



الهوية الرقمية في بيئة الاعلام الجديد م.م ولاء شاکر محمود

Walaa sh mahmood

جامعة وارث الأنبياء (ع) – كلية الاعلام

walaa.sh@uowa.edu.iq

مستخلص

يسلط البحث الضوء على تحديد مفهوم وخصائص الهوية الرقمية في بيئة الاعلام الجديد، وتمييزها عن الهوية الشخصية والهوية الافتراضية، واليات توظيف الهوية الرقمية في وسائل الاعلام، معتمدا المنهج الوصفي، باستخدام أسلوب تحليل المحتوى، واداة الملاحظة، محددًا التساؤل الرئيس لمشكلة البحث (ما طبيعة الهوية الرقمية في بيئة الإعلام الجديد، وما أبرز تمثيلاتهما في واجهة موقع قناة السومرية؟)، بهدف التعرف على مفهوم الهوية الرقمية، وأبرز خصائصها، واليات توظيفها في وسائل الاعلام، وبيئة الإعلام الجديد، وإبراز أبعادها في المؤسسات الإعلامية، وقد توصل البحث بعد تحليل الواجهة الرئيسية لموقع قناة السومرية على شبكة الانترنت، الى ان القناة تعتمد هوية رقمية مصرح بها تتشكل من منظومة مترابطة لنتيبت حضورها وثقتها، عن طريق (10) مؤشرات أساسية متكافئة، و(7) عناصر ديناميكية، و(4) منافذ تقنية مباشرة للوصول إلى المستخدم، و(5) حسابات وقنوات في مواقع التواصل الاجتماعي، و(8) خدمات تتصل بتخصيص التجربة الرقمية للمستخدم، وقد توصل البحث الى عدد من النتائج والاستنتاجات من بينها ان الهوية الرقمية أصبحت أحد المكونات الأساسية لفهم الإعلام الجديد، وأن دراستها تمثل مدخلا مهما لتحليل العلاقة بين المؤسسة الإعلامية والمحتوى والجمهور في البيئة الرقمية.

مقدمة

يشير مفهوم الهوية الرقمية الى الانطباع والصورة التي يكوّنها الأفراد أو المؤسسات عن أنفسهم أو يتم تكوينها عنهم على شبكة الإنترنت، حيث تتضمن جميع الأنشطة والمعلومات المنشورة عبر المواقع الالكترونية والمنصات كشبكات التواصل الاجتماعي، والمدونات.

وتتضمن الهوية الرقمية البيانات الشخصية كالاسم، والصورة، والمعلومات الأساسية، وكذلك النشاط الرقمي المتمثل بالتفاعلات، والمشاركات، ونوع المحتوى المنشور.

وتساهم الهوية الرقمية في الإعلام الجديد بتعزيز المصادقية عن طريق بناء الثقة مع الجمهور، وكذلك التأثير في الجمهور عن طريق استخدام هوية رقمية مدروسة يمكن أن تزيد من قدرة الشخص أو المؤسسة على التأثير، فضلا عن التواجد المستمر والحضور الرقمي الدائم للأفراد والمؤسسات وسط جمهور عالمي للتواصل معه.

كما تتضمن الهوية الرقمية في الاعلام الجديد خصائص عدة من بينها التفاعلية، والمرونة عن طريق الإمكانيات التي تتمتع بها في سهولة تعديلها وتحديثها، وكذلك التكاملية كونها تشمل جميع القنوات والمنصات الرقمية، والخدمات المنوعة.

أولاً: الإطار المنهجي

- مشكلة البحث:

تتلخص مشكلة البحث في ان التحولات التي افرزتها البيئة الرقمية انعكست على طبيعة تواجد الأفراد والمؤسسات داخل البيئة الرقمية، فالهوية المؤسساتية للوسيلة الإعلامية أصبحت لا تدرك في حدودها التقليدية فقط، بل تبنى عبر عدد من العناصر والرموز والألوان في الفضاء الرقمي عن طريق (اللوگو، الاسم، الصور، الروابط، أنماط التفاعل، البنية المؤسسية، الخدمات، المحتوى، المنصات المرتبطة، الخ)، حتى باتت المؤسسات الإعلامية تهتم بشكل كبير ببناء هوية رقمية ثابتة ومتماسكة تعكس شخصيتها، وظهورها في البيئة الرقمية، لدعم حضورها، والثقة بها، والتفاعل مع



محتواها، ومن هنا نتلخص مشكلة البحث بالتساؤل الرئيس (ما طبيعة الهوية الرقمية في بيئة الإعلام الجديد، وما أبرز تمثيلاتنا في واجهة موقع قناة السومرية؟)، والذي تتفرع عنه عدد من التساؤلات تتمثل بالآتي:

1. ما المقصود بالهوية الرقمية والهوية الشخصية والهوية الافتراضية، وما أبرز خصائص الهوية الرقمية في بيئة الاعلام الجديد؟
2. كيف توظف الهوية الرقمية في وسائل الإعلام، وبيئة الإعلام الجديد؟
3. ما أبرز أبعاد الهوية الرقمية للمؤسسات الإعلامية؟

- أهمية البحث:

تتجسد أهمية البحث في السعي للوصول الى استنتاجات علمية واضحة عن طبيعة الهوية الرقمية للمؤسسات الإعلامية في البيئة الرقمية، وتتلخص بالآتي:

الأهمية العلمية والمعرفية: ان البحث يسלט الضوء على موضوع مهم ومعاصر يرتبط بالتحويلات الرقمية في بيئة الإعلام الجديد، للإسهام في تأصيل مفهوم الهوية الرقمية داخل حقل الإعلام الجديد، لاسيما انه يميز بين الهوية الشخصية، والهوية الرقمية، والهوية الافتراضية، في إطار علمي دقيق.

