

عرض الهوية في الحياة الافتراضية دراسة سوسيولوجية لتقنيات عرض الذات عبر مواقع التواصل الاجتماعي-الفيديسبوك
أنموذجا-

The Presentation of Identity in Virtual Life A sociological study of self-presentation techniques through social media -Facebook as a model-

حفيظة ضربان¹ ، صوراية رمضاني²

1 جامعة الجزائر 2 (الجزائر) ، hafidha.dorbane@univ-alger2.dz

2 جامعة الجزائر 2 (الجزائر) ، soraya.ramdani@univ-alger2.dz

تاريخ النشر: 2021/09/30

تاريخ القبول: 2021/07/22

تاريخ الاستلام: 2021/06/02

ملخص:

يشبه عالم الاجتماع إرفينغ غوفمان في معرض أطروحته "عرض الذات في الحياة اليومية" التفاعل الاجتماعي بالمسرح الذي كان ميزة لذلك العصر، والأفراد في الحياة اليومية يتوزعون بين مؤدين على ذلك المسرح يسعون بشكل واعٍ أو غير واعٍ لخلق انطباعات مرغوب فيها، وبين جمهور من المراقبين يساهمون في إدارة الانطباع، وهنا يعتبر التفاعل بالنسبة له "نوعا من التنظيم الاجتماعي" المؤدي إلى التواصل. وفي إطار الثورات التقنية الراهنة، وجدت العديد من الأطروحات والمقاربات النظرية المفسرة لظواهر التواصل والتفاعل الاجتماعي الفعلي قابلية للإسقاط وبناء نماذج تحليلية وتفسيرية لظاهرة التواصل الرقمي في الحياة الشبكية أين أنتجت التكنولوجيا وتطورها باعتبارها ميزة لهذا العصر الكثير من المفاهيم والممارسات، حيث استحدثت فضاء افتراضيا، علاقات افتراضية وكذا هويات افتراضية، وذلك في إطار ما سماه مانويل كاستلز بالمجتمع الشبكي. فإذا كانت أطروحة غوفمان تركز على محاولة فهم انتقال المفاهيم من المسرح إلى الحياة اليومية، فإن الدراسة الحالية جاءت لتسليط الضوء في كيفية انتقال مفاهيم النظرية الدرامية من الحياة اليومية إلى الحياة الافتراضية - بالتحديد مواقع التواصل الاجتماعي ، أين يعرض الأفراد هوياتهم الذاتية عبر صفحاتهم الشخصية على موقع فيديسبوك، فيصبح هذا الأخير مسرحا افتراضيا لعرض الذات عبر ما يتيح موقع فيديسبوك من إعدادات لمحاكاة خصائص الذات الفعلية.

كلمات مفتاحية: الهوية، الحياة الافتراضية، عرض الذات، مواقع التواصل الاجتماعي، الفيديسبوك.

ABSTRACT:

In his dissertation "The Presentation of Self in Everyday Life", the sociologist Erving Goffman used the Theatre, which was a feature of that era as an analogy for Social Interaction; within it, individuals are divided between Performers on that stage who seek to create desirable impressions, and Audience of observers who manage that impression. In this sense, interaction for Goffman becomes "a form of social organization leading to communication". In the context of technological revolutions, many theoretical approaches have found a possibility of projection; building analytical and explanatory models for social interaction and digital communication phenomenon. as technology becomes a feature of this era develops many concepts and practices, such as virtual space, virtual relationships, virtual identities..., in the context of what Manuel Castells called the Networked Society. If Goffman's dramaturgical perspective is based on understanding the transfer of concepts from theater to daily life, the present study came to shed the light on how those concepts transfer from the daily life to the virtual life -social media specifically-. As individuals present their self-identities through their personal pages through Facebook settings; so the latter becomes a virtual theater that provides to simulate the characteristics of the actual self.

Keywords: Identity, virtual life, self-presentation, social media, Facebook.

1-مقدمة:

تتأسس النظرية التفاعلية الرمزية كتيار تحليلي على فرضية وجود تفاعلات مستمرة بين الأفراد هدفها بناء وإعادة بناء المعاني؛ وتكوين الصور الانطباعية عن طريق الرموز التي يستخدمونها كاللغة والتمثيلات، فتكون بذلك التفاعلات بين الأفراد إبرازاً لدواتهم الكامنة عبر الرموز. ويقع منظور التحليل الدرامي للتفاعلات dramaturgical perspective لعالم الاجتماع الأمريكي إيرفينغ غوفمان Erving Goffman في قلب النظرية التفاعلية الرمزية لافتراضه أن الفرد يتعامل مع الآخرين على أساس تلك الدور الذي يؤدي على مسرح مفترض والانطباعات حوله، والتي تترجم من أفعال تواصلية إلى أفعال أخلاقية لتصبح الذات رهينة لتأويل تسلل من خشية المسرح إلى الحياة اليومية.

ويرتبط مفهوم الذات والهوية كما يشير إليها غوفمان Goffman، أن الذات تعتبر المرحلة الأولى من مراحل تشكل الهوية وهي الهوية الذاتية، التي عرفها أمين معلوف في بدايات كتابه الهويات الفاتلة قائلا: "إن هويتي هي التي تعني أنني لا أشبه أي شخص آخر" (معلوف، 2016، ص.20)، فيمكن للهوية أن تبني على مجموعة من الانتماءات من بينها الانتماء إلى مذهب ديني، جنسية أو جنسيتين، مجموعة إثنية أو لغوية، أسرة أو مهنة إلا أن هذه الانتماءات لا تملك الأهمية نفسها بالنسبة للجميع إلا أنها وبشكل من الأشكال لا تخلو من الأهمية باعتبارها عناصر مكونة للشخصية أو "جينات للروح" كما سماها معلوف. ومن الجانب الرسمي للهوية تناول معلوف ما يصطلح عليه "بطاقة الهوية" (بطاقة التعريف الوطنية)، نجد عليها عادة: الاسم، اللقب، الصورة الشخصية، تاريخ ومكان الولادة وبعض العلامات الفارقة التي تميز صاحبها عن غيره بداية من ارتداء النظارات ووصولاً إلى بصمات الأصابع. وهي مجموعة دلائل تزيل لبس التشابه بين الفرد وغيره وتجسد تعريف معلوف للهوية سالف الذكر.

وعلى هذا الأساس تم التركيز في الدراسة على الإعدادات التي يوفرها موقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك مما يشابهه فعلياً في بطاقة الهوية، لتكون الصفحة الشخصية على الفيسبوك بمثابة بطاقة هوية افتراضية تتيح إمكانية عرض المستخدمين لدواتهم من خلال سماتهم الشخصية: الاسم على الفيسبوك Name on facebook الصورة الشخصية Profile Picture، السيرة الذاتية Bio التي يمكن أن تحمل علامات فارقة يعرف بها المستخدمون ذواتهم، الملف الشخصي info About الذي يظهر فيه تاريخ الميلاد ومكانه، والتي سيتم مساءلة المبحوثين حولها، وبذلك يمكننا اعتبار مواقع التواصل الاجتماعي مسرحاً يمكن للمؤدين أن يعرضوا من خلالها هوياتهم الذاتية في الحياة الشبكية، حيث جاءت هذه الدراسة للبحث في الكيفية التي يتم بها عرض الذات الافتراضية باعتبارها محاكاة للذات الفعلية عبر ما تتيحه مواقع التواصل الاجتماعي وتحديد الفيسبوك من إعدادات تحاكي بدورها الخصائص الشخصية الفعلية. من أجل ذلك نطرح سؤالاً دراستنا: من خلال إعدادات الهوية الافتراضية، إلى أي مدى يعتبر موقع التواصل الاجتماعي فيسبوك مسرحاً يمكن المستخدمين من عرض هوياتهم في الحياة الافتراضية؟

تعتمد الدراسة الحالية المنهج الكمي عن طريق المسح بالعينة لمناسبتة موضوع الدراسة من حيث أنها تهدف إلى قياس ظاهرة معينة واستخلاص نتائجها، كما تهدف دراستنا إلى التعرف على معلومات دقيقة متعلقة بموضوع البحث واكتشاف علاقات لا يمكننا الوصول إليها بدون وجود ارتباطات كمية معينة يمكن استنتاجها سوسيولوجياً.

وإذ يستلزم في اعتماد منهج معين تطبيق الأداة المنهجية الأكثر نجاعة، اعتمدنا تقنية الاستمارة وإعدادها وفق الخطوات المنهجية العلمية ثم توزيعها بشكل إلكتروني بما يتماشى مع طبيعة الموضوع، وذلك عن طريق تطبيق Google Forms وتوزيعها على عينة من مستخدمي موقع التواصل فيسبوك.

إن تعريف مشكلة البحث هو الذي يوجه عموماً إلى اختيار نوع معين من أنواع المعاينة، فنحن أمام دراسة تهدف إلى فهم وإسقاط نموذج نظري سوسيولوجي بني في سياق اجتماعي وزماني-مكاني معين على سياق، زمان ومكان آخرين-السياق الافتراضي-

يحاول الاقتراب من فعالية الأول، أي أننا لا نطمح كهدف أول إلى تعميم نتائج البحث، في نفس الوقت نوع المعاينة يجب أن يخدم طبيعة مجتمع البحث المدروس ومدى تماثل حظوظ أفرادها في امتلاك نفس فرصة الظهور في العينة المسحوبة لمحدودية الإحاطة بالمجتمع المستهدف، من أجل ذلك تقع معاينتنا في إطار المعاينات غير الاحتمالية وتحديد المعاينة النمطية، لأنها أكثر أنواع العينات غير الاحتمالية انتقائية، فباختيارنا لها "تملك عناصر العينة المختارة السمات النمطية الملائمة لتعريف مجتمع البحث. وتغزل وتبعد الأخطاء التي لا مفر منها أثناء الانتقاء" (أنجريس، 2014، ص. 312). ويتمثل عدد الاستمارات المسترجعة في 280، وبعد مراجعتها تم حذف 09 استمارات لعدم صلاحيتها والتناقضات الملاحظة في أجوبتها، ليكون حجم العينة بذلك 271 مبحوثا. وتحتوي الاستمارة على 27 سؤالاً تنوعت بين أسئلة مفتوحة ومغلقة، وتوزعت على خمسة محاور كالتالي:

المحور الأول تناولنا فيه البيانات الشخصية للمبحوثين، أما المحور الثاني فتناول الصورة الشخصية Profile Picture لحسابات المبحوثين على الفيسبوك، المحور الثالث تناول الاسم على الفيسبوك Name on facebook، المحور الرابع سألنا فيه المبحوثين حول السيرة الذاتية Bio على الفيسبوك، أما المحور الخامس فخصصناه للملف الشخصي About info، وأخيرا المحور السادس الذي حاولنا من خلال أسئلته فهم تأثير انطباعات الآخرين Others' impressions على المبحوث باعتباره مؤديا، وباعتبار الآخرين جمهورا.

