



جامعة محمد الصديق بن يحيى

كلية العلوم الانسانية و الاجتماعية

قسم الإعلام والاتصال



استخدام موقع الفاييس بوك وأثره على الهوية الثقافية
لدى الطلبة الجامعيين.

دراسة ميدانية على عينة من طلبة الماستر بكلية العلوم الانسانية
والاجتماعية بجامعة جيجل.

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال.

تخصص: اتصال وتسويق

إشراف الأستاذ:

د. مسعود بوسعدية

إعداد الطالبتين:

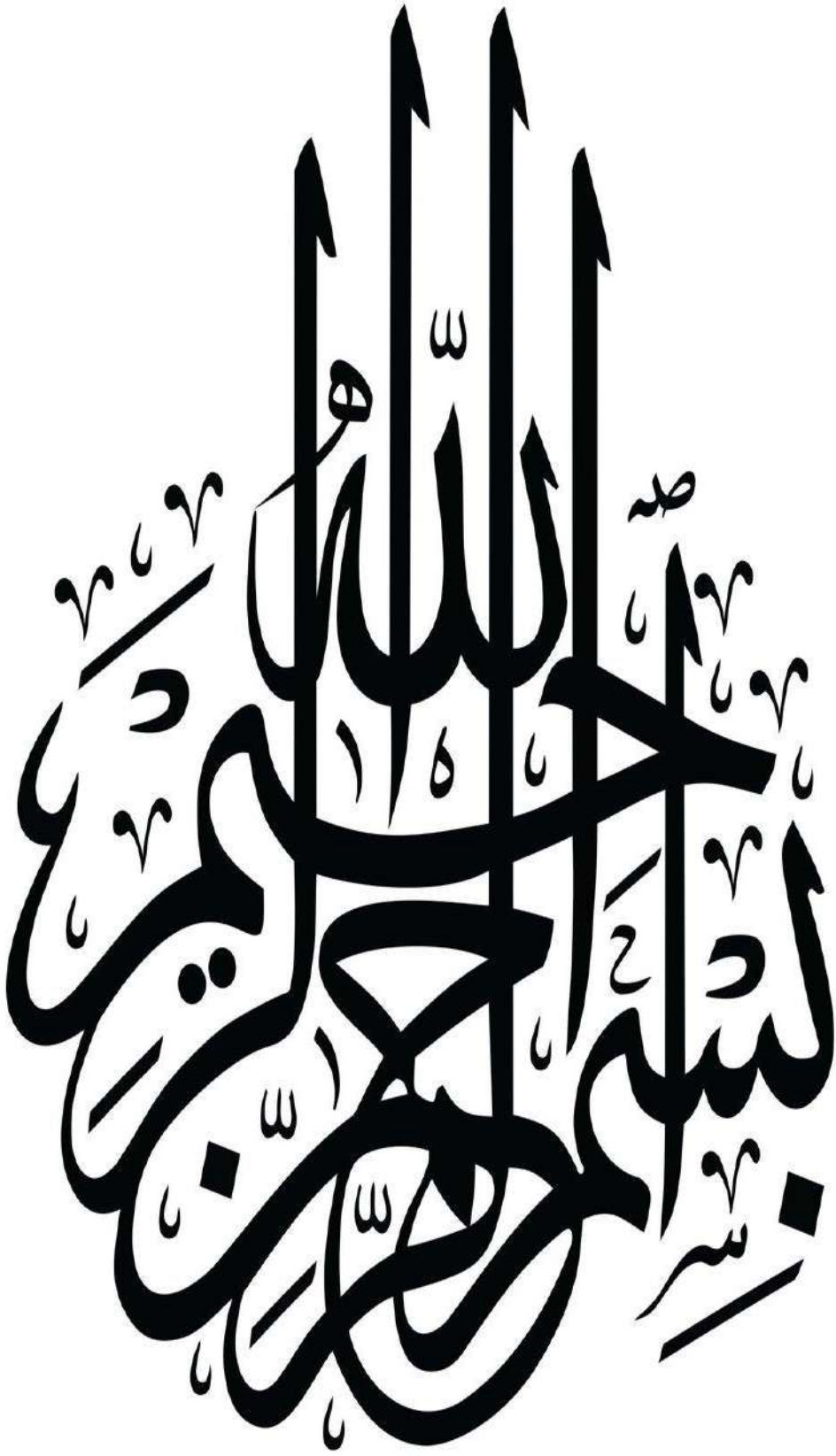
- حميدة ياسف

- خولة ركروك

لجنة المناقشة:

الاسم و اللقب	الجامعة	الصفة
د. محمد الفاتح حمدي	جامعة جيجل.	رئيسا
د. مسعود بو سعديّة	جامعة جيجل.	مشرفا و مقورا
أ. محمد بوقرة	جامعة جيجل.	مناقشا

السنة الجامعية: 2017/2018م



كلمة شكر

قال الله تعالى:

{رَبِّ أَوْزِعْنِي أَنْ أَشْكُرَ نِعْمَتَكَ الَّتِي أَنْعَمْتَ عَلَيَّ وَعَلَىٰ وَالِدَيَّ وَأَنْ أَعْمَلَ صَالِحًا تَرْضَاهُ وَأَدْخِلْنِي بِرَحْمَتِكَ فِي عِبَادِكَ الصَّالِحِينَ}

سورة النمل الآية: 19

نشكر الله عز وجل سبحانه وتعالى على نعمه، التي لا تعد ولا تحصى، فلك الحمد كما ينبغي لجلال وجهك وعظيم سلطانك، فله الحمد من قبل ومن بعد على توفيقه لنا في إتمام هذا العمل.

نتقدم بالشكر الجزيل إلى من تكرم بقبول الإشراف على هذا العمل المتواضع الأستاذ "مسعود بوسعدية" ولما أبداه من توجيهات قيمة ومعلومات نيرة ومستمرة من خلال توجيهاته ونصائحه لإتمام ودفع سكة المشروع إلى النور.

إلى كل من كانت له يد في إنجاز هذا العمل سواء من قريب أو من بعيد.

إلى هؤلاء جميعاً ...

نتقدم إليهم مرة أخرى بالشكر الجزيل وجميل العرفان، والله المستعان.

الإهداء

بغية تقاسم طعم النجاح جميل أن يهدي المرء ثمار كده وتعبه لغيره عن طيب خاطر.

لذلك أهدي هذا المجهود المتواضع في بداية المقام إلى من أوصانا الله بهما خيرا، إلى
الوالدين الكريمين حفظهما الله ورعاهما.

إلى أخواتي: إيمان، أحلام، سميرة وإكرام حفظهن الله ورعاهن وجعلهن ذخرا ومشعلا
للأمة الإسلامية جمعاء إن شاء الله.

إلى كل الأساتذة الكرام الذين قدموا لنا يد المساعدة لإنجاز هذا البحث وأخص بالذكر:
الدكتور مختار جلولي والأستاذ اسماعيل مغازي.

إلى زميلتي في هذا العمل "حميدة ياسف" التي أتمنى لها التوفيق في حياتها.

إلى كل من ساعدني في إنجاز هذا البحث من أوله إلى آخره

أهدي عملي هذا

خولة ركروك

الإهداء

إلى من بك أخطو، وتتسارع خطواتي

إلى من علمني العطاء دون انتظار

إلى من أحمل اسمه بكل افتخار، أطال الله عمره، والدي العزيز

إلى من بها أكبر، وعليها أعتمد

إلى بسمه الحياة، وسر الوجود

إلى من كان دعاؤها سر نجاحي

وحنانها بلسم جراحي، إلى والدتي العزيزة

إلى من أرى التفاؤل بأعينهم، والسعادة في ضحكهم

إلى من تميزوا بالوفاء، إلى من عرفت كيف أجدهم وعلموني ألا أضيعهم، إلى إخوتي:
مسعود وإبراهيم، وأخواتي: منيرة، لبنى، لمياء، فيروز، ليلي وفريدة إلى كل البراعم الصغيرة

كل باسمه

حفظكم الله

إلى من أرى النور في عينيه، والبسمة سر سعادتي، إلى رفيق دربي وشريك حياتي، حفظك
الله لي وأطال عمرك

إهداء خاص مني إلى سندي في هذا العمل إلى من كانت عوناً لي خولة ركرك

إليكم جميعاً أهدي جهدي المتواضع والحمد لله أولاً وأخيراً على توفيقه لنا في إتمام هذا
العمل.

خطة الدراسة:

مقدمة.

الفصل الأول: الإطار المنهجي للدراسة.

أولاً: إشكالية الدراسة و تساؤلاتها.

ثانياً: فرضيات الدراسة.

ثالثاً: أسباب اختيار الموضوع.

رابعاً: أهمية الدراسة.

خامساً: أهداف الدراسة.

سادساً: مفاهيم الدراسة.

سابعاً: حدود الدراسة (الزمنية المكانية البشرية)

ثامناً: نوع الدراسة و منهجها.

تاسعاً: مجتمع الدراسة و العينة.

عاشراً: أدوات جمع البيانات.

إحدى عشر: الدراسات السابقة.

اثني عشر: المقاربة النظرية لدراسة.

الإطار النظري:

الفصل الثاني: مواقع التواصل الاجتماعي.

تمهيد.

المبحث الأول: مواقع التواصل الاجتماعي

المطلب الأول: نشأة و تطور مواقع التواصل الاجتماعي

المطلب الثاني: مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي

المطلب الثالث: أنواع مواقع التواصل الاجتماعي.

المطلب الرابع: خصائص مواقع التواصل الاجتماعي.

المطلب الخامس: استخدامات مواقع التواصل الاجتماعي

المطلب السادس: الاثار السلبية و الايجابية لمواقع التواصل الاجتماعي

المبحث الثاني: موقع الفايس بوك النشأة و التطور.

المطلب الأول: مفهوم موقع الفايس بوك.

المطلب الثاني: البدايات الأولى لموقع الفايس بوك

المطلب الثالث: مميزات و خصائص الفايس بوك

المطلب الرابع: نماذج مستخدمي الفايس بوك

خلاصة الفصل

الفصل الثالث: الهوية الثقافية و اشكالية بنائها

تمهيد

المبحث الأول: مدخل مفاهيمي حول الهوية.

المطلب الأول: مفهوم الهوية.

المطلب الثاني: خصائص الهوية و عناصرها.

المطلب الثالث: وظائف الهوية.

المطلب الرابع: مستويات و أقسام الهوية.

المبحث الثاني: مدخل مفاهيمي حول الثقافة

المطلب الأول: مفهوم الثقافة.

المطلب الثاني: مكونات الثقافة.

المطلب الثالث: خصائص الثقافة.

المطلب الرابع: وظائف الثقافة.

المطلب الخامس: مستويات الثقافة.

المبحث الثالث: الهوية الثقافية وأبعادها.

المطلب الأول: ماهية الهوية الثقافية

المطلب الثاني: وظائف الهوية الثقافية

المطلب الثالث: مقومات الهوية الثقافية

المطلب الرابع: أبعاد الهوية الثقافية

خلاصة الفصل

الإطار التطبيقي:

الفصل الرابع: استخدام مواقع التواصل الاجتماعي و أثره على الهوية الثقافية لدى الطلبة

الجامعيين.

المبحث الأول: تحليل البيانات الشخصية

المبحث الثاني: عادات و أنماط استخدام الطالب الجامعي لمواقع التواصل الاجتماعي

المبحث الثالث: الدوافع و الاشباعات المحققة من تعرض الطلبة لمواقع التواصل الاجتماعي

المبحث الرابع: الأثر الذي يحدثه استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على لغة العربية

المبحث الخامس: الأثر الذي يحدثه استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على العادات و التقاليد

المبحث السادس: النتائج العامة للدراسة.

المبحث السابع: إثبات و نفي الفرضيات في ضوء نتائج الدراسة.

خلاصة الفصل.

- خاتمة الدراسة
- اقتراحات الدراسة
- قائمة المصادر والمراجع
- قائمة الملاحق
- فهرس الجداول
- فهرس الأشكال
- فهرس الموضوعات
- الملخص



شهدت البشرية في الأعوام الأخيرة نقلة نوعية من خلال ما جاءت به شبكة الاتصال العالمية الحديثة التي فتحت أفاقاً جديدة وأحدثت تغيرات عميقة في مختلف جوانب الحياة الإنسانية سواء الثقافية والاجتماعية منها، هذا ما ساهم في خلق فضاءات تفاعل جديدة لم تكن معروفة من قبل، ناجمة عن الاستحداثات التكنولوجية، والتي تتمثل في مواقع التواصل الاجتماعي، ان هذه التقنية سمحت لفئات اجتماعية متعددة بالتعبير المباشر عن آراءهم، وربط علاقات التعارف والتواصل سواء كانت لطلب العلم أو التسلية والترفيه، كما ألغت الكثير من الحدود وقربت المسافات، وحولت الواقع الى دائرة مليئة بالمستجدات اليومية وذلك من خلال مواكبة الأحداث ومتابعة الأخبار فور حدوثها.

إن هذا التقدم التقني في مجال التكنولوجيا جعل المواقع الافتراضية تشغل اهتمام الطلبة الجامعيين، نظراً لما توفره من خدمات عديدة ومتنوعة، لعل أهمها هو تسهيل عملية الاتصال بين الطلبة في فضاء الكبروني افتراضي، ونقل هذا الفضاء الافتراضي إلى الواقع كما سمح لهم بتقمص أدوار شخصيات لا طالما حلموا بها في الواقع والتي لم يسمح لهم واقعهم الحقيقي بذلك وهذا ما يجده الطلبة في شبكات التواصل الاجتماعي والفيس بوك خاصة، وهو ما أدى إلى ظهور سلوكيات ومظاهر جديدة لدى الطلبة من حيث العبارات والكلمات المستخدمة بينهم، حيث أصبحت الحروف تكتب بأرقام لاختصار الكلام والحروف العربية أصبحت تكتب بحروف أجنبية التي دخلت في حوارات ونقاشات الطلبة بعضهم مع بعض مما جعلها تتناقض مع تاريخ والهوية الثقافية لبلادنا.

إن اندماج الطالب في هذه العملية جعله عرضة للانسلاخ والاعتزاز الفكري والعملي على المستويين الحقيقي والافتراضي مما انعكس على سيرورة حياته اليومية، بل تعداه إلى النسق العام للمجتمع ككل، وفي ذات الإطار نجد أن التطور التكنولوجي الحاصل في الآونة الأخيرة سرع من وتيرة عملية التثاقف بين الأمم، مما فتح المجال أمام انتشار أنماط ثقافية جديدة، تحمل معها إمكانية محاصرة الثقافة الأصيلة، وهي ما أسماها مارشال ماكلوهان بثقافة الالكترونية الجديدة.

مما سبق يبدو لنا أن مفهوم الهوية الثقافية يواجه رهانات حقيقية، خاصة في ظل التطور المتسارع لوسائل الاتصال الجماهيري، والانفتاح على التكنولوجيا، حيث ساهم هذا التداخل بين التقنية والثقافة في تعميق الهوية وعجزت الأساليب الدفاعية التقليدية في المحافظة على الهوية المحلية بفعل تراجع دور المؤسسات الاجتماعية، التي تلقن الفرد في مراحل حياته المبكرة، أهمية اللغة العربية

وأهم مقومات الهوية الثقافية كالدين الاسلامي والتاريخ والمعتقدات التي تساهم في تشكيل شخصيته وتحديد هويته. وهذا يقودنا الى أن مضمون الهوية الثقافية وخاصة بالنسبة للشباب الطلبة يعرف عملية تميظ فعلية، حيث أصبحت تخضع لعملية النمذجة في ظل المجتمع الكوني، وعليه يجد الطلبة اليوم أنفسهم محاصرون بنماذج ثقافية متنوعة تجعلهم في صراع دائم بين ثقافة وافدة من جهة والتمسك بثقافتهم والحفاظ عليها من جهة أخرى.

لقد جاءت هذه الدراسة لتبحث في الأثر الذي يحدثه استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وبالتحديد موقع الفيس بوك على الهوية الثقافية لدى الطلبة الجامعيين، وركزنا فيها تحديدا على الأبعاد المكونة الهوية الثقافية والمتمثلة في بعد اللغة العربية الفصحى وبعد العادات والتقاليد.

ومن أجل الوصول إلى فهم دقيق لهذا الموضوع اعتمدنا كما سيظهر عبر محتوى الدراسة، أثناء وضعنا للخطة النهائية على تقديم: الجانب المنهجي كمنطلق لكل خطوات البحث فهو يعكس لنا الطرح الجوهري للبحث ويخص موضوع الدراسة ومنهجيتها. ويتضمن في شطره الأول: عرض اشكالية الدراسة انطلاقا من تحديد المشكلة، عرض التساؤلات الخاصة بالدراسة، وفرضياتها، كذلك حددنا أسباب وأهمية وأهداف الدراسة، لنواصل بعد ذلك في تحديد مفاهيم الدراسة، وعرض حدود الدراسة الزمانية والمكانية والبشرية، كما عرضنا من خلال هذا الفصل جملة من الدراسات السابقة والمشابهة لموضوع دراستنا، مرور بنوع الدراسة ومنهجها، ومجتمع الدراسة والعينة، وقمنا بعد ذلك بتحديد الأساليب الاحصائية المستخدمة في هذه الدراسة، واختتمنا هذا الفصل بالتعرض للمداخل النظرية لدراسة التي تمثلت في نظرية الاستخدامات والاشباع. ويليه الجانب النظري ويتضمن فصلين: الفصل الأول: تم فيه التطرق الى مواقع التواصل الاجتماعي تناولنا فيه مبحثين، بدأنا بتعريف مواقع التواصل، نشأتها وتطورها، أنواعها، خصائصها، استخدامات مواقع التواصل الاجتماعي، والآثار السلبية والايجابية لمواقع التواصل الاجتماعي، وبشيء من التفصيل تناولنا أحداث وأهم هذه المواقع في المبحث الثاني والذي تم التركيز عليه في هذه الدراسة كنموذج لأنه الأكثر استخداما منذ ظهور مواقع التواصل الاجتماعي، بدأنا بتعريف البدايات الأولى لموقع الفيس بوك، مميزاته وخصائصه، ونماذج مستخدم الفيس بوك وأهم مجالات استخدامه. في حين تضمن الفصل الثاني الهوية الثقافية واشكالية بنائها، تناولنا فيه ثلاث مباحث: المبحث الأول بعنوان الهوية، عرضنا فيه مفهوم الهوية، خصائصها وأهم عناصرها، وظائفها، مستوياتها وأهم أقسامها، كما جاء

في المبحث الثاني: مفهوم الثقافة، وأهم مكوناتها وخصائصها، ووظائفها، ومستوياتها. في حين تناولنا في المبحث الثالث ماهية الهوية الثقافية، وأهم وظائفها الى جانب مقومات الهوية الثقافية وأبعادها. أما الجانب التطبيقي فتم من خلاله عرض وتحليل البيانات ومناقشة النتائج من خلال عرض وتحليل المعطيات الميدانية، وصولاً الى استخلاص النتائج المتعلقة بتساؤلات الدراسة، وإثبات ونفي الفرضيات في ضوء نتائج الدراسة، وبناء على هذه النتائج قدمنا جملة من التوصيات نحو موضوع الدراسة والمتمثلة في استخدام الطلبة الجامعيين مواقع التواصل الاجتماعي وأثرها على هويتهم الثقافية.

هكذا تبرز أهم خطوات البحث الذي نرجو أن تكون نتائجه في المستوى المطلوب.

الفصل الأول

الفصل الأول: الإطار المنهجي للدراسة

أولاً: إشكالية الدراسة و تساؤلاتها.

ثانياً: فرضيات الدراسة.

ثالثاً: أسباب اختيار الموضوع.

رابعاً: أهمية الدراسة.

خامساً: أهداف الدراسة.

سادساً: مفاهيم الدراسة.

سابعاً: حدود الدراسة (الزمنية. المكانية البشرية)

ثامناً: نوع الدراسة و منهجها.

تاسعاً: مجتمع الدراسة و العينة.

عاشراً: أدوات جمع البيانات.

احدى عشر: الدراسات السابقة.

اثنى عشر: المقاربة النظرية لدراسة

أولاً: اشكالية الدراسة

أدى التقدم التكنولوجي الحاصل في نهاية القرن العشرين وبداية الألفية الجديدة إلى إنتاج وسائط إلكترونية حديثة سهلت عملية الاتصال بين الأفراد وخلقت طرق جديدة للتواصل بها، فبمجرد النقر على زر عبر الشبكة العنكبوتية نستطيع أن نتواصل مع عدد كبير من الأشخاص عبر بيئة افتراضية، أضحت هذه الأخيرة فاعلاً أساسياً في حياة المجتمعات، إذ تعد فضاء اجتماعياً مفتوحاً على مختلف الثقافات الإنسانية ما يتيح لها إمكانية التواصل الرقمي من خلال عمليات تبادل المعلومات التي تتخذ في العادة شكل صور وملفات وفيديوهات وغيرها، إن هذه التقنية الحديثة فتحت المجال للتفاعل والتواصل بين مختلف الثقافات ملغية بذلك كل الحدود الجغرافية التي تحد من حرية التواصل بينها.

أحدث الانفتاح على التكنولوجيا تحولاً سوسيوثقافياً في المجتمع الجزائري وظهرت ملامحه في نسيجه الاجتماعي مما جعل الباحثين يحاولون فهم وتفسير التعقيدات الحاصلة في الظواهر الاجتماعية خصوصاً ما تعلق منها بمجال التفاعل بين الأفراد عبر هذا الفضاء الافتراضي، والمتمثل في مواقع التواصل الاجتماعي الذي ساعد على تقارب الأفراد والمجتمعات في كافة أنحاء العالم حيث عمل هذا الفضاء على ضم أكبر عدد ممكن من المتفاعلين ليشكلوا خلايا تواصل يتشاركون فيها مواضيع مختلفة يحاولون مناقشتها وأتاح لهم الحرية للتعبير عن آرائهم ومواقفهم ووجهات نظرهم.

يعتبر الفيس بوك (Face Book) أحد المواقع الإلكترونية المعروفة التي استطاعت أن تحتل مكانة مرموقة بين شبكات التواصل الاجتماعي المتداولة في الفضاء الإلكتروني، نظراً للاميازات التي يقدمها خاصة في مجال تكوين العلاقات بين المتفاعلين خاصة الشباب منهم، وهذا ما ساهم بخلق فضاء واسع للتواصل الاجتماعي والثقافي بين الهويات التي تتبادل المعلومات وتتقاسم الاهتمامات وتنسج علاقات اجتماعية متعددة، فالإقبال المتزايد للشباب على موقع الفيس بوك يجعل الدارسين والمهتمين يبحثون عن السبب والدافع الذي يجعل هذه الفئة تقبل بكثرة على تصفح هذا الموقع، وسعوا كذلك إلى فهم آليات استخدامه وما نوع المواضيع التي تناقش عبر صفحاته، كما يعد الطلبة الجامعيون من

أهم مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي نظرا لمؤهلاتهم المعرفية وحاجاتهم العلمية والبحثية من خلال الحوارات والنقاشات والتعليقات التي يقومون بها بأي لغة أو ديانة كانت، لكون هذا الفضاء يسمح لهم بإبداء الرأي حول المواضيع المطروحة لمناقشتها.

إن التفاعل الذي فرضته هذه التقنية الحديثة أكسبهم نمطا جديدا من السلوك من خلال استخدامهم لمصطلحات ورموز جديدة ساهمت في تشكيل البنية اللغوية والمعرفية لديهم في تفاعلية رمزية جديدة، وبما أن اللغة العربية تعتبر أحد الثوابت الوطنية وبعدها من أبعاد هويتهم الثقافية وواحدة من آليات التنشئة الاجتماعية، و من جانب آخر تعد العادات والتقاليد الاجتماعية على أنها النسيج الذي يربط الأفراد ببعضهم البعض وهي واحدة من أهم أبعاد الهوية الثقافية والتي لازالت تحوي نوعا من السلطة على الطلبة كونهم ملزمون بإتباعها بغض النظر عن توجهاتهم وميولاتهم وأفكارهم.

كما أنه لا يمكن إغفال الكم الهائل من الرسائل التي يتعرض لها الطالب الجامعي عند تصفحه لموقع الفيس بوك وما تحويه تلك الرسائل لمضامين مختلفة يجذب إليها ويتفاعل معها مما أدى إلى انتشار مظاهر التقليد والمحاكاة للثقافة الغربية سواء في نوع اللباس أو قصات الشعر وحتى من خلال الجلوس والتكلم وهي كلها مؤشرات وجب معرفة أسبابها وكيفية تطورها، فكان من الطبيعي أن يشهد مضمون الهوية الثقافية ديناميكية حقيقية بفعل تنوع النماذج الثقافية المطروحة من جهة، والافتقار بأن الهوية تعكس عناصر الثقافة وتؤسس مواقف الانسانية من رموزها ومقدساتها من جهة أخرى، "إذا كان مارشال ماكلوهان قد تنبأ بالتحديات التي جاءت بها العولمة بفعل تأثيرات تكنولوجيا الاعلام والاتصال بمختلف وسائلها التي حولت العالم الى قرية صغيرة، فإن عزى عبد الرحمن قد نوهن خلال نظرية الحتمية القيمية الى البعد القيمي والحضاري للمضمون الذي تحمله الرسائل الاعلامية". (بيبيون، 2016، ص، 1)

تأسيسا على ما سبق ذكره وانطلاقا من كون الفاييس بوك فضاء يستخدم بشكل كبير في تعاملات الطلبة، بكونه فضاء يسمح لهم بتعبير عن مواقفهم وآرائهم وتصوراتهم، تحاول هذه الدراسة الاجابة عن التساؤل الرئيسي التالي:

ما هو أثر استخدام موقع الفاييس بوك على الهوية الثقافية لدى طلبة الماستر بكلية العلوم الانسانية و الاجتماعية؟

التساؤلات الفرعية:

1. ما هي عادات وأنماط استخدام طلبة الماستر لموقع الفاييس بوك؟
2. ماهي الدوافع والاشباع التي يحققها طلبة الماستر من استخدام موقع الفاييس بوك؟
3. كيف يؤثر استخدام موقع الفاييس بوك على لغة التواصل لدى طلبة الماستر؟
4. كيف يؤثر استخدام موقع الفاييس بوك على العادات و التقاليد لدى طلبة الماستر؟

ثانيا: فرضيات الدراسة

تعد الفرضيات من أهم عناصر البحث العلمي، كونها تساعد الباحث في الاتجاه نحو الحقيقة التي أثارها مشكلة الدراسة وتساؤلاتها، فهي تساعد على اقتصاد الجهد والوقت وتبعده عن الوقوع في المتاهات.

اعتمدت هذه الدراسة العلمية على فرضيات مستمدة من التساؤلات الفرعية للإشكالية، سنحاول التأكد من صحتها وتمثلت أساسا فيما يلي:

الفرضية الأولى:

- يستخدم طلبة الماستر موقع الفاييس بوك بشكل كبير.

الفرضية الثانية:

- يستخدم طلبة الماستر موقع الفاييس بوك بدافع تحقيق الاشباع المعرفية والتواصل مع الأصدقاء.

الفرضية الثالثة:

- استخدام موقع الفاييس بوك يؤدي إلى تغير لغة التواصل لدي طلبة الماستر.

الفرضية الرابعة:

■ استخدام موقع الفاييس بوك يؤدي إلى تبني الطلبة لسلوكات تتعارض مع عاداتهم وتقاليدهم.

