

[التفاعل الرمزي والهوية في العالم الافتراضي]

إعداد الباحث:

[صالح بن عبد الله بن صالح الناجم]

[قراءة نظرية-نقدية في المعنى، التفاعل، الأداء، وانهيار السياقات تحت الشروط الخوارزمية]

الملخص:

تتناول هذه الدراسة بناء الهوية في العالم الافتراضي من خلال منظور نظرية التفاعل الرمزي بوصفها إطارًا يفسر تشكّل الذات من خلال المعاني المتفاوض عليها داخل التفاعل الاجتماعي. تنطلق الدراسة من مفاهيم "العقل-الذات-المجتمع" لدى ميد (Mead, 1934) وصياغة بلومر لافتراضات التفاعل الرمزي حول نشأة المعنى وتعديله (Blumer, 1969)، وتستفيد من التحليل الدراماتيورجي لغوفمان في تقديم الذات وإدارة الانطباع (Goffman, 1959)، مع تطوير هذا المنظور ليلائم بيئة رقمية تتسم بثبات المحتوى وقابلية البحث والانتشار وانهيار السياقات (boyd, 2010؛ Gil-Lopez et al., 2018؛ Szabla, 2020). كما تُدمج الدراسة أدبيات "الذات المؤتمتة/المُخَوَّرمة" عبر الخوارزميات وما يرتبط بها من وعي المستخدمين بالخوارزمية واستجاباتهم لها (DeVito, 2021؛ Lee et al., 2022؛ Eg, 2023؛ Metzler et al., 2023). وتخلص الدراسة إلى أن الهوية الرقمية ليست انعكاسًا مباشرًا للذات الواقعية ولا انفصالًا تامًا عنها، بل "بناء رمزي-سوسيومادي" يُنتج عبر تفاعل مستمر بين الفاعل الاجتماعي والجمهور والمنصة وخوارزمياتها، وتقترح نموذجًا تحليليًا متعدد المستويات لقراءة هذا البناء.

الكلمات المفتاحية: التفاعل الرمزي، الهوية الرقمية، تقديم الذات، إدارة الانطباع، العموميات الشبكية، انهيار السياقات، الوعي الخوارزمي.

[Symbolic Interactionism and Identity Construction in Virtual Environments]

Abstract:

This study examines identity construction in the virtual world through the lens of Symbolic Interactionism as a theoretical framework that explains the formation of the self through negotiated meanings within social interaction. The study draws on Mead's (1934) concepts of mind-self-society and Blumer's (1969) formulation of the core premises of symbolic interactionism regarding the emergence and modification of meaning. It also incorporates Goffman's (1959) dramaturgical analysis of self-presentation and impression management, extending this perspective to fit a digital environment characterized by content persistence, searchability, scalability, and context collapse (boyd, 2010; Gil-Lopez et al., 2018; Szabla, 2020).

Furthermore, the study integrates contemporary literature on the "automated" or "algorithmic" self, highlighting users' awareness of algorithmic systems and their adaptive responses to them (DeVito, 2021; Lee et al., 2022; Eg, 2023; Metzler et al., 2023). The findings suggest that digital identity is neither a direct reflection of the offline self nor a complete detachment from it; rather, it is a symbolic-sociomaterial construction produced through continuous interaction among the social actor, the audience, the platform, and its algorithms. The study proposes a multi-level analytical model to interpret this process of identity construction.

Keywords: Symbolic Interactionism, Digital identity, Self-presentation, Impression management, Networked publics, Context collapse, Algorithmic awareness.

1. المقدمة: لماذا التفاعل الرمزي لفهم الهوية الرقمية؟

أصبح العالم الافتراضي أحد أهم الحقول التي تُنتج فيها المعاني الاجتماعية اليوم؛ ففي المنصات الرقمية لا يكتفي الأفراد بالتواصل، بل يمارسون "تشيداً مستمراً للذات" عبر ملفات شخصية وصور وروايات يومية وتفاعلات قابلة للقياس (الإعجابات، المشاركات، المتابعات). ومن ثم لم تعد الهوية مشروعاً داخلياً محضاً، بل تحولت إلى عملية اجتماعية تُبنى وتُعدّل عبر التفاعل، بما يتوافق مع جوهر التفاعل الرمزي (Blumer, 1969).

