

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
République Algérienne Démocratique et Populaire

Ministère de l'Enseignement Supérieur
et de la Recherche Scientifique

Université Akli Mohand Oulhadj - Bouira -

Tasdawit Akli Mohand Oulhadj - Tibiret -



وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة أكلي محند أولحاج

- البويرة -

كلية العلوم الإجتماعية والإنسانية

Faculté des Sciences Sociales et Humaines

عنوان المذكرة

تأثير مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز الهوية الثقافية لدى الطلبة الجامعيين

" دراسة ميدانية على عينة من الطلبة مستخدمي موقع فيس بوك بجامعة البويرة نموذجا".

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الاعلام والاتصال تخصص اتصال و علاقات

اشراف الدكتورة :

د. عفان صونيا

اعداد الطلبة :

✓ سبع صونيا

✓ درول زهرة

✓ عمران نبيلة

السنة الجامعية: 2022/2021

الشكر وتقدير

الحمد لله رب العالمين

إن الفضل لله من قبل ومن بعد، وله المنة في السالف وفي الغد، له الحمد حمدا كثيرا، وله الشكر أولا وأخيرا، فخير الجزاء لمن حمد وشكر، ثم للناس اقتدر

نشكر الله على كل لحظة اصبنا فيها وأخطأنا،

نشكر الله على كل حرف تعلمناه وعلى كل درجة من العلم بلغناها ونسأله أن

يزدنا علما. أما بعد:

نتقدم بالشكر الجزيل والإمتنان إلى أستاذتنا الفاضلة، الدكتورة "عفان صونيا"

جزاها الله عنا أفضل الجزاء على نصائحها وتوصياتها القيمة وسعة صدرها طيلة

إعدادنا لهذه المذكرة.

إلى كل أساتذة القسم الإتصال الذين أشرفوا علينا أثناء مشوارنا الدراسي في

الجامعة والذين لم يبخلوا علينا بالمعلومة.

إلى عائلاتنا الكريمة إلى زملائنا وأصدقائنا الأعزاء.

شكرا لكل من ساهم في إنجاز هذه الدراسة المتواضعة من قريب أو من بعيد.

الإهداء

أهدي ثمرة جهدي

إلى من علمني مكارم لأخلاق والمبادئ الفاضلة وحسن المعاملة ومهد إلى سبل الحياة إلى من بذل الغالي والنفيس لكي أتم مشواري التعليمي إلى من علمني الصبر والاجتهاد شفاه الله و عافاه وأطال في عمره أبي العزيز.

إلى نور حياتي ووحداني إلى من أدركت الغاية بفضلها إلى من منحني كل شيء وأرضعتني حبا وحنان إلى من بذلت كل جهدها حتى أصل إلى ما أنا عليه الآن إلى منبع الحنان أمي الغالية والحنونة حفظها الله تعالى وأطال في عمرها.

إلى من أحبهم أكثر واحترمهم أكثر إلى من قاسموني كل تفاصيل حياتي إلى أعز الناس على قلبي أخوتي لبني محمد ودعاء.

إلى الكتكوتين نور الهدى و غيث .

إلى كل من يحمل لقب سبع منم أعمامي و عماتي وعلى رأسهم جدي و عمي حكيم حفظهم الله .

إلى كل من يحمل لقب بوزقزة من أخوال و خالات على رأسهم جدتي الغالية.

إلى صديقتي ورفيقتي في أيام الحلوة و المرة دنيا و أحلام أدام الله صداقنا.

إلى أصدقائي الذين جمعني بهم الكلية نبيلة زهرة شيماء يوسف سعيد و إلياس.

إلى صديقاتي و أصدقائي وكل أساتذتي إلى كل من سعتهم ذاكرتي ولم تسعهم مذكرتي إلى كل طالب علم وطالبة.

صونيا

إهداء

أهدي ثمرة جهدي هذه التي كانت في سبيل الله أولا، وفي سبيل العلم ثانيا ، وفي سبيل فخر والديا ثالثا .

إلى الوالدين الأعزاء أطال الله عمرهما وأدام لهما الصحة والعافية .

إلى كل إخوتي رابع ، وليد ، أسامة ، عبد الرحيم ، منال .

إلى كل الصديقات والأصدقاء

إلى كل من لم يبخل عليا بنصائحه وتوجيهاته .

إلى كل من أفنى عمره في طلب العلم ، وإلى كل من ساعدني من قريب أو بعيد .

إلى كل هؤلاء أهدي هذا العمل .

زهرة

إهداء

إلى أغلى الحبايب أمي الحبيبة سندي وقوتي ووجهي وقدوتي في هذه الحياة ، إلى أبي وإخوتي
الذكور أحمد ، بوعلام ، مراد ، محمد ، علي ، فارس ، ويوسف إلى أختاي عائشة ونورة ، إلى أولاد
أخواتي من صغيرهم إلى كبيرهم إلى العائلة الكبيرة ، خالاتي وخالي ، وعماتي وأعمامي إلى
جدتاي أطال الله في عمرهما ، إلى زميلاتي في العمل ، زهرة وصونية ، إلى صديقاتي ورفيقات
عمري العزيزتان وسام ونريمان ، إلى كل ماوسعهم قلبي ولم يسعهم قلبي .

نبيلة

فهرس المحتويات

الصفحات	المحتوى
	شكر وتقدير
	الإهداء
	فهرس المحتويات
	فهرس الجداول
	فهرس الإشكال
	مقدمة
	الفصل الأول :
05	1- إشكالية الدراسة
06	2- أسباب اختيار الموضوع
06	3- أهمية الدراسة
07	4- أهداف الدراسة
7	5- الدراسات السابقة
12	6- المقاربات النظرية
15	7- فرضيات الدراسة
15	8- تحديد مفاهيم الدراسة
19	هوامش ومراجع الفصل الأول
	الفصل الثاني : مواقع التواصل الاجتماعي
24	1- مواقع التواصل الاجتماعي
25	1-1 نشأة و تطور مواقع التواصل الاجتماعي
25	1-2 ملامح و سمات مواقع التواصل الاجتماعي
26	1-3 أهم مواقع التواصل الاجتماعي

27	1-4 خصائص ومميزات مواقع التواصل الاجتماعي
28	1-5 صعوبات و تحديات مواقع التواصل الاجتماعي
29	1-6 أصناف مواقع التواصل الاجتماعي
30	2- موقع فيس بوك
30	2-1 نشأت وتطور الفيس بوك
31	2-3 الخدمات الأساسية للفيس بوك
33	2-4 آثار استخدام الفيس بوك
34	2-5 إحصائيات موقع فيس بوك
	هوامش و مراجع الفصل الثاني
	الفصل الثالث : الهوية الثقافية
42	1- ماهية الهوية الثقافية
43	1-1 مقومات الهوية الثقافية
43	1-2 عناصر الهوية الثقافية
43	1-3 خصائص الهوية الثقافية
44	1-4 مستويات الهوية الثقافية
45	1-5 التحديات التي تواجهها الهوية الثقافية
45	1-6 علاقة الهوية الثقافية بالمواقع التواصل الاجتماعي
	2- الهوية الثقافية الجزائرية
46	2-1 الهوية الثقافية بين قيم الأصالة و الحداثة في ظل التغيرات السوسيو ثقافية في المجتمع الجزائري
46	2-2 النخبة الجزائرية والصراع الثقافي حول الهوية
47	2-3 العولمة الإعلامية والهوية الثقافية
48	2-4 دور المجتمع المدني في الحفاظ على الهوية الثقافية
49	2-5 محددات الهوية الثقافية في الشخصية الثقافية
	هوامش و مراجع الفصل الثالث

	الإجراءات المنهجية وأدوات البحث
56	1-منهج الدراسة
56	2-مجتمع الدراسة والعينة
57	3-أدوات جمع البيانات
57	4-مجالات الدراسة
58	5-صعوبات الدراسة
	المعالجة الإحصائية لبيانات الدراسة
59	عرض و تحليل البيانات
98	النتائج العامة للدراسة و مناقشة الفرضيات
	هوامش و مراجع الفصل الرابع
101	الاقتراحات و توصيات
110	قائمة المصادر و المراجع
116	خاتمة
105	الملاحق
118	مستخلص الدراسة

فهرس الجداول		
الصفحة	عناوين الجداول	رقم الجداول
59	يوضح توزيع مفردات العينة حسب متغير الجنس.	الجدول رقم 01
60	يوضح توزيع مفردات العينة حسب متغير السن	الجدول رقم 02

61	يوضح توزيع مفردات العينة حسب متغير المستوى العلمي .	رقم الجدول	03
62	يوضح توزيع مفردات العينة حسب تصفح مواقع التواصل الاجتماعي.	رقم الجدول	04
63	يوضح توزيع مفردات العينة حسب درجة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي.	رقم الجدول	05
64	يوضح توزيع مفردات العينة حسب فترات تصفحهم لمواقع التواصل الاجتماعي في اليوم.	رقم الجدول	06
65	يوضح توزيع مفردات العينة حسب عدد ساعات التي تقضيها في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي.	رقم الجدول	07
66	يوضح توزيع مفردات العينة حسب إذا كانوا يعتمدون على مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز هويتهم الثقافية.	رقم الجدول	08
67	يوضح توزيع مفردات العينة حسب الوسائل التي تعتمد عليها في تعزيز الهوية الثقافية.	رقم الجدول	09
68	يوضح توزيع مفردات العينة حسب رأيهم في اختلاف مواقع التواصل الاجتماعي عن غيرها من وسائل الإعلام و الاتصال.	رقم الجدول	10
69	يوضح توزيع مفردات العينة حسب تفاعلهم مع الصفحات على مواقع التواصل الاجتماعي التي يقومون فيها بالتعرف بهويتهم الثقافية للمجتمعات الأخرى.	رقم الجدول	11
70	يوضح توزيع المفردات العينة حسب مدى مساهمة تفاعلهم في مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز هويتهم الثقافية.	رقم الجدول	12
71	يوضح توزيع مفردات العينة حسب الدوافع الثقافية لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي .	رقم الجدول	13
72	يوضح توزيع مفردات العينة حسب درجة استغلال الطالب الجامعي أوقات فراغه في تعزيز الهوية الثقافية من خلال مواقع التواصل الاجتماعي.	رقم الجدول	14

73	يوضح توزيع مفردات العينة حسب مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز هويتهم الثقافية.	الجدول 15
74	يوضح توزيع مفردات العينة حسب مظاهر تعزيز هويتهم الثقافية على مواقع التواصل الاجتماعي.	الجدول 16
75	يوضح توزيع مفردات العينة حسب العادات والتقاليد التي تحاول نشرها على مواقع التواصل الاجتماعي.	الجدول 17
76	يوضح اختلاف مواقع التواصل الاجتماعي عن غيرها من وسائل الإعلام والاتصال لمفردات العينة حسب متغير الجنس.	الجدول 18
77	يوضح اختلاف مواقع التواصل الاجتماعي عن غيرها من وسائل الإعلام والاتصال لمفردات العينة حسب متغير السن.	الجدول 19
78	يوضح اختلاف مواقع التواصل الاجتماعي عن غيرها من وسائل الإعلام والاتصال لمفردات العينة حسب متغيرا المستوى العلمي.	الجدول 20
79	يوضح تفاعل مفردات العينة مع الصفحات على مواقع التواصل الاجتماعي لتعريف بهوية الثقافية حسب متغير الجنس.	الجدول 21
80	يوضح تفاعل مفردات العينة مع الصفحات على مواقع التواصل الاجتماعي لتعريف بهوية الثقافية حسب متغير السن.	الجدول 22
82	يوضح تفاعل مفردات العينة مع الصفحات على مواقع التواصل الاجتماعي لتعريف بهوية الثقافية حسب متغير المستوى العلمي.	الجدول 23
83	يوضح مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي لمفردات العينة في تعزيز هويتهم الثقافية حسب متغير الجنس.	الجدول 24
84	يوضح هل مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي للمبشرين في تعزيز هويتهم الثقافية حسب متغير السن.	الجدول 25
85	يوضح مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز الهوية الثقافية حسب متغير المستوى العلمي لمفردات العينة.	الجدول 26

86	الجدول رقم	يوضح الدوافع الثقافية لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز الهوية الثقافية لمفردات العينة حسب متغير الجنس.	27
87	الجدول رقم	يوضح الدوافع الثقافية لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز الهوية الثقافية لمفردات حسب متغير السن.	28
89	الجدول رقم	يوضح الدوافع الثقافية لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز الهوية الثقافية لمفردات العينة حسب متغير المستوى العلمي.	29
90	الجدول رقم	يوضح مظاهر تعزيز الهوية الثقافية على مواقع التواصل الاجتماعي حسب متغير الجنس.	30
91	الجدول رقم	يوضح مظاهر تعزيز الهوية الثقافية على مواقع التواصل الاجتماعي لمفردات العينة حسب متغير السن.	31
93	الجدول رقم	يوضح مظاهر تعزيز الهوية الثقافية على مواقع التواصل الاجتماعي حسب متغير المستوى العلمي.	32
94	الجدول رقم	يوضح العادات و التقاليد التي يحاول مفردات العينة نشرها على مواقع التواصل الاجتماعي حسب متغير الجنس.	33
95	الجدول رقم	يوضح العادات و التقاليد التي يحاول مفردات العينة نشرها على مواقع التواصل الاجتماعي حسب متغير السن.	34
97	الجدول رقم	يوضح عادات و التقاليد التي يحاول مفردات العينة نشرها على مواقع التواصل الاجتماعي حسب متغير المستوى العلمي.	35

رقم الأشكال	عناوين الأشكال	الصفحة
الشكل رقم 01	يمثل دائرة نسبية لتوزيع مفردات العينة حسب متغير الجنس.	59
الشكل رقم 02	يمثل دائرة نسبية لتوزيع مفردات العينة حسب متغير السن.	60
الشكل رقم 03	يمثل دائرة نسبية لتوزيع مفردات العينة حسب متغير المستوى العلمي.	61
الشكل رقم 04	يمثل دائرة نسبية لتوزيع مفردات العينة حسب تصفح مواقع التواصل الاجتماعي.	62
الشكل رقم 05	يمثل دائرة نسبية لتوزيع مفردات العينة حسب درجة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي.	63
الشكل رقم 06	يمثل دائرة نسبية لتوزيع مفردات العينة حسب فترات تصفحهم لمواقع التواصل الاجتماعي في اليوم.	64
الشكل رقم 07	يمثل دائرة نسبية لتوزيع مفردات العينة حسب عدد ساعات التي تقضيها في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي.	65
الشكل رقم 08	يمثل دائرة نسبية لتوزيع مفردات العينة حسب إذا كانوا يعتمدون على مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز هويتهم الثقافية.	66
الشكل رقم 09	يمثل دائرة نسبية لتوزيع مفردات العينة حسب الوسائل التي تعتمد عليها في تعزيز الهوية الثقافية.	67
الشكل رقم 10	يمثل دائرة نسبية لتوزيع مفردات العينة حسب رأيهم في اختلاف مواقع التواصل الاجتماعي عن غيرها من وسائل الإعلام و الاتصال.	68
الشكل رقم 11	يمثل دائرة نسبية لتوزيع مفردات العينة حسب تفاعلهم مع الصفحات على مواقع التواصل الاجتماعي التي يقومون فيها بالتعرف بهويتهم الثقافية للمجتمعات الأخرى.	69
الشكل رقم 12	يمثل دائرة نسبية لتوزيع مفردات العينة حسب مدى مساهمة تفاعلهم في مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز هويتهم الثقافية.	70

71	يمثل دائرة نسبية لتوزيع مفردات العينة حسب الدوافع الثقافية لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي.	الشكل رقم 13
72	يمثل دائرة نسبية لتوزيع مفردات العينة حسب درجة استغلال الطالب الجامعي أوقات فراغه في تعزيز الهوية الثقافية من خلال مواقع التواصل الاجتماعي.	الشكل رقم 14
73	يمثل دائرة نسبية لتوزيع مفردات العينة حسب مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز هويتهم الثقافية.	الشكل رقم 15
74	يمثل دائرة نسبية لتوزيع مفردات العين حسب مظاهر تعزيز هويتهم الثقافية على مواقع التواصل الاجتماعي.	الشكل رقم 16
75	يمثل دائرة نسبية لتوزيع مفردات العين حسب العادات والتقاليد التي تحاول نشرها على مواقع التواصل الاجتماعي.	الشكل رقم 17
76	أعمدة بيانية تمثل اختلاف مواقع التواصل الاجتماعي عن غيرها من وسائل الإعلام والاتصال لمفردات العينة حسب متغير الجنس.	الشكل رقم 18
77	أعمدة بيانية تمثل اختلاف مواقع التواصل الاجتماعي عن غيرها من وسائل الإعلام والاتصال لمفردات العينة حسب متغير السن.	الشكل رقم 19
79	أعمدة بيانية تمثل اختلاف مواقع التواصل الاجتماعي عن غيرها من وسائل الإعلام والاتصال لمفردات العينة حسب متغير المستوى العلمي.	الشكل رقم 20
80	أعمدة بيانية تمثل تفاعل مفردات العينة مع الصفحات على مواقع التواصل الاجتماعي لتعريف بهوية الثقافة حسب متغير الجنس.	الشكل رقم 21
81	أعمدة بيانية تمثل توزيع مفردات العينة مع الصفحات على مواقع التواصل الاجتماعي للتعريف بهوية الثقافة حسب متغير السن.	الشكل رقم 22
82	أعمدة بيانية تمثل مفردات العينة مع الصفحات على مواقع التواصل الاجتماعي لتعريف بهوية الثقافة حسب متغير المستوى العلمي.	الشكل رقم 23
83	أعمدة بيانية تمثل مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي لمفردات العينة في تعزيز هويتهم الثقافية حسب متغير الجنس	الشكل رقم 24

الشكل رقم 25	أعمدة بيانية تمثل مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز الهوية الثقافية لمفردات حسب متغير السن.	84
الشكل رقم 26	أعمدة بيانية تمثل مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز الهوية الثقافية لمفردات العينة حسب متغير المستوى العلمي.	85
الشكل رقم 27	أعمدة بيانية تمثل الدوافع الثقافية لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز الهوية الثقافية لمفردات العينة حسب متغير الجنس.	86
الشكل رقم 28	أعمدة بيانية تمثل الدوافع الثقافية لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز الهوية الثقافية لمفردات حسب متغير السن .	88
الشكل رقم 29	أعمدة بيانية تمثل الدوافع الثقافية لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز الهوية الثقافية لمفردات حسب متغير المستوى العلمي.	89
الشكل رقم 30	أعمدة بيانية تمثل مظاهر تعزيز الهوية الثقافية على مواقع التواصل الاجتماعي حسب متغير الجنس.	91
الشكل رقم 31	أعمدة بيانية تمثل مظاهر تعزيز الهوية الثقافية على مواقع التواصل الاجتماعي لمفردات العينة حسب متغير السن.	92
الشكل رقم 32	أعمدة بيانية تمثل مظاهر تعزيز الهوية الثقافية على مواقع التواصل الاجتماعي لمفردات العينة حسب متغير المستوى العلمي.	93
الشكل رقم 33	أعمدة بيانية تمثل العادات و التقاليد التي يحاول مفردات العينة نشرها على مواقع التواصل الاجتماعي حسب متغير الجنس.	94
الشكل رقم 34	أعمدة بيانية تمثل العادات و التقاليد التي يحاول مفردات العينة نشرها على مواقع التواصل الاجتماعي حسب متغير السن.	96
الشكل رقم 35	أعمدة بيانية تمثل للعادات و التقاليد التي يحاول مفردات العينة نشرها على مواقع التواصل الاجتماعي حسب متغير المستوى العلمي.	97

المقدمة

مقدمة

فتحت التكنولوجيا الحديثة لوسائل الإعلام و الاتصال أفاق كبيرة ، وأثارت العديد من القضايا حول تأثيراتها و إنعكساتها ،سواء إيجابية أم سلبية على الحياة البشرية اجتماعيا، سياسيا، ثقافيا وكذلك التأثير الكبير على نمط الاتصال ،وبهذه تأثيرات أصبح استخدامها حقا خصباً للعديد من الدراسات.

وتعد الانترنت من بين أكثر مظاهر التكنولوجيا الحديثة تجليا والتي نجحت إلى حد كبير في فتح فرص جديدة أمام الأفراد للتفاعل، ونقل أفكارهم ومعلومات من خلال بناء علاقات اجتماعية افتراضية تنتهي عند حدود الشاشة.

ومنذ منتصف تسعينات القرن الماضي بدأ يظهر على هذه الشبكة مواقع جديدة سميت شبكات التواصل الاجتماعي كانت قائمة على تحقيق الاتصال و التواصل بين الأصدقاء و المعارف داخل مؤسسة معينة ،ثم أصبحت فيما بعد عامة مفتوحة للجميع ولا يمكن الاستغناء عنها و أصبحت جزء لا يتجزأ من حياة عدد كبير من الطلبة الجامعيين و هي من أكثر فئات المجتمع تأثيرا بهذه المواقع ،إذن طالت تلك التأثيرات منظومة القيم الاجتماعية و الثقافية ، بحيث زادت من الانفتاح و التطبيع بما يجري في الغرب منتج عنه طغيان على عادات والتقاليد وظهور سلوكيات و مظاهر جديدة لدى الطلبة من حيث العبارات و الكلمات المستخدمة بينهم حيث أصبحت الحروف تكتب بأرقام لاختصار الكلام و الحروف العربية تكتب بحروف أجنبية ، مما جعلها تتناقص مع التاريخ و الهوية الثقافية ، بحيث أصبح لكل فرد عالمه الخاص على هذه المواقع.

وقد جاءت هذه الدراسة منصبة على موضوع حساس قديم و جديد ألا وهو لهوية الثقافية و التي أصبحت تواجه رهانات حقيقية خاصة في ظل التطور المتسرع لوسائل الإعلام و الاتصال الجماهير و الانفتاح على تكنولوجيا ، هذه الأخيرة تم ربطها بمتغير آخر يتمثل في مواقع التواصل الاجتماعي التي أصبحت لها القدرة على تلبية و إشباع حاجيات و رغبات الأفراد و الجماعات نظرا لما تتميز به من خصائص كالانتشار و التنوع و إلغاء الحدود الزمنية و المكانية ،وهذا منتج عنه غزو ثقافي وبداية تراجع الثقافة الأصلية وطمس الهوية الثقافية التي هي أساس قيام كل مجتمع و من أهم السمات المميزة لها فهي تنطوي على المبادئ و القيم التي تدفع الإنسان إلى تحقيق غايات معينة .

وعلى أساس ماتم عرضه يمكننا التأكيد على أنه قد أصبح من الضرورة الملحة معرفة تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على الهوية الثقافية وهو الهدف الجوهرى المعمول على بلوغه من خلال هذه الدراسة التي تضمنت خطتها مايلي: مقدمة عامة ، الإطار النظري و المفاهيمي للدراسة و الإطار التطبيقي للدراسة.

الإطار النظري و المفاهيمي للدراسة تضمن ثلاث فصول كالتالي :

الفصل الأول : وهو فصل خاص بموضوع الدراسة وتعريفها، حيث أحتوى على مشكلة الدراسة وفرضيات الدراسة، أسباب اختيار الموضوع، أهمية الدراسة وأهدافها وتحديد أهم مفاهيمها إضافة إلى عرض الدراسات السابقة و المقاربة النظرية.

الفصل الثاني : المعنون بمواقع التواصل الاجتماعي وهو مقسم بدوره إلى قسمين، القسم الأول : ماهية مواقع التواصل الاجتماعي تضمن ستة عناصر أساسية هي النشأة وتطور مواقع التواصل الاجتماعي ،ملاحم و سمات مواقع التواصل الاجتماعي ،أهم مواقع التواصل الاجتماعي ، خصائص و مميزات مواقع التواصل الاجتماعي و أخيرا أصناف مواقع التواصل الاجتماعي ، إما القسم الثاني المعنون بموقع فايس بوك تضمن خمسة عناصر ألا وهي نشنا و تطور الفيس بوك ،آليات التواصل بين الأعضاء المستخدمين للفيس بوك ،الخدمات الأساسية للفيس بوك آثار استخدام فيس بوك ،و أخيرا إحصائيات موقع فيس بوك .

الفصل الثالث : مقسم إلى قسمين القسم الأول : الهوية الثقافية حيث تضمن ماهية الهوية الثقافية ،مقوماتها و أسسها ،عناصر و خصائص الهوية الثقافية ، مستويات الهوية الثقافية و التحديات التي واجهتها الهوية الثقافية وأخيرا علاقة الهوية الثقافية بمواقع التواصل الاجتماعي،إما القسم الثاني المعنون بالهوية الثقافية الجزائرية تضمن خمسة عناصر ألا وهي الهوية الثقافية بين القيم والأصالة و الحداثة في ظل التغيرات السوسيو ثقافية في المجتمع الجزائري.النخبة الجزائرية والصراع الثقافي حول الهوية الثقافية ،العولمة الإعلامية والهوية الثقافية في الجزائر،محددات الهوية الثقافية في الشخصية الجزائرية.

الإطار التطبيقي : أحتوى على قسمين القسم الأول عالج الإجراءات المنهجية للدراسة في حين المبحث الثاني عالج تحليل البيانات الإحصائية لدراسة النصل في الأخير إلى حويصلة إلى النتائج العامة.

الفصل الأول

الفصل الأول: الإطار المفاهيمي والنظري للدراسة

- 1- مشكلة الدراسة.
- 2- أسباب اختيار الموضوع.
- 3- أهمية الدراسة.
- 4- أهداف الدراسة.
- 5- الدراسات السابقة.
- 6- المقاربة النظرية.
- 7- فرضيات الدراسة.
- 8- تحديد المفاهيم المتعلقة بالدراسة.

1- تحديد مشكلة الدراسة :

شهد الربع الأخير من القرن العشرين تطورات ملحوظة في مجال تكنولوجيا الإعلام و الاتصال (بتول، بوحلمة، 2016، ص 10) حيث ازداد مستخدميها بصورة واضحة و نظرا لهذا التطور زادت الحاجة إليها من قبل المجتمعات الإنسانية.

يستخدمها التأثير كوسيلة للتعامل فيما بينهم و تبادل المعلومات و الأفكار و الآراء و يتجسد هذا من خلال الخدمات التي تقدمها مواقع التواصل الاجتماعي و التي شهدت إقبالا متزايدا من فئات عمرية مختلفة، الأمر الذي جعلهم يعيشون في ظل عالم تقني و مجتمع افتراضي يسيطر على اهتماماتهم و تعد هذه المواقع من أحدث منتجات تكنولوجيا الاتصال حيث إمتد استخدامها ليشمل النشاط الثقافي من خلال تداول المعلومات و الرسائل التي تحتوي على مضامين مختلفة تؤثر بشكل مباشر أو غير مباشر في تشكيل و تعزيز الهوية الثقافية في المجتمع ككل و من أشهر هذه المواقع لدينا فايس بوك، تويتر، إنستغرام إلخ .يعد الفيس بوك من الشبكات الاجتماعية التي لاقت رواجا كبيرا و جماهيرية كبيرة في قائمة مواقع التواصل الاجتماعي (حميش، حمدي، 2017، ص 9) حيث فتحت مجلات عديدة أمام الطلبة كالتفاعل فيما بينهم و نقل انشغالاتهم و انطباعاتهم و الخدمات المتنوعة التي يقدمها وبذلك فإن الفيس بوك قد أصبح ملاذا للطلبة حيث من خلاله يستطيعون التعبير بكل حرية عما يشغل بالهم و ينسجون علاقاتهم الاجتماعية الافتراضية التي قد لا يقدرون عليها في بيئتهم الواقعية.

والشباب الجزائري كمنظائره من الشباب في كل بقاع العالم متفاعل تماما مع هذا الموقع الاجتماعي وخير دليل على ذلك المراتب المتقدمة التي تحتلها الجزائر سواء على المستوى القاري أو العربي من حيث عدد المشتركين فقد أظهرت إحصائيات موقع سوشبول باكرز المتخصص في متابعة الشبكات الاجتماعية عبر العالم إلى عددي مشتركين فايس بوك في الجزائر نهاية ديسمبر 2012 قدر بأكثر من أربعة ملايين وثلاثة و عشرون ألف و تسعة و أربعون مشترك تشكل الفئة العمرية من 24 إلى 28 سنة بالنسبة الأكبر من باقي فئات المجتمع حيث بلغت ستة و ثلاثون بالمائة من مجتمع المستخدمين الجزائريين لهذا الموقع (جعفري، 2017، ص72).

وفي دراستنا هذه سنسلط الضوء على فئة الطلبة الجامعيين باعتبار هذه الفئة من أكثر الفئات القابلة لإعادة التشكيل و الأكثر استعدادا لقبول أي تغيير أو جديد و باعتبارهم الفئة الأكثر انغماسا في

محاكاة و تقليد لما هو وافد (بالعربي،2015، ص11) وبصفتهم المستخدمين لموقع الفاييس بوك و أكثر الشرائح الاجتماعية ديناميكية و حيوية و إبداع .

تتحدد مشكلة هذه الدراسة و موسومة تأثير مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز الهوية الثقافية لدى الطلبة الجامعيين من أجل الخروج بنتيجة حول تأثير مواقع تواصل الاجتماعي على الهوية الثقافية لدى الطالب الجامعي إذ إن خاصية النشر و التبادل التي تتميز بها هذه المواقع أدت إلى رهانات و تحديات جديدة على الهوية الثقافية للشعوب ذلك لأنها تتكون من عناصر قابلة للتأثير و التغيير و العمل على تنميط كل الثقافات الأخرى و صهرها في قالب واحد هذا و ما كان لها من انعكاسات عديدة لاسيما شريحة الطلبة التي اخترناها كمجتمع للبحث في دراستنا هذه و عليه بناء مما سبق نطرح إشكالية الدراسة و المتمثلة في :

ماتأثير الفيس بوك في تعزيز الهوية الثقافية لدى الطلبة الجامعيين؟

2-أسباب اختيار الموضوع:

2-1الأسباب الذاتية:

-يندرج هذا الموضوع ضمن الإطار العام لاهتماماتنا العلمية و البحثية .

-أنية الموضوع و حدائه .

-الميول الشخصي للهوية الثقافية العربية عامة و الهوية الجزائرية خاصة و تعزيز مواقع التواصل الاجتماعي لها .

-الفضول العلمي و الرغبة في اكتشاف الجديد فبعد الاطلاع على العديد من الدراسات و البحوث وجدنا رغبة كبيرة في البحث عن هذه الجزئية و التطرق إليها .

2-2-الأسباب الموضوعية:

-انتشار استخدام مواقع التواصل الاجتماعي بشكل كبير بين الطلبة في الجزائر وتأثيرها على الهوية الثقافية . -أهمية موضوع الهوية الثقافية في الآونة الأخيرة التي عرفت محاولات كثيرة لطمسها و إلغائها .

- موضوع الدراسة مرتبط ارتباطا وثيقا بمجال الإعلام و الاتصال حيث إن مواقع التواصل الاجتماعي أصبح لها دور كبير في التأثير على الهوية الثقافية.
- علاقة موضوع الدراسة مع مجال تخصصنا.
- قابلية الموضوع للدراسة مع مجال تخصصنا.
- قابلية موضوع الدراسة من حيث الإمكانيات المادية و البشرية.
- احتكاك ثقافي قوي حامل بين ثقافتنا و الثقافات الأخرى.
- فقدان مجتمعنا للعديد من سمات الهوية الثقافية .

3-أهداف الدراسة :

- نهدف من وراء هذه الدراسة إلى البحث في مسالة تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على ترسيخ الهوية الثقافية.
- التعرف على تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على الهوية الثقافية.
- إثراء المكتبة بدراسة جديدة في هذا الموضوع .
- معرفة العلاقة الإرتباطية بين أثر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي و المتغيرات التي تطرأ على النمط الاجتماعي كالعادات والتقاليد العرف و نمط الحياة .
- العمل على تأصيل الواقع الحقيقي للهوية الثقافية مع ثقافة المجتمع.
- التعرف على طبيعة مضامين مواقع التواصل الاجتماعي و دورها في خلق عادات و تقاليد جديدة لدى الطالب.

4-أهمية الدراسة :

تتبع أهمية الدراسة من أهمية الموضوع المدروس باعتباره ظاهرة منتشرة في أوساط الطلبة الجزائريين و محاولة البحث عن مدى استخدام و الانعكاسات على هويتهم الثقافية التي تجسد الطموحات المستقبلية في المجتمع وتبرز آثار التطور و التغير في سلوك التأثير و أعمارهم في مجالات مختلفة هذا لمواجهة سلبيات

الاستخدام و توظيف الايجابيات في التعرض توظيفا سليما مع وضع اقتراحات و بعض الحلول في طريقة الانتقاء.

كما تستمد هذه الدراسة أهميتها من حداثة موضوع مواقع التواصل الاجتماعي والاهتمام المتزايد لها في جميع المجالات و الحياة اليومية، إضافة تتجلى هذه الأهمية في التطرق لفئة الطلبة و هم الشباب الجزائري الذي يعتبر المحرك الأساسي و الفئة الرأسية للمجتمع الجزائري، وهو أكثر الفئات المستهدفة بسبب غريزته الاستكشافية إثارة لمعرفة الوسائط الجديدة فضلا عن حاجاته لتأكيد مكانته داخل المجتمع.

وترجع أهمية دراسة هذا الموضوع أيضا إلى أهمية الهوية وتأثيرها على الفرد و على المجتمع من حيث الانتماء و الوطنية و تقوية هذه الجوانب لتحقيق التنمية و التطور خاصة بعد إن أبرزت اليونسكو في دراستها المختلفة إن التنمية الثقافية هي أقوى أنواع التنمية و التطور حيث تبدأ من الداخل و تعتمد في نجاحها على الارتباط بالهوية الذاتية الثقافية و من ناحية أخرى مايشهده المجتمع الجزائري من تحولات و تطورات نتيجة الانفتاح و مصاحب هذا التطور المتصارع من مشاكل و أزمات منها المتعلقة بالهوية الثقافية.

5- الدراسات السابقة :

الدراسات الجزائرية :

الدراسة الأولى : الخنساء تومي دور الثقافة الجماهيرية في تشكيل هوية الشاب الجزائري أطروحة مكملة لنيل شهادة دكتوراه في علوم الاجتماع تخصص علم اجتماع الاتصال جامعة محمد خيضر بسكرة 2015/2016، استهلكت الباحثة هذه الدراسة بالإشكالية الرأسية وهي :كيف تعمل الثقافة الجماهيرية على تشكيل هوية الشباب الجامعي؟ و الأسئلة الفرعية التالية:

-كيف تؤثر الثقافة الجماهيرية على العناصر الدنية المكونة لهوية الشاب الجزائري؟

-كيف تؤثر الثقافة الجماهيرية على اللغة و عناصر الوطنية المكونة لهوية الشاب الجامعي؟

-كيف تؤثر الثقافة الجماهيرية على العناصر الاجتماعية المكونة لهوية الشاب الجامعي؟

هدفت الباحثة من خلال دراستنا هذه إلى الكشف عن أهم القيم المستوردة نتيجة الانفتاح الهائل على وسائل الإعلام و الاتصال الحديثة أي التغلغل الثقافي الاستهلاكي للشباب و إيضاح طبيعة الوعي الذي تشكله الثقافة الجماهيرية لدى شريحة الشباب،اعتبرت الباحثة في دراستنا هذه إن المنهج الوصفي أكثر ملائمة

بحيث اعتمدت عليه ،أجرت هذه الدراسة بجامعة محمد يخضر بسكرة شهر مارس 2016 إلى غاية جوان 2016 وتمثل مجتمع البحث هنا في الشباب الجامعي بجامعة محمد يخضر بسكرة للسنة الجامعية "2015/2016" بالكليات السبع الموجودة بالجامعة ككل و الذي بلغ عددهم 31689 طالب نظرا لضخامة الطلبة المسجلين لتلك السنة فقد اعتمدت الباحثة على عينة متعددة المراحل بأخذ عينة من الكليات الموجودة و من ثمة اخذ عينة من طلبة ماستر مسجلين ضمن تلك الكليات ،وتمثلت نتائج دراستها فيما يلي : موافقة الشباب الجامعي استخدام اللغة العربية في الحوارات اليومية بنسبة كبيرة ،الشباب الجامعي حافظ لكلمات النشيد الوطني و واعي بمدى أهمية هذا النشيد باعتباره احد مقومات الهوية الوطنية الجزائرية و الدولة الجزائرية ،تعد البرامج الاجتماعية و البرامج السياسية من بين البرامج المفضلة لدى الشباب الجامعي و هي ميزة ايجابية ضمن ثقافتهم الفرعية ،تؤثر المسلسلات الأجنبية المدبجة و التركية خاصتها على قيم و ثقافة الشباب الجامعي لأنهم يتابعونها بشكل كبير إناثا و ذكورا ،يعد الشباب الجامعي ماستر اغلبهم إناث بنسبة كبيرة و هذا لأن الفتيات أصبحن يفضلن الدراسة عكس الذكور يفضلون التوجه نحو العمل ،الشباب الجامعي يفضل الاحتفال بالطريقة الغربية في مناسباته و تفضيلهم للأكلات السريعة و الخفيفة (تومي ،2018، ص ص27،26)

الدراسة الثانية : عالية غضبان اثر استخدام شبكات التواصل الاجتماعي على الهوية الثقافية لدى الطلبة الجامعيين الجزائريين في ظل العولمة الإعلامية دراسة ميدانية على عينة من مستخدمي الفيس بوك بجامعة باتنة 1 أطروحة مكملة لنيل شهادة دكتوراه لعلوم الإعلام و الاتصال تخصص وسائل الإعلام و المجتمع للسنة الجامعية 2017 / 2018 ، استهلكت الباحثة دراستها هذه في طرح إشكالية الدراسة المتمثلة في السؤال الرئيسي: ما هو اثر استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في بعض عناصر الهوية الثقافية لدى الطلبة الجامعيين الجزائريين في ظل العولمة الإعلامية ،و اعتمدت على أسئلة فرعية تمثلت في التالي:

-ماهي عادات و إنماط مستخدمي شبكة التواصل الاجتماعي الفيس بوك؟

-ماهي دوافع تعرض تأثير العينة لشبكة التواصل الاجتماعي فيس بوك؟

-ماهي الآثار الايجابية الناجمة عن استخدام الفيس بوك على الهوية الثقافية؟

-ما هي الآثار السلبية الناجمة عن استخدام الفيس بوك على الهوية الثقافية؟

اعتمدت الباحثة في هذه الدراصة على المنهج المسحي الوصفي بالاعتماد على أداة الاستبيان لجمع البيانات من المبحوثين الذين يمثلون عينة من مستخدمي الفيس بوك من جامعة باتنة و قد تم تقسيم الاستمارة إلى ثلاث محاور بالإضافة إلى محور خاص بخصائص عينة الدراصة :

المحور الأول عادات و أنماط استخدام تأثير العينة للفيس بوك.

المحور الثاني علاقة تعرض وتفاعل تأثير العينة مع الفيس بوك.

المحور الثالث حاولت الباحثة معرفة اثر استخدام الفيس بوك على عناصر الهوية الثقافية باعتباره الهدف الأساسي الذي أجريت من أجله الدراصة ، وقد توصلت هذه الدراصة إلى مجموعة من النتائج من بينها : تبين إن تأثير العينة يستخدمون الفيس بوك منذ 4 إلى 5 سنوات ، يدخل اغلب تأثير العينة إلى شبكة الفيس بوك من الهاتف الذكي ، يقضي تأثير العينة من ساعة إلى ساعتين في استخدام الفيس بوك و أوضحت الدراصة إن أهم دوافع استخدام تأثير العينة للفيس بوك هي الاطلاع على آخر الأخبار و مواكبة الأحداث المحلية و الوطنية و العالمية كما أسفرت الدراصة إن استخدام الموقع لم يؤثر في الدين الإسلامي للطلبة و في قيامهم بمختلف شعائهم الدينية كالصلاة، إن مستخدمي الفيس بوك من الطلبة الجامعيين اغلبهم إناث بنسبة 59.7 بالمائة، توصلت النتائج إلى إن تأثير العينة يدخلون إلى الفيس بوك باسم مستعار بنسبة كبيرة خاصة عند الإناث حيث إنه في غالب الأحيان يسمون حساباتهن الفيس بوكية بأسماء مشاهير و يضعون صورهم على بروفيلاتهم عكس الذكور الذين يسمونها بأسمائهم الحقيقية و يضعون صورهم الشخصية(غضبان،2018،ص45،15،14).

الدراصة الثالثة: ورم العيد البعد الثقافي للعولمة و أثره على هوية الشباب الجامعي الجزائري دراصة ميدانية على طلبة ببعض الجامعات الجزائرية أطروحة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة دكتوراه في فرع علم الاجتماع جامعة محمد لمين دباغين سطيف2018.2017، استهل الباحث دراسته هذه بطرح إشكالية الدراصة المتمثلة في السؤال الرئيسي: هل ساهم استخدام الشباب الجامعي لشبكات التواصل لاجتماعي " فيس بوك نموذجاً لاكتسابه لعناصر قيمة و لغوية جديدة؟ و اعتمدت على التساؤلات التالية:

-ماهي علاقة الشباب الجامعي بمواقع التواصل الاجتماعي الفيس بوك؟

-هل ساهم استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في اكتساب الشباب الجامعي لعناصر قيمة جديدة؟

-هل ساهم استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في اكتساب الشباب الجامعي لعناصر لغوية جديدة؟(وارم،2018،ص24).

تتبع أهمية الدراسة من خطورة الآثار الناجمة عن المشكلة المتعلقة بعنصرين هامين في البناء الاجتماعي هما الشباب و النسق أقيمي للمجتمع و تهدف إلى معرفة دور الكبير الذي تلعبه شبكات لتواصل الاجتماعي و على رأسها الفيس بوك في المنظومة لثقافية السياسية و الاجتماعية للمجتمعات و يتمثل مجتمع الدراسة في هذه الدراسة في الطلبة الذين يمثلون فئة الشباب الجامعي الجزائري ذكورا و إناثا يزاولون دراساتهم في مختلف كليات جامعات محمد البشير الإبراهيمي برج بوعريريج جامعة سطيف 2 جامعة محمد بوضياف مسيلة خلال العام الجامعي 2016/2017 الذين يستخدمون الشبكات الاجتماعية على الإنترنت و تحديدا موقع فيس بوك،وقد اعتمد الباحث في دراسته هذه على أسلوب العينة القصيدة تم اختيارها من طلبة جامعة سطيف 2 و جامعة محمد البشير الابراهيمي و جامعة محمد بوضياف المسيلة ، وتنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الاستكشافية حيث تحاول استكشاف بعض إبعاد ظاهرة التغير الثقافي الناتج عن استخدام الفيس بوك و لقد اعتمد الباحث أيضا في دراسته على أداة الملاحظة و استمارة الاستبيان في جمعه للبيانات و المعلومات المتعلقة بالدراسة ، كما توصل إلى النتائج التالية: استخدام مواقع التواصل الاجتماعي و تحديدا فيس بوك لم يعد حكرا على سكان المدن فقط بل و مع بروز تقنيات الجيل الثالث و الرابع و دعم شركات اتصال لتوصيل شبكة الإنترنت إلى القرى و الأرياف عن طريق تقنية الجيل الثالث عبر الشرائح الهاتفية "مودم 4G" ،بأثمان و خدمات مقبولة سهلت من استخدام سكان الأرياف و المناطق الشبه حضارية و جعل الشباب يتهافتون على استخدامه بكثرة ،نسبة 96 بالمائة من تأثير العينة يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي و بنسبة 2.66 بالمائة منهم يستخدمونها أحيانا ،تأثير العينة يستخدمون موقع الفيس بوك من 4 إلى 5 سنوات ،50 بالمائة من المبحوثين يقضون من 4 ي 6 ساعات يوميا يتصفحون موقع فيس بوك ،تأثير العينة يختلفون في توقيت استخداماتهم للفيس بوك فهناك تأثير يستخدمونه في الفترة المسائية وتأثير في الفترة الصباحية أو في فترة السهرة، تتنوع الوسائل التي يعتمد عليها المبحوثين فمنهم من يفضل الغرفة الخاصة لأن الفيس بوك يحتاج إلى نوع من الخصوصية و منهم من يفضل الجامعة ، المنزل أو مقاهي الإنترنت الشارع أو النقل ...الخ،تختلف دواعي استخدام الموقع عن المبحوثين فئة من المبحوثين يستخدمون الفيس بوك بداعي البحث عن علاقات رومانسية و فئة أخرى بداعي التسلية و الترفيه و فئة أخرى بداعي خلق صداقات جديدة (وارم،2018،ص 24، 25).

