العدد الثامن _ نونبر2025
مجلة إشكالات بحثية
مجلة علمية محكمة تعنى بالأبحاث والدراسات
في مختلف التخصصات
ISSN :3085_5055

د.مونية المنصور
باحثة في علوم التربية والإعلام
صحافية بالشركة الوطنية للإذاعة
والتلفزة

القيم الاجتماعية في الفيسبوك بين تقديم الذات وتحقيق رأسمال اجتماعي

مراجعة استكشافية

ملخص:

إنّ المتتبع للظروف الاجتماعية السائدة يدرك أنّ استخدام مواقع التواصل الاجتماعي قد أثّر على البناء الاجتماعي كما أدّى إلى انتشار سريع ومؤثر لأنماط مختلفة من القيم طالت أسلوب العيش من ملبس ومطعم وترفيه، وهي تحمل كلها رؤية مختلفة للعالم. وتعدّ وسائل التواصل الاجتماعي رافدا أساسيا وركيزة مهمة في بناء حياة الإنسان على أصعدة شتّى، وضمنها المساهمة في تطوير قدراته التفاعلية.

تركّز هذه الورقة البحثية على علاقة تقدير الذات باستخدام الفيسبوك على ضوء مجموعة من الأبحاث التي حاولت استنتاج سمات شخصية المستخدم انطلاقا من مجموعة المتغيرات التي تدخل في طريقة استعماله لهذا الوسيط الاجتماعي، وأشكال تفاعله وفي المحتوى الذي ينشره، منطلقين في ذلك من ثلاثة عناصر أساسية تشكّل خاصيات كبرى للفيسبوك وهي الصورة والإعجاب والتعليق، متسائلين عمّا إذا كان يخدم الفيسبوك القيم التي تدعم تقدير الذات أم يساهم في تدنيها وعلاقة ذلك ببناء رأسمال اجتماعي. وقد تمّ اختيار الفيسبوك على اعتبار شعبيته وانتشاره حسب الإحصائيات المدلى بها، وفقا للتقرير العالمي Kemp, 2021 وصل عدد المستخدمين النشيطين للشبكات الاجتماعية في العالم نحو4,2 مليار مستخدم مع بداية سنة 2021، حيث ارتفعت نسبة انتشار الخدمة إلى نحو 53,6 في المائة من إجمالي سكان العالم المقدر عددهم بنحو 7,8 مليار نسمة.

الكلمات المفاتيح: شبكات التواصل الاجتماعي-الفيسبوك-تقدير الذات-رأسمال اجتماعي

لقد تحوّل الافتراضي بصفة عامّة إلى وجود حقيقي في حياة الناس بهوياته ومساحاته، مغيرا علاقتنا بالزمان والمكان، بل بعلاقة الإنسان بذاته وبذوات الآخرين، واضعا إيانا أمام هوية جديدة موزعة على فضاءات لا يمثل فيها الجانب الواقعي سوى دور بسيط، وهو في الحقيقة لا يعدو أن يكون عبور نحو عالم افتراضي لا متناه.

لماذا الفيسبوك؟

أصبح حرف f الصغير رمزا ثقافيا جديدا، وأصبح عالم زوكربيرغ الأزرق هو المظهر الثقافي لما بعد الحداثة، واليوم أضحى الفيسبوك من أكبر المساحات الافتراضية وأكثرها شعبية بأزيد من 223 مليار مستخدم نشيط شهريا يساهمون في بناء ثقافة جديدة وتنشئة رقمية مختلفة، مبنية على استخدام رموز تعبيرية تحيل على المشاعر في لعبة الإعجاب والتعليق ومشاركة نمط الحياة [1]

يعدّ الفيسبوك المنصة الأكثر شعبية وسط شبكات التواصل الاجتماعي، بل هو الموقع الأول بينها اعتبارا من ماي 2011، حيث يبلغ عدد زواره 157,2 مليون زائر شهريا، متقدما بذلك على منصة إكس الذي يبلغ عدد زائريه 27 مليون زائر كل شهر [2]

وقد ظهر الفيسبوك في الأصل لخدمة مجتمع محدّد جغرافيا وهو جامعة أمريكية، حيث كانت العضوية مقتصرة فقط على الأشخاص الذين يتوفرون على بريد إلكتروني خاصا بالمؤسسة، وكان ذلك عام 2004، وبحلول سنة 2007 تم الإبلاغ عن وجود أكثر من 21 مليون عضو مسجّل على الموقع، ممّا أدى إلى توليد 1,6 مليار مشاهدة يومية للصفحات. وقد تمّ دمج الموقع بإحكام في الممارسات والعادات اليومية لمستخدميه، حيث يقضي المستخدم العادي حوالي عشرين دقيقة

- [1] IslamKan Saiedul & others. (2018). Facebook as a culture: A sociology study. *See discussions, stats and authorprofiles for this publication at www.researchgate.net/330277089. December.* DOI: 10.53935/2641-5305.v112.10
- [2] Nadkarnai Ashwimini & others. (2012). Why DO people use Facebook? *NIH Public Acces Auther Manuscript.* February 1. DOI: 10.1016/j.paid.2011.11.007

يوميا على الموقع، ويقوم ثلثا المستخدمين بتسجيل الدخول مرة واحدة على الأقل يوميا. سنة 2006، استخدم الفيسبوك بأكثر من ألفي كلية في الولايات المتحدة الأمريكية، وكان الموقع السابع الأكثر شعبية على شبكة الويب العالمية فيما يتعلق بإجمالي عدد مرات مشاهدة الصفحة [3]

وقد أسال هذا الوسيط التواصلي الاجتماعي الكثير من المداد لدى الأكاديميين والدارسين الذي حاولوا سبر أغوار شخصية المستخدم نفسيا واجتماعيا وثقافيا انطلاقا من طبيعة الاستعمال واستقراء الصفحة الشخصية وأشكال التفاعل داخل فضاء متّسم بالمرونة والسيولة والحرية، في ظل إحصائيات تشير إلى أنّ الفيسبوك يسبب الإدمان ويستهلك الكثير من الوقت، إذ يقضي المستخدم في الشبكات الاجتماعية وقتا يصل متوسطه إلى ساعتين وخمسة وعشرين دقيقة، وقد كان لأزمة كورونا وما تلاها من تداعيات وإجراءات حدّت من حركة الناس الأثر الكبير على زيادة استخدام الأنترنيت عموما ووسائط التواصل الاجتماعي خصوصا، حيث استقبلت خلال سنة 2020 ما يقارب نصف مليار مستخدم نشيط جديد

