

تقديم الذات عند استخدام موقع التواصل الاجتماعي انستغرام

Self-Presentation using social media platform Instagram

ليلى شاي	مروة هاجر درداري
جامعة الجزائر 3 كلية علوم الاعلام والاتصال (الجزائر)	جامعة الجزائر 3 كلية علوم الاعلام والاتصال (الجزائر)
journalismeitfc@yahoo.fr	derdariimarwa@gmail.com

تاريخ الاستلام: 2023/06/17 تاريخ القبول: 2024/10/25

● الملخص:

تطورت مواقع التواصل الاجتماعي لتكون أدوات قوية للتواصل والتفاعل الاجتماعي. تسمح للأفراد بمشاركة المعلومات والأفكار والصور والفيديوهات مع الآخرين بسهولة وفي الوقت الحقيقي. يتمتع هؤلاء الأفراد بالحرية في اختيار الأشخاص الذين يرغبون في التفاعل معهم والمشاركة في محتواهم، ويمكنهم أيضًا اكتشاف محتوى جديد والانضمام إلى مجتمعات ذات اهتمامات مشتركة. بفضل وسائل التواصل الاجتماعي، يمكن للأفراد بناء وصقل هويتهم الشخصية الرقمية وإبراز جوانبهم الإبداعية والفنية والتعبير عن آرائهم بحري، كما يمكن للمستخدمين أيضًا استخدام هذه المنصات لتوجيه رسائلهم وأفكارهم والتعبير عن قضاياهم الاجتماعية والبيئية والسياسية، وبالتالي المساهمة في تغيير المجتمعات وإحداث تأثير إيجابي. علاوة على ذلك، تعزز مواقع التواصل الاجتماعي التواصل بين الأشخاص وتعمل كجسر بين الثقافات المختلفة والبلدان المختلفة، كما تمكن المستخدمين التواصل مع أصدقاء جدد وزملاء ومشاركة تجاربهم ومعرفة بطرق سهلة وفعالة.

كلمات مفتاحية: الاستخدام، مواقع التواصل، موقع انستغرام، تقديم الذات

Abstract:

Social media platforms have evolved into powerful tools for social interaction and communication. They enable individuals to easily share information, ideas, photos, and videos with others in real-time. Users have the freedom to choose the people they want to interact with and engage with their content. They can also discover new content and join communities with shared interests. Thanks to social media, individuals can build and refine their digital identities, showcasing their creative and artistic sides and expressing their opinions freely. Users can also use these platforms to convey their messages and ideas and express their social, environmental, and political concerns, thereby contributing to societal change and making a positive impact. Furthermore, social media platforms enhance communication between individuals and act as a bridge between different cultures and countries. Users can connect with new friends, colleagues, and share their experiences and knowledge in an easy and efficient manner.

Keywords: Use, Social media, Self-presentation, Instagram

● مقدمة:

أثارت علاقة المستخدم بالتكنولوجيا وتفاعله مع وسائط الإعلام الجديدة اهتمامًا لا ينضب في مجال البحث، وتناولتها العديد من الدراسات في علوم الإعلام والاتصال وعلوم الإنسان. وفي هذا السياق، تسعى الدراسات الحالية إلى توجيه الاهتمام نحو المستخدم نظرًا لتعرضه في حياته اليومية لكمية هائلة من المعلومات والأخبار غير المنقطعة التي يحصل عليها من وسائل الإعلام، وخاصة من وسائط الاتصال الجديدة، وعلى رأسها شبكات التواصل الاجتماعي. ولذا، سيتم تسليط الضوء في هذه الدراسة على زاوية محددة، وهي كيفية تقديم المستخدم لذاته عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

واجه الباحثون تحديات كبيرة بصدد دراسة موضوع الاستخدام الذي مر عبر محطات كثيرة، ولا يزال إلى يومنا هذا يشغل الباحثين في مجال علوم الإعلام والاتصال، فاتهموا مؤخرًا نحو تطبيق نظرية الاستخدامات و الاشباعات *Uses and Gratifications theory* على الانترنت ثم انعكس الاهتمام على مواقع التواصل الاجتماعي من خلال تحديد كيفية ودوافع الإستخدام، و قد شكلت التعريفات الأولى مراجعات عديدة وواسعة، غير أنها لم تكبح البحوث حول مواقع التواصل الاجتماعي عامة و موقع إنستغرام خاصة من المثابة من اجل فهمها وبات من السهل دراسة استخدام الجمهور للانترنت او للمواقع.¹