2- مدخل إلى أفكار إرفينغ غوفمان حول النظرية الدرامية:

1-1- أطروحة عرض الذات في الحياة اليومية:

تناول عالم الاجتماع الأمريكي إرفينغ غوفمان Erving Goffman نظريته الدرامية أو التحليل الدرامي في كتابه عرض الذات في الحياة اليومية The presentation of self in Everyday life 1956، والذي تناول فيه أهمية التفاعل الاجتماعي مستخدما مفاهيم وتقنيات "المسرح" لتصوير ذلك. تم نشر الكتاب لأول مرة في اسكتلندا عام 1956، وفي الولايات المتحدة عام 1959، كما تم تصنيفه من طرف الجمعية الدولية لعلم الاجتماع عام 1998 من بين أهم عشرة كتب في علم الاجتماع للقرن العشرين (International sociological association, 1998).

طور غوفمان Goffman تحليله الدرامي حين لاحظ وجود صلة بين ما يمارسه الأفراد في حياتهم اليومية وبين العروض المسرحية، حيث يعتقد أنه عند تواصل الفرد مع الآخرين يحاول توجيه الانطباعات التي تُتخذ إزاء عرضه عن طريق تغيير وتعديل سلوكياته، مظهره وطرقه في التفاعل كما في الأداء المسرحي، كما يحاول الأفراد الحصول على معلومات تتعلق بمن يتفاعلون معهم، فيؤكد أن "المعلومات المتعلقة بالفرد تساعد في تحديد الموقف وتمكين الآخرين من معرفة ما يتوقعه منهم وما قد يتوقعونه منه..". (Goffman, 1956, p. 01). ويتصور غوفمان Goffman أن هناك المنطقة حيث يقف المؤدون أو الأفراد على خشبة المسرح the stage أمام الجماهير. وهو المكان الذي يتم فيه عرض الذات وانتظار الانطباعات المطلوبة. وهناك المنطقة الخلفية the backstage حيث يستعد الأفراد لأداء أدوارهم أو التنازل عنها. كما يقترح لفهم نظريته مجموعة من المفاهيم القاعدية على غرار الخشبة والمنطقة الخلفية:

— الأداء performance: يشير إلى كل النشاطات التي يقوم بها الفرد خلال فترة زمنية معينة والتي تتسم بحضوره المستمر أمام مجموعة معينة من المراقبين، وفي إطار الأداء يبرز مفهوم الهوية ومحاولة عرضها أين يعتبر "التمثيل فعل بحث عن الهوية، وهو لا يجد غايته إلا بأن يفقدها ومن ثم فإن وجود الممثل يقع في منطقة الغياب أكر من وقوعه في دائرة الحضور .. غياب الأنا الخاصة بالإنسان العادي الذي تعرف في الحياة وحضور للذات الخاصة بالممثل اللامحدود" (صالح، دون تاريخ، ص. 02)، وفي مقابل مسرح الحياة الفعلية، أوجد عصر الإنترنت التمثيل عبر مسرح مواقع التواصل الاجتماعي هويات لا

- محدودة لدوات لامحدودة أمام فقد لـ أنا" واحدة وثابتة، وذلك عبر إنشاء هويات الافتراضية إما ترسخ الهوية الفعلية أو تحل محلها.
- المؤدي performer: هو المكون الرئيسي الأول للفرد في هذه النظرية، فالمؤدي هو مختلق الانطباعات حيث ينخرط في مهمة الأداء على الخشبة. فنجد أن "الفرد قد يحاول حث الجمهور على الحكم عليه وعلى الموقف بطريقة معينة وقد يسعى إلى هذا الحكم باعتباره النتيجة النهائية في حد ذاتها" (Goffman, 1956, p. 12).
- الشخصية character: المكون الرئيسي الثاني للفرد في هذه النظرية، وهو صورة للذات كما تريد أن تكون وتصمم الشخصية غالبا لأجل إظهار صفاتها الرفيعة وقوتها بما يتناسب مع أقصى درجات خلق الانطباع الجيد، ويكون ذلك عن طريق اقتناع المؤدي بشخصيته وعرضه لها فـ "المؤدي عندما يكون مقتنعا تماما بعرضه، ويقتنع جمهوره بذلك العرض يمكن أن يقتنع هو بصدق أن العرض الذي يقوم به هو حقيقة -ويبدو أن هذه هي الحالة النموذجية-" (Goffman, 1956, p. 13).
- الواجهة أو الجبهة الأمامية Front: والتي تشير إلى جزء من أداء الفرد والذي يعمل بانتظام وبطريقة عامة وثابتة لضبط مواقف أولئك الذين يراقبون الأداء، إذا فالجبهة تعني المعدات التعبيرية التي يستخدمها الفرد المؤدي عن قصد أو عن غير قصد أثناء أدائه، كما يجدر بنا تسمية بعض الأجزاء الخاصة بالواجهة والتي تلعب دورا في الأداء المحكم للأدوار:
- الإعداد أو الضبط setting: ويخص الأثاث والديكور والتصميم المادي وعناصر الخلفية الأخرى التي توفر الدعائم الأساسية في المسرح. أما اجتماعيا فيحيل مفهوم الإعداد إلى السياق الذي يتم فيه التفاعل الاجتماعي على غرار المكان الفيزيقي.
- الواجهة الشخصية Personal front: وهو تعبير آخر من غوفمان Goffman عن المعدات التعبيرية الأخرى الأكثر خصوصية بالنسبة للمؤدي والتي نجدها لصيقة به كجزء من شخصيته كالجنس، السن، السمات العرقية، الحجم وطريقة النظر، أنماط الخطاب وتعابير الوجه والحركات الجسمية..
- المظهر appearance: وهو الجزء الذي يعبر عن المؤشرات الظاهرية التي تعنى بوظيفتين، الأولى هي الإشارة إلى الوضع الاجتماعي للفرد المؤدي، والثانية هي الإشارة إلى "الطقوس المؤقتة" لذلك الفرد على سبيل المثال ما إذا كان منخرطا في نشاطات سواء كان رسميا أو غير رسمي.
- الأسلوب manner: وهو الجزء الذي يعبر عن المؤشرات التي تتمثل وظيفتها في تحذيرنا من الدور التفاعلي الذي يتوقع أن يلعبه المؤدي في وضعية ما، فالأسلوب العدواني مثلا قد يعطي انطباعا أن مؤدي يتوقع أن يكون السباق للتفاعل اللفظي وتوجهه. أما الأسلوب الوديع فيعطي انطباعا أن المؤدي يتوقع أن يتماشى مع أسلوب الآخرين أو على الأقل يوحى بإمكانية قيامه بذلك..
- إساءة الأداء أو التحريف misrepresentaion: إن قدرة الجمهور على قبول الإشارات (حتى لو لم يكن المقصود منها إعطاء أي معنى) التي يرسلها المؤدي تضعه في وضع يمكن أن يساء فهمه (Goffman, 1956, p. 37)، فمن الممكن دائما التلاعب بالانطباع الذي يتركه على الجمهور بعدم حرص المؤدي على التحكم التعبيري بطريقة تشوه الأداء وهويته. وليست كل التحريفات تتعلق بالترفيف المقصود، أحيانا تتعلق بعدم عرض المؤدي لكل ما يتعين عليه عرضه للوفاء بدوره الاجتماعي.
- 2-2- علاقة مفهوم الذات بالهوية:
- يلخص غوفمان Goffman منظوره لتفاعل الأشخاص باستلافه لمقوله روبرت إزرا بارك R.E Park "يلعب الجميع دورا دائما وفي كل مكان بوعي أو بدون وعي؛ في هذه الأدوار نعرف بعضنا البعض في هذه الأدوار نعرف أنفسنا، بمعنى بما وبشكل ما يمثل هذا

القناع المفهوم الذي شكلناه عن أنفسنا..الذات التي نود أن نكونها. في النهاية يصبح لدورنا طبيعة ثانية وجزء لا يتجزأ من شخصياتنا".

فالذات بمفهومها الذي يشير إليه غوفمان Goffman في معرض أطروحته يرتبط ارتباطا وثيقا بمفهوم الهوية، ذلك أن المرحلة الأولية لتشكيل الهويات تبدأ من اكتساب الفرد لهوية ذاتية، حيث يمكن أن نصرف الهوية إلى مكونات عديدة: هوية للذات وهوية للآخرين، إحساس بالذات (الكيفية التي نحس بها بأنفسها)، صورة الذات (الشكل الذي نرى أو نتصور به أنفسنا) تمثيل الذات (الطريقة التي يمكن أن نصف بها أنفسنا)، تقدير الذات (الطريقة التي نقوم بها أنفسنا)، استمرارية الذات (الطريقة التي نحس بها أنفسنا مشاهرين لما كناه أو مختلفين عنه)، الذات الحميمية (ما نحن عليه داخليا)، الذات الاجتماعية (ما نظهره للآخرين)، الذات المثالية (ما نريد أن نكونه)، الذات المعيشة (ما نحس أننا عليه) (مارك، 2015، ص. 43-44). هذه المكونات التي تعبر عنها أفكار غوفمان Goffman من خلال ثنائية الأداء/انطباع، حيث يقدم الأفراد ذواتهم على نحو متغير بما يتلاءم مع السياق والجمهور ومن ثم فإن الهويات الذاتية مرنة، متشابهة، مختلفة ومبنية اجتماعيا بما يتوافق والأشخاص من حولنا.

عام 1963 في كتابه "وصمة: ملاحظات حول إدارة الهوية المصابة" الذي سلط فيه الضوء على مختلف أشكال الإقصاء الاجتماعي في الحياة اليومية، فضل غوفمان Goffman استخدام مفهوم الهوية الاجتماعية بدل مفهوم الوضع الاجتماعي لتوصيف الفئات التي ينتمي إليها الأفراد والتي تؤخذ فيها السمات الشخصية كالصدق والهيكلية كالمهين بعين الاعتبار، كما يعتبر من أوائل من صاغ مفهوم الهوية الافتراضية في مفهومها العام حيث لم يرتبط دائما بالمجتمع الشبكي وتقناته (Goffman, 1963, p. 2)، فالهوية الاجتماعية الافتراضية تعبر عن السمات المحتملة التي تمنح للفرد وتنسب إليه، في حين أن السمات التي يمكن إثبات امتلاكها في الواقع تعرف بـ الهوية الاجتماعية الفعلية.

