

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة محمد الصديق بن يحيى - جيجل -

كلية: العلوم الإنسانية والاجتماعية

قسم الإعلام والاتصال



عنوان المذكرة /

أثر الفيس بوك على الهوية الثقافية للمراهقين

-دراسة ميدانية بثانوية محمد الصديق بن يحيى-الميلية-

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال تخصص: اتصال وعلاقات عامة.

الأستاذ المشرف:

عز الدين بوطنريخ

إعداد الطالبتين:

نزيهة براهيمى

وهيبة بودلال

رئيسا	جامعة جيجل	الأستاذة حضرية بودراع
مشرفا	جامعة جيجل	الأستاذ عزالدين بوطنريخ
مناقشا	جامعة جيجل	الأستاذة زينة جدعون

السنة الجامعية: 2018/2017

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

شكر وتقدير

أشكر الله العلي القدير على توفيقه إتمام هذه المذكرة فهو عز وجل أحق بالشكر
والثناء سبحانه وتعالى

وإنطلاقاً من قوله عليه الصلاة والسلام: "من لا يشكر الناس لا يشكر الله" فإنه يطيب
لنا أن نتوجه بالشكر والتقدير إلى أستاذي الفاضل :

"بوطرنخ عز الدين"

لقبوله الإشراف على هذا العمل و الذي لم يدخر جهداً في مساعدتنا وتقديم
النصح والإرشاد. وقد وجدنا فيه الإنسانية الرائعة والصبر الشديد والعلم الزاخر
فكان نعم الأستاذ ونعم المشرف.
نرجو من المولى عز وجل أن يجعلها سبباً لإنارة درب الطلبة وخدمة البحث العلمي
والشكر موصول إلى أعضاء لجنة المناقشة
كما لا ننسى شكر كل من قدم لنا يد العون منذ بداية هذا العمل حتى إنتهائه.



الفصل الأول: الإطار المنهجي للدراسة

تمهيد.

أولاً: مشكلة الدراسة وتساؤلاتها.

ثانياً: أسباب اختيار الموضوع.

ثالثاً: أهمية الدراسة.

رابعاً: أهداف الدراسة.

خامساً: مفاهيم الدراسة.

سادساً: حدود الدراسة.

سابعاً: نوع الدراسة ومنهجها.

ثامناً: مجتمع الدراسة والعينة.

تاسعاً: أدوات جمع البيانات

عاشراً: الدراسات السابقة والمشاهدة.

إحدى عشر: المقاربة النظرية للدراسة.

الفصل الثاني: مدخل نظري حول ماهية الفيس بوك.

تمهيد.

أولاً: تعريف الفيس بوك ونشأته

ثانياً: مكانة الفيس بوك على الانترنت

ثالثاً: سمات الفيس بوك

رابعاً: سلبيات وإيجابيات الفيس بوك

خامساً: خدمات الفيس بوك و نماذج مستخدميه

سادساً: الانتقادات الموجهة لموقع الفيس بوك

الفصل الثالث: الهوية الثقافية والمراهقة

أولاً: الهوية الثقافية

1-1 الهوية

2-1 الثقافة

3-1 الهوية الثقافية

ثانياً: المراهقة

1-2- تعريف المراهقة

2-2- مفهوم أزمة المراهقة

3-2- مراحل المراهقة

4-2- حاجات المراهق الأساسية

5-2- أهمية المراهقة

6-2- خصائص المراهقة

7-2- النمو في فترة المراهقة

خلاصة.

الفصل الرابع: عرض وتحليل نتائج الدراسة الميدانية

أولاً- تفرغ وتحليل بيانات الجداول.

ثانياً- عرض النتائج العامة للدراسة.

ثالثاً- نتائج الدراسة في ضوء نظرية الاستخدامات والإشباع.

رابعاً- مناقشة نتائج الدراسة في ضوء نتائج الدراسات السابقة.

الخاتمة

قائمة المصادر والمراجع

الملاحق

فهرس الجداول

فهرس الموضوعات

ملخص الدراسة

مقدمة

مقدمة:

لقد أفرزت التطورات الحديثة في المجال المعلوماتي، ما يعرف بتكنولوجيا الاتصال الحديثة، وفي مقدمتها الأنترنت الذي أحدث ثورة هائلة وتغيرات كبيرة في مجال الاتصال وأتاحت العديد من الخدمات والتطبيقات، وخاصة ما يسمى بمواقع التواصل الاجتماعي وعلى رأسها الفيس بوك الذي يعتبر أكثر المواقع إستخداما والذي توغل في مختلف مجالات الحياة. ليصل هذا التوغل إلى ثقافة وهوية الشعوب، فاستخدم كأداة لنقل ثقافات والتأثير في ثقافات أخرى، ومنها تأثيره على الهوية الثقافية لمستخدمي هذا الموقع.

ومن هذا المنطلق جاءت هذه الدراسة لرصد أثر إستخدام الفيس بوك على الهوية الثقافية، على عينة من المراهقين بثانوية محمد الصديق بن يحيى بالميلية ولاية جيجل. حيث قمنا بتقسيم الدراسة إلى أربعة فصول، كانت كالآتي:

الفصل الأول: قمنا فيه بالتعريف بموضوع الدراسة من حيث تحديد مشكلة الدراسة وطرح تساؤلاتها، وأهدافها، أسباب إختيار موضوع الدراسة الذاتية والموضوعية، وتحديد المفاهيم الواردة في الدراسة، وعرض الدراسات السابقة أو المشابهة لموضوع دراستنا.

ثم قمنا بعرض الإجراءات المنهجية للدراسة من خلال تحديد مجالات الدراسة الثلاث: المكانية والزمانية والبشرية، ونوع الدراسة ومنهجها ومجتمع الدراسة والعينة الممثلة له، وأدوات جمع البيانات المعتمدة في الدراسة.

الفصل الثاني: تم فيه التعريف بموقع الفيس بوك وذلك بعرض موجز عن تاريخ ظهور الموقع والتعريف بمخترعه بالإضافة إلى مكانته في التصنيفات العالمية للمواقع الإلكترونية بالإضافة إلى سماته وإيجابيات وسلبيات الموقع والخدمات التي يقدمها لمستخدميه، وأيضاً نماذج من مستخدمي الفيس بوك، وفي الأخير الإنتقادات الموجهة للموقع.

الفصل الثالث: والمعنون بالهوية الثقافية والمراهقة تم تقسيمه إلى جزئين:

الجزء الأول: بعنوان الهوية الثقافية تطرقنا فيه إلى مفهوم الهوية، وعناصرها ومستوياتها، أبعادها ووظائفها وفي الأخير تحديات حماية الهوية. وبعدها تناولنا مفهوم الثقافة، أنواعها، أنماطها، تصنيفاتها وعناصرها. و أخير الهوية الثقافية حيث قمنا بتعريف بهذا المصطلح كما بينا مقومات الهوية الثقافية وخصائصها، سبل تعزيزها، دور وسائل الإعلام في تشكيلها.

أما الجزء الثاني من هذا الفصل فتطرقنا فيه إلى المراهقة وذلك بتعريف المراهقة وفترة أزمة المراهقة، ومراحل المراهقة وحاجات المراهق الأساسية، بالإضافة إلى أهمية فترة المراهقة و النمو في فترة المراهقة. أما الفصل الأخير وهو الإطار التطبيقي للدراسة عرضنا من خلاله نتائج الدراسة بعد أن قمنا بتفريغ البيانات في جداول بتحديد مختلف التكرارات والنسب المئوية. وبعد ذلك قمنا بتقديم قراءة تحليلية حول هذه الجداول لنصل في الأخير إلى النتائج النهائية للدراسة ومناقشتها في ضوء نظرية الاستخدامات والإشباع.

الفصل الأول: الإطار المنهجي للدراسة.

أولاً: مشكلة الدراسة وتساؤلاتها.

ثانياً: أسباب الدراسة.

ثالثاً: أهمية الدراسة.

رابعاً: أهداف الدراسة.

خامساً: مفاهيم الدراسة.

سادساً: حدود الدراسة.

سابعاً: نوع الدراسة ومنهجها.

ثامناً: مجتمع الدراسة والعينة.

تاسعاً: أدوات جمع البيانات

عاشراً: الدراسات السابقة والمشابهة.

إحدى عشر: المقاربة النظرية للدراسة.

تمهيد:

سنتطرق في دراستنا هذه الموسومة بـ " أثر الفيس بوك على الهوية الثقافية للمراهقين " الدراسة إلى أربع فصول، نستهلها بالفصل المنهجي والذي يعتبر أهم فصل في الدراسة، وهذا لأهميته القصوى في توضيح معالم البحث الأولية، إذ سنعرض فيه مشكلة الدراسة وتساؤلاتها، وكذا الأسباب الذاتية والموضوعية لاختيار موضوع الدراسة مبرزين في ذلك الأهمية التي تتضمنها هذه الدراسة، إضافة إلى تحديد الأهداف المراد الوصول إليها في نهاية الدراسة.

وكذلك تحديد مجتمع البحث وعينته، المنهج المستخدم، وأهم أدوات جمع البيانات المعتمدة في الدراسة، ليتم بعدها ضبط مفاهيم الدراسة وحدودها بمجالاتها الثلاث، وعرض جملة من الدراسات السابقة أو المشابهة لموضوع البحث، وفي آخر هذا الفصل نعرض على المقاربة النظرية المناسبة للدراسة.

أولاً: مشكلة الدراسة

أحدثت التطورات التكنولوجية الحديثة في منتصف عقد التسعينيات من القرن الماضي، نقلة نوعية وثورة حقيقية في عالم الاتصال، حيث انتشرت شبكة الانترنت في أرجاء المعمورة، ودخلت كل بيت في المدن والقرى، وربطت أجزاء هذا العالم المترامي الأطراف بفضائها الواسع، ومهدت الطريق لكافة المجتمعات للتقارب والتعارف وتبادل الآراء والأفكار، من خلال إتاحة هذه الشبكة لمستخدميها للعديد من الوسائط والتطبيقات، أصبحت أفضل وسيلة لتحقيق التواصل بين الأفراد والجماعات، وقد أفضت هذه التطورات إلى ظهور المواقع الإلكترونية، والمدونات الشخصية، وشبكات المحادثة، التي غيرت مضمون وسائل الإعلام الحديثة.

وهذه المواقع عبارة عن صفحات ويب على شبكة الأنترنت، يخصص بعضها للإعلان عن السلع والخدمات أو لبيع المنتجات، والبعض الآخر عبارة عن صحف إلكترونية ومدونات تتوفر فيها للكتاب إمكانية النشر وللزوار كتابة الردود على المواضيع المنشورة فيها، وفرصة للنقاش بين المتصفحين، كذلك مواقع المحادثة (الدردشة).

ومن أبرز تطورات الويب في جيله الثاني ظهور ما يسمى بمواقع التواصل الاجتماعي ومن أهم هذه المواقع نجد موقع الفيس بوك، تويتر، يوتيوب، ماي سبيس التي أتاحت البعض منها مثل الفيس بوك تبادل الصور ومقاطع الفيديو، ومشاركة الملفات، وإجراء المحادثات الفورية، ويعتبر موقع الفيس بوك هو أكثر مواقع التواصل الاجتماعي انتشاراً على شبكة الأنترنت لما له من خصائص تميزه عن باقي المواقع، مما شجع متصفحها الأنترنت من كافة أنحاء العالم على الإقبال المتزايد عليه.

تعد الهوية الثقافية واحدة من القضايا التي دار حولها جدل كبير نتيجة التغيرات والمستجدات في العصر الحديث لا سيما مع تنامي موجات العولمة وما رافقها من تطور هائل في تكنولوجيا المعلومات والاتصالات وما أحدثته ذلك من تأثير في النسيج الاجتماعي بشكل عام والنسيج الثقافي بشكل خاص.

وترتبط الهوية الثقافية بمفهوم الثقافة التي يتميز بها مجتمع ما، التي تعتمد بشكل مباشر على اللغة، والدين والعرف والعادات والتقاليد وتعد اللغة من العوامل الرئيسية في بناء ثقافة الأفراد في المجتمع وتشكيل هويتهم باعتبارها وعاء للثقافة والحاملة لها.

وتعد المراهقة مرحلة إنتقالية شديدة الخطورة والحساسية وهي من مراحل نمو الكائن البشري ينتقل فيها من مرحلة الطفولة إلى مرحلة الرشد والنضج، وباعتبار أن المراهقين جزء لا يتجزء من النسيج الاجتماعي فإنهم من أكثر فئات المجتمع هشاشة وأقلهم تحصينا ثقافيا، فكريا، سلوكيا وحضاريا خاصة أنهم نشؤا اليوم في ظل الحضارة المعاصرة والتغيرات العالمية والتقدم العلمي والتكنولوجي وما أفرزته من تأثيرات على المجتمعات، فقد وجد المراهقون ضالتهم في شبكات التواصل الاجتماعي وخير دليل على ذلك زيادة مرتادي الشبكات، فقد ترتب على انتشار شبكات التواصل الاجتماعي تزايدا مطردا في استخدامها.

ويعد موقع الفيس بوك عبر الأنترنت من أحدث منتجات تكنولوجيا الاتصال وأكثرها شعبية، ورغم أن هذا الموقع أنشئ في الأساس للتواصل الاجتماعي بين الأفراد، فإن استخدامها امتد ليشمل النشاط الثقافي من خلال تداول المعلومات وتبادل الثقافات، ولقد أصبح الفيس بوك اليوم من المواقع التي تقوم بدور في إكساب عادات جديدة وتحول في القيم بصفة عامة والهوية الثقافية بصفة خاصة. لذا تحاول هذه الدراسة التعرف على تأثير موقع الفيس بوك على الهوية الثقافية للمراهقين، سواء من الناحية السلبية أو الإيجابية من أجل الحد من التأثيرات السلبية وزيادة التأثيرات الإيجابية ولتحقيق ذلك قمنا بطرح الإشكال التالي:

ما هو أثر موقع الفيسبوك على الهوية الثقافية للمراهقين؟ دراسة ميدانية بالميلية ولاية جيجل

ومن أجل التحكم في الدراسة نطرح التساؤلات الفرعية التالية:

1- ما هي عادات وأنماط تصفح المراهقين لموقع الفيس بوك؟

2- ما هي دوافع استخدام المراهقين لموقع الفيس بوك؟

3- هل يؤثر الفيس بوك على الهوية الثقافية للمراهقين؟

ثانيا : أسباب اختيار موضوع الدراسة:

إن اختيارنا لموضوع دراستنا هذه لم يكن بطريقة عشوائية، بل انطوى تحت أسباب ذاتية وأخرى موضوعية نذكر منها:

2-1- أسباب ذاتية:

- الرغبة الشخصية في معالجة موضوع الدراسة .
- الإحساس بالمشكلة العلمية المطروحة وهي مدى تأثير الفيس بوك على الهوية الثقافية للمراهقين.
- الرغبة في توسيع المعارف الشخصية المرتبطة بمجال تخصصنا.

2-2- أسباب موضوعية:

- علاقة موضوع الدراسة مع مجال تخصصنا الدراسي.
- قابلية الموضوع للدراسة من حيث الإمكانيات المادية والبشرية.
- إفادة المكتبة الجامعية بذكرات أكاديمية من شأنها أن تصبح مرجعا علميا للطلبة في مجال تخصصنا.
- استكمال متطلبات الحصول على شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال تخصص علاقات عامة.

ثالثا: أهمية الدراسة :

إن الباحث في اختياره لموضوع الدراسة، عليه أن يراعي الأهمية التي يحملها هذا الموضوع، ودراستنا هذه تتناول " أثر الفيس بوك على الهوية الثقافية للمراهقين".

وذلك نظرا لأهميته المتمثلة في:

- الفيس بوك موضوع جدير بالدراسة بعد الانتشار الذي شهده الموقع على المستوى العالمي وفي الجزائر خاصة .
- الاستخدام الهائل لهذا الموقع من طرف المراهقين.
- تسليط الضوء على موضوع الهوية الثقافية لدى المراهقين.
- دراسة المراهقين وآثار استخدام الفيس بوك عليهم.

- التغيير والتدبدب على مستوى الهوية الثقافية لدى المراهقين.
- تبيان سلبيات الفيس بوك وخاصة على المراهقين وهويتهم الثقافية.

رابعاً: أهداف الدراسة

- التعرف على عادات وأنماط تصفح المراهقين لموقع الفيس بوك .
- الوقوف على دوافع تصفح المراهقين لموقع الفيس بوك.
- التعرف على الحاجات والاشباع التي يحققها المراهقون من تصفح الفيس بوك.
- تبيان تأثير الفيس بوك على الهوية الثقافية للمراهقين.

خامساً: مفاهيم الدراسة

5-1- الأثر:

- لغة: ترك فيه أثراً، والأثر العلامة لمعان السيف وأثر الشيء بقيته (معجم الوسيط، 2005، ص5).

اصطلاحاً: التأثير يدخل في نطاق علاقات النفوذ والسلطة فالمؤثر هو الناقد، القادر بالفعل على تغيير فعل آخر في الاتجاه الذي يختاره له، ويظهر التأثير من خلال رجوع الصدى أو على ردود على المثيرات وهي الرسائل الإعلامية والتأثير يحمل معنى التغيير الذي يطرأ على المتلقي عند استقباله لرسائل المرسل (خليل ، 1984، ص48).

ويعرف التأثير كذلك بأنه يركز على تقنية الخداع لا على التحول وبعبارة أخرى لا يمكن

للإعلان أن يثير فعل الشراء إلا إذا كان المنتج يتوازي مع حالة مسبقة عند المستهلك. (كتورة، ص181).

- إجرائياً: الأثر هو ما تتركه مضامين وسائل الإعلام الحديثة، كمواقع التواصل الاجتماعي وخاصة موقع الفيس بوك على المراهقين، وذلك في مختلف المجالات المعرفية أو النفسية أو الاجتماعية والثقافية

5-2- مفهوم الفيس بوك:

لغة: يشير إلى دفتر ورقي يحمل صوراً ومعلومات للأفراد في جامعة معينة أو مجموعة ما ومن هنا

جاءت تسمية الموقع. (حمة، 2013/2014، ص18).

اصطلاحاً: أكبر مواقع الشبكات الاجتماعية من ناحية سرعة الانتشار والتوسع، قيمته السوقية عالية وتتنافس على ضمه أكبر الشركات، نقطة القوة الأساسية في الفيس بوك هي التطبيقات التي أتاحت الشبكة فيها للمبرمجين من مختلف أنحاء العالم ببرمجة تطبيقاتهم المختلفة وإضافتها للموقع الأساسي. (الشمالية، اللحام، كافي، 2015، ص203).

كما يعرف أيضاً بأنه " الموقع الذي أسسه مارك زوكربيرغ، وهو واحد من أهم التشبيك الاجتماعي، وهو لا يمثل منتدى اجتماعياً فقط، وإنما أصبح قاعدة تكنولوجية سهلة، بإمكان أي شخص أن يفعل بواسطتها ما يشاء. (صادق، 2008، ص218).

إجرائياً: موقع اجتماعي تفاعلي يتيح لمستخدميه التواصل من خلال واقع افتراضي لالتقاء الأصدقاء والمعارف والأهل، يماثل الواقع الطبيعي من خلال تكوين علاقات مع الأصدقاء من مختلف الأعمار والأجناس ومن كافة أنحاء العالم، وخاصة من فئة المراهقين الذين يتأثرون بشكل كبير من محتويات هذا الموقع.

5-3- الهوية

لغة: عرفت الحضارة العربية الهوية على أنها مأخوذة من "هو" بمعنى أنها جوهر الشيء وحقيقته المشتملة عليه اشتمال النواة على الشجرة وثمارها فهوية الإنسان أو الثقافة أو الحضارة هي جوهرها وحقيقته ولما كان في كل شيء من الأشياء إنساناً أو ثقافة وحضارة "الثوابت" و"المتغيرات" فإن هوية الشيء هي ثوابته التي تتجدد وتتغير وتتجلى وتفصح عن ذاتها دون أن تخلي مكانها لنقيضها. (عمارة، 1999، ص6).

اصطلاحاً: هي مجموعة خصائص والسمات العنصرية والأخلاقية والثقافية والرمزية التي ينفرد بها شعب من الشعوب وأمة من الأمم. (سعد عباس، العزي، 2015، ص68).

- كما تعرف أيضاً بأنها مجموعة قوائم السلوك واللغة والثقافة التي تسمح للشخص أن يتعرف على انتمائه إلى جماعة اجتماعية والتماثل معها. (الأزدي، 2003، ص14).

إجرائيا:

هي الروابط القيمية والسلوكية بين الأفراد في مجتمع معين أو شريحة اجتماعية معينة، بحيث يرى الفرد نفسه من خلال المجتمع الذي ينتمي إليه بما أنه يشاركه نفس القيم والمعتقدات والسلوكيات والعادات والتقاليد.

5-4- الثقافة:

لغة: الثقافة في اللغة العربية مجاز مأخوذ من تثقيف الرمح أي تسويته، كما يورد مختار الصحاح معنى الثقافة: فيقال ثقف الكلام ثقافة أي حذفه وفهمه. (عبد المنبي، 1990، ص129).

اصطلاحا: يعرفها غوستفاكلوم « بأنها تتضمن العادات والمعارف والمهارات والحياة المتوالية والعامية في السلم والحرب وتتضمن أيضا الدين والعلم والفن». (العيفة، 2003، ص42).

كما عرفها آخرون بأنها «ذلك الكل المركب المتجانس من العقائد والقيم والأفكار والمعايير والرموز والتغييرات والإبداعات وأنماط العيش التي تشكل قوام الحياة لمجتمع من المجتمعات». (سعد العزي، مرجع سابق، ص68).

إجرائيا: هي مجموعة العناصر المميزة لشعب أو أمة، أو فئة اجتماعية معينة عن غيرها، وتتضمن العادات والتقاليد واللغة والدين، فتتقسم إلى المادية واللامادية وتكون مكتسبة تنتقل من جيل لجيل آخر.

5-5- مفهوم الهوية الثقافية:

تعرف الهوية الثقافية بأنها: « مجموع الصفات الخلقية والقيم الاجتماعية التي يتلقاها الفرد منذ ولادته كإسمال أولي في الوسط الذي ولد فيه، ولتكون في المحيط الذي يشكل فيه الفرد طباعه وشخصيته والطرائق والأساليب، والأشكال التي يبدعها الإنسان من ابتكارات يعزز بها إنسانيته وينظم حياته الاجتماعية والخاصة الفكرية والروحية، والجمالية». (محب، 2016، ص152).

كما عرفتھا الیونسکو بأنها "لیست تراثا جامدا بل هی دینامیکية داخلية وعملية إبداع مستمر للمجتمع بموارده التراثية تغدیهها التنوعات القائمة بصورة واعية مقصودة وتقبل الإسهامات الآتية من الخارج باستیعابها وتحويلها عند الاقتضاء". (البكري، ص379).

5-6- المراهقة:

لغة: عرفت في معاجم اللغة العربية بأنها كلمة مشتقة من الفعل رهق (راهق) الغلام: قارب الحلم، أي بلغ حد الرجال فهو مراهق، أرهقه ظلما: ألحقه به، إثمًا حملة إياه، عسر كلفه إياه. (صوكو، 2008، ص 21).

اصطلاحا: تعرف المراهقة: «على أنها مرحلة العمر التي تتوسط الطفولة واكتمال الرجولة أو الأنوثة بمعنى النمو الجسمي وتحسب بدايتها عادة بداية البلوغ الجنسي، وبوجه عام فإن فتر المراهقة تقابل مرحلتي التعليم الإعدادي والثانوي، وهي مرحلة موحده تمثل فتره الانتقال من الطفولة إلى الرجولة أو الأنوثة. (وهيب، 1999، ص6).

- كما تعرف أنها فترة التحول الفيزيقي نحو النضج وتقع بين بداية سن النضج وبداية مرحلة البلوغ، ويحددها بعض علماء النفس عادة في سن الثانية عشر أو الثالثة عشر، وتختلف الاتجاهات نحو المراهقة باختلاف الثقافات، كما أن الأثر الاجتماعي والسيكولوجي للمراهقين يختلف أيضا طبقا لاختلاف الأنماط الثقافية والاجتماعية. (غيث، 2002، ص17).

- إجرائيا: وهي المرحلة العمرية الانتقالية في حياة الإنسان من مرحلة الطفولة إلى مرحلة الرجولة أو الأنوثة، وتتميز هذه المرحلة بمجموعة من الخصائص فتبدأ بالبلوغ وتنتهي بالوصول إلى سن الرشد.

- سادسا حدود الدراسة

- المجال المكاني:

لقد أجريت هذه الدراسة على مستوى ثانوية محمد الصديق بن يحيى بالميلية ولاية جيجل، بما أن موضوعنا يتناول أثر الفيس بوك على الهوية الثقافية للمراهقين فأنسب مكان لإجراء هذه الدراسة هو الثانويات باعتبارها مكان يتواجد فيه أكبر قدر من المراهقين الذين يداومون على تصفح مواقع

التواصل الإجتماعي وبشكل أكبر الفيس بوك . وبالضبط ثانوية محمد الصديق بن يحيى بالميلية، وهي إحدى بلديات ولاية جيجل، تقع الثانوية في قلب المدينة تتربع على مساحة قدرها: 8893.00م²، تم إنشائها بتاريخ: 15/09/1979، وتم إفتتاحها بتاريخ 01/01/1981، تعتمد على النظامين الداخلي و النصف الداخلي. (مديرية التربية لولاية جيجل، 11 أفريل 2018)

المجال الزمني:

تم الشروع في إنجاز هذه الدراسة في نهاية شهر نوفمبر 2017، وخلال ذلك إنقسمت فترة إنجاز الدراسة إلى ثلاث جوانب:

الجانب المنهجي: إستمر البحث فيه طوال الفترة الممتدة من نوفمبر 2017 إلى بداية شهر فيفري 2018

وقد شرعنا في صياغة مشكلة الدراسة وتساؤلاتها، أما فيما يخص العناصر الأخرى من الجانب المنهجي من أسباب الدراسة وأهدافها وضبط للمفاهيم والمقاربة النظرية للدراسة فقمنا بالعمل عليها من الأسبوع الثالث من شهر جانفي إلى الأسبوع الأول من شهر فيفري 2018.

الجانب النظري: بدأنا العمل على هذا الجانب في الأسبوع الثاني من شهر فيفري 2018 واستمر حتى الأسبوع الأخير من شهر مارس من نفس السنة.

حيث قسمنا العمل إلى مرحلتين:

المرحلة الأولى: تم فيها جمع المعلومات عن الفصل الأول من الإطار النظري المتعلق بالفيس بوك أما المرحلة الثانية: فتم فيها التفرغ للفصل الثاني من ذات الإطار والمتعلق بالهوية الثقافية والمراهقة.

الجانب الميداني:

شرعنا في هذا الجانب من الدراسة بداية شهر أفريل إلى غاية بداية شهر ماي من سنة 2018، وقد مررنا في إنجاز هذا الجانب بعدة مراحل هي:

-تصميم إستمارة البحث.

- مرحلة تجربة الإستمارة من أجل الوقوف على الأجزاء الناقصة أو مواطن الخلل فيها.

- مرحلة توزيع وجمع الإستمارة والذي دام يوماً كاملاً.

- مرحلة تحليل وتفسير نتائج الدراسة.

المجال البشري:

يشتمل مجال هذه الدراسة على تلاميذ ثانوية محمد الصديق بن يحيى البالغ عددهم الاجمالي 1071

تلميذ والذين يتوزعون على السنوات: الأولى والثانية والثالثة كالتالي:

-السنوات الاولى : 400 تلميذ.

-السنوات الثانية: 313 تلميذ.

- -السنوات الثالثة: 358 تلميذ.(المصدر السابق)

سابعا : نوع الدراسة ومنهجها :

إن تحديد الأسلوب أو المنهج العلمي الذي يتخذه الباحث في بحثه يرتبط ارتباطا وثيقا بمحتوى وموضوع الظاهرة المدروسة.

ويعد اختيار المنهج المناسب للدراسة أحد أهم عوامل نجاح الدراسة والوصول إلى نتائج علمية صحيحة.

وباعتبار أن المنهج هو الطريق المؤدي إلى الكشف عن الحقيقة في العلوم بواسطة طائفة من القواعد العامة، تهيمن على سير العقل وتحديد عملياته حتى يصل إلى نتيجة معلومة.(بن مرسل، 2003، ص ص 282،283).

وبما أن المناهج تختلف وتتعدد فعلى الباحث أن يختار المنهج المناسب لموضوع بحثه والهدف المنشود من ورائه.

بما أن دراستنا هذه تتمحور حول اثر الفيس بوك على الهوية الثقافية للمراهقين، فإنها تندرج تحت الدراسات الوصفية الشائعة في بحوث الاتصال التي تقوم على تفسير الوضع القائم للظاهرة من خلال تحديد ظروف المشكلة وأبعادها والعلاقة بين متغيراتها وذلك من أجل الحصول على نتائج علمية ثم تفسيرها بطريقه موضوعية، وبما ينسجم مع المعطيات الفعلية للظاهرة". (عبيدات، أبو نصار، مبيضين، 1999، ص35).

ومنه خلصنا في النهاية إلى استخدام المنهج الوصفي لمناسبته لهذا النوع من الدراسات.

ثامنا: مجتمع الدراسة وعينته:

8-1- مجتمع الدراسة:

يعتبر مجتمع البحث من الخطوات الأساسية التي يجب على الباحث تحديدها لأن القيام بأي دراسة تنطلق أساسا من المجتمع الذي توجد به، ولمعرفة مجتمع البحث لا بد من تحديد المجتمع الأصلي وذلك بمعرفة مميزاته، وصفاته، وخصائصه، ومعرفة ما إذا كان موزع في طبقات أو فئات، وما إذا كان مشتت، أو متجانس، وكل هذه التفاصيل لا بد من معرفتها وتحديدها بالتدقيق من اجل بلوغ نتائج دقيقة وصحيحة.