ثالثا: أسباب اختيار الموضوع:

يعود سبب اختيار موضوع الدراسة المتمثل في: استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وأثره على الهوية الثقافية لدى الطلبة الجامعيين دون غيره من المواضيع، إلى الأسباب التالية:

أسباب ذاتية:

1. يعتبر موضوع الفاييس بوك وانعكاساته على الهوية الثقافية لدى الطلبة من المواضيع التي أثارت اهتمامنا، محاولين البحث عن العلاقة التي تربط استخدام الطلبة لموقع الفاييس بوك والأثر المترتب على هويتهم الثقافية.

2. الرغبة الشخصية في دراسة الموضوع.

3. الرغبة في البحث عن الأثر التي تحدثها مواقع التواصل الاجتماعي على الهوية الثقافية عند الطلبة الجامعيين.

أسباب موضوعية:

1. يعتبر موضوع الدراسة حيويًا وذي أهمية كبيرة خاصة عند الطلبة الجامعيين.

2. الاستخدام الواسع لمواقع التواصل الاجتماعي بين الطلبة الجامعيين لا سيما موقع الفاييس بوك مما جعله موضوعًا خصبا للدراسة.

3. حداثة الموضوع واعتباره موضوع نقاش.

رابعا: أهمية الدراسة:

إن أهمية أي دراسة علمية يقوم بها الطالب، تتوقف على قيمة الظاهرة التي يدرسها وجوهرها العلمي وما يصبو إلى تحقيقه من نتائج يمكن الاستفادة منها، فقد حاولنا حصر أهمية الدراسة في النقاط التالية:

1. إن مواقع التواصل الاجتماعي وخاصة الفاييس بوك من أكثر المواقع أهمية خاصة لدي فئة الشباب الجامعي باعتبارها وسيلة اتصالية حديثة تسهل عملية التواصل الدائم والمباشر بين الأفراد وساهمت في إمكانية التواصل والحوار والتعليق في أي وقت وفي أي مكان.
2. إن موضوع الهوية الثقافية وتأثير الإعلام الجديد يمثل موضوعا متجددا كما يعد موضوع الهوية من المواضيع المعرضة للتهديد أو التأثير أكثر من وقت مضى وما تنطوي عليه بنية الهوية الثقافية من مقومات قد تكون قابلة لتفشي ظواهر اجتماعية وسلوكيات جديدة تهدد قيم وعادات المجتمع الجزائري.
3. إن الاستخدام الكبير لموقع الفاييس بوك بالتحديد دون غيره من المواقع وسط المجتمع الطلابي في الجامعة الجزائرية تزامن مع بروز بعض الظواهر الغريبة عن المجتمع الجزائري وتمظهرت في شكل سلوكيات ومواقف وتصورات ذات الانتماءات البعيدة عن التقاليد والأعراف المحلية لمجتمعنا.
4. جاءت هذه الدراسة لرصد التأثيرات التي أحدثتها مواقع التواصل الاجتماعي على اللغة التواصلية عند الطالب الجامعي كون اللغة هي المقياس الحقيقي للمستوى الفكري لديه.

خامسا: أهداف الدراسة

يعتبر مجال البحث العلمي مجالا واسعا تختلف أهدافه وتتعدد معطياته ويهدف تبني أي باحث لموضوع معين إلى سد الفضول المعرفي الذي يلازمه، وإزالة الغموض عن بعض القضايا، ومن بين أهم الأهداف التي تسعى هذه الدراسة العلمية إلى تحقيقها:

1. معرفة عادات وأنماط استخدام الطالب الماستر لموقع الفاييس بوك.
2. معرفة الاشباعات المحققة من استخدام طالب الماستر لموقع الفاييس بوك.
3. معرفة أثر استخدام موقع الفاييس بوك على اللغة العربية لدى طلبة الماستر.
4. معرفة أثر استخدام موقع الفاييس بوك على العادات و التقاليد لدى طلبة الماستر.

سادسا: تحديد المفاهيم الدراسة

يقضي المجال المعرفي الذي يتناوله أي بحث علمي، تحديد طبيعة ونوع المصطلحات التي من المحتمل أن تتعامل معها الدراسة، وفي هذا البحث وقفنا عند المفاهيم التالية:

الاستخدام - موقع الفاييس بوك - الهوية - الثقافة - الهوية الثقافية - الطالب الجامعي

6-1 الاستخدام:

6-1-1 لغة: "استخدم يستخدم استخداما غيره: اتخذه خادما طلب منه أن يخدمه" (المفضل، 2001، ص، 37)

-اصطلاحا: "يعرف الاستخدام على انه نشاط اجتماعي يتحول إلى نشاط عادي في المجتمع ذلك بفضل التكرار والقدم، كما يجب التفريق بين الاستخدام والاستعمال: كون الاستعمال قد يتحول إلى استخدام في حال إذا تكرر الفعل، وقد يشير الاستخدام إلى الممارسات وإلى السلوكيات والعادات والاتجاهات، كما تعرف كلمة استخدام عدة تضاربات في المفهوم كونها تعرف نوعا من الغموض والملابسات، خاصة عند دمج كلمة الاستخدام مع مفهوم التكنولوجيا، ذلك لأن دخول تكنولوجيا الإعلام والاتصال في الحياة الاجتماعية للفرد، فرض نوع من السلوكيات والعادات الجديدة، حولت المستخدم إلى مستهلك يحكمه قانون العرض والطلب عن طريق العمولة التي شملت كل المجالات بما فيها الهوية الشخصية والاجتماعية للأفراد، من جهة أخرى أتاحت - تكنولوجيا الإعلام والاتصال- للفرد إمكانية الذي سيتم مناقشة تخصيصه لحيزه المهني والخاص لاحقا" (رايس علي، 2016، ص، 3)

6-1-2 اصطلاحا: "يبدو مفهوم الاستخدام من خلال النظر العامة مفهوما واضحا وبسيط المعنى غير ذي حاجة إلى جهد أو نشاط يتوخى ضبطه غير أن أية محاولة تستهدف ضبط المعاني، والدلالات النظرية والتطبيقية له تصطدم بمفهوم غامض ومتنوع يحتمل الكثير من الدلالات المختلفة باختلاف ما هو اجتماعي وما هو تقني الداخلة في تركيبه تكنولوجيا الاتصال، والإعلام الحديثة،

الغموض الذي يحيط باللفظ مرده إلى استعماله في تعيين وتحليل مجموعة السلوكيات والمظاهر". (نومار، 2012، ص، 6)

6-1-3 التعريف الإجرائي: إن مفهوم الاستخدام الذي نقصده في دراستنا هذه هو عملية التصفح الذي يقوم به الطالب الجامعي في موقع "الفايس بوك" وعادات وأنماط هذا التصفح.

6-2 موقع الفايس بوك:

6-2-1 لغة: "يعرفها قاموس الاعلام و الاتصال (dictionary of media and communications) الفايس بوك

على أنه موقع خاص للتواصل الاجتماعي أسس عام 2000 و يتيح بنشر الصفحات الخاصة profils و قد وضع في البداية لخدمة طلاب الجامعة و هيئة التدريس و الموظفين لكنه اتسع ليشمل كل الأشخاص". (سعيد، حينش، 2017، ص، 9)

6-2-2 اصطلاحاً: "هو موقع التواصل الاجتماعي يعمل على تكوين الأصدقاء و يساعدهم على تبادل المعلومات و الصور الشخصية و مقاطع الفيديو و التعليق عليها و إمكانية المحادثة أو الدردشة الفورية و يسهل إمكانية تكوين علاقات في فترة قصيرة، و كذلك إمكانية التقاء الأصدقاء القدامى و الجدد و تبادل المعلومات و آخر الأنباء و التطورات معهم و بالاستطاعة القول أن الفايس بوك يقدم مجموعة من الخدمات الأساسية لزواره، تتمثل بالدرجة في الرسائل و هي خاصية يتيحها الفايس بوك بشكل مبسط و سهل للغاية لكل الأصدقاء، و كذلك بإمكان أي شخص لديه صفحة شخصية على الفايس بوك أن يثبت المناسبات الهامة التي تخصه هو و عائلته، و يرغب بحضور أو مشاركة الأصدقاء معه فيها." (المرجع السابق، ص9)

6-3 الهوية:

6-3-1 لغة: "هي كلمة مركبة من ضمير الغائب "هو" مضاف اليه . ياء النسبة التي تتعلق بوجود الشيء المعني كما هو في الواقع بخصائصه ومميزاته التي يعرف بها والهوية بهذا المعنى، هي اسم الكيان

والوجود على حاله، أي وجود الشخص أو الشعب أو الأمة كما هي بناء على مقومات ومواصفات وخصائص معينة تمكن من إدراك صاحب الهوية بعينه دون الأشباه، والمسألة في هذه القضية تتعلق بنوعية تلك الصفات والمقومات والخصائص". (محل، 2016، ص، 153)

"والهوية عند الجرجاني" الحقيقة المطلقة المشتملة على الحقائق اشتمال النواة على الشجرة، تستعمل كلمة الهوية في الأدبيات المعاصرة لأداء معنى كلمة "identité" التي تعبر عن خاصية المطابقة: مطابقة الشيء لنفسه أو مطابقته لمثيله". (بوزغاية، 2011، ص، 658)

6-3-2 اصطلاحاً: يعرفها جان فريمون "إن الهوية إحساس متماسك بالذات وهي تعتمد على قيم مستقرة وعلى قناعة بأن أعمال المرء وقيمة الذات علاقة متناغمة، فالهوية شعور بالكلية والاندماج بمعرفة ما هو خطأ وما هو صواب". (وظفة، 2003، ص، 37)

يعرفها محمد أمين العالم "الهوية هي السمعة الجوهرية العامة مجتمعة من المجتمعات ورأى أنها ليست أقتوما ثابتا جاهزا نهائيا، وإنما هي مشروع مفتوح متطور في المستقبل أي متشابك متفاعل مع الواقع والتاريخ". (مسرحي، 2013، ص، 25)

- وتعرف بأنها "الامتياز عن الغير والمطابقة للنفس، أي خصوصية الذات، وما يتميز به الفرد عن الغير من خصائص ومميزات ومن قيم ومقومات، أما الهوية عند (الهيبي) فهي عبارة عن مفهوم اجتماعي نفسي يشير إلى كيفية إدراك مجتمع أو جماعة لذاته، وكيفية تمايزه عن الآخرين". (بن طيفور، بوعمامة، ص، 8)

6-4 الثقافة:

6-4-1 لغة: "ثقف . ثَقِفَ . ثَقَّفًا وَثَقَّفًا: صار حاذقاً ماهراً: "ثقف عامل" ثَقِفَ . ثقافةً: مص الج. ثقافات: تمكن من العلوم والفنون والآداب، غني فكري ومعرفة واسعة". (قاموس المنجد، 2001، ص، 125)

- كما جاء في قاموس جرير "ثَقِفَ، يثَقِفُ، ثقافة الرجل: صار حاذقاً فطناً. ثقِفِ: يثَقِفُ، ثقفاً الشيء ظفر به . الرجل في الحرب أدركه، قال تعالى: فإما تتقنهم في الحرب فشردهم بهم من خلفهم". (قاموس جرير، 1991، ص، 238)

6-4-2 اصطلاحاً: تعرف على أنها "هي الكل المعقد الذي يشتمل المعرفة والعقيدة والفن والأخلاق والقانون والعادات ،وأية قدرات يكتسبها الانسان كعضو في المجتمع وهي بالتالي تتكون من ثلاث دوائر مترابطة ومتماسكة: أولها القيم والمبادئ والمعتقدات وثانيها أنماط سلوكية وثالثها جزاءات جماعية للممارسة والتعامل ". (بركات، 2003، ص، 157)

- عرفها مالك بن نبي "أنها نظمت الملحمة الانسانية في جميع أدوارها من لدن آدم عليه السلام، فلا يسوغ أن نعتبرها علما يتعلمه الناس ،بل هي محيط يحيط به وإطار يتحرك بداخله ،ويغذي الحضارة في أحشائه فهي الوسط التي تتكون فيه جميع خصائص المجتمع المتحضر". (زرزايحي، 2010، ص، 256)

- عرفها بيتر فارب "على أنها المخطط الأساسي الذي يضعه المجتمع للسلوك الانساني موضحا ما يجب عمله وما يحسن عمله وما يمكن عمله وما يجب أن لا يعمل". (وظفة، 2003، ص، 30)

6-5- الهوية الثقافية:

6-5-1 لغة: في معجم المفاهيم الفلسفية جاء "أنها ميزة ما هو متماثل، سواء تعلق الأمر بعلاقة الاستمرارية التي يقيمها الفرد مع ذاته".

أما أنثروبولوجيا فيحضر المفهوم كعلامة غير منفصلة عن مسلسل الفردنة، أي كشكل من أشكال التمايز بين الطبقات نفسها، فمن أجل إعطاء هوية لفرد ما أو لمجموعة من الأفراد يبدو لزاما التمييز ما ليسوا هم، وبالمقابل ينبغي فهم الفرد في خصوصيتهم، كما يجب أخذ هويته التاريخية بعين الاعتبار". (وارم، 2014، ص، 18)

6-5-2 اصطلاحاً: "إن مفهوم الهوية الثقافية القومية هو الهوية المشتركة لجميع أبناء الوطن العربي، ولا يعني هذا قط إلغاء أو إقصاء الهويات الوطنية الجماعية، ولا يعني أيضا فرض نمط ثقافي معين على

الأنماط الثقافية المتعددة الأخرى عبر تاريخنا المديد داخل الوطن العربي، فالتعدد الثقافي في الوطن العربي واقعة أساسية لا يجوز القفز عليها، بل العكس صحيح، إذ لا بد من توظيفها بوعي في إعناء وإحصاب الثقافة العربية القومية وتوسيع مجالها الحيوي، ولكن تبقى مع ذلك كلمة الوظيفة التاريخية لهذه الثقافة، ووظيفة التوحد المعنوي، الروحي والعقلي، ووظيفة الارتفاع بالوطن من مجرد رقعة جغرافية إلى وعاء للأمة العربية لا تكون إلا به ولا يكون إلا بها، وبالتالي فإن اللغة المشتركة من جميع أبناء الأمة العربية هي لغة التراث المشترك، ولغة العلم والثقافة وبالتالي لغة التحديث والحداثة التي توحد بين مستويات الهوية في الوطن العربي، وهي تشمل المستوى الفردي والجماعي، والمستوى الوطني والقومي، وهي الأداة الوحيدة التي يمكن للعرب الدخول في العالمية وتحقيق الحداثة". (سليم، 2003، ص، 237)

عرفها محمد العابد الجابري الذي لا يفصل بين الثقافة والهوية الثقافية بل يعتبرها انعكاسا لها ويعرفها بأنها: "ذلك المركب المتجانس من الذكريات والتصورات والقيم والرموز والتعبيرات، والتطلعات التي تحتفظ لجماعة بشرية... بهويتها الحضارية في إطار ما تعرفه من تطورات بفعل ديناميتها الداخلية وقابليتها للتواصل والأخذ والعطاء، وهي بعبارة أخرى المعبر الأصيل عن الخصوصية التاريخية لأمة من الأمم عن نظرة هذه الأمة إلى الكون والحياة والموت والإنسان ومهامه وقدراته وحدوده، وما ينبغي ان يعمل وما لا ينبغي أن يعمل". (بيسون، 2016، ص، 4)

وعرفت كذلك على أنها "مجموعة السمات الروحية والمادية والفكرية والعاطفية المميزة لمجتمع ما، وهي أيضا مجموعة السمات المعبرة عن الشعور بالانتماء لدى أفراد كيان اجتماعي، والوعي بخصوصيتهم المتمثلة في نساقتهم القيمي، ورؤيتهم المتميزة للكون والإنسان، ورصيدهم المخترن من الخبرات المعرفية والتجارب والأنماط السلوكية ونوعية تفاعلهم مع البعدين التاريخي والجغرافي كما تصوره مؤسستهم الاجتماعية والسياسية". (المرجع السابق، ص، 4)

■ نستنتج من هذه التعاريف أن الهوية الثقافية هي مزيج من السمات الروحية والمادية والفكرية والتي تعبر على انتماء الفرد لكيان اجتماعي خاص وتتصف بالتغير والديناميكية.

6-5-3 التعريف الإجرائي: ونقصد بالهوية الثقافية في هذه الدراسة بعددين أساسيين البعد المتعلق باللغة والبعد المتعلق بالعادات والتقاليد، وهما بعدان يشكلان الهوية الثقافية لدى الطالب الجامعي، حاولنا تسليط الضوء على مدى مراعات الطلبة الجامعيين للغة التواصل التي تعمدونها في تواصلهم عبر الفضاء الأزرق وما مدى محافظتهم على المعايير الاجتماعية والقيم والأعراف الاجتماعية أثناء حواراتهم التي تتم عبر موقع التواصل الاجتماعي.

6-6- الطالب:

6-6-1 لغة: "الطالب هو الذي يطلب العلم، ويطلق عرفا على التلميذ في مرحلتي الثانوية والعالية، جمع طلاب وطلبة". (المعجم الوسيط، 2005، ص، 17)

6-6-2 اصطلاحا: عرفه محمد ابراهيم "الطالب هو الفرد الذي اختار مواصلة الدراسة الأكاديمية والمهنية، ويأتي إلى الجامعة محملا معه جملة قيم وتوجهات صقلتها المؤسسات التربوية الأخرى، والجامعة من المفروض تحضره للحياة العليا كما يرى". (عتيق، 2013، ص، 32)

وقد قدم verret تعريفا ضمينا للطلاب الجامعي "حيث قال أن يكون المرء طالبا فهذا يعني أن يدخل عالم الحرية، والمعاكسة للحياة السابقة بالثانوية، حيث صرامة التوقيت وتوجيهه والانضباط التام من الاستيقاظ حتى النوم في حين الدخول إلى الجامعة يعني فصل تام وعنيف، يميزه المفاجآت والاضطرابات". (المرجع السابق، ص، 32)

عرفته اتحاد العربية بأنه "الشخص المسجل لنيل درجة علمية وفق الأنظمة المعمول بها في الجامعات المعنية، فالطالب من وجهة النظر العلمية التقليدية يمثلون جماعة أو شريحة من المثقفين في المجتمع بصفة عامة إذ يتركز المئات أو الألوف من الشباب في نطاق المؤسسات التعليمية، مما يضعف ويخفف إلى حد ما من ارتباطهم الطبقي والعائلي والطلاب ليسوا طبقة ولكنهم حالة وقتية يجتمعون وقت الدراسة ثم يصبحون قوة انتاجية ويصدمون بالمجتمع القائم ولذلك فإنهم يحاولون تحقيق الذات وهم مجتمعون". (سعيد، 2016، ص، 11)

6-6-3 التعريف الإجرائي:

الطالب هو ذلك الشخص الذي تحصل على شهادة البكالوريا من أجل الالتحاق بالجامعة والاستمرار في تلقي الدروس والمحاضرات، وذلك من أجل تطوير كفاءاته وتحسين مستواه التعليمي. أما في هذه الدراسة فنقصد بالطلبة، هم طلبة الماستر بكلية العلوم الانسانية والاجتماعية بجامعة محمد الصديق بن يحيى القطب الجامعي تاسوست-جيغل- الذين يزاولون دراستهم بالأقسام الأربع بكل التخصصات والفروع والمسجلين في السنة الجامعية 2017\2018.

سابعاً: حدود الدراسة

تقوم الدراسة الميدانية على تحليل واقع الميدان الذي يجري فيه البحث، وبما أن أي دراسة ميدانية تتطلب تحديد مجالاتها المختلفة من مجال زماني ومكاني وبشري فهي في دراستنا كالاتي:

1-7 المجال المكاني:

أجريت هذه الدراسة على مستوى كلية العلوم الانسانية و الاجتماعية بجامعة محمد الصديق بن يحيى بالقطب الجامعي تاسوست-جيغل- حيث كان اختيارنا هذا بناء على اعتبارات ذاتية، كوننا نزاول دراستنا في هذه الجامعة و في نفس الكلية هذا سهل علينا الاتصال بالمبحوثين وكذلك سهل علينا ملاحظتهم ورصد كل سلوكياتهم المتكررة التي تخدم دراستنا، مما وفر لنا الوقت والجهد.

2-7 المجال الزماني:

تم الشروع في إنجاز هذه الدراسة مع نهاية شهر ديسمبر 2017، قبل عطلة الشتاء، وخلال ذلك انقسمت فترة الإنجاز إلى ثلاث جوانب:

1) الجانب المنهجي:

استمر البحث فيه طول الفترة الممتدة من شهر ديسمبر 2017 إلى نهاية شهر فيفري من سنة 2018، وقد شرعنا في صياغة مشكلة الدراسة وتساؤلاتها بالإضافة إلى صياغة الفرضيات ابتداء من

الأسبوع الأول من عطلة الشتاء من شهر ديسمبر، وعرضناها على المشرف من أجل تصحيحها واستغرقتنا في إنجاز هذه العناصر حتى بداية الأسبوع الأول من شهر فيفري من سنة 2018، وقد قمنا قبل ذلك بجمع كل المعلومات والمراجع والدراسات السابقة التي نخدم دراستنا وضبط موضوع الدراسة مع الأستاذ المشرف.

فيما يخص العناصر الأخرى المتمثلة في ضبط مفاهيم الدراسة، والدراسات السابقة، نوع الدراسة، ومنهجها ومجتمع الدراسة والعينة. بالإضافة إلى أدوات جمع البيانات فقد بدأنا في إنجازها في الأسبوع الأخير من شهر فيفري 2018.

2) الجانب النظري:

استمر البحث فيه شهرا كاملا مع بداية شهر جانفي الى نهاية شهر فيفري 2018.

3) الجانب الميداني:

شرعنا فيه ابتداء من شهر مارس الى شهر أفريل من سنة 2018م وقد مر إنجازنا للجانب الميداني بعدة مراحل هي:

- مرحلة جمع المعلومات: وتم في هذه المرحلة تجربة الاستمارة التي دامت حوالي يومين ليتم بعدها تطبيق الاستمارة في شكلها النهائي.
- مرحلة توزيع الاستمارة والتي دامت ثلاثة أيام كاملة.
- مرحلة تفرغ البيانات وتحليل الجداول دامت أربعة أيام.
- مرحلة تحليل النتائج في ضوء الدراسات السابقة.

3-7 المجال البشري:

يشمل تحديد مجتمع البحث وخصائصه.

المجال البشري "هو مجتمع الدراسة، أي الأفراد الذين سيتم التعامل معهم، والذين ستجرى عليهم الدراسة الميدانية، وتعتبر مرحلة تحديد مجتمع الدراسة من أهم الخطوات المنهجية في البحوث الاجتماعية، وهي تتطلب من الباحث دقة بالغة، حيث يتوقف عليها إجراء الدراسة وتصميمها وكفاءة نتائجها، ويواجه الباحث عند شروعه في القيام ببحثه مشكلة تحديد نظام العمل أي اختيار مجتمع الدراسة أو العينة التي سيجري عليها دراسته وتحديدها." (محمد شفيق، 1999، ص112)

وفي هذه الدراسة شمل المجتمع البشري طلبة الماجستير من مستخدمي موقع "الفييس بوك" في كلية العلوم الانسانية والاجتماعية بأقسامها الأربعة، حيث بلغ مجتمع الدراسة حوالي 975 طالب خلال الموسم الدراسي 2018/2017.

ثامنا: منهج الدراسة:

"إن اختيار المنهج المراد اتباعه من طرف الباحث لإنجاز بحثه يعتبر من أهم العناصر للقيام ببحث ناجح، باعتبار أن المنهج يسلكه أو يتبعه الباحث للوصول إلى الإجابة التي تثيرها مشكلة بحثه، ومنهج البحث هو طريقة موضوعية يتبعها الباحث لدراسة ظاهرة من الظواهر بقصد تشخيصها وتحديد أبعادها ومعرفة أسبابها وعلاجها والوصول إلى نتائج عامة يمكن تطبيقها." (حمدي، 2010، ص45)

يعرفه سكاتش "Scates" بقوله "يراد بالدراسات الوصفية ما يشمل جميع الدراسات التي تهتم بجمع وتلخيص الحقائق الحاضرة والمرتبطة بطبيعة وبوضع جماعة من الناس أو عدد من الأشياء أو مجموعة من الظروف أو فصيلة من الأحداث أو نظام فكري، أو أي نوع آخر من الظواهر التي يمكن أن يرغب الشخص في دراستها." (عبد المجيد إبراهيم: 2000، ص125)

"هو طريقة من طرق التحليل والتفسير بشكل علمي منظم من أجل الوصول إلى أغراض محددة لوضعية اجتماعية أو مشكلة اجتماعية أو سكان معينين." (الجبوري، 2013، ص139)

"هو أيضا يعد أكثر مناهج البحث ملاءمة للواقع الاجتماعي كسبيل لفهم ظواهره واستخلاص سماته، ويأتي على مرحلتين، الأولى مرحلة الاستكشاف والصياغة التي تحتوي بدورها على ثلاثة خطوات هي تلخيص تراث العلوم الاجتماعية فيما يتعلق بموضوع البحث، والاستناد إلى ذوي الخبرة العلمية والعملية بموضوع الدراسة، ثم تحليل بعض الحالات التي تزيد من استبصارنا بالمشكلة والتي تلقي الضوء عليها أما المرحلة الثانية فهي مرحلة التشخيص والوصف وذلك بتحليل البيانات والمعلومات التي تم جمعها تحليلا يؤدي إلى اكتشاف العلاقة بين المتغيرات وتقديم تفسير ملائم لها". (عبود عبد الله العسكري: 2002، ص6)

يعتبر المنهج الوصفي من أنسب المناهج لوصف الظاهرة التي نحن بصدد دراستها والتعبير عنها كمنهج عن طريق جمع المعلومات عن المشكلة بواسطة استمارة استبيان، وتصنيفها وتحليلها من أجل الوصول إلى النتائج العامة للدراسة وربطها بالدراسات السابقة.

تاسعا: مجتمع الدراسة و عينته،

1-9 مجتمع الدراسة:

نقصد بمجتمع البحث "هو جميع مفردات الظاهرة التي يدرسها الباحث" (بن مرسل، 2007، ص166)

يعرف كذلك "أنه جميع مفردات الظاهرة التي يدرسها الباحث والذين يكونون موضوع مشكلة البحث". (المرجع السابق، 2007، ص166)

يتمثل مجتمع البحث لدراستنا في طلبة الماستر بكلية العلوم الانسانية والاجتماعية بجامعة محمد الصديق بن يحيى - جيغل - للسنة الجامعية (2017\2018) بأقسامه الأربعة (04) الموجودة بالكلية ككل والذي بلغ عددهم 975 طالب.

يعود سبب اختيارنا لهذا المجتمع دون غيره من المجتمعات لكوننا ندرس في نفس الكلية مما سهل علينا مهمة التواصل مع الباحثين وسهل علينا ملاحظتهم اليومية وهذا ساعدنا كثيرا في جمع

المعلومات وتسجيل الملاحظات المتكررة التي تخدم دراستنا، كما وفر لنا الوقت والجهد، حيث يتسم مجتمع بحثنا المعني بالدراسة والمتمثل في طلبة الماستر بقدر كبير من التجانس، كما يتميزون بمستوى ثقافي عال مقارنة مع غيرهم من الجمهور ويتقاربون بدرجة كبيرة في المتغيرات الرئيسية كالسن، الجنس، المستوى التعليمي ومقر السكن.