مرت مواقع شبكات التواصل الاجتماعي *Social Network Sites* هي الأخرى بمراحل عديدة، ففي بداياتها ركز الباحثون على استكشافها وفهم طبيعتها، وبعد التطور الذي عرفته هذه المواقع ومع تنوعها واختلاف ميزاتها، استمرت الدراسات و الانشغالات حولها وارتبطت مع الاستخدام بشكل اعمق، من حيث دوافع الاستخدام، كيفية الاستخدام، والاشباعات المحققة.²

كما اعتبر آخرون مواقع التواصل الاجتماعي انها حزم من الأدوات التكنولوجية، تتضمن ميزات التكنولوجيات السابقة، لكنها تعيد تجميعها في سياق جديد يدعم قدرة المستخدمين على تكوين والحفاظ على شبكة واسعة من العلاقات الاجتماعية، و قد عرف موقع انستغرام نفسه ولخص سبب وجوده في كونه أهم مواقع التواصل الاجتماعي حيث اعتبره البعض أداة مناسبة للاستخدام، وذلك لما يتيح الموقع من إمكانية إنشاء حساب شخصي، وتوضيح شبكة المستخدم الاجتماعية عن طريق متابعيه و الحسابات التي يتابعها بالمقابل، كما يوفر طرق عديدة تمكن من جمع معلومات حول الأفراد المشبكين، و الخوض في علاقات مع الآخرين من خلال مختلف المزايا الاتصالية، حيث أن استخدام هذا الموقع يكمن في نشر الصور ومقاطع الفيديو، كونها العامل الرئيسي الذي يعبر عنه ويميزه عن غيره من المواقع.³

¹ Bernardo, A., Huberman and al -Social networks that matter : Twitter under the microscope, Social Computing Lab- Cornell University-2008-p65

² Bellin, J -Facebook, twitter, and the uncertain future of present sense impressions -University of Pennsylvania Law Review-Vol.160-2012-p4

³ Kittiwongvivat,w , Rakkanngan -Facebooking your dreams - master thesis.2010-p58

من أولى الخطوات التي يقوم بها المستخدم عند فتح حساب خاص على أي موقع من مواقع التواصل الاجتماعي هي ملأ حقل المعلومات الشخصية، حيث تعتبر الخطوة الأساسية التي تفرضها هذه المواقع على المستخدمين، كما تمنح فرصة لتقديم الذات، الذي تناوله إيرفن غوفمان Erving Goffman سنة 1959 في كتابه « The presentation of self in everyday life » أي عرض الذات في الحياة اليومية، وقدم من خلاله نظريته المعروفة بالنظرية الدرامية لفهم الحياة الاجتماعية Dramaturgical theory، إذ يرى غوفمان أنه ليس ثمة فرق كبير بين المسرح والحياة اليومية، واعتبر أن سلوك الفرد في حضور الآخرين عبارة عن Performance أي أداء، يسعى من خلاله الفرد بشكل واعٍ أو غير واعٍ إلى المحافظة أو التلاعب في انطباعات الآخرين عنه وهذا لا يعني بالضرورة أن سلوك الفرد زائف، فحتى عندما يكون صادق مع الآخرين فإنه سيقوم بتمثيل الأدوار التي يعرضها حضورهم بإمعان أكثر¹.

بالإضافة إلى ما طرحه باري شلنكر Barry R. Schlenker سنة 1980 *Impression management*، أنه عندما يقدم الفرد أثناء تفاعله الاجتماعي أجزاء من ذاته (خصائصه، قدراته، سماته، مواهبه) فهو يود أن تنعكس في أذهان الآخرين عنه، سواء كان هذا التقديم مخطط له أو أنه نشاط تلقائي يحدث دون تخطيط مقصود. كما ذكر، تقديم الذات بأنها المحاولة التي يقوم بها الفرد بضبط صورته الذاتية عند مقابلة مجموعة من الناس، بمعنى آخر أن الفرد يظهر بمظهر لائق من خلال تقديم صورة نموذجية لنفسه عند الاجتماع بالآخرين².

