

تقديم الشباب المصري لذواتهم عبر الفضاء الرقمي

"دراسة في ضوء نظرية إدارة الانطباع لإرفينج جوفمان"

د/ مروة سليمان على (*)

الملخص:

في عصرنا الرقمي الحالي، أصبح الفضاء الرقمي منصة محورية للتواصل الاجتماعي، حيث يوفر للشباب فرصًا للتعبير عن أنفسهم بطرق متعددة للتعبير عن هوياتهم وبناء صورهم الذاتية، وجاءت هذه الدراسة انطلاقًا من افتراض أن الشباب يسعون إلى تشكيل الانطباعات التي يكوّنها الآخرون عنهم عبر الفضاء الرقمي، ومن خلال ذلك هدفت الدراسة إلى معرفة دوافع الشباب لبناء صورة إيجابية لأنفسهم على منصات التواصل الاجتماعي، والأساليب التي يتبعونها، وكذلك الدور الذي يلعبه الفضاء الرقمي في تكوين هويتهم بالاعتماد على نظرية إدارة الانطباع لجوفمان، ولتحقيق هذه الأهداف، استخدمت الدراسة منهج المسح الاجتماعي عبر مقياس إلكتروني شمل عينة من (٣١٢) مبحوثًا.

وتوصلت الدراسة إلى أن الشباب يستخدمون الفضاء الرقمي لتشكيل وتقديم صورة إيجابية عن أنفسهم بدافع الانتماء والقبول الاجتماعي، كما أنهم يتبنون استراتيجيات متنوعة لإدارة انطباعاتهم عبر المنصات الرقمية، مما يعزز بناء صور ذاتية تبدو مثالية، ولكنها قد لا تعكس الواقع بشكل كامل. وبناء على ذلك، أوصت الدراسة بالتركيز على تطوير برامج توعية لتعزيز الوعي حول تأثيرات الصور الرقمية المثالية، وتعلم كيفية بناء صورة ذاتية واقعية ومستدامة.

الكلمات المفتاحية:

الفضاء الرقمي، نظرية إدارة الانطباع، إرفينج جوفمان

(*) مدرس علم الاجتماع، كلية الآداب، جامعة سوهاج.

Egyptian Youth's Presentation of Themselves in the Digital Space

"A Study Through the Lens of Erving Goffman's Impression Management Theory"

Dr. Marwa Soliman Ali

Abstract:

In today's digital age, the digital space has become a pivotal platform for social interaction, offering youth unprecedented opportunities to express themselves in multiple ways, shaping their identities and constructing their self-images. This study, grounded in Erving Goffman's theory of impression management, aims to explore the motivations behind young people's pursuit of positive self-presentation on social media platforms, the strategies they employ, and the role of the digital space in shaping their identities. To achieve these objectives, the study employed a social survey using an online questionnaire, with a sample size of (312) participants.

The study found that young people use the digital space to construct and present a positive self-image driven by the desire for social belonging and acceptance. They employ various strategies to manage their online impressions, often creating idealized self-presentations that may not fully reflect reality. Based on these findings, the study recommends focusing on developing awareness programs to educate individuals about the impact of idealized digital images and to teach them how to build authentic and sustainable self-images.

Keywords:

Digital space, Impression management theory, Erving Goffman.

مقدمة:

يشهد العالم العربي ثورة هائلة في طبيعة التفاعل والتواصل الاجتماعي، بفضل انتشار الفضاء الرقمي في شتى مجالات حياتنا، وتتخطى هذه المنصات دورها التقليدي كأدوات تواصل، لتُصبح نسيجًا رقميًا متشابكًا مع نسيجنا الاجتماعي، مؤثرةً بشكل عميق على سلوكياتنا، وعلاقاتنا، وهوياتنا، وتلعب وسائل التواصل الاجتماعي دورًا محوريًا في تشكيل الثقافة الشبابية، حيث تُعزز من فرص التعبير عن الذات والهوية الفردية، وتسمح بتبادل الأفكار والمعلومات عبر الحدود. كما أسهمت هذه المنصات في بناء مجتمعات افتراضية تجمع الأفراد حول اهتمامات مشتركة، مما يُعزز من العلاقات الاجتماعية والثقافية. وبالرغم من أن الدراسات السابقة قد ركزت بشكل كبير على الجوانب السياسية، فإن هناك حاجة مُلحة لاستكشاف كيفية تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على بناء الهويات الثقافية، وتبادل المعرفة، وتعزيز القيم الثقافية في المجتمعات العربية. هذه الجوانب ليست فقط مهمة لفهم تأثير الفضاء الرقمي، بل تُعتبر ضرورية لتقدير كيفية تشكل الثقافات الجديدة في عالم متغير.

ومع ظهور وسائل التواصل الاجتماعي، أحدثت تحولًا كبيرًا في كيفية بناء الهوية الذاتية، حيث بات الأفراد يبنون صورًا افتراضية لأنفسهم عبر الإنترنت. هذا البناء للهوية يتطلب تقديم الذات بطريقة محددة، ويصبح جزءًا أساسيًا من التجربة الرقمية اليومية، كما توفر هذه المنصات مساحة واسعة للتعبير الشخصي، مما يتيح للأفراد فرصة لمشاركة أفكارهم، ومشاعرهم، اهتماماتهم، وإبداعاتهم مع الآخرين، كما تتميز وسائل التواصل الاجتماعي بقدرتها الكبيرة على تشكيل هوية الفرد، ويمكن استخدامها بشكل إيجابي لبناء الثقة بالنفس، تحقيق الأهداف، وتطوير المهارات. ومع ذلك، من الضروري استخدام هذه المنصات بحكمة، مع الوعي بالمخاطر المحتملة، لضمان تحقيق أقصى استفادة منها، وتجنب الآثار السلبية. (Ezzat, 2022) لذلك تعد وسائل التواصل الاجتماعي قوة مؤثرة في تشكيل هويتنا الذاتية. يمكن استخدامها كأداة قوية لبناء

علاقات إيجابية، وتطوير الذات، ولكن يجب استخدامها بحكمة، وتجنب الآثار السلبية المحتملة.

كما يعد إرفينج جوفمان من أبرز العلماء الذين أسهموا في فهم كيفية تشكيل الأفراد لذواتهم في السياقات الاجتماعية، حيث قدم نظرية إدارة الانطباع كأداة تحليلية لفهم سلوكيات الأفراد في تفاعلاتهم اليومية. وفقاً لجوفمان، يسعى الأفراد إلى تقديم أنفسهم بشكل يتماشى مع توقعات المجتمع، مما يتطلب منهم إدارة انطباعات الآخرين عنهم، وتتجلى هذه النظرية بوضوح في الفضاء الرقمي، حيث يتمكن الشباب من تشكيل هوياتهم الرقمية من خلال المحتوى الذي يختارون نشره، والتفاعلات التي يقومون بها. في هذا السياق، يصبح الفضاء الرقمي ساحة مفتوحة لتقديم الذات، حيث يُظهر الأفراد جانباً من هويتهم قد لا يعكس تمامًا تجاربهم الحقيقية.

وتعتبر مرحلة الشباب من أهم مراحل تطور الذات، لأنها فترة مليئة بالتغيرات والتجارب الجديدة التي تُسهم في تشكيل الشخصية واكتساب المهارات والخبرات، وتُعدّ رحلة تطور الذات مساراً مُمتداً عبر الحياة، حيث تتشكل معالمها بفعل تفاعلنا مع الأشخاص والبيئات المُحيطة بنا، وتُبنى الهوية من خلال الشخصية الفردية، ومفهوم الذات، والعلاقات الشخصية، والسياقين التاريخي والاجتماعي...إلخ، وفي الوقت الحاضر يعد السياق المناسب لاستكشاف وبناء الهوية لدى الشباب هو وسائل التواصل الاجتماعي والأنشطة عبر الإنترنت، لأن الشباب هم الفئة الأكثر نشاطاً بين مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي، وخاصة من خلال اتصالات الإنترنت على هواتفهم المحمولة، لأنهم يستخدمون وسائل التواصل الاجتماعي للتعبير عن أنفسهم، وإنشاء روابط وعلاقات مع أقرانهم عبر الإنترنت، مثل المؤثرين، أو مستخدمي YouTube، أو مستخدمي Instagram (Torres,2024).

بناء على ذلك تعد وسائل التواصل الاجتماعي منصة حيوية لبناء الهوية وتعزيز التواصل الاجتماعي بين الشباب، لأن الأفراد - من خلال هذه المنصات-

يتمكنون من استكشاف جوانب مختلفة من هويتهم، والتفاعل مع الآخرين، وعرض تجاربهم وأفكارهم، ويعزز هذا التفاعل الرقمي من فهمهم لذاتهم، ويساعدهم في تشكيل مفهومهم الشخصي، وقد تزايدت الدراسات حول التقديم الذاتي، حيث تُظهر الأبحاث أن الهوية على الإنترنت تلعب دورًا مهمًا في تشكيل العلاقات الاجتماعية والتفاعل مع المجتمع، وعلى الرغم من ذلك. هذا الموضوع لا يزال بحاجة إلى المزيد من البحث لفهم التأثيرات المختلفة لوسائل التواصل الاجتماعي على الهوية الفردية والجماعية. (Torres,2024)

لذلك الأمر يدعونا كباحثين إلى التوقف لحظة، والتأمل في كمية هذه العلاقات الإنسانية المبنية رقمياً على الإنترنت، وخاصة مواقع التواصل الاجتماعي (فيسبوك، تويتر، لينكدان، إنستغرام...). ولا شك أن هذا التأمل يقودنا إلى طرح العديد من التساؤلات، وإلقاء الضوء على العديد من المشكلات العلمية والمعرفية المتعلقة بتقديم الذات، وتدور أكبر التساؤلات وأكثرها أهمية في السياق الرقمي حول مدى قدرة الأسس النظرية التي يقدمها علم الاجتماع على تفسير سلوكيات الشباب في تقديم ذواتهم عبر المنصات الرقمية، لذلك تحاول هذه الدراسة ملء فجوة في مجال الدراسات حول هذا الموضوع، كما تهدف إلى تسليط الضوء على نظرية إدارة الانطباع والتمثيل المسرحي لإرفينج جوفمان، ومدى تطبيقها في الفضاء الرقمي، لأن عملية تقديم الذات رقمياً تعد واحدة من أهم الظواهر التي ينبغي فهمها وتفسيرها وتحليلها، لذلك تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على كيفية تقديم الشباب لذواتهم عبر الفضاء الرقمي، والذي يُعد مسرحاً للتفاعل الاجتماعي، مستندة إلى مبادئ جوفمان حول نظرية إدارة الانطباع. فمن خلال تحليل التفاعلات الرقمية، نسعى لفهم الدوافع والخلفيات الثقافية والاجتماعية التي تؤثر على هذه العملية. كما سيتم تسليط الضوء على تأثير هذه الصور الرقمية على علاقاتهم في الحياة الواقعية، مما يتيح لنا فهماً أعمق لآلية تشكيل الهوية في عصر الرقمنة. لذلك ستركز الدراسة على استكشاف الأساليب والطرق التي يتبعها الشباب في بناء صورتهم الذاتية، وتقديمها عبر منصات الإنترنت، وتسعى إلى

فهم كيف يؤثر الفضاء الرقمي على تشكيل هويتهم والتفاعل مع الآخرين، وكيفية إدارة الانطباعات الشخصية في هذا السياق الرقمي.

أولاً- مشكلة الدراسة:

هل تساءلت يوماً عن الدقائق التي تقضيها في تعديل صورة شخصية قبل مشاركتها على فيسبوك؟ أو عن الأفكار التي تدور في ذهنك وأنت تختار الكلمات المناسبة لمنشور ما؟ هذه السلوكيات اليومية العادية تجسد بوضوح مفهوم "إدارة الانطباع" الذي طرحه إرفينج جوفمان. ففي عالم التواصل الاجتماعي، حيث نكون ممثلين على مسرح افتراضي، نسعى جميعاً إلى تقديم صورة مثالية عن أنفسنا. نختار الأدوات التي نستخدمها، ونبني شخصياتنا الرقمية بعناية، تماماً كما يفعل الممثل على خشبة المسرح. فكل منشور، وكل صورة، هي محاولة لتشكيل انطباع معين لدى الآخرين، وهي عملية تتطلب تخطيطاً ووعياً بالجمهور.

قبل أربعمائة عام شبّه ويليام شكسبير الحياة بالمسرح، وبعدها استلهم منه عالم الاجتماع الكندي إرفينج جوفمان كلماته، وكان أول أكاديمي يستخدم استعارة المسرح لوصف وتحليل طريقة تمثيل الذات البشرية في التفاعلات الاجتماعية اليومية التي تحدث وجهاً لوجه في كتابه "تقديم الذات في الحياة اليومية" الذي نُشر عام ١٩٥٩، حيث صور سلوك الفرد في المواقف الاجتماعية كالممثل الذي يؤدي دوره على خشبة المسرح أمام الجمهور، وفي اللحظة التي ينتهي فيها الأداء (التفاعل) يعود وراء الكواليس حيث يتخلص من دوره، ويسترخي ويستعد للأداء التالي. (Merunková, 2019)

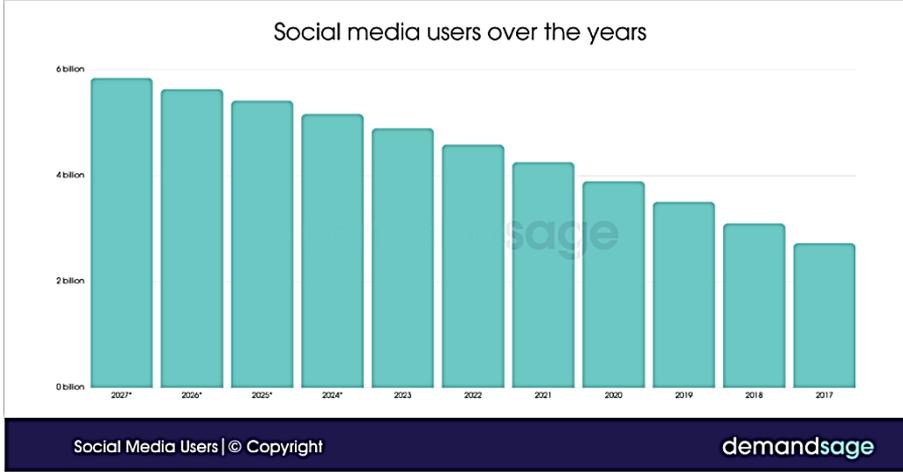
تُعدّ الهوية عنصراً أساسياً في رحلة التعلم، فبناء الفرد لهويته يُعزّز ثقته بنفسه، ويُسهّم في احترامه لهويات الآخرين في أيّ سياق تعليمي، كما أنّ تنمية الهوية تُعدّ من القيم والمهام الأساسية للعملية التعليمية، وأهم ما يُميّز جيل الشباب ارتباطه الوثيق بوسائل التواصل الاجتماعي منذ الصغر، حيث تُصبح الأجهزة الرقمية

والبيانات الشخصية جزءًا لا يتجزأ من حياتهم، وتتخطى هذه البيانات الحدود الاجتماعية والثقافية، لتشكل تصورهم لأنفسهم، ومساهم التعليمي، وفرصهم الوظيفية، وعلاقاتهم مع الآخرين، وفهمهم للعمليات الاجتماعية، بشكل مختلف عن الأجيال السابقة، ويشير العديد من العلماء إلى وجود اختلافات أكبر داخل جيل الشباب من الناحية الاجتماعية والاقتصادية والجنسية والتعليمية والتكنولوجية، مقارنةً بالاختلافات بين هذا الجيل والأجيال الأخرى. (Torres, 2024)

وقبل ظهور العصر الرقمي، طوّر إرفينج جوفمان نظرية "التقديم الذاتي" مستوحاة من المسرح، حيث وصف كيف يؤدي الأفراد أدوارًا مختلفة لبناء انطباعات معينة لدى الآخرين. في نظرية جوفمان، يُنظم الأفراد "عروضًا" متقنة لتعريف أنفسهم للجمهور أو "الآخرين" المحيطين بهم. وتوضح هذه النظرية كيف يسعى الأفراد إلى إدارة وتصميم كيفية رؤيتهم من قبل الآخرين عبر التقديم الذاتي المنظم، واستندت العديد من الدراسات الغربية، خصوصًا تلك التي تتناول وسائل التواصل الاجتماعي، إلى أفكار جوفمان؛ لأن مفهومه يحقق إطارًا نظريًا متكاملًا لفهم ديناميكيات الهوية والتقديم الذاتي في الفضاء الرقمي. إذ تساعد نظريته في تحليل كيفية استغلال الأفراد لوسائل التواصل الاجتماعي لتقديم صورة معينة عن أنفسهم، وبناء هويتهم الرقمية، مشيرةً إلى أن هذا التقديم الذاتي الرقمي يُشبه في طبيعته العروض المسرحية التي وصفها جوفمان، لكنه يتخذ أشكالًا جديدة وتفاعلية في الفضاء الرقمي.

وقد ظهرت مرحلة جديدة من التفاعلات الاجتماعية، وهي تفاعل الناس من خلال شبكات اجتماعية عبر الإنترنت فهناك ما يقرب من ٥,١٧ مليارات شخص يستخدمون وسائل التواصل الاجتماعي اعتبارًا من عام ٢٠٢٤، وهو ما يعادل ٦٣,٨٢٪ من سكان العالم، ويمثل ذلك زيادة بنسبة ٣,٧٪ مقارنةً بالعام الماضي، ويتأثر الواقع بالعالم الرقمي ويؤثر عليه في الوقت نفسه، ولا تزال منصة فيسبوك تُسيطر على عرش منصات التواصل الاجتماعي، حيث يبلغ عدد مستخدميها النشطين شهريًا أكثر من ٣,٠٥ مليارات مستخدم، ويُعدّ انتشار

الإنترنت على نطاق واسع، وانتشار الهواتف الذكية المحفز الأساسي وراء هذا الازدهار الكبير في استخدام وسائل التواصل الاجتماعي.^(١)



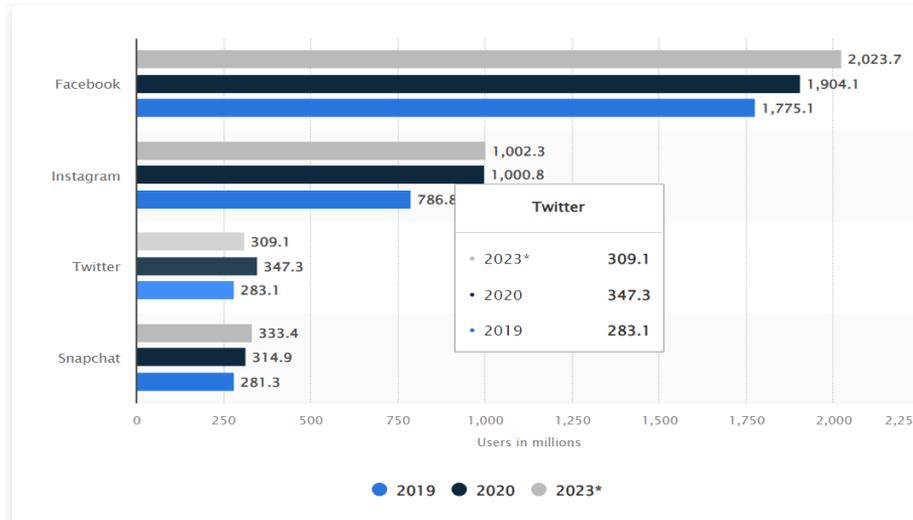
شكل رقم (١): التركيبة السكانية لمستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي العالمية^(٢)

كما أن هناك ٥,١٧ مليارات مستخدم لوسائل التواصل الاجتماعي في جميع أنحاء العالم عام ٢٠٢٤، ويقفز مستخدمو وسائل التواصل الاجتماعي من ٦ و٧ منصات، في حين أن هناك العديد من العوامل الاجتماعية والثقافية والنفسية التي تسهم في نمو المستخدمين، وفيما يلي جدول يوضح عدد مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي على مر السنين:

(١) مستخدمو وسائل التواصل الاجتماعي ٢٠٢٤ (البيانات والإحصاءات العالمية) بقلم

روهيت شيوال / ٤ مارس ٢٠٢٤.

(٢) المرجع السابق نفسه.



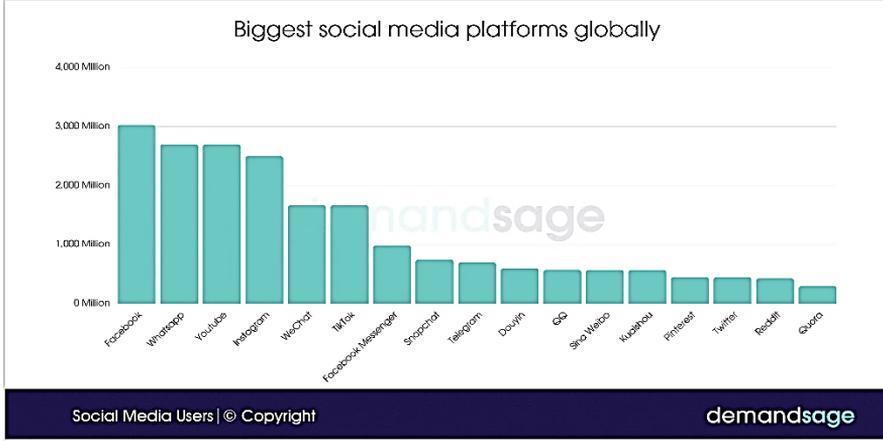
شكل رقم (٢): عدد مستخدمي الشبكات الاجتماعية لمنصات وسائل

اجتماعية في جميع أنحاء العالم في عامي ٢٠١٩ و ٢٠٢٣ (بالملايين)^(١)

وتعتبر أكبر شبكة اجتماعية والأكثر شعبية عبر الإنترنت في العالم هي Facebook، التي تأسست في عام ٢٠٠٤، فهناك ٣,٠ مليارات مستخدم نشط شهرياً (MAUs)، و ١,٩٨ مليار مستخدم نشط يوميًا، وفي مصر ٣,٥٣٪، وتضم هذه الشبكة ٤,٧ ملايين مستخدم ينشئون ملفات تعريف شخصية حيث ينشرون أي نوع من المحتوى، ويستهلكون أيضًا المحتوى الذي ينشره مستخدمون آخرون ويتفاعلون معه، من خلال تكوين صداقات والردشة مع أصدقائهم من العالم الحقيقي والافتراضي. كما يسجل ثلاثة أرباع مستخدمي Facebook الدخول يوميًا، ٩١٪ من الشباب على الأقل يستخدمون هاتفًا محمولًا، ويشارك نسبة ثابتة من الشباب في الأنشطة عبر الإنترنت بشكل يومي، مما يؤكد على أهمية الفضاء الإلكتروني في حياتهم، وتُمثل منصات التواصل الاجتماعي مثل واتساب (٢,٧ مليار مستخدم) ويوتيوب (٢,٧ مليار مستخدم)

(1) <https://www.statista.com/statistics/1109866/number-social-media-users-worldwide-select-platforms/>

الثلاثة الأكثر شعبية بين الشباب^(١).