9-2 عينة الدراسة:

"لعل من أهم المشاكل التي يواجهها الباحث هي اختيار العينة للبحث العلمي واختيار هذه العينة على جانب كبير من الأهمية لأن عليها تتوقف أمور كثيرة فعليها تتوقف كل القياسات والنتائج التي يخرج بها الباحث من بحثه." (مروان عبد المجيد إبراهيم، 2000، ص157)

تعرف العينة على أنها "مجموعة من الأفراد أو المشاهدات أو الظواهر التي تشكل مجتمع الدراسة الأصلي فبدلاً من إجراء البحث أو الدراسة على كامل مفردات المجتمع، يتم اختيار جزء من تلك المفردات بطريقة العينة، وعن طريق دراسة ذلك الجزء، يمكن تعميم النتائج التي يتم الحصول عليها على المجتمع الأصلي." (عبيدات، أبو ناصر و آخرون، 1999، ص83)

عرفت كذلك على أنها "مجموعة جزئية من مجتمع الدراسة يتم اختيارها بطريقة معينة وإجراء الدراسة عليها ومن ثم استخدام تلك النتائج وتعميمها على كامل مجتمع الدراسة الأصلي". (عبيدات، أبو نصار، مبيضين، 1999، ص84)

بما أن مجتمع بحثنا تضمن 4 أقسام والمتمثل في قسم علم الاجتماع، علم النفس وعلوم التربية والأرطوفونيا، قسم الاعلام والاتصال، وقسم علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية، كل قسم يحتوي عددا كبيرا من الطلبة المسجلين فيها خلال الموسم الدراسي (2017\2018) بمختلف مستوياتها وتخصصاتها، ومن خلال كل هذه المعطيات اعتمدنا في هذه الدراسة على أسلوب العينة القصدية العرضية، وهي "العينة الغير احتمالية، يكون فيها الاختبار كفي من قبل الباحث للمبحوثين استنادا إلى أهداف بحثه." (العمو، 2004، ص208)

وعليه فقد اخترنا العينة القصدية العرضية حيث أننا قصدنا كلية العلوم الانسانية والاجتماعية دون غيرها من الكليات كون ملاحظتنا للطلبة أثناء البحث كانت علي مستوى الكلية وقصدنا طلبة الماستر المسجلين بكلية العلوم الانسانية والاجتماعية بأقسامها الأربعة: قسم علم الاجتماع، قسم علم النفس وعلم التربية والأرطوفونيا، قسم الإعلام والاتصال وقسم علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية.

جدول رقم (01) يوضح توزيع طلبة الماستر حسب الأقسام بكلية العلوم الانسانية - جيجل -

القسم	سنة التدرج	عدد الطلبة المسجلين
قسم علم الاجتماع	سنة أولى	218
	سنة ثانية	163
قسم علم النفس وعلوم التربية والأرطوفونيا	سنة أولى	75
	سنة ثانية	71
قسم الإعلام والاتصال	سنة أولى	121
	سنة ثانية	235
قسم علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية	سنة أولى	49
	سنة ثانية	43
المجموع		975

المصدر: إحصائيات مصلحة التدريس بكلية العلوم الانسانية و الاجتماعية للسنة الجامعية 2018/2017

ونقصد بالعرضية أن كل طالب يعترضنا أثناء توزيع الاستمارة ويكون منتمي إلى طور الماستر فهو جزء من عينتنا وبالنظر لعدد المسجلين في طور الماستر على مستوى كلية العلوم الانسانية والاجتماعية وحسب المعلومات التي قدمت لنا من قبل مصلحة احصائيات الإعلام والتوجيه حول عدد المسجلين في طور الماستر فقد بلغ عددهم 975 طالب ونظرا إلى استحالة الوصول إلى هذا العدد الكبير من الطلبة اعتمدنا على النسبة المقدرة ب 10% من المجموع الكلي لعدد طلبة الماستر لكل قسم على

مستوى كلية العلوم الانسانية لكون هذه النسبة هي المعتمدة لدى أغلب الباحثين في العلوم الانسانية والعمليات الآتية توضح عدد الطلبة من كل قسم:

■ قسم علم الاجتماع عددهم:

$$\left(38.1 = \frac{\%10 \times 381}{100} \right) \text{ بالتقريب } 39 \text{ طالب}$$

■ علم النفس وعلوم التربية والأرطفونيا:

$$\left(14.6 = \frac{\%10 \times 146}{100} \right) \text{ بالتقريب } 15 \text{ طالب}$$

■ قسم الاعلام والاتصال عددهم:

$$\left(35.6 = \frac{\%10 \times 356}{100} \right) \text{ بالتقريب } 36 \text{ طالب}$$

■ قسم علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية عددهم:

$$\left(9.2 = \frac{\%10 \times 92}{100} \right) \text{ بالتقريب } 10 \text{ طالب}$$

وبمجموع عدد الطلبة من الأقسام 4 يكون العدد الاجمالي للطلبة كالآتي:

$$100 = 10 + 36 + 15 + 39 \text{ طالب}$$

إذن العينة هي 100 طالب

يرجع اختيار طلبة الماستر كعينة للدراسة لعدة اعتبارات نذكرها وهي:

1) هذه العينة من الطلبة تخدم دراستنا والتي نحاول من خلالها معرفة الأثر الذي تحدثه مواقع التواصل

الاجتماعي "فيس بوك" على الهوية الثقافية لدى الطلبة الجامعيين.

2) طلبة الماستر هم أكثر نضوجا ووعيا مقارنة مع الطلبة الجدد واستهدفنا هذه العينة قصد معرفة

الدوافع وراء تصفح موقع الفيس بوك والإشباع التي تحقق من جراء هذا التعرض.

3) طلبة الماجستير لديهم خبرة ومعرفة بأمور الجامعة والتعامل معهم سهل مقارنة بالطلبة الجدد، فهم قليلو الخبرة ويدخلون بنوع من الخوف والحذر كما أنهم في مرحلة اكتشاف للبيئة الجديدة والحرم الجامعي.

4) "طلبة الماجستير هم طلبة جامعيين استمرت دراستهم لأكثر من (04) سنوات مثلهم مثل باقي الطلبة المتواجدين بمجتمع البحث، سواء من ناحية الدراسة أو السمات الشخصية والنفسية وحتى الاجتماعية، غير أن ما يميزهم هي المدة المستغرقة للتكوين، مما شكل لديهم ثقافة فرعية منفتحة في مراحلها المتقدمة جدا." (الخنساء تومي، 2017، ص276)

5) كذلك من خلال الملاحظة التي أجريت على الطلبة في الحرم الجامعي، لاحظنا أن طلبة الماجستير متشبعين بأنماط استهلاكية جديدة مما أحدث انعكاسا مباشرا على سلوكياتهم، حيث باتوا أكثر انفتاحا مقارنة مع الطلبة الجدد، وزادت رغبتهم في تجربة أمور جديدة خاصة المتعلقة بالزبي وقصات الشعر وغيرها، وهذه المتغيرات تخدم دراستنا.

عاشرا: أدوات جمع البيانات

"تتطلب مرحلة جمع البيانات عناية خاصة من قبل الباحث، وكذا استعمال وسائل مناسبة، تمكنه من الوصول إلى معلومات يستطيع بواسطتها معرفة ميدان الدراسة. تعرف الأداة البحثية على أنها الوسيلة المستخدمة في جمع البيانات وتصنيفها وجدولتها، وتعد للوسيلة التي تستخدم في الحصول على البيانات، ويمكن استخدام أكثر من وسيلة في البحث الواحد لتجنب عيوب إحداها ودراسة الظاهرة من كافة الجوانب." (شفيق، 1996، ص112)

اعتمدت في جمع بيانات الدراسة على الأدوات البحثية التالية:

1-10 أداة الاستبيان:

اعتمدنا في هذه الدراسة على الاستمارة كأداة أساسية لجمع البيانات التي تعرف على أنها: "تلك القائمة من الأسئلة التي يحضرها الباحث بعناية في تعبيرها عن الموضوع المبحوث في إطار الخطة

الموضوعية، لتقدم إلى المبحوث من أجل الحصول على إجابات تتضمن المعلومات والبيانات المطلوبة لتوضيح الظاهرة المدروسة وتعريفها من جوانبها المختلفة". (بن مرسي، 2007، ص، 220)

وتعرف على أنها "مجموعة من الأسئلة المكتوبة التي تعد بقصد الحصول على المعلومات المستخدمة في جميع البيانات الخاصة بالعلوم الاجتماعية التي تتطلب الحصول على معلومات أو معتقدات أو تصورات أو آراء الأفراد، ومن أهم ما تتميز به الاستبانة هو توفير الكثير من الوقت والجهد على الباحث". (عبيدات، أبو نصار، مبيضين، 1999، ص63)

تمت صياغة أسئلة استمارة الاستبانة اعتماداً على فرضيات الدراسة، بالإضافة إلى بعض النماذج المختارة من الدراسات السابقة في كيفية صياغة الأسئلة حيث انقسمت اسئلة الاستمارة إلى:

1. أسئلة مفتوحة: تم تصميمها لإتاحة الحرية للمبحوث في اجاباته لبعض الاسئلة التي تقتضي تنوعاً في الآراء.

2. أسئلة مغلقة: وهي الأسئلة التي تحوي اجابات محددة، وما يميز هذا النوع الاخير هو تسهيل تكميم الاجابات، ولكنها في نفس الوقت تقيد المبحوث وتحد من حرية الاجابة، أما من حيث المتغيرات فقد قسمت الى خمسة جزاء:

- البيانات الشخصية (من 1 الى 5).
- عادات وانماط استخدام طلبة الماستر لموقع "الفايس بوك" (6 الى 13).
- دوافع والاشباع المحقق وراء استخدام طلبة الماستر لموقع "الفايس بوك" (14 الى 17).
- تأثيرات استخدام "الفايس بوك" على اللغة العربية الفصحى لطلبة الماستر (18 الى 26).
- تأثير استخدام "الفايس بوك" على العادات والتقاليد لطلبة الماستر (27 الى 33).

لقد صممت استمارة البحث وفق مجموعة من الخطوات:

الخطوة الأولى: استمارة تحتوي على 47 سؤال موزعة على خمس محاور هي: البيانات الشخصية، عادات وانماط استخدام طلبة الماجستير لموقع "الفيس بوك"، دوافع والاشباع المحقق وراء استخدام طلبة الماجستير لمواقع "الفيس بوك"، تأثيرات استخدام موقع "الفيس بوك" على اللغة العربية لطلبة الماجستير، تأثير استخدام موقع "الفيس بوك" على العادات والتقاليد لطلبة الماجستير.

الخطوة الثانية: اخضاع الاستمارة للتحكيم على مجموعة من الأساتذة بجامعة جيغل، أ/ جنح أمين، أ/ شيباني ايدر، أ/ جدعون زينة.

الخطوة الثالثة: اخضاع الاستمارة للاختبار، حيث شملت هذه العملية (10) مفردة موزعة على طلبة الماجستير بكلية العلوم الانسانية والاجتماعية، وذلك من أجل التحقق من صدق أسئلة الاستمارة وصلاحيتها لتغطية مؤشرات الدراسة، واختبار فرضياتها.

وقد تم الاستفادة من التحكيم فيما يلي:

1. إضافة أسئلة جديدة تغطي بعض المؤشرات التي تخدم فرضيات الدراسة.
2. إعادة صياغة بعض الأسئلة لضمان دقة السؤال واستبعاد العمومية وعدم الوضوح في الصياغة.
3. إعادة ترتيب بعض الأسئلة بشكل يسمح بتغطية مؤشرات الدراسة تغطية كاملة ومتوازنة.

بعد الاستفادة من الملاحظات السابقة، تم تعديل الاستمارة في شكلها النهائي (33 سؤالاً) وقد طبقت الاستمارة كما يلي:

قمنا بعدها بطباعة (100 استمارة) لتوزيعها على عينة الدراسة التي شملت طلبة الماجستير بكلية العلوم الانسانية والاجتماعية بجامعة جيغل دام توزيعها ثلاثة أيام، بعد ذلك قمنا باسترجاع الاستمارات حيث استرجعنا (100)، و بعد قراءة الاستمارات المسترجعة لم نسجل أي استمارة ناقصة أو غير مكتملة و على هذا الأساس كانت استماراتنا قابلة لتحليل.

10-2 الملاحظة:

لتعزيز نتائج هذه الدراسة اعتمدنا على الملاحظة كأداة مساعدة والتي تعرف على أنها: "توجيه الحواس والانتباه إلى ظاهرة معينة أو مجموعة من الظواهر رغبة في الكشف عن صفاتها أو خصائصها بهدف الوصول إلى كسب معرفة جديدة عن تلك الظاهرة أو الظواهر". (الجبوري:2013، ص82)

كما تعرف أيضا بأنها "المشاهدة والمراقبة الدقيقة لسلوك أو ظاهرة معينة وتسجل الملاحظات أولا بأول، كذلك الاستعانة بأساليب الدراسة المناسبة لطبيعة ذلك السلوك أو تلك الظاهرة بغية تحقيق أفضل النتائج والحصول على أدق المعلومات". (بو حوش، الدينيات، 2011، ص162)

حاولنا من خلال أداة الملاحظة الحصول على المعلومات التي لم يتم التوصل إليها بواسطة أداة الاستبيان والمتعلقة خصوصا ببعض السلوكيات والتصرفات التي كانت تعكس ممارسات بعيدة عن هويتنا وثقافتنا كما وقفنا على بعض الظواهر الخاصة بالشباب كقصص الشعر وأهم الألبسة لدى الطلبة والطالبات، وبما أن الجانب الميداني للدراسة كان على مستوى كلية العلوم الانسانية و الاجتماعية بالقطب الجامعي تاسوست بجيجل حاولنا ملاحظة هذا الوسط خاصة عند العودة إلى مقاعد الدراسة بعد فترات العطل، أين نجد العديد من الطلبة والطالبات بلباس جديد وقصات شعر مختلفة باسم الموضة، كما استوقفتنا أيضا رنات الهواتف باللغات الأجنبية لأغلب الطلبة، ولغة التواصل التي كانت تستعمل بين الطلبة والتي أصبحت تستخدم رموزا ومفاتيحا لا يفهمها سواهم وكلها باسم الموضة.

أحد عشر: الدراسات السابقة

من بين مصادر الدراسة التي تعد منبعا أساسيا لجمع المعلومات، نجد الدراسات السابقة، وانطلاقا من هذا الأساس، وفي إطار البحث الذي نحن بصدد تقديمه، تفحصنا مجموعة من المذكرات التي تتقاطع من موضوع الدراسة المتناول، حيث اعتمدنا على خمس (05) دراسات قريبة من موضوع البحث.

11-1 الدراسة الأولى: بعنوان " دور الثقافة الجماهيرية في تشكيل هوية الشباب الجامعي " جامعة محمد خيضر بسكرة -أمودجا- من إعداد الباحثة: الخنساء تومي، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في علم الاجتماع الإتصالي، بجامعة محمد خيضر بسكرة، كلية العلوم الانسانية والاجتماعية، وقد قامت الباحثة بإجراء دراسة ميدانية على عينة من الشباب الجامعي بجامعة محمد خيضر بسكرة، موسم 2016_2017.

تمخضت عن الاشكالية المطروحة مجموعة من التساؤلات الفرعية، تمثلت أهمها في:

- 1- كيف تؤثر الثقافة الجماهيرية على العناصر الدينية المكونة لهوية الشباب الجامعي؟
- 2- كيف تؤثر الثقافة الجماهيرية على اللغة والعناصر الوطنية المكونة لهوية الشباب الجامعي؟
- 3- كيف تؤثر الثقافة الجماهيرية على العناصر الاجتماعية المكونة لهوية الشباب الجامعي؟

استخدمت في هذه الدراسة المنهج الوصفي كما اعتمدت الباحثة في هذه الدراسة على مجتمع بحث متمثل في الشباب الجامعي بجامعة محمد خيضر بسكرة لسنة (2015\2016) بالكليات السبع الموجودة بالجامعة والتي يبلغ عددهم 31689 طالب.

اعتمدت الباحثة على عينة متعددة المراحل، بعد ان أخذت نسبة 28% من المجتمع الكلي بعد اختيارها للكليات، قامت باختيار عينة من الطلبة بطريقة عشوائية بسيطة بنسبة 10% في المرحلة الثانية، واعتمدت الباحثة في هذه الدراسة على مجموعة من أدوات جمع البيانات أهمها: الملاحظة، المقابلة واستمارة الاستبيان كأداة لجمع البيانات وهو أكثر الأدوات ملاءمة لموضوع دراستها، حيث احتوى الاستبيان على 54 سؤالاً موزعاً على أربع محاور وزعت على عينة عشوائية بسيطة متمثلة في طلبة الماجستير من كل كلية.

وصلت هذه الدراسة البحثية إلى عدة نتائج من أهمها:

- وضحت الدراسة مدى تمثيلها للفتيات\الإناث ب (82.1%)، الذكور ب (17.9%)، أي بمعنى وجود نسبة الشابات الجامعيات على غرار تواجد الذكور أو الشباب الجامعي، فالفتيات أصبحن يفضلن الدراسة عكس الشباب يفضلون التوجه إلى العمل ومجالاته المختلفة.

- توصل النتائج إلى أن أهم القيم الدينية الواجب توفرها لدى الشباب الجامعي لتخلق منه مجتمعا قويا وصلبا في وجه الثقافات الوافدة التي تؤثر على هويتنا الوطنية، بينت نسبة (50.2%) أن الاهتمام بالدين هو أهم عامل ومقوم بالنسبة للهوية، وضرورة المحافظة والعمل به، فهم شباب على درجة عالية بقيمة وأهمية الوازع الديني ومظاهره بالنسبة للهوية والثقافة على حد سواء.

- تعتبر الجامعة الحيز العلمي الذي يستخدم في الشباب الجامعي اللغة العربية بنسبة (69.2%) نتيجة للوسط الخاص بالبحث الأكاديمي الذي يتطلب استخدام اللغة العربية، غير أن ما تحصلت عليه الباحثة بعد إجراء المقابلة أن استخدامها يعد نسبيا لأنهم يخلطون بين اللهجة العامية العربية وبين العربية الفصحى، وهذه مشكلة يعاني منها الشباب الجامعي كاستهجان بين اللهجات واللغات ولم يمسك اللغة العربية بأصولها أو اللغات الأخرى فما بالك باللهجات.

- تعتبر الأعياد والمناسبات الدينية أحد مظاهر الهوية الوطنية من جهة وترسيخها للموروث الثقافي الاجتماعي الجزائري، لكن بطغيان الوسائل التكنولوجية على مستوى الحياة الاجتماعية تؤثر ولو بشكل طفيف بنسبة متفاوتة، وهذا ما مثلته نسبة (33.8%) للمكالمات الهاتفية المستخدمة أثناء هذه المناسبات، رسائل ال SMS ب: (8.1%) أما الزيارات الشخصية فكانت بنسبة (57.3%)، (تومي، 2017/2016)، ص، ص، 2548.

التعليق:

تشارك هذه الدراسة مع دراستنا في المتغير التابع والمتمثلة في هوية الشاب الجامعي وتأثره بالثقافة الجماهيرية، حيث ركز على الأبعاد المشكلة لهوية الشباب ومعرفة مدى تأثير الثقافة

الجماهيرية على اللغة والعناصر الوطنية المكونة لهوية الشباب الجامعي، وهذا الجانب يتشابه كثيرا مع دراستنا التي حاولنا تسليط الضوء على الجوانب المكونة للهوية الثقافية لدى الطالب الجامعي، نتيجة التعرض والاستخدام الكبير لمواقع التواصل الاجتماعي كما أن هذه الدراسة تشترك معنا في نفس المنهج وأدوات جمع البيانات، وخاصة في اختيار العينة، أما الاختلاف فكان في المتغير المستقل والذي يعتبر المتغير المتحكم في ظاهرة الدراسة.

11-2 الدراسة الثانية: بعنوان انعكاسات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على نمط

العلاقات الاجتماعية دراسة ميدانية على عينة من مستخدمي الجزائريين، أطروحة نهاية الدراسة المقدمة لنيل شهادته الدكتوراه علوم في علم الاجتماع، تخصص علم الاجتماع الاتصال والعلاقات العامة، من اعداد الباحثة: نوال بركات، جامعة محمد خيضر، بسكرة، كلية العلوم الانسانية والاجتماعية.

وقد قامت الباحثة بإجراء دراسة ميدانية على عينة من مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي الجزائريين دون غيرهم كعين قصدية، وقد قامت البحث باستخدام المنهج الوصفي واستخدمت كذلك المنهج الاحصائي في جمع البيانات وتحليلها تحليلًا احصائيًا رقميًا اعتمدت على أداة الملاحظة البسيطة المباشرة حيث تساعد الباحثة في ملاحظات تصرفات وتفاعلات الأفراد في المجتمع الافتراضي، كما اعتمدت على أداة الاستبيان الإلكتروني كأداة رئيسية في جمع المعلومات كما اقتصرت العينة على (1000) مفردة بعد استبعاد (32) استبانة بسبب عدم الاتمام، و(15) استبيان بسبب التضارب في المعلومات المصرح بها.

- توصلت الدراسة الى أن أهم مواقع التواصل الاجتماعي التي تستخدم وعينة الدراسة هو موقع الفيس بوك وذلك بنسبه قدرات ب (99.90%) ثم يليه استخدام تطبيق Skype أكثر من نصف عدد الباحثين ثم موقع تويتر بنسبة (34.90) ثم موقع يوتيوب بنسبة (30.10) ثم موقع google+ بنسبة (29.30)

- عدد الساعات التي يقضيها المبحوثين في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي كانت أعلى نسبة قدرت ب (50.10%) من المبحوثين يقضون من ساعة الى أربع ساعات يوميا في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، بينما قدرت نسبة (36.20%) من المبحوثين الذين يقضون أقل من ساعتين يوميا في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، أما الذين يقضون من 4 الى 6 ساعات يوميا تقدر نسبتهم ب (15.80)، في حين ان النسبة المتبقية (22%) تقبل أكثر من ربع اليوم (ستة ساعات فأكثر يوميا) استخدام مواقع التواصل الاجتماعي.

كما توصلت الدراسة إلى أن أكثر من نصف المبحوثين (64.3%) أجابوا عن الوقت الذي يفضلون فيه استخدام مواقع التواصل في أي وقت حيث يستخدمون هذه المواقع كلما سمح وقتهم بذلك طيلة اليوم، أما ربع المبحوثين تقريبا أي بنسبة (25.2) يفضلون الليل عند استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي، في حين أن نسبة (10.50%) يفضلون أماكن العمل كفترة لتصفح مواقع التواصل الاجتماعي.

- كما توصلت نتائج الدراسة الى أن (611) من بين من بين (1000) يستخدمون اسمهم الحقيقي في حساباتهم عبر مواقع التواصل الاجتماعي أي بنسبه قدرت ب (61.1%).
(بركات، (2016/2015)، ص، ص، 11، 204، 11)

التعليق:

تشارك هذه الدراسة مع دراستها في المتغير المستقل محاولة معرفة انعكاسات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على نمط العلاقات الاجتماعية، حيث حاولت هذه الدراسة معرفة عادات وأنماط تصفح مواقع التواصل الاجتماعي في الجزائر وانعكاسات ذلك على علاقتهم الاجتماعية، أما الاختلاف فكان في مجتمع الدراسة فهو بعيد نوعا ما عن مجتمع دراستنا والمتمثل في المجتمع الطلابي، رغم الاختلاف الموجود على مستوى مجتمع الدراسة إلا انها تتقاطع مع دراستنا في كثير من الجوانب أهمها المتغير المستقل وكذا المنهج المعتمد، وأدوات جمع البيانات.

11-3 الدراسة الثالثة: بعنوان "استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية وتأثيره في العلاقات الاجتماعية" دراسة ميدانية على عينة من مستخدمي موقع الفيس بوك في الجزائر، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال تخصص الإعلام وتكنولوجيات الاتصال الحديثة من إعداد الباحثة: مريم نزيهان نورمان، جامعة الحاج لخضر. باتنة كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية.

وقد قامت الباحثة بإجراء دراسة ميدانية على عينة من مستخدمي الفيس بوك في الجزائر "باتنة، مستغانم، الجزائر، ورقلة"، واستخدمت في هذه الدراسة المنهج الوصفي واعتمدت على أداة الملاحظة والاستبيان كأداة رئيسية والتي تحتوي على 39 سؤالاً وزعت على عينة قصدية قوامها 265 مفردة وزعت على مستخدمي الفيس بوك بولايات باتنة، مستغانم، الجزائر و ورقلة لموسم 2011\2012 وتوصلت إلى عدة نتائج أهمها:

توصلت الدراسة إلى أن 153 مفردة بنسبة 57.73% من مفردات العينة هي من جنس الذكور، فيما بلغ عدد الإناث 112 مفردة، بنسبة 42.36% وتبين من خلال هذه البيانات أن إقبال الذكور على استخدام مواقع التواصل الاجتماعي "الفيس بوك" أكثر من إقبال الإناث وهي نتيجة تؤكدتها إحصاءات موقع SocialBakers.com التي أشارت إلى أنه مع بداية عام 2012 بلغ عدد مستخدمي الفيس بوك في الجزائر الذكور 68% في حين بلغ عدد الإناث 32%.

- أما من حيث الفئات العمرية فقد كانت فئة الذين تتراوح أعمارهم بين 15 و 25 سنة أكثر استخداما للفيس بوك بنسبة 46.79% يليها أفراد العينة بين 26 و 36 سنة بنسبة 37.73% ثم أكثر من 37 سنة بنسبة 15.47% وتعتبر هذه النتائج منطقية ذلك أن أغلبية الدراسات أثبتت أن الشباب والمراهقين أكثر استخداما للإنترنت ومواقع الدردشة والشبكات الاجتماعية نظرا لتعدد حاجاتهم ورغبتهم التي يسعون لتلبيتها والتي قد لا يجدها لدى الفئات العمرية الأخرى.

"(نورمان، 2011/2012)، ص، ص 19.5)

التعليق:

تشارك هذه الدراسة مع دراستنا في المتغير المستقل محاولتا معرفة ما أثر استخدام شبكات التواصل الاجتماعية على العلاقات الاجتماعية، أما الاختلاف فكان في مجتمع الدراسة فهو بعيد عن المجتمع الطلابي لكن تتقاطع مع دراستنا في معرفة عادات وأنماط تعرض الشباب بصفة عامة لمواقع التواصل الاجتماعي.

11-4 الدراسة الرابعة: بعنوان "تصور وممارسة الهوية الثقافية لدى الشباب الجزائريين الفضاء الإلكتروني والممارسة الواقعية" للدكتورة ببيمون كلثوم، دراسة ميدانية لعينة من شباب الجامعي مستخدمي شبكة التواصل الاجتماعي "فيس بوك" باتنة نموذجاً، جامعة الحاج لخضر باتنة-الجزائر-وتهدف هذه الدراسة إلى معرفة تأثير شبكة التواصل الاجتماعي من خلال واحدة من أهم أبعادها وهو تأثيرها في الهوية الثقافية لمستخدمي هذه الشبكة وهذا انطلاقاً من التساؤل الآتي:

ما الذي يؤسس الهوية الثقافية في ظل المجتمعات الكونية؟ وهل الهوية تنشئ أم تبنى؟

ماهي العناصر الموجهة لمضامينها؟

كيف تتمظهر الهوية الإلكترونية لدى الشباب الجزائري عبر شبكة التواصل الاجتماعي "فيس بوك"؟

ماهي انعكاساتها على تصوراتها وممارساتهم الهوية في المواقع الاجتماعية؟

وقد اعتمدت الباحثة على المنهج الوصفي الذي تهدف من خلاله إلى جمع معلومات وحقائق حول الظاهرة المتعلقة بتصورات وممارسة الهوية لدى الشباب الجزائري بين الفضاء الإلكتروني والممارسة الواقعية، والتعبير عنها تعبيراً كمياً وقد اعتمدت الباحثة في هذه الدراسة على مجتمع بحث متمثل في طلبة قسم العلوم الاجتماعية شعبة علم الاجتماع واعتمدت على العينة القصدية التي حددت معايير انتقائها على اعتبارات منهجية فرضتها الدراسة وهي أن يكون شاباً جامعياً، وأن يكون اشتراكه على الفيس بوك منذ سنة على الأقل.