الأهمية الإعلامية: لأنه يسלט الضوء على الطرق والاليات التي تبني بها المؤسسات الإعلامية حضورها في البيئة الرقمية، وتقدم نفسها، وتحفظ بثقة الجمهور عبر عدد من العناصر والرموز والخدمات.

الأهمية التطبيقية: البحث يستعرض إنموذجا تحليليا يمكن الاستفادة منه في دراسة مواقع إعلامية أخرى، عن طريق تحليل تمثيلات الهوية الرقمية في الواجهات الرقمية للمؤسسات الإعلامية.

- أهداف البحث:

يهدف البحث إلى:

1. التعرف على طبيعة الهوية الرقمية في بيئة الإعلام الجديد، وأبرز تمثيلاتنا في واجهة موقع قناة السومرية.
2. التعرف على مفهوم الهوية الرقمية، والهوية الشخصية، والهوية الافتراضية، وأبرز خصائص الهوية الرقمية في بيئة الاعلام الجديد.
3. التعرف على اليات توظيف الهوية الرقمية في وسائل الإعلام، وبيئة الإعلام الجديد.
4. التعرف على أبرز أبعاد الهوية الرقمية للمؤسسات الإعلامية.

- نوع البحث ومنهجه:

يعد البحث من البحوث الوصفية، لأنه يركز على وصف ظاهرة الهوية الرقمية وتحديد خصائصها وأبعادها في بيئة الإعلام الجديد، ثم تحليل تمثيلاتنا في نموذج تطبيقي، لاسيما ان الدراسات الوصفية تتميز بقدرتها على الوصف الشامل والواسع والدقيق للمشكلة العلمية، وقد استخدم الباحث المنهج الوصفي، باستخدام أسلوب تحليل المحتوى، واداة الملاحظة.

- مجتمع البحث وعينته:

يشمل مجتمع البحث المواقع الالكترونية لوسائل الاعلام على شبكة الانترنت بوصفها مؤسسات إعلامية فاعلة في بيئة الإعلام الجديد، واعتمد الباحث العينة القصدية باختيار الواجهة الرئيسة لموقع قناة السومرية، بوصفها إنموذجا تطبيقيا لاهتمامها بتوظيف عناصر متعددة ومتنوعة لبناء هويتها الرقمية وحضورها وثقتها في بيئة الاعلام الجديد.

- مجالات البحث:

المجال المكاني: الواجهة الرئيسة لموقع قناة السومرية على شبكة الانترنت.

المجال الموضوعي: يتمثل المجال الموضوعي بعنوان البحث (الهوية الرقمية في بيئة الاعلام الجديد)، اذ تمثلت الحدود بالدراسة التحليلية للعناصر، والرموز، والابواب، والابعاد، والمحتوى، والخدمات في الواجهة الرئيسة لموقع قناة السومرية على شبكة الانترنت.

الكلمات المفتاحية: الهوية الرقمية، الإعلام الجديد، الهوية الافتراضية، المؤسسة الإعلامية.



ثانيا: المدخل النظري

1. مفهوم الهوية الرقمية

يشير مفهوم الهوية الرقمية الى انه ذلك التحول من النمط الواقعي لسلوكياتنا وتعاملاتنا وجميع خصوصياتنا، إلى النموذج الرقمي القائم على تخصيص معرف رقمي يضمن تخزين معلوماتي وأرشفة رقمية لجميع تفاعلاتنا ونشاطاتنا عبر شبكة الانترنت، مما يتيح مساحة مرقمة تضمن التواجد والمشاركة والتفاعل وتسهيل العمليات بشكل أسرع وأكثر تنظيماً ودقة بين جميع الفاعلين الرقميين ضمن هذا الفضاء الافتراضي، وهذا لا ينفى وجود العديد من الإشكاليات والتحديات وخصوصاً أننا نتعامل مع عالم رقمي متشابك المصادر والبيانات الضخمة، وهو ما يفتح مجال للنقاش المستقبلي حول خصوصيات الهوية في ظل تطور التقنيات الرقمية وجدلية الأخلفة الرقمية للذكاء الاصطناعي (وهي نتاج الازدواج بين التعاملات والخصوصيات الإنسانية للأفراد والمجتمعات الجماهيرية عبر الفضاء الافتراضي).⁽¹⁾