اتضح من خلال الدراسات التي أجريت حول Self-presentation، أن هناك بعض الاستراتيجيات أو العوامل التي يستخدمها الأفراد في تقديم ذواتهم للغير، وأكثرها شيوعاً كما ذكرها الثنائي بيتمان وجونز Edward E. Jones و Thane S. Pittman سنة 1982 في *Toward a general theory of strategic self-presentation*. هي كالتالي :

الحضي (Ingratiation)، الترويج للذات (Self-promotion)، التهديد (Intimidation)، القدوة (Exemplification)، التوسل³ (Supplication).

1. نظرية الاستخدامات والاشباع : Uses and gratifications theory

1.1 بداية نظرية الاستخدامات والاشباع :

شرحت نظرية الإستخدامات و الإشباعات الطريقة التي يستخدم فيها الأفراد وسائل الإعلام، وكيف تتم هذه العملية من خلال تلبية الأفراد لحاجاتهم و رغباتهم من خلال وسائل الإعلام المختلفة، و هذا ما يخالف بحوث التأثير التي تنظر إلى الجمهور نظرية سلبية على أنه متلقي سلبي، وكانت الفكرة الأساسية التي اعتمد عليها هذا الاعتقاد هي أن الرسائل الإعلامية تصل إلى جميع أفراد المجتمع بطريقة متشابهة

¹ Goffman ,E- The presentation of self in everyday life. New York :penguin books.-1959-p66

² Schlenker, B-Carryover effects of feeling socially transparent or impenetrable on strategic self-presentation. Journal of personality and Social Psychology.-2003-p23

³ Schlenker-Opic-p56

، وان الاستجابات الفورية والمباشرة تأتي نتيجة للتعرض لهذه المؤثرات ، لكن هذا عكس ما أثبتته الباحثين بعدها من خلال نظرية الاستخدامات و الإشباعات ¹.

مرت نظرية الاستخدامات و الإشباعات بثلاث مراحل في تطورها ، بدأت المرحلة الأولى في الأربعينات من القرن الماضي و هذا من خلال العديد من الدراسات التي أجريت آنذاك و كانت أهمها الدراسة التي قام بها وابلز و برادشو Waples, Berelson, and Bradshaw ، سنة 1940 حول القراء و كيفية إشباع رغباتهم ، تلتها دراسة هيرزوق Herzog التي استمرت مدة أربعة سنوات من (1940-1944) ، و كانت حول مسألة اشباع الرغبات التي يتحصل عليها جمهور برامج Quiz و هي عبارة عن مسابقات تبثها الإذاعة أي العاب إذاعية ، بالإضافة الى دراسة Suchman سنة 1942 و كانت حول دوافع استماع الأفراد للموسيقى ، جاءت بعدها دراسة ولف و فيسك Wolfe and Fiske التي تناولت سلسلة الرسوم المتحركة الخاصة بالأطفال ثم دراسة ثم دراسة Berelson سنة 1949 عن وظائف قراءة الأخبار ، دون أن ننسى دراسات لازالسفيلد وستانسون Lazarsfeld and Stanton خلال (1942-1944-1949) ².

أشار وليمير ودومينيكي Wimmer and Dominick بأن الأبحاث التي تعلقت بالاستخدامات و الإشباعات بدأت منذ الأربعينات حيث بدأ المختصون في وسائل الإعلام بدراسة سلوكيات الجمهور نحو الرسائل الإعلامية و الوسائل ، أي من خلال قراءة جريدة أو الإستماع الى الراديو . و وصف البعض الآخر بأن بدايات بحوث الاستخدامات و الإشباعات كانت وصفية تبحث عن تصنيف استجابات أفراد الجمهور في فئات ذات معنى ، أين ركزت الدراسات على حصر الأنشطة التي تمارسها وسائل الإعلام والوظائف التي تقدمها ³. أما المرحلة الثانية في مقارنة الاستخدامات و الإشباعات فكانت في الخمسينات و الستينات من القرن الماضي ، حيث أدخل الباحثون العديد من المتغيرات الاجتماعية و النفسية ، و هي التي تعتبر خلفية لمختلف الأنماط الإشباعية .