ويعرف مجتمع البحث بأنه: "مجموع وحدات البحث، الكل الذي نختار منه عينة البحث، وعادة ما يعرف المجتمع بأنه تجمع لأفراد وأشياء تشترك في خصائص معينة تهم الباحث" (الشمالي، 2003، ص236).

وبذلك فمجتمع الدراسة هم الأفراد الذين سيتم إجراء الدراسة الميدانية عليهم من خلال الموضوع المطروح، والمتمثل في اثر الفيس بوك على الهوية الثقافية للمراهقين" ويتضح بأن مجتمع بحثنا يتكون من مراهقي ثانوية محمد الصديق بن يحيى بالميلية ولاية جيجل.

ولما كان مجتمع بحثنا كبير يصعب إجراء مسح شامل لكل مفرداته، لما يتطلب من وقت طويل وإمكانيات مادية كبيرة، لجأنا الى استخدام أسلوب المعاينة.

8-2- العينة: التي تمثل مجتمع بحثنا، حتى نتمكن من إتمام الدراسة في الفترة الزمنية المحددة لها.

وتعرف العينة بأنها " ذلك الجزء من المجتمع التي يجري اختيارها وفق قواعد وطرق علمية بحيث تمثل المجتمع تمثيلا صحيحا ولهذا يقوم الباحث بتحديد المشكلة ووضع الفروض قبل اختياره لأسلوب جمع البيانات. (المغربي، 2007، ص139).

قمنا باختيار العينة العشوائية البسيطة وذلك لمناسبتها الموضوع بحثنا نظرا لتجانس مجتمع البحث إلى حد كبير من حيث السن والمستوى التعليمي ومكان تواجدهم والمتمثل في ثانوية محمد الصديق بن يحيى، وكذلك من حيث استخدامهم لموقع التواصل الاجتماعي الفيس بوك.

وتعرف العينة العشوائية البسيطة: «بأنها نوع من أنواع العينات الاحتمالية يعطي فيها الباحث فرصة متساوية لكل فرد من أفراد المجتمع بأن يكون ضمن العينة المختارة. ويكون هذا النوع من العينات مفيد ومؤثر عندما يكون هناك تجانس وصفات مشتركة بين أفراد المجتمع الأصلي المعني بالدراسة. من حيث الخصائص المطلوب دراستها في البحث، وعلى هذا الأساس عن جميع أسماء أفراد المجتمع الأصلي يجب أن تكون محدودة معروفة لدى الباحث». (قنديلجي، 1999، ص144).

ولقد قدر مجتمع الدراسة بـ 1071 مفردة من تلاميذ ثانوية محمد الصديق بن يحيى اخترنا عينة تقدر بـ 10% وقد تم استخراج حجم العينة كالآتي:

$(1071 \times 10 \div 100 = 107)$ ومنه تم توزيع 107 إستمارة على المبحوثين إلا أنه تم إسترجاع 94 إستمارة بعد ضياع 13 إستمارة وبعدها تم إلغاء 14 استمارة أخرى بسبب عدم تحلي المبحوثين بالدقة والمصدقية في إجاباتهم على أسئلة الإستمارة ومنه قدر العدد النهائي للاستمارات بـ 80 استمارة.

تاسعا: أدوات جمع البيانات

إن دقة أي بحث علمي تتوقف إلى حد كبير على اختيار الأدوات المناسبة التي تتماشى وطبيعة الموضوع، وإمكانيات الباحث للحصول على البيانات والمعطيات التي تخدم أهداف الدراسة وبإمكان الباحث الإعتماد على أكثر من أداة لجمع المعلومات الخاصة بدراسته والإجابة عن تساؤلاتها. وقد اعتمدنا في دراستنا هذه على:

9-1- الملاحظة: وهي تعني وقوع الشيء تحت العين وهي تفيد في البحث العلمي، المعاينة أو المشاهدة الدقيقة للظاهرة محل للدراسة من أجل اكتشافها والتعرف عليها بصورة جيدة وهي ليست التسجيل السلبي للواقع، بل هي تدخل ايجابي لعقل الباحث في تنظيم هذه العملية على مستوى إدراك العناصر المكونة للمشكلة، وتحديد العلاقات الداخلية القائمة بين عناصرها والعلاقات الخارجية التي تربطها بالمشكلات الأخرى. (بن مرسل، 2007، ص69).

9-2- الاستمارة: تعرف الاستمارة الاستبائية بأنها الدليل أو المرشد الذي يوجه المقابلة التي تقع بين الباحث والمبحوث، بعد أن يرسم مساراتها ويحدد موضوعاتها ويشخص طبيعة المعلومات التي يطلبها الباحث والمبحوث الاستمارة الاستبائية تحتوي عادة على مجموعه أسئلة بعضها مفتوحة وبعضها مغلقة وبعضها يتعلق بالحقائق وبعضها الآخر يتعلق بالآراء والمواقف وبعضها عام وبعضها متخصص (الحسن، 2009، ص225).

وتعتبر الاستمارة كأداة رئيسية تم الاعتماد عليها في هذه الدراسة وهي عبارة عن نموذج يضم مجموعه من الأسئلة توجه إلى المبحوثين من أجل الحصول على المعلومات المطلوبة للدراسة.

وقد تضمنت استمارة بحثنا على أربعة محاور: المحور الأول ويتضمن البيانات الشخصية، وعدد أسئلته: ثلاثة أسئلة .

المحور الثاني: بيانات خاصة بالسؤال الأول. وعدد أسئلته هو: إحدى عشرة سؤالاً.

المحور الثالث: بيانات خاصة بالسؤال الثاني وعدد أسئلته هو: ستة أسئلة.

المحور الرابع: بيانات خاصة بالسؤال الثالث وعدد أسئلته هو: سبعة عشر سؤالاً.

حيث تم تحكيم هذه الإستمارة من طرف ثلاثة محكمين وهم (الأستاذة حورية بولعويديات، الأستاذ ناجي بولمهار، والأستاذ عبد الوهاب بوبعة).

عاشرا: الدراسات السابقة

تعتبر القراءة التحليلية لمختلف الدراسات السابقة حول موضوع الدراسة المساعد الرئيسي للباحث لتكوين فكرة واضحة عما يتوجب الاهتمام به من خلال تحديد الأبعاد التي تتطلب تركيزا أكبر من تلك التي تحتاج تركيزا أقل نظرا لضعف أهميتها وتحديد المنهجية الأنسب لإتباعها في البحث بالإضافة إلى الوقوف عند أوجه النقص المسجلة التي لم يتطرق إليها الباحثون من قبل، بغرض تداركها وإتمام البحث فيها.

10-1- الدراسة الأولى:

"تأثير وسائل الإعلام على تشكيل الهويات الثقافية في ظل العولمة"، مصطفى بن طيفور والعربي بوعمامة جامعة مستغانم تهدف هذه الدراسة إلى التطرق إلى للواقع الإعلامي التلفزيوني في الجزائر وكيفيه تعاطيه مع أزمة الهوية التي يعاني منها المجتمع الجزائري والتي تهدف للإجابة على سؤال رئيسي مفاده: (بن طيفور، بوعمامة)

ما مدى تأثير التلفزيون الجزائري على تشكيل الهويات الثقافية في ظل العولمة؟

اعتمدا الباحثان على المنهج الوصفي التحليلي لمناسبته لهذا النوع من الدراسات في العلوم الاجتماعية والإنسانية الذي يرتبط بدراسة واقع الأحداث والظواهر والمواقف والآراء وتحليلها وتفسيرها. وقد توصلت الدراسة إلى مجموعه من النتائج أهمها:

- العولمة تقع كنمط معاصر للهيمنة ضمن منظومة المصطلحات التي تؤثر خطاب ما بعد الحداثة، ومن المعروف عن هذا الخطاب سعيه إلى هدم كل نظام وإعادة صياغة جهاز المفاهيم، حيث يصبح التفكيك هو السمة البارزة لهذا الخطاب، كما تعتبر إفراز الثورة التكنولوجية في ظل النظام العالمي الجديد.

- بينت الدراسة أن الثقافة لم تعد خاضعة لوسائل تقليدية في النشر وإنما أضحت اليوم متأثرة إلى حد بعيد بالتقنية التي استطاعت القيام بالاختراق الثقافي، أي أن السيطرة أصبحت للتكنولوجيا.

- أكدت الدراسة أن وسائل الإعلام والاتصال الحديثة وخاصة قطاع السمعى البصرى أداة قوية لترويج سياسات القوى المهيمنة وبالأخص فى المجال الثقافى.

- أظهرت الدراسة أن التحول الجديد فى مجال الإعلام أدى الى تشكيل نظام إعلامى جديد وعالمى أيضا تؤثر على البنى السوسيو ثقافية للمجتمعات حاملا ضمنه أزمات اجتماعية وثقافية عديدة وعلى رأسها أزمة الهوية، خاصة فى المجتمعات التى تستورد الثقافة من دون مقدرة على الإنتاج أو المعالجة.

- كما أكدت الدراسة أن حماية الهوية الثقافية فى عصر العولمة لم يعد أمرا سهلا جراء محاصرة الغزو الثقافى الناتج عن البث التلفزيونى وشبكات التواصل الاجتماعى والدفاع عن الهوية الثقافية.

التعقيب على الدراسة:

تشابه هذه الدراسة مع دراستنا فى كونها تتطرق إلى موضوع الهوية الثقافية كما تكمن أوجه الشبه فى نوع المنهج المستخدم هو المنهج الوصفى.

10-2- الدراسة الثانية:

للباحث بدر الدين بن بلعباس، "شبكة التواصل الاجتماعى والهوية الثقافية عند الطلبة الجامعيين، الفيس بوك وطلبة جامعة بسكرة نموذجا".

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير فى علم إجتماع التربية بجامعة بسكرة وذلك فى السنة الجامعية 2014/2015.

وقد اهتم الباحث فى دراسته بمعرفة دور شبكات التواصل الاجتماعى وأثرها على الهوية الثقافية للطلبة الجامعيين.

وهذا ما أدى بالباحث إلى وضع مجموعة من الفرضيات يسعى إلى إثباتها أو نفيها من خلال النتائج المتوصل إليها ومن هذه الفرضيات نذكر: (بن بلعباس، 2014-2015)

- توجد علاقة بين استخدام الطلبة الجامعيين للفيس بوك ورؤيتهم للعلاقات الاجتماعية.

- توجد علاقة بين استخدام الطلبة الجامعيين للفيس بوك ومسألة الأعراف الاجتماعية.

- يناقش الطلبة الجامعيون مسألة التقاليد الاجتماعية على شبكة الفيس بوك.
- توجد علاقة بين استخدام الطلبة الجامعيين للفيس بوك وبين اللغة المستخدمة في نقاشاتهم.
- وقد تمثل مجتمع الدراسة في طلبة جامعة بسكرة البالغ عددهم الإجمالي أزيد من 30000 طالب جامعي بمختلف تخصصاتهم وفروعهم العلمية والأدبية والتقنية.
- اعتمد الباحث على العينة العشوائية البسيطة باعتبار أن مجتمع البحث متجانس نسبيا من حيث السن والمستوى التعليمي والمكان الواحد وهو جامعة بسكرة و الانتماء الديني متجانس، كما اعتمد على المنهج الوصفي الذي يهتم بدراسة الظواهر الاجتماعية كما هي في الواقع. كما استخدم في جمع المعلومات والبيانات الخاصة ببحثه أكثر من أداة والمتمثلة في الملاحظة والمقابلة والاستمارة.
- وفي الأخير خلص الباحث على وضع مجموعة من التوصيات بشأن دراسته هذه وهي:
- ضرورة إعداد دراسات مشابهة للدراسة الحالية حول طبيعة العلاقة بين شبكات التواصل الاجتماعي والهوية الثقافية.
- تسليط الضوء أكثر على موضوع اللغة المستعملة في الفيس بوك في دلالاته المختلفة وعلاقاته بالطلبة الجامعيين كعنوان لهويتهم الثقافية.
- إجراء ملتقيات علمية تختص بالبحث في مسألة الهوية الثقافية من خلال استخدام الفيس بوك كواحدة من شبكات التواصل الاجتماعي.
- تسليط الضوء بشكل أكبر على الفضاء الرقمي لكونه مستقبل المجتمعات القادمة.
- تعزيز قيم انتماء الشباب الجامعي وانتسابه لهويته الثقافية عن طريق تفعيل المؤتمرات الشبابية في مختلف المجالات لإبراز المآزق الكبرى التي قد تنجر جراء محاولة الاستخفاف بالانسلاخ عن الهوية الثقافية.

التعقيب على الدراسة:

- تشابه هذه الدراسة مع دراستنا في كل من المتغيرين وهما شبكات التواصل الاجتماعي (الفيس بوك) والهوية الثقافية.

بينما تختلف الدراسات في مجتمع البحث فهذه الدراسة يتمثل مجتمع البحث فيها في الطلبة الجامعيين بينما دراستنا تنصب على دراسة المراهقين ، كما تم استخدام نفس نوع العينة في كلي الدراساتين.

10-3- الدراسة الثالثة: لأحمد علي كنعان بعنوان "الشباب الجامعي والهوية الثقافية في ظل العولمة" بحث في مجله كلية التربية دمشق، 2008 عاصمة الثقافة العربية.

- يهدف البحث إلى تحديد مشكلات الشباب المعاصر وبيان أسبابها والوقوف عند نظرة الشباب الجامعي نحو مفهوم الهوية الثقافية ، و بيان اثر العولمة على الشباب الجامعي ، وتحديد الرؤية المستقبلية وذلك بالإجابة على الاسئلة التالية:(كنعان، 2008)

- هل تحمل العولمة في طياتها نوعا من الغزو الثقافي؟

- هل تهدد العولمة الهوية الثقافية؟

- كيف ينظر الشباب الجامعي إلى العولمة والهوية الثقافية؟

- ما نظرة الشباب الجامعي نحو المستقبل؟

وقد اعتمد الباحث على المنهج الوصفي التحليلي وللوصول إلى الأهداف المرجوة صمم الباحث استمارة استبيان خاصة تضمنت ثلاثة محاور وركزت على معرفة اتجاهات الشباب الجامعي نحو مفهوم الهوية الثقافية والعولمة والمشكلات التي يعاني منها الشباب الجامعي وسبل ومواجهتها وقد بلغ حجم عينه البحث 500 طالب وطالبة، وقد خلص الباحث إلى مجموعة من النتائج منها:

1- نتائج البحث المتعلقة باتجاهات الطلاب نحو مفهوم العولمة بين الجدول رقم 2 اتجاه الطلاب نحو مفهوم العولمة، فقد تراوحت نسبة موافقة الطلاب على بنود الاستبانة والمحددة بالأرقام 1-2-3-4 والتي تعبر عن ايجابيات العولمة بين (60.09%- 57.92%) في حين تراوحت نسبة عدم الموافقة على هذه البنود (34.49%- 27.98%) وكانت نسبة من لم يدلوا بأرائهم تتراوح بين (9.76%- 7.59%).

أما بنود الاستبانة رقم (5-6-7-8-9-10)، والتي تعبر عن سلبيات العولمة فقد تراوحت نسبة الموافقة ما بين (56.83%-44.03%)، ونسبة عدم الموافقة، (42.73%-32.97%) ونسبة من لم يدلوا بأرائهم تراوحت بين (19.96%-17.16%).

ومن خلال ذلك نرى غموض فكره العولمة في أدهان الشباب الجامعي وقصورا وعجزا في تقييم الظاهرة.

2- نتائج البحث المتعلقة باتجاهات الطلاب نحو مفهوم الهوية الثقافية تركزت آراء الشباب في الهوية الثقافية وفق التداعي الحر في عدة نقاط رئيسية منها.

- ضرورة الاعتزاز بثقافة الأمة وأصالتها وقوميتها دون انغلاق او تعصب.
- ضرورة انفتاح هذه الثقافة على الثقافات الأخرى والاستفادة منها ولكن دون دوابانها
- يبين الجدول (4) ان نسبة الموافقة على البنود التي تشير إلى معنى واضح وصريح للهوية الثقافية.
- البند الرابع (الهوية الثقافية تعني الانفتاح الثقافي على العالم) قد بلغت نسبة الموافقة (65.51%).
- البند الخامس (الهوية الثقافية تعني تمازج الثقافات العالمية في ثقافة واحدة) كانت نسبة الموافقة فيه متدنية بلغت (28.20%).

التعليق على الدراسة:

تشابه هذه الدراسة مع دراستنا في المتغير الثقافي وهو الهوية الثقافية واختلفت في مجتمع الدراسة والمتمثل في هذه الدراسة في الشباب بينما مجتمع دراستنا هو المراهقون، كما اعتمدت كل من الدراستين على المنهج الوصفي وأداة جمع البيانات وهي الاستبيان.

4-10- الدراسة الرابعة: للباحث سامي أحمد سناوي، "استخدام شبكة التواصل الاجتماعي (الفييس بوك) وعلاقته بالتوافق النفسي لدى المراهقين"، مذكرة مكملة لنيل شهادة الدكتوراه، جامعة عمان العربية كلية العلوم التربوية والنفسية، قسم علم النفس التربوي والإرشاد والتربية الخاصة وذلك سنة 2013/2012.

هدفت هذه الدراسة للتعرف على مستويات استخدام شبكة التواصل الاجتماعي (الفييس بوك) وعلاقتها مع التوافق النفسي لدى الطلبة المراهقين و من أجل الوصول الى هذه النتيجة لجأ الباحث الى طرح مجموعة من الاسئلة وهي كالتالي: (سناوي 2012-2013)

- ما الفترة الزمنية (عدد الساعات) التي يقضيها الطلبة المراهقون في استخدام الفييس بوك؟
- ما مستوى التوافق النفسي لدى الطلبة المراهقون الذين يستخدمون الفييس بوك؟
- ما علاقة الفترة الزمنية (عدد الساعات) التي يقضيها الطلبة المراهقون في استخدام الفييس بوك بمستوى التوافق النفسي؟

- هل تختلف فترة استخدام الفييس بوك لدى الطلبة المراهقين باختلاف الجنس؟
وقد تم استخدام المنهج الوصفي الارتباطي وعينة عشوائية مكونة من (466) طالبا وطالبة ونسبتهم (18%) من مجتمع الدراسة في صفوف العاشر والحادي عشر والثاني عشر في القرى التابعة لسهل البطوف في الجليل ممن يستخدمون موقع التواصل الاجتماعي (الفييس بوك).

و من بين النتائج التي توصلت إليها الدراسة ما يلي:

- الفترة الزمنية التي يقضيها المراهقون في استخدام الفييس بوك، والتي حصلت على أعلى تكرار هي الفترة أقل من ساعتين.

- مستوى التوافق النفسي لدى الطلبة المراهقين الذين يستخدمون الفييس بوك جاءت بدرجة مرتفعة.

- وجود علاقة سلبية دالة إحصائيا بين الفترة الزمنية التي يقضيها المراهقون في استخدام الفييس بوك، ومستوى التوافق النفسي.

- عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية على مقياس التوافق النفسي تعزى لأثر الجنس، ولصالح الذكور في مجال التوافق الشخصي، بينما كانت لصالح الإناث في مجالات التوافق الأسري والتوافق الاجتماعي والتوافق الأكاديمي وفي الدرجة الكلية.

وفي الأخير خلص الباحث إلى وضع توصية مفادها:

ضرورة الكشف عن الأسباب والآثار النفسية والاجتماعية والتعليمية الأكاديمية لاستخدام الفيس بوك على المراهقين.

التعقيب على الدراسة:

تشابه هذه الدراسة مع دراستنا في كونها تناولت موضوع شبكة التواصل الاجتماعي (الفيس بوك) كما ركزت كل من الدراستين على فئة المراهقين كما استخدمنا نفس المنهج وهو المنهج الوصفي وكذلك العينة المستخدمة وهي العينة العشوائية.

10-5- الدراسة الخامسة: للباحثة عماري سارة، بعنوان "استخدام الشباب الجزائري لمواقع التواصل الاجتماعي في إحياء الذاكرة الثورية الجزائرية، دراسة على عينة من مستخدمي الفيس بوك"، مجلة الصورة والاتصال، العددان 15 و16 جامعة وهران 2015.

اهتمت الباحثة بدراسة مواقع التواصل الاجتماعي واستخدام الشباب لهذا المواقع في إحياء الذاكرة الثورية الجزائرية.

هدفت هذه الدراسة إلى إبراز مدى قدرة مواقع التواصل الاجتماعي على نقل الصورة الحقيقية للثورة والتأثير على فئة الشباب ومعرفة هذا الوسط الجديد (الشبكات الاجتماعية) لدى الجمهور، كما هدفت أيضا إلى الربط بين مواقع التواصل الاجتماعي ومثل هذه الاحتفالات الوطنية الثورية، إضافة إلى هدف معرفة مدى مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في إحياء ذكرى الثورة التحريرية وتمجيد أبطالها وشهدها وترسيخ حب الوطن والتضحية في سبيله وهدفت أيضا إلى معرفة مدى اهتمام هذه المواقع بإحياء الثورة التحريرية وهل يكون هذا إلا في المناسبات المحددة لها فقط، هذا ما أدى بالباحثة بطرح سؤال رئيسي مفاده: كيف يستخدم الشباب الجزائري شبكة التواصل الاجتماعي الفيس بوك في إحياء ذاكرة الثورة التحريرية الجزائرية للفترة الممتدة من 2015/07/10 إلى 2015/08/30.

ولإجابة عن هذا التساؤل اختارت الباحثة مجموعة من التساؤلات الفرعية منها: (عماري، 2015)

- هل يكون تداول المضامين الممجدة للثورة التحريرية فعلا مناسباتي أو انه فعل يومي تلقائي؟

- ما مدى أهمية الشبكة الاجتماعية الفيس بوك في ترسيخ الذاكرة الثورية و تنمية الروح الثورية ؟
- هل تمكنت الشبكات الاجتماعية من ترسيخ الذاكرة الثورية وتنمية روح الانتماء بالمقارنة مع الوسائل الإعلامية الأخرى؟

ولقد اعتمدت الباحثة على المنهج الوصفي التحليلي لتحليل البيانات وتفسيرها كم استخدمت الباحثة الملاحظة الإلكترونية، وكذلك الاستبيان وقد اختارتها لإمكانية التحكم في الأسئلة

نتائج الدراسة

- تعتبر شخصيه العربي بن مهدي الشخصية الأكثر تأثيرا في الشباب الجزائري على الشبكات الاجتماعية وذلك بسبب مواقفه الرجولية وتضحياته ومآثره.
- تداول وتقاسم المعلومات والمضامين الخاصة بالثورة هو فعل مناسباتي بالدرجة الأولى حيث أن أكثر من 41 مفردة أي أكثر من 80% من مجموعة مفردات العينة يقرون أنهم يهتمون بنشر المضامين الخاصة بشكل مناسباتي يتزامن مع تواريخ إحياء الأحداث التاريخية الفاضلة في مسيرة الثورة التحريرية مثل 1 نوفمبر، 5 جويليه... الخ.
- سمحت شبكات التواصل الاجتماعي والويب الجديد(الويب 2.0) وخاصة ديمقراطية التطبيقات الاجتماعية للشباب الجزائري من المساهمة في الحفاظ على الذاكرة الجمعية الثورة لتنمية الروح الوطنية والانتماء وكذلك توعية الجيل الصاعد بالتضحيات الجسام التي قدمها الشعب الجزائري إبان الثورة التحريرية.
- يقر أكثر مفردات العينة أن المضامين المنشورة عبر شبكات التواصل الاجتماعي جعلتهم يتعرفون أكثر عن الثورة التحريرية وشخصياتها وكذا المواقف وإنجازات الشعب الجزائري إبان الثورة.
- أصبحت الشبكات الاجتماعية أكثر الوسائط تماشيا وإحياء المناسبات التاريخية للثورة التحريرية وذلك بسبب التعامل اليومي والاني للشباب هذه الوسائط الاتصالية الإعلامية في أن واحد.

التعقيب على الدراسة:

تشابه هذه الدراسة مع دراستها في متغير مواقع التواصل الاجتماعي بينما اختلفتا في المتغير الثاني ومجتمع البحث ففي هذه الدراسة هو الشباب بينما في دراستنا مجتمع البحث هو المراهقون. كما تشابه في نوع المنهج المستخدم وهو المنهج الوصفي كما تشابهت أيضا في أدوات جمع البيانات وهي الملاحظة والاستمارة.

10-6- الدراسة السادسة: لنصيرة شليحون ومريم بوعيطة، بعنوان "أثر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على الاتصال الأسري الفيس بوك نموذجا"، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير، قسم الإعلام والاتصال تخصص علاقات عامة، جامعه جيجل، وذلك في العام 2016-2017.

هدفت الدراسة إلى معرفة عادات وأنماط استخدام مواقع التواصل الاجتماعي والكشف عن الدوافع والحاجات التي تكمن وراء استخدام أفراد الأسر لمواقع التواصل الاجتماعي، إضافة إلى معرفة كيف يؤثر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على الاتصال داخل الأسرة، والتي تهدف للإجابة عن سؤال رئيسي مفاده: (شليحون، بوعيطة، 2016-2017)

- ما اثر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على الاتصال الأسري؟

وقد اعتمدتا الباحثتان على المنهج الوصفي التحليلي لعدة أسباب منها ان عنوان الدراسة يتناسب مع المنهج الوصفي من أجل دراسة اثر مواقع التواصل الاجتماعي على الاتصال الأسري، وكذلك لأن هذا المنهج يتيح استخدام العديد من أدوات جمع البيانات مثل الاستمارة، الملاحظة والمقابلة.

نتائج الدراسة:

توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج منها:

- إن مواقع التواصل الاجتماعي خصوصا الفيس بوك تستأثر بقبول وتجاوب الكثير من الناس وفي جميع أنحاء العالم.

- تتيح للمستخدم فضاء آخر للتفاعل والتعبير بحرية دون قيد ضمن المجتمع افتراضي يقوم من خلاله ببناء علاقات افتراضية مع أشخاص قد تجمعهم معهم علاقات قرابة وصدافة في الواقع أو أشخاص يشتركونه نفس الاهتمام.

- يعتبر الفيس بوك من أكثر المواقع شهرة وإقبالا يمكن للأصدقاء تبادل المعلومات وآخر الأخبار والتطورات، وتعدد استخدامات الموقع وتختلف تأثيراته في العلاقات الأسرية والتواصل مع أفرادها.

- التعقيب على الدراسة:

تتشابه هذه الدراسة مع دراستنا في متغير مواقع التواصل الاجتماعي (الفيس بوك)

كما تتشابه في نوع المنهج المستخدم وهو المنهج الوصفي.

7-10- الدراسة السابعة: للباحث لينا العلمي، "العضوية في موقع التواصل الاجتماعي وأثرها في تحسين الوعي السياسي لدى طلبة جامعة النجاح الوطنية"، كلية الاقتصاد نابلس بفلسطين وذلك استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة البكالوريوس في العلوم السياسية 2010-2011.

هدفت هذه الدراسة إلى قياس دور مواقع التواصل الاجتماعي في تحسين الوعي السياسي لدى طلاب جامعة النجاح الوطنية، ودرجة تأثيرها بالمتغيرات المستقلة ومن أجل ذلك طرحت الباحثة الأسئلة التالية:(العلمي،2010-2011)

- ما هو تأثير مقدار الثقة في المعلومات التي توفرها هذه المواقع على تحسين الوعي السياسي للطلبة؟
- ما هو تأثير مقدار التفاعل مع هذه المواقع على تحسين الوعي السياسي لطلبة جامعة النجاح الوطنية؟

- ما هو تأثير الفترة الزمنية للعضوية على تحسين الوعي السياسي جامعته النجاح الوطنية؟

- ما هو تأثير الدوافع الكامنة من وراء العضوية على تحسين الوعي السياسي للطلبة؟

واعتمدت الدراسة على أربع فرضيات رئيسية تمحورت حول مدى تأثير وعلاقة مواقع التواصل الاجتماعي في تحسين الوعي السياسي وهي:

- لا توجد علاقة بين مقدار التفاعل مع موقع التواصل الاجتماعي وتحسين الوعي السياسي لدى طلبة جامعة النجاح الوطنية.
- لا يوجد علاقة بين الفترة الزمنية للعضوية وتحسين الوعي السياسي لدى طلبة جامعه النجاح الوطنية.
- لا توجد علاقة بين مقدار الثقة في المعلومات التي توفرها بالموقع وتحسين الوعي السياسي لدى الطلبة.
- لا يوجد علاقة بين الدوافع الكامنة وراء العضوية وتحسين الوعي السياسي لدى الطلبة. وقد انحصر مجتمع الدراسة في جميع الطلبة كلية الاقتصاد في جامعة النجاح الوطنية، وتم اختيار عينة عشوائية بسيطة، وقد توصلت الدراسة إلى النتائج التالية:
- وجود علاقة معنوية وذات دلالة إحصائية بين دور مقدار التفاعل مع مواقع التواصل الاجتماعي وبين تحسين الوعي السياسي.
- وجود تأثير مهم ومعنوي لدور مقدار الثقة في المعلومات التي تقدمها وقع التواصل الاجتماعي بين تحسين الوعي السياسي.
- وجود علاقة معنوية وتأثير كبير بين دور الفترة الزمنية للعضوية في مواقع التواصل الاجتماعي وبين تحسين الوعي السياسي.
- وجود علاقة معنوية وتأثير كبير بين الدافع وراء الاشتراك في موقع التواصل الاجتماعي وبين تحسين الوعي السياسي.

التعقيب على الدراسة:

تشابه هذه الدراسة مع دراستنا في متغير مواقع التواصل الاجتماعي بينما تختلف في مجتمع الدراسة فهذه الدراسة مجتمعا طلبة الجامعة بينما مجتمع دراستنا ممثل في المراهقين. كما تشابه الدراستين في نوع العينة المعتمد عليها وهي العينة العشوائية البسيطة.