الدراسة الرابعة : نبيلة جعفري انعكاسات شبكات التواصل الاجتماعي على الهوية الثقافية للشباب الجامعي الجزائري مذكرة ماجستير جامعة أم البواقي 2017 ، تمثلت إشكالية الدراسة في السؤال التالي: ماهي انعكاسات استخدام موقع فيس بوك من طرف الشباب الجامعي الجزائري على معالم هويته الثقافية ، و اعتمدت الباحثة على مجموعة من التساؤلات هي كالتالي :

-ما المقصود بالشبكات الاجتماعية الالكترونية؟و ماهو موقع فيس بوك؟

-مامدى استخدام الشباب الجامعي لهذا الموقع و ما أنماط هذا الاستخدام؟

-مادوافع استخدام الشباب الجامعي لهذا الموقع؟

-ما تأثيرات هذا الاستخدام عن بعض معالم هويته الثقافية اللغة العربية، الدين، التاريخ؟

-كيف يمكن للشباب الجزائري إن يستغل خصائص و إمكانيات هذا الموقع في تدعيم معالم هويته الثقافية؟

-هدفت هذه الدراسة إلى معرفة طبيعة الشبكات الاجتماعية الالكترونية بصفة عامة و موقع فيس بوك بصفة خاصة ومدى استخدام الشباب الجامعي الجزائري لهذا الموقع و أنماط استخدامه و الإشبعات المتحققة من ذلك و معرفة الآثار الناجمة من استخدام هذا الموقع وذلك بالتطبيق على عينة قصيدة قوامها 147 من الشباب الجامعي الجزائري لجامعة أم البواقي بواسطة استمارة استبيان كما استخدمت الباحثة الدراسات الوصفية التي تهدف إلى دراسة واقع الأحداث و الظواهر و تحاول تحليلها و تفسيرها من أجل تصحيح هذا الواقع أما عينة الدراسة فقد لجأت الباحثة إلى أسلوب المسح بالعينة بما إن حجم مجتمع البحث كبيراي كل طلبة جامعة أم البواقي و قد حاولت الباحثة في دراستها هذه اختيار مفردات العينة بشكل قصدي معتمدة على العينة القصدية العمدية على المستخدمين الفعليين لموقع فيس بوك و التي ترى بأن مفرداتها ستخدمها في جمع بيانات الدراسة بغية الوصول لأهدافها و عليه فقد قدر عدد المبحوثين ب147 مبحوث 77 ذكور و 70 إناث ،وقد توصلت هذه الدراسة إلى مجموعة من النتائج من بينها :نسبة 44.21 بالمائة من المبحوثين تستخدم موقع فيس بوك بصفة دائمة ، توصله الدراسة إلى إن اغلب المبحوثين يفضلون استخدام اللهجة العامية في هذا الموقع ويفضلون كتابتها بحروف أجنبية بدل الحروف العربية، أغلبية المبحوثين ينشرون أمور متعلقة بالدين الإسلامي على صفحاتهم ،إن نسبة كبيرة من المبحوثين لا تهتم بنشر صور شخصيات تاريخية ولا بالتعريف بها على بروفائليها ،تحاول نسبة كبيرة من المبحوثين تحسين صورة الإسلام من خلا هذا الموقع كلما تعرض لحملة تشويه ،تتمثل محددات الهوية الثقافية لدى الشباب الجامعي(عينة الدراسة) في الإسلام أولا الجزائر ثانيا اللغة

العربية ثالثاً ، يستخدم الشباب الجامعي عينة الدراسة موقع فيس بوك بغية الدردشة التي تعتبر من أهم النشاطات التي يقومون بها ، يعتبر الاطلاع على ميدور في العالم من أحداث و التعرف على آراء الآخرين في مختلف القضايا التي تطرح على كافة الأصعدة من أهم الدوافع لاستخدامهم هذا الموقع(جعفري، 2017ص،82،90).

2-الدراسات العربية :

الدراسة الأولى: أحمد خميس خليل مضامين الإعلام الشبكي وعلاقتها بالهوية الثقافية دراسة ميدانية للمجتمع الطلابي بجامعة العراق كلية الإعلام والاتصال الجامعة الأمريكية دبي 2009 ، استهل الباحث دراسته هذه بطرح إشكالية الدراسة المتمثلة في السؤال الرئيسي: ما مدى استخدام طلبة الجامعات العراقية للمضامين مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقتها بالهوية الثقافية لديهم؟ واعتمدت على التساؤلات التالية:

-ما دوافع استخدام عينة الدراسة لمضامين مواقع التواصل الاجتماعية؟

-ما تأثير مضامين مواقع التواصل الاجتماعي على الهوية الاجتماعية لعينة الدراسة؟

-ما التأثيرات المختلفة لمضامين مواقع التواصل الاجتماعي على الهوية اللغوية لعينة الدراسة؟

-ما العلاقة بين استخدام عينة الدراسة لمضامين مواقع التواصل الاجتماعي والهوية الثقافية لديهم؟

تعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التي أعتمد فيها الباحث على المنهج المسحي (الوصفي)الإعلامي الميداني وتكتسي أهميتها في سعي الباحث إلى كشف مدى اهتمام الشباب المستخدمين لمواقع التواصل الاجتماعي بالهوية الثقافية وهدفت هذه الدراسة للتعرف على استخدام طلبة الجامعات العراقية لمضامين مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقتها بالهوية الثقافية وتمثل مجتمع الدراسة في طلبة الجامعات العراقية من ذكور وإناث من خلال تطبيق عينة عشوائية قوامها 400 مفردة وزعت بالمناصفة مع الجامعات الحكومية جامعة بغداد والمستنصرية 200 مفردة والجامعات الخاصة: جامعة النهرين الجامعة العراقية 200مفردة في الفترة الممتدة من 1/04/2018 إلى 30/04/2018،و استخدم الباحث الاستبيان كأداة جمع للبيانات تم تطبيقها على عينة من الشباب الجامعي العراقي سن (20/18) بالفرق الدراسية الأربعة. وقد توصل الباحث في دراسته هذه إلى مجموعة من النتائج من بينها :أبرز المواقع استخداما بالنسبة لعينة الدراسة هو مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة بلغت 80.2 بالمائة،جاء ترتيب مواقع التواصل الاجتماعي حسب درجة

استخدامها بالنسبة لعينة الدراسة على النحو التالي: أولاً الفيس بوك بنسبة 30.2 بالمائة ثانياً واتس اب بنسبة 28.1 بالمائة وثالثاً توتير بنسبة 21.9 بالمائة وأخيراً اليوتيوب بنسبة 19.9 بالمائة، يقضي تأثير العينة من 2 إلى 4 ساعات يومياً في تصفح مواقع التواصل الاجتماعي، زيادة المعرفة بالأخبار اليومية بسبب زيارة وتصفح عينة الدراسة لمواقع التواصل الاجتماعي، الفرانكوب هي اللغة المتداولة في عملية التواصل الاجتماعي بين الشباب وعبر مواقع التواصل الاجتماعي (خليل، 2009، ص15).

الدراسة الثانية: حامد سعيد الحبر ابتسام محمد رشيد عقيل منى عبد الحميد حسن واقع دور شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي الثقافي لدى طالبات كلية التربية الأساسية في دولة الكويت مذكرة دكتوراه سنة 2017، استهل الباحث دراسته بالإشكالية التالية:مدور شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي الثقافي لدى الطالبات كلية التربية الأساسية في دولة الكويت؟ و قد تطرق إلى أسئلة فرعية تمثلت في التالي:

- ما أغراض طالبات كلية التربية الأساسية في دولة الكويت من استخدام شبكات التواصل الاجتماعي؟
- ما مبررات استخدام طالبات كلية التربية الأساسية في دولة الكويت لشبكات التواصل الاجتماعي؟
- مدرجة تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على تفاعل طالبات كلية التربية الأساسية في دولة الكويت مع الأحداث المجتمعية؟
- مدرجة إسهام شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي الثقافي لدى طالبات كلية التربية الأساسية في دولة الكويت؟
- ما مدى وجود فروق ذات دلالة إحصائية في استجابات عينة الدراسة تعزى لمتغير التخصص؟
- ما مدى وجود فروق ذات دلالة إحصائية في استجابات عينة الدراسة تعزى لمتغير المستوى الدراسي؟ (حامد محمد رشيد عقيل عبد الحميد حسن، 2017 ، ص82).

تمثل هدف الباحثون في هذه الدراسة في معرفة دور شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي الثقافي لدى طالبات التربية الأساسية في دولة الكويت مستخدمين في ذلك المنهج الوصفي لملائمة وتحقيق الأهداف حيث من خلاله تم تحديد الظاهرة موضوع الدراسة وجمع البيانات عنها ثم جمعها وتحليلها وصولاً إلى النتائج المرجوة للدراسة (حامد محمد رشيد عقيل عبد الحميد حسن، 2017 ، ص83) أما أداة الدراسة تم تصميم

استبيان لتحقيق إغراض الدراصة ،قد توصل الباحثون إلى مجموعة من النتائج من بينها : درجة عالية من القناعة لدى تأثير العينة من ضرورة وجود تلك الشبكات وارتباطها بظروف المجتمع ، متوسط استخدام طالبات كليات التربية الأساسية في دولة الكويت في شبكات التواصل الاجتماعي في التفاعل مع الأحداث الثقافية في المجتمع كأن مرتفع إلى حد كبير، شبكات التواصل الاجتماعي لها دور كبير في تنمية الوعي الثقافي لدى طالبات كلية التربية الأساسية في دولة الكويت.

التعقيب على الدراسات السابقة:

نلاحظ إن أغلب الدراسات التي قدمناها من خلال البحث ركزت على عملية الاستخدام وطريقة تعامل تأثير المجتمع مع تكنولوجيا الإعلام والاتصال أيضا تسليط الضوء في جل هذه الدراسات على زاويتين: الأولى هي زاوية الاستخدامات والإشاعات التي تحققها هذه التكنولوجيات الحديثة ،والثانية هي من زاوية الغرس الثقافي والتي تتمثل في مشكلة العلاقات الاجتماعية والاعترا ب والقيم والمجتمع. وهذا ما يتطلب جهودا كبيرة من أجل البحث في أغوارها وسلبياتها ومخاطرها ووضع السبل العلاجية المناسبة من أجل توظيفها في المكان الصحيح لأن كل هذه التكنولوجيات في جميع المجالات التي توظف وتستخدم سواء بشكل عشوائي أو منظم فالمشكلة ليست في الاستخدام ولكن المشكلة في كيف نستفيد منها في تطوير أنفسنا والحفاظ على علاقتنا الإنسانية الطبيعية.

أغلب الدراسات التي قدمت ركزت على العلاقة الثنائية بين استخدام هذه الرسائل ومدى تأثيرها على الموروث الثقافي للمجتمع الجزائري من كل النواحي ،وهذه الدراسات هي مشابهة لدراستنا أولا وهي مواقع التواصل الاجتماعي وأثرها على الهوية الثقافية.

مما لاشك فيه إن الدراسات السابقة المعتمدة عليها ذات أهمية بالغة واستفدنا منها في صياغة المشكلة وفي صياغة الفروض وقياس المتغيرات ومقارنة النتائج السابقة بالنتائج الحالية.

من خلال عرض الدراسات السابقة التي هي ذات صلة بمتغيري موضوعنا ،الإعلام الجديد بأحدث تطبيقاته(مواقع التواصل الاجتماعي والهوية الثقافية)،تبين لنا إن هذه الدراسات اشتركت في عموها في البحث عن تأثيرات وسائل الإعلام الجديدة على الهوية الثقافية ومتحدثه هذه الأخيرة داخل المجتمعات من تغيرات جذرية على مستوى القيم والأفكار والاتجاهات.

وتمثلت أوجه استفادتنا العلمية من هذه الدراسات في أنها مثلت لنا قاعدة معرفية انطلقنا منها في تطوير منهجيته البحث واكتساب رصيد معرفي حول الفكرة البحثية، وصناعة بعض أسئلة استمارة الاستبيان بالإضافة إلى اعتمادها كمرجع هام لمعلومات النظرية في البحث.

وكانت الاستفادة أيضا في الجانب التوثيقي خاصة فيما يخص ضبط كل من مفهوم الهوية الثقافية وأهم العناصر والمقومات المكونة لها، وكذا مقارنة النتائج المتوصل إليها مع نتائج دراستنا الحالية.

6-المقاربة النظرية :

إن هذه الدراسة تأثير مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز الهوية الثقافية ليتمكن الوصول إلى نتائج دقيقة فيها إلا من خلال الاستناد إلى مدخل نظري معين من نظريات الإعلام و الاتصال من شئنا إن تقدم لنا نسبة صفة العمق و الشمول لدراستنا من خلال تتبع فرضياتها و الاستفادة منها و أيضا من خلال ما توصله إليه و في دراستنا هذه استنادا على نظرية الغرس الثقافي من أجل الوصول إلى نتائج أكثر شمولاً و خدمة لموضوع دراستنا.

نظرية الغرس الثقافي:

تعريفها: تعتبر نظرية الغرس الثقافي تصويراً تطبيقياً للأفكار الخاصة بعمليات بناء المعنى و تشكيل الحقائق الاجتماعية و التعلم من خلال الملاحظة و الأدوار التي تقوم بها وسائل الإعلام في هذه المجالات حيث تؤكد الفكرة العامة التي تجتمع حولها النظريات السابقة وهي قدرة وسائل الإعلام على التأثير في معرفة التأثير وإدراكهم للعوامل المحيطة بهم خصوصا بالنسبة للتأثير الذي يتعرضون لهذه الوسائل بكثافة أكبر (عبد الحميد، 2004، ص330).

الفكرة الأساسية التي تقوم عليها هذه النظرية هي إن تأثير وسائل الإعلام شمولي عام وإن مواقف الناس تجاه قضايا معينة يطرأ عليها نوع من التغيير مع مرور الوقت و هذا التغيير يتف مع المضمون الذي تجسده الرسالة الإعلامية. كما تقول هذه النظرية إن التأثير الأكثر استخداما لوسائل الإعلام هم أكثر تأثير المجتمع عرضة لتبني تصورات التي تقدمها لهم وسائل الإعلام عن القضايا المثارة (البشير، 2014، ص 119)

ترى نظرية الغرس الثقافي إن التلفزيون هو عنصر من عناصر التنشئة الاجتماعية و تحاول معرفة ماذا كأن الجمهور يعتقد إن كل ما يراه في التلفزيون هو جزء من واقعه في الحياة ة يؤكد جيريبرز و زملاؤه إن التلفزيون لديه تأثير كبير في تبني المواقف و الأحكام لذلك ترتبط هذه النظرية بين كثافة التعرض

مشاهدة التلفزيون بصفة خاصة و اكتساب المعاني و المعتقدات و الأفكار و الصور الرمزية حول العام التي تقدمه وسائل الإعلام بعيدا عن العالم الواقعي أو الحقيقي و ترى النظرية إن مشاهدة التلفزيون تقود إلى تبني اعتقاد حول طبيعة العالم الاجتماعي وإن قوة التلفزيون تتمثل في الصور الرمزية التي يقدمها في محتواه الدرامي عن الحياة الحقيقية التي يشاهدها التأثير لفترات طويلة و التأثير في هذا المجال ليس تأثير مباشر حيث يقوم أولا على التعلم ثم بناء وجهات النظر حول الحقائق الاجتماعية بحيث يمكن النظر إلى إنها عملية تفاعل بين الرسائل و المتلقين (عبد الحميد 2004، ص ص 331،332)

ونظرية الغرس الثقافي هي نظرية إجتماعية تهدي دراسة تأثير التلفزيون على الماركين و كان هذا في الستينات و السبعينات وضعها مجموعة من العلماء تالكن موسها الرئيسي هو Gerben George و يعتقدوا حب هذه النظرية إن الناس في المجتمعات الغربية إنما هم أسرى الواقع المصنوع هذا و إنهم يتصرفون و يعيشون على واقع غير الواقع الحقيقي بكل ما يتبين من تعقيدات من مثل هذا التباين (عمر المفلح، 2015، ص، 165)

فروض نظرية الغرس الثقافي: تدور فروض نظرية الغرس الثقافي حول فرض أساسي مفاده إن التعرض المنظم لوسائل الإعلام منها التلفزيون يؤدي تدرجيا إلى تبني الصورة الذهنية و أفكار و معتقدات و وجهات نظر حول الواقع الاجتماعي يمثل الواقع الذي تعرض له المشاهد من خلال الوسيلة الإعلامية و التلفزيون و من هنا يمكن تلخيص فروض النظرية فيما يلي:

إن الناس في المجتمعات المعاصرة اصبحوا أكثر اعتمادا على مصادر شخصية للخبرة و إن صناعة ثقافة الجماهيرية التي تربط عناصر الوجود و تكوين الوعي المشترك أصبحت منتجا تقدمه وسائل الإعلام. إن التلفزيون مقارنة بالوسائل الإعلامية الأخرى ينفرد باستخدام غير انتقائي من قبل الجمهور إن الناس يمتصون المعاني المتضمنة في عالم التلفزيون بشكل غير واعى .

يوجد ارتباط قوي بين حجم المشاهدة و معتقدات المشاهدين حول الواقع الاجتماعي بحيث تتشابه تتشابه ادراكات كذب في المشاهدة و يظهر إن الادراكات ترتبط بالعالم التلفزيون أكثر من ارتباطهم بالواقع الاجتماعي.

من بين فروض نظرية الغرس الثقافي التي وضعها الباحث جرنبر فيما يلي:

يقدم التلفزيون عالم متمثلا من الرسائل و الصور الذهنية تعبر عن الاتجاه السائد فالغرس عبارة عن عملية ثقافية تؤدي إلى خلق مفاهيم عامة توجد الاستجابة للأسئلة و مواقف معينة ولا ترتبط بالأخلاق و

المعتقدات المنعزلة و تأتي هذه المفاهيم من التعرض الكلي لبرامج التلفزيون وليس من خلال بعض البرامج المنتقاة.

تحليا مضمون الرسائل الإعلامية يقدم علامات لعملية الغرس يفترض إن تعكس أسئلة المسح المستخدمة في تحليل الغرس مل يقدمه التلفزيون في رسائل التلفزيون لجماعة كبيرة من المشاهدين على فترات زمنية طويلة مع الاهتمام بالتركيز على قياس المشاهد الكلية و أسئلة المسح المستخدمة في تحليل الغرس يجب إن نتجه نحو اعتبارات العلم الواقعي هو المطلب الأول لعملية الغرس و كذلك توجد أهمية موازية للعالم الرمزي الذي يقدمه التلفزيون و هو المطلب الثاني لعملية الغرس.

تشكل الوسائل التلفزيونية نظاما متماسكا يعبر عن اتجاه السائد في الثقافة يرتبط الغرس كعملية ثقافية بإطار متماسك من المعلمات و المعاني المفاهيم العامة التي تتمثل ففي استجابات إلى أسئلة معينة أكثر من ارتباط بحقائق أو معتقدات مغزولة فالتنوع في تشكيل البرامج و اسالب تعديهما لا يتم التركيز عليه في تحليل الغرس لئن التحلي يتم أساسا بالأفكار و الصور العامة التي تقدمها البرامج ككل حيث يهتم التلفزيون ببنان الأفكار ونماذج التفاعل الاجتماعي و تقديم النماذج الاجتماعية ليعبر عن الثياب و الاستقرار و التمسك في الحياة و العلم و هذا هو أساس هدف عملية التحليل الثقافي (الكريطي، 2018، ص74/75).

علاقة نظرية الغرس الثقافي بالدراسة : ترتبط نظرية الغرس الثقافي بموضوع دراستنا الموسومة تأثير مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز الهوية الثقافية لدي الطلبة الجامعيين انطلاق من نظرية الغرس الثقافي ارتبطت بالجهود التي طورها الباحث الأمريكي ' جورج جريير 'من خلال مشروعه الخاص بالمؤشرات الثقافية لنجد إن هذه النظرية ساعدتنا في القيام بالدراسة على عينة من الطلبة الجامعيين بولاية البويرة جامعة أكلي محند والحاج وذلك بهدف التعرف على مدى تأثير مواقع التواصل الاجتماعي بصفة عامة و الفيس بوك بصفة خاصة في تعزيز الهوية الثقافية لدي الطلبة الجامعيين وهذا ما يتضح أكثر من خلال اهتمام النظرية ببحوث المؤشرات الثقافية التي تبرز في القضايا متداخلة يمكن إسقاط يعظها على موضوع الدراسة كما يلي:

بما أن نظرية الغرس الثقافي تعتمد على متغيرين أساسيين المتغير المستقل المتمثل في العادات و نمط المشاهد (كثيف، قليل) و المتغير التابع المتمثل المتمثل في المعتقدات و الآراء و الاتجاهات و القيم الثقافية فإن التعرض الكثيف و المستمر لفترة طويلة لمواقع التواصل الاجتماعي يؤثر في معرفة التأثير و إدراكهم للعوامل المحيطة بهم وذلك لطبيعة المضامين المختلفة التي تنشر عبرها و بالتالي إحداث تغيرات على المعتقدات و العادات و التقاليد و القيم و اللغة الوطنية و إصباغ تحويلات جديدة فإن كان التلفزيون

عند ظهوره في الستينات قد احدث تغير واضحا في المجتمع الامريكي فإن مواقع التواصل الاجتماعي الآن و في هذا العصر بخصائصها و سماتها المتنوعة مكنت من إحداث تغييرات أسرع مما أحدثه التلفزيون من قبل لما تملكه من قدرة هائلة على التأثير و التشكيل وفقا لما أحدثته شبكة الإنترنت من سرعة الانتشار و بالتالي ساعدتنا نظرية العرس الثقافي في التعرف على ماهية مواقع التواصل الاجتماعي من جهة و من جهة أخرى أفدتنا في التعرف على نوع الصورة الذهنية و النمطية التي تغرسها مواقع التواصل الاجتماعي من هوية الطالب الثقافية ومن ثم التعرف على أهم الآثار التي تخلفها و اتجاهات الطالب التي تكمن حيال متقدمه هذه المواقع عن الهوية الثقافية لان فئة الطلبة تعتبر الشريحة الأكثر استخداما و تعرضا لها .

7- فرضيات الدراسة

- الطلبة الجامعيين أكثر اعتمادا على مواقع التواصل الاجتماعي لترسيخ الهوية الثقافية.
- تتفرد مواقع التواصل الاجتماعي عن غيرها من وسائل الإعلام و الاتصال بالاستخدام غير انتقائي من قبل الطلبة الجامعيين.
- توجد دلالات بين حجم استخدام مواقع التواصل الاجتماعي و معتقدات الهوية الثقافية للطلبة الجامعيين.

8- تحديد المفاهيم والمصطلحات :

تكتسب الحقائق والأشياء قمتها من المعني و الصورة المشتركة التي يرسمها التأثير لها و يتفقون عليها في البيئة الواحدة وهذه المعاني و الصور تصاغ في شكل رموز ذات دلالة بحيث تستدعي هذه الرموز بجرد ذكر المعاني و الصور التي تعبر عنها و يعتبر تحديد المفاهيم احدي الخطوات الهامة التي يحتاجها الباحث في الدراسة و البحوث بهدف الاتفاق على المحادثات الخاصة لكل مفهوم ولتأكيد الاتفاق على هذه التعميمات و التفسيرات العلمية التي تقوم على بناء المفاهيم تظهر حاجتنا إلى هذه المرحلة لكي نحدد من خلالها جملة من المفاهيم و التي غالبا ما تتصادم في ذهن الباحث مع مفاهيم مشابهة (عبد الحميد ، 2000 ص،20)

1التأثير :

لغة: لقد وردت لفظة التأثير في لغة الفقهاء على إنه التأثير من الأثر ترك علامة في شيء ومنه التأثير العلة في الفراغ أي تخليفها الحكم فيه (قلعة جي قنبي،1988، ص 86)

اصطلاحاً: هو إضافة حالة نفسية ناتجة عن إضافة أفكار جديدة لدى المتلقي تجعله عند تحركه مدفوعاً بهذه الحالة النفسية دوراً كبيراً جداً بل أساسياً في تغيير السلوك الإنساني أو مجموعة من الناس لفترة معينة في اتجاه معين (الشاعر، 2009، ص 07).

اجهو ما تحدثه الرسائل الإعلامية في نفس المتلقي و كلما استجاب المتلقي لرسالة يحدث تأثير و التأثير هو نتاج التفاعل الواقعي بين خصائص الرسالة الإعلامية و خصائص المتلقي لها (يحياوي، 2019، ص 22).

إجرائياً: التأثير في دراستنا هو التغيير الحاصل على مستوى الهوية الثقافية للطلبة الجامعيين نتيجة استخدامهم مواقع التواصل الاجتماعي عامة و الفاييس بوك خاصة.

2- مواقع التواصل الاجتماعي:

اصطلاحاً: هي منظومة من الشبكات الالكترونية التي تسمح للمشاركة فيها بإنشاء موقع خاص به ومن ثم ربطه من خلال نظام اجتماعي الكتروني مع أعضاء آخرين لديهم الاهتمامات والهوايات نفسها أو جمعه مع أصدقاء الجامعة أو الثانوية (العريشي الدوسري، 2015، ص 23).

تصنف مواقع التواصل الاجتماعي ضمن مواقع الويب (0.2) لأنها بالدرجة الأولى تعتمد على مستخدميها في تشغيلها وتغذية محتوياتها كما تتنوع أشكال وأهداف تلك المواقع فبعضها عام يهدف إلى التواصل العام وتكوين صداقات حول العالم وبعضها الآخر يتمحور حول تكوين شبكات اجتماعية في نطاق محدد ومنحصر في مجال معين مثل شبكات المحترفين وشبكات المصورين ومصممي الجرافيكس (الشمائلية اللحام كافي، 2015، ص 209).

إجرائياً: مواقع التواصل الاجتماعي هي كل الحسابات والمساحات على شبكة الإنترنت التي تتيح التواصل لمستخدميها مع مختلف التأثير في إي وقت وأي مكان في العالم وهي المواقع التي ساهمت في خلق فضاءات افتراضية بديلة عن الواقعية.

3- الاستخدام:

لغة: من استخدم استخداماً واستخدمه إي اتخذه خادماً والرجل استو هبه خادماً (بختي بالحاج، 201، ص 17)

اصطلاحاً: يعرف الاستخدام بأنه ما يستخدمه الفرد فعلياً من المعلومات إي إنه الاستخدام الفعلي للمعلومات التي يحتاجها بالفعل إضافة إلى إن الاستخدام ربما يرضي احتياجات المستفيد ولا يرضيها وذلك عندما ليجد المعلومات التي يحتاجها بالفعل (بالبالة، 2019، ص119).

إجرائياً: نقصد بالاستخدام في دراستنا هو استعمال الطلبة لمواقع التواصل الاجتماعي عامة وموقع الفيس بوك بصفة خاصة من خلال عملية التصفح التي يقوم بها كل فرد من التأثير في هذه المواقع وتتجسد هذه العملية في شكل وعاءان وأنماط هذا التصفح.

4- التعزيز :

لغة: عزز: التعزيز: من صفات الله عز وجل وأسمائه الحسنی قال الزجاج هو الممتع فلا يغلبه شيء وتعزز الرجل: صار عزيز وهو يعتز بفلان واعتز وتعزز تشرف وعز على يعز وعزة وعزازة: كرم وأعززته: أكرمه وعزز فلان ا وغيره: قواه دعمه شده جعله عزيزاً (بوشامة العايب، 2017، ص 08).

اصطلاحاً: يعرف التعزيز على أنه ما يعقب الاستجابة أو السلوك من اثار: منها ما هو مرض مريح مقنع مشبع ايجابي فيقال: له اثر طيب أو مكافأة أو تعزيز موجه ومنها ما هو غير مرضي مؤلم منفر أو سالب فيقال: له اثر غير طيب أو عقاب أو تعزيز سالب (بوشامة العايب، 2017، ص 08).

إجرائياً: بالتعزيز في دراستنا هذه هو ضرورة نشر الوعي بين الطلبة بأهمية الهوية الثقافية ودعم فكرة المحافظة على الإرث الثقافي والعمل على ترسيخها في أذهان الطلبة بصفة خاصة والمجتمع بصفة عامة.

5- الهوية:

لغة: الهوية في اللغة مشتقة من الضمير هو وهي تشير إلى ما يكون به الشيء هو هو إي من حيث تشخيصه وتحقيقه في ذاته وتميزه عن غيره فهو وعاء الضمير الجمعي لأي تكتل بشري ومحتوى لهذا الضمير في نفس الآن بما يشمله من قيم وعادات ومقومات تكيف وعي الجماعة وإرادتها في الوجود والحياة داخل نطاق الحفاظ على كيانها (بن قفة مسعودي، بدون سنة، ص854).

اصطلاحاً: هي عبارة عن مركب من العناصر المرجعية المادية والاجتماعية الذاتية المصطفاة التي تسمح بتعريف خاص للتفاعل الاجتماعي (تريكي، 2020، ص31).

إحساس الفرد بذاته وفرديته بالإضافة إلى التكامل الأساسي واستمرارية القيم والسلوك والتأثير التي يحتفظ بها في مختلف الظروف (عربي جرفي، 2020، ص10).

إجرائياً: المقصود بالهوية في دراستنا هي الشفرة التي يستطيع الفرد من خلالها معرفة نفسه وذاته وترتبط بالانتماء والقومية والذاتية والمواطنة والبعد الثقافي الاجتماعي لدى الطالب الجامعي

6- الثقافة:

لغة: مستمدة من الفعل الثلاثي ثقف إي صار حاذقا وثقفه بالرمح طعنه ويقال ثقف الرمح إي قومه وسواه وثقف الولد إي هذبه وجعله مهذبا (ملحس استيتية، 2004، ص226).

اصطلاحاً: الثقافة معرفة علمية مكتسبة تتطوي على الجانب المعياري وتتجلى في السلوك الواعي للإنسان " فرد أو جماعة" في تعامله في الحياة الاجتماعية مع الوجود بأجزائه المختلفة (السيد قرعوش، 2014).

إجرائياً: المقصود بالثقافة في دراستنا هي ثقافة الطالب الجامعي والتي تتكون من مجموعة العناصر المتكاملة فيما بينها والمتمثلة في العادات والتقاليد والأعراف وكل المقومات الاجتماعية والدينية في المجتمع.

7- الهوية الثقافية:

- هي التفرد الثقافي بكل ما يضمنه معنى الثقافة من عادات وأنماط وتقاليد وسلوك وقيم .

- هي الرمز أو القاسم المشترك أو النمط الراسخ الذي يميز فرد عن فرد أو مجموعة عن مجموعة من التأثير أو شعباً من الشعوب عن غيره.

يعرفها موسى على أنها مجموعة من الصفات الجوهرية الثابتة سواء في الأشياء أو الأحياء أو في المجتمعات كما إنه يرتبط ارتباطاً وثيقاً بالجانب الجغرافي للأطفال حيث إنه كلما كانت الهوية الثقافية للأطفال عالية يكون أدائهم الأكاديمي (على محمد على يوسف، 2013، ص ص23، 22).

إجرائياً: بالهوية الثقافية في دراستنا هذه هي هوية الطلبة الجامعيين بجامعة البويرة ونعني بذلك الكل المركب المتجانس من السمات والخصائص المتمثلة في اللغة والدين والقيم والعادات والتقاليد والأعراف الموروثة.

8 الطالب الجامعي:

لغة: الطالب الذي يطلب العلم ويطلق حرفا عي التلميذ في مرحلتي التعليم الثانوي والعالى "ج" طلاب
طلبة .

- الطالب هو التلميذ من مرحلة التعليم الإعدادي والثانوي والعالى "ج" طلبة وطلاب ويطلق الطالب
على من يسعى في التحصيل على الشيء جاء في الحديث الشريف من هو مانى لا يشبعان: طالب العلم
وطالب المال (مصطفى وآخرون، دون سنة نشر، ص658).

اصطلاحا: هو ذلك الشخص الذي سمحت له كفاثة العلمية بالانتقال من مرحلة الثانوية إلى مرحلة
التكوين المهني أو الفني العالى إلى الجامعة تبعا لتخصصه الفرعي وبواسطة شهادة أو دبلوم يمتاز بنوع من
الذكاء ومجموعة من المعارف العلمية له طموحات وأهداف يتطلع إليها المجتمع سمحت له شهادته العلمية
بأن يتلقى تعليما عاليا في مؤسسة علمية راقية (شرفي، 2017، ص9).

إجرائيا: الطالب الجامعي في دراستنا هذه هو ذلك الشخص المسجل في مؤسسة من مؤسسات التعليم
العالى والذي يزاول دراسته بصفة رسمية ويستخدم مواقع التواصل الاجتماعي " فبس بوك" وينتمي إلى جامعة
اكلي محند والحاج البويرة.

9- الفيس بوك:

لغة: الفيس بوك كلمة أعجمية مكونة من جزأين: فيس face وبوك book وهي تعني كتاب الوجوه مثلما
أراد بها مؤسس الموقع.

اصطلاحا: هو شبكة تواصل اجتماعي مجانية منتشرة على الإنترنت تسمح للمستخدمين المسجلين بإنشاء
متصفحات أو صفحات شخصية وتحميل الصور والفيديو وإرسال الرسائل إلى العائلات والزملاء بهدف
التواصل وطبقا لبعض الإحصائيات فإن مستخدمى الإنترنت في الولايات المتحدة الأمريكية مثلا ينفقون وقتا
على الفيس بوك أكثر من إي موقع آخر (قمحية، 2017، ص54،55).

إجرائيا: الفيس بوك في دراستنا هذه هو ذلك الموقع الذي يستخدمه طلبة جامعة البويرة في التفاعل
فيما بينهم وتكوين العلاقات الاجتماعية الافتراضية تمكنهم من الاطلاع على الثقافات الأخرى وتعزيز الهوية
الثقافية.

هوامش والمراجع الخاصة بالفصل الأول

المعاجم:

- 1- إبراهيم مصطفى و آخرون معجم الوسيط" طبعة الأولى، اسطنبول: المكتبة الإسلامية للنشر و التوزيع.
- 2- محمد رواس قلعة جي، حامد صادق قنبيبي معجم لغة الفقهاء الطبعة الأولى و الثانية، دار النقاش للنشر و التوزيع، بيروت لبنان، 1988.

• الكتب:

- 1- إبراهيم عمر يحيوي تأثير تكنولوجيا الإعلام والاتصال على العملية التعليمية في الجزائر، دار اليازوري، 2019.
- 2- جبريل بن حسن أعرشي و سلمى بنت عبد الرحمان محمد الدوسري الشبكات الاجتماعية و القيم. رؤية تحليلية، طبعة الأولى، الدار المنهجية للنشر و التوزيع، عمان الأردن. 2015
- 3- حسان احمد قمحية، الفايسبوك تحت المجهر، طبعة الأولى، دار النخبة للنشر و التوزيع، مصر، 2017.
- 4- حيدر شلال متعب الكريطي وسائل الإعلام و بناء المجتمع الديمقراطي دراسة في دور التلفزيون، المنهان، 2018.
- 5- خضرة عمر المفلاح، الاتصال المهارات و النظريات و أسس عامة، الطبعة الأولى، دار ومكتبة حامد لنشر و التوزيع، عمان، 2015 .
- 6- دلال محسن استثنائية، التغيير الاجتماعي و الثقافي، الطبعة الأولى، عمان، دار وائل، 2004.
- 7- زينب على محمد على يوسف، الهوية الثقافية و مسرح الطفل، مكتبة الأنجلو المصرية، 2013 .
- 8- عبد الرزاق الدليمي، نظريات الاتصال في القرن الحادي و العشرين، دار اليازوري العلمية لنشر و التوزيع، عمان، 2016.
- 9- عزمي طه السيد. كايد قرعوش " الثقافة الإسلامية مفهومها. مصادرها خصائصها. مجالاتها 2014"
- 10- ماهر عودة الشمالية. محمود عزت اللحام . مصطفى يوسف كافي "تكنولوجيا الإعلام و الاتصال" الطبعة الأولى . عمان. الأردن. دار الإعصار العلمي لنشر و التوزيع 2015
- 11- مبارك تريكي، فصول في اللسانيات الاجتماعية، مركز الكتاب الأكاديمي، 2020 .
- 12- محمد بن سعود البشر، نظريات التأثير الإعلامي، طبعة الأولى، العبيكات لنشر، الرياض، 2014.
- 13- محمد عبد الحميد، نظريات الإعلام و اتجاهات التأثير، طبعة ثالثة، عالم الكتب، القاهرة، 2004.

14-محمد عبد الحميد، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، الطبعة الأولى، عالم الكتب للنشر و التوزيع، القاهرة، 2004.

• ملتقيات:

1-بن قفة سعاد ،مسعودي كلثوم ،الهوية المهنية للمرأة العاملة الجزائرية في ظل متطلبان الأمن الإنساني ،الملتقى الدولي الثاني ،جامعة قاصدي مرياح ،ورقلة،المذكرات والرسائل العلمية.

• المذكرات والرسائل العلمية:

2-احمد خميس خليل، مضامين الإعلام الشبكي وعلاقتها بالهوية الثقافية، دراسة ميدانية للمجتمع الطلابي بالجامعات العراقية، مذكرة دكتوراه في الإعلام والاتصال، الجامعة الأمريكية، دبي. 2006.

3-الخنساء تومي ،دور الثقافة الجماهيرية في تشكيل الهوية للشباب الجامعي ،أطروحة مكملة لنيل شهادة دكتوراه في علم الاجتماع ،جامعة محمد خيضر ،بسكرة، 2015/2016.

4-حامد سعيد الحبر ،ابتنسام محمد رشيد عقيل ،منى عبد الحميد حسن،واقع شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي الثقافي لدى طالبات كلية التربية الأساسية في دولة الكويت ،مذكرة دكتوراه، 2017.

5-غالية غضبان ،اثر استخدام شبكات التواصل الاجتماعي على الهوية الثقافية لدى الطلبة الجامعيين الجزائريين في ظل العولمة الإعلامية ،دراسة على عينة من مستخدمي الفيسبوك بجامعة باتنة ،نموذجا جامعة الحاج لخضر ،باتنة ،أطروحة دكتوراه ،2017/2018 .

6-وارم العيد ،البعد الثقافي للعولمة وأثرها على الهوية الشباب الجامعي الجزائري ،أطروحة دكتوراه في علم اجتماع التربية.

7-جعفري نبيلة ،شبكة الفيسبوك نموذجا ،جامعة العربي بن مهدي ،أم البواقي ،مذكرة ماجستير، 2017.

8-بوشامة نجا ،العايب ايمان ،التعزيز ودوره في التحصيل الدراسي لدى التلاميذ،مذكرة ماستر في علم الاجتماع والتربية ،جامعة محمد الصديق بن يحي،جيج، 2017.

9-شرفي سعيدة،العوامل التي تساهم في إشارة دافعية الإنجاز لدى الطالب الجامعي،مذكرة ماستر في الإدارة وتسيير التربية ،جامعة العربي بن مهدي ،أم البواقي، 2017.

- 10- عائشة بختي. هاجر بالحاج ،استخدام الصحفيين الجزائريين للإعلام البديل كمصر للمعلومة الصحفية 'الفايسبوك نموذجاً'،مذكرة ماستر أكاديمي في الإعلام والاتصال ،جامعة قاصدي مرباح ،ورقلة ،2019.
- 11-لعيني هدى. جرفي عادلّة ،اثر مواقع التواصل الاجتماعي على الهوية الثقافية لدى الطلبة الجامعيين،مذكرة ماستر في الإعلام والاتصال ،جامعة محمد الصديق بن يحي ،جيجل ،2020.
- 12-مرزاقة بلبالّة ،تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على القيم الاجتماعية للطلبة الجامعيين،مذكرة ماستر في الاتصال والعلاقات العامة ،جامعة محمد خيضر ،بسكرة ، 2019.
- 13-ديمّة الشاعر ،التأثير بالآخرين والعلاقات العامة ،بحث مقدم لنيل شهادة الدبلوم في العلاقات العامة الأكاديمية، السورية ،.

الفصل الثاني

الفصل الثاني : مواقع التواصل الاجتماعي

❖ تمهيد

➤ 1-مواقع التواصل الاجتماعي

- 1-1-نشأة و تطور مواقع التواصل الاجتماعي
- 1-2-ملاح و سمات مواقع التواصل الاجتماعي
- 1-3-أهم مواقع التواصل الاجتماعي
- 1-4-خصائص ومميزات مواقع التواصل الاجتماعي
- 1-5-صعوبات و تحديات مواقع التواصل الاجتماعي
- 1-6-أصناف مواقع التواصل الاجتماعي

➤ 2-موقع فيس بوك

- 2-1-نشأت و تطور الفيس بوك
- 2-3-الخدمات الأساسية للفيس بوك
- 2-4-أثار استخدام الفيس بوك
- 2-5-إحصائيات موقع فيس بوك

❖ خلاصة الفصل

هوامش و مراجع الفصل الثاني

تمهيد :

شهدت مواقع التواصل الاجتماعي عدة تطورات في فترات زمنية متقاربة على مستوى كل موقع و أصبحت تعتبر كفضاء واسع لتناقل المعلومة و الأخبار المختلفة بين مختلف شرائح المجتمع من خلال خدمات عديدة التي تتيحها لأي شخص حتى يتمكن من التواصل مع الغير ومتابعة الأحداث الجارية أول بأول ،إلا إننا لا يمكننا إنكار إنها أثرت و لا تزال تؤثر على مجتمعنا إلى يومنا هذا تأثيرا إيجابيا و سلبيا. فتأثير هذه المواقع كبير و واسع مما يدل على إن الشباب اليوم أصبح يقضي معظم وقته على هذه المواقع ربما ضررها أكثر من نفعها إذ لم يتم استخدامها بالشكل الصحيح ، و في هذه الدراسة سوف نتعرف على هذه المواقع و نشأتها و تطورها و أهم خصائصها و مميزاتها و أهم أنواعها و الصعوبات التي قد تواجهها هذه المواقع.

1- مواقع التواصل الاجتماعي:

1-1 مواقع التواصل الاجتماعي النشأة و التطور:

المرحلة الأولى: بدأت مجموعة من المواقع الاجتماعية في الظهور في أواخر التسعينات مثل (كلاس مينس) عام 1995 لربط بين زملاء الدراسة، و موقع "سيكس دجريزيس" عام 1997 حيث ركز الموقع على الروابط المباشرة بين الأشخاص وكانت تقوم فكرته أساسا على فكرة بسيطة يطلق عليها الدرجات الست للانفصال، و ظهرت في تلك المواقع الملفات الشخصية للمستخدمين و خدمة إرسال الرسائل الخاصة بمجموعة من الأصدقاء ظهرت أيضا مجموعة مواقع أخرى مثل لايف جورنال وموقع كايوور لدا الذي أنشا في كوريا سنة 1999 و كأن أبرز ما ركزت عليه مواقع التواصل الاجتماعي في بدايتها خدمة الرسائل القصيرة و الخاصة بالأصدقاء وهذا ما عرف بالمرحلة الأولى.

المرحلة الثانية: تشير إلى مجموعة من المواقع على الويب (مدونات مواقع المشاركة الوسائط المتعددة و غيرها... الخ) اهتمت بالتطوير تجمعات افتراضية مركزة على درجة كبيرة من التفاعل والاندماج والتعاون، ولقد ارتبطت هذه المرحلة بشكل أساسي بتطور خدمات شبكة الإنترنت وتعتبر مرحلة اكتمال الشبكات الاجتماعية، ويمكن إن نؤرخ لهذه المرحلة بانطلاقة موقع ماي سبايس وهو الموقع الأمريكي المشهور ثم موقع الفيس بوك.

و تشهد المرحلة الثانية من تطور الشبكات الاجتماعية على الإقبال المتزايد من قبل المستخدمين لمواقع الشبكات العالمية ويتناسب ذلك مع تزايد مستخدمي الإنترنت على مستوى العالم (حجازي إبراهيم، 2018، ص71).

حيث ظهرت بعض المحاولات الأخرى إلا إن الميلاد الفعلي لشبكات الاجتماعية كما تعرفها اليوم كان مع بداية 2002 حيث ظهر موقع فرنر الذي حقق نجاح دفع غوفل إلى محاولة شرائه سنة 2003، لكن لم يتم التوافق على شروط الاستحواذ، و في النصف الثاني من نصف العام ظهر في فرنسا موقع "سكا يروك" تحقيق كمنصة لتدوين ثم تحول بشكل كامل إلى شبكة اجتماعية سنة 2007، و قد استطاع موقع "سكا يروك" تحقيق انتشار واسع ليصل في جانفي 2008 إلى المركز السابع في ترتيب المواقع الاجتماعية وفقا لعدد المشتركين (مجاهد، 2010، ص56).