اعتبارا لما توصل اليه شرام وباركر Schramm, Lyle, and Parker بأن الأطفال يستخدمون التلفاز تأثرا وفقا للمحيط الذي حولهم وقدراتهم و علاقاتهم بأوليائهم ، كما شدد كلاير Klapper على أهمية تحليل عواقب الاستخدام بدلا من وصفه ، و هذا ما قام به العديد من الباحثين سابقا ، حيث دعى الى التحليل الوظيفي لبحوث الاستخدامات و التي من خلالها يستعيد الجمهور مكانته الحقيقية ضمن الديناميكية الإيجابية بدلا من ابقائهم في المنظور السلبي ⁴.

من أهم النظريات التي ظهرت في السبعينيات كانت من قبل بلومر وكاتز Jay Blulmer and Katz سنة 1974 التي درسوا فيها كيفية إستهلاك أفراد الجمهور لوسائل الإعلام ، و ماهي الفوائد التي يخرج بها المستهلك ⁵.

¹ - Proulx S. - "Modèle d'analyse des usages des TIC". Journée de recherche Expérimentation et usages des TIC et de l'Internet, Aix en Provence.2005-p36

² Proulx-opcit-p45

³ Jouët, J. - « Retour critique sur la sociologie des usages ». Réseaux, -2000-p23

⁴ Jouet-opcit-p87

⁵ Zhao ,S.,Grasmuck, S., & Martin, J- Identity construction on Facebook :Digital empowerment in anchored relationships-Computer in Human Behaviour ,24, 1816-1836.-2008-p54

كما أكد بلومر Blulmer سنة 1975 بأن الدافع المعرفي سهل كسب المعلومات ، و أن دافع التحويل أو الهروبية سهل تصورات الجمهور الاجتماعية من دقة التمثيلات الاجتماعية في برامج الترفيه ، و أشار سنة 1979 الى ثلاثة أصول إجتماعية أولية وتتمثل في التأثيرات المعيارية ، التغيرات الاجتماعية ، ورد الفعل الشخصي للأفراد من للأوضاع الاجتماعية .¹

وفي دراسة قدمها زيلمان وبراين Zillmann and Bryant سنة 1984 حيث أشاروا بأن الأفراد المتوترين و الذين يتعرضون لضغوطات في حياتهم اليومية ، يفضلون مشاهدة البرامج التلفزيونية الهادئة التي تمنحهم راحة نفسية . ومن الجدير بالذكر الجدل الذي قام به Whindhal سنة 1981 مؤكداً أن الاختلافات الأولية بين مقترب التأثير التقليدي ، ومقترب الإستخدامات هو أن باحثي تأثير وسائل الإعلام عادة يفحصون الإتصال الجماهيري من منطلق القائم بالإتصال ، في حين أن باحثي الإستخدامات والإشباع يستخدمون نا لجمهور كنقطة انطلاق في بحوثهم . في الثمانينات، أعاد الباحثون تقييم مفهوم الجمهور النشط ، بحيث أكد بعضهم على أنه بالرغم من أن الإستخدامات و التأثيرات سعت لتفسير العواقب الناتجة عن استخدام وسائل الإتصال الجماهيرية ، إلا أن الباحثين فعلوا ذلك من خلال إدراك إمكانات الجمهور و قدرته على الحضور والنشاط .²

إن ظهور تكنولوجيات الإتصالات السلكية و اللاسلكية أعاد إحياء أبحاث الإستخدامات و الإشباع، فتحرير صناعة الإتصالات ، و المزج بين وسائل الإتصال الجماهيرية والتكنولوجيا الرقمية غيرت أنماط تعرض المستخدمين للعديد من وسائل الإعلام . هذه التكنولوجيات الحديثة توفر للأفراد اختيار أوسع للوسيلة الاعلامية فالدوافع والإشباع أصبحت عناصر ذات أهمية كبرى في تحليل الجمهور .

تتيح شبكة الأنترنت مجالا جديدا وعميقا لإستكشاف مقترب الإستخدامات و الإشباع أي زاوية أخرى والتي احتوت على ثلاث فئات أساسية من الإشباع و هي :

أ. الإشباع الخاص بالمحتوى .

ب . سيرورة الإشباع .