- **الفيسبوك: كتاب قراءة الشخصية**

حاولت معظم الدراسات الحديثة حول وسائط التواصل الاجتماعي فهم سلوك المستخدمين لها كعملية اجتماعية تفاعلية مع الآخرين، وقد تمكّنت بالفعل العديد منها من استنتاج شخصية المستخدم عبر شبكة من الرموز والعلامات على مواقع التواصل الاجتماعي، الأمر الذي أثّر بشكل مباشر على أبحاث الذكاء الاصطناعي، في إطار التنبؤ بشخصية المستخدم بغضّ النظر عن طبيعة نشاطه الرقمي.

وقد ربطت العديد من البحوث بين الفيسبوك وبناء الصورة الاجتماعية وزيادة التأثير الاجتماعي للفرد، كما أفادت دراسات أخرى أنّ عرض الذات يرتبط بشكل إيجابي بالحساسية الاجتماعية، فعندما يتعرّض الأفراد عموما لمحفزات مثل

- [3] Ellison Nicole & others. (2007). The benefits of Facebook "Friends" social capital college students'use of online social network sites. *Journal Computer-Mediated Communication.* Michegan state University. DOI:10.1111/J.1083-6101.2007.00367.X

استعراض صورهم أو النظر في المرآة يزداد وعيهم بأنفسهم، وبالتالي يكونون أكثر قلقا بشأن أحكام الآخرين عن أنفسهم، ويصبحون بالمقابل أكثر وعيا بالمعايير والقواعد الاجتماعية، وبذلك يمكن القول إنّ مشاركة صور السيلفي من شأنها أن تزيد من الحساسية الاجتماعية [4]

توفرّ مواقع التواصل الاجتماعي عموما ثلاث إمكانيات: إنشاء ملف شخصي، التحكم في قائمة المستخدمين الذين يرغب صاحب الملف مشاركة الاتصال معهم، ثمّ تتبع وعرض الاتصالات الفردية التي يقوم بها الآخرون. وقد خلصت دراسات حول تقدير الذات واستخدام الفيسبوك، الذي تحركه حاجتان اجتماعيتان رئيسيتان تحفزان على استخدامه، قد تحضر واحدة وتتوارى الأخرى كما قد تتوفران معا. أولاهما الرغبة في الانتماء وهو دافع داخلي للتواصل مع الآخرين وكسب القبول الاجتماعي وتساهم فيه شروط ديموغرافية وثقافية إضافة إلى السمات الشخصية للفرد. والثانية هي الرغبة في تقديم الذات وهي عملية مستمرة لإدارة الانطباعات. وقد رصدت الدراسات التي وقفت عند محاولة فهم العلاقة بين طريقة استعمال الفيسبوك وسمات المستخدم مجموعة من المميزات النفسية والاجتماعية من قبيل النرجسية والانطوائية والخجل وتقدير الذات وغيره، على اعتبار وجود روابط وطيدة بين الشخصية وطريقة استعمالها للفيسبوك، كالمنفتحين الذين أثبتت دراسات أنهم يقيمون علاقات صداقة أكثر على الأنترنيت، ويشاركون أكثر صورهم ومقاطع فيديو، إلاّ أنّهم ينالون إعجابا وتعليقات أقل مقارنة مع عدد الأصدقاء الذين يتوفرون لديهم، كما أنّهم يكونون أكثر تعبيرا عاطفيا ويتصرفون بشكل ينزع نحو الاستعراض، ويميلون إلى ارتداء ملابس أكثر أناقة، وكلّما قاموا بتحميل صور أكثر كلما كشفوا عن ذواتهم الحقيقية التي تبدو في الصور من خلال سرد قصص الحياة ولو كانت وهمية أو غير حقيقية [5]، إضافة لذلك يشارك المنفتحون معلومات أكثر ويميلون إلى الانخراط في الأنشطة الاجتماعية على الفيسبوك، مقارنة مع الأقل انفتاحا أو الانطوائيين، أو الخجولين الذين يتوفرون على قائمة محدودة من الأصدقاء، أولئك الذين يميلون إلى كتابة

- [4] Shin Young SOO & others. (2017). Selfies and Self-esteem and Social Sensitivity. *ELSEVIER: Personality and Idividual Differences. 111/139.145.* P 142

- [5] Frederick Christina. (2020). Examining the Qualities og Online and Offline Friendships: A Comparison Between Groups. *Aeronautical University.* 1413 P: 172

منشورات طويلة ويستعملون مصطلحات ذات حمولة سلبية ويكونون على استعداد لمشاركة تجاربهم السيئة بالتفصيل. أو النرجسيين الذين يتسمون بالترويج الذاتي المفرط من خلال الصور وملفات التعريف [6]، إلاّ أنهم ينجحون في الحصول على الدعم الاجتماعي أكثر حيث يحصلون على تعليقات كثيرة [7]

يعرّف تقدير الذات في علم النفس على أنّه التقييم الإيجابي أو السلبي للذات، وقد أشارت العديد من النظريات إلى أنّ الحفاظ على هذا التقدير ورفعه هو حاجة أساسية للإنسان، وقد وجدت معظم الدراسات أنّ الأشخاص الذين يتمتعون بتقدير ذاتي أقل يقضون وقتا أطول على فيسبوك، وقد تمّ تفسير ذلك بكون الأشخاص الذين يواجهون صعوبات في تشكيل علاقات اجتماعية يكونون أكثر تحفيزا لاستعمال هذه الشبكات كتعويض عن الفشل. ومع ذلك ومن منظور معاكس، وجدت دراسات قليلة أدلة على أنّ الأشخاص الذين يتمتعون بتقدير إيجابي للذات يمضون وقتا أطول على الفيسبوك، معتبرة أن الأشخاص النشيطين اجتماعيا والذين يتمتعون بمستويات عالية من تقدير الذات يميلون إلى استخدام مواقع التواصل الاجتماعي كوسيلة لتوسيع شبكة علاقاتهم الاجتماعية بشكل أكبر [8]