إحدى عشر: المقاربة النظرية للدراسة:

11-1- نظرية الاستخدامات والاشباعات

يرجع الاهتمام بالاشباعات التي تقدمها وسائل الإعلام الجماهيري إلى بداية بحوث الاتصال الجماهيري بالرغم من أن هذه البحوث اهتمت بالأصل بدراسة التأثيرات قصيرة المدى لوسائل الإعلام ومن المنظور التاريخي نجد أن بحوث هذه النظرية قد بدأت تحت مسميات أخرى منذ بداية الأربعينات في مجالات قليلة في علم الاجتماع التي تتعلق بالاتصال الجماهيري التجريبي، على دراسة مضمون وسائل الإعلام بشكل أكثر من تركيزها على اختلافات اشباعات الفرد كما يقول عالم الإعلام والاتصال كاتز.

ومن هذا المنطلق نجد أن بدايات البحوث الأولى لهذه النظرية صاغت تصنيفات استخدام الراديو والصحف حيث افترضت عالمة الاتصال " هيرتا " هيروج. (المشاقبة (2011)، ص84).

وجود خمسة احتمالات للجمهور من برامج المسابقات، ومن ناحية استنتاج "ستيمان" دوافع الاهتمام بالاستماع للموسيقى والراديو، بينما لاحظ "بيرلسون" استخدامات عديدة للصحيفة من أجل الأخبار وتفسير الشؤون العامة، وبالتالي انطلقت هذه النظرية بصورة خاصة من خلال الأبحاث التي قام بها كل من "هيرنا و هيرنج" عام 1944 والتي هدفت للكشف عن اشباعات الجمهور وتوصلت إلى ضرورة إشباع الحاجات العاطفية.

وفي عام 1945 تمكن " بيرلسون" من تحليل توقف ثماني صحف عن الصدور لمدة أسبوعين بسبب إضراب عمال التوزيع، حيث وجه سؤالاً للجمهور ما الذي افتقده بسبب إضراب عمال التوزيع، حيث وجه سؤالاً للجمهور ما الذي افتقده بسبب غياب هذه الصحف، وتوصل إلى أن ما تقوم به بأدوار مهمة للجمهور في نقل الأخبار والمعلومات والهروب من الواقع اليومي. (شليحون، بوعبيطة، 2017/2016، ص27).

قد وضع كاتز وزملاؤه من علماء الاتصال مجموعة من الفروض التي يعتمد عليها منظور الاستخدامات والاشباعات وهي:

- إن أعضاء الجمهور مشاركون فعالون في عملية الاتصال الجماهيري ويستخدمون وسائل الاتصال لتحقيق أهداف مقصودة تلي توقعاتهم.
- يعبر استخدام وسائل الاتصال على الحاجات التي يدركها أعضاء الجمهور وتتحكم في ذلك عوامل الفروق الفردية.
- إن أعضاء الجمهور هم الذين يختارون الرسائل والمضمون الذي يشبع حاجاتهم و أن وسائل الاعلام تتنافس مع مصادر الاشباع الاخرى في تلبية هذه الحاجات.
- إن افراد الجمهور لديهم القدرة على تحديد دوافع تعرضهم وحاجاتهم التي يسعون الى تلبيتها ، لذا فهم يختارون الوسائل المناسبة لاشباع هذه الحاجات.
- يمكن الاستدلال على المعايير الثقافية السائدة في المجتمع من خلال استخدام الجمهور لوسائل الاتصال، وليس من خلال محتواها فقط (خورشيد، 2011، ص 146-147).
- انطلقت نظرية الاستخدامات والاشباع من العناصر التالية:
 - 1- جمهور نشط
 - 2- الأصول الاجتماعية والنفسية لاستخدام وسائل الإعلام.
 - 3- دوافع الجمهور وحاجاته من وسائل الإعلام.
 - 4- توقعات الجمهور من وسائل الإعلام.
 - 5- اشباع وسائل الإعلام. (المشاقبة، 2011، ص 146-147).
- الانتقادات الموجهة لنظرية الاستخدامات والاشباع:

شن بعض الباحثين والمنظرين الإعلاميين هجوما على هذه النظرية ومنظريها من منطلق أو منطلقات مزعومة بقدرة النظرية بأن لها قدرة على التأثير على الجمهور والرأي العام من باب أن الوسائل والمضامين التي يتم اختيارها، ومن أبرز الانتقادات التي وجهت لهذه النظرية ما يلي:

 - **أولا:** أنها تشابهت في استخدام نفس المنهج الذي يعتمد على الأسئلة المفتوحة للباحثين حول الاشباع التي يقدمها وسائل الإعلام.

- ثانيا: اشتركت في استخدام المنهج الكيفي في محاولتها لجمع بيانات الإشباع من الجمهور في فئات مصنفة يتأجل توزيعها تكراريا وتدرجيا تبعا لكثافتها.
- ثالثا: لم تحاول هذه الدراسات أن تكشف الروابط بين الاشباع التي يتم إقرارها وبين الأصول الاجتماعية والنفسية للحاجات التي تم إشباعها.
- رابعا: فشلت هذه الدراسة في بحث العلاقات المتداخلة في ما بين الوظائف المتنوعة التي تقدمها وسائل الإعلام أيضا كemia أو مفاهيميا.
- خامسا: إن هذه الدراسات لم تعط صورة مفصلة أو أكثر تصاعديا لاشباع وسائل الإعلام ولا تؤدي إلى صيغة نهائية لتعميمات نظرية. (خورشيد ، مرجع سابق، ص150).

11-2- تطبيق نظرية الاستخدامات والاشباع:

يعد مدخل أو نظرية الاستخدامات والاشباع من المداخل التي تساعد الباحثين للتعرف على الدوافع والحاجات والاشباع المحققة، و التأثيرات السلبية والايجابية من استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وخاصة موقع الفيس بوك من طرف الأفراد أو الجمهور المستخدم لهذه المواقع، لهذا تم الاعتماد على هذه النظرية من أجل التعرف على دوافع المراهقين من وراء تصفح مواقع التواصل الاجتماعي وخاصة موقع الفيس بوك الذي يشهد إقبالا كبيرا من مختلف الفئات العمرية وبالأخص المراهقين والتي تمثل في الفئة الكبرى من هذا الجمهور الواسع.

المراجع:

1. عبد الله عامر، الشمالي. أسلوب البحث الاجتماعي وتقنياته. (ط3). بنغازي: منشورات جامعة قازيوس.
2. عامر، ابراهيم، قنديلجي. (1999). البحث العلمي واستخدام مصادر المعلومات. (ط1). عمان: دار البازوري العلمية للنشر والتوزيع.
3. كامل محمد، المغربي. (2007). أساليب البحث العلمي في العلوم الانسانية والاجتماعية (ط1). عمان: دار الثقافة للنشر والتوزيع.
4. أحمد، بن مرسللي. (2003). مناهج البحث العلمي في علوم الاعلام والاتصال. (ط4) الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية.
5. محمد، عبيدات، محمد، أبونصار، عقلة، مبيضين. (1999). منهجية البحث العلمي (ط2). عمان: دار وائل للنشر والتوزيع.
6. أحمد، بن مرسللي. (2007). مناهج البحث العلمي في علوم الاعلام والاتصال (ط2) الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية.
7. إحسان، محمد الحسن. (2009). مناهج البحث الاجتماعي. (ط2). عمان: دار وائل للنشر والتوزيع.
8. المعجم الوسيط. (2005). القاهرة: مكتبة الشروق.
9. خليل، أحمد خليل. (1984). المفاهيم الاساسية في علم الاجتماع. (ط 1). دار الحداثة للنشر والتوزيع.
10. جورج، كتورة. معجم العلوم الانسانية.
11. أمال، حمة. (2013-2014). تأثير الاتصال عبر مواقع التواصل الاجتماعي على العلاقات الاجتماعية لدى الطلبة الجامعيين. مذكرة ماستر، قسم الاعلام والاتصال، كلية العلوم الاجتماعية والانسانية، جامعة جيجل: الجزائر.

12. ماهر، عودة الشمايلية. محمود، عزة اللحام. مصطفى، يوسف الكافي. (2015). الاعلام الرقمي الجديد. (ط1). عمان: دار الاعصار العلمي للنشر والتوزيع.
13. عباس، مصطفى صادق. (2008). الاعلام الجديد المفاهيم والوسائل والتطبيقات (ط1). الاردن: دار الشروق للنشر والتوزيع.
14. محمد، عمارة. (1999). مخاطر العولمة على الهوية الثقافية. الجيزة: دار نُهضة مصر للطباعة والنشر والتوزيع.
15. زهير، سعد عباس. سويم، العزي. (2015). ظاهرة العولمة و تأثيراتها في الثقافة العربية (ط1). عمان: مركز الكتلب الأكاديمي.
16. عبد الجليل، الازدي. (2003). عولمة الثقافة ترجمة:جان يبيرقارنيي. (ط1). دار المصرية اللبنانية.
17. عبد المنبي. (1990). تكنولوجيا الاتصال والثقافة بين النظرية والتطبيق. القاهرة: دار العربي للنشر و التوزيع.
18. جمال، العيفة. (2003). الثقافة الجماهيرية عندما تخضع لوسائل الاعلام والاتصال لقوى السوق. عنابة: منشورات جامعة باجي مختار.
19. حفيظة، محلب. (جانفي-جوان 2016). الشباب والهوية الثقافية الجزائرية في ظل العولمة بين الجدلية والقبول والرفض. مجلة الحكمة للدراسات الاعلامية والاتصالية. العدد 7 ص 152.
20. فؤاد، البكري. الهوية الثقافية العربية في ظل ثورة الاتصال والاعلام الجديد. مصر: جامعة حلون.
21. -سهام، صوكو. (2008-2009). واقع القيم لدى المراهقين في المؤسسة مذكرة ماستر، قسم علم الاجتماع، كلية العلوم الاجتماعية والانسانية، جامعة ميلة: الجزائر.
22. يوسف، وهيب. (1999). الممارسات القهرية التمييزية في التنشئة الاجتماعية للفتيات المراهقات المصريات بالاسرة و المدرسة. جامعة قناة السويس:مصر

23. محمد، عاطف غيت. (2002). قاموس علم الاجتماع القاهرة: دار المعرفة الجامعية.
24. بسام، عبد الرحمان المشاقبة. (2011). نظريات الاعلام (ط1) الاردن: دار أسامة للنشر والتوزيع.
25. نصيرة، شليحون. مريم، بوعيطة. (2016-2017). أثر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على الاتصال الاسري الفيسبوك انمودجا. مذكرة ماستر، قسم الاعلام والاتصال، كلية العلوم الاجتماعية والانسانية، جامعة جيجل: الجزائر.
26. كمال، خورشيد مراد. (2011). الاتصال الجماهيري والاعلام: التطور الخصائص النظريات. (ط1). عمان: دار المسيرة.

الفصل الثاني : ماهية الفيس بوك.

أولاً: تعريف الفيس بوك

ثانياً: نشأة الفيس بوك

ثالثاً: مكانة الفيس بوك على الانترنت

رابعاً: سمات الفيس بوك

خامساً: سلبيات وإيجابيات الفيس بوك

سادساً: خدمات الفيس بوك

سابعاً: نماذج مستخدمي الفيس بوك

ثامناً: الانتقادات الموجهة لموقع الفيس بوك

في نهاية القرن الماضي بدأت انطلاقة ما أطلق عليه المواقع الاجتماعية عبر الأنترنت، وفي سبتمبر من عام 2006، فتح موقع الفيس بوك الاجتماعي أبوابه أمام جميع الأفراد البالغين من العمر ثلاثة عشر عاما فأكثر والذين لديهم عنوان بريد الكتروني صحيح، وبدأ بانتزاع الصدارة بشكل جلي أمام المواقع الاجتماعية المنافسة الأخرى مثل تويتر، ماي سبيس، يوتيوب و غيرها وخلال فترة قصيرة تحول موقع الفيس بوك إلى ظاهرة الكترونية تستحق الدراسة و البحث، وسنتطرق في هذا الفصل إلى أهم العناصر المتعلقة بالفيس بوك بداية نعرف هذا الموقع وبيان نشأته، ومكانته على الأنترنت في الدول العربية، إضافة إلى سماته الخاصة، وإيجابياته وسلبياته، وخدماته، ونماذج مستخدميه وأخيرا سنلقي الضوء على الانتقادات الموجهة لهذا الموقع.

أولاً: تعريف الفيس بوك:

يعد الفيس بوك موقع ويب للتواصل الاجتماعي يمكن الدخول إليه مجاناً، وتديره شركة فيس بوك محدودة المسؤولية كملكية خاصة بها، فالمستخدمون بإمكانهم الانضمام إلى الشبكات التي تنظمها المدينة أوجهة العمل أو المدرسة أو الإقليم، وذلك من أجل الاتصال بالآخرين والتفاعل معهم، و يشير اسم الموقع إلى دليل الصورة الذي يقدمه الكليات والمدارس التمهيديّة في الولايات المتحدة الأمريكية إلى أعضاء هيئة التدريس والطلبة الجدد والذي يتضمن وصفاً لأعضاء لحرم الجامعي كوسيلة للتعرف إليهم (عامر، 2001، ص203).

كما يعرف على أنه واحد من أهم المواقع التشبكي الاجتماعي وهو لا يمثل منتدى اجتماعياً فقط بل أصبح قاعدة تكنولوجية سهلة بإمكان أي شخص أن يفعل بواسطتها ما يشاء. (عماري، 2015، ص495).

وعرفه شري كنكوف كيونث الباحث في مجال موقع التواصل الاجتماعي بأنه واحد من مواقع الشبكات الاجتماعية يمثل مجتمع دولي على الانترنت و هو مكان يجتمع فيه أفراد المجتمع للتفاعل مع بعضهم من خلال تبادل الصور وأشرطة الفيديو وغيرها من المعلومات، و الاتصال بشكل عام مع الأصدقاء والعائلة وزملاء العمل والدراسة وغيرهم، و يربطهم داخل المدن أو المناطق والعمل والمنزل والمدرسة (هتيمي، 2015، ص89).

ثانياً: نشأة الفيس بوك:

قبل الحديث عن نشأة الفيس بوك سنعرّج على تعريف موجز لصاحب هذا الموقع وهو مارك أليوت زوكربيرج.

مارك أليوت زوكربيرج: ولد في 14 ماي 1984 بنيويورك وهو مبرمج كمبيوتر ورجل أعمال أمريكي، كما أنه مؤسس موقع التواصل الاجتماعي الفيس بوك ورئيسه التنفيذي. ابن طبيب الأسنان وطبيبه نفسية لديه ثلاثة إخوة وثلاث أخوات، سنة 2003 تحصل على شهادة الثانوية من أكاديمية فيليس أكستر، ثم انتقل إلى جامعة هارفارد.

كما أنه ولد خجول وحيد أنشأ لوالده نظام محادثات يربط من عيادة طب الأسنان ومسكن العائلة وعمره لم يتجاوز اثنتا عشر سنة. (شليحون، بوعيطة، 2016-2017، ص56).

- النشأة :

- موقع الفيس بوك انطلق كنتاج غير متوقع من موقع فيس ماش Face Math لطلاب جامعة هارفارد، و قد قام مارك زوكريج بابتكار الفيس ماش في 28 أكتوبر من عام 2003، عندما كان يرتاد جامعة هارفارد كطالب في السنة الثانية، و في هذه الاثناء، كان زوكريج يقوم بإنشاء مدونة عن التفكير حول إحدى الفتيات و يحاول التفكير في القيام بأمر ما قد يثنيه عن التفكير في هذه الفتاة . (يعقوب، 2014، ص19).

في النصف الثاني من العام الدراسي نفسه قام زوكريج بتأسيس موقع الفيس بوك على النطاق the facebook.com وتحديدًا في 4 نوفمبر من عام 2003، قد أدلى مارك بتصريح لجريدة هارفارد كريسبون قائلاً « لقد كان الجميع يتحدثون عن دليل الصور العالمي المأخوذ في جامعة هارفارد أعتقد أنه من السخف أن تستغرق الجامعة عامين للقيام بهذا العمل يمكنني أن أقوم بالأمر نحو أفضل منهم بكثير و في غضون أسبوع واحد.

- كانت عضوية الموقع قاصرة في بداية الأمر على طلبة هارفارد كولييدج، بعد فترة وجيزة انضم كل من ادواردو سافرين المدير التنفيذي للشركة و موسكوفيتز مبرمج واندرو ماكولام (رسام جرافيك) لمساعدة مارك في تطوير الموقع في شهر مارس من 2004 فتح الفيس بوك أبوابه أمام جامعات ستافورد و كولومبيا و في 26 سبتمبر من عام 2006، فتح الموقع أبواب أمام جميع الأفراد البالغين من العمر ثلاثة عشر عاما فأكثر، والذين لديهم عنوان بريد الكتروني صحيح. (صلاح، 2015، ص ص 252، 253).

ثالثا: مكانه موقع الفيس بوك على الانترنت

يحتل موقع الفيس بوك المرتبة الثانية بين كل المواقع الموجودة على الأنترنت ،و فيما يلي أعلى عشر مواقع الكترونية يتم تصفحها من قبل رواد الانترنت ،مرتبة من الأكثر تصفحا إلى الأقل وفقا لما جاء في موقع أليسا خلال عام 2014 .

1- جوجل Google

2- فيس بوك facebook

3- يوتيوب youtub

4- ياهو yahoo

5- لايف live

6- بيدو baidu

7- ويكيبيديا wikipedia

8- بلوغر blogger

9- إم إس إن MSN

10- تينينت tencent (جزار، 2012، ص59).

يلاحظ من الترتيب أنا موقع الفيس بوك يحتل المرتبة الثانية بعد جوجل عالميا وهذا راجع إلى

نقاط القوة التي يحتوي عليها الفيس بوك من أهمها:

- حجم المشتركين فيه حيث يشهد زيادة في عددهم بمعدل 150 ألف يوميا.

- تميزه من الناحية التكنولوجية الذي يمنح لمشركيه ستة أنظمة تطبيق على الجهة اليسرى للصفحة

الرئيسية له، وهي ملف الصور، وملف المذكرات، وملف المجموعات، والأحداث والرسائل وملفا آخر

حول الفيديو. (صادق، 2008، ص218).

رابعاً: سمات الفيس بوك:

هناك العديد من السمات التي تميز الفيس بوك عن باقي المواقع الأخرى والتي نعرضها كما يلي:

- الصفحة الرئيسية: **Home**: يظهر بهذه الصفحة كل جديد من تعليقات وصور وروابط الأصدقاء المضافين ،وقد تظهر كذلك التعليقات وصور أصدقاء الأصدقاء وذلك حسب ما ينتجه المستخدم عبر إعدادات الخصوصية ،بأن يشاهد محتويات صفحته.

4-1- **خاصية: wediocal**: هذه الخاصية أدخلها موقع facebook بالتعاون مع شركة skype بغرض المحادثات ،حيث يستفيد المستخدمون من هذه الخاصية من خلال خيار موجود داخل إطار الدردشة. (بركات، 2015/2015، ص164).

4-2- **الملف الشخصي profile**: فعندما تشترك بالموقع عليك أن تنشأ ملفاً شخصياً يحتوي على معلوماتك الشخصية ،صورك الأمور المفضلة لك ، و كلها معلومات مفيدة من أجل سهولة التواصل مع الآخرين.

4-3- **إضافة صديق aide friend**: و بها يستطيع المستخدم إضافة أي صديق أو يبحث عن أي فرد موجود على شبكة الفيس بوك بواسطة البريد الإلكتروني.

4-4- **إنشاء مجموعة: Groups**: إذ نستطيع من خلال خاصية انشاء مجموعة إلكترونية على الانترنت أن شيء مجتمعاً إلكترونياً يجتمع حول قضية معينة في سياسة ،كانت أم اجتماعية أم رياضية.

4-5- **النكزة pokes**: منها يتاح للمستخدم إرسال نكزة افتراضية لإثارة انتباه بعضهم إلى بعض وهي عبارة عن شعار يخطر المستخدم بأن أحد الأصدقاء يكون بالترحيب به.

4-6- **الصور: Photo**: وهي الخاصية التي تمكن المستخدمين من تحميل الألبومات والصور عن الأجهزة الشخصية إلى الموقع وعرضها.

4-7- **الحالة Status**: التي تتيح للمستخدمين إمكانية إبلاغ أصدقائهم بأماكنهم وما يقومون به من أعمال.

4-8- التغذية الإخبارية: **NEW Feed**: التي تظهر على الصفحة الرئيسية لجمع المستخدمين

حيث تقوم بتميز بعض البيانات، مثل التغيرات التي تحدث في الملف الشخصي، و الأحداث المرتقبة وأعياد الميلاد الخاصة بأصدقاء المستخدم.

4-9- الهدايا: **Gifts**: ميزة تتيح للمستخدمين إرسال هدايا افتراضية إلى أصدقائهم تظهر الملف الشخصي للمستخدم الذي يقوم باستقبال الهدية.

4-10- السوق: **Marktplace**: وهو المكان أو الفسحة الافتراضية الذي يتيح للمستخدمين نشر إعلانات.

4-11- إنشاء صفحة خاصة على الموقع **Facebook**: تستطيع إنشاء صفحة خاصة بموضوع معين ويكون اسم الدومين الخاص بها منتهيا بفيس بوك . ويتيح لك أن تروج لفكرتك أو منتجك أو حزبك أو جريدتك. (المقدادي، غسان، 203، ص ص 36، 35).

4-12- **Face book notes**: تعليقات الفيسبوك متعلقة تسمح بإضافة العلامات والصور التي يمكن تضمينها.

4-13- **wall** : أو لوحة الحائط وهي عبارة عن مساحة مخصصة في صفحة الملف الشخصي لأي مستخدم بحيث تتيح للأصدقاء إرسال الرسائل المختلفة إلى هذا المستخدم. (بن كران، 2015، ص 176)

خامسا: سلبيات وإيجابيات الفيس بوك

5-1- سلبيات الفيس بوك:

إن الفيس بوك له العديد من السلبيات نذكر منها:

5-1-1- إضعاف العلاقات الاجتماعية والمهارات:

أصبح الإدمان على استخدام الفيس بوك ظاهرة سلبية أثرت على علاقاتنا الاجتماعية وتواصلنا الاجتماعي، كما أثرت على مهارات اتصالنا فسوء استخدامه أدى إلى تفكيك الروابط الأسرية، حيث نجد الأب في جهة والأم في جهة أخرى أو ربما كل منهما على جهاز هذا ما يؤدي إلى عدم التواصل وفقدان الحوار وغياب المراقبة والإشراف على الأبناء .

5-1-2- هدر الوقت (إضاعه)

يعتبر هذا الجانب من اخطر الجوانب السلبية على مستخدمي الفيس بوك في إضاعة الوقت من حيث تنقلهم لصفحات أصدقائهم أو التفاعل معهم بأمر ليس لها أي أهمية والانشغال بالدردشة التي تأخذ من وقتهم الكثير، هذا حتما يؤدي إلى حد طموحات الشباب المستخدم مما يجعلهم غير قادرين على تحقيق أهدافهم على ارض الواقع.

5-1-3- الخيانات وارتفاع شبه الطلاق:

ليس من الغريب أن ترتفع نسبة حالات الطلاق بسبب هذا الموقع، فنجد أن المرأة الضعيفة قد تستسلم لكل الإغراءات من قبل الرجل عبر الفيس بوك، وغرف الدردشة، وربما يصبح هناك مقارنة ما بين هذا الشخص المفترض وبين زوجها وبالتالي فالمقارنة هنا تقتل القناعة وتصبح مع مرور الوقت غير مقتنعة بزوجها والعكس صحيح، هذا يؤدي إلى إهمال كل من الطرفين لبعضهما البعض. (الرجباني، 2015، ص161).

5-1-4- انتحال الشخصيات:

مازالت عمليات انتحال شخصيات المشاهير تضرب أطنانها بقوة في الشبكة العنكبوتية، متخذة منها مكانا خصبا للتشويه والابتزاز وترويج الشائعات.

5-1-5- الإعلانات الدعائية المزعجة:

ظهرت في الآونة الأخيرة منذ منتصف عام 2010 الكثير من البوستات الدعائية، التي تدعو لكسب المال وآخري تدعوك لزيارة مكان معين، وأصبحت تتكرر بطريقة مزعجة في المجموعات التي لها ما يزيد عن الألف عضو. (فضل الله، 2010، ص ص 24،23).

5-2- إيجابيات الفيس بوك:

أصبح موقع الفيس بوك من الوسائل الأكثر انتشاراً في العالم في عملية التواصل بين الأفراد وأتاح فرصة التعارف والتقارب، وللفي سبوك إيجابيات عديدة نذكر منها:

1- وسيلة لنشر الدعوة إلى الله: إذ يعرض الدعاة والمسلمون عموماً دعوتهم بمختلف الطرق والأساليب، وبسبب الإقبال الواسع للناس على الفيس بوك فيمكن أن يكون نقطة تأثير مهمة في هذا المجال.

2- نافذة للإعلام ونشر الأخبار المختلفة فور حدوثها.

3- البحث عن صديق أو قريب افتقده قريبه منذ زمن ولم تعد بينهما صلة، فيمكن أن يجده من خلال البحث عن اسمه في الفيس بوك.

4- وسيلة للحصول على الأخبار ومختلف المجالات العلمية والدينية والثقافية.

5- أداة للتسلية والترفيه عن النفس.

6- وسيلة للتعبير عن الرأي في الأحداث السائدة في العالم أو في أي مجال من مجالات الحياة.

7- يقرب المسافة بين الأصدقاء والأقارب الموجودين في أماكن بعيدة. (mowdooz.com)

سادساً: خدمات الفيس بوك:

يقدم موقع الفيس بوك مجموعة من الخدمات جعلت منه يحتل المرتبة الثانية من بين مواقع التواصل الاجتماعي ومن أهم هذه الخدمات ما يلي:

- يقدم خدمة لوحة الحائط المخصصة لوصف اليوميات وإرسال الرسائل وخدمة تحميل الصور والألبومات والتعليق على الصورة والفيديوهات، ومع مرور الوقت طور الموقع نفسه، بإدراج خدمة التغذية الإخبارية التي تقدم بيانات خاصة بكل المتغيرات والأحداث الموجودة على الصفحة، الإعلام بأعياد الميلاد والعلاقات الشخصية والملف الشخصي، وكذلك تطورت خدمة التحكم في البيانات إضافة إلى تخصيص مجال أكثر خصوصية كالرسائل الشخصية.

-وامتدت شهرة الموقع لتصل المجال الاقتصادي والخدماتي كوسيلة ناجحة للتسويق، كما دخل المجال الاجتماعي والسياسي بقوة من خلال المجموعات الكبيرة التي ووجدت فيه ضالتها من خلال اهتماماتها المشتركة عن طريق تبادل وجهات النظر ووصولاً إلى ضرب المواعيد والدعوة لحضور مكثف للتظاهرات المختلفة. (عروبة، 2013، ص304).

-وكذلك يقدم الفيس بوك خدمات عديدة منها يتيح فرص التواصل مع الآخرين سواء كانوا أصدقاء أو العائلة أو الأقارب وكذا تكوين أصدقاء جدد تقاسمهم نفس الاهتمامات وكذا خدمة التسلية والترفيه، وإرسال هدايا افتراضية وإيجاد وظيفة أو موظفين وخدمة ترويج ونشر الأفكار. (بركات، مرجع سابق، ص169).

سابعاً: نماذج مستخدمي الفيس بوك:

كتب كل من " خالد الكوطبط" و"كاتبة ألمانية" ايلينا رمغز" عن نماذج مستخدمي من الفيس بوك واعتبر أن مستخدمي الفيس بوك من مشتركين وزوار ينقسمون ضمن سبع نماذج نحاول عرضها كالآتي:

6-1- النموذج الأول: المتخفي: ضمن هذا النموذج يرى الكاتبان أن الكثيرين ممن يسجلون أنفسهم لا يفهمون مبدأ التواصل والتشابك، فيخفون صورتهم ولا يقدمون أية معلومات شخصية عنهم للأصدقاء الذين يدعونهم ويقول الكاتبان " هؤلاء لا يفصحون عن هويتهم ويكتفون بالملاحظة وبالاطلاع على الصفحات الشخصية للمستخدمين الآخرين، ربما يخاف هذا النمط من المستخدمين من أن يفوتهم شيء ما.

6-2- النموذج الثاني: رفيق المدرسة: (لم نلتقى منذ وقت طويل) هذه الرسالة يتلقاها المرء من أشخاص فقد آثارهم وقت طويل، وغالبا ما يكونوا زملاء من أيام المدرسة ورسالة فقط تثير فضولا كبيرا عما أصبحت عليه أحوال الآخر، لكن في كثير من الأحيان ما يلبث هذا الزميل القديم أن يختفي ولا يبقى سوى اسمه في لائحة الأصدقاء.

6-3- النموذج الثالث: الخطيب السابق أو الخطيبة السابقة: هم أصدقاء غير مريحين يتجسسون على صفحات المشتركين في الفيس بوك، وقد يثيرون بعض المشاكل غير المريحة لصاحب الصفحة، كون أنهم يحاولون التأثير على علاقاته الجديدة وخلق المشاكل في علاقاته مع أصدقائه الجدد. (عفيفي، 2015، ص ص 168-169).

6-4- النموذج الرابع: القريب: لا داعي لمكالمة القريب البعيد، لمعرفة كيف حاله فالخبر يمكن قراءته على الفيس بوك ولا حاجة للحديث عن الجدة وعن أشياء لا أهمية لها، فالفيس بوك يمنح إمكانية البقاء على اتصال بهؤلاء الأقارب دون الحاجة للاتصال بهم.