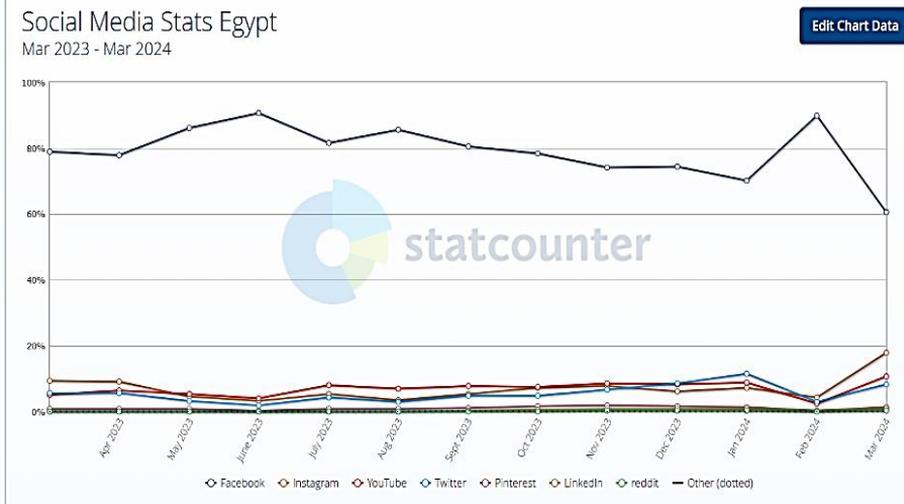


شكل رقم (٣): أكبر منصات التواصل الاجتماعي^(٢)

ويشهد المشهد الرقمي في مصر سيطرة فيسبوك على حصة السوق الأكبر في وسائل التواصل الاجتماعي، حيث يستحوذ على أكثر من ٦٠٪ من النشاط الإجمالي. ومع ذلك، يظهر نمو ملحوظ في استخدام الأجهزة المحمولة، حيث يتصدر فيسبوك أيضاً هذا المجال بنسبة تتجاوز ٦٢٪. إلى جانب فيسبوك، كما يحظى إنستجرام ويوتيوب بشعبية كبيرة، حيث يشكلان معاً أكثر من ربع النشاط الإجمالي. (Elkhadry, 2024)

(1) Social Media Users 2024 (Global Data & Statistics) By Rohit Shewale / March 4, 2024.

(2) Ibid.



شكل رقم (٤): استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في مصر من مارس ٢٠٢٣ إلى مارس ٢٠٢٤ (١)

تُشكّل وسائل التواصل الاجتماعي مساحات يبني فيها الشباب هويتهم من خلال التفاعلات الاجتماعية على المنصات الرقمية. وتتيح لهم هذه المنصات التفاعل مع ذواتهم وعرضها وتلقي ردود الفعل حولها، مما يُسهم في تطوير شعورٍ واضحٍ ومتكاملٍ بالذات، كما أنها تعزز ميزات التعبير عن الذات، مثل إمكانية تقديم عروضٍ ذاتية تُتيح التعبير عن الاهتمامات والأفكار والمعتقدات حول أنفسهم بحرية، ممّا يُساعدهم في استكشاف هويتهم ودورهم في المجتمع، وتعرض صورهم على وسائل التواصل الاجتماعي لردود الفعل من الجمهور عبر الإنترنت، ممّا يُعرضهم للمقارنة الاجتماعية مع أقرانهم، كما يُؤثر هذا الجمهور على كيفية تفكير الشباب في أنفسهم (التحقق من صحة مفهوم الذات)، ومن الممكن أن يُسهل ذلك على الآخرين تعلّم السلوكيات من خلال التقليد والتعرف (الاستكشاف والالتزام). وبالتالي، تُوفّر هذه الوسائل سياقًا ملائمًا لتطوير الهوية الشخصية للشباب. (Torres, 2024)

(1) Maha Elkhadry, Social Media Stats Egypt Mar 2023 - Mar 2024, April 17, 2024.

ويشهد مجتمعنا الحالي تحولاً هائلاً في كيفية تفاعل الشباب مع التكنولوجيا الرقمية، مدفوعاً بالانتشار الواسع للهواتف الذكية. الذي أدى إلى ابتعادهم عن أجهزة الكمبيوتر المكتبية التقليدية ليتجهوا نحو عالم رقمي سريع التفاعل، حيث بات الشباب متصلين بشكل دائم بالإنترنت، مما يسمح لهم ذلك بالتواصل الفوري مع الأصدقاء والعائلة ومشاركة اللحظات الحية، كما أصبح استخدام مواقع التواصل الاجتماعي جزءاً لا يتجزأ من حياة الشباب، حيث يستخدمونها للتواصل والتعبير عن الذات واكتشاف المحتوى الترفيهي، حيث لعبت التكنولوجيا الرقمية دوراً مهماً في تعليم الشباب، لأنها تُستخدم في الفصول الدراسية، وتوفر فرصاً للتعلم الذاتي واكتشاف المعرفة، كما أصبحت الألعاب الإلكترونية جزءاً مهماً من ثقافة الشباب، حيث توفر لهم الترفيه والتواصل والتنافس، لذلك يعد من الضروري فهم تجارب الشباب مع التكنولوجيا الرقمية من أجل تطوير سياسات وبرامج تلبي احتياجاتهم، وتُساعدهم على الاستفادة من إمكانيات التكنولوجيا الرقمية بشكل إيجابي. (Hällgren, 2022)

ولقد أصبح تأثير استخدام فيسبوك على التمثيل الذاتي عنصراً مهماً لفهم سلوك المستخدم على نطاق أوسع، بما في ذلك دوافعه وسلوكياته المتعلقة بـ "إدارة" هويته عبر الإنترنت، وتكشف الدراسات أن المستخدمين يعتبرون أنشطتهم على فيسبوك، مثل "الإعجاب" بالصفحات، جزءاً لا يتجزأ من الصورة الذاتية التي يبنيها الفرد، ويُعدّ الكشف عن هذه المعلومات ضرورياً لإنشاء هوية رقمية متماسكة، كما تتأثر درجة الكشف عن الذات والمحتوى الذي ينقاسمه المستخدمون على فيسبوك بعوامل متعددة، تشمل أهدافهم، ودوافعهم، ومخاوفهم المتعلقة بالخصوصية، وتقييمهم للقيمة الشخصية للمعلومات، وقيمة الخدمة التي يتلقونها في المقابل، وعلى الرغم من أن شروط خدمة فيسبوك تتطلب مشاركة المعلومات الشخصية، إلا أن ذلك قد لا يتوافق دائماً مع توقعات المستخدمين أو معايير الخصوصية القانونية.

وتهتم أغلب الدراسات بموضوع الهوية على الإنترنت والمؤثرين، والتي

يتم إجراؤها في سياقات غربية (أوروبية وأمريكية)، مع التركيز بشكل أساسي على الشباب، وعلى الرغم من أن خصائص الشباب الغربي تشبه الشباب المصري في صراعهم مع الهوية، إلا أن هناك اختلافات جوهرية بينهما. على سبيل المثال، من المتوقع في معظم الدول الغربية أن يبدأ الشباب في الانتقال من منزل والديهم بحلول سن ١٨ عامًا، وأن يصبحوا أكثر استقلالية. ومع ذلك، يبقى الشباب في مصر مع والديهم بعد سن ١٨ عامًا وحتى العشرينيات والثلاثينيات من العمر، في معظم الحالات، حتى يتزوجوا. وهذا يجعلهم معتمدين بشكل كامل على والديهم ماليًا ونفسيًا وفي العديد من الجوانب الأخرى، وهناك فرق كبير آخر يتمثل في تأجيل الزواج في الغرب، والذي يحدث بسبب سعي الشباب إلى حياتهم المهنية أو تعليمهم؛ ولكن في مصر يتأخر الزواج بسبب القيود المالية، حيث إن تكاليف الزواج مرتفعة للغاية، وفي الوقت نفسه العلاقات خارج إطار الزواج لا تلقى استحسانًا في المجتمع. وعليه فإن نتائج الدراسات التي أجريت في الغرب لا تنطبق بالضرورة على الشباب المصري الذي لديه وجهة نظر مختلفة، ويتعامل مع عالم مختلف تمامًا. (Ezzat, 2022)

تتميز مصر بوجود نسبة كبيرة من الشباب^(١) في الفئة العمرية من ١٨ حتى ٢٩ عامًا بلغ ٢١,٩ مليون نسمة، بنسبة ٢١٪ من إجمالي السكان، منها ٥٠,٥٪ ذكورًا، و٤٩,٥٪ إناثًا^(٢)، حيث يواجه الكثير من الشباب تحديات اجتماعية واقتصادية لا يمكن التغلب عليها، ويكافحون من أجل هويتهم تمامًا مثل الشباب في جميع أنحاء العالم، وعادةً ما يمرون بـ "أزمة" مع هويتهم حيث يتناولون

(١) ومصطلح الشباب وفقًا لإحصاءات الأمم المتحدة ولأغراض إحصائية ودون المساس بأي تعاريف أخرى تضعها الدول الأعضاء، يُطلق على الأفراد ممن تتراوح أعمارهم بين ١٥ و ٢٤ عامًا، ونشأ هذا التعريف في سياق الأعمال التحضيرية للسنة الدولية للشباب عام ١٩٨٥، ومع ذلك فإن تعريف مصطلح الشباب يختلف من بلد إلى آخر، وهذا يتوقف على تناسب بعض العوامل القانونية والاجتماعية والثقافية والاقتصادية والسياسية لكل مجتمع.

(٢) تقرير الجهاز المركزي للتعبئة العامة والإحصاء ٢٠٢٣.

تساؤلات رئيسة حول قيمهم ومثلهم العليا، ومهتهم المستقبلية أو حياتهم المهنية، وهويتهم الجنسية، فمثلاً في الماضي كان الشباب يستعينون بالبناءات التقليدية، مثل المعايير الأسرية والمجتمعية للتوجيه (Hällgren, 2022)، وهذا يتغير الآن مع ظهور مصادر بديلة للمعلومات مثل وسائل التواصل الاجتماعي، وبالتالي ظهور المؤثرين على وسائل التواصل الاجتماعي، والمؤثرون "هم أفراد عاديون يروون حياتهم، ويستخدمون منصات التواصل الاجتماعي لبناء قواعد المعجبين بهم. إنهم يستخدمون المساحات الرقمية بشكل فعال ويستثمرون وجودهم في مصر"، وعلى الرغم من كونها ظاهرة جديدة، إلا أن عدد المؤثرين قد زاد، حيث يغطون جميع أنواع المحتوى من سرد أسلوب حياتهم، إلى مراجعة المنتجات، وتقديم نصائح التطوير الذاتي، وتقديم محتوى أقل جدية.

بناءً على ذلك، تُعرّف الهوية هنا بأنها: "مجموعة من الإجابات الوجودية التي يسعى الإنسان إلى تحديدها باستمرار. تتضمن هذه الإجابات أسئلة مثل: من أنا؟ كيف ينظر الآخرون إليّ؟ ما الخصائص التي تميزني؟ وما المجتمع أو الأماكن التي أشعر بالانتماء إليها؟ باعتبارها ممارسة اجتماعية، وتتأثر الهوية وتتشكل من خلال التفاعل مع البيئة والمجتمع والثقافة المحيطة بالفرد. على سبيل المثال، تنمو الهوية الشخصية وتتطور بناءً على التجارب الشخصية والعلاقات الاجتماعية، بينما تنشأ الهوية الجماعية من الانتماءات الثقافية والاجتماعية مثل الدين والقومية والانتماءات السياسية. وبالتالي، فإن دراسة الهوية بشكل شامل تتضمن استكشاف هذه الأبعاد المتعددة، وكيفية تأثيرها على الفرد ووجوده في العالم، ويسهم هذا النوع من الدراسات في فهم أعمق للذات والآخرين، وكيفية التفاعل في إطار اجتماعي مختلف، مما يعزز بناء المجتمعات المتنوعة والمفتوحة. بناءً على ذلك، تهدف هذه الدراسة إلى فهم كيفية استخدام الشباب المصري للفضاء الرقمي كمنصة لتقديم ذواتهم، من خلال منظور نظرية إرفينج جوتمان في إدارة الانطباعات والتمثيل المسرحي. ولتحقيق هذا الهدف، سيتم تطوير مقياس خاص لقياس أبعاد مختلفة من عملية تقديم الذات في هذا

السياق. ومن ثم، يمكن بلورة مشكلة الدراسة في التعرف على ظاهرة تقديم الشباب المصري ذواتهم عبر الفضاء الرقمي.

ثانيًا- أهداف الدراسة:

بالاستناد إلى تحديد مشكلة الدراسة على النحو السابق، يتركز الهدف الرئيس للدراسة في تسليط الضوء على استكشاف كيفية تقديم الشباب المصري لذواتهم عبر الفضاء الرقمي، ومدى تأثير هذه الصورة على المحيطين بهم وعلاقتهم، سواء في السياق الواقعي أو الرقمي، وذلك من خلال رصد وإبراز تحليل كيفية تقديم الشباب المصري ذواتهم عبر الفضاء الرقمي، ولتحقيق هذا الهدف تسعى الدراسة إلى تحقيق عدد من الأهداف الفرعية، وذلك على النحو التالي:

- ١- التعرف على دوافع الشباب لبناء صورة إيجابية لأنفسهم على منصات التواصل الاجتماعي.
- ٢- الكشف عن الطرق التي يتبعها الشباب لتشكيل صورتهم الذاتية عبر الإنترنت.
- ٣- إبراز الدور الذي يلعبه الفضاء الرقمي في تكوين هوية الشباب.

ثالثًا- مفاهيم الدراسة:

١- التعريف الإجرائي للشباب:

يُعرف الشباب في هذا السياق بأنهم الأفراد الذين تتراوح أعمارهم بين ١٨ و٣٥ عامًا، والذين يستخدمون الفضاء الرقمي، بما في ذلك وسائل التواصل الاجتماعي والمواقع الإلكترونية، للتعبير عن هويتهم وتقديم أنفسهم. يتمثل تقديم الذات في هذا السياق في اختيار الصور والمحتوى، والتفاعل مع الآخرين، وتبادل الأفكار والمعلومات، بما يعكس تجاربهم ووجهات نظرهم. يُعنى هذا التعريف بدراسة كيفية تشكيل هذه التعبيرات الرقمية للهوية، وكيف تؤثر على

علاقاتهم الاجتماعية في السياقين الرقمي والواقعي.

٢- التعريف الإجرائي للذات الرقمية:

تُعرف الذات الرقمية بأنها: "الصورة والانطباع الذي يُقدمه الفرد عن نفسه في الفضاء الرقمي، من خلال المحتوى الذي ينشره، والتفاعلات التي يقوم بها، والاختيارات المتعلقة بالصور والنصوص، وتشمل الذات الرقمية عناصر مثل الهوية، والسرد الشخصي، والآراء، والتعليقات، والتفاعل مع الآخرين عبر منصات التواصل الاجتماعي والمواقع الإلكترونية، ويُعنى فهم كيفية تأثير هذه التعبيرات الرقمية على تشكيل الهوية الذاتية والعلاقات الاجتماعية، وكذلك التأثيرات المتبادلة بين الفضاء الرقمي والسياقات الواقعية.

رابعاً- تساؤلات الدراسة:

بناء على التحديد السابق لأهداف الدراسة، فإن تحقيقها سيعتمد على نجاح الدراسة في تقديم إجابات وافية عن التساؤلات التي تنطلق منها الدراسة؛ وذلك من خلال الاعتماد على المعرفة القائمة على الأدلة الميدانية، ومن ثمّ تتجلى إشكالية الدراسة في محاولة الإجابة عن عدة تساؤلات وهي:

١. ما دوافع الشباب لبناء صورة إيجابية لأنفسهم على منصات التواصل الاجتماعي.

٢. ما الطرق التي يتبعها الشباب لتشكيل صورتهم الذاتية عبر الإنترنت.

٣. ما الدور الذي يلعبه الفضاء الرقمي في تكوين هوية الشباب.

خامساً- الأهمية العلمية والتطبيقية للدراسة:

تستمد الدراسة الراهنة أهميتها من خلال الكثير من الأبعاد، سواء على المستوى العلمي أو المستوى التطبيقي، وذلك على النحو التالي:

تتمتع الدراسة بأهمية علمية كبيرة لأنها تُسلط الضوء على كيفية تقديم الشباب المصري لذواتهم عبر الفضاء الرقمي، مما يسهم في إثراء الفهم

الأكاديمي للهوية الرقمية بطرق متعددة:

١- "إثراء الدراسات النظرية: حيث تقدم الدراسة رؤى جديدة حول كيفية استخدام الشباب المصري لوسائل التواصل الاجتماعي لتشكيل هويتهم الرقمية. من خلال تسليط الضوء على كيفية تقديم الشباب لذواتهم وتفاعلهم عبر هذه المنصات، لذلك تسهم الدراسة في إثراء الحقل النظري المتعلق ببناء الهوية في العصر الرقمي، مما يجعلها مرجعاً قيماً للباحثين والممارسين على حدٍ سواء.

٢- **تحدي الفجوات النظرية:** غالباً ما تكون الكتابات النظرية والدراسات السابقة حول موضوع الهوية مستندة إلى سياقات وثقافات مختلفة قد لا تعكس بشكل دقيق تجارب الشباب المصري. لذا، من خلال دراسة تقديم الذات عبر الفضاء الرقمي، يمكننا معالجة هذه الفجوات، وإثراء فهمنا للهوية بأبعادها المتعددة في سياق معين. تهدف هذه الدراسة إلى تقديم رؤية جديدة تعكس التعقيدات والخصوصيات الثقافية للشباب المصري، مما يعزز من أهمية البحث في هذا المجال.

٣- **التفاعل الاجتماعي الرقمي:** يوفر الفضاء الرقمي منصة حيوية للتفاعل الاجتماعي في العصر الحديث، حيث يمكن للأفراد تقديم أنفسهم بطرق جديدة. تركز الدراسة على كيفية استخدام الشباب المصري لهذه المنصات لتعريف هوياتهم، مما يسهم في فهم تحولات مفهوم الهوية في العصر الرقمي، وكيفية تأثير هذا التفاعل الرقمي على التصورات الشخصية والاجتماعية.

أما الأهمية التطبيقية للدراسة التي تسلط الضوء على كيفية تعبير الشباب عن ذواتهم عبر الإنترنت فتتمثل في عدة نقاط رئيسية:

١- فهم الدوافع الرئيسية للتعبير الرقمي: من خلال الدراسة، يمكن التعرف على الدوافع التي تدفع الشباب المصري للتعبير عن هوياتهم عبر الإنترنت. هذا

يمكن أن يسهم في توجيه الجهود الاجتماعية والتربوية لفهم أفضل للشباب وتلبية احتياجاتهم الفعلية في المجتمع الرقمي.

٢- تحاول الدراسة الكشف عن الطرق التي يتبعها الشباب لتشكيل صورتهم الذاتية عبر الإنترنت، والاستراتيجيات والأساليب التي يستخدمها الشباب لبناء وتقديم هويتهم الرقمية. سيتم التركيز على كيفية استخدامهم لمختلف أدوات ووسائل التواصل الاجتماعي، مثل الصور، والنصوص، والمشاركات، والتفاعل مع الجمهور، لإظهار أنفسهم بالشكل الذي يرغبون فيه. كما ستتناول الدراسة كيف تؤثر هذه الأساليب على كيفية إدراك الآخرين لهم، وكيف يمكن أن تتباين هذه الاستراتيجيات بناءً على المنصات الرقمية المختلفة وخصائصها.

٣- الكشف عن الدور الذي يلعبه الفضاء الرقمي في تكوين هوية الشباب، لأنه يعمل كمرآة تعكس للشباب صورة أنفسهم، وكقماشة فارغة يرسمون عليها هوياتهم الخاصة، وكساحة للتفاعل والتأثر بالآخرين، مما يسهم في تشكيل هوية متكاملة ومتطورة.

٤- التوصيات التنفيذية: بناءً على نتائج الدراسة، يمكن إعداد توصيات تنفيذية تسهم في تحسين تجربة الشباب في الفضاء الرقمي، سواء من خلال تطوير سياسات عامة، أو إطلاق مبادرات تربوية وتوعوية، كما يمكن للنتائج التي تتوصل إليها أن تسهم في تطوير استراتيجيات للتواصل الفعال مع الشباب المصري، وتصميم برامج توعية حول استخدام وسائل التواصل الاجتماعي بشكل آمن ومسؤول. كما يمكن لهذه الدراسة أن تلعب دورًا مهمًا في صياغة السياسات المتعلقة بالهوية الرقمية، وحماية الشباب في الفضاء الرقمي.

بشكل عام، فإن هذه الدراسة لا تقدم فقط رؤى نظرية وعلمية جديدة حول موضوع الهوية والتعبير الرقمي، بل تعزز أيضًا الفهم العملي وتقديم حلول قابلة للتطبيق لتحسين ممارسات التعبير عبر الإنترنت، بطريقة تعزز الهوية الفردية والاجتماعية للشباب المصري ومجتمعاتهم.

سادساً: الإطار النظري للدراسة:

١- نظرية إدارة الانطباعات (تقديم الذات) الحياة كمسرح:

درس العديد من علماء الاجتماع نظرية التفاعل الرمزي الاجتماعي، مثل جورج إتش ميد الذي يعد المؤسس الحقيقي لهذه النظرية، وإتش بلومر أول من طرح مصطلح "التفاعل الرمزي"، وكذلك إرفينج جوفمان مؤسس نظرية إدارة الانطباعات والتمثيل المسرحي، كل هؤلاء بحثوا بشكل مفصل للغاية عن أنماط تفاعل مختلفة، تعتمد على اللغة، والمعنى، والصور الذهنية، والانطباعات بين الأفراد، معتبرين أن كل هذه العناصر هي الوحدات الصغيرة التي ستؤدي إلى فهم أعمق وأكثر شمولاً للوحدات الأكبر، أي أنها تبدأ من سلوك الفرد لمحاولة فهم المجتمع ككل، ويعتبر وجود الناس في حياة بعضهم البعض عاملاً أساسياً في النشاط الإنساني، بغض النظر عن الأسباب والأهداف والسياقات التي تدير هذا النشاط من جهة، ونوعية وكمية العلاقات التي نبنيها يومياً من جهة أخرى. (Yazidi, 2023)

تُعد إدارة الانطباعات موضوعاً أساسياً في دراسة سلوك الإنسان، حيث تتعلق بالطرق التي يستخدمها الأفراد للتأثير على كيفية رؤية الآخرين لهم، وغالباً ما تكون مرتبطة بالرغبة في تقديم أفضل صورة ممكنة عن الذات. بينما تتشابه إدارة الانطباع مع مفاهيم مثل التظاهر، فإنها تركز بشكل خاص على التفاعلات الاجتماعية وتفاصيلها. وفي السنوات الأخيرة، زاد الاهتمام بدور إدارة الانطباع في فهم الشخصية، خصوصاً في سياق النرجسية. وتقوم هذه النظرية على خلفية إبستمولوجية ترى أن الأفراد يفسرون الحقيقة من خلال الرموز، حيث يُفسَّر العالم الاجتماعي ليس ككيان ثابت، بل كمساحة تُبنى معانيها من خلال دلالات السلوك. بما أن المعاني لا تأتي موروثة في السلوك، يسعى الأفراد دائماً لتقديم أفضل صورة ممكنة عن أنفسهم، وذلك من خلال بناء تأويلاتهم الخاصة للواقع الاجتماعي. (Lounis, 2018)

يشير مفهوم إدارة الانطباع، والمعروفة أيضًا باسم تقديم الذات، إلى الطرق التي يحاول بها الأشخاص التحكم في كيفية إدراك الآخرين لهم، من خلال نقل انطباعات معينة حول قدراتهم، ومواقفهم، ودوافعهم، ومكانتهم، وردود أفعالهم العاطفية، وخصائص أخرى، ويمكن للأشخاص التأثير على الآخرين للاستجابة لهم بطرق مرغوبة، وتعد إدارة الانطباع طريقة شائعة يستخدمها الأشخاص للتأثير على بعضهم البعض، من أجل تحقيق أهداف مختلفة. في حين قدم المنظرون الأوائل (على سبيل المثال، بيرك، ١٩٥٠؛ هارت وبورك، ١٩٧٢) وجهات نظر حول الشخص كمؤدٍ، وكان جوفمان (١٩٥٩) أول من وضع نظرية محددة تتعلق بتقديم الذات.

