

أشكال الهوية في الفضاء الرقمي: دراسة سوسيولوجية تحليلية

رئيس مترجمين أقدم سميرة ابراهيم عبد الرحمن
مركز الدراسات الاستراتيجية والدولية/جامعة بغداد

ا.م.د. سداد مولود سبع
كلية العلوم السياسية/جامعة بغداد

المقدمة:

في عصرٍ تماهى فيه الواقع بالافتراض، وغدت الشاشات مرآةً لنواتنا كما لم تكن من قبل، ينبثق سؤالٌ بالغ العمق: من نكون حين نظهر على الإنترنت؟ فأحد ارهاصات العولمة والتطور التكنولوجي واتساع استخدام وسائل التواصل الاجتماعي أتسعت معها استخدام لاكثر من وسيلة للتواصل الاجتماعي، ولم يكن ذلك التواصل الاجتماعي حبيساً لحدود مناطقية او جغرافية بل امتد لخارج الحدود، واصبحت تلك الوسائل تنقل الفرد عبر الحدود اقليمياً ودولياً.

لذا فلم يعد الفضاء الرقمي ساحة تواصلٍ عابر، بل غداً موئلاً لهويات تُصاغ وتُعاد صياغتها، وشخصاً نختار لها وجوهاً، وننتقي لها ألفاظاً، ونرسم لها ملامح قد تكون امتداداً لما نحن عليه، أو نقيضاً لما نكابه، بمعنى اصبح ذلك الواقع الافتراضي احد مداخل تشكيل الهوية للفرد، الا ان الهوية هنا لا تُكتب بقلم الذات وحده، بل تتداخل فيها خيوط التقنية، وتُشاكسها أعين المتلقين، وتعيد تشكيلها سياقات المنصة وخوارزميات التحكم الخفية. فالهوية الرقمية ليست مجرد صورة نختارها ولا سطرًا نحرره، بل خطابٌ دائم التشكل، تتوزع ملكيته بين الفرد والجماعة، بين المؤلف والمصطنع، بين ما نرغب في أن نكونه وما يُراد لنا أن نبدو عليه.

لذا فإن أهمية البحث تنطلق من طبيعية الهوية المنبثقة عن ذلك الفضاء الرقمي وتأثيراتها السوسيولوجية على المجتمعات، وطبيعة ونمط الهوية المتشكلة عن ذلك الفضاء وكيف تصاغ والتحديات التي يتركها ذلك الفضاء الرقمي على الفرد ذاته وعلى سوسيولوجية المجتمع من خلال اعادة مفهوم القيم والثقافة والهوية والسلوك، والالتفات لحجم التحديات الراهنة بابعادها الكارثية على المجتمع ككل، وأنبعاث تلك التأثيرات الى الدولة وضرورة مراجعة دورها، كل تلك التحديات تبرز أهمية البحث في مثل هكذا مواضيع مهمة ومعاصرة تضاف الى التحديات التي تواجهها الدولة من تحديات بفعل الثورة المعلوماتية والتقنيات الالكترونية الحديثة وتشكيلها لفضاءات اجتماعية جديدة.

الا ان تلك الاهمية تطرح اشكالية معقدة ومركبة مفادها ان الهوية الرقمية التي فرضها الواقع الرقمي جاءت في ظل حالة من الاغتراب الثقافي والاجتماعي والسياسي وحالة من استلاب الذات، وعدم اكتمال بناء الهوية القومية في العديد من البلدان وارهاسات ذلك تتبلور على شكل ازيمات ساسيولوجية معقدة على مستوى الفرد والمجتمع والهوية الوطنية ككل .
ولحل تلك الاشكالية يفترض البحث فرضية مفادها ان الهوية الرقمية فرضت ذاتها وبشكل واضح وسريع في ظل عدم اكتمال الهوية الوطنية والقومية في العديد من البلدان الامر الذي يترك اثاراً سوسيولوجية داخل المجتمع، مما اضعف من قدرة الدولة على اداء وظائفها الاجتماعية والثقافية والتربوية.

ولأثبات صحة الفرضية فأنا بحاجة الى تحديد مفهوم الهوية والهوية الرقمية من منظور سوسيولوجي، هذا التشكل المعقد للهوية الرقمية، مُستتيرة بأطر نظرية عميقة كمنظريّة عرض الذات لإرفنغ غوفمان، ونظرية رأس المال الرمزي لبير بورديو، والبناء الاجتماعي للواقع لدى برغر ولوكمان. والتي نسعى من خلالها إلى تفكيك هذا المشهد الرقمي الكثيف، والوقوف على اللحظة التي تتحول فيها الذات من كائن اجتماعي إلى رواية تُروى، وواجهة تُعرض، وصورة تُستهلك، وتأثير تلك الواجهات والصور على سوسيولوجية المجتمع .

المطلب الاول: الإطار النظري والمفاهيمي للهوية والهوية الرقمية

أفضت تحولات الإعلام الجديد إلى بروز فضاء رقمي ديناميكي، نشأت فيه مجتمعات رقمية تتسم بدرجة عالية من اللامركزية، وتُسهّم تدريجياً في تفكيك المفهوم التقليدي للهوية. فقد أدى هذا التغيير إلى نشوء ما يُعرف بـ"الهوية الافتراضية" أو "الهوية الرقمية"، التي لم تعد محصورة في إطار الخصوصية أو التعبير الفردي للبحث، بل أصبحت مشاعاً علنياً يتفاعل فيه الفرد مع جمهور متخيل في فضاء مفتوح، ويأتي هذا في ظل واقع اجتماعي ثقافي وحضاري معقد ومتشابك مع بعضه البعض لم

يكتمل بنائه في العديد من الدول، فنحن لازلنا نبحث عن مفاهيم حديثة للهوية الوطنية والقومية، فحتى المفاهيم الحديثة للهوية التي جرى الاعتقاد بأنها العلاج الشافي لمسألة انبعاث هوية عصرية جديدة يكون أساسها الديمقراطية، فهذه القيم لوحدها غير كافية لبناء هوية موحدة، بل تحتاج إلى استنهاض القيم التاريخية والقومية والثقافية المشتركة والذاكرة الجماعية العابرة للأيديولوجيات والطوائف والقوميات والإثنيات واللغات، سواء أن كانت على المستوى الجماعي أو على المستوى الفردي. فللفرد مثلما للمجموعة لديه أكثر من هوية، كأن يكون عربياً أم كردياً، مسلماً أم مسيحياً، عراقياً أم لبنانياً لكنه جزء من هوية أوسع عربية أو مسلماً أو كاهماً معاً. الأمر الذي جعل الهوية عنصراً مركباً فردياً أم جماعياً وإن ارتبطت بوطن، فلأنها تحمل جنسيته كجزء من دولة ترتبط بالمواطنة كعلاقة مزدوجة مع محيطها دون استصغار أي من العناصر الأخرى، (عبد الحسين شعبان، 2020).

لذا فهذا دلالة على عمق التحديات التي تفرض نفسها على الذات البشرية وتجعلها في أحيان عديدة مشتتة بين أكثر من هوية وأكثر من ولاء وهوية، لذا فإن الضرورة البحثية تستدعي استحضار مفهوم الهوية قبيل الانتقال إلى تحديد الدلالة العلمية للهوية الرقمية، لتوضيح حجم الإشكالية التي تواجهها تشكل الهوية الرقمية عبر الفضاء الرقمي.