التفاعل الرمزي يقدم نقطة انطلاق قوية لأن فرضياته الأساسية تقوم على أن (أ) البشر يتصرفون وفق المعاني، (ب) المعاني تتولد عبر التفاعل، (ج) المعاني تُراجع عبر تفسير مستمر (Blumer, 1969). في البيئة الرقمية تتخذ هذه الفرضيات شكلاً أكثر تعقيداً لأن "التفاعل" لم يعد محصوراً في لقاء وجاهي، بل صار موزعاً على زمن ممتد، وجمهور متغير، وسياقات متداخلة، ووساطة خوارزمية تقرر ما الذي يراه الآخرون ومتى (boyd, 2010; Eg, 2023; Metzler et al., 2023).

وعليه، فإن السؤال المركزي يصبح: كيف تتشكل الهوية الرقمية بوصفها "معنى اجتماعياً" في ظل تفاعل رمزي مشروط بخصائص المنصة والخوارزميات؟ هذا السؤال يتطلب الجمع بين الكلاسيكي (Mead, 1934; Goffman, 1959) والحديث المتصل ببيئات تيك توك/إكس/إنستغرام ووعي المستخدمين بالخوارزمية واستراتيجياتهم لتكييف الحضور (Lee et al., 2022; Bhandari, 2022; Taylor, 2024).

الدراسات السابقة (2018–2025):

Gil-Lopez, T., Shen, C., & Hall, J. (2018)- انهيار السياق وتأثيره في استراتيجيات التقديم الذاتي وأنماط التعبير اللغوي على منصة فيسبوك

هدفت هذه الدراسة إلى فحص كيفية تعامل المستخدمين مع ظاهرة انهيار السياقات في فيسبوك، وتأثير ذلك على استراتيجيات تقديم الذات. اعتمدت الدراسة على تحليل لغوي وسلوكي لمنشورات المستخدمين، مع توظيف مقاييس كمية لقياس أساليب اللغة والتعبير. توصلت النتائج إلى أن المستخدمين يميلون إلى تبني خطاب عام "محايد نسبياً" لتجنب التصادم بين جماهير متعددة، وأنهم يستخدمون استراتيجيات تقليل المخاطرة (risk mitigation strategies) مثل الغموض المقصود أو تقليل الإفصاح الشخصي. كما أظهرت الدراسة أن انهيار السياق لا يؤدي إلى صمت رقمي، بل إلى إعادة ضبط أسلوب التعبير. وتؤكد النتائج أهمية البعد التفاعلي في تشكيل الهوية، إذ إن إدارة المعنى لا تتم فقط وفق نية الفرد، بل وفق توقعاته لتنوع الجمهور.

Loh, J., & Walsh, M. J. (2021)- بعنوان: انهيار السياق في وسائل التواصل الاجتماعي: الفروق الجوهرية بين تواطؤ السياقات وتصادم السياقات

ركزت الدراسة على التمييز بين نوعين من انهيار السياق: "التصادم السياقي" غير المقصود، و"التواطؤ السياقي" المقصود. اعتمد الباحثان على مقابلات نوعية معمقة مع مستخدمين نشطين على منصات متعددة. أظهرت النتائج أن بعض المستخدمين يعتمدون دمج جماهير مختلفة لبناء صورة هوية موحدة تعزز رأس مالهم الاجتماعي، بينما يعاني آخرون من ضغوط نفسية نتيجة تصادم القيم والمعايير بين جماهيرهم. تشير الدراسة إلى أن انهيار السياق ليس دائماً تهديداً، بل قد يكون استراتيجية متعمدة لإعادة تشكيل الهوية. هذا التحليل يعمق فهم التفاعل الرمزي، إذ يُظهر أن المستخدم ليس ضحية للمنصة، بل فاعلاً تفاوضياً يستخدم السياق كأداة لبناء المعنى.

Lee, E., Mieczkowski, H., Ellison, N. B., & Hancock, J. T.- (2022) تصور الذات من خلال التخصيص الخوارزمي على تطبيق تيك توك

استهدفت هذه الدراسة تحليل العلاقة بين إدراك المستخدمين لخوارزمية تيك توك وبناء تصوراتهم عن ذاتهم. اعتمدت على مقابلات نوعية وتحليل تجارب المستخدمين مع صفحة "For You". أظهرت النتائج أن المستخدمين ينظرون إلى الخوارزمية بوصفها "مرآة رقمية" تعكس اهتماماتهم وهوياتهم، بل وقد تعيد تشكيلها. كما تبين أن وعي المستخدم بالخوارزمية يدفعه إلى تعديل سلوكه الرقمي، سواء من حيث نوع المحتوى أو أسلوبه. تؤكد الدراسة أن الهوية الرقمية لم تعد نتاج تفاعل اجتماعي فقط، بل نتاج تفاعل اجتماعي-خوارزمي مزدوج، وهو ما يمثل توسعاً مهماً لمنظور التفاعل الرمزي في البيئة المعاصرة.