كما تُعدُّ إدارة الانطباع كنظرية من أهم النظريات في علم النفس الاجتماعي، حيث وضعها إرفينج جوفمان لأول مرة في عام ١٩٥٩ في كتابه "عرض الذات في الحياة اليومية". وأكد جوفمان أن إدارة الانطباع لا تؤثر فقط على كيفية معاملة الآخرين للفرد، بل إنها جزء أساسي من التفاعل الاجتماعي، وتُعرَف هذه النظرية بأنها: "محاولة واعية أو غير واعية للتأثير على تصورات الآخرين حول شخص أو شيء أو حدث، من خلال تنظيم المعلومات، والتحكم فيها أثناء التفاعل الاجتماعي"، كما تُعرَف أيضًا بأنها: "النشاط الموجه نحو الهدف المتمثل في التحكم في المعلومات المتعلقة بشخص، أو شيء، أو فكرة، أو حدث للجمهور". وتشير هذه التعريفات إلى الجوانب الأساسية التي تتحكم في عملية إدارة الانطباع. (Janse, 2023)

أما العرض الذاتي فيعرف بأنه: "سلوك يهدف إلى نقل معلومات عن الذات أو صورة الذات للآخرين"، وينشط هذا السلوك عندما يشعر الفرد بتقييم الآخرين له، كما يلعب دورًا مهمًا في تكوين الهوية، ويتحكم الفرد من خلاله في الصورة التي يُظهرها للآخرين، وقد وفرت وسائل التواصل الاجتماعي سياقات جديدة لتقديم الذات بشكل انتقائي، حيث يمثل الفرد فيها الصورة التي يرغب في أن يراها الآخرون عنه، وهذا ما نراه بشكل واضح في صور السيلفي، وملفات

التعريف الشخصية على الإنترنت. كما تُتيح وسائل التواصل الاجتماعي للشباب فرصة إجراء تفاعلات اجتماعية متعددة، مما يُساعدهم على توسيع تصوراتهم وتقييماتهم لأنفسهم، وبالتالي المساهمة في بناء مفهومهم الذاتي (النظرة الشاملة للذات). نظرًا لأن يعتمد تصور الفرد عن نفسه بشكل أساسي على تجاربه مع الآخرين، والتقييمات التي يتلقاها منهم لسلوكه. (Pérez, 2024)

بدأ جوفمان في كتابه: "تقديم الذات في الحياة اليومية" دراسته للحياة الاجتماعية من منظور التمثيل المسرحي والمبادئ الدرامية، فهو يعتبر الحياة الاجتماعية مسرحًا كبيرًا في حياتنا اليومية، وقدم تحليلًا رمزيًا عميقًا للتفاعل الاجتماعي، مُشبِّهًا إياه بمسرحية اجتماعية يشارك فيها جميع أفراد المجتمع. في هذه المسرحية، يلعب كل فرد دورًا محددًا يتغير ويتكيف مع السياق الاجتماعي الذي يتواجد فيه، وهذا التفاعل الاجتماعي ليس عشوائيًا، بل يخضع لمعايير ثقافية محددة تأخذ بعين الاعتبار طبيعة الجمهور، فكل دور يتطلب لغة خطاب، حركات، ملابس، وتقاليد محددة، وسعى لفهم كيفية تقديم الفرد لنفسه في مختلف المواقف الاجتماعية، الرسمية والعادية، فهو يرى أن المسرح - بمسرحياته المُحاكية للواقع - يُشبه الحياة اليومية التي نعيشها. فنحن، كأفراد في هذا المسرح الاجتماعي، نلعب أدوارًا حقيقية قد لا نكون مستعدين لها دائمًا. (Yazidi, 2023)

وتمثل التفاعلات الاجتماعية أدوارًا يُؤدِّيها الأفراد أمام جمهورٍ من المراقبين، كما تُسهّم اللغة التي يتحدث بها المُتفاعلون، وأنماط السلوك التي يُؤدِّونها، في عملية بناء المعنى والسياق، وتحديد الأدوار، وإدارة ردود الفعل في كلا الاتجاهين، من المرسل إلى المستقبل والعكس، كما يكمن جوهر تحليله في دراسة العلاقة بين الأداء والحياة اليومية، مستخدمًا مصطلح "الأداء" للإشارة إلى أيّ نشاطٍ يقوم به الفرد أمام جماعة من المراقبين، وبناءً على هذا الأداء، يُعطي الفرد معنىً لنفسه وللآخرين، وكذلك للموقف الاجتماعي، مكوّنًا مجموعةً من الانطباعات التي يتم تبادلها بينه وبين المراقب، كما قدم جوفمان "التحليل الدرامي" كمنظور اجتماعي فريد لفهم العالم الاجتماعي. (Yazidi, 2023)

يرى جوفمان أن إدارة الانطباع ليست مجرد محاولة للتأثير على الآخرين، بل هي أساس التفاعل الاجتماعي نفسه. لذلك، شبهها بعرض مسرحي، حيث يتعاون الممثلون والجمهور على بناء المعنى. فلكي تسير الأمور بسلاسة، يجب على كل شخص أن يقدم صورة معينة عن نفسه. هذه الصورة تتكون من كلمات وأفعال، لكنها تعتمد أيضًا على إشارات غير لفظية يصعب التلاعب بها. وبهذه الطريقة، نبنى ونحافظ على العلاقات الاجتماعية، مثل التحدث في الاجتماعات، أو العروض التقديمية عندما يتحدث شخص في اجتماع أو يقدم عرضًا تقديميًا، قد يحاول أن يترك انطباعًا إيجابيًا على زملائه أو الجمهور. إذا كان الشخص واثقًا في تقديمه، فإنه يشعر بالراحة. ولكن إذا كان لديه شكوك حول قدرته على تقديم العرض بشكل جيد، قد يشعر بالقلق، مما يؤثر على أدائه، وفي المناسبات الاجتماعية أو المهنية، قد يهتم الأفراد باختيار ملابسهم بعناية لتقديم أنفسهم بطريقة معينة، وإذا شعر الشخص بأنه لا يرقى إلى مستوى المعايير التي وضعها لنفسه، فقد يشعر بالقلق وعدم الارتياح، حتى وإن كان المظهر العام جيدًا، وفي المقابلات الشخصية للحصول على وظيفة، قد يشعر المرشح بالتوتر والقلق حول كيفية تقديم نفسه بطريقة ملائمة، بما يتماشى مع توقعات المحاور، والقلق هنا يأتي من عدم اليقين حول ما يفضله المحاور، وكيفية التأثير عليه بشكل إيجابي، وعندما يتعرف شخص على أصدقاء جدد، قد يكون مدفوعًا لترك انطباع جيد ليكون مقبولًا ومحبوبًا. إذا شعر بأنه لا يتمكن من التعبير عن نفسه بطريقة مناسبة، أو يشعر بعدم الارتياح بسبب عدم معرفته بتوقعات الأصدقاء الجدد، قد يتعرض للقلق. (Nickerson, 2024)

وطرح جوفمان تساؤلات حول كيفية إثبات الأفراد لهوياتهم في اللقاءات وجهًا لوجه، وكيفية إنشائهم لـ "أطر" تساعد على فهم معنى هذه اللقاءات، وقد أثرت أفكاره بشكل كبير على نظرة علماء الاجتماع وعلماء النفس للتفاعلات بين الأشخاص، وقد وضح جوفمان بنية التفاعل وجهًا لوجه، وفسر كيفية مشاركة هذه البنية في المهام التفاعلية اليومية، كما طوّر سلسلة من المفاهيم لفهم التفاعل

ووصفه، وأظهر كيف أنّ الطبيعة المادية للمكان تُؤثر على سلوك الناس أثناء التفاعل، ففي إطار أدوارنا الاجتماعية، نُولي اهتمامًا كبيرًا للنتائج والمخرجات، ونحرص على أداء أدوارنا بشكلٍ مناسبٍ وفقًا لسياق التفاعل الاجتماعي الذي نتعامل معه، والتعريف الذي نحدده لهذا السياق معًا. ولذلك، يُمكن تشبيه التفاعل الاجتماعي في الحياة اليومية بالأداء المسرحي، ففي حين قد لا نحبّ الشخصية التي يلعبها الممثل، إلا أننا نُصفق له تقديرًا لأدائه الجيد لدوره.

تم توسيع هذه النظرية لاحقًا في عام ١٩٦٧، مما أضاف بُعدًا جديدًا إلى فهم كيفية تأثير الأفراد على الانطباعات التي يكوّنها الآخرون عنهم، وأنشأ جوفمان الأسس والمبادئ المحددة لها، كما اقترح النظر في الطريقة التي يقدم بها الفرد نفسه ونشاطه في مواقف العمل العادية للآخرين، والطرق التي يوجه بها ويتحكم في الانطباع الذي يشكلونه عنه، ونوع الأشياء التي قد يفعلها أو لا يفعلها أثناء الحفاظ على أدائه أمامهم، لأن النظرية تسعى إلى تحقيق صورة عامة مرغوبة للأفراد تتماشى مع أهدافهم الشخصية أو الاجتماعية. وتُعرف هذه العملية بـ "تقديم الذات"، وهي نظرية اجتماعية تدرس كيفية تفاعل الأفراد مع بعضهم البعض، وسعيهم لتكوين انطباعات إيجابية عن أنفسهم لدى الآخرين. وتستند هذه النظرية إلى مجموعة من المبادئ الأساسية، منها:

المسرح الاجتماعي: يشبه جوفمان الحياة الاجتماعية بمسرحية، حيث يلعب الأفراد أدوارًا مختلفة، ويتبنون شخصيات متعددة للتكيف مع المواقف المختلفة.

المراقبة الذاتية: يشير جوفمان إلى أن الأفراد يراقبون تصرفاتهم وسلوكياتهم بشكل مستمر، للتأكد من أنها تتماشى مع الانطباع الذي يطمحون إلى تشكيله.

الأداء: يعتبر جوفمان أن كل فرد ممثلًا يسعى لتقديم أداء ناجح في الحياة الاجتماعية، وذلك من خلال اختيار الكلمات والإيماءات والملابس، التي تعكس الصورة التي يريد أن يقدمها للآخرين.

الواجهة الأمامية: هي مجموعة العناصر التي يستخدمها الفرد لبناء الانطباع المطلوب، مثل الملابس، والإكسسوارات، واللغة المستخدمة، وحتى تعبيرات الوجه.

الواجهة الخلفية: هي المكان الذي يستعد فيه الفرد لأدائه، حيث يقوم بتجهيز نفسه نفسياً وجسدياً للدور الذي سيؤديه.

بناءً على ذلك، يتضح أن إدارة الانطباعات كظاهرة لها تأثير كبير على حياتنا اليومية، إذ تُعد عملية واعية وغير واعية يقوم بها الفرد لتوجيه كيفية رؤية الآخرين له، وذلك من خلال التحكم في سلوكه ولغته ومظهره الجسدي. هذه العملية تسهم في تشكيل إدراك الآخرين لنا، وتؤثر على تفاعلاتنا الاجتماعية. عبر تقديم أنفسنا بطرق تتماشى مع أهدافنا الشخصية والاجتماعية، نتمكن من تحسين العلاقات وتعزيز فرص النجاح في مختلف المجالات. كما أشار إرفينج جوفمان إلى أن الواقع الاجتماعي هو بناء اجتماعي يتشكل من خلال التفاعلات بين الأفراد، وأن الهوية الشخصية ليست ثابتة، بل تتغير بناءً على السياق الاجتماعي. في هذا الإطار، يؤكد جوفمان على أهمية السياق في تشكيل الانطباعات، حيث يمكن أن يحمل السلوك نفسه معاني مختلفة حسب السياق الذي يحدث فيه، وفي عصر وسائل التواصل الاجتماعي، أصبحت إدارة الانطباعات أكثر تعقيداً وتحدياً. فمن جهة، توفر لنا هذه الوسائل فرصة للوصول إلى جمهور واسع، ومن جهة أخرى، تفرض علينا ضغوطاً كبيرة للحفاظ على صورة مثالية.

برز مع ظهور الاتصال الإلكتروني مجموعة جديدة من أطر التفاعل المتطورة، يُعدّ هذا النوع من التفاعل مختلفاً عن التفاعلات وجهاً لوجه، حيث يبدو أكثر محدودية وأقل ثراءً في بعض النواحي، ولكنه يُتيح أيضاً فرصاً جديدة لتقديم الذات، ويُطرح تحدياتٍ جديدةً في الوقت نفسه، ففي أيّ تفاعل اجتماعي، يسعى الأفراد إلى إظهار أنفسهم كأشخاصٍ مقبولين يستحقون أنواعاً معينة من

الاعتبار، يملكون خبراتٍ محددة، ويتميزون بسلوكٍ أخلاقيٍّ مقبول. ولذلك، يوظفون تقنياتٍ ومواردَ متاحةً لتحقيق ذلك. فالتحضير "خلف الكواليس" يُساعد في تقديم "واجهه" فعّالةٍ في التفاعل، ويمكن تعبئة "الموارد التعبيرية" لتوصيل الرسائل المرجوة، كما يُمكن الاعتماد على مساعدة الآخرين المشاركين في التفاعل لتصحيح أيّ أخطاءٍ قد تحدث.

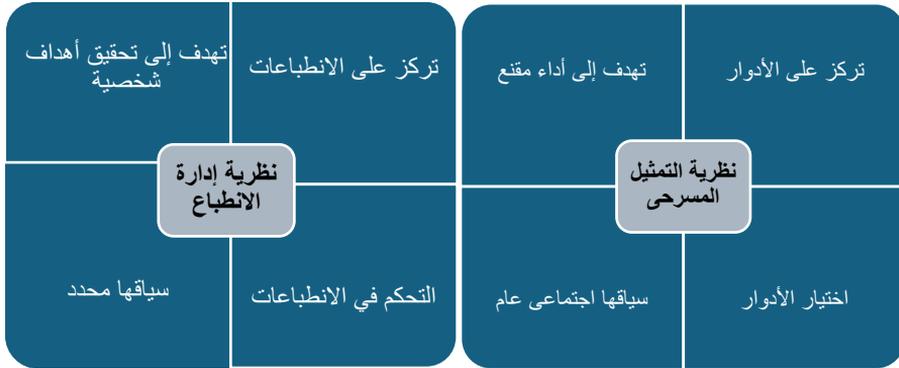
بناءً على ذلك ترى نظرية جوفمان أن التفاعل الاجتماعي هو مسرح، وأن كل فرد هو ممثل يسعى لتقديم صورة معينة عن نفسه للآخرين، وتقوم على عدة مبادئ أساسية تشمل الإدارة الانطباعية؛ وتعني أن الأفراد يسعون بوعي أو لا شعورياً إلى إدارة الانطباعات التي يقدمونها للآخرين. فهم يختارون الكلمات والأفعال والإيماءات التي تعكس الصورة التي يريدون أن يظهروا بها، والمسرح الاجتماعي وتعني أن الحياة اليومية هي عبارة عن سلسلة من العروض المسرحية، حيث يلعب الأفراد أدواراً مختلفة في مواقف مختلفة. كل موقف اجتماعي هو عبارة عن "مسرح" حيث يتم تقديم العروض، والوجه وهو الصورة التي يسعى الفرد إلى تقديمها للآخرين، وهي تشمل الصفات والسمات التي يريد أن يرتبط بها، وخطاب المسرح وهو الخطاب الذي يستخدمه الفرد لبناء وجهه، وإقناع الآخرين بقبول هذا الوجه، والأخطاء في العرض؛ وتحدث أخطاء في العرض عندما لا يتفق السلوك مع الوجه الذي يتم تقديمه، مما يؤدي إلى الشعور بالحرج أو الخجل.

وعلى الرغم من أن التمثيل المسرحي وإدارة الانطباعات يتشابهان في بعض الجوانب، إلا أنهما يختلفان في نقاط جوهرية، فمثلاً نظرية التمثيل المسرحي تركز بشكل أساسي على الأدوار التي يلعبها الأفراد في الحياة الاجتماعية، وكيفية تأدية هذه الأدوار بشكل مقنع، كما تفصل النظرية بين الواجهة الأمامية، وهي الصورة التي نقدمها للآخرين، والواجهة الخلفية، وهي الهوية الحقيقية أو الذات الداخلية، وتعتبر النظرية أن الآخرين هم جمهور يشاهد أداءنا، ونحن نسعى لإقناعهم بصدق أدائنا، وبالتالي تسلط الضوء على الطبيعة

الاجتماعية للبشر، وكيف أننا ننشئ أنفسنا من خلال التفاعلات الاجتماعية.

أما نظرية إدارة الانطباعات فتركز بشكل أكبر على الانطباعات التي نريد أن نتركها لدى الآخرين، وكيفية التحكم في هذه الانطباعات، وتشير إلى أن الأفراد يقومون بتلاعب متعمد بالانطباعات لخدمة أغراضهم الشخصية، كما تركز النظرية على الأهداف التي يسعى الأفراد إلى تحقيقها من خلال إدارة انطباعاتهم، مثل الحصول على القبول الاجتماعي أو تحقيق مكاسب مادية، وتؤكد أيضًا على أهمية السياق الاجتماعي في تشكيل الانطباعات، وكيف أن السلوك نفسه قد يحمل معاني مختلفة في سياقات مختلفة.

ويسعى الأفراد على مواقع التواصل الاجتماعي إلى تقديم صورة معينة لأنفسهم من خلال الصور والمنشورات التي يشاركونها. إذا كان الشخص يشعر بأنه لا يتلقى التقدير أو الإعجاب الذي يتوقعه، قد يشعر بالقلق أو الاستياء. (Nickerson, 2024). لذلك، يمكن القول: إن نظرية التمثيل المسرحي تقدم وصفًا عامًا لكيفية تفاعل الأفراد في المجتمع، بينما تركز نظرية إدارة الانطباعات على العمليات الذهنية والاجتماعية التي تقف وراء هذا التفاعل.



شكل رقم (٥): الانطباع: بين التمثيل والإدارة

٢- تقديم الذات عبر الفضاء الرقمي:

مع تقدم العصر الرقمي، شهدنا تحولات غير مسبوقة في مختلف جوانب الحياة الإنسانية. لقد أحدثت التطورات في الخوارزميات، البيانات الضخمة، الذكاء

الاصطناعي، والاتصالات العالمية، تغييرات جذرية في كل جانب من جوانب حياتنا اليومية. هذه التحولات تشمل معالجة المعلومات، الاتصالات، البنية التحتية، الخدمات اللوجيستية، التمويل، التجارة، الصناعة، الاقتصاد، التعليم، والرعاية الصحية. بالإضافة إلى ذلك، ظهرت أنواع جديدة من وسائل التواصل الاجتماعي والمجتمعات الرقمية، والواقع الافتراضي، والـ Metaverse، وهو بيئة افتراضية تجمع بين العالمين المادي والرقمي من خلال تقنيات رقمية متقدمة، مما يعزز تجربة تفاعلية جديدة تمزج بين الواقع والخيال الرقمي.

لذلك مع تطور التكنولوجيا، توسّعت إمكانيات التعبير المتاحة للأفراد في التفاعلات الإلكترونية، ومع ازدهار ثقافة التواصل عبر الإنترنت، أصبح بإمكان الناس استثمار أيّ أدواتٍ متاحة لبناء هوياتهم التعبيرية. وبالتالي، أصبحت الاتصالات الإلكترونية أكثر تشابهاً بالتفاعلات الإنسانية المباشرة، متجاوزةً مجرد نقل المعلومات بكفاءة بين الطرفين، ولكن قبل استكشاف كيفية استخدام الموارد الإلكترونية لبناء انطباعاتٍ عن الذات، من الضروري فهم الاختلافات الجوهرية بين التفاعل الإلكتروني والتواصل وجهًا لوجه، وكذلك تحديد الموارد التعبيرية المتاحة في كلّ منهما.

وفي عصرنا الرقمي، باتت المنصات الرقمية، وخاصةً وسائل التواصل الاجتماعي المرئية، جزءًا لا يتجزأ من حياة الشباب، وتلعب صور السيلفي، على وجه الخصوص، دورًا مهمًا في تشكيل هوياتهم والتواصل مع الآخرين، ولكن ما الذي يميز صور السيلفي عن الصور الشخصية أو الجماعية؟، حيث رأى تشاو وزابافينيا (٢٠١٨) بأن جوهر صور السيلفي يكمن في "المقدمة الإيمائية لمنظور المصور". بمعنى آخر، يصبح الجسد أداةً للتعبير عن الذات، تمامًا مثل الصورة الشخصية التقليدية التي تُظهر وجه المصور أو أجزاءً من جسده، ولكن صور السيلفي تذهب أبعد من ذلك، فهي تُستخدم للتواصل البصري، وتمثيل الذات في الفضاء الرقمي، وعلى الرغم مما تُثيره بعض وسائل الإعلام من انتقادات حول "أنانية" الشباب و"هوسهم" بصور السيلفي، إلا أن الدراسات

الأكاديمية تُشير إلى أن هذه المنصات تُوفر أدوات قويةً لتمكين الذات وتغييرها، فكما أوضح جونثرت (٢٠١٥) وهيس (٢٠١٥)، فإن صور السيلفي تعتبر شكلاً أساسياً من أشكال العرض الذاتي البصري الذي يستخدمه الشباب للتعبير عن أنفسهم، وتكوين هوياتهم في الفضاء الرقمي. (Gorea, 2021)

كما تُعدّ صور السيلفي ظاهرة شائعة بشكلٍ متزايد بين الشباب، وذلك لما تُتيح من إمكانيات هائلة للتعبير عن الذات واستكشاف علاقتهم بـ "الأماكن والفضاء والهويات الثقافية المختلفة". وتُعزى شعبية صور السيلفي إلى عدة عوامل، منها: بساطة تقنيات التصوير لأنها لا تتطلب معدات باهظة الثمن أو مهاراتٍ تقنية عالية، بل يمكن التقاطها بسهولة باستخدام هواتفهم الذكية، كما أن انتشار الصور عبر المنصات الرقمية ووسائل التواصل الاجتماعي وشبكات الإنترنت الأخرى للمستخدمين، وتُتيح مشاركة هذه الصور مع أصدقائهم وعائلاتهم بسهولة وسرعة، كما تُعدّ وسيلةً فعالةً لتمثيل الذات والتعبير عن الشخصية والمزاج والأفكار التواصل البصري، وتُستخدم كشكلٍ من أشكال التواصل البصري بين الشباب، لأنها تُسهّم في نقل المشاعر والأفكار دون الحاجة إلى كلمات. وبشكلٍ عام، تُعدّ صور السيلفي ظاهرةً ثقافيةً مهمةً، تعكس اهتمامات الشباب ورغباتهم في التعبير عن أنفسهم والتواصل مع الآخرين في عصرنا الرقمي. (Gorea, 2021)

وأحدثت الثورة الرقمية تغييرات جذرية في مختلف جوانب الحياة، بما في ذلك مفهوم "المجتمع"، فلم يعد المجتمع يقتصر على المساحة المادية، بل أصبح يشمل أيضاً الفضاءات الرقمية التي يتفاعل فيها الأفراد بشكلٍ متزايد، ويُشكل هذا التطور تحدياً مهماً لعلم الاجتماع، حيث يتطلب إعادة النظر في النظريات والمنهجيات التقليدية لفهم طبيعة "المجتمع الرقمي". ومن الضروري التمييز بدقة بين مصطلحي "الواقعي" و"الافتراضي" لتجنب سوء الفهم: فالافتراضي: يُشير إلى ما هو غير ملموس وغير موجود مادياً، والرقمي: يُشير إلى ما هو موجود في الفضاء الإلكتروني، وله وجود ملموس على شكل بيانات ومعلومات،

ويُعدّ هذا التمييز دقيقاً من الناحية الفلسفية، فالافتراضي لا يتناقض مع الحقيقي، بل مع الفعلي: فالشجرة موجودة افتراضياً في البذرة، لكنها ليست موجودة فعلياً حتى تنمو.