ج- الإشباع الإجتماعي .

حتى مفهوم الجمهور النشط قد عرف مصداقية أكبر في الدراسات و عند الدارسين الذين يهتمون بالأنترنت و الوسائط الإتصالية الجديدة الأخرى، فانتشار التكنولوجيات الحديثة أدى الى تزويد المستخدمين بقائمة عريضة من منابع و قنوات الإعلام ، حيث يختارون من بينها تلك القدرة على تلبية حاجاتهم و اهتماماتهم ، و قد اعتبرها الباحثين ذروة الانعزالية باعتبارها وسيط يمكن للفرد من خلالها الحصول على معلومات وحتى انتاج معلومات وهذا ما يجعله يعتمد على نفسه في تحصيله على المعارف .³

1.2. نظرية الإستخدامات و الإشباع و مواقع التواصل الإجتماعي :

¹ Thuy-Vy Bui-Social Media On-A-Stick: A uses and gratification approach- University of Minnesota-2014.p44

² Thuy -Op cit-p46

³ Harrison Richard, Thomas Michael-Identity in Online Communities-2003-p30

مع تزايد و انتشار مواقع التواصل الاجتماعي ، كالفيسبوك ، تويتر ، انستغرام ، يوتيوب الخ .. أصبح المستخدمون في تواصل مستمر و على الخط بشكل متواصل و مع انتشار الدراسات التي تناولت هذا الموضوع أصبح من السهل دراسة إستخدام الجمهور للأنترنت او لمواقع التواصل الاجتماعي ، ففي سنة 2005 قام كل من جوفاني وباشلي Govani and Pashley بدراسة حول استخدامات و اشباعات مواقع التواصل الاجتماعي . و هذا لمحاولة فهم كيف يستخدم الأفراد هذه المواقع ، اعتمد الباحثون على عينة من طلبة جامعة Michingan و درسوا العلاقة بين استخدامات الفايسبوك و كيفية مشاركة الطلبة في محيطهم الجامعي و قاموا بقياس خمسة محفزات شخصية لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي:

- استخدام المواقع من أجل ملأ وقت الفراغ .
- استخدام المواقع من أجل الحصول على معلومات حول أحداث معينة ، موسيقى ، أخبار حول العالم .
- استخدام المواقع من أجل التعرف على أشخاص جدد .
- استخدام المواقع لأن الجميع أصبح يستخدم مواقع التواصل الاجتماعي من أصدقاء و عائلة و المحيط .¹

2. تقديم الذات لإيرفين غوفمان Erving Goffman :

1.2 تقديم الذات في الحياة اليومية:

يقضي الافراد معظم حياتهم في التفاعل مع الآخرين ، وهذه التفاعلات تجسد اراء الناس حول انفسهم ، لتنعكس بعد ذلك في طرق تقديمهم لذواتهم للآخرين ، و التفاعل الرمزي يسلط الضوء على العمليات الجارية بين الذات، والتفاعلات الاجتماعية، وروابطها لتطوير المعنى . يعتبر تقديم الذات Self-presentation ظاهرة اجتماعية ونشاطا يتم تشكيله عن طريق مجموعة من العوامل الشخصية او الموقفية بناء على الآخرين، هذا كونه عنصر مهم في عملية التفاعل الاجتماعي لذا يعد من المفاهيم التي شددت اهتمام الباحثين في العديد من المجالات ، كعلم النفس و العلوم الإنسانية لتتسع دائرة البحث و تقوده الى علوم الاعلام و الاتصال . وهو بشكل عام مبني على دافعين، اولهما تثبيت صورة الفرد الاجتماعية أي مركزه الاجتماعي و يستهدف نيل الخطوة في اسلوب الانطباع الماخوذ، وثانيهما دافع ارضاء الآخرين لهذا هو مرتبط بمفهوم الهوية Identity ، التي تتضح للعالم ولأنفسنا من خلال مجموعة السلوكيات الاتصالية الملبس، والمظهر، الجنس، نبرة الصوت وانتقاء الكلمات ، ومع ظهور الوسائط الجديدة و الحياة الافتراضية اصبح لمفهوم تقديم الذات بعدا اخر يتمثل في تقديم الذات على الخط Self-presentation online ، الذي يتشكل من خلال استخدام الافراد لشبكة الانترنت ومختلف مواقع التواصل الاجتماعي، اول طرح لتقديم الذات Self-presentation ، جاء من قبل Erving Goffman سنة 1959 في كتابه تقديم الذات في الحياة اليومية La mise en scène de la vie quotidienne ، الذي شرح من خلاله نظريته المعروفة بالنظرية الدرامية لفهم الحياة الاجتماعية Dramaturgical theory ، اذ يرى Goffman ان الحياة اليومية لا تختلف عن المسرح، فالافراد داخل هذه الحياة عبارة عن ممثلين أو شخصيات Characters ، يصبح سلوكهم في حضور الآخرين مجرد أداء