Simpson, E., & Semaan, B. (2021)- بعنوان: دراسة للتجارب اليومية لأفراد مجتمع الميم (LGBTQ+) في تفاعلهم مع تطبيق تيك توك

تناولت هذه الدراسة تجارب أفراد من مجتمع LGBTQ+ على تيك توك، وكيف يتفاوضون مع الخوارزمية في التعبير عن هويتهم. اعتمدت على مقابلات متعمقة وتحليل تفاعلات المشاركين. أظهرت النتائج أن المنصة قد

توفر فضاءً للتمكين والتعبير الحر، لكنها في الوقت ذاته قد تعزز الرقابة الذاتية نتيجة الخوف من التعرض للتنمر أو التحيز الخوارزمي.

تكشف الدراسة عن العلاقة المعقدة بين التفاعل الرمزي، والهوية الهامشية، والوساطة التقنية، حيث يصبح الإفصاح عن الهوية قرارًا تفاعليًا مشروطًا بردود الفعل الاجتماعية وإدراك سياسات المنصة.

- Eg, R., et al. (2023) بعنوان: مراجعة نطاقية لتجارب المستخدمين المُخصَّصة على وسائل التواصل الاجتماعي

قدمت هذه الدراسة مراجعة تحليلية للأدبيات المتعلقة بالتخصيص الخوارزمي وتجربة المستخدم في وسائل التواصل الاجتماعي. خلصت إلى أن التخصيص يعزز الإحساس بالملاءمة الشخصية، لكنه في الوقت نفسه قد يحد من تنوع المحتوى ويؤدي إلى تكوين "فقاعات هوية". وأشارت إلى أن إدراك المستخدم لآلية التخصيص يؤثر في شعوره بالتحكم أو فقدانه.

توضح الدراسة أن الخوارزميات لا تؤثر فقط فيما يراه المستخدم، بل في الطريقة التي يفهم بها ذاته واهتماماته، وهو ما يجعل الهوية الرقمية مرتبطة بآليات البيانات والتنبؤ.

- Nor, N. F. M., et al. (2025) بعنوان: التقديم الذاتي الزائف والآثار النفسية المرتبطة باستخدام وسائل التواصل الاجتماعي

بحثت هذه الدراسة العلاقة بين تقديم الذات الزائف والنتائج النفسية المرتبطة باستخدام وسائل التواصل الاجتماعي. استخدمت منهجًا كميًا قائمًا على الاستبيانات وتحليل الارتباطات الإحصائية. أظهرت النتائج أن ارتفاع مستويات التقديم المثالي أو الزائف يرتبط بزيادة القلق الاجتماعي وانخفاض الرضا الذاتي. تشير الدراسة إلى أن إدارة الانطباع المستمرة في البيئة الرقمية قد تتحول إلى عبء نفسي، خاصة عندما تتسع الفجوة بين الهوية المعروضة والهوية المدركة ذاتيًا.

النقد المنهجي والتحليل للدراسات

تُظهر الدراسات الست تطورًا واضحًا في فهم الهوية الرقمية من منظور تفاعلي-تقني، إلا أنها تشترك في عدد من القيود المنهجية والنظرية.

أولاً، تعتمد معظم الدراسات الحديثة على المناهج النوعية أو التقارير الذاتية، ما يعزز العمق التفسيري لكنه قد يحد من إمكانية التعميم. فدراسات مثل Lee et al. (2022) و Simpson & Semaan (2021) تقدم فهماً ثرياً للخبرة الذاتية، لكنها تظل مقيدة بحجم عينة محدود وسياقات ثقافية معينة.

ثانياً، الدراسات الكمية مثل Nor et al. (2025) تقدم علاقات ارتباطية، لكنها لا تحسم العلاقة السببية بين تقديم الذات والنتائج النفسية، مما يتطلب تصميمات طولية أو تجريبية مستقبلاً.

ثالثاً، هناك فجوة واضحة في الدمج النظري المنهجي بين التفاعل الرمزي والنظريات التقنية؛ فالكثير من الدراسات تناقش الخوارزميات دون تأطيرها صراحةً ضمن منطق "المعنى المتفاوض عليه" الذي يميز التفاعل الرمزي.

رابعاً، تركز أغلب الدراسات على منصات محددة (فيسبوك، تيك توك)، ما يثير تساؤلات حول قابلية نقل النتائج إلى بيئات أخرى تختلف في بنائها الخوارزمي.