ويُشكل "الواقع الرقمي" ظاهرة اجتماعية جديدة لها تأثيرات عميقة على مختلف جوانب الحياة، كما يُقدم علم الاجتماع أدوات تحليلية لفهم طبيعة "المجتمع الرقمي" والتفاعل الاجتماعي فيه، وتُقدم نظرية جوفمان إطاراً مفيداً لفهم التفاعل الاجتماعي في "الواقع الرقمي"، كما يُقدم الأفراد "عرضاً" للذات في الحياة الواقعية من خلال المظهر والسلوك واللغة، فإنهم يُقدمون أيضاً "عرضاً" للذات في العالم الرقمي من خلال: اللقب: اسم المستخدم أو الاسم المستعار الذي يختاره الفرد، والرمزية: الصور والرموز التي يستخدمها الفرد للتعبير عن هويته، والزي: الصورة الرمزية أو الصورة الشخصية التي يستخدمها الفرد، والشكل: طريقة تفاعل الفرد مع الآخرين في العالم الرقمي، مثل نوع المحتوى الذي ينشره وطريقة مشاركته.

كما تساعد نظرية جوفمان في فهم كيفية استخدام الأفراد للوسائط الرقمية لتقديم أنفسهم للآخرين، وكيفية تأثير ذلك على التفاعل الاجتماعي، ويشير فيليبو فيريليو (فيلسوف وعالم اجتماع إيطالي) إلى أنّ "الافتراضي" لا يتعارض مع "الواقع" بشكل عام، بل مع "الواقع الفعلي". الافتراضي: يُشير إلى ما هو غير ملموس وغير موجود مادياً، والواقع الفعلي: يُشير إلى الواقع المادي الملموس. لذلك، نستخدم مصطلح "الرقمي" بدلاً من "الافتراضي" لتجنب أي لبس، خاصة وأنّ بعض الأفراد قد يترجمون "الافتراضي" إلى "شبه حقيقي"، ويعدّ الواقع الرقمي مسرحاً للتفاعل الاجتماعي، ويشكل "الواقع الرقمي" مسرحاً جديداً للتفاعل الاجتماعي، حيث يُمارس الأفراد مختلف أشكال التفاعل الاجتماعي من خلال الوسائط الرقمية، ويحتفظ التفاعل الاجتماعي في الواقع الرقمي بجميع عناصر التفاعل الاجتماعي التقليدي من حيث: التواصل وتبادل المعلومات والأفكار والمشاعر بين الأفراد، والمعنى في فهم سلوكيات وأفعال الآخرين من خلال

السياقين الاجتماعي والثقافي، وبالتالي يُساعد التمييز بين الواقع الرقمي والواقع الفعلي في فهم طبيعة التفاعل الاجتماعي في كل من المساحتين. (Pérez, 2024)

كما تشير الدراسات الاجتماعية إلى وجود علاقة ديناميكية بين تقديم الذات على وسائل التواصل الاجتماعي وتطور الهوية لدى الشباب، لأن هذه المنصات تُتيح للشباب مساحة لاستكشاف هويتهم، وذلك من خلال مشاركة الصور ومقاطع الفيديو والكتابات التي تُظهر جوانب محددة من شخصياتهم، كما يميل الشباب على وسائل التواصل الاجتماعي إلى تقديم صورة ذاتية مُتحيزة إيجابياً، حيث يُركزون على إبراز أفضل صفاتهم وإنجازاتهم، ويلعب جمهور وسائل التواصل الاجتماعي وخصائصه دوراً مهماً في كيفية تقديم الشباب لذواتهم وفهمهم لمفهوم الهوية، كما تُتيح للشباب تحرير وصياغة صورهم بشكل أكبر، مقارنة بالتفاعلات غير المتصلة بالإنترنت، ويُقدم الشباب جوانب مختلفة من أنفسهم اعتماداً على الجمهور المستهدف لرسائلهم من خلال التقديم الذاتي على الإنترنت، ويُنظم الشباب انطباعاتهم عن أنفسهم بشكل مُتعمد، وغالباً ما يكون ذلك بهدف الحصول على موافقة وتقدير الآخرين (إدارة الانطباعات)، وتُتيح وسائل التواصل الاجتماعي للشباب فرصة اختبار مفهوم هويتهم أمام جمهور مُتنوع، مما يُساعدهم على فهم ذواتهم بشكل أفضل.

كما يسعى الشباب على وسائل التواصل الاجتماعي إلى تنظيم انطباعاتهم عن أنفسهم بشكل مُتعمدٍ لخلق صورةٍ جذابة تُحظى بموافقة المُستخدمين والمتابعين الآخرين، خاصةً من الأقران والأصدقاء، كما تُتيح لهم عرضاً انتقائياً للذات، حيث يستطيع الشباب تعديل ملفاتهم الشخصية لجمهورٍ مُختارٍ بعناية. ومع ذلك، تسمح هذه المنصات أيضاً بالتعبير عن الذات بطريقةٍ أكثر صدقاً أو أصالة، وذلك من خلال إمكانية التعديل قبل النشر، لنقل حالةٍ مزاجيةٍ أو فكرةٍ معينة عن النفس، كما يُمكن استخدام عرض الذات كأداةٍ للتأثير على إدارة الانطباعات المستقبلية، حيث تُقدم ملاحظاتٍ قيّمةٍ حول كيفية استقبال الآخرين للصورة المُقدمة. (Pérez, 2024)

وتشمل الأنواع الشائعة من عرض الذات المتعلقة بإدارة الانطباعات منها التقرب وهو السلوك الأكثر شيوعًا، ويهدف إلى خلق صورة مُمتعة ومحببة على وسائل التواصل الاجتماعي. مثال على ذلك: إظهار اللطف، نشر محتوى مضحك، توجيه كلماتٍ إيجابيةٍ للآخرين، والترويج الذاتي ويهدف إلى تسليط الضوء على المهارات والموهب والكفاءات والمعرفة. أمثلة على ذلك: مشاركة إنجازاتٍ رياضيةٍ أو موسيقيةٍ، وعرض مهاراتٍ ومعرفةٍ في مجالاتٍ مختلفةٍ، ويلجأ الشباب إلى هذه الأنواع من عرض الذات سعيًا وراء خلق صورةٍ إيجابيةٍ لأنفسهم على وسائل التواصل الاجتماعي (مع الميل للتحيز الإيجابي)، كما يميل الشباب إلى مقارنة أنفسهم بأقرانهم بشكلٍ مُستمرٍ، ويُعدّ القبول الاجتماعي من قبل الأقران لهم ضروريًا لبناء الهوية.

يعد تقديم الذات على وسائل التواصل الاجتماعي عملية تفاعلية تتضمن تأملات الفرد في هويته الحالية والهوية المُحتملة، وذلك مع الأخذ بعين الاعتبار الجمهور والسياق الاجتماعي، وتلعب ملاحظات الجمهور دورًا مهمًا في تشكيل مفهوم الذات والهوية للشباب على وسائل التواصل الاجتماعي، كما تُسهّم التفاعلات الاجتماعية المتعددة مع الجمهور (مثل الأصدقاء والمتابعين) في تشكيل الهوية وتشكيل المعتقدات (مفهوم الذات) والقيم والسلوكيات، ويتيح التواصل مع أشخاص آخرين يمرون بنفس عملية تقديم الذات على وسائل التواصل الاجتماعي للشباب فرصة التعلم من تجاربهم والاستفادة من ملاحظاتهم، مما يُساعدهم على فهم أنفسهم بشكل أفضل وتطوير هويتهم.

ويحرص الشباب على وسائل التواصل الاجتماعي على إبراز صورة هوية مثالية أو مرغوبة، وذلك بدافع الرغبة الاجتماعية والحاجة إلى القبول، وتمنح هذه المنصات العديد من الفرص لتنسيق هوية الفرد وتقديمها لجمهورٍ أوسع، ويُصمم المستخدمون ملفاتهم الشخصية مع مراعاة الجمهور المستهدف، حيث يُدركون طبيعة هذا الجمهور على وسائل التواصل الاجتماعي، وهناك أنواع من الجمهور على وسائل التواصل الاجتماعي، وهم الجمهور الحقيقي الذي يشمل الأصدقاء

والأقران والعائلة، والجمهور القريب ويشمل الأشخاص الذين يعرفهم المستخدم في الحياة الواقعية، لكن لا يتفاعل معهم بشكل مباشر على وسائل التواصل الاجتماعي، والجمهور البعيد ويشمل الأشخاص الذين لا يعرفهم المستخدم في الحياة الواقعية، لكن يتخيلهم كمتفاعلين معه على وسائل التواصل الاجتماعي.

وتلعب ردود الفعل من الأقران (الجمهور الحقيقي) على وسائل التواصل الاجتماعي دورًا مهمًا للغاية في بناء هوية الشباب، حيث يُظهر الشباب تركيزًا متزايدًا على الذات على هذه المنصات، حيث يُصبحون حساسين للغاية لردود الفعل من الأقران، وتسمح وسائل التواصل الاجتماعي بتعديل وتحسين الملفات الشخصية عبر الإنترنت (العرض الذاتي) لاستنباط ردود فعل إيجابية، عادةً من خلال التعليقات والإعجابات، وتُصبح هذه الملاحظات أكثر علنية واستمرارًا ووضوحًا للآخرين (الجمهور عبر الإنترنت)، مما يُضفي عليها تأثيرًا قويًا على احترام الذات والتقييم الذاتي لقيمة الفرد كشخص، كما يمكن أن تؤثر الملاحظات السلبية بشكل سلبي على احترام الذات والتقييم الذاتي للشباب، مما قد يؤدي إلى الشعور بقلّة القيمة والألم النفسي. وفي المقابل، تعمل ملاحظات الأقران الإيجابية على تعزيز احترام الذات وإثبات صحة مفهوم الذات، مما يوفر للشباب شعورًا بالقبول والثقة بالنفس.

ويتخيل الشباب على وسائل التواصل الاجتماعي وجهة نظر الجمهور حول ملفاتهم الشخصية ومنتشوراتهم عبر الإنترنت، ويحاولون التصرف تجاه الجمهور الخيالي المتصور والتفاعل معه، مما يُساعد على تعزيزه، ويُشير مصطلح "الجمهور الخيالي" إلى الاعتقاد بأن الآخرين يفكرون فيك ويحكمون عليك طوال الوقت، وأنت في مركز اهتمام الآخرين (إعجابًا أو نقدًا)، وهذه العملية أكثر حدة عند الشباب الذين يمرون بمرحلة بناء الهوية، فمن وظائف الجمهور الخيالي التعبير عن الهوية الذي يُتيح للجمهور الخيالي للشباب، التعبير عن هويتهم واستكشافها من خلال تقديم أنفسهم للجمهور المتصور، كما يلعب الجمهور الخيالي دورًا مهمًا في شعور الشباب بالانتماء، خاصةً بالنسبة لأولئك

الذين لا يرتبطون بأقرب الروابط الاجتماعية مثل الأسرة. (Pérez, 2024)

بناء على كل ما سبق؛ يوفر الفضاء الرقمي فرصًا هائلة للتواصل والتعبير عن الذات. يمكن للأفراد الاستفادة من هذه الفرص لبناء علاقات إيجابية، وتطوير مهاراتهم، وتحقيق أهدافهم. لذلك نحاول من خلال هذه الدراسة الكشف عن كيفية تقديم الشباب المصري لذواتهم عبر الفضاء الرقمي على ضوء نظرية إرفينج جوفمان. وبالتالي، تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على كيفية استخدام الشباب المصري للفضاء الرقمي كمنصة لتقديم ذواتهم، وذلك من منظور نظرية إرفينج جوفمان عن إدارة الانطباعات. وسيتم تطوير مقياس خاص لهذه الدراسة لقياس أبعاد مختلفة من عملية تقديم الذات في هذا السياق.

سابعًا: منهجية الدراسة وأدواتها:

(١) المنهج والعينة وأدوات جمع البيانات:

اعتمدت الدراسة على استخدام المناهج الكمية، من خلال عمل مسح ميداني، حيث استعانت الباحثة باستخدام مقياس من خلال نموذج يحتوي على ثلاثة محاور وعدة مؤشرات، لقياس كيفية تقديم الشباب لذواتهم عبر الفضاء الرقمي لدى عينة الدراسة، بالاعتماد على مقياس كأداة لجمع البيانات، وتم صياغته بناءً على عدد من المحاور؛ منها المحور الأول: البيانات الأساسية، والمحور الثاني: دوافع الشباب لبناء صورة إيجابية لأنفسهم على منصات التواصل الاجتماعي، والثالث: الطرق التي يتبعها الشباب لتشكيل صورتهم الذاتية عبر الإنترنت، والرابع: الدور الذي يلعبه الفضاء الرقمي في تكوين هوية الشباب، وعُرضت الاستمارة على عدد من المحكمين من ذوي الخبرة في علمي الاجتماع والإحصاء، وذلك للاسترشاد بأرائهم في مدى مناسبة عبارات المقياس للهدف منها، والتأكد من قدرة المقياس على تحقيق الغرض الذي وضع من أجله، وذلك للتحقق من أن الأداة مناسبة للهدف الذي صممت من أجله، واقترحوا بعض الملاحظات والتعديلات التي أسهمت في تطوير عبارات المقياس.

تم جمع البيانات عبر إرسال استبانة إلكترونية باستخدام تطبيقات مواقع التواصل الاجتماعي، كما تم الاعتماد على عدد من الباحثين المتخصصين في جمع البيانات لاستيفاء بعض الاستمارات من خلال مقابلة أفراد من العينة الذين ليس لديهم مؤهلات تعليمية، ولكنهم يجيدون القراءة والكتابة والتعامل عبر فيسبوك. نظرًا لصعوبة سحب العينة عبر الإنترنت، تم اختبار نظرية "إدارة الانطباعات" لإرفينج جوفمان على المستوى الكمي باستخدام مقياس قامت الباحثة بتطويره، وبسبب التحديات المرتبطة بسحب عينة عشوائية عبر الإنترنت، وضعت الباحثة مجموعة من الشروط المستندة إلى المؤشرات الإحصائية المتعلقة بالمجتمع المصري فيما يخص استخدام منصات التواصل الاجتماعي. وقد أكدت الدراسات السابقة أن مستخدمي هذه المنصات في مصر يقضون في المتوسط ساعتين وأربعين دقيقة يوميًا، ولذلك فقد تم تحديد شرط استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لمدة لا تقل عن ٦٠ دقيقة يوميًا. بالإضافة إلى ذلك، تم اشتراط أن يكون الأفراد مشتركين في مواقع التواصل الاجتماعي منذ ثلاث سنوات على الأقل، وذلك استنادًا إلى المؤشرات الإحصائية التي تدعم هذا الشرط. ولقد استجاب للاستبانة الإلكترونية (٣٤١) مبحوثًا، وبعد المراجعة المكتبية للاستجابات، واستبعاد الاستجابات غير المكتملة، استقرت العينة على (٣١٢) مبحوثًا، وجمعت البيانات في الفترة من ٧-١-٢٠٢٣ وحتى ١٥-٨-٢٠٢٣، وتم استخلاص نتائج توضح على طبيعة إدارة الانطباع لدى الشباب، وتوصلت الدراسة الميدانية إلى نتائج لها دلالات نظرية وتطبيقية فيما يتصل بنظرية إدارة الانطباع من خلال المقياس الكمي.

(٢) الخصائص الديموغرافية لعينة الدراسة:

تعرض الدراسة في هذا السياق الخصائص الديموغرافية للعينة، وذلك على النحو التالي:

(أ) توزيع العينة حسب النوع الاجتماعي:

يكشف الجدول رقم (١) أن نسبة الذكور بين عينة الدراسة بلغت (٢٨,٢)

بينما نسبة الإناث (٧١,٨٪).

جدول رقم (١): توزيع عينة الدراسة حسب النوع الاجتماعي

النوع	العدد	النسبة
ذكر	٨٨	٢٨,٢
أنثى	٢٢٤	٧١,٨
الإجمالي	٣١٢	١٠٠

(ب) الحالة التعليمية:

توضح بيانات الجدول رقم (٢) أن عينة الدراسة متعلمة، وتمثل غالبية المستويات التعليمية، وجاءت أعلى نسبة لأصحاب المؤهلات الجامعية (بكالوريوس، ماجستير، دكتوراة) حيث بلغت (٧٢,٤٪)، تليها نسبة (٢٢,٨٪) للدراسات العليا المتخصصة (دبلومات، شهادات مهنية)، وجاءت في المرحلة الثالثة بنسبة (٤,٨٪) رحلة ما قبل الجامعة (ابتدائية، إعدادية، ثانوية عامة) بنسبة (١٢,٦٪).

جدول رقم (٢): توزيع العينة حسب الحالة التعليمية

الحالة التعليمية	العدد	النسبة
مرحلة ما قبل الجامعة (ابتدائية، إعدادية، ثانوية عامة)	١٥	٤,٨
مرحلة الجامعة (بكالوريوس، ماجستير، دكتوراة)	٢٢٦	٧٢,٤
دراسات عليا متخصصة (دبلومات، شهادات مهنية)	٧١	٢٢,٨
الإجمالي	٣١٢	١٠٠

(ج) توزيع عينة الدراسة حسب الفئة العمرية:

يتبين من بيانات الجدول رقم (٣)، أن عينة الدراسة تعتبر عينة شابة، وهذا يتناسب مع موضوع الدراسة وأهدافها؛ حيث إن الشباب هم أكثر الفئات العمرية استخدامًا لمنصات التواصل الاجتماعي، وبالنسبة للفئة العمرية (١٨-٢٣) سنة بلغت النسبة (٣٠,٧٪)، علاوة على أن نسبة (٤٧,٨٪) في الفئة العمرية (٢٣-٢٨)، أما الفئة العمرية (٢٨-٣٣) بلغت النسبة (٢١,٤٪).

جدول رقم (٣): توزيع العينة حسب العمر

العمر	العدد	النسبة
(٢٣-١٨)	٩٦	٣٠,٧
(٢٨-٢٣)	١٤٩	٤٧,٨
(٣٣-٢٨)	٦٧	٢١,٤
الإجمالي	٣١٢	١٠٠

(د) الحالة الاجتماعية:

تشير بيانات الجدول رقم (٤) إلى بيانات الحالة الاجتماعية لعينة الدراسة؛ حيث جاءت أعلى نسبة للحالة الاجتماعية (عزب) وبلغت (٥٤,٥٪)، تليها نسبة الحالة الاجتماعية (متزوج) وبلغت (٤٣,٩٪)، وفي المرتبة الثالثة الحالة الاجتماعية (مطلق) بنسبة (١,٣٪)، وأخيراً، أصحاب الحالة الاجتماعية (أرمل) وبلغت نسبتهم (٠,٣٪).

جدول رقم (٤): توزيع العينة حسب الحالة الاجتماعية

الحالة الاجتماعية	العدد	النسبة
عزب	١٧٠	٥٤,٥
متزوج	١٣٧	٤٣,٩
مطلق	٤	١,٣
أرمل	١	٠,٣
الإجمالي	٣١٢	١٠٠

(هـ) توزيع عينة الدراسة حسب محل الإقامة:

يتضح من بيانات الجدول رقم (٥) أن نسبة (٧٢,٨٪) من عينة الدراسة يعيشون بالمدن والمناطق الحضرية، بينما بلغت نسبة من يعيشون في القرى والمناطق الريفية حوالي (٢٧,٩٪).

جدول رقم (٥): توزيع العينة حسب محل الإقامة

النسبة	العدد	محل الإقامة
٢٧,٩	٨٥	ريف
٧٢,٨	٢٢٧	حضر
١٠٠	٣١٢	الإجمالي

(و) مدة استخدام وسائل التواصل الاجتماعي:

يتضح من بيانات الجدول التالي رقم (٦) أن أعلى نسبة في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وصلت لأكثر من ٤ ساعات يوميًا، أما من ٢-٣ ساعات كانت بنسبة (٣٥,٩)، وجاءت أقل نسبة (٢,٢) من يستخدمونه أقل من ساعة، ولا يوجد استخدام لساعة واحدة فقط، وهو ما أكدت عليه إحصائية ستاتيسستا، أن متوسط الوقت اليومي المستغرق على وسائل التواصل الاجتماعي (بالساعات والدقائق) في مصر (٢,٤٠) ^(١) وأكدت على ذلك دراسة (Mingoa et al., 2017a) إلى أن الشباب شغوفون بوسائل التواصل الاجتماعي، حيث يقضون ما يقرب من ثلاث ساعات يوميًا على وسائل التواصل الاجتماعي، مما يشير إلى أن وسائل التواصل الاجتماعي تشكل محورًا لحياتهم اليومية.

جدول رقم (٦): مدة استخدام وسائل التواصل الاجتماعي

النسبة	العدد	مدة استخدام وسائل التواصل الاجتماعي
٢,٢	٧	أقل من ساعة يوميًا
٠	٠	١ ساعة يوميًا
٣٥,٩	١١٢	٢-٣ ساعات يوميًا
٦١,٩	١٩٣	أكثر من ٤ ساعات يوميًا
١٠٠	٣١٢	الإجمالي

(١) <https://www.statista.com/statistics/270229/usage-duration-of-social-networks-by-country/>

(٣) ثبات أداة الدراسة:

تعرض بيانات الجدول رقم (٧) معاملات ثبات المقياس المستخدم في الدراسة ومحاوره المختلفة، وذلك بهدف التأكد من ثبات أداة الدراسة، وباستخدام معامل ألفا كرونباخ Cronbach Alpha.

جدول رقم (٧): معاملات ثبات المقياس

معامل الثبات ألفا	عدد العبارات	المحور
٠,٧٠٦	٦	دوافع الشباب لبناء صورة إيجابية لأنفسهم على منصات التواصل الاجتماعي
٠,٨٠٨	١٣	الطرق التي يتبعها الشباب لتشكيل صورتهم الذاتية عبر مواقع التواصل الاجتماعي
٠,٧٨٢	١٢	الدور الذي يلعبه الفضاء الرقمي في تكوين هوية الشباب

تشير بيانات الجدول السابق، إلى أن قيمة ألفا كرونباخ للمحور الأول الخاص بدوافع الشباب لبناء صورة إيجابية لأنفسهم على منصات التواصل الاجتماعي بلغت (٠,٧٠٦)، بينما (٠,٨٠٨) لمحور الطرق التي يتبعها الشباب لتشكيل صورتهم الذاتية عبر مواقع التواصل الاجتماعي، أما بالنسبة لمحور الدور الذي يلعبه الفضاء الرقمي في تكوين هوية الشباب فبلغت (٠,٧٨٢)، وفي ضوء هذه النسب يتضح أن معاملات الثبات مرتفعة لكل المقاييس؛ وقد تحققت الباحثة من ثبات استمارة الدراسة من خلال معامل ألفا كرونباخ Cronbach's Alpha Coefficient، وتأكدت من صدق وثبات مقياس الدراسة مما يجعلها على ثقة بصحة المقياس وصلاحيته في تحليل النتائج، والإجابة عن أسئلة الدراسة واختبار فروضها، وتم التطبيق على عينة عددها (٣٣١) مفردة، ولكن تم استبعاد (١٩) استمارة لعدم اكتمال البيانات.