كما اعتمدت الباحثة في هذه الدراسة على أداة الاستمارة التي اشتملت على 35 سؤالاً وزعت 100 استمارة على الطلبة وتم استرجاع 55 استمارة وصلت هذه الدراسة إلى جملة النتائج من أهمها:

1. أغلب الشباب يصر على عدم تأثير الفيس بوك على العلاقات الاجتماعية بنسبة 90.90%
2. أغلب الباحثين صرحوا بعدم تأثير الفيس بوك على تصوراتهم وممارستهم الهوياتية الواقعية وهذا بنسبة 56.36%
3. تباين نتائج الباحثين حول تأثير اللغة المتداولة في الفيس بوك على لغة التواصل، حيث أن 58.18% من فئة الباحثين تؤكد عدم تأثير اللغة المتداولة على لغة التواصل، في حين تؤكد نسبة 41.81% على تأثير اللغة المتداولة عبر الفيس بوك على لغة التواصل اليومية وهذه النتيجة تؤكد أن غياب الإدراك يؤثر على اللغة كعنصر أساسي للتعبير عن كينونة الهوية.
4. إن الحروف الأكثر تداولاً في شبكات التواصل الاجتماعي هي الحروف اللاتينية والتي يوظفها الشباب للتعبير عن ثقافته وهويته بنسبة 38.46% يستعملون الحروف اللاتينية، 36.92% يستعملون اللغة العربية واللاتينية بنسبة 24.61% يستعملون اللغة العربية. (بيسون، 2016، ص3)

التعليق:

تشارك هذه الدراسة مع دراستنا في معرفة أثر استخدام الشباب الجامعي لموقع الفيس بوك وانعكاساته على هويتهم الثقافية، وكذلك اشتراكها في نفس المنهج والأداة المستعملة، ومجتمع الدراسة أما الاختلاف فيمكن في انتقائها لمفردات الدراسة على أساس اعتبارات منهجية وحددت أن يكون اشتراكه على الفيس بوك منذ سنة على الأقل، وتركيزها على خصائص الهوية الإلكترونية على الشباب في حين ركزنا نحن على بعدين أساسيين هما اللغة التواصلية وبعد العادات والتقاليد المكونة لهوية الطالب الجامعي.

11-5 الدراسة الخامسة: "البعد الثقافي للعولمة وأثره على الهوية الثقافية للشباب العربي"، دراسة ميدانية على عينة من الشباب الجامعي الجزائري -نموذجا- من إعداد الباحث: أستاذ ورم العيد بـ "جامعة البشير الإبراهيمي -برج بوعريرج- الجزائر.

تمخضت عن الإشكالية المطروحة مجموعة من التساؤلات الفرعية وتمثلت أهمها فيما:

1. مكانة اللغة العربية كعنصر أساسي من عناصر الهوية الثقافية لدى الشباب الجامعي خصوصا في ظل بروز اللغات الأجنبية؟

2. ما مدى تأثير القيم الثقافية للشباب الجامعي الجزائري، خصوصا في ظل ثورة الاتصال والإعلام الحديث كوسيلة أساسية للعولمة؟

وقد استعملت هذه الدراسة المنهج الوصفي التحليلي في معالجة موضوع البحث واعتمد الباحث على عينة الدراسة 200 طالب وطالبة وكانت جامعة البشير الإبراهيمي -برج بوعريرج- الإطار المكاني لإجراء الدراسة واعتمد على أداة استمارة الاستبيان لجمع البيانات.

وصلت هذه الدراسة البحثية إلى عدة نتائج من أهمها:

- أوضحت الدراسة أن نسبة كبيرة من أفراد العينة يرون أن الشخص الذي يتقن اللغات الأجنبية شخص متحضر، وأن من أهم أسباب التي ادت إهمال اللغة العربية.
- وأوضحت الدراسة أن اغلبية المبحوثين لا يشاركون في الأنشطة الدينية.
- توصلت الدراسة إلى أن عدد كبير من أفراد العينة يرون أن إبراز معيار يحدد مكانة وقيمة الإنسان في المجتمع هو المال والسلطة والنفوذ.
- وتوصلت الدراسة إلى أن أغلب المبحوثين يزورون مواقع اجنبية على الشبكة العنكبوتية. " (وارم،(2014)،ص،16)

تعقيب:

تتقاطع هذه الدراسة مع دراستنا في العديد من الجوانب المتعلقة بالمتغير التابع بحيث عاجلت هذه الدراسة اهم الجوانب التي نحن بصدد معالجتها والمتمثلة في العناصر الأساسية المكونة للهوية الثقافية للطلاب الجامعي وهي الدين واللغة وبعض مظاهر القيم الثقافية، كما تتقاطع معنا في نفس المنهج وأداة جمع البيانات أما الاختلاف فيكمن في المتغير المتقل، والمتمثلة في العولة الثقافية والأثر الذي تحدثه في الهوية الثقافية حيث وصلت إلى أن تأثرها نسبي. وسنحاول من خلال دراستنا هذه أن نصل إلى نتيجة هل يؤثر استخدام الفاييس بوك على الهوية الثقافية للطلاب الجامعي بشكل نسبي أم مطلق؟

اثني عشر: المقاربة النظرية

"تتعدد المقاربات والنظريات العلمية التي يستند إليها الباحثون في مجالات الدراسات الإعلامية، حيث طبيعة الموضوع والمتغيرات التي يشتمل عليها هي التي تفرض على الباحث الاستناد إلى مقترب علمي دون آخر، وهذا بغية إعطاء بعد نظري للبحث، انطلاقاً من نظرية علمية أصلها في الغالب مجموعة من الكتب والمفكرين في مجال علوم الإعلام والاتصال وغيرها من العلوم الاجتماعية... لأن عملية الانطلاق في أي بحث علمي توجب على الباحث الإلمام بمداخل متعددة لها علاقة مباشرة بموضوع الدراسة، وفي هذه الحالة على الباحث أن يتمكن جيداً من تحديد المداخل النظرية المناسبة لدراسة الجمهور". (حمدي، 2014، ص، 102)

بناء على تحديد تساؤلات وفرضيات الدراسة حول موضوعنا المتمثل في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وأثره على هوية الثقافة لدى الطالب الجامعي، فإننا رأينا أنه من الأنسب أن نستند على نظرية الاستخدامات والإشباع وذلك من أجل الوصول إلى نتائج دقيقة تُخدم دراستنا وتُجيب عن تساؤلاتنا.

12-1 مفهوم نظرية الاستخدامات والإشباع

"نظرية الاستخدامات والإشباع هي النظرية التي تهتم بدراسة الاتصال الجماهيري دراسة وظيفية منظمة، وتنحصر رؤيتها للجماهير على أنها فعالية في انتقاء أفرادها لرسائل ومضمون وسائل الإعلام خلافا للنظريات المبكرة مثل: نظرية الآثار الموجدة أو الرصاصة السحرية التي ترى الجماهير عبارة عن كائنات سلبية ومفصلة، وتتصرف بناء على نسق واحد، فأسلوب الأفراد أمام وسائل الإعلام أكثر قوة من المتغيرات الاجتماعية والسكانية والشخصية". (محمد منير حجاب المعجم الإعلامي، 2004، ص، 584)

"وتهتم نظرية الاستخدامات والإشباع بدراسة جمهور وسائل الاتصال الذين يتعرضون بدافع معين لإشباع حاجات فردية معينة، وتأخذ نظرية الاستعمالات وتلبية الحاجات في الاعتبار الأول المتلقي كنقطة بدء بدلا من الرسالة، وتشرح سلوكه الاتصالي فيما يتصل بتجربة الفرد المباشرة مع وسائل الإعلام ولأن الأفراد يوظفون مضامين الرسائل بدلا من التصرف سلبيا حيالها، فخلال الأربعينيات من القرن العشرين أدى إدراك عواقب الفروقات الفردية، والتباين الاجتماعي على إدراك السلوك المرتبط بوسائل الإعلام، إلى بداية منظور جديد للعلاقة بين الجماهير ووسائل الإعلام". (بصلي، حمدي، 2017، ص، 338)

"يقدم نموذج الاستخدامات والإشباع مجموعة من المفاهيم والشواهد التي تؤكد على أن أسلوب الأفراد أمام وسائل الإعلام، أكثر قوة من التغيرات الاجتماعية والسكانية والشخصية.

12-2 مفاهيم نظرية الاستخدامات والإشباع:

12-2-1 الاستخدام: مفهوم تلتقي في الاهتمام به التخصصات التي تتقاسم مجال الاتصال، يتنوع هذا المفهوم حسب السياقات التي تم فيها استخدامه وقد ظهرت كلمة استخدام منذ القرن 12 في اللغة الفرنسية، وتعني منذ ذلك الحين واليوم أيضا نشاط اجتماعي يلتقط تكاثره، له طبيعة كاللجوء إلى شيء ما لاستخدامه لغاية محددة، استعماله لإشباع حاجة، ومفهوم استخدام وسائل الإعلام ليس حديثا، لأنه فرض نفسه منذ سنوات الستينات في الدراسة الإمبريقية في الدول الناطقة بالإنجليزية

حين انقلب تيار الاستخدامات والإشاعات النموذج التأثيرات بعد السؤال ماذا تفعل وسائل الإعلام بالأفراد؟ إلى ماذا يفعل الأفراد بوسائل الإعلام؟

12-2-2 الحاجة: هي افتقار الفرد أو شعوره بنقص شيء ما، يحقق تواجهه حالة من الرضا والإشباع، والحاجة قد تكون فيزيولوجية أو نفسية.

12-2-3 الدافع: هو حالة فيزيولوجية أو نفسية توجه الفرد إلى القيام بسلوك معين يقوي استجابته إلى مثير ما أو يرضي حاجة ما كما تهتم نظريات الدوافع بالوصول إلى إجابات حول مسببات السلوك الإنساني، انطلاقاً من فهم الطبيعة الإنسانية". (المرجع السابق، 2017، ص، 338، 339)

ويرى كاتز وزملاؤه "أن منظور الاستخدامات والإشاعات يعتمد على خمسة فروض لتحقيق ثلاثة أهداف رئيسية، وتتضمن فروض النموذج ما يلي:

1- أن أعضاء الجمهور مشاركون فعالون في عملية الاتصال الجماهيري، ويستخدمون وسائل الاتصال لتحقيق أهداف مقصودة تلي توقعاتهم.

2- يعبر استخدام وسائل الاتصال عن الحاجات التي يدركها أعضاء الجمهور، ويتحكم في ذلك عوامل الفروقات الفردية، وعوامل التفاعل الاجتماعي، وتتنوع الحاجات باختلاف الأفراد.

3- التأكيد على أن الجمهور هم الذي يختار الرسائل والمضمون الذي يشبع حاجاته، فالأفراد هم الذين يستخدمون وسائل الاتصال، وليس وسائل الاتصال هي التي تستخدم الأفراد.

4- يستطيع أفراد الجمهور دائماً تحديد حاجاتهم ودوافعهم وبالتالي يختارون الوسائل التي تشبه تلك الحاجات.

5- يمكن الاستدلال على المعايير الثقافية السائدة من خلال استخدامات الجمهور لوسائل الاتصال، وليس من خلال محتوى الرسائل فقط". (مكاوي، عدلي العبد، 2007، ص، 364)

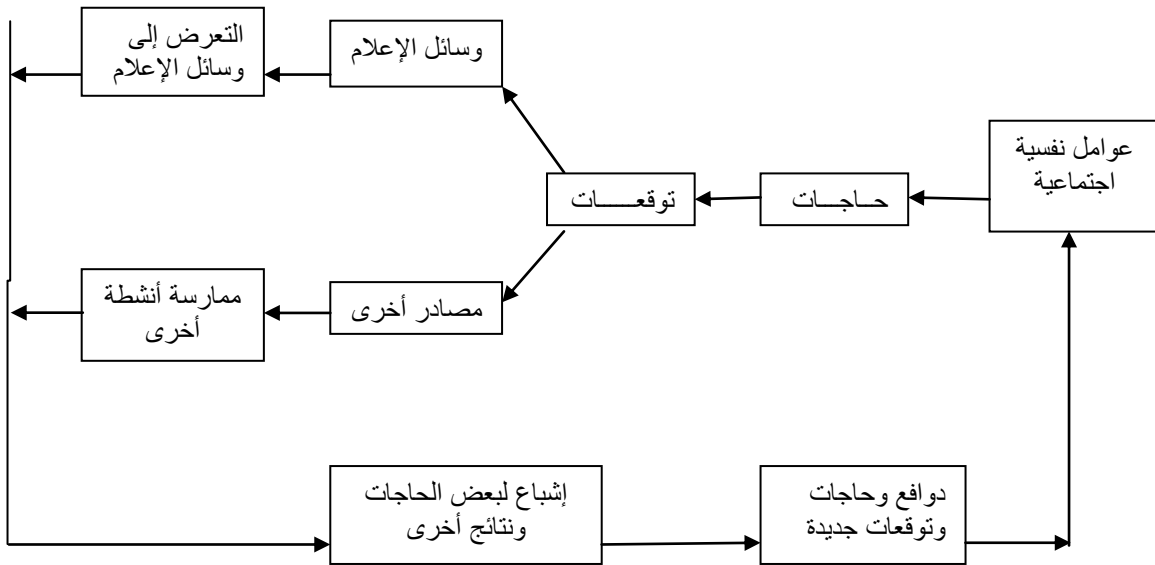
ويحقق منظور الاستخدامات والإشاعات ثلاثة أهداف رئيسية هي: "

1- السعي الى اكتشاف كيف يستخدم الافراد وسائل الاتصال باعتبار ان الجمهور نشط.

2- شرح دوافعها التعرض لوسيلة معينة والتفاعل الذي يحدث نتيجة التعرض.

3- التأكيد على نتائج استخدام وسائل الاتصال بهدف فهم عملية الاتصال الجماهيري. ويربط آلان روبن الأهداف الثلاثة السابقة في منظور التحليل الوظيفي من خلال التأكيد على نمط السلوك الفردي، حيث يكون الفرد هو وحدة التحليل unit، وتكون علاقات الفرد بمحيطه الاجتماعي هي البناء structure، ويكون ملاحظة سلوك الافراد عند استخدامهم لوسائل الاتصال هو الانشطة activities، وتكون نتائج نمط السلوك الفردي في علاقته مع كلمن وسائل الاتصال والمحتوى والاهتمامات العامة للجماهير هي الوظائف fonctions". (مكاوي، السيد، 1998، ص، 241، 242)

ويعبر كاتز وزملاؤه عن النظرية في الرسم التخطيطي التالي:



المصدر: (بصلي، حمدي، ص، 339)

12-3 تطبيق نظرية الاستخدامات والاشباع على الاعلام الجديد:

لقد لقي اعتماد فرضيات نظرية الاستخدامات والاشباع الذي نظر لوسائل الاتصال التقليدية استحسانا من طرف الباحثين في مجال الإعلام والاتصال واعتبارها مناسبة لتطبيقها على الاعلام الجديد، فحسب "راي بيرن" rayBurn شكل التفاعلية على مستوى شبكة الانترنت يتمتع بمستوى اكثر قوة وارتفاعا من تلك على مستوى وسائل الاعلام التقليدية، وكون الفرد قصدي في تعرضه وتصفح لمواقع معينة بهدف اشباع حاجاته، فهي تعتبر مناسبة للدراسات الحالية حول شبكات التواصل الاجتماعي والاعلام الجديد عامة... فظهور الويب في بداية التسعينات من القرن الماضي طرح انشغالات بحثية أدت لتسليط اهتمام الدراسات حول استخدام الناس للشبكة العنكبوتية و الاشباع التي تتحقق من ذلك". (رايس على، 2016، ص، 11)

"إن تطبيق هذه النظرية في بحوث الاتصال الرقمي يتطلب مراعاة عدد من النقاط الاساسية نوجزها في ما يلي:

اذا كانت فروض النظرية تشير الى نشاط جمهور وسائل الاعلام والاستخدام الموجه لتحقيق أهداف معينة فإن فئات الجمهور مستخدمي الشبكة أكثر نشاطا ومشاركة في العملية الاتصالية بتأثير التفاعلية التي يتميز بها الاتصال الرقمي، ويتمثل استخدام شبكة الانترنت في الاتجاهين التاليين:

الأول: هو الاتصال بالغير من خلال الوسائل المتاحة عبر الشبكة سواء كان المستخدم مرسلا او مستقبلا.

الثاني: هو التحول بين المواقع المتعددة لتلبية الحاجات المستهدفة والتي يتصدرها الحاجات المعرفية بالاضافة الى التسلية والترفيه او الحاجات الى الاعلان والتسويق.

لا تعتبر شدة الاستخدام بصفة عامة دليلا على اشباع الحاجات، حيث التحول بين مواقع المختلفة سمة من سمات استخدام شبكة الانترنت ولذلك يفضل البحث في عادات الاستخدام والأنماط السلوكية له.

يفرض استخدام شبكة الانترنت والتجول بين مواقعها دراسة مشكلات الاستخدام وقدرة المستخدم على تجاوزها للدلالة على قوة الاستخدام والارتباط بهذه المواقع ومحتواها او وظائفها، كما يجب وضع في عين الاعتبار المعايير المختلفة للاستخدام وخصائص العادات ومستوياتها نظرا إلى أن هناك فجوة بين الفئات الاجتماعية المختلفة في استخدام الانترنت، ومن جانب آخر يفترض مراعاة العلاقة بين الاستخدام واشباع الحاجات وكذا يجب علينا

أن نفرق في قياس شدة الاستخدام بين الاستغراق في المحتوى والاستغراق في التجول، ويجب أن نضع في عين الاعتبار الحاجات المتجددة التي تظهر أثناء التجول والاخرى الدافعة الى الدخول الى مواقع الشبكة واستخدامها". (نومار، 2012، ص، 38، 37)

12-4 تطبيق المقاربة على دراستنا:

في هذه الدراسة اعتمدنا على نظرية الاستخدامات والاشباع لما لها علاقة مباشرة بموضوع دراستنا والمتمثل في استخدام موقع الفاييس بوك وأثره على الهوية الثقافية لدى الطالب الجامعي محاولين من خلالها معرفة كيف يؤثر استخدام موقع الفاييس بوك على الهوية الثقافية لدى الطالب الجامعي باعتباره جمهورا نشطا فهو الذي يحدد حاجاته ودوافعه ومن خلالها يقوم باختيار الوسائل التي تشبع له تلك الحاجات، وكذلك معرفة دوافع التعرض لمواقع التواصل الاجتماعي والأثر الذي يحدثه الاستخدام المتكرر على العناصر المكونة للهوية الثقافية والمتمثلة في لغة التواصل التي يعتمد عليها الطالب أثناء تفاعله مع غيره وكذلك معرفة البعد المتمثل في مراعاة العادات والتقاليد والأعراف أثناء حواراتهم التي يناقشونها مع أصدقائهم في هذا الفضاء الافتراضي.

مصادر ومراجع الفصل المنهجي للدراسة:

1. كلثوم، ببيمون. تصور وممارسة الهوية الثقافية لدى الشباب الجزائري- دراسة ميدانية على عينة من مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي فايس بوك، مجلة دراسات في التنمية والمجتمع، العدد 2016، 33، جامعة الشلف.
2. عزة، عجان. (2001). المفصل قاموس عربي، الجزائر: دار هومة للطباعة والنشر.
3. ابتسام، رايس علي. (18، 2016 ديسمبر). نظرية الاستخدامات والاشباع وتطبيقها على الاعلام الجديد مدخل نظري، مجلة دراسات وابحاث، العدد 25.
4. مريم، نورمان. (2012/2011). استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية وتأثيره في العلاقات الاجتماعية. دراسة عينة من مستخدمي موقع الفايس بوك في الجزائر. مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير منشورة، في علوم الاعلام والاتصال، تخصص الاعلام والتكنولوجيا الاتصال الحديثة، جامعة الحاج لخضر، باتنة، الجزائر.
5. عمار، سعيدي. كريمة، خينش. (2017/2016). اثر استخدام الفايس بوك على القيم الاجتماعية لدى الطالب الجامعي، دراسة في اطار نظرية الحتمية القيمة في الاعلام، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر منشورة، في علوم الاعلام والاتصال، تخصص تكنولوجيا الاتصال الجديدة، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، الجزائر.
6. محلب، حفيظة. (2016 نوفمبر). الشباب والهوية الثقافية في ظل العولمة. بين جدلية القبول والرفض، مجلة الحكمة للدراسات الاعلامية والاتصالية، العدد 7، الجزائر: مؤسسة كنوز للحكمة للنشر والتوزيع.
7. باية، بوزغاية. (2011). اشكالية الهوية والعولمة الثقافية، مجلة العلوم الانسانية والاجتماعية، عدد خاص بالملتقى الدولي حول الهوية والمجالات الاجتماعية في ظل التحولات السوسيوثقافية في المجتمع الجزائري.

8. علي. وطفة.(2003).الثقافة العربية اسئلة التطور والمستقبل، في سلسلة كتب مستقبل العربي،(ط1). بيروت: مركز الدراسات الوحدة العربية.
9. فارح، مسرحي. (16،2013 نوفمبر).اشكالية الهوية في زمن العولمة، مجلة الحكمة للدراسات الاعلامية.، العدد السادس عشر، الجزائر: مؤسسة كنوز للحكمة للنشر والتوزيع.
10. مصطفى، بن طيفور. العربي، بوعمامة.(2016، 7 نوفمبر). تأثيرات وسائل الاعلام على تشكيل الهوية الثقافية في ظل العولمة قراءة الواقع واستشراف المستقبل. مجلة الحكمة للدراسات الإعلامية. العدد السابع. الجزائر. كنوز الحكمة للنشر والتوزيع.
11. صبحي، حمودي.(2001).قاموس المنجد،(ط2)، لبنان: دار المشرق.
12. علي، بن هادية. بلحسن، لبليش. الجيلاني،بن الحاج يحيى. (1991). قاموس الجريب،(ط1)، الجزائر: المؤسسة الوطنية للكتاب.
- 13.بركات، نظام محمود.(2003).الثقافة العربية اسئلة التطور والمستقبل في سلسلة كتب المستقبل العربي،(ط1)، بيروت: مركز دراسات الوحدة العربية.
14. زوير، زرزايحي.(2010).العولمة الإعلامية والهوية الثقافية في الجزائر.
- 15.العيد، وارم.(2014).البعد الثقافي للعولمة واثره على الهوية الثقافية للشباب العربي- الشباب الجزائري نموذجاً-،مجلة جيل العلوم الانسانية والاجتماعية،العدد02.
16. جيهان، سليم.(2003).سلسلة كتب المستقبل الثقافة العربية،(ط1)، بيروت.
17. المعجم الوسيط.(2005). (ص1)، القاهرة: مكتبة الشروق الدولية.
18. منى،العتيق.(2013).الطالب الجامعي ومشروع المستقبل نظرة واقعية وتحليلية، مجلة الحكمة للدراسات الإعلامية والاتصالية، العدد السادس عشر، الجزائر: مؤسسة كنوز للحكمة للنشر والتوزيع.

19. محمد الفاتح، حمدي. (2010/2009). استخدامات النخبة للصحافة الالكترونية انعكاساتها على مقروئية الصحف الورقية ، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في تخصص العلاقات العامة والاتصال، قسم علوم الاتصال والاعلام، كلية الحقوق جامعة الحاج لخضر، باتنة، الجزائر.
20. مروان، عبد المجيد ابراهيم. (2000). أسس البحث العلمي لإعداد الرسائل الجامعية، (ط1)، عمان: مؤسسة الورق.
21. حسين محمد جواد، الجبوري. (2013). منهجية البحث العلمي-مدخل لبناء المهارات البحثية- (ط1)، الأردن: دار صفاء للنشر والتوزيع.
22. عبود عبد الله، العسكري. (2002). منهجية البحث العلمي في العلوم الانسانية، (ط1)، سورية: دار النمير للنشر والتوزيع.
23. أحمد، بن مرسلبي. (2007). مناهج البحث العلمي في علوم الاعلام والاتصال، (ط3)، بن عكنون الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية.
24. محمد، عبيدات. محمد أبو ناصر وآخرون. (1999). منهجية البحث العلمي والقواعد والمراحل التطبيقية، الاردن: وائل للنشر والتوزيع.
25. معن الخليل، العمو. (2004). مناهج البحث في علم الاجتماع، (ط1)، الأردن: دار الشروق.
26. الخنساء، تومي. (2017/2016). دور الثقافة الجماهيرية في تشكيل هوية الشباب الجامعي، رسالة دكتوراه منشورة في علوم علم الاجتماع، قسم العلوم الاجتماعية. شعبة علم الاجتماع، تخصص اتصال، كلية العلوم الانسانية والاجتماعية، جامعة محمد خيضر بسكرة، الجزائر.
27. محمد، شفيق. (1996). البحث العلمي الخطوات المنهجية لإعداد البحوث الاجتماعية، الاسكندرية: المكتب الجامعي الحديث.
28. عمار، بوحوش. محمد محمود، الذنبيات. (2010). مناهج البحث العلمي وطرق اعداد البحوث، (ط6)، الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية.

29. نوال بركات. (2016). انعكاسات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي علي نمط الحياة الاجتماعية دراسة ميدانية على عينة من مستخدمين الجزائريين، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه علوم علم الاجتماع الاتصال منشورة، تخصص علم الاجتماع الاتصال و العلاقات العامة، جامعة محمد خيضر، بسكرة، الجزائر.
30. محمد الفاتح، حمدي. (2014/2013). الاعلان في القنوات الفضائية العربية انعكاساته على قيم الشباب الجزائري، أطروحة دكتوراه في علوم الاعلام والاتصال، كلية علوم الاتصال والاعلام، جامعة الجزائر3.
31. محمد منير، حجاب. (2004). المعجم الاعلامي، (ط1)، القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع.
32. فضة عباسي، بصلي. محمد الفاتح، حمدي. (2017). مدخل لعلوم الاتصال والاعلام وسائل، نماذج و نظريات، (ط1)، الاردن: دار اسامة للنشر.
33. حسن عماد، مكاوي. عاطف عدلي، لعابد. (2007). نظريات الاتصال، (ط4)، القاهرة.
34. حسنعمد، مكاوي. ليلي حسين، السيد. (1998). الاتصال ونظرياته المعاصرة، (ط1)، القاهرة: دار المصرية اللبنانية.

الفصل الثاني

الفصل الثاني: مواقع التواصل الاجتماعي.

تمهيد.

المبحث الأول: مواقع التواصل الاجتماعي

المطلب الأول: نشأة وتطور مواقع التواصل الاجتماعي

المطلب الثاني: مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي

المطلب الثالث: أنواع مواقع التواصل الاجتماعي.

المطلب الرابع: خصائص مواقع التواصل الاجتماعي.

المطلب الخامس: استخدامات مواقع التواصل الاجتماعي

المطلب السادس: الآثار السلبية والايجابية لمواقع التواصل الاجتماعي

المبحث الثاني: موقع الفيس بوك النشأة والتطور.

المطلب الأول: مفهوم موقع الفيس بوك.