خامساً، لا تزال البحوث تفتقر إلى نماذج تحليلية متكاملة تربط بين:
(المعنى – التفاعل – الأداء – السياق – الخوارزمية – الأثر النفسي)،
وهو ما يجعل الحاجة ملحة لتطوير إطار تركيبي يجمع هذه المستويات في نموذج واحد.

بوجه عام، تكشف الدراسات الحديثة أن الهوية الرقمية لم تعد مجرد امتداد للذات الواقعية، بل أصبحت عملية ديناميكية تتشكل عبر تفاعل اجتماعي-خوارزمي مزدوج، يتداخل فيه الاعتراف الاجتماعي مع آليات البيانات والتخصيص، مما يفرض إعادة قراءة نظرية التفاعل الرمزي في ضوء الشروط الرقمية المعاصرة.

2. المفاهيم المؤسسة: الذات والمعنى والرمز في التفاعل الرمزي

2.1 الذات عند ميد: من "الآخر المعمم" إلى "الجمهور الشبكي"

يرى ميد أن الذات تنشأ عبر تبني الفرد لأدوار الآخرين وتعلمه النظر إلى نفسه من منظور اجتماعي، وصولاً إلى "الآخر المعمم" الذي يمثل القواعد والتوقعات الجمعية (Mead, 1934). في العالم الافتراضي، لا يختفي الآخر المعمم بل يتضاعف؛ إذ يصبح الفرد أمام "آخرين" متنوعين ومتزامنين: العائلة، الزملاء، الأصدقاء، جمهور عام، وجمهور مجهول. هذا التعدد يضخم عمليات الانعكاسية؛ فالفرد يتوقع ردود فعل متباينة، ويعيد بناء منشوراته وفق تقدير احتمالي: ماذا سيُفهم؟ ومن سيُسئ الفهم؟ وما الذي يمكن أن يُعاد تداوله خارج السياق؟ (Marwick & boyd, 2011؛ Gil-Lopez et al., 2018).

وهنا يتشكل نوع جديد من "الآخر المعمم" يمكن وصفه بـ "الآخر الشبكي": ليس جماعة واحدة بل احتمالات متعددة تعيش في خيال المستخدم، وتوجه قراراته التعبيرية (Marwick & boyd, 2011). هذا "الآخر الشبكي" يظل حاضراً حتى في غياب تفاعل مباشر لأن المحتوى ثابت وممكن الاستدعاء، ما يجعل إدارة المعنى مشروعاً طويل المدى لا ينتهي بانتهاء الموقف (boyd, 2010؛ Szabla, 2020).

2.2 المعنى عند بلومر: من التفاعل إلى "المؤشرات الرقمية" كرموز مكانة

في صلب التفاعل الرمزي، لا تُفهم الأشياء بذاتها بل بمعانيها. في المنصات، "الأشياء" تشمل: الصورة، الستوري، الهاشتاغ، التعليق، وحتى "اللايك". وهذه ليست وحدات محايدة؛ بل رموز تحمل معاني القبول/الرفض/الانتماء/المكانة (Blumer, 1969).

المنصة تضيف طبقة جديدة: مؤشرات التفاعل (إعجابات، مشاهدات، إعادة نشر) تتحول إلى رموز تقييم تقنع المستخدم أن ما عرضه "مقبول" أو "مرغوب"، ومن ثم تؤثر في تعريفه لذاته (Nor et al., 2025). وبمنطق التفاعل الرمزي، تُصبح الهوية الرقمية عملية إعادة تفسير مستمرة: المستخدم يختبر رموزاً (محتوى)، يتلقى استجابات، ثم يعيد "تعديل المعنى" وصياغة الذات في المحتوى اللاحق (Blumer, 1969).

3. غوفمان والهوية كأداء: من المسرح الاجتماعي إلى "المعرض الرقمي"

3.1 تقديم الذات وإدارة الانطباع: ماذا تغير رقميًا؟

قدم غوفمان تصورًا مؤثرًا للهوية باعتبارها "تقديمًا للذات" أمام جمهور، مع تمييز بين الواجهة الأمامية والخلفية، حيث يتحكم الفرد في الانطباعات عبر إشارات وأدوار (Goffman, 1959). لكن المنصات الرقمية تُحدث انقلابًا في شروط المسرح:

- الثبات: ما يُنشر يبقى.
- قابلية البحث: يسهل استدعاؤه.
- تعدد الجمهور: جمهور متداخل.
- انهيار السياق: خطاب واحد قد يُقرأ بعيون متعددة (boyd, 2010؛ Gil-Lopez et al., 2018).