3- الهوية والهوية الافتراضية: من الفعلي إلى الافتراضي:

3-1- مفهوم الهوية:

يقول أدونيس في الهوية أنها "ليست معطى جاهزا ولا نهائيا، وإنما هي عمل يجب إكماله دائما" (أدونيس، 2002، ص. 08)، وبهذا المعنى تعتبر الهوية من أهم مواضيع الجدل القائمة في مختلف السياقات السياسية والاجتماعية والفكرية والثقافية، خاصة بعد تفكك الأنظمة العالمية الشمولية الأمر الذي دفع شعوبا وأمما إلى خوض صراعات باسم الدين أحيانا وباسم القومية واللغة أحيانا أخرى في سبيل "تشكيل هويتها"، فلمفهوم الهوية دلالات لغوية، فلسفية، اجتماعية وثقافية اكتسبها من خلال التراكمات المعرفية التي عنيت به، فهو ليس مفهوما جديدا ينتمي إلى حقبة معاصرة أو حديثة، إذ أن تأصيله يمتد إلى جذور تاريخية ترجع إلى الفلسفة اليونانية التي ارتبطت فيها من الناحية الأنطولوجية بمفاهيم عديدة مثل الوجود والماهية ليصل إلى مفهومه الحديث والمعاصر، وبذلك يمكننا تتبع مسار تشكل مفهوم الهوية بإيجاز.

لغويا نجد مفهوم الهوية في مختلف المعاجم من ناحية الدلالة اللغوية بأنه كلمة مركبة من ضمير الغائب "هو" و"ياء" النسبة التي تتعلق بوجود الشيء المعني كما هو في الواقع بخصائصه ومميزاته التي يعرف بها، فالهوية لغة تأخذ تعريفها من لفظ هو وتعني "الذات الأخرى" (مجمع اللغة العربية، 1989، ص. 654)، والهوية تقابل الأنية (من أنا) فالشيء يكتسب هويته من "الأخر". ويقابلها باللاتينية ID ومنها اشتق لفظ Identité باللغة الفرنسية وidentity بالانجليزية فهي من أصل لاتيني تعني "الشيء نفسه" أو ما هو عليه (سمية، 2016، ص. 189)، وجاءت في موسوعة لالاند الفلسفية بأنها: "ميزة فرد أو كائن، ويمكن تشبيهه بأنه هو ذاته في مختلف فترات وجوده" (أندريه، 1996، ص. 607).

أما اصطلاحًا فيعرفها جنيفيا فينسونو Geneviève Vinsonneau في نقاشاته حول المَجْمَعَة (التكييف مع الحياة الاجتماعية أو إضفاء الطابع الاجتماعي) والهوية بأنها "الديناميكية التطورية التي يعطي بها الفاعل الاجتماعي (الفرد) معنى لوجوده: يربط الماضي بالحاضر بالمستقبل.. وهي بذلك تشكل تجميعا مكيفا مع العالم وتعطي في الوقت ذاته للفرد شعورا بالوحدة والثبات" (فينسونو، 2015، ص. 87)، فالهوية بهذا المعنى هي مجموع الخصائص التي يعرف بها الفرد نفسه وهي غير متأثرة بالزمن فهي تعنى بسيرورة تطور الفرد في احتكاكه مع ذاته ومع العالم المحيط به. كما أن تجلي و بروز مفهوم الهوية لا ينحصر فقط في الجانب اللامادي بل يتعداه إلى ما هو مادي كذلك، فعلى سبيل المثال اهتم عالم الأنثروبولوجيا دافيد لو بروتون David Le Breton بدراسات عن الجسد وتحديد الوشم والثقب (الأقراط) كشكل من أشكال تجلي الهوية أو كما سماها هو "ورشة للهوية" (بروتون، 2015، ص. 152) حيث يرى أن هذه العلامات المرسومة على البشرة هي مطلب هوياتي وصيغة من صيغ الانخراط في جماعة متميزة.

2-3- مفهوم الهوية الافتراضية:

إن من بين السمات التي توصف مجتمع نهاية القرن العشرين هو شبكيته، فهو مجتمع يحل فيه التنظيم الشبكي محل أشكال أخرى من مقولات السياسة والاقتصاد والثقافة، وقد ظهر مصطلح مجتمع الشبكة Network society عام 1991 على يد كل من مانويل كاستلز Manuel Castells في ثلاثيته "عصر المعلومات"، وجان فان ديك في كتابه "مجتمع الشبكة"، حيث عرفه كاستلز بأنه "مجتمع يتكون من شبكات إنتاج وقوة وتجربة من شأنها أن تنشئ ثقافة واقعية افتراضية من التدفقات العالمية التي تتعالى على الزمان والمكان" (بارني، 2015، ص. 41). وفي إطار تلك الثقافة الافتراضية تبنى مجتمع اليوم مفاهيم عديدة لها نفس الخصائص ما بعد الحدائية لمجتمع الشبكة على غرار مفهوم الهوية الافتراضية الذي ساهم التقدم التقني والوسائط الشبكية من تصعيده.

فالهوية في معناها العام تعني "أن ننتمي" سواء إلى مكان أو مذهب أو إثنية أو قومية، أسرة أو مهنة وهو انتماء في الغالب ذو طابع مكاني ومجسد (بارني، 2015، ص. 188-189)، أما في إطار المجتمع الشبكي فقد اتسمت الهوية بالسمات التقنية لبيئات الوسائط الشبكية، حيث تقلص عامل النطاق الجغرافي عن أن يكون حاسما في تحديد الهوية خاصة بالنسبة للكوزموبوليتانيين* الذين وفرت لهم الإنترنت القدرة على الانعتاق الافتراضي من المحلي، فأصبح الإنسان من جهة مجرد رمز على الشبكة وذلك في إطار ما يعرف باللامكانية أو الجغرافيا اللامكانية Placeless Geography، كما أصبحت الهوية غير مجسدة من جهة أخرى ولا يتطلب تحديدها حضورا فعليًا للتفاعل، حيث كان الجسد البشري تقليدا أساسيا لتحديد الهوية وممارستها –ورشة الهوية بمفهوم لو بروتون- في حين أصبح التفاعل الاجتماعي في وجود الإنترنت ممكنا بمعزل عن وجود الأجساد في نفس الزمان والمكان، وهو ما قلل من أهمية الجسد بالنسبة لتحديد الهوية وما ينطوي عنه من مظهر خارجي وسلوكي كالجنس ولون البشرة والملبس ولغة جسد. الهوية الافتراضية لا تطرح إشكالا مفاهيميا بقدر ما تطرح إشكالات على مستوى البنية والوجود الافتراضي وذلك لامتدادها ومدى تأثيرها على الهوية الوجودية للفرد نفسه، ويمكن تعريفها بأنها "مجموع تمثيلات الشخص لذاته كفرد مستقل وككائن له وجوده في العالم الافتراضي.. وطرائقه في التواصل مع الآخرين ومع المجموعات الاجتماعية الافتراضية، وتجاربه وتفاعلاته الافتراضية" (لصلح، 2016، ص. 459) فالهوية ما بعد الحدائية تبنى باعتبارها خليط معقد من العلاقات والخيارات والأفعال التي يؤتي بها في سياقات متوازنة ومتداخلة، وما عادت الهوية أمرا ثابتا طبيعيا متكلسا ذا عناصر مستقرة بل أصبحت في عصر ما بعد الحدائية مسألة مصطنعة ومرنة وعارضة وحمالة أوجه ومتحولة (بارني، 2015، ص. 187).

* مصطلح صاغه عالم الأنثروبولوجيا جيمس كليفورد يعني التحرر من النزعات الإقليمية فكل البشر ينتمون إلى مجتمع واحد، في إطار فكرة التواصل المتبادل.

4- تقنيات عرض الهوية الافتراضية على الشبكة:

1-4- المجتمعات الافتراضية:

يعرف المجتمع الشبكي وفقاً لمانويل كاستلز Manuel Castells عبارة عن "شبكات إنتاج وقوة وتجربة من شأنها أن تنشئ ثقافة واقعية افتراضية من التدفقات العالمية التي تتعالى على الزمان والمكان" (بارني، 2015، صفحة 41). كما أنه المجتمع الذي يحل فيه شكل التنظيم الشبكي محل أشكال أخرى، عبر مقولات السياسة والاقتصاد والثقافة .. وتتحول تجربة الزمان والمكان فيه إلى زمن لازمني وإلى مكان للتدفقات". ومن وجهة نظر ثقافية أدت هذه الدينامية إلى ظهور تيار استهلاكي عالمي وثقافة لا زمانية ولا مكانية في كل مكان لكنها لا تأتي من أي مكان وقد سمها كاستلز Castells بـ"ثقافة الواقع الافتراضي" (بارني، 2015، ص 42-44).

وتتنوع المجتمعات الافتراضية بشكل طردي مع التطور الذي تشهده التقنية، حيث يتيح ذلك أساليب مختلفة وخصائص تحاكي المجتمعات الفعلية وتحاول تقريب الفرد من استخدام أكثر واقعية، فهناك غرف المحادثة الإلكترونية التي توفر للمستخدم تواصل مستمر مع مستخدمين تجمع بينهم اهتمامات مشتركة، مواقع لمشاركة تسجيلات الفيديو مثل يوتيوب، مدونات إلكترونية يطرح فيها المستخدم أفكاره أو قضايا مختلفة للنقاش المفتوح، المنتديات الإلكترونية، المواقع المعلوماتية، المنصات العلمية والتعليمية.. وغيرها.

وتعد مواقع التواصل الاجتماعي أكثر أشكال المجتمعات الافتراضية محاكاة للمجتمع الطبيعي خاصة فيما يتعلق بالطريقة الشبكية في تشكيل العلاقات الاجتماعية بين الأفراد، حيث ينشئ كل مستخدم صفحة خاصة تعبر عن هويته الافتراضية التي يتعامل من خلالها، ويقوم كل عضو بالتعرف على أعضاء آخرين من خلال صفحاتهم الشخصية، ومن ثم تكوين صداقات ومجموعات وعلاقات متشابهة داخل الموقع، ويتفاعل الأعضاء والأصدقاء من خلال أدوات للتفاعل الاجتماعي مثل: الدردشة النصية والصوتية والمرئية المتزامنة وغير المتزامنة، أو مشاركة الصور وتسجيلات الفيديو، وإرسال الرسائل، ومن أمثلتها موقع التواصل الاجتماعي فيسبوك (عامر، 2019، ص. 112).