المطلب الثاني: البدايات الأولى لموقع الفيس بوك

المطلب الثالث: مميزات وخصائص الفيس بوك

المطلب الرابع: نماذج مستخدمي الفيس بوك

خلاصة الفصل

تمهيد:

أضحت مواقع التواصل الاجتماعي الشغل الشاغل لدى شبابنا اليوم حيث اعتبرها متنفسا جديدا له لتفريغ الشحن العاطفية وتبادل وجهات النظر واستقبال الرسائل والصور وطلبات الصداقة عبر صفحاتهم، كما أن شباب اليوم يسعى إلى إثراء صفحته وجعلها أكثر جاذبية بتنوع الصور وجمع المعلومات على مختلف الأصعدة، على الرغم من أن مواقع التواصل لم تلقى شهرة واسعة من قبل، إلا في السنوات الأخيرة مع ظهور الجيل الثاني للتواصل إلا أن بدايتها ترجع لعدة سنوات. ومن خلال هذا الفصل سنحاول التعرف أكثر على هذا الموضوع بالتطرق إلى مفهوم هذه المواقع، نشأته وأنواعه، وخصائصه واستخدامه، بالإضافة إلى الآثار السلبية واليجابية لهذه المواقع، وبما أن دراستنا تستهدف بالتحديد نموذج من هذه المواقع وهو الفيس بوك فإننا سنحاول التفصيل أكثر فيه من خلال تعريفه وكيف كانت نشأته وأهم خصائصه، ومجالات استخدامه، وكذلك نماذج من المتصفحين لهذه الشبكة.

المبحث الأول: نشأة و تطور مواقع التواصل الاجتماعي.

المطلب الأول: تعريف مواقع التواصل الاجتماعي

"هي مواقع إلكترونية تمنح للأفراد بالتعريف بأنفسهم والمشاركة في شبكات اجتماعية من خلالها يقومون بإنشاء علاقات اجتماعية، وتتكون هذه الشبكات من مجموعة من الفاعلين الذين يتواصلون مع بعضهم ضمن علاقات محددة مثل: صداقات، أعمال مشتركة، أو تبادل معلومات وغيرها، وتتم المحافظة على وجود هذه الشبكات من خلال استمرار تفاعل الأعضاء فيما بينهم". (نورمان، 2012، ص 44)

. وتعرف على أنها: "منظومة من الشبكات الالكترونية عبر الأنترنت تتيح للمشارك فيها بإنشاء موقع خاص به، ومن ثم ربطه عن طريق نظام اجتماعي الكتروني مع أعضاء آخرين لديهم نفس الاهتمام والهوايات نفسها أو جمعه مع أصدقاء الجامعة أو الثانوية أو غير ذلك". (حسني عوض: أثر مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية المسؤولية المجتمعية لدى الشباب، نقلا عن موقع:

www.qou.edu/arabic/conferences/socialResponsibilityConf/dr_housniAwad.pdf

وعرفت أيضا بأنها مجموعة من المواقع على شبكة الانترنت، ظهرت مع الجيل web 2، تتيح التواصل بين الأفراد في بنية مجتمع افتراضي يجمع بين أفرادها اهتمام مشترك أو شبه انتماء.

. تعرف ايضا على أنها: "الطرق الجديدة في الاتصال في البيئة الرقمية بما يسمح للمجموعات الأصغر من الناس بإمكانية الالتقاء والتجمع على الانترنت وتبادل المنافع والمعلومات، وهي بيئة تسمح للأفراد والمجموعات بإسماع صوتهم وصوت مجتمعاتهم إلى العالم أجمع". (بشرى جميل الراوي، دور مواقع التواصل الاجتماعي في التغيير مدخل نظري، نقلا عن موقع: <https://www.iasj.net/iasj?func=fulltext&aId=68848>)

. ويؤكد "الضراب (2009)" على هذا التعريف بحيث يرى أن شبكات التواصل الاجتماعي هي "عبارة عن مجموعة من المواقع ظهرت مع الجيل الثاني للويب "2.0"، تتيح التواصل بين الأفراد في بيئة مجتمع افتراضي يجمعهم حسب مجموعات اهتمام أو شبكات انتماء (بلد، جامعة، مدرسة، شركة...)" . (الرعود، 2012، ص 31)

المطلب الثاني: نشأة مواقع التواصل الاجتماعي

يرجع ظهور مفهوم الشبكات الاجتماعية إلى عالم الاجتماع "جون بارنر John Barnes"، فالشبكات الاجتماعية بشكلها التقليدي تتمثل في نوادي المراسلة العالمية، التي كانت تستخدم في ربط علاقات بين الأفراد في مختلف الدول، باستخدام الرسائل الاعتيادية المكتوبة وساهم ظهور شبكة الانترنت في انتشار ظاهرة التواصل الاجتماعي، وتطوير الممارسات المرتبطة بشبكات التي تسعى وسائل الإعلام الاجتماعية عبر الأنترنت المبنية على التطبيقات Applications، التي تركز على بناء شبكات اجتماعية أو علاقات اجتماعية بين البشر من ذوي الاهتمامات المشتركة.

وكان أول مواقع التواصل الاجتماعي التي ظهرت في الولايات المتحدة الأمريكية على شبكة الانترنت، في شكل تجمعات هو موقع Theglobe.com عام 1994، تلاه موقع Geocities في العام نفسه، وتلاهها موقع Tripod بعام بعد ذلك، حيث ركزت هذه التجمعات على ربط لقاءات بين الأفراد للسماح لهم بالتفاعل من خلال غرفة الدردشة، وتشارك المعلومات والأفكار الشخصية حول مواضيع مختلفة، باستخدام وسائل شخصية للنشر عبر الصفحات، وهو الأساس الذي قامت عليه المدونات في حين قامت بعض التجمعات بربط الأفراد من خلال عناوين بريدهم الإلكتروني، وأهم موقع classmates.com عام 1954، الذي يهتم بربط الاتصال بين زملاء الدراسة السابقين، وموقع six Degrees عام 1997، الذي يركز على الروابط غير المباشرة، الملفات الشخصية للمستخدمين والرسائل المتبادلة المدججة ضمن قائمة الأصدقاء، كما ظهرت عام 1999 نماذج مختلفة من شبكات التواصل الاجتماعي، تقوم أساسا على الثقة والصدقة، حيث شملت التحديثات منح المستخدمين سلطة التحكم في المضمون والاتصال وخلال الفترة ما بين 2002 و2004، بلغت شعبية شبكات التواصل الرقمية عبر العالم ذروتها، من خلال ظهور ثلاثة مواقع اجتماعية تواصلية، فكان أولها موقع friendster عام 2003، ثم تلاه موقع Myspace وموقع Bebo عام 2005، كما برز موقع Facebook الذي أنشأه "مارك زوكربيرج" عام 2004 ليجمع زملاءه في جامعة هارفارد الأمريكية، وأصبح بسرعة أهم هذه المواقع الاجتماعية، لا سيما بعد انفتاحه على الأفراد خارج

الولايات المتحدة، وظهر موقع twitter عام 2006، وتمثل هذه الشبكات في المدونات والمنتديات بجانب مواقع عديدة مثل الويك wiki ومواقع التواصل الاجتماعي كالفيس بوك والتويتر وماي سبايس، والتطبيقات التي قدمتها الشركات الكبرى لدعم الفكر الاجتماعي في التفكير والمشاركة مع مستخدمي مواقعها مثل جوجل وياهو، التي اهتمت بالتحريير الجمعي والكتابة وتنفيذ العروض المشتركة، وكذلك مواقع Ajax في مجالات التطبيقات المكتبية التي تتم بشكل تعاوني، ومواقع خدمات وتخزين الصور وإعادة عرضها وإرسالها للغير مثل فليكر flickr، ونشر مقاطع الفيديو مثل يوتيوب، وغيرها من الخدمات والتقنيات التي تجتهد اهتماما ثريا مع تبادل المشاركة والنشر بين المستخدمين، وتقوم الفكرة الرئيسية للشبكات الاجتماعية على جمع بيانات الأعضاء المشتركين في الشبكة، ويتم نشر هذه البيانات علنا على الشبكة حتى يتجمع الأعضاء ذوي المصالح المشتركة، والذين يبحثون على ملفات أو صور، اعتمادا على الصلاحيات الخصوصية التي تمنحها لزوار.

وتعمل كشبكة مواقع فعالة جدا في تسهيل الحيلة الاجتماعية بين مجموعة المعارف والأصدقاء، كما تمكن الأصدقاء القدامى من الاتصال ببعضهم البعض بعد طول سنوات، وتمكنهم أيضا من التواصل المرئي والصوتي وتبادل الصور وغيرها من الإمكانيات التي توصل العلاقة الاجتماعية بينهم". (جعفري، 2015، ص 64، 63، 62)

المطلب الثالث: أنواع مواقع التواصل الاجتماعي.

هناك العديد من أصناف مواقع التواصل الاجتماعي نذكر منها:

- الشخصية: يعتمد هذا الصنف من الشبكات على فتح ملف شخصي لكل مستخدم يوفر له خدمات مثل المراسلات الشخصية مشاركة مستخدميه هذه المواقع فيما بينهم بتبادل العديد من الصور والملفات المرئية والروابط والصنف الأكثر شهرة.

- العامة: يعتمد هذا الصنف من الشبكات على ربط زملاء المهنة الواحدة وأصحاب الاعمال والشركات وبعضهم بعض وتمكينهم من تبادل الملفات الشخصية للمستخدمين". (مبارك خضر، 2011، ص 51)

كما يمكن تصنيف شبكات التواصل الاجتماعي على حسب دواعي الاستخدام كما يلي:

أ- النوع الأول: "يختص في إيجاد وتبادل المعلومات مثل:

- المدونا (blogs) : هي عبارة عن مدونات شخصية تختص بتناقل المعلومات بكل أنواعها بالإضافة إلى نشر يوميات ومدونات شخصية لمدير المدونة.

- المدونات الجزئية (micro blogs) موقع لبث المعلومات بشكل سريع وما يميزه عن المدونات العادية هو صغر حجم وكميات المعلومات المتداولة عليه سواء كانت (نصية، فوتوغرافية، صوتية مرئية)، ما يساعد الناس على أحجام وكميات أصغر من المعلومات بشكل دائم وسريع مثل التويتير "twiter". (الدرعلي، 2013، ص27)

- خدمات تحديد المواقع الجغرافية : (location based services) : هي مواقع تمكن المستخدم من تحديد موقعه الجغرافي، ومن فوائد هذه المواقع أنها تمكن المستخدم من تعريف أصدقائه بالأمكان الجديد في مدينته أو أي مدينة أخرى قد يزورها". (بكر، 2010، ص25)

- "مواقع الترابط الشبكي (social networking sites) : أشهر هذه المواقع الفيس بوك facebook ولينكدان linekadin هي مواقع تمكن المستخدمين من التواصل المباشر ببعضهم ومشاركة الاهتمامات والفعاليات كما يمكن استخدام تلك المواقع للبحث عن اصدقاء الدراسة" (صادق مصطفي، 2008، ص 201)

النوع الثاني: مواقع التعاون وبناء فرق عمل مثل:

- الويك (wiki): هي مواقع تمكن المستخدمين من الاشتراك في تكوين المعلومات مترابطة بشكل منطقي عن طريق روابط الكترونية ويميزها سرعة تفاعلها وتحديثها الآني من أفضل الأمثلة على هذا النوع موقع "ويكيبيديا" الموسوعة العالمية التي بنيت من قبل مستخدمين عن طريق مشاركة المعلومات.

- مواقع الأخبار الاجتماعية (social news): في هذه المواقع يمكن الاعتماد على شبكة واسعة من المستخدمين لإيجاد الأخبار المهمة حيث يقوم المستخدمين بتقديم الأخبار التي يجدونها مهمة ومن ثم

يقوم القراء بمتابعتها وما يميز هذه المواقع هو التركيز على ما هو حديث في مجال اهتمام العالم ولتقديم تصنيفات متعددة لمواقع الأخبار بكافة أنواعها من الأمثلة على هذا النوع: newpublic, reddit, vine, technoratidigg, news, .mixx digg (الدرميلى، 2013، ص30)

- الملاحاة الاجتماعية (social navigation): هي عبارة عن برمجيات يقوم المستخدم بثبيتها على جهاز الهاتف الخليوي والاستعانة ببرنامج (GPS نظام تحديد المواقع العالمي) لرسم خريطة حركته بالمدينة وهي خريطة دقيقة مرسومة من قبل المستخدمين كما تقدم هذه البرامج توجيه دقيق للمستخدم عند رغبته الوصول لمكان محدد.

- "مواقع إدارة ملفات وتحرير النصوص: هي مواقع للتعاون في إتمام مذكرة أو نص أو حتى التعاون على تحضير عرض فباستخدام هذه المواقع يتم التعاون بين عدد المستخدمين لتفاعل سلس وإنتاج عمل تفاعلي مشترك، فكلما دخل شخص على المذكرة أو نص يمكنه رؤية التحديثات والتعديلات وبالتالي التعاون على إتمام العمل حتى لو فصل بينهم محيطات" (عبد الحميد، 2009، ص59)

ج- "النوع الثالث: مواقع الوسائط المتعددة وهي مواقع تعتمد على الصوت والصورة نذكر منها:

- مواقع التصوير والفن (photo sharing): تقدم هذه المواقع العديد من الفوائد حيث يمنح مكانا لحفظ وعرض الأعمال أيا كانت صور أو رسومات فنية، حيث يتمكن الناس من رؤيتها وإبداء اعجابهم وتوفر خاصية التبادل التجاري وإيجاد دخل مالي منها ومن أمثلة هذا النوع: zoomr, smugmu, picasa, photo bucket, flickr, deviantart (الدرميلى، مرجع سابق، ص31)

- "مواقع مشاركة الفيديو والبث المباشر (streaming and video sharing): يمكن البحث عبر هذه المواقع وإيجاد العديد من مقاطع للفيديو المرئية وتقييمها، كما تقدم معظم هذه المواقع خدمة مشاركتها على المواقع الاجتماعية الأخرى حتى يتمكن المستخدمون من التعرف عليها وإعادة نشرها على شبكاته الخاصة وإضافتها للمدونة الخاصة مباشرة، كما تمكن المستخدم من إنشاء الفيديو الخاص به عن طريق استخدام كاميراته الخاصة أو جهازه الخليوي ورفع المقاطع لهذه المواقع مباشرة دون الحاجة لاستخدام جهاز كمبيوتر ومن الأمثلة على هذا النوع: sevenload – viddler – vimeo

metacaf – blip .tv – ustream "youtube –open – justin .tv – livestream dailymatio
stickam .film –(عباس صادق، 2008، ص102)

- "مواقع مشاركة المقاطع الصوتية والموسيقى: تمكن هذه المواقع المستخدمين من مشاركة الآخرين المقاطع الصوتية والموسيقية، كما أن بعض هذه المواقع تقدم خدمة الراديو على الانترنت، حيث يمكن تحديد نوعية الموسيقى والبرامج التي يود المستخدم الاستماع لها مع ما يتناسب مع ذوقه ومن الأمثلة هذه المواقع: reoerfnation – lastofin – shotify – pandoraradio – ccmixer –cloud – sound –chask –groore – macachine – the hype –share the music –soundlick – bandcamp . (وائل مبارك موقع

المطلب الرابع: خصائص مواقع التواصل الاجتماعي

الشبكات الاجتماعية هي المواقع الإلكترونية التي تتمتع بالخصائص الفريدة بها التالية:

. خاصية المشارك (participatio) "وسائل المواقع الاجتماعية تشجع المساهمات وردود الفعل من الأشخاص المهتمين، حيث أنها تطمس الخط الفاصل بين وسائل الإعلام والجمهور". (المقدادي، 2013، ص26)

. خاصية الانفتاح (openness): يمثل المحتوى المرسل من المستخدمين أحقية المحتوى المنشور على مواقع التواصل الاجتماعي، وذلك يزيد الرغبة لدى الأعضاء بالمزيد من التواصل والتفاعل والمشاركة لأنهم هم من يقوم بعملية إنتاج المحتوى، بعكس وسائل الإعلام التقليدية التي يمثل بها الشخص دور المتلقي أو المستهلك". (محمود هتمي، 2015، ص86)

. خاصية المحادثة (conversation): "حيث تتميز مواقع التواصل الاجتماعي ووسائل الإعلام الاجتماعية عن التقليدية من خلال إتاحتها للمحادثة في اتجاهين، أي المشاركة والتفاعل مع الحدث أو الخبرة أو المعلومة المعروضة.

. خاصية المجتمع (community): وسائل الإعلام الاجتماعي تسمح للمجتمعات المحلية لتشكيل مواقعها الخاصة بسرعة والتواصل بشكل فعال، ومن ثم ترتبط تلك المجتمعات في العالم أجمع حول

مصالح أو اهتمامات مشتركة، مثل حب التصوير الفوتوغرافي، أو قضية سياسية، أو برنامج تلفزيوني مفضل، ويصبح العالم بالفعل قرية صغيرة تحوي مجتمعا إلكترونيا متقاربا.

. خاصية الترابط (connectedness): "تتميز مواقع التواصل الاجتماعي بأنها عبارة عن شبكة اجتماعية مترابطة ببعضها البعض، وذلك عبر الوصلات والروابط التي توفرها صفحات تلك المواقع والتي تربطك بمواقع أخرى للتواصل الاجتماعي أيضا، مثل خبر ما على مدونة يعجبك فترسله إلى معارفك على الفيس بوك وهكذا، مما يسهل ويسرع من عملية انتقال المعلومات".

(المقدادي، 2013، ص 27، 26)

ومن الخصائص أيضا:

خاصية الشمولية: حيث تلغي الحواجز الجغرافية والمكانية، تلغي من خلالها الحدود الدولية، حيث يستطيع الفرد في الشرق التواصل مع الفرد في الغرب من خلال الشبكة بكل سهولة.

خاصية التفاعلية: "فالفرد فيها كما أنه مستقبل وقارئ فهو مرسل وكاتب ومشارك فهي تلغي السلبية المقيتة في الإعلام القديم، التلفاز والصحف الورقية وتغطي حيزا للمشاركة الفاعلة من المشاهد والقارئ". (بن ابراهيم الشاعر، 2005، ص 67)

خاصية المرونة: تمكن لمستخدم وسائل الإعلام الجديد الوصول إلى كثير من مصادر المعلومات بكل سهولة ويسر.

وإتاحة هذه المصادر للمستخدم يزيد من قدرته على الحصول على المعلومات المختلفة والمفاضلة بينها واختيار المناسب منها .

خاصية التوفر والتحديث المستمر: "فبإمكان أي مواطن أن يبقى على معرفة مستمرة بالواقع في جميع أنحاء العالم حيث وفر الاعلام الجديد بقدرته على البث المستمر وتحديث ما ينشر من أخبار ومعلومات أولا بأول وفور حدوثها وفر إمكانية بقاء المتابع في صورة الواقع الآني ولم يعد المتابع

مضطرا إلى انتظار مواعيد نشرات الأخبار لمعرفة ما يدور في العالم، أو انتظار صدور الجريدة في اليوم التالي لمعرفة أخبار اليوم السابق". (خليل شقرة، 2014، ص، 57)

خاصية الإعلان (makket place) : "تمكن المستخدمين من الاعلان عن أي منتج يودون الاعلان عنه والبحث عن أي منتج يرغبون في شرائه". (فضل الله، 2010، ص، 8)

خاصية الأهداف العامة (events): تتيح هذه الخاصية للمستخدمين امكانية الاعلان عن حدث ما جار حدوثه واخبار الاصدقاء والاعضاء به. (مرجع سابق، ص، 8)

المطلب الخامس: استخدامات مواقع التواصل الاجتماعي

لقد أصبحت مواقع التواصل الاجتماعي تشكل فضاء افتراضيا يتيح للمستخدمين العديد من الممارسات والنشاطات المختلفة وذلك من خلال مجموعة من الخدمات منها:

. " تتيح لهم حرية الاختيار لمن يريدون المشاركة معهم في اهتماماتهم إمكانيات تبادل المعلومات في مجالات التعليم والثقافة والرياضة وغيرها .

. تقدم خدمة التواصل بين الأعضاء المنتسبين لها، حيث يمكن لأحد المستخدمين الارتباط بأحد الأصدقاء عبر الموقع ليصل جديد ما يكتب ويضيف ذلك الصديق إلى صفحة صديقه.

. تمكن المستخدم من التحكم بالمحتوى الذي يظهر في صفحته، فلا يظهر إلا ما يضيفه الأصدقاء من كتابات وصور ومقاطع". (بن حسن العريشي، الدوسري، 2015، ص، 32)

ومن خلال هذه الخدمات فإن الزوار لهذه المواقع تربطهم علاقات معينة واهتمامات مشتركة منها ما يتعلق بالتعليم، حيث يتوفر في هذه المواقع الاجتماعية ومن خلال المشاركين فيها كما كبيرا من المعلومات والأبحاث والمواد الدراسية التي تم الطلبة بشكل أساسي، يضاف إلى ذلك أن التعليم عبر الانترنت اتخذ طابعا حيويا وتفاعليا، قياسيا بالتعليم اسم (التعليم الإلكتروني)، الذي يحظى باهتمام قطاعات واسعة من الطلبة أو الشباب وكذا العديد من الفئات العمرية الأخرى التي لم تتاح لها فرصة مواصلة تعليمها لأسباب عديدة منها "سياسية واقتصادية واجتماعي". (المرجع السابق، ص، 33)

كما تتيح المجال للأفراد للدخول إلى المواقع الاجتماعية والتعريف بأنفسهم، ومن ثم التواصل مع الآخرين الذين تربطهم بهم اهتمامات مشتركة، وتنقسم المواقع الاجتماعية إلى قسمين رئيسيين هما:

. القسم الأول: "هي مواقع تضم أفراد أو مجاميع من الناس تربطهم إطارات مهنية أو اجتماعية محددة، وتعتبر هذه المواقع التي تتحكم فيها شركات أو مؤسسات معينة، وهي من تقوم بدعوات المنتسبين إليها".

. القسم الثاني: "هي مواقع التواصل الاجتماعي المفتوحة للجميع، ويحق لمن لديه حساب على الانترنت الانضمام إليها واختيار أصدقاءه والتشبيك معهم وتبادل الملفات والصور ومقاطع الفيديو وغيرها، ومن هذه المواقع شبكة الفيس بوك". (المرجع السابق، ص، 33)

وهناك بعض الخدمات الأخرى التي تقدمها شبكات التواصل الاجتماعي نذكر منها ما يلي:

. الملفات الشخصية أو صفحات الويب (profile page): "تعد الصفحة الشخصية بوابة الدخول إلى عالم الشخص حيث يمكن من خلالها التعرف إلى اسم الشخص والمعلومات الأساسية عنه مثل: الجنس، وتاريخ الميلاد، والبلد، والاهتمامات، والصور الشخصية، وأصدقائه، وآخر نشاطاته". (الدريويش، 2014، ص، 30)

. الأصدقاء أو العلاقات (friends, connections): وهي خدمة تمكن الفرد من الاتصال بالأصدقاء الذين يعرفهم في الواقع، أو الذين يشاركونه نفس الاهتمام في المجتمع الافتراضي. وتمتد علاقة الشخص ليس فقط بأصدقائه ولكن تفتح الشبكات الاجتماعية الفرصة للتعارف مع أصدقاء الأصدقاء بعد موافقة الطرفين.

. إرسال الرسائل: "تسمح هذه الخدمة لمستخدم الشبكات الاجتماعية إرسال رسالة مباشرة للشخص سواء كان في قائمة الأصدقاء أو لم يكن". (الدريويش، المرجع السابق، ص 95)

. ألبومات الصور: تتيح هذه الخدمة للمستخدمين إنشاء عدد لانتهائي من الألبومات ورفع مئات الصور، وإتاحة المشاركات لهذه الصور للاطلاع عليها وتحويلها أيضا.

. المجموعات: تتيح الشبكات الاجتماعية فرص تكوين مجموعات الاهتمام، حيث يمكن إنشاء مجموعة بهدف معين أو أهداف محددة، ويوفر موقع الشبكات لمؤسس المجموعة أو التنسيق بين الأعضاء في الاجتماعات من خلال ما يعرف باسم events ودعوة الأعضاء لتلك المجموعات، ومعرفة عدد الحاضرين وإعداد غير الحاضرين.

. الصفحات: "ابتدعت هذه الفكرة من طرف موقع facebook وتم استخدامها تجاريا بطريقة فعالة حيث تعمل حاليا على إنشاء حملات إعلانية موجهة تتيح لأصحاب المنتجات الاعلانية أو الفعاليات توجيه صفحاتهم وإظهارها لفئة محددة من المستخدمين". (الزرن، 2012، ص،15)

. بالإضافة إلى استخدامات أخرى نستعرضها في ما يلي :

1. مواقع التواصل الاجتماعي وسائل يستخدمها أي شخص، لنشر الأخبار والآراء بشكل مكتوب أو مسموع أو مرئي، متعدد.

2. استخدام الشباب شبكات التواصل الاجتماعي للدردشة ولتفريغ الشحن العاطفية، ومن ثم أصبحوا يتبادلون وجهات النظر الثقافية والأدبية والسياسية.

3. تعد مواقع التواصل الاجتماعي إعلاما بديلا، ويقصد به الموقع الذي يمارس فيه النقد

4. لا تمثل مواقع التواصل الاجتماعي العامل الأساسي للتغيير في المجتمع، لكنها أصبحت عامل مهم في تهيئة متطلبات التغيير عن طريق تكوين الوعي .

5. أصبحت تشكل بفضل شبكة الأنترنت فضاءات تواصلية عدة هي بمثابة أمكنة افتراضية، ومن بين مزاياها نهاية فويا المكان.

6. "إنها فضاءات مفتوحة للتمرد والثورة، بداية من التمرد على الخجل والانطواء وانتهاء بالثورة على الأنظمة السياسية". (خالد الشريف، 2014، ص،18)

7. "يمكن النظر للتغيير الاجتماعي برؤية "حتمية" التحول في ثلاثة مسارات أولهما ما يعرف ب "الحتمية التقنية"، وثانيهما ما يعرف ب "الحتمية الاجتماعية"، ثم "الحتمية المعلوماتية".
8. إن المستخدمين يسعون إثر كسب رأسمال رمزي من وراء انخراطهم في هذا الإعلام أكثر من انخراطهم في تحقيق رأسمال مادي، ويمكن أن تزدهر فيه مبادرات المجتمع المدني.
9. يفتقر الإعلام الجديد إلى الوضوح، بالنسبة إلى مجاله ومداه، وقد يعني هذا ان إشكال الإعلام الجديد تعكس علم الشك، وبالنسبية والفوضى الأوصاف المشتركة للثقافة المعاصرة.
10. تتشكل الأجندة الإعلامية لمواقع التواصل الاجتماعي، عن طريق الأحداث البارزة التي تفرض نفسها.
11. إن التغيير السياسي الحقيقي لم يولد في الأنترنت، بل تولد في الشارع، وجاء الإعلام الجديد مكملًا له.
12. أن تخلق الديمقراطية وممارستها في الوطن العربي يعود إلى تخلف في فهم أوعية الديمقراطية ووسائطها في الفكر، ويؤدي هذا إلى نبد انتشار الفكر وشيوعه وتداوله لأن التداول على السلطة ما هو إلا تداول على أفكار وتصورات ومناهج". (خالد الشريف، النفس المرجع، ص، 186)
- . الاستخدامات الاتصالية الشخصية: "وهو الاستخدام الأكثر شيوعًا، ولعل الفكرة الأولى للشبكات الاجتماعية اليوم كانت بهدف التواصل الشخصي بين الأصدقاء في منطقة معينة أو مجتمع معين، وهذا الهدف موجود حتى الآن برغم تطور الشبكات الاجتماعية على مستوى الخدمات، وعلى مستوى التقنيات والبرمجيات، ويمكن من خلال الشبكات الاجتماعية الخاصة تبادل المعلومات والملفات الخاصة والصور ومقاطع الفيديو، كما أنها مجال رحب للتعارف والصدقة، وخلق جو مجتمع يتميز بوحدة الأفكار والرغبات غالبًا، وإن اختلفت أعمارهم وأماكنهم ومستوياتهم العلمية. (بن ابراهيم الشاعر، 2015، ص، 68)

. "الاستخدامات التعليمية: تلعب الشبكات الاجتماعية دورا في تعزيز العملية التعليمية من خلال تطوير التعليم الإلكتروني حيث تعمل على إضافة الجانب الاجتماعي له، والمشاركة من كل الأطراف في منظومة التعليم لمدير المدرسة والمعلم وأولياء الأمور والطلاب وعدم الاقتصار على التركيز وعلى تقديم المقرر.