فالهوية مفهوم يكتنفه عدم الاتفاق على مفهوم واحد بين علماء الاجتماع السياسي، وهذه الإشكالية تصاحب أغلب مفاهيم العلوم الإنسانية، فيرى أليكس ميكشيللي أنها من المفاهيم البالغة الصعوبة والتعقيد والإشكاليات، وذلك لأنه بلغ التنوع في دلالاته واصطلاحاته. أما أريك أريكسون فيرى أنه على الرغم من انتشار مصطلح الهوية حديثاً، إلا أنه غامض ومتعدد الأوجه، ومصدر الغموض يأتي من تنوع ومستويات ادراك وتفسير المفهوم (سداد مولود سبع، 2017).

ونظراً لأهمية الهوية في تشكيل الأمم والدولة، فإن هذا دفع الباحثين والمفكرين إلى تحديد معنى الهوية هي عبارة عن حصيلة لمجموعة انساق من العلاقات والدلالات التي يستقي منها الفرد معنى لقيمه ويصنع لنفسه في ضوئها نظاماً يشكل في إطاره هويته بحيث تتوفر له من جراء ذلك إمكانية تحديد ذاته داخل الوسط السوسيو ثقافي بوصفه نظاماً مرجعياً على المستوى السلوكي. ويختلط مفهوم الهوية مع مفاهيم عدة تتداخل معه أو ترتبط به بعلاقة معينة، وهناك مفاهيم يتداخل استخدامها مع لفظة الهوية ذاته، كمفهوم الانتماء والولاء ومفهوم الذات، وهو التركيز ينصب على الجوانب الذاتية والسياسية (ثناء محمد صالح عبد الرحيم، 2013).

وهناك من ذهب نحو البحث في مفهوم الهوية بأطوارها الاجتماعي إذ يرى اليكس ميكشيللي الذي يرى في الهوية "منظومة من المعطيات المادية والمعنوية والاجتماعية التي تنطوي على نسق من عمليات التكامل المعرفي". وهذه المنظومة لا يكتب لها الوجود مالم يعطي وحدتها هذا معنى تنطوي على خاصية الإحساس بالهوية والشعور بها. والإحساس بالهوية هنا مزيج بين المشاعر المادية، ومشاعر الانتماء والتكامل والإحساس بالوجود، وعليه فالهوية ليست شيئاً جامداً وإنما حقيقة تتغير وتتطور تبعاً لمنطق وعقلية الفرد الذي ينضوي تحت غطائها. ومن هذا تتنوع الهوية بين هوية اثنية تعرف بدلالة الدم واللغة، والتي تعني بطبيعة الحال انتماء الشخص إلى منظومة اجتماعية تشترك في ثقافة واحدة (سعدى إبراهيم حسن، بلا تاريخ). وبذات الاتجاه يقسم برنارد لويس الهويات الأساسية على ثلاثة أنواع، الأولى على أساس رابطة الدم، وتنمو حسب الترتيب التصاعدي من العائلة إلى القبيلة إلى العشيرة، لتتطور إلى القومية الاثنية. والثانية على أساس رابطة المكان وهي تعني هوية القرية أو الجوار أو المنطقة أو الحي، وهذا المكان تطور في الأزمنة الحديثة ليصل إلى البلد. والثالثة ترتبط إلى حد ما مع الأولى أو الثانية، أو كليهما والمتمثل بهوية الجماعة الدينية، والتي انقسمت فرعياً إلى طوائف ومذاهب (م. برنارد لويس، 2006).

وأساقاً مع هذا الرأي فإن الهوية يمكن أن يشار إليها بوعي الإنسان وإحساسه بذاته وانتمائه إلى جماعة بشرية قومية، أو دينية مجتمعاً، وهنا وعي الذات يثير تسأل مهم: من نحن ومن أين أتينا وإلى أين نمضي وما نريده لأنفسنا وللآخرين، وما هو موقفنا من خارطة الأمة أو الطائفة أو الجماعة في إطار الانتماء الإنساني العام، وويختصرها حليم بركات بإنها "معرفتنا بما العلاقات والتناقضات والصراعات القائمة". إلا أن الهوية أصبحت أكثر تطوراً عبر الانفتاح على الغير، وقد تنكمش، أو تتحدد أو تنقلص تنحصر، أو تنتشر لكنها بدون أدنى شك تغتني بتجارب الآخرين ومعاناتهم

وانتصاراتهم وامالهم، وهذه المسألة تتأثر سلباً وإيجاباً بالعلاقة مع الآخر (عبد الحسين شعبان، 2020)، والتي وجدت لها مساحة افتراضية سميت بالهوية الرقمية.

هذه التقسيمات الأساسية للهوية هي في الأصل تعبير عن فعل الانا الجمعي الذي يتعلق بفهم الناس وتصورهم لذاتهم ولما يعتقدوا انه مهم في حياتهم، وتأتي الهوية كصيرورة لتطور الجماعة البشرية في سياقات ثقافية ذات سمات تراكمية تورث اجتماعياً، لتحدد الملامح الأساسية لأي جماعة بشرية، وليشكل بالنتيجة خصائص محددة لتلك الجماعة البشرية تتخذ مرتبة الأولوية في المعاني والادراك والقيم عن غيرها من الجماعات البشرية (سداد مولود سبع، 2017).

فضلا عن ذلك هنالك تقسيمات وتفصيلات أخرى في توصيف الهوية كالأصل الجغرافي او القومي او اللغة او اللون او طبيعة المعتقد ومضمونه سواء كان مصدره بشريا او غيبيا، وقد تستخدم في تحديد هوية ما عناصر متعددة أساسية وفرعية في أن واحد، بمعنى ان الهوية غايتها توحيد عدة عناصر للخروج بهوية جامعة تعكس هوية الامة، او الدولة القومية.

يتضح لنا ان الهوية تستند على بناء مجموعة عناصر موجودة وحقيقية والبعض منها لها امتدادات عميقة في المجتمع والبعض الاخر يعكس عقائد وايدولوجيات مختلفة في حين تاتي الهوية الرقمية بأطر مختلف ومغاير وفي هذا الصدد يُعزّز طلحة (2022) ما ذهبت إليه عالمة الاجتماع سارة مونكيبيرج، التي وصفت هذا التحول بالقول: "في عصور ما قبل الرقمنة، كانت الهوية صفة داخلية وخصوصية في المقام الأول؛ إذ كان الفرد يؤدي دورًا معينًا في الحياة العامة، ثم يعود إلى حيزه الخاص ليحيا من خلال "الأنا الواقعية". أما اليوم، فقد أصبحت تلك الأنا، على وجه التحديد، علنية".

وهكذا، لم تعد الهوية الرقمية مجرد تمثيل افتراضي، بل تحوّلت إلى مسرح مكشوف تُعرض فيه الذات على نحو دائم، وتُعاد صياغتها باستمرار ضمن منطق المشاركة، والتفاعل، والسعي نحو القبول الجماعي. فالهوية الرقمية، حسب بلمصطفى ولحلاح (2023)، تتكوّن من خلال وعي الفرد أو الجماعة بإمكانية المشاركة، ومعرفة الانتماءات، والتفاعلات الثقافية والاجتماعية.