2-4- الهوية الافتراضية في التراث السوسيومعرفي:

في دراستها للعلاقة والتفاعل بين الإنسان والتكنولوجيا، تتناول الباحثة شيري توركل Sherry Turkle الكيفيات التي تتجلى بها الذات على الشبكة في عصر الإنترنت، وكيف تجاوزت الدراسات النفسية والاجتماعية النظر إلى التواجد في المجتمعات الافتراضية على أنه انتماء تقني بقدر ما هو تواجد سوسيولوجي، حيث تناولت في كتابها "الشخصية الثانية"، The Second Self Computers and the Human Spirit: أن أجهزة الكمبيوتر لم تعد أدوات يستخدمها الإنسان بقدر ما هي جزء من الحياة النفسية والاجتماعية للأفراد، وقد خصصت للهوية والبحث في تشكيلها عبر الشاشة فصلاً عنوانته بالـ"المراهقة والهوية: إيجاد نفسك في الآلة"، وفي دراستها "الحياة على الشاشة: الهوية في عصر الإنترنت" Life on the screen: Identity in the age of internet، تناولت الباحثة كيفية تأثير الإنترنت على طرق تفكيرنا ورؤيتنا لأنفسنا، كما افترضت أن الحياة على الشاشة تتيح فرصة للمستخدم لابتدع حياة جديدة لنفسه، فـ"أن نستخدم الإنترنت يعني أن نبتدع ذاتنا على نحو يمنح الناس الفرصة للتعبير عن جوانب متعددة وغالبا ما تكون غير مكتشفة عن الذات واللعب بهويتهم وتجربة جوانب جديدة منها.. من الممكن إنشاء هوية مرنة ومتعددة لدرجة أنها تشوه حدود مفهوم الهوية (Turkle, 2005, p. 13). تشير الهوية بعد كل شيء إلى التشابه بين صفتين وفي هذه الحالة بين الشخص Person (في الحياة الفعلية) وشخصيته Persona (في الحياة الافتراضية).

وفي إطار ما سماه بيير ليفي بالافتراضان Virtualization، انتقلت العديد من خصوصيات الحياة بما فيها الهوية من الواقعي إلى الافتراضي، حيث لا يتعارض هذا الأخير من الناحية الفلسفية الدقيقة مع الحقيقي لكنه يتعارض مع الفعلي، ليصبح كل من الافتراضي والفعلي طريقتي وجود مختلفتين، و "لا يمكن فهم بناء الهوية إلا كجزء من سياق ثقافي أكبر، هذا السياق في ظل الإنترنت هو تآكل الحدود بين الواقعي والافتراضي، حيث عرفت الكيفيات التي تتشكل بها الهوية البشرية تحولات أساسية، فنحن نعيش على عتبة بين الواقعي والافتراضي غير متأكدين من مواطن قدمنا.. الناس يشغلون وظائف يجمعون روايتهم يحضرون الطقوس والاحتفالات يقعون في الحب يتزوجون، بالنسبة لهم يمكن أن تكون هذه الأحداث الخاطفة أكثر واقعية من حياتهم الواقعية" (Turkle, 1995, p. 10).

يمكن مقارنة الإعدادات التي توفرها مواقع التواصل الاجتماعي مع أفكار نظريات اجتماعية تناولت عرض الذات في الحياة الفعلية، بداية من "النظرية الدرامية" لغوفمان Goffman محل الدراسة-، "تقنيات استعراض الذات" لميشال فوكو Michel Foucault ، "اكتشاف الذات" لفيلسوف الروماني لوكيوس أنايوس سينيكا Lucius Annaeus Seneca وغيرها. تأتي على وصف فوكو Foucault للمذكرات hypomnemeta حيث يقول "إذ أننا ندون فيه استشهادات وأجزاء من مؤلفات وأمثلة وأفعال شهدنا عليها أو قرأنا حكايتها، فضلا عن أفكار وتحليلات سمعناها أو أنفأ أو خطرت ببالنا" (كوتون، 2016، ص. 55)، وهذا ما يمكن إسقاطه على على المنشورات الفيسبوكية، حيث يتيح الفيسبوك مساحة على شكل تحديث الحالة Status update، حيث يتم سؤال المستخدم "ما الذي يخطر ببالك؟" "what's on your mind" ومن خلال ذلك يتمكن المستخدم من نشر مختلف الأفكار والحالات والروابط سواء كانت نصية، صورا أو فيديو، بحيث يقدم ذلك عرضا دقيقا لعرض الذات. أما البعد التفاعلي لمواقع التواصل الاجتماعي فقد أثاره الفيلسوف الروماني سينيكا Seneca، حيث أوصى تلاميذه على التواصل مع الآخر كعملية لاكتشاف الذات قائلا "فالأثر الذي تحدثه الرسالة في المستلم لها، بل وفي كاتبها من قبل، من خلال عملية تحريرها وتوجيهها، يحدث إذن نوعا من الرقابة الذاتية" (كوتون، 2016، ص. 56)، فالكتابات على الفيسبوك سواء كانت على شكل رسائل خاصة أو على شكل منشورات أو كتابات تم التعليق عليها والتعليق تعتبر نوعا من أنواع التنفيس واستعراض الآراء، والتي تكتسب أهميتها من ردود الفعل تجاهها، فالمرسل لا يعطي معنى لرسالته إلا إلى تلقى الرد عنها، ولا يعطي معنى لمنشوراته إلا إذا تم التعليق عليها والإعجاب بها.

5- عرض النتائج ومناقشتها: عرض الهوية في الحياة الافتراضية – الفيسبوك أنموذجا:-

5-1- خصائص مفردات عينة البحث:

جدول 1. جدول يوضح البيانات الشخصية لمفردات عينة البحث (من إعداد الباحثين)

خصائص مفردات العينة		التكرار	النسبة المئوية	مجموع التكرارات	مجموع النسب المئوية
الجنس	ذكر	131	48.34%	271	100%
	أنثى	140	51.66%		
الفئات العمرية	من 17 إلى 26 سنة	110	40.59%	271	100%
	من 27 إلى 36 سنة	116	42.80%		
	من 37 إلى 46 سنة	29	10.70%		
	من 47 سنة فما فوق	16	5.90%		
الحالة المدنية	أعزب	10	77.86%	271	100%
	متزوج	57	21.03%		
	مطلق	03	1.11%		
المستوى الدراسي	متوسط	01	0.37%	271	100%
	ثانوي	06	2.21%		
	جامعي	264	97.42%		

يلخص الجدول أعلاه خصائص مفردات عينة البحث، الجنس والفئات العمرية، الحالة المدنية والمستوى التعليمي، والذي نلاحظ من خلاله فيما يتعلق بمتغير الجنس تقارب نسبي كل من الذكور والإناث من أغلبية فئة الإناث بنسبة 51.66%، كما يظهر من الجدول أن الفئة العمرية الغالبة هي فئة المبحوثين من 27 إلى 36 سنة بنسبة 42.80% وتقترب منها بنسبة قليلة فئة المبحوثين الذين تتراوح أعمارهم بين 17 و26 سنة بنسبة 40.59%، أما عن متغير الحالة المدنية فنلاحظ أن أغلب المبحوثين هم من فئة العزاب بنسبة 77.86%، في الأخير يأتي متغير المستوى التعليمي الذي تمثل فئة الجامعيين فيه الأغلبية الساحقة بنسبة 97.42%. يمكن ملاحظة التناسب المنطقي بين خصائص مجتمع البحث خاصة فيما يخص الفئة العمرية، الحالة المدنية والمستوى التعليمي، والذي يتناسب بدوره مع ما يفرضه النظام الاجتماعي، فجل مفردات العينة هم من الشباب (الفئتين الأولى والثانية تشكلان معا 83.39%) والذين ينتمون في الغالب إلى فئة طلبة أو خريجين جامعيين ف96.36% من الفئة العمرية الأولى و97.41% من الفئة العمرية الثانية هم طلبة جامعيون، وبذلك يكونون لأسباب اقتصادية أو اجتماعية منتمين إلى فئة العازبين، وهو ما تؤكد الإحصائيات، ف94.55% من الفئة العمرية الأولى و82.76% من الفئة العمرية الثانية ينتمون إلى فئة العازبين.

تتقارب كل من نسبي الذكور والإناث في عينة البحث حيث يبلغ الفرق بينهما 03.32%، وهي نسبة التي تقترب بشكل كبير من ديموغرافية الفيسبوك للثلاثي الأخير من سنة 2020، حيث تتقارب بدورها أرقام تواجد الإناث والذكور فيشكل حجم الأولى 1.19 بليون مستخدمة مقابل 1.51 بليون مستخدم ذكر (Omnicores Agency)، كما تشكل مفردات الفئة العمرية 25-34 أكبر مجموعة ديموغرافية على الفيسبوك، وهو ما يتناسب بدوره مع النسبة التي يظهرها الجدول. فأغلب في حين يعتبر 82% من مستخدميه خريجون جامعيون. كما يمكن أن تفسر النسبة المرتفعة للمبحوثين من المستوى التعليمي الجامعي بسحب العينة على طريقة الكرة الثلجية، حيث تم تداولها في جماعات شبكية يعتبر الجامعيون جمهورها الأساسي سواء عبر الخاص، المجموعات أو الصفحات.

وقد ذكرنا سابقا أنه تم التركيز في الدراسة على الإعدادات التي يوفرها موقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك مما يشابهه فعليا في بطاقة الهوية، لتكون الصفحة الشخصية على الفيسبوك بمثابة بطاقة هوية افتراضية تتيح إمكانية عرض المستخدمين لذواتهم من خلال سماتهم الشخصية، الصورة والاسم، البيانات الشخصية وعلامات الخصوصية، وفيما يلي بعض الجداول البسيطة والمركبة والأرقام المختارة على أساس الدلالات الإحصائية لمحاولة فهم الظاهرة المدروسة.

2-5- الصورة الشخصية Profile Picture:

يختار رواد فيسبوك صورة لحساباتهم الشخصية أين يا يشترط الموقع أن تكون صورة المستخدم هي صورته الحقيقية، لذلك ينقسم المستخدمون بين من يضعون صورهم الحقيقية وبين من يضعون صوراً أخرى يجدونها أكثر تعبيراً عن ذاتهم، 53.87% من المبحوثين لا يستخدمون صورهم الحقيقية ويعوضونها بصور رمزية أخرى، في حين يستخدم 46.13% صورهم الحقيقية. ورغم تقارب النسبتين إلا أن استنطاقها بمتغيرات أخرى يمكننا من فهمها.