6-5- النموذج الخامس: الأبوين: لا شك أن الكثير من الآباء والأمهات لا يعرفون على الفيس بوك ما يكفي إضافة إلى إنهم لا يرغبون في خوض هذه التجربة الجديدة لكن حرصهم على أولادهم يدفعهم في الكثير من الأحيان إلى التطفل على اهتماماتهم بهذا التواصل الاجتماعي والدخول إلى صفحاتهم وطلب صداقة أبنائهم.

6-6- النموذج السادس: الأصدقاء الحقيقيون: الصديق الحقيقي هو الصديق الذي تعرفه منذ وقت طويل وفي هذه الحالة لا يحتاج المرء لفاسبيوك للحفاظ على الصداقة لكن ضم هؤلاء الأصدقاء إلى لائحة الأصدقاء على الفيس بوك هو أمر طبيعي على الرغم من قلة أو عدم أهمية ما يمكن إضافته هناك حول هؤلاء الأصدقاء.

6-7- النموذج السابع: المدير: هذا هو النموذج الوحيد الذي يستخدم الفيس بوك لأهداف مهنية ليحجّل الشبكة الاجتماعية مكانا غير رسمي لقضاء إشغاله، ربما على الفيس بوك في دورة تكوينية خاصة بالمدرّاء، حيث أخبره أحدهم أن الحياة الحقيقية ستدور هناك في المستقبل و عندما يفتح صفحته الشخصية يدعو كل زملائه ليكونوا أصدقائه، دعوة يصعب على العاملين لديه رفضها، هذا ما يشغله نموذج المدير. (حوش، بوزيرة، 2016/2017، ص ص 52-53).

ثامنا: الانتقادات الموجهة لموقع الفيس بوك

تعرض موقع الفيس بوك للكثير من الانتقادات على مدار السنوات القليلة الماضية ففي أكتوبر من عام 2005 قامت جامعة نيومكسيكو بحظر الدخول إلى الموقع من أجهزة الكمبيوتر والشبكات الخاصة بالحرم الجامعي، وقد أشارت الجامعة إلى أن السبب وراء ذلك هو انتهاك سياسة الاستخدام المقبول لانترنت الخاصة بالجامعة وذلك فيما يتعلق بإساءة استخدام الموارد المتاحة على الانترنت، علاوة على ذلك أن الموقع يفرض استخدام وثائق التفويض الخاصة بالجامعة في أنشطة لا تتعلق بالجامعة ويعد قامت الجامعة بإلغاء الحظر وذلك بعد أن تمكن القائمون على إدارة الموقع من معالجة الموقف

وفي 1 يناير عام 2008، قامت إحدى المجموعات على الفيس بوك بالإفصاح عن هوية ستيفاني رينجيل ، الفتاة التي قتلت في ولاية تورونتو، والتي لم تعطي أسرتها تصريحاً لشرطة الولاية بعد نشر اسمها وأسماء المتهمين في القضية إلى وسائل الإعلام، وذلك على الرغم من أنه يحظر نشر أسماء القصر الدين لا تتم إدانتهم في إحدى القضايا بموجب قانون العدالة الجنائية للأحداث، وعلى الرغم من محاولات الشرطة والقائمين على الموقع الالتزام بقواعد الخصوصية عن طريق حذف اسم القناة، فإنهم لاقوا صعوبة حيث انه تنشر البيانات مرة أخرى كلما تم حذفها.

إضافة إلى ذلك فإن العديد من الدول قامت بحظر الدخول إلى الموقع وقد ذكرت الحكومة السورية أن قرار الحظر جاء استناد إلى قيام البعض بالتحريض على شن هجمات ضد السلطات من خلال الموقع، وفي إيران ثم حظر استخدام الموقع بسبب مخاوف من أن يتم استغلال الموقع في تنظيم حركات معارضة للحكومة وفي 5 فبراير من عام 2008، تم إلقاء القبض على مواطن مغربي فؤاد مرتضي، بتهمة إنشاء ملف شخصي زائف على الفيس بوك باسم مولاي رشيد أمير المغرب. (بن كران، مرجع سابق، ص ص 180-186).

المراجع

1. فتحي، حسين عامر. (2011). وسائل الاتصال الحديثة من الجريدة الى الفيسبوك. القاهرة: دار العربي للنشر والتوزيع.
2. سارة، عماري. (2015). استخدام الشباب الجزائري لمواقع التواصل الاجتماعي في إحياء الذاكرة الثورية الجزائرية. مجلة الصورة و الاتصال. العددان 15 و 16. ص 495.
3. حسين، محمود هتيمي. (2015). العلاقات العامة وشبكات التواصل الاجتماعي (ط1). عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع.
4. شلحون، نصيرة، بوعيطه، مريم. (2016-2017). أثر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على الإتصال الأسري الفيس بوك نموذجاً. مذكرة ماستر، قسم الإعلام والإتصال، كلية العلوم الإجتماعية والإنسانية، جامعة جيجل: الجزائر:
5. عبد الحميد ، موسى يعقوب. (2014). الاعلام الجديد والجريمة الالكترونية. (ط1). دار العالمية للنشر والتوزيع.
6. مروة، عصام صلاح. (2015). الاعلام الالكتروني الاسس وأفاق المستقبل. (ط1). عمان: دار الاعصار العلمي.
7. ليلى ، أحمد جرار. (2012). الفيسبوك و الشباب العربي. (ط1). مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع.
8. عباس ، مصطفى صادق. (2008). الاعلام الجديد المفاهيم والوسائل والتطبيقات (ط1). الاردن: دار الشروق للنشر والتوزيع.
9. نوال، بركات. (2015-2016). انعكاسات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على نمط العلاقات الاجتماعية. مذكرة دكتوراه، قسم العلوم الاجتماعية، كلية العلوم الاجتماعية والانسانية جامعة بسكرة: الجزائر.
10. خالد، غسان، يوسف، المقدادي. (2013). ثورة الشبكات الاجتماعية. (ط1). عمان: دار النفائس للنشر والتوزيع.

11. سليمان، بكر بن كران. (2015). الاتصال الجماهيري والخدمة الاجتماعية ووسائل التواصل الاجتماعي. (ط1). عمان: دار الراية للنشر والتوزيع.
12. عبيد، شفيق الرحباني. (2015). الاستعمار الالكتروني والاعلام. (ط1). عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع.
13. وائل، مبارك، خضر، فضل الله. (2010). أثر الفيسبوك على المجتمع. مدونة شمس النهضة.
14. 11:20. 06/02/2018-Mowdoo3.Com.
15. دليلة ، غروبة .(2015). الانترنت الشبكات الاجتماعية وتورة الاعلام الجديد .مجلة الحكمة. العدد 15.ص 3-4.
16. علاء الدين، محمد عفيفي.(2015). الاعلام وشبكات التواصل الاجتماعي العالمية .(ط1). الاسكندرية: دار التعليم الجامعي.
17. علي، حوش. محمد، بوزريعة.(2016-2017). استخدام طلبة الاعلام والاتصال بجامعة تاسوست لمواقع التواصل الاجتماعي والاشباعات المحققة.مذكرة ماستر، قسم الاعلام والاتصال، كلية العلوم الاجتماعية والانسانية، جامعة جيجل: الجزائر.

الفصل الثالث: الهوية الثقافية والمراهقة.

أولا : الهوية الثقافية .

1-1- الهوية.

2-1- الثقافة.

3-1- الهوية الثقافية.

ثانيا- المراهقة.

يشكل مفهوم الهوية منذ آلاف السنين وحتى اليوم إشكالية غير قابلة للتجاوز في الوضع البشري بين ثابت ومتغير، أساسي أم ثانوي، عنصر تقدم أم انكفاء على الذات فالهوية هي الذاتية والخصوصية وهي القيم والمثل والمبادئ التي تشكل الأساس لبناء الشخصية الفردية أو المجتمع وهوية الفرد هي عقيدته ولغته وثقافته وحضارته وتاريخه، وكذلك هوية المجتمع فهي الروح المعنوية والجوهر الأصيل للكيان وللأمة.

أولاً : الهوية الثقافية.

1-1- الهوية:

1-1-1- مفهوم الهوية:

الاشتقاق اللغوي لكلمة "هوية" فهي مأخوذة من كلمة هو وبمعنى جوهر الشيء وحقيقته إنها كالبصمة للإنسان يتميز بها من غير، وتعرف الهوية بالتفرد. (طيفور، بوعمامة، 2016، ص141).

- كما تعرف أيضا: «مجموعة من الملامح والأشكال الثقافية الأساسية الثابتة وهي مركب متجانس من التصورات، الذكريات، الرموز، القيم، الإبداعات، التعبيرات والتطلعات لشخص ما أو مجموعة ما، وهذه المجموعة تشكل أمة بهويتها وحضاراتها التي تختلف من مكان لآخر في العالم. (درويش، 2000، ص12).

- كما تستعمل هذه الكلمة في الأدبيات المعاصرة لأداء معنى كلمة (Identité) التي تعبر عن خاصية المطابقة: مطابقة الشيء لنفسه، أو مطابقتها لمثيله، وفي المعاجم الحديثة فإنها لا تخرج عن هذا المضمون، فالهوية هي حقيقة الشيء أو الشخص، المطلقة، المشتملة على صفاته الجوهرية، والتي تميزه عن غيره وتسمى أيضا وحدة الذات. (التويجيري، 2011، ص20).

1-1-2- عناصر الهوية:

الهوية لا تكتمل ولا تبرز خصوصيتها الحضارية، ولا تغدو هوية ممتلئة قادرة على نشدان العالمية في الأخذ والعطاء، إلا إذا تجسدت مرجعيتها في كيان مشخص تتطابق فيه ثلاثة عناصر وهذا كما أكده الجابري وهذه العناصر هي:

- الوطن: بوصفه الأرض والأموات أو الجغرافيا والتاريخ وقد أصبحا كيانا واحدا.

- الأمة: بوصفها النسب الروحي الذي تنسجه الثقافة المشتركة .

- الدولة: بوصفها التجسد القانوني بوحدة الوطن والأمة. (البرغتي، 2007، ص117).

1-1-3- مستويات الهوية:

يوجد للهوية مستويات وقد أشار إليها محمد عابد الجابري وهي ثلاثة وسنحاول أن نشير إليها فيما يلي:

- **المستوى الفردي:** إن الفرد داخل جماعته يتميز بمجموع من المميزات في الشكل أو المبادئ أو الخصائص الذي ينفرد بها عن غيره من أفراد الجماعة الآخرين، « فالفرد داخل الجماعة الواحدة، قبيلة كانت أو طائفة أو جماعة مدنية، هو عبارة عن هوية آخر داخل الجماعة نفسها » وأبرز مثال على ذلك بصمة الأصابع في اليد .

- **المستوى الجمعي:** الجماعة داخل الأمة، هي كالأفراد داخل الجماعة، لكل منها ما يميزها عن الجماعات الآخرين داخل الأمة الواحدة.

- **المستوى الوطني أو القومي:** هي المميزات التي تميز أفراد الشعب الواحد عن بقية الشعوب الأخرى، ويمكننا إن نطبق هنا مبدأ الجماعة داخل الأمة الواحدة.(الجابري <http://www.aljabriber.net>).

1-1-4- أبعاد الهوية:

تبنى الهوية على جملة من الأبعاد واعتماد عليها تتضح معالمها الأساسية وقد حصرت تلك الأبعاد في:

- **العقيدة:** هي التي توفر رؤية للوجود واللسان الذي يجري التعبير به والتراث الثقافي الطويل المدى، وهي ما تم توارثه عبر تعاقب الزمن للحفاظ على بنية المجتمع وتماسك أفراده من جيل لآخر وهي من أبرز ملامح أو أبعاد الهوية.

- **اللغة:** وهي التي تلي الدين كعامل مميز لشعب أو ثقافة ما عن شعب وثقافة أخرى، وتضم في طياتها اللغة الرسمية للمجتمع إضافة إلى مختلف اللهجات المتداولة في مجتمع معين.

- **التاريخ:** وهو الذاكرة المشتركة بين أفراد المجتمع الواحد الذي يتم تداولها من جيل إلى آخر عبر الزمن.(<http://shamtady.net>).

وتعتبر هوية، أي شعب أو امة أو مجتمع هي حصيلة متكاملة من عدة عناصر والمتمثلة في الدين، اللغة، التاريخ، الأدب، الفنون، العادات، التقاليد ومعايير العقل والسلوك.

1-1-5- وظائف الهوية :

إن للهوية وظيفتين أساسيتين هما:

- **تعيين الآخر:** سبق وأن تم التذكير بأن الهويات على اختلافها تشترك في نواة مركزية أساسية ممثلة في فئة من العناصر الأولية المرجعية التي يمكن من خلالها تعيين الموضوع والتعرف عليه على أسس مختلفة ثقافية، جماعية أو فردية.

هذا التحديد الذي غالبا ما يكون آليا ولا شعوريا باعتباره ينطلق من الذات وينتهي بترتيب الأمور وإدراكها من خلال تصنيفها ضمن فئات متميزة تحتوي عناصر متجانسة.

لذا يصبح من البدهي أن يمتلك كل محدد مهما كانت صيغته (مجتمع/ جماعة/ فرد) على سجلات خاصة بنماذج وشفرات هوياته محددة تسمح بتعريف الأشياء وتعيينها.

- **توحد الآخر:** يردف عموما معنى التوحد أو تقمص الآخر معنى اندماج شخصية الفرد في شخصية جماعية بشكل يتخذها مثلا يحتدي به، بطريقة لا شعورية مما يؤدي بالشخص إلى الاخذ من هذا النموذج (شخصية فردية، شخصية جماعية) صفاته جميعها، اغلبها أو بعضها، السيء منها والحسن ليأخذ التوحد شكل التقمص الكلي، أو الجزئي لترك أثره الواضح على بنية الشخصية ونموها. (حمادوش، 2015، ص72-77).

1-1-6- تحديات حماية الهوية الوطنية:

يوجد هناك عدة مخاطر تواجه الهويات الوطنية وذلك في ظل التطور التكنولوجي وثورة الاتصالات الهائلة التي تشهدها البشرية، والتي أثرت على هوية الأفراد ولذلك وجب حماية الهوية الوطنية الجزائرية عن طريق تحديات هي:

- **إثراء شخصية الفرد الجزائري لتأكيد وعيه بعقيدته، عريته، كرامته وقدرته على مواكبة التطور الإنساني المعاصر والمشاركة الفعالة فيه .**

- تطوير البني الاجتماعية والاقتصادية والفكرية في الوطن بوصفها ركن البناء الحضاري.
- إبراز الهوية الحضارية العربية الإسلامية وتنميتها والمحافظة بوصفها مشروع الأصالة.
- تأكيد الوحدة بين الشعب الجزائري.
- الحفاظ على اللغة العربية باعتبارها وعاء الثقافة الوطنية. (زرزايحي، 2010، ص258).

خلاصة:

ومن هنا تظهر لنا أهمية الهوية في الحفاظ على كيان المجتمعات البشرية وتماسكها، فهي تعتبر مقوم أساسي في تماسك الأفراد نحو شعورهم بالانتماء إلى المجتمع الذي يعيشون فيه.

1-2-2- الثقافة:

تمهيد:

تعتبر الثقافة معلم أساسي من معالم الشعوب وميزة تميز كل مجتمع عن الآخر، وهي متعددة ومتنوعة من ماديات أي ملموسة ومحسوسة، كاللباس والعام والعمران، ومعنويات كالشعر والموسيقى والحكم والأمثال الشعبية.

1-2-2-1 مفهوم الثقافة:

تعرف الثقافة بأنها: « هي ذلك المركب الذي يشتمل على المعرفة والعقيدة، الفن، الأخلاق، القانون والعادات، وأي قدرات وعادات أخرى يكتسبها الإنسان بصفته عضو في المجتمع » (وصفي، ص41).
كما تعرف « بأنها الإطار الذي أنتجه الإنسان بناء على فهمه واستيعابه وتراثه الديني وتفاعلاته المتعددة داخل بنيته الاجتماعية والطبيعية في كل مرحلة تاريخية، سواء على المستوى الفردي أو الجماعي ويشمل هذا الإطار أبعاد وعناصر روحية ومعرفية وأدوات فنية وموجهات، قيم، تقاليد معايير للسلوك وطرائق للحياة لضمان البقاء للفرد والجماعة. (بركات، 2003، ص108).

1-2-2-2 أنواع الثقافة:

تنقسم الثقافة إلى عدة أنواع نلخصها فيما يلي:

- **الثقافة النخبوية:** وهي التي تحصلت عليها نخبة من المجتمع بواسطة عدة وسائل مثل الكتاب، وهي ثقافة مكتوبة ولا يتحصل عليها إلا من يعرف القراءة والكتابة وهي تعبر عن مواقف المجتمع عندما تكون نابعة منه، وهي التي يطلق عليها محمد عابد الجابري اسم " الثقافة العالمة" .
- **الثقافة الشعبية** وهي عكس الأولى وهي الثقافة الشفوية التي ينقلها المجتمع من جيل لآخر شفويا كالشعر الملحون والحكايات والعادات والتقاليد، وفي الغرب يسمى الفلكلور " من غناء ورقص وهذا الفلكلور الذي يعبر عن تفاعل مباشر بين الناس بشكل متناغم تنبؤاً فيه الكلمة الشفوية المكانة الأولى. (العيفة، 2003، ص44).

- **الثقافة الجماهيرية:** أو جمهرة الثقافة عن طريق وسائل الاتصال الجماهيرية، وما تحاول كسبه على حساب المادة الإعلامية التي تقدمها هذه التقنيات الحديثة فهي تسعى إلى كسب عدد كبير جدا من الجماهير وبالمقابل التأثير عليهم بثها مسلسلات، اشهارات، أغاني، فهذا النوع يختلف عن النوعين السابقين إذ أن الإنسان هو العامل الأساسي في الثقافة النخبوية والشعبية، والثقافية الجماهيرية تعتمد على الثقافة كعامل أساسي إلى جانب الفرد في توسيع أفكارها، وملتقياتها الاستهلاكية (تومي، 2017/2016، ص 66).

1-2-3- أنماط الثقافة: هناك أربعة أنماط للثقافة وهي:

- **الثقافة الحسية:** وتوجد عندما تتقبل عقلية الجماهير حقيقة الأشياء ونستطيع ملاحظتها بالأعضاء الحسية، ولذلك لا تهتم الحضارة الحسية بالبحث أو اكتشاف المعرفة المطلقة وإنما تتجه نحو استخدام الملاحظة كمصدر للحقيقة.

- **الثقافة الصورية:** فهي عبارة عن إحساس روحي، حيث تعتمد تلك الثقافة على اتجاه ديني إلى حد بعيد، ومن ثم تعتمد على الدين والوحي كمصادر للحقيقة ولا تهتم بالجوانب الامبريقية. فإذا كان الشخص الحسي يكتسب المعرفة من الظواهر التي يمكن ملاحظتها ولذلك يستطيع أن يعالجها ببراعة، فإن الشخص الصوري هو الذي يطابق بين الأنماط وأحوالها في مجموعة كلمات، ويضع تنبؤات خيالية، ومن ثم يكون صاحب تلك الثقافة أزلها ومطلقا.

- **الثقافة المثالية:** جاءت مزيجا بين الأنماط الحسية والصورية ومع ذلك فإن هذا النوع من الثقافة يرتقي فوق النوعين السابقين نظرا لإضافة " السبب " كمصدر للحقيقة، ولكي توجد هذه الثقافة المثالية فيجب أن تتعايش عناصر الثقافة الحسية والصورية في نمط متناسق.

- **الثقافة المختلطة:** وهو مركب من الثقافة الحسية والصورية بدون " سبب " كمصدر للحقيقة، ويجب أن تعتمد هذه الثقافة إلى حد ما على الامبريقية و الزهد و التقشف. (استينييه، 2004، ص ص 131-32).

1-2-4- تصنيف الثقافة:

حلل بعض العلماء الثقافة إلى عناصر جزئية وأشاروا إلى العلاقة الوظيفية بين هذه العناصر، وكان أول ما اتجهت إليه أنظارهم هو تقسيمها إلى عنصرين متميزين، هما الثقافة المادية وهي الثقافة الملموسة والمنظورة، والثقافة اللامادية المعنوية وهي الثقافة الضمنية أو المتضمنة.

- الثقافة المادية (المحسوسة):

تعتبر الماديات إحدى الجوانب الهامة في مكونات الثقافة وهي المنتجات الإنسانية التي يمكن أن نختبرها بالحواس، وتمثل هذه الماديات في الرمح والسهم وشبكة الصيد وكرة القدم والمبنى وقطعة الأثاث... الخ، كما تتمثل في السيارات والقطارات والآلات والأفلام والأدوية.

- الثقافة اللامادية: (الضمنية):

تعتبر اللاماديات من أهم أركان الثقافة ويقصد بالضمنية المظهر التجريدي. (عبد الحميد، رشوان، 2006، ص71).

وتتضمن الثقافة اللامادية العرف وقواعد السلوك والأخلاق والقيم والتقاليد واللغة والفنون وكل العناصر السيكولوجية التي تنتج عن الحياة الاجتماعية وينقسم هذا النوع من الثقافة إلى عنصرين هما المكونات الفكرية والتي هيح الأفكار الأصولية الحقيقية للثقافة وهي أكثر العناصر أهمية ولعل الجانب الرئيسي من مكونات الأفكار في نظر (بيرستد)، ما يندرج تحت مفهوم الحقائق العلمية والمعتقدات الدينية والخرافات والأساطير والأدب والحكم والأمثال.

المكونات المعيارية: المعيار الاجتماعي هو ميزان أو مقياس أو قاعدة أو إطار مرجعي للخبرة والاتجاهات الاجتماعية والسلوك الاجتماعي. (أبو شعيرة، ، 2009، ص ص 24-25).

1-2-5- عناصر الثقافة:

تنقسم الثقافة إلى ثلاث عناصر هي:

1-2-5-1- العموميات: وهي تلك العناصر التي يشترك فيها أفراد المجتمع جميعا، وهي أساس الثقافة وتمثل الملامح العامة التي تتميز بها الشخصية الثقافية لكل مجتمع مثل اللغة والملبس والعادات والتقاليد

والدين والقيم، وهي الأفكار والاستجابات العاطفية المختلفة، وأنماط السلوك وطرق التفكير التي يشترك فيها جميع أفراد المجتمع الواحد وتميزه عن غيره من المجتمعات.

1-2-5-2- الخصوصيات: وهي العناصر الثقافية التي يشترك فيها مجموعة معينة من أفراد المجتمع ، بمعنى أنها العناصر التي تحكم سلوك أفراد معين دون غيرهم في المجتمع، فهي العادات والتقاليد والأدوار المختلفة المختصة بأنشطة اجتماعية حددها المجتمع في تقسيمه للعمل بين الأفراد وقد تكون هذه المجموعة مهنية متخصصة مثال: الخصوصيات الثقافية الخاصة بالمعلمين أو الأطباء أو المهندسين، وقد تكون الخصوصيات مرتبطة بالطبقة الاجتماعية فالطبقة الارستقراطية لها سلوكياتها وعاداتها التي تميزها عن الطبقة المتوسطة.

1-2-5-3- البدائل والمتغيرات: وهي العناصر الثقافية التي لا تنتمي إلى العموميات فلا تكون مشتركة بين جميع الأفراد ولا تنتمي إلى الخصوصيات، فلا تكون مشتركة بين أفراد مهنة واحدة أو طبقة اجتماعية، ولكنها عناصر تظهر حديثا وتجرب لأول مرة في ثقافة المجتمع، وتشمل الأفكار والعادات وطرق التفكير غير المألوفة بالنسبة لمواقف متشابهة مثلا: ظهور موضة جديدة في الملابس لم تكن معروفة من قبل. (بن بلعباس، 2015، ص 101، 102).

1-2-6- خصائص الثقافة:

تعتبر الثقافة من احد مقومات الهوية الوطنية، ولها العديد من الخصائص تميزها عن غيرها من مقومات الهوية الوطنية، ومن بين هذه الخصائص نذكر:

1-2-6-1- الاستقلالية: تتميز الثقافة بأنها شيء مستقل تماما عن الأفراد الذين يكتسبونها عن طريق الخبرة والتعليم، نظرا لأنها جزء التراث الاجتماعي الذي يورث من جيل لآخر.

1-2-6-2- الاستمرارية: الثقافة لا ترتبط بالأفراد بقدر ما يحتفظ بكيانها لأجيال عدة على الرغم من أن المجتمعات تتعرض لكثير من التغيرات السريعة أو المفاجئة، أو قد تفتى الأجيال وتموت أفرادها، ولكن الثقافة وما تشمله من عادات، وتقاليد، وأساطير، ومنشآت، ومباني، وتكنولوجيا

سوف تبقى مستمرة لفترة طويلة، على الرغم من حدوث تعديلات وتطورات على مضمون عناصرها العامة.

1-2-6-3- التعقيد: تمتاز الثقافة كما وضحها " تايلور " بأنها الكل المعقد الذي يحتوي بالطبع على كثير من العناصر والسمات المتداخلة فليس من السهولة على الفرد أن يفصل بين مكوناتها. (أبو شعيرة، مرجع سابق، ص 26).

1-2-6-4- القابلية للتعلم: الثقافة ليست أمرا غريزيا أو فطريا ينقل من خلال عملية الوراثة البيولوجية، بل إن عناصرها ومظاهرها أمور يكتسبها كل فرد من خلال تجربته وخبرته في الحياة الاجتماعية عن طريق التعلم.

1-2-6-5- القابلية للتناقل: فعلى الرغم من قدرة كل الحيوانات تقريبا على التعلم، إلا أن الإنسان هو الكائن الوحيد الذي يستطيع أن ينقل ما اكتسبه أو تعلمه من اعادةات و طرق التفكير والسلوك الى أقرانه و بني حنسه و تدعم اللغة هذه الخاصية حيث تعتبر المفصل الرئيسي والوحيد الذي يستطيع الإنسان عن طريقه نقل ما تعلمه من معرفة وعقيدة وسلوك من جيل لجيل. (السيد، 2003، ص 11).

1-2-6-6- الثقافة لها وظيفة الإشباع: الثقافة دائما وبالضرورة تشبع الحاجات البيولوجية الأساسية والحاجات الثانوية المتبثقة عنها ، فعناصر الثقافة وسائل مجرية لإشباع الدوافع الإنسانية في تفاعل الإنسان بعالمه الخارجي بالطبيعة أو أقرانه.

1-2-6-7- الثقافة لها وظيفة التكامل: إن عناصر الثقافة تميل إلى أن تشكل كلا متكاملًا، وعلى أية حال فإن التكامل يحتاج لفترة زمنية وأنه غالبا ما يحدث فجوة ثقافية. (بيومي، السيد، جلي، 2005، ص 127-128).

1-2-6-8- الثقافة شيء اجتماعي: فالعادات الخاصة بالنظام الثقافي ليس فقط شيء قابل للانتقال، ويستمر خلال الزمن، فهي أيضا أمور اجتماعية أي أنها أشياء يشارك فيها كل كائنات الإنسانية التي تعيش داخل تجمعات منظمة أو جماعات تحتفظ بالامتثال والتطبيق النسبي تحت وطأة الضغوط الاجتماعية.

- 1-2-6-9- الثقافة شيء مثالي: يمكن تصور عناصر الثقافة على أنها معايير نموذجية وأنماط مثالية للسلوك ، ومن ثم يبدو من المفيد أن تصور الثقافة على أنها مثالية أو رمزية، وان ننظر إلى أي عنصر ثقافي على انه فكرة مقبولة بطريقة تقليدية من أعضاء الجماعة. (بيومي، 2009، ص ص 125، 126).
- 1-2-6-10- التغيير: تمتاز الثقافة بخاصية أخرى، إذ أنها لا تعد شيء جامدا في الكون أو العالم المحيط الخارجي للأفراد والجماعات لا سيما أن الثقافة في حالة من الديناميكية المستمرة. (أبو شعيرة، غباري، ص 27).

1-3- الهوية الثقافية:

يعتبر مفهوم الهوية الثقافية واحد من أكثر المفاهيم المطروحة جدلاً وإثارة للنقاش نظير ما تحويه من دلالات فكرية وعمق داخل المجتمع، وما حظي به من اهتمام أكاديمي كبير بل وتعداه في ظل العولمة الحديثة ليكون محور الصراع بين الشرق والغرب، الشمال والجنوب، ولأنه من المفاهيم الحيوية والمعقدة فقد ارتأينا في هذا المبحث أن نتطرق إلى الهوية الثقافية بدءاً بتعريفها وذكر خصائصها ومقوماتها والوصول إلى سبل تعزيزها.

1-3-1- تعريف الهوية الثقافية:

تعرف الهوية الثقافية بأنها " القدر الثابت والجوهري والمشارك من السمات والقسمات العامة التي تميز حضارة هذه الأمة عن غيرها من الحضارات التي تجعل للشخصية الوطنية أو القومية طابعا يتميز به عن الشخصيات الوطنية والقومية. (ورام، 2014، ص9).

وتعرف أيضا بأنها المبادئ الأصلية السامية والذاتية النابعة من الأفراد أو الشعوب، وتلك ركائز الإنسان التي تمثل كيانه الشخصي الروحي والمادي بتفاعل صورتني هذا الكيان لإثبات هوية أو شخصية الفرد أو المجتمع أو الشعوب. (صبطي، فايدي، 2017، ص203).

والهوية الثقافية هي صورة مثالية تكونها جماعة بشرية معينة عن نفسها، مقارنة بجماعات أخرى، وهذه الصورة هي السبيل إلى تعريف الذات من خلال تأكيد ما يميزها من ذوات أخرى، إن الشعور بالانتماء إلى هوية ثقافية معينة، هي حاجة نفسية واجتماعية ضرورية لا غنى عنها بالنسبة إلى أي إنسان يعيش في هذا العالم. (الدواي، 2013، ص154).