فالهوية الرقمية (Digital Identity) هي مجموعة الصفات والدلالات والرموز التي يوظفها الانسان للتعريف بنفسه في الفضاء الافتراضي، فيتفاعل ويتواصل على اساسها مع الآخرين بحيث قد لا يتوافق مضمونها مع هويته الحقيقية في الواقع الاجتماعي. فهي ليست فقط الاسم المستعار، أو الصورة الشخصية، أو قائمة الاهتمامات، بل هي أيضًا ما لا يُقال: نوع الكلمات المختارة، واستخدام الرموز التعبيرية، وتوقيت الصمت الرقمي الذي قد يكون في بعض الأحيان أبلغ من الكلام. وتسمح هذه لنا بالتحليل الكمي لمتغيرات ملامح الهوية وسياق توجهاتها في الفضاء الرقمي. (خلفاوي، 2022).

تتشكل الهوية الرقمية ككيان افتراضي نابض، تنسجه مجموعة من العناصر المتفاعلة التي تُجسّد صورة الفرد في الفضاء الإلكتروني. تبدأ ملامح هذه الهوية من البيانات التعريفية الأساسية، كاسم المستخدم، سواء أكان حقيقيًا أم مستعارًا، والصورة الشخصية، والمعلومات المتعلقة بالعمر والجنس والموقع الجغرافي، وهي عناصر تشكّل البوابة الأولى لعبور الفرد نحو العالم الرقمي، وتُسهم في تمييزه وتحديد حضوره ضمن بيئات التواصل المتعددة. لكن الهوية لا تكتمل بمعطيات جامدة، بل تنبض من خلال اللغة والسلوك التفاعلي؛ فطريقة التعبير، ونبرة الخطاب، وانتقاء المفردات، كلّها أدوات تُفصح عن قيم الفرد وثقافته، وتمنح هويته طابعًا فريدًا.

ويأتي المحتوى الرقمي ليعزز هذا البناء؛ فالموضوعات التي يشاركها الفرد، والصفحات التي يتابعها، والحوارات التي ينخرط فيها، جميعها تعكس اهتماماته وتوجهاته، لتغدو الهوية الرقمية مرآة صادقة - أو متخيّلة - للذات، في زمن تتداخل فيه الحقيقة بالافتراض، وتتمازج فيه الخصوصية بالتفاعل العلني. وبذلك، تُعد الهوية الرقمية "مجموعة من الآثار التي نتركها وراءنا، بوعي أو من دون وعي، أثناء تنقلاتنا على الشبكة." (زيدان وحدادي، 2024). وإنها مثلما أشار صديقي وفزاع (2023) هوية بديلة، تُستخدم لتقديم النفس والتفاعل مع الآخرين في مجتمع افتراضي.

وتشير الدراسات إلى أن الهوية الرقمية ليست كيانًا ثابتًا، بل هي كيان ديناميكي يتطور باستمرار مع كل تفاعل رقمي، مما يجعلها مرآة تعكس الذات في الفضاء الافتراضي. إذ يختار الفرد سمات هويته

الرقمية بشكل واع، وقد تكون هذه الهوية، حسب طوبال (2020)، ساخرة، مستعارة، أو معبرة عن الذات الحقيقية للفرد.

وهذا ما راحت تؤكد الأستاذة جوهانا فرانسيسكا ثيودورا ماريا "خوسيه" فان دايك Van Dijck (2013)، بالقول ان الهوية الرقمية ليست كياناً جاهزاً أو قالباً جامداً، بل نتاج لسيرورة سردية وهندسية تتشابك فيها خيوط التصميم التقني والتحكم الاقتصادي والسلوك الاجتماعي. فالهوية الرقمية تُبنى من خلال الأداء المتكرر للذات (self-performance) داخل بيئة منصات التواصل الاجتماعي، وتُعاد صياغتها باستمرار تبعاً لتحويلات الواجهات (interfaces) والخوارزميات والسياسات التي تحكمها.

وبهذا المعنى، لا يمكن اختزال الهوية الرقمية في بُعد تقني أو فردي فحسب، بل لا بد من قراءتها ضمن إطار سوسولوجي أوسع، يأخذ بعين الاعتبار العلاقات، الرموز، والسلطة الكامنة في بنية الفضاء الرقمي.

وانطلاقاً من هذا التصور، يمكن فهم الهوية الرقمية من خلال ثلاث مقاربات نظرية رئيسة، تفتح لنا نوافذ متعددة لرؤية هذه الظاهرة:

أولاً: نظرية عرض الذات - إرفينغ غوفمان

تُعد نظرية عرض الذات (Self-Presentation) من أبرز الإسهامات السوسولوجية في فهم الكيفية التي يُقدّم بها الأفراد أنفسهم في الحياة الاجتماعية اليومية، وهي النظرية التي طوّرها عالم الاجتماع وعلم النفس الاجتماعي إرفينغ غوفمان (Erving Goffman) في عمله الشهير "عرض الذات في الحياة اليومية" (1956) (The Presentation of Self in Everyday Life). حين نظر إرفينغ غوفمان إلى الحياة الاجتماعية، لم يراها مجرد تفاعل عابر بين الأفراد، بل مسرحاً واسعاً يؤدي فيه كل شخص دوراً متفقاً أمام جمهورٍ متغيّر. قدّم غوفمان في نظريته الشهيرة رؤية جذرية: الهوية ليست كياناً ثابتاً بداخلنا، بل هي صورة نُقدّمها للآخرين، نُعدّلها، ونُتمقّها، ونحرص على إخراجها بأفضل شكل ممكن. تماماً كما يفعل الممثل على خشبة، نختار ما نُظهره، ونخفي ما لا نريد أن يُرى. هذا "العرض" لا يتم عشوائياً، بل يُدار بعوي - أو أحياناً دون وعي - من خلال ما أسماه "إدارة الانطباع".

قسّم غوفمان الفضاء الاجتماعي إلى "واجهة أمامية" نلتزم فيها بالقواعد ونتمصص أدوارنا الاجتماعية، و"واجهة خلفية" حيث نرتاح من التمثيل ونعود إلى ذاتنا كما هي. وبين هاتين الواجهتين، يتحرك الإنسان باستمرار، محاولاً أن يحافظ على صورة متماسكة، تُرضي السياق وتُقعّ الجمهور. ما يجعل نظرية غوفمان مدهشة هو بساطتها الظاهرة وعمقها الكامن؛ فقد نجح في التقاط جوهر التفاعل الإنساني، وكشف كيف أن "الهوية" ليست ما نحن عليه بالضرورة، بل ما نختار أن نكونه في عيون الآخرين. وهذا الفهم لا يزال حياً وملهماً، لا سيما في زمن أصبحت فيه منصات التواصل مساح مفتوحة لا تُطفأ أنوارها أبداً.

عليه، يمكننا القول إن الهوية الرقمية ليست مجرد تمثيل للذات في الفضاء الافتراضي، بل هي أداء اجتماعي مركّب، تُحدده حدود تقنية (تصميم المنصات)، وأطر اجتماعية (توقعات الجمهور)، ومصالح اقتصادية (التسويق والرقابة). فالهوية الرقمية هي امتداد للمسرح الاجتماعي، لكن خشبته الجديدة مفروشة بالبيانات، وإضاءته تتحكم فيها الخوارزميات.

ثانياً: نظرية رأس المال الرمزي - بيير بورديو (Pierre Bourdieu)

في نظريته، يتناول عالم الاجتماع الفرنسي بيير بورديو (Bourdieu, 1984) رأس المال الرمزي كأحد أشكال القوة الاجتماعية التي تُكسب الأفراد تقديراً واحتراماً داخل المجتمع، من خلال امتلاكهم صفات تُعتبر ذات قيمة رمزية عالية، كالهيبية، أو السمعة، أو الشهرة. وفي الفضاء الرقمي، تُصبح الهوية الرقمية أداة فعالة لاكتساب هذا النوع من الرأسمال.