جدول 2، جدول تكراري متقاطع يمثل استخدام المبحوثين لصورهم الحقيقية على الفيسبوك وعلاقته بمتغير الجنس. (من

إعداد الباحثين)

المجموع	استخدام المبحوث لصورته الحقيقية		جنس المبحوث
	لا يستخدمها	يستخدمها	
131	47	84	ذكر
%100	%35.88	%64.12	
140	99	41	أنثى
%100	%70.71	%29.29	
271	146	125	المجموع
%100	%53.87	%46.13	

نلاحظ من الجدول أعلاه أن 53.87% من المبحوثين لا يستخدمون صورهم الحقيقية، بتدعيم من فئة الإناث بنسبة 70.71%، في حين يستخدم 46.13% صورهم الحقيقية على الفيسبوك بتدعيم من فئة الذكور بنسبة 64.12%.

يمكن الاستنتاج من النسب أعلاه أن المبحوثين يميلون بنسبة ولو كانت منخفضة إلى عدم الإفصاح عن هويتهم المورفولوجية وتعويضها بصور أخرى يجدونها أكثر تعبيراً عن ذاتهم، وأكثر تمثيلية للشخصيات التي يريدون لعب أدوارها، سواء كانت شخصيات مقربة أو بعيدة، مجهولة أو مشهورة وسواء احتوت الصور نصوصاً أو صوراً للطبيعة.

فسيرة عرض الذات على الفيسبوك تخضع بنفس الطريقة التي يخضع بها عرض الذات الفعلية إلى السياق الاجتماعي، خاصة باستحضار متغير الجنس الذي يلعب دوراً مهماً في فهم الظاهرة الاجتماعية فيما يتعلق بثنائية المقدس والمدنس، حيث يبقى منطق الاستتار والخصوصية الذي يولي للمرأة قائماً بالتحديد في المجتمعات التقليدية أو الآلية، فتعتبر بذلك قابلية تداول صورة المرأة الشخصية خارج إطار واضح -مهي أو أكاديمي- عبر مواقع التواصل الاجتماعي مدناً لها، خاصة وأن نسبة الـ 23.97% من الذين برروا عدم استخدامهم لصورهم الشخصية بالخلفية "محافظة" التي تتسم بها عائلاتهم كلهن من فئة النساء. من جانب آخر صرحت بعض المبحوثات أن رفضهن لوضع صورهن راجع إلى تعرضهن للتحرش "الافتراضي" ومضايقات عديدة وابتزاز بعد استخدامهن لصورهن مما دفعهن إلى حذفها وعدم استخدامها مجدداً.

أما النسبة الكبرى من الذين يرفضون استخدام صورهم فتعزي ذلك إلى محاولة للمحافظة على خصوصيتهم (42.47%)، فعلى حد قول المبحوث رقم 60: "لا أرى أنه من الضروري وضع صورة حقيقية في فضاء يطلق عليه أنه عالم افتراضي" حيث يرون أن المفاهيم بمجرد انتقالها إلى العالم الافتراضي فهي تأخذ صبغته وتتجرد من إطار الفعلية. فئة أخرى من المبحوثين (10.69%) برروا ذلك بتخوفهم من إساءة استغلال تلك الصور في أغراض لا أخلاقية أو أكثر من ذلك في أعمال سحر وشعوذة، خاصة وأن الكثير من الصور التي تتم ممارسة السحر بها صور نشرها أصحابها على مواقع التواصل الاجتماعي. أما 19.18%، يرون أن الصور التي يستخدمونها على الفيسبوك تعبر عن ذاتهم أكثر من صورهم الفعلية فهي مثل الأقنعة إما تعبر عن حزنهم أو فرحهم أو كونها

عرض الهوية في الحياة الافتراضية دراسة سوسيولوجية لتقنيات عرض الذات عبر مواقع التواصل الاجتماعي -الفيسبوك أنموذجا-

تناسب مع مزاجهم وقابلة للتغيير كلما تغير هذا الأخير ف 63.84% من المبحوثين يغيرون صور حساباتهم مناسباتيا وتبعاً لمزاجهم الشخصي، فيحاولون بذلك التعبير عن الشخصيات التي يؤدونها بأكبر قدر ممكن.

يستخدم 31.72% من المبحوثين مكان صورهم ل شخصيات مجهولة، 24.14% صوراً للطبيعة سواء كانت حيوانات أو مناظر طبيعية، 16.55% صوراً لشخصيات مشهورة من لاعبين أو فنانيين أو حتى شخصيات كرتونية، أما 13.79% من المبحوثين فتساووا في استخدام صور لفردي/أفراد من عائلاتهم وصور بها نصوص من حكم أو آيات قرآنية أو شعارات. فالأفراد على الفيسبوك يتمكنون من التنصل من ضرورة التزامهم بصورة واحدة تمثلهم مدى الحياة أين بإمكانهم أن يتخذوا من أي صورة مهما كان مضمونها كمحدد هوية لهم، ف 78.20% من المبحوثين قد غيروا صور حساباتهم على الأقل مرة واحدة منذ إنشائهم لها. فالصور الشخصية في الحياة الافتراضية باتت دون تمثل ولم يعد لها الأثر ذاته كما يذكر الفيلسوف إيف ميشو Yves Michaux أننا "انتقلنا من عالم كانت الصورة فيه تسجل ما هو موجود إلى عالم تتكاثر فيه الصور بلا جدوى" (غودار، 2019، ص. 63)، فهي لم تعد تنقل واقعاً ولا تصف هوية بل تغيرها باستمرار أو تحرفها إذا ما أخذنا في الحسبان برمجيات تصحيح وإضافة التحسينات Filters المودعة في الهواتف المحمولة أو التطبيقات الالكترونية.

جدول 3. جدول تكراري يمثل خلفيات استخدام المبحوثين لصورهم الشخصية على الفيسبوك (من إعداد الباحثين)

إجابات المبحوثين	التكرارات	النسبة المئوية
لأن حسابي يعبر عن هويتي	67	53.60%
سهولة التعرف عليّ	49	39.20%
لأنه حساب مهني	09	07.20%
المجموع	125	100%

ملاحظة: المجموع في الجدول أعلاه يشير إلى مجموع الذين أجابوا بـ"نعم" وليس مجموع المبحوثين.

يمثل الجدول أعلاه جدولاً وصفيًا لخلفيات استخدام المبحوثين لصورهم الشخصية على الفيسبوك، حيث يمثل المبحوثون الذين أجابوا بأن الحساب الشخصي يعبر عن هويتهم نسبة 53.60% من مجموع المبحوثين، تليها فئة المبحوثين الذين أجابوا بأن سبب اختيارهم لصورهم راجع إلى سهولة التعرف عليهم وذلك بنسبة 39.20%، في الأخير جاءت نسبة المبحوثين الذين يعتبرون حساباتهم الفيسبوكية صفحات مهنية ومنه جاءت ضرورة التزامهم بصورهم الشخصية وذلك بنسبة 07.20%.

برر أحد المبحوثين استخدامه لصورته الشخصية بعبارة "لأن أنا هو أنا"، حيث أعاد تعريف الهوية بشكل غير مباشر كما جاءت في معجم لالاند للمصطلحات الفلسفية من حيث هي "ميزة فرد أو كائن، ويمكن تشبيهه بأنه هو ذاته في مختلف فترات وجوده"، فيعتبر التواجد على الفيسبوك بالنسبة لهذا المبحوث وغيره ممن يرون أن الحساب يعبر عن الهوية، واحدة من فترات وجودهم وأن ما هم عليه في الواقع يمكن أن ينتقل إلى المجتمع الشبكي. وهو ما فسر في نفس الوقت اعتبار المبحوثين لصورهم إحالة تشير إلى انتماءاتهم وتعبيراً عن ذواتهم سواء الذات الاجتماعية بأن يتم التعرف عليهم بسهولة خاصة ما يريدون إظهاره للآخرين، أو أن يمارسوا مهنتهم ويضمنون جزءاً من تمثيل الذات وتقديرها.

3-5- الاسم على الفيسبوك Name on Facebook:

مع أول انضمام للمستخدم إلى موقع فيسبوك يتعين عليه اختيار اسم لحسابهم يظهر به إلى الآخرين مع قابلية تغييره مرات معدودة وفي مدة تتجاوز الـ 60 يوماً، يعرف هذا الاسم باسم المستخدم أو الاسم على الفيسبوك.

جدول 4. جدول تكراري يمثل استخدام المبحوثين لأسمائهم الحقيقية على الفيسبوك (من إعداد الباحثين)

النسبة المئوية	التكرار	استخدام المبحوث لأسمه الحقيقي
69%	187	يستخدمه
09.23%	25	لا يستخدمه
21.77%	59	يستخدم جزءا من الاسم فقط
100%	271	المجموع

يمثل الجدول أعلاه جدولاً وصفيًا لاستخدام المبحوثين لأسمائهم الحقيقية على الفيسبوك، حيث يمثل المبحوثون الذين أجابوا بأنهم يستخدمونه نسبة 69% من مجموع المبحوثين، تليها فئة المبحوثين الذين أجابوا بأنهم يستخدمون جزءاً فقط من أسمائهم وذلك بنسبة 21.77%، في الأخير جاءت نسبة المبحوثين الذين لا يستخدمون أسمائهم الحقيقية للتعبير عن حساباتهم الفيسبوكية وذلك بنسبة 07.20%.

