:

- Georges, Fanny. (2007). Sémiotique de la représentation de soi dans les dispositifs Numérique, Linguistics, Paris: Université Panthéon-Sorbonne - interactifs, L'Hexis Paris I.
- Montagut-Lobjoit, Myriam. (2009). Lien social et identités dans les réseaux sociaux numériques: Le cas des diasporas africaines. Global Media Journal. Édition canadienne ISSN Volume 2. Numéro 1.
- Patrick, Schmol. (2001). Les Je on-line: L'identité du sujet en question sur Internet: identity is Nouvelles technologies: Quelle humanité pour demain? = On-line individual stake on the Internet. Revue des Sciences Sociales n°28. Université Marc Bloch. at Strasbourg. FRANCE. 2001.
- S. Donath, Judith. (1998). Identity and deception in the virtual community In Kollock, London, Routledge: P. and Smith, M (eds), Communities in Cyberspace.
- Akyaz, Erhan. N, Dilmen, Emel. (2015). Real and virtual identities 2- Sütçü, Cem. considered, Turkey: Communication Faculty. Dept of Informatics. Marmara University.
- Koles, Bernadett Nagy, Peter. (2012). Virtual Customers behind Avatars: The Relationship between Virtual Identity and Virtual Consumption in Second Life. Journal of Theoretical and Applied Electronic Commerce Research. ISSN 0718-1876 Electronic

- Version. VOL 7 / ISSUE 2 / august. Universidad de Talca - Chile Universidad de Talca – Chile. This paper is available online at [www.jtaer.com](http://www.jtaer.com), accessed 27/06/2020. 12.00.
- Burger, C. Stieger, S. Bohn, M. & Voracek, M. (2013). Who commits virtual 2-identity suicide? Differences in privacy concerns. Internet addiction and personality between Facebook users and quitters, *Cyber Psychology. Behavior and Social Networking*. School of Psychology, Volume 16, Number 9. Mary Ann Liebert. Inc. DOI. 10.1089/cyber.2012.0323.
- E.L, Soldatova. D.N, Pogorelov. (2018).the phenomenon of virtuel identity, the contemporary condition of the problem . *The Education and science journal*. 20(5). (In Russ.) <https://doi.org/10.17853/1994-5639-2018-5-105-124>.
- Georges, Fanny. (2008). Les composantes de l'identité dans le web 2.0, une étude sémiotique et statistique. *Communication au 76\_eme congres de l'ACFAS. Web participatif. mutation de la communication?*. 6 et 7 mai. Centre des congres. Québec.Canada.
- Julien, Pierre. (2014). D'une étude de l'apprentissage de Facebook à l'élaboration d'une éducation à la vie privée. l'apport des SIC, XIX ème congrès de la SFSIC, Nice.
- Talamo, Alessandra. Ligorio, M. Beatrice. (2000). Identity in the cyberspace. the 1st Dialogical Self social construction of identity through on-line virtual interaction. conference 23-26 June. Nijmegen. Netherland.
- Georges, Fanny. Seilles, A, Artignan. G, Arnaud. B, Rodriguez. N, Hascoët. M, Sallatin. J, et Dresp- Langley, B. (2009). Sémiotique et visualisation de l'identité Space. Actes de la conférence numérique: une étude comparée de Facebook et My H2PTM'09. Paris. Hermès.

### ثالثا – مواقع الانترنت:

- Simona, Luigia. Tiziana, Sica. Laura, Di Palma. Sestito, Aleni. Virtual Identity: Risk or Resource?. A Study about Effects of Using Social Network and Multi-User Virtual Environment (MUVE) on Processes of Identity Construction Of Emerging Adults. University of Naples Federico II. Italy. [http://conference.pixelonline.net/edu\\_future/common/download/Paperpdf/ENT27-Sica.pdf](http://conference.pixelonline.net/edu_future/common/download/Paperpdf/ENT27-Sica.pdf), consulté le 06/01/2015 à 14.00.
- Villani, Daniela. Gatti, Elena. Triberti, Stefano. Confalonieri, Emanuela. Riva, Giuseppe. (2016). Exploration of virtual body-representation in adolescence. the role of age and sex in avatar customization. <https://link.springer.com/content/pdf/10.1186/s40064-016-2520-y.pdf> consulté 12/09/2017 à 20.00.
- Van Kokswijk, Jacob. Granting Personality to a virtual Identity. [https://www.academia.edu/4769210/Granting\\_Personality\\_to\\_a\\_Virtual\\_Identity](https://www.academia.edu/4769210/Granting_Personality_to_a_Virtual_Identity) KOKSWIJK. consulté 25/03/2014 à 14.30.