فالإعجابات، والمشاركات، وعدد المتابعين، ونوعية المحتوى، كلها عناصر تُستخدم لتجميع رأس مال رمزي يُمكن صاحبه من ترسيخ مكانة اعتبارية داخل المجتمعات الرقمية. ولعلّ المؤثرين على منصات التواصل هم أوضح تجلٍ لهذه الظاهرة، إذ تُبنى هوياتهم على التفاعل الجماهيري والمكانة الرمزية التي يحققونها، لا على حقيقتهم خلف الشاشات فحسب. هذا التحليل يعكس كيف أن الهوية

الرقمية لم تعد مجرد تمثيل فردي بل هي أيضًا تجسيد لرأس المال الرمزي الذي يمكن أن يُستخدم لتحسين النفوذ الاجتماعي أو النفوذ المهني. فالإنترنت ليس مجرد منصة تواصل، بل هو ساحة تتنافس فيها القيم الاجتماعية ويتم فيها بناء سمعة، ومكانة، وتأثير فردي واجتماعي في سياق معقد ومترابط من التفاعلات الرقمية.

ثالثاً: نظرية البناء الاجتماعي للواقع - برغر ولوكمان

تمثل نظرية البناء الاجتماعي للواقع التي صاغها بيتر برغر وتوماس لوكمان في كتابهما (The Social Construction of Reality) (1966) نقلة معرفية في فهم كيفية تشكل الحقيقة الاجتماعية، إذ يذهب برغر ولوكمان (Berger & Luckmann, 1966) الى أن الواقع الاجتماعي ليس موجوداً بمعزل عن الأفراد، بل هو نتاج تفاعل اجتماعي يُعاد بناؤه عبر اللغة، والسرد، والعلاقات. وهنا، "يظهر مضمون الهوية الرقمية من خلال التفاعل النصي أو الصوتي أو المشاعري عبر المنتديات والمواقع." (بلمصطفى و لحلاح، 2023). من هذا المنطلق، تُفهم الهوية الرقمية على أنها سيرورة اجتماعية، يُنتج فيها الفرد ذاته، ويُعيد تشكيلها في واقع رقمي مشترك. هذه الهوية ليست انعكاساً بسيطاً لذات واقعية، بل تمثيل نشط لها، يتم تشكيله داخل شبكة من المعاني والعلاقات الرقمية.

على منصات مثل فيسبوك وإنستجرام، على سبيل المثال، يسهم الأفراد في بناء هويتهم الرقمية عبر نشر الصور، والأفكار، والتعليقات التي تُشكل تفاعلهم مع الآخرين. وتظهر هنا فكرة بناء المعنى التي طرحها برغر ولوكمان، حيث تُخلق معانٍ مشتركة عن الأفراد عبر التفاعل الرقمي المستمر. ليس ما يُنشر هو مجرد انعكاس للواقع، بل هو نتيجة لتفاوض اجتماعي دائم، تشارك فيه الجماعات على الإنترنت في تحديد القيم والمعاني، ومن ثم تتشكل الهويات بناءً على هذا التفاعل الاجتماعي.

وبذلك، تصبح الهوية الرقمية جزءاً من نفس البناء الاجتماعي الذي يطرحه برغر ولوكمان في واقعنا الاجتماعي المادي، إلا أنه، حسب صديقي وفزاع (2023) جزءاً من الواقع الاجتماعي وليس بديلاً له، فكما أن الهوية الاجتماعية التقليدية تُبنى وتُعاد بناؤها عبر تفاعلات الأفراد في المجتمع، كذلك الحال مع الهوية الرقمية التي تخضع لنفس الآليات في الفضاء الرقمي. فالهوية الرقمية ليست حالة ثابتة أو جاهزة، بل هي عملية مستمرة من البناء والتشكيل، تخضع لتأثيرات متغيرات اجتماعية رقمية في زمن تتسارع فيه التفاعلات ويتغير فيه السياق بشكل دائم.

تستند فان دايك إلى إرفينغ غوفمان في تقديمها للهوية الرقمية كـ "أداء اجتماعي"، إذ تختلف مستويات هذا الأداء بين التعبير العفوي عن الذات والترويج المتعمد لها. المنصات مثل فيسبوك ولينكدان تُفعل هذه المستويات من خلال أدوات تصميمية تحفز المستخدم على تقديم ذاته وفقاً لمعايير مقننة ومُعَدّة مسبقاً.

وكما تشير فان دايك أن المنصة الرقمية لم تعد مجرد فضاء محايد لعرض الذات، بل شريكاً خفياً في كتابة السيرة الرقمية للمستخدم. من خلال تصميم الواجهات، والتحكم بالخوارزميات، وتحديد ما يُرى وما يُخفى، تفرض هذه المنصات سرديات جاهزة، تُقنن الأداء، وتوجّه الانطباع، وتروج لفكرة "الهوية الواحدة الشفافة"، تلك الهوية التي قد تُرضي السوق والإعلانات، لكنها تتناقض مع طبيعة الإنسان المركبة والمتعددة.

ان واقع التواصل الاجتماعي هو تمثيل لواقع آخر، يتم تشكيله من خلال ما يُنشر ويُعرض وليس بالضرورة ما يُعاش. (بوخاري، 2022). وهكذا، تصبح الهوية الرقمية ليست فقط ما نريد أن نُظهره، بل ما يُراد لنا أن نكونه. إنها نتيجة مفاوضة مستمرة بين ما نُخفيه وما نُفصح عنه، بين من نحن فعلاً، ومن نظهره للآخرين. وفي خضم هذا التوتر، تتكشف الهوية الرقمية بوصفها مرآة مشروخة: تعكسنا جزئياً، وتخفي منا الكثير، وتتركنا دائماً في حالة إعادة تشكيل.

المطلب الثاني: عرض الذات وسوسيولوجيا الهوية الرقمية

ان عملية عرض الذات ليست الأ جزءاً من الهوية الرقمية التي تعرض في المجتمع الافتراضي (حدة وخلفاوي، 2022)، وأضححت الهوية الرقمية أداة حيوية لإدارة الانطباع. إذ أصبح الفضاء الرقمي مسرحاً يعرض عليه الأفراد أنفسهم وفقاً لما يرونه أكثر قبولاً أو تأثيراً، حيث يمكنهم صياغة هوياتهم

وفقاً لما يتناسب مع رغبات الجمهور وتوقعاته. في منصات مثل "إنستغرام"، يُمكن بناء الهوية من خلال الجمال البصري، بينما في "تويتر"، تتشكل من خلال الفكر والرأي السياسي، وفي "لينكد إن"، تُعرض الهوية عبر المهنية والتقدم الوظيفي.

في هذا السياق، يشير الباحثان دانا بويد وأليس مارويك (Boyd & Marwick, 2011) إلى مفهوم "الجمهور المتخيل"، إذ يصمم المستخدم هويته ليتماشى مع ما يتوقع أن يُرضي هذا الجمهور الافتراضي. هذا المفهوم مستمد من أفكار إرفينغ غوفمان حول الطريقة التي يقدم بها الأفراد أنفسهم في السياقات الاجتماعية، وهو يشير إلى الطريقة التي يتصور بها الأفراد الجمهور الذي يتوجهون إليه من خلال ما يعرضونه من معلومات على الإنترنت.