ويشير العالم والمفكر الاسباني مانويل كاستيلز (Manuel Castells) المتخصص في دراسة تأثير التكنولوجيا الرقمية وشبكات الاتصال على المجتمعات الحديثة، الى "اننا أصبحنا نعيش تنازع قوتين اثنتين من أجل تحويل العالم وحياتنا هما: العولمة والهوية الرقمية، وذلك بسبب تكنولوجيا الإعلام والاتصال وتبدل الرأسمالية، ما خلق نمطا جديدا من المجتمع؛ إنه مجتمع الشبكات".⁽²⁾

2. الهوية الشخصية والهوية الرقمية

إن الهوية الشخصية تستمد معناها من الوعي بالذات والتميز الفردي عن الآخرين، الا ان التواجد في المجتمعات الرقمية تحمي خصائص الحضور الفيزيائي وتفقد العناصر الظاهرية للفرد والتي يعرف عن طريقها مثل المظهر واللباس واللون والهيئة ونوع الجنس وغيرها؛ ويصبح الفرد يعرف من خلال عنوان جهاز الحاسوب، أو عنوان اسم المجال، أو عنوان البريد الإلكتروني، أو الاسم المستعار، أو الصورة الرمزية، التي يقدمها وغيرها من الأشياء التي قد لا تعكس هويته الحقيقية أو لا تقدم القدر الكافي من المعلومات لمعرفة حقيقته، كما أن التواجد في هذا العالم الرقمي الذي يتجاوز الحدود الثقافية والهويات المحلية، يجعل الفرد عرضة لقواعد وعلاقات افتراضية، تؤسس لعالم افتراضي تغيب فيه الرقابة الاجتماعية.⁽³⁾

وان من خصائص الهوية الرقمية تتيح للمستخدم على شبكة الإنترنت تحميل عناصر ثبوتية قانونية على ملفه الشخصي مثل (الاسم، العمر، نوع الجنس، المهنة، مكان الإقامة، الصورة الذاتية، إلخ) وعناصر أكثر تعبيراً على حائطه في حسابه الافتراضي من بينها (الحالة الاجتماعية، النصوص، الملاحظات والتعليقات، الشبكة الشخصية، الصور، مقاطع الفيديو، الروابط، إلخ).⁽⁴⁾

3. الهوية الرقمية في وسائل الإعلام

يرى (مارشال ماكلوهان) أن الناس يتكيفون مع ظروف البيئة في كل عصر من خلال استخدام حواس معينة ذات صلة وثيقة بنوع الوسيلة الاتصالية المستخدمة، فطريقة عرض وسائل الإعلام للموضوعات وطبيعة الجمهور الذي تتوجه إليه، تؤثران على مضمون تلك الوسائل، وان طبيعة وسائل الاتصال التي تسود في فترة من الفترات هي التي تكون المجتمعات أكثر مما يكونها مضمون الرسائل الاتصالية، ويعتقد ماكلوهان فيما يسميه الحتمية التكنولوجية (Technological Determinism) أي أن المخترعات التكنولوجية المهمة هي التي تؤثر على تكوين المجتمعات، كما يرى ماكلوهان أن التحول الأساسي في الاتصال التكنولوجي يجعل التحولات الكبرى تبدأ لدى الشعوب، ليس فقط في التنظيم الاجتماعي، وإنما في الحواس الإنسانية أيضاً، وبدون فهم الأسلوب الذي تعمل بمقتضاه وسائل الإعلام، لن

(1) خالد حمادي، الهوية الرقمية بين الحتمية الافتراضية وتقنيات الميتافيرس المعزز: مقارنة عصر ما بعد الصورة وميديا رقمنة الأجسام عند مارك هانسن، بحث مقدم إلى الملتقى الدولي (تأثير استخدامات وسائل الإعلام والاتصال الجديدة على قيم الشباب بين فهم التأثير وحقيقة التغيير)، جامعة تامنغست، الجزائر، 2022، ص3.

(2) باديس لونيس، الهوية المحلية والهوية الافتراضية في ظل الإعلام الجديد: حدود التلاقي والتلاقي، مجلة دراسات وأبحاث، العدد 19، جامعة الجلفة، الجزائر، 2015، ص32.

(3) الصادق رايح، وآخرون، دراسات في الإعلام الإلكتروني، (عمان: مركز الكتاب الأكاديمي، 2019م)، ص 376.

(4) Maryline Laurent and Samia Bouzebrane (eds.), Digital Identity Management, 1st ed., (London: ISTE Press Ltd-Elsevier Ltd, 2015), p.5



نستطيع فهم التغيرات الاجتماعية والثقافية التي تطرأ على المجتمعات، فأى وسيلة جديدة هي امتداد للإنسان، تؤثر على طريقة تفكيره وسلوكه، فكاميرا التلفزيون تمد أعيننا، والميكروفون يمد أسمعنا، وآلات الحاسبة توفر الجهد العقلي وتؤدي الى امتداد الوعي.⁽⁵⁾

4. الهوية الرقمية في بيئة الاعلام الجديد

تعرف الهوية الرقمية في بيئة الاعلام بانها "المحتوى المكتوب أو المسموع أو المرئي في الرسائل الإعلامية، أو بيانات الاتصال أو أعمال الشراء، والمعايينة التي يتركها الإعلامي أو المستخدم خلفه بوعي أو بغير وعي"، فالمستخدمون يظهرون وجودهم من خلال علامات نصية صوتية وبصرية، لاسيما ان الهوية في الفضاء الافتراضي تحدد من خلال عنوان البريد الالكتروني أو الاسم المستعار أو الصورة الرمزية للمستخدم.⁽⁶⁾