ولعلّ عدم تناسق الأدبيات في هذا الشأن، يرجع لكون أغلب الدراسات تناولت الفيسبوك في كليته دونما الوقوف بشكل مدقّق عند التمييز بين مختلف طرائق الاستعمال أو دوافع الاستخدام والتي تمّ تلخيصها في ثلاثة دوافع رئيسة وهي:

-التفاعل الاجتماعي

-محاكاة صور ذاتية

-البحث عن العلاقات

---

[6] Nadkarnai Ashwimini & others. (2012)P 9

- [7] Shen Jianqiang & others. (2015). A study of Facebook behavior: What does it tell about your neuroticism and extraversion. *ELSEVIER: Computer Human Behavior 32-38.P 40*

- [8] Bergagna Elisa & others. (2018). Self –Esteem, Social comparison and Facebook*, Europe ´s Journal of psychology*. Vol 14. 4. DOI: 10.59 64/ejop.v 14i4.1592 P: 831

تساهم وسائط التواصل الاجتماعي في تنمية أنماط سلوكية جديدة قد تتعارض مع القيم الاجتماعية السائدة وقد تساهم في توسيع الفجوة بين الفرد وأسرته والزج به في عزلة نفسية واجتماعية، حيث أكّدت دراسات على أنّ الاستخدام المفرط للإنترنيت يؤثر بشكل كبير وسلبي على قدرة الفرد على التفاعل، عكس دراسة أجريت سنة 2021 على مجموعة من الشباب السعودي بينت أنّ هناك تأثير إيجابي لوسائط التواصل الاجتماعي بخصوص تعزيز قيم الاعتدال والوسطية المتعلقة بالانفتاح على التنوع الثقافي الذي تتيحه هذه الوسائط، بل وتعزيز مشاركة جميع شرائح المجتمع في مختلف القضايا واكتساب قيم التسامح واحترام التنوع والاختلاف وخلق التوازن بين مصلحة الفرد ومصلحة الآخرين .

ولأنّه أضحى جزءا لا يتجزّأ من نسيج حياتنا الاجتماعية، فإنّ الفيسبوك يوفّر بيئة مثالية لدراسة كيفية تقديم الناس لأنفسهم. يتيح هذا الوسيط الاجتماعي خاصية تقديم الذات انطلاقا من صورة الملف الشخصي، وتعكس ملفات تعريفه معالم الشخصية عموما للمستخدمين والتي تدخل فيها اختيار الصورة الشخصية للملف وعدد الأصدقاء وطبيعة المعلومات الشخصية المنشورة، والتي تقود إلى تحقيق جاذبية اجتماعية وتشكيل الانطباع المرغوب فيه لدى المستخدم.

في ذات المضمار، أظهر سيدمان(2013) أنّ المستخدمين ذوي الضمير الحي هم الأكثر حذرا بشأن تقديم أنفسهم على الفيسبوك وهم الأقل ميلا للانخراط في أنشطته.

بالرغم أنّ العلاقة بين تحديد معالم الشخصية واستخدام الفيسبوك تبدو معقدة وقد تتأثر بالعوامل الثقافية والاجتماعية، إلاّ أنّنا سنقف عند مجموعة من المتغيرات التي استند عليها الباحثون في تحليل الشخصية من خلال الصفحة على الفيسبوك، باستحضار مجموعة من العناصر المرتبطة بالصورة الشخصية والمعلومات المشاركة مع الأصدقاء، انطلاقا ممّا توفّره شبكات التواصل الاجتماعي وبينها فيسبوك من أشكال التغذية الراجعة بين الجمهور والناشر كالإعجابات والتعليقات والرسائل الخاصة. فما القيمة الاجتماعية لهذه السلوكات؟

- **لغة الفيسبوك**

يستخدم الأفراد جميع أشكال الاختصارات والمصطلحات الجديدة للتعبير عن رسائلهم وآرائهم وأفكارهم، حتى أنّ الشباب اخترعوا لغة رقمية يهمين عليها الإيموجي في إطار نظام دلالي يتطلّب استخدام الإشارات والرموز المتفق عليها لنقل

المعنى من شخص لآخر، وهو ما يعتبره البعض ترديا لغويا وانحرافا تربويا يؤثّر سلبا على عادات المستخدمين اللغوية الذين يمكن أن تتولّد لديهم مهارات لغوية ضعيفة، ويدقّ ناقوس الخطر على المنظومة التربوية، في حين أن نظرية الحتمية التكنولوجية لثورنستين فليبين (1829) تفترض أنّ تكنولوجيا المجتمع هي التي تحدّد تطور هياكله الاجتماعية وقيمه الثقافية (12Nwala,2019, p). حيث إنّ استخدام اللغة لا يهدف فقط إلى التواصل مع الآخرين، بل الحفاظ على مجموعة من الروابط الاجتماعية، والإحساس المشترك بالقيم الجماعية.

- **إعجاب أم تعليق**

يوفّر الفيسبوك بيئة تحرّض المستخدمين على سلوك تفاعلي نشط يوفّر كتابة التعليقات أكثر من أي وسيط اجتماعي آخر والتي قد يميل فيها المستخدمون إلى الإعجاب أكثر كالإنستغرام مثلا، علما أن الإعجاب ميزة تواصل شائعة جدا على الفيسبوك أيضا، من خلاله يمكن نقل رسائل مختلفة، ودلالتها الحرفية هي كلمة أعجبني، وقد تلعب ميزة الإعجاب دورا محوريا في تعزيز الصداقات عبر الأنترنيت، كما قد يشير الإعجاب إلى الاستمتاع أو الموافقة أو الاهتمام وتسجيل الحضور[9] تعمل الإعجابات كإشارات اجتماعية للقبول والحفاظ على العلاقات الشخصية، فهل المستخدم على الفيسبوك الذي يحصل على المزيد من الإعجابات لمنشوراته يكون أكثر تأثيرا من الشخص الذي يحصل على عدد أقل من الإعجابات؟ وما القيمة الاجتماعية التي تحملها الإعجابات على الفيسبوك؟