وهذه العملية ليست فوضوية أو عشوائية، بل هي محكمة بالبنية التكنولوجية للمنصة نفسها، التي تحدد من يرى المحتوى ومتى. لذلك، نجد أن كل صورة، وكل توقيت نشر، وكل تعليق يتم اختياره بدقة متناهية في عملية مستمرة من المفاوضات التي تحكمها الخوارزميات.

وبحسب مارويك وبويد فإن الأفراد في الفضاء الرقمي لا يتعاملون مع جمهور واحد ثابت، بل مع جمهور متخيل يتكون من مجموعات متنوعة من الأفراد. هذا الجمهور المتخيل يمكن أن يشمل الأصدقاء المقربين، والعائلة، والزملاء، والمتابعين على وسائل التواصل الاجتماعي، أو حتى الأشخاص غير المعروفين الذين قد يتابعون النشاط الرقمي للشخص دون أن يكون لهم تفاعل مباشر. الفكرة هنا هي أن الأفراد لا يستطيعون معرفة بالضبط من يشاهد أو يتفاعل مع منشوراتهم، مما يدفعهم إلى إدارة خصائص هويتهم الرقمية بعناية لتلبية توقعات هذا الجمهور المتخيل.

بناءً على هذه الديناميكيات، يتعامل الأفراد مع الفضاء الرقمي بوصفه "مساحة تواصل معقدة" إذ يتم إرسال رسائل ضمن "رموز" أو إشارات رمزية، يعرفها المستلمون فقط ضمن السياقات الاجتماعية التي تكون مألوفة لهم.

في سياق هذا التفاعل الرقمي، تكشف دراسة أجراها (Wang, L., & Lee, J. H. 2021) عن كيفية إعادة تشكيل المؤثرين الكوريين أو ما يُعرفون بـ "رموز (K-beauty)" لهوياتهم الرقمية على منصات مثل "يوتيوب" و"إنستغرام" بما يتماشى مع معايير "الجمال المثالي" التي تفرضها ثقافة الكاي-بوب (K-pop). تلك الثقافة التي أصبحت مرآةً بصريةً للجمال الآسيوي المعاصر. إذ تمثل الصورة الرقمية، مثلما ترى بوخاري (2022) نموذجاً لعرض الذات في الفضاء الرقمي، وتتحكم في كيفية استقبال الآخر لهذه الهوية. فهي أداة لاكتساب تقدير واهتمام الآخرين، من خلال عرض مظهر جمالي/اجتماعي معين يتوافق مع القيم السائدة.

فهؤلاء المؤثرون لا يقتصر على الترويج لمستحضرات التجميل، بل يصوغون ذاتهم الرقمية لتجسد صورة "الجميل المثالي" وفق النموذج الكوري؛ فتراهم يظهرون ببشرة نقيّة كصفاء الماء، وملامح رقيقة كملمس الحرير، ومكياج هادئ يشفّ عن عفوية مصطنعة، في تماهٍ تام مع المظهر الجمالي الذي يصنعه نجوم الكاي-بوب في وعي الجماهير.

هذه الضغوط المجتمعية لا تقتصر فقط على الصورة الجمالية، بل تتغلغل في أبعاد نفسية عميقة، إذ يُجبر هؤلاء الأفراد على مطابقة توقعات المجتمع بشكل دقيق، مما يعيد تشكيل هويتهم الرقمية في إطار مفرط من المثالية، والتي تصطدم بشكل وبأخر بالواقع عند العودة إلى الواقع الحقيقي بعيداً عن الواقع الرمزي، الأمر الذي يجد حالة من الاضطراب الهوية، واستلاب للذات البشرية.

المطلب الثالث: تعقيدات الهوية الرقمية في العالم العربي: بين التمثيل الذاتي والضغوط الثقافية

التعقيدات التي أوجدتها الهوية الرقمية في مجتمعاتنا ما هي الا سلسلة من تعقيدات سوسيولوجية تضاف إلى قائمة التعقيدات المحيطة والمنبتقة من رحم المجتمع العربي فمع التحولات الجذرية التي فرضتها الوسائط الرقمية، لم تعد الهوية مرتبطة فقط بالسياقات المحلية والثقافية، بل تحوّلت إلى فضاء مفتوح يعاد تشكيله وتمثيله باستمرار. في هذا الفضاء، يجد الأفراد أنفسهم في حالة تفاوض دائم مع

ذواتهم، ما بين الرغبة في التعبير الحر والخوف من الرقابة الاجتماعية أو الرفض المجتمعي، وتبدو هذه المفاوضات أكثر تعقيداً في المجتمعات العربية، حيث يتقاطع الموروث الثقافي المحافظ مع تأثيرات العولمة العابرة للحدود.

ولعل السؤال الذي يطرح نفسه وبقوة أمام الفرد أو الكل الجمعي: من أنا أو من نحن؟ وهذا السؤال يستكمل بأسئلة أخرى تتعلق بالعمل والمشروع الذي يمثله الإنسان، الأول يتعلق بالنشأة والانتماء، ومن ثم الصيرورة، كمعطى ثانٍ فالأول هو معطي دون خيار، في حين ان الثاني يكون بمثابة خيار أي أنه تفضيل بين خيارات، والمعطى الثاني سيكون خياراً واعياً ومكتسباً، تراكم من خلال الوعي العملي، لكون الخيار الأول كان طبيعياً، فإن الثاني يعبر عن الإرادة البشرية والتدخل الإنساني لأكتساب هوية جديدة وقابلة للتطور، وهذا ما يمكن ان نسقطه على الهوية الرقمية، فالواقع العملي حالياً أثبت أن الهوية لا تتكوّن بمجرد النشأة والانتماء، وهما موروثان طبيعيين، بل تتكون من خلال عملية الخلق والعمل والصيرورة، وهي عملية إبداعية مستمرة ومفتوحة (عبد الحسين شعبان 2020)، لكن أحياناً النشأة والانتماء لا يلتقيان أو يتقاطعان فحين ذلك ينشأ التوتر على هوية الفرد.

في هذا السياق، تُعد المجتمعات الرقمية في السعودية نموذجاً واضحاً لهذا التوتر. بحسب ما يشير إليه السقاف وويليامسون في دراستهما (Al-Saggaf & Williamson, 2004)، فإن الفضاء الرقمي هناك يمثل مساحة للتعبير عن الذات، لكن ضمن قيود ثقافية ودينية واضحة. فرغم توفر الإنترنت وسهولة الوصول إليه، يبقى المستخدم محكوماً بضرورة الالتزام بالمعايير الاجتماعية، ما يجعل الهوية الرقمية ليست انعكاساً حراً للفرد، بل نتيجة تفاوض مستمر بين الحرية الشخصية والقيم الجماعية. وغالباً ما تكون هذه الهوية غير مكتملة أو مشوهة بفعل الرقابة الاجتماعية التي تُمارس أحياناً من داخل المجتمع ذاته.

أما على مستوى أشمل، فقد أصبحت وسائل التواصل الاجتماعي في العالم العربي أداة محورية في بناء الهوية السياسية، لا سيما خلال أحداث مثل الربيع العربي. هذه الشبكات لم تُستخدم فقط للتواصل اليومي، بل تحوّلت إلى منابر مقاومة سياسية، ومنصات للتعبير عن هويات جماعية تتحدى الوضع القائم. في ظل الرقابة الشديدة، لعبت الفضاءات الرقمية دوراً حاسماً في ولادة هويات جديدة ترتبط بالتغيير السياسي والاجتماعي، إذ اختار الشباب أن يواجهوا الأنظمة الاستبدادية من خلال ظهور رقمي يعكس مواقفهم السياسية.