أ- التوافق والانسجام بين الصحفي والناشر والمحتوى الإعلامي والمستخدم

أن الخوارزميات التي تستخدمها مؤسسات كبرى مثل غوغل وفيسبوك، لا تكتفي بمعرفة بيانات المستخدم بل تصل إلى أصدقائه، ومعارفه، واهتماماته، والمحتوى الذي يفضله، وحالاته العاطفية، وتنقلاته، وغيرها من السلوكيات التي تحدد طبيعة المادة التي يجب أن يتعرض لها، وفي أي وقت لضمان أكبر فرصة للتفاعل، ومن ثم اتخاذ قرار باستهلاك السلعة أو الخدمة، وهذا يقود إلى تحديد الهوية الرقمية للمستخدم، مما يخلق نوعاً من التناغم والتكامل بين الصحفي (انطلاقاً من هويته الرقمية)، والناشر (انطلاقاً من هويته الرقمية المتمثلة في أجندته وسياساته التحريرية)، والمحتوى (الذي يتم إعداده أخذاً في الاعتبار الهوية الرقمية للمستخدم)، والمستخدم (المستهدف من قبل كل ما سبق)، فعلى سبيل المثال، يستطيع الناشرون والصحافيون -استناداً إلى معرفتهم للهوية الرقمية للمستخدمين التي يُزودهم بها الذكاء الاصطناعي- محاكاة وقياس تأثير سرد قصصهم الإخبارية على المستخدمين، أثناء عمليات الكتابة والتحرير، وسوف يكونون قادرين على اختبار مدى فعالية القصص الإخبارية قبل نشرها، مثلما يفعل المعلنون الآن مع اختبارات المنتجات الجديدة، وهذا ما يفرض تحديات لمهنة الصحافة من حيث الأخلاقيات.⁽⁷⁾

ب- الهوية الرقمية للمؤسسات الصحفية باعتماد نماذج الاندماج التكاملي

ان المؤسسات الإعلامية باعتماد نماذج الاندماج التكاملي، فإنها تعكس رؤية المؤسسة وقيمها على جميع الوسائط بإنشاء هوية رقمية موحدة وقوية، وقد أجرى مجموعة من الباحثين دراسة للوقوف على النماذج الرئيسية لكيفية إدارة المنصات داخل المؤسسات الإعلامية، وتوصلت الدراسة لوجود ثلاث نماذج رئيسية لإدارة المنصات الإعلامية المتعددة الصادرة عن مؤسسة واحدة، وهي (الاندماج الكامل: دمج جميع الوسائط الإعلامية التابعة للمؤسسة في كيان واحد متكامل)، و(الوسائط المتقاطعة: تحقيق تنسيق بين الوسائط لتقديم محتوى متعدد الوسائط لكل منصة بفريق موحد كجزء من منظومة)، و(المنصات المنعزلة: أي كل وسيلة إعلامية تعمل بشكل مستقل تماماً داخل المنظومة)، ويشار الى الاندماج الكامل يهدف إلى خلق ثقافة صحفية جديدة وأحادية تذوب فيها الحدود التقليدية بين الوسائط الإعلامية، حيث يتم العمل على تقوية الهوية الإخبارية للمؤسسة بين العاملين فيها.⁽⁸⁾

ت- الهوية الافتراضية أحد أشكال الهوية الرقمية في البيئات الافتراضية

إن الطفرة التقنية التي شهدتها العالم منذ منتصف القرن العشرين أفرزت ما يعرف بالفضاءات السيبرانية كمقابل للفضاءات الواقعية، وتم الولوج لهذه العوالم الافتراضية عبر التمثل الهوياتي، أو ما يعرف بالهوية الرقمية أو الافتراضية والتي تعد بطاقة تعريفية للولوج للجماعات الافتراضية المخترقة للحدود الزمانية والمكانية، وأتاحت

(5) باديس لونيس، مصدر سابق، ص38.