ومع بداية 2005 ظهر موقع "ماي سبيس" الأمريكي الشهير الذي تفوق على غوغل في عدد مشاهدات صفحاته، و يعتبر موقع سبايس من أوائل الشبكات الاجتماعية و أكبرها على مستوى العالم و مع منافسة

الشهير فيس بوك FACEBOOK الذي كان قد بدأ في الانتشار المتوازي مع ماي سبيس حتى قام فيس بوك في 2007 بإتاحة تكوين تطبيقات للمطورين و هذا أدى إلى زيادة أعداد مستخدمي فيس بوك بشكل كبير وعلى مستوى العالم و نجح بالتفوق على منافسة اللوذ ماي سبيس عام 2008 أيضا ظهرت عدة مواقع أخرى YOUTYOUNG، TWITTER لتستمر ظاهرة مواقع الشبكات الاجتماعية في التنوع و التطور (حجازي إبراهيم، 201، ص 72).

تقوم الفكرة الرئيسية لمواقع التواصل الاجتماعي على جمع بيانات الأعضاء في الموقع و يتم نشرها علنا على الموقع حتى يجتمع الأعضاء ذو المصالح المشتركة و الذين يبحثون عن ملفات أو صورا اعتمادا على صلاحيات الخصوصية التي تمنحها للزوار.

تقوم الفكرة الرئيسية لمواقع التواصل الاجتماعي على جمع بيانات الأعضاء في الموقع و يتم نشرها علنا على الموقع حتى يجتمع الأعضاء ذو المصالح المشتركة و الذين يبحثون عن ملفات أو صورا اعتمادا على صلاحيات الخصوصية التي تمنحها للزوار.

1-2- ملامح و سمات مواقع التواصل الاجتماعي:

1-المجهولية: عكس الاتصال الذي يكون وجها لوجه الذي فيه أطراف عملية التواصل ببعضهم البعض ، يتم الاتصال عبر هذه المواقع بالمجهولية ، التي تتيح لأطراف الاتصال يفرض عليه سمات تجعله يختلف اختلافا كبيرا عن الاتصال وجها لوجه ويرتبط بسمات المجهولية. هذه مسألة أخرى على قدر كبير من الأهمية لاتتم أي عملية اتصالية بدونها، ألا وهي هوية أطراف هذه العملية ، فلا يوجد شكل أو أسلوب من أساليب الاتصال بدون ارتباطه بهويات محددة للقائمين عليها والممارسين له وبالطبع يختلف تحديد هذه الهويات من أسلوب اتصالي لآخر فهي أسلوب الاتصال وجها لوجه ، ويعرف أطراف العملية الاتصالية بعضهم ببعض ، حيث إنه من الشروط الضرورية لإتمام هذا الشكل من الاتصال أي الحضور الفيزيائي للفرد ، فبدون هذا الحضور يمكننا نعت هذا الاتصال بأنه نمط اتصال وجه لوجه ، أما عبر الإنترنت عموما فإن هذه الأهمية التي يكتسبها الحضور الفيزيائي للاتصال وجها لوجه تنتفي وتفقد أهميتها.

2-حرية التعبير وعدم التقيد بالسياقات المكانية: إن عامل المجهولة التي يتمتع بت التأثير إبان مناقشتهم وأنشطتهم الاتصالية يمنحهم حيزا كبيرا من الحرية التي تمكنهم من قول ما يريدون بدون خوف أو خجل فالإنترنت تسمح لمستخدميها إن يتجاوزوا قيود الحياة اليومية المفروضة عليهم (قيود الملابس والتألق، قيود المكان ومحددات اللغة ، والأطراف الاجتماعية).

كما أنها تسمح للفرد إن يكون مايريد وما يجب.

به بحيث كل المطلوب منه هو إن يختار أسما مستعارا والذي ليريد للآخرين إن يتعرفوا عليه ويتواصلوا من خلاله ولكن هو فرد مطلق الحرية في أن يختار الذكر أسما أنثويا وقد تختار الأنثى أسما ذكوريا. وقد يختار كل منهم أسم نبات أو زعيم أو ممثل أو ممثلة ما أو حتى اسم رياضي مشهور.... الخ. من الاختيارات التي يصعب على أي كان حصرها والتي تتعدد وتتنوع بتعدد العقول والاختيارات والتحولت الإنسانية والأهواء.

3- المساواة بين أطراف النقاش:

في هذا النوع من الاتصال هناك مساواة ترتبط بالحرية التي يتمتع بتا أطراف النقاش فطالما إن كل فرد غير معروف للآخرين وهو حر إن يقول مايشاء، فإن أطراف هذا الحديث سوف يتمتعون بقدر كبير من المساواة والغير متوفرة في أشكال الاتصال الأخرى ، ويظهر هذا القدر من الحرية من خلال الإمكانيات الواقعية التي يتمتع بها التأثير في المشاركة والحوار والجدل والنقاش. لوحظ أيضا من أهم أسباب سمات الاندماج على المواقع الاجتماعية:

-وجود صورة جرافيكية تعمل كمحفز للشخص للولوج إلى هذه المواقع.

-توفر تقنيات تمكن من إرسال واستقبال الملفات بين المتحاورين أو قائمة الأصدقاء ولعل ماجعل أصحاب هذه المواقع يعملون على تطوير هذا النمط من الاتصال وإدخال الإعلانات والتي تعود بالربح على أصحاب هذه المواقع فالهدف منها هو الربح الاستهلاكي.

-لجوء البعض لاستخدام هذه المواقع تعويضا لعلاقاتهم الاجتماعية مع من هم من حولهم حيث يشعرون بالخجل أو الانطواء في التعامل مع الآخرين لذا تمثل هذه البرامج مكانا أرحب لنشأة علاقات اجتماعية مستعارة لاسيما وإنها تسمح بوجود الشباب من الجنسين حيث يحاولون لعب أدوار إناث ذكور لتحقيق إشباع ذاتية سيكولوجية(حميش. حمدي، 2017، ص36).

كل السمات والملاح التي تتميز بها مواقع التواصل وعلى اختلاف أشكالها قد تتيح سهولة الولوج إليها والتوافق مع برمجياتها بالإضافة إلى إنها تتيح الحرية التامة للمقبلين عليها فهي بمثابة قبلة لإقامة وإنشاء علاقات اجتماعية مع الآخرين التي قد يتعذر الوصول إليها في الحياة الواقعية الحقيقية .

1-3- أهم مواقع التواصل الاجتماعي:

منذ الظهور الأول لمواقع الشبكات الاجتماعية تعددت و تنوعت بين شبكات شخصية و عامة تطمح لتحقيق أهداف محددة تجارية مثلا و منذ بدايتها اختلفت المواقع التي تنصدر القائمة بين سنة و أخرى فتاريخا

كأن لموقع "سيكس دفرينز" أهمية كبيرة و صدى واسع مع بدايتها الأولى و كذلك موقع "اوماي نيوز" و غيرها ،و مع تطور الشبكات الاجتماعية أصبح تصنيفها يأتي بالنظر إلى الجماهير حيث تصدر القائمة عدد من الشبكات و هي كالتالي: فيس بوك. تويتر. فلكر. يوتيوب. أنستغرام و هي المواقع التي سنتحدث عنها باعتبارها من أهم الشبكات الاجتماعية في الوقت الحالي. و كذا بالنظر إلى اختلاف تخصص كل موقع.

موقع فيس بوك: Facebook يعتبر موقع فيس بوك واحد من أهم مواقع التشبيك الاجتماعية و هو لا يمثل منتدى اجتماعيا فقط و إنما أصبح قاعدة تكنولوجية سهلة بإمكان أي شخص إن يفعل بواسطتها مايشاء.

هو موقع وايب للتواصل الاجتماعي يمكن الدخول إليه مجانا ،تديره شركة فيس بوك ، يتيح نشر الصفحات الخاصة Profiles و قد وضع في البداية لخدمة طلاب الجامعة و هيئة التدريس و الموظفين ثم اتسع ليشمل كل الأشخاص(صادق،2008،ص218).

موقع تويتر: Twitter موقع تويتر هو شبكة اجتماعية يستخدمها ملايين الناس في جميع أنحاء العالم للبقاء على اتصال مع أصدقائهم و أقاربهم و زملاء العمل من خلال أجهزة الكمبيوتر الخاصة بيهم و الهواتف النقالة ، و تسمح واجهة التويتر بنشر رسائل قصيرة تصل إلى 140 حرف يمكن قراءته من طرف مستخدمي الموقع و يمكن للمستخدم إن يعلن متابعته لأحد الشخصيات و في هذه الحالة يبلغ هذا الشخص في حال ما إذا هذه الشخصيات قد وضعت مشاركة جديدة.

-يمثل التويتر شبكة معلوماتية أنية مدعومة من الناس في جميع أنحاء العالم تسمح بمشاركة و اكتشاف ماذا يحدث الآن حيث يطرح الموقع في واجهته السؤال:

-ماذا يحدث الآن؟ What's happening ويجعل الإجابة تنتشر إلى الملايين عبر العالم على الفور.

يعد موقع تويتر من بين التكنولوحيا الجديدة للإعلام الاجتماعي الذي يسمح بنشر عدد من المعلومات و يعتبر موقع تويتر موقع تدوين مصغر برز في نشر و تنظيم المعلومات حول الأحداث الكبرى مثل حرائق كاليفورنيا 2008 ، والانتخابات الأمريكية في نفس العام و الاحتجاجات الانتخابية الإيرانية عام 2009 و قد أصبح التويتر جزءا من و سائل الإعلام المختلفة حيث يمكن المستخدمين من استقبال تدفق المعلومات الواردة من كل و سائل الإعلام.

يبقى موقع التويتر إلى يومنا الحالي من أهم الشبكات الاجتماعية التي تتمتع بجماهيرية عالية و التي تميل الشخصيات المهمة إلى استخدامها حتى تكون أقرب إلى الجماهير و التعرف على مدى اهتمام الجماهير بنشاطاتهم وذلك من خلال كسب أكبر عدد من المتابعين (صادق،2008،ص218).

موقع فليكر Flickr.Com: موقع اجتماعي خاص يتبادل الصور و مقاطع فيديو على الإنترنت ،يستخدم الموقع بشكل كبير في تبادل الصور الشخصية بين الأصدقاء من طرف الخبراء أو الهواة الذين يرغبون في نقل الصور التي التقطوها إلى العالم.

تم تطوير موقع فليكر في فيفري 2004 بواسطة شركة لودي كروب Loudi corp بعد إن قامت الشركة بتأسيس لجنة جماعية عملاقة على الإنترنت ثم تم التخلي على اللعبة و لكن مشروع فليكر ظل قائما ليتحول اليوم إلى أكبر قاعدة لتبادل الصور ، و في مارس 2005 قامت شركة ياهو بشراء لودي كروب و فليكر و يسمح هذا الموقع لمستخدميه بتنظيم صورهم كالمجموعات الشخصية أو مجموعات عامة تشترك في صفحات معينة كليهما معا(نومار،2012،ص ص65،61).

يوفر موقع فليكر خدمة حفظ الصور بشكل عام للزبائن حيث يستطيع أي متصفح للموقع إن يشاهد أو يستطيع محمل الصور جعلها خاصة فلا تتوفر إلا لصاحب الحساب أو من يسمح لهم بمشاهدتها ،يستطيع المستخدم عند تحميل الصورة إن يحدد من يستطيع مشاهدة الصورة أو لا، الصورة الخاصة يشاهدها مالك الحساب بشكل دائم ولكنه يستطيع تحديد الصورة المسموح بمشاهدتها للعامة أو من يختارهم هو ،أيضا يستطيع المستخدم مشاركة الصور الخاصة في المجموعات العامة (صادق،2008،ص208).

موقع يوتيوب: Youtyoub هو أحد المواقع الشهيرة التي و الذي استطاع بفترة زمنية قصيرة الحصول على مكانة متقدمة من ضمن مواقع التواصل الاجتماعي وخصوصا في دوره المتميز في الأحداث الأخيرة التي جرت و وقعت في أنحاء مختلفة من العالم منها الكوارث الطبيعية و التحركات و الانتفاضات الجماهيرية و الثورات الشعبية(محمد الديهي،2015،ص471).

تأسس يوتيوب كموقع مستقل في الرابع عشر من فبراير 2005 بواسطة ثلاثة موظفين هم الأمريكي "تشاد هيلي" و "التايواني" تشين" و "البنغالي" جاود كريم "الذين يعملون في شركة Paypal المتخصصة في التجارة الإلكترونية بيد جاود كريم ترك رفقائه للحصول على درجة علمية من كلية ستانفورد ليصبح الفضل الحقيقي في ظهور يوتيوب الذي نراه اليوم للتنائي الآخرين اللذان نجحا في تكوين أحد أكبر الكيانات في عالم الويب (الدليمي،2015،ص194).

موقع الإنستغرام : Instagram يعزز الاتصالات السريعة عبر الصور و التعليقات عليها أو تسجيل الإعجاب و هو من المواقع التي اكتسبت شعبية على المستوى الفردي والمؤسسي ،والانستغرام تطبيق متاح لتبادل الصور إضافة إلى إنها شبكة اجتماعية.

كانت بداية الأستغرام عام 2010 حينما توصل إلى تطبيق يعمل على التقاط الصور و إضافة فيلتر رقمي و إرسالها عبر خدمات الشبكات لاجتماعية (الشاعر.2015.ص66).

1-4- خصائص ومميزات مواقع التواصل الاجتماعي:

لمواقع التواصل الاجتماعي خصائص ومميزات كثيرة جعلت منها مقصدا لمتصفح الإنترنت في جميع أنحاء العالم ومن أهم هذه الخصائص والمميزات:

1-سهولة الاستخدام:تطورت مواقع التواصل الاجتماعي بحيث أصبحت سهلة النشر وتحقيق التواصل عبر الإنترنت.لذا نجد إن كل مايتطلبه استخدام مواقع التواصل الاجتماعي هو التدريب البسيط على الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات. وفي المقابل هنالك بعض التطبيقات للأشخاص المتقدمين على التطبيقات. وهي بسيطة في التصميم والألوان.

2-التواصل والتعبير عن الذات:أتاحت مواقع التواصل الاجتماعي قنوات اتصال جاذبة لاعتماد على نشر محتوى معين.وأصبحت حاجة المهتمين في الاتصال مع الآخرين.

3-تشكيل المجتمع بطرق جديدة: على الرغم من أن المفاهيم المجتمعية الوهمية وجدت منذ بداية التطبيقات الالكترونية.إلا إن مواقع الشبكات الاجتماعية وفرت سبلا جديدة للاتصال.فقد ينظم المستخدمون لمجموعات قراءة الكتب والاتصال من خلال التبادل وقراءة الكتب التي يحبون.

4-نقل البيانات:تسمح غالبية مواقع التواصل الاجتماعي لأعضائها باستعراض مواقع أصدقائهم.وقد مكن نقل البيانات المتاحة في هذه المواقع مستخدم من استعراض موقعه ومشاركته مع عامة الناس وأصدقائه.وتوفر بعض المواقع تطبيقات تسمح للمستخدمين بوصف العلاقة بينهم وبين أعضاء آخرين.وبعض التطبيقات التي تم استخدامها بكثرة في الاحتياجات الشعبية الأخيرة في البلدان العربية.

5-نشاطات من القاعدة إلى القمة:توفر مواقع التواصل الاجتماعي منصات مثالية يستطيع من خلالها المستخدمون المشتركون بالقضايا و القيم نفسها من إن يتعارفوا بشكل فعال و بتكاليف اقل.مثال ذلك يستطيع الأطباء إن يتشارك و يتأكدو من الحالات الطبية النادرة من خلال مواقع التواصل الاجتماعي. كما استخدمت

هذه المواقع لأغراض سياسية. و منها الدعاية الانتخابية في الحملات المختلفة سواء كانت برلمانية أم بلدية و توسيع دائرة المستخدمة

6-العاطفة من خلال المحتوى: تعتبر المشاركة العاطفية إحدى الدوافع لاستخدام التدوين المصغر و ترتبط خصائص و قوة المواقع الاجتماعية مع ما يعرف بالمشاركة أو التبادل العاطفي. و يظهر ذلك بشكل واضح في تيارات الوعي الاجتماعي (وداعة الله 2020. ص ص67،65) .

ومن بين خصائص مواقع الشبكات الاجتماعية أيضا:

-تشمل هذه الشبكات على مجموعة غير متوقعة من المشاركين.

-يتبادل الأعضاء عدد غير منظم من المعلومات.

-كل الأعضاء يعملون على تطوير الحاجة إلى المعلومات و بسبب الطبيعة الدينامية لشبكات الاجتماعية على الانترنت.

-استطاعت هذه المواقع إن تحافظ على تطور المشتركين و كذا محتوى المعلومات.

إن اخذ كل هذه الخصائص معا يجعلنا نلاحظ التغير الكبير في استخدام الأشخاص للإنترنت و طريقة تنظيم الاتصالات الشخصية وفقا للبيئات الاجتماعية المختلفة، ويبدو جليا إن الشبكات الاجتماعية أثرت بشكل كبير و أدت إلى تشكيل طريق جديد للاتصال الشخصي و كذا كيفية تسير الاتصالات الاجتماعية (بالعربي، 2015، ص 41).

- وفي الأخير نجد بأن مواقع التواصل الاجتماعي تتميز بمجموعة من الخصائص المختلفة والكثيرة التي كانت سبب في زيادة إقبال وولوج التأثير إليها فهي تختصر العديد من الخطوات وتقديم العديد من الاختصارات لمتصفحها بالإضافة إلى إنها تنظم سير عملية التعامل والتواصل بين مستخدميها .

1-5- صعوبات وتحديات مواقع التواصل الاجتماعية:

رغم الخدمات الكبيرة التي قدمتها شبكات التواصل الاجتماعي للمستخدمين إلا إنها تواجه عددا من الصعوبات و التحديات التي تنعكس في الغالب سلبا على المستخدم، منها:

1-ضعف الإنتاجية: اعتاد الناس على استخدام الأدوات الالكترونية لتنظيم و توسيع حياتهم الاجتماعية، ولا كذلك يكون احي إنا على حساب الإنتاجية و العمل لذلك فهي ليست مرغوبة عند أرباب العمل.

2- سلاسل مرافق العضوية (صعوبة المغادرة): بالرغم من وجود خيارات الحد في شبكات التواصل الاجتماعي، إلا إن كثيرا من المستخدمين اكتشفوا إنه من المستحيل إزالة أنفسهم بشكل كامل من الفاييس بوك مثلا، وهو موالد قلقا لدى البعض بشأن استخدام الشبكات ووضع بياناتهم الشخصية.

3- انعدام الخصوصية وضعف الإيمان: باستطاعة شبكات التواصل الاجتماعي إن تبيع معلومات المستخدم الشخصية لأي شخص، و الملكية الفكرية مهددة فيها، فإعمال كثير من الفنانين و كتاب ليعرف مصيرها، و طبيعة الاستخدام البسيط لهذه الشبكات، وضعف عامل الأمن على الخصوصية، جعل من السهل على مجرمي الإنترنت اختراقها.

4- انعدام الهوية الحقيقية: الهوية الحقيقية لا يمكن إن تعرف و تظهر إلا إذا اجتمع الشخص بالأخر و تبقي العلاقة بين الأشخاص عبارة عن أسطورة إذ غابة عنها لغة الجسد و معرفة سلوك الشخصي مباشرة. لذلك من الصعب الحصول على السلوك الكامل للمستخدم و السمات الشخصية ممن خلال التفاعل الالكتروني.

5- الشريعة و التماثيل: خلال شبكات التواصل الاجتماعي تمكنت بعض المنظمات الغير رسمية من تضليل و خداع المستخدمين الأقل حذرا، بأشكال كثيرة كنصب و الاحتيال.

6- تزيف المحتوى: المصادقية في البيئة الإنترنت غالبا ما يكون أكثر تعقيدا ممن محتويات وسائل الإعلام العادية بسبب تعدد مصادر المحتويات الشبكية .

7- المراقبة و الحجب: تملك الحكومات ممثلة بأجهزة استخباراتها قدرة كبيرة على المراقبة و مواجهة تطور وسائل الإعلام، ممن ثم حجبها كما حدث في مصر مؤخرا، ويمكن إن تتحول وسائل الإعلام الاجتماعية إلى أدوات استخبارية قيمة تستخدمها الحكومات لجمع المعلومات (الرعود، 2012، صص 51، 50).

1-6- أصناف مواقع التواصل الاجتماعي: الباحثة إيجاد منهج يستطيع من خلاله تقديم أهم تصنيفات مواقع التواصل الاجتماعي ممن بينها:

تصنيف قانت به (Online College degrees) اختارت فيه (25) شبكة اجتماعية تهتم المكتبين و صنفتهم إلى ثلاث فئات على النحو التالي:

1- اتصالات: لتواصل مع المستخدمين و الموظفين و تضمنت 6 شبكات و هي:

.Facebook/Myspace/Linkedin/Twitter/Bloh

2- التوزيع: لتبادل المعلومات و تضمن (10) شبكات و هي:

CommywlaK/Salh shaer digg /Stumble upon/Dfat/ Secondlif/Wikipedia/Pbwiki/Foot
note /Doggy filker/Youtube/Teaher tube//.

3-التنظيم: تسهيل الوصول للمعلومات والبيانات الخاصة وتضم ست شبكات وهي

/Netvibes/Connotea/Librarything/Librarious/Anobil

كما لخص الخلفي (2009) المجالات التي تستخدم مواقع التواصل الاجتماعي في ثمانية مجالات وهي

:

1-التعارف والصدقة.

2-إنشاء شبكات للجهات والمؤسسات المختلفة.

3-إنشاء مجموعة اهتمام.

4-إنشاء صفحات خاصة بالتأثير والجهات.

5-البرمجيات المتوفرة داخل الشبكات الاجتماعية.

6-استخدامات ترفيهية.

7-وسائل الاتصال بين تأثير المجتمع.

8-الدعاية والإعلان.

وكما يمكن تصنيف أنواع الشبكات الاجتماعية حسب الهدف من إنشائها والخدمات التي تقدمها إلى

3أنواع وهي:

1-مواقع الشخصية: لتأثير وأشخاص ومجموعة أصدقاء تمكنهم من التعارف وإنشاء صداقات بينهم

مثل Facebook /Twitter :

2-مواقع ثقافية: تختص بنشاط فني معين وترتبط المهتمين بموضوع أو تخصص معين

(TheEriopean Library Thing)

3-مواقع مهنية: هي التي تنشأ بواسطة المؤسسات المهنية بغرض تجميع المهتمين بمهن معينة مثل

Linkedin

-وفي تصنيف آخر "لهند بلوشي (2010) "التي صنفت أنواع مواقع التواصل الاجتماعي إلى خمس

فئات على الأسس التالية:

1- اللغة: من المواقع التي تدعم اللغة العربية مثل الفاييس بوك.

2- التكلفة: بالإضافة إلى المواقع المجانية، هناك بعض مواقع التواصل الاجتماعية تتطلب الاشتراك المدفوع.

3- التخصص: وقسمتها إلى نوعين: عامة و متخصصة.

4- المحتوى: تختلف المواقع الاجتماعية من حيث محتواها إلى التعدد في النصوص و الصور و الفيديو

5- حجم النص: تتحكم بعض المواقع الاجتماعية بحجم النص المتاح للمشارك المساهم فيه

Twitter (بلعربي، 2015، ص44)

هناك تصنيف آخر هو :

1- النوع الأكثر شهرة و هو الشخصية: هذا النوع يعتمد على فتح ملف شخصي لكل مستخدم يوفر له خدمات عامة مثل المراسلات الشخصية و مشاركة مستخدمي هذه المواقع فيما بينهم العديد من الصور و الملفات المرئية و الروابط.

2- النوع الثاني و هو العام: الموقع الذي يربط زملاء المهنة الواحدة أو أصحاب العمل و الشركات ببعضهم البعض ، كما يعطي هذا النوع من الشبكات ملفات شخصية للمستخدمين تتضمن سيرتهم الذاتية و خبرتهم بالإضافة إلى الدراسات التي قاموا بها خلال حياتهم المهنية (فضل الله، 2010، ص09).

في الأخير نلاحظ بأن مواقع التواصل الاجتماعية تتمثل في عدة أصناف مختلفة و متنوعة وهذا الاختلاف والتنوع يرجع إلى طبيعة الخدمات التي يقدمها كل موقع والهدف المرجو من إنشائها، والمجالات التي يختص فيها كل موقع.

-2- موقع الفيس بوك

1-2 نشأة و تطور فيس بوك :

تعود فكرة تأسيس موقع فيس بوك إلى مارك زوكربيرغ طالب سنة ثانية في جامعة هارفارد ،وذلك عندما أنشأ خدمة فيس مانتش بالإنجليزية Face mach التي تتيح لطلاب جامعة هارفارد التصويت على

جاذبية زملائهم في الجامعة ،ولأن هذه الخدمة انتهكت بعض سياسات الخصوصية في الجامعة أغلقت بعد يومين فقط من إطلاقها ،و على الرغم من الفترة البسيطة التي أطلقت فيها هذه الخدمة إلا أنها شهدت إقبالا كثيفا من طلاب الجامعة.

قرر مارك زوكربيرغ عقب عدم نجاح تجربته الأولى إطلاق موقع الكتروني خاص بالتواصل ألاجتماعي بين طلاب جامعة هارفارد ،و في شهر شباط من عام 2004 أطلق الموقع الالكتروني

الذي أتاح لطلاب الجامعة الفرصة لنشر صور ["http://www.the/HYPERLINK.com"](http://www.the/HYPERLINK.com) .

خاصة يبهم بالإضافة إلى إمكانية نشر تفاصيل اخرى متعددة عن الطلاب كجدولهم الدراسية و النوادي التي ينتمون إليها ،وبشكل سريع انتشرت شعبية الموقع الجديد و سمح لطلاب جامعات اخرى بالانضمام إلى المنصة الجديدة ،وصل عدد المشاركين في الفيس بوك بحلول شهر حزيران من عام 2004 إلى مايزيد عن 250 ألف طالب من جامعات أخرى مختلفة ،أما في نهاية العام أصبح عدد المستخدمين إلى ما يقارب المليون مستخدم نشط ،ليصبح الفيس بوك منافس لموقع ماي سبيس الذي كان يعتبر موقع التواصل الأشهر في ذلك الوقت (بخوش،2009،ص ص42،41).

أصبح الفيس بوك في عام 2006 متاحا للاستخدام من قبل أي مستخدم عبر الإنترنت بشرط إن يتجاوز عمره 13 عام ،و بحلول عام 2009 أصبح الفيس بوك أكثر مواقع التواصل الاجتماعي استخداما حول العالم حيث وصل عدد مستخدميه خلال الربع الأول من عام 2019 إلى مايزيد عن 2 مليار مستخدم نشط ،ويجدر بالذكر إن ملكية موقع فايس بوك حاليا تعود إلى شركة فيس بوك الامركية التي يقع مقرها في حديقة مينلو في ولاية كاليفورنيا .(الصابوني ،مكاوي،2013،ص ص36،35).

2-2- آليات التواصل بين الأعضاء المستخدمين لموقع فيس بوك:

1-التعليقات(Comentaire):خاصية التعليقات متاحة بين الأصدقاء والمجموعات وصفحات الأعضاء المنظمين لها بحيث يمكن للمستخدم إن يكتب تعليقا في مساحة التعليق والضغط على الزر Coment إضافة تعليق ،في نفس الوقت يمكنك إن تضيف رابط موقع أو صورة أو فيديو .

2-الإشارةTags:خاصية الإشارة متاحة في الصور والفيديو ،بحيث يمكنك إن تلفت انتباه أصدقائك عبر الإشارة لهم في صورتك أو في مقطع الفيديو المحمل عبر الفيس بوك وبالتالي سترسل لهم تنبيهات لأي تحديث جديد في الصورة.

3- الإعجاب J'ame: خاصية معجب أيضا متاحة بنفس آلية التعليق، متاحة بين الأصدقاء والمجموعة وصفحات المنضمين إليها، إذ يمكن للمستخدم إن يعبر عن إعجابه برابط أو نص أو صورة من خلال الضغط على زر معجب.

4- النكز: تحدث فقط مع الأصدقاء بحيث يقوم المستخدم بتنفيذ ذلك على احد أصدقائه ،ويعمل الآخر نكز (Poke) لصديقه (ناريما، 2011، ص58).

من خلال هذه الآليات يستطيع الأعضاء المستخدمين للموقع فيس بوك التواصل بسهولة أكبر دون الحاجة إلى استغراق وقت كبير فهي إلى أنية تمكنهم من التعبير وإبداء آرائهم وأفكارهم اتجاه بعضهم البعض دون أي قيود.

2-3- الخدمات الأساسية للفيس بوك:

يتضمن موقع فيس بوك مجموعة من الخدمات الأساسية تتمثل في:

- إتاحة الفرصة للصدقة والتواصل بين الأعضاء المشتركين في هذا الموقع وهذا عن طريق:

- إتاحة الفرصة لإضافة من يشاء العضو إضافتهم من الأصدقاء للتواصل معهم مع اخذ موافقتهم ،فالخيار والحرية متاحة لمن يريد إن يضيف صديق له على الموقع ،ومتاح لهذا الصديق إن يقبل ويرفض هذه الصداقة عن طريق الإجابة سلبا أو إجابا على الطلب الذي تلقاه.

- إرشاد صديقين إلى بعضهما على هذا الموقع حتى وإن كان لايعرفان بعضهما في الواقع الحقيقي.

- إتاحة المجال لحذف اسم صديق من لائحة الأصدقاء إذا كانت لا ترغب بالاستمرار بالصداقة.

- **الملف الشخصي أو البروفايل** فعندما تشترك بالموقع عليك إن تنشأ ملفا شخصيا يحتوي على معلوماتك الشخصية ،صورك ،الأمر المفضلة لديك، وكلها معلومات مفيدة من أجل سهولة التواصل مع الغير ويوفر معلومات للشركة التي تريد إن تعلن لك سلعا بالتحديد.

- **إنشاء مجموعة**: تستطيع من خلال خاصية إنشاء مجموعة الكترونية على الانترنت إن تنشأ مجتمعا الكترونيا يجتمع حول قضية معينة ،سياسية كانت أم اجتماعية أم رياضية... الخ وتستطيع جعل الاشتراك بهذه المجموعة حصريا للعائلة والأصدقاء.

-**لوحة الحائط Wall** وهي عبارة عن مساحة مخصصة في صفحة الملف الشخصي لأي مستخدم بحيث تتيح للأصدقاء إرسال الرسائل المختلفة.

-**الفيديو Vidèو** وتوفر للمشارك امكانية تحميل الفيديوهات الخاصة به ومشاركتها على هذا الموقع، بالإضافة إلى امكانية تسجيل لقطات الفيديو مباشرة وإرسالها كرسالة مرئية) صوت وصورة.

-**الصور : Photos** وتتيح هذه الخاصية للمشارك امكانية إعداد ألبوم للصور الخاصة به ويستعرض من خلالها صور أصدقائه المضافين إليه(بحدوح،2012،ص38).

-**الإعلان:** وتمكن المشارك الإعلان عن إي منتج يود الاعلان عنه، أو البحث عن أي منتج يرغب في شرائه.

-**الإشعارات:** تستخدم الإشعارات للحفاظ على بقاء المستخدم على اتصال بأخر التحديثات التي قام بالتعليق عليه.

-**خدمة الإحداث:** تعتبر هذه الخدمة من أهم وأفضل ما يوفره الموقع لمستخدميه إذ أنها أشبه بمذكرة كاملة لأهم الأحداث اليومية القادمة والماضية، تقوم الخدمة أساسا بناءا على نشاطات المستخدمين التي يودون الإعلان عنها، والحشد لها عبر موقع فيس بوك للتعريف بهذه النشاطات والإحداث من جهة ولمعرفة نسبة الراغبين في الحضور من جهة أخرى.

-**الصفحات:** تعد هذه الخدمة أيضا من أهم الخدمات التي يوفرها الموقع على الإطلاق إذ تمكن المشاركين من إنشاء صفحات معجبين Fans، ويمكنها من أن تضم الآلاف وملايين المشاركين، عكس صفحة الحساب الشخصي ودون الحاجة إلى موافقة صاحب الصفحة على الطلب بل يكفي الاشتراك بضغطة زر واحدة.صممت هذه الصفحات خصيصا للمشاهير من الممثلين والسياسيين ورجال الإعلام وغيرهم.

-**القصة Story** وهي خدمة يتمكن من خلالها مستخدم الفيس بوك من التواصل مع الأصدقاء والتفاعل معهم عبر النشر من خلالها، إلا إن القصص تمتاز بأنه لايمكن رؤية محتواها لمدة واحدة فقط، حيث تختفي تلقائيا بعد ذلك (المقدادي،2014،ص ص83،81).

نستخلص من خلال خدمات الفيس بوك التي تم ذكرها أنه موقع هام ذو فائدة كبيرة على مستخدميه وهاته الخدمات التي تم ذكرها هي خدمات أساسية للموقع هذا مايعني أن له خدمات أخرى كثيرة، وهذا ما جعله

ذو شعبية كبيرة وإقبال الأشخاص بالملايين لتحقيق أغراضهم وأهدافهم فهو يساعدهم في تحقيقها بكل سهولة وسرعة.

2-4- آثار استخدام موقع فيس :

1- الآثار الايجابية: يوجد العديد من المزايا التي يتمتع بها موقع فيس بوك ،منها مايلي:

-إمكانية ضبط الإعدادات الخصوصية بحيث يحدد الأشخاص المسموح لهم برؤية المحتوى الذي ينشره المستخدم.

-إجراء الدردشة التفاعلية بين المستخدمين.

-تحميل الصور التي تشارك عبر الموقع.

-إضافة التعليقات على مشاركات المستخدمين الآخرين.

-استخدام صفحات الفيس بوك كوسيلة للتسويق عبر وسائل التواصل الاجتماعي.

-إمكانية نشر مقاطع فيديو بخاصية البث المباشر.

-حظر أي محتوى ضار ينشر من خلال الموقع ،بحيث يبلغ عدد المستخدم الذي ينشر هذا المحتوى ويحظر من قبل إدارة الموقع.

-الاطلاع على أخبار ومستجدات العالم حيث يمكن الفيس بوك من معرفة مايجري حول العالم دون

الاضطرار للجلوس أمام التلفاز وانتظار نشرات الأخبار كما يمكن تطبيق فيس بوك من تخصيص نوع الأخبار، أو المعلومات والاكتشافات التي تحدد عبر العالم وفقا لرغبة المستخدم وميوله.

-التعلم ونشر المعلومات : يمكن الفيس بوك التعليم عن بعد في العديد من المجالات ويرى المختصون

في تكنولوجيا التعليم، إن التعليم باستخدام شبكات التواصل الاجتماعي ذو فوائد متعددة،كما يعتبر الفيس بوك طريقة فعالة لنشر مايريده المستخدم وبشكل سريع ليصل إلى المستخدمين الآخرين من جميع أنحاء العالم.

-المساعدة على تحقيق الأهداف: فالفيس بوك أداة فعالة لتحقيق المرء لأهدافه،ويكون ذلك من خلال الانضمام عبر منصات التواصل الاجتماعي هذه إلى مجموعات متخصصة يكون لأعضائها نفس الهدف الخاص بالمستخدم.

-ممارسة الأعمال التجارية: حيث يمكن استخدام الفيس بوك من قبل أصحاب الأعمال التجارية للترويج لمنتجاتهم المختلفة وذلك من خلا الإعلانات والاستبيانات التي يمكن عرضها على المستخدمين الآخرين (بصر،بدون سنة نشر،ص122).

2-الآثار السلبية:يعود سوء استخدام موقع فيس بوك بالسوء على مستخدميه في جملة من السلبيات والآثار السلبية الغير مرضية:

-التسبب في الاكتئاب والقلق حيث يؤثر استخدام الفيس بوك بشكل كبير سلبا على مزاج المستخدم ونفسيته لذلك يعد الأشخاص المدمنين على مواقع التواصل الاجتماعي أكثر عرضة من غيرهم للاكتئاب وضعف الصحة العقلية،فضلا عما قد يسببه إيمانهم بشعورهم بالإحباط والقلق.

-التنمر الإلكتروني: يسهل هذا الموقع على الأشخاص السيئين ترهيب المستخدمين الآخرين وممارسة العنف اللفظي أو غيره عليهم.

-الحد من التفاعل مع الآخرين: يؤثر الفيس بوك سلبا على تفاعل المستخدم مع الأشخاص الآخرين إذا بقي منشغلا طوال الوقت بتصفحه من أجل الإطلاع على الإشعارات والإعجاب والرد على التعليقات.

-قلة الخصوصية: يشكل الفيسبوك خطرا على خصوصية مستخدميها وذلك لما تحتويه من معلومات شخصية خاصة به،الأمر الذي يجعلها عرضة للوصول للغير القانوني من قبل جهات خارجية.

-النوم الغير الصحي:يؤدي استخدام الموقع لساعات طويلة على مدار اليوم إلى عدم الحصول على فترات كافية من النوم.

-هدر الوقت: يقضي بعض المستخدمين الكثير من الوقت في تصفح الملفات الشخصية للمستخدمين،وتبادل التعليقات والإعجابات دون وعي أو انتباه للوقت الذي تم هدره أثناء ذلك،كما إن العديد من الناس يشعرون بالاضطراب إلى إبداء الإعجاب أو التعليق على أي شيء تم مشاركته مع أصدقائهم،مما يجعلهم ينشغلون لأوقات طويلة على الفيس بوك دون فائدة حقيقية.

-انتحال الشخصيات: مازالت عمليات انتحال الشخصيات المشاهير تضرب بقوة في الشبكات الاجتماعية العنكبوتية متخذة منها مكانا خصبا للتشويه والابتزاز وترويج الشائعات وكسب المال وتحريف الحقائق عن مسارها.

-الإعلانات الدعائية المزعجة : ظهرت في الآونة الأخيرة الكثير من البروستات الدعائية التي تدعو لكسب المال وأخرى تدعو لزيارة مكان معين وأصبحت تتكرر بطريقة مزعجة في المجموعات (فضل الله، 2010،ص23).

بعد ذكر إيجابيات وسلبيات موقع فيس بوك نخلص إلى أن هذا الأخير سلاح ذو حدين، فعندما يتم استخدامه بطريقة صحيحة ومثالية يعود بالفائدة على مستخدميه، أما إذ تم استغلاله بطريقة خاطئة وسوء استخدام يعود على مستخدميه بجملة من الآثار السلبية الغير مرضية التي قد تكون مضرة سواء على صحته وأعماله أعلقاته مع مجتمعه.

2-5- آخر إحصائيات موقع فيس بوك:

تواصل شبكة فيس بوك " الاجتماعية "العالمية سيطرتها في عالم التواصل الاجتماعي بتصدرها قائمة الشبكات" الاجتماعية "ومنصات التراسل النصي الأكثر استخداما وانتشارا في العالم، بحسب تقرير عالمي صدرت نتائجه الشهر الماضي.

وذكرت الأرقام الواردة في التقرير العالمي "إن شبكة" فيس بوك "احتلت المرتبة الأولى عالميا من بين 17شبكة اجتماعية ومنصة للتراسل النصي جرى رصد بياناتها بداية العام الحالي في مؤشر عدد المستخدمين النشطين حول العالم.

وذكر التقرير العالمي - الذي صدر بعنوان " ديجيتال - " 2021 إن عدد مستخدمي الشبكة سجل مع بداية العام الحالي قرابة 2.8 مليار مستخدم نشط في جميع أرجاء العالم لتواصل هذه الشبكة انتشارها مع توفيرها العديد من المزايا لمستخدمي الإنترنت وشبكات التواصل الاجتماعي في نشر المنشورات المختلفة والمحتوى الفيديو والصور والتواصل الاجتماعي وفي مجال التسويق والإعلام وغيرها العديد من مجالات التواصل.

وبحسب بيانات التقرير فإن عدد مستخدمي الفيسبوك النشطين باتوا يشكلون نسبة تصل إلى % 36 من إجمالي عدد سكان العالم المقدر تعدادة بحوالي 7.8 مليار نسمة.

وذكر التقرير إن شبكة " اليوتيوب " المتخصصة في تحميل ومشاركة المحتوى الفيديو سجلت مع بداية العام الحالي قرابة 2.3 مليار مستخدم نشط لتأتي في المرتبة الثانية بعد فيس بوك في قائمة المنصات الاجتماعية الأكثر استخداما.

وأشار التقرير إلى إن عدد مستخدمي شبكة يوتيوب المملوكة لشركة جوجل العالمية شكل ما نسبته % 29.5 من إجمالي عدد سكان العالم.

وفي المرتبة الثالثة جاء تطبيق " التراسل " الاجتماعي الأكثر شهرة حول العالم " الوات ساب " وهو المملوك لشركة الفيسبوك حيث سجل قرابة 2 مليار مستخدم نشط حول العالم في بداية العام الحالي على ما أظهرت الأرقام في التقرير العالمي.

وبحسب هذه الأرقام شكل مستخدمو الوات ساب النشطين نسبة تصل إلى % 26 من إجمالي عدد سكان العالم.

وقال التقرير إن تطبيق " مسنجر الفيسبوك " للتراسل جاء في المرتبة الرابعة بحوالي 1.3 مليار مستخدم نشط، يشكلون نسبة % 17 من إجمالي عدد سكان العالم.

وأشار التقرير إلى إن شبكة " الأنستغرام " المملوكة أيضا لشركة الفيسبوك سجلت مع بداية العام الحالي قرابة 1.22 مليار مستخدم نشط حول العالم ليحل في المرتبة الخامسة في الترتيب.

وقال التقرير أن المرتبة السادسة جاء فيها تطبيق " وي تشات " للتراسل والذي بلغ عدد مستخدميه النشطين حول العالم مع بداية العام الحالي قرابة 1.21 مليار مستخدم نشط.

وأظهر التقرير إن تطبيق " التيك توك " الذي شهد نموا كبيرا السنوات القليلة الماضية وخصوصا بين شرائح الصغار والشباب قد جاء في المرتبة السابعة بتسجيله قرابة 689 مليون مستخدم نشط حول العالم.

وأشار التقرير إلى إن تطبيق " سنابشات " سجل مع بداية العام الحالي 498 مليون مستخدم نشط.

وذكر بأن شبكة " تويتر " للتدوينات المصغرة تراجعت إلى مرتبة متأخرة بتسجيلها قرابة 353 مليون مستخدم نشط.

والشبكات الاجتماعية على شاكله " فيسبوك " عبارة عن مواقع على شبكة الانترنت يتواصل من خلالها الملايين الذين تجمعهم اهتمامات مشتركة، حيث تتيح هذه الشبكات لمستخدميها مشاركة الملفات والصور وتبادل مقاطع الفيديو وإنشاء المدونات وإرسال الرسائل وإجراء المحادثات الفورية.

وسبب تسمية هذه الشبكات بالاجتماعية أنها تتيح التواصل مع الأصدقاء والزملاء وتقوية الروابط بين أعضائها، كما إنها تقدم ثلاثية التواصل الاجتماعي والاتصال، والإعلام، والتسويق عبر عشرات الآلاف من خدماتها.(المبيضين،2021، د.ص).

خلاصة الفصل الثاني:

نستخلص أن المواقع الاجتماعية أعطت طبيعة جديدة للاتصال التفاعلي، وأثرت في جميع نواحي الحياة ، ويعتبر موقع فيس بوك سلاحا ذو حدين يمكن أن يكون مفيدا لشباب إذا أدرك كيفية استثماره بشكل أمثل و في نفس الوقت هو أداة لتخريب الأخلاق عن طريق بعض المواقع المبتذلة أو الإباحية التي لا تجيد نفعا لذلك من الضروري توجيه الشباب من أجل الإستثمار الأمثل و الصحيح لهذا الموقع من خلال ما يوفره لهم من فوائد .

هوامش ومراجع الفصل الثاني :

الكتب:

- 1-بخوش و مرزوقي " الويب 2 ،الشبكات الاجتماعية و الإعلام الجديد "،الجزائر،2009.
- 2-حسن عماد مكاوي، ليلي حسن السيد،« الاتصال و نظرياته المعاصرة"، القاهرة، الدار المصرية اللبنانية، الطبعة 01، 2003.
- 3-حسين محمد بصر ،"الإنترنت في الإعلام ،الصحافة الإلكترونية" ،الطبعة 20 ،مكتبة الفلاح للنشر و التوزيع ،الإمارات العربية المتحدة.
- 4-عباس مصطفى صادق" الإعلام الجديد - المفاهيم والوسائل والتطبيقات"، دار الشروق للنشر والتوزيع، عمان، 2008.
- 5-عبد الرحمان بن إبراهيم الشاعر،« مواقع التواصل الاجتماعي و السلوك الإنساني " ، الطبعة01، دار الصفاء للنشر و التوزيع، 2015.
- 6-عبد الرحيم الصابوني ،"تنمية المهارات المهنية و الهندسية عبر الشبكة الحاسوبية " ،دمشق،1999.
- 7-عبد الرزاق محمد الدليمي ،"الإعلام الجديد والصحافة الإلكترونية"،دار وائل للنشر و التوزيع،عمان،2010.
- 8-على حجازي إبراهيم ،"التكامل بين الإعلام التقليدي و الجديد"،دار المعتز للنشر و التوزيع ،2018.
- 9-محمد العوض وداعة الله،« مواقع التواصل الاجتماعي و قضايا الشباب الجامعي"الطبعة01، دار الخليج للنشر و التوزيع، الأردن، عمان، 2020 .