هنا يتسع مفهوم غوفمان ليشمل إدارة الانطباع ليس فقط في لحظة الأداء، بل في "الأرشفة" و"التوقع" و"التنظيف اللاحق" (حذف/تقييد/إخفاء)، وهذه آليات أصبحت جزءًا من الحياة اليومية الرقمية (Marwick & boyd, 2011؛ Loh & Walsh, 2021).

3.2 من الأداء إلى "المعرض": تطوير غوفماني

يشير Hogan إلى أن المنصات لا تنتج فقط أداءً لحظيًا، بل "معروضًا" دائمًا (exhibition) يشبه أرشيفًا أو معرضًا يُستدعى خارج زمن إنتاجه (Hogan, 2010). هذا يفسر لماذا تبدو الهوية الرقمية "مؤسّسة" في آثار: صور قديمة، منشورات سابقة، تعليقات محفوظة. فالهوية تصبح "سيرة رقمية" قابلة للتأويل المتكرر، ويصبح الفرد في حالة تفاوض دائم مع نسخ متعددة من نفسه عبر الزمن (Szabla, 2020).

4. انهيار السياقات والجمهور المتخيل: تحديات إدارة المعنى في العموميات الشبكية

4.1 العموميات الشبكية كتحول بنيوي في المجال العام

ترى boyd أن المنصات تشكل "عموميات شبكية" بخصائص تقنية-اجتماعية محددة (الثبات، البحث، النسخ، الانتشار) تؤثر في التفاعل والمعنى (boyd, 2010). هذه الخصائص تُنتج ظاهرة انهيار السياق: حديث موجه "ضمنيًا" لفئة معينة قد يصل لفئات أخرى بقراءات مختلفة. وقد أثبتت دراسات لاحقة أن هذا الانهيار ليس مجرد فكرة نظرية، بل يؤثر عمليًا في لغة الإفصاح وموضوعاته واستراتيجيات الخصوصية (Gil-Lopez et al., 2018).

4.2 هل ينهار السياق دائمًا؟ نقد وتفصيل

قدّم Szabla قراءة نقدية تسأل: هل "ينهار السياق" فعلاً كما نفترض؟ وتشير إلى أن المستخدمين قد يطورون ممارسات لغوية/تواصلية لإعادة "ترميم السياق" أو تمييز الجمهور ضمنياً (Szabla, 2020). كما يميز Davis و Jurgenson بين انهيار سياق مقصود (collusion) وغير مقصود (collision)، وهو تمييز مهم لأن بعض المستخدمين "يتعمدون" الجمع بين سياقات لإنتاج صورة موحدة أو لتعزيز رأس مال اجتماعي، بينما يعان آخرون من تصادم غير متوقع بين جماهيرهم (Davis & Jurgenson, 2014؛ Loh & Walsh, 2021).

4.3 الجمهور المتخيل كآلية تفاعل رمزي

ناقشت Marwick و boyd كيف يتعامل المستخدمون مع جمهور غير مرئي عبر بناء "جمهور متخيل" يساعدهم على اتخاذ قرار: ماذا أنشر؟ وما الذي أخفيه؟ وكيف أبدو "أصيلاً" دون أن أتسبب في صدام سياقي؟ (Marwick & boyd, 2011). وتوسعت بحوث أحدث في ربط الجمهور المتخيل بإجهاد المنصات وإدارة الانطباع بوصفها آلية نفسية تستهلك الموارد الانتباهية. (Zhou et al., 2025)

5. الهوية في بيئات الاسم الحقيقي مقابل بيئات التخفي: اتساق أم تعدد؟

تناولت الأدبيات الكلاسيكية والرقمية سؤال التعدد/الاتساق. فتصور Turkle المبكر يؤكد أن البيئات الرقمية قد تفتح مجالاً لتجريب الذات وتعدد الأدوار. (Turkle, 1995) لكن مع صعود منصات تركز على الشبكات الواقعية والاسم الحقيقي، يصبح الضغط نحو الاتساق أعلى لأن العلاقات "مرتكزة" خارج الإنترنت، ما يرفع كلفة التناقض ويقوي الرقابة الاجتماعية. (Zhao et al., 2008)

في المقابل، لا يعني الاتساق غياب الانتقاء؛ بل تشير دراسات تقديم الذات إلى أن المستخدم قد يقدم نسخة "مثالية" أو "مصقولة" من ذاته ضمن حدود المقبول اجتماعياً، وهو ما يرتبط أيضاً بالفجوة بين الذات الفعلية والمثالية وما يرافقها من آثار نفسية. (Nor et al., 2025) ومن منظور تفاعلي، يمكن فهم هذا كصراع بين معنيين: معنى "الأصالة" ومعنى "القبول الاجتماعي"، وكلاهما يُعاد تفاوضه باستمرار عبر التفاعل.