قامت دراسات بفحص مواقف الناس وسلوكياتهم المتعلقة بتلقي ردود الفعل على وسائل التواصل الاجتماعي، وقد وجدت أنّ الناس بشكل عام يهتمون بمن يعجب بمنشوراتهم أكثر من عدد الإعجابات التي يتلقونها، ويرغبون في الحصول على تعليقات أكثر من الأصدقاء المقربين. اعتبر الأفراد الذين لديهم مستويات أقل من تقدير الذات أكثر عرضة للاعتقاد بأن الإعجابات ذات أهمية كبيرة، لذلك فإنهم يستاؤون عندما لا يتلقوا ما يكفي منها[10]

[9] Eftekhar Azar & others P 172

- [10] Shahabaznozhad Hamidreza & others. (2020). The role of social media content formation platform users engagement behavior. *Journal of Interactive Marketing, Elsevier 53/4765.* September. DOI: 10.1016/j.intmar/2020.05.001

ينظر إلى الإعجاب والتعليق وغيرهما كوسيلة سهلة للحفاظ على التواصل من لدن الأقارب والأصدقاء لا سيما البعيدين منهم الذين يتفاعلون في الصفحة دون كبير عناء، لذلك تكون تفاعلاتهم بمثابة الإعلان والتأكيد عن الحضور الرقمي للشخص، وقد تقدّم إشارات على الدعم والتوافق في الرأي. من جهة أخرى قد ينطر إلى الإعجابات على أنّها أقل شأنا لأنها سهلة الإنتاج مقارنة مع التعليقات أو المنشورات المباشرة على الحائط. وقد تشير الإعجابات التي يتلقاها الشخص إلى شعبيته أو تمتعه بمميزات خاصة، لذلك يمكن أن تعتبر مؤشرا على القبول الاجتماعي في ذات السياق، يصف الحباشتيال Al habashetal (2013) الإعجاب بكونه فقط استجابة عاطفية، في حين أنّ التعليق مشاركة ايجابية تمثّل سلوكيات نشيطة، واعتبر النقر وقراءة المحتوى دون تفاعل أمثلة على سلوكيات المشاركة السلبية في وسائط التواصل الاجتماعي.

ويهتمّ الأشخاص الذين يعانون من تدني تقدير الذات أكثر بتلقي الإعجابات، لأنّهم يرون فيها إشارات اجتماعية تدخل في خانة تقدير الذات، ويعتبرونها دليلا على تصرفهم بشكل مناسب في بيئة رقمية، لذلك فإنّ طبيعة الشخصية تؤثر على تمثل الفرد لتلقي الإعجابات أو التعليقات، وأنّ ما قد يكون إشارات بلا دلالة بالنسبة للبعض، يعتبره البعض الآخر إشارات اجتماعية مهمة تدفعة لتقدير ذاته.

- **الصورة:**

تعدّ مواقع التواصل عموما مكانا لعرض الذات والصور التي يتمّ تحميلها بشكل يساير إيقاع الحياة اليومية، لذلك وجد الباحثون في الصور مؤشرات جيدة للتنبؤ بالسمات الشخصية لمستخدمي فيسبوك من منطلق أنّها تعبير عن خصائص كامنة من حيث الأفكار والمشاعر والأفعال يمكن أن تقدّم تقييمات عن الشخصية[11].

[11] Shen Jianqiang & others P 33.

وتحصل غالبا المنشورات النصية المقرونة بصور على إعجابات أكثر مقارنة بالمنشورات النصية وحدها، في حين أن الصورة الشخصية تجذب الانتباه أكثر وتحصد على أكبر عدد من الإعجابات [12]

تشكّل الصورة الشخصية في الفيسبوك وسيلة لتقديم الذات وعرضها للحفاظ على التواصل البصري مع الأصدقاء في زمن أصبحت فيه الثقافة البصرية جزءا لا يتجزأ من الحياة الاجتماعية الحديثة، كما أنّ تصفّح الصور على الأنترنيت عموما يعدّ النشاط الترفيهي الأكثر شيوعا على الأنترنيت، متجاوزا الاستماع إلى الموسيقى[13] فبعد سبع سنوات على إطلاقه، تمّ تحميل حوالي 265 مليار صورة على الفيسبوك، لذلك عملت هذه المنصة على تطوير مجموعة من الخاصيات التي تستجيب لهذا الإقبال بل وتشجّعه، كتسهيلات الوسم الجديدة التي تحفّز على وضع علامات على المزيد من الصور. ولإغراء المستخدمين أكثر يستخدم الفيسبوك استراتيجيات تواصل مختلفة بطرح أسئلة من قبيل: مع من كنت؟ أو اقتراح أسماء الأصدقاء الذين سيتمّ وسمهم عبر خاصية التعرّف على الوجه، الذي تتمّ فيه مطابقة نموذج مصمّم مسبقا لوجه المستخدم تلقائيا مع الصور التي تمّ تحميلها حديثا.

وقد خلصت دراسات أنّ الأفراد الأكثر رضا عن علاقاتهم الاجتماعية هم الأكثر عرضة لنشر صور لأنفسهم مع شريكهم كصورة رئيسية لملفاتهم الشخصية، وأنّ الأفراد الذين يعانون من النرجسية العالية هم الأكثر عرضة للانخراط في الترويج للذات على الفيسبوك. [14]

في حين توصّلت دراسات أخرى أنّ العصابيين (المزاجيين) يقومون بتحميل المزيد من الصور الشخصية بشكل كبير، وينخرطون بشكل فعال في الإفصاح العام عن الذات وعرض جوانب من شخصيتهم الظاهرة والخفية من خلال ملفاتهم الشخصية، حيث ينظرون إلى الفيسبوك كملاذ آمن للتعبير عن الذات، ممّا يسمح لهم بالتعويض عن مختلف أوجه

- [12] Basalingappa Anita & others. (2016). Understanding Likes on Facebook: An exploratory study, *Online Journal of Communication and Meadia Technologies.* Vol 6. July 3. DOI: 10.29 333/ojcmt/2566 P. 246