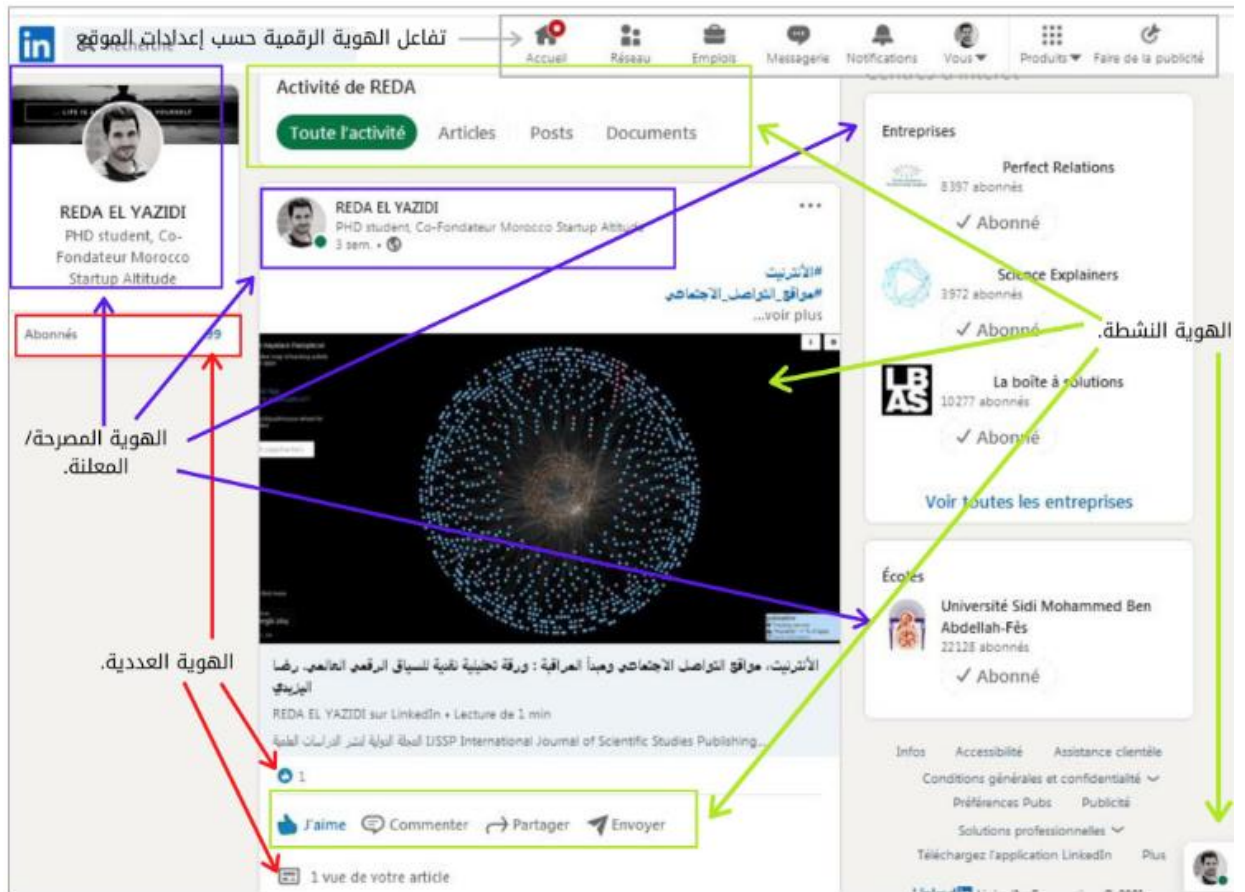
(6) نجية مزيان، وكافية لصوان، توظيف الأفاتار كهوية في الفضاءات الرقمية: الرهانات والتحديات، مجلة رقمنة للدراسات الإعلامية والاتصالية، المجلد (2)، العدد (3)، 2022م، ص 31-32.

(7) محمد الأمين موسى، مستقبل الصحافة الإلكترونية في عصر الذكاء الاصطناعي، مركز الجزيرة للدراسات، مقال علمي نشر بتاريخ 2 أيلول 2021، متاح على الرابط: <https://studies.aljazeera.net/ar/article/5124>، تاريخ الاطلاع: 2026/4/1.

(8) محمود رمضان أحمد عبد اللطيف، تكاملية الوسائط لنشر المحتوى في الصحف المصرية: دراسة ميدانية على عينة من القائمين بالاتصال في ضوء نظرية التحول الرقمي، المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال، العدد (31)، 2020م، ص 155-156.

إمكانية التفاعل مع ذوي الاهتمامات المشتركة، فهي بمثابة جواز سفر ضروري لمستخدمي الفضاء السيبراني للتواصل والتفاعل مع الآخر.⁽⁹⁾

فعندما تتم "محاكاة" الهوية داخل نظام رقمي أو (حاسوبي) فإنها تسمى "هوية رقمية"، أما الهوية الافتراضية فهي وليدة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، أو بالأحرى انضمام الفرد إلى المجتمع الافتراضي المتواجد في الفضاء السيبراني، والذي يفرض عليه أن يقدم بيانات هوية يتواصل بها مع الآخرين ويتفاعل معهم، ويتقمص الشخصيات الافتراضية من حيث السن ونوع الجنس والدور الاجتماعي، وتعرف بانها الشخصية التي يتم إنشاؤها من طرف المستخدم (الانسان) الذي يعمل كصلة وصل بين الشخص الطبيعي والشخص الظاهري للمستخدمين.⁽¹⁰⁾