وفي هذا الإطار، تطرح دراسة (Marwick & Boyd, 2011) مفهوم "الاستيفرافيا الاجتماعية" (Social Steganography)، بوصفه شكلاً من أشكال التعبير المُشفر، وفناً خفياً من فنون التواصل الرمزي، يمكن الأفراد من توجيه رسائل مشفرة إلى جمهور معين، دون أن تبدو كذلك في نظر الآخرين. إنها استراتيجية تواصلية ذكية، يُخفي فيها المعنى العميق تحت قشرة لغوية بريئة، لا يقرأ شيفرتها إلا من حُصّ بالمعرفة أو اشترك في السياق. فبينما تبدو التغريدة أو المنشور بسيطاً وعابراً، تحمل الكلمات معاني مزدوجة، لا تُفهم إلا في ضوء علاقة خاصة، أو تجربة مشتركة. وبهذا الشكل، يستطيع الفرد أن يُمثل ذاته، ويُمارس حريته في التعبير، ويقاوم الرقابة الناعمة أو الصارمة، دون أن يثير الشك أو يتعرض للاستهداف. إنها مقاومة لغوية خفية، تُجسد توازناً حساساً بين الرغبة في الظهور، والحاجة إلى الاختفاء، في فضاء يُراقب فيه الجميع.

في العالم العربي، يجد الكثيرون أنفسهم مجبرين على استخدام هذا الأسلوب، لا سيما عند مشاركة رسائل ثقافية أو سياسية قد تُعتبر حساسة، ما يجعل من هذا النوع من التعبير وسيلة مهمة لبناء الهوية الرقمية وسط بيئة عالية الرقابة.

تضيف (Abidin, 2016) بُعداً آخر لهذه الهوية الرقمية، من خلال مفهوم "العمل العاطفي" أو (Visibility Labour) فالظهور الرقمي لا يأتي من فراغ، بل يتطلب جهداً كبيراً لتصميم صورة

ذاتية تتماشى مع توقعات الجمهور. وتزداد هذه الضغوط في العالم العربي، لا سيما على النساء في مجالات مثل الموضة والتسويق الرقمي، إذ يُنتظر منهن تقديم صورة "مثالية" تتماشى مع المعايير الثقافية والاجتماعية، مما يجعل الهوية الرقمية مؤطرة ومقيدة أكثر من كونها حرة.

وفي سياق الحراك السياسي، يرى (Howard & Hussain, 2013) أن الهوية الرقمية لعبت دوراً محورياً في ثورات الربيع العربي، حيث استخدم المتظاهرون المنصات الرقمية لبناء هويات سياسية تعبر عن مطالبهم الجماعية. في هذه الحالة، تحوّلت الهوية الرقمية من وسيلة تعبير شخصية إلى أداة احتجاج جماعي. لم تكن فيسبوك وتويتر مجرد منصات تواصل، بل أضحت ساحات نضال سياسي وثقافي، جمعت الشباب العربي تحت مظلة واحدة من الهويات المقاومة.

وهكذا، فإن الهوية الرقمية في العالم العربي ليست مجرد امتداد افتراضي للذات، بل هي عملية معقدة تتأثر بمجموعة من العوامل الثقافية والاجتماعية والسياسية. هذا التداخل بين الرغبة في التعبير الذاتي والضغوط المجتمعية ينتج هويات رقمية هجينة، غالباً ما تكون مقنعة أو خاضعة للرقابة الذاتية.

وهذا الرأي يأتي الى حدّ ما منسجمه مع رأي أدونيس الذي يرى موضوع الهوية ليست معطى جاهزاً ونهائياً، وإنما هو عمل يجب إكماله دائماً، ومن ثم فإن "التغيير" هو الذي يطبع الهوية، وليس الثبات والتفاعل بحكم علاقة الإنسان بالآخر، وليس الانعزال ولا يتعلق الأمر بالقضايا السياسية فحسب، بما فيها المواطنة وحقوقها، بل إن الأساس في هذه المسألة تمس الجانب الثقافي، لكون الثقافة بقدر ما كونها معطى مرتبطاً بالماضي والمستقبل، فإن الجانب السياسي له علاقة بالحاضر والقائم (عبد الحسين شعبان، 2020)

الهوية الرقمية في زمن التحولات السريعة: ما بين التمكين والمخاطر

لم تنفك مجتمعاتنا العربية من التخلص من ازمة الهوية الوطنية، وحتى مع الاعتقاد السائد بانبعثت هوية عصرية جديدة، أساسها الديمقراطية، إلا أن هذه القيم لوحدها لم تكن جديرة ببناء هوية موحدة، وإنما غالباً ما احتاجت إلى استنهاض القيم التاريخية والثقافية المشتركة والذاكرة، وأضيف لها العالم الرقمي ليشكل تحدي آخر لبناء الهوية العربية، والتي على أساسها نشأة هوية مركبة سواء فردية أم جماعية وإن أطرت بحدود الوطن، وبما أننا نقر بهذا الخطر وجب لئلا للجوء الى آلية التمكين، لبناء المشتركات والإقرار بوجودها ومراعاة تطورها التاريخي، أي أن تلك العناصر التي تشكل الهوية سواء كانت مجمعة أم مفردة هي غير سرمدية أو نهائية أو كاملة، بل هي مفتوحة وتتطور مع تطور الزمن وغير نهائية، لأنها قابلة للإضافة والحذف، ودليل صحة هذا الفرض بروز تحدي الهوية الرقمية (عبد الحسين شعبان، 2020). إذ لا يخلو الحضور الرقمي من تحديات جوهرية تتعدى حدود التقنية لتلامس بعمق قضايا الخصوصية والأمان النفسي والاجتماعي.

ولعلّ من أبرز هذه التحديات تآكل مفهوم **الخصوصية الشخصية**، إذ تقوم التطبيقات الذكية بجمع كم هائل من البيانات بصورة مستمرة، وغالباً دون وعي صريح من المستخدم. ورغم أن هذه البيانات تُوظف في الغالب لأغراض تسويقية، فإنها لا تلبث أن تُستخدم أحياناً كأدوات للرقابة الناعمة أو التوجيه السلوكي الخفي، مما يثير تساؤلات عميقة حول حرية الفرد واستقلاليته واختياراته. الباحثة شوشانا زوبوف (Shoshana Zuboff) وصفت هذه الظاهرة في كتابها "عصر رأسمالية المراقبة"، مؤكدة أن البيانات الشخصية تحولت إلى سلعة تُستخدم للتأثير على الأفراد وتشكيل اختياراتهم، وهي بهذه الطريقة تعمل على سلب الذات وتشتيتها.

من جهة أخرى، تشكل تقنيات التزييف العميق (Deepfake) تهديداً متصاعداً مثلما ترى نينا شيك (Nina Sachick) الصحفية الاستقصائية والمستشارة في شؤون الذكاء الاصطناعي، إذ يمكن عبر الذكاء الاصطناعي إنتاج صور وفيديوهات مزيفة يصعب التمييز بينها وبين الواقع، ما يفتح الباب لتزوير الهويات الرقمية واستخدامها في حملات تشويه أو تضليل. وهذا يشكل تهديداً حقيقياً للمعلومات والثقة في وسائل الإعلام والمؤسسات. وبدا، يطرح التناقض بين التحرر في الفضاء الرقمي والمخاطر الناتجة عن التزوير، التحدي الأكبر في فهم الهوية الرقمية الحديثة. (بوخاري، 2022).