[13] Eftekhar Azar & others. (2014).P 162

- [14] Muise Ammy & others. (201 3). Can you see how happy we are: Facebook Images and relationship satisafaction. *Social Psychological and Personality.* July.P 415

النقص والحرمان والتهميش التي يعانون منها خارج الفضاء الرقمي. في ذات السياق، توصّلت إحدى الدراسات إلى أن المستخدمين الذين لا يتمتعون باستقرار عاطفي كانوا أكثر قابلية لتحميل صور ذاتية [15]

تتيح مواقع التواصل الاجتماعي للمستخدمين فرصة تصوير أنفسهم بحرية أكبر، ويكتسب الناس انطباعا عن المستخدم استنادا إلى ملفه الشخصي والمحتوى وتفاعلاته مع أصدقائه. حيث يتوخّى المستخدمون عموما تحقيق القبول الاجتماعي عبر وسائط التواصل الاجتماعي، والسعي جاهدين إلى إظهار صورة إيجابية عن أنفسهم، لذلك يهتمّون بالطريقة التي يديرون بها تقديم أنفسهم، فهم يتحدثون عن أنفسهم بشكل عام بعبارات إيجابية، ويتجنبون الأحاديث السلبية، وقد أظهرت دراسة واسعة النطاق أنّه كلما كان المستخدم محبوبا أكثر كلما ازدادت احتمالية الإشارة إليه في صور الفيسبوك وهو المعروف بخاصية.

- **السيلفي أو هوس المظهر**

تمثّل صور السيلفي استراتيجية شائعة لعرض الذات على وسائل التواصل الاجتماعي، تعطي الانطباع على الانفتاح ومجاراة كل ما هو جديد، على اعتبار أنّ نشر الصور العادية يمكن أن ينظر إليها كشأن قديم أمام الظاهرة الجديدة المسماة سيلفي. يدفع السيلفي المستخدمين إلى تقديم النسخ الأكثر جاذبية عن أنفسهم للآخرين من أجل ترك انطباع إيجابي، حيث يميل المستخدمون عادة إلى التقاط الصور الشخصية من زوايا مريحة باستخدام إضاءة ملائمة، وقد يلجؤون إلى تصحيح الألوان أو تعديل البشرة عن طريق الفوتوشوب لجعل الجسم يبدو أنحف أو أطول...وبذلك يتمكّن مستخدمو هذه الوسائل من إدارة الانطباعات التي يودون تركها لدى الآخرين من خلال تقديم أنفسهم بعيوب أقل.

- [15] *Yang Cheng-Liang*. (2019). The relationships between personality and Facebook photographsies: A study in Taiwan. *Cogent business and management*. doi.org/10.1080/233311975.2019.1577521

ووفقا لقواميس أكسفورد، فإنّ كلمة عام 2013 هي سيلفي، وقد تمّ تصميم هذه الكلمة لوصف فعل التقاط الصور الذاتية ومشاركتها على وسائل التواصل الاجتماعي، فقد أصبح التقاط الصور الذاتية أمرا شائعا مع ظهور الأجهزة الذكية المختلفة.

أظهرت مجموعة من الدراسات التي بحثت عن علاقة السمات الشخصية بصور السيلفي الملتقطة معتبرة هذه الصور أداة فعالة لتقديم الذات وفق مفهوم مستخدمي هذه الوسائط المثالي للذات. وقد اختبرت دراسات أخرى التقاط الصورة بميزة السيلفي مع أو بدون تنقيح الصورة في علاقة بتغيرات المزاج، لذلك ركّزت دراسات على قياس الحالة المزاجية قبل وبعد التلاعب بصورة الجسد. في هذا الباب أفادت نساء التقطن صور السيلفي ونشرنها على وسائل التواصل الاجتماعي بأنّهن شعرن بمزيد من القلق ونقص في الثقة وفي الجاذبية الجسدية، وقد وجدت ذات الآثار السلبية حتى عندما أتيح لهؤلاء النساء إعادة التقاط صور السيلفي وتنقيحها. خاصة أنه قد تم الانتباه أنّ النساء على وجه الخصوص يقمن بتحميل الصور على مواقع التواصل الاجتماعي بشكل متكرّر مقارنة بالرجال، ويقضين وقتا أطول في تحديث وإدارة وصيانة ملفاتهن الشخصية.[16] وعليه، فإنّ سلوك نشر السيلفي يمكن توقّعه أكثر من الإناث اللواتي يبذلن جهدا أكبر في إدارة الانطباع من خلال صورهن الذاتية، لذلك غالبا ما يبدين فيها مبتسمات.

وقد وثّقت دراسات مختلفة انتشار عدم الرضا عن الجسم والوزن على نطاق واسع بين الفتيات والنساء، وقد تبيّن أنّ وسائل التواصل الاجتماعي تشكّل لحظة لبروز هذه المخاوف المتعلقة بالمظهر، بالنظر إلى ما تتيحه هذه الوسائط من فرص للمقارنة الاجتماعية، ممّا يخلق عدم الرضا عن الجسد لا سيما وأنّ هذه الوسائط تقدّم صورا عن الجسد المثالي الرشيق والمتناسق، ويتمّ عرضه على أنّه طبيعي ومرغوب فيه ويمكن تحقيقه لكل امرأة. لذلك غالبا ما تسعى النساء اللواتي تستخدمن هذه الوسائط لتحقيق معيار هذا الجمال غير الواقعي وغير الطبيعي، وعندما يفشلن في ذلك يشعرن بالخجل،

- [16] Mills Jennifer & others. (2018). Selfies Harm: Effects on mood and body image in young women. *ELSEVIER: Body Image. 27/86-92. P 86*

وقد أظهرت الدراسات عموما أنّ التعرض المتكرّر للإنترنيت ولوسائط التواصل الاجتماعي خاصة يؤدي إلى مستويات عالية من عدم الرضا عن صورة الجسد [17]

تعدّ وسائط التواصل الاجتماعي مرتعا خصبا للمقارنات الاجتماعية، لأنّها تتيح للناس أن يعرضوا أنفسهم ويتلقوا ردود أفعال إزاء ذلك ويتفاعلوا معها إنّ الأفراد يستخدمون وسائط التواصل الاجتماعي من أجل بناء مفاهيمهم الخاصة في المقارنة الاجتماعية والتقييم الذاتي، حيث يكون الناس عموما حساسين تجاه ملاحظات الآخرين، ويعمدون إلى تفسير المعلومات بشكل شخصي بناء على مشاعرهم وانفعالاتهم وحالتهم الذهنية ووجهات نظرهم.