استخدام الشبكات الاجتماعية يزيد فرص التواصل والاتصال التعليمي فيمكن التواصل خارج وقت الدراسة، ويمكن التواصل الفردي أو الجماعي مع المعلم، ما يوفر جوا من مراعاة الفروق الفردية، كما أن التواصل يكسب الطالب الخجول فرصة تواصل مهارات أخرى كالتواصل والاتصال والمناقشة وإبداء الرأي.

. الاستخدامات الإخبارية: أتاحت الشبكات الإلكترونية نقل الأخبار حال حدوثها ومن مصادرها الرئيسية وبصياغة المرسل نفسه بعيدا عن الرقابة ما يجعلها أحيانا ضعيفة المصدقية لما قد يضاف إليها من مبالغات مقصودة أو غير مقصودة لتحويل الخبر أو تدويله أو تسييبه بغرض التأثير على الرأي العام .

. الاستخدامات الدعوية: أتاحت الشبكات الاجتماعية الفرصة للتواصل والدعوة مع الآخرين مسلمين أو غير مسلمين، وإنشاء الكثير من الدعاة صفحتهم الخاصة ومواقعهم الشرية، وهو انتقال إيجابي للتواصل الاجتماعي في ظل أنظمة تعيق الاستخدام والتواصل والتوفير في الجهد والتكاليف". (بن ابراهيم، الشاعر، المرجع السابق، ص69)

المطلب السادس: الآثار الإيجابية والسلبية لمواقع التواصل الاجتماعي

أولا: الآثار الإيجابية: تتمثل فيما يلي:

1. "مواقع التواصل الاجتماعي وسيلة مؤثرة في الأحداث اليومية، وأتاحت الفرصة لجميع الأفراد لنقل أفكارهم ومناقشة قضاياهم الاجتماعية والاقتصادية والسياسية، وصارت مصدرا للصحفيين ووسائل الإعلام المختلفة والقنوات الفضائية التي باتت تنقل العديد من الأخبار والمعلومات، واستطاعت أن

تفرض نفسها من خلال المزايا والخدمات التي تقدمها هذه المواقع لمستخدميها من خلال مشاركة الأنشطة والاهتمامات". (شدان، أبو يعقوب، 2015، ص، 34)

2. "إلغاء حاجز الزمان ومن ثم سرعة التأثير.

3. إلغاء حاجز المكان ومن ثم سعة الانتشار.

4. إلغاء إمكانية التعتيم على الوقائع ومن ثم تحقيق المصداقية والشفافية وتفعيل مبدأ الحق في الاطلاع (أي حرية تداول المعلومات)

5. إلغاء إمكانية تكميم الأفواه ومن ثم تحقيق مناخ الحرية (خاصة حرية التعبير) تفعيل آلية الشورى (بوجه من الوجوه).

6. التشجيع على إبداء الرأي دون خوف عقاب أو تسلط، وهذا من أكبر المحفزات على الإبداع والاجتهاد والتجديد (بمعانيها الواسعة الشاملة).

7. "تفعيل" آلية الضبط الاجتماعي"، فأى انحراف في الرأي أو خلل في الرؤية أو تقصير في الفعل ينشر على هذه الصفحات الالكترونية، سيجد من يقومه ويرشده".

(بن حسن العريشي، محمد الدوسري، 2015، ص، 64)

8. تحفز على التفكير الإبداعي بأنماط وطرق مختلفة بسبب التواصل مع أشخاص مثقفين ومن بيئات مختلفة.

9. تعمق مفهوم المشاركة والتواصل مع الآخرين وتعلم أساليب التواصل الفعال.

10. تساعد على قبول القضايا الخلافية.

11. تساعد على التعلم وذلك عن طريق تبادل المعلومات مع الآخرين.

12. توفر فرصة التعلم ب (الرمزيات) و(المحسوسات) أيضا.

13. تساعد في تنشيط المهارات لدى المستخدم.

14. تحقق قدرا لا بأس به من الترفيه والتسلية.

15. "تساعد في الحصول على وظيفة مناسبة". (بن حسن العريشي، الدوسري، المرجع السابق، ص، 65)

ثانيا: الآثار السلبية لمواقع التواصل الاجتماعي.

من ناحية أخرى يظهر الوجه الثاني لهذه الشبكات وهو أنها قد عززت بعض السلوكيات السلبية على مستوى الأفراد بشكل مقلق إلى حد ما، مما دفع البعض مؤخرا للانسحاب من هذه الشبكات والعوالم الوهمية الهلامية التي تصنعها، فمثلا نلاحظ أن هناك صفات معينة غير مباركة اجتماعيا قد بدأت في الانتشار عبر هذه الشبكات دون حتى أن يعي من يمارس هذه السلوكيات ما يقوم به، مثل الزهو أو الإعجاب المفرط بالنفس وبالتالي الحديث المتواصل عنها، ومتابعة أخبار الآخرين بشكل مبالغ فيه، ونشر الإشاعات دون إثبات، والإعلان عن تفاصيل جديدة في الحياة الأسرية، والرغبة العارمة في تحقيق الشهرة بأي ثمن، أصبح الأمر وكأن هناك مونديال عالمي للظهور والاستعراض، أو سوق تنافسية للدعاية والاعلان، فبات بعض الناس لا يفكرون ولو لبعض دقائق فيما يقومون ببثه عبرها.

وتتلخص الآثار السلبية لمواقع التواصل الاجتماعي فيما يلي:

1. إضاعة الوقت: "بمجرد دخول المستخدم للموقع حتى يبدأ بالتنقل من صفحة لأخرى ومن ملف لآخر ولا يدرك الساعات التي أضاعها في التعليق على صور أصدقائه دون أن يزيد أي منفعة له أو لغيره، فهذه المواقع تهدر الكثير من وقت الشباب هذه الأيام دون فائدة تجنى فهناك 16% من طلاب الجامعة يقضون أكثر من ثلاث ساعات في تصفح الفيس بوك فقط لقضاء وقت الفراغ". (بن حسن العريشي، الدوسري، المرجع السابق، ص، 66)

2 الإدمان وإضعاف مهارة التواصل: هي من أهم الآثار التي قد تشكل خطرا على مستخدمي الشبكة الاجتماعية خصوصا الشباب والمراهقين، فإن قضاء الوقت الطويل أمام شاشة الكمبيوتر وهدره في تصفح المواقع يؤدي إلى عزلهم عن واقعهم الأسري وعن مشاركتهم في الفعاليات التي

يقيمها المجتمع، والكثير من الشباب اليوم يعاني من صعوبة في تغيير طريقة حياته بعد اشتراكه في عالم الشبكات الاجتماعية فقد أدمن الكثير منهم عليها ولا يستطيعون الاستغناء عنها حتى وإن أرادوا ذلك.

3 ظهور لغة جديدة بين الشباب: ظهرت لغة جديدة بين الشباب يستخدمونها في جميع اتصالاتهم بين رسائل جوال أو محادثات عبر الانترنت وباستخدام التواصل عبر الشبكات الاجتماعية انتشرت هذه اللغة بشكل أكبر، وهي لغة ليست بالعربية ولا بالإنجليزية بل تجمع حروف اللغتين بالإضافة إلى أرقام ورموز لا يفهمها سوى طائفة الشباب ومن يعاشروهم بصفة مستمرة، وإن الاستمرار في تداول هذه اللغة يؤدي إلى تهديد لغتنا العربية وضياعها مع مرور الأيام، فقد تحولت لغة القرآن إلى رموز صعبة الفهم إلا من الفئة التي تستخدمها، فمثلاً أصبحت كلمة "محمد" تكتب "mo7amad" وكلمة أخبار تكتب "a7bar" ويزداد الخوف مع مرور الوقت من غزو هذه المفردات وبالتالي ترسخ هذه اللغة بين جموع الجيل الجديد مما يزيد الهوة بين الأجيال السابقة والأجيال الناشئة .

4. انعدام الخصوصية: "تواجه أغلب المواقع الاجتماعية مشكلة انعدام الخصوصية مما تتسبب بالكثير من الأضرار المعنوية والنفسية على الشباب وقد تصل في بعض الأحيان لأضرار مادية، فملف المستخدم على هذه الشبكة يحتوي على جميع معلوماته الشخصية إضافة إلى ما يبثه من هموم ومشاكل قد تصل بسهولة إلى يد أشخاص يستغلونها بغرض الإساءة والتشهير، فهناك من الشباب من وجد في هذه المواقع الاجتماعية مكاناً للتسلية والعبث، وانعدام الرقابة جعلت البعض يسيء الأدب ولا يهتم للعواقب". (بن حسن العريشي، الدوسري، المرجع السابق، ص67)

وهناك بعض السلبيات الأخرى مثل:

1. يرى صفوت العالم أستاذة الاعلام بجامعة القاهرة أن: "خطورة فكرة مواقع التواصل الاجتماعي تكمن في أنها قد تكون موطناً لنشأة الأفكار الشاذة والغريبة، وانطلاق الشائعات، إلا أنها تعبر عن رأي الشارع، والشباب على وجه التحديد على اعتبار أن أكثر مستخدمي شبكة الانترنت من الشباب، فجميع الأحداث الجديدة نجد صداها أولاً بأول على مواقع التواصل الاجتماعي في

مجموعات مختلفة، بعضها متصارع، فهناك بعض التجمعات الخاصة بفرق عمل برامج تلفزيونية مختلفة، وبعضها الخاص بفرق رياضية متناحرة، وبعضها للتعبير عن حالة عامة مثل الحزن أو الشعور بالوحدة وبعضها لزملء دفعة واحدة في إحدى الكليات، أو مجموعة أصدقاء أحد الفنانين، أو الممثلين، أو الكتاب أو المطربين أو السياسيين". (شدان يعقوب، أبو يعقوب، 2015، ص، 35)

2 نشرها للأفكار الضالة مثل ترويح العنف والمشاركة فيه، والجنس والتورط في مبادلته

3. التعرض للجرائم الالكترونية كما أخبر بذلك موقع الكاسبرسكي الذي رصد أكثر من 43 ألف ملف خبيث عام 2008 تم نشرها عبر الشبكات الاجتماعية.

4. التعرض للخداع فبعض الأشخاص عبارة عن مسوقين للمنتجات.

5. فتور الحس الأخلاقي كما ورد في دراسة أجرتها جامعة "ساوثرن كاليفورنيا" في الولايات المتحدة الأمريكية وذلك نتيجة للكمية الهائلة من المعلومات المليئة بالدمار والعنف والتي من شأنها أن تعود الناس على مشاهد الألم والعذاب عند البشر، مما يجعله أمراً مألوفاً.

6. الرصد المبتور (الجزئي) للأحداث والوقائع، والخلل في رصدها يؤدي إلى الخلل في فهمها أو الفهم الخاطئ لهذه الأحداث.

7. نشر الشائعات والأكاذيب والمعلومات المغلوطة أو غير الكاملة.

8. تفتقر هذه المواقع الاجتماعية إلى الوجود بعض القيم التي تحكم مستخدميها مثل "الصدق، الأمانة، الشرف، النصيحة، وغيرها".

9- "وجود الملف الشخصي للمستخدم على موقع الشبكة الاجتماعية يجعل بياناته تظل منتشرة على النت ولا يمكن التخلص منها أو حذفها". (بن حسن العريشي، الدوسري، المرجع السابق، ص، 68، 69)

المبحث الثاني: موقع الفيس بوك النشأة و التطور.

المطلب الأول: مفهوم الفيس بوك :

. "مصطلح الفيس بوك كما هو معروف في أوروبا يشير إلى دفتر ورقي يحمل صوراً ومعلومات لأفراد جامعة معينة أو مجموعة ومنه جاءت تسمية الموقع وتعتبر هذه الطريقة شائعة للأشخاص خصوصاً في الجامعات الأجنبية بعضهم حيث يتصفح المنتسبون في الجامعة هذه الدفاتر لمعرفة المزيد من الطلبة الموجودين في نفس الكلية.

الفيس بوك بالإنجليزية موقع ويب التواصل الاجتماعي يمكن الدخول إليه مجاناً وتديره شركة الفيس بوك محددة المسؤولية كملكية خاصة لها. (لكحل، زايدى، 2017، ص،38)

. "الفيس بوك هو شبكة اجتماعية استأثرت بقبول وتجارب كبير من الناس خصوصاً من الشباب في جميع أنحاء العالم ويعد موقع الفيس بوك واحداً من أشهر المواقع على الشبكة العالمية، ورائد التواصل الاجتماعي، وأصبح موقع الفيس بوك اليوم منبر افتراضي للتعبير، واتخذ الشباب اليوم بديلاً للأحزاب السياسية العاجزة الفاشلة". (بن ورقلة نادية، دور شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي السياسي والاجتماعي لدى الشباب العربي: نقلاً عن موقع <https://www.univ-djelfa.dz/revues/dirassat/index-htmfiles/makal11-12.pdf>)

"كما عرف على أنه موقع الكتروني للشبكة الاجتماعية يساعد الناس على الاتصال بأصدقائهم وعائلاتهم بفعاليتهم أكثر عبر الانترنت ينشئ المستخدمون ملف (profile) يتضمن غالباً صوراً واهتمامات شخصية.... يمكن لأي شخص الدخول إلى موقع الفيس بوك والتفاعل مع الأشخاص الذين يعرف أو التعرف على أشخاص جدد.

الفيس بوك يعد من أشهر مواقع التواصل الاجتماعي، حيث يمكن للعضو في هذا الموقع أن يقوم بإعداد نبذة شخصية عن حياته تكون بمثابة بطاقة هوية وتعارف لمن يريد أن يتعرف عليه ويتواصل معه ويستطيع كل عضو أن يقف على آخر أخبار أصدقائه، عن طريق ما يعرضه حائط العضو من رسائل وأخبار"

(ليندة ضيف، الحدث الاقتصادي عبر مواقع التواصل الاجتماعي جامعة العربي بن مهيدي. نقلا عن الموقع :

https://samc.ksu.edu.sa/sites/samc.ksu.edu.sa/files/imce.../bthh_-_lynd_dyf.pdf)

المطلب الثاني: نشأة موقع الفيس بوك

بداية نشأته في شباط عام، في جامعة هارفارد في الولايات المتحدة الأمريكية من قبل طالب متعثر في الدراسة يدعى "مارك زوكربيرج"، الطالب المهووس في برمجة الكمبيوتر، ولم يخطر بباله هو وصديقين له أن هذه المدونة ستحتاح العالم الافتراضي بفترة زمنية قصيرة جدا، فتخطت شهرتها حدود الجامعة وانتشرت في مدارس الولايات المتحدة الأمريكية المختلفة، وظلت مقتصرة على أعداد من الزوار ولو أنها كانت في زيادة مستمرة.

والتي قال عنها مؤسسها "مارك زوكربيرج": "لقد أضحي كل منا يتكلم عن الفيس بوك العام الذي تفكر الجامعة في إنشائه، أظن أنه من السخف أن يستغرق الأمر من الجامعة سنين من أجل تنفيذ ذلك، وجدت أن بإمكانها تنفيذه أفضل منهم وفي أسبوع واحد، إلا أن هذه المدونة لم تحقق تميزا على المواقع الاجتماعية الأخرى التي سبقتها مثل موقع ماي سبيس وغيره حتى عام 2007، حيث حقق القائمون على الموقع إمكانيات جديدة لهذه الشبكة ومنها، إتاحة فرصة للطورين مما زادت هذه الخاصية من شهرة موقع الفيس بوك، بحيث تجاوز حدود الولايات المتحدة الأمريكية إلى كافة دول العالم، وتجاوز عدد المسجلين في هذه الشبكة في الأول من تموز 2010 النصف مليار شخص، يزورونها باستمرار ويتبادلون فيما بينهم الملفات والصور ومقاطع الفيديو، ويعلقون على ما ينشر في صفحاتهم من آراء وأفكار ومواضيع متنوعة وجديدة، يضاف إلى ذلك المشاركة الفعالة وغالبا ما تكون في المحادثات والدردشات.

"ويتحدث "David Kirkpatri" في كتابه "Effect the facebook" عن هذه الشبكة التي ربطت بين أجزاء العالم المترامية وغيرت معالمه، ويلقي الضوء على كيفية تأثير الفيس بوك على كل العالم وعلى الناس جميعا". (محمد عفيفي المليحي، 2015، ص، 160)

"وتحتل شبكة الفيس بوك حاليا من حيث الشهرة والإقبال المركز الثالث بعد موقعي (غوغل ومايكروسوفت)، وبلغ عدد المشتركين فيها أكثر من 800 مليون شخص، وأصبح مؤسس الفيس بوك أصغر ملياردير في العالم، وهو في السادسة والعشرين من عمره، وتقدر قيمة الفيس بوك أكثر من خمسة عشر مليار دولار، وهناك تقدير يشير إلى أن القيمة ارتفعت، ارتباطا بأحداث العالم الأخير وخصوصا ثورات (الربيع العربي) الآن إلى خمسة وستين مليار دولار أمريكي.

لقد نمت إنتاج "مارك زوكربيرج" الذي بدأه من عنبر نوم صغير في هارفارد ليصبح واحدا من أكثر الشركات تأثيرا في الأنترنت.

وبالرغم من أنه من غير المعروف مقدار ثروة "مارك زوكربيرج" اليوم، فهو بالتأكيد واحد من أثري أثرياء أبناء جيله في هذا الكوكب، وقد تم وصفه كأصغر ملياردير عصامي على مر التاريخ، وجاء فلم the social Network ليحكى قصة حياة "مارك زوكربيرج" مؤسس الموقع الاجتماعي الشهير فيس بوك.

وهنا يمكن القول بأن الفيس بوك هو موقع تواصل اجتماعي يعمل على تكوين الأصدقاء ويساعدهم على تبادل المعلومات والملفات والصور الشخصية ومقاطع الفيديو والتعليق عليها وإمكانية المحادثة والردود الفورية، ويسهل إمكانية تكوين علاقات في فترة قصيرة، وقد وصل عدد المشتركين فيه بعد ثمان سنوات من عمره، أكثر من 905 مليون مشترك من كافة أنحاء العالم، وكما هو معروف في الكثير من الوسائل الإعلامية ووسائل التواصل الاجتماعية، إن هناك من استغله في الجانب السيئ وهناك من أستفاد منه للتواصل بالصور والتعليقات مع أصدقائه في شتى أنحاء العالم". (بن حسن العريشي، الدوسري، 2015، ص، 37، 38، 39)

المطلب الثالث: خصائص ومميزات الفيس بوك :

يعتبر موقع الفيس بوك للتواصل الاجتماعي ذرة تلك المواقع، فهو أكثر من ساهم في نشر ثقافة التواصل الاجتماعي بين الناس من مختلف الطبقات والاتجاهات والأديان حول العالم، ويتضمن

الفيس بوك مجموعة من الخصائص والمميزات التي تتيح للمستخدمين إمكانية التواصل مع بعضهم البعض ومن أهمها:

- Wall أو لوحة الحائط: وهي عبارة عن مساحة مخصصة في صفحة الملف الشخصي لأي مستخدم بحيث تتيح للأصدقاء إرسال الرسائل المختلفة إلى هذا المستخدم.

- Pokes: التي تتيح للمستخدمين إرسال "وكزة" افتراضية لإثارة الانتباه إلى بعضهم البعض، وهي عبارة عن إشعار يخطر المستخدم بأن أحد الأصدقاء يقوم بالترحيب به". (عباس صادق مصطفى، مؤتمر وسائل التواصل الاجتماعي والتطبيقات والشبكات المنهجية ورقة عمل صناعة الخبر بين الاعلام التقليدي والجديد، تطبيقات على تقنيات وسائل التواصل الاجتماعي. نقلا عن موقع:

<https://units.imamu.edu.sa/Conferences/smumc/news/Pages/news-2--10-3-2015.aspx>)

- "الصور: التي تمكن المستخدمين من تحميل الألبومات والصور من أجهزتهم إلى الموقع، ويمكن ضبط إعدادات الخصوصية للألبومات الفردية، وبالتالي الحد من مجموعات المستخدمين الذي يمكنهم مشاهدة ألبوم معين، فعلى سبيل المثال يمكن ضبط إعدادات الخصوصية لألبوم ما بحيث تتيح لأصدقاء المستخدم فقط مشاهدة الألبوم، من السمات الأخرى الخاصة بتطبيقات Photos القدرة على تسمية المستخدمين في صورة ما، فعلى سبيل المثال إذا كانت إحدى الصور تشتمل على أحد أصدقاء المستخدم فإنه يمكن للمستخدم تسمية الصديق الموجود في هذه الصورة أو إضافة تعليق ما وسوف يؤدي ذلك إلى إرسال تنبيه لهذا الصديق بأنه قد تم تسميته، مع تزويده برابط لمشاهدة هذه الصورة .

- Status أو الحالة: التي تتيح للمستخدمين إمكانية إبلاغ أصدقائهم بأماكنهم وما يقومون به من أعمال في الوقت الحالي، جدير بالذكر أنه يمكن مشاهدة لوحة الحائط الخاصة بالمستخدم لأي شخص يمكنه مشاهدة الملف الشخصي لهذا المستخدم وفقا لإعدادات الخصوصية، كما يتيح فيس بوك إمكانية إرسال رسائل مرفقة تتضمن أي شيء إلى لوحة الحائط، الذي كان مقتصرًا من قبل على المحتويات النصية فقط.

- NewsFeed أو التغذية الإخبارية: التي تظهر على الصفحة الرئيسية لجميع المستخدمين حيث تقوم بتمييز بعض البيانات مثل التغيرات التي تحدث في الملف الشخصي وكذلك الأحداث المرتقبة وأعياد الميلاد الخاصة بأصدقاء المستخدم". (المصور، 2012، ص، 17)
- Facebook Notes أو التعليقات الفي سبوك: وهي سمة متعلقة بالتدوين تسمح بإضافة العلامات والصور التي يمكن تضمينها.
- . تطبيق إرسال رسائل فورية: إلى شبكات الاتصال باستخدام برنامج comet وأطلق عليه اسم "chat" ويوفر هذا التطبيق للمستخدمين إمكانية التواصل مع أصدقائهم، وهو يشبه في أداء وظيفته برامج إرسال الرسائل الفورية الموجودة على سطح المكتب.
- . Gifts أو الهدايا: التي تتيح للمستخدمين إرسال هدايا افتراضية إلى أصدقائهم تظهر على الملف الشخصي للمستخدم الذي يقوم باستقبال الهدية، تتكلف الهدايا 1.00 دولار لكل هدية ويمكن إرفاق رسالة شخصية بها.
- . تطبيق Market place: الذي يتيح للمستخدمين نشر إعلانات مبنية مجانية.
- . تطبيق Events أو أحداث: الذي يوفر للمستخدمين وسيلة لإبلاغ الأصدقاء عن الأحداث المرتقب وقوعها.
- . تطبيق Vidéo: الذي يوفر إمكانية تبادل أفلام الفيديو المنزلية بين المستخدمين.
- . تطبيقات chess و Scrabble: وهذان التطبيقان يتيحان للمستخدمين إمكانية لعب مباريات مع أصدقائهم، وجدير بالذكر أن هذه الألعاب غير تزامنية، بمعنى أن الخطوات التي يقوم بها المستخدم يتم حفظها على الموقع، مع إتاحة الفرصة أمام الطرف الآخر للقيام بالخطوة التالية في أي وقت من الأوقات بدلا من القيام بها على الفور بعد الخطوة السابقة.

تطبيقات أجهزة iPhone: كما تم إصدار موقع Facebook iPhone في شهر أغسطس 2007 الذي يقدم طريقة عرض خاصة تناسب جهاز iPhone، وبحلول شهر يوليو 2008، وصل عدد المستخدمين إلى 5.1 مليون فرد يقومون باستخدامه بصورة منتظمة.

. كما تم طرح تطبيق مجاني لأجهزة iPhone و iPodtouch أطلق عليه اسم "Facebook for iPhone"، وذلك في يوليو من عام 2008. (عصام صلاح، 2015، ص، 161)

. "خدمة الملاحظات: هي فكرة جديدة تفتقر إليها الكثير من المواقع، ويكاد ينفرد بها الفيس بوك حيث تكون هذه الخاصية بمثابة مفكرة يسجل فيها صاحب الصفحة الشخصية أهم مواعيده وارتباطاته، والفيس بوك الذي كان يعني في بداية ظهوره (الدفتري الورقي)، أصبح اليوم من أضخم المؤسسات التجارية، وأكبر مواقع التواصل الاجتماعية، ولا يمكن في الوقت الحاضر الاستغناء عنه، خاصة وأنه أصبح سلاحاً فعالاً للتواصل والتجمع والتحرير، وبت الأفكار الثورية ليس في العالم العربي فقط، وإنما في جميع أنحاء العالم، وأصبح الفيس بوك أحد ألد الأعداء وأهم المعالم التي يوجه إليها الحكام الطغاة حقدهم وغضبهم عن طريق حجبه في بلدانهم، ومنعه من أداء دوره الكبير والتميز في فضح أنظمتهم المستبدة والفاسدة". (بن حسن العريشي، الدوسري، 2015، ص 43،)

. "كما يقدم موقع الفيس بوك مجموعة من الخدمات، كلوحة الحائط المخصصة لوصف اليوميات وإرسال الرسائل، وخدمة تحميل الصور والألبومات والتعليق على الصور والفيديوهات.

ومع مرور الوقت تطور الموقع نفسه، بإدراج خدمة التغذية الإخبارية التي تقدم بيانات خاصة بكل المتغيرات والأحداث التي تطرأ على الصفحة، كالإعلام بأعياد الميلاد والعلاقات الشخصية والملف الشخصي، وتطورت معها 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 الكثيرة التي وجدت فيه ضالتها من خلال

اهتماماتها المشتركة، عن طريق تبادل وجهات النظر ووصولاً لضرب المواعيد والدعوة لحضور مكثف للتظاهرات المختلفة أياً كانت طبيعتها". (غروبة، 2013، ص، 304)

المطلب الرابع: نماذج مستخدمي الفيس بوك

"النموذج الأول: المتخفي: ضمن هذا النموذج يرى الكثيرون ممن يسجلون أنفسهم لا يفهمون مبدأ التواصل والتشابك، فيخفون صورتهم ولا يقدمون أية معلومات شخصية عنهم للأصدقاء الذين يدعونهم، وكما يقال "هؤلاء لا يفصحون عن هويتهم ويكتفون بالملاحظة وبالاطلاع على الصفحات الشخصية للمستخدمين الآخرين، ربما يخاف هذا النمط من المستخدمين من أن يفوتهم شيء ما، أو يعيشوا طفولتهم من جديد حيث كانوا يكتفون بالوقوف في ركن ما من ساحة المدرسة ويكتفون بمراقبة زملائهم ويكبحون الرغبة في اللعب معهم أو حتى مكالمتهم، لكن التجربة أظهرت أن خيار التخفي ليس بالأمر السيئ على الإطلاق، إذا ما أخذت بعين الاعتبار بعض التعليقات غير اللائقة التي يكتبها البعض" (مراكشي، 2014، ص، 72)

- "النموذج الثاني: رفيق المدرسة: (لم نلتقي منذ وقت طويل) هذه الرسالة يتلقاها المرء من أشخاص فقدت آثارهم منذ وقت طويل، وغالبا ما يكونوا زملاء من أيام المدرسة، والرسالة تثير فضولا كبيرا عما أصبحت عليه أحوال الآخر، لكن في كثير من الأحيان ما يلبث هذا الزميل القديم أن يتخفى ولا يبقى سوى اسمه في لائحة الأصدقاء". (مراكشي، المرجع السابق، ص، 73)

- "النموذج الثالث: الخطيب السابق أو الخطيبة السابقة: هم أصدقاء غير مريحين، الذين 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.