10- محي الدين إسماعيل محمد الديهي ،"تأثير شبكات التواصل الإعلامية على جمهور المتلقين" ،
مكتبة الوفاء القانونية للنشر ، الإسكندرية ،مصر، 2015.

11- وائل مبارك خضر فضل الله ،"أثر الفيس بوك على المجتمع" الطبعة 01،مدونة شمس النهضة
،السودان ،الخرطوم ،2010.

• المجلات:

1-أماني جمال مجاهد ،"الشبكات الاجتماعية في تقديم خدمات مكتبية متطورة ،دراسة
المعلومات"،جامعة المنوفية، العدد الثامن ،مايو 2010.

• رسائل الماجستير:

1- عبد الله ممدوح مبارك الرعود،"دور شبكات التواصل الاجتماعي في التغيير السياسي في تونس
ومصر من وجهة نظر الصحفيين الأردنيين"،مذكرة ماجستير في الإعلام ،جامعة الشرق الأوسط ،2012.

2-علاء أحمد الدحوح ،"تصور مقترح لتوظيف الشبكة الاجتماعية فيس بوك في الجامعات
ال فلسطينية"،مذكرة للحصول على درجة الماجستير ،قسم الناهج وطرق التدريس،الجامعة
الإسلامية،غزة،2012.

3-مريم ناريمان نومان ،"استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية وتأثيره على العلاقات الاجتماعية"،مذكرة
ماجستير في علوم الإعلام والاتصال،جامعة باتنة ،2011.

4-بلعربي سعاد،"أثر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على الهوية الثقافية" ، دراسة ميدانية على
عينة من الطلبة مستخدمي الفيس بوك بجامعة مستغانم،مذكرة ماستر في وسائل الإعلام والمجتمع ، جامعة
عبد الحميد بن باديس ،مستغانم،2015.

5-حميش نورية، حمدي خيرة،"تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على الاتصال الأسري ، موقع فيس
بوك نموذجا"،مذكرة ماستر في الإعلام والاتصال،جامعة عبد الحميد بن باديس مستغانم،2017.

• الملتقيات:

1-أحمد أمين فرار ،"موقع فيس بوك والشباب العربي ،الاستخدامات والإشاعات" ،أعمال الملتقى الدولي حول الشباب والاتصال والميديا ،أفريل 2010 ،وحدة البحث في التكنولوجيا الإعلام والاتصال،معهد الصحافة وعلوم الأخبار،تونس.

• المواقع الإلكترونية: "

1-موقع الغد ، إبراهيم المبيضين،"فيس بوك يتربع على صدارة 2 ، 8مليار مستخدم ،في العالم"،عمان ، 26فيفري 2021 ، 9:20 ، alghad.com.

الفصل الثالث

الفصل الثالث : الهوية الثقافية

❖ تمهيد

➤ 1- ماهية الهوية الثقافية

1-1- مقومات الهوية الثقافية

1-2- عناصر الهوية الثقافية

1-3- خصائص الهوية الثقافية

1-4- مستويات الهوية الثقافية

1-5- التحديات التي تواجهها الهوية الثقافية

1-6- علاقة الهوية الثقافية بالمواقع التواصل الاجتماعي

➤ 2- الهوية الثقافية الجزائرية

2-1- الهوية الثقافية بين قيم الأصالة و الحداثة في ظل التغيرات السوسيو ثقافية في

المجتمع الجزائري

2-2- النخبة الجزائرية والصراع الثقافي حول الهوية

2-3- العولمة الإعلامية والهوية الثقافية

2-4- دور المجتمع المدني في الحفاظ على الهوية الثقافية

2-5- محددات الهوية الثقافية في الشخصية الثقافية

❖ خلاصة الفصل

هوامش ومراجع الفصل الثالث

تمهيد:

تعد الهوية الثقافية رهانات و تحديات كبيرة خاصة في ظل العولمة ،وما تحتوي من آثار بالنسبة لدول العالم الثالث و الجزائر بصفة خاصة حيث أبدت هذه المجتمعات تخوفا من الانعكاسات السلبية و التي قد تهدف بيئتها و ثقافة تأثيرها ،خاصة الشباب و الذي يعتبر احد ركائز بناء المجتمعات و تقدمها و علاقته بالهوية الثقافية ،تعد رهانا حقيقيا ومكسبا استراتيجيا كونه لديه خصائص و مميزات تجعل له قابلية في المغامرة و الاستكشاف.

2- الهوية الثقافية

1- ماهية الهوية الثقافية:

1-1- مقومات وأسس الهوية الثقافية:

1-الدين: إن الدين هو الذي يحدد للأمة فلسفتها في الحياة و غاية وجودها لما له من تأثير هام و سامي في تعميق الهوية الثقافية و إبرازها ،وله دور أيضا في توجيه تأثير المجتمع لشموله جوانب الحياة الفكرية و السياسية و الاجتماعية و الاقتصادية و غيرها من جوانب الحياة ،كما حدد إطارا عاما يشمل معظم الحياة المادية الاجتماعية الثقافية ،لتكون مصدر لهويتهم الثقافية وقد رسخ الدين الهوية الثقافية و أبرزها عن طريق تنظيم عددا من العلاقات الاجتماعية كالتكافل و التعاون والإحسان ،و التركيز على المثل الأخلاقية الإيجابية و نبذ السلبية منها و التي تعمل على تقوية المجتمع وتوجيهه نحو الصلاح و الاستقرار(هاشم ،2019،ص129).

رغم تنوع الطوائف الدينية في المجتمعات العربية و تعدد الفرق و المذاهب لم يكن ذلك إلا عامل قوة و دليل على تمتع الناس بالحرمة العقيدة و العبادة ،فالإسلام باعتباره أسلوب حياة يؤدي دورا مهما في الحياة اليومية و تنظيم علاقات اجتماعية (أبو زيد،2013،ص408).

2-اللغة: تعتبر اللغة من أهم أداة لنقل ثقافة الأمة إلى أبنائها إذ حرصت كل أمة على إن يتم التعليم فيما بلغتها القومية ،وذلك لان اللغة في ذاكرة الأمة التي تختزن فيها تراثها و مفاهيمها و قيمها و هي أداة للتواصل بين الماضي و الحاضر و المستقبل ،فكانت اللغة هي الأداة الرئيسية لثقافة الإنسان و الاتصال الإنساني ،فإن فقدانها فقدان الثقافة و فقدان الثقافة يؤدي إلى فقدان الهوية ،وذلك لان اللغة جزء من نسيج الهوية و لا قوام للهوية بدونها ،و تعد اللغة أحد ثوابت الثقافة في الهوية الثقافية العربية فهي القرآن الكريم و هي ذاكرة الأمة العربية (هاشم ،2019،ص129).

3-التاريخ الوطني: إذ كانت اللغة في روح الأمة و حياتها فإن التاريخ بمثابة وعي الأمة و شعورها ،فالتاريخ المشترك إلى جانب اللغة يعدان من أهم عوامل الهوية الجماعية،وهناك إتفاق مشترك بين الباحثين على أن التاريخ يعد من أهم دعائم الهوية،فالأمة لاتتوحد إلا بتاريخها الموحد فهو السجل الثابت لماضي الأمة و فخرها ،ومدخر ذكرياتها وعلى هذا تسير الأمة من حاضرها إلى مستقبلها ،يعد التاريخ من أهم مقومات الهوية المرتبطة بالحس القومي ويتمثل في الأحداث والمواقف التي مرت بها الأمة واستقرت في أعماق ذاكرتها

،وسهرت الناس داخل الإطار الوطني الواحد،وذلك فإن طمس تاريخ الأمة أو تشويبه يعد طمسا لهوية أمة وتهميشها (هاشم، 2019، ص103).

4- التراث : وهو ذلك الإنتاج الفكري الضخم المتنوع الذي يشمل فلسفة وعلم الكلام والتصريف والأدب والإلهيات والمهوم والفنون وغيرها (أبو زايد، 2013، ص408).

5- الإنسان : بحيث يعتبر الإنسان هو المعني بالهوية الثقافية والمعني بهذه الحياة وهو محور وأساس الهوية الثقافية ،لاغيره من الكائنات الحية الأخرى بحيث إن الإنسان في حضارة الإسلام وفي تحقيق أهداف سعادهته يجد انطلاقه في الآية الكريمة" ولقد كرّمنا بني آد. " .

6-التوازن في الشخصية : إن ذلك التوازن المادي والروحي للفرد وللشعوب بحيث يكون اعتدال وتوازن كفيل بالحفاظ على الحياة الطبيعية للفرد ،دون تغلب حياته المادية على حياة الروح ،لكي لا يكون هناك خلل في الشخصية أو في الذات احتياطا لعدم تغلب كفة لكفة الأخرى،بتغذية الإنسان ماديا وروحيا بالعبادة.

7-الإيمان الحقيقي :وذلك بإيمان تأثير المجتمع بما يتمشى وحضارتهم ومعتقداتهم ونمط حياتهم وإيمانهم بالانتماء للمجتمع في جوانب خصوصياته كما هو في الإيمان في الأمة الإسلامية بالإيمان بالله والمرسلات السماوية فقيم المسلم مستمدة من وحي الله.

النفس والروح الجماعية والأخوة والإنسانية ،إن الإنسان بحاجة لغيره وإنه بطبع اجتماعي وإنساني ليس فردا وذاتي إناني وهو بحاجة للتعامل والتعاون وإن يكون عالميا بالحفاظ على شخصيته وتفاعله مع غيره(زغو، 2010، ص94).

8-القيم الثقافية: وهذا بتجميد القيم الحسنة و الفاضلة ،و حب العدل و الحق و المساواة و التطلع إلى مفاهيم فوق الحسنة لتشجيع الالتزام بالفضائل و محاسن الأخلاق بالقضاء على الرذائل و مساوئ الأخلاق(زغو ، 2010، ص94).

لكل مجتمع هوية تميزه عن غيره من المجتمعات اكتسبها عبر التاريخ ،وشكلت نمط حياة ولغة وتفاهم مشترك، من خلال هذه الدراسة تعرفنا على الهوية الثقافية ومقوماتها ،إذ إنها تؤثر على الكثير من المجالات.

1-2- عناصر الهوية الثقافية :

1-العقد الاجتماعي و العقد السياسي : بحيث إن لكل دولة عقد اجتماعي من خلال مبادئ و ثوابت المجتمع فيها و ما يطبقه من تصور و طموح سياسي بني على مرجعية العقد الاجتماعي الدولي من خلال

دستور أو قانون له الوجه الاجتماعي السياسي بحيث الإدارة الثقافية للتأثير تكون مكفولة في الوجه السياسي الذي يعبر عنها.

2-الحقوق : بحيث لكل دولة أو شعب كيف يرى ثقافته للحقوق و الحريات المختلفة ففي الإسلام تختلف الحقوق و الحريات عن تلك الموجودة في الوضع الإنساني كالتالي يصدرها الغرب إلى الدول العربية و الفقيرة ومن حقوق الإنسان المزيفة و الديمقراطية الغربية فتقافة حقوق و حريات الغرب هي ثقافة لا روح.

3-طريقة التفكير : يعد التفكير العنصر الحساس في أي ثقافة فطريقة تفكير المسلم غير طريقة تفكير الغرب ، فمثلا المجتمع المادي يفكر بطريقة مادية استهلاكية،و هنا يتجلى المجال التربوي ، فهناك تربية دينية وتربية روحية وتربية مدنية وغيرها ونفس الأمر بالنسبة إلى التكوين والتأهل (بالعربي،2015،صص76،77).

4-العادات و التقاليد : هي جملة من السلوكات المشتركة بين تأثير المجتمع الواحد و تعتبر زادا و إرثا اجتماعيا يرسم ملامح العيش في المجتمع في شتى المجالات.

5-الأدب و الفنون : حيث لكل مجتمع أدب و فنون خاصة بما يميزها عن غيرها يسعى عادة إحيائها لأجيال لاحقة و تشمل الرسم الشعر المسرح النثر و غيرها من الفنون (بن شتية، 2016،صص198).
الأمة في تكامل و توافق فكري بين مجموعة من التأثير الذين يعيشون في وطن واحد و ينتمون له انتماء فكريا عاطفيا اجتماعيا و يتفق التأثير داخل الأمة الواحدة على مجموعة من الأمور الأساسية و التي تربط عادات المجتمع و منها احترام الأديان و تطبيق الأخلاق و التواصل بلغة مشتركة (خضر، 2017).

مع ضرورة وجود الهوية الثقافية وأهميتها في المجتمع لابد من وجود عناصر وركائز رئيسية يتبعها المجتمع وتتخذها الدولة كمراجع أساسية للسير عليها.

1-3-خصائص الهوية الثقافية:

عندما يشهد الحديث عن الهوية وتقاربها في المجتمعات يجب علينا إن نعرف ماهي خصائص الهوية حتى نعمل على تطويرها والمحافظة عليها فيما يلي نذكر بعض خصائص الهوية الثقافية.

-**الهوية المكتسب الموروثة :** يصنعها التاريخ للأمة ،وثقافتها،ومؤتمر به من تجارب وخيارات تعبر عن ذاتها الاجتماعية.

-**الهوية محملة في الضمير الجمعي :** وهي قابلة للتطور والتفاعل مع هويات أخرى.

-**الهوية العملية اعتقاد إرادة :** بمعنى إن الهوية فيها نوع من الحرية في الممارسة فهي ليست قانونا ولا تكون مساوية له.

-الهوية عملية إيديولوجية : بمعنى إن الهوية تعبر عن قيم مجتمع معين تميزه دون غيره وتولج من طرف جماعات معينة كالرجال وكبار القبائل.

-الهوية تقوم على مبدأ الوحدة والتنوع : الذي يشكل عامل إثراء وإخصاب لها يمكن تصنيف الأشخاص مكتسبوه في قوالب الثقافة.

-الهوية عملية تكاملية وتفاعلية : بمعنى إنها تشكل عن طريق تفاعل مجموعة من الرقائق عبر الزمن وهذا تفاعل وتكامل يخلق توازن داخل الهوية.

-الهوية عملية ديناميكية : كونها تتكون من مجموعة عناصر منها الثابت والمتغير(ساعد،بن شتية،2016،ص199)

_الهوية الثقافية نواة حية لشخصية الفرد والجماعة.

_عامل يحدد سلوك ونوع القرارات وأفعال أصلية للفرد والجماعة.

-عنصر محرك يسمح للأمة بمتابعة تطور والإبداع مع الاحتفاظ بمكوناتها الثقافية الخاصة ومميزاتها الجماعية التي تحدث بفعل تاريخ طويل،اللغة ،القومية والسيكولوجية المشتركة وطموحات.

-هوية ثقافية واقع الأمر جزء عضوي من فكرة الثقافة مهما اختلفت عنها .(طه،2013،ص246)

1-4- مستويات الهوية الثقافية:

تربط الهوية الثقافية عند الجابري بمستويات ثلاثة فردية جمهورية وطنية قومية والعلاقة بين هذه المستويات تحدد أساسا بنوع آخر التي تواجهه وهي كالتالي :

- **1المستوى الفردي** : فالفرد داخل الجماعة الواحدة قبيلة كانت أو طائفة أو جماعة مدنية) حزب أو نقابة (... هو عبارة عن هوية متميزة ومستقلة فهي عبارة عن إن لها معنى آخر داخل الجماعة نفسها ،تضع نفسها في مركز الدائرة عندما تكون في مواجهة من النوع الآخر.

- **2المستوى الجماعي** : يتمثل في جماعات داخل الأمة فهي كالتأثير داخل الجماعة لكل منها مايميزها داخل الهوية الثقافية المشتركة ولكن منها "إننا" خاص و"آخر" من خلاله وعبره تتعرف على نفسها بوصفها ليست إياه المستوى القومي أيضا يعرف باسم الهوية الوطنية .

- **3الهوية الوطنية** : وهذا المستوى يجمع بين المستوى الفردي والمستوى الجماعي غير إنها أكثر تجريدا وأوسع نطاقا ،وأكثر قابلية للتعدد والتنوع والاختلاف .(الجابري ،2004،صص227،228)

إن الهوية ليست نابذة تماما بل هي متغير قابل للتديد والتقليص وذلك بحسب الحالة التي تكون عليها الجماعة أو الأمة بمعنى آخر إن الهوية تضيق وتوسع تنتشر وتنكمش ،بقدر ما تحوزه الجماعة من قوة في التعبير أو التمثيل لهذه الهوية،لان هذه الأخيرة ليست مستقلة تماما عن الواقع العام للهوية الأخرى بل هي تؤثر كما تتأثر بالتالي إذا كان التأثير فيها قويا فإنها تتراجع وتنقلص وتصبح مجهرية تمثل الوجود النسبي المنفعل حيث تغطي عليها الهويات الأخرى بقيمتها ومبادئها وأنماط تفكيرها وأسلوب حياتها ،أما إذا كانت مؤثرة فاعلة فإنها تنتسح وتنتشر وبالتالي تحدد من نشاط التوسع للهويات الأخرى وبما إنها الهوية تحمل طابع التمدد والتقلص في نظر الجابري فإنه يرى في الهوية ثلاث مستويات حيث يقول "على العموم تتحرك الهوية الثقافية ،على ثلاث دوائر متداخلة ذات مركز واحد (شريف،2011،ص19)

العلاقة بين المستويات الثلاثة :

من الهوية تحدد و تبرز أكثر من خلال نوع آخر إي موقعه ،طموحاته و تطلعاته ،حيث تظهر الهوية الفردية إذا كان الآخر هو جماعة ، و تبرز الهوية الجموعية إذا كان الآخر هو الأمة ، و تبرز الهوية القومية إذا كان الآخر خارج الأمة لكن كل هذه الدوائر لها مركز واحد و هو الأمة ،الوطن (شريف ،2011،ص19)

1-5- التحديات التي تواجهها الهوية الثقافية:

1-الغزو الثقافي أم التبعية : إن فكرة التبعية لا تتضمن بأي حال من الأحوال الرفض الساذج و العلم الغربي أو الدعوة إلى الانغلاق على خصوصية عملية عربية لاينفتح فيها العلم الأعلى ذاته ولكنها تنطوي على نفي فكرة التراث و العلم واحد في المجتمع الغربي ذاته ، فالانغلاق ليس طرق الاستغلال و المواجهة ، ففكرة طرح مواجهة بالانغلاق و العودة إلى الوراء تكفي في نفس الوقت تلك المقولة على أساسها و نزع مصداقية عنها و إمكانية تصديها الفعل لما يسمونه الغزو الثقافي.

2-اغتراب الهوية الثقافية : الاغتراب يؤثر على الهوية الثقافية إذ يؤدي إلى ضعف روح الانتماء عند تأثير المجتمع و انحراف تفكيرهم و تناقض قيمهم... الخ كما يؤدي الاغتراب إلى سيادة الشخصية الازدواجية التي لا تعرف ماتريد ،حيث تسيطر عليها الروح الأنانية للوصول لأهدافها بأقصر الطرق و الميل إلى العمل الفردي بدلا من العمل الجماعي.

3-العولمة بلغة المعلومات و تأثيرها على الهوية الثقافية : مهما اختلفت الآراء على وظيفة العولمة الثقافية فإنها تبقى حلقة متطورة من حلقات الاستثمار القديم ، و إن اختلفت معه في الخطاب و

الأساليب فإن الهدف يبقى واحدا، حيث تصنف الثقافات، و السيطرة على المقدرات من خلال استخدام المنتج المتطور في مجالات ثقافية مختلفة.

4- وسائل الاتصال الحديثة و انعكاساتها على الهوية الثقافية : إن للإعلام الإلكتروني الأثر الفعال على الهويات الجماعية، و ذلك عن طريق تقليبه لأثر العلاقات القائمة ما بين المكان و الحيز الفيزيائي و طرق الوصول للمعلومات .(بالعربي،2016، صص84،78)

1-6- علاقة مواقع التواصل الاجتماعي بالهوية الثقافية:

-إن مرونة الهوية الثقافية تجاه متغيرات ألبستها القدرة على تقادي الصدمات المباشرة جراء السقوط في دوامة كبيرة من التغيرات و التحديات و الضغوط المتردفة و لقد حملة شبكات.

التواصل الاجتماعي معها كما كبيرا من المعلومات و نقلة الفرد من مستوى ألتلفي إلى مستوي التفاعل فبات يستشعر مكانه داخل الفضاء الإلكتروني الرقمي من خلال صفحته ة معلوماته الشخصية أو العامة التي يشاركها مع غيره سواء كانت من جملة الأصدقاء أو المعارف أو كان من التأثير الذين تربطه بهم صلة رقمية بحتة أو حتى من الذين تعرف عليهم حديثا، إن هذه النقطة في الممارسة الفردية لم تأتي بعفويته ولم تتوقف عند هذه النقطة فقط بل تجاوزت ذلك إلى تشكيل أنماط ثقافية فكرية متعددة و مختلفة لاحمل بعدا واحدا بل و بمرجعيات متعددة (بن عباس، 2015، ص119)

-إن خاصية نشر و تبادل المعلومات التي تتميز بها كل مواقع التواصل الاجتماعي أدت إلى رهانات و تحديات جديدة على الهوية الثقافية للشعوب، وذلك إنما تتكون من عناصر قابلة للتأثير و التغير كاللغة و العادات و التقاليد كما تمثل الهوية الثقافية خصوصية المجتمعات ونتاجها الحضاري الذي يميزها عن باقي الشعوب و تغذي كذلك الذات الشخصية للتأثير فيما يخص البحث من الأنا.

-يمكن قول إن الاعترابات الكثيرة التي تفرضها لغة مواقع التواصل الاجتماعي على مستخدميها تنعكس على واقعهم الحقيقي بمظاهر مختلفة في أكثر من إطار إما إيجابيا أو سلبيا.(لعبي،2020، صص139،140)

باتت تطرح قضية الهوية الثقافية نفسها بكل مات حمله من عناصر ومكونات وتعقيدات حيث قدم الإعلام الجديد عموما ومواقع الشبكات التواصل الاجتماعي خصوصا إشكالا باعتبارها أحد أكبر أدوات العولمة الإعلامية والثقافية وفي نفس الوقت منحت هذه الأخيرة للمستخدم مساحة كبيرة من الحرية من خلال تطبيقاتها المختلفة ومنه يتضح لها العلاقة بين مواقع التواصل الاجتماعي والهوية الثقافية

2- الهوية الثقافية الجزائرية:

2-1- الهوية الثقافية بين قيم الأصالة والحداثة في ظل التغيرات السوسيوثقافية في المجتمع الجزائري

:

إذا اعتبرنا الهوية هي هوية بالذات الاجتماعية والثقافية وهي ليست ثابتة وإنما تتحول وتتغير تبعاً لتحول الواقع الاجتماعي لكل مجتمع من المجتمعات بل أكثر من ذلك داخل كل هوية هويات متعددة ذات مستويات مختلفة فهي ليست معطى قبلي، بل الإنسان هو الذي يخلقها وفق صيرورة التحول ولأن المجتمع الجزائري عرف العديد من التوترات بين ثنائيات عديدة مترادفات للمعنى الواحد: التقليد والتجديد، المحافظة والتحديث، الجمود والتحرر، الرجعية والتقدمية، الآن والآخر، المحلي والعالمي، القديم والجديد، ومنها الأصالة والحداثة، جعلت الجزائر كغيرها من دول العالم لم تكن بعيدة عن كل مجريات الأحداث التغيرات الحداثة على مستويات مختلفة، هذه التغيرات جعلت من الجزائر تمر بتحولات عديدة على مختلف الأبنية سوء السياسية والاقتصادية والثقافية...، هذه التحولات جاءت للوصول بالمجتمع الجزائري إلى مصاف الدول المتطورة وتوفير حياة أفضل للمواطن وللحاق بركب المجتمعات المتقدمة تكنولوجياً والوصول بالمجتمع إلى مصاف المجتمعات الحديثة وهي كسائر الدول الأخرى لها خصوصياتها الثقافية التي تميزها عن غيرها وتجعل مجتمعاتها له هوية خاصة به، تتحدد أساساً من وجودنا التاريخي والجغرافي هذا الوجود الذي يهدد خصوصياتنا وانتمائنا (السويدي، 1990، ص25).

غير إن هذا الوجود بات مهدداً في الوقت الذي أصبحت فيه المجتمعات العربية تروج لثقافتها وأنماطها السلوكية المتناقضة مع شخصيتنا العربية الإسلامية عبر الوسائل الإعلامية المختلفة، فأصبح هاجس في الهوية الثقافية والوطنية ومحاولة تنميط سلوكيات البشر وثقافتهم الأخرى للمجتمعات الحديثة، الأمر الذي يحمل إمكانية تفجير أزمة الهوية الثقافية التي أصبحت من المسائل الرئيسية التي تواجه المجتمعات الإنسانية على المستوى العالمي.

لكن اليوم تأتي العودة القوية لثوابت الهوية الثقافية في الجزائر كما في دول العالم العربي الإسلامي نتيجة إخفاق الإيديولوجيات المدنية الغربية في بناء الهوية منزوعة الصلة بالعمق الثقافي والتاريخي لهذه المجتمعات وفشل قيم الحداثة وشعاراتها البراقة في إحداث التنمية والرفاهية المأمولة.

فالمجتمعات العربية والإسلامية على الصعيد الثقافي لتبدأ من العدم بل هي تستند إلى إرث ثقافي غني بالقيم البناءة (البرغثي، 2007، صص 115، 116).

2-2- النخبة الجزائرية و الصراع الثقافي حول الهوية الثقافية:

من الصعب إن نحصر أسباب اعتراض شرائح من النخبة على المرجعية الوطنية المشتركة، أو رفض التلازم بين قطبي الهوية الإسلامية و اللغة العربية ،والحث على فصلهما في نهاية القرن التاسع عشر و بداية العشرين ،و هو موضوع شائك في حاجة إلى مزيد من البحث من طرف المختصين في موضوعات تقع على الحدود بين الثقافي و السياسي في سياق محلي و جهوي ، و في علاقته بأهداف العدوان الكولوني إلى على الجزائر، غير إننا سننظر بإيجاز إلى المسألة على ضوء أدبيات تتصل بعلم التاريخ و الاجتماع و الإنترنتولوجيا الفرنسية لأغراض التوضيح الجامعين و الاجتماع الثقافي بوجه خاص بإيجاز .

إذا أضفنا إلى ذلك متعرض له التراث الوطني و الثقافة العربية الإسلامية من حملات التحقير و التشويه و التقنية و التي تعود اليوم في صورة المطاربة بالعاميات المنطوقة و ما يسمى

جزارة اللغة واستبعاد الفصحى و مقارنة العربية الحية باللاتنية البائدة مع ظهور الدول الوطنية في أوروبا ،إذ أضفنا تلك الاعتبارات تبين لنا جانب من عوامل الانشطار و الصراع الثقافي الراهن و أهمية المؤسسة المركزية للتركيبية و التكوين في إحداث التوازن و العلاقة الجماعية بالمرجعية التي من الممكن إن يحمي النقاش في دائرتها ، ولكن من النادر إن يتكون تيار كامل ينادي بالخروج منها و الانتماء إلى غيرها صراحة أو ضمنا ،على الرغم من صدمة الاحتلال و شراسة السلخ الثقافي .

و هنا يمكن إن نفتح قوسا و نقول إنه مهما كان التقييم السياسي لمواقف الإمام عبد الحميد بن باديس ،فإنه من الإنصاف التنويه بنظرته الصائبة و البعيدة المدى المتمثلة في إعادة التأسيس الروحي و الحضاري للشعب الجزائري من داخل ثقافته ، وليس التخلي عنها و الهروب إلى غيرها ،يببدو ذلك جليا واضحا في شبكة المدارس التي أسسها الشيخ الجليل و رفقائه ،وفي منهاج التربية و التعليمية و النشاط الثقافي متعدد الأشكال الذي عم كل أرجاء القطر ، بهدف تأسيس نخبة عالية المستوي

- بمقياس الوضعية التي كانت عليها الجزائر قبل منتصف القرن الماضي - تنهل من جذع مشترك

واحد و مرجعية حضارية موحدة لا تتقاتل حول هويتها الوطنية .(ولد خليفة، 2003 ، ص 202)

2-3- العولمة الإعلامية و الهوية الثقافية في الجزائر:

يشير المفكر الجزائري عزي عبد الرحمان إلى العولمة الإعلامية من خلال مفهوم الزمن الإعلامي الذي يرتبط بوتيرة و مضمون وسائل الإعلام و الاتصال ، فحركية هاته الوسائل في ديمومتها حركية زمنية

أي إن استعمال وسائل الإعلام في نهاية المطاف هو استعمال الوقت ، و يتحدد ذلك الوقت عبر الفترات و الزمن الإعلامي تنصهر فيه الأزمان التالية:

زمن القراءة ، زمن الاستماع ، زمن المشاهدة ، زمن التصفح أو الإبحار ، ويتضح كافتراض أولي إن زمن الإبحار في شبكة الإنترنت يعملان تدرجيا في القضاء على الأزمنة الأخرى ، و هذا الزمن الإعلامي الواسع يعمل على تصوير مظاهر الحياة ، فهو بذلك يعمل على تشكيل و إعادة تشكيل الزمن الاجتماعي بأسلوب رمزي ، و يؤثر فيه تأثيرا تراكميا من خلال تغير أنماط المعيشة و السلوك نتيجة الإقبال المتزايد على محتوى هذه الوسائل (عزي ، 2001، ص42)

ثم ينقل لنا البروفيسور تجليا العولمة الإعلامية من خلال الزمن المكاني ، وهو الحيز البيئي الرمزي الذي تروج له وسائل الإعلام ، حيث تعمل على تكوين أنماط من الصورة المكانية التي تكون خارج دائرة الواقع المعاش للفرد وهو ماسماه بالاغتراب عن المكان الأصلي والتعلق بالمكان المؤلف الجديد الذي تعرضه هذه الوسائل والعولمة الإعلامية تعبير عن توسع التدفقات الدولية في مجالات الإعلام والمعلومات ونقل الأفكار والقيم والعادات الاجتماعية المختلفة من خلال وسائط الاتصال الحديثة والمتطورة والتي برزت بشكل واسع وانتشرت ووسعت للترويج لمظاهر العولمة الجديد (الخوري ، 1998، ص196).

أما مالك بن نبي فيقول عن الثقافة إنها تضمن الملحمة الإنسانية في جميع أدوارها من لدن آدم عليه السلام ، فلا يسوغ إن تعتبرها علما يتعلمه الناس بل هي محيط يحيط به وإطار يتحرك داخله ، ويغذي الحضارة من أحشائه فهي الوسيط الذي تتكون فيه جميع خصائص المجتمع المتحضر .

إن العولمة الثقافية تتضمن بلوغ البشرية مرحلة الحرية لانتقال الأفكار والمعلومات والبيانات والقيم على الصعيد العالمي (الزعيمي ، 2001، ص120)

وقد فقدت الدولة في ظل العولمة القدرة على التحكم في الأفكار والقيم فيما بين المجتمعات ، حيث حملت العولمة في طياتها إيديولوجية التتميط والاختراق الثقافي التي تركز على صياغة ثقافة عالمية مندمجة لها قيمتها وعاداتها وأخلاقياتها ، مع الخصوصية والهوية الثقافية للشعوب فإن النمطية المطروحة تؤدي إلى تطويع التأثير أينما كانوا وسلبهم إرادة الاختيار ، مما يؤدي مستقبلا إلى تغير العادات و القيم و العلاقات و يبدو هذا التأثير الثقافي و الإعلامي قويا في المجتمع العربي و منه الجزائر ، إذ تميزت الهوية الثقافية الجزائرية بكونها قديمة النشأة و امتدت متنامية عبر الزمان و المكان معبرة عن نفسها في كثير من الحضارات حتى استقرت في أحضان الحضارة العربية الإسلامية ، وتميزت الثقافة الجزائرية بقدرتها على استيعاب الثقافات الأخرى دون

إن تفقد خصوصيتها و شخصياتها ، علاوة على ذلك لم تبقى جامدة على شاكلة واحدة بل تطورت الأزمنة المختلفة و تفردت بعدم تأثرها بمكائد الاستعمار عبر تاريخها الطويل ،وظلت محافظة على هويتها و استقلالها الثقافي خلال الحقبة التاريخية ، و في ظل الثورة الاتصالية التي يشهدها العالم في العصر الحديث لم يكن المجتمع الجزائري و من هنا من الضروري إن تنتج أثارها على الهوية الثقافية الجزائرية ،لأن الحفاظ على الذاتية الثقافية عملية تتيح للمجتمع إن يتغير و يتطور دون إن يفقد هويته الأصلية ،و إن يتقبل التغير دون إن يغترب (نجم ،2004،ص2017).

2-4- دور المجتمع المدني في الحفاظ على الهوية الثقافية الجزائرية:

يتخذ المجتمع المدني لأشكال مختلفة ولكن يمكن النظر إليه على إنه مجموعة كبيرة من العلاقات والمنظمات والمؤسسات التي تضم تأثير ذوي اهتمامات ممثلة كما يضم جماعات ذات عضوية طوعية ،القطاع الخاص،التعاونيات ،النقابات ،المؤسسات الصغيرة ،الجماعات النسائية ،المنظمات الخيرية ،الهيئات الدينية... الخ.

إن فالمجتمع المدني هو حلقة وصل بين السلطة والمجتمع ،وهو المسئول عن توضيح أفكار السلطة وتطلعاتها في مستقبل الأمة والمجتمع ،وهنا نركز على جانب محدود وهو الدور الثقافي ،أي البحث في نشاط المجتمع المدني الذي يهدف من ورائه إلى المحافظة على الهوية الثقافية التي تشمل الدين واللغة والعادات والسمات الوطنية التي ترتبط بالبيئة التي نشأ فيها الفرد،في ظل الاختراق الثقافي الذي يصوبه الغرب نحو مجتمعاتنا تحت مسمى العولمة التي ترمي من ورائها إلى إخضاع النفوس وتعطيل فعالية العقل وتكيف المنطق والتشويش على نظام القيم وتنميط الذوق والسلوك الإنساني نحو سلوك الاستهلاكي الفردي على حساب السلوكيات الخاصة.

إن وضعية الشباب في الوطن العربي والجزائري تحديدا تستدعي دق ناقوس الخطر لما آلت له هذه الوضعية من تدهور ،فالانسلاخ عن قيم ومبادئ المحافظة التي نشأت عليها مجتمعاتنا ،أصبحت السمعة غالية أمام تيار العولمة الذي جرف ويجرف معه الكثير من أبناء هذا الوطن.

هنا يبرز دور المجتمع المدني كأهم وسيط اجتماعي،لعب الدور الفعال والحاسم في إزالة الغشاوة على أعين شبابنا الذي انساق وراء فتات الحضارة ونسي إن له أصول حضارية أعرق وأولى به إن يعود ويتمسك بها ويطورها لتتنافس تلك الدخيلة على هويته وأصاليته (شكر ،2004،ص18)

وحسب الدراسة الميدانية التي قاما بها الأستاذة سامية عزيز والأستاذ عمر حمداوي حول الدور التثقيفي للمجتمع المدني والذي كان محددًا في المجتمعات الثقافية والأدبية والتاريخية، فتوصلت هذه الدراسة إلى غياب شبه تام للمجتمع المدني أصلاً حتى توكل له مهمة هذا الدور، عدا بعض الجمعيات التي تنشط في المناسبات الوطنية أو الدينية أو الخيرية وفي الغالب الترويجية فحسب الدراسة المجرات بمدينة بسكرة فهناك ثلاث جمعيات على الأكثر التي لمسا جدياً عملها ونشاطها الثقافي لكنه بعيد عن الهدف المنشود وهما الجمعية الثقافية والتعاون بين شباب بسكرة والجمعية الخلدونية وجمعية مسرح المدينة.

ومن خلال هذه الدراسة فإن موضوع المحافظة على موضوع الهوية الثقافية في المجتمع المدني يعتبر خطوة بعيدة لبلوغها تحتاج هذه الجمعيات الكثير من النشاط والدعم المادي والمعنوي والحرية في طرح الأفكار والانشغالات (عزيز وحمداوي، ص584)

وأخيراً نستطيع القول إن المجتمع المدني و الجمعيات في بلادنا تسعى جاهدة في المحافظة على المقومات الوطنية، الاجتماعية، الثقافية و الدينية رغم التغيرات التي يعرفها المجتمع خاصة في ظل العولمة و ما نتج عنها لكن هذا الدور لم تقم به الجمعيات على أحسن وجه، و هذا يجعلونا نفكر في إعادة النظر في أشياء كثيرة من بينها الأهداف التي تسعى إلى الوصول إليها و إعادة الاعتبار لوضعية المجتمع المدني في بلادنا و الدور المنوط به في سبيل المحافظة على أصالتنا و هويتنا الثقافية، ليشكل خط أمان أي محاولة اختراق هذه الهوية أو تشتيتها.

2-5- محدد الهوية الثقافية في الشخصية الجزائرية :

إن السمات الأساسية للشخصية الوطنية الجزائرية التي حفظتها من محاولات استعمارية لسحبها كلها من ذاكرة الأمة الجزائرية و من حياتنا اليومية قد جاء بها القانون التوجيهي للتربية المؤرخ في 23 يناير 2008، ويعزز بها تكوين الوعي الوطني من خلال ترقية المركبات الأساسية و للهوية الوطنية و هي الإسلام، العروبة و الأمازيغية.

و يمكن حصر محددات و مقومات الهوية الوطنية الثقافية في خمسة مقومات هي:

أولاً: البعد الزمني و المكاني : حيث تعتبر الجزائر بوابة إفريقيا - و نظراً لاحتلالها هذا الموقع الاستراتيجي فقد تعاقبة عليها حضارات عدة كالفينيقية و اليونانية و الرومانية.

لم يعرف مفهوم الجزائر إلا منذ القرن العاشر، في أثناء الحكم العثماني بل إن عبارة المغرب الأوسط لم تكن تعني بالضبط حدود الجزائر الحالية، لأن هذه العبارة و أمثالها (المغرب الأدنى ، الأقصى) كانت غامضة.

ثانيا : البعد الأمازيغي : إنه و بتفتحنا على ثقافات الوطن ألمغربي و إطلاعنا على أدبيات مختلف مناطقه ، نجد إن ثقافة المجتمع الجزائري القديم مثلا تشاطر ثقافة ذات أتساع جغرافي مذهب ، فأمثاله و حكمه نجدها في كتب روائيين أمازيغ من مناطق جغرافية بعيدة و ثروته اللغوية متداولة في قمم جبال لم تصلها وسائل الاتصال قبلا فلفظ حفظناه عن جدودنا يراودنا شعور غريب لم نكتشف إنه شائع في جبال جرجرة و واحات تيميمون و بشار و جبال بني سنوس و هي مناطق جزائرية ، وكذا في مناطق بالمغرب الأقصى أو بتونس أو بلبيبا أو كل جزء من أرض الأمازيغ.

ثالثا : البعد اللغوي : تتسم السوق اللغوية المغاربية عامتا و الجزائرية خاصتا بالتنوع اللغات و تنافسيتها ، وهذه الظاهرة نتاج صيرورة تاريخية تبتدئ مع الأمازيغية و تستمر مع اللغات الوافدة منها بعض اللغات التي لم تصمد و منها تلك التي لا تزال متداولة ، و تطبع تنافسية صارمة العلاقات بين اللغات الموجودة ، مما ينتج عنه ضغط شديد تمارسه اللغات القوية على اللغات المستضعفة ، فمعظم الناطقين بالأمازيغية ينطقون بالعربية ماداموا يتكلمون العربية الدارجة و العربية معيار عرضيا كما يمكن إن يكون لسانه فرنسيا أو إنجليزية ، و في المقابل فإن المتحدثين بالعربية الفصحى أو بالفرنسية أو بالإنجليزية هم بالضرورة من متكلمي العربية الدارجة أو الأمازيغية أو اللغتين معا (سعد الله، 1984، ص28).

رابعا : الدين الإسلامي : لقد شحن الدين الإسلامي الثقافة الجزائرية برموز و مضامين وقيم ، وهو يقضي إلى تعبئة المخيال الاجتماعي برموز و عادات و تقاليد و قيم تستثمر في الحقل الثقافي.

خامسا : العادات و التقاليد : إن العادات و التقاليد فعل اجتماعي متوارث يرتكز على تراث يدعمه و يغذيه، لها قوة معيارية و تتطلب الامتثال الاجتماعي و الطاعة الصارمة، و تكون مرتبطة بظروف المجتمع التي تمارس فيه (حملي، 2016، ص2).

خلاصة الفصل:

نستخلص إن الهوية الثقافية تتشكل من خصائص تاريخية و اجتماعية و لغوية و نفسية ،وهذه الخصائص تميز جماعة عن أخرى ، و تستمد هذه الخصائص قوتها من التقاليد و العادات القيم الموروثة التي تراكمت عبر حقب تاريخية و كذلك من تفاعل الأمة مع الوضع الجديد و الذي يتميز بثقافة خاصة تؤثر و تساهم في تشكيل هوية الأمة و على هذا الأساس فإن الهوية الثقافية ليست شيئاً ساكناً ،بل نتاج و تعاقب للتقاليد و الموروثات الثقافية للأمة.

هوامش والمراجع الخاصة بالفصل الثالث:

• الكتب:

- 1- أحمد أبوزيد، "الهوية الثقافية العربية"، الهيمنة المصرية العامة للكتاب، 2004.
- 2- أبو القاسم سعد الله، "تاريخ الجزائر الثقافي من القرن العاشر إلى الرابع عشر الهجري"، الجزائر، المؤسسة الوطنية للكتاب، 1984.
- 3- طه عبد العاطي نجم، "الإعلام والمجتمع"، دار المعرفة الجامعية، الأردن، 2013.
- 4- طه عبد العاطي نجم، "الاتصال الجماهيري في المجتمع العربي الحديث"، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، مصر، 2011.
- 5- شريف رضا، "الهوية العربية الإسلامية، إشكالية العولمة عند الجابري"، مؤسسة كنوز الحكمة للنشر والتوزيع، الجزائر، 2011.
- 6- عبد الغفار شكر، "اختراق المجتمع المدني في الوطن العربي، الدولة الوطنية وتحديات العولمة في الوطن العربي"، مكتب البحوث العربية الإفريقية، مكتبة مدبولي، مصر، 2004.
- 7- عزي عبد الرحمان، "عولمة المكان الرمزي وتفكك العلاقة القيمية والتاريخية مع الأرض في المنطقة العربية"، طبعة أولى، سلسلة كتب المستقبل العربي، بيروت.

- 8-مراد الزعيمي، "الثقافة والعولمة بين التكيف والتفاعل"، منشورات منتوري، الجزائر، 2001.
- 9-محمد الحسن البرغتي، "الثقافة العربية والعولمة، دراسة سوسولوجية لأراء المثقفين العرب"، طبعة الأولى، المؤسسة العربية للنشر والتوزيع، لبنان، 2007.
- 10-محمد السويدي، "مقدمة في دراسة المجتمع الجزائري، تحليل سوسولوجي لأهم مظاهر التغير في المجتمع الجزائري المعاصر"، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1990.
- 11-محمد العربي ولد خليفة، «المسألة الثقافية وقضايا اللسان والهوية»، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2003.
- 12-هاني شحادة الخوري، "تكنولوجيا المعلومات على أعتاب القرن الحادي والعشرين"، مركز الرضى للكمبيوتر، دمشق، 1998.

• المجالات:

- 1-سامية عزيز، عمر حمداوي، "دور المجتمع المدني في الحفاظ على الهوية الثقافية في ظل العولمة"، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، عدد خاص بالملتقى الدولي الأول حول الهوية والمجالات الاجتماعية في ظل التحولات السوسيوثقافية في المجتمع الجزائري.
- 2-هاشم محمد، «الهوية الثقافية والتعليم في المجتمع المصري- رؤية نقدية»- مدرسة قسم أصول التربية، جامعة الغيوم، مجلة كلية التربية، عدد يناير، الجزء الأول، 2019.
- 3-Cultural identity and education in the egyptiian society(Acritical)

• المقالات:

- 1-أسماء حمبلي، "إحياء الخطاب الثقافي الأمازيغي، امتداد شرعي لأصالة هوية عريقة"، مقال لملتقى المغاربي الأول، المتمثلات الثقافية في الخطاب الأدبي المغاربي، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، الجزائر، 13 و14 ديسمبر، 2016.
- 2-صباح ساعد، يوسف بن شنتية، "صورة الهوية الثقافية في مقررات اللغة العربية، قراءة تحليلية لمقررات اللغة العربية لطو الابتدائي، جامعة بسكرة، جامعة عنابة.