¹ Govani, T. and Pashley, H.- Student Awareness of the Privacy Implications When Using Facebook. Unpublished Manuscript, Carnegie -Mellon University.2005-p23

Performance، بمعنى ان الفرد يؤدي أدورا متعددة وكأنه على خشبة المسرح Theater، فيميل للتعامل مع الحضور على أساس الانطباع الذي يعطونه، و هنا تحديدا تتم ترجمة الأفعال التواصلية الى أفعال أخلاقية. واقترح Goffman بأن الفرد عندما يتفاعل مع الآخرين، تتشكل لديهم صورة في أذهانهم عنه.¹

كما اعتبر بأن أداء الفرد يتغير حسب الحالات التي يقع فيها يوميا، فعندما يؤدي دورا ما في حالة ما للآخرين فإنه يسعى لتحقيق الانطباع المثالي وتشكيل الصورة المثالية، فينجح في هذا الامر من خلال إقناعهم و اقناع نفسه بالعرض الذي قدمه.²

بالإضافة الى ما طرحه Schlenker بان تركيز الخصائص الإيجابية يرتبط بنوع العلاقة بين المؤدي والحضور أي ان العرض يختلف حسب معرفته لهم فاذا كان موجه لافراد العائلة والأصدقاء يكون اقل إيجابية من العرض للغرباء الذي يسعى من خلاله الفرد ابراز جوانب معينة وإخفاء العيوب . على العموم ان تقديم الذات يتضمن عملية التحكم في الصورة التي نعكسها للآخرين بغرض تشكيل روابط و تطوير العلاقات.³

2.2 مستويات تقديم الذات :

يرى Goffman ان الفرد يعمل كل يوم على نقل انطباع يرغب في تركه لدى الآخرين بغرض تحقيق هدف ما يسعى إليه، وهذا يتم من خلال ما يسمى بالأداء، وهو نشاط يقوم به أمام الآخرين من أجل التأثير فيهم بأي شكل من الأشكال، اذ ذكر ثلاثة مستويات لهوية الفرد وهي:

أ- المستوى الأول "هوية الأنا":

وفيه يقدم الفرد نفسه لنفسه، ويرتبط بمشاعره وأحاسيسه، فمن الطبيعي أن يعرف الفرد من هو وما هي حدوده وقدراته، وما هي نقاط ضعفه ونقاط قوته.

ب- المستوى الثاني "الهوية الفردية " :

وفيه يقدم الشخص نفسه لعائلته وأصدقائه المقربين، فهو الوحيد الذي يقرر شكل الصورة التي يظهر بها أمام أفراد أسرته من حيث انطباعاتهم عنه هادئ أو عصبي، متزن أم متهور، ... وكذلك الأمر بالنسبة لأصدقائه المقربين منه، فهو من خلال أدائه يقرر كيف يحددون ماهية شخصيته.

¹ Nov, O., Naaman, M., & Ye, C- Analysis of participation in an online photosharing community: A multidimensional perspective. Journal of the American Society for Information Science and Technology, 61(3), 555-566. doi: 10.1002/asi.v61:3-2010-p11

² Hogan, B- The presentation of self in the age of social media: distinguishing performances and exhibitions online. Bulletin of Science Technology and Society, 30(6), 377-386.2010-p28

³ Goffman-opcit-p88

ج-المستوى الثالث "الهوية الاجتماعية يقدم في هذا المستوى الشخص نفسه للآخرين في دائرة أوسع من دائرة الأسرة والأصدقاء المقربين، فهذه الدائرة تشمل زملاء العمل والجمهور، وفيه أيضا يحدد الشكل الذي يريد أن يراه به الآخرون، من حيث انه شخص اجتماعي، أم انطوائي، متكبر أم متواضع، كريم أم بخيل ..¹