ويوجد هناك تعريف أكثر ملاءمة للهوية الثقافية وضعه استيوارت هال: فالهوية الثقافية بالنسبة له هي " موضوع صيرورة شأنه شأن الوجود " أنها موضوع ينتمي للمستقبل بقدر ما ينتمي للماضي "

وهناك تصورات للهوية الثقافية:

- التصور الثابت الستاتيكي للهوية الثقافية: الذي يرى أن الهوية الثقافية، عبارة عن شيء اكتمل وانتهى وتحقق في الماضي في فترة زمنية معينة، أو نموذج اجتماعي معين وان الحاضر ما هو إلا محاولة زمنية معينة، أو نموذج اجتماعي معين وأن الحاضر ما هو إلا محاولة إدراك هذا المثال وتحقيقه. (ورام، مرجع سابق، 2014، ص9).

- التصور التاريخي والديناميكي للهوية الثقافية: هذا التصور يرى ان الهوية الثقافية هوية تاريخية مفتوحة بوصفها شيئا ما إنتاجه مستمر، أي شيئا يتم إنتاجه بشكل متواصل في عمليات دائمة لم تكتمل بعد. (خليفة، 2002، ص27).

1-3-2- مقومات الهوية الثقافية:

يقصد بمقومات الهوية الثقافية تلك الخصائص العقلية والانفعالية والوجدانية وبالتالي السلوكية التي تشيع بين عدد كبير من أفراد قوم ما وتتخذ شكل النمط الذي يميزهم عن غيرهم من الأقسام. وتعتمد الهوية الثقافية على عدة مقومات منها الدين، اللغة والتاريخ والمكان والعوامل الثقافية الاجتماعية والسياسية التي يشهدها المجتمع ومن بين هذه المقومات نجد:

1-3-2-1- العقيدة أو الدين: يعد الدين أول عنصر من عناصر الهوية الثقافية ولعل العولمة الثقافية منافية تماما للإسلام في إطار الحرب ضد الإسلام، وحرب الديانات.

1-3-2-2- اللغة: تعد اللغة اللسان الثقافي الأساسي للهوية الثقافية للأفراد والشعوب، وهي عامل يبين اختلاف ثقافة عن أخرى، وهي أسلوب للتواصل والاحتكاك وأثبت الهوية وتأكيد وجودها.

1-3-2-3- التاريخ والماضي: بحيث يمثل التاريخ والماضي المشترك للأفراد أو لشعب ما عنصر يعبر عن هوية أساسية، فالتاريخ يبين حقيقة الاستعمار، والتاريخ هو من بين عناصر الهوية، باعتباره يدرس الماضي ويقف على الحقائق وتستند إليه الدول والشعوب للتطلع لبناء الحاضر والتطلع إلى المستقبل.

1-3-2-4- العادات والتقاليد والأعراف: هذه المجالات هي من صميم هوية المجتمعات من خلال إتباع سلوكيات معينة والتصرف والتعامل وفقا لثقافة تنظمها العادات والتقاليد والأعراف.

1-3-2-5- الأدب والفنون: حيث أن كل مجتمع وله أدبه وفنونه التي يزخر بها، والتي تميزه عن غيره من المجتمعات والتي تكون معبرة عن هويته الثقافية من خلال ثقافة التعبير القصصي والشعر، وفنون التشكيل والرسم والمسرح والتمثيل. (زغو، ص95).

وباكتمال هذه العناصر وباكتمال هذه العناصر يكون للفرد هوية ثقافية تجعله يشعر بوجود الذات والانتماء إلى أمة أو شعب من الشعوب.

1-3-3- خصائص الهوية الثقافية:

تتميز الهوية الثقافية بمجموعة من الخصائص وهي:

- الهوية الثقافية تتميز بالديناميكية والحركة فهي دائما في تفاعل مستمر مع الثقافات تنتقي منها وتثبت بعض الأنماط وتحذف أنماط أخرى.
- الهوية الثقافية تتميز بالفاعلية وعدم الجمود، فهي دعوة للتفاعل وعدم الانغلاق على النفس والانطواء بعيد عن الثقافات بل تأخذ الخير منها وترفض الشر.
- الهوية الثقافية تتميز بالمرونة والحوار المفتوح مع الآخرين وتبادل الأفكار والخبرات.
- الهوية الثقافية تتميز بالحصانة والحفاظ على ثوابت الدين والقيم الأخلاقية. (عبد الرحمن سالم، 2015، ص86).
- أنها مجموعة من الملامح الثقافية الخاصة بجماعة سياسية واحدة بما يميزها عن غيرها من الجماعات.
- وجود علاقة بين الهوية والثقافة، فالثقافة هي التي تشكل الهوية وهي التي تعطي الاسم والمعنى والصورة أي هي التي تجعل جماعة ما متميزة أو مختلفة عن الجماعات الأخرى.
- تشكل الهوية من مجموعة من الرقائق التي تتراكم عبر الزمن.
- تحتاج الهوية إلى إعادة تعريف باستمرار بما يتواءم مع المتغيرات الحادثة وبالطبع هذا يحتاج إلى معرفة عميقة بالتاريخ وتقدير واضح وواقعي للحاضر وإدراك واع لما هو مطلوب مستقبلا.
- التكامل وتحقيق المتناقضات أي الإحساس بالتكامل الداخلي والانقسامية. (عزيري، 2015/2014، ص69).

1-3-4- سبل تعزيز الهوية الثقافية:

- لقد زاد الحديث عن الهوية الثقافية في الوقت الذي زادت فيه سرعة تدفق المعلومات التي أصبحت تهدد الثقافات المحلية والقومية بطرق عديدة، و ثورة المعلومات التي قد تؤدي إلى التخلي عن الأعراف والقيم والتقاليد.
- ولهذا يجب علينا أن نسعى للتحفيف من آثار العولمة على الهوية الثقافية وذلك بالقيام بما يلي:
- ضرورة مواجهة السياسات الثقافية الرسمية والمحلية والعالمية وتطوير استراتيجيات جديدة لبناء الوعي والضمير الإنساني من قبل المثقفين وصانعي الثقافة أيضا .

- ترسيخ مشاعر الاعتزاز بالتراث لدى المراهقين وتوفير البنى الأساسية اللغوية التي تؤهل اللغة الحلية للتفاعل مع لغات العالم الأخر.
 - تقديم قراءة جديدة تتماشى مع متغيرات العصر، بحيث يكون عاملا من عوامل الإبداع، وذلك عن طريق تأهيل الإنسان القادر على التعامل مع المتغيرات العولمية دون انغلاق على الذات أو رفض الأخر.
 - التحرك لإبراز الهوية الثقافية، دون البقاء مكتوفي الأيدي و انتظار الاختلاق الثقافي الغربي.
 - الدفاع عن الهوية الثقافية ومقاومة الغزو بالعقلانية والديمقراطية.
 - إيماء الإحساس في نفسية الشباب بالخصوصية الثقافية وميزات الهوية الثقافية والتفاعل مع الثقافات الأخرى على أساس التعامل والتكامل دون التبعية إلى الثقافات الأخرى. (محب، 2016، ص ص 160-169).
 - العودة إلى الأصالة لتفادي أزمة الهوية .
 - الاهتمام باللغة القومية المحلية باعتبارها أهم عناصر ومقومات الهوية الثقافية.
 - تشجيع وسائل الإعلام على تسويق الثقافة الخاصة بمجتمعاتها من اجل الحث على التمسك بها وعدم التخلي عنها. (مصطفى، إبراهيم، 2007، ص ص 377، 380).
- 1-3-5- دور وسائل الإعلام في تشكيل الهوية الثقافية:**

يعد التطور المذهل لوسائل الإعلام والاتصال الجماهيري وانتشارها واستقطابها عاملا مهما في تزايد تأثير الوسائل على الجماهير وذلك من خلال ترك أثار عميقة بشكل أو بآخر في سلوكهم وتصرفاتهم وتوجهاتهم وثقافتهم ومن ثم هوياتهم فالاعلام أصبح أحد دعائم تورة التعبير في المجتمعات حيث احدث تغيرا في كل مجالات الحياة، وطالت التغيرات إلى حد كبير كما هو واضح في الأعراف والعادات والتقاليد والقواعد والمبادئ والقيم الاجتماعية، ولقد أدى التحسن الذي حدث في مجالات الإعلام والاتصال إلى تفاعلات وعلاقات أكثر تكرارا واتساعا وتناسقا وشمولا بين شعوب من حضارات مختلفة، إذ أصبحت هوياتهم الحضارية أكثر بروزا، هذا التغيير بدوره سيقود حتما إلى

حد كبير تشكيل مباشر وغير مباشر إلى التأثير على الهوية الثقافية للمجتمعات المستهدفة، وفي سلوك وتصرفات المنتمين لها، نفهم من ذلك أن هذا التأثير العميق للإعلام يمتد إلى التربية الاجتماعية ذات العلاقة الوثيقة بالثقافة والهوية الثقافية. (عزيري، مرجع سابق، ص 82-84).

وتعتبر وسائل الإعلام أيضا أداة فعالة قوية في إرساء القواعد الخلقية وغرس القيم الأخلاقية إذ أن وسائل الإعلام لا تؤثر سلبا فقط فهي أيضا لها تأثير ايجابي لأنها عملة ذات وجهين يمكن أن تغيير من الاتجاه الايجابي إلى السلبي، وهنا يمكن القول بمصطلح الإعلام الهدام، ويمكن أن تغيير القيم من الاتجاه السلبي إلى الايجابي وهذا ما يعرف بالإعلام البناء.

والإعلام أصبح يتحمل مسؤولية إزاء الهوية الثقافية التي تبنى على عدد من الركائز تتمثل في الدين واللغة والانتماء إلى تراث حضاري وثقافي فوسائل الإعلام باتت قادرة على صياغة وعي وثقافة وهوية الشعوب، وذلك لما تتمتع به من آليات خاصة في التأثير.

ثانيا: المراهقة:

تعد المراهقة فترة انتقالية تفصل بين مرحلة الطفولة ومرحلة الرشد، وتمثل الانتقال من التبعية إلى الاستقلال الذاتي التدريجي، يصعب تحديد متى تبدأ ومتى تنتهي، بسبب اختلاف الأزمنة واختلاف الثقافات، وبسبب اختلاف سيرورة النمو البيولوجي والنفسي والاجتماعي الخاصة بالأفراد حسب المجتمعات، وبناء على أشكال وأنواع التربية والثقافة السائدة في كل مجتمع، وفي هذا المبحث سنحاول إلقاء نظرة عامة على المراهقة إذ سنعرج على تعريفها ومفهوم أزمة المراهقة ومراحلها، حاجات المراهق الأساسية، إضافة إلى أهميتها وخصائصها، وأخيرا سنتطرق إلى النمو في فترة المراهقة.

2-1- تعريف المراهقة:

هي تلك المرحلة التي تبدأ من بداية البلوغ أي بداية النضج الجنسي حتى اكتمال نمو العظام، وتقع هذه المرحلة عادة ما بين الثانية عشرة والثامنة عشر. (إسماعيل، 2010، ص 545).

كما تعرف أيضا "بأنها فترة انتقال من دور الطفل والاتكال على المحيط إلى الاعتماد على النفس وتقمص الأدوار التي تقربه من الرشد والاستقلالية كمطلب أساسي من مطالب هذه الفترة من العمر، والالتفات إلى الذات على أنها مختلفة عما سبقها من المراحل وتفرداها. (مقدم، 2012/2011، ص59).

2-2- مفهوم أزمة المراهقة:

- يذهب الاعتقاد بالكثير من الناس إلى أن المراهقة مرحلة أزمة يشاهد فيها المراهق الشقاء نتيجة لعوامل عديدة منها:
- مشاعر نقص الكفاءة ونقص المكانة وعدم إشباع الحاجات المادية والمعنوية، وكذا حالة الصراع الذي يعيشه ومنه نذكر ما يلي:
 - الصراع بين مغريات الطفولة ومغريات الرجولة ومتطلباتها، حيث أن المراهق يجتاز مرحلة لم يعود فيها طفلا ولا يكون فيها راشدا.
 - الصراع بين شعوره الشديد بذاته وشعوره الشديد بالانتماء الى الجماعة.
 - الصراع بين ميله إلى الاستقلال ورغبته في الاعتماد على والديه أو بين ميله إلى التحرر من قيود الأسرة و من سلطتها.
 - الصراع بين الواقع ومثالية المراهق.
 - الصراع بين الدوافع الجنسية المتبقطة وبين تقاليد المجتمع.
 - الصراع الثقافي بين جيله والجيل الماضي. (الواني، 2011، ص ص 66-67).

2-3- المراحل أو التقسيمات للمراهقة

تختلف طبيعة المراهقة من فرد لأخر ومن مجتمع لأخر فالعوامل البيئية لها آثار كبيرة تحدد خصائص هذه المرحلة، ولهذا يختلف علماء النفس في تحديد هذه المرحلة فهناك من يرى أنها تمتد من 13 إلى 19 سنة أو قبل ذلك بعام أو عامين أو بعد ذلك بعام أو عامين أي بين 11 إلى 21 سنة، ولذلك تعرف المراهقة أحيانا باسم المراهقة العشارية، كما أنه من الصعب تحديد نهايتها ويرجع ذلك إلى أن بداية المراهقة تحدد بالبلوغ الجنسي بينما تبقى نهايتها نقطة استفهام لعدم وجود معيار موحد للحكم سواء لاكتمال مظاهر النضج الجسمي أو العقلي أو الاجتماعي.

وهناك اختلاف بسيط في تقسيم المراهقة، إذ يرى حامد عبد السلام أن المراهقة تنقسم إلى:

- مرحلة المراهقة المبكرة 12-14 سنة.

- مرحلة المراهقة الوسطى 15-17 سنة

- مرحلة المراهقة المتأخرة 18-21 سنة. (جدو، 2013/2014، ص16).

وهناك تقسيمات أخرى تختلف في التحديد الزمني لمراحل المراهقة الفرعية ونذكر منها:

- المراهقة الأولى أو المبكرة من 12 إلى 14 سنة

- المراهقة الثانية أو الوسطى تبدأ من 14 إلى 17 سنة

- المراهقة الثالثة أو المتأخرة من 17 إلى 21 سنة. (الواني، 2008، ص167).

2-4- حاجات المراهق الأساسية:

مرحلة المراهقة هي مرحلة جد حساسة من عمر الشخص وذلك للتغيرات الحاصلة على الفرد

من جميع النواحي، ولهذا وجب علينا أن نعرف حاجات المراهق الأساسية ليسهل التعامل معه، و

لأجل أن تمر هذه المرحلة عليه بأمن وسلام، و أهم حاجاته الأساسية تتمثل في :

- الحاجة إلى الأمن: وتتضمن الحاجة إلى الأمن والصحة الجسمية والحاجة إلى الشعور بالأمن

الداخلي والحاجة إلى تجنب الخطر والألم والحاجة إلى الحياة الأسرية الآمنة والمستقرة.

- الحاجة إلى الحب والقبول: وتتضمن الحاجة إلى الحب والمحبة والحاجة إلى قبول والتقبل الاجتماعي والحاجة إلى الأصدقاء و الانتماء إلى الجماعات والحاجة إلى الشعبية و إسعاد الآخرين. (الواي، مرجع سابق، ص56).
- الحاجة إلى مكانة الذات: وتظهر في الحاجة إلى الانتماء والمشاركة والتوافق الاجتماعي مع الجماعات التي يعيش فيها.
- الحاجة إلى الترويج: وتتضمن الحاجة إلى ممارسة أنشطة وهوايات تقابل طاقاته وتكسبه مهارات ضرورية لحياته الاجتماعية والاقتصادية.
- الحاجة إلى التعلم: ويقصد بها الرغبة في المعرفة واكتساب الخبرات والمهارات التعليمية. (وهيب، 1999، ص14).

2-5- أهمية المراهقة:

- بالرغم من أن مرحلة المراهقة تعتبر مرحلة مليئة بالمشكلات والاضطرابات المختلفة التي يتعرض لها المراهق إلا أنها مرحلة هامة في حياة الفرد حيث تظهر أهميتها من خلال:
- أن المراهق في هذه الفترة يحاول التخلص من اعتماده على والديه، ويتحمل مسؤولية نفسه.
 - يسعى إلى الاستقلالية بالرغم من حاجته الملحة للمساعدة.
 - يسعى إلى تحقيق ميولاته، وإشباع حاجاته المختلفة وفق معايير اجتماعية معينة.
 - الوصول إلى التفكير في اتخاذ القرارات فيما يتعلق بمستقبله وتحديد اتجاهاته حياته المهنية والشخصية.
 - يحاول تحقيق الحرية على الرغم من وقوفه أمام صراعات انفعالية تعرقل تفكيره. (مامي زرازقة، زرازقة، 2013، ص ص 176-177).

2-6- خصائص المراهقة:

- يمكن تلخيص خصائص فترة المراهقة بأنها:
- فترة تغيرات شاملة وسريعة في نواحي النفس، الجسد، العقل والروح.
- فترة انتقال من الطفولة إلى الرشد وهو ما يعني أن القلق والاضطراب لس حتميين.

- تعتمد على المجتمع فهي قد تطول وتقصر، وذلك حسب حضارة المجتمع وطبيعة الأدوار والملقاة على عاتق الفرد، فالمرهق ابن بيئته وعلى سبيل المثال فإن المرهق في الإسلام تحول إلى طاقة بناءة بسبب التربية العقيدية والسلوكيات السليمة.

- النمو الجنسي عند المرهق لا يؤدي بالضرورة إلى أزمات و إن حدثت بعض هذه الأزمات فالمطلوب منا علاجها والتعامل معها بوعي كمظهر من مظاهر عجزه عن التكيف الأمر الذي ينتج عنه توتر واضطراب في السلوك نتيجة لعوامل إحباطية قد يتعرض لها في الأسرة أو في المدرسة أو المجتمع، و هذه العوائق وعوامل الكبت والإحباط هي التي تدعو المرهق إلى العناد والسلبية وعدم الاستقرار ومن تم اللجوء إلى بيئات أخرى. (الاعظمي، 2012، ص59).

- مرحلة المراهقة مرحلة الصراعات الداخلية في نفس المرهق، وهذا الصراع ينتج عن رغبة المرهق في الاستقلال عن والديه وفي نفس الوقت حاجته إليهما كما ينتج الصراع بين دوافعه الجنسية التي تتطلب الإشباع في الوقت الذي لا يتاح له هذا.

- كما توصف مرحلة المراهقة بأنها مرحلة الصراع الداخلي فهي مرحلة الصراع الخارجي أيضا، أي الصراع الذي يحدث بين المرهق ومصادر خارجية وهي المصادر التي تمثل السلطة مثل الوالدين والمعلمين وكل من لهم ولاية عليه، فالمرهق قد يصطدم مع والديه إذ يريدون تقييد حريته. وفرض ما يشاءون عليه مما قد لا يتفق مع رغباته. (كفاي، 2009، ص337).

2-7- النمو في فترة المراهقة:

تعتبر المراهقة المرحلة التي يحدث فيها الانتقال التدريجي نحو النضج الجسمي والجنسي، والعقلي والنفسي والاجتماعي، والحديث عن هذه الفترة المعقدة من التحول والنمو تدعونا إلى التعرض إلى خصائص كل نوع من هذا النمو:

- **النمو البيولوجي:** يقصد به تلك المرحلة التي تبدأ من بداية البلوغ ، أي بداية النضج الجنسي حتى اكتمال نمو العظام، فغالبا ما تبدو على هذه المرحلة معالم جسدية وفزيولوجية معينة، كالزيادة في الطول والوزن وظهور الشعر في أماكن معينة في الجسم.

- **النمو العقلي:** يعبر عن الاتجاه نحو التمايز الذي يكسب حياة الفرد أنواعا من الفعالية تساعده على إعداد نفسه للتكيف الصحيح مع البيئة الثقافية، والاجتماعية التي يعيش فيها يؤدي اكتمال تطور العقل الموازي للنضج العاطفي إلى سلوك الراشد.
- **النمو الانفعالي:** يعد أيضا فترة تحولية انفعالية عنيفة حيث تختلج نفس المراهق ثورات تمتاز بالعنف والاندفاع كما تساورة من وقت لآخر أحاسيس بالضيق والتبرم والزهد.
- **النمو الاجتماعي:** يعتبر فترة من حياة الفرد تبدأ في نهاية الطفولة وتنتهي في بداية بلوغه سن الرشد وهي فترة انتقالية يمر المراهق من خلالها إلى الاستقلالية عن أسرته إلى أن يصبح شخصا مستقلا بذاته. (زلوف، 2011، ص ص 13-14).

خلاصة

إن مرحلة المراهقة مرحلة نمو عادية في حياة الإنسان، ويعرف خلالها المراهق نموا كاملا شاملا في كافة مكوناته الجسمية الداخلية منها والخارجية والعقلية والانفعالية وحتى على المستوى الاجتماعي، إذ يعرف نموه الاجتماعي تطورا ملحوظا ، فتدخل جماعة الرفاق لتلعب دورا فعالا في هذا النمو وتحتل مكانا هاما في حياة المراهق قد تفوق مكانة الأسرة نفسها.

المراجع:

1. مصطفى، طيفور، العربي، بوعمامة، تأثير وسائل الاعلام على تشكيل الهويات الثقافية في ظل العولمة. مجلة الحكمة. العدد 7. ص 141.
2. درويش، أحمد. (13 ديسمبر 2000). تحديات الهوية العربية بين الثقافة والعولمة و عولمة الثقافة. مجلة المسلم المعاصر. العدد 98 ص 12.
3. عبد العزيز، بن عثمان التويجيري. (2011). التراث والهوية. المغرب: منشورات المنظمة الاسلامية للتربية والعلوم والثقافة إيسيسكو.
4. محمد حسين، البرغتي. (2007). الثقافة العربية و العولمة.(ط1). بيروت: المؤسسة العربية للدراسات والنشر والتوزيع.
5. 27 http://.www/aljabri bed/net . 14:55.2018/02/27
6. نوال، حمادوش. (2015). السلوك اللغوي والهويتي في المجتمعات المغاربية.(ط1). عمان: دار الايام للنشر والتوزيع.
7. 7 http ://ishomtody.net . 14:50.2018/02/27
8. زوبير، زرزاجي. (2010). العولمة الاعلامية و الهوية الثقافية في سلسلة. مخبر علم اجتماع الاتصال للبحث والترجمة.
9. عاطف، وصفي. انثربولوجيا الثقافة. لبنان: دار النهضة العربية للنشر والتوزيع.
10. نظام، محمود، بركات. التبادل اللامتكافئ بين الثقافتين العربية والغربي في سلسلة.(ط1). لبنان.
11. جمال، العيفة. (2003). الثقافة الجماهيرية عندما تخضع وسائل الاعلام والاتصال لقوى السوق. عنابة: منشورات جامعة باجي مختار.

12. الخنساء، تومي. (2016-2017). دور الثقافة الجماهيرية في تشكيل هوية الشباب الجامعي. مذكرة ماجستير، قسم علم الاجتماع، كلية العلوم الاجتماعية والانسانية، جامعة بسكرة: الجزائر.
13. حسين، عبدالرحمان، أحمد، رشوان. (2006). الثقافة دراسة في علم الاجتماع الثقافي. الاسكندرية: مؤسسة شباب الجامعة.
14. خالد، أحمد، أبو شعيرة، ثائر، احمد، غباري. (2009). الثقافة وعناصرها. (ط1). عمان: مكتبة المجتمع العربي للنشر والتوزيع.
15. بدر الدين، بن بلعباس. (2015-2016). شبكات التواصل الاجتماعي والهوية الثقافية عند الطلبة الجامعيين. مذكرة ماجستير، قسم العلوم الاجتماعية، كلية العلوم الانسانية والاجتماعية، جامعة بسكرة: الجزائر.
16. دلال، ملحس استينييه. (2004). التغيير الاجتماعي والثقافي. (ط1). الاردن: دار وائل للنشر و التوزيع.
17. السيد، عبد العاطي السيد. (2003). المجتمع و الثقافة الشخصية. الاسكندرية: دار المعرفة الجامعية.
18. محمد احمد، بيومي، علي، عبد الرازق، جلي السيد، عبد العاطي السيد. (2005). علم الاجتماع الثقافي. مصر: دار المعرفة الجامعية.
19. محمد، أحمد بيومي. (2009). علم الاجتماع الثقافي. دار المعرفة الجامعية.
20. العيد، ورام. (2014-7-3). البعد الثقافي للعولمة وأثرها على الهوية الثقافية للشباب العربي. مجلة العلوم الانسانية والاجتماعية. العدد 2. ص9.
21. عبيدة، صبطي، عادل، قايدي. (جوان 2017). الصورة الفنية ودورها في بناء الهوية الثقافية للمجتمع الجزائري. مجلة العلوم الانسانية والاجتماعية. العدد 29. ص203.

22. عبد الرزاق، الداوي. (2013). في الثقافات والخطاب عن حرب الثقافات .حوار الهويات في زمن العولمة. (ط1). بيروت: المركز العربي للابحاث والدراسات السياسية.
23. فريال، حسين خليفة. (2002). الايديولوجيا والهوية الثقافية الحداثة وحضور العالم الثالث. ترجمة: جورج لارين. القاهرة: مكتبة مدبولي.
24. محمد، زغو. أثر العولمة على الهوية الثقافية للأفراد و الشعوب ، كلية العلوم القانونية والادارية جامعة الشلف: الجزائر.
25. زينب، سالم، أحمد، عبد الرحمان. (2015). الطفل العربي والثقافة الالكترونية. (ط1). دار العلم والايمان للنشر والتوزيع.
26. كريمة، عزيزي. (2014-2015). المعالجة الصحفية لموضوع الهوية الثقافية في الجزائر. مذكرة ماستر، قسم العلوم الانسانية، كلية العلوم الانسانية والاجتماعية، جامعة خميس مليانة: الجزائر.
27. حفيظة، محلب. (جانفي-جوان 2016). الشباب والهوية الثقافية الجزائرية في ظل العولمة بين الجدلية والقبول والرفض. مجلة الحكمة للدراسات الاعلامية والاتصالية. العدد7. ص160 161.
28. فاروق، احمد مصطفى، محمد، عباس ابراهيم. (2007). الانثروبولوجيا الثقافية. مصر: دار المعرفة الجامعية للنشر والتوزيع.
29. محمد، عماد الدين اسماعيل. (2010). الطفل من الحمل الى الرشد. (ط1). عمان: دار الفكر للنشر والتوزيع.
30. مقدم، خديجة. (2011-2012). مشروع الحياة عند المراهقين الجانحين. مذكرة دكتوراه، قسم علم النفس وعلوم التربية، كلية العلوم الاجتماعية، جامعة الصانبا وهران: الجزائر.
31. عبد الرحمان، الوافي. (2011). في سيكولوجية الانسان والمجتمع. الجزائر: دار هومة للنشر والتوزيع.

32. عبد الحفيظ، جدو. (2013-2014). استراتيجية مواجهة الضغوط النفسية للمراهقين ذوي صعوبات التعلم. مذكرة ماجستير، قسم علم النفس وعلوم التربية والارطوفونيا، كلية العلوم الانسانية والاجتماعية، جامعة سطيف2: الجزائر.
33. عبد الرحمان، الوافي. (2008). مدخل الى علم النفس. (ط3). دار هومة للنشر والتوزيع.
34. عبد الرحمان، الوافي. (2008). الانسان من الطفولة الى الزواج. الجزائر: دار هومة للنشر والتوزيع.
35. يوسف، وهيب. الممارسات القهرية التمييزية في التنشئة الاجتماعية للفتيات المراهقات المصريات بالاسرة والمدرسة، جامعة قناة السويس: مصر
36. فيروز، مامي زراقة. فضيلة، زراقة. (2013). السلوك العدواني لدى المراهق بين التنشئة الاجتماعية واساليب المعالجة الوالدية. الاردن: دار الايام للنشر والتوزيع.
37. سعيد، رشيد الاعظمي. (2012). اساليب علم نفس الطفولة والمراهقة. (ط1). عمان: دار جليس الزمان للنشر والتوزيع.
38. علاء، الدين كفاي. (2009). علم النفس الارتقائي سيكولوجية الطفل والمراهقة. (ط1). عمان: دار الفكر للنشر والتوزيع.
39. منيرة، زلوف. (2011). المعاش النفسي لدى المراهقات المصابات بداء السكري المرتبط بالانسولين وأثره على التحصيل الدراسي. الجزائر: دار هومة للنشر والتوزيع.

الفصل الرابع: عرض وتحليل نتائج الدراسة

الميدانية.

أولاً- تفرغ وتحليل بيانات الجداول.

ثانياً- عرض النتائج العامة للدراسة.

ثالثاً- نتائج الدراسة في ضوء نظرية الاستخدامات والإشباع.

رابعاً- مناقشة نتائج الدراسة في ضوء نتائج الدراسات السابقة.

بعدها تطرقنا إلى الإطار المنهجي الذي وضعنا من خلاله الجوانب المنهجية بكل تفاصيلها عن موضوع الدراسة، والجانب النظري الذي حاولنا من خلاله الإلمام بكل المعلومات والبيانات المتعلقة بموضوع بحثنا، سنتطرق في هذا الفصل إلى الإطار التطبيقي والذي سنحاول فيه الإجابة عن التساؤل الرئيسي لموضوع الدراسة إنطلاقاً من إعداد إستمارة إستبيان وضبطها وتحكيمها ومن ثم توزيعها على أفراد العينة وبعد ذلك تفرغ البيانات وتفسيرها وتحليلها في ضوء الدراسات السابقة وفي الأخير إستخلاص النتائج العامة.

أولاً - تحليل وتفسير البيانات

البيانات الشخصية:

الجدول رقم 1: يمثل توزيع المبحوثين حسب النوع

النسبة %	التكررات	
35%	28	الذكور
65%	52	الإناث
100%	80	المجموع

جدول من اعداد الطالبين

1- نلاحظ من خلال الجدول اعلاه أن نسبة 65% من المبحوثين إناث في حين أن الذكور تقدر نسبتهم ب 35% من إجمالي عينة الدراسة. ويرجع هذا الاختلاف الى أن عدد الاناث في ثانوية محمد الصديق بن يحيى أكثر من عدد الذكور بسبب احتواء الثانوية على النظام الداخلي والنصف الداخلي للإناث فقط بينما الذكور فهم فقط من سكان المنطقة التي توجد فيها المؤسسة الذين يعتمدون على النظام الخارجي .