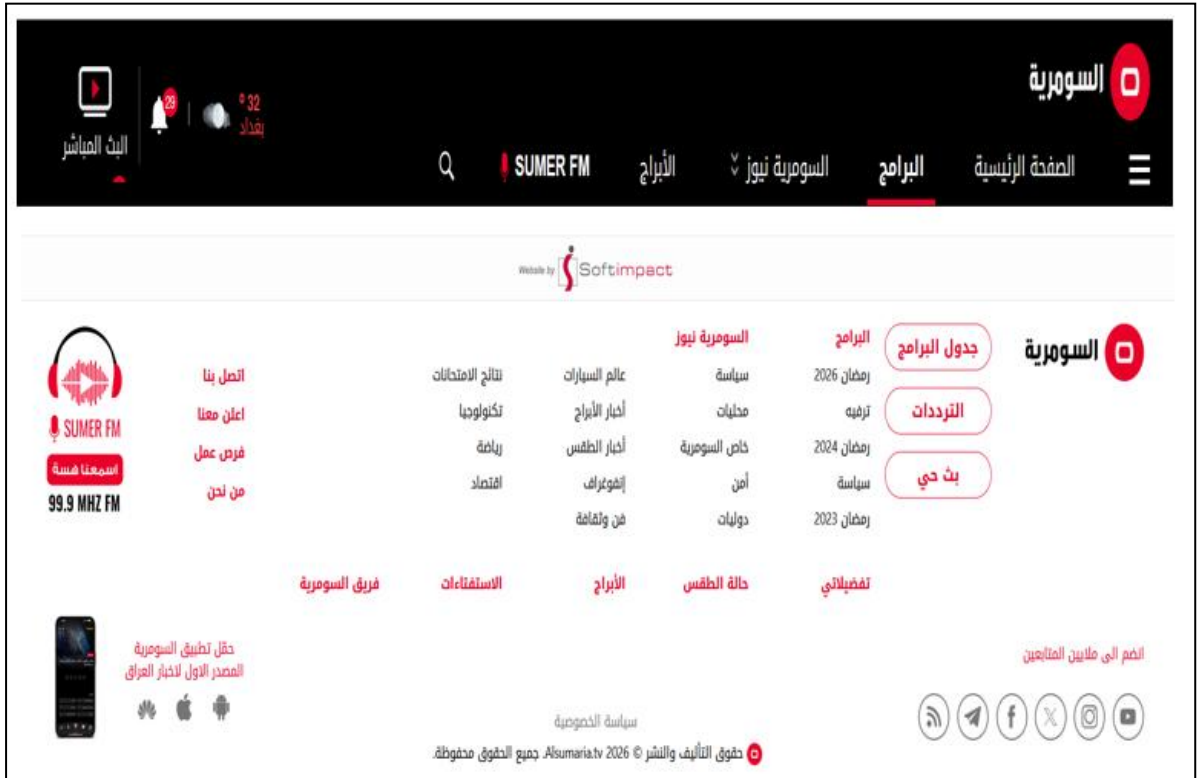


شكل (1) يبين واجهة الصفحة للمستخدم في موقع الفيس بوك.⁽¹¹⁾

ثالثاً: الجانب التطبيقي

- (9) نجية مزيان، وكافية لصوان، مصدر سابق، ص 31.
 (10) مسعودة طلحة، الهوية الرقمية: مآزق الاستخدام والخصوصية، بحث مقدم إلى المؤتمر الدولي (الظاهرة الإعلامية والاتصالية في ظل البيئة الرقمية)، جامعة محمد خيضر، الجزائر، 2018، ص 4-5.
 (11) رضا اليزيدي، استعراض الذات في مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقته بالتوظيف، أطروحة دكتوراه غير منشورة، كلية الآداب والعلوم الإنسانية سايس، جامعة سيدي محمد بن عبد الله، فاس، المغرب، ص 36.

اعتمد الباحث تحليل الواجهة الرئيسية لموقع قناة السومرية الالكتروني على شبكة الانترنت



شكل (2) الواجهة الرئيسية لموقع قناة السومرية

أولاً: الهوية الرقمية (الثابتة) المصرح بها: تظهر واجهة موقع قناة السومرية (اسم المؤسسة، وشعارها الوصفي بانها "المصدر الأول لأخبار العراق"، وأقسامها، والبث المباشر، وروابط منصاتنا، وخدمات المستخدم، وروابطها المؤسسية، وصفحة من نحن، وصفحة فريق السومرية، وبيان حقوق التأليف والنشر)، وهي بذلك تصرح بهويتها الرقمية عبر (10) مؤشرات أساسية متكافئة، مما يدل على أن الهوية الرقمية للمؤسسة لا تُبنى من الاسم فقط، بل من التعريف المؤسسي، والتوصيف الإعلامي، والتقسيم الوظيفي بين الأخبار والبرامج، والإفصاح عن الذات والفريق والملكية.

ثانياً: الهوية الرقمية النشطة: تتضمن واجهة موقع قناة السومرية عدد من مؤشرات الهوية الرقمية النشطة، وهي (آخر الأخبار، أبرز الأخبار، فيديوهات، البث المباشر بالصورة، البث المباشر بالصوت، الإشعارات، جدول البرامج)، وهي بذلك تبني حضورها الرقمي النشط عبر (7) عناصر ديناميكية متساوية؛ هذه العناصر تشير إلى أن المؤسسة لا تقدم نفسها بوصفها أرشيفا ساكناً، بل بوصفها كياناً رقمياً متدفقاً يقوم على التحديث، والبث، والتنبيه، وجدولة المحتوى.