3. مواقع التواصل الاجتماعي: (Social Network Sites)

1.3 نشأة مواقع التواصل الاجتماعي :

اتفق الباحثون ان مواقع التواصل الاجتماعي هي قنوات جديدة يستخدمها الأفراد كجزء من حياتهم اليومية ، وهي مواقع الكترونية تتيح للأفراد خلق صفحة خاصة بهم ، يقدمون بها لمحة عن شخصيتهم أمام جمهور عريض أو محدد وفقا لنظام معين ، يوضح قائمة لمجموعة من المستخدمين الذين يتشاركون معهم في الإتصال ، مع إمكانية الإطلاع على صفحاتهم الخاصة ايضا و المعلومات المتاحة ، علما أن طبيعة و تسمية هذه الروابط تختلف من موقع الى آخر .²

مع التطور الذي عرفته هذه المواقع في السنوات الأخيرة و التجديدات التقنية تغيرت بعض المفاهيم و التعريفات لهذه المواقع من بينها محاولات بويد وإيليسون Boyd and Ellison حيث اصحبت تعرف بأنها اطار اتصالي على الشبكة يمتلك المشاركين فيه حساب شخصي ، مرتبط بهوية خاصة بهم ، ناتجة عن مجموعة من المضامين يقدمها المستخدم أو أصدقائه ، أو معلومات نظامية قابلة للإطلاع عليها من قبل الآخرين بحيث يتمكنون من الوصول الى تدفق المضامين المولدة من قبل المستخدم ، (كالتركيبات النصية ، الصور والفيديوهات ، تحديثات الأماكن و الروابط).³

يمكننا تحديد مواقع شبكات التواصل الاجتماعي في بحثنا هذا بـ Instagram وهو موقع على شبكة الانترنت يتيح للأفراد نقل شبكاتهم الاجتماعية من العالم الواقعي الى العالم الافتراضي ، حيث يمكن استخدام هذا الموقع الافراد من تقديم ذواتهم و بناء هوية جسدية متمثلة في الصور و الفيديوهات التي ينشرها الافراد على صفحاتهم الشخصية ، وهوية علاقاتية تكمن في الروابط و العلاقات التي تجمع المستخدم مع الآخرين .⁴

2.3 موقع التواصل الاجتماعي إنستغرام :

إنستغرام هو منصة تواصل اجتماعي شهيرة تهم بمجموعة واسعة من المواضيع. بشكل عام، يهتم إنستغرام بالمحتوى الجمالي والإبداعي، والأشخاص الذين ينشرون صوراً وفيديوهات عالية الجودة والمحتوى الفريد والملمه. أنشأ في أكتوبر عام 2010، من طرف مايك كريغر وكيفن ستورم Mike Krieger و Kevin Systrom بحيث تم تطويره من طرف المساعدات التي قدمها موقع فيسبوك.

يتيح للمستخدمين التقاط صورة، وإضافة فلتر رقمي إليها، ومن ثم مشاركتها في مجموعة متنوعة من خدمات الشبكات الاجتماعية، وشبكة إنستغرام نفسها . وتضاف الصور على شكل مربع، على غرار كوداك وصور بولارويد، على النقيض من نسبة

¹ Goffman-opcit-p89

² Leica ,F- "Instagrification": Uses and Gratification of Instagram by University Students for Interpersonal Communication, Eastern Mediterranean University -July 2013-p44

³ Leica-opcit-p37

⁴ Bellin, J : Facebook, twitter, and the uncertain future of present sense impressions ,University of Pennsylvania Law Review, Vol.160- 2012-p58

أبعاد 4:3 تستخدم عادة بواسطة كاميرات الهاتف المحمول. ففي البداية كان دعم إنستغرام على الآي فون، والآيباد، والآي بود تاتش، في أبريل 2012 إضافة إنستغرام دعم لمنصة الأندرويد في يونيو 2013 جرى وضع تطبيق تصوير الفيديو بالشكل المتقطع للمستخدمين. يسمح إنستغرام للمستخدمين بوضع و مشاركة الآخرين بمقاطع فيديو و صور شخصية يقومون بتصويرها عن طريق الجهاز المتصل بالموقع، و يحتوي على 16 فلتر مختلف يوضع على الصور والفيديوهات حيث يمكن للمستخدم الاكتفاء بوضعها على صفحته الشخصية في الموقع او مشاركتها في مواقع أخرى وهي.