سابعًا: نتائج الدراسة: التحليل والتفسير:

تقدم الدراسة هنا الإجابة عن التساؤلات التي ارتكزت عليها الدراسة؛ علاوة على تحليل النتائج وتفسيرها على خلفية الإطار النظري والأدوات التفسيرية الأخرى.

(١) دوافع الشباب لبناء صورة إيجابية لأنفسهم على منصات التواصل

الاجتماعي:

يشكل الشباب اليوم جزءًا كبيرًا من مستخدمي منصات التواصل الاجتماعي، حيث يقضون ساعات طويلة في تصفح المحتوى والتفاعل مع الآخرين، ويسعى الكثير منهم جاهدًا لبناء صورة إيجابية لأنفسهم على هذه المنصات، وتشير الدراسات الحديثة إلى أن منصات التواصل الاجتماعي تمثل فضاءات حيوية لبناء الهوية لدى الشباب، حيث يتفاعلون مع الآخرين بشكل كبير ويستكشفون جوانب شخصيتهم. من خلال مشاركة المحتوى والتفاعل مع التعليقات، ويقوم الشباب بصياغة صورة ذاتية متماسكة والتعرف على أنفسهم بشكل أفضل.

بناءً على ذلك، ما دوافع الشباب لبناء صورة إيجابية لأنفسهم على منصات التواصل الاجتماعي من وجهة نظر عينة الدراسة؟ والإجابة عن هذا السؤال توضحه بيانات الجدول رقم (٨)، وفيما يلي عرض لأهم نتائج التحليل الإحصائي لعبارات "دوافع الشباب لبناء صورة إيجابية لأنفسهم على منصات التواصل الاجتماعي"، حيث جاء حساب قيمة كل من الوسط الحسابي والانحراف المعياري لكل عبارة من عبارات دوافع الشباب، لبناء صورة إيجابية لأنفسهم على منصات التواصل الاجتماعي لتوصيف المتغير ودراسة اتجاهات استجابات المفردات، وكذلك تم استخدام اختبار (ت) لفحص مدى معنوية هذه الاستجابات، حيث إن الفرض العدمي هو أن يساوي متوسط إجابات المبحوثين على العبارة غير معنوي، وضده الفرض البديل بأن يكون متوسط استجابات

المبحوثين معنوياً، فإذا كانت (P- Value) (Sig Value) أصغر من مستوى دلالة ($\alpha = 0,05$). فإن ذلك يدل على معنوية إجابات المبحوثين، وإذا كانت قيمة المعنوية أكبر من مستوى دلالة ($\alpha = 0,05$). فإن ذلك يدل على عدم معنوية استجابات المبحوثين. كما أنه تم استخدام التحليل العاملي التوكيدي، وذلك لمعرفة قيم التحويلات المعيارية، وأهمية العبارات، وكذلك معنوية هذه التحويلات، وهل هي كافية لدراسة دوافع الشباب لبناء صورة إيجابية لأنفسهم على منصات التواصل الاجتماعي لدى المبحوثين، وكانت النتائج كما هي موضحة في الجدول التالي. وبناءً عليه، ما دوافع الشباب لبناء صورة إيجابية لأنفسهم على منصات التواصل الاجتماعي من وجهة نظر عينة الدراسة؟ والإجابة عن هذا السؤال توضحه بيانات الجدول التالي:

جدول رقم (٨): دوافع الشباب لبناء صورة إيجابية لأنفسهم على منصات التواصل الاجتماعي

نتائج التحليل العاملي	معنوية التقديرات	المعنوية التقديرات	قيمة "ت"	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الاستجابة			العبارات	
						غير موافق	محايد موافق	موافق		
***	٠,٥٢٤	***	١٠٢,٣٥	٠,٧٢٨٨	١,٧١٧٩	٥١	١٢٢	١٣٩	ك	وجودي على مواقع التواصل يعزز ثقتي بذاتي.
						١٦,٣	٣٩,١	٤٤,٦	ل	
***	٠,٥٣٩	***	٤١,٦٣٨	٠,٧٧٣٣	١,٨٣٩٧	٧٢	١١٨	١٢٢	ك	أظهر أفضل ما لدي على مواقع التواصل الاجتماعي.
						٢٣,١	٣٧,٨	٣٩,١	ل	
***	٠,٥٢٤	***	٤٢,٠٢٢	٠,٧٦٩١	١,٩٨٧٢	٨٧	١٣١	٩٣	ك	أكتشف العديد من جوانب هويتي عبر وجودي على مواقع التواصل الاجتماعي.
						٢٧,٩	٤٢	٢٩,٨	ل	
***	٠,٦٧٧	***	٤٥,٦٤	٠,٨١٣٥	٢,٠٢٥٦	١٠٧	١٠٦	٩٩	ك	أستخدم الإنترنت للهروب من المشاكل في حياتي اليومية.
						٣٤,٣	٣٤	٣١,٧	ل	
***	٠,٥٦٥	***	٤٣,٩٨٥	٠,٨٢٦٢	١,٨٩١	٩١	٩٦	١٢٥	ك	نتيح لي مواقع التواصل التعبير عن بعض الممارسات التي لا يمكن أن أعبر عنها في الواقع.
						٢٩,٢	٣٠,٨	٤٠,١	ل	
***	٠,٥٩٨	***	٣٧,٨٤٥	٠,٨١٠٨	١,٧٣٧٢	٧٢	٨٦	١٥٤	ك	كثيراً ما أعبر من خلال مواقع التواصل عن الجوانب الخفية في شخصيتي.
						٢٣,١	٢٧,٦	٤٩,٤	ل	

قيمة ألفا كرونباخ = (٠.٧٠٦)

(*** تشير الي معنوية العبارات عند مستوى معنوية ٥% وبدرجة ثقة ٩٥%).

بالنظر إلى الجدول السابق نجد أن نتائج المقاييس الإحصائية المستخدمة، أكدت على نجاح الباحثة في اختيار العبارات التي كونت توصيف دوافع الشباب

لبناء صورة إيجابية لأنفسهم على منصات التواصل الاجتماعي، وتضمنت (٦) عبارات باتجاه عام "موافقة"، وتشير أيضًا إلى التقارب في المتوسطات الحسابية بمستويات منخفضة لقيم الانحراف المعياري، ونلاحظ أنه من خلال القياس لم يكن هناك اختلاف في وجهات نظر المستقصى منهم حول العبارات، وقلة تشتت أفكارهم، وهو ما يشير إلى تجانس مفردات الدراسة. لذلك، فقد نجحت الباحثة في اختيار العينة بشكل سليم إحصائيًا.

وبالنظر إلى قيم الانحراف المعياري نجد أنها قيم قليلة نسبيًا، وهو ما يدل على انخفاض تشتت آراء العينة، وترابط أفكارهم، وهو ما يبرهن على دقة اختيار العينة من قبل الباحثة، وكانت قيمة معامل ألفا كرونباخ عالية ومقبولة لأنها تخطت ٧٠٪، وهذا يعنى ثبات التطبيق وإمكانية الاعتماد عليه في دراسة وقياس دوافع الشباب لبناء صورة إيجابية لأنفسهم على منصات التواصل الاجتماعي، وبذلك تكون الباحثة قد تأكدت من صدق وثبات العبارات، مما يجعلها على ثقة بصحة العبارات وصلاحيتها لتحليل النتائج، والإجابة عن أسئلة الدراسة واختبار فروضها.

ولاختبار معنوية العبارات المستخدمة في دوافع الشباب لبناء صورة إيجابية لأنفسهم على منصات التواصل الاجتماعي، كانت متوسط استجابات المبحوثين على العبارات معنوية، حيث كانت قيمة المعنوية أقل من (٠,٠٥) لكل العبارات. أي أن استجابات مفردات العينة على عبارات دوافع الشباب لبناء صورة إيجابية لأنفسهم على منصات التواصل الاجتماعي كانت جميعها معنوية، وتصلح إحصائيًا لدراسة وتفسير دوافع الشباب، لبناء صورة إيجابية لأنفسهم على منصات التواصل الاجتماعي.

تكشف بيانات الجدول السابق أن هناك نسبة اتفاق عالية بين عينة الدراسة، على أن هناك دوافع للشباب لبناء صورة إيجابية لأنفسهم على منصات التواصل الاجتماعي، وقد جاءت في المرتبة الأولى عبارة "أستخدم الإنترنت للهروب من

المشاكل في حياتي اليومية"، بمتوسط حسابي (٢,٠٢٥٦)، وكانت هذه العبارة دالة إحصائيًا عند مستوى دلالة ($\alpha = 0,05$)، حيث يلجأ الكثير من الأفراد إلى استخدام مواقع التواصل الاجتماعي كهروب من المشكلات الأسرية التي تحدث داخل المنزل، فيلجأ الفرد إلى البحث عن أصدقاء جدد كمحاولة للبعد عن التوتر. (طالة، ٢٠١٩: ٥٥٢)، كما جاء "الهروب من الواقع" على رأس أشكال التأثير التي تحدث للشباب الجامعي جراء استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي، والتخلص من الأعباء اليومية. (إيمان عوض محمد فيود، ٢٠٢٢: ص ١١٥)

وفي المرتبة الثانية جاءت عبارة "أكتشف العديد من جوانب هويتي عبر وجودي على مواقع التواصل الاجتماعي" بمتوسط حسابي (١,٩٨٧٢)، وكانت هذه العبارة دالة إحصائيًا عند مستوى دلالة ($\alpha = 0,05$)، "فتحول الإنترنت من أداة للبحث إلى منصة شاملة للتواصل والتجارة والترفيه. بالإضافة إلى تسهيل الاتصال بين الأفراد، يوفر الإنترنت فرصًا لا حصر لها لبدء الأعمال التجارية، ونشر الأفكار، والاستمتاع بالمحتوى الرقمي الذي يؤثر على الهوية. ومع ذلك، فإن هذا التنوع الهائل يطرح تحديات تتعلق بالتعامل مع المعلومات الزائفة وتنظيم الفضاء الرقمي. (طوبال إبراهيم، ٢٠١٥: ٦٥)

وفي المرتبة الثالثة جاءت عبارة "يتيح لي مواقع التواصل التعبير عن بعض الممارسات التي لا يمكن أن أعبر عنها في الواقع" بمتوسط حسابي (١,٨٩١٠)، وكانت هذه العبارة دالة إحصائيًا عند مستوى دلالة ($\alpha = 0,05$)، إن علاقة حرية الرأي والتعبير بمواقع التواصل الاجتماعي هي علاقة تماس بل ترابط واحتكاك بالعولمة، فحرية الرأي والتعبير ومواقع التواصل الاجتماعي تتجاوزان إطار الدولة ولكل منهما خصوصياته، فالأولى محكومة بفضاء إنساني وتصور قانوني، في حين أن الثانية محكومة بما هو تقني تكنولوجي، على إثر ذلك أخذت حرية الرأي والتعبير مفهومًا جديدًا، حيث يعتقد الكثير من مستخدمي تلك المواقع أن الحرية مطلقة، ولا تستطيع الدولة أن تقيدها، وأنها منابر حرة لا تصل إليها يد القضاء. (بن حفاف سارة، ٢٠١٩: ٣٣٠)

وبمتوسط حسابي (١,٨٣٩٧) جاءت عبارة "أظهر أفضل ما لدي على مواقع التواصل الاجتماعي" في المرتبة الرابعة، وكانت هذه العبارة دالة إحصائيًا عند مستوى دلالة ($\alpha = 0,05$)، وأكدت على ذلك دراسة (سلامة، ٢٠٠٢٤: ١٦٦) أن وسائل التواصل تسمح لأعضائها بإنشاء هوية اجتماعية، يمكن من خلالها إبراز سماتهم الإيجابية للآخرين وقد لا يفعلون ذلك في الواقع، وفي المرتبة الخامسة جاءت عبارة "كثيرًا ما أعبر من خلال مواقع التواصل عن الجوانب الخفية في شخصيتي" بمتوسط حسابي (١,٧٣٧٢)، وكانت هذه العبارة دالة إحصائيًا عند مستوى دلالة ($\alpha = 0,05$)، وهذا ما أكدت عليه دراسة (إيمان عوض محمد فيود، ٢٠٢٢) "أعبر عن رأيي بحرية تامة دون قيود أو رقابة" كانت في مقدمة التأثيرات النفسية التي يرى أغلب أفراد الدراسة أنهم أصبحوا يتأثرون بها في حياتهم جراء استخدام مواقع التواصل الاجتماعي.

وفي المرحلة الأخيرة جاءت عبارة "وجودي على مواقع التواصل يعزز ثقتي بذاتي" بمتوسط حسابي (١,٧١٧٩) وكانت هذه العبارة دالة إحصائيًا عند مستوى دلالة ($\alpha = 0,05$)، وكل ذلك تؤكد عليه دراسة (Vanessa Pérez-Torres) حيث إن تفاعلاتنا مع الآخرين عبر الإنترنت لها دور حاسم في تشكيل هويتنا. على منصات التواصل الاجتماعي، فيتيح لنا الجمهور سواء كانوا أصدقاء أو متابعين أو حتى أفرادًا نتخيلهم، أن نقدم أنفسنا بطريقة نراها مثالية. هذا الجمهور ليس مجرد مجموعة من المتلقين، بل هو قوة مؤثرة تشكل معتقداتنا وقيمنا وسلوكياتنا. وردود أفعالهم، سواء كانت إيجابية أو سلبية، تؤثر بشكل كبير على كيفية نظرنا لأنفسنا وعلى شعورنا بالانتماء. ففي سعي المراهقين لتكوين هوية متماسكة، يلجؤون إلى وسائل التواصل الاجتماعي لتلقي تأكيد من الآخرين، مما يعزز ثقتهم بأنفسهم أو يزيد من قلقهم بشأن كيفية إدراكهم من قبل الآخرين. (Torres, 2024).

وجاء في نتائج التحليل العملي التوكيدي المتعدد لفحص مدى تطابق نموذج العبارات المستخدمة في بناء وتقييم المقياس في الجدول رقم (٨) أن جميع العبارات ذات دلالة معنوية في تفسير محور "دوافع الشباب لبناء صورة إيجابية لأنفسهم

على منصات التواصل الاجتماعي"، ولكن بالنظر إلى التحويلات المعيارية للعبارة، نجد أنها جاءت قوية ومتوسطة ومعنوية، وهذا يؤكد على أهميتها جميعاً دون حذف أي منها، فمثلاً نجد عبارة "استخدم الإنترنت للهروب من المشاكل في حياتي اليومية" تعد أكثر أهمية لأن تحميلاتها المعيارية (٠,٦٧٧).

وتليها عبارة "كثيراً ما أعبر من خلال مواقع التواصل عن الجوانب الخفية في شخصيتي" وتحويلات المعيارية (٠,٥٩٨)، أما العبارتان "أكتشف العديد من جوانب هويتي عبر وجودي على مواقع التواصل الاجتماعي" و"وجودي على مواقع التواصل يعزز ثقتي بذاتي" نجد تحميلاتها المعيارية (٠,٥٢٤) فهما أقل مقارنة بالعبارة الأخرى، ولكن لا يمكن الاستغناء عنهما لأنهما معنوية إحصائياً، وأكثر من القيمة العددية.

(٢) الطرق التي يتبعها الشباب لتشكيل صورتهم الذاتية عبر مواقع التواصل الاجتماعي:

مما سبق، تبين أن بناء صورة إيجابية على وسائل التواصل الاجتماعي ظاهرة تتأثر بعدة عوامل اجتماعية، لأن الشباب يسعون لبناء صورة صحية تعزز ثقمتهم بأنفسهم وتساعدتهم على تحقيق أهدافهم في الحياة. وهذا يطرح تساؤلاً مؤداه: ما الطرق التي يتبعها الشباب لتشكيل صورتهم الذاتية عبر مواقع التواصل الاجتماعي؟ بناءً على ذلك توضح بيانات الجدول رقم (٩) الإجابة عن هذا السؤال من وجهة نظر عينة الدراسة، وفيما يلي عرض لأهم نتائج التحليل الإحصائيّ لعبارة "الطرق التي يتبعها الشباب لتشكيل صورتهم الذاتية عبر مواقع التواصل الاجتماعي"، حيث جاء حساب قيمة كل من الوسط الحسابي والانحراف المعياري لكل عبارة من عبارات "الطرق التي يتبعها الشباب لتشكيل صورتهم الذاتية عبر مواقع التواصل الاجتماعي" لتوصيف المتغير ودراسة اتجاهات استجابات المفردات، وكذلك تم استخدام اختبار (ت) لفحص مدى معنوية هذه الاستجابات، حيث إن الفرض العدمي هو أن يساوي متوسط إجابات المبحوثين على العبارة غير معنوي، وضده الفرض البديل بأن يكون متوسط استجابات المبحوثين معنوياً، فإذا كانت (P- Value) (Sig Value) أصغر من

مستوى دلالة ($\alpha = 0,05$). فإن ذلك يدل على معنوية إجابات المبحوثين، وإذا كانت قيمة المعنوية أكبر من مستوى دلالة ($\alpha = 0,05$). فإن ذلك يدل على عدم معنوية استجابات المبحوثين. كما أنه تم استخدام التحليل العاملي التوكيدي، وذلك لمعرفة قيم التحميلات المعيارية، وأهمية العبارات، وكذلك معنوية هذه التحميلات، وهل هي كافية لدراسة الهلع الاقتصادي لدى المبحوثين، وكانت النتائج كما هي موضحة في الجدول التالي.

جدول رقم (٩): الطرق التي يتبعها الشباب لتشكيل صورتهم الذاتية عبر

مواقع التواصل الاجتماعي

نتائج التحليل العامل	المعنوية	قيمة "ت"	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الاستجابة			العبارات	
					موافق	محايد	غير موافق		
***	٠,٦٧٢	***	٤٣,٩٩٥	٠,٨٦٩٩	٢,١٦٦٧	١٤٨	٦٨	٩٦	ك استخدم اسم يعبر عن شخصيتي واهتماماتي.
						٤٧,٤	٢١,٨	٣٠,٨	ل
***	٠,٦٠٩	***	٤٦,٠٠١	٠,٨٤٤٣	٢,١٩٨٧	١٤٨	٧٨	٨٦	ك اختر صورة شخصية تعكس شخصيتي ومظهري على حساباتي الرقمية.
						٤٧,٤	٢٥	٢٧,٦	ل
***	٠,٦٢	***	٣١,٦٦٢	٠,٩٦٠٢	١,٧٢١٢	١١٢	١	١٩٩	ك استخدم الصور السيلفي للحصول على إعجاب وتعليقات إيجابية من الأخرين.
						٣٥,٩	٠,٣	٦٣,٨	ل
***	٥٥٦	***	٣٥,٦٦٩	٠,٨٣٠١	١,٦٧٦٣	٧٣	٦٥	١٧٤	ك عدل الصور السيلفي قبل نشرها لأجعلها تعكس الصورة التي أريد أن أقدمها عن نفسي.
						٢٣,٤	٢٠,٨	٥٥,٨	ل
***	٠,٤٨٩	***	٤١,٣٦٢	٠,٨٠٨٩	١,٨٩٤٢	٨٧	١٠٥	١٢٠	ك احرص على تحديث معلوماتي الشخصية باستمرار لتعكس التغيرات في حياتي وهويتي.
						٢٧,٩	٣٣,٧	٣٨,٥	ل
***	٠,٥٩٥	***	٤٣,٥٧١	٠,٧٩٢٦	١,٩٥٥١	٩١	١١٦	١٠٥	ك أشارك بانتظام في المناقشات والمجموعات التي تتعلق باهتماماتي وهويتي.
						٢٩,٢	٣٧,٢	٣٣,٧	ل
***	٠,٦٥٧	***	٤٨,٠٢٩	٠,٧٨٠٣	٢,١٢١٨	١١٦	١١٨	٧٨	ك أشارك إنجازاتي ونجاحاتي.
						٣٧,٢	٣٧,٨	٢٥	ل
***	٠,٦٤٧	***	٨٠,٣٩٧	٠,٥٨١٧	٢,٦٤٧٤	٢١٩	٧٦	١٧	ك أتابع الأشخاص المؤثرين في مجالات اهتمامي.
						٧٠,٢	٢٤,٤	٥,٤	ل
***	٠,٦٢٥	***	٤٥,٠٢	٠,٨٠٦١	٢,٠٥٤٥	١١٠	١٠٩	٩٣	ك أنشر محتوى (مثل مقاطع الفيديو، المدونات، أو الصور) يعكس هويتي الرقمية.
						٣٥,٣	٣٤,٩	٢٩,٨	ل
***	٠,٣٠٦	***	٧٤,٧٠٢	٠,٦٠٣٣	٢,٥٥١٣	١٩٠	١٠٤	١٨	ك أرد على التعليقات والرسائل التي ألقاها على وسائل التواصل الاجتماعي.
						٦٠,٩	٣٣,٣	٥,٨	ل
***	٠,٣٠٦	***	٤١,١٦	٠,٨١٨٤	١,٩٠٧١	٩١	١٠١	١٢٠	ك استخدم خاصية القصص لمشاركة لحظاتي اليومية (stories).
						٢٩,٢	٣٢,٤	٣٨,٥	ل
***	٠,٤٧٨	***	٤٥,٦١١	٠,٧٩٩٤	٢,٠٦٤١	١١٠	١١٢	٩٠	ك أكتب مقولات مأثورة أو بيتاً من الشعر أو شطراً من أغنية للتعبير عن ذاتي.
						٣٥,٣	٣٥,٩	٢٨,٨	ل
***	٠,٦٦١	***	٤١,٣٤٦	٠,٨٢٧	١,٩٣٥٩	٩٧	٩٨	١١٧	ك استخدم الفلاتر والتأثيرات لإضفاء لمسة شخصية على صوري
						٣١,١	٣١,٤	٣٧,٥	ل

قيمة الفا كرو نباخ = (٨.٠٨).

*** تشير إلى معنوية العبارات عند مستوى معنوية ٥٪ وبدرجة ثقة ٩٥٪.

بالنظر إلى الجدول السابق نجد أن نتائج المقاييس الإحصائية المستخدمة، أكدت على نجاح الباحثة في اختيار العبارات التي كونت توصيف الطرق التي يتبعها الشباب لتشكيل صورتهم الذاتية عبر مواقع التواصل الاجتماعي، وتضمنت (١٣) عبارة باتجاه عام "موافقة"، وتشير أيضاً إلى التقارب في المتوسطات الحسابية بمستويات منخفضة لقيم الانحراف المعياري، ونلاحظ أنه من خلال القياس لم يكن هناك اختلاف في وجهات نظر المستقضي منهم حول العبارات، وقلة تشتت أفكارهم، وهو ما يشير إلى تجانس مفردات الدراسة. لذلك، فقد نجحت الباحثة في اختيار العينة بشكل سليم إحصائياً.