يميل الأفراد إلى مقارنة أنفسهم بالآخرين من حيث القدرات والخصائص الشخصية وقد كان فيستنجر (1954) أول من نظّر بأنّ مقارنة الذات بالآخرين هي حاجة إنسانية أساسية لاكتساب معطيات عن الذات، وغالبا ما يهتم الأفراد الذين يعانون من تدني احترام الذات أو الذين تكتنف تصوراتهم عن ذواتهم بعض التشويش أو عدم التأكيد إلى إجراء مقارنات اجتماعية[18]

يمثّل الفيسبوك واحد من الأدوات للمقارنة الاجتماعية داخل الفضاء الرقمي، فيعمد الأشخاص إلى مقارنة أنفسهم بالآخرين بناء على عدد الإعجابات وأنواع التعليقات التي نشرها الآخرون على حالاتهم وصورهم، فيكونون عرضة لتدفق مستمر من المعلومات ممّا يجعلهم يشعرون بأنهم أفضل أو أسوأ.

ويعدّ ارتفاع عدم الرضا عن الجسم بين النساء عامل خطر رئيس لتطور اضطرابات الأكل وانخفاض تقدير الذات والسقوط في الاكتئاب بسبب القلق المتزايد على المظهر والتخوف من التقييم السلبي للآخرين.

- [17] Mills Jennifer & others. (2018). Selfies Harm: Effects on mood and body image in young women. *ELSEVIER: Body Image. 27/86-92. P 88*

- [18] Bergagna Elisa & others. (2018). Self –Esteem, Social comparison and Facebook*, Europe ́s Journal of psychology*. Vol 14. 4. DOI: 10.59 64/ejop.v 14i4.1592P 88

وعلى صعيد آخر، فقد تبين أن النرجسية ذات صلة بكل من إنتاج الصور وإدراكها، حيث صنفت دراسة أنّ الأشخاص في صور السيلفي أقل جدارة بالثقة وأقل جاذبية اجتماعيا، وأقل انفتاحا على التجارب الجديدة .

ساهمت الصورة الشخصية وضمنها السيلفي في تنميط قيمة الجمال بسبب التحسينات التي تتيحها التطبيقات والتي تميل إلى تفضيل شكل أنف معين، وبشرة زجاجية صافية، وشكل فك محدد، وشفاه معينة، فيتحول الجسد إلى مادة استعراضية افتراضية بامتياز.

- **الفيسبوك رأسمال اجتماعي:**

يعرّف بوريو وواكانت (1992) رأس المال الاجتماعي بأنّه مجموع الموارد الفعلية والافتراضية التي تتراكم لفرد أو مجموعة بحكم امتلاك شبكة دائمة من العلاقات الاجتماعية والمؤسساتية، ويمكن أن تختلف الموارد من حيث الشكل والوظيفة بناء على طبيعة هذه العلاقات. وقد تمّ ربط رأس المال الاجتماعي بتحصيل مجموعة من النتائج الإيجابية، مثل تحسين الصحة العامة وانخفاض معدلات الفقر وتحقيق الكفاءة في الأسواق المالية، وعندما ينخفض رأس المال الاجتماعي، فإنّ المجتمع يعاني من زيادة الاضطرابات الاجتماعية وانخفاض المشاركة في الأنشطة المدنية والسياسية، بل واحتمال فقدان الثقة في مؤسسات المجتمع كلها. بالمقابل، يزيد رأس المال الاجتماعي في تحقيق شرط الالتزام تجاه قضايا المجتمع والقدرة على التعبئة بخصوص الأعمال الاجتماعية.

وقد وجد الباحثون الذين اشتغلوا على مفهوم رأسمال الاجتماعي أنّ أشكالا مختلفة منه رأس، بما فيها المرتبطة بالأقارب والجيران والأصدقاء ترتبط بما أسموه بالرفاه الاجتماعي والمتعلّق باحترام الذات والرضا عن الحياة، لأن هؤلاء قادرين على تقديم الدعم العاطفي[19].

- [19] Ellison Nicole & others. (2007). The benefits of Facebook "Friends" social capital college students'use of online social network sites. *Journal Computer-Mediated Communication.* Michegan state University. DOI:10.1111/J.1083-6101.2007.00367.X *P;1165*

يميز بوتنام (2000) بين رأس المال الاجتماعي الذي يمثل جسرا فقط bridging، وبين رأس المال الاجتماعي المتماسك العرى bonding. فإذا كان النوع الأول يدخل في خانة العلاقات الفضفاضة أو العابرة التي لا يحصل فيها الدعم العاطفي، بالرغم من تقديمها لمعلومات قد تكون مفيدة، فإن النوع الثاني يحرص على إرساء روابط قوية ومتماسكة كتلك التي تجمع بين الأقارب والأصدقاء.[20] بالمقابل، اعتبر الأنترنيت بشكل عام انتقاص من الوقت الذي يقضيه الفرد مع الآخرين وجها لوجه ممّا يسبب في تآكل رأسمال الاجتماعي للفرد، حيث أثبتت دراسات أنّ الوقت يضيع أحيانا بسبب الانخراط في أنشطة التصوير المتعلقة بالمظهر نتيجة تعاظم مخاوف بشأن صورة الجسد وتدني احترام الذات في اجراء مقارنات بين مظهرهم ومظهر باقي الأصدقاء. علما أنّ مجموعة من الدراسات خلصت إلى أن التفاعلات التي تتمّ عن طريق الأنترنيت كان لها تأثير إيجابي على التفاعل والمشاركة الاجتماعية.