- النموذج الرابع: الأبوين: لاشك أن الكثير من الآباء والأمهات لا يعرفون عن الفيس بوك ما يكفي، إضافة إلى أنهم لا يرغبون في خوض هذه التجربة الجديدة، لكن حرصهم على أولادهم

يدفعهم في الكثير من الأحيان إلى التطفل على اهتمامات الأبناء والبنات بهذا التواصل الاجتماعي، والدخول إلى صفحاتهم وطلب صداقة آبائهم، الذين يقومون بتشكيل مجاميع من الأصدقاء تحد من تدخلات الآباء في شؤونهم، ومن هذه المجموعات التي يشكلونها: (دعونا نقصي الآباء من الفيس بوك).

- النموذج الخامس: المدير: يتسم هذا النموذج بطابع أكثر ما يقال عنه تجسسي-نرجسي، فالمدير يفتح صفحة شخصية له على الفيس بوك، ويدعو العاملين عنده بالتسجيل في الفيس بوك والدخول إلى صفحته الخاصة، ومن هنا يحقق نرجسيته باعتباره يتحكم فيهم حتى وهم في العالم الافتراضي هذا من ناحية، ومن ناحية أخرى يصبحون تحت أنظاره ويراقب تحركاتهم وسلوكهم.

- النموذج السادس: القريب: في هذا النموذج نرى أنه لا داعي لمكالمة القريب البعيد لمعرفة أحواله، فالخبر يمكن قراءته على الفيس بوك ولا حاجة للحديث عن الجد أو الجدة أو عن أشياء لا أهمية لها، فالفيس بوك يمنح إمكانية البقاء على اتصال بهؤلاء الأقارب دون الحاجة للاتصال بهم.

- النموذج السابع: الأصدقاء الحقيقيون: إن الأصدقاء الحقيقيون هم أصدقاء بصرف النظر إن أضيفوا إلى العالم الافتراضي أو لا، الصديق الحقيقي هو الصديق الذي نعرفه منذ وقت طويل، في ذده الحالة لا يحتاج المرء للفيس بوك 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.

- النموذج الطبيعي: الذي يمثل هذه الجمهرة الكبيرة، ويتمثل في العلماء والخبراء والباحثين والكتاب والأدباء والفنانين والصحافيين والأساتذة وطلبة الجامعات وعموم المثقفين الذين يوقدون دائما بأفكارهم وإنجازاتهم العلمية والثقافية، جوانب ليست بالقليلة من الحضارة الإنسانية، ويسهمون بثقافة التعايش والتسامح والحوار، ويقدمون خلاصة أفكارهم وجهدهم وإبداعاتهم لخير البشرية. (محمد عفيفي

خلاصة :

تعتبر شبكات التواصل الاجتماعي ثورة كبيرة في مجال تكنولوجيا الاتصال الحديثة، بكل ما أتاحتها من مزايا جعلته من ضروريات الحياة المعاصرة من توفير المعلومات في كل الميادين، وما أحدثته من تغيير في السنوات الأخيرة على الصعيد السياسي والاقتصادي، الثقافي والخدماتي وحتى الاجتماعي لما لا، ومع ذلك تبقى لها سلبيات عندما لا يحسن المستخدم استعمالها كإضاعة الوقت وغياب المسؤولية الاجتماعية، ظهور لغة جديدة بين الشباب وعزلهم وانعدام الخصوصية، إلا أن الشبكة العالمية تظل من سمات العصر الجديد التي لا مجال للاستغناء عنها.

مصادر ومراجع الفصل الثاني:

1. مريم، نورمان. (2012/2011). استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية وتأثيره في العلاقات الاجتماعية. دراسة عينة من مستخدمي موقع الفيس بوك في الجزائر. مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير منشورة، في علوم الاعلام والاتصال، تخصص الاعلام والتكنولوجيا الاتصال الحديثة، جامعة الحاج لخضر، باتنة، الجزائر.

2. عوض حسني، أثر مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية المسؤولية المجتمعية لدى الشباب، تجربة مجلس شبابي علاء. نقلا عن موقع:

www.qou.edu/arabic/conferences/socialResponsibilityConf/dr_housniAwad.pdf

تاريخ الزيارة، 2018/02/04، ساعة: 17:19.

3. بشرى جميل الراوي، دور مواقع التواصل الاجتماعي في التغيير مدخل نظري، نقلا عن موقع:

<https://www.iasj.net/iasj?func=fulltext&aId=68848>

تاريخ الزيارة، 2018/02/11، ساعة: 12:00.

4. عبد الله ممدوح مبارك الرعود. (2012). دور شبكات التواصل الاجتماعي في التغيير السياسي في مصر وتونس من وجهة نظر الصحفيين الأردنيين، رسالة ماجستير منشورة، جامعة الشرق الأوسط، عمان الأردن.

5. نبيلة جعفري. (2015). دور الاعلام الجديد في انتفاضات الشعوب العربية، مجلة الحكمة للدراسات الاعلامية والاتصالية، العدد الثامن والعشرون.

6. فضل الله وائل مبارك خضر. (2010)، أثر الفيس بوك على المجتمع، (ط1)، السودان: دار شمس النهضة.

7. سمر محمد الدرعلي. (2013). أثر مواقع التواصل الاجتماعي على المشاركة السياسية للمرأة، أطروحة مقدمة لاستكمال متطلبات الحصول على درجة الماجستير في برنامج دراسات الشرق الاوسط، جامعة الأزهر غزة، كلية الآداب والعلوم الانسانية قسم التاريخ والعلوم السياسية.
8. ياسر بكر. (2010). الاعلام البديل مطابع الحواس، القاهرة، مصر.
9. عباس مصطفى صادق. (2008). الاعلام الجديد المفاهيم والوسائل والتطبيقات، (ط1)، الأردن: دار الشروق للنشر.
10. محمد عبد الحميد. (2009). مدونات الاعلام البديل، القاهرة: دار عالم الكتب
11. فضل الله، وائل مبارك خضر، أثر مواقع الفاييس بوك على المجتمع: نقلا عن موقع: www.wailmobarak.com/2010/12/2010.html تاريخ الزيارة: 2018/02/23، ساعة الدخول: 16:23
12. خالد غسان يوسف المقدادي. (2013). ثورة الشبكات الاجتماعية، (ط1)، دار النفائس.
13. حسين محمود هتمي. (2015). العلاقات العامة وشبكات التواصل الاجتماعي، (ط1)، الأردن : دار أسامة.
14. عبد الحمان بن ابراهيم الشاعر. (2005). مواقع التواصل الاجتماعي والسلوك الانساني، (ط1)، عمان : دار صفاء لنشر.
15. علي خليل شقرة. (2014). الاعلام الجديد شبكات التواصل الاجتماعي، (ط1)، الأردن: دار أسامة لنشر.
16. فضل الله وائل مبارك خضر. (2010). أثر الفاييس بوك على المجتمع، (ط1)، السودان: دار شمس النهضة.
17. جبريل بن حسن العريشي، سلمى بن عبد الرحمان محمد الدوسري. (2015). الشبكات الاجتماعية والقيم رؤية تحليلية، (ط1). عمان: دار المنهجية للنشر والتوزيع.

18. أحمد عبد الله، الدرويش. (2014-2015). واقع استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في التعليم لدى طلاب كلية المعلمين بجامعة الملك سعود، مجلة اتحاد الجامعات العربية للبحوث في التعليم العالي، مجلة علمية عالمية محكمة مفهرسة، المجلد 34، العدد 2.

19. جمال الزرن. (2012). المسائل النفسية الاجتماعية والتنموية شبكات التواصل الاجتماعي، قدم في ملتقى الشباب حول التكنولوجيا الحديثة للإعلام والاتصال، تونس.

20. خالد الشريف عبد العزيز. (2015). الاعلام الالكتروني، (ط1)، دار يافا العلمية.

21. عبد الحمان بن ابراهيم الشاعر. (2005). مواقع التواصل الاجتماعي والسلوك الانساني، (ط1)، عمان : دار صفاء للنشر.

22. خليل أبو يعقوب، شدان يعقوب. (2015). أثر مواقع التواصل الاجتماعي على الوعي السياسي بالقضية الفلسطينية لدى طلبة جامعة النجاح الوطنية، (رسالة ماجستير منشورة)، كلية الدراسات العليا جامعة النجاح الوطنية في نابلس، فلسطين.

23. حليلة لكحل، ربيعة زايدي. (2017). أثر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في العلاقات الأسرية، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علم الاجتماع التربوي.

24. نادية بن ورقلة، دور شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي السياسي والاجتماعي لدى الشباب العربي. نقلا عن الموقع:

https://www.univdjelfa.dz/revues/dirassat/index_htm_files/Makal_12.pdf

تاريخ الزيارة، 2018/03/02، ساعة: 15:30

25. ليندة ضيف، الحدث الاقتصادي عبر مواقع التواصل الاجتماعي جامعة العربي بن مهيدي. نقلا عن الموقع:

https://samc.ksu.edu.sa/sites/samc.ksu.edu.sa/files/imce.../bthh_-_lynd_dyf.pdf

تاريخ الزيارة، 2018/03/07، ساعة: 12:15

26. عباس صادق مصطفى، مؤتمر وسائل التواصل الاجتماعي التطبيقات والاشكالات المنهجية ورقة عمل صناعة الخبر بين الاعلام التقليدي والجديد، تطبيقات على تقنيات وسائل التواصل الاجتماعي. نقلا عن موقع:

[https://units.imamu.edu.sa/Conferences/smumc/news/Pages/news-2--10-](https://units.imamu.edu.sa/Conferences/smumc/news/Pages/news-2--10-3-2015.aspx)

تاريخ الزيارة، 2018/0/03، ساعة: 16:21

27. محمد المنصور. (2012). تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على جمهور المتلقين، دراسة مقارنة للمواقع الاجتماعية والمواقع الالكترونية، رسالة ماجستير، الاكاديمية العربية المفتوحة في الدانمارك.

28. مروى عصام صلاح. (2015). الاعلام الالكتروني الأسس وأفاق المستقبل. (ط1)، الأردن: دار الاعصار العلمي.

29. دليلة، غروبة. (2013). الأنترنت الشبكات الاجتماعية وثورة الاعلام الجديد، مجلة الحكمة للدراسات الاتصالية والاعلامية، العدد الخامس عشر.

30. مريم، مراكشي. (2014). استخدام شبكات التواصل الاجتماعي وعلاقته بالشعور بالوحدة النفسية لدى الطلبة الجامعيين فايس بوك نموذجا، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في علم النفس.

الفصل الثالث

الفصل الثالث: الهوية الثقافية و أبعادها.

تمهيد

المبحث الأول: مدخل مفاهيمي حول الهوية.

المطلب الأول: مفهوم الهوية.

المطلب الثاني: خصائص الهوية و عناصرها.

المطلب الثالث: وظائف الهوية.

المطلب الرابع: مستويات و أقسام الهوية.

المبحث الثاني: مدخل مفاهيمي حول الثقافة

المطلب الأول: مفهوم الثقافة.

المطلب الثاني: مكونات الثقافة.

المطلب الثالث: خصائص الثقافة.

المطلب الرابع: وظائف الثقافة.

المطلب الخامس: مستويات الثقافة.

المبحث الثالث: الهوية الثقافية وأبعادها

المطلب الأول: ماهية الهوية الثقافية.

المطلب الثاني: وظائف الهوية الثقافية.

المطلب الثالث: مقومات الهوية الثقافية.

المطلب الرابع: أبعاد الهوية الثقافية.

خلاصة الفصل

تمهيد:

لقد حضى مفهوم الهوية والثقافة بقدر كبير من اهتمامات اهل الفكر على مختلف مستوياتهم وتخصصاتهم الفكرية، وهذا ما جعل العديد من المختصين في مجال الانثروبولوجيا وعلم الاجتماع والعلوم الانسانية يقدمون تعريف لمفهوم الهوية الثقافية، كل تخصص ينظر لها من زاوية معينة، وهذا نتيجة الى عدم تميز المفهوم بالوضوح من جهة، والاشياء التي يشير اليها من جهة أخرى، كما يعتبر من أكثر المواضيع جدلا وإثارة للنقاش بين مختلف المنظرين حول دلالات الانتماء التي ينطوي عليها وكذا صلته بالأنساق الاجتماعية وفي خصوصياتها وعمومياتها سنحاول من خلال هذا الفصل التطرق لأهم التعريف الاصطلاحية لمفهوم الثقافة والهوية، كما سنحاول عرض المكونات الأساسية للثقافة والهوية وأهم خصائص الثقافة والهوية والوظائف الأساسية لها، كما سنتطرق لمقومات الهوية الثقافية وأهم أبعادها.

المبحث الأول: مدخل مفاهيمي حول الهوية

المطلب الأول: مفهوم الهوية:

1.1. اصطلاحا:

"تعرف الهوية بأنها إحساس بالذات ينشأ حينما يبدأ الطفل بالتمييز عن والديه وعائلته ويأخذ موقعه في المجتمع، فهي بذلك تشير الى شعور شخص ما بمن هو وماهي الاشياء الاكثر أهمية بالنسبة له". (هارلمس وهولبورن، 2010، ص، 13)

تعرف أيضا على "أنها مركب من المعايير الذي يسمح بتعريف موضوع او شعور داخلي ما، وينطوي الشعور بالهوية على مجموعة من المشاعر المختلفة، الشعور بالوحدة، والتكامل، والانتماء والقيمة والاستقلال، الشعور بالثقة المبنية على اساس من اراده الوجود." (إيكس ميكشيلكي، تر: علي وطفة، 1993، ص، 130)

"فالهوية ببساطة عبارة عن مركب من العناصر المرجعية المادية والاجتماعية والذاتية المصطفاة التي تسمح بتعريف خاص للفاعل الاجتماعي، وطالما هي مركب من عناصر، فهي بالضرورة متغيرة وفي الوقت ذاته تتميز فيه بثبات معين." (العبد، 2014، ص، 16)

"تعد الهوية حصيلة لمجموعة من انساق العلاقات والدلالات التي يستقي منها الفرد معنى لقيمه، ويضع لنفسه في ضوءها نظام يشكل في إطاره هويته بحيث تتوفر له من جراء تلك امكانية تحديد ذاته داخل الوسط السوسيوثقافي باعتباره نظاما مرجعيا على المستوى السلوكي.

وتعد الهوية جزء من النسيج الثقافي للجماعة، يمثل ما ان الشخصية جزء من النسيج النفسي للفرد، والذي هو- اي نسيج- بدوره متفاعل او يفترض ان يكون متفاعلا، مع متغيرات الحياة اجمالا". (تزي الحمد، 2003، ص، 19)

يعرفها بن نعمان على أنها "اسم كيان او الموجود على حاله، أي وجود الشخص او الشعب أو الامة كما هي بناء على مقومات ومواصفات وخصائص معينة تمكن من ادراك صاحب الهوية بعينه مع امثاله من الاشياء". (بن نعمان، 1996، ص، 10)

"الهوية في عرف الحضارة العربية الاسلامية مأخوذة من هُو...هُوَ... بمعنى أنها جوهر الشيء وحقيقته، المشتمة عليه اشتمال النواة على الشجرة وثمارها... فهوية الانسان او الثقافة أو الحضارة هي جوهرها وحقيقتها، ولما كان في كل شيء من الاشياء انسان أو الثقافة أو حضارة فإن هوية الشيء ثابتة، التي تتجدد ولا تتغير... تتجلى وتفصح عن ذاتها، دون أن تخلي مكانها لنقيضها، ان ما بقيت الذات على قيد الحياة... إنها كالبصمة بالنسبة للإنسان يتميز بها عن غيره، وتتجدد فاعليتها ويتجلى وجهها كلما أزيلت من فوقها طوارئ الطمس والحجب، دون ان تخلي مكانها ومكانتها لغيرها من البصمات." (عمارة، 1999، ص، 6)

حيث يعتبر موضوع الهوية من المواضيع شديدة العمق والتعمق فهي من المفاهيم الكثيرة التي انشغل الفكر الانساني بدراستها والاهتمام بها، وعلى الرغم من اتفاق معظم علماء الاجتماع حول اهمية الهوية في المجتمع إلا أنهم لم يتفقوا حول العوامل التي تشكل الهوية في المجتمعات المعاصرة وحول الطريقة التي تطورت بها الهويات الاجتماعية بمرور الزمن، ولعل من أكثر طرق التفكير فاعلية حول الهوية هي تلك التي طورها ستيوارت هول التي تعرض ايضا البدايات الملائمة في بعض التباسات المحيطة بالقضية الهوية، ويعتقد هول أن فكرة مفهوم الهوية مرت عبر ثلاث مراحل سيطرت في كل منها فكرة الهوية على التفكير السائد حول المجتمع هذه الافكار هي:

1) موضوع التنوير.

2) موضوع علم الاجتماع.

3) موضوع ما بعد الحداثة.

- هويات ما قبل الحداثة:

" يرى هول ان المراحل المبكرة للحداثة حصل فيها ظهور جديد وحاسم لشكل من الفردية، كان فيها موضوع الفرد والهوية الفردية هو المحور الأساسي، حيث كانت الهوية تتركز بشكل كبير على الهياكل التقليدية خاصة تلك المرتبة بالدين، موقعك في المجتمع وهويتك يأتيان من الموقع الذي ولدت فيه والذي هو انعكاس لرغبة الإله، فالناس لم ينظر اليهم كأفراد متميزين لهم هويتهم الخاصة وانما هم مجرد جزء من سلسلة طويلة للوجود، وهويتك جاءت من موقعك في سلم الاشياء بدلا من أي خصائص فردية." (هارلبس وهولبورن، 2010، ص، 94)

- موضوع التنوير:

"مع حلول الحداثة تغير هذا المفهوم، في الفترة بين القرنين السادس عشر والثامن عشر، ظهر مفهوم جديد للهوية واصبح هو المسيطر، هذا المفهوم الجديد الهوية له خصيتان رئيسيتان:

1. موضوع الفرد كان ينظر اليه كونه غير قابل للقسمة، بكل فرد له هوية بذاته وهذه الهوية موحدة ولا يمكن تجزئتها الى وحدات اصغر.
2. إن هوية كل فرد كانت متميزة.

الفرد لم يكن جزءا من شيء اكبر من السلسلة العظيمة للوجود، وانما كان ينظر اليه باعتباره هوية متميزة قائمة بذاتها. ويرى هول أن موضوع التنوير كان يركز على مفهوم المركزية التامة لفرد الانسان القادر على التحليل والإدراك والفعل، هذه المركزية تتألف من جوهر داخلي نشأ بالأساس مع ولادة الشيء الموضوع، ثم تطور تدريجيا معه، وطوال وجود الفرد بقي هذا المركز الأساسي للذات هو ذاته بشكل مستمر ويشكل الهوية الفردية". (هارلبس وهولبورن، المرجع السابق، ، ص، 95)

- موضوع علم الاجتماع:

في القرن التاسع عشر بدأت التطور العديد من مفاهيم الموضوع والهوية الفردية، ويرى هول تلك التطورات كنتيجة لتطور المجتمع، ومع بداية الثورة الصناعية والتمدين urbanisation "اصبح

المجتمع أكثر تعيدا، أصبح وبشكل المتزايد يعتمد على المؤسسات والهياكل التي طبعت حياة الناس، وفي بدايات القرن العشرين مثلا تحولات الشركات الفردية التي يديرها أفراد مبدعون الى شركات مساهمة يملكها آلاف المساهمين وتدار بإدارات معقدة، حيث اصبح المواطن للفرد جزءا ضئيلا ضمن الماكينة البيروقراطية والادارية للدولة الحديثة، كما لم يعد الفرد شيئا متميزا منفصلا عن الافراد الآخرين، بل ان العلاقات بين الأفراد والمجتمع تدخلت فيها المعتقدات الجماعية عمليات الجماعات، فمثلا هوية الفرد كانت مرتبطة بعضويته في طبقة اجتماعية معينة أو بمهنة محددة أو بأصوله ضمن دين معين أو بقوميته وما شابه". (المرجع السابق، 2010، ص، 96)

المطلب الثاني: خصائص الهوية وعناصرها

إن تحديد هوية المجتمع أو جماعة أو فرد يقتضي العودة الى جملة من العناصر التي يمكن تصنيفها الى المجموعات التالية:

1.1. العناصر المادية والفيزيائية التي تشمل على:

الحيازات: الاسم، الآلات والموضوعات، الأموال والسكن والملابس.

القدرات: القوة الاقتصادية والمالية والعقلية.

التنظيمات المادية، التنظيم الاقليمي، نظام السكن، نظام الاتصالات الإنسانية.

الانتماءات الفيزيائية: الانتماء الاجتماعي، التوزيعات الاجتماعية، وسيمة المورفولوجيا الأخرى.

2.1. العناصر التاريخية وتتضمن:

أصول التاريخية: الاسلاف، الولادة، الاسم، المبدعون، الاتحاد، القرابة، الخرافات الخاصة بالتكوين، الابطال الاوائل.

الأحداث التاريخية الهامة: المراحل المهمة في التطور، تحولات الاساسية، الآثار الفرقة، التربية والتنشئة الاجتماعية.

الآثار التاريخية: العقائد والعادات والتقاليد، العقد الناشئة عن عملية التطبيق او قوانين والمعايير التي وجدت في المرحلة الماضية.

3.1. العناصر الثقافية النفسية وتشمل:

أسس اجتماعية: اسم، مركز، عمر، جنس، مهنة، سلطة، واجبات، أدوار اجتماعية، نشاطات، انتماءات اجتماعية.

القيم الاجتماعية: الكفاءة، النوعية، التقديرات المختلفة.

القدرات الخاصة بالمستقبل: القدرة والامكانيات، الاشارة، الاستراتيجية".

(شيهب عادل: الثقافة والهوية نقلا عن الموقع: www.aranthropos.com)

من خلال أهم العناصر المكونة للهوية، يمكن إبراز أهم المميزات التي يتميز بها مفهوم الهوية وهي:

■ "الهوية تبنى ويعاد بنائها باستمرار، داخل التبادلات الاجتماعية وهذا التطور الديناميكي للهوية يتعارض مع ذلك الذي يجعل منها نعتا اصليا، ودائما لا يعرف التطور." (دنيس كوش، تر: منير السعيداني، 2007، ص، 154)

"الهوية ليست شيئا جامدا، بل هي حقيقته تتطور وفقا لمنطقها الخاص الذي يتجسد في عمليات التقمص، حيث انها تعيد وتنظيم نفسها، وتتغير من غير توقف، كما انها تنطوي على ديناميكية داخلية مماثلة لمنظومة العمليات المعرفية والعقلية التي تشكل منطلقات الإحساس بالهوية وشأنها في ذلك شان مركب تكاملية تجاوز مراحل نموه." (اليكس ميكشيلكي، تر: علي وطفة، 1993، ص، 130)

■ "الهوية عملية وبناء يتشكل باستمرار في الزمان والمكان وله القابلية للاستفادة في الامتلاء دون ارتواء، وهي تشكيل متنوع من الايرادات والانتماءات وتطلعات." (مسرحي، 2013، ص، 26)

■ "الهوية خاصة بالإنسان والمجتمع، والفرد والجماعة وهي موضوع إنساني خالص فالهوية تعبير عن الحرية، والحرية الذاتية والهوية لها إمكانية قد توجد وقد لا توجد." (حنفي، 2012، ص، 11)

■ "تتميز الهوية بانسجام عناصرها في توافق وتكامل الدائمين، والتكامل هنا لا يعني انغلاقها العضوي على ذاتها وإنما يضمن عليها طابعها الانساني الكوني". (بيسون، 2016، ص، 5)

إن عناصر وسمات الهوية، تعتبر نسق المعايير الذي يعول عليه في تحديد هوية ما، وهي تعمل كنظام متكامل، تتداخل عناصره جميعا من أجل تحديد دلالة كل عنصر من عناصر الخاصة، وتحدد الهوية الجماعية في إطار تنظيم متكامل، وتمثل وحدة كلية تشمل على عناصر متقاربة ومتكاملة لتشكل عبر ذلك كله حقيقة الاجتماعية، تنطوي على العناصر التالية حسب رأي اليكس ميكشيلكي:

1. البيئة الحيوية: وهي تشمل على خصائص الوسط والشروط التي تغطي نشاطات الجماعة المعينة مثل: الحدود، الموقع، الوضعية... الخ وتتضمن هذه البيئة جملة تأثيرات الوسط، إشباع الحاجات، الأهداف، عناصر التنظيم، وطقوس... الخ

2. التاريخ: يشكل تاريخ الجماعة منطلقا لتحديد هويتها، إذ تتجذر هوية الجماعة في تاريخها، ويبرز تاريخ الجماعة وآثاره في صيغ مكتوبة ويتجلى في تقاليد الجماعة وأساطيرها، وينطوي التاريخ أيضا على الاحداث الفردية والجماعية وعلى صور ابطالها التاريخيين.

3. الديموغرافيا: يتضمن هذا الجانب توزيعات الجماعة في مكان وعلى نظام العلاقات الاجتماعية وتوزيع الولادات داخل الفئات الاجتماعية والعمرية، كما تشمل على التغيرات التي تحصل داخل النظام السكاني.

4. النشاطات: ويتضمن ذلك الجانب النشاطات الاقتصادية او غيرها من النشاطات المختلفة وكل ما يتعلق باللغة وما تشتمل عليه من مفردات وصيغ لغوية.

5. التنظيم الاجتماعي: ويشمل كل من التنظيم الرسمي من خلال القوانين والاجراءات وكذلك نظام التقييم واجراءات معالجة المعلومات ونشرها ودراسة كل ما يتعلق بالصراع وتحليل التداخلات والاحداث النموذجية.

6. **الذهنية:** وهي العناصر التي تنضم الى حد كبير بين مجموعة من النشاطات الاخرى وتمنحها دلالتها ومعناها، وذلك في حدود علاقتها بالوسط الذي توجد فيه، إذ تنتظم حياة الجماعة حول نشاطات اساسية وحول اهتمامات مركزية وتصورات مغلقة كما تنتظم حول الحياة الخاصة." (الكس، ميكشيلكي، تر: علي وطفة، 1993، ص ص، 25.26)

المطلب الثالث: وظائف الهوية

تتمثل أهم وظائف الهوية في المجتمعات فيما يلي:

1. ضمان الاستمرارية التاريخية للامة إذ لا يمكن التشكيك في انتماءاتها.
2. تحقيق درجة عالية من التجانس والانسجام بين السكان في مختلف جهات الوطن الواحد.
3. تمثل الهوية الجنسية والشخصية الوطنية التي تحافظ على صورة الامة أمام الامم الاخرى، وذلك من خلال الحفاظ على الكيان المميز لتلك الأمة. (حكيمة بو لشعب، تحديات الهوية الثقافية العربية في ظل العولمة، نقلا عن الموقع: www.aranthropos.com)

"تحقق درجة عالية من التجانس والانسجام بين السكان في مختلف جهات الوطن الواحد، كما انها تضمن الاستمرارية التاريخية للامة اذ لا يمكن التشكيك في انتماءاتها." (بن تركي، 2011، ص، 634)

المطلب الرابع: مستويات وأقسام الهوية

أولا: مستويات الهوية:

يحدد محمد عابد الجابري ثلاث مستويات الهوية: فردية، وجموعية، وطنية قومية، والعلاقة بين هذه المستويات تحدد أساس النوع الآخر الذي تواجهه، ويقول كذلك أن مفهوم الهوية يتحرك على ثلاث دوائر متداخلة ذات مركز واحد.