ثالثاً: مؤشرات النفاذ والتلقي: تتضمن واجهة موقع قناة السومرية مؤشرات النفاذ والتلقي، وهي (تطبيق الهاتف المحمول، RSS، البث المباشر بالصورة، البث المباشر بالصوت)، ويشير ذلك إلى أن موقع قناة السومرية يعتمد (4) منافذ تقنية مباشرة للوصول إلى المستخدم، مما يدل على أن الهوية الرقمية للمؤسسة ليست اجتماعية فقط، بل تقنية أيضاً، وإنها لا تعتمد على المحتوى فحسب، كما أنها تتيح للمستخدم الوصول إلى موضوعات ومحتوى الموقع عبر التطبيق، وخدمة RSS، والبث الحي بالصورة والصوت، فضلاً عن الامتداد المنصاتي الذي يتضمن (5) حسابات وقنوات في مواقع التواصل الاجتماعي (Telegram، Facebook، X، Instagram، YouTube)



رابعاً: التخصيص والتفاعل: تتضمن خدمات (تسجيل الدخول، إنشاء حساب، تفضيلاتي، الإشعارات، الاستفتاءات، حالة الطقس، اخبار الأبراج، نتائج الامتحانات)، مما يدل على ان السومرية تقدم عبر موقعها الرسمي (8) خدمات تتصل بتخصيص التجربة الرقمية للمستخدم، وهي تظهر أن الهوية الرقمية للموقع لا تبني فقط بوصفها تعريفاً بالمؤسسة، بل أيضاً بوصفها فضاء استخدام شخصي يتيح الحساب، والتفضيلات، والتنبيهات، والخدمات اليومية، مما يعزز النشاط الرقمي والتفاعل والسمعة والعلاقة مع المنصة.

جدول (1) الأقسام الموضوعية الرئيسية في موقع السومرية بحسب طبيعة الهوية الرقمية

ت	الأقسام	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة
1	إخبارية	10	45.45%	الأولى
2	ثقافية	9	40.91%	الثانية
3	خدماتية	3	13.64%	الثالثة
	المجموع	22	100%	

يستنتج من الجدول (1) ان الأقسام الاخبارية في موقع السومرية التي تتضمن (آخر الأخبار، أبرز الأخبار، سياسة، محليات، انتخابات مجلس النواب العراقي 2025، رياضة، خاص السومرية، أمن، دوليات، اقتصاد)، جاءت بالمرتبة الأولى، وهذا يعكس بان الموقع اخباري بالدرجة الأساس؛ ويهتم بتغطية الاحداث الجارية أولاً بأول، بينما جاءت الأقسام الثقافية التي تتضمن برامج متنوعة (فيديوهات، عالم السيارات، تكنولوجيا، فن وثقافة، ترندات، علم وعالم، للنساء فقط، منوعات، إنفوغراف) بالمرتبة الثانية، لاسيما ان الموقع يروج للبرامج التي تعرض على شاشة قناة السومرية، بينما جاءت الأقسام التي تقدم خدمات للمواطنين كأخبار الطقس والابراج بالمرتبة الثالثة لان طبيعة موقع السومرية منوع؛ يهتم بتقديم خدمات للمواطنين تلبي احتياجاتهم، وتشير هذه النتيجة الى ان قناة السومرية عبر موقعها الالكتروني تبني هويتها الرقمية بوصفها منصة شاملة تجمع بين الاخبار، والبرامج، والخدمات، والثقافة، والاهتمامات اليومية، وهو ما يمنحها هوية رقمية أكثر اتساعاً من الموقع الإخباري التقليدي.

جدول (2) ابعاد الهوية الرقمية في موقع قناة السومرية

ت	البعد	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة
1	التفاعلي (التخصصي)	8	28.57%	الأولى
2	المؤسسي (التعريفي)	7	25%	الثانية
3	النشط (التحديثي)	7	25%	الثانية
4	الشبكي (المنصات)	6	21.43%	الثالثة
	المجموع	28	100%	

يستنتج من جدول (2) ان البعد التفاعلي (التخصصي) الذي يتضمن (تسجيل الدخول، إنشاء حساب، تفضيلاتي، الإشعارات، الاستفتاءات، حالة الطقس، أخبار الأبراج، نتائج الامتحانات) جاء بالمرتبة الأولى لان القناة عبر موقعها الالكتروني تهتم بشكل كبير بالتواصل مع الجمهور وتخصيص تجربته، بينما جاء بالمرتبة الثانية كل من البعدين؛ البعد المؤسسي (التعريفي) الذي يتضمن (اسم المؤسسة، السومرية نيوز، البرامج، الوصف المؤسسي، من نحن، فريق السومرية، حقوق التأليف والنشر)، وكذلك البعد النشط (التحديثي) الذي يتضمن (آخر الأخبار، أبرز الأخبار، فيديوهات، البث المباشر بالصورة، البث المباشر بالصوت، الإشعارات، جدول البرامج)، لان قناة السومرية عبر موقعها الالكتروني تهتم بتعريف نفسها عبر عدد من الابعاد، فضلاً عن اهتمامها بالتحديث النشط للأخبار والبرامج، وغير ذلك ليكون المستخدم على اطلاع أولاد بأول ما يجري من احداث، وجاء في المرتبة الرابعة البعد الشبكي (المنصاتي) الذي يتضمن حسابات الموقع في مواقع التواصل الاجتماعي (Instagram، YouTube، X، Facebook، Telegram، RSS)، وهي بذلك تربط هويتها الرقمية مباشرة بـ(6) منصات وخدمات شبكية، لتؤكد بأن هوية المؤسسة لا تتموضع داخل الموقع وحده، بل تمتد إلى شبكة رقمية مترابطة تشمل الفيديو، والصورة، والمنشور الاجتماعي، والتغذية الإخبارية (RSS)، وهذا يعزز مفهوم التواجد الرقمي المستمر.