الجدول رقم 2 : يمثل توزيع المبحوثين حسب السن.

النوع	ذكور		إناث		مجموع التكرارات	مجموع النسبة المئوية
	تكرار	نسبة%	تكرار	نسبة%		
15 سنة	5	17.85%	3	5.7%	8	10%
16 سنة	8	28.58%	12	42.85%	20	25%
17 سنة	8	28.58%	10	35.71%	18	22.5%
18 سنة	5	17.85%	22	42.30%	27	33.75%
19 سنة	2	7.14%	5	17.85%	7	8.75%
المجموع	28	100%	52	100%	80	100%

جدول من اعداد الطالبين

2- نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن المبحوثين تتراوح اعمارهم ما بين 15-19 سنة وهذا راجع الى أن المرحلة العمرية للدراسة في الثانوية تبدأ من سن 15 الى 18 سنة إلا أن هناك بعض الاستثناءات في بعض افراد العينة والمتمثلة في إعادة سنة من سنوات الدراسة كما يوضح الجدول أن أكبر فئة عمرية هي فئة 18 سنة بنسبة 33.75% وهذا ما تأكده فئة الاناث والتي بلغت 42.30% ونسبة الذكور قدرت 17.85%، وتليها فئة 16 سنة بنسبة 25 % وهذا ما تؤكده نسبة 42.85% من فئة الاناث ونسبة 28.58% من فئة الذكور، وتليها فئة 17 سنة بنسبة 22.5%، وتليها فئة 15 سنة بنسبة 10% وأقل فئة هي فئة 19 سنة بنسبة 8.75%

الجدول رقم 3: يمثل توزيع المبحوثين حسب المستوى التعليمي.

النوع المتغيرات	ذكور		إناث		مجموع التكرارات	مجموع النسبة المئوية
	تكرار	نسبة%	تكرار	نسبة%		
الأولى ثانوي	18	64.28%	19	36.53%	37	46.25%
الثانية ثانوي	05	17.86%	23	44.23%	28	35%
الثالثة ثانوي	05	17.86%	10	19.24%	15	18.75%
المجموع	28	100%	52	100%	80	100%

الجدول من اعداد الطالبين

3 - نلاحظ من خلال الجدول رقم 03 أن أغلبية الافراد المبحوثين يدرسون في السنة الأولى ثانوي وذلك بنسبة 46.25% وهذا من خلال تأكيد الذكور بنسبة 64.28% و 36.53% من فئة الاناث. ثم تليها السنة الثانية بنسبة 35% وهذا ما تؤكد ان الاناث بنسبة 44.23% و 17.86% من فئة الذكور وبعدها السنة الثالثة بنسبة قدرت بـ 18.75% وهذا من خلال تأكيد الاناث بنسبة 19.24% و 17.86% من الذكور ويعود سبب ارتفاع نسبة التلاميذ في السنة الاولى الى كون أن هذه الاقسام تكون جدد مشترك دون تفرعات .

الجدول رقم 4 : يمثل توزيع المبحوثين حسب امتلاكهم لحساب خاص في الفيس بوك.

النوع	ذكور		إناث		مجموع التكرارات	مجموع النسبة المئوية
	تكرار	نسبة%	تكرار	نسبة%		
نعم	28	%100	52	%100	80	%100
لا	00	%00	00	%00	00	%00
المجموع	28	%100	52	%100	80	%100

جدول من اعداد الطالبين

- 4- يتضح لنا من خلال الجدول أعلاه أن جميع افراد العينة يمتلكون حساب خاص بهم وذلك بنسبة قدرت ب 100 % وهذا في كل من الفئتين ذكور وإناث ويرجع سبب ذلك الى :
- توسع وانتشار الهواتف الذكية واللوحات الإلكترونية بشكل واسع مما أتاح الفرصة لإمكانية الدخول للموقع.
 - توسع وانتشار شبكة الجيل الرابع والثالث من الاتصالات عبر 48 ولاية .

الجدول رقم 5: يمثل توزيع المبحوثين حسب مدة امتلاكهم لحساب الفيس بوك.

النوع المتغيرات	ذكور		إناث		مجموع التكرارات	مجموع النسبة المئوية
	تكرار	نسبة%	تكرار	نسبة%		
أقل من سنة	5	17.85%	16	30.76%	21	26.25%
من سنة الى ثلاث سنوات	6	21.43%	18	34.62%	24	30%
أكثر من ثلاث سنوات	17	60.72%	18	34.62%	35	43.75%
المجموع	28	100%	52	100%	80	100%

جدول من اعداد الطالبين

5- يمثل الجدول رقم 05 مدة امتلاك أفراد العينة لموقع الفيس بوك وتشير بيانات الجدول الى أن أكبر نسبة والتي قدرت بـ 43.75% من المبحوثين يمتلكونه منذ أكثر ثلاث سنوات وهذا ما أكده الذكور بنسبة بنسبة 60.72% ونسبة 34.62% من فئة الإناث. ثم تليها نسبة 30% والتي تمثل المبحوثين الذين يمتلكونه في فترة ما بين سنة الى ثلاث سنوات وهذا من خلال تأكيد الإناث بنسبة 34.62% ونسبة 21,43% من فئة الذكور بينما من يستخدمونه منذ اقل من سنة فقدرت نسبتهم بـ 26.25% وهذا ما أكدته الإناث بنسبة 30.76% و 17.85% من فئة الذكور.

الجدول رقم 6 : يمثل توزيع المبحوثين حسب طبيعة المعلومات التي يضعونها على صفحة الفيس بوك.

النوع	ذكور		إناث		مجموع التكرارات	مجموع النسبة المئوية
	تكرار	نسبة%	تكرار	نسبة%		
حقيقية	14	50%	15	28.85%	29	36.25%
غير حقيقية	3	10.72%	9	17.30%	12	15%
بعضها حقيقي وبعضها غير حقيقي	11	39.28%	28	53.85%	39	48.75%
المجموع	28	100%	52	100%	80	100%

جدول من اعداد الطالبين

6- يتضح لنا من خلال بيانات الجدول أعلاه أن نسبة 48.75% من إجمالي المبحوثين يضعون معلومات حقيقة وبعضها غير حقيقة وذلك من خلال تأكيد فئة الاناث بنسبة 53.85% ونسبة 39.28% من فئة الذكور، ثم تليها نسبة 36.25% يضعون معلومات حقيقة وذلك ما يؤكد الذكور بنسبة 50% والإناث بنسبة 28.85% وبعدها نسبة 15% الذين يضعون معلومات غير حقيقة وهذا ما أكدته الاناث بنسبة 17.30% والذكور بنسبة 10.72%.

الجدول رقم 07: يمثل توزيع المبحوثين حسب المدة المستغرقة في تصفح موقع الفيس بوك.

النوع المتغيرات	ذكور		إناث		مجموع التكرارات	مجموع النسبة المئوية
	تكرار	نسبة%	تكرار	نسبة%		
أقل من 1 ساعة	10	35.71%	16	30.77%	26	32.5%
من 1 إلى 3 ساعات	10	35.71%	20	38.46%	30	37.5%
أكثر من 3 ساعات	8	28.58%	16	30.77%	24	30%
المجموع	28	100%	52	100%	80	100%

جدول من اعداد الطالبين

7- نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن نسبة 37.5% من المبحوثين يقضون مدة قدرها من ساعة إلى ثلاث ساعات في تصفحهم لموقع الفيس بوك، وذلك ما أكدته الإناث نسبة 38.46% ونسبة 35.71% من فئة الذكور، تم تليها نسبة 32.5% أقل من ساعة وهذا ما أكده الذكور بنسبة 35.71% و 30.77% من فئة الإناث وأقل فئة هي أكثر من ثلاث ساعات والتي قدرت نسبتهم ب 30% وذلك لما أكدته الإناث ب 30.77% ونسبة 28.58% من فئة الذكور.

ويعود سبب طول المدة التي يقضونها في تصفح الموقع إلى الفراغ كونهم مراهقين ملتزمون بالدراسة فقط. أيضا إلى المتعة التي يشعرون بها وقت تصفحهم لموقع الفيس بوك ومشاركة أصدقائهم الآراء يجعلهم لا يعيرون أهمية للوقت.

الجدول رقم 08 : يوضح توزيع الباحثين حسب فترات تصفح الموقع.

النوع	ذكور		إناث		مجموع التكرارات	مجموع النسبة المئوية
	تكرار	نسبة%	تكرار	نسبة%		
صباحا	0	%0	1	%1.39	1	%1.25
مساء	6	%21.42	5	%9.61	11	%13.35
ليلا	10	%35.71	10	%19.23	20	%25
حسب الظروف	12	%42.85	36	%69.23	48	%60
المجموع	28	%100	52	%100	80	%100

جدول من إعداد الطالبتين

8- نلاحظ من الجدول رقم (8) أن 60% من الباحثين يتصفحون موقع الفيس بوك حسب الظروف التي تسمح لهم، هذا ما أكدته الإناث نسبة 69.23% ونسبة 42.85% من فئة الذكور، ثم تليها نسبة 25% من الذين يتصفحون الموقع ليلا وذلك ما أكده الذكور بنسبة 35.71% و 19.23% من الإناث وبعدها نسبة 13.35% يتصفحونه مساء وهذا ما أكده الذكور نسبة 21.42% ونسبة 19.61% من الإناث وأقل نسبة قدرت بـ 1.25% من الذين يتصفحونه صباحا.

يبدو هذا الترتيب منطقيا حيث أن الباحثين يتصفحون الفيس بوك، حسب توفر الوقت وفي

الفترة المسائية وخلال الليل كونهم يتفرغون ليلا.

الجدول رقم 09 : يمثل توزيع المبحوثين بحسب مكان تصفحهم للفييس بوك.

النوع	ذكور		إناث		مجموع التكرارات	مجموع النسبة المئوية
	تكرار	نسبة%	تكرار	نسبة%		
المتغيرات						
المنزل	28	%100	52	%100	80	%100
مقهى	0	%0	01	%0	0	%0
الانترنت						
المجموع	28	%100	52	%100	80	%100

جدول من اعداد الطالبين

9- نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن جميع المبحوثين يتصفحون الموقع من المنزل وذلك نسبة 100 % وهذا ما أكدته كل من الذكور والإناث ويمكن تفسير هذه النتائج بالتطور التكنولوجي الكبير الذي عرفته الأنترنت خلال الآونة الأخيرة وشهدت إشتراكات الأنترنت في المنازل، وتوسعت شبكة الجيل الثالث والجيل الرابع G 3 و 4G.

الجدول رقم 10: يمثل توزيع الباحثين حسب الوسيلة المفضلة لديهم لتصفح الفيس بوك.

النوع	ذكور		إناث		مجموع التكرارات	مجموع النسبة المئوية
	تكرار	نسبة%	تكرار	نسبة%		
هاتف ذكي	18	64.28%	45	86.54%	63	78%
كمبيوتر مكتبي	3	10.71%	2	3.85%	5	6.25%
كمبيوتر محمول	4	14.28%	2	3.85%	6	7.5%
لوحة إلكترونية	3	10.71%	3	5.76%	6	7.5%
المجموع	28	100%	52	100%	80	100%

جدول من إعداد الطالبين

10- يتضح لنا من خلال الجدول أعلاه أن نسبة 78.75% من الباحثين يستخدمون الهاتف الذكي في تصفحهم لموقع الفيس بوك وذلك من خلال ما أكدته الإناث نسبة 86.54% و 64.28% من فئة الذكور ثم تليها نسبة 7.5% ممن يستخدمون اللوحات الإلكترونية وهنا كل ما أكده الذكور بنسبة 10.71% ونسبة 5.76% من فئة الإناث و بنفس النسبة ما يخص الكمبيوتر المحمول ويرجع سبب ارتفاع نسبة من يستخدمون الهاتف الذكي إلى توفر خدمة الويفي خلال السنوات الأخيرة في شريحة جيزي وموبيليس وأوريدو.

الجدول رقم 11 : يوضح توزيع المبحوثين حسب كيفية تصفحهم لموقع الفيس بوك.

النوع	ذكور		إناث		مجموع التكرارات	مجموع النسبة المئوية
	تكرار	نسبة%	تكرار	نسبة%		
بمفردك	24	%85.71	40	%76.93	64	%80
مع أصدقائك	4	%14.28	09	%17.30	13	%16.25
مع أحد أفراد عائلتك	00	%00	03	%5.77	03	%3.75
المجموع	28	%100	52	%100	80	%100

الجدول من إعداد الطالبتين

11- نلاحظ من خلال الجدول رقم (11) أن 80% من المبحوثين يتصفحون الفيس بوك، بمفردهم وهذا ما أكدته الذكور نسبة 85.71% ونسبة 76.93% من فئة الإناث ثم تليها نسبة 16.25% مع الأصدقاء وأقل نسبة فدرت بـ 3.75% ممن يتصفحون الموقع مع أحد أفراد العائلة وهذا ما أكدته فئة الإناث بـ 5.77% ويمكن تفسير ذلك الى طبيعة الاستخدام الفردي للهاتف الذكي او اللوحة الالكترونية إذ تتطلب مستخدما واحد وكذلك طبيعة الموقع الذي يتميز بالخصوصية.

الجدول رقم 12: يوضح توزيع المبحوثين حسب نوع الخدمات المفضلة لديهم.

النوع	ذكور		إناث		مجموع التكرارات	مجموع النسبة المئوية
	تكرار	نسبة%	تكرار	نسبة%		
مشاركة الصور	17	37.77%	35	42.16%	52	40.63%
مشاركة الروابط	2	4.44%	8	9.64%	10	7.82%
مشاركة الفيديو	7	15.56%	5	6.03%	12	9.37%
التعليقات	14	31.12%	24	28.92%	38	29.69%
الالعاب	3	6.6%	1	1.20%	4	3.12%
أخرى تذكر	2	4.44%	10	12.05%	12	9.37%
المجموع	45	100%	83	100%	128	100%

جدول من اعداد الطالبين

12- يبدو من خلال الجدول رقم 12 أن نسبة 40% من المبحوثين يفضلون مشاركة الصور وذلك ما أكدته فئة الاناث بنسبة 42.16% وفئة الذكور بنسبة 37.77% وتليها خدمة التعليقات بنسبة قدرت بـ 29.69% وذلك ما أكدته الذكور بنسبة 31.12% و 28.92% من فئة الاناث، وبعدها خدمة مشاركة الفيديو بنسبة 9.37% وبنفس النسبة يفضلون الدردشة وهذا ما أكدته الاناث بنسبة 12%. والذكور بنسبة 4.44% وتليها نسبة هي 7.82% مفضلين خدمة مشاركة الروابط وأقل نسبة هي 3.12% للذين يفضلون خدمة الالعاب، ويمكن تفسير تفضيل المبحوثين لخدمة مشاركة الصور برغبتهم بوضع الصور على صفحاتهم ومشاركتها مع الاصدقاء أو جعلها خلفية لصفحاتهم أما

بالنسبة لخدمة التعليقات فهذا راجع الى ميل المستخدمين للتعبير عن آرائهم وأفكارهم اتجاه المشاركات التي يضعها الاصدقاء.

الجدول رقم 13: يوضح توزيع المبحوثين حسب عضويتهم في مجموعات الفيس بوك

النوع	ذكور		إناث		مجموع التكرارات	مجموع النسبة المئوية
	تكرار	نسبة%	تكرار	نسبة%		
نعم	22	78.57%	40	76.92%	62	77.5%
لا	6	21.43%	12	23.07%	18	22.5%
المجموع	28	100%	52	100%	80	100%

جدول من اعداد الطالبين

13- يتضح لنا من خلال الجدول رقم (13) أن اغلب المبحوثين يشاركون كأعضاء في المجموعات المتاحة على صفحات الفيس بوك، وذلك بنسبة قدرها 77.5% وذلك من خلال تأكيد الذكور بنسبة 78.57% و 76.92% من فئة الاناث في حين قدرت نسبة الذين لا ينتمون الى مجموعات بـ 22.5% ويعود سبب إقبال المبحوثين الى الانضمام الى مجموعات هو انها مصدر هام للحصول على المعلومات في مختلف المجالات وقد تكون لأغراض أخرى كالتسلية والترفيه.

الجدول رقم 14: يمثل توزيع الباحثين حسب أنواع المجموعات المنظمين لها

النوع	ذكور		إناث		مجموع التكرارات	مجموع النسبة المئوية
	تكرار	نسبة%	تكرار	نسبة%		
سياسية	34	40.48%	4	4.30%	38	21.47%
اجتماعية	10	1.90%	19	20.43%	29	16.39%
اقتصادية	4	4.77%	5	5.38%	9	5.08%
اعلامية	8	9.53%	4	4.30%	12	6.78%
ثقافية	13	15.47%	26	27.95%	39	22.03%
ترفيهية	15	17.85%	35	37.64%	50	28.25%
المجموع	84	100%	93	100%	177	100%

جدول من اعداد الطالبين

14- أما فيما يتعلق بطبيعة المجموعات التي يشارك فيها الباحثين فكانت المجموعات الترفيهية تحتل الصدارة بنسبة 28.25% وهذا ما أكدته الاناث بنسبة 37.64% و 17.85% بالنسبة للذكور ثم تليها المجموعات الثقافية بنسبة قدرت بـ 22.03% وهذا ما تم تأكيده من طرف فئة الاناث بنسبة 27.95% وفئة الذكور بنسبة 15.47% ثم تليها المجموعات السياسية 21.47% والمجموعات الاجتماعية بنسبة 16.39% والمجموعات الاعلامية بنسبة 6.78% وبأقل نسبة كانت المجموعات الاقتصادية بنسبة 5.08%.

ومن خلال ما سبق نستنتج أن أكثر المجموعات مشاركة من طرف الباحثين هي المجموعات الترفيهية والثقافية وهذا راجع الى طبيعة المراهق الذي يسعى للترفيه والترويح عن نفسه وهذا ما يجده في هذه المجموعات.

الجدول رقم 15: يوضح توزيع الباحثين حسب دوافع استخدامهم لموقع الفيس بوك

النوع	ذكور		إناث		مجموع التكرارات	مجموع النسبة المئوية
	تكرار	نسبة%	تكرار	نسبة%		
المتغيرات						
التسلية والترفيه	13	21.66%	30	24%	43	23.24%
التواصل مع الأصدقاء	24	40%	42	33.6%	66	35.68%
التثقيف	13	21.67%	24	19.2%	37	20%
التعرف على اشخاص جدد	06	10%	19	15.2%	25	13.51%
التخلص من الفراغ العاطفي والاجتماعي	04	6.67%	10	8%	14	7.57%
المجموع	60	100%	125	100%	185	100%

جدول من اعداد الطالبين

15- يتضح من خلال الجدول رقم 15 أن نسبة 35.68% من الباحثين يستخدمون الفيس بوك من أجل التواصل مع الاصدقاء وهذا ما جاء بتأكيد فئة الذكور بنسبة 40% و 33.6% من فئة الإناث وتليها نسبة 23.24% يستخدمونه من أجل التسلية والترفيه وهذا من خلال تأكيد فئة الاناث بنسبة قدرت بـ 24% ونسبة 21.66% بالنسبة للذكور وبعدها نسبة 20% يستخدمونه من أجل التثقيف و 13.51% من أجل التعرف على اشخاص جدد فيما كانت أقل نسبة للذين يستخدمونه من أجل التخلص من الفراغ العاطفي والاجتماعي.

ومن خلال ما سبق نستنتج أن أغلبية الباحثين يتصفحون الفيس بوك من أجل التواصل مع الاصدقاء وهذا لتوفره على تقنية الصوت والصورة.

الجدول رقم 16 : يوضح توزيع المبحوثين حسب قبولهم لطلبات صداقة من اشخاص غرباء

النوع	ذكور		إناث		مجموع التكرارات	مجموع النسبة المئوية
	تكرار	نسبة %	تكرار	نسبة %		
نعم	10	35.72%	10	19.23%	20	25%
لا	18	64.28%	42	80.77%	60	75%
المجموع	28	100%	52	100%	80	100%

جدول من اعداد الطالبين

16- من خلال الجدول أعلاه يتضح لنا أن نسبة 75% من المبحوثين لا يقبلون طلبات الصداقة من اشخاصا غرباء وذلك ما أكدته الاناث بنسبة 80.77 % ونسبة 64.28 % من فئة الذكور، بينما كانت نسبة 25 % هم اللذين يقبلون طلبات الصداقة من اشخاص غرباء وذلك ما جاء بتأكيده الذكور بنسبة 35.72% وفئة الاناث بنسبة 19.23%.

الجدول رقم 17 : يمثل توزيع المبحوثين حسب عدم قبولهم لطلبات الصداقة من الاشخاص الغرباء

النوع المتغيرات	ذكور		إناث		مجموع التكرارات	مجموع النسبة المئوية
	تكرار	نسبة%	تكرار	نسبة%		
عدم الثقة بالأشخاص الغرباء	8	%38.09	32	%62.74	40	%55.56
خوفا من التأثيرات السلبية عليك	2	%9.53	12	%23.53	14	%19.44
تفاديا لوقوعك في اشخاص تختلف ثقافتهم مع ثقافتك	11	%52.38	07	%23.73	18	%25
المجموع	21	%100	51	%100	72	%100

جدول من اعداد الطالبين

17- نلاحظ من خلال الجدول أعلاه ان 55.56 % من المبحوثين لايقبلون طلبات الصداقة من الغرباء لعدم ثقتهم بهم. هذا ما جاء مؤكدا من طرف الاناث بنسبة 62.74 % ونسبة 38.09% من طرف الذكور ثم تليها نسبة 25% ممن لا يقبلون تلك الطلبات تفاديا لوقوعهم في اشخاص تختلف ثقافتهم عنهم. وبنسبة قدرها 19.44 % ممن يخافون من التأثيرات السلبية لأشخاص غرباء عنهم .

الجدول رقم 18 : يوضح توزيع المبحوثين حسب طبيعة الحاجات التي يليها الفيس بوك لهم

النوع	ذكور		إناث		مجموع التكرارات	مجموع النسبة المئوية
	تكرار	نسبة %	تكرار	نسبة %		
التنفيس والتعبير بحرية	9	16.67%	19	20.43%	28	19.04%
إشباع الفضول	1	1.86%	2	2.15%	3	2.04%
الحصول على المعلومات	24	44.44%	33	35.48%	57	38.77%
الهروب من الواقع	2	3.70%	5	5.38%	7	4.76%
التواصل والتفاعل مع الآخرين	18	33.33%	34	36.56%	52	35.37%
المجموع	54	100%	93	100%	147	100%

جدول من اعداد الطالبين

18- يبدو من خلال الجدول رقم 18 الذي يبين الحاجات التي يليها الفيس بوك للمبحوثين أن 38.77% يلي لهم حاجة الحصول على المعلومات وهذا ما أكده الذكور بنسبة 44.44% ونسبة 35.48% من فئة الاناث. ثم تليها حاجة التواصل والتفاعل مع الاخرين بنسبة 35.37% وذلك من خلال تأكيد فئة الاناث بنسبة 36.56% ونسبة 33.33% من فئة الذكور، وبعدها حاجة التنفيس والتعبير بحرية بنسبة قدرت ب 19.04% ونسبة 4.76% يرون ان الموقع يساعد في الهروب من الواقع وأقل نسبة هي 2.04% إحتلتها حاجة اشباع الفضول ومن خلال ما سبق نستنتج ان الفيس بوك يلي الحاجات المعرفية والتواصلية أكبر من الحاجات الاخرى.

الجدول رقم 19 : يوضح توزيع المبحوثين حسب طبيعة الإشباع المحققة من تصفح الفيس بوك.

النوع	ذكور		إناث		مجموع التكرارات	مجموع النسبة المئوية
	تكرار	نسبة %	تكرار	نسبة %		
المتغيرات						
ربط علاقات صداقة	18	69.23%	33	62.27%	51	64.56%
إيجاد حلول للمشاكل الاجتماعية	2	7.70%	11	20.75%	13	16.45%
التعرف على الجنس الاخر	6	23.07%	9	16.98%	15	18.99%
المجموع	26	100%	53	100%	79	100%

جدول من اعداد الطالبين

19- يتضح لنا من خلال الجدول أعلاه وبالاتماد على بياناته يمكن ترتيب الإشباع المحققة من تصفح الفيس بوك كالأتي : ربط علاقات صداقة بنسبة 64.56 % من خلال تأكيد فئة الذكور بنسبة 69.23 % ونسبة 62.27 % من فئة الاناث ثم تليها نسبة 18.99% للتعرف على الجنس الاخر وأقل نسبة احتلتها ايجاد الحلول للمشاكل الاجتماعية بنسبة قدرت بـ 16.45%. ويرجع سبب ارتفاع نسبة ربط علاقات صداقة مع الاخرين الى ما يتميز به الفيس بوك من تقنيات تسمح بتكوين علاقات صداقة والتواصل وتبادل وجهات النظر.

الجدول رقم 20: يمثل توزيع المبحوثين حسب شعورهم في فترة الانقطاع عن الفيس بوك

النوع	ذكور		إناث		مجموع التكرارات	مجموع النسبة المئوية
	تكرار	نسبة%	تكرار	نسبة%		
القلق والتوتر	13	46.43%	22	42.31%	35	43.75%
الراحة والاستقرار	4	14.28%	2	3.85%	06	7.5%
لا يشعر بشيء	11	39.29%	28	53.84%	39	48.75%
المجموع	28	100%	52	100%	80	100%

جدول من اعداد الطالبين

20- يبين لنا الجدول رقم 20 أن نسبة 48.75% من المبحوثين لا يشعرون بشيء لعدم تصفحهم الفيس بوك لفترة زمنية وذاك ما أكدته الاناث بنسبة 53.84% ونسبة 39.29% من فئة الذكور. ثم تليها نسبة 43.75% يشعرون بالقلق والتوتر اما الذين يشعرون بالراحة والاستقرار فقدرت نسبتهم بـ 7.5%.

ومن خلال هذه النتائج نستخلص ان أغلب المبحوثين لم يقعوا ضحية الادمان على الفيس بوك بما انهم لا يشعرون بشيء، كما أن هناك نسبة معتبرة راحو ضحية الادمان . فيما كانت نسبة الذين يشعرون بالراحة ضعيفة جدا وهذا ما يستدعي التفكير.

الجدول رقم 21: يوضح توزيع الباحثين حسب المواضيع التي يناقشونها على صفحات الفيس بوك

النوع	ذكور		إناث		مجموع التكرارات	مجموع النسبة المئوية
	تكرار	نسبة%	تكرار	نسبة%		
المتغيرات						
العادات والتقاليد	16	45.71%	29	32.95%	45	36.59%
اللغة	4	11.43%	22	25%	26	21.14%
التاريخ	4	11.43%	5	5.68%	9	7.31%
الدين والأعراف	3	8.58%	10	11.37%	13	10.57%
الادب والفنون	8	22.85%	22	35%	30	24.39%
المجموع	35	100%	88	100%	123	100%

جدول من اعداد الطالبين

21- يتضح لنا من خلال الجدول أعلاه أن نسبة 36.59 % من الباحثين يناقشون مواضيع حول العادات والتقاليد وهذا من خلال تأكيد الذكور بنسبة 45.71% وفتة الاناث بنسبة 32.95%. ثم تليها مواضيع حول الأدب والفنون بنسبة 24.39 % واللغة بنسبة قدرها 21.14%، أما فيما يخص الدين والأعراف فقدرت نسبتهم بـ 10.71% فيما احتلت مواضيع التاريخ أقل نسبة وهي 7.31%.

الجدول رقم 22: يمثل توزيع الباحثين حسب كيفية تفاعلهم مع هذه المواضيع.

النوع	ذكور		إناث		مجموع التكرارات	مجموع النسبة المئوية
	تكرار	نسبة%	تكرار	نسبة%		
المشاركة	8	26.67%	13	16.66%	21	19.44%
التعليق	10	33.33%	30	38.47%	40	37.03%
الإعجاب	12	40%	35	44.87%	47	43.51%
المجموع	30	100%	78	100%	108	100%

جدول من اعداد الطالبين

22- يبين الجدول رقم 22 طريقة تفاعل الباحثين مع المواضيع سابقة الذكر فنجد أن 43.51% يتفاعلون مع هذه المواضيع بالإعجاب وهذا ما أكدته فئة الاناث بنسبة 44.87% وفئة الذكور بنسبة 40%. ثم تليها 37.03% وهي نسبة الذين يتفاعلون عن طريق التعليق وقل نسبة للذين يتفاعلون بالمشاركة وقدرت نسبتهم بـ 19.44%.

الجدول رقم 23: يوضح توزيع المبحوثين حسب تفاعلهم مع مواضيع العادات والتقاليد

النوع	ذكور		إناث		مجموع التكرارات	مجموع النسبة المئوية
	تكرار	نسبة%	تكرار	نسبة%		
نعم	15	53.58%	38	73.08%	53	66.25%
لا	13	46.12%	14	26.92%	27	33.75%
المجموع	28	100%	52	100%	80	100%

جدول من إعداد الطالبتين

23- نلاحظ من خلال الجدول أعلاه ان نسبة 66.25% من أفراد العينة يتناقشون في مواضيع العادات والتقاليد وهذا حسب تأكيد فئة الاناث بنسبة قدرها 73.08% وفئة الذكور بنسبة 53.58%.

الجدول رقم 24: يوضح توزيع المبحوثين حسب درجة تفاعلهم مع مواضيع العادات والتقاليد.