والهوية الرقمية لا تُراقب فقط من قبل الشركات، بل أصبحت في بعض الأنظمة السياسية أداة لتعقب الأفراد ومعاقتهم على آرائهم ونشاطاتهم عبر الإنترنت. الرقابة الرقمية، التي كانت تُعتبر يوماً ما مجرد سيناريو ديستوبي، أصبحت واقعاً يومياً، مما دفع كثيرين إلى ممارسة الرقابة الذاتية وتجنب التعبير عن آرائهم خوفاً من التبعات.

على المستوى النفسي، يتأثر الفرد حين يشعر بأن صورته الرقمية لا تعكس ذاته الحقيقية، فيلجأ إلى استخدام صورة مجازية تعبر عن وضعه مختلفة مستمدة من الواقع الاجتماعي، مما يؤدي إلى نوع من الاغتراب الذاتي. إذ يقدم ذاته، مثلما يشير بلمصطفى و لحلاح (2023) بصور غير واقعية، في محاولة لتحقيق فعل تواصلية يتسم بصدق المحتوى النفسي. وقد يتطور الأمر حسب صديقي وفراع (2023) إلى أن ينشئ الفرد عدة حسابات بشخصيات مختلفة، ما يؤدي إلى تآكل الهوية الأصلية والدخول في حالة من الاغتراب، والعزلة ليس من المجتمع فحسب بل من الأسرة، ولعل هذا ما يفسر ارتفاع نسبة حالات الانتحار والتي يرجعها البعض إلى حالة الانفصال عن المجتمع أو الشعور بالوحدة والتي يعزى الكثير من المحللين سببها إلى التقنيات الحديثة والاستخدام المفرط للفضاء الرقمي.

وقد فسرت ذلك السلوك الباحثة شيري توركل (Sherry Turkle)، أستاذة التكنولوجيا والمجتمع في معهد ماساتشوستس للتكنولوجيا (Turkle, 2011) في كتابها "وحيدون معاً"، إذ تحدثت عن التناقض بين الذات الحقيقية وتلك التي نعرضها في الفضاء الرقمي، وهو تناقض قد يؤدي إلى شعور بالعزلة رغم التفاعل المستمر.

إن هذا التوتر المتنامي يدفع بالكثيرين، لا سيما فئة الشباب، إلى الارتهان لحلقة مفرغة من التبعية للقبول الاجتماعي الرقمي، إذ يغدو رضا المتابعين المعيار الأوحى لتقدير الذات. وفي ظل هذا الواقع المشحون، تنشأ ضغوط نفسية متواصلة تدفع الأفراد إلى تبني هويات رقمية مصطنعة لا تعكس ذاتهم الحقيقية، بل ما يعتقدون أنه سيكون "مرضياً" للجمهور، وهذا التوتر وعملية الارتها للفضاء الرقمي غالباً ما يرافق مجتمعاتنا العربية لكونها غير محصنة عقلياً وفكرياً وعقائدياً فلذلك يصبح الفرد فرصة سانحة لاستلاب ذاته.

أما على صعيد العلاقات الاجتماعية، فقد أظهرت الدراسات أن للهوية الرقمية تأثيراً مزدوجاً. فهي تسهل توسيع شبكة المعارف والعلاقات السطحية، بيد أنها غالباً ما تُضعف العلاقات العميقة والحقيقية. دراسة (Shakya & Christakis, 2017) أظهرت أن استخدام منصات مثل فيسبوك ساهم في زيادة التفاعل الظاهري بين الأصدقاء، لكنه أدى في المقابل إلى تراجع جودة العلاقات الواقعية. كما أن إدارة الهوية الرقمية باتت ضرورة حتى في بيئات العمل، حيث يُتوقع من الأفراد تقديم صورة مهنية متزنة ومضبوطة رقمياً، ما يضيف بُعداً جديداً للعلاقات المؤسسية والتفاعلات المهنية.

زبدة القول إن الهوية الرقمية أصبحت مساحة معقدة يقف فيها الإنسان بين التمكين والخطر. فهي أداة قد تمنحه صوتاً وحضوراً، لكنها في الوقت نفسه قد تقيد وتشكل سلوكياته تحت ضغط الرقابة والقبول الاجتماعي. تتطلب الهوية الرقمية، حسب زيدان وحدادي (2024) إدارة ذكية، والسمعة الرقمية قد تفتح أفقاً واسعة أو تغلق كل الأبواب. وهذا يفرض على الأفراد وواضعي السياسات الرقمية، على حد سواء، التفكير بجديّة في كيفية خلق بيئات تكنولوجية أكثر أماناً وإنسانية.

الأ أن إيجاد بيئة تكنولوجية أكثر أماناً وأكثر إنسانية أمر صعب ومعقد، فضلاً عن ذلك فإن من يدير هذه الماكنة الإلكترونية هو راغب بتلك الآثار السلبية سواء المراقبة أو خلق شخصية مختلفة لذات البشرية، أو حالة الاستلاب الثقافي والمجتمعي والهوياتي المترتبة عنه، ومن ثم فإن الحل يكمن ببناء هوية (الأنا) غير الملتبسة، فمتى ما استطاع الإنسان الدخول في حوار متكافئ مع الآخر على المستوى الثقافي والاجتماعي والعائدي محصن بهويته ومعتقداته المؤمن بها كلما كانت كانت الهوية الرقمية ضمن أدوات التمكين، أما إذا كانت الهوية محط إشكاليات، فإنها ستكون معلقة أو متأرجحة بين هوية المكتسبة بالولادة، والمواطنة، والجنسية، واللغة، والإبداع والتميز، سواء كان فردياً أو جماعياً (عبد الحسين شعبان، 2020).

الخاتمة:

إن الهوية الرقمية، في جوهرها، ليست كينونة ثابتة تُدَوَّن مرةً وإلى الأبد، بل هي مسارٌ ديناميكي متواصل من التشكّل وإعادة التشكيل، تتأثر بمجموعة معقّدة من العوامل الثقافية، والتكنولوجية، والاقتصادية، والاجتماعية. فهي أشبه بمرآة افتراضية تعكس جوانب من الذات، لكنها مرآة متصدعة؛ تُظهر ما نرغب في إظهاره، وتُخفي ما نخشاه، وتظلّ عرضة لتأثير مستمر من الخوارزميات والجمهور المتخيل، ويأتي هذا في ظل تصدع حقيقي للهوية التي يريدها الفرد فنحن، لازلنا نحاول بناء هويتنا المتعددة الانتماءات تحت مظلة الوطن الواحد، لتأتي الهوية الرقمية لتزيد المشتتات، وهنا مكمّن الخطورة واسباس المشكلة أن الهوية الرقمية لم تعد مجرد وسيلة للتعبير الشخصي، بل تحوّلت إلى أداة اجتماعية وسياسية تتقاطع مع قضايا عميقة تتعلق بالسلطة، والتمثيل، والانتماء، وذات الشخص ومشاعره. إنها فضاء مفتوح للتفاوض المستمر مع الذات والآخر، يُكافئ الامتثال للسرديات المقبولة، ويُقصي من يخرج عنها أو يزعزعها.