وبالنظر إلى قيم الانحراف المعياري نجد أنها قيم قليلة نسبياً، وهو ما يدل على انخفاض تشتت آراء العينة، وترابط أفكارهم، وهو ما يبرهن على دقة اختيار العينة من قبل الباحثة، وكانت قيمة معامل ألفا كرونباخ عالية ومقبولة لأنها تخطت ٧٠٪، وهذا يعنى ثبات التطبيق وإمكانية الاعتماد عليه في دراسة وقياس الطرق التي يتبعها الشباب لتشكيل صورتهم الذاتية عبر مواقع التواصل الاجتماعي، وبذلك تكون الباحثة قد تأكدت من صدق وثبات العبارات، مما يجعلها على ثقة بصحة العبارات وصلاحيتها لتحليل النتائج، والإجابة عن أسئلة الدراسة واختبار فروضها.

ولاختبار معنوية العبارات المستخدمة في الطرق التي يتبعها الشباب لتشكيل صورتهم الذاتية عبر مواقع التواصل الاجتماعي، كان متوسط استجابات المبحوثين على العبارات معنوياً، حيث كانت قيمة المعنوية أقل من (٠,٠٥) لكل العبارات. أي أن استجابات مفردات العينة على عبارات الطرق التي يتبعها الشباب لتشكيل صورتهم الذاتية عبر مواقع التواصل الاجتماعي كانت جميعها معنوية، وتصلح إحصائياً لدراسة وتفسير الطرق التي يتبعها الشباب لتشكيل صورتهم الذاتية عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

تكشف بيانات الجدول السابق أن هناك تنوعاً في الطرق التي يتبعها الشباب

لتشكيل صورتهم الذاتية عبر مواقع التواصل الاجتماعي، فمنهم من يفضل مشاركة اللحظات السعيدة والنجاحات، ومنهم من يستخدم هذه المنصات للتعبير عن مشاعرهم وآرائهم، وآخرون يتابعون أشخاصًا مؤثرين. ولكن مهما اختلفت هذه الطرق، فإنها جميعها تهدف إلى بناء صورة ذاتية قوية ومتماسكة، تعكس هويتهم الفردية وتساعدهم على التواصل مع الآخرين.

- جاءت عبارة "أتابع الأشخاص المؤثرين في مجالات اهتمامي" في المرتبة الأولى بمتوسط حسابي يساوي (٢,٦٤٧٤)، وكانت هذه العبارة دالة إحصائيًا عند مستوى دلالة ($\alpha = 0,05$)، لأن وسائل التواصل الاجتماعي تُعد منصة فريدة تتيح للأفراد من جميع أنحاء العالم مشاركة قصصهم وإنجازاتهم. من خلال هذه المنصات، يمكننا الاطلاع على تجارب الآخرين في مجالات متنوعة مثل ريادة الأعمال والعلوم والفنون، مما يلهمنا ويساعدنا على توسيع آفاقنا، كما تتيح لنا هذه المنصات أيضًا التواصل المباشر مع شخصيات نعتبرها مصدر إلهام، لذلك يمكن طرح الأسئلة والاستفسارات عليهم، والحصول على نصائح قيمة تسهم في تطوير مهاراتنا وقدراتنا. ومع ذلك، يجب الانتباه إلى أن ليس كل ما يُنشر على وسائل التواصل الاجتماعي دقيقًا أو واقعيًا. لذلك، من الضروري التحلي بقدر من التمييز والتحقق من المعلومات قبل الاعتماد عليها. (أحمد جاسم رميض، ٢٠٢٣: ٣٨٣)

- وتليها عبارة "أرد على التعليقات والرسائل التي أتلقها على وسائل التواصل الاجتماعي" في المرتبة الثانية بمتوسط حسابي قدره (٢,٥٥١٣)، وكانت هذه العبارة دالة إحصائيًا عند مستوى دلالة ($\alpha = 0,05$)، حيث إن زيادة التبادل بين مختلف الأفراد من مختلف الثقافات يعمل على توفير مصادر معرفية وثقافية متعددة ووجهات نظر متباينة، ويكون له أثره المباشر على الهوية (طوبال إبراهيم، ٢٠١٥: ٦٦)، وبمتوسط حسابي (٢,١٩٨٧) جاءت عبارة "أختار صورة شخصية تعكس شخصيتي ومظهري على حساباتي الرقمية" في المرتبة الثالثة، وكانت هذه العبارة دالة إحصائيًا عند مستوى دلالة

($\alpha = 0,05$)، وهذا ما أظهرته دراسة Waltherl وزملائه عام ٢٠٠٨، التي استهدفت عينة من (٣٨٩) طالبًا جامعيًا، أن التفاعلات الاجتماعية البسيطة على منصات التواصل الاجتماعي، مثل استخدام صور جذابة للأصدقاء والتعليقات الإيجابية، تلعب دورًا حاسمًا في تشكيل الانطباعات الإيجابية عن الأفراد. فوجود صور جذابة للأصدقاء في الصفحة الشخصية يزيد من جاذبية صاحب الصفحة، بينما تسهم التعليقات الإيجابية والمجاملة في تعزيز جاذبيته الاجتماعية ومصداقيته.

- وجاءت عبارة "أستخدم اسمًا يعبر عن شخصيتي واهتماماتي" في المرتبة الرابعة بمتوسط حسابي (٢,١٦٦٧)، وكانت هذه العبارة دالة إحصائيًا عند مستوى دلالة ($\alpha = 0,05$)، حيث تتيح مواقع التواصل الاجتماعي لكل مستخدم بإنشاء ملف صفحة شخصية، فمن خلالها نتعرف على اسم الشخص، والمعلومات الأساسية عنه مثل الاسم وتاريخ الميلاد. (الموافي، ٢٠١٤: ١١٢)

- وفي المرتبة الخامسة جاءت عبارة "أشارك إنجازاتي ونجاحاتي" بمتوسط حسابي (٢,١٢١٨)، وكانت هذه العبارة دالة إحصائيًا عند مستوى دلالة ($\alpha = 0,05$)، بالنسبة للشباب اليوم تعد وسائل الإعلام والتكنولوجيا من العناصر الاجتماعية الرئيسة التي تقضي جزءًا كبيرًا من حياتهم اليومية في المحادثات عبر وسائل التواصل الاجتماعي. وفقًا لرايدوت (٢٠١٠) فإن الشباب الذين يستخدمون وسائل الإعلام بانتظام يتمتعون بعدد كبير من الأصدقاء، ويتوافقون بشكل جيد مع والديهم، ويشعرون بالرضا عن مدارسهم ومؤسساتهم. في المقابل، يشير أولئك الذين يستخدمون وسائل الإعلام بشكل متكرر إلى أنهم يواجهون مشاكل عديدة، ويشعرون أحيانًا بالقلق أو عدم السعادة، وغالبًا ما يشعرون بالملل. كما تُظهر الدراسات أن زيادة الوقت الذي يقضيه الأفراد في مواقع الشبكات الاجتماعية يقترن بانخفاض تواصلهم الاجتماعي التقليدي مع الآخرين، مما يعني أن غالبية تواصلهم الاجتماعي ومهاراتهم الاجتماعية تحدث عبر الشاشة. نتيجة لذلك، تمتلك وسائل التواصل

الاجتماعي القدرة على التأثير على الرفاهية النفسية للفرد، خاصة بين الشباب، كما تؤثر على بناء الهوية وتعديل كيفية رؤية الأفراد لأنفسهم والآخرين. بدون الحاجة إلى اللقاءات الشخصية، يمكن للأفراد استخدام الشبكات الاجتماعية لإنشاء هويتهم والتواصل مع الآخرين، مما يتيح للفرد فرصاً وتحديات لتشكيل هوية ذاتية متماسكة تعكس فهمًا أعمق لذاته ودوره في المجتمع. (Jeyanthi,2020)

- وبمتوسط حسابي (٢,٠٦٤١) جاءت عبارة "أكتب مقولات مأثورة أو بيتاً من الشعر أو شطراً من أغنية للتعبير عن ذاتي" في المرتبة السادسة، وكانت هذه العبارة دالة إحصائياً عند مستوى دلالة ($\alpha = 0,05$)، حيث تُعد وسائل التواصل الاجتماعي منصة رقمية فريدة تتيح للأفراد فرصة للتعبير عن هويتهم الثقافية وتاريخهم الشخصي من خلال مشاركة القصص والتجارب الشخصية، الصور والفيديوهات، والموسيقى، والمقالات، وغيرها من المحتوى الثقافي، ويسهم الأفراد في إحياء تراثهم وتوثيقه للأجيال القادمة، كما تعد هذه المنصات الرقمية بمثابة ساحة للتبادل الثقافي، حيث يمكن للأفراد من مختلف الخلفيات الثقافية التواصل والتفاعل مع بعضهم البعض، مما يسهم في تعزيز التسامح والتفاهم المتبادل. ومع ذلك، فإن استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في هذا السياق يواجه بعض التحديات، مثل انتشار المعلومات المضللة والتحديات المتعلقة بحماية الملكية الفكرية. (أحمد جاسم رميض، ٢٠٠٣: ٣٨٢)

- وجاءت عبارة "أنشر محتوى (مثل مقاطع الفيديو، المدونات، أو الصور) يعكس هويتي الرقمية" بمتوسط حسابي (٢,٠٥٤٥) في المرتبة السابعة، وكانت هذه العبارة دالة إحصائياً عند مستوى دلالة ($\alpha = 0,05$)، وهذا يؤكد على أن مقاطع الفيديو والصور، ومشاركة الملفات، وإجراء المحادثات الفورية، والتواصل والتفاعل المباشر بين جمهور المتلقين؛ ثورة حقيقية في مجال الإعلام والنشر وتبادل المعلومات. ونحن نتحدث اليوم عن حقبة من

الزمن وهي حقبة المواقع الإلكترونية للتواصل الاجتماعي، التي عملت على نقل أهمية الإنسان داخل المجتمع إلى العالم الخارجي، ومنحته الحرية في التعبير دون قيود أو خوف، هذا الانتشار وذلك الاستخدام المتعاظم لهذه الشبكات والاعتماد عليها، جعلها مصدرًا قويًا للمعلومات. (الصالحة محمد الدمارى، ٢٠٢٠) مما يؤثر على هوية الشباب الرقمية.

- وجاءت عبارة "أشارك بانتظام في المناقشات والمجموعات التي تتعلق باهتماماتي وهويتي" بمتوسط حسابي (١,٩٥٥١)، وكانت هذه العبارة دالة إحصائيًا عند مستوى دلالة ($\alpha = 0,05$)، حيث تتيح وسائل التواصل الاجتماعي الانغماس في مجتمعات افتراضية متنوعة، لأنه يمكن من خلالها الانضمام إلى مجموعات تناقش الشغف بمجالات مثل التصوير الفوتوغرافي، السفر، الطهو، التكنولوجيا، والفنون، ومن خلال التفاعل مع أعضاء هذه المجموعات، يتم اكتساب خبرات جديدة، وتطوير مهارات. علاوة على ذلك، توفر هذه المنصات وصولًا مباشرًا إلى مصادر تعليمية غنية، مثل مقاطع الفيديو التعليمية والمقالات المتخصصة، التي تساعد على تعميق الفهم لمختلف المجالات. (أحمد جاسم رميض، ٢٠٠٣: ٣٨٥)

- وجاءت عبارة "أستخدم الفلاتر والتأثيرات لإضفاء لمسة شخصية على صورتي" بمتوسط حسابي (١,٩٣٥٩)، وكانت هذه العبارة دالة إحصائيًا عند مستوى دلالة ($\alpha = 0,05$)، وهذا ما هدفت إليه دراسة Shim وزملائه (٢٠٠٨) إلى فهم العلاقة بين استخدام الصور في مواقع التواصل الاجتماعي وتشكيل الوعي الذاتي لدى الطلاب. وقد أظهرت الدراسة، التي شملت عينة من طلاب جامعات كوريا الجنوبية يستخدمون موقع Cyworld، أن الطلاب يميلون بشكل أكبر إلى مشاركة الصور مقارنة بالتعليقات النصية. والأهم من ذلك، كشفت الدراسة عن وجود علاقة إيجابية بين الوعي الذاتي لدى الطلاب وميلهم إلى نشر الصور والتفاعل معها وإدارتها في صفحاتهم الشخصية.

- كما جاءت عبارة "أستخدم الصور السيلفي للحصول على إعجاب وتعليقات

إيجابية من الآخرين" بمتوسط حسابي (١,٧٢١٢)، وكانت هذه العبارة دالة إحصائيًا عند مستوى دلالة ($\alpha = 0,05$)، وهذا ما أكدت عليه دراسة (2005) GrossAcquisti في قياس مدى انفتاح مستخدمي فيسبوك على مشاركة معلوماتهم الشخصية. وقد وجدت الدراسة أن غالبية المستخدمين يشاركون كمية كبيرة من البيانات، مثل الاسم والصور والتواريخ وأرقام الهواتف. علاوة على ذلك، تشير النتائج إلى أن تصميم فيسبوك يشجع المستخدمين على الكشف عن هويتهم الحقيقية، حيث تستخدم الصور بشكل كبير لنقل هذه الهوية، وهذا يؤكد ما طرحه (Gorea, 2021) بأن صور السيلفي تعد جزءًا أساسيًا من حياة الشباب اليوم، فهي أكثر من مجرد صور شخصية. من خلال السيلفي، يعبر الشباب عن أنفسهم بطريقة فريدة، حيث يستخدمون أجسادهم لرواية قصصهم. هذه الصور ليست مجرد صور لأنفسهم، بل هي رسائل يوجهونها إلى العالم، يعبرون فيها عن مشاعرهم وآرائهم وهويتهم. وعلى الرغم من الانتقادات التي توجه لصور السيلفي، فإن الدراسات تُظهر أنها أداة قوية للشباب للتعبير عن أنفسهم وتشكيل هويتهم في العالم الرقمي".

وجاء في نتائج التحليل العاملي التوكيدي المتعدد لفحص مدى تطابق نموذج العبارات المستخدمة في بناء وتقييم المقياس في الجدول رقم (٩)، أن جميع العبارات ذات دلالة معنوية في تفسير محور الطرق التي يتبعها الشباب لتشكيل صورتهم الذاتية عبر مواقع التواصل الاجتماعي، ولكن بالنظر إلى التحميلات المعيارية للعبارات، نجد أنها جاءت قوية ومتوسطة ومعنوية، وهذا يؤكد على أهميتها جميعًا دون حذف أي منها، فمثلاً نجد عبارة "أستخدم اسم يعبر عن شخصيتي واهتماماتي" تعد أكثر أهمية لأن تحميلاتها المعيارية (٠,٦٧٢).

وتليها عبارة "أشارك إنجازاتي ونجاحاتي" وتحميلاتها المعيارية (٠,٦٥٧)، أما العبارة "أستخدم الصور السيلفي للحصول على إعجاب وتعليقات إيجابية من الآخرين" نجد تحميلاتها المعيارية (٠,٦٢)، فهي أقل مقارنة بالعبارات الأخرى، ولكن لا يمكن الاستغناء عنها، لأنها معنوية إحصائيًا،

وأكثر من القيمة العددية.

(٣) الدور الذي يلعبه الفضاء الرقمي في تكوين هوية الشباب:

تعتبر الهوية مفهومًا متشابهًا ومتعدد الأوجه، يتشكل ويتطور عبر الزمن، وفي عصرنا الحالي، يمثل الفضاء الرقمي بيئة متغيرة باستمرار تؤثر بشكل كبير على تكوين هوية الشباب، حيث يصبحون مواطنين رقميين يبنون علاقاتهم، ويشكلون آراءهم في هذا الفضاء الافتراضي، وتعد مواقع التواصل الاجتماعي منصة قوية للشباب للتعبير عن أنفسهم وبناء صورتهم الذاتية، ويستخدم الشباب مجموعة متنوعة من الآليات لتحقيق ذلك، ومن خلال ما سبق، يمكن استخلاص عدة آليات ووسائل يستخدمها الشباب في تشكيل هويتهم الرقمية، مما يثير التساؤل: ما الدور الذي يلعبه الفضاء الرقمي في تكوين هوية الشباب؟ وتوضح بيانات الجدول رقم (١٠) الإجابة عن هذا التساؤل.

وفيما يلي عرض لأهم نتائج التحليل الإحصائي لعبارات "الدور الذي يلعبه الفضاء الرقمي في تكوين هوية الشباب"، حيث جاء حساب قيمة كل من الوسط الحسابي والانحراف المعياري لكل عبارة من عبارات "الدور الذي يلعبه الفضاء الرقمي في تكوين هوية الشباب" لتوصيف المتغير ودراسة اتجاهات استجابات المفردات، وكذلك تم استخدام اختبار (ت) لفحص مدى معنوية هذه الاستجابات، حيث إن الفرض العدمي هو أن يساوي متوسط إجابات المبحوثين على العبارة غير معنوي، وضده الفرض البديل بأن يكون متوسط استجابات المبحوثين معنويًا، فإذا كانت (P- Value) (Sig Value) أصغر من مستوى دلالة $(\alpha = 0,05)$ فإن ذلك يدل على معنوية إجابات المبحوثين، وإذا كانت قيمة المعنوية أكبر من مستوى دلالة $(\alpha = 0,05)$ فإن ذلك يدل على عدم معنوية استجابات المبحوثين. كما أنه تم استخدام التحليل العاطفي التوكيدي، وذلك لمعرفة قيم التحويلات المعيارية، وأهمية العبارات، وكذلك معنوية هذه التحويلات، وهل هي كافية لدراسة الدور الذي يلعبه الفضاء الرقمي في تكوين هوية الشباب،

وكانت النتائج كما هي موضحة في الجدول التالي وجهة نظر عينة الدراسة.

جدول رقم (١٠): الدور الذي يلعبه الفضاء الرقمي في تكوين هوية الشباب

العبارة	الاستجابة			المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة "ت"	المعنوية	نتائج التحليل	
	غير موافق	محايد	موافق					التقديرات المعنوية	التقديرات المعنوية
تساعدني مواقع التواصل على اكتشاف بعض جوانب هويتي.	٩٣	١٤٣	٧٦	٢,٠٥٤٥	٠,٧٣٥١	٤٩,٣٦٤	***	٠,٦٦٢	***
	٢٩,٨	٤٥,٨	٢٤,٤						
كثير من الأفكار على مواقع التواصل تؤثر في طريقة تفكيري.	٨٢	١٦٣	٦٧	٢,٠٤٨١	٠,٦٩٠٥	٥٢,٣٩٢	***	٠,٥٧٩	***
	٢٦,٣	٥٢,٢	٢١,٥						
تشكل وسائل التواصل الاجتماعي كراي في القضايا الاجتماعية والسياسية.	٧٠	١٦٤	٧٨	١,٩٧٤٤	٠,٦٨٩٤	٥٠,٥٨٩	***	٠,٥٩٧	***
	٢٢,٤	٥٢,٦	٢٥						
أغير سلوكي وأفكاري بناءً على ما أراه على مواقع التواصل الاجتماعي.	٤٠	١١١	١٦١	١,٦١٢٢	٠,٧٠٣٩	٤٠,٤٥٨	***	٠,٥٩٩	***
	١٢,٨	٣٥,٦	٥١,٦						
أعتمد على مواقع التواصل الاجتماعي في بناء علاقات اجتماعية جديدة.	٥٨	١٢٠	١٣٤	١,٧٥٦٤	٠,٧٤٦٩	٤١,٥٣٨	***	٠,٥٤٢	***
	١٨,٦	٣٨,٥	٤٢,٩						
يؤثر استخدامي للمواقع التواصل الاجتماعي بشكل كبير على حالتي المزاجية.	٨١	١٥٢	٧٩	٢,٠٠٦٤	٠,٧١٧٢	٤٩,٤١٢	***	٠,٦٦٩	***
	٢٦	٤٨,٧	٢٥,٣						
أشعر بالقلق أو الاكتئاب بسبب ما أراه على وسائل التواصل الاجتماعي.	١١٨	١٤٢	٥٢	٢,٢١١٥	٠,٧٠٨٣	٥٥,١٤٩	***	٠,٥٨٣	***
أستطيع من خلال مواقع التواصل الاجتماعي أن أعبّر عن نفسي بحرية.	٧٠	١٣٢	١١٠	١,٨٧١٨	٠,٧٤٩٩	٤٤,٠٩٢	***	٠,٥٧٩	***
تتشكل قيمي ومعتقداتي بشكل كبير من خلال محتويات مواقع التواصل الاجتماعي.	٣٥	٨٦	١٩١	١,٥	٠,٦٨٩٨	٣٨,٤٠٨	***	٠,٥٨٥	***
تقدير الناس لي في مواقع التواصل أكثر من الواقع الفعلي.	٤٣	٦٣	٢٠٦	١,٤٧٧٦	٠,٧٢٥٨	٣٥,٩٥٨	***	٠,٤٥٦	***
أشعر بتباين بين هويتي في الواقع وفي مواقع التواصل الاجتماعي.	٥١	١٠٢	١٥٩	١,٦٥٣٨	٠,٧٤٥	٣٩,٢١١	***	٠,٥٥٣	***
	١٦,٣	٣٢,٧	٥١						
أعتقد أن استخدامي لمواقع التواصل الاجتماعي متوازن ولا يؤثر على حياتي اليومية.	١٢٣	١١٠	٧٩	٢,١٤١	٠,٧٩٣٥	٤٧,٦٦٣	***	٠,٥٩١	***
	٣٩,٤	٣٥,٣	٢٥,٣						

قيمة ألفا كرونباخ = (٠.٧٨٢)

(*** تشير إلى معنوية العبارات عند مستوى معنوية ٥٪ وبدرجة ثقة ٩٥٪).

بالنظر إلى الجدول السابق نجد أن نتائج المقاييس الإحصائية المستخدمة، أكدت على نجاح الباحثة في اختيار العبارات التي كونت توصيف الدور الذي يلعبه الفضاء الرقمي في تكوين هوية الشباب، وتضمنت (١٢) عبارة باتجاه عام "موافقة"، وتشير أيضاً إلى التقارب في المتوسطات الحسابية بمستويات

منخفضة لقيم الانحراف المعياري، ونلاحظ أنه من خلال القياس لم يكن هناك اختلاف في وجهات نظر المستقضي منهم حول العبارات، وقلة تشتت أفكارهم وهو ما يشير إلى تجانس مفردات الدراسة. لذلك، فقد نجحت الباحثة في اختيار العينة بشكل سليم إحصائياً.

وبالنظر إلى قيم الانحراف المعياري نجد أنها قيم قليلة نسبياً، وهو ما يدل على انخفاض تشتت آراء العينة، وترابط أفكارهم وهو ما يبرهن على دقة اختيار العينة من قبل الباحثة، وكانت قيمة معامل ألفا كرونباخ عالية ومقبولة، لأنها تخطت ٧٠٪، وهذا يعنى ثبات التطبيق وإمكانية الاعتماد عليه في دراسة وقياس الدور الذي يلعبه الفضاء الرقمي في تكوين هوية الشباب، وبذلك تكون الباحثة قد تأكدت من صدق وثبات العبارات، مما يجعلها على ثقة بصحة العبارات وصلاحيها لتحليل النتائج، والإجابة عن أسئلة الدراسة واختبار فروضها.

ولاختبار معنوية العبارات المستخدمة في الدور الذي يلعبه الفضاء الرقمي في تكوين هوية الشباب، كان متوسط استجابات المبحوثين على العبارات معنوية، حيث كانت قيمة المعنوية أقل من (٠,٠٥) لكل العبارات. أي أن استجابات مفردات العينة على عبارات الدور الذي يلعبه الفضاء الرقمي في تكوين هوية الشباب كانت جميعها معنوية، وتصلح إحصائياً لدراسة وتفسير الدور الذي يلعبه الفضاء الرقمي في تكوين هوية الشباب المصري.