Facebook, Tumblr, Flickr, Twitter, SnapChat...¹

وبإمكانه أيضا كتابة او وصف الصورة و كيف تم التقاطها أو حتى اقتباسات أو خواطر أي ما يعرف بـCaption، يريد مشاركتها مع الصورة و هناك أيضا ما يسمى بالـ Hashtag الهاشتاق الذي انتشر في أغلبية مواقع التواصل الاجتماعي و يأتي على الشكل التالي (#)، و يستخدم لتصنيف المجموعات والموضوعات. و أيضا في الرسائل القصيرة و المدونات المصغرة، حيث يمكن وضع كلمة أو أكثر من كلمة مرتبطين ببعضهم، و يساعد أيضا على نشر الصور و الموضوعات بشكل سريع.²

● خاتمة:

يلعب تقديم الذات دورا رئيسيا على مواقع الشبكات الاجتماعية فهو الخطوة الأولى التي تمكن المستخدمين من معرفة الأشخاص الذين يتواصلون معهم، وبالتالي فهم وتقييم هذا التفاعل، وتشمل الصفحات الشخصية وشبكات الأصدقاء التي يقوم المستخدم بخلقها، موقع "إنستغرام" على سبيل المثال يوفر نظام يسمح للمستخدمين بإنشاء معلومات مفصلة جدا عنهم وفي نفس الوقت يتيح للمستخدم اختيار ما إذا كانت هذه المعلومات ستكون عامة أو خاصة. وعادة ما يشتمل هذا على صورة فوتوغرافية للمستخدم وتتألف من معلومات مثل العمر، مكان الإقامة، الاهتمامات الشخصية إلى جانب بعض التفاصيل مثل: "عني" لتقديم تفاصيل أكثر. ومباشرة بعد إنشاء الملف الخاص يصبح المستخدم عضوا في المجتمع و يقوم بإنشاء قائمة الأصدقاء او ما يعرف بـ Followers، التي ستكون أساسا لهذه الشبكة.

غير أنه ومع زيادة استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية من قبل مختلف الفئات أصبح موضوع الهوية من بين أهم القضايا التي أثارها هذا الاستخدام، ففي الوقت الذي يفضل البعض تجسيد هويته الحقيقية على الشبكات فإن البعض يتجه اتجاه آخر بانتحال الشخصيات أو خلق هويات جديدة ولأغراض مختلفة. فقد يكون من السهل على شخص ما إنشاء العديد من الهويات الالكترونية المرتبطة به كأصل مشترك لها والتي على الرغم من أنها غير مرئية إلا أنها ذات أهمية كبرى في العالم الافتراضي. تتنامى الشبكات الاجتماعية عبر الانترنت بشكل جد متسارع بينما يواجه المشتركون الفعليون فيها العديد من القضايا التي تؤخذ على أنها مجرد تجارب افتراضية. ففي مثل هذه الفضاءات الافتراضية يمكن للرجل إنشاء هوية الكترونية على انه امرأة أو العكس كما يقوم متصفحون آخرون بتطوير علاقات من خلال خوض تجربة علاقات خاصة مع شخصيات مزعومة أو بالأحرى مجهولة، تلك العلاقة التي تكون مبنية أساسا على عدد من الافتراضات.

¹ Leica-opcit-p69

² Leica-opcit-p43

ويختلف التعامل مع الهوية في مواقع الشبكات الاجتماعية فهناك من يضع هويته الحقيقية وهناك من يجب إخفاء هويته خلف اسم مستعار ولا يكشف عنها وبالتالي يكون بوسعه أن يقوم بالعديد من الأدوار في المجتمع الافتراضي وفي كل مرة حسب الهوية الإلكترونية التي ينشئها و بالتالي تتعدد التفاعلات التي يقوم بها والعلاقات التي يتفاعل من خلالها حسب طبيعة الهوية .