يعتبر الاسم من أهم المعدات التعبيرية التي تستخدم لعرض الذات على الفيسبوك، من أجل ذلك يحدد موقع فيسبوك شروطاً لاختياره وهو ما يعرف بسياسة الاسم الحقيقي على الفيسبوك Facebook's "Real Name" Policy حيث يطالب الموقع باستخدام الأسماء التي يستخدمونها في الحياة اليومية، كما يمكن استخدام الألقاب التي تعد اختصاراً للاسم الحقيقي (مثل Rob بدل Robert)، أو الاسم قبل الزواج، الأسماء المستعارة Nicknames والألقاب المهنية. (Facebook) وكما يوضح الجدول السابق 90.77% مجموع المبحوثين يستخدمون أسمائهم الحقيقية أو جزءاً منها على حساباتهم الشخصية، وهو ما يمكن أن يفسر من جهة بالالتزام بسياسة الاسم على الفيسبوك، خاصة إذا ما عرفنا أن 62.21% من المبحوثين لم تتم مطالبتهم بإثبات هوياتهم الحقيقية عن طريق إرسال صورة لبطاقة التعريف أو جواز السفر إلى إدارة الفيسبوك، وذلك بتدعيم من فئة المبحوثين الذين يستخدمون أسمائهم الحقيقية أو جزءاً منها بنسبة 92.80%، وقد أجاب البحوث رقم 74: "إدارة الفيسبوك هي التي أجبرتني على وضعه وإلا تحذفه"، والمبحوثة رقم 104: "كنت مضطرة لكتابة اسمي الكامل تفادياً لإغلاق حسابي من قبل إدارة الفيسبوك". من جهة أخرى يمكن أن يفسر ذلك بأن المبحوثين يرون أن صفحاتهم يجب أن تعبر عنهم، ف60.60% منهم يرون ذلك بأنهم يعتبرون حساباتهم الشخصية معبرة عن هوياتهم ذاتية، لذا يميلون إلى عرض أسمائهم الحقيقية من خلالها، فبالنسبة لهم يعتبر ما هم عليه في المجتمع الشبكي امتداداً لواقعهم.

بالمقابل ورغم أن نسبة المبحوثين الذين لا يستخدمون أسمائهم الحقيقية على الفيسبوك تعتبر صغيرة إلا أن تبريرات المبحوثين لذلك مهمة. 47.83% من المبحوثين أجابوا بأنهم يفضلون البقاء مجهولين في ظل العالم الافتراضي، فتصبح حساباتهم بمثابة أقنعة يتسترون بها على ذواتهم الفعلية لخلفيات مختلفة منها التنمر والاستهزاء بالأسماء والألقاب التي يعتبرها البعض غريبة، كلاسكية أو مضحكة سواء كان التنمر فعلياً أو إلكترونياً، فقاد أجاب المبحوث رقم 31 "قمت بحذف اسمي الحقيقي بعد التنمر الذي كنت أعاني منه في المتوسط والثانوي". ومنها أسباب ترجع لتاريخ الفيسبوك نفسه كموقع تواصل اجتماعي، فبعد أن كان منذ تأسيسه عام 2004 مقتصر على فئة قليلة وحلقات تفاعل ضيقة يعد غير المنتهي لأفرادها من "الغريب"، أصبح اليوم مثله مثل العالم في ظل العولمة يتجه إلى الكوكبية، فأصبح كل مستخدم فيه فرداً كوزمبوليتانيا لا حدود لتفاعلاته، أجابت المبحوثة رقم 149 هذا السياق: "فتحت الفيسبوك من مده طويلة لم يكن التفكير مشابهاً لما نفكر به اليوم ولهذا نجعل أنفسنا مجهولين امام من لا يعرفنا".

يستخدم 21.77% من المبحوثين جزءاً من أسمائهم فقط، يميلون فيها إلى المحافظة على أسمائهم الشخصية first names مقابل الألقاب العائلية family names، 47.37% منهم يرون ذلك بأنه يريد إخفاء اسم عائلته عن رواد موقع الفيسبوك وبأنه

عرض الهوية في الحياة الافتراضية دراسة سوسيولوجية لتقنيات عرض الذات عبر مواقع التواصل الاجتماعي -الفيديوك أنموذجا-

صفحاتهم تعبر عنهم هم فقط وليس عن عائلاتهم لذلك تعتبر أسماؤهم الشخصية "كافية" للتعريف بذواتهم، قال الباحث رقم 224: "كنت أختشئ في البداية ربطتي بوالدي أو أحد أفراد عائلتي وكنت أحب أن أتميز وأشق اسمًا لنفسي، فاخترت اسمي دون اسم عائلتي"، نستذكر هنا مفهومًا رئيسًا لغوفمان والذي استحدثه للتعبير عن المعدات التعبيرية الأكثر خصوصية بالنسبة للمؤدي وهو مفهوم الواجهة الشخصية Personal front، بهذا المعنى يعتبر الاسم الشخصي أحد تلك المعدات حيث يميل الأفراد إلى عرض ذواتهم عن طريق المعدات التي تعبر عن ذواتهم دون غيرهم من الأفراد.

4-5- المعلومات الشخصية About info :

جدول 5. جدول تكراري يمثل إظهار الباحثين لمعلوماتهم الشخصية عبر صفحاتهم على الفيديوك (من إعداد الباحثين)

المجموع	لا يظهرها	يظهرها	إظهار الباحثين لمعلوماتهم الشخصية عبر صفحة الفيديوك	
271	149	122	التكرار	العلاقات الشخصية والحالة المدنية
%100	%55	%45	النسبة المئوية	
271	83	188	التكرار	مكان الميلاد
%100	%30.60	%69.40	النسبة المئوية	
271	68	203	التكرار	تاريخ الميلاد
%100	%25.10	74.90%	النسبة المئوية	
271	77	194	التكرار	الحياة المهنية (الدراسة، العمل)
%100	%28.40	%71.60	النسبة المئوية	
1084	377	707	التكرار	المجموع الكلي
%100	%34.78	%65.22	النسبة المئوية	

ملاحظة: المجموع الكلي في الجدول أعلاه يشير إلى مجموع الإجابات وليس مجموع الباحثين.

يمثل الجدول أعلاه جدولًا مركبًا يمثل إظهار الباحثين لمعلوماتهم الشخصية عبر صفحاتهم على الفيديوك، والذي يظهر أن 65.22% من الباحثين يظهرون معلوماتهم الشخصية بتدعيم من فئة المستخدمين الذين يظهرون تاريخ ميلادهم أو جزء منه بنسبة 74.90% تليها نسبة الذين يظهرون معلومات عن حياتهم المهنية بنسبة 71.60%، فنسبة الذين يظهرون معلومات عن مكان ميلادهم بنسبة 69.40% في الأخير نسبة الذين يظهرون معلومات حول علاقاتهم الشخصية وحالتهم المدنية بنسبة 45%، بالمقابل فإن 34.78% من الباحثين لا يظهرون معلوماتهم الشخصية بتدعيم من فئة المستخدمين الذين لا يظهرون المعلومات حول علاقاتهم الشخصية وحالتهم المدنية بنسبة 55%، تليها نسبة الباحثين الذين لا يظهرون مكان ميلادهم بنسبة 30.60%، تليها نسبة الباحثين الذين لا يظهرون معلومات عن حياتهم المهنية بنسبة 28.40%، وفي الأخير تأتي نسبة الباحثين الذين لا يظهرون تاريخ ميلادهم بنسبة 25.10%.

يتضح من الجدول أن جل المستخدمين يميلون إلى عرض المعلومات العامة عنهم، أي المعلومات المهنية، معلومات عن الدراسة والعمل، مكان ميلادهم، وتاريخ ميلادهم أو جزء منه، في حين يميلون إلى إخفاء المعلومات الخاصة أي علاقاتهم الشخصية وحالتهم المدنية.

إن تاريخ الميلاد ومكانه يحيلان إلى أهم محددات الهوية الذاتية للفرد، فنجدهما يتكرران في كل الوثائق التي يمكن أن يعرف بها الفرد "هويته" سواء في الواقع أو على الشبكة، كما أن ثنائية الزمان والمكان من أهم الخصائص التي يعرف من خلالها المجتمع الشبكي والذي يتصف بتضييق الزمان حيث تتدفق فيه المعلومات بسرعة فائقة ودون حدود مكانية" فمن يمتلكون ربطًا بتلك الشبكات سيعيشون غربة إزاء ما اعتادوه من ثقافة وتاريخ وجغرافيا... وسيعيشون في فضاء مليء بالمعلومات المتدفقة عوضًا عن

الفضاء المكاني الذي اعتادوه أما الزمن فيتبدد في منظومة التواصل الجديدة هذه" (بارني، 2015، ص. 80-81)، لذا يحاول أغلب المبحوثين التمسك بوجودهم الفعلي من خلال إظهار كل من الزمان والمكان اللذان يحيلان إليهم، حيث تهدد عملية التواصل في المجتمع الشبكي إلى انتفاء المكان وغياب التجسد.

بالرجوع إلى آخر الإحصائيات المتعلقة بموقع فيسبوك (2020-10-10) نجد أن أكثر من 1.79 بليون مستخدم يتصلون بالموقع يوميا، 82% من أولئك المستخدمين هم خريجون جامعيون، و87% من زملاء العمل يتواصلون باستخدام الفيسبوك (Omnicores Agency)، وكما رأينا سابقا برر 07.20% من المبحوثين استخدامهم لأسمائهم الحقيقية بأن حسابهم على الفيسبوك هو حساب مهني، 70.83% من هؤلاء يظهرون المعلومات الخاصة بدراساتهم وعملهم، فقد أصبح موقع الفيسبوك اليوم ضرورة للتواصل المهني كما الاجتماعي رغم وجود مواقع متخصصة في ذلك على غرار لينكد-إن LinkedIn إلا أن موقع فيسبوك يحقق الربط بين جانبي المستخدم المهني والاجتماعي، حيث يوفر خاصيات البحث عن عمل أو الإعلان عنه مع تحديد المكان، الأجر، ونوع العمل ويقوم الموقع بإعلام المستخدم عن توفر أعمال تناسب مؤهلاته، وهو ما يمكن أن يفسر ميل المبحوثين إلى عرض المعلومات الخاصة بجانبهم المهني.

من جانب آخر وباستدعاء مفهوم الاعتراف الذي صاغه أكسل هونيث Axel Honneth ، والذي يعتبر مفهوما مركزيا في بناء الهوية الذاتية "عبر ما يتميز به الاعتراف المتبادل من علاقة تداوتية تراعي وجود الآخر وتعبيره الاهتمام" (كعبوش، بدون تاريخ) وبالمقابل يعتبر نفي الاعتراف هداما لها عبر ما يعرف بتجربة النذل، والتي يعد الحكم السلبي على القيمة الاجتماعية للفرد أحد أشكالها، حيث يسعى بعض المستخدمين من خلال إرفاق البيانات المتعلقة بتدرجهم الدراسي والمهني مهما كان بسيطا إلى نيل الاعتراف من جماعته الشبكية، باعتبار الجانب المهني أحد الرساميل الثقافية التي يتموقع من خلالها الأفراد في الجماعات الاجتماعية ومنها الجماعات الشبكية.