3-زغو محمد، "أثر العولمة على الهوية للتأثير والشعوب " كلية العلوم القانونية والإدارة، جامعة حسيبة بن بوعلی، الشلف، 2010.

• أطروحات التخرج:

1-بدر الدين بن العباس، "شبكات التواصل الاجتماعي والهوية الثقافية عند الطلبة الجامعيين-" الفيس بوك -نموذجاً، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في علم الاجتماع، كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية، تخصص علم الاجتماع، بسكرة، .، 2014/2015

2-سعاد ولد جاب الله، "الهوية الثقافية من خلال الصحافة الإلكترونية"، دراسة وصفية لعينة من الصحف الإلكترونية، رسالة ماجستير، معهد علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم السياسية والإعلام، جامعة الجزائر، .، 2005/2006

3-محمد عابد الجبري، "الهوية الثقافية- مستويات ثلاث فردية وجمعية وقومية والعلاقة بين المستويات تتحد أساساً بنوع الآخر الذي تواجهه، هوية الثقافة والعولمة عشر أطروحات.

4-بالعربي سعاد، "أثر مواقع التواصل الاجتماعي على الهوية الثقافية"، دراسة ميدانية على عينة من الطلبة مستخدمي موقع فيس بوك، مذكرة لنيل شهادة ماستر في كلية العلوم الاجتماعية، قسم علوم الإعلام و الاتصال، جامعة عبد الحميد ابن باديس، مستغانم (2015/ 2014

5-لعبني هدى، جرفي عادل" أثر مواقع التواصل الاجتماعي على الهوية الثقافية لدى الطلبة الجامعيين "، دراسة لنيل شهادة ماستر في علوم الإعلام و الاتصال، تخصص صحافة مطبوعة و إلكترونية، كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية، قسم علوم الإعلام والاتصال، جامعة محمد الصديق بن يحيى، جيجل، (2019/2020).

• المواقع الإلكترونية :

1-موقع موضوع، مجد خضر، 27أفريل 2017، (8:22عناصر الهوية الثقافية و مستوياتها) /mawdo3.Com.

2-موقع اطروحات) الهوية الثقافية و العولمة -10- أطروحة - مح.heknah.Orl/

• أطروحة:

1-محمد عابد الجابري ،الهوية الثقافية مستويات ثلاث فردية جمعوية و وطنية و قومية و العلاقات بين المستويات تتحدد أساسا بالنوع الأخر الذى تواجهه ، هوية الثقافية و العولمة عشر أطروحات

الفصل الرابع

الإجراءات المنهجية وأدوات البحث

1-منهج الدراسة.

2-مجتمع الدراسة والعينة.

3-أدوات جمع البيانات.

4-مجالات الدراسة.

5-صعوبات الدراسة .

❖ المعالجة الإحصائية لبيانات الدراسة

1-عرض و تحليل البيانات.

2-النتائج العامة للدراسة و مناقشة الفرضيات.

3-الاقتراحات و توصيات.

هوامش ومراجع الفصل الرابع

تمهيد:

بعد ما قمنا باستعراض الجانب النظري للداسة ، من خلال التطرق في الفصل الاول الى الجانب المنهجي والنظري للداسة وفي الفصل الثاني حول مواقع التواصل الاجتماعي مرورا الى الفصل الثالث الذي تضمن الهوية الثقافية ختاماً بالفصل الرابع الذي أتي كمحاولة لإسقاط الجانب النظري للموضوع على الطلبة الجامعيين ، وبدرجة أولى للإجابة على الإشكالية التي تم طرحها وذلك من خلال الإجابة على الأسئلة الفرعية للإشكالية التي تم الانطلاق منها كأساس لهذه الداسة.

ولتحقيق ذلك تم تصميم استمارة استبيان تحتوي على مجموعة من الأسئلة تم تقديمه لطلبة جامعة البويرة، ولعرض ما سبق تم تحليل أجوبة الاستمارة.

الإجراءات المنهجية وأدوات البحث :

1-منهج الدراسة :

كلمة منهج باللغة الإنجليزية (merhec) ونظائرها في اللغات الأوروبية ترجع إلى أصل اليونان:يعني البحث أو النظر أو المعرفة .

و المنهج هو الطريقة التي يعتمدها الباحث للوصول إلى هدفه المنشود وأن وظيفته في العلوم الاجتماعية هي اكتشاف المبادئ التي تنظم الظواهر الاجتماعية و التربوية و الإنسانية بصفة عامة و تؤدي إلى حدوثها حتى يمكن على ضوءها تفسيرها وضبط نتائجها و التحكم بها .(درويش، 2018،ص48).

المنهج هو مجموعة من الإجراءات و الخطوات الدقيقة المتبناة من أجل الوصول إلى نتيجة.(بن مرسل، 2010، ص282).

ويرتبط المنهج المتبع في الدراسة بناء على الإشكالية التي تم تحديدها ، و بما أن دراستنا هذه تسعى إلى جمع المعلومات حول مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي وكيف أثر هذا الاستخدام على الهوية الثقافية ، فإن هذه الدراسة تندرج ضمن البحوث الوصفية التي تستهدف وصف خصائص و ظروف مشكلة الدراسة وصفا دقيقا و شاملا معتمدا في هذا علي جمع الحقائق وتحليلها و تفسيرها لاستخلاص النتائج و دلالات نصل منها إلى تعليمات بشأن الظاهرة المدروسة .(القول،1992،ص35).

ومنه فالمنهج الملائم لهذه الدراسة هو منهج المسح الوصفي و يعرف بأنه محاولة منظمة لتقرير و تحليل و تفسير الوضع الراهن لنظام اجتماعي أو لجماعة معينة تنصب على الوقت الحاضر بشأن أساسي ، و إن كان يهدف إلى الحصول على معلومات يمكن الاستفادة منها في المستقبل.(عبد الحميد،1993،ص122).

واعتمادنا على منهج المسح الوصفي في هذه الدراسة يعود بالدرجة الأولى إلى اعتباره إحدى الأشكال الخاصة بجمع المعلومات عن الأفراد و سلوكياتهم و إدراكهم و مشاعرهم و اتجاهاتهم كما يعتبر الشكل الرئيسي و المعياري لجمع المعلومات عندما تشتمل الدراسة على المجتمع الكلي أو تكون العينة كبيرة و منتشرة بالشكل الذي يصعب الاتصال بمفرداتها و هو ما نحتاجه في هذه الدراسة حيث يسمح هذا المنهج بدراسة عدد كبير من المتغيرات في وقت واحد مثل السمات العامة و الاجتماعية و النفسية و كذلك أنماط السلوك الاتصالي وبالتالي هو يتيح لنل معرفة درجات الأثر وكيفية الأثر وحجمه على الهوية الثقافية .

2-مجتمع البحث و العينة :

2-1-مجتمع البحث:

هو جميع الأفراد أو الأشياء أو الأشخاص الذين يشكلون موضوع مشكلة البحث.(محمد غال،2018) هو مجموعة من الحوادث أو الأشخاص أو المدن أو الأعمال أو المؤلفات التي يشملها موضوع البحث و التي تتمتع بصفة التماثل في تعبيرها عن جوهر الموضوع و التي يتم دراستها و تحليلها و استنباط النتائج منها خلال عينات تأخذ منها تمثل هذا المجتمع.(الدليمي، ص 05).

يتمثل مجتمع البحث في هذه الدراسة في طلبة جامعة البويرة المستخدمين لمواقع التواصل الاجتماعي وخاصة الفيس بوك.

من أجل دراسة علمية لابد من وضع منهجية تتوافق مع طبيعة البحث ، في إطار هذه المنهجية يتم تحديد نوع العينة المختارة كأساس للبحث .

2-2-العينة:

يعرفها موريس أنجرس على أنها مجموعة فرعية من عناصر مجتمع البحث، كما أنها ذلك الجزء من المجتمع التي يجري اختيارها وفق قواعد و طرق علمية بحيث تمثل المجتمع تمثيلا صحيحا(أنجرس،2004،ص301).

كما تعرف على أنها جزء أو شريحة من المجتمع تتضمن خصائص المجتمع الأصلي الذي ترغب في التعرف عليه ، ويجب أن تكون ممثلة لجميع أفراد المجتمع تمثيلا صحيحا ، وتمثل العينة نموذج يشمل جانبا من وحدات المجتمع الأصلي المعني بالبحث و هذا النموذج أو الجزء يغني الباحث عن دراسة كل تلك الوحدات (سبعون،2012،ص147).

و لأن اختيار العينة أساس للبحث كان لزاما علينا أن نختار هذا الجزء للتوصل إلى أدق التفاصيل و عليه فإن العينة الملائمة في دراستنا هي العينة العرضية ، إذ تعد أصح أنواع العينات لدراسة المجتمعات الكبيرة عدديا و هو مايناسب مجتمع البحث لدراستنا هذه و المتمثل في الطلبة الجامعيين المستخدمين لمواقع التواصل الاجتماعي ، لذا حددت عينة الدراسة على الطلبة الجامعيين لجامعة البويرة.

يتم اللجوء إلى هذا الصنف من العينة ،عندما ل لا يتوفر للباحث أي اختبار لسحب عينة يقوم

بالقيام بالتحقق على العناصر التي تقع في يده ،حيث يلعب هنا عامل الحظ بالمعنى العامي دور هام في

الحصول على هذا النوع من العينة ،حيث يقوم الباحث باختيار مثلا أشخاص مارين في طريق معين

وجالسين في مكتبة أو محل ما، ليحقق معهم ، ويطرح هذا النوع من العينة بعض الصعوبات تتعلق أساسا بالتمثيلية وعليه بتعميم النتائج (سبعون ،2012،ص147).

أما فيما يخص عينة الدراسة الأساسية تجدر الإشارة إلى أن حجم العينة المحددة تقدر ب 120 مفردة ، و وزعت 120 استمارة على عينة من الطلبة الجامعين بجامعة البويرة ،وتم استرجاع 100 استمارة صالحة ومكتملة ،وهذا بعد إلغاء 20 استمارة لأنها غير صالحة لعدم اكتمال الإجابة على الأسئلة .

3- أدوات الدراسة :

اعتمدنا في هذه الدراسة على أداة الاستبيان.

الاستبيان: والتي تعرف على أنها عبارة عن مجموعة من لأسئلة المكتوبة التي تعد بقصد الحصول على معلومات وآراء الباحثين حول ظاهرة أو موقف معين وتعد من أكثر الأدوات المستخدمة في جمع البيانات الخاصة بالعلوم لاجتماعية والتي تتطلب الحصول على معلومات أو معتقدات أو تصورات وآراء الفرد (عبيدات، 1999، 63).

بعد صياغة الاستمارة بصفة نهائية والموافقة عليها من طرف المشرفة وعرضها على ثلاث أساتذة محكمين بقسم علوم الإعلام والاتصال.

وعلى هذا الأساس قمنا بتصميم استمارة تغطي المحاور التالية:

المحور الأول : البيانات الشخصية.

المحور الثاني : اعتماد الطلبة الجامعين على مواقع التواصل الاجتماعي لترسيخ الهوية الثقافية.

المحور الثالث : تنفرد مواقع التواصل الاجتماعي عن غيرها من وسائل الإعلام و الاتصال بالاستخدام الغير انتقائي من قبل الطلبة الجامعين.

المحور الرابع : حجم استخدام مواقع التواصل الاجتماعي و معتقدات الهوية الثقافية للطلبة الجامعين.

4-مجالات الدراسة : تمت الدراسة الميدانية كغيرها من الدراسات الاجتماعية و الإنسانية ضمن ثلاث مجالات رئيسية :

4-1-المجال المكاني: أجريت الدراسة في حدود جامعة أكلي محند اولحاج البويرة .

4-2-المجال الزمني : يمثل المجال الزمني الفترة الممتدة من 12 فيفري 2022 غلى غاية جوان 2022 للعام الجامعي 2021م/2022م .

4-3-المجال البشري : جرت الدراسة على طلبة جامعة البويرة بكل تخصصاتها دون اختيار تخصص معين ومستوى معين (ماستر، ليسانس، دكتوراه) .

5-صعوبات الدراسة :

إن أي بحث لا يخلو من الصعوبات ، ونحن في إنجاز هذا البحث واجهتنا جملة من الصعوبات وهي :

- قلة المراجع التي تتحدث عن الهوية الثقافية الجزائرية.
- قلة الدراسات المتعلقة بالجانب العام و التفصيلي لمواقع التواصل الاجتماعي.
- صعوبة و تشعب المواضيع المتعلقة بالهوية الثقافية العربية.
- صعوبة تحصيل المعلومات الخاصة بعناصر و مكونات الهوية الثقافية الجزائرية.

2 - تحليل نتائج الدراسة الميدانية :

وفقا لمتغير الجنس:

الجدول رقم (01): يوضح توزيع مفردات العينة حسب متغير الجنس.

النسبة المئوية	التكرار	الجنس / النسب
23%	23	ذكور
77%	77	إناث
100%	100	المجموع



الشكل رقم (01) : يمثل دائرة نسبية لتوزيع مفردات العينة حسب متغير الجنس.

يظهر من خلال الجدول رقم (01) أن الذكور يمثلون نسبة 23 % من عينة الدراسة، بينما تمثل نسبة الإناث 77 % من العينة، حيث نلاحظ أن نسبة الذكور أعلى قليلا مقارنة بنسبة الإناث، كما هو ممثل في الشكل التالي.

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أكبر نسبة من عينة الدراسة لمتغير الإناث بنسبة 77% أي ما يعادل 77 مفردة، فيما كانت نسبة الذكور قليلة إذ بلغت نسبتها 23% أي ما يعادل 23 مفردة وبفارق 54

مفردة وهو فارق كبير وهذا الفرق يعود إلى إلغاء 20 إستمارة كانت منها 15 استمارة للذكور و 5 للإناث ،بالإضافة إلى أن فئة الإناث أكثر حضور للجامعة من الفئة الأخرى ألا وهي الذكور ،ويغزي هذا الفرق بين الجنسين على استخدام الإناث لشبكات التواصل الاجتماعي أكثر من الذكور ،نظرا لعدة عوامل تقنية ،اجتماعية ،فالإناث أكثر عرضة لهذه المواقع نظرا لوجود أوقات فراغ في يومهم عكس الذكور الذين غالبا يكون لديهم أعمال خارج الجامعة .

وفقا لمتغير السن :

الجدول رقم (02) يوضح توزيع مفردات العينة حسب متغير السن

النسبة المئوية	التكرار	السن / النسب
81%	81	أقل من 25 سنة
18%	18	من 25 سنة إلى 30 سنة
01%	01	أكثر من 30 سنة
100%	100	المجموع



الشكل رقم (02) : يمثل دائرة نسبية لتوزيع مفردات العينة حسب متغير السن .

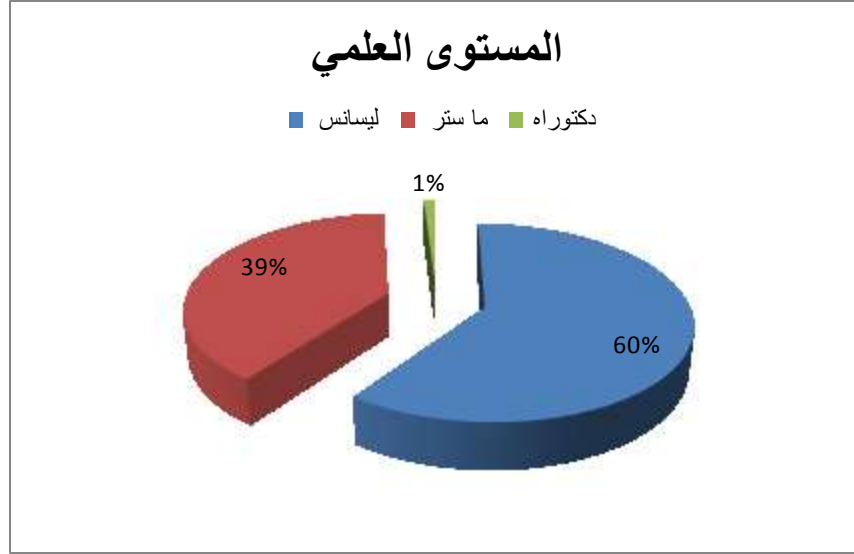
نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن الفئة العمرية الأقل من 25 سنة هي أعلى نسبة تستخدم مواقع التواصل الاجتماعي، وتمثلت بـ 81% من مفردات العينة، تليها الفئة الممتدة من 25 سنة إلى 30 سنة بنسبة 18% من مفردات العينة بفارق كبير مقارنة بالفئة الأولى، في حين تأتي آخر فئة بنسبة 1% والتي تتمثل في الذين تزيد أعمارهم عن 30 سنة.

نلاحظ أن أغلب مفردات العينة التي تستخدم مواقع التواصل الاجتماعي تشمل فئة المبحوثين الأقل من 25 سنة، وبالاعتماد على الملاحظة البسيطة يمكن القول أن هذه الفئة تمتلك الإمكانيات المادية لاستخدام هذه المواقع، وأيضا تمتلك أوقات فراغ أكثر مقارنة بالفئة العمرية الممتدة من 25 سنة إلى 30 سنة فما فوق الذين غالبا ما يكونون يقضون أوقات فراغهم من الدراسة في أعمالهم والتحصير لمذكرتهم.

وفقا لمتغير المستوى العلمي .

الجدول رقم (03): يوضح توزيع مفردات العينة حسب متغير المستوى العلمي .

النسبة المئوية	التكرار	النسبة	المستوى العلمي
60%	60		ليسانس
39%	39		ما ستر
1%	1		دكتوراه
100%	100		المجموع



الشكل رقم (03) : يمثل دائرة نسبية لتوزيع مفردات العينة حسب متغير المستوى العلمي.

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن أغلب مفردات العينة، الذين يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي يملكون مستوى تعليمي ليسانس بحيث شملت هذه الفئة نسبة 61 % من المبحوثين، تليها فئة المستخدمين من ذوي المستوى التعليمي ما ستر بنسبة 38 % وبفارق كبير مقارنة بالأولى، في حين تأتي آخر نسبة ب 1% وهي فئة الطلبة ذو المستوى التعليمي دكتوراه.

نلاحظ أن أغلب مفردات العينة الذين يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي هم من ذوي المستوى التعليمي ليسانس، وبالاعتماد على الملاحظة البسيطة يمكن القول أن ذلك راجع إلى الخدمات التي تقدمها هذه المواقع في الجانب المعرفي لهذه الفئة بغية البحث العلمي أو اكتساب مهارات ومعلومات تساعدهم في مجال عملهم أو دراستهم، وبالنسبة لفئة الماستر فهم يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي بغية التحضير لمذكراتهم والبحث عن مراجع.

التخصص:

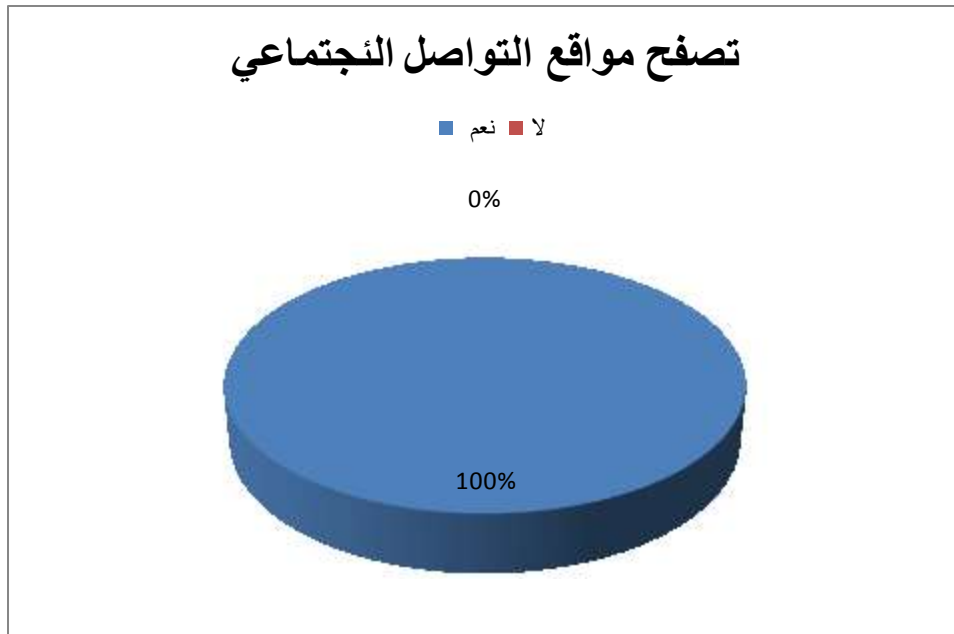
بمأن السؤال الرابع سؤال مفتوح لا يحتاج إلى جدول لأنه لا يوجد فيه عبارات للاختيار، والعينة هي عينة عشوائية، توصلت نتيجة السؤال إلى أن العينة كانت تحتوي على عدة تخصصات وتمثلت في العلوم الاقتصادية والعلوم الإنسانية والاجتماعية والحقوق، وأدب عربي... الخ، ولاحظنا أن الفئة الغالبة كانت لتخصص العلوم الاقتصادية، تليها العلوم الاجتماعية والإنسانية وفي الأخير باقي التخصصات وبنسبة متفاوتة ومقاربة، ومن خلال ملاحظتنا البسيطة نرى أن السبب في أغلبية أفراد العينة كانوا

تخصص اقتصاد هو بالصدفة فقط لان قمنا بتوزيع الاستمارات بطريقة عشوائية ولم نقم بالاختيار في التخصص.

المحور الثاني: اعتماد الطلبة الجامعيين على مواقع التواصل الاجتماعي لترسيخ الهوية الثقافية.

جدول رقم (04): يوضح توزيع مفردات العينة حسب تصفح مواقع التواصل الاجتماعي.

العبارات	النسبة	التكرار	النسبة المئوية
نعم		100	%100
لا		00	%00
المجموع		100	%100

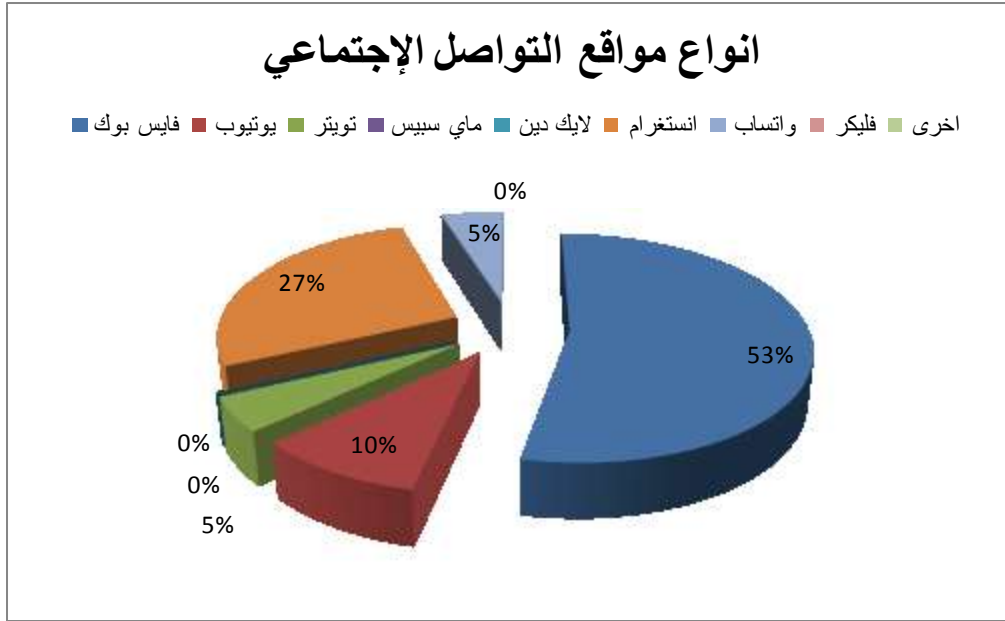


الشكل رقم (04) : يمثل دائرة نسبية لتوزيع مفردات العينة حسب تصفح مواقع التواصل الاجتماعي.

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن كل مفردات العينة يقومون بتصفح مواقع التواصل الاجتماعي حيث بلغت نسبتهم ما يعادل 100 % أي ما يعادل 100 مفردة، أما الذين لا يتصفحون مواقع التواصل الاجتماعي قد ألغيت استماراتهم نهائياً من الدراسة لان وجودهم ضمن هذه الدراسة لا يساعدنا في الحصول على نتائج الدراسة وتحقيق أهدافها بالتالي تم استبعادهم.

جدول رقم (05): يوضح توزيع مفردات العينة حسب درجة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي.

المواقع	النسب	التكرار	النسبة المئوية
فيس بوك	51	51%	
يوتيوب	10	10%	
تويتر	5	5%	
ماي سبايس	0	0%	
لايك دين	0	0%	
انستغرام	28	28%	
واتساب	5	5%	
فليكر	0	0%	
أخرى	1	1%	
المجموع	100	100%	



الشكل رقم (05): يمثل دائرة نسبية لتوزيع مفردات العينة حسب درجة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي.

يوضح الجدول رقم 05 توزيع مفردات العينة حسب درجة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي إذ أن موقع الفيس بوك يحتل المرتبة الأولى من بين شبكات التواصل الاجتماعي بنسبة قدرت ب 51% وهذا لما يتميز به من خصائص ومميزات والسهولة في الاستخدام ، فيما يحتل الانستغرام المرتبة الثانية لدى مفردات العينة ، وهذا يدل على المكانة البالغة لهذا الموقع عند الشباب الجامعي ، بسبب خصائصه التي تميزه عن المواقع الأخرى ، غير أنه لا يعتبر الموقع الأول بالنسبة للمبحوثين وبسبب تفوق الفيس بوك عليه ، ولقد قدرت نسبة استخدامه 28% ، واحتل اليوتيوب المرتبة الثانية بنسبة قدرت ب 10% ، وهذا يدل على انه له مكانة مهمة عند الشباب الجامعي لما يقدمه من خدمات خاصة خدمة الفيديو .

أما موقع الوات ساب و موقع التويتر احتلا المرتبة الرابعة لان مفردات العينة ليستخدمنها بكثرة و هذا راجع إلى أن موقع فيس بوك و أنستغرام وفرو لهم كل التخصصات، إما بالنسبة لباقي المواقع غير كانت نسبة معدومة 0% لان مفردات العينة لا يستخدمنها لأنها مواقع غير رائجة عندهم ولا توفر لهم متطلباتهم مثل باقي المواقع.

جدول رقم (06) :جدول يوضح توزيع مفردات العينة حسب فترات تصفحهم لمواقع التواصل الاجتماعي في اليوم.

النسبة المئوية	التكرار	النسبة / فترات
2%	2	في الصباح
2%	2	في الظهيرة
8%	8	في المساء
46%	46	في الليل
42%	42	لا يوجد وقت محدد
100 %	100	المجموع



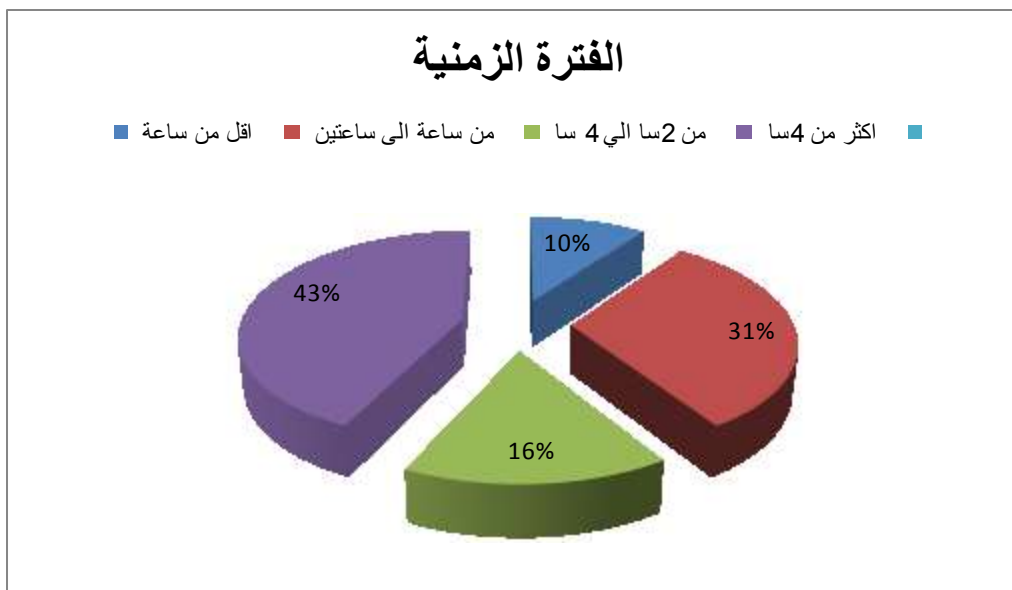
الشكل رقم (06) : يمثل دائرة نسبية لتوزيع مفردات العينة حسب فترات تصفحهم لمواقع التواصل الاجتماعي في اليوم.

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه إن هنالك اختلاف واضح بين مفردات العينة في فترات تصفحهم لمواقع التواصل الاجتماعي خلال اليوم حيث نلاحظ من خلال الجدول أعلاه إن نسبة كبيرة من مفردات العينة يتصفحون مواقع التواصل الاجتماعي في الليل حيث بلغت نسبتهم 46% أي ما يعادل 46 مفردة ثم تليها مفردات العينة الذين يتصفحون مواقع التواصل الاجتماعي في وقت غير محدد حيث بلغت نسبتهم 42% أي ما يعادل 42 مفردة وهذه النسبة لا تختلف كثيرا عن نسبة التي سبقتها حيث إن الفرق بينهم هو

فارق بسيط قدر ب 4 مفردات ،ثم بعد ذلك تأتي مفردات العينة الذين يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي في المساء حيث قدرت نسبتهم ب 8% أي مايعادل 8 مفردات ،ثم تأتي بعد ذلك مفردات العينة الذين يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي في الظهيرة و في الصباح حيث كانت نسبة كل فيهم هي 2% أي مايعادل 2 مفردات . ومن خلال هذه النتائج نستنتج بان معظم مفردات العينة لا يوجد لديهم وقت محدد لتصفح مواقع التواصل الاجتماعي، وهذا إن دل يدل أن مفردات العينة يتصفحون هذه المواقع عندما يكون لديهم وقت فراغ ليكون دائما في وقت واحد كما نستنتج أيضا أن مفردات العينة يتصفحون هذه المواقع في الليل نظرا لفراغهم و عدم وجود شيء يشغلهم.

الجدول رقم (07): يوضح توزيع مفردات العينة حسب عدد ساعات التي تقضيها في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي.

الساعات	النسبة	التكرار	النسبة المئوية
اقل من ساعة	10	10%	
من ساعة إلي ساعتين	31	31%	
من 2س إلي 4سا	16	16%	
أكثر من 4 ساعات	43	43%	
المجموع	100	100%	

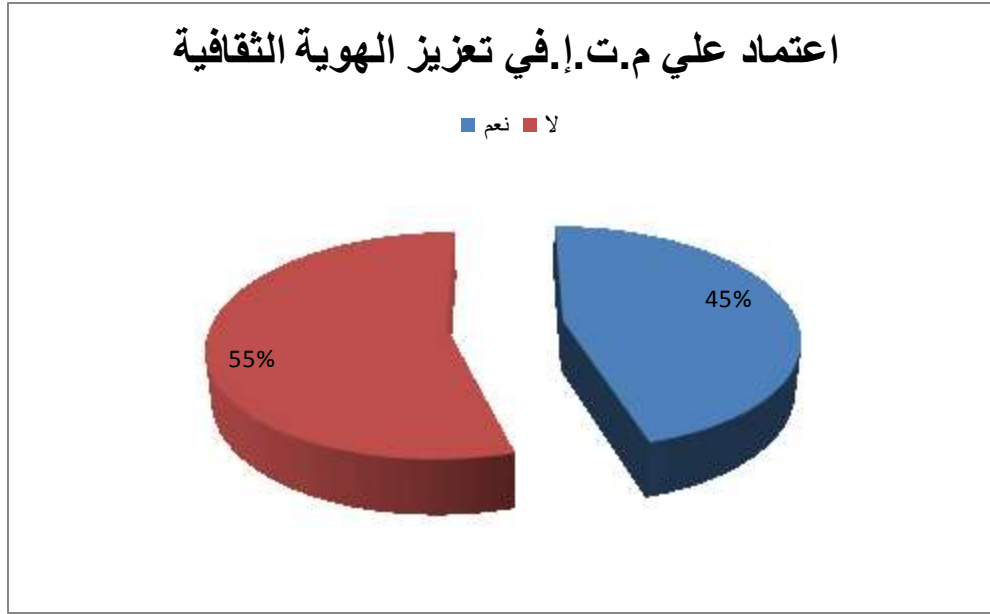


الشكل رقم (07) : يمثل دائرة نسبية لتوزيع مفردات العينة حسب عدد ساعات التي تقضيها في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي.

نلاحظ من خلال الجدول اعلاه أن أغلبية مفردات العينة يقضون أكثر من 4 ساعات في تصفح مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة بلغت %43. تليها بنسبة %31 الفئة التي تقضي مدة من الساعة إلى ساعتين علي مواقع التواصل الاجتماعي وفي المرتبة الثالثة الفئة التي تتصفح مواقع من ساعتين أو 4 ساعات بنسبة %16 و هذه النسبة تعتبر صغيرة مقارنة بالفئتين الأوليتين،إما أخر فئة وهي التي تقضي اقل من ساعة على هذه المواقع بنسبة ضئيلة قدرت ب%10 ونلاحظ من خلال هذه المعطيات إن أغلبية الطلبة يتصفحون مواقع التواصل الاجتماعي لفترات طويلة تتراوح من ساعة إلى 4 ساعات أو أكثر ،وهذا راجع إلى أن الشباب يمتاز عن غيره من الفئات العمرية بالعديد من الخصائص لعلها حب الاستكشاف و مواكبة التطورات التكنولوجية.

الجدول رقم(08) :يوضح توزيع مفردات العينة حسب إذا كانوا يعتمدون على مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز هويتهم الثقافية.

العبارات	النسبة	التكرار	النسبة المئوية
نعم		100	100%
لا		0	0%
المجموع		100	100%



الشكل رقم (08) : يمثل دائرة نسبية لتوزيع مفردات العينة حسب إذا كانوا يعتمدون على مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز هويتهم الثقافية.

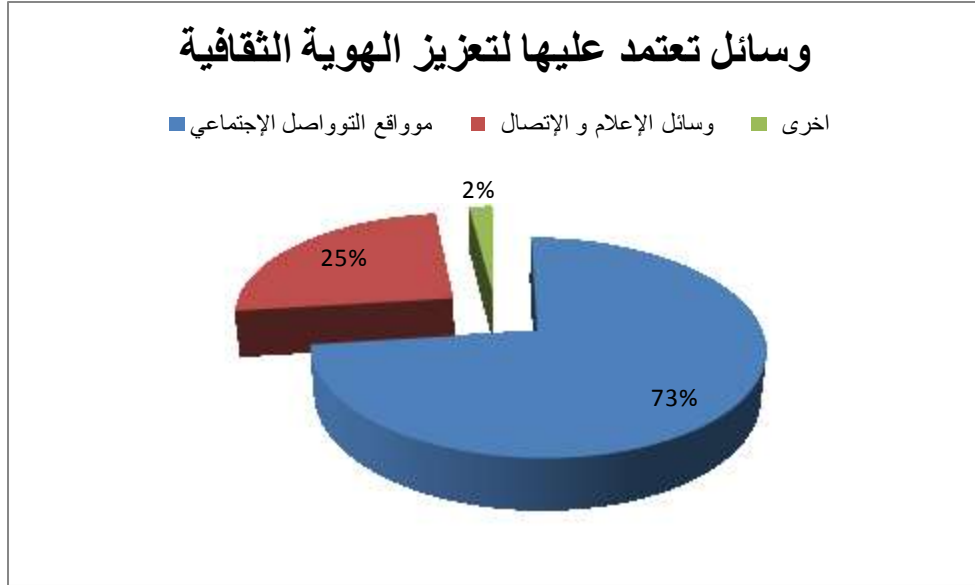
يوضح الجدول أعلاه أن كل مفردات العينة يعتمدون على مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز هويتهم الثقافية بنسبة 100% ما يعادل 100 مفردة. وهذا راجع إلى أن المفردات التي أجابت ب لا ولقد ألغيت استمارتهم النهائية من الدراسة لأنها لاتخدم دراستنا فبمجرد إجابتهم بلا على السؤال رقم 09 لا يمكنك الإجابة علي الأسئلة التي تليه وبالتالي باستمارتهم تلغى. لأنها لا تساعدنا في الوصول على أهداف الدراسة.

المحور الثالث تفرد مواقع التواصل الاجتماعي عن غيرها من وسائل الإعلام و الاتصال بالاستخدام الغير انتقائي من قبل الطلبة الجامعيين.

الجدول رقم (09) : جدول يوضح توزيع مفردات العينة حسب الوسائل التي تعتمد عليها في تعزيز الهوية الثقافية.

العبارات	النسبة	التكرار	النسبة المئوية
مواقع التواصل الاجتماعي	73	73	73%
وسائل الإعلام و الاتصال	05	05	05 %
أخرى	02	02	02%

100%	100	المجموع
------	-----	---------



الشكل رقم (09) : يمثل دائرة نسبية لتوزيع مفردات العينة حسب الوسائل التي تعتمد عليها في تعزيز الهوية الثقافية.

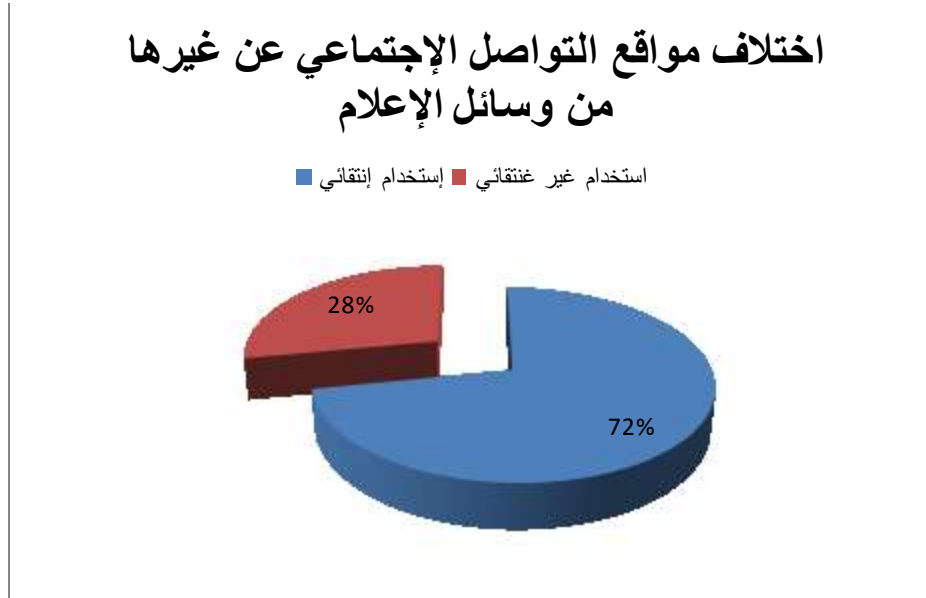
نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن معظم مفردات العينة يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز هويتهم الثقافية حيث بلغت نسبتهم 73% أي ما يعادل 73 مفردة. ثم تأتي مفردات العينة الذين يعتمدون على وسائل الإعلام و الاتصال في تعزيز هويتهم الثقافية حيث بلغت نسبتهم 25% أي ما يعادل 25 مفردة، في حين هنالك فئة أخرى من مفردات العينة يعتمدون على وسائل أخرى في تعزيز صورتهم الثقافية حيث بلغت نسبتهم 2% أي ما يعادل 2 مفردة وهي نسبة قليلة مقارنة بالنسب الأخرى .

إذن نستنتج من خلال هذه النتائج معظم مفردات العينة يعتمدون على مواقع التواصل الاجتماعي وهذا إن دل يدل على سهولة الاستخدام بالإضافة إلى أن هذه المواقع تعالج مواقع ثقافية متنوعة و مختلفة أكثر من وسائل الإعلام و الاتصال الأخرى. وسائل التي تعتمد عليها في تعزيز الهوية الثقافية.

الجدول رقم (10) :توزيع مفردات العينة حسب رأيهم في اختلاف مواقع التواصل الاجتماعي عن غيرها من وسائل الإعلام و الاتصال.

العبارات	النسبة	التكرار	النسبة المئوية
----------	--------	---------	----------------

78%	78	انتقائي
22%	22	غير انتقائي
100%	100	المجموع



الشكل رقم (10) : يمثل دائرة نسبية لتوزيع مفردات العينة حسب رأيهم في اختلاف مواقع التواصل الاجتماعي عن غيرها من وسائل الإعلام و الاتصال.

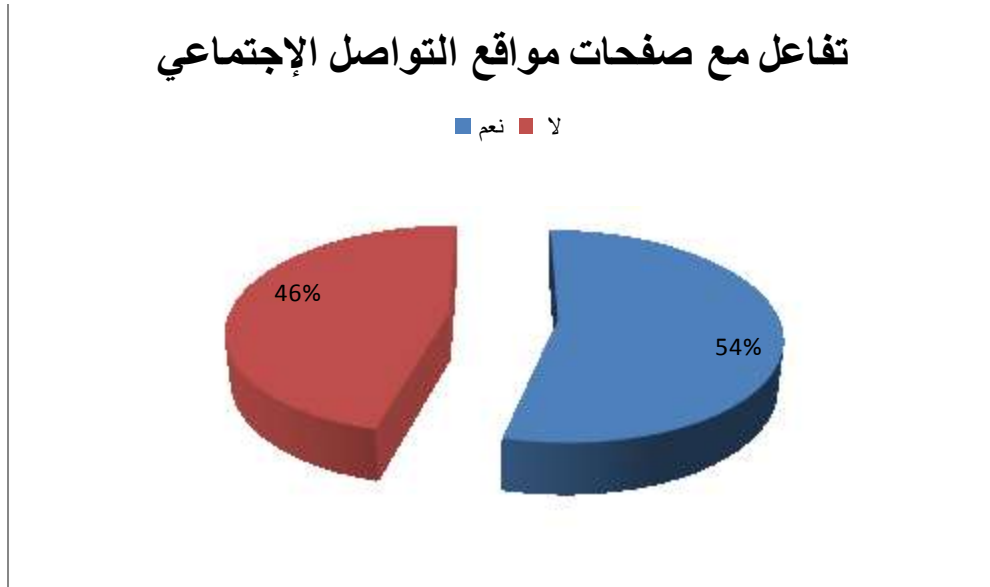
المحور الثالث: تنفرد مواقع التواصل الاجتماعي عن غيرها من وسائل الإعلام و الاتصال بالاستخدام الغير انتقائي من قبل الطلبة الجامعيين.

الجدول أعلاه يوضح توزيع مفردات العينة حسب إجاباتهم على السؤال رقم 10 حيث بلغت نسبة الطلبة الذين كانت إجاباتهم بأن مواقع التواصل الاجتماعي تختلف عن غيرها من وسائل الإعلام و الاتصال بالاستخدام الانتقائي 78% أي ما يعادل 78 مفردة ،وهذا راجع إلى أن الأفراد يقومون بانتقاء المعلومات و الأشياء التي يتعرضون لها في مواقع التواصل الاجتماعي و الدليل على ذلك وجود الصفحات الإلكترونية و المجموعات الذي ينخرط فيها مفردات العينة كل على حسب ميولاته، أما الذين يرون أن وسائل الإعلام و الاتصال يختلف عن مواقع التواصل الاجتماعي بالاستخدام الانتقائي بلغت نسبتها 22% ما يعادل

22 مفردة، وحسب رأينا تلاحظ أن هذا راجع إلي بعض الأفراد يقومون بتصفح مواقع التواصل عشوائيا و يشاهدون ويتأثرون بكل مايتعرضون له دون انتقاء لما يعجبهم أو يفضلونه.

الجدول رقم (11) :جدول يوضح توزيع مفردات العينة حسب تفاعلهم مع الصفحات على مواقع التواصل الاجتماعي التي يقومون فيها بالتعرف بهويتهم الثقافية للمجتمعات الأخرى.