النوع	ذكور		إناث		مجموع التكرارات	مجموع النسبة المئوية
	تكرار	نسبة%	تكرار	نسبة%		
ضعيفة	5	33.33%	3	7.89%	8	15.09%
متوسطة	9	60%	31	81.58%	40	75.48%
كبيرة	1	6.67%	4	10.53%	5	9.43%
المجموع	15	100%	38	100%	53	100%

جدول من اعداد الطالبتين

24- يتضح لنا من خلال بيانات الجدول أن نسبة 75.48% من المبحوثين يتفاعلون مع مواضيع العادات والتقاليد بدرجة متوسطة وذلك ما أكدته فئة الاناث بنسبة 81.58% وفئة الذكور بنسبة 60%

% . ثم تليها نسبة 15% من الذين يناقشونها بدرجة ضعيفة، فيما كانت نسبة 9.43% يناقشونها بدرجة كبيرة ويعود هذا الى عدم الاهتمام الكبير بالعادات والتقاليد من طرف المراهقين وتوجيه اهتمامهم .

الجدول رقم 25 :يوضح توزيع المبحوثين حسب اعتقادهم بتعزيز الفيس بوك للعادات والتقاليد

النوع المتغيرات	ذكور		إناث		مجموع التكرارات	مجموع النسبة المئوية
	تكرار	نسبة%	تكرار	نسبة%		
نعم	12	42.86%	29	55.77%	41	51.25%
لا	16	57.14%	23	44.23%	39	48.75%
المجموع	28	100%	52	100%	80	100%

جدول من اعداد الطالبتين

25- يبين الجدول رقم 25 أن 51.25% من المبحوثين يعتقدون أن الفيس بوك يساهم في تعزيز الهوية الثقافية وذلك حسب تأكيد الاناث بنسبة 42.86% و 55.7% من فئة الذكور أما الذين يعتقدون العكس فقدرت نسبتهم بـ 48.85% وذلك من خلال تأكيد فئة الذكور بنسبة 57.14% والإناث بنسبة 44.23%.

الجدول رقم 26: يوضح توزيع المبحوثين حسب تغير عاداتهم وتقاليدهم بعد تعرفهم على عادات جديدة من خلال موقع الفيس بوك.

النوع المتغيرات	ذكور		إناث		مجموع التكرارات	مجموع النسبة المئوية
	تكرار	نسبة%	تكرار	نسبة%		
نعم	6	21.43%	13	25%	19	23.75%
لا	9	32.15%	13	25%	22	27.5%
لا أشعر بذلك	13	46.42%	26	50%	39	48.75%
المجموع	28	100%	52	100%	80	100%

جدول من اعداد الطالبتين

26- من بيانات الجدول أعلاه يتضح لنا أن 48.75% من المبحوثين لايشعرون بتغير عاداتهم وتقاليدهم بعد تعرفهم على عادات أخرى وذلك ما أكدته الإناث بنسبة قدرها 50% و 46.42% من فئة الذكور. تليها نسبة 27.5% من المبحوثين لم يحدث أي تغير لعاداتهم وهذا من خلال تأكيد الذكور بنسبة 32.15% و 25% من فئة الإناث وأقل نسبة هي 23.75% كانت للذين تغيرت عاداتهم وتقاليدهم .

الجدول رقم 27: يوضح توزيع الباحثين حسب نوع اللغة المعتمدة في الحوار

النوع المتغيرات	ذكور		إناث		مجموع التكرارات	مجموع النسبة المئوية
	تكرار	نسبة%	تكرار	نسبة%		
العربية	5	17.86%	5	19.62%	10	12.5%
العامية	10	35.72%	19	36.54%	29	36.25%
الفرنسية	3	10.71%	6	11.54%	9	11.25%
مزيج من اللغات	10	35.71%	22	42.30%	32	40%
المجموع	28	100%	52	100%	80	100%

جدول من اعداد الطالبين

27- يبين الجدول رقم 27 أن 40% من الباحثين يمزجون بين اللغات في حواراتهم وذلك ما أكدته الإناث بنسبة 42.30% و 35.71% من طرف الذكور. ثم تليها العامية بنسبة قدرها 36.25%، اللغة العربية بنسبة 12.5% واللغة الفرنسية بنسبة 11.25%.

الجدول رقم 28: يوضح توزيع الباحثين حسب تعلمهم للغات جديدة على الفيس بوك

النوع	ذكور		إناث		مجموع التكرارات	مجموع النسبة المئوية
	تكرار	نسبة%	تكرار	نسبة%		
نعم	19	67.86%	35	67.30%	54	67.5%
لا	9	32.14%	17	32.70%	26	32.5%
المجموع	18	100%	52	100%	80	100%

جدول من اعداد الطالبين

28- توضح بيانات الجدول أعلاه أن نسبة 67.5% من الباحثين تعلموا لغات جديدة وذلك ما أكده الذكور بنسبة 67.86% ونسبة 67.30% حسب فئة الاناث. أما الباحثين الذين لم يتعلموا لغات جديدة فقدرت نسبتهم بـ 32.5% وذلك ما أكدته فئة الاناث بنسبة قدرها 32.70% و 32.14% من فئة الذكور.

الجدول رقم 29: يوضح توزيع الباحثين حسب استخدامهم للغات أخرى بدلا من اللغة الأم

النوع	ذكور		إناث		مجموع التكرارات	مجموع النسبة المئوية
	تكرار	نسبة%	تكرار	نسبة%		
نعم	06	31.58%	11	31.42%	17	31.48%
لا	13	68.42%	24	68.58%	37	68.52%
المجموع	19	100%	35	100%	54	100%

جدول من اعداد الطالبين

29- من بيانات الجدول أعلاه يتضح أن 68.52% من الباحثين لا يستخدمون لغات بدلا من اللغة الأم وذلك من خلال تأكيد الاناث بنسبة 68.58% و 68.42% حسب فئة الذكور. فيما قدرت نسبة من استخدموا هذه اللغات بـ 31.48%.

الجدول رقم 30: يوضح توزيع المبحوثين حسب مناقشتهم لمواضيع التاريخ على صفحة الفيس بوك

النوع	ذكور		إناث		مجموع التكرارات	مجموع النسبة المئوية
	تكرار	نسبة%	تكرار	نسبة%		
نعم	13	46.43%	16	30.77%	29	36.25%
لا	15	53.57%	36	69.23%	51	63.75%
المجموع	28	100%	52	100%	80	100%

جدول من اعداد الطالبين

30- من خلال الجدول رقم 30 نلاحظ أن 63.75% من المبحوثين لا يناقشون مواضيع التاريخ على صفحة الفيس بوك وهذا ما أكدته فئة الاناث بنسبة 69.23% ونسبة 53.57% من فئة الذكور. أما الذين يناقشونها فقدرت نسبتهم بـ 36.25% وذلك من خلال تأكيد فئة الذكور بنسبة قدرها 46.43% ونسبة 30.77% من الاناث.

الجدول رقم 31: يوضح توزيع المبحوثين حسب الهدف من مناقشة مواضيع التاريخ

مجموع النسبة المئوية	مجموع التكرارات	إناث		ذكور		النوع المتغيرات
		نسبة %	تكرار	نسبة %	تكرار	
%31.03	9	31.25 %	5	%30.77	4	تنمية المعارف التاريخية
%31.03	9	31.25 %	5	%30.77	4	التعريف بالتاريخ
%37.94	11	37.5 %	6	%38.46	5	الاعتزاز بأمجاد الوطن
%100	%29	%100	16	%100	13	المجموع

جدول من اعداد الطالبين

31- يبين الجدول أعلاه أن 37.94% من المبحوثين يناقشون مواضيع التاريخ بهدف تنمية المعارف التاريخية وهذا من خلال تأكيد فئة الذكور بنسبة قدرها 38.46% و 37.5% من فئة الاناث. وتليها نسبة 31.03% بهدف التعريف بالتاريخ وبنفس النسبة هدف الاعتزاز بأمجاد الوطن.

الجدول رقم 32: يوضح توزيع المبحوثين حسب تغير نظرتهم للتاريخ الجزائري بعد مناقشتها على صفحات الفيس بوك.

النوع	ذكور		إناث		مجموع التكرارات	مجموع النسبة المئوية
	تكرار	نسبة%	تكرار	نسبة%		
نعم	6	46.16%	10	62.5%	16	55.18%
لا	7	53.84%	6	37.5%	13	44.82%
المجموع	13	100%	16	100%	29	100%

جدول من اعداد الطالبين

32- يبدو من خلال الجدول رقم 32 أن نسبة 55.18 % من المبحوثين تغيرت نظرتهم للتاريخ الجزائري بعد مناقشته على صفحة الفيس بوك وذلك من خلال تأكيد فئة الاناث بنسبة 62.5% و46.16% بالنسبة لفئة الذكور. أما الذين لم تتغير نظرتهم فقدرت نسبتهم بـ 44.82%.

الجدول رقم 33 : يوضح توزيع المبحوثين حسب تطرقهم للمواضيع الدينية على صفحات الفيس بوك

النوع	ذكور		إناث		مجموع التكرارات	مجموع النسبة المئوية
	تكرار	نسبة%	تكرار	نسبة%		
نعم	11	39.29%	33	63.46%	44	55%
لا	7	60.71%	19	36.54%	36	45%
المجموع	18	100%	52	100%	80	100%

جدول من اعداد الطالبين

33- من بيانات الجدول رقم 33 يتضح لنا ان 50% من المبحوثين يناقشون المواضيع الدينية على صفحات الفيس بوك وذلك ما أكدته الاناث بنسبة قدرها 63.46% و 39.29% من فئة الذكور. أما الذين لا يناقشونها فكانت نسبتهم 45%

الجدول رقم 34: يوضح توزيع الباحثين حسب طبيعة المواضيع الدينية التي يناقشونها على صفحات الفيس بوك.

النوع المتغيرات	ذكور		إناث		مجموع التكرارات	مجموع النسبة المئوية
	تكرار	نسبة%	تكرار	نسبة%		
الاحكام الشرعية	6	42.86%	17	35.41%	23	37.09%
السنة النبوية	5	35.71%	10	20.84%	15	24.20%
الفتاوى	1	7.15%	14	29.16%	15	24.20%
تفسير القرآن	2	14.28%	7	14.59%	09	14.51%
المجموع	14	100%	48	100%	62	100%

جدول من اعداد الطالبين

34- نلاحظ من الجدول أعلاه أن نسبة 37.09% من الباحثين يناقشون مواضيع الاحكام الشرعية وهذا ما أكده فئة الذكور و نسبة 35.41% من فئة الاناث. في حين تساوتا السنة النبوية والفتاوى بنسبة قدرها 24.20% وأقل نسبة كانت 14.51% للذين يناقشون مواضيع تفسير القرآن

الجدول رقم 35: يوضح توزيع المبحوثين حسب تغير نظرتهم لأحكام الشريعة بعد مناقشتها على الفيس بوك

النوع	ذكور		إناث		مجموع التكرارات	مجموع النسبة المئوية
	تكرار	نسبة%	تكرار	نسبة%		
نعم	6	54.54%	12	36.36%	18	40.90%
لا	5	45.46%	21	63.64%	26	59.10%
المجموع	11	100%	33	100%	44	100%

جدول من اعداد الطالبين

35- يتضح لنا من خلال الجدول رقم 35 أن 59.10% من المبحوثين لم تتغير نظرتهم لأحكام الشريعة بعد مناقشتها على صفحة الفيس بوك من خلال تأكيد الاناث بنسبة قدرها 63.36% ونسبة 45.46%. فيما قدرت نسبة الذين تغيرت نظرتهم لاحكام الشريعة بـ 40.90% وذلك حسب فئة الذكور بنسبة 54.54% وفئة الاناث بنسبة 36.36%

الجدول رقم 36: يوضح توزيع المبحوثين حسب رأيهم في تأثير الفيس بوك على هويتهم الثقافية

النوع المتغيرات	ذكور		إناث		مجموع التكرارات	مجموع النسبة المئوية
	تكرار	نسبة%	تكرار	نسبة%		
نعم	20	71.43%	21	40.38%	41	51.25%
لا	8	28.57%	31	59.62%	39	48.75%
المجموع	28	100%	52	100%	80	100%

جدول من اعداد الطالبين

36- من بيانات الجدول أعلاه نلاحظ أن 51.25 % من المبحوثين يرون أن الفيس بوك يؤثر على هويتهم الثقافية وذلك حسب تأكيد فئة الذكور بنسبة 71.43 % وفئة الاناث بنسبة 40.38%. أما الذين يرون أنه لا يؤثر على هويتهم الثقافية فقدرت نسبتهم بـ 48.75%.

الجدول رقم 37: يوضح توزيع المبحوثين حسب طبيعة تأثير الفيس بوك على هويتهم الثقافية

النوع	ذكور		إناث		مجموع التكرارات	مجموع النسبة المئوية
	تكرار	نسبة%	تكرار	نسبة%		
يساعد على دعم وتعزيز الهوية الثقافية	4	20%	7	25%	11	22.92%
التعرف على ثقافات الشعوب الاخرى	4	20%	12	42.86%	16	33.34%
زيادة الثقة بالنفس والشعور بوجود الذات	2	10%	06	21.42%	8	16.67%
طمس الهوية الاصلية	4	20%	10	3.58%	5	10.41%
يساهم في تغير الثقافات الاصلية	4	20%	00	00%	4	8.33%
نشر عادات وثقافات تخالف الثقافة المحلية	2	10%	02	7.14%	4	8.33%
المجموع	20	100%	28	100%	48	100%

جدول من اعداد الطالبين

37- من بيانات الجدول رقم 37 يتضح لنا أن 33.34% من المبحوثين يرون أن الفيس بوك عامل للتعرف على ثقافات الشعوب الاخرى وذلك من خلال تأكيد فئة الاناث بنسبة 42.80% و20% من فئة الذكور. وتليها نسبة 22.92% قالوا أنه يساعد في دعم وتعزيز الهوية الثقافية، وبعدها نسبة 16.67% بالنسبة لزيادة الثقة بالنفس والشعور بوجود الذات. فيما قدرت نسبة طمس الهوية الاصلية بـ 10.41%، وتساوتا نشر عادات وثقافات تخالف الثقافة المحلية وتغيير الثقافات الأصلية بنسبة قدرها 8.33%.

ثانيا: النتائج العامة للدراسة:

- 1- أكدت الدراسة أن 65% من المبحوثين اناث و35% من المبحوثين ذكور.
- 2- أثبتت الدراسة أن 33.75% من المبحوثين ينتمون الى سن 18 سنة.
- 3- توصلت الدراسة أن 46.25% من المبحوثين يدرسون في السنة الأولى ثانوي، و35% يدرسون في السنة الثانية ثانوي و18.75% يدرسون في السنة الثالثة ثانوي .
- 4- أكدت الدراسة أن جميع المبحوثين يمتلكون حساب خاص الفيس بوك .
- 5- توصلت الدراسة إلى أن 43.75% من المبحوثين يمتلكون الفيس بوك مند أكثر من ثلاث سنوات.
- 6- أثبتت الدراسة أن 48.75% من المبحوثين معلوماهم التي يضعونها بعضها حقيقي والبعض منها غير حقيقي .
- 7- توصلت الدراسة الى أن 37.5% من المبحوثين يتصفحون الفيس بوك من ساعة الى 3 ساعات
- 8- أكدت الدراسة أن 60% من المبحوثين يتصفحون الفيس بوك حسب سماح الظروف لهم.
- 9- توصلت الدراسة الى أن كل افراد العينة يتصفحون موقع الفيس بوك من منازلهم .
- 10- أثبتت الدراسة أن 78.75% من المبحوثين يفضلون الهاتف الذكي في تصفح الفيس بوك .
- 11- أكدت الدراسة أن 80% من المبحوثين يتصفحون الفيس بوك بمفردهم .
- 12- توصلت الدراسة الى أن 40.63% من المبحوثين يفضلون خدمة مشاركة الصور و29.69% يفضلون خدمة التعليقات .
- 13- أثبتت الدراسة أن أغلب المبحوثين لهم عضوية في مجموعات بنسبة 77.5% .
- 14- أكدت الدراسة أن 28.25% من المبحوثين منظمين الى المجموعات الترفيهية.
- 15- توصلت الدراسة الى أن 35.68% من المبحوثين يستخدمون الفيس بوك بدافع التواصل مع الأصدقاء و 23.24% بدافع التسلية والترفيه.
- 16- أثبتت الدراسة أن 75% من المبحوثين لا يقبلون طلبات صداقة من أشخاص غرباء.

- 17- أكدت الدراسة أن 55.56% من المبحوثين لا يقبلون طلبات الصداقة من أشخاص غرباء بسبب عدم ثقتهم بهم و19.44% خوفا من التأثيرات السلبية عليهم .
- 18- توصلت الدراسة الى أن 38.77% من المبحوثين يلبي الفيس بوك لهم حاجة الحصول على المعلومات و35.37% من المبحوثين يلبي لهم حاجة التواصل والتفاعل مع الاخرين.
- 19- أثبتت الدراسة أن 64.56% من المبحوثين يحقق لهم الفيس بوك إشباع ربط علاقات صداقة .
- 20- أكدت الدراسة أن 48.75% من المبحوثين لا يشعرون بأي شيء لعدم تصفحهم الفيس بوك لفترة.
- 21- أثبتت الدراسة أن 36.59% من المبحوثين يناقشون مواضيع العادات والتقاليد على صفحة الفيس بوك.
- 22- توصلت الدراسة الى أن 43.51% من المبحوثين يتفاعلون مع المواضيع عن طريق الاعجاب .
- 23- أكدت الدراسة أن 66.25% من المبحوثين يتفاعلون مع مواضيع العادات والتقاليد على صفحة الفيس بوك .
- 24- أثبتت الدراسة أن 75.48% من المبحوثين يتفاعلون بدرجة متوسطة مع مواضيع العادات والتقاليد.
- 25- توصلت الدراسة الى أن 51.25% من المبحوثين يعتقدون أن الفيس بوك يعزز العادات والتقاليد.
- 26- أثبتت الدراسة أن 48.75% من المبحوثين لايشعرون بتغير عاداتهم وتقاليدهم و27.5% منهم تغيرت عاداتهم.
- 27- أكدت الدراسة أن 40% من المبحوثين يمزجون بين اللغات في حواراتهم على صفحة الفيس بوك و36.25% من يستخدمون العامية.
- 28- توصلت الدراسة إلى أن 67.5% من المبحوثين تعلموا لغات جديدة من خلال تصفحهم لموقع الفيس بوك.

29- أكدت الدراسة أن 68.52% من المبحوثين لا يستخدمون اللغات التي تعلموها بدلا من اللغة العربية.

30- أثبتت الدراسة أن 63.75% لا يتطرقون لمواضيع التاريخ الجزائري على صفحة الفيس بوك و36.25% فقط يناقشونها.

31- توصلت الدراسة إلى أن 37.94% من المبحوثين يناقشون المواضيع التاريخية بهدف تنمية معارفهم التاريخية.

32- أكدت الدراسة أن 55.18% من المبحوثين تغيرت نظرتهم للتاريخ الجزائري بعد مناقشته على صفحة الفيس بوك.

33- توصلت الدراسة إلى أن 55% من المبحوثين يناقشون المواضيع الدينية على صفحات الفيس بوك.

34- أكدت الدراسة أن 37.09% من المبحوثين يتطرقون إلى مواضيع الأحكام الشرعية.

35- أثبتت الدراسة أن 59.10% من المبحوثين لم تتغير نظرتهم لأحكام الشريعة بعد مناقشتها على صفحة الفيس بوك.

36- أكدت الدراسة أن 51.25% من المبحوثين يرون أن الفيس بوك أثر على هويتهم الثقافية.

37- توصلت الدراسة إلى أن 33.34% من المبحوثين يرون أن الفيس بوك عامل للتعرف على ثقافات الشعوب الأخرى.

ثالثا- نتائج الدراسة في ضوء نظرية الاستخدامات و الاشباعات :

- أظهرت الدراسة أن المبحوثين يستخدمون موقع الفيس بوك بدافع التواصل مع الاصدقاء وكذلك بدافع التسلية والترفيه.

- تتنوع حاجات استخدام موقع الفيس بوك من طرف المبحوثين:

الحاجات المعرفية : المرتبطة بالحصول على المعلومات والإخبار و ذلك بنسبة بلغت 38.77%.

الحاجات النفسية : و هي حاجة التنفيس والتعبير بحرية .

الحاجات الاجتماعية : تتمثل في الحاجة الى التواصل والتفاعل مع الآخرين .
من خلال هذه الدراسة تبين أن هناك أبعاد جديدة للاشباعات المحققة من استخدام موقع الفيس بوك وهي الاشباعات الاجتماعية، والتي تضمنت ربط علاقات صداقة مع الاخرين وإيجاد حلول للمشاكل الاجتماعية والعاطفية .

رابعاً- مناقشة نتائج الدراسة في ضوء نتائج الدراسات السابقة

-نتائج التساؤل الأول: ما هي عادات وأنماط تصفح المراهقين لموقع الفيس بوك ؟
أشارت نتائج الدراسة الى أن أغلب المبحوثين يتصفحون موقع الفيس بوك من ساعة الى ثلاث ساعات في اليوم في حين توصل الباحث سامي أحمد سناوي في دراسته أن أغلب المبحوثين يقضون فترة أقل من ساعتين في اليوم .

أكدت دراستنا أن كل المبحوثين يتصفحون الفيس بوك من منازلهم بنسبة 100%، وهي تتفق مع نتيجة دراسة الباحثين شليحون نصيرة وبوعيطه مريم اللتان توصلتا الى أن أغلب المبحوثين يتصفحون الموقع من منازلهم بنسبة 93.1%.

أكدت دراستنا أن أغلب المبحوثين ينتمون إلى المجموعات الترفيهية بنسبة 28.25 % في حين توصلت دراسة شليحون وبوعيطه إلى أن المجموعات الإجتماعية هي الأكثر إقبالا من طرف المبحوثين بنسبة 59.7%

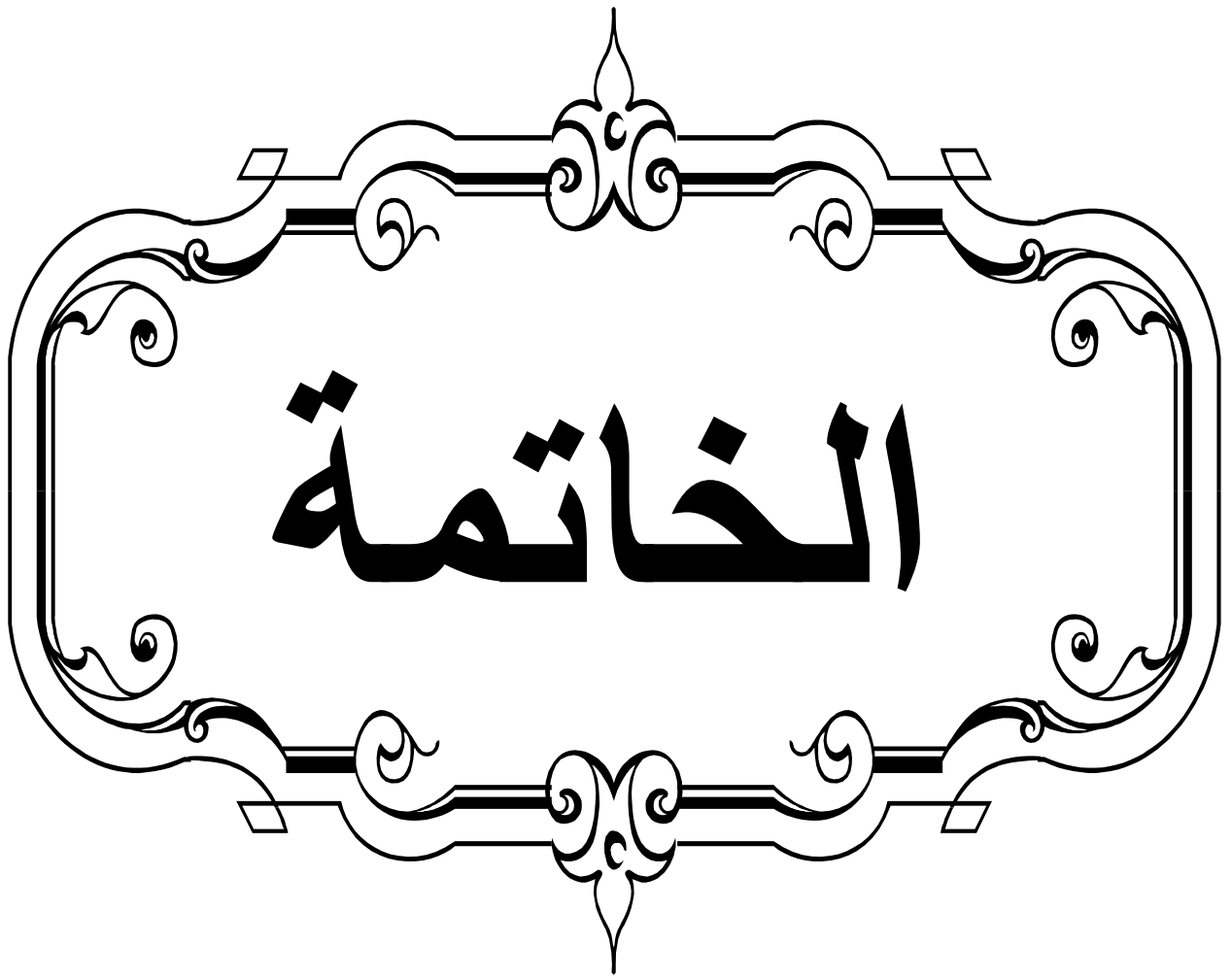
-نتائج التساؤل الثاني : ما هي دوافع وحاجات تصفح المراهقين لموقع الفيس بوك؟

أكدت دراستنا أن اغلب المبحوثين أن اغلب المبحوثين يستخدمون موقع الفيس بوك بدافع التواصل مع الاصدقاء بنسبة 35.68%، وهذا ما توصلت اليه دراسة شليحون نصيرة وبوعيطه والتي أكدنا أن المبحوثين يستخدمون الموقع بهدف التواصل مع الاهل والأصدقاء بنسبة 55.9%

-نتائج التساؤل الثالث : أثر الفيس بوك على الهوية الثقافية للمراهقين؟

-توصلت دراستنا الى أن المراهقين يناقشون مواضيع العادات والتقاليد بنسبة 66.25% وهذا ما أكدته دراسة بدر الدين بن بلعباس حيث توصلت إلى أن الطلبة الجامعيون يناقشون المواضيع المتعلقة بالعادات الاجتماعية على صفحات الفيس بوك بنسبة 72.93%.

-أكدت دراستنا أن المراهقين يناقشون المواضيع المتعلقة بالدين والأعراف بنسبة 55% وهذا ما تتوافق معه نتائج دراسة بدر الدين بن بلعباس التي أكدت أن الطلبة الجامعيون يناقشون المسائل المتعلقة بالأعراف الاجتماعية على صفحات الفيس بوك ويهتمون بها وذلك بنسبة 45.30%.



الخاتمة

لقد سعينا من خلال دراستنا هذه الى تناول موضوع استخدام موقع التواصل الاجتماعي الفيس بوك وأثره على الهوية الثقافية للمراهقين، محاولين الكشف عن هذا الأثر من خلال الأثر الكبير الذي يلعبه هذا الموقع في بناء الهوية الثقافية للمراهقين باعتبارها واحدة من أعقد المواضيع المطروحة. ولقد توصلنا من خلال دراستنا المعنونة : أثر الفيس بوك على الهوية الثقافية للمراهقين الى أن أغلب المبحوثين إناث تتراوح أعمارهم ما بين 15 و 19 سنة والذين يزاولون دراستهم بثانوية محمد الصديق بن يحيى وذلك في السنة الأولى، و يمتلكون حسابا خاصا في الفيس بوك، منذ أكثر من ثلاث سنوات.

كما توصلنا الى أن أغلبية المبحوثين يضعون في حساباتهم معلومات بعضها حقيقي وبعضها غير حقيقي، ويقضي اغلبهم مدة قدرها من ساعة الى ثلاث ساعات في تصفحهم للموقع أما بالنسبة للوقت الذي يفضلونه في تصفحهم للموقع فأغلبيتهم يتصفحونه حسب الظروف المتاحة لهم ويفضلون المنزل في التصفح مستعملين الهواتف الذكية ،بمفردهم مفضلين خدمة مشاركة الصور وأغلبيتهم أعضاء في مجموعات ترفيهية وذلك بدافع التواصل مع الاصدقاء، وتوصلنا ايضا الى أن أغلب المبحوثين لا يقبلون طلبات صداقة من أشخاص غرباء وذلك لعدم ثقتهم بهم، أما عن الحاجات التي يليها لهم الموقع فهي حاجة الحصول على المعلومات، أما فيما يخص الاشباعات المحققة من تصفح الفيس بوك فكانت ربط علاقات صداقة.

واستنتجنا من دراستنا كذلك أن عدم تصفح الفيس بوك لفترة لا يشعرهم بشيء، كما توصلنا الى ان أغلب المبحوثين يناقشون مواضيع العادات والتقاليد ويتفاعلون مع هذه المواضيع بالإعجاب وبدرجة متوسطة وأكدوا ان الفيس بوك يساهم في تعزيز العادات والتقاليد.

كما توصلت الدراسة الى ان أغلب المبحوثين يمزجون بين اللغات في حواراتهم وقد ساهم الفيس بوك في تعلمهم لغات جديدة إلا أنهم لا يستخدمونها بدلا من لغتهم الام.

كما استنتجنا ان أغلب المبحوثين لا يتطرقون لمواضيع التاريخ الجزائري أما بالنسبة للذين يناقشونه فهدف تنمية معارفهم التاريخية وأكدوا ان نظرتهم تغيرت للتاريخ الجزائري، كما أقروا

أنهم يناقشون مواضيع دينية وخاصة الاحكام الشرعية، وأكدوا ان الفيس بوك يؤثر على هويتهم الثقافية وذلك من خلال تعرفهم على ثقافات الشعوب الاخرى.