يبقى المستخدمون حياتهم الشخصية في كواليس مسرح الفيسبوك في حين يظهرون باقي المعلومات على خشبته، يفسر ذلك بأن الأفراد لا يرون أن حياتهم الشخصية يمكن تعتبر رهينة لتقديرات وانطباعات الآخرين لحميميتها وخصوصيتها، كما يمكن أن يفسر ذلك بما يعرف بالسمعة الشبكية، جاء به كل من إيمانويل كيسو Emmanuel Kessous وبينيديكت راي Bénédicte Rey والذي يعرف "التشويه عبر الشبكة" تتعلق بتصرفات المعارف المتصلين على مواقع التواصل الاجتماعي فالمضامين التي ينشرها الأصدقاء للمستخدم قد تؤثر على رصيده سمعته الشخصية و"يصبح مضمونها متاحا لأطراف خارجية فيفقد الفرد عندئذ جانبا من قدرته على التحكم بهويته الرقمية .. فلا يظهر الفرد سوى جزء بسيط في الفضاءات الاجتماعية التي يسجل فيها نفسه" (كيسو وراي، 2016، ص. 167-170).

5-5- السيرة الذاتية Bio:

جدول 6. جدول تكراري يمثل إرفاق المبحوثين لحساباتهم على الفيسبوك بسيرة ذاتية (من إعداد الباحثين)

إرفاق السيرة الذاتية	التكرار	النسبة المئوية
يرفق	153	56.46%
لا يرفق	118	43.54%
المجموع	271	100%

يبين الجدول أعلاه أن 56.46% من المبحوثين يرفقون حساباتهم الشخصية بسيرة ذاتية، في حين أن 43.54% منهم لا يفضلون ذلك ويكتفون بأسمائهم وصورهم فقط كمعرف لهم على الفيسبوك.

يجد بعض مستخدمي موقع التواصل فيسبوك أن الصورة الشخصية والاسم غير كافيين للتعبير عن هوياتهم بشكل كاف، فيلجؤون إلى إضافة سيرة ذاتية Bios لوصف هوياتهم الذاتية، وهي خاصية يتيحها موقع الفيديوك أسفل الاسم في الصفحة الشخصية، حيث يطلب منك "محاولة إضافة سيرة ذاتية قصيرة تخبر من خلالها الآخرين المزيد عن نفسك"، كما تم تحديدها بـ 101 حرف فقط. ونجد أن النسبة الكبرى من المبحوثين يميلون إلى قول المزيد عن أنفسهم وإضافة بصمتهم إلى حساباتهم، فإذا كانت الأسماء والصور الشخصية مؤشرات فطرية وثابتة للذات، ومختصرة بشكل لا يصف الفرد كما يطمح، فإن السيرة الذاتية تعد هامشا يتيح للمستخدم أن يفعل ذلك، فيعرض ذاته بمفاهيمه الخاصة ومنظوره لها، سواء كان ذلك تعريفا بأنفسهم بكلماتهم الخاصة، أو نصوصا مقتبسة، أو ملاحظات شخصية.

أما عن المضمون فيمثل المبحوثون الذين يستخدمون سيرة الذاتية للتعريف بأنفسهم بتعبيرهم الخاص نسبة 58.82%، تلمها فئة المبحوثين الذين يقتبسون نصوصا تعبر عن الذات بنسبة 35.29%، وفي الأخير فئة المبحوثين الذين يستخدمون السيرة الذاتية لإضافة ملاحظاتهم الشخصية بنسبة 08.88%

يميل أغلب المبحوثين إلى التعريف بهوياتهم عن طريق السيرة الذاتية، حيث تتضمن ال Bio الخاصة بهم هوياتهم، تخصصاتهم العلمية، رتبهم المهنية، توجهاتهم الفكرية وميولاتهم الشخصية بلغتهم وتعبيرهم الخاص، وقد عبر بعض المبحوثين عن مضمون سيرهم الذاتية، فوصفها المبحوث رقم 67 بأنها "كتابات شذرية بحرفي" والمبحوث رقم 27 بأنها: "فلسفتي للحياة في الوقت الحالي"، وهو ما لا يتيح الإعدادات الفيديوية المبرمجة مسبقا والتي تقيد قدرتهم على قول المزيد عن ذاتهم.

ومنهم من يرى في الكلمات المقتبسة القدرة على التعبير عن ذاته بشكل أفضل مثل الآيات القرآنية والآيات الشعرية والحكم والأقوال، وفي سياق ذلك قال المبحوث رقم 171 عن مضمون سيرته "حكمة ما تعجبني اجعلها اختصارا لكل شيء" والذي يذكرنا بقول إزرا بارك Ezra Park سالف الذكر أن الأقنعة التي نختارها لعرض أنفسنا "تلخص الذات التي نود أن نكونها". أما الفئة الثالثة فتجد في السيرة الذاتية مساحة لوضع ملاحظاتهم الشخصية حول نفسها، على غرار "لا أقبل طلبات الصداقة"، "يرجى عدم التواصل عبر الخاص"، "أرائي هنا تعبر عني، أنا وحدي".. وغيرها من الملاحظات التي يمكن اعتبارها بمثابة قانون داخلي لتلك الصفحة، حيث تتموقع السيرة الذاتية في واجهة الحساب مباشرة تحت الاسم الشخصي والصورة، ما يضمن أن تتم ملاحظتها من طرف المستخدمين والتقيد بما جاء فيها. فكما قال مارتن هايدجر Heidegger Martin "إن كل كلمة هي قناع" كذلك يكون كل دور يقوم به الممثل بمنزلة القناع، والقناع وسيلة للإخفاء والكشف في نفس الوقت، وسيلة للتجلي، وسيلة للخفاء، وسيلة للمواجهة ووسيلة للهروب، وسيلة للإسقاط وأن ننسب كل أفعالنا وأقوالنا وأمنياتنا إلى ذلك الآخر الذي يقف وراء القناع" (صالح، دون تاريخ، ص. 7).

6-5- انطباعات الآخرين The others' reactions:

جدول 7. جدول تكراري متقاطع يمثل علاقة سن المبحوث بوجود فرق بين ردود الفعل بالنسبة له حول منشوراته على الفيسبوك (من إعداد الباحثين)

المجموع	مدى وجود فرق بالنسبة للمبحوث بين ردود الفعل حول منشوراته		فئات السن
	ليس هناك فرق	هناك فرق	
110	45	65	من 17 إلى 26 سنة
%100	%40.91	%59.09	
116	48	68	من 27 إلى 36 سنة
%100	%41.38	%58.62	
29	17	12	من 37 إلى 46 سنة
%100	%58.62	%41.38	
16	90	70	من 47 سنة فما فوق
%100	%56.25	%43.75	
271	119	152	المجموع
%100	%43.91	%56.09	

يبين الجدول أعلاه جدولاً تكرارياً متقاطعاً علاقة متغير السن بالعرق بالنسبة للمبحوث بين ردود الفعل حول منشوراته على الفيسبوك، حيث يظهر أن 59.06% من المبحوثين يرون أن هناك فرقاً بين ردود الفعل حول منشوراته بتدعيم من فئة المبحوثين الذين تتراوح أعمارهم بين 17 و26 سنة، كما أن 43.91% من المبحوثين لا يرون أن هناك فرقاً بين ردود الفعل حول منشوراتهم وذلك بتدعيم من فئة المبحوثين الذين تتراوح أعمارهم بين 37 و46 سنة بنسبة تقدر بـ58.62%.

تتنوع ردود الفعل على المنشورات الفيسبوكية مع تحديات موقع الفيسبوك في السنوات الأخيرة، فبعد أن اقتصر على الإيموجي Emoji الخاص برد الفعل "أعجبيني like و بداية من تأسيس شركة الفيسبوك عام 2004، تمت إضافة ردود فعل أخرى تتماهى أكثر مع انطباعات المستخدمين على المنشورات، أولها رد الفعل "أحببته love، أحزنني sad، أضحكني haha، أدهشني Wow، أغضبني angry" في عام 2020 أضاف الفيسبوك رد فعل آخر يعبر عن الاهتمام والدعم، ليتمكن المستخدمين من التعبير عن تعاطفهم مع الآخرين في ظل جائحة كورونا المستجد وهو رد الفعل "أنا أدعمك care". يعتبر بذلك رد الفعل كافياً للتعبير عن انطباعات الآخرين حول المنشور دون حاجة إلى التعليق أو الكلمات، ف"نحن نعيش في عالم رموز.. وتتوسط الرموز باستمرار صلتنا بها وينمو تفكيرنا بإطراد في قدرته على استخدام الرموز المناسبة، ولا يثير الدهشة أن الأمر يحتاج للفصل بين إشارتنا إلى الأشياء وإشارتنا إلى الرموز التي تدل عليها ومن هنا تأتي الممارسة المتأنيئة لاستخدام تدوين خاص لتحديد التمييز بين السياقات" (شيفلر، 2016، ص. 21-22).

نلاحظ من الجدول أن أغلبية المبحوثين يعيرون اهتماماً لرد الفعل على منشوراتهم، فلا يكتفون فقط برد الفعل "أعجبيني" بل يرغبون في ردود فعل توضح بشكل أدق انطباعات الآخرين، لأن تلك المنشورات تعتبر فعلاً مسرحياً "وكل فعل مسرحي يتم من أجل الحصول على إعجاب ما من الآخر وهذا الإعجاب يؤدي بدوره إلى تدعيم شعور الذات بتحققها وهناك علاقات وثيقة بين أفعال العرض.. سواء تمت بالكلمة أو الحركة أو الصورة أو غير ذلك من الوسائل وبين أفعال الإعجاب والتقدير والاستحسان من الآخر" (صالح، دون تاريخ، ص 8)، فتشبه ردود الفعل الفيسبوكية طريدياً تصفيق الجمهور بعد انتهاء المسرحية، وتحديد رد الفعل المرغوب والمناسب للجمهور تتمثل في شدة التصفيق وطول مدته.