العبارات	النسب	التكرار	النسبة المئوية
نعم	54	54	54%
لا	46	46	46%
المجموع	100	100	100%



الشكل رقم (11) : يمثل دائرة نسبية لتوزيع مفردات العينة حسب تفاعلهم مع الصفحات على مواقع التواصل الاجتماعي التي يقومون فيها بالتعرف بهويتهم الثقافية للمجتمعات الأخرى.

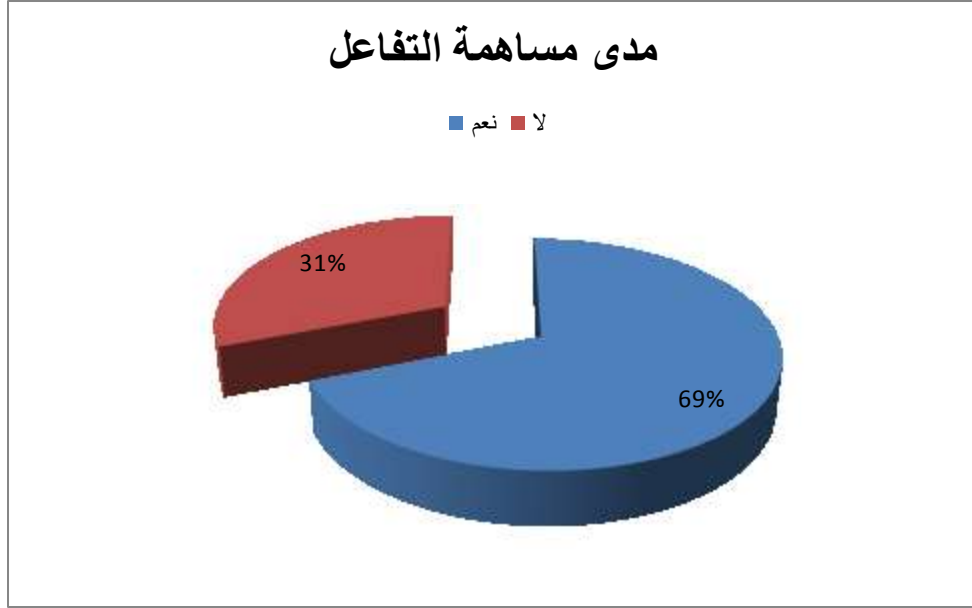
نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن معظم أفراد العينة يتفاعلون مع الصفحات على مواقع التواصل الاجتماعي التي يقومون فيها بالتعرف بهويتهم الثقافية للمجتمعات الأخرى حيث بلغت نسبتهم 54% أي

ما يعادل 54 مفردة، بينما 46% أي ما يعادل 46 مفردة ليس لديهم تفاعل مع الصفحات على مواقع التواصل الاجتماعي يقومون فيها بالتعرف بهويتهم الثقافية للمجتمعات الأخرى.

من خلال هذه نتائج نستنتج بان معظم مفردات العينة يتفاعلون مع الصفحات على مواقع التواصل الاجتماعي يقومون فيها بالتعرف بهوياتهم الثقافية للمجتمعات و الدول الأخرى و هذا إن دل يدل أن هذه المواقع تعتبر مواقع اجتماعية يتم التفاعل و التواصل فيها بين مختلف المجتمعات و الدول هذا ما ساعد المبحوثين على التعرف بهويتهم الثقافية.

جدول رقم (12): جدول يمثل توزيع المفردات العينة حسب مدى مساهمة تفاعلهم في مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز هويتهم الثقافية.

النسبة المئوية	التكرار	النسبة	العبارات
69%	69		نعم
31%	31		لا
100%	100		المجموع



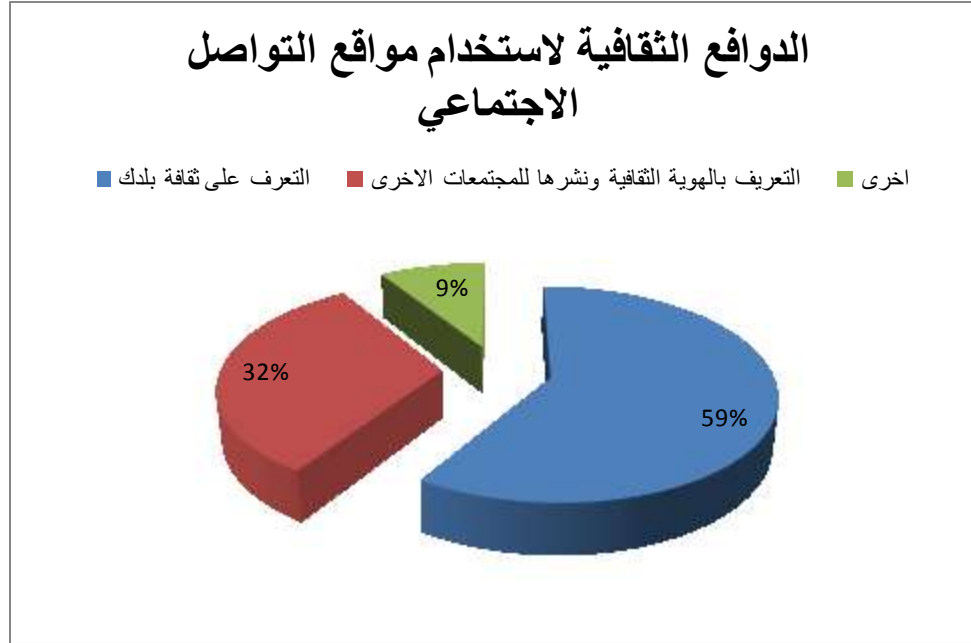
الشكل رقم (12) : يمثل دائرة نسبية لتوزيع مفردات العينة حسب مدى مساهمة تفاعلهم في مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز هويتهم الثقافية.

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن أغلبية مفردات العينة قد ساهم تفاعلهم على مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز هويتهم الثقافية حيث بلغت نسبتهم 69% أي ما يعادل 69 مفردة ، بينما 31% من مفردات العينة أي ما يعادل 31 مفردة لم يساهم تفاعلهم على مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز هويتهم الثقافية إذ من خلال هذه النتائج نستنتج أن أغلبية مفردات العينة لهم ميولات نحو هويتهم الثقافية وهم يساهمون في تعزيزها و ترخيصها وتعريفها للمجتمعات الأخرى.

المحور الرابع : حجم استخدام مواقع التواصل الاجتماعي ومعتقدات الهوية الثقافية للطلبة الجامعيين.
الجدول رقم 13: توزيع مفردات العينة حسب الدوافع الثقافية لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي .

العبارات	النسبة	التكرار	النسبة المئوية
التعرف على ثقافة بلدك	59	59	59%
التعريف بالهوية الثقافية ونشرها للمجتمعات الأخرى	32	32	32%
أخرى	9	9	9%

المجموع	100	%100
---------	-----	------



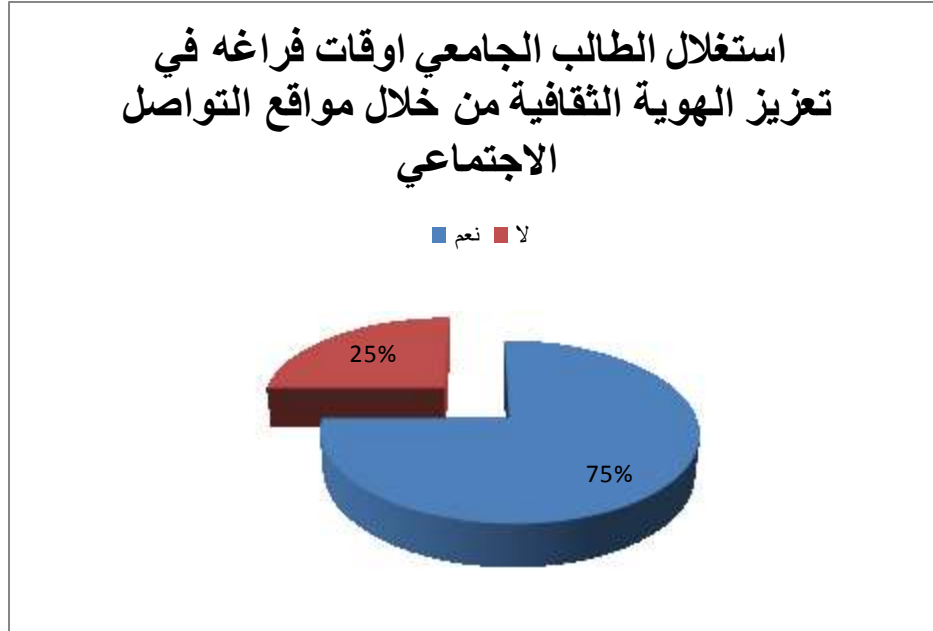
الشكل رقم (13) : يمثل دائرة نسبية لتوزيع مفردات العينة حسب الدوافع الثقافية لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي.

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن 59% من مفردات العينة يستخدمون هذه المواقع بدافع التعرف على ثقافة بلدهم وتعزيزها، لأن مفردات العينة شباب يتصفون بالفضولية وحب الاكتشاف، فيما نجد أن 32% من مفردات العينة يستخدمون هذه المواقع بدافع التعريف بهويتهم الثقافية ونشرها عند المجتمعات الأخرى وهذا لأن الشباب الجزائري معرف بحبه لوطنه وتراثه ويفتخر بيه أمام الدول الأخرى إضافة إلى أن 9% من مفردات العينة يستخدمون هذه المواقع لدوافع أخرى تمثلت في دافع الحصول على الأخبار ومواكبة الأحداث والتحاور وتبادل الآراء مع الآخرين .

الجدول رقم 14: يوضح توزيع مفردات العينة حسب درجة استغلال الطالب الجامعي أوقات فراغه في تعزيز الهوية الثقافية من خلال مواقع التواصل الاجتماعي.

النسبة المئوية	التكرار	العبارات / النسب
75%	75	نعم

25%	25	لا
100%	100	المجموع



الشكل رقم (14) : يمثل دائرة نسبية لتوزيع مفردات العينة حسب درجة استغلال الطالب الجامعي أوقات فراغه في تعزيز الهوية الثقافية من خلال مواقع التواصل الاجتماعي.

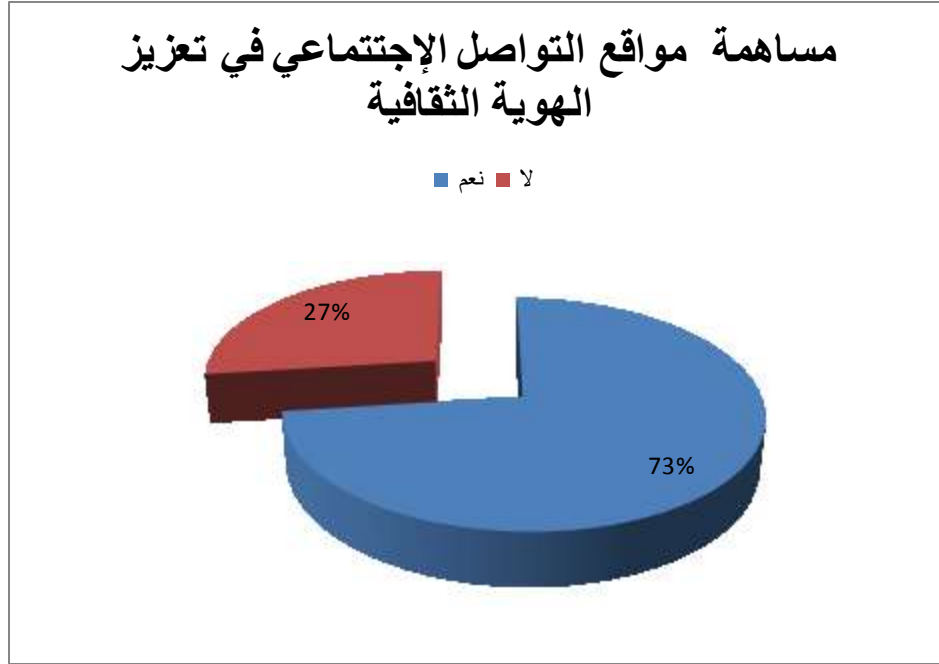
نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن معظم مفردات العينة يستغلون أوقات فراغه في تعزيز الهوية الثقافية وذلك من خلال مواقع التواصل الاجتماعي حيث بلغت نسبتهم 75% أي ما يعادل 75 مفردة، بينما 25% من مفردات العينة أي ما يعادل 25 مفردة ليستغلون أوقات فراغهم في تعزيز هويتهم الثقافية .

إن من خلال هذه النتائج نستنتج بأن أغلبية مفردات العينة يستغلون أوقات فراغهم لصالح هويتهم الثقافية عن طريق مواقع التواصل الاجتماعي وهذا يدل على مدى حبهم وتمسكهم بهويتهم الثقافية.

الجدول رقم 15 : جدول يوضح توزيع مفردات العينة حسب مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز هويتهم الثقافية.

النسبة المئوية	التكرار	العبارات / النسب
73	73	نعم

لا	27	27
المجموع	100	100



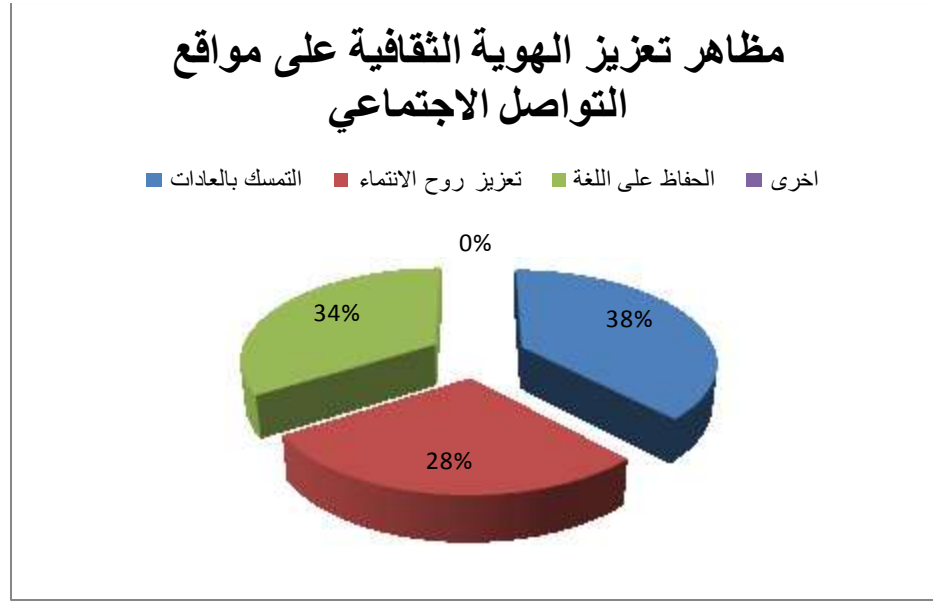
شكل رقم (15) : يمثل دائرة نسبية لتوزيع مفردات العينة حسب مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز هويتهم الثقافية.

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن أغلبية مفردات العينة قد ساهم تفاعلهم في مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز هويتهم الثقافية حيث بلغت نسبتهم 73% أي ما يعادل 73 مفردة بينما 27% من مفردات العينة لم يساهم تفاعلهم في مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز هويتهم الثقافية، إذ من خلال هذه النتائج نتوصل إلى أن أغلبية مفردات العينة لديهم ميولات للهوية الثقافية.

الجدول رقم (16): يوضح توزيع مفردات العينة حسب مظاهر تعزيز هويتهم الثقافية على مواقع التواصل الاجتماعي.

العبارات	النسب	التكرار	النسبة المئوية
التمسك بالعادات	38	38	38%
تعزيز روح الانتماء	28	28	28%

34%	34	الحفاظ على اللغة
00%	00	أخرى
100%	100	المجموع



الشكل رقم (16) يمثل دائرة نسبية لتوزيع مفردات العين حسب مظاهر تعزيز هويتهم الثقافية على مواقع التواصل الاجتماعي.

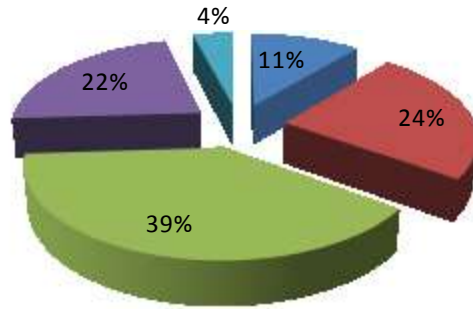
يوضح الجدول أعلاه توزيع مفردات العينة حسب مظاهر تعزيز هويتهم الثقافية على مواقع التواصل الاجتماعي لدى مفردات العينة ،وتبين البيانات أن 38% من مفردات العينة يرون أنها تؤدي التمسك بالعادات وهي أعلى نسبة ، ويعود هذا إلى تمسك مفردات العينة بعاداتهم وتقاليدهم والاعتزاز بها ونشرها ومحاولة التعريف بها ،في حين تأتي النسبة الثانية 34% أي مايعادل 34 مفردة وتتمثل في تعزيز روح الانتماء الوطني كون أن العادات هي إبداعات محلية ،وتأتي النسبة الثالثة ب28% أي مايعادل 28 مفردة ،وتتمثل في الحفاظ على اللغة كونها هي الأخرى إحدى عناصر التميز الهوياتي وهي متنوعة بين أمازيغية ،دارجة وعربية مايرجم التنوع اللغوي مفردات العينة.

الجدول رقم (17) :يوضح توزيع مفردات العينة حسب العادات والتقاليد التي تحاول نشرها على مواقع التواصل الاجتماعي.

النسبة المئوية	التكرار	العبارات / النسب
11%	11	طريقة العمران
24%	24	الأكل التقليدي
39%	39	لباس تقليدي
22%	22	مراسيم الأفرح
4%	4	أخرى
100%	100	المجموع

العادات والتقاليد التي تحاول نشرها على مواقع التواصل الاجتماعي

■ طريقة العمران ■ الأكل التقليدي ■ لباس تقليدي ■ مراسيم الأفرح ■



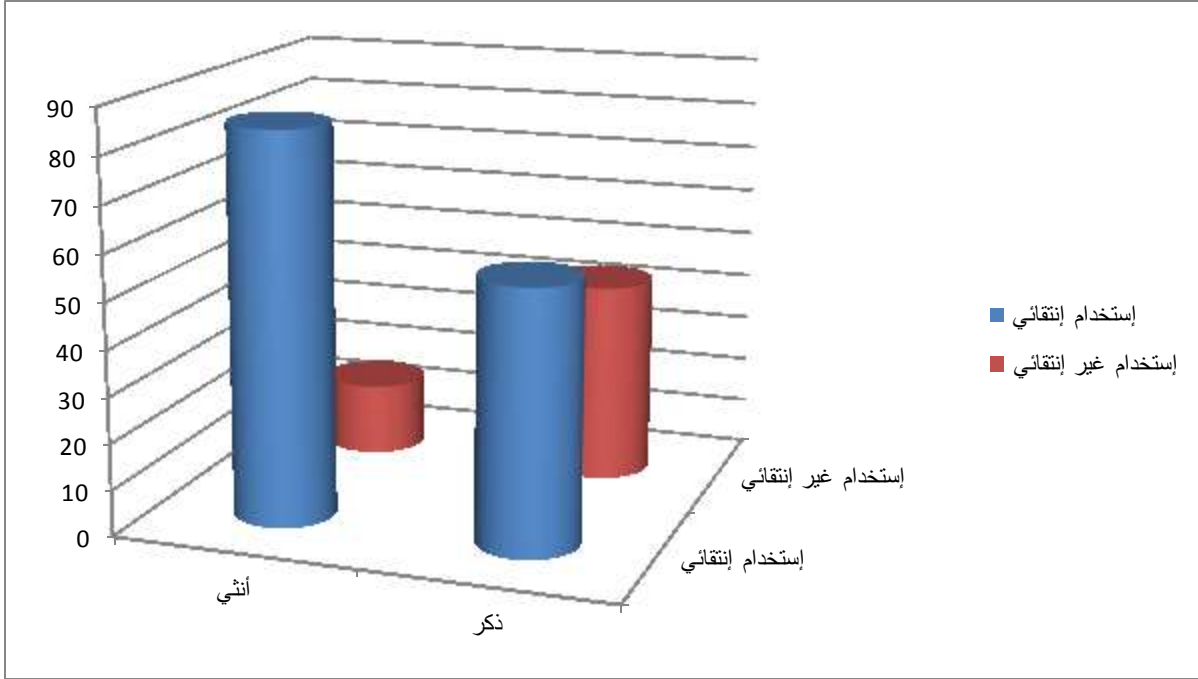
الشكل رقم (17) : يمثل دائرة نسبية لتوزيع مفردات العين حسب العادات والتقاليد التي تحاول نشرها على مواقع التواصل الاجتماعي.

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه توزيع مفردات العينة حسب العادات والتقاليد التي تحاول نشرها على مواقع التواصل الاجتماعي، تبين البيانات أن أعلى نسبة تتمثل في نشر اللباس التقليدي بنسبة 39% بحيث ينشر مفردات العينة اللباس الخاص بمناطقهم بغية التعريف به، ذلك أنه يعرف تنوعا كبيرا على كامل التراب الجزائري من منطقة إلى أخرى، وبفارق بسيط تأتي المأكولات التقليدية في المرتبة الثانية بنسبة 24% ذلك أنها هي الأخرى تعرف غنى وخصوصية في كل فصل أو مناسبة وتتمثل في الكسكسي والشخشوخة وبعض الحلويات مثل المقروط، الرفس... الخ، لتأتي مراسيم الأفرح في المرتبة الثالثة بنسبة 22% حيث يتم نشر طرق وأنماط الاحتفالات والموسيقى وسهرات الحنة... الخ. وتأتي في المرتبة الأخيرة

طريقة العمران بنسبة 11% من مفردات العينة، حيث تنشر خصائص الهندسة التقليدية الجزائرية على أشكال أزقة غرداية وقصور أدار وشرفات غوفي بال أوراس التي تترجم الإبداعات الهندسية الجزائرية عبر العصور، أما نسبة 4% كانت لبعض العادات والتقاليد الأخرى التي يحاول مفردات العينة التعريف بها على مواقع التواصل الاجتماعي التي تمثلت في الرقص وبعض الأعياد الوطنية... الخ .

الجدول رقم (18) : جدول يوضح اختلاف مواقع التواصل الاجتماعي عن غيرها من وسائل الإعلام والاتصال لمفردات العينة حسب متغير الجنس.

الجنس		البدائل		السؤال
أنثى		ذكر		كيف تختلف مواقع التواصل الاجتماعي عن غيرها من وسائل الإعلام و الاتصال ؟
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
84.42	65	56.53 %	13	الاستخدام الانتقائي
15.58	12	43.47 %	10	الاستخدام الغير انتقائي
100%	77	100%	23	المجموع

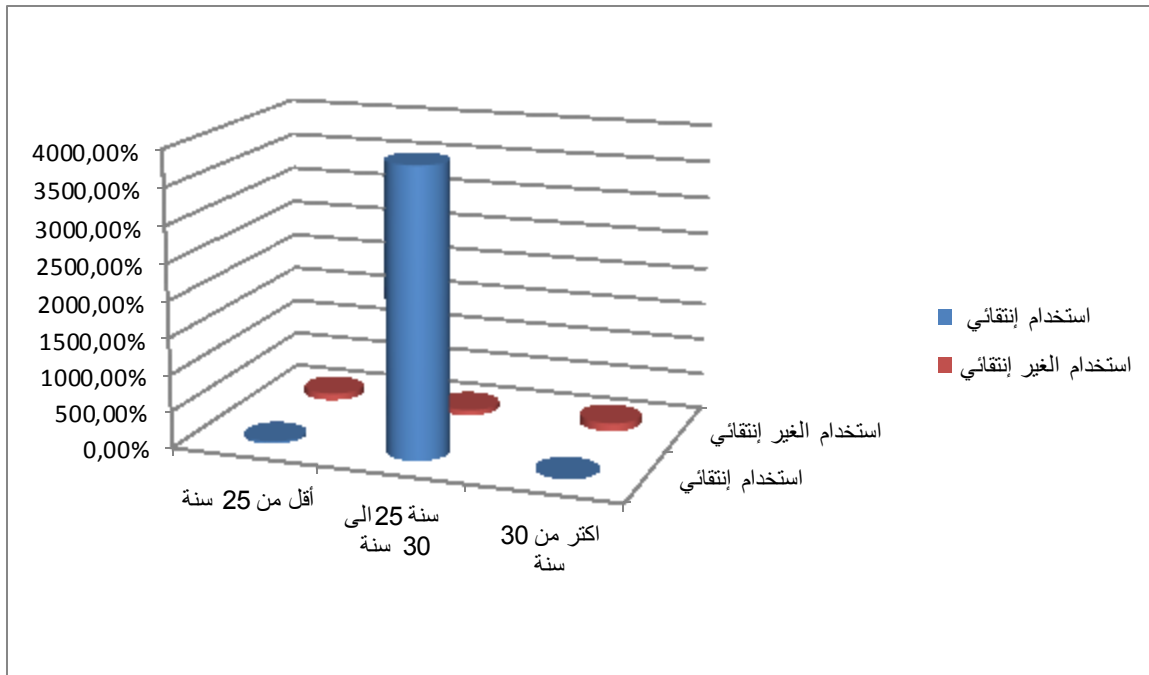


الشكل رقم (18) : أعمدة بيانية تمثل اختلاف مواقع التواصل الاجتماعي عن غيرها من وسائل الإعلام والاتصال لمفردات العينة حسب متغير الجنس .

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن أغلب مفردات العينة من كلا الجنسين قد كانت إجابتهم بأن مواقع التواصل الاجتماعي تختلف عن غيرها من وسائل الإعلام والاتصال بالاستخدام الانتقائي حيث بلغت نسبة الذكور 53, 56 % أما نسبة الإناث فقد بلغت 42, 84 في حين بلغت نسبة مفردات العينة الذين أجابوا بأن مواقع التواصل الاجتماعي تختلف عن غيرها من وسائل الاعلام والاتصال بالاستخدام الغير الانتقائي عند الذكور، وهناك من يرى من مفردات العينة بأن مواقع التواصل الاجتماعي تختلف عن غيرها من وسائل الإعلام والاتصال باستخدام الغير الانتقائي عند الذكور 47, 43, و 15, 58% عند الإناث، والملاحظ من خلال معطيات الجدول أن أغلب المفردات من الجنسين (ذكور، إناث) يرون أن مواقع التواصل الاجتماعي تختلف عن غيرها من وسائل الإعلام والاتصال باستخدام الانتقائي، وهذا راجع إلى أن مفردات العينة يقومون بانتقاء المعلومات والأشياء التي يتعرضون لها في مواقع التواصل والدليل على ذلك وجود الصفحات الالكترونية والمجموعات التي ينخرط فيها الأفراد كل حسب ميوله.

الجدول رقم (19): جدول يوضح اختلاف مواقع التواصل الاجتماعي عن غيرها من وسائل الإعلام والاتصال مفردات العينة حسب متغير السن.

السؤال		البدائل		السن	
كيف تختلف مواقع التواصل الاجتماعي عن غيرها من وسائل الإعلام والاتصال؟		الاستخدام الانتقائي		أقل من 25 سنة	
		الاستخدام الغير الانتقائي		من 25 سنة إلى 30 سنة	
		المجموع		أكثر من 30 سنة	
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار
100%	01	61, 11%	11	82, 71%	67
00%	00	38, 88%	7	17, 28%	14
100%	01	100%	18	100%	81

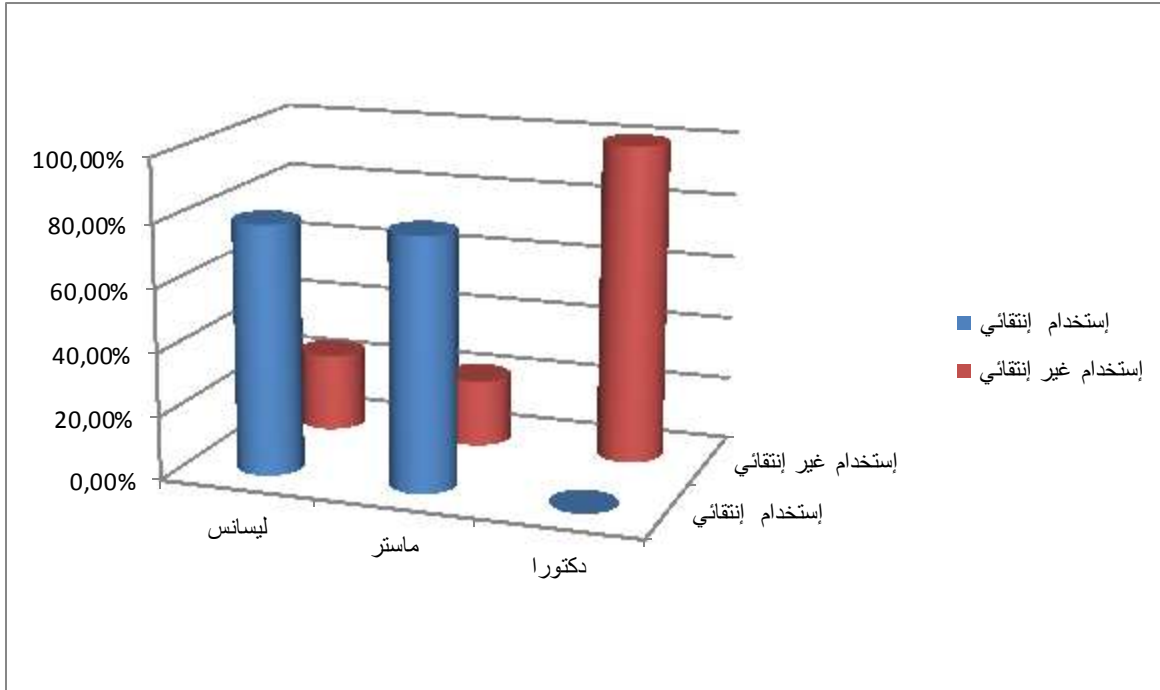


الشكل رقم (19): أعمدة بيانية تمثل اختلاف مواقع التواصل الاجتماعي عن غيرها من وسائل الإعلام والاتصال لمفردات العينة حسب متغير السن .

نلاحظ من خلال الجدول أن أغلب مفردات العينة من مختلف الأعمار قد كانت إجابتهم بأن مواقع التواصل الاجتماعي تختلف عن غيرها من وسائل الإعلام والاتصال بالاستخدام الانتقائي حيث بلغت نسبة مفردات العينة الذين تقل أعمارهم عن 25 سنة بـ 71%، 82 في حين بلغت نسبة المبحوثين من 25 سنة إلى 30 سنة بـ 11%، 61 أما مفردات العينة الذين أعمارهم أكثر من 30 سنة فقد كانت نسبهم 100%، أما بالنسبة لمفردات العينة الذين كانت إجابتهم بأن مواقع التواصل الاجتماعي تختلف عن وسائل الإعلام والاتصال بالاستخدام الغير الانتقائي فقد كانت نسبهم كالأتي :مفردات العينة من 25 سنة إلى 30 سنة بلغت نسبتهم 88%، 38 في حين مفردات العينة الأقل من 25 سنة بلغت نسبتهم 28%، 17 أما مفردات العينة أكثر من 30 سنة كانت نسبتهم 00% .

جدول رقم (20) : جدول يوضح اختلاف مواقع التواصل الاجتماعي عن غيرها من وسائل الإعلام والاتصال لمفردات العينة حسب متغيرا المستوى العلمي.

السؤال		المستوى العلمي		البدائل	
كيف تختلف مواقع التواصل الاجتماعي عن غيرها من وسائل الإعلام والاتصال ؟		ليسانس		ماجستير	
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار
78.57%	44	79.07%	34	00	00
24.43%	12	20.93%	9	100%	01
100%	56	100%	43	100%	1

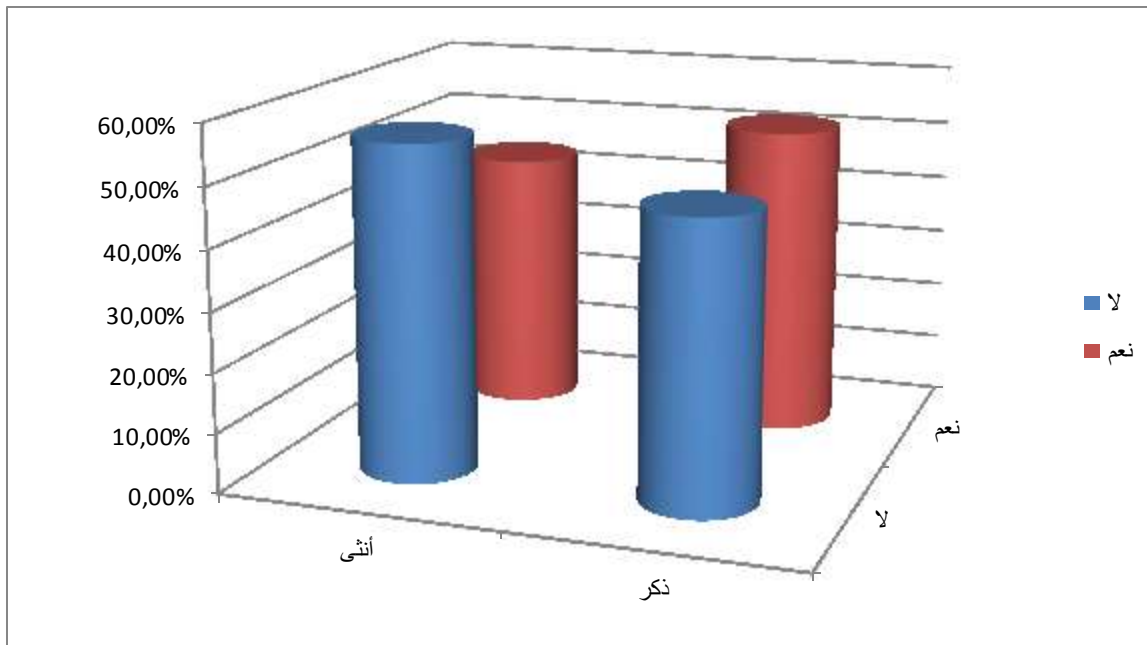


الشكل رقم (20) : أعمدة بيانية تمثل اختلاف مواقع التواصل الاجتماعي عن غيرها من وسائل الإعلام والاتصال لمفردات العينة حسب متغير المستوى العلمي.

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن أغلب مفردات العينة من مختلف المستويات العلمية قد كانت إجابتهم بأن مواقع التواصل الاجتماعي تختلف عن غيرها من وسائل الإعلام و الاتصال بالاستخدام الانتقائي، حيث بلغت نسبة مفردات العينة ذات المستوى العلمي ليسانس 78.57% في حين بلغت نسبة مفردات العينة ذات المستوى العلمي ماستر 79.07% أما المستوى العلمي دكتوراه فقد كانت نسبتهم 00% مقدمة، أما بالنسبة لمفردات العينة الذين كانت إجابتهم بأن مواقع التواصل الاجتماعي تختلف عن وسائل الإعلام و الاتصال بالاستخدام الغير انتقائي فقد كانت نسبتهم كتالي بالنسبة لمفردات العينة ذو المستوى العلمي ليسانس فقد بلغت نسبتهم 21.43% أما المبحوثين ذو المستوى العلمي ماستر فقد كانت نسبتهم 20.93% أما المبحوثين ذو المستوى العلمي دكتوراه فقد كانت نسبتهم 100%.

جدول رقم (21) : يوضح تفاعل مفردات العينة مع الصفحات على مواقع التواصل الاجتماعي لتعريف بهوية الثقافية حسب متغير الجنس.

السؤال		البدائل		الجنس	
هل لديك تفاعل مع الصفحات على مواقع التواصل الاجتماعي تقوم فيها بالتعريف بهويتك الثقافية للمجتمعات الأخرى؟		الذكور		الأنثى	
		النسبة	التكرار	النسبة	التكرار
نعم		52.17%	12	44.15%	34
لا		47.83%	11	55.85%	43
المجموع		100%	23	100%	77

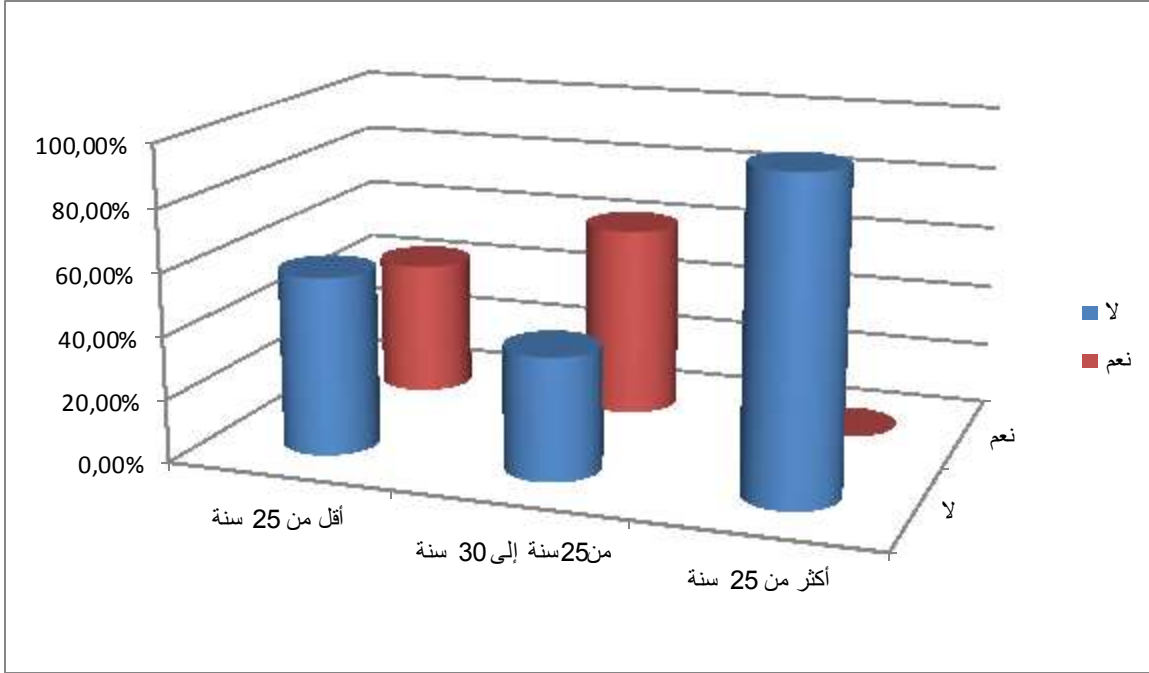


الشكل رقم (21) : أعمدة بيانية تمثل تفاعل مفردات العينة مع الصفحات على مواقع التواصل الاجتماعي لتعريف بهوية الثقافة حسب متغير الجنس.

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن أغلب مفردات العينة من كلا الجنسين قد كانت إجابتهم على تفاعلهم مع صفحات مواقع التواصل الاجتماعي لتعريف بالهوية الثقافية قد تمثلت بـ 52,17% من الذكور و 44,15% من الإناث المؤيدين لذلك فقد اختاروا الإجابة بنعم في حين تمثلت نسبة المبحوثين المعارضين 47,83% من الذكور و 55,85% من الإناث و قد دعموا إجابتهم بـ "لا"، يتضح لنا من خلال النتائج وجود اختلاف طفيف بين الإناث و الذكور من ناحية تفاعلهم مع الصفحات على مواقع التواصل الاجتماعي لتعريف بالهوية الثقافية للمجتمعات الأخرى.

جدول رقم(22) : يوضح تفاعل مفردات العينة مع الصفحات على مواقع التواصل الاجتماعي لتعريف بهوية الثقافية حسب متغير السن.

السن						البدائل	السؤال
أكثر من 30 سنة		من 25 سنة إلى 30 سنة		أقل من 25 سنة			
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار		
00%	00	61.12%	11	43.21%	35	نعم	هل لديك تفاعل مع الصفحات على مواقع التواصل الاجتماعي
100%	01	38.88%	7	56.79%	46	لا	تقوم فيها بالتعريف بهويتك الثقافية للمجتمعات الأخرى؟
100%	01	100%	18	100%	81	المجموع	

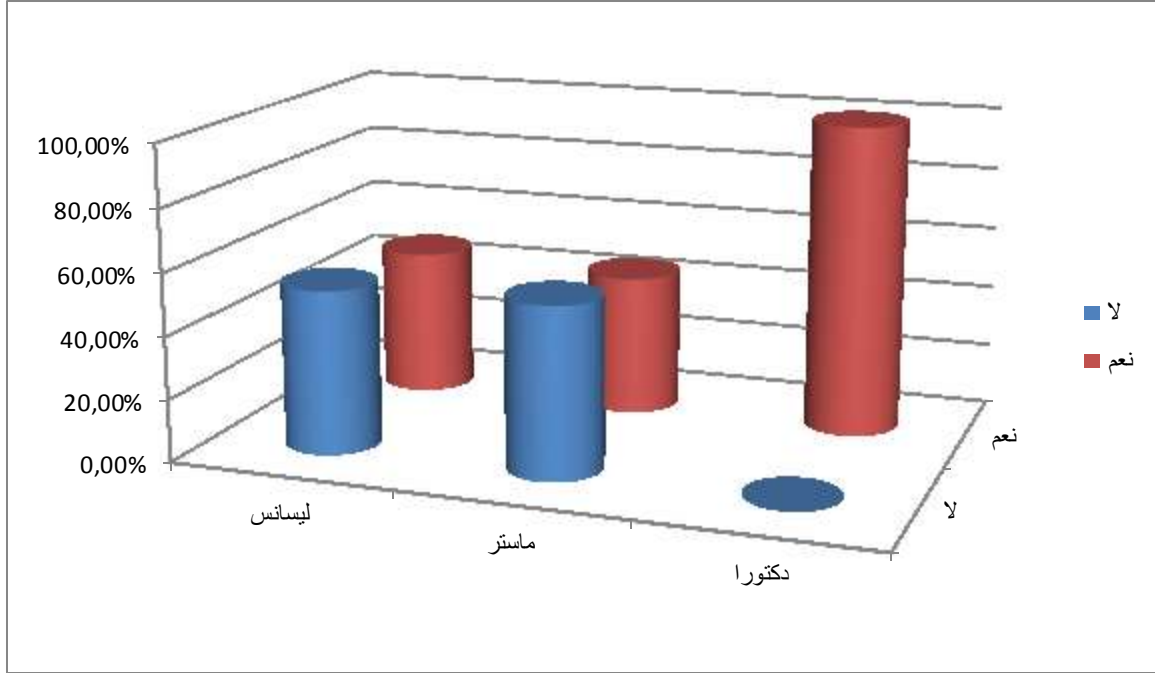


الشكل رقم (22) : أعمدة بيانية تمثل توزيع مفردات العينة مع الصفحات على مواقع التواصل الاجتماعي للتعريف بهوية الثقافية حسب متغير السن.

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه تفاوت في نسب المفردات حسب متغير السن عن تفاعلهم مع الصفحات على مواقع التواصل الاجتماعي يقومون فيها بالتعريف بالهوية الثقافية للمجتمعات الأخرى فقد تمثلت نسبة المفردات أقل من 25 سنة 43,21% أما المفردات التي تتراوح أعمارهم من 25 سنة إلى 30 سنة فقد بلغت نسبتهم 61,12% أما المفردات التي أعمارهم أكثر من 30 سنة فقد كانت نسبتهم معدومة من الأفراد المدعين إجابتهم ب " نعم"، وقد اقتصررت الإجابة ب "لا" على المفردات بالنسب التالية حسب أعمارهم أقل من 25 سنة 56,79% أما من 25 سنة إلى 30 سنة بلغت 38,88% و الأكثر من 30 سنة بلغت نسبتهم 100%.

جدول رقم (23) : يوضح تفاعل مفردات العينة مع الصفحات على مواقع التواصل الاجتماعي لتعريف بهوية الثقافية حسب متغير المستوى العلمي.