وفي النهاية لا يمكننا الجزم بأن العلاقة بين استخدام موقع الفيس بوك والهوية الثقافية للمراهقين هي علاقة تأثير سلبي، وأن هذا التأثير السلبي يختلف من مجتمع الى آخر فهذا الموقع يعمل على طمس هويتهم الثقافية كما قد يكون معززا لها.

تبقى هذه الدراسة في الاخير حلقة من حلقات البحث المتواصلة لاستكشاف أثر الفيس بوك على الهوية الثقافية للمراهقين لنفسح المجال لباحثين آخرين للتعلم في البحث.

قائمة المصادر

والمراجع

الكتب:

1. أحمد، بن مرسلي. (2003). *مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال*. (ط 4). الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية .
2. أحمد، بن مرسلي. (2017). *مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال*. (ط 2). الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية.
3. السيد عبد العاطي، السيد. (2003). *المجتمع والثقافة والشخصية*. الإسكندرية: دار المعرفة الجامعية للنشر والتوزيع.
4. بسام عبد الرحمان، المشاقبة. (2011). *نظريات الإعلام*. (ط 1). الأردن: دار أسامة للنشر والتوزيع.
5. جمال، العيفة. (2003). *الثقافة الجماهيرية عندما تخضع وسائل الإعلام و الاتصال لقوى السوق*. عنابة: منشورات جامعة باجي مختار.
6. حسين محمود، هتيمي. (2015). *العلاقات العامة وشبكات التواصل الإجتماعي*. (ط 1). عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع.
7. خالد أحمد، أبو شعيرة، ثائرأحمد، غباري. (2009). *الثقافة وعناصرها*. (ط 1). عمان: مكتبة المجتمع العربي للنشر والتوزيع.
8. خالد غسان، يوسف المقدادي. (2013). *ثورة الشبكات الاجتماعية*. (ط 1). عمان: دار الفنائس للنشر والتوزيع.
9. خليل أحمد، خليل. (1984). *المفاهيم الأساسية في علم الاجتماع*. (ط 1). دار الحداثة للنشر والتوزيع.
10. دلال، ملحس استينية. (2004). *التغيير الاجتماعي والثقافي*. (ط 1). الأردن: دار وائل للنشر والتوزيع.

11. زهير سعد، عباس. سويم، العزي. (2015). ظاهرة العولمة وتأثيراتها في الثقافة العربية. (ط 1). عمان: مركز الكتاب الأكاديمي للنشر والتوزيع.
12. زوبير، زرازايحي. (2010). العولمة والهوية الثقافية. في سلسلة. مخبر علم اجتماع الإتصال للبحث والترجمة.
13. زينب، سالم، أحمد عبد الرحمان. (2015). الطفل العربي والثقافة الإلكترونية. (ط 1). دار العلم والإيمان للنشر والتوزيع.
14. سعيد رشيد، الأعضمي. (2012). أساسيات علم نفس الطفولة والمراهقة. (ط 1). عمان: دار جليس الزمان للنشر والتوزيع.
15. سليمان بكر، بن کران. (2015). الإتصال الجماهيري والخدمة الاجتماعية ووسائل التواصل الاجتماعي. (ط 1). عمان: دار الراية للنشر والتوزيع.
16. عاطف، وصفي. أنثربولوجيا الثقافة. لبنان: دار النهضة العربية للنشر والتوزيع.
17. عباس مصطفى، صادق. (2008). الإعلام الجديد المفاهيم والوسائل والتطبيقات. (ط 1). الأردن: دار الشروق للنشر والتوزيع.
18. عبد الجليل، الأزدي. (2003). عولمة الثقافة. ترجمة: جان بيير قارنيبي. (ط 1). دار المصرية اللبنانية.
19. عبد الحميد موسى، يعقوب. الإعلام الجديد والجريمة الإلكترونية. (ط 1). دار العالمية للنشر والتوزيع.
20. عبد الرحمان، الوافي. (2008). مدخل إلى علم النفس. (ط 3). دار هومة للنشر والتوزيع.
21. عبد الرحمان، الوافي. (2011). في سيكولوجية الإنسان والمجتمع. الجزائر: دارهومة للنشر والتوزيع.
22. عبد المبنى. (1990). تكنولوجيا الإتصال والثقافة بين النظرية والتصنيف. القاهرة: العربي للنشر والتوزيع.

23. عبيد شفيق، الرحباني. (2015). الإستعمار الإلكتروني والإعلام. (ط1). عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع.
24. علاء الدين، كفاي. (2009). علم النفس الإرتقائي سيكولوجية الطفولة والمراهقة. (ط 1). عمان: دار الفكر للنشر والتوزيع.
25. فاروق أحمد، مصطفى، محمد عباس، إبراهيم. (2007). الأنثروبولوجيا الثقافية. مصر: دار المعرفة الجامعية للنشر والتوزيع.
26. فتحي حسين، عامر. (2011). وسائل الإتصال الحديثة من الجريدة إلى الفيس بوك. القاهرة: دار العربي للنشر والتوزيع.
27. فريال، حسين خليفة. (2002). الإديولوجيا والهوية الثقافية الحداثنة وحضور العالم الثالث. ترجمة: جورج لارين. القاهرة: مكتبة مديولى للنشر والتوزيع.
28. فيروز مامي، زرارقة، فضيلة، زرارقة. (2013). السلوك العدواني لدى المراهق بين التشئة الإجتماعية وأساليب المعالجة الوالدية. الأردن: دار الأيام للنشر والتوزيع.
29. كامل محمد، المغربي. (2007). أساليب البحث العلمي في العلوم الإنسانية والاجتماعية. (ط1). عمان: دار الثقافة للنشر والتوزيع.
30. كمال، خورشيد مراد. (2011). الإتصال الجماهيري والإعلام التطور- الخصائص- النظريات. (ط 1). عمان: دار المسيرة للنشر والتوزيع.
31. ليلي أحمد، جرار. (2012). الفيس بوك والشباب العربي. (ط 1). مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع.
32. ماهر عودة، الشمايلة، محمود عزت، اللحام، مصطفى يوسف، الكافي. (2015). الإعلام الرقمي الجديد. (ط 1). عمان: دار الإعصار العلمي للنشر والتوزيع.
33. محمد أحمد، بيومي، علي عبد الرزاق، جلي، السيد عبد العاطي، السيد. (2005). علم الاجتماع الثقافي. دار المعرفة الجامعية للنشر والتوزيع.

34. محمد حسين، البرغثي. (2007). الثقافة العربية والعولمة. (ط 1). بيروت: المؤسسة العربية للدراسات والتوزيع.
35. محمد عماد الدين، إسماعيل. (2010). الطفل من الحمل إلى الرشد. (ط 1). عمان: دار الفكر للنشر والتوزيع.
36. محمد، عبيدات، محمد، أبو نصار، عقلة، مبيضين. (1999). منهجية البحث العلمي. (ط 1). عمان: دار وائل للنشر والتوزيع.
37. محمد، عمارة. (1999). مخاطر العولمة على الهوية الثقافية. الجيزة: نخصة مصر للطباعة والنشر والتوزيع.
38. مروة عصام، صلاح. (2015). الإعلام الإلكتروني الأسس وآفاق المستقبل. (ط 1). عمان: دار الإعصار العلمي للنشر والتوزيع.
39. منيرة، زلوف. (2011). المعاش النفسي للمراهقات والمصابات بداء السكري المرتبط بالأنسولين وأثره على مستوى التحصيل الدراسي. الجزائر: دار هومة للطباعة والنشر والتوزيع.
40. نظام محمود، بركات. التبادل اللامتكافئ بين الثقافتين العربية والغربية. في سلسلة. (ط 1). لبنان:
41. نوال، حمادوش. (2015). السلوك اللغوي والهوياتي في المجتمعات المغاربية. (ط 1). عمان: دار الأيام للنشر و التوزيع.
42. إحسان، محمد الحسن. (2009). مناهج البحث الاجتماعي. (ط 2). عمان: دار وائل للنشر والتوزيع.
43. -عامر إبراهيم، قندلجي. (1999). البحث العلمي وإستخدام مصادر المعلومات. (ط 1). عمان: دار البازوري العلمية والنشر والتوزيع.
44. عباس مصطفى، صادق. (2008). الإعلام الجديد المفاهيم والوسائل والتطبيقات. (ط 1). الأردن: دار الشروق للنشر والتوزيع.

45. عبد الرزاق، الدواي. (2013). في الثقافات والخطاب عن حرب الثقافات حوار الهويات الوطنية في زمن العولمة. (ط 1). بيروت: المركز العربي للأبحاث والدراسات السياسية.
46. عبد الله عامر ، الشمالي. أسلوب البحث الاجتماعي وتقنياته. (ط 3). بنغازي: منشورات جامعة قاربوس.
47. علاء الدين محمد، عفيفي. (2015). الإعلام وشبكات التواصل الاجتماعي العالمية. (ط 1). الإسكندرية: دار التعليم الجامعي للنشر والتوزيع.
- المجلات:**
48. العيد، ورام. (3 جويلية 2014). البعد الثقافي للعولمة وأثرها على الهوية الثقافية للشباب العربي. مجلة العلوم الاجتماعية والإنسانية. العدد 2. ص 9.
49. دليلة، غروبة. (2013). الأنترنت الشبكات الاجتماعية وثورة الإعلام الجديد. مجلة الحكمة للدراسات الإعلامية والاتصالية. العدد 15. ص 3-4.
50. سارة، عماري. (2015). إستخدام الشباب الجزائري لمواقع التواصل الاجتماعي في إحياء الذاكرة الثورية الجزائرية. مجلة الصور والاتصال. العددان 15 16 ص 495.
51. عبيدة، صبطي، عادل، قايدي. (جوان 2017). الصورة ودورها في بناء الهوية الثقافية للمجتمع الجزائري. مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية. العدد 29 ص 23.
52. مصطفى، طيفور، العربي بوعمامة. تأثير وسائل الإعلام على تشكيل الهويات الثقافية في ظل العولمة. مجلة الحكمة للدراسات الإعلامية والاتصالية. العدد 7. ص 141.
53. أحمد، درويش. (13 ديسمبر 2000). تحديات الهوية العربية بين ثقافة العولمة وعولمة الثقافة. مجلة المسلم المعاصر. العدد 98. ص 12.
54. حفيظة، محلب. (جانفي - جوان 2016). الشباب والهوية الثقافية الجزائرية في ظل العولمة بين الجدلية والقبول والرفض. مجلة الحكمة للدراسات الإعلامية والاتصالية. العدد 7 ص 152.

الرسائل الجامعية:

55. الخنساء، تومي. (2016-2017). دور الثقافة الجماهيرية في تشكيل هوية الشباب الجامعي. مذكرة ماجستير، قسم علوم في علم الاجتماع، كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية، جامعة بسكرة: الجزائر.
56. أمال، حمة. (2013-2014). تأثير الإتصال عبرمواقع التواصل الإجتماعي على العلاقات الإجتماعية لدى الطلبة الجامعيين. مذكرة ماستر، قسم علم الاجتماع، كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية، جامعة جيجل: الجزائر.
57. بدر الدين، بن بلعباس. (2015-2016). شبكات التواصل الإجتماعي والهوية الثقافية عند الطلبة الجامعيين. مذكرة ماجستير، قسم العلوم الاجتماعية، كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية جامعة بسكرة: الجزائر.
58. خديجة، مقدم. (2011-2012). مشروع الحياة عند المراهقين الجانحين. مذكرة دكتوراه، قسم علم النفس وعلوم التربية، كلية العلوم الاجتماعية، جامعة السانيا وهران: الجزائر.
59. سهام، صوكو. (2008-2009). واقع القيم لدى المراهقين في المؤسسة. مذكرة ماستر قسم علم الاجتماع، كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية، جامعة ميله: الجزائر.
60. عبد الحفيظ، جدو. (2013-2014). إستراتيجية مواجهة الضغوط النفسية للمراهقين ذوي صعوبات التعلم. مذكرة ماجستير، قسم علم النفس وعلوم التربية والأرطوفونيا، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة سطيف2: الجزائر.
61. علي، حوش، محمد بوزيرة. (2016-2017). إستخدام طلبة الإعلام والاتصال بجامعة تاسوست لمواقع التواصل الإجتماعي والإشاعات المحققة. مذكرة ماستر، قسم الإعلام والاتصال، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة جيجل: الجزائر.

62. كريمة، عزيزي. (2014-2015). المعالجة الصحفية لموضوع الهوية الثقافية في الجزائر. مذكرة ماستر، قسم العلوم الإنسانية، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة خميس مليانة: الجزائر.

63. نصيرة، شليحون. مريم، بوعيطة. (2016-2017). أثر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على الإتصال الأسري. مذكرة ماستر، قسم الإعلام والإتصال، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية جامعة جيجل: الجزائر.

64. نوال، بركات. (2015). انعكاسات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على نمط العلاقات الاجتماعية. مذكرة دكتوراه، قسم العلوم الاجتماعية، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة بسكرة: الجزائر.

القواميس والمعاجم:

65. جورج، كتورة . معجم العلوم الإنسانية. بيروت : مجد المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع.

66. محمد، عاطف غيث. (2002). قاموس علم الاجتماع. القاهرة: دار المعرفة الجامعية.

67. معجم الوسيط. (2005). القاهرة : مكتبة الشروق الدولية.

المنظمات:

68. المنظمة الإسلامية للتربية والعلوم والثقافة. " إيسيسكو ". (2011). المغرب.

المحاضرات:

69. محمد، زغو. أثرالعولمة على الهوية الثقافية للأفراد والشعوب. كلية العلوم القانونية والإدارية. جامعة الشلف: الجزائر.

المواقع الإلكترونية:

-<http://www.aljabri abed.net>.

- <http://ishamtoy.net> .

- www.maucdoog.com.



قائمة الملاحق

جامعة محمد الصديق بن يحيى - جيجل -

كلية العلوم الانسانية والاجتماعية

قسم الاعلام والاتصال

استمارة بحث بعنوان

أثر الفيس بوك على الهوية الثقافية للمراهقين

دراسة ميدانية على عينة من مراهقي ثانوية محمد الصديق بن يحيى -الميلية -

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال تخصص: اعلام وعلاقات العامة.

- ضع علامة (x) مكان الإجابة المناسبة أو أكمل الفراغ.

- نعدك أن لاتعرض هذه المعلومات إلا لغرض البحث العلمي

- رجاء توخي الدقة والموضوعية في الاجابة على الأسئلة .

- شكرا لوقتكم وتعاونكم.

إشراف الأستاذ:

بوطرنىخ عز الدين.

إعداد الطالبتين:

براهيمي نزيهة .

بودلال وهيبية.

السنة الجامعية: 2018/2017

- المحور الأول: البيانات الشخصية.

1 - الجنس:

ذكر: أنثى:

2 - السن:

3 - المستوى الدراسي : الأولى ثانوي : الثانية ثانوي :

الثالثة ثانوي:

المحور الثاني : عادات وأنماط تصفح المراهقين للفيس بوك

4- هل لديك حساب خاص للفيس بوك ؟

نعم لا

5- منذ متى تستخدم الفيس بوك ؟

منذ أقل من سنة من سنة إلى ثلاث سنوات

أكثر من ثلاث سنوات

6- هل معلوماتك التي تضعها في حسابك ؟

حقيقية غير حقيقية

بعضها حقيقي وبعضها غير حقيقي

7- ما هو عدد الساعات التي تقضيها في تصفح الفيس بوك في اليوم؟

أقل من ساعة من ساعة إلى ثلاث ساعات

أكثر من ثلاث ساعات

8- ماهي الفترات المفضلة لديك لتصفح الفيس بوك ؟

صباحا مساء ليلا حسب الظروف

9- من أين تدخل لموقع الفيس بوك؟

المنزل مقهى الأنترنت

أخرى تذكر.....

10- ماهي الوسيلة المفضلة لديك لتصفح موقع الفيس بوك ؟

- كمبيوتر مكتبي كمبيوتر محمول
 هاتف ذكي لوحة إلكترونية

11- كيف تفضل تصفح الفيس بوك ؟

- بمفردك مع أصدقائك مع أحد أفراد عائلتك

12- ماهي خدمات الفيس بوك المفضلة لك؟

- مشاركة الصور مشاركة الروابط الألعاب
 مشاركة الفيديو التعليقات

أخرى أذكرها.....

13- هل أنت عضو في مجموعات معينة على الفيس بوك؟

- نعم لا

14- إذا كانت إجابتك بنعم. ما نوع هذه المجموعات (يمكنك اختيار أكثر من إجابة).

- سياسية اقتصادية اجتماعية
 إعلامية ترفيهية ثقافية

أخرى تذكر.....

المحور الثالث: دوافع وحاجات المراهق من تصفح موقع الفيس بوك.

15- ما الذي يدفعك إلى استخدام الفيس بوك؟ (يمكنك اختيار أكثر من إجابة)

- التسلية والترفيه التواصل مع الأصدقاء التثقيف
 التعرف على أشخاص جدد التخلص من الفراغ العاطفي والاجتماعي

أخرى تذكر.....

16- هل توافق على طلبات الصداقة من أشخاص غرباء؟

- نعم لا

17- إذا كانت إجابتك ب لا فهل ذلك بسبب ؟(يمكنك اختيار أكثر من إجابة) .

- عدم ثقتك بالأشخاص الغرباء خوفا من تأثيراتهم السلبية عليك تفاديا لوقوعك في أشخاص لا تتوافق ثقافتهم مع ثقافتك

أخرى تذكر.....

18- ما هي الحاجات التي يلبها لك موقع الفيس بوك ؟(يمكنك اختيار أكثر من إجابة).

- التنفيس والتعبير بحرية إشباع الفضول الحصول على المعلومات و الأخبار الهروب من الواقع التواصل والتفاعل مع الآخرين

أخرى تذكر.....

19- ما هي الإشباعات التي يحققها لك الفيس بوك ؟

- ربط علاقات صداقة إيجاد حلول لمشاكلك الاجتماعية التعرف على الجنس الآخر

أخرى تذكر.....

20- عدم تصفحك لموقع الفيس بوك لفترة يشعر بك ب؟

- القلق والتوتر الراحة والاستقرار النفسي لا يشعر بك بشيء

المحور الرابع : تأثير الفيس بوك على الهوية الثقافية للمراهقين.

21- ما هي المواضيع التي تناقشها مع أصدقائك في الفيس بوك ؟

- العادات والتقاليد اللغة التاريخ الدين والأعراف الأدب والفنون

22- كيف تكون تفاعلاتك مع هذه المواضيع على صفحة الفيس بوك ؟

- المشاركة التعليق الإعجاب

23- هل تتفاعل مع موضوعات العادات والتقاليد الاجتماعية على صفحة الفيس بوك ؟
 نعم لا

24- إذا كانت اجابتك بنعم هل ذلك بشكل؟

ضعيفة متوسطة كبيرة

25- هل تعتقد أن موقع الفيس بوك يساهم في تعزيز العادات والتقاليد الجزائرية لدى المراهقين؟
 نعم لا

26- هل تغيرت أفكارك المسبقة حول العادات والتقاليد الجزائرية بعد تعرفك على عادات جديدة من خلال تصفحك لموقع الفيس بوك ؟

نعم لا لا أشعر بذلك

27- ماهي اللغة التي تستخدمها في نقاشاتك على صفحة الفيس بوك؟

العربية العامية الفرنسية

مزيج بين اللغات

28- هل ساهم الفيس بوك في تعلمك للغات أخرى ؟

نعم لا

29- إذا كانت إجابتك بنعم .هل تستعمل هذه اللغات بدلا من لغتك الأم؟

نعم لا

30- هل تناقش مواضيع التاريخ الجزائري على صفحات الفيس بوك؟

نعم لا

31- إذا كانت إجابتك بنعم هل ذلك من أجل؟

تنمية المعارف التاريخية للوطن التعريف بتاريخ الجزائر

الإعتزاز بإمجاد الوطن

32- هل تغيرت نظرتك لتاريخ الجزائر بعد مناقشته على صفحة الفيس بوك؟

نعم لا

33- هل تتطرق في حواراتك على الفيس بوك إلى مواضيع الأعراف والدين؟

نعم لا

34- إذا كانت إجابتك بنعم . ما هي المواضيع التي تتطرقون لها؟

الأحكام الشرعية الفتاوى تفسير القرآن
السنة النبوية

35- هل تغيرت نظرتك أحكام الشريعة الإسلامية بعد مناقشتها على الفيس بوك؟

نعم لا

36- برأيك هل أثر الفيس بوك على هويتك الثقافية؟

نعم لا

37- إذا كانت إجابتك نعم . فهل ذلك بشكل؟

- يساعد على دعم وتعزيز الهوية الثقافية .
- التعرف على ثقافات الشعوب الأخرى .
- زيادة الثقة في النفس والشعور بوجود الذات .
- يساهم في تغيير الثقافات الأصلية .
- نشر عادات و ثقافات تخالف الثقافات المحلية .
- طمس الهوية الأصلية .

A decorative frame with intricate Arabic calligraphy. The frame is rectangular with rounded corners and features a central vertical axis. The top and bottom center have pointed, flame-like motifs. The sides are adorned with elegant, swirling scrollwork. The text "قائمة الجداول" is centered within the frame.

قائمة الجداول

الرقم	إسم الجدول	الصفحة
1	توزيع المبحوثين حسب النوع	79
2	توزيع المبحوثين حسب السن	80
3	توزيع المبحوثين حسب المستوى التعليمي	81
4	توزيع المبحوثين حسب امتلاكهم لحساب الفيس بوك	82
5	توزيع المبحوثين حسب مدة امتلاكهم للفيس بوك	83
6	توزيع المبحوثين حسب طبيعة المعلومات التي يضعونها على صفحة الفيس بوك	84
7	توزيع المبحوثين حسب المدة التي يقضونها في تصفح موقع الفيس بوك	85
8	توزيع المبحوثين حسب فترات تصفح موقع الفيس بوك	86
9	توزيع المبحوثين حسب مكان تصفحهم لموقع الفيس بوك	87
10	توزيع المبحوثين حسب الوسيلة المفضلة لتصفح موقع الفيس بوك	88
11	توزيع المبحوثين حسب كيفية تصفحهم لموقع الفيس بوك	89
12	توزيع المبحوثين حسب نوع الخدمات المفضلة لديهم	90
13	توزيع المبحوثين حسب عضويتهم في مجموعات	91
14	توزيع المبحوثين حسب طبيعة المجموعات المنظمين إليها	92
15	توزيع المبحوثين حسب دوافع استخدام موقع الفيس بوك	93
16	توزيع المبحوثين حسب قبولهم أو رفضهم لطلبات الصداقة من أشخاص غرباء	94
17	توزيع المبحوثين حسب سبب رفضهم لطلبات الصداقة	95
18	توزيع المبحوثين حسب طبيعة الحاجات التي يلبها الفيس بوك	96
19	توزيع المبحوثين حسب طبيعة الإشباع المحققة من تصفح موقع الفيس بوك	97
20	توزيع المبحوثين حسب شعورهم بعدم تصفح الفيس بوك لفترة	98
21	توزيع المبحوثين حسب المواضيع التي يناقشونها على صفحة الفيس بوك	99
22	توزيع المبحوثين حسب كيفية تفاعلهم مع هذه المواضيع	100
23	توزيع المبحوثين حسب تفاعلاتهم مع مواضيع العادات والتقاليد	101

101	توزيع المبحوثين حسب درجة تفاعلهم مع مواضيع العادات والتقاليد	24
102	توزيع المبحوثين حسب اعتقادهم بتعزيز الفيس بوك للعادات والتقاليد	25
103	توزيع المبحوثين حسب تغير عاداتهم وتقاليدهم بعد التعرف على عادات جديدة	26
104	توزيع المبحوثين حسب نوع اللغة التي يستخدمونها في حواراتهم	27
105	توزيع المبحوثين حسب مساهمة الفيس بوك في تعلمهم للغات جديدة	28
105	توزيع المبحوثين حسب استخدامهم للغات أخرى بدلا من اللغة العربية	29
106	توزيع المبحوثين حسب مناقشتهم لمواضيع التاريخ على صفحة الفيس بوك	30
107	توزيع المبحوثين حسب الهدف من مناقشتهم لمواضيع التاريخ الجزائري	31
108	توزيع المبحوثين حسب تغير نظرهم لمواضيع التاريخ الجزائري	32
108	توزيع المبحوثين حسب مناقشتهم للمواضيع الدينية على صفحة الفيس بوك	33
109	توزيع المبحوثين حسب طبيعة المواضيع الدينية التي يناقشونها على صفحة الفيس بوك	34
110	توزيع المبحوثين حسب ما إذا تغير نظرهم للأحكام الشرعية الإسلامية بعد مناقشتها على موقع الفيس بوك	35
111	توزيع المبحوثين حسب رأيهم بتأثير الفيس بوك على هويتهم الثقافية	36
112	توزيع المبحوثين حسب أثر الفيس بوك على هويتهم الثقافية	37



فهرس الموضوعات

الصفحة	المحتوى
	شكر وتقدير
	خطة الدراسة
	مقدمة
الفصل الأول: الاطار المنهجي للدراسة	
4	تمهيد
5	أولاً: مشكلة الدراسة وتساؤلاتها
7	ثانياً: أسباب اختيار الموضوع
7	ثالثاً: أهمية الدراسة
8	رابعاً: أهداف الدراسة
8	خامساً: مفاهيم الدراسة
11	سادساً: حدود الدراسة
13	سابعاً: نوع الدراسة ومنهجها
14	ثامناً: مجتمع الدراسة والعينة
14	تاسعاً: أدوات جمع البيانات
17	عاشراً: الدراسات السابقة والمشاهدة
28	إحدى عشر: المقاربة النظرية للدراسة
الفصل الثاني: مدخل نظري حول ماهية الفيس بوك	
35	تمهيد
36	أولاً: تعريف الفيس بوك
36	ثانياً: نشأة الفيس بوك
38	ثالثاً: مكانة الفيس بوك على الأنترنت
39	رابعاً: سمات الفيس بوك
40	خامساً: سلبيات وإيجابيات الفيس بوك

42	سادسا: خدمات الفيس بوك
43	سابعا: نماذج مستخدمى الفيس بوك
45	ثامنا: الانتقادات الموجهة لموقع الفيس بوك
	خلاصة
الفصل الثالث: الهوية الثقافية والمراهقة	
49	تمهيد
50	1-1-1 مفهوم الهوية
50	2-1-1 عناصر الهوية
50	3-1-1 مستويات الهوية
51	4-1-1 أبعاد الهوية
52	5-1-1 وظائف الهوية
52	6-1-1 تحديات حماية الهوية الوطنية
53	خلاصة
54	تمهيد
54	1-2-1 مفهوم الثقافة
54	2-2-1 أنواع الثقافة
55	3-2-1 أنماط الثقافة
56	4-2-1 تصنيف الثقافة
56	5-2-1 عناصر الثقافة
57	6-2-1 خصائص الثقافة
60	تمهيد
61	1-3-1 تعريف الهوية الثقافية
62	2-3-1 مقومات الهوية الثقافية
62	3-3-1 خصائص الهوية الثقافية
63	4-3-1 سبل تعزيز الهوية الثقافية

64	1-3-5 دور وسائل الاعلام في تشكيل الهوية الثقافية
66	تمهيد
67	1-2 تعريف المراهقة
67	2-2 مفهوم أزمة المراهقة
67	3-2 مراحل المراهقة
68	4-2 حاجات المراهق الاساسية
69	5-2 أهمية المراهقة
69	6-2 خصائص المراهقة
70	7-2 النمو في فترة المراهقة
72	خلاصة
الفصل الرابع: الاطار التطبيقي للدراسة	
78	تمهيد
79	أولاً: تفرغ وتحليل بيانات الجداول
113	ثانياً: عرض النتائج العامة للدراسة
115	ثالثاً: مناقشة نتائج الدراسة في ضوء نظرية الاستخدامات والاشباع
116	رابعاً: مناقشة نتائج الدراسة في ضوء الدراسات السابقة والمشاهدة
119	خاتمة
122	قائمة المصادر والمراجع
130	الملاحق
137	فهرس الجداول
140	فهرس الموضوعات
	الملخص

ملخص:

تهدف هذه الدراسة الى الكشف عن أثر استخدام موقع الفيس بوك على الهوية الثقافية للمراهقين من خلال دراسة على عينة من تلاميذ ثانوية محمد الصديق بن يحيى بالميلية.

لقد تم الاعتماد على اداة الاستبيان لجمع البيانات من المبحوثين، حيث تم تقسيم الاستمارة الى اربعة محاور : المحور الاول البيانات الشخصية والثاني عادات وأنماط استخدام موقع الفيس بوك والثالث الدوافع والحاجات التي تكمن وراء استخدام الفيس بوك اما المحور الرابع فيتضمن أثر الفيس بوك على الهوية الثقافية للمراهقين، وقد توصلت الدراسة الى مجموعة من النتائج.

تقضي أكبر نسبة من المبحوثين أكثر من ثلاث ساعات في تصفحهم لموقع الفيس بوك ويفضل أغلبهم خدمة مشاركة الصور، يستخدم الافراد المبحوثين الموقع بدافع الحصول على المعلومات والتواصل والتفاعل مع الآخرين وكذلك بدافع التسلية والترفيه، تبين لنا من خلال الدراسة أن استخدام الفيس بوك يلي العديد من الحاجات أهمها حاجة الحصول على المعلومات والأخبار والتنفيس والتعبير بحرية، كما تبين الدراسة ان المراهقين يناقشون مواضيع الهوية الثقافية على صفحات الفيس بوك وخاصة المواضيع التي تتعلق بالعادات والتقاليد كما تبين لنا من الدراسة أن الفيس بوك أثر سلبا على الهوية الثقافية.