6- التحول الكبير: "الذات المُخَوَّرَمة" وكيف تغير الخوارزميات شروط التفاعل الرمزي

6.1 لماذا تُعد الخوارزميات مشكلة نظرية للتفاعل الرمزي؟

التفاعل الرمزي الكلاسيكي افترض سياقاً تفاعلياً تُدار فيه المعاني بين فاعلين اجتماعيين. أما في المنصات، فهناك "فاعل ثالث" غير بشري: الخوارزمية التي ترتب الظهور، تحدد من يرى ماذا، وتنتج حلقات تغذية راجعة تؤثر في تفضيلات المستخدم ومعانيه عن ذاته. (Metzler et al., 2023) أي أن "المعنى" لا يتشكل فقط عبر استجابة البشر، بل عبر وسيط تقني يصنع بيئة الرؤية والانتشار.

6.2 الوعي المستخدم بالخوارزمية: نظريات شعبية وتكيف يومي

توضح أعمال حديثة أن المستخدمين يطورون "نظريات شعبية" عن الخوارزميات ويعدلون سلوكهم تبعاً لها (DeVito, 2021). وهذا يتسق مع التفاعل الرمزي لأن الفاعل يتصرف وفق "المعنى" الذي يمنحه لآلية الخوارزمية. فإذا فهم المستخدم أن المنصة تكافئ نوعاً معيناً من المحتوى، فإنه يعيد تشكيل أدائه وهويته كي "يتوافق" مع المعايير المفترضة للظهور (DeVito, 2021). (Eg, 2023)

6.3 تيك توك مثلاً: الهوية عبر خوارزمية "For You"

أظهرت بحوث نوعية أن مستخدمي تيك توك يفسرون الخوارزمية بوصفها مرآة للذات أو مُعرِّفاً للهوية: ما يظهر في خلاصتي "يقول شيئاً عني"، وما تتعلمه الخوارزمية عني قد يعيد تشكيل ما أعتقد عن اهتماماتي (Lee et al., 2022). وهذه الفكرة تجعل الهوية ليست فقط "تقديمًا للذات" أمام الآخرين، بل أيضاً "تقديمًا للذات" أمام الخوارزمية "طلباً للاعتراف الرقمي".

وتشير أبحاث أخرى إلى أن التخصيص الخوارزمي على تيك توك قد يرتبط بالاتصال الاجتماعي بطريقة مختلفة، حيث يُعطي هوية الاهتمام (identity-relevant content) على التفاعل الشخصي المباشر، ما يغير معنى "الانتماء" و"الترابط". (Taylor, 2024) "كما تتحدث دراسات مجتمعات مهمشة عن خبرات متناقضة مع الخوارزمية: تمكين من جهة، وتضييق أو تحيز من جهة أخرى، بما ينعكس على كيفية الإفصاح عن الهوية أو إخفائها. (Simpson & Semaan, 2021)

6.4 الخوارزمية كحلقة تغذية راجعة: من المعنى إلى السلوك إلى المعنى

توضح مراجعات حديثة أن الخوارزميات تعمل عبر آليات تغذية راجعة: السلوك ينتج بيانات، البيانات تنتج توصيات، التوصيات تغير السلوك، فتتغير البيانات. (Metzler et al., 2023) وهذا ينسجم مع منطق بلومر: المعنى يُعدل عبر عملية تفسيرية، لكن الاختلاف هنا أن التعديل يحدث في بيئة مُستحثة خوارزمية، ما يجعل الهوية الرقمية معرضة لـ"تصعيد" أنماط معينة لأنها ببساطة أكثر مكافأة بالظهور. (Eg, 2023)

7. ممارسات الهوية الرقمية كاستراتيجيات تفاعلية: كيف "يشغل" التفاعل الرمزي عملياً؟

بناء على الأدبيات، يمكن تلخيص ممارسات الهوية في العالم الافتراضي بوصفها استراتيجيات لإدارة المعنى والاعتراف:

1. الانتقاء الرمزي: اختيار صور/موضوعات تمثل "قيمة" يريد المستخدم تثبيتها عن نفسه (Walther, 2007) ؛ (Nor et al., 2025).
 2. التعديل وفق التفاعل: إعادة إنتاج أنماط منشورات لاقت قبولاً وترك ما لم يلق قبولاً (Blumer, 1969) ؛ (Metzler et al., 2023).
 3. التحكم بالسياق: خصوصية، قوائم، حسابات متعددة، ترميز لغوي، أو "غموض مقصود" لتجاوز انهيار السياق (Marwick & boyd, 2011) ؛ (Gil-Lopez et al., 2018).
 4. التفاوض مع الخوارزمية: تعديل التوقيت، الكلمات، الهاشتاغ، شكل الفيديو... بناءً على تصورات شعبية حول ما تفضله الخوارزمية (DeVito, 2021) ؛ (Lee et al., 2022).
 5. إدارة الأصالة: الجمع بين "الإنسانية" و"الصورة المثالية" لإنتاج أصالة مقبولة اجتماعياً (Marwick & boyd, 2011) ؛ (Baym, 2015).
- هذه الاستراتيجيات تُظهر أن الهوية ليست نتاج قرار فردي، بل سلسلة ممارسات تفاعلية تُصنع تحت ضغط الجمهور والمنصة.

8- مناقشة نقدية: حدود التفاعل الرمزي وما يلزمه من تحديث

8.1 قوة التفاعل الرمزي

قوة المنظور أنه يفسر الهوية الرقمية بوصفها معنى اجتماعياً متحرراً، وأنه يوضح كيف يصبح "الاعتراف" جزءاً من بناء الذات، وكيف تنعكس ردود الآخرين في تعريف الذات (Mead, 1934) ؛ (Blumer, 1969) كما أنه ينسجم مع حقيقة المنصات: كل منشور هو "اقتراح معنى"، وكل تفاعل هو "تفاوض على هذا المعنى".

8.2 الحاجة إلى إدماج السوسيو مادية والوساطة الخوارزمية

لكن المنظور الكلاسيكي يحتاج تحديثاً: فالمعاني اليوم لا تتشكل اجتماعياً فقط، بل عبر تفاعل اجتماعي داخل بنية تقنية-بيانية. وقد أشارت مراجعات حديثة إلى أهمية الجمع بين التفاعل الرمزي والنظريات التي تبرز أثر "المادة/التقنية" في تشكيل الهوية الرقمية بوصفها أداءً رمزياً وإنجازاً مادياً في آن. (Guraya et al., 2025) كما أن الخوارزميات تفرض علاقات قوة غير متكافئة عبر التحكم في الظهور، وهو ما يجعل الهوية أيضاً نتاجاً لعلاقات "رؤية/لا رؤية. (Metzler et al., 2023) "

الخلاصة:

تؤكد الدراسة أن الهوية في العالم الافتراضي ليست ثابتة ولا منفصلة عن الواقع، بل هي بناء رمزي-تفاعلي يتشكل عبر مفاوضة المعاني واستجابات الجمهور، ثم يُعاد إنتاجه ضمن شروط سياقية متداخلة وخوارزمية وسيطة. وتظل نظرية التفاعل الرمزي إطاراً تفسيرياً قوياً لفهم هذه العملية، بشرط تطويرها لاستيعاب دور العموميات الشبكية وانهايار السياقات والوساطة الخوارزمية. وتوصي الدراسة بأبحاث ميدانية تجمع بين تحليل المحتوى والمقابلات والإثنوغرافيا الرقمية، مع قياس الوعي بالخوارزمية واستراتيجيات التكيف معها.

قائمة المراجع:

- Baym, N. K. (2015). *Personal connections in the digital age* (2nd ed.). Polity.
- Bhandari, A. (2022). Why's everyone on TikTok now? The algorithmized self and the future of self-making on social media. *Social media + Society*.
- Blumer, H. (1969). *Symbolic interactionism: Perspective and method*. University of California Press.
- boyd, d. (2010). Social network sites as networked publics: Affordances, dynamics, and implications. In Z. Papacharissi (Ed.), *A networked self: Identity, community, and culture on social network sites* (pp. 39–58). Routledge.
- Davis, J. L., & Jurgenson, N. (2014). Context collapse: Theorizing context collusions and collisions. *Information, Communication & Society*, 17(4), 476–485.
- DeVito, M. A. (2021). Adaptive folk theorization as a path to algorithmic literacy on changing platforms. *Proceedings of the ACM on Human-Computer Interaction*.
- Eg, R., et al. (2023). A scoping review of personalized user experiences on social media. *Current Opinion in Psychology*.
- Gil-Lopez, T., et al. (2018). One size fits all: Context collapse, self-presentation strategies and language styles on Facebook. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 23(3), 127–145.
- Goffman, E. (1959). *The presentation of self in everyday life*. Doubleday.
- Guraya, S. S., et al. (2025). When the self "logs in": A critical narrative review of digital identity. [Journal/Repository: PMC open access].
- Hogan, B. (2010). The presentation of self in the age of social media: Distinguishing performances and exhibitions online. *Bulletin of Science, Technology & Society*.