المستوى العلمي						البدائل	السؤال
دكتوراه		ماستر		ليسانس			
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار		
100%	01	45.24%	19	47.37%	27	نعم	هل لديك تفاعل مع الصفحات على مواقع التواصل الاجتماعي
0%	00	54.76%	23	52.63%	30	لا	تقوم فيها بالتعريف بهويتك الثقافية للمجتمعات الأخرى؟
100%	01	100%	42	100%	57	المجموع	

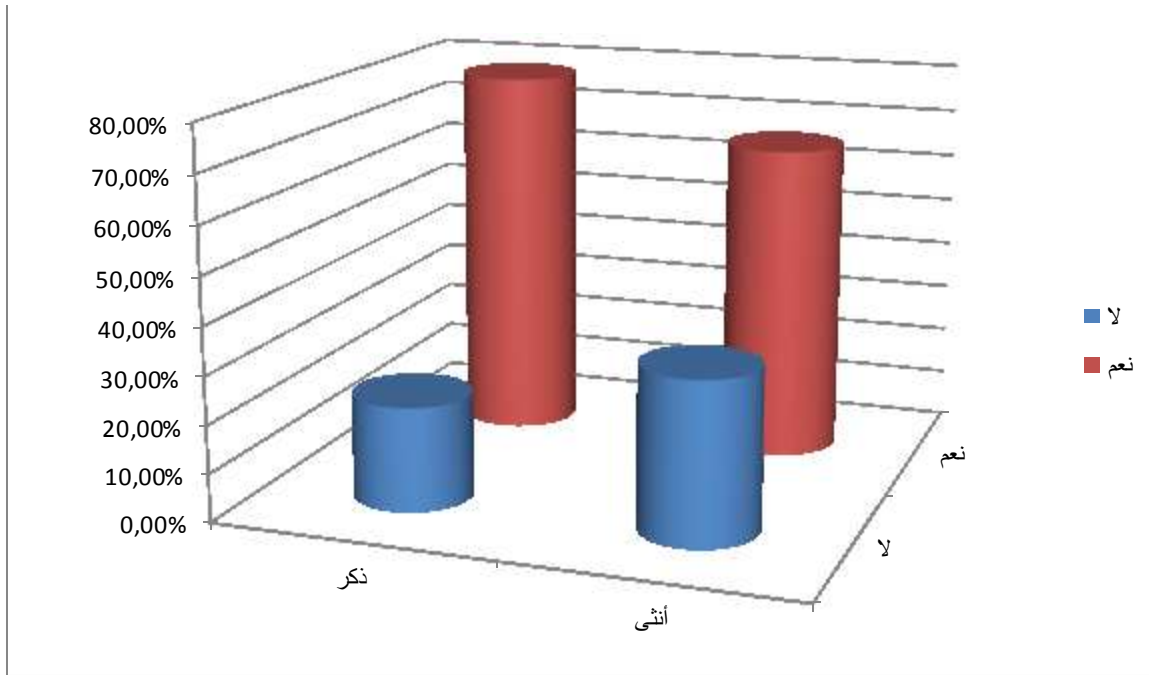


الشكل رقم (23) : أعمدة بيانية تمثل مفردات العينة مع الصفحات على مواقع التواصل الاجتماعي لتعريف بهوية الثقافية حسب متغير المستوى التعليمي.

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه إن اغلب مفردات العينة من مختلف المستويات التعليمية يتفاعلون مع الصفحات على مواقع التواصل الاجتماعي تقوم فيها بالتعريف بالهوية الثقافية للمجتمعات الأخرى ،تمثلت نسبة تمثلت نسبة مفردات العينة ذو المستوى العلمي ليسانس ب 47,37% أما مفردات العينة ذو المستوى العلمي ماستر فقد بلغت نسبتهم 45,24% أما بالنسبة للدكتوراه فقد بلغت نسبتهم 100% ، في حين هناك مفردات العينة الذين لا يتفاعلون مع صفحات على مواقع التواصل الاجتماعي لتعريف بالهوية الثقافية و قد بلغت نسبتهم 52,63% بالنسبة لمفردات العينة ذو المستوى العلمي ليسانس و 54,76% بالنسبة للمستوى العلمي ماستر أما الدكتوراه فكانت معدومة.

جدول رقم(24) :يوضح مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي مفردات العينة في تعزيز هويتهم الثقافية حسب متغير الجنس.

السؤال		البدائل		الجنس	
هل ساهم تفاعلك على مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز هويتك الثقافية؟		نعم		لا	
		النسبة	التكرار	النسبة	التكرار
نعم		78.27%	18	66.24%	51
لا		21.73%	5	33.76%	26
المجموع		100%	23	100%	77



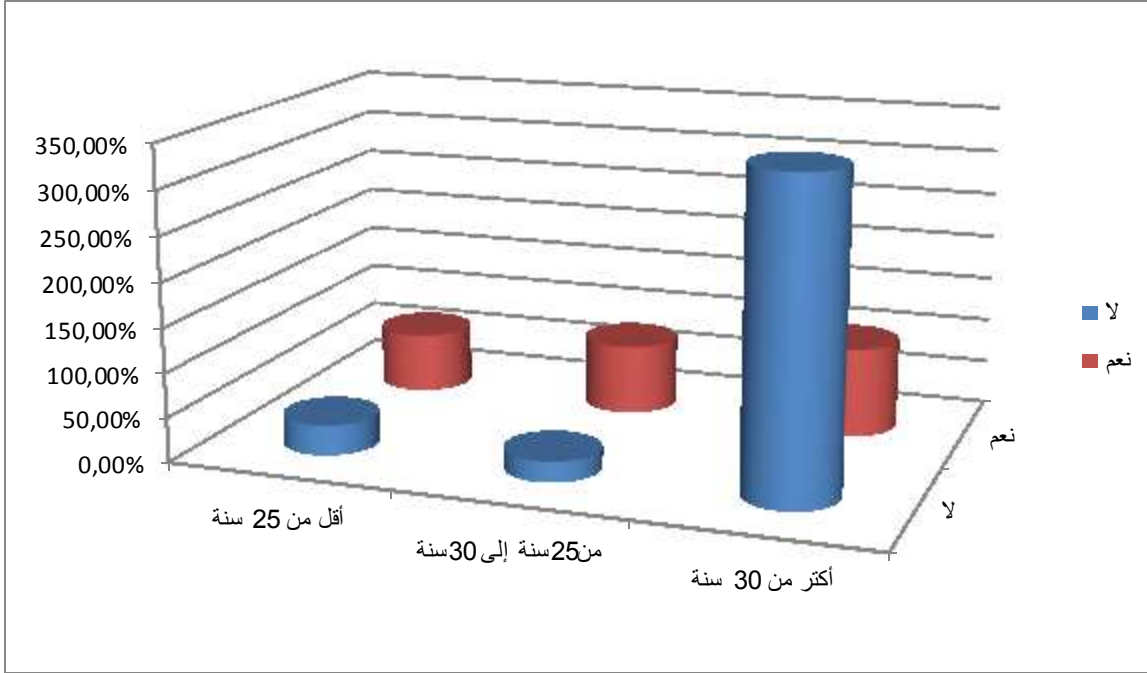
الشكل رقم(24) : أعمدة بيانية تمثل مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي لمفردات العينة في تعزيز هويتهم الثقافية حسب متغير الجنس.

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن اغلب مفردات العينة من كلا الجنسين يقومون بالتفاعل في مواقع التواصل الاجتماعي لتعزيز هويتهم الثقافية حيث بلغت نسبتهم عند الذكور 78.26% أما بالنسبة للإناث فقد بلغت 66.23% ، في حين نجد نسبة متوسطة نوعا ما في مفردات العينة الذين لا يتفاعلون

في مواقع التواصل الاجتماعي لتعزيز هويتهم الثقافية حيث بلغت نسبتهم على التوالي عند كل من الإناث و الذكور فعند الإناث كانت نسبتهم %33.76 أما بالنسبة للذكور فقد كانت نسبتهم %21.73، إذن من خلال هذه النتائج نتوصل إلى أن أغلب مفردات العينة لديهم تفاعل في مواقع التواصل الاجتماعي لتعزيز هويتهم الثقافية و هذا إن دل يدل على حبهم للهوية الثقافية و محاولة تعزيزها و التعريف بها للمجتمعات الأخرى و الحفاظ عليها على وجه العموم.

جدول رقم (25): يوضح هل مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي المبحوثين في تعزيز هويتهم الثقافية حسب متغير السن.

السؤال		البدائل		السن			
هل ساهم تفاعلك على مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز هويتك الثقافية؟	هل ساهم تفاعلك على مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز هويتك الثقافية؟	أقل من 25 سنة		من 25 سنة إلى 30 سنة		أكثر من 30 سنة	
		التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
نعم	لا	54	66.66%	14	77.77%	01	100%
لا	نعم	27	33.34%	4	22.23%	00	00%
المجموع		81	100%	18	100%	01	100%

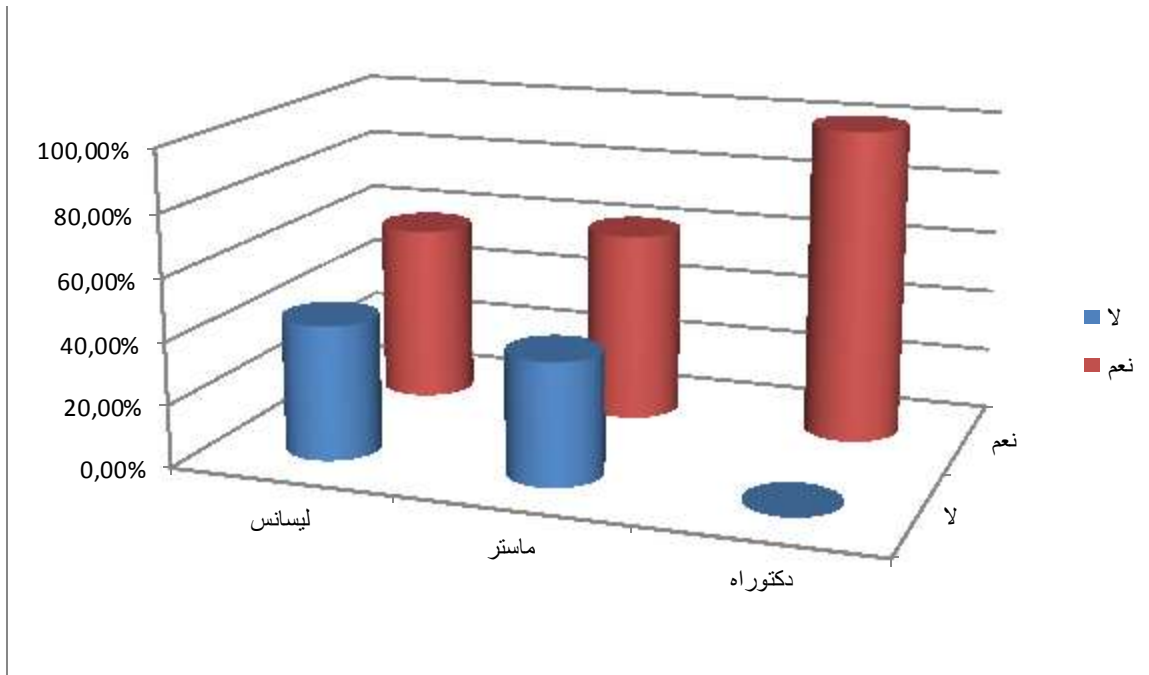


الشكل رقم (25) : أعمدة بيانية تمثل مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز الهوية الثقافية لمفردات حسب متغير السن.

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه إن معظم مفردات العينة من مختلف الأعمار يقومون بالتفاعل في مواقع التواصل الاجتماعي لتعزيز هويتهم الثقافية، حيث بلغت نسبتهم عند مفردات العينة الأقل من 25 سنة 66.66% بينما عند مفردات العينة التي تتراوح أعمارهم من 25 سنة إلى 30 سنة 77.77% ، أما بالنسبة لمفردات العينة التي أعمارهم أكثر من 30 سنة فقد كانت نسبتهم 100% وهذه النتائج تدل على أن أغلب مفردات العينة لهم اهتمامات بالهوية الثقافية مما يدفعهم للتفاعل في مواقع التواصل الاجتماعي ،من جهة أخرى نجد نسبة متوسطة من مفردات العينة الذين لا يتفاعلون في مواقع التواصل الاجتماعي لتعزيز هويتهم الثقافية حيث بلغت نسبتهم عند مفردات العينة الأقل من 25 سنة 33.34% تليها مفردات العينة ذات الأعمار من 25 سنة إلى 30 سنة حيث بلغت نسبتهم 22.22% أما أكثر من 30 سنة فقد بلغت نسبتهم 00% وهذه النتائج تدل على أن متوسط مفردات العينة ليس لديهم اهتمام و ميولات نحو الهوية الثقافية.

جدول رقم (26): يوضح مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز الهوية الثقافية حسب متغير المستوى العلمي لمفردات العينة.

السؤال	البدائل	المستوى التعليمي					
		ليسانس		ماستر		دكتوراه	
هل ساهم تفاعلك على مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز هويتك الثقافية؟	نعم لا المجموع	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار
				56,89%	33	60,97%	25
		43,11%	25	39,03%	16	00%	00
		100%	58	100%	41	100%	01



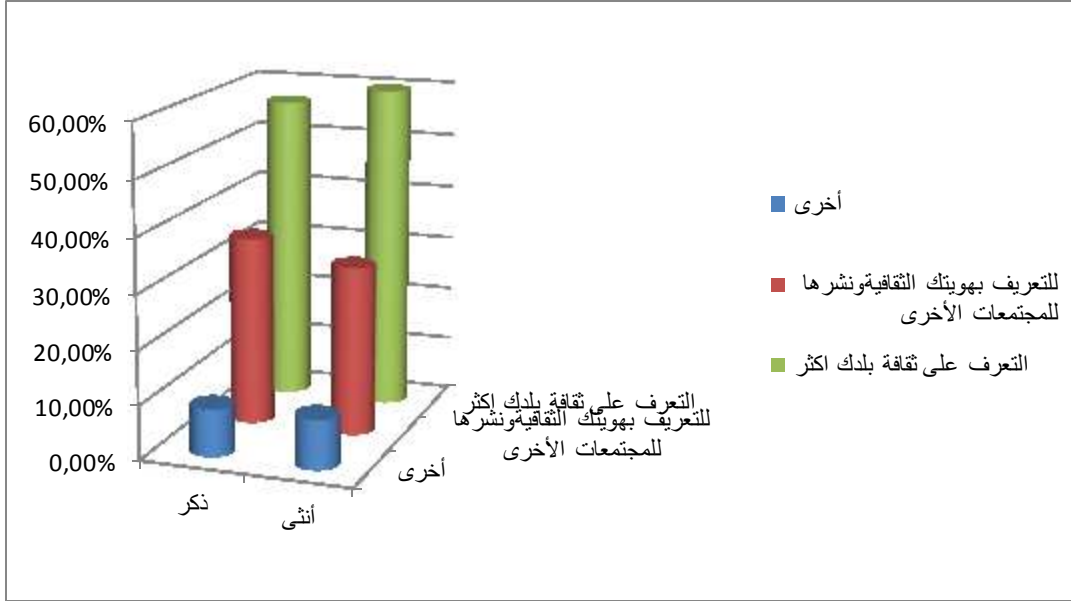
الشكل رقم (26): أعمدة بيانية تمثل مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز الهوية الثقافية لمفردات العينة حسب متغير المستوى العلمي.

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن أغلب مفردات العينة من مختلف المستويات العلمية (ليسانس ماستر دكتوراه) يتفاعلون في مواقع التواصل الاجتماعي لتعزيز هويتهم الثقافية، حيث بلغت نسبتهم عند

مفردات العينة ذو المستوى العلمي ليسانس %56,89 في حين نسبتهم عند مفردات العينة ذو المستوى العلمي ماستر هي %60,97 بينما عند مفردات العينة ذو المستوى العلمي دكتوراه فقد كانت نسبتهم %100، وهذه النتائج تدل على أن أغلب مفردات العينة لديهم اهتمامات بالهوية الثقافية، في حين نجد نسبة متوسطة من مفردات العينة في كل المستويات العلمية ليتفاعلون في مواقع التواصل الاجتماعي لتعزيز هويتهم الثقافية، في حين بلغت بلغت نسبتهم في المستوى العلمي ليسانس في مواقع التواصل الاجتماعي لتعزيز هويتهم الثقافية، في حين بلغت بلغت نسبتهم في المستوى العلمي ليسانس %43,11 في حين بلغت نسبتهم في المستوى العلمي ماستر %39,03 ونسبة %00 في دكتوراه وهذه النتائج تدل على عدم اهتمام مفردات العينة بالهوية الثقافية واتجاه مولاتهم ورغباتهم إلى أشياء وعلوم أخرى.

الجدول رقم (27) : يوضح الدوافع الثقافية لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز الهوية الثقافية لمفردات العينة حسب متغير الجنس.

السؤال		البدائل		الجنس	
ماهى الدوافع الثقافية				ذكر	أنثى
		التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
لاستخدام مواقع التواصل		13	56,53%	46	59,75%
التعرف على ثقافة بلادك أكثر		08	34,78%	24	31,16%
للتعريف بهويتك الثقافية ونشرها للمجتمعات الأخرى		02	08,69%	07	09,09%
الأخرى		23	100%	77	100%
تعزيز الهوية الثقافية ؟					

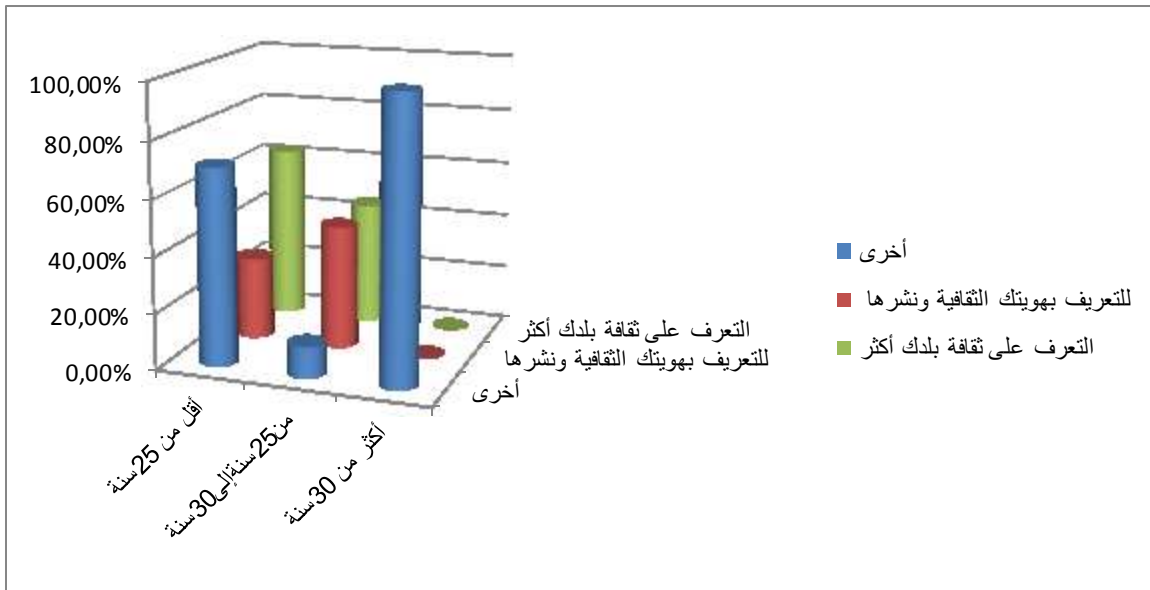


الشكل رقم (27) : أعمدة بيانية تمثل الدوافع الثقافية لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز الهوية الثقافية لمفردات العينة حسب متغير الجنس.

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن مفردات العينة يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي لتعزيز الهوية الثقافية حسب دوافع مختلفة، حيث نجد أغلب مفردات العينة من كلا الجنسين يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي بغية التعرف على ثقافة بلدهم أكثر حيث بلغت نسبتهم عند الإناث %75, 59، في حين بلغت عند الذكور %53, 56، في حين هناك من أفراد العينة من يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي للتعريف بالهوية الثقافية ونشرها للمجتمعات الأخرى وقد كانت نسبتهم متوسطة مقارنة بالدافع الأول حيث بلغت نسبتهم عند الذكور على مواقع التواصل الاجتماعي للتعريف بالهوية الثقافية ونشرها للمجتمعات الأخرى وقد كانت نسبتهم متوسطة مقارنة بالدافع الأول حيث بلغت نسبتهم عند الذكور %34,78 و%31,16 عند الإناث، وهناك من مفردات العينة من يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي لتعزيز الهوية الثقافية بغية الوصول إلى دوافع أخرى، حيث بلغت نسبتهم عند الإناث %09,09 بينما عند الذكور بلغت %08,69 وهذه النسب ضعيفة إذا ما قرنت بالنسب في الدوافع الأخرى، ومن خلال هذه النتائج نتوصل إلى أن أغلبية مفردات العينة ليعرفون ثقافة بلدهم بشكل جيد ويحاولون التعرف عليها أكثر من خلال هذه المواقع وهناك من يعرفها ويحاول نشرها للمجتمعات الأخرى.

الجدول رقم (28): يوضح الدوافع الثقافية لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز الهوية الثقافية لمفردات حسب متغير السن.

السن						البدائل	السؤال
أكثر من 30 سنة		من 25 سنة إلى 30 سنة		أقل من 25 سنة			ماهى الدوافع الثقافية لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز الهوية الثقافية ؟
النسب	التكرار	النسب	التكرار	النسب	التكرار		
00	00	44.44%		62.96%	51	التعرف على ثقافة بلدك أكثر	
00	00	44.44%		29.62%	24	للتعريف بهويتك الثقافية ونشرها للمجتمعات الأخرى	
100%	01	11.12%		70.42%	06	أخرى	
100%	01	100%		100%	81	المجموع	

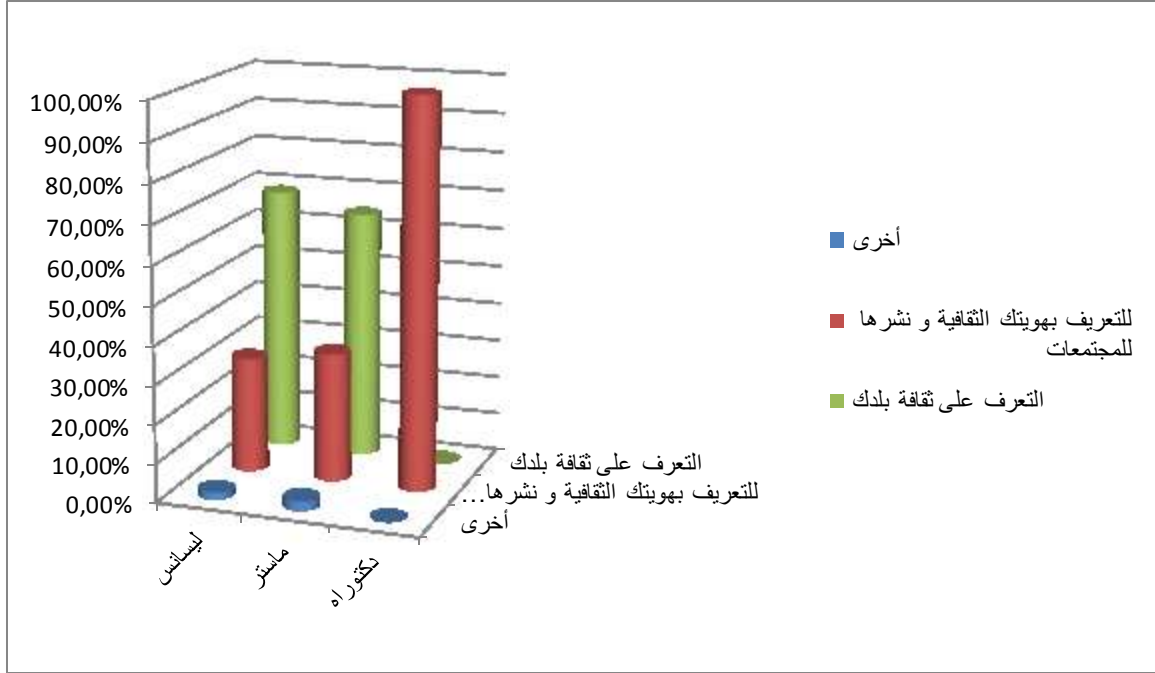


الشكل رقم (28): أعمدة بيانية تمثل الدوافع الثقافية لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز الهوية الثقافية لمفردات حسب متغير السن .

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن 62.96% من مفردات العينة الأقل من 25 سنة يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي لتعزيز الهوية الثقافية بدافع التعرف على ثقافة بلدهم، في حين 44.44% من مفردات العينة التي تتراوح أعمارهم من 25 سنة إلى 30 سنة يستخدمون هذه المواقع لنفس الدافع ألا وهو التعرف على ثقافة البلد، في حين هناك من أفراد العينة من يستخدم مواقع التواصل الاجتماعي بهدف التعرف بالهوية الثقافية و نشرها للبلدان الأخرى و قد بلغت نسبتهم عند مفردات العينة الأقل من 25 سنة 29.62% و 44.44% عند أفراد العينة الذين تتراوح أعمارهم من 25 سنة إلى 30 سنة ، في حين نجد أن بعض مفردات العينة يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي لتعزيز الهوية الثقافية لدوافع أخرى حيث بلغت نسبتهم عند مفردات العينة الأقل من 25 سنة 70.42% و 11.12% عند مفردات العينة التي تتراوح أعمارهم من 25 سنة إلى 30 سنة و 100% عند مفردات العينة ذات أعمار أكثر من 30 سنة.

الجدول رقم (29): يوضح الدوافع الثقافية لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز الهوية الثقافية لمفردات العينة حسب متغير المستوى العلمي.

المستوى التعليمي						البدائل	السؤال
دكتوراه		ماستر		ليسانس			
النسب	التكرار	النسب	التكرار	النسب	التكرار		
00	00	64.28%	27	68.43%	39	التعرف على ثقافة بلدك أكثر	ماهى الدوافع الثقافية لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز الهوية الثقافية ؟
100%	01	33.34%	14	29.82%	17	للتعريف بهويتك الثقافية ونشرها للمجتمعات الأخرى	
00%	00	2.38%	01	1.75%	01	أخرى	
100%	01	100%	42	100%	57	المجموع	



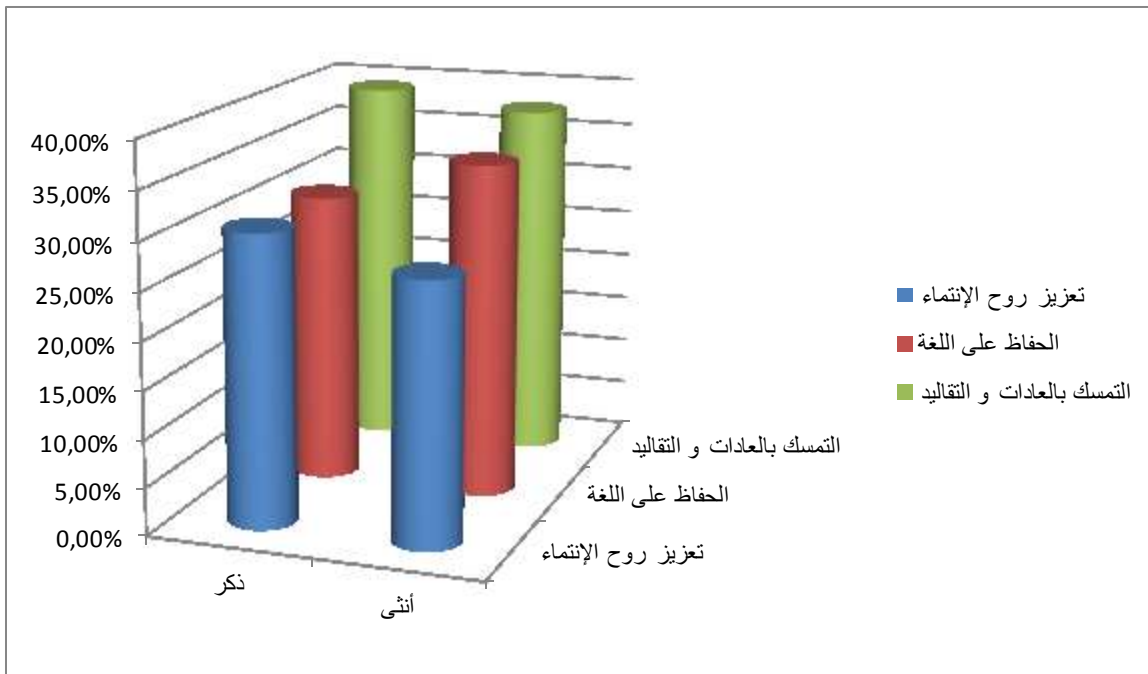
الشكل رقم (29): أعمدة بيانية تمثل الدوافع الثقافية لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز الهوية الثقافية لمفردات حسب متغير المستوى العلمي.

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن أغلب مفردات العينة من مختلف التخصصات (ليسانس، ماستر) يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي لتعزيز الهوية الثقافية بدافع التعريف على ثقافة بلدهم أكثر حيث بلغت نسبتهم عند مفردات العينة ذو المستوى العلمي ليسانس 68,43% و 64,28% من مفردات العينة ذو المستوى العلمي ماستر في حين هنالك من يستخدم مواقع التواصل الاجتماعي لتعزيز الهوية الثقافية بدافع التعريف بهويته الثقافية ونشرها للمجتمعات الأخرى حيث بلغت نسبتهم عند مفردات العينة ذو المستوى العلمي ليسانس 29,82% و 33,34% عند مفردات العينة ذو المستوى العلمي ماستر و 100% من مفردات العينة ذو المستوى العلمي دكتوراه، في حين هنالك من يستخدم مواقع التواصل الاجتماعي لتعزيز الهوية الثقافية بدوافع أخرى حيث بلغت 01,75% عند مفردات العينة ذو المستوى العلمي ليسانس و 02,38% عند مفردات العينة ذو المستوى العلمي ماستر.

لجدول رقم (30) : جدول يوضح مظاهر تعزيز الهوية الثقافية على مواقع التواصل الاجتماعي حسب متغير الجنس.

السؤال		البدائل		الجنس	
فيما تتمثل مظاهر تعزيز الهوية الثقافية على مواقع التواصل الاجتماعي؟				ذكر	أنثى
		النسب	التكرار	النسب	التكرار
التمسك بالعادات والتقاليد		39.14%	9	37.66%	29
الحفاظ على اللغة		30.43%	7	35.06%	21
تعزيز روح الانتماء		30.43%	7	27.28%	21
المجموع		100%	23	100%	77

الشكل رقم (30) : أعمدة بيانية تمثل مظاهر تعزيز الهوية الثقافية على مواقع التواصل الاجتماعي حسب

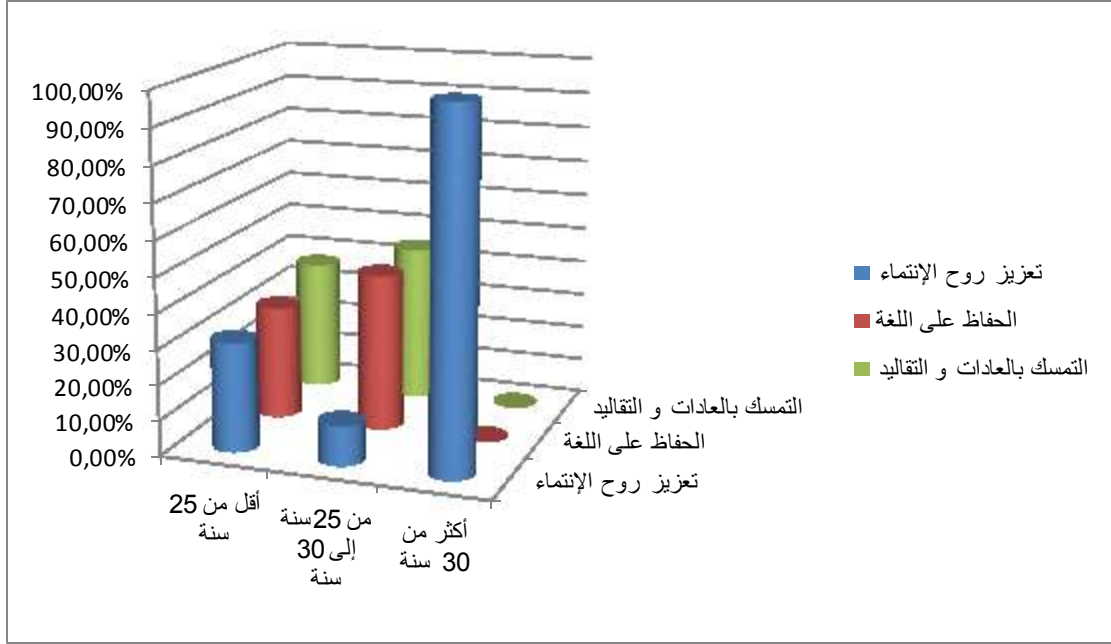


متغير الجنس.

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن مفردات العينة يقومون بتعزيز الهوية الثقافية على مواقع التواصل الاجتماعي من خلال المظاهر المذكورة أعلاه حيث نجد مفردات العينة المتمسكين بالعادات والتقاليد من ناحية الذكور بـ 39,13% كأعلى نسبة مقارنة بباقي المظاهر، ثم يليها الحفاظ على اللغة وتعزيز روح الانتماء الوطني بنسبة متساوية تتمثل في 30,43% أما المبحوثين المتعلقين بعاداتهم وتقاليدهم والاعتزاز بهم، فيبين الجدول أعلاه أن أعلى نسبة كانت تقتصر على التمسك بالعادات والتقاليد وتتمثل في 37,66% ويليهما الحفاظ على اللغة بـ 35,06%، وأخيرا تعزيز روح الانتماء الوطني بنسبة 27,27%، ومنه نستنتج أن مفردات العينة المستخدمين لمواقع التواصل الاجتماعي مهتمين بتعزيز الهوية الثقافية من خلال المظاهر الموضحة في الجدول مقارنة .

الجدول رقم (31): جدول يوضح مظاهر تعزيز الهوية الثقافية على مواقع التواصل الاجتماعي لمفردات العينة حسب متغير السن.

السؤال		البدائل		السن			
فيما تتمثل مظاهر تعزيز الهوية الثقافية على مواقع التواصل الاجتماعي؟		أقل من 25 سنة		من 25 سنة إلى 30 سنة		أكثر من 30 سنة	
		التكرار	النسب	التكرار	النسب	التكرار	النسب
التمسك بالعادات والتقاليد	30	37.05%	08	44.44%	00	00%	00
الحفاظ على اللغة	26	32.09%	08	44.44%	00	00%	00
تعزيز روح الانتماء	25	30.86%	02	11.12%	01	100%	01
المجموع	81	100%	18	100%	01	100%	01



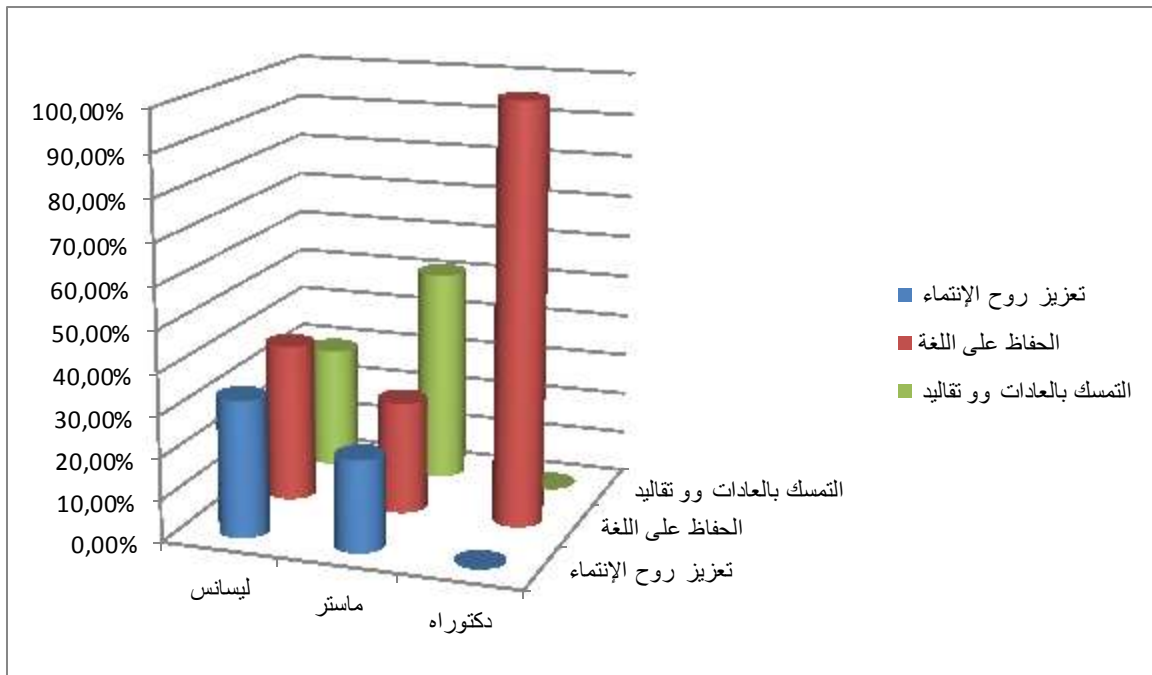
الشكل رقم (31) : أعمدة بيانية تمثل مظاهر تعزيز الهوية الثقافية على مواقع التواصل الاجتماعي لمفردات العينة حسب متغير السن.

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن مفردات العينة التي تقل أعمارهم عن 25 سنة يمثلون أعلى نسبة في تمسكهم بالعادات والتقاليد وقد قدرت ب 37,05% ،وفي المرتبة الثانية الحفاظ على اللغة بنسبة 32,09% وثالثا تعزيز روح الانتماء الوطني بنسبة 30,86%. أما الفئة التي تتراوح أعمارها ما بين 25 سنة و 30 سنة كانت إحصائياتهم تشير إلى أن 44,44% تمسك بالعادات والتقاليد وتقابلها الحفاظ على اللغة بنفس النسبة ،ونلاحظ أن النسب متساوية أي أن هذه الفئة تعتمد على مواقع التواصل الاجتماعي للحفاظ على اللغة والتمسك بالعادات والتقاليد ويعود هذا إلى تعلقهم بها ،أما تعزيز روح الانتماء تعتبر أدنى نسبة مقارنة بباقي المظاهر الأخرى وقد قدرت ب 11,12% ونستنتج أن الطالب الجزائري ليس بحاجة إلى مواقع التواصل الاجتماعي لتعزيز روح الانتماء الوطني فهو دائما ما يعتز بوطنيته وجزائريته أمام الأمم.

وأخير فئة الأكثر من 30 سنة كانت 100% لتعزيز روح الانتماء الوطني ما يعادل 01 مفردة.

الجدول رقم (32) : جدول يوضح مظاهر تعزيز الهوية الثقافية على مواقع التواصل الاجتماعي حسب متغير المستوى العلمي.

المستوى التعليمي						البدائل	السؤال
دكتوراه		ماستر		ليسانس			
النسب	التكرار	النسب	التكرار	النسب	التكرار		
00%	00	51.21%	21	29.31%	17	التمسك بالعبادات و التقاليد	فيما تتمثل مظاهر تعزيز الهوية الثقافية على مواقع التواصل الاجتماعي؟
100%	01	26.84%	11	37.93%	22	الحفاظ على اللغة	
00%	00	21.95%	9	32.76%	19	تعزيز روح الانتماء	
100%	01	100%	41	100%	58	المجموع	

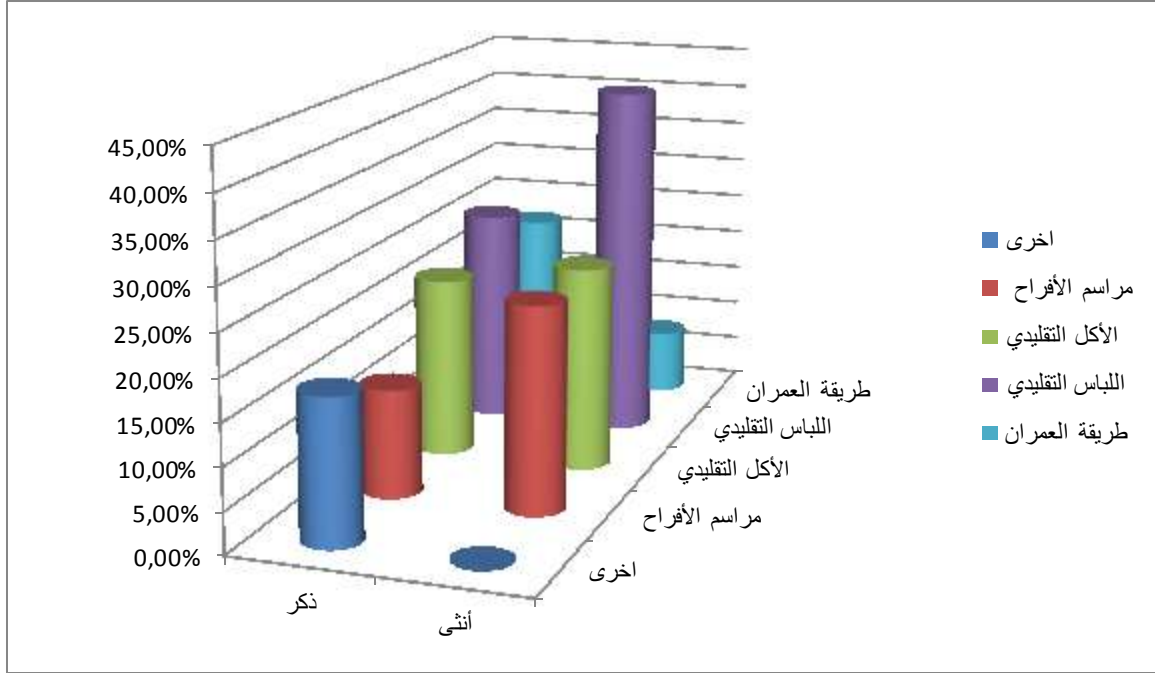


الشكل رقم(32) : يمثل أعمدة بيانية لمظاهر تعزيز الهوية الثقافية على مواقع التواصل الاجتماعي لمفردات العينة حسب متغير المستوى العلمي.

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن مفردات العينة ذو المستوى العلمي ليسانس كانت أعلى نسبة للحفاظ على اللغة بنسبة %37,93 ثم تليها تعزيز روح الانتماء بنسبة %32,76 وثالثا التمسك بالعادات والتقاليد بنسبة %29,31، أما مفردات العينة ذو المستوى العلمي ماستر كانت كتالي %51,21 للتمسك بالعادات والتقاليد وثانيا %26,84 الحفاظ على اللغة ،و %21,95 لتعزيز روح الانتماء الوطني ،أما بالنسبة لمفردات العينة ذو المستوى العلمي دكتوراه فكانت بنسبة %100 للحفاظ على اللغة أي مايعادل مفردة واحدة ،ومنه نستنتج بأن مفردات العينة من مختلف المستويات العلمية يقومون بتعزيز هويتهم الثقافية من خلال مختلف المظاهر الثقافية .

الجدول رقم (33): جدول يوضح العادات و التقاليد التي يحاول مفردات العينة نشرها على مواقع التواصل الاجتماعي حسب متغير الجنس.

السؤال	البدائل	الجنس	
		أنثى	ذكر
ماهى العادات و التقاليد التي تحاول نشرها علي مواقع التواصل الاجتماعي ؟	طريقة العمران	النسب	التكرار
	اللباس التقليدي	النسب	التكرار
	الأكل التقليدي	النسب	التكرار
	مراسيم الأفراح	النسب	التكرار
	أخرى	النسب	التكرار
	المجموع	النسب	التكرار



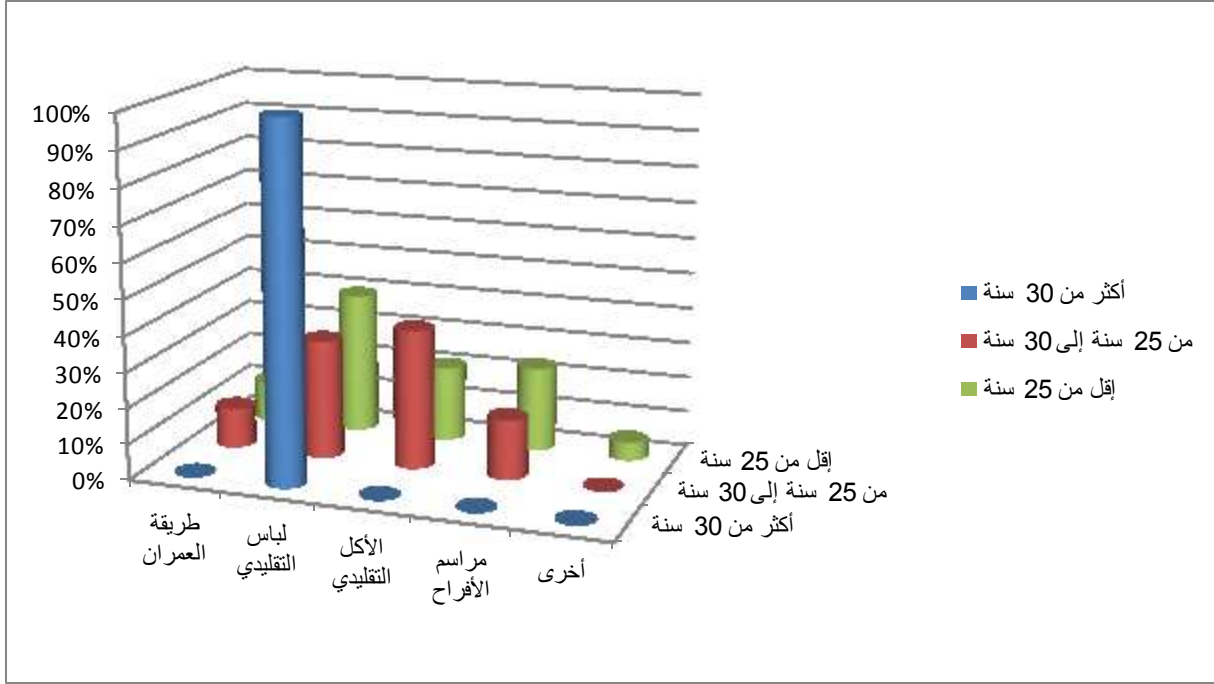
الشكل رقم (33): أعمدة بيانية تمثل العادات و التقاليد التي يحاول مفردات العينة نشرها على مواقع التواصل الاجتماعي حسب متغير الجنس.