فهل يوفّر الأنترنيت روابط قوية من حيث إنّه يوفّر للناس تواصلا سلسا مع أشخاص قد يشبهوننا في الذوق والاهتمامات والأهداف؟

وهل يمكن لشبكات التواصل الاجتماعي عموما والفيسبوك خصوصا أن يشكّل أداة للحفاظ على رأس المال الاجتماعي فعليا، لاسيما في حالة الانقطاع مثلا عن شبكة الأنترنيت؟

وهل تؤدي التفاعلات الرقمية إلى إبعاد الناس عن عالمهم غير المتصل بالأنترنيت، بل هل يمكن أن تدعم علاقاتهم حتى عندما تبعدهم التغيرات الحياتية عن بعضهم البعض؟

نتصوّر أنّ شبكات التواصل الاجتماعي قد تكون فعّالة ومفيدة خاصة للأشخاص الذين يعانون من صعوبة في تشكيل علاقات أو أولئك الذين يعانون صعوبات نفسية في التواصل مع الآخرين، فتمثّل لهم هذه الشبكات تكسيرا للحواجز أو تخفيضا منها فقط، وكأنهم يعيشون عزلة يسعون للخروج منها عن طريق التواصل الرقمي، في استجداء لهذا الإعجاب أو لذاك التعليق، وبالتالي يمكن أن يشكّل الفيسبوك تعويضا اجتماعيا ونفسيا عن نقص في التواصل وعدم النجاح في تكوين علاقات. بالمقابل، تبنى أو تهدم العلاقات الاجتماعية في وسائط التواصل الاجتماعي حسب التغيرات

[20] Ibd : 1166

الكبيرة تماما كما يحدث عندما ينتقل الشخص من مكان جغرافي لآخر، فيكون احتمال فقدان الاتصال مع معارفه وارد جدا.

خلصت العديد من الدراسات إلى وجود علاقة وثيقة بين استخدام الفيسبوك وتكوين رأسمال اجتماعي، بل ذهبت إلى أنها تساهم في دعم الروابط الاجتماعية القائمة، وتساعد على إنشاء روابط جديدة، وتقول الدراسات إنّ العلاقات التي تبدأ على الأنترنيت نادرا ما تبقى هناك.

تقدّم وسائط التواصل الاجتماعي كوسيلة مصممة لتسهيل التفاعل الاجتماعي وتمكين المستخدمين من التعبير عن أنفسهم والمشاركة والتواصل وبناء العلاقات الاجتماعية إلكترونيا. لذلك توفّر وسائل التواصل الاجتماعي أداة لتوسيع نطاق التفاعلات برؤية مغايرة، تعدّ مهمة في سياق التعلم الاجتماعي[21] وهي وسيلة تقلّل من الحواجز التي تمنع الناس من التفاعل.

بالمقابل، أثبتت العديد من الدراسات أنّ مستخدمي شبكات وسائط التواصل الاجتماعي قد سجلوا بالفعل انخفاضا في معدلات التفاعل مع الأسرة والمحيط الاجتماعي، ممّا يتطلب إعادة النظر في منظومة القيم التي تروّجها شبكات التواصل الاجتماعي، والتي بالرغم من اتهامها بالتأثير السلبي، فإنّ البعض يراها وسيلة مهمة لتعزيز التماسك بين المجتمعات وتقريب الرؤى بينها والتعرف على الشعوب المختلفة وتعزيز قيم الوسطية خاصة في دورها الفاعل والمتميز كوسيلة اتصال فعالة في حركات التغيير الاجتماعي.

يشكّل الفيسبوك بيئة ثقافية ممتدة تخلق هوية جديدة زائفة وشعورا وهميا بالتضامن مع شبكاته الواسعة، وفوق كل ذلك فهو يؤسس لصورة افتراضية لا ترتبط بالواقع، حيث تصبح كل القيم افتراضية، ويتمّ استبدال التضامن

- [21] Neumann Dominik & others. (2024). Morality in Social Media: A scoping review. *New Media and Society.* Vol 26 /2/1096-11-26. DOI: 10.1177/14614448231166056 P ; 1119

الاجتماعي بالتضامن الافتراضي أو الرقمي.[22] من هذا المنطلق، يمكن فهم واستيعاب مظاهر الحياة الاجتماعية من خلال النظر إلى مختلف التفاعلات التي تحدث بين الأفراد ودوافعهم الموضوعية والذاتية.

- **صداقة مع وقف التنفيذ**

عند الحديث عن علاقة الفيسبوك بتشكيل رأس المال الاجتماعي، تطفو كلمة مفتاح يتمحور حولها التشبيك الاجتماعي التفاعلي الرقمي، وهي كلمة صداقة، التي يجتهد المستخدمون بحرص في كسبها ولو كانت صداقة وهمية خالية من أي دفء إنساني. وقد بحث العديد من الدارسون في هذه القيمة بصيغتها الرقمية، وتوصّلوا إلى أنّ الحفاظ على الصداقات هو أحد الدوافع الرئيسة لاستخدام الفيسبوك الذي يعدّ أنجع وسيلة للبقاء على تواصل مع الأصدقاء، وهناك صداقات تم اكتسابها من خلال الألعاب عبر الأنترنيت، وخلصت أن صداقات اللاعبين الجامعيين عبر العالم الافتراضي كانت ذات جودة أعلى بكثير من صداقاتهم خارج الأنترنيت. أما بالنسبة لغير اللاعبين فقد تمّ الحصول على نتائج عكسية. بالمقابل، أجريت دراسة ثانية قامت باستخدام عينة أكبر غير جامعية ووجدت أنّ الصداقات غير المتصلة بالأنترنت كانت أعلى جودة من الصداقات عبر الانترنيت إن بالنسبة لهواة ألعاب الأنترنيت أو غير اللاعبين

يميل الأفراد الانطوائيون إلى استخدام منصات التواصل الاجتماعي دون الكشف عن هويتهم مثل غرف الدردشة والمنتديات، حيث تكون لديهم تفاعلات محدودة، ويرون في الفيسبوك مكانا إضافيا للتواصل للحفاظ على شبكات صداقاتهم وتطويرها. لذلك ليس من المستغرب أنّ المستخدمين الخجولين أفادوا بأنّ لديهم أصدقاء أقل، حيث يقضون

- [22] IslamKan Saiedul & others. (2018). Facebook as a culture: A sociology study. *See discussions, stats and authorprofiles for this publication at www.researchgate.net/330277089. December.* DOI: 10.53935/2641-5305.v112.10 P; 76