النتائج والاستنتاجات



1. الكشف عن التفاصيل الدقيقة لبناء الواجهة الرئيسية لموقع قناة السومرية على شبكة الانترنت للتعرف على الهوية الرقمية التي تثبت عن طريقها القناة حضورها عبر موقعها الالكتروني.
2. تصرح القناة عن هويتها الرقمية عبر موقعها الالكتروني عن طريق (10) مؤشرات أساسية متكافئة، و(7) عناصر ديناميكية، و(4) منافذ تقنية مباشرة للوصول إلى المستخدم، و(5) حسابات وقنوات في مواقع التواصل الاجتماعي، و(8) خدمات تتصل بتخصيص التجربة الرقمية للمستخدم.
3. أثبت البحث أن الهوية الرقمية للمؤسسات الإعلامية ليست مجرد امتداد تقني للهوية التقليدية، بل انها تمثل بنية اتصالية مستقلة تتشكل عن طريق الحضور الرقمي، والأنشطة التفاعلية، وتمثيلات المؤسسة داخل بيئة الاعلام الجديد.
4. وجود تسييد واضح للأخبار في موقع قناة السومرية، وهذا ينسجم مع طبيعته كموقع الكتروني مرتبط بوسيلة إعلامية تقدم خدمات متنوعة في مقدمتها الاخبار.
5. تتيح القناة عبر موقعها الالكتروني للمستخدم متابعة مواعيد البرامج التي تعرض على شاشتها، فضلا عن إمكانية مشاهدة بث مباشر (صوتي وفيديوي) لبرامجها.
6. أن الهوية الرقمية أصبحت أحد المكونات الأساسية لفهم الإعلام الجديد، وأن دراستها تمثل مدخلا مهما لتحليل العلاقة بين المؤسسة الإعلامية والمحتوى والجمهور في البيئة الرقمية.

المصادر والمراجع

أولاً: المصادر والمراجع العربية

1. الصادق رابع، وآخرون، دراسات في الإعلام الإلكتروني، (عمان: مركز الكتاب الأكاديمي، 2019م).
2. باديس لونيس، الهوية المحلية والهوية الافتراضية في ظل الإعلام الجديد: حدود التلاقي والتلاغي، مجلة دراسات وأبحاث، العدد 19، جامعة الجلفة، الجزائر، 2015م.
3. خالد حمادي، الهوية الرقمية بين الحتمية الافتراضية وتقنيات الميتافيرس المعزز: مقارنة عصر ما بعد الصورة وميديا رقمنة الأجسام عند مارك هانسن، بحث مقدم إلى الملتقى الدولي (تأثير استخدامات وسائل الإعلام والاتصال الجديدة على قيم الشباب بين فهم التأثير وحقيقة التغيير)، جامعة تامنغست، الجزائر، 2022.
4. رضا اليزيدي، استعراض الذات في مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقته بالتوظيف، أطروحة دكتوراه غير منشورة، كلية الآداب والعلوم الإنسانية سايس، جامعة سيدي محمد بن عبد الله، فاس، المغرب، 2023م.
5. محمد الأمين موسى، مستقبل الصحافة الإلكترونية في عصر الذكاء الاصطناعي، مركز الجزيرة للدراسات، مقال علمي نشر بتاريخ 2 أيلول 2021، متاح على الرابط: <https://studies.aljazeera.net/ar/article/5124>، تاريخ الاطلاع: 2026/4/1.
6. محمود رمضان أحمد عبد اللطيف، تكاملية الوسائل لنشر المحتوى في الصحف المصرية: دراسة ميدانية على عينة من القائمين بالاتصال في ضوء نظرية التحول الرقمي، المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال، العدد (31)، 2020م.
7. مسعودة طلحة، الهوية الرقمية: مآزق الاستخدام والخصوصية، بحث مقدم إلى المؤتمر الدولي (الظاهرة الإعلامية والاتصالية في ظل البيئة الرقمية)، جامعة محمد خيضر، الجزائر، 2018.
8. نجية مزيان، وكافية لصوان، توظيف الأفاتار كهوية في الفضاءات الرقمية: الرهانات والتحديات، مجلة رقمنة للدراسات الإعلامية والاتصالية، المجلد (2)، العدد (3)، 2022م.

ثانياً: المصادر والمراجع الأجنبية

9. Maryline Laurent and Samia Bouzebrane (eds.), Digital Identity Management, 1st ed., (London: ISTE Press Ltd-Elsevier Ltd, 2015).