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن هناك تباين في نسب العادات و التقاليد التي يحاول مفردات العينة نشرها على مواقع التواصل الاجتماعي وذلك حسب متغير الجنس إذ بلغت نسبة الذكور المهتمين باللباس التقليدي 26.08% ، أما طريقة العمران فتمثلت 21.76% أما الأكل التقليدي قدرت نسبته ب21.73% مراسم الأفرح 13.04% وعادات أخرى قدرت ب 17.39% ونلاحظ أنا أعلى نسبة كانت للباس التقليدي و هذا ما يوضح أن مفردات مهتمين بلباسهم التقليدي المتوارث من الأجداد عبر الزمن ، ونلاحظ أيضا أن طريقة العمران و الأكل التقليدي كانا بنسبة متقاربة عند الذكور.

أما بالنسبة للإناث فكانت إحصائيات كالتالي: 42.87% للباس التقليدي و 24.64% للأكل التقليدي و مراسم الأفرح ، وأخيرا 7.79% لطريقة العمران ، وما يمكن قوله من خلال الملاحظ أن الإناث تهتم باللباس التقليدي كثيرا و هذا ما هو معروف عن الفتيات بحبهم للأزياء و الألبسة ، ونلاحظ أيضا أن مفردات العينة من الإناث تهتم بالأكل التقليدي بنسبة متساوية و هذا ما هو معروف أيضا عن الإناث شغفهم بالطبخ و الأكلات التقليدية و كذلك الذهاب للأعراس و الحفلات.

الجدول رقم (34): جدول يوضح العادات و التقاليد التي يحاول مفردات العينة نشرها على مواقع التواصل الاجتماعي حسب متغير السن.

السن		البدائل		السؤال		
أقل من 25 سنة		من 25 سنة إلى 30 سنة		أقل من 30 سنة		
النسب	التكرار	النسب	التكرار	النسب	التكرار	
11.11%	09	11.13%	02	00%	00	ماهى العادات و التقاليد التي تحاول نشرها علي مواقع التواصل الاجتماعي؟
39.50%	32	33.33%	06	100%	01	طريقة العمران اللباس التقليدي
20.98%	17	38.88%	07	00%	00	الأكل ألتقليدي
23.45%	19	16.66%	03	00%	00	مراسيم الأفرح
4.96%	04	00%	00	00%	00	أخرى
100%	81	100%	18	100%	01	المجموع

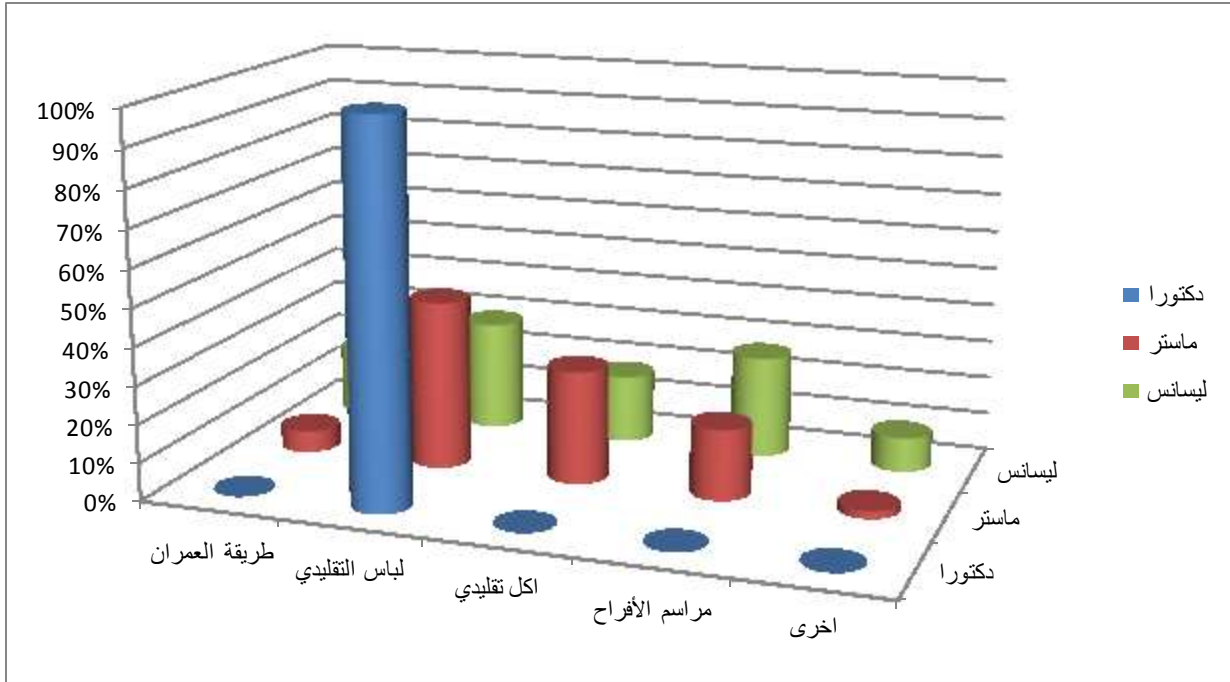


الشكل رقم (34): أعمدة بيانية تمثل العادات و التقاليد التي يحاول مفردات العينة نشرها على مواقع التواصل الاجتماعي حسب متغير السن.

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن هناك تباين في نسب العادات و التقاليد التي يحاول مفردات العينة نشرها على مواقع التواصل الاجتماعي وذلك حسب متغير السن ، حيث أن الفئة التي تقل أعمارهم عن 25 سنة كانت كالتالي :إجاباتهم أعلى نسبة هي اللباس التقليدي و قدرة ب 39.50% تليها مراسم الأعراس بنسبة قريبة قدرت ب 23.45% ثم الأكل التقليدي بنسبة قدرت ب 20.98% وأخيرا نسبة 11.11% لطريقة العمران و 4.96% للعادات الأخرى ، أما بالنسبة للفئة التي تتراوح أعمارهم بين 25 و 30 سنة فقد كانت الإحصائيات كالتالي : اللباس التقليدي بالنسبة 33.33% و الأكل التقليدي بنسبة 38.88% و مراسم الأعراس بنسبة 16.66% و أخيرا طريقة العمران بنسبة 11.13% ولا وجود لعادات أخرى و الفئة التي أعمارهم أكثر من 30 سنة كانت 100% للباس التقليدي لكونها مفردة واحدة فقط ونستنتج من خلال هذه البيانات أن مفردات تباينت رأيهم حول العادات و التقاليد التي يقومون بنشرها على مواقع التواصل الاجتماعي ، ونلاحظ أيضا أن الفئة التي تتراوح أعمارهم من 25 إلى 30 سنة نسبة نشرهم للباس التقليدي متقاربة .

الجدول رقم (35): جدول يوضح عادات و التقاليد التي يحاول مفردات العينة نشرها على مواقع التواصل الاجتماعي حسب متغير المستوى العلمي.

المستوى التعليمي						البدائل	السؤال
دكتوراه		ماستر		ليسانس			
النسب	التكرار	النسب	التكرار	النسب	التكرار		
00%	00	5.55%	03	17.77%	08	طريقة العمران	ما هي العادات و التقاليد التي تحاول نشرها علي مواقع التواصل الاجتماعي؟
100%	01	44.44%	24	28.88%	13	اللباس التقليدي	
00%	00	29.69%	16	17.77%	08	الأكل ألتقليدي	
00%	00	18.51%	10	26.70%	12	مراسيم الأفرح	
00%	00	1.85%	01	8.88%	04	أخرى	
100%	01	100%	54	100%	45		المجموع



الشكل رقم (35): يمثل أعمدة بيانية للعادات و التقاليد التي يحاول مفردات العينة نشرها على مواقع التواصل الاجتماعي حسب متغير المستوى العلمي.

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن هناك تباين في العادات و التقاليد التي يحاول مفردات العينة نشرها على مواقع التواصل الاجتماعي وذلك حسب متغير المستوى العلمي حيث أوضحت النتائج أن مفردات العينة ذو المستوى العلمي ليسانس كانت إحصائياتهم كالتالي: اللباس التقليدي بنسبة 28.88% و مراسم الأفرح بنسبة 26.70% طريقة العمران و الأكل التقليدي بنسبة متساوية قدرت ب 17.77% ،عادات أخرى بنسبة 8.88% ،ونلاحظ أن أعلى نسبة كانت للباس التقليدي و هذا يعود إلى أن مفردات العينة ذو المستوى العلمي ليسانس متعلقين بلباسهم التقليدي و يحاولون نشره على مواقع التواصل الاجتماعي للحفاظ عليه و توارثه عبر الأجيال، أما الفئة التي تدرس ماستر كانت إجابتهم كالتالي : 44.44% للباس التقليدي، 29.69% للأكل التقليدي و 18.51% لمراسم الأفرح و 5.55% لطريقة العمران أما بالنسبة للعادات الأخرى كانت نسبتها 1.85% ،ونستنتج هنا أن أكبر نسبة كانت للباس التقليدي و هذا يدل على تمسك المبحوثين للباسهم التقليدي متوارث من الأجداد ،ونلاحظ ايضا أن مستوى الدكتوراه كانت نسبته 100% لصالح اللباس التقليدي.

نتائج العامة الدراسة ومناقشة الفرضيات :

من خلال الدراسة المنجزة حول تأثير مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز الهوية الثقافية لدى الطلبة الجامعيين، وبناء على فروض وتساؤلات الدراسة تم الانتهاء إلى جملة من النتائج أهمها :

مناقشة نتائج الفرضية الأولى :

- يعتمد الطلبة الجامعيين على مواقع التواصل حيث يتصفحونها بنسبة %100.
- يعتمد المبحوثين من الطلبة الجامعيين على موقع الفيس بوك أكثر من المواقع الأخرى بنسبة قدرت ب%51.
- أغلب المبحوثين يفضلون الليل كفترة لتصفح مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة قدرت ب%46.
- يقضي أغلب أفراد العينة أكثر من أربع ساعات في تصفح مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة يقضي أغلب أفراد العينة أكثر من أربع ساعات في تصفح مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة %43.
- كل أفراد العينة يعتمدون على مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز هويتهم الثقافية أي بنسبة %100.

❖ من خلال ما سبق من نتائج يتأكد لنا أن الطلبة الجامعيين يعتمدون على مواقع التواصل

الاجتماعي لترسيخ هويتهم الثقافية، وهنا يمكن القول أن الفرضية الأولى صحيحة.

مناقشة نتائج الفرضية الثانية :

- معظم المبحوثين يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي كوسيلة أولى لتعزيز هويتهم الثقافية على حساب وسائل الإعلام والاتصال الأخرى بنسبة %73.
- أغلبية المبحوثين يتفاعلون على الصفحات على مواقع التواصل الاجتماعي التي يقومون فيها بالتعريف بهويتهم الثقافية للمجتمعات الأخرى بنسبة %54.
- أغلب المبحوثين ساهم تفاعلهم على مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز هويتهم الثقافية بنسبة %69.
- يرى معظم المبحوثين أن مواقع التواصل الاجتماعي تختلف عن غيرها من وسائل الإعلام والاتصال بالاستخدام الانتقائي بنسبة %78.

❖ من خلال ما تم التحصل عليه في النتائج الأولى نستنتج أن مواقع التواصل الاجتماعي تنفرد عن غيرها من وسائل الإعلام والاتصال بالاستخدام الانتقائي، وهنا يتضح أن الفرضية الثانية صحيحة.

مناقشة نتائج الفرضية الثالثة :

- 59% من المبحوثين يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي بدافع التعرف على ثقافة بلدهم وتعزيزها .
 - معظم أفراد العينة يستغلون أوقات فراغهم في تعزيز هويتهم الثقافية من خلال مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة تفوق 75%.
 - أغلبية المبحوثين قد ساهم تفاعلهم في مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز هويتهم الثقافية بنسبة 73%.
 - تتمثل مظاهر تعزيز الهوية الثقافية لدى أغلبية المبحوثين في التمسك بالعادات والتقاليد بنسبة 38%.
 - يعتبر اللباس التقليدي من أكثر العادات والتقاليد التي يحاول أغلبية المبحوثين نشرها على مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة 39%، وأيضا الأكل التقليدي بنسبة 24%.
- ❖ من خلال ما سبق نستنتج أن مواقع التواصل الاجتماعي لها دور واثر على معتقدات الهوية الثقافية للطلبة الجامعيين.

النتيجة العامة للدراسة :

❖ نستنتج من خلال تطبيق الدراسة على المبحوثين من الطلبة الجامعيين أن لمواقع التواصل الاجتماعي تأثير في تعزيز الهوية الثقافية لدى الطلبة الجامعيين.

الاقتراحات والتوصيات :

من خلال دراستنا هذه والتي تناولنا فيها تأثير مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز الهوية الثقافية لدى الطلبة الجامعيين ،ومن خلال بعض النتائج التي توصلنا إليها جعلتنا نتوقف عند جملة من التوصيات والاقتراحات ،التي نرى أنها سبيل لتدعيم ماتم التطرق إليه في هذه الدراسة ،ويمكن تلخيصها فيما يلي :

-إجراء المزيد من الدراسات عن مواقع التواصل الاجتماعي وأبعادها الاجتماعية والثقافية والتقنية على الشباب عامة والطلبة الجامعيين خاصة.

-ضرورة توعية الطلبة على حسن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في رفع مستواهم العلمي والثقافي والتربوي والتحصيل العلمي والتأهيل الوظيفي بصورة مبتكرة في برامج علمية تطبيقية لإبراز الفائدة الحقيقية من استخدامه واستثمار الفوائد العلمية والثقافية والاجتماعية.

-ضرورة تنظيم الطلاب لأوقاتهم في استخدام موقع الفيس بوك .

-إنشاء مجموعات شبابية هادفة على موقع الفيس بوك تتبنى قضايا اجتماعية وثقافية لتبادل المعرفة وتأسيس القيم والمبادئ الأصلية من أجل التعريف بالثقافة العربية الإسلامية .

هوامش و مراجع الفصل الرابع

- 1- أحمد بن مرسل، «مناهج البحث في علوم الإعلام والاتصال»، طبعة 04 ، ديوان المطبوعات الجامعية، 2010.
- 2- الفوال صالح محمد، "مناهج البحث في العلوم الاجتماعية"، مكتبة غريب، مصر، 1992.
- 3- سعيد سبعون، "الدليل المنهجي في إعداد المذكرات والرسائل الجامعية في علم الاجتماع"، الطبعة 02، دار القصة للنشر والتوزيع، الجزائر، 2012.
- 4- عبد الحميد محمد، "دراسة الجمهور في بحوث الإعلام"، الطبعة 01، عالم الكتب، مصر، 1993.
- 5- محمود أحمد درويش، «مناهج البحث في العلوم الإنسانية»، الطبعة 01، مؤسسة الأمة العربية للنشر والتوزيع، 2018.
- 6- محمد مهدي جواد محمد غال، "مجتمع البحث وعينته"، شبكة جامعة بابل، 2018.
- 7- موريس أنجريس، "منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية"، ترجمة صحراوي بوزيد وآخرون، دار القصة للنشر، الجزائر، 2004.
- 8- نصيف جاسم الدليمي، "أصول وعناصر البحث العلمي"، مكتبة جزيرة ورد.

قائمة المصادر والمراجع

قائمة المصادر و المراجع

المعاجم:

إبراهيم مصطفى و آخرون معجم الوسيط" طبعة الأولى، اسطنبول: المكتبة الإسلامية للنشر و التوزيع.
قلعة جي محمد رواس ، قنبيبي حامد صادق معجم لغة الفقهاء الطبعة الأولى و الثانية، دار النقاش للنشر و التوزيع ،بيروت لبنان، 1988.

• الكتب:

أبو القاسم سعد الله، تاريخ الجزائر الثقافي من القرن العاشر إلى الرابع عشر الهجري ،الجزائر ،المؤسسة الوطنية للكتاب ،1984.

أبوزيد أحمد ،الهوية الثقافية العربية ،الهيمنة المصرية العامة للكتاب ،2004.

استيتية دلال محسن ،التغير الاجتماعي و الثقافي ،الطبعة الأولى ،عمان، دار وائل، 2004.

أنجرس موريس ،منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية ،ترجمة صحراوي بوزيد وآخرون ،دار القصبية للنشر ،الجزائر، 2004.

بخوش و مرزوقي، الويب 2 ،الشبكات الاجتماعية و الإعلام الجديد ،الجزائر، 2009.

البرغتي محمد الحسن ،الثقافة العربية والعولمة ،دراسة سوسيولوجية لأراء المثقفين العرب ،طبعة الأولى ،المؤسسة العربية للنشر والتوزيع ،لبنان ،2007.

بصر حسين محمد ،الإنترنت في الإعلام ،الصحافة الإلكترونية ،الطبعة 20 ،مكتبة الفلاح للنشر و التوزيع، الإمارات العربية المتحدة.

بن حسن العريشي جبريل و سلمى بنت عبد الرحمان محمد الدوسري الشبكات الاجتماعية و القيم. رؤية تحليلية، طبعة الأولى، الدار المنهجية للنشر و التوزيع، عمان الأردن. 2015

بن مرسلي أحمد ،مناهج البحث في علوم الإعلام والاتصال، طبعة 04 ،ديوان المطبوعات الجامعية، 2010.

تريكي مبارك ،فصول في اللسانيات الاجتماعية ،مركز الكتاب الاكادمي، 2020 .

خضر وائل مبارك فضل الله ،أثر الفيس بوك على المجتمع ،الطبعة 01،مدونة شمس النهضة ،السودان ،الخرطوم ،2010.

- الخوري هاني شحادة، تكنولوجيا المعلومات على أعتاب القرن الحادي والعشرين، مركز الرضى للكمبيوتر، دمشق، 1998.
- درويش محمود أحمد، مناهج البحث في العلوم الإنسانية، الطبعة 01، مؤسسة الأمة العربية للنشر والتوزيع، 2018.
- الدليمي عبد الرزاق، نظريات الاتصال في القرن الحادي والعشرين، دار إلنازوري العلمية لنشر و التوزيع، عمان، 2016.
- الدليمي عبد الرزاق محمد، الإعلام الجديد والصحافة الإلكترونية دار وائل للنشر و التوزيع، عمان، 2010.
- الدليمي نصيف جاسم، أصول وعناصر البحث العلمي، مكتبة جزيرة ورد.
- الديهي محي الدين إسماعيل محمد تأثير شبكات التواصل الإعلامية على جمهور المتلقين، مكتبة الوفاء القانونية للنشر، الإسكندرية، مصر، 2015.
- الزعيمي مراد، الثقافة والعولمة بين التكيف والتفاعل، منشورات منتوري، الجزائر، 2001.
- سبعون سعيد، الدليل المنهجي في إعداد المذكرات والرسائل الجامعية في علم الاجتماع، الطبعة 02، دار القصبه للنشر والتوزيع، الجزائر، 2012.
- السويدي محمد، مقدمة في دراسة المجتمع الجزائري، تحليل سوسيولوجي لأهم مظاهر التغير في المجتمع الجزائري المعاصر، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1990.
- السيد عزمي طه، قرعوش كايد الثقافة الإسلامية مفهومها. مصادرها خصائصها. مجالاتها. 2014.
- الشاعر عبد الرحمان بن إبراهيم، مواقع التواصل الاجتماعي و السلوك الإنساني، الطبعة 01، دار الصفاء للنشر و التوزيع، 2015.
- شريف رضا، الهوية العربية الإسلامية، إشكالية العولمة عند الجابري، مؤسسة كنوز الحكمة للنشر والتوزيع، الجزائر، 2011.
- شكر عبد الغفار، اختراق المجتمع المدني في الوطن العربي، الدولة الوطنية وتحديات العولمة في الوطن العربي، "مكتب البحوث العربية الإفريقية، مكتبة مدبولي، مصر، 2004.
- الشمائلية ماهر عودة، اللحم محمود عزت، كافي مصطفى يوسف، تكنولوجيا الإعلام و الاتصال، الطبعة الأولى، عمان الأردن، دار الإعصار العلمي لنشر والتوزيع، 2015.

- الصابوني عبد الرحيم ،تنمية المهارات المهنية و الهندسية عبر الشبكة الحاسوبية، دمشق،1999.
- صادق عباس مصطفى الإعلام الجديد-المفاهيم والوسائل والتطبيقات،دار الشروق للنشر والتوزيع، عمان، 2008.
- عبد الحميد محمد ، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، الطبعة الأولى، عالم الكتب للنشر و التوزيع، القاهرة، 2004.
- عزي عبد الرحمان ،عولمة المكان الرمزي وتفكك العلاقة القيمية والتاريخية مع الأرض في المنطقة العربية، طبعة أولى ،سلسلة كتب المستقبل العربي ،بيروت.
- علي حجازي إبراهيم ،التكامل بين الإعلام التقليدي و الجديد،دار المعترف للنشر و التوزيع ،2018.
- علي محمد علي يوسف زينب ،الهوية الثقافية و مسرح الطفل ،مكتبة الإنجلو المصرية،2013 .
- الفوال صالح محمد، مناهج البحث في العلوم الاجتماعية ،مكتبة غريب، مصر ، 1992.
- قمحية حسان احمد ،الفايسبوك تحت المجهر،طبعة الأولى ،دار النخبة للنشر و التوزيع ،مصر ،2017.
- الكريطي حيدر شلال متعب وسائل الإعلام و بناء المجتمع الديمقراطي دراسة في دور التلفزيون،المنهان، 2018.
- محمد بن سعود البشر ،نظريات التأثير الإعلامي،طبعة الأولى ،العبيكات للنشر،الرياض،2014.
- محمد عبد الحميد ، دراسة الجمهور في بحوث الإعلام،الطبعة 01، عالم الكتب، مصر، 1993.
- محمد عبد الحميد ،نظريات الإعلام و اتجاهات التأثير،طبعة ثالثة ،عالم الكتب،القاهرة،2004.
- محمد غال محمد مهدي جواد ،مجتمع البحث وعينته ،شبكة جامعة بابل،2018.
- المفلح خضرة عمر ،الاتصال المهارات و النظريات و أسس عامة، الطبعة الأولى، دار ومكتبة حامد للنشر و التوزيع، عمان،2015 .
- مكاوي حسن عماد ، ليلي حسن السيد،الاتصال و نظرياته المعاصرة،القاهرة،الدار المصرية اللبنانية، الطبعة 01،2003.
- نجم طه عبد العاطي ،الاتصال الجماهيري في المجتمع العربي الحديث،دار المعرفة الجامعية ،الإسكندرية ،مصر،2011.

نجم طه عبد العاطي، الإعلام والمجتمع، دار المعرفة الجامعية، الأردن، 2013.
وداعة الله محمد العوض، مواقع التواصل الاجتماعي و قضايا الشباب الجامعي، الطبعة 01، دار الخليج للنشر و التوزيع، الأردن، عمان، 2020.

ولد خليفة محمد العربي، المسألة الثقافية وقضايا اللسان والهوية، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2003.

يحيوي إبراهيم عمر تأثير تكنولوجيا الإعلام والاتصال على العملية التعليمية في الجزائر، دار اليازوري، 2019.

• المجالات:

عزيز سامية، حمداوي عمر، دور المجتمع المدني في الحفاظ على الهوية الثقافية في ظل العولمة، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، عدد خاص بالملتقى الدولي الأول حول الهوية والمجالات الاجتماعية في ظل التحولات السوسيوثقافية في المجتمع الجزائري.

مجاهد أماني جمال، الشبكات الاجتماعية في تقديم خدمات مكتبية متطورة، دراسة المعلومات جامعة المنوفية، العدد الثامن، مايو 2010.

هاشم محمد، الهوية الثقافية والتعليم في المجتمع المصري - رؤية نقدية - مدرسة قسم أصول التربية، جامعة الغيوم، مجلة كلية التربية، عدد يناير، الجزء الأول، 2019.

-Cultural identity and education in the egyptian society(Acritic

• ملتقيات

بن قفة سعاد، مسعودي كلثوم، الهوية المهنية للمرأة العاملة الجزائرية في ظل متطلبات الأمن الإنساني، الملتقى الدولي الثاني، جامعة قاصدي مرياح، ورقلة، المذكرات والرسائل العلمية.

زغو محمد، أثر العولمة على الهوية للتأثير والشعوب، كلية العلوم القانونية والإدارة، جامعة حسيبة بن بوعلي، الشلف، 2010.

ساعد صباح، بن شتية يوسف، صورة الهوية الثقافية في مقررات اللغة العربية، قراءة تحليلية لمقررات اللغة العربية للطو الابتدائي، جامعة بسكرة، جامعة عنابة.

فرار أحمد أمين ،موقع فيس بوك والشباب العربي ،الاستخدامات والإشاعات،أعمال الملتقى الدولي حول الشباب والاتصال والميديا ،أفريل 2010 ،وحدة البحث في التكنولوجيا الإعلام والاتصال،معهد الصحافة وعلوم الأخبار،تونس.

• المذكرات والرسائل العلمية:

الجابري محمد عابد ،الهوية الثقافية مستويات ثلاث فردية جموعية و وطنية و قومية و العلاقات بين المستويات تتحدد أساسا بالنوع الآخر الذي تواجهه ، هوية الثقافية و العولمة عشر أطروحات.

بن العباس بدر الدين ،شبكات التواصل الاجتماعي والهوية الثقافية عند الطلبة الجامعيين ،الفيس بوك- نموذجاً ،مذكرة لنيل شهادة الماجستير في علم الاجتماع ،كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية ،تخصص علم الاجتماع ،بسكرة ،. 2014/2015.

ولد جاب الله سعاد ،الهوية الثقافية من خلال الصحافة الإلكترونية ،دراسة وصفية لعينة من الصحف الإلكترونية ،رسالة ماجستير ،معهد علوم الإعلام والاتصال ،كلية العلوم السياسية والإعلام ،جامعة الجزائر ،2006.

بالعربي سعاد ،أثر مواقع التواصل الاجتماعي على الهوية الثقافية" ،دراسة ميدانية على عينة من الطلبة مستخدمي موقع فيس بوك ،مذكرة لنيل شهادة ماستر في كلية العلوم الاجتماعية ،قسم علوم الإعلام و الاتصال ،جامعة عبد الحميد ابن باديس ، مستغانم، 2015.

لعبني هدى ،جرفي عادلة، أثر مواقع التواصل الاجتماعي على الهوية الثقافية لدى الطلبة الجامعيين ،دراسة لنيل شهادة ماستر في علوم الإعلام و الاتصال ، تخصص صحافة مطبوعة و إلكترونية ،كلية العلوم الاجتماعية و الإنسانية ،قسم علوم الإعلام و الاتصال ،جامعة محمد الصديق بن يحيى ، جيجل ،2020. الرعود عبد الله ممدوح مبارك ،دور شبكات التواصل الاجتماعي في التغيير السياسي في تونس ومصر من وجهة نظر الصحفيين الأردنيين،مذكرة ماجستير في الإعلام ،جامعة الشرق الأوسط ،2012.

الدحوح علاء أحمد ،تصور مقترح لتوظيف الشبكة الاجتماعية فيس بوك في الجامعات الفلسطينية،مذكرة للحصول على درجة الماجستير ،قسم الناهج وطرق التدريس،الجامعة الإسلامية،غزة،2012.

نومار مريم ناريمان ،استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية وتأثيره على العلاقات الاجتماعية" ،مذكرة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال،جامعة باتنة ،2011.

- حميش نورية، حمدي خيرة، تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على الاتصال الأسري ، موقع فيس بوك نموذجاً، مذكرة ماستر في الإعلام والاتصال، جامعة عبد الحميد بن باديس مستغانم، 2017.
- خميس احمد خليل، مضامين الإعلام الشبكي وعلاقتها بالهوية الثقافية، دراسة ميدانية للمجتمع الطلابي بالجامعات العراقية، مذكرة دكتوراه في الإعلام والاتصال، الجامعة الأمريكية، دبي، 2006.
- تومي الخنساء ، دور الثقافة الجماهيرية في تشكيل الهوية للشباب الجامعي ، أطروحة مكملة لنيل شهادة دكتوراه في علم الاجتماع ، جامعة محمد خيضر ، بسكرة، 2016.
- الحبر حامد سعيد ، عقيل محمد رشيد ، عبد الحميد حسن منى ، واقع شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي الثقافي لدى طالبات كلية التربية الأساسية في دولة الكويت ، مذكرة دكتوراه، 2017.
- غضبان غالية ، اثر استخدام شبكات التواصل الاجتماعي على الهوية الثقافية لدى الطلبة الجامعيين الجزائريين في ظل العولمة الإعلامية ، دراسة على عينة من مستخدمي الفيسبوك بجامعة باتنة ، نموذجاً جامعة الحاج لخضر ، باتنة ، أطروحة دكتوراه ، 2018 .
- وارم العيد ، البعد الثقافي للعولمة وأثرها على الهوية الشباب الجامعي الجزائري ، أطروحة دكتوراه في علم اجتماع التربية .
- جعفري نبيلة ، شبكة الفيسبوك نموذجاً ، جامعة العربي بن مهيدي ، أم البواقي ، مذكرة ماجستير ، 2017.
- بوشامة نجاة ، العايب ايمان ، التعزيز ودوره في التحصيل الدراسي لدى التلاميذ ، مذكرة ماستر في علم الاجتماع والتربية ، جامعة محمد الصديق بن يحيى ، جيجل ، 2017.
- شرفي سعيدة ، العوامل التي تساهم في إشارة دافعية الإنجاز لدى الطالب الجامعي ، مذكرة ماستر في الإدارة وتسير التربية ، جامعة العربي بن مهيدي ، أم البواقي ، 2017.
- بختي عائشة ، بالحاج هاجر ، استخدام الصحفيين الجزائريين للإعلام البديل كمصدر للمعلومة الصحفية "الفيسبوك نموذجاً" ، مذكرة ماستر أكاديمي في الإعلام والاتصال ، جامعة قاصدي مرباح ، ورقلة ، 2019.
- لعبني هدى . جرفي عادل ، أثر مواقع التواصل الاجتماعي على الهوية الثقافية لدى الطلبة الجامعيين ، مذكرة ماستر في الإعلام والاتصال ، جامعة محمد الصديق بن يحيى ، جيجل ، 2020.
- مرزاق بلبال ، تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على القيم الاجتماعية للطلبة الجامعيين ، مذكرة ماستر في الاتصال والعلاقات العامة ، جامعة محمد خيضر ، بسكرة ، 2019 .

ديمة الشاعر ،التأثير بالآخرين والعلاقات العامة ،بحث مقدم لنيل شهادة الدبلوم في العلاقات العامة الأكاديمية، السورية، 2009.

فرار أحمد أمين ،موقع فيس بوك والشباب العربي ،الاستخدامات والإشاعات،أعمال الملتقى الدولي حول الشباب والاتصال والميديا ،أفريل 2010 ،وحدة البحث في التكنولوجيا الإعلام والاتصال،معهد الصحافة وعلوم الأخبار،تونس.

بن العباس بدر الدين ،شبكات التواصل الاجتماعي والهوية الثقافية عند الطلبة الجامعيين الفيس بوك- نموذجاً ،مذكرة لنيل شهادة الماجستير في علم الاجتماع ،كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية ،تخصص علم الاجتماع ،بسكرة ،2015.

الجبري محمد عابد ،"الهوية الثقافية- مستويات ثلاث فردية وجمعية وقومية والعلاقة بين المستويات تتحد أساساً بنوع الآخر الذي تواجهه ،هوية الثقافة والعولمة عشر أطروحات.

• المقالات:

حمبلي أسماء ،إحياء الخطاب الثقافي الأمازيغي ،امتداد شرعي لأصالة هوية عريقة ،مقال لملتقى المغاربي الأول ،التمثيلات الثقافية في الخطاب الأدبي المغاربي ،جامعة مولود معمري ،تيزي وزو ،الجزائر ،13 و14 ديسمبر 2016.

ساعد صباح ، بن شتية يوسف ،صورة الهوية الثقافية في مقررات اللغة العربية ،قراءة تحليلية لمقررات اللغة العربية للطور الابتدائي ،جامعة بسكرة ،جامعة عنابة.

زغو محمد ،أثر العولمة على الهوية للتأثير والشعوب كلية العلوم القانونية والإدارة ،جامعة حسبية بن بوعلوي ،الشلف ،2010.

المواقع الإلكترونية:

موقع اطروحات الهوية الثقافية و العولمة -10- أطروحة - مح. heknah.Orl

موقع الغد ، إبراهيم المبيضين، فيس بوك يتربع على صدارة 2 ، 8مليار مستخدم ،في العالم، عمان ، 26فيفري 2021 ، 9:20 ، alghad.com.

موقع موضوع ،مجد خضر ، 27 عناصر الهوية الثقافية ومستوياتها افريل 2017 ، 8:22 ، [/mawdo3.Com](http://mawdo3.Com).

خاتمة

خاتمة :

حاولنا من خلال هذه الدراسة معالجة قضية هامة تمس شريحة مهمة ألا وهي الطلبة الجامعيين وعلاقتهم بوسائل الإعلام الجديدة المتمثلة في مواقع التواصل الاجتماعي، ومدى تأثيرها على الهوية الثقافية، فالهوية نمط معيشي يتفاعل متغيرات ولكنه لا يتلاشى، فهي أساس وجود الفرد وبقائه، وهي انعكاس لقيمه وعاداته وانتمائه، وفي ضوء العلاقة بين المتغيرين الهوية الثقافية ومواقع التواصل الاجتماعي يمكن القول أن مواقع التواصل الاجتماعي بتعدد وظائفها وخدماتها قد أحدثت نقلة نوعية وأفرزت نمطا اتصاليا جديدا، نظرا لانتشارها السريع إذ أصبحت من أهم معالم العصر الحديث وفي متناول الجميع دون استثناء اختصرت المسافات وحطمت الحدود الجغرافية، وتحمل كم ثقافي هائل وفيض معلوماتي كون هذه التقنية هي الأكثر إطلاعا على محتوياته من الثقافات المختلفة والمتنوعة، هذا ما جعل منها وسيلة فعالة في إحداث تغيرات جذرية داخل المجتمعات، إذ ساهمت في ترسيخ عادات وتقاليد وجعلت الأمة على إطلاع بثقافات الغير ومعرفة التاريخ وغيرها من مقومات وعناصر الهوية الثقافية، ورغم كل الآثار الإيجابية إلا أنها لا تخلو من السلبيات، حيث أدت تغير في العادات اليومية واكتساب سلوكيات منافية لثقافتنا وديننا ولغتنا، وظهرت صورة جديدة تهدد الخصوصية الثقافية التي نشأ عليها المجتمع خاصة المجتمع الطلابي الذي بدأ في التفاعل مع هذه الأمور وظهرت عليه جملة من المتغيرات ولإزال الفضاء الأكاديمي غير قادر على إستيعاب هذه التغيرات والتعاطي معها، خاصة وأن الهوية لا تعني الانطواء على الذات، وإنما تعني المزيد من التفاعل المترن مع الثقافات الأخرى.

الملاحق

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
République Algérienne Démocratique et Populaire

Ministère de l'Enseignement Supérieur
et de la Recherche Scientifique
Université Akli Mohand Oulhadj - Bouira -
Tasdawit Akli Mubend Ulhadj - Tibirett -



Faculté des Sciences Sociales et Humaines

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة أكلي محمد أولحاج
- البويرة -

كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية

تأثير مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز الهوية الثقافية لدى الطلبة الجامعيين "دراسة ميدانية على عينة من الطلبة مستخدمي موقع فيس بوك بجامعة البويرة نموذجا".

استمارة استبيان

بصدد إنجاز مذكرة التخرج لنيل شهادة ماستر في الاتصال و علاقات عامة حول تأثير مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز الهوية الثقافية لدى الطلبة الجامعيين "دراسة ميدانية على عينة من الطلبة مستخدمي موقع فيس بوك بجامعة البويرة نموذجا".

أرجو منكم ملء هذه الاستمارة بكل صدق و موضوعية و ذلك بوضع علامة (X) إمام الإجابة المناسبة. وفي الأخير تقبلوا منا فائق الاحترام و التقدير على تعاونكم معنا.

إشراف :

د.صونيا عفان

إعداد الطلبة:

صونيا سبع

زهرة درول

نبيلة عمراني

السنة الجامعية: 2022/2021

➤ المحور الأول: البيانات الشخصية:

❖ 1-الجنس:

- نكر
- أنثى

❖ 2-السن :

- اقل من 25 سنة
- من 25 سنة إلى 30 سنة
- أكثر من 30 سنة

❖ 3-المستوى العلمي:

- ليسانس
- ماستر
- دكتوراه

❖ 4-التخصص

➤ المحور الثاني : اعتماد الطلبة الجامعين على مواقع التواصل الاجتماعي لترسيخ الهوية الثقافية.

❖ 5-هل تتصفح مواقع التواصل الاجتماعي؟

- نعم
- لا

❖ 6-ما هو موقع التواصل الاجتماعي الذي تتصفحه بالكثر؟

- فيس بوك
- يوتيوب
- انستغرام
- تويتر
- ماي سبيس
- لينك دين
- فليكر

• واتساب

.....أخرى.....

❖ 7- ماهي الفترات المفضلة لديك لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي في اليوم ؟

• في الصباح

• في الظهيرة

• في المساء

• في الليل

❖ 8- ما هو عدد الساعات التي تقضيها في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي ؟

• اقل من ساعة

• من ساعة إلى ساعتين

• من ساعتين إلى 4 ساعات

• أكثر من 4 ساعات

❖ 9- تعتمد على مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز هويتك الثقافية ؟

• نعم

• لا

➤ المحور الثالث: تنفرد مواقع التواصل الاجتماعي عن غيرها من وسائل الإعلام و الاتصال بالاستخدام

الغير انتقائي من قبل الطلبة الجامعين.

❖ 10- ما هي الوسائل التي تعتمد عليها في تعزيز هويتك الثقافية ؟

• مواقع التواصل الاجتماعي

• وسائل الإعلام و الاتصال

.....أخرى انكرها.....

❖ 11- كيف تختلف مواقع التواصل الاجتماعي عن غيرها من وسائل الإعلام و الاتصال؟

• الاستخدام الانتقائي

• الاستخدام غير انتقائي

❖ 12- هل لديك تفاعل مع الصفحات على مواقع التواصل الاجتماعي تقوم فيها بالتعريف بهويتك

الثقافية للمجتمعات الأخرى؟

• نعم

• لا

• لماذا.....

❖ 13- هل ساهم تفاعلك في مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز هويتك الثقافية؟

• نعم

• لا

• إذا كانت الإجابة نعم كيف ذلك.....

➤ المحور الرابع: حجم استخدام مواقع التواصل الاجتماعي و معتقدات الهوية الثقافية للطلبة الجامعيين.

❖ 14- ماهي الدوافع الثقافية لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز الهوية الثقافي؟

• للتعرف على ثقافة بلدك أكثر

• للتعريف بهويتك الثقافية و نشرها للمجتمعات الأخرى

• دوافع أخرى اذكرها.....

❖ 15- هل يستغل الطالب الجامعي فراغه في تعزيز هويته الثقافية من خلال مواقع التواصل

الاجتماعي؟

• نعم

• لا

❖ 16- هل تعتقد بأن مواقع التواصل الاجتماعي ساهمت في تعزيز الهوية الثقافية؟

• نعم

• لا

• إذا كانت الإجابة نعم كيف ذلك.....

❖ 17- فيما تتمثل مظاهر تعزيز هويتك الثقافية على مواقع التواصل الاجتماعي؟

• التمسك بالعادات و التقاليد

• تعزيز روح الانتماء الوطني

• الحفاظ على اللغة

- اثار أخرى اذكرها.....

❖ 18- ماهى العادات و التقاليد التي تحاول نشرها على مواقع التواصل الاجتماعي؟

طريقة العمران

اللباس التقليدي

الأكلات التقليدية

مراسيم الأفراح

- عادات و تقاليد أخرى اذكرها.....

مستخلص الدراسة

مستخلص الدراسة :

عنوان الدراسة :

تأثير مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز الهوية الثقافية لدى الطلبة الجامعيين ،دراسة ميدانية على عينة من الطلبة مستخدمي موقع فيس بوك بجامعة البويرة.

التساؤل المحوري للدراسة :

- ما تأثير الفيس بوك في تعزيز الهوية الثقافية لدى الطلبة الجامعيين؟

فرضيات الدراسة :

- الطلبة الجامعيين أكثر اعتمادا على مواقع التواصل الاجتماعي لترسيخ الهوية الثقافية.
- تنفرد مواقع التواصل الاجتماعي عن غيرها من وسائل الإعلام و الاتصال بالاستخدام الغير انتقائي من قبل الطلبة الجامعيين.
- توجد دلالات بين حجم استخدام مواقع التواصل الاجتماعي و معتقدات الهوية الثقافية لدى الطلبة الجامعيين.

أهمية الدراسة :

تتضح أهمية الدراسة في أهمية الموضوع بحد ذاته أي أهمية الهوية الثقافية و تأثيرها على المجتمع بصفة عامة و الطلبة الجامعيين بصفة خاصة وذلك عن طريق استخدامهم مواقع التواصل الاجتماعي.

هدف الدراسة :

يتجلى هدف دراستنا الرئيسي حول توضيح الغموض و معرفة تأثير مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز الهوية الثقافية لدى الطلبة الجامعيين.

منهج الدراسة :

استجابة لطبيعة الموضوع و الإشكال القائم اخترنا المنهج المسحي الوصفي وذلك لمعرفة تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على الهوية الثقافية .

الإجراءات الميدانية للدراسة :

- يتمثل مجتمع بحثنا ضمن الموضوع المعالج في طلبة جامعة البويرة .

عينة الدراسة :

اعتمدنا في هذه الدراسة على العينة العرضية التي توفر الوقت للوصول إلى مفردات العينة و البالغ

عددهم 100 مفردة

أدوات القياس :

- اعتمدنا في هذه الدراسة على الاستمارة الموجهة لطلبة جامعة البويرة .

النتيجة العامة للدراسة :

من خلال تطبيق الدراسة على مفردات العينة من طلبة جامعة البويرة، و من خلال النتائج المتوصل إليها

نستنتج أن لمواقع التواصل الاجتماعي تأثير في تعزيز الهوية الثقافية لدى الطلبة الجامعيين.

Study extract:

Study Title:

The impact of field study sites on a sample of students using Facebook at the University of Bouira . Social connection in the promotion of the cultural identity of university students.

The central question of the study:

What influences Facebook in promoting the cultural identity of university students

Study hypotheses:

- Meeting students are more reliant on social media sites to solidify cultural identity.
- Social networking sites are unique from other means of world and non-selective use by university students.
- There is proof between the size of social networking sites and the cultural identity beliefs of university students.

The importance of the study:

The importance of the study is reflected in the importance of the subject itself, the importance of cultural identity and its impact on society in general and university students in particular through their use of social networking sites.

Objective of the study:

The main objective of our study on clarifying ambiguity and knowing the impact of social networking sites is to promote the cultural identity of university students.

Study curriculum:

In response to the nature of the subject and the existing form, we have chosen a descriptive survey curriculum and this is to know the impact of social networking sites on cultural identity.

Field procedures for study:

Study extract :

Our research community within the subject matter is the students of the University of Bouira.

Sample Study:

In this study, we relied on the occasional sample, which saves time to reach the sample's 100 person .

Measurement Tools:

In this study, we relied on the form for students of the University of Bouira.

Final result of the study:

Through the application of the study to the vocabulary of the sample students of the University of Bouira, and through the results reached, we conclude that social media sites have an impact on the promotion of the cultural identity of university students.