وقتا أطول على الفيسبوك لأنّهم يجدون هذا الفضاء أكثر جاذبية مقارنة مع المستخدمين الأكثر انفتاحا، وهذا يتوافق ونظرية التعويض الاجتماعي، حيث إنّ الشاشة تمكّن المستخدمين من تعويض صعوبات التواصل وجها لوجه[23]

وقد أشارت بعض الدراسات إلى أن الفيسبوك يساهم في تحقيق نسبة من الرفاه النفسي ممّا يعني أنّه يلبي حاجيات للمستخدمين الذين يعانون من انخفاض تقدير الذات أو الرضا عن الحياة في ذات السياق، وحسب عالمة النفس كورتني سيتر، فإنّ مستويات الدوبامين الناتجة عن استخدام وسائل التواصل الاجتماعي قمينة بأن تولّد ارتفاعا هرمونيا إيجابيا يعادل ما يحصل عليه بعض الناس يوم زفافهم. [24]واعتبرت دراسة من بين الأسباب التي تجعل المستخدمين نشيطين على شبكات التواصل الاجتماعي هو المستوى العالي من المتعة والسعادة التي يحصلون عليها، وترتبط قيمة المتعة بالتجارب التي يمكن إدراكها بعد التفاعل في هذه الشبكات[25].

خاتمة:

لقد أحدثت الثورة الرقمية تغييرات كثيرة في حياتنا أثرت على نظرتنا وإدراكنا لذواتنا وللآخرين، ممتدّة بذلك إلى المنظور المعرفي والثقافي والقيمي، ممّا جعلنا نعيش حالة رقمية متسارعة ومكثّفة أثرت على الأنا التي أصبحت بمثابة علامة تجارية تعيش توترا متواترا مع الذات الواقعية، ممّا يوجب تكثيف الدراسات وتعميقها من أجل إيجاد توازن بين حياتنا الرقمية وحياتنا الواقعية، في ظل العيش لوقت طويل في وسائط اجتماعية نجحت في خلق قطيعة مع الطرق العلائقية السابقة.

- [23] Frederick Christina. (2020). Examining the Qualities og Online and Offline Friendships: A Comparison Between Groups. *Aeronautical University. 1413 P ; 174*

- [24] Mueller Milton & others. (2019). Challenging the Social Media Moral Panic. *Preserving Free Expression under Hyper. Policy Analysis.* July CR 876 P 4

- [25] Maqableh Mahmoud & others. (2021). The effect of Facebook users'satisfacion and trust on stickiness: The role of perceived values. *Internatinal Journal of Data and Network Science* (5).March 13. 245.256: 247

المراجع:

I. Basalingappa Anita & others. (2016). Understanding Likes on Facebook: An exploratory study, *Online Journal of Communication and Meadia Technologies.* Vol 6. July 3. DOI: 10.29 333/ojcmt/2566

II. Bergagna Elisa & others. (2018). Self –Esteem, Social comparison and Facebook, *Europe 's Journal of psychology.* Vol 14. 4. DOI: 10.59 64/ejop.v 14i4.1592

III. Eftekhar Azar & others. (2014). Capturing personality from Facebook photos and photo-related activitiesHow much exposure do you need? *ELSEVIER : Science Direct. Computers in Human Behavior 37/162-170*

IV. Ellison Nicole & others. (2007). The benefits of Facebook "Friends" social capital college students'use of online social network sites. *Journal Computer-Mediated Communication.* Michegan state University. DOI:10.1111/J.1083-6101.2007. 00367.X

V. Frederick Christina. (2020). Examining the Qualities og Online and Offline Friendships: A Comparison Between Groups. *Aeronautical University. 1413*

VI. IslamKan Saiedul & others. (2018). Facebook as a culture: A sociology study. *See discussions, stats and authorprofiles for this publication at www.researchgate.net/330277089. December.* DOI: 10.53935/2641-5305.v112.10

VII. Maqableh Mahmoud & others. (2021). The effect of Facebook users'satisfacion and trust on stickiness: The role of perceived values. *Internatinal Journal of Data and Network Science* (5).March 13. 245.256

VIII. Mills Jennifer & others. (2018). Selfies Harm: Effects on mood and body image in young women. *ELSEVIER: Body Image. 27/86-92.*

IX. Mueller Milton & others. (2019). Challenging the Social Media Moral Panic. *Preserving Free Expression under Hyper. Policy Analysis.* July CR 876

X. Muise Ammy & others. (201 3). Can you see how happy we are: Facebook Images and relationship satisafaction. *Social Psychological and Personality.* July.

XI. Nadkarnai Ashwimini & others. (2012). Why DO people use Facebook? *NIH Public Acces Auther Manuscript.* February 1. DOI: 10.1016/j.paid.2011.11.007

XII. Neumann Dominik & others. (2024). Morality in social media: A scoping review. *New Media and Society.* Vol 26 /2/1096-11-26. DOI: 10.1177/14614448231166056

XIII. Nwala Michael & others. (2019). The social media and Language Use: The case of Facebook. *Advances In Language and Literary studies.* August 31. ISSN : 22 03-4714.

XIV. Olovede Mukhtar O. (2022). Effects of social media on Morality of Youths I, Nigeria and the Role of Religion. *Conference Paper/ See discussions.* June. 361265662

XV. Putri Anindya & others. (2022). The connection of moral with social media. *Conference Paper/ See discussions.* June. 361265662

XVI. Shahabaznozhad Hamidreza & others. (2020). The role of social media content formation platform users engagement behavior. *Journal of Interactive Marketing, Elsevier 53/4765.* September. DOI: 10.1016/j.intmar/2020.05.001

XVII. Shen Jianqiang & others. (2015). A study of Facebook behavior: What does it tell about your neuroticism and extraversion. *ELSEVIER: Computer Human Behavior 32-38.*

XVIII. Shin Young SOO & others. (2017). Selfies and Self-esteem and Social Sensitivity. *ELSEVIER: Personality and Idividual Differences. 111/139.145.*

XIX. *Yang Cheng-Liang.* (2019). The relationships between personality and Facebook photographsies: A study in Taiwan. *Cogent business and management.* doi.org/10.1080/233311975.2019.1577521