وعليه، فإن فهم الهوية الرقمية لا يكتمل عند حدود "الملف الشخصي" أو "عدد المتابعين"، بل يتطلب الغوص في البنى العميقة التي تُنتج الذات الرقمية في زمن أصبحت فيه الهوية قابلة لإعادة التشكيل بلمسة إصبع، لكنها في الوقت ذاته محكومة بقوى تتجاوز وعي الفرد وتتحكم في سرديته من خلف الستار. إنها هوية سائبة في ظاهرها، مقيدة في جوهرها، وهذا ما يدعوننا، أفراداً وصنّاع سياسات، إلى إعادة التفكير في الكيفية التي نبنى بها فضاءات رقمية أكثر حرية وإنصافاً وإنسانية.

والغاية الجوهرية من هذا ان كفة ادارة الفضاء الرقمي هي من تؤثر في كثير من الاحيان على الاشخاص وتمسك أداة ادارة العقول والنفس والمشاعر والتعبير، لكونها تخترق الذات وتسلبها للساحة التي ترغب، لكن هذا التحليل ليس للجميع بل هم للأفراد الذين هم في الاصل يعانون من ضعف الهوية الام وهم لا يمتلكون العقل والعلم للافادة من هذا الفضاء، الأمر الذي يجعلهم بشكل أو باخر أداة طيعة بيد تلك الوسائل، وبدلاً ان يكون ذلك الفضاء أداة لتوسيع المدارك وتنويع المعارف اصبح أداة اختراق اثرت في منظومة القيم الاجتماعية وأعادة صياغة سوسولوجية العديد من المجتمعات، لاسيما العربية بما يعزز الاغتراب واستلاب الذات وتشتت الولاءات بما جعلهم عرضة للاختراق اما من قبل المجمع الارهابية او الجماعات اللادينية (الملحدة) والتي سلبت المواطن العربي والمسلم هويته وشنت اواصره الذاتية والاجتماعية

قائمة المراجع

- 1- عبد الحسين شعبان، (2020)، الهوية والمواطنة البدائل الملتبسة والحادثة المتعثرة، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، ط2، ص 12-13.
- 2- سداد مولود سبع، (2017)، الهوية الوطنية وتعزيز التعايش السلمي في العراق، مجلة دراسات دولية، العدد 68، مركز الدراسات الاستراتيجية والدولية، جامعة بغداد، ص 114.
- 3- ثناء محمد صالح عبد الرحيم، (2013)، قراءات في علم الاجتماع السياسي رؤيا استشرافية، بيت الحكمة، بغداد، ص 35.
- 4- سعدي إبراهيم حسن، (بلا تاريخ)، الفدرالية النظام الاتحادي والهوية الوطنية العراقية" من يوقف النار قبل أن تحرق العراق؟"، دار الكتب العلمية للطباعة والنشر والتوزيع، بغداد، ص 46-47.
- 5- برنارد لويس، (2006)، الهويات المتعددة للشرق الأوسط، ترجمة: حسن كامل بحري، دار الينابيع، دمشق، ص 10-11.
- 6- سداد مولود سبع، (2017)، ص 106-107.
- 7- عبد الحسين شعبان، (2020)، ص 25-28.

8- بوخاري، م. (2022). الصورة وبناء الهوية الرقمية بين الحقيقة والوهم في العوالم الموازية . رقمته: *مجلة الدراسات الإعلامية والاتصالية*، 2 (3) المدرسة الوطنية العليا للصحافة وعلوم الإعلام. بلمصطفى، ص.، و لحلاح، إ. (2023). الفايسبوك وبناء الهوية الذاتية عبر الصورة الرمزية: دراسة على عينة من الفايسبوكيين. (رسالة ماجستير). جامعة ابن خلدون، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، تيارت، الجزائر.

9- حدة، ال.، و خلفاوي، ش. (2022). الهوية الرقمية في العالم الافتراضي: دراسة في الفرص ومخاطر الاستخدام *مجلة الدراسات الإعلامية والاتصالية*، 2(3)، 47-36.

10- زيدان، خ.، و حدادي، و. (2024). تعزيز الهوية الرقمية عبر الفضاء الافتراضي لدى الباحثين: المقومات والتحديات *أنثروبولوجيا*، 20(2).

11- صديقي، م.، و فزاع، ف. (2023). تراجع الهوية الثقافية الأصلية لصالح الهوية الرقمية في ظل بروز المجتمعات الافتراضية *مجلة العلوم القانونية والاجتماعية*، 8(3)، 662-648 جامعة زيان عاشور بالجلفة – الجزائر.

12- طوبال، إ. (2020). مواقع التواصل الاجتماعي وإشكالية الهوية: نحو سوسيلوجيا الهوية الرقمية *مجلة العلوم الاجتماعية والإنسانية، جامعة الجلفة*، 7(1)، 62-45.

13- طلحة، م. (2022). الهوية الرقمية: مآزق الاستخدام والخصوصية. مداخلة مقدمة في أعمال المؤتمر الدولي الظاهرة الإعلامية والاتصالية في ظل البيئة الرقمية، المحور الثالث: الممارسة الاتصالية في البيئة الرقمية، جامعة محمد خيضر – بسكرة، الجزائر، 22-23 تشرين الأول / أكتوبر.

7- Abidin, C. (2016). *Visibility labour: Engaging with influencers' fashion brands on Instagram. Media International Australia.* <https://doi.org/10.1177/1329878X16665177> (عبد الحسين شعبان 2020)، ص 29.

8-Al-Saggaf, Y., & Williamson, K. (2004, September). Online communities in Saudi Arabia: Evaluating the impact on culture through online semi-structured interviews. *Forum Qualitative Sozialforschung / Forum: Qualitative Social Research*, 5(3). <https://doi.org/10.17169/fqs-5.3.564>

Berger, P. L., & Luckmann, T. (1966). *The social construction of reality: A treatise in the sociology of knowledge.* Penguin Books.

Bourdieu, P. (1984). *Distinction: A social critique of the judgment of taste* (R. Nice, Trans.). Harvard University Press.

Goffman, E. (1959). *The presentation of self in everyday life.* Anchor Books.

Howard, P. N., & Hussain, M. M. (2013). *Democracy's fourth wave? Digital media and the Arab Spring.* Oxford University Press.

Marwick, A. E., & boyd, d. (2011). Social steganography: Privacy in networked publics. Paper presented at the *International Communication Association Conference*, Boston, MA, May 28. <https://www.danah.org/papers/2011/Steganography-ICWSM.pdf>

Schick, N. (2020). *Deep fakes and the infocalypse: What you urgently need to know.* Hachette Books.

- Shakya, H. B., & Christakis, N. A. (2017, April 10). The more you use Facebook, the worse you feel. *Harvard Business Review*.
<https://hbr.org/2017/04/the-more-you-use-facebook-the-worse-you-feel>
- Turkle, S. (2011). *Alone together: Why we expect more from technology and less from each other*. Basic Books.
- Van Dijck, J. (2013). *The culture of connectivity: A critical history of social media*. Oxford University Press.
- Wang, L., & Lee, J. H. (2021). The impact of K-beauty social media influencers, sponsorship, and product exposure on consumer acceptance of new products. *Fashion and Textiles*, 8(1), 1–29.
<https://doi.org/10.1186/s40691-020-00239-0>
- Zuboff, S. (2019). *The age of surveillance capitalism: The fight for a human future at the new frontier of power*. Public Affairs.
- عبد الحسين شعبان ، ص 29 .
- عبد الحسين شعبان ، ص 25