- Lee, E., Mieczkowski, H., Ellison, N. B., & Hancock, J. T. (2022). The algorithmic crystal: Conceptualizing the self through algorithmic personalization on TikTok. [Working paper / PDF circulation].
- Loh, J., & Walsh, M. J. (2021). Social media context collapse: The consequential differences between context collusion versus context collision. *Social media + Society*.
- Marwick, A. E., & boyd, d. (2011). Twitter users, context collapse, and the imagined audience. *New Media & Society*, 13(1), 114–133.
- Metzler, H., et al. (2023). Social drivers and algorithmic mechanisms on digital media. [Open access / PMC].
- Mead, G. H. (1934). *Mind, self, and society: From the standpoint of a social behaviorist* (C. W. Morris, Ed.). University of Chicago Press.
- Nor, N. F. M., et al. (2025). The role of false self-presentation and social media outcomes. *Behavioral Sciences*.
- Rowland, J., & Estevens, J. (2025). “What is your digital identity?” Unpacking users’ understandings of an evolving concept in datafied contexts. *Media, Culture & Society*.
- Simpson, E., & Semaan, B. (2021). For You, or For “You”? Everyday LGBTQ+ encounters with TikTok. *Proceedings of the ACM on Human-Computer Interaction*.
- Szabla, M. (2020). Does context really collapse in social media interaction? *Applied Linguistics Review*.
- Taylor, S. H. (2024). The lonely algorithm problem: Algorithmic personalization and social connectedness on TikTok. *Journal of Computer-Mediated Communication*.
- Turkle, S. (1995). *Life on the screen: Identity in the age of the Internet*. Simon & Schuster.
- Veal, C., et al. (2024). Symbolic interactionism and online social video games... *Games and Culture*.
- Walther, J. B. (1996). Computer-mediated communication: Impersonal, interpersonal, and hyperpersonal interaction. *Communication Research*, 23(1), 3–43.
- Walther, J. B. (2007). Selective self-presentation in computer-mediated communication: The hyperpersonal model. *Computers in Human Behavior*.
- Zhao, S., Grasmuck, S., & Martin, J. (2008). Identity construction on Facebook: Digital empowerment in anchored relationships. *Computers in Human Behavior*, 24(5), 1816–1836.
- Zhou, X., et al. (2025). Imagined audiences and social media fatigue: The mediating role of impression management. *SAGE Open*.
- Bhandari, A. (2022). Why’s everyone on TikTok now? The algorithmized self and the future of self-making on social media. *Social media + Society*, 8(2), 1–12.
- Darr, J., Chen, W., & Zhao, S. (2022). “The fake Instagram is the real Instagram”: Finstas, authenticity, and context collapse. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 27(4), zmac009.

DeVito, M. A. (2021). Adaptive folk theorization as a path to algorithmic literacy on changing platforms. *Proceedings of the ACM on Human-Computer Interaction*, 5(CSCW2), 1–38.

Eg, R., et al. (2023). A scoping review of personalized user experiences on social media: Psychological and behavioral implications. *Current Opinion in Psychology*, 53, 101684.

Gil-Lopez, T., Shen, C., & Hall, J. (2018). One size fits all: Context collapse, self-presentation strategies and language styles on Facebook. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 23(3), 127–145.

Huang, Y., & Vitak, J. (2022). Finstas for friends: The impact of multiple Instagram accounts on self-presentation and privacy management. *Proceedings of the ACM on Human-Computer Interaction*, 6(CSCW1), 1–27.

Lee, E., Mieczkowski, H., Ellison, N. B., & Hancock, J. T. (2022). The algorithmic crystal: Conceptualizing the self through algorithmic personalization on TikTok. *Proceedings of the ACM on Human-Computer Interaction*, 6(CSCW2), 1–31.

Loh, J., & Walsh, M. J. (2021). Social media context collapse: The consequential differences between context collusion versus context collision. *Social media + Society*, 7(3), 1–12.

Nor, N. F. M., et al. (2025). False self-presentation and psychological outcomes on social media. *Behavioral Sciences*, 15(1), 45.

Simpson, E., & Semaan, B. (2021). For You, or For “You”? Everyday LGBTQ+ encounters with TikTok. *Proceedings of the ACM on Human-Computer Interaction*, 5(CSCW2), 1–34.