ونلاحظ أنه كلما زاد عمر المبحوث كلما قل اهتمامه باختلاف ردود الفعل، فيميل المبحوثون الذين تتجاوز أعمارهم 37 سنة للاهتمام أكثر بالكلمات من الرموز، ويقل اهتمامهم بمدى ضبط انطباع الآخر حول ما ينشرونه إما لاقتناعهم بمضمونه دون حاجة إلى إدارة للانطباع من طرف الجمهور، أو لانتمائهم إلى جيل سابق لجيل "الإصبع الصغيرة" كما سماه ميشال سير Michelle Serr الذي يتفاعل في إطار شبكات التواصل الاجتماعي عن طريق إنتاج واستهلاك الإشارات والرموز في إطار رمزي جديد يجري فيه تدفق سريع للمعلومات،

ينزعج المبحوثون من عدم الرد على رسائلهم والتفاعل معها وكذلك من عدم الرد رغم قراءتها Seen أو Vu إلا أن انزعاجهم يزيد أكثر حسب هوية المرسل إليه، ف 23.99% من المبحوثين ينزعجون من عدم الرد على رسائلهم و 63.84% يتوقف انزعاجهم من ذلك حسب المرسل إليه وهويته، كذلك 36.53% من المبحوثين ينزعجون من عدم الرد رقم قراءة الرسائل إلا أن 29.51% من المبحوثين ينزعجون أكثر كلما كان المرسل إليه مقرباً، فالجمهور على الفيسبوك يختلف تموقعه وأهميته بطريقة تشبه اختلاف مواقع جلوس جمهور المسارح، والتي تحتوي على مستويات تتوزع بين العامة والشخصيات المهمة VIP التي تعتبر الانطباعات التي تنتجها الأهم بالنسبة للمؤدين.

6- الخاتمة:

نختم الدراسة باستدعاء أهم المفاهيم التي جاء بها غوفمان Goffman في نظريته، حيث يعتبر موقع الفيسبوك مسرحاً لعرض المستخدمين لهوياتهم، ويعد الجزء الخاص منه كصندوق الرسائل، الإعدادات، البيانات التي يطلع عليها صاحب الحساب فقط، المساحة المخصصة للنشر على الصفحة الشخصية، بمثابة الكواليس the backstage التي يستعد فيها الفرد لعرضه، أين يمكنه التحضير والتعديل ثم النشر أو التراجع، أما الجزء العام كالاسم على الفيسبوك، الصورة الشخصية، السيرة الذاتية، الملف الشخصي وكل ما هو ظاهر للجمهور فيعد الخشبة the stage التي قرر الفرد أن يعرض ذاته عليها.

ويستعين المؤدي لأداء عرضه وفي إطار الواجهة Front بمعدات تعبيرية، سواء كانت مؤقتة أو دائمة إلا أنها تشير إلى الوضعية الاجتماعية للمؤدي وسلوكاته وخصائصه الشخصية، مثل صورة الحساب الشخصي Profile Picture واسمه Name on facebook، المعلومات الخاصة التي يصف بها المؤدي نفسه كالسيرة الذاتية Bio، بياناته الشخصية من جنس، سن، مكان الميلاد وتاريخه، الخلفيات العلمية كالتخصصات والجامعات التي ارتادها، الخلفيات المهنية كالوظائف الحالية أو السابقة، التفاصيل الحياتية كالأسفار والهوايات والميولات الفنية والثقافية الملف الشخصي About info، فيعتبر الحساب الشخصي بذلك محاولة امتداد وللشخصية الفعلية.

ولا يكتمل العرض إلا باستدعاء الفرد لكامل المعدات المسرحية، التي يمثل فيها صاحب الحساب الفرد المؤدي the performer، وما يظهر عنه للجمهور أي هويته الافتراضية أو الدور الذي يؤديه تمثل الشخصية the character، ويتمثل الجمهور في المتابعين الذين يحدد لهم المؤدي حسب العرض الذي يؤديه، فهناك عروض يمكن أن يطلع عليها كل الجمهور Public، وعروض لا يجب أن يشاهدها إلا المقربون من الأصدقاء Friends، عروض يشاهدها بعض الأصدقاء فقط Costum، وعروض يجب أن يشاهدها الكل إلا بعض الأصدقاء، وعروض تم التنازل عنها ولا يجب أن يشاهدها أحد فتتم إعادتها إلى الكواليس Only me.

ويبقى المستخدم أو المؤدي وحده المسؤول عن تأليف ما سيرضه حول هويته على الفيسبوك، سواء كانت خلفية التأليف واقعية أو مزيفة وهو ما يجعل إساءة الأداء أو التحريف misrepresentaion واردة جداً، رغم ما توفره أغلب مواقع التواصل الاجتماعي من ضمانات للخصوصية ومكافحة الانتحال وتشاط الحسابات المزيفة، على غرار ما يوفره الفيسبوك من سياسة للخصوصية تضمن كلا من الموثوقية authenticity، الحماية safety والخصوصية privacy، والتي تضمن إلى حد كبير عدم

انتحال هويات الآخرين. إلا أن إمكانية اختراع هويات مزيفة يعتبر واردا وملاحظا بشكل كبير فيمكن للفرد إنشاء حساب باسم وصورة ومعلومات متخيلة لشخصية رمزية، ويمكن لنفس الشخص أن ينشئ أكثر من حساب فتتعدد بذلك المسارح التي يؤدي عليها.

يعتبر بذلك الفيسبوك مسرحا يمكن الفرد من تقديم عروض "نموذجية تبلغ بها ذاته الانطباعات المرغوبة، على نفسها بين ما هو كائن فعليا وما يريده المستخدم أن يكون، ومثلما امتد عرض الذات من الحياة اليومية إلى الشبكية، يمتد الاغتراب عكسيا من الحياة الشبكية إلى اليومية في أشكاله العديدة، اجتماعيا، ثقافيا، سياسيا وتاريخيا ويمارس بها طقوس هويته وانتماءه الافتراضي، لكن تلك الهوية في مرحلة ما تتحول إلى اغتراب عندما تنقسم الذات وتتشظى فيشوه بذلك الهويات وحدود مفهومها.

- قائمة المراجع:

- أدونيس. (2002). موسيقى الحوت الأزرق (الهوية، الكتابة، العنف). بيروت: دار الآداب.
- أنجرس، موريس. (2014). منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية. تر: بوزيد. صحراوي. وآخرون) الجزائر: دار القصبه للنشر.
- أندريه، لالاند. (1996). موسوعة لالاند الفلسفية (المجلد الأول). تر: خليل. أ. خليل) بيروت-باريس: منشورات عويدات.
- بارني، دارن. (2015). المجتمع الشبكي. تر: أنور. جمعاوي) قطر: المركز العربي للأبحاث ودراسة السياسات.
- سمية، أوشن. (2016، جويلية). العولة والأمن الهوياتي. المجلة الجزائرية للأمن والتنمية، 183-199.
- شيفلر، إسرائيل. (2016). العوالم الرمزية، الفن والعلم واللغة والطقوس. تر: عبد المقصود. عبد الكريم) القاهرة: المركز القومي للترجمة.
- صالح، سعد. (دون تاريخ). الأنا-الأخر: ازدواجي الفن التمثيلي. الكويت: عالم المعرفة.
- عامر، أمال. (2019). المجتمع الافتراضي والهوية الأنترنيتية. في كتاب: ا. بوعمامة، الأنساق الافتراضية الجديدة -مدخل يوسيوولوجي-. الجزائر: منشورات ألفا. 107-137.
- غودار، إلزا. (2019). أنا أوسيلفي إذا أنا موجود - تحولات الأنا في العصر الافتراضي. تر: سعيد. بنكراد) المغرب: المركز الثقافي للكتاب.
- فينسونو، جينيفيا. (2015). المجمع والهوية. في كتاب: كاترين. هالبيرن وآخرون، الهوية(ات)ة.. الفرد، الجماعة، المجتمع، تر: إبراهيم. صحراوي. الجزائر: دار التنوير. 83-88.
- كعبوش، علي العلامي. (بدون تاريخ). مركزية مفهوم الاعتراف في تشكل الهوية الذاتية عند أكسل هونيث. Consulté le 02/20/2021, الموقع: مؤمنون بلا حدود للدراسات والأبحاث: <https://www.mominoun.com/articles/%D9%85%D8%B1%D9%83%D8%B2%D9%8A%D8%A9-%D9%85%D9%81%D9%87%D9%88%D9%85>
- كوتون، ألكساندر. (2016). تقنيات استعراض الذات المثيرة للالتباس. في كتاب مجموعة باحثين، الهويات الرقمية: إمكانية التعبير عنها وتعقبها، تر: عصام. المحيا. بيروت: منشورات ضفاف. 53-64.
- كيسو، إيمانويل، وراي، بينديكت. (2016). اقتصاد الاهتمام والحياة الخاصة. في كتاب: مجموعة باحثين، الهويات الرقمية: إمكانية التعبير عنها وتعقبها، تر: عصام. المحيا. بيروت: منشورات ضفاف. 161-174.
- لصلح، عائشة. (2016). الشبكات الاجتماعية والهوية الثقافية والاجتماعية للشباب. في كتاب: البشير. ربوح، السؤال عن الهوية. بيروت: منشورات ضفاف. 451-466.
- لو بروتون، دافيد. (2015). الوشم والثقب (الأقراط) ... ترقيع هوياتي؟. في كتاب: كاترين. هالبيرن وآخرون، الهوية(ات)ة.. الفرد، الجماعة، المجتمع. تر: إبراهيم. صحراوي. الجزائر: دار التنوير. 143-152.
- مارك، آدمون. (2015). البناء الهوياتي للفرد. في كتاب: كاترين. هالبيرن وآخرون، الهوية(ات)ة.. الفرد، الجماعة، المجتمع، تر: إبراهيم. صحراوي. الجزائر: دار التنوير. 43-52.
- مجمع اللغة العربية. (1989). المعجم الوجيز، مجمع اللغة العربية. مصر: مجمع اللغة العربية.

- معلوف, أمين. (2016). الهويات القاتلة (الطبعة الرابعة). نر: نهلة. بيضون, لبنان: دار الفارابي.
- Facebook. (s.d.). What Names Are Allowed on Facebook? Consulté le 01 09, 2021, sur Facebook Help center: https://m.facebook.com/help/1090831264320592/?helpref=hc_fnav
- Goffman, E. (1956). The Presentation of Self in Everyday Life. Edinburgh: University Of Edinburgh Social Sciences Research Centre.
- Goffman, E. (1963). STIGMA: Notes on The Management of Spoiled Identity. New York: Simon and Schuster Inc.
- International sociological association. (1998). Books of the Century. Consulté le 01 05, 2021, sur <https://web.archive.org/web/20140315213715/http://www.isa-sociology.org/books/books10.htm>.
- Omnicores Agency. (s.d.). Facebook by the Numbers: Stats, Demographics and Fun Facts. Consulté le 01 22, 2021, sur <https://www.omnicoreagency.com/facebook-statistics/?fbclid=>
- Turkle, S. (1995). Life on the Screen: Identity in the Age of Internet. New York: Simon and Schuster Paperbacks.
- Turkle, S. (2005). The Second Self: Computers and the Human Spirit. Massachusetts: Twentieth Anniversary Edition- The MIT Press.