- يكشف الجدول السابق أن هناك اتفاقاً بين عينة الدراسة حول الدور الذي يلعبه الفضاء الرقمي في تكوين هوية الشباب، حيث جاءت عبارة "أشعر بالقلق أو الاكتئاب بسبب ما أراه على وسائل التواصل الاجتماعي" في المرتبة الأولى بمتوسط حسابي يساوي (٢,٢١١٥)، وكانت هذه العبارة دالة إحصائياً عند مستوى دلالة ($\alpha = 0,05$)، وتناولت دراسة (ميشيل أن بيرتوكي، ٢٠١٠) استخدام الشباب لوسائل الإعلام الإلكترونية وغير الإلكترونية وعلاقته بالاكتئاب، وأكدت هذه الدراسة وجود علاقة إيجابية بين استخدام وسائل الإعلام الإلكترونية والاكتئاب، وأن هذه العلاقة تمتد إلى ما بعد الشفاء من

الاكتئاب، كما تناولت دراسة (إيمان صابر صادق، ٢٠٢٠) الكشف عن العلاقة بين استخدام مواقع التواصل الاجتماعي والميل للانتحار؛ وأوضحت النتائج بشقيها الإحصائي والكيفي عن وجود علاقة بين استخدام مواقع التواصل الاجتماعي والميل للانتحار.

- وتليها عبارة "أعتقد أن استخدامي لمواقع التواصل الاجتماعي متوازن ولا يؤثر على حياتي اليومية" بمتوسط حسابي (٢,١٤١٠)، وكانت هذه العبارة دالة إحصائياً عند مستوى دلالة ($\alpha = 0,05$)، شهدت طبيعة التفاعل الاجتماعي تحولاً جذرياً في العقود الأخيرة بفضل ظهور وسائل التواصل الاجتماعي. بينما وفرت هذه المنصات فرصاً غير مسبقة للتواصل وتوسيع الشبكات الاجتماعية، إلا أنها أثارت أيضاً العديد من التساؤلات حول تأثيرها على جودة العلاقات الإنسانية. من جهة، أسهمت وسائل التواصل الاجتماعي في تعزيز التضامن بين المجموعات المهمشة، وتسهيل الوصول إلى المعلومات. ومن جهة أخرى، أثرت مخاوف بشأن تأثيرها على الصحة النفسية، وزيادة الشعور بالعزلة، وانتشار المعلومات المضللة. بالإضافة إلى ذلك، أثرت وسائل التواصل الاجتماعي على الطريقة التي نبنى بها هوياتنا الاجتماعية، وكيف نتفاعل مع المجموعات المختلفة، وظهرت دراسة (Azzaakiyyah,2023) أن استخدام وسائل التواصل الاجتماعي قد أحدث تحولات عميقة في أنماط التفاعل الاجتماعي. بينما وفرت هذه المنصات فرصاً غير مسبقة للتواصل وبناء المجتمعات الافتراضية، إلا أنها أبرزت أيضاً تحديات جديدة مثل العزلة الاجتماعية وانتشار المعلومات المضللة. لتقليل هذه التحديات.

- ثم جاءت عبارة "تساعدني مواقع التواصل على اكتشاف بعض جوانب هويتي" بمتوسط حسابي (٢,٠٥٤٥) في المرتبة الثالثة، وكانت هذه العبارة دالة إحصائياً عند مستوى دلالة ($\alpha = 0,05$)، ووسائل التواصل الاجتماعي مثل Facebook، Twitter، LinkedIn، وInstagram توفر منصات واسعة

للأفراد لتقديم أنفسهم وبناء هوياتهم الشخصية والمهنية. وفقاً لجوفمان (١٩٥٩)، يُنظر إلى الأفراد كـ "ممثلين" يؤديون أدواراً معينة على خشبة المسرح الاجتماعية. في العالم الرقمي، يتم هذا الأداء من خلال ملفات التعريف الشخصية، الصور، المنشورات، والتفاعلات مع الآخرين. يعكس كل من هذه العناصر جزءاً من الهوية التي يسعى الأفراد لتقديمها، مما يجعل الهوية الرقمية مزيجاً من التقديم الذاتي والابتكار الاجتماعي. (Petroni, 2019)

- وبالمرتبة الرابعة جاءت عبارة "كثير من الأفكار على مواقع التواصل تؤثر في طريقة تفكيري" بمتوسط حسابي (٢,٠٤٨١)، وكانت هذه العبارة دالة إحصائياً عند مستوى دلالة ($\alpha = 0,05$)، وهذا يؤكد على أن وسائل التواصل الاجتماعي تلعب دوراً محورياً في تشكيل الرأي العام الدولي، حيث تتيح للأفراد من جميع أنحاء العالم مشاركة آرائهم وأفكارهم حول القضايا العالمية. هذا التبادل الحر للمعلومات يمكن أن يؤدي إلى تغييرات إيجابية في السياسات والممارسات، كما رأينا في العديد من الحركات الاجتماعية العالمية. ومع ذلك، فإن هذه القوة الهائلة تحمل أيضاً مخاطر كبيرة. فالخوارزميات التي تدير منصات التواصل الاجتماعي يمكن أن توجه المستخدمين نحو محتوى معين، مما يؤدي إلى تكوين "فقاعات" معلوماتية تعزز الآراء الموجودة وتمنع الأفراد من التعرض لوجهات نظر مختلفة. بالإضافة إلى ذلك، فإن انتشار الأخبار الكاذبة والحملات التضليلية يشكل تهديداً خطيراً للديمقراطية، ويجعل من الصعب على الأفراد اتخاذ قرارات مستنيرة. لمواجهة هذه التحديات، يجب علينا تعزيز التعليم الإعلامي، وتطوير أدوات للتحقق من صحة المعلومات، والتعاون على المستوى الدولي لتنظيم استخدام وسائل التواصل الاجتماعي.

- وعبارة "يؤثر استخدامي للمواقع التواصل الاجتماعي بشكل كبير على حالتي المزاجية" بمتوسط حسابي (٢,٠٠٦٤)، وهذا ما تؤكد عليه دراسة (نرمين زكريا خضر) أن الملفات الشخصية تساعد على توضيح الحالة النفسية التي يشعر بها المستخدمون، سواء كانت حالة ضغط عصبي أو اشتياق أو حنين

إلى الوطن. (زكريا، ٢٠٠٩: ٣٨)

- وجاءت عبارة "تساعدني مواقع التواصل على اكتشاف بعض جوانب هويتي" بمتوسط حسابي (٢,٠٥٤٥)، وكانت هذه العبارة دالة إحصائياً عند مستوى دلالة ($\alpha = ٠,٠٥$)، فمع تزايد الاعتماد على التكنولوجيا الرقمية في حياة الشباب، أصبح من الضروري دراسة تأثير المهارات الرقمية على رفاهيتهم، حيث تلعب منصات التواصل الاجتماعي، مثل فيسبوك، دوراً محورياً في علاقات الشباب وتطورهم الشخصي والمهني. بناءً على دراسة أجريت على عينة من الشباب الجامعيين في إسبانيا، وجد أن هناك علاقة بين مستوى المهارات الرقمية واستخدام منصة فيسبوك وبين جوانب مختلفة من الرفاهية النفسية والاجتماعية، وتشير هذه النتائج إلى أهمية تزويد الشباب بالمهارات الرقمية اللازمة للتعامل بفعالية مع العالم الرقمي وتعزيز رفاهيتهم. (Castillo de Mesa, 2020)

- وبمتوسط حسابي (١,٩٧٤٤) جاءت عبارة "تشكل وسائل التواصل الاجتماعي رأيي في القضايا الاجتماعية والسياسية" في المرتبة الخامسة، وكانت هذه العبارة دالة إحصائياً عند مستوى دلالة ($\alpha = ٠,٠٥$)، حيث تلعب وسائل التواصل الاجتماعي دوراً محورياً في تشكيل الرأي العام، والتأثير على القرارات الاقتصادية من خلال تسهيل التفاعل والتواصل بين الأفراد، كما تسهم هذه المنصات في صياغة وجهات نظر جماعية حول القضايا المطروحة، مما يؤثر بدوره على اتخاذ القرارات على المستوى الفردي والمجتمعي. (Ausat, 2023)

- وعبارة "أستطيع من خلال مواقع التواصل الاجتماعي أن أعبر عن نفسي بحرية" بمتوسط حسابي (١,٨٧١٨) في المرتبة السادسة، وكانت هذه العبارة دالة إحصائياً عند مستوى دلالة ($\alpha = ٠,٠٥$)، تعد شبكات التواصل الاجتماعي منصة رئيسية لنشر المعلومات وتشكيل الرأي العام، حيث قدم يورجين

هابرماس مفهوم "المجال العام" كمكان يتطور فيه الخطاب الديمقراطي. هذا المجال يسمح للمواطنين بتشكيل الرأي العام والتأثير على السياسات والقرارات، وهو ضروري لعمل الديمقراطية بشكل صحيح. في ظل التكنولوجيا الحديثة، أصبح الإنترنت ووسائل التواصل الاجتماعي تشغل هذا الدور، حيث توفر منصات للمشاركة العامة وتبادل الآراء. (Monti,2022)

- وجاءت عبارة "أعتمد على مواقع التواصل الاجتماعي في بناء علاقات اجتماعية جديدة" في المرتبة السابعة بمتوسط حسابي (١,٧٥٦٤)، وكانت هذه العبارة دالة إحصائيًا عند مستوى دلالة ($\alpha = 0,05$)، حيث تعد وسائل التواصل الاجتماعي أكثر من مجرد منصات للتواصل؛ فهي تلعب دورًا حيويًا في بناء شبكات اجتماعية قوية ومترابطة من خلال مشاركة الأحداث والمناسبات المهمة، وتبادل الأخبار والمعلومات، كما تسهم هذه الوسائل في تقريب المسافات بين الأفراد، وتعزيز الشعور بالانتماء إلى مجتمع أكبر. هذا التواصل المستمر يسهم في تلبية الحاجات النفسية للإنسان، مثل الحاجة إلى الشعور بالانتماء والقبول، وتقليل الشعور بالوحدة والعزلة. ومع ذلك، فإن الإفراط في استخدام وسائل التواصل الاجتماعي قد يؤدي إلى بعض الآثار السلبية، مثل الإدمان على الإنترنت، وتدهور العلاقات الشخصية المباشرة. (أحمد جاسم رميض، ٢٠٠٣: ٣٨٢)

وجاء في نتائج التحليل العاملي التوكيدي المتعدد لفحص مدى تطابق نموذج العبارات المستخدمة في بناء وتقييم المقياس في الجدول رقم (١٠)، أن جميع العبارات ذات دلالة معنوية في تفسير محور الدور الذي يلعبه الفضاء الرقمي في تكوين هوية الشباب، ولكن بالنظر إلى التحويلات المعيارية للعبارات، نجد أنها جاءت قوية ومتوسطة ومعنوية، وهذا يؤكد على أهميتها جميعًا دون حذف أي منها، فمثلا نجد عبارة "أغير سلوكي وأفكاري بناءً على ما أراه على مواقع التواصل الاجتماعي" تعد أكثر أهمية؛ لأن تحميلاتها المعيارية (٠,٦٦٩).

وتليها عبارة "تساعدني مواقع التواصل على اكتشاف بعض جوانب هويتي"

وتحليلاتها المعيارية (٠,٦٦٢)، أما العبارة "تقدير الناس لي في مواقع التواصل أكثر من الواقع الفعلي" نجد تحليلاتها المعيارية (٠,٤٥٦) فهي أقل مقارنة بالعبارات الأخرى، ولكن لا يمكن الاستغناء عنها لأنها معنوية إحصائياً، وأكثر من القيمة العددية.

ثامناً- مناقشة نتائج الدراسة:

تتعدد العلاقات وتتنوع التفاعلات عبر منصات التواصل الاجتماعي في عالمنا الرقمي، وهنا يبرز سؤال محوري: هل يمكن للنظرية الاجتماعية مثل نظرية جوفمان، أن تفسر سلوكنا المعقد في هذا الفضاء الافتراضي؟ هذا التساؤل يكتسب أهمية خاصة مع تزايد الاهتمام بظاهرة تقديم الذات الرقمية، والتي تشكل نواة هذا البحث، حيث قدم إرفينج جوفمان نظريته حول التمثيل المسرحي من خلال صور الحياة الاجتماعية كمجموعة من العروض المسرحية التي يسعى فيها الأفراد إلى إدارة انطباع الآخرين عنهم، ويعتمد هذا المفهوم على فكرة المسرح الأمامي والخلفي، حيث يقدم الفرد صورة مثالية عن نفسه في المسرح الأمامي، بينما يكشف عن جوانب أكثر خصوصية في المسرح الخلفي، وتعتبر الهوية الرقمية هي الصورة التي يعرضها الفرد عن نفسه في الفضاء الرقمي، وهي تتشكل من خلال مجموعة من العناصر مثل الصور، النصوص، والروابط التي ينشرها على منصات التواصل الاجتماعي، هذه الهوية الرقمية ليست ثابتة، بل تتغير باستمرار مع تطور التفاعلات الاجتماعية الرقمية.

ويسعى الشباب في المجتمع المصري إلى إدارة انطباع إيجابي عن أنفسهم على منصات التواصل الاجتماعي، وهو سعي يتجاوز مجرد عرض الصور ومقاطع الفيديو. فمقارنةً بالأجيال السابقة، يواجه الشباب اليوم ضغوطاً أكبر لبناء صورة مثالية لأنفسهم، وذلك بسبب الانتشار الواسع لوسائل التواصل الاجتماعي، وتأثيرها على التفاعلات الاجتماعية التي تدفعهم دوافع متعددة إلى هذا السعي، مثل الرغبة في الانتماء إلى مجموعات اجتماعية معينة، والحصول

على الإعجاب والتقدير من الآخرين، وبناء هوية شخصية قوية في عالم رقمي متسارع التغير.

وبالنسبة لنتائج الدراسة الحالية، فقد أكد تحليل البيانات أن هناك اتفاقاً موسعاً بين عينة الدراسة حول دوافع الشباب لبناء صورة إيجابية لأنفسهم على منصات التواصل الاجتماعي من خلال اختيار الصور والمعلومات التي ينشرونها بعناية، تمامًا كما يفعل الممثل الذي يختار ملابسه وحركاته لتقديم شخصية معينة. كما أنهم يخلقون مساح أمامية وخلفية رقمية، حيث يعرضون جوانب محددة من حياتهم للعامة ويخفون جوانب أخرى، وأكدت نتائج الدراسة أن دوافع الشباب لبناء صورة إيجابية لأنفسهم على منصات التواصل الاجتماعي ترجع إلى الهروب من المشاكل في حياتهم اليومية، فتعتبر وسائل التواصل الاجتماعي أكثر من مجرد منصات للتواصل والترفيه؛ فهي تقدم للشباب وسيلة للهروب من المشكلات اليومية والضغوطات الاجتماعية، بما في ذلك القمع أو التمييز. بالنسبة للشباب الذين يواجهون صعوبات مثل القمع بسبب ميولهم الجنسية، توفر هذه الوسائط مساحة للتواصل مع أفراد يشاركونهم اهتماماتهم وتجاربهم، مما يمنحهم شعورًا بالانتماء والدعم. (Dhaliwal, 2021)

كما أشارت عينة الدراسة إلى أنهم يكتشفون العديد من جوانب هويتهم من خلاله وجودهم على مواقع التواصل الاجتماعي، لأن مرحلة الشباب تعد فترة حاسمة في تشكيل الهوية الذاتية. لطالما ركزت النظريات الكلاسيكية مثل مراحل إريك إريكسون، وحالات جيمس مارسلي على هذا الجانب، إلا أن ظهور وسائل التواصل الاجتماعي أضاف بُعدًا جديدًا ومعقدًا لهذه العملية. فمن جهة، توفر هذه المنصات مساحة آمنة للشباب لاستكشاف هوياتهم المتعددة، وتجربة أدوار اجتماعية مختلفة. ومن جهة أخرى، تطرح تحديات جديدة تتعلق بتكوين صورة ذاتية واقعية في ظل الضغوط الاجتماعية والتوقعات غير الواقعية التي قد تفرضها هذه المنصات، كما تعتبر الشباب مرحلة انتقالية حاسمة تشهد فيها الهوية الذاتية تحولات عميقة، ويسعى الشباب جاهدين لبناء هوية مستقلة

ومتميزة، مما يؤدي غالبًا إلى صراعات مع الأهل حول القيم والمعتقدات والسلوكيات، وتلعب العلاقات الاجتماعية دورًا محوريًا في هذه المرحلة، حيث يتطلع الشباب إلى الانتماء إلى مجموعات اجتماعية والحصول على القبول من أقرانهم، كما أن ظهور وسائل التواصل الاجتماعي قد أضاف بُعدًا جديدًا إلى عملية تشكيل الهوية في المراهقة. فمن جهة، توفر هذه المنصات مساحة آمنة للشباب لاستكشاف جوانب مختلفة من شخصياتهم، وتجربة أدوار اجتماعية متنوعة. ومن جهة أخرى، تطرح تحديات تتعلق بتكوين صورة ذاتية واقعية في ظل الضغوط الاجتماعية والتوقعات غير الواقعية التي قد تفرضها هذه المنصات. (Tovar, 2023)

وأوضحت نتائج العينة أن مواقع التواصل أتاحت التعبير عن بعض الممارسات التي لا يمكن التعبير عنها في الواقع، لأن منصات التواصل الاجتماعي تكونت بشكل كبير منذ ظهورها الأول، حيث كانت في البداية تسمح للمستخدمين بإنشاء هويات افتراضية بعيدة كل البعد عن واقعهم. ومع ذلك، فإن المنصات الحديثة مثل فيسبوك وإنستجرام تشجع على المزيد من المشاركة الاجتماعية الحقيقية، مما يدفع المستخدمين إلى تقديم صور أكثر واقعية لأنفسهم، وتشير العديد من الدراسات إلى أن المستخدمين على هذه المنصات يميلون إلى التعبير عن جوانب حقيقية من شخصياتهم، على الرغم من وجود بعض التزيين. (Bailey, 2020)

وأشارت أيضًا إلى حرص الشباب على إظهار أفضل صورة لديه على مواقع التواصل الاجتماعي، حتى تحولت وسائل التواصل الاجتماعي إلى مسرح للتمثيل الذاتي، يسعى المستخدمون جاهدين لتقديم صورة مثالية لأنفسهم، من خلال تطبيقات التعديل الفوتوجرافي مثل FaceTune التي تلعب دورًا كبيرًا في خلق هذه الصورة المثالية، لأنها تسمح للمستخدمين بتحويل عيوبهم إلى محاسن. نتيجة لذلك، فإن المحتوى الذي نراه على هذه المنصات غالبًا ما يكون بعيدًا عن الواقع. (Bailey, 2020)

وفى هذا السياق أوضحت العينة أن وجودها على مواقع التواصل يعزز ثقتهم بذواتهم، لأن السعي وراء الصورة المثالية جزء لا يتجزأ من الطبيعة البشرية، حيث يسعى الأفراد بشكل طبيعي إلى تقديم أنفسهم بأفضل صورة ممكنة. ومع ذلك، فإن الرغبة في التعبير عن الذات الحقيقية هي أيضًا قوية، حيث يسعى الأفراد إلى الشعور بالثقة والقبول والانتماء من خلال كشف جوانب حقيقية من شخصياتهم، ولكن ذلك يخلق نوعًا من التوتر بين الرغبتين في تقديم صورة مثالية، والتعبير عن الذات الحقيقية، وهو أمر شائع على منصات التواصل الاجتماعي. (Bailey, 2020)

وفيما يتعلق بالطرق التي يتبعها الشباب لتشكيل صورتهم الذاتية عبر مواقع التواصل الاجتماعي، أظهرت الدراسة إجماعًا بين المشاركين على أن الطرق التي يتبعها الشباب لتشكيل صورتهم الذاتية عبر مواقع التواصل الاجتماعي، مثل متابعة الأشخاص المؤثرين، حيث شهدت منصات التواصل الاجتماعي نموًا هائلًا في السنوات الأخيرة، مما أدى إلى ظهور جيل جديد من المشاهير الرقميين المعروفين بالمؤثرين الاجتماعيين. يستغل هؤلاء المؤثرون قدرتهم على الوصول إلى جمهور واسع للترويج للمنتجات والخدمات، مما يجعلهم قوة مؤثرة، وتشير الأبحاث إلى أن الشباب الذين يقضون وقتًا كبيرًا على وسائل التواصل الاجتماعي، ويتأثرون بشكل كبير بتوصيات المؤثرين، حيث يرون فيهم نماذج يحتذون بها ويثقون في آرائهم. (Croes, 2021)

كما عبرت العينة عن ردها على التعليقات والرسائل التي تتلقاها عبر وسائل التواصل الاجتماعي، حيث تدفع الرغبة في تقديم صورة معينة عن النفس، والشعور بالانتماء إلى مجموعة اجتماعية مرتبطة مثلًا بالعلامة التجارية المستهلكين للتفاعل مع محتوى العلامات التجارية على وسائل التواصل الاجتماعي. فمن خلال التفاعل مع محتوى معين، يسعى الشباب إلى بناء صورة ذاتية إيجابية وتعزيز علاقاتهم الاجتماعية. على سبيل المثال، قد يعجب الشاب بمنشور لعلامة تجارية؛ لأنه يرى أن هذا الإعجاب يعكس قيمه الشخصية ويقربه

من مجموعة اجتماعية يقدرها. في حين قد يعلق شاب على منشور آخر للتعبير عن رأيه الشخصي والمشاركة في حوار مع الآخرين. هذه الدوافع مترابطة، حيث يمكن للشباب أن يعزز تقديم الذات من خلال التفاعل مع محتوى علامة تجارية يرتبط بها عاطفياً. ومع ذلك، قد تتأثر هذه الدوافع بعوامل أخرى مثل خصائص المستهلك والمنتج والمنصة. (Swani, 2020). علاوة على ذلك، تستخدم العينة اسمًا يعبر عن شخصيتها واهتماماتها، حيث توفر منصات التواصل الاجتماعي للأفراد فرصًا غير مسبوقه لتقديم أنفسهم لجمهور عالمي. ونتيجة لذلك، تصبح العلاقة بين هوية الفرد الحقيقية وشخصيته على الإنترنت معقدة بشكل متزايد. في حين قد يجد البعض شعورًا بالتمكين والتعبير عن الذات من خلال تنظيم وجودهم على الإنترنت، فقد يواجه آخرون طمس الحدود بين ذاتهم الحقيقية والواجهة التي يصنعونها على الإنترنت. (Victoria, 2023)

وأشارت العينة إلى أنها تكتب مقولات مأثورة أو بيتًا من الشعر أو شطرًا من أغنية للتعبير عن ذاتها، كما تنشر محتوى (مثل مقاطع الفيديو، المدونات، أو الصور) مما يدعم هويتها الرقمية، وعلى الرغم من أن وسائل التواصل الاجتماعي توفر بيئة غير مادية للتفاعل، إلا أن العناصر مثل الصور والفيديوهات والروابط يمكن أن تعوض عن فقدان الوجود الجسدي، مما يجعل التفاعل الرقمي أكثر تعبيرًا وواقعية من مجرد النصوص. يعيد هذا البعد "الواقعي" لتفاعلات الوسائط المتعددة هويات الأفراد إلى سياق ملموس يمكن فهمه وتقويمه بطرق مشابهة للتفاعلات الوجيهة. (Petroni, 2019)

كما أن عينة الدراسة تشارك بانتظام في المناقشات والمجموعات التي تتعلق باهتماماتها وهويتها، حيث تلعب منصات التواصل الاجتماعي دورًا حاسمًا في تشكيل الهوية الاجتماعية، لأنها تسمح بالانضمام إلى مجتمعات افتراضية تتشارك قيمًا ومعتقدات مشتركة. هذا الشعور بالانتماء يمكن أن يعزز الثقة بالنفس ويقلل من الشعور بالوحدة. ومع ذلك، فإن هذه المنصات يمكن أن تخلق أيضًا "مجموعات"، حيث يتعرض الأفراد بشكل متكرر لمعلومات تؤكد

معتقداتهم الحالية، مما يحد من تعرضهم لوجهات نظر مختلفة. هذه المجموعات يمكن أن تؤدي إلى استقطاب الآراء وتقويض الحوار البناء، مما يجعل من الصعب الوصول إلى حلول وسط بشأن القضايا الاجتماعية والسياسية. (Victoria, 2023)

وتستخدم العينة الفلاتر والتأثيرات لإضفاء لمسة شخصية على صورهم، وهي إحدى الطرق التي تؤثر بها وسائل التواصل الاجتماعي على الهوية هي من خلال التركيز على المظهر والصورة، وأدى ظهور منصات مثل Instagram و Snapchat، والتي تعتمد إلى حدٍ كبير على مشاركة الصور ومقاطع الفيديو، إلى ثقافة المقارنة والتقديم الذاتي. غالبًا ما يشعر الناس بالحاجة إلى عرض نسخة مثالية من أنفسهم، مما يؤدي إلى الشعور بعدم الكفاءة والشعور الشائب بالهوية، كما أنها تستخدم الصور السيلفي للحصول على إعجاب وتعليقات إيجابية من الآخرين، حيث "تتيح وسائل التواصل الاجتماعي بناء هويات رقمية مثالية، حيث نختار بعناية الصور والمعلومات التي نشاركها مع العالم. ومع ذلك، فإن هذه الهويات الرقمية قد لا تعكس بالضرورة هويتنا الحقيقية، مما قد يؤدي إلى الشعور بالفجوة بين من نحن ومن نريد أن نكون. بالإضافة إلى ذلك، فإن المقارنة المستمرة بأنفسنا بالآخرين على وسائل التواصل الاجتماعي يمكن أن تؤدي إلى الشعور بالدونية وتقليل تقدير الذات. من المهم أن ندرك أن الهوية ليست ثابتة، وأنها تتطور باستمرار مع مرور الوقت والتجارب. وبينما يمكن لوسائل التواصل الاجتماعي أن تكون أداة قوية للتعبير عن أنفسنا وبناء علاقات، فإنها يجب أن تستخدم بحكمة حتى لا تضر بصحتنا النفسية.

وتطويرًا لهذه المناقشة لنتائج الدراسة، ينبغي الإشارة إلى أن هناك دورًا يلعبه الفضاء الرقمي في تكوين هوية الشباب، فقد أجمعت عينة الدراسة على أنها تشعر بالقلق أو الاكتئاب بسبب ما تراه على وسائل التواصل الاجتماعي، حيث تلعب المقارنة الاجتماعية السلبية دورًا كبيرًا في تعزيز الشعور بالاكتئاب، لدى الشباب الذين يستخدمون وسائل التواصل الاجتماعي بشكل مكثف،

فالمقارنة المستمرة بصور الحياة المثالية التي يعرضها الآخرون على وسائل التواصل الاجتماعي، يمكن أن تؤدي إلى الشعور بالنقص وعدم الكفاءة. بالإضافة إلى ذلك، فإن الخوارزميات التي تستخدمها منصات التواصل الاجتماعي غالبًا ما تعرض للمستخدمين محتوى مشابهًا لما يتفاعلون معه، مما يعزز هذه المقارنات السلبية، ويجعل من الصعب على المستخدمين الخروج من هذه الدورة. (Steinsbekk, 2023) كما يؤثر استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي بشكل كبير على حالتهم المزاجية.

وأوضحت العينة أن مواقع التواصل تساعدهم على اكتشاف بعض من جوانب هويتهم، لما توفره منصات التواصل الاجتماعي للأفراد للتعبير عن أفكارهم وآرائهم وإبداعاتهم، ويمكن أن يكون هذا تمكينًا، حيث يمكن للأشخاص مشاركة وجهات نظرهم الفريدة والتواصل مع أفراد متشابهين في التفكير. ومع ذلك، يمكن أن يؤدي أيضًا إلى فقدان الخصوصية، وطمس الحدود بين الحياة العامة والخاصة، كما أن القدرة على صياغة هوية عبر الإنترنت يمكن أن تكون محررة ومقيدة في الوقت نفسه. في حين أنها تسمح للأفراد باكتشاف جوانب مختلفة من شخصيتهم واهتماماتهم، إلا أنها يمكن أن تخلق أيضًا ضغطًا للحفاظ على صورة متسقة والامتثال لتوقعات المجتمع. كما يمكن أن تؤثر وسائل التواصل الاجتماعي على كيفية إدراكنا لأنفسنا، وكيف ينظر إلينا الآخرون، وتشكل الهوية بطرق خفية وواضحة.

وأشارت عينة الدراسة إلى أن تشكيل رأيهم في القضايا الاجتماعية والسياسية يتم من خلال وسائل التواصل الاجتماعي، لأنها تلعب دورًا حاسمًا في تشكيل الرأي العام، وتوجيه السلوك السياسي. فهي تسهل نشر المعلومات والأفكار بسرعة وفعالية، مما يسمح للأفراد بالوصول إلى مجموعة واسعة من الآراء والوجهات نظر. ومع ذلك، فإن هذا التسهيل قد يؤدي أيضًا إلى انتشار المعلومات المضللة والأخبار الكاذبة، مما يجعل من الصعب على الأفراد تقييم المعلومات بشكل نقدي، واتخاذ قرارات مستنيرة. بالإضافة إلى ذلك، يمكن

لوسائل التواصل الاجتماعي أن تخلق بيئات "صدى"، حيث يتعرض الأفراد فقط للمعلومات التي تؤكد معتقداتهم الحالية، مما يعزز الاستقطاب السياسي. (Wihbey, 2015)

وكشفت العينة عن أنها تستطيع من خلال مواقع التواصل الاجتماعي أن تعبر عن نفسها بحرية، وهذا ما أشارت له دراسة (O'Reilly, 2020) حيث إن التعرض لآراء متشابهة في سياقات التواصل عبر الإنترنت يعزز الشعور بالانتماء إلى مجموعة قائمة على الرأي، ويمكن تفسير هذه الظاهرة من خلال نظرية المقارنة الاجتماعية، حيث يسعى الأفراد إلى مقارنة أنفسهم بالآخرين لتقييم آرائهم وقيمهم، وعندما يجد الأفراد أن آراءهم تتفق مع آراء الآخرين، فإنهم يشعرون بتأكيد ذاتي أكبر، ويزداد شعورهم بالانتماء إلى هذه المجموعة. ومع ذلك، ولكن قد تؤدي هذه الظاهرة قد تؤدي إلى تعزيز الانقسامات الاجتماعية وتقليل التسامح مع الآراء المخالفة.

وأشارت أيضا العينة أنها تعتمد على مواقع التواصل الاجتماعي في بناء علاقات اجتماعية، وتعد نظرية التفاعل الرمزي من النظريات المحورية في علم النفس الاجتماعي، حيث تقدم إطاراً لفهم كيفية تشكل الهوية الاجتماعية وتطورها من خلال التفاعلات مع الآخرين. وفقاً لهذه النظرية، لا يولد الأفراد بهوية ثابتة، بل يبنونها تدريجياً عبر تفاعلهم مع العالم الاجتماعي. من خلال تبادل الرموز والمعاني يتعلم الأفراد القيم والمعتقدات والسلوكيات، مما يسهم في تكوين شعور بالانتماء إلى مجموعات اجتماعية معينة، ويمكن تطبيق هذه النظرية في العديد من المجالات، بما في ذلك فهم الديناميكيات داخل المجموعات، وتحليل العمليات التواصلية، وتصميم برامج التغيير الاجتماعي (Murotmusaev, 2021). كما تؤثر مواقع وسائل التواصل الاجتماعي على العلاقات الوثيقة بطرق معقدة ومتعددة. فهي توفر منصة للتواصل المستمر بين الأصدقاء والشركاء والعائلة، مما يعزز الشعور بالاتصال والانتماء. ومع ذلك، يمكن أن يؤدي الاستخدام المفرط لوسائل التواصل الاجتماعي إلى إهمال العلاقات الحقيقية، والشعور

بالغيرة، والمقارنات الاجتماعية غير الصحية. كما يمكن أن يسهم المحتوى السلبي على هذه الوسائل في زيادة التوتر والصراعات في العلاقات. لذا؛ من الضروري فهم الآليات النفسية التي تؤثر على هذه التفاعلات، مثل دور الغيرة والمقارنة الاجتماعية، لتطوير استراتيجيات صحية لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي والحفاظ على العلاقات الوثيقة. (Taylor, 2020)

الخاتمة:

تكشف نظرية إدارة الانطباع عن العمق النفسي والاجتماعي وراء سلوكياتنا، خاصة في عالمنا الرقمي المتسارع. فالشباب - بوعي أو بغير وعي- يستخدمون أدوات إدارة الانطباع لتشكيل صورهم الذاتية عبر المنصات الرقمية. ومع تطور التقنيات وظهور أدوات جديدة للتعديل والتزيين، تتزايد قدرة الشباب على بناء صور مثالية لأنفسهم. لكن هذا التطور يطرح تحديات جديدة تتعلق بالهوية الرقمية، والصحة النفسية، والعلاقات الاجتماعية. لذا، من الضروري أن نكون واعين بهذه الآليات، وأن نسعى لتطوير مهارات التفكير النقدي لدى الشباب، لمساعدتهم على بناء هوية رقمية صحية ومتوازنة.

حيث تلاشت الحدود الفاصلة بين الواقع المادي والوجود الرقمي بشكل كبير، ولم يعد من الممكن التمييز بسهولة بين التفاعلات التي تتم وجهًا لوجه، وتلك التي تحدث عبر الوسائط الرقمية. فالتكنولوجيا الحديثة، وبخاصة وسائل التواصل الاجتماعي، قد أصبحت جزءًا لا يتجزأ من حياتنا اليومية، مما جعل التفاعل الاجتماعي عبر الإنترنت أمرًا اعتياديًا. وبهذا، لم يعد هناك تناقض بين العالم المادي والعالم الرقمي، بل أصبحا يتداخلان ويتكاملان بشكل وثيق. (El Yazidi, 2022) حيث يمنحنا الإنترنت القدرة على تأطير انطباعاتنا الأولية عن الآخرين، حيث يمكننا أن نختار بعناية ما نريد أن نُظهره للعالم. ولكن هذا التنوع في طرق الوصول إلينا، والذي قد يكون مبهجًا في بعض الأحيان، يمكن أن يؤدي إلى شعور بالارتباك والغموض حول هوية الشخص الآخر. فهل هذه

الصفحة تعكس حقيقة الشخص، أم أنها مجرد واجهة مصممة بعناية؟ هذا التساؤل يطرح تحديات نفسية واجتماعية جديدة، حيث يصبح من الصعب بناء علاقات عميقة وموثوقة في عالم رقمي يزخر بالمعلومات المتضاربة.

على الرغم من الفوائد العديدة التي توفرها وسائل التواصل الاجتماعي، إلا أنها أبرزت تحديات جديدة مثل العزلة الاجتماعية وانتشار المعلومات المضللة. فالإفراط في الاعتماد على التفاعلات الافتراضية يمكن أن يؤدي إلى الشعور بالعزلة والوحدة، وتقويض العلاقات الاجتماعية الحقيقية. بالإضافة إلى ذلك، فإن سهولة انتشار المعلومات المضللة على هذه المنصات تهدد الثقة في المؤسسات، وتؤجج الانقسامات الاجتماعية. ولمواجهة هذه التحديات، يجب علينا تطوير مهارتنا الرقمية، وتعزيز تفكيرنا النقدي، والعمل على تحقيق توازن صحي بين التفاعلات الافتراضية والواقعية، كما يمكننا تحقيق ذلك من خلال تحديد أوقات محددة، والمشاركة في الأنشطة الاجتماعية، والتحقق من مصادر المعلومات قبل مشاركتها. ومع ذلك، فإن طبيعة هذه المنصات المتغيرة باستمرار تتطلب من الحكومات والشركات توفير حماية أكبر للمستخدمين، وتطوير آليات للحد من انتشار المعلومات المضللة، وهناك حاجة ماسة إلى مزيد من الأبحاث لفهم الآثار طويلة الأجل لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي، وتطوير استراتيجيات فعالة لتعزيز استخدامها الإيجابي، لأنها تعد منصة قوية لتقديم الذات وبناء الهوية والسمعة، ولكنها تتطلب فهمًا عميقًا لكيفية استخدام الأدوات الرقمية بفعالية لإدارة الانطباعات، وتعزيز الصورة الشخصية.

التوصيات:

أظهرت هذه الدراسة أن الشباب يستخدمون الفضاء الرقمي كمنصة للتعبير عن هويتهم وبناء صورة إيجابية عن أنفسهم، بدافع الرغبة في الانتماء والقبول الاجتماعي، والحصول على التقدير والإعجاب. ومع ذلك، فإن هذا السعي قد يؤدي إلى مقارنات غير واقعية مع الآخرين، والتركيز على المظاهر الخارجية، مما قد يؤثر سلبيًا على الصحة النفسية. لذا، نوصي بتطوير برامج توعية حول

الاستخدام الآمن والمسؤول للإنترنت، وتشجيع الشباب على بناء صور شخصية واقعية ومستدامة. كما نوصي الباحثين بمواصلة دراسة العلاقة بين الدوافع وراء بناء الصورة الإيجابية والآثار النفسية والاجتماعية الناتجة عن ذلك.

يمكن القول: إن دراسة تقديم الشباب لذواتهم عبر الفضاء الرقمي هي مجال واسع ومتشعب، يتطلب مزيدًا من البحث والدراسة. فالتكنولوجيا الرقمية تتطور بسرعة كبيرة، مما يجعل من الصعب إجراء أبحاث نهائية حول هذا الموضوع. ومع ذلك، فإن النتائج التي توصلنا إليها حتى الآن تشير إلى أهمية هذا الموضوع، وتؤكد الحاجة إلى مواصلة البحث لتطوير فهم أعمق للآثار الاجتماعية والنفسية لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي، خاصة فيما يتعلق بدوافع الشباب لبناء صورة إيجابية والطرق التي يتبعونها لتحقيق ذلك، لذا يمكن أن تطرح هذه الدراسة مجموعة من القضايا البحثية المثيرة للاهتمام. على سبيل المثال، دراسة تأثير الذكاء الاصطناعي على استراتيجيات إدارة الانطباع، أو تأثير الثقافة الفرعية على الهوية الرقمية للشباب، أو العلاقة بين الصحة النفسية واستخدام وسائل التواصل الاجتماعي. كما يمكننا مقارنة سلوكيات الشباب المصري مع الشباب في دول أخرى، أو تحليل تأثير الأحداث العالمية على الهوية الرقمية.

المراجع

أولاً- المراجع العربية:

- (١) إبراهيم الششتاوى محمد، مروة؛ حامد الموافق، فؤاد؛ البهى السيد وحيش، أحمد... & عصام. (٢٠١٤). استخدامات الشباب لمواقع التواصل الاجتماعي وعلاقته بالعوامل الخمسة الكبرى في الشخصية لدى طلاب الجامعة (دراسة وصفية تحليلية لمستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي). مجلة بحوث التربية النوعية، ٢٠١٤ (٣٤)، ١٠٣-١٣٨.
- (٢) أحمد جاسم رميض. (٢٠٠٣). تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على الهوية الثقافية للفرد، الجامعة العراقية، مركز البحوث والدراسات الإسلامية، العدد ٦٢، المجلد ٢، ٩-٣.
- (٣) إيمان عوض محمد فيود. (٢٠٢٢). علاقة مواقع التواصل الاجتماعي الاكتئاب والقلق لدى عينة من الشباب، مجلة تكنولوجيا التعليم والتعلم الرقمي، الجمعية المصرية للتنمية التكنولوجية، ص ١١٥-١٦١.
- (٤) بن حفاف سارة. (٢٠١٩). حرية الرأي والتعبير في مواقع التواصل الاجتماعي، مجلة العلوم القانونية والاجتماعية، العدد ٤، ٣٣٠-٣٥٠.
- (٥) الصالحة محمد الدمارى. (٢٠٢٠). دور وسائل التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام، متاح على الرابط:

https://www.researchgate.net/publication/365617243_dwr_wsayl_altwasl_al_ajtmay_fy_tshkyl_alray_alam.

- (٦) طوبال إبراهيم. (٢٠١٥). مواقع التواصل الاجتماعي وإشكالية الهوية: نحو سوسيولوجيا الهوية الرقمية، مجلة المداد للعلوم الإنسانية والاجتماعية، الجزائر، العدد ٣، ٦٥-٩٥.
- (٧) لامية طالة. (٢٠١٩). نظريات شبكات التواصل الاجتماعي وأثرها على وسائل الإعلام التقليدية: دراسة في النماذج الإعلامية، مجلة دراسات إنسانية واجتماعية، جامعة وهران، الجزائر، ص ١٧٣ - ١٩٦.
- (٨) لونيس، بادس. "إرفينغ غوفمان والظاهرة الاتصالية - قراءة إبستمولوجية في أهم أفكاره التنظيرية"، دراسات وأبحاث المجلة العربية في العلوم الإنسانية والاجتماعية، المجلد ١٠، العدد ٤، ص ٧٢٧-٧٣٤.
- (٩) نرمين زكريا خضر. (٢٠٠٩). الآثار النفسية والاجتماعية لاستخدام الشباب المصري لمواقع الشبكات الاجتماعية: دراسة على مستخدمي موقع Facebook، المؤتمر العلمي الدولي الأول بعنوان (الأسرة والإعلام وتحديات العصر) والذي عقد بكلية الإعلام في الفترة من ١٥-١٧ فبراير ٢٠٠٩.

ثانياً- المراجع الأجنبية:

- (1) Ausat, A. M. A. (2023). The role of social media in shaping public opinion and its influence on economic decisions. *Technology and Society Perspectives (TACIT)*, 1(1), 35-44.
- (2) Azzaakiyyah, H. K. (2023). The Impact of Social Media Use on Social Interaction in Contemporary Society. *Technology and Society Perspectives (TACIT)*, 1(1), 1-9.
- (3) Bailey, E. R., Matz, S. C., Youyou, W., & Iyengar, S. S. (2020). Authentic self-expression on social media is associated with greater subjective well-being. *Nature communications*, 11(1), 1-9.
- (4) Castillo de Mesa, J., Gómez-Jacinto, L., López Peláez, A., & Erro-Garcés, A. (2020). Social networking sites and youth transition: The use of Facebook and personal well-being of social work young graduates. *Frontiers in psychology*, 11, 230.
- (5) Chan, K. T. (2022). Emergence of the 'Digitalized Self' in the Age of Digitalization. *Computers in Human Behavior Reports*, 6, 100191.
- (6) Croes, E., & Bartels, J. (2021). Young adults' motivations for following social influencers and their relationship to identification and buying behavior. *Computers in Human Behavior*, 124, 106910.
- (7) Dhaliwal, B.(2021) Use of social media to escape reality.
- (8) El Yazidi, R., Amrani, M., & Mousdil, S. (2022). The Presentation of The Self in The Digital World: Does Erving Goffman's Social Interaction Theory Hold Up?. *Neuro Quantology*, 20(15), 6956.
- (9) Ezzat, H. (2022). Online identity and Egyptian youth: Exploring construction processes. *ILCEA. Revue de l'Institut des langues et cultures d'Europe, Amérique, Afrique, Asie et Australie*, (46).
- (10) Gorea, M. (2021). Becoming your "authentic" self: How social media influences youth's visual transitions. *Social Media+ Society*, 7(3), 20563051211047875.

- (11) Hällgren, C., & Björk, Å. (2022). Young people's identities in digital worlds. *The International Journal of Information and Learning Technology*, 40(1), 49-61.
<https://www.stasson.org/the-impact-of-social-media-on-self-identity-formation-a-psychological-and-sociological-perspective/>
- (12) Janse, Ben. (2023), Impression Management Theory by Erving Goffman, <https://www.toolshero.com/sociology/impression-management/>.
- (13) Jarman, H. K., Marques, M. D., McLean, S. A., Slater, A., & Paxton, S. J. (2021). Motivations for social media use: Associations with social media engagement and body satisfaction and well-being among adolescents. *Journal of Youth and Adolescence*, 50(12), 2279-2293.
- (14) Jeyanthi, M. (2022). Social Media and Identity Formation–The Influence of Self-Presentation and Social Comparison. *Mind and Society*, 11(02), 138-144.
- (15) Merunková, L., & Šlerka, J. (2019). Goffman's theory as a framework for analysis of Self presentation on online social networks. *Masaryk University Journal of Law and Technology*, 13(2), 243-276.
- (16) Mingoia, J., Hutchinson, A. D., Wilson, C., & Gleaves, D. H. (2017b). The relationship between social networking site use and the internalization of a thin ideal in females: a meta-analytic review. *Frontiers in Psychology*, 8, 1351. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2017.01351>.
- (17) Monti, C., Aiello, L. M., De Francisci Morales, G., & Bonchi, F. (2022). The language of opinion change on social media under the lens of communicative action. *Scientific Reports*, 12(1), 17920.
- (18) Murotmusaev, K. B., & Tangrikulova, R. (2021). Social Psychology of Communication: Communication as the Realisation of Social and Interpersonal Relationships. *International Journal of Multicultural and Multireligious Understanding*, 8(5), 190-200.
- (19) Nickerson, C. (2024). Impression Management: Erving Goffman Theory.
- (20) O'Reilly, C., Maher, P. J., Lüders, A., & Quayle, M. (2022). Sharing is

- caring: How sharing opinions online can connect people into groups and foster identification. *Acta Psychologica*, 230, 103751.
- (21) Pérez-Torres, V. (2024). Social media: a digital social mirror for identity development during adolescence. *Current Psychology*, 1-11.
- (22) Petroni, S. (2019). How social media shape identities and discourses in professional digital settings: self-communication or self-branding?. *Analyzing Digital Discourse: New Insights and Future Directions*, 251-281.
- (23) Steinsbekk, S., Nesi, J., & Wichstrøm, L. (2023). Social media behaviors and symptoms of anxiety and depression. A four-wave cohort study from age 10–16 years. *Computers in Human Behavior*, 147, 107859.
- (24) Swani, K., & Labrecque, L. I. (2020). Like, Comment, or Share? Self-presentation vs. brand relationships as drivers of social media engagement choices. *Marketing Letters*, 31(2), 279-298.\
- (25) Taylor, S. H., Zhao, P., & Bazarova, N. N. (2022). Social media and close relationships: a puzzle of connection and disconnection. *Current Opinion in Psychology*, 45, 101292.
- (26) Tovar, M., Rosillo, M., & Spaniard, A. (2023). Social Media's influence on identity formation and self expression. In *Teens, screens, and social connection: An evidence-based guide to key problems and solutions* (pp. 49-61). Cham: Springer International Publishing.
- (27) Victoria ,Berumen (2023), The Impact of Social Media on Self-Identity Formation: A Psychological and Sociological Perspective, Berumen's Psychology and Sociology Blog
- (28) Wihbey, J. (2015). How does social media use influence political participation and civic engagement? A meta-analysis. *Journalist's Resource*.