- 1- **المستوى الفردي:** هو عبارة عن هوية متميزة ومستقلة، عبارة عن "أنا"، لها "آخر" داخل الجماعة نفسها: "أنا" تضع نفسها في مركز الدائرة عندما تكون في مواجهة مع هذا النوع من "الآخر"

2- **المستوي الجمعي:** هي كالأفراد داخل الجماعة لكل منها ما يميزها داخل الهوية المشتركة ولكل منها "أنا" خاصة بها والآخر من خلاله وعبره تتعرف على نفسها بوصفها ليست اياه.

3- **المستوى القومي:** في مواجهة بقية القوميات يعمل بضبط وفق نفس منطق الجماعة داخل الأمة. (الهوية الثقافية والعملة عشر أطروحات منقول عن موقع: www.hekmah.org)

وقد اشار عبد الله النعيم مشاري إلى إمكانية ان نظيف المستويات التالية:

1. "الهوية الحسية الفردية: وهي كل ما يتعلق بالجانب المادي للفرد ملابسه، نوعية العطر، طبيعة الكتب التي يطالعها، سيارته التي يستعملها، هاتفها النقال وغيرها من الأمور المادية التي تتيح لي الشخص التميز عن أقرب الناس منه.

2. **الهوية الحسية الجماعية:** هي تلك المقدرات المادية التي تبرز في المدينة والمظاهر الحضارية المجتمع البنايات، مرافق، نظافة.

3. **الهوية المعنوية الفردية:** هي جملة القيم الاخلاقية التي يتحلى بها الفرد، القسوة، اللين، الصرامة، الليونة، الطيبة وغيرها". (بن بعباس، 2015، ص، 85)

ثانيا: أقسام الهوية

توضح الأدلة الإمريقية ان موضوع الهوية في المجتمعات العربية أكثر تعقيدا من المستويات الثلاث الذي تحدث عنها الجابري، حيث يوجد تنوع واسع في أنماط الهوية في المجتمع، ويرتبط كل نوع منها بنمط الخاص للانتماء او العصبية، ما يرتبط كل منها بموقف متميز عن الآخر المغاير داخل المجتمع سواء أكان هذا المغاير ايديولوجيا، أو طبقيا، الجماعة اثنية.

تنقسم الهويات العامة الى أنواع ثلاث هي:

جدول رقم (02) يوضح الهوية العربية الاسلامية، الهوية القومية، والهوية القطرية:

نمط الهوية	نمط الانتماء	الموقف من الآخر داخل المجتمع
الهويات العامة: الهوية العربية الإسلامية	عقائدي. قومي	تسامح، تقبل الآخر، حذر، رفض
الهوية العربية القومية	قومي	تسامح وتقبل الآخر
الهوية القطرية	وطني قطري	تسامح وتقبل الآخر

المصدر: خمش، العمولة وتأثيراتها، ص، 233

"ومن خلال الجدول نلاحظ أن الهوية العامة لها ثلاث تقسيمات كل قسم له نمط انتماء معين، حيث يمثل النمط الأول بانه عقائدي وقومي احيانا وموقفه من الاخر متسامح ومتقبل للآخر بحذر، كما نجد ونمط انتماء الثاني وقومي وموقفه من الاخر متسامح ويتقبل الموقف من الآخر، اما النمط المتعلق بقسم الهوية القطرية، فنجد انتمائه وطني قطري كما ان موقفهم من الاخر يتجلى في التسامح وتقبل الاخر". (خمش، 2003، ص، 231.232)

ويقسمها أحمد بن نعمان الى قسمين هما:

أ- هوية فردية: وهي التي تمثل المميزات والخصائص الجسدية التي تميز الانسان من حيث كونه فردا عن بقية الأفراد سواء داخل مجتمعه أو خارجه، ولا على أبرز مثال على ذلك بصمات أصابع اليد.
ب- هوية وطنية او قومية: "هي جملة من الصفات والخصائص التي تطبع أمة من الأمم يشترك فيها مجموعة من الأفراد المكونون لها فيتعرفون على بعضهم البعض من خلال هذه الصفات ويتميزون بها كذلك عن غيرهم من أفراد الأمم الأخرى". (بن نعمان، 1996، ص، 11)

"من خلال هذا التقسيم يتضح لنا أن الاختلاف بين مقومات الهوية الفردية ومقومات الهوية القومية يكمن في النوع وليس في الدرجة، كون أن الهوية الفردية تتميز بسمات جسدية في الأساس، أما الهوية القومية فهي ذات السمات الثقافية.

الهوية الجماعية: هي تلك الصورة التي ترسمها مجموعة عن نفسها بالتزامها جملة من المواصفات او المبادئ والقيم، فهوية المجتمع التارقي الجزائري تتميز بمواصفات عن المجتمع المزايي، من حيث اللباس، الشكل اللهجة، العادات، التاريخ، وان تقاطعت في أمور محددة لكنها تبقى في سياق عام متصل بالقيم الحضارية لذلك المجتمع " (بن بلعباس، 2015، ص، 80)

الهوية الاثنية: جزائري من أصل امازيغي، مزايي... الخ وقد كانت هذه الهوية سببا في تأخر الكثير من الجماعات التي تقاس بها انتماءاتها بعيدا عن ثقافته التعايش التي تتحلى بها أعرق الحضارات، والواضح أنه لا يمكن لأي فكرة او مبدأ أن يدوم طويلا في حفظه للتوازن والاستقرار الا وتكون هناك صراعات قائمة بخلفية أثنية، غير أن التاريخ العربي الاسلامي ضم في طياته مشاهدة جميلة في محاولة خلق توليفة تحفظ للجميع من حرته وانتمائه الاثني في مقابل الدفع بالحضارة الاسلامية إلى التوسع الأندلس، قرطبة، الفرس، العثمانيين، الأمازيغ وغيرهم". (المرجع سابق، 2015، ص، 82)

المبحث الثاني: مدخل مفاهيمي حول الثقافة.

المطلب الأول: مفهوم الثقافة

1.1. المفهوم الاصطلاحي :

ان مفهوم الثقافة من اكثر المفاهيم تعقيدا وقد كان هذا من اختلاف بين العلماء في تعريف ماهية الثقافة وطبيعتها ومكوناتها فهنتك من العلماء من استخدمها ليصف سلوكا لطبقة اجتماعية معينة، وهناك من استخدمها للتعبير عن مستوى تعليمي أو ثقافي معين، ومنهم من عبر عنها من خلال العناصر المكونة لها، وعلى هذا من العسير أن نعتمد على تعريف وارتأينا ان نقدم مجموعة من التعريفات يكمل كل منها آخر.

"يعد مفهوم الثقافة ذلك المركب المتجانس من الذكريات والتصورات والقيم الرموز والتعبيرات والابداعات التي تحتفظ لجماعة بشرية، تشكل أمة أو ما في معناها، بهويتها الحضارية في اطار ما تعرفه من تطورات بفعل ديناميتها الداخلية وقابليتها لتواصل والاخذ والعطاء." (الجابري، 1994، ص، 213)

عرفها أدوارد بيرنت تايلور في كتابه الثقافة البدائية بقوله: "أن الثقافة أول حضارة في ذلك الكل المعقد الذي يشمل المعرفة والمعتقدات، والفنون، والقانون، والأخلاق، والعادات، والعرف، وكافة المقدرات والأشياء الأخرى والتي تؤدي من جانب الإنسان باعتباره عضواً في المجتمع". (رشوان، 2006، ص، 8)

يركز تعريف تايلور على سمتين رئيسيتين هما: التأكيد على النظر إلى الثقافة باعتباره وحدة متكاملة وتعدد مكوناتها الثقافية .

- الثقافة هي معايير للعقل والسلوك، تحدد معنى الحياة، التي لا معنى لها بدون هذه المعايير، ورموزا تحدد غايات الحياة، لا غاية لها بدون تلك الرموز، فالثقافة هي اجابة لسؤال الفرد والجماعة عن كيف ولماذا وإلى أين، وأين الغاية من الوجود، وكل ذلك باسم نشاط الفرد والجماعة، فالثقافة في خاتمة التحليل هي التي تقف وراء النشاط الحضاري للإنسان والحضارات الإنسانية تختلف عن بعضها نتيجة اختلاف المعايير الثقافية المحددة للنشاط الإنساني عامة." (تريكي الحمد، 2003، ص، 16)

- إن الثقافة في النسق الفكري الإسلامي هي كل ما يسهم في عمران النفس وتهذيبها... فالتثقيف، من معانيه التهذيب... وإذا كانت المدينة هي تهذيب الواقع بالأشياء، فإن الثقافة هي تهذيب النفس الإنسانية بالأفكار والعقائد والقيم والآداب والفنون وكلاهما الثقافة والمدينة، عمران للنفس وعمران للواقع، ولذلك مثلاً: شقي الحضارة التي هي العمران، حيث جاءت مبعث التميز في الثقافات كثمره لتمييز النفس الإنسانية في كل حضارة من الحضارات، وذلك لتمييز المكونات والمواريث، والعقائد، والفلسفات، والعادات، والأعراف التي ما يزت بين البصمات الثقافية في أمم هذه الحضارة." (عمارة، 1999، ص، 5.6)

- عرفه كلباتريك Kilpatrick: "هي كل ما صنعتها يد الإنسان وعقله من أشياء ومظاهر في البيئة الاجتماعية: أياكل ما اخترعه الإنسان، أو ما اكتشفه وكان له دور في العملية الاجتماعية" (أبو شعر، غباري، 2009، ص، 17)

المطلب الثاني: مكونات الثقافة (culture content):

يمكن تقسيم مكونات الثقافة في أي مجتمع إلى ما يلي:

أ- العموميات (universals): حيث تشمل الأفكار والسلوك وطرق التفكير التي يشترك فيها أفراد المجتمع العاملين جميعهم، وتوجد عند أعضاء المجتمع كله، حيث تختلف العموميات من ثقافته إلى أخرى، وتتضمن العموميات طرق اللبس، واللغة والشعائر الدينية، وطقوس الأفراح والعلاقات بين الأفراد ومعاملة الناس في البيئة الواحدة ويمكن أن تسود العموميات في هذه المرحلة زمنية معينة، وعن طريقها يستطيع الفرد أن يميز الشخص الذي ينتمي إليه إذا ما عرف هذه العموميات واشترك أفراد الجماعة فيها يؤدي إلى ظهور الاهتمامات المشتركة التي تجمع بين الأفراد وتولد بينهم شعور بالتضامن، أما إذا تعارضت الاهتمامات فإن ذلك يؤدي إلى الصراع والتمزق وتتخذ التربية من عموميات الثقافة وسيلة لتوحيد المجتمع وتماسكه الاجتماعي فهي التي تكسب أفراد المجتمع الأنماط السلوكية المتشابهة في المراحل الأولى من التعليم". (المرجع السابق، 2009، ص، 22)

ب- الخصوصيات (specialties): هي تلك العناصر من الثقافة التي تشترك فيها مجموعة معينو من الأفراد لها تنظيماتها الاجتماعي الخاص لا يشترك فيها أفراد المجتمع جميعهم حيث نجد في المجتمعات كلها أن هناك أشياء يعرفها أو يقوم بها جزء معين من السكان وتؤدي إلى الصالح العام للجماع، وتنقسم الخصوصية إلى الأقسام التالية:

1. **الخصوصيات الطبقة:** هي مجمل السلوكيات الثقافية التي تسلكها فئة من المجتمع دون غيرها، ويتجلى ذلك في طريقة المعاملة والعلاقات بين أفراد تلك الطبقة وطريقة لباسهم، وطريقة حياتهم العامة وسلوكياتهم.

2. **الخصوصيات المهنية:** هي العناصر الثقافية أو الممارسات أو السلوكيات الخاصة بأصحاب مهنة معينة دون غيرهم، مثل: سلوكيات خاصة بالأطباء وسلوكيات خاصة بالمحامين والحرفيين.... الخ.

3. **الخصوصيات العقائدية:** لكل عقيدة عناصرها الخاصة بها، وتظهر من خلال الطقوس الدينية الخاصة بكل فئة، فهي تمارس في أوقات معينة بطريقة المحددة، مثل: تلك الطقوس الموجودة عند المسلمين والمسيحيين.

4. **الخصوصية العنصرية:** وتظهر في ممارسات بعض الأقليات الموجودة في المجتمع لأسلوب الحياة التي يعيشونها وممارساتهم لتقاليد وعادات وقيم خاصة بهم في المجتمع الواحد، وذلك يتجلى من خلال طريقة اللباس أو التحية أو الطعام

ج. **المتغيرات او البدائل (alternatives):** هي مجموعة من النظم التي تطبق على كافة افراد المجتمع في نفس الوقت وبنفس الكيفية، كما انها نظم ووأنماط ثقافية اختيارية بحيث يمكن للفرد ان يختار كلها أو بعضها أو يتركها دون حرج ودون أن يناله عقاب من أحد، ومن الأمثلة على ذلك نظام بناء المساكن في بعض الجزئيات الجمالية نظام او السكن مع الوالدين بعد الزواج... حيث يمكن للمرء أن يختار نمط بناء من مجموعة من البدائل التي توحيها الثقافة السائدة، سواء من ناحية شكل البناء الخارجي أو أثاثه الداخلي أو مادة بناء، وكذلك يمكن للشباب او الطالب ان يختار الحرف التقليدية من مجموعة الحرف التي توفرها له الظروف المتاحة فهذه كلها تدخل في اطار ما اصطلح على تسميته البدائل الثقافية لأنها تتصف بطابع الإلزام بالنسبة للذين يتبعونها ولا بطابع العقاب الذين يعرفون عنها لأسباب تخضع لعوامل شخصية أو موضوعية محلية، وأن اختلاف هذه البدائل في المجتمع لا تنجر عنه أيتها عواقب تهدد تماسك ووحدة الامة في أسس ومقومات هويتها." (بن نعمان، 1996، ص، 13)

يشير الجابري إلى أن المكونات الثقافية يجب النظر اليها بشمولية والتعامل معها على أنها منظومات يمكن تصنيفها كما يلي :

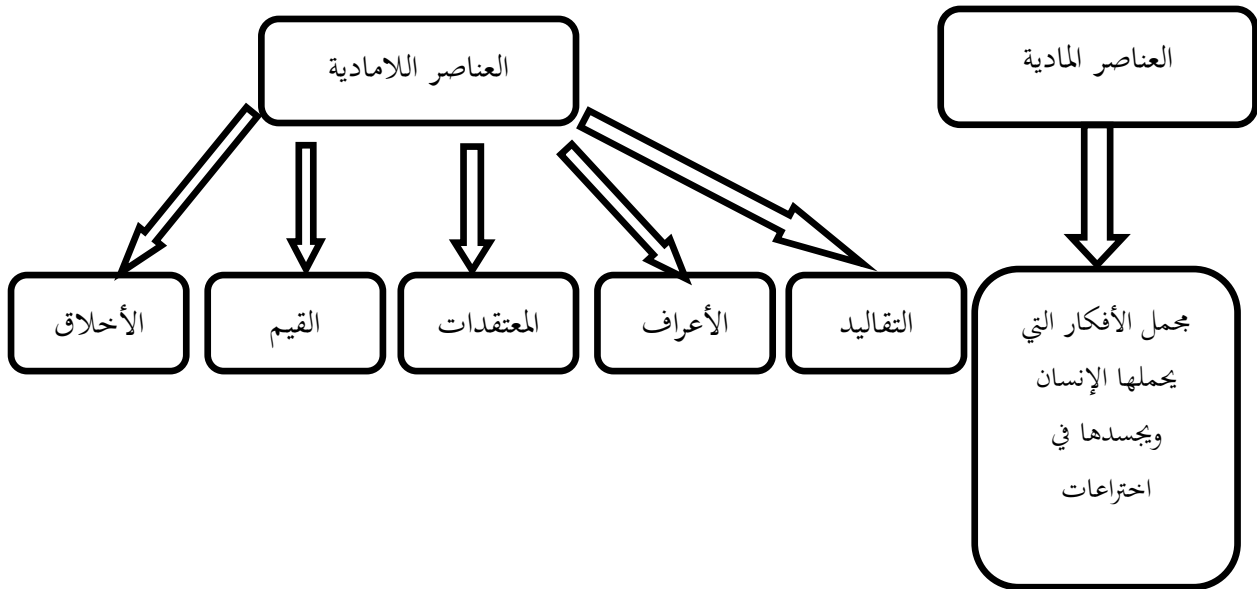
1. **منظومات التفكير والتمثلات :** وتضم التصورات ورموز التي يستعملها الافراد والمجتمعات داخل ثقافة معينة للتعرف على أنفسهم والى بعضهم البعض، والتي يوظفونها في انتاج المعرفة واخصابها .

2. **منظمات المعايير:** وتشمل كل ما يتعلق بالقيم الاخلاقية والدينية والجمالية التي يستند عليها الناس، داخل ثقافة معينة، في الحكم على الأفعال والسلوك.

3. **منظومات التعبير:** وتشمل الكيفيات المادية والصوربة "الرمزية" التي يتم بها الافصاح عن التصورات والقيم والتعبير عن الاحساسات والأفكار .

4. **منظومات العمل:** وتشمل الوسائط التقنية التي تمكن من السيطرة بصورة ملاءمة، بدرجة ما، على الوسط الذي يعيش فيه الناس داخل ثقافة معينة." (الجابري، 1994، ص، 214)

يمكن تقسيم عناصر الثقافة ايضا إلى :



مصدر: من اعداد الطالبتين

المطلب الثالث: خصائص الثقافة

يوضح تحليل كل من تعريفات الثقافة وعناصرها المختلفة، أنها تحمل مجموعة من السمات أو الخصائص characteristics، تميزها عن غيرها من المفهومات التي سعى الى تحليل خصائصها كل من علماء الاجتماع والانثروبولوجيا والنفس والتاريخ، ومن اهم خصائص الثقافة التي يتفق فيها جل العلماء ما يلي:

1. **خاصية السلوك:** " حيث يمكن التعلم ذلك السلوك من خلال اللغة وما تتضمنه من رموز symboles، حيث أن كل المجتمعات الانسانية تمتلك انساقا من الرموز منها: الایماءات، الاشارات والكلمة، وتلك الرموز تكون موضوع اتفاق من جانب معظم علماء المجتمع وهذا ما يصعب على الشخص الغريب التفاعل والتعامل مع أعضاء المجتمع دون ان يتعلم لغة هذا المجتمع وما تحويه من رموز ثقافية. " (احمد رشوان، 2006، ص، 36)

2. **خاصية الاكتساب:** "الثقافة ليست فطرية في الانسان بل يتعلمها الافراد وينقلونها من جيل إلى جيل ويخطئ من يعتبر أن الثقافة فطرية في الانسان، فهو يكتسب الثقافة منذ سنواته الأولى حتى تصبح جزءا من شخصيته كما يصبح هو عنصرا من عناصر هذه الثقافة". (ابراهيم، 2013، ص، 39)

3. **خاصية التراكم:** تتميز الثقافة بخاصية التراكم، فالأفكار والمهارات وغير ذلك من السمات الثقافية تتراكم عبر الوقت وتنمو بسرعة، حيث تعتبر عناصر الثقافة في أي مجتمع تعبر عن خلاصة التجارب، والخبرات التي عاشها الافراد في الماضي بما تعرضوا لها من ازمات ومارسوه من اهداف، وما استخدموه من أساليب وما تمسكوا به من قيم ومعايير وما منظموه من علاقات. " (أحمد رشوان، 2006، ص، 48)

4. **خاصية الانسانية:** "الثقافة هي أفكار يبتكرها العقل البشري وينفذها الإنسان بأعضائه وبغيرها من الأدوات والآلات التي يصنعها، ولا خلاف على ان العقل هو قدرة خاصة بالإنسان وحده وليس هناك كائن غير الإنسان يصنع الأدوات، الآلات، المساكن، الأثاث، المدن والمصانع وما إلى ذلك، ونجد له قيما تنير الطريق بحيث تحدد له ما يجب أن يكون عليه سلوكه، ويمكن تطبيق تلك المقارنة على باقي النظم الثقافية، والعقل ليس ملكة غيبية ولكنه يتمثل في مجموعة من المراكز العصبية والحسية في مخ الإنسان مثل مركز التخيل ومركز التذكر الذي لا نجدها إلا عند الانسان". (الخطيب، 2005، ص، 22)

5. **"خاصية التنوع في المضمون:** تختلف الثقافات في مضمونها بدرجة كبيرة في بعض الأحيان، وقد يصل هذا الاختلاف إلى درجة التناقض بحيث نجد أن النظام التي يتبعها مجتمعنا ويعتقد أنها

الفضيلة بعينها قد تعتبر جريمة في مجتمع آخر يعاقب عليها القانون ويرجع تباين مضمون الثقافات الى العوامل التالية :

أ- للعقل البشري قدرة اختراع أفكار مختلفة ومتنوعة في حل المشكلة الواحدة.

ب- تلعب البيئة الجغرافية وتنوعها دورا كبيرا في تنوع القطاع المادي الثقافات، ولذلك نجد ان البيئة الجغرافية تقدم للإنسان احتمالات عديدة يختار الإنسان بينها .

ج- تلعب القيم التي يؤمن بها المجتمع دورا كبيرا في تنوع الثقافات وكذلك حجم الجماعة الانسانية ومدى الاتصال والتعاون بين الجماعات كلها تأثر في تنوع الثقافات". (المرجع السابق، 2005، ص، 26)

6. **خاصية الاستقلالية:** تتميز الثقافة بأنها شيء مستقل تماما عن الافراد الذين يكتسبونها عن طريق الخبرة والتعليم، نظرا لأنها جزء من التراث الاجتماعي الذي يورث من جيل إلى آخر وهي أيضا حصيلة النشاط الانساني وأنماط السلوك والتفاعل بين الأفراد والجماعات والمجتمع .

7. **الثقافة الاستمرارية:** لا ترتبط الثقافة بالأفراد بقدر ما يحتفظ بكيانها أجيال عدة على الرغم من أن المجتمعات تتعرض الكثير من التغيرات السريعة والمفاجئة، ولكن الثقافة وما تشتمل من عادات وتقاليد، اساطير وطقوس، مبان ومنشآت، وتكنولوجيا سوف تبقى مستمرة لفترة طويلة، على الرغم من حدوث تعديلات وتطورات على مضمون عناصرها العامة." (ابو شعر، أحمد غباري، 2009، ص26)

8. **خاصية التعقيد:** تمتاز الثقافة كما وضحتها تايلور بأنها الكل المعقد، الذي يحتوي بالطبع على كثير من العناصر والسّمات المتداخلة، فليس من السهولة على الفرد ان يفصل بين مكوناتها، مثل: الفصل بين العادات والتقاليد أو القيم والأعراف، أو الطقوس والرموز فجميعها متداخلة ومعقدة ومن الصعب فصل عناصرها دون الأخرى، وهذا ما ينطبق أيضا على مجمل العناصر الثقافية المادية كالفنون الهندسية مثل: إنشاء طرق الاتصالات كل هذه العناصر يصعب الفصل بينها."

(أبو شعر، أحمد غباري، 2009، ص، 25)

9. **خاصية التكامل:** "لأنها تشبع الحاجات الإنسانية وتريح النفس البشرية ولأنها تجمع بين العناصر المادية والمعنوية وتجمع بين المسائل المتصلة الجسد والمسائل المتصلة بالروح والفكر كالعقيدة الدينية أو النظرية السياسية." (صالح محمد ابو جادو، 1998، ص، 124)

10. **خاصية التغير:** "ان التغير قانون الوجود، اثبات موت وعدم، وهو سنة الحياة الاجتماعية، ولولاه لأصبحت المجتمعات جامدة بدائية الطراز، ماديا ومعنويا، وبما ان الثقافة تعد طريقة عيش فإنها لا تبقى ثابتة بدون ديناميكية وحركة، وتتغير ثقافات المجتمعات من وقت لآخر، ولكن تختلف درجة اسلوب وفحوى التغير من ثقافة لأخرى، قانون التغير الذي تخضع له جميع مظاهر الكون، ويشمل وعناصرها المادية والغير مادية، وتكون متنوعة المضمون لدرجة التناقض، ويرجع التباين هذا الى عوامل عدة منها، العقل البشري، الطاقة والبيئة الجغرافية، القيم التي يؤمن بها المجتمع." (علي العبيدي، النعيمي، 2015، ص، 22، 23)

ومن خلال هذه الخصائص نستنتج ان الثقافة شيء مكتسب ولا تمد بصلة الى المسائل الغريزية حيث أن توحيدها والمحافظة عليها تظل رهن إرادة الانسان الواعي، وهي متبادلة التأثير بصفة خاصة على سلوكه الفردي والجماعي.

المطلب الرابع: وظائف الثقافة:

تعدد مكونات الثقافة وعناصرها في جوانب مختلفة سواء كانت هذه الثقافة مادية وغير مادية، فجميعها موجهة لإشباع الحاجات الأساسية للإنسان، وقد تعددت بذلك وظائفها سواء أكان ذلك للفرد أم للجماعة أو المجتمع كله وتحقق الثقافة بالنسبة للحياة الجماعة أهدافا هامة ووظائف أساسية أهمها:

1. تمد الافراد بمجموعة من الأنماط السلوكية لتحقيق حاجاتهم البيولوجية من مأكلا وملبس ومشرب ومسكن للحفاظ على بقاء الجماعة استمرارها.
2. تمدهم بمجموعة من القوانين والنظم التي تتيح التعاون بين اعضائها مما ينتج عنه تكيف الجماعة مع المواقف البيئية وتوحيد استجاباتهم لمواقف معينة .

3. تقدم لهم مختلف الوسائل التي تهيء لهم التفاعل داخل الجماعة، مما يهيئ قدرا من الوحدة، يمنعها من السقوط في أي من أنواع الصراع المختلفة.

4. تخلق حاجات يكتسبها الفرد، ثم تمدّه بوسائل إشباعها، فالاهتمامات الجمالية والاخلاقية ودينية تخلقها الثقافة ثم تهيئ للفرد وسائل إشباعها

ويرى محمد عباس ابراهيم ان هناك وظيفتين رئيسيتين للثقافة وهما:

الأولى: ان الثقافة بشقيها المادي والمعنوي في أي مجتمع اوجدها الانسان أو اخترعها حل مشكلاته، وهي بذلك تساعده على التحكم والسيطرة على كل ما يعرقل سلوكياته وافعاله. **الثانية:** وهي قدره الثقافة على الانتقال من جيل الى جيل". (محمد عباس ابراهيم، 2013، ص، 148)

ويحصر أحمد رشوان وظائف الثقافة في ما يلي :

أ- "مجموعة الوظائف التي تعمل على تحرير الإنسان liberating: حيث تمكن هذه المجموعة الانسان من القيام بأعمال تعجز غيره من الكائنات الأخرى عن إنجازها، وهذا الاختلاف يكمن في كون السلوك الحيواني محدد بعوامل الغريزة لا التعلم والاكتساب، في حين أن الانسان لديه القدرة على التعلم من الآخرين وإنجاز اشياء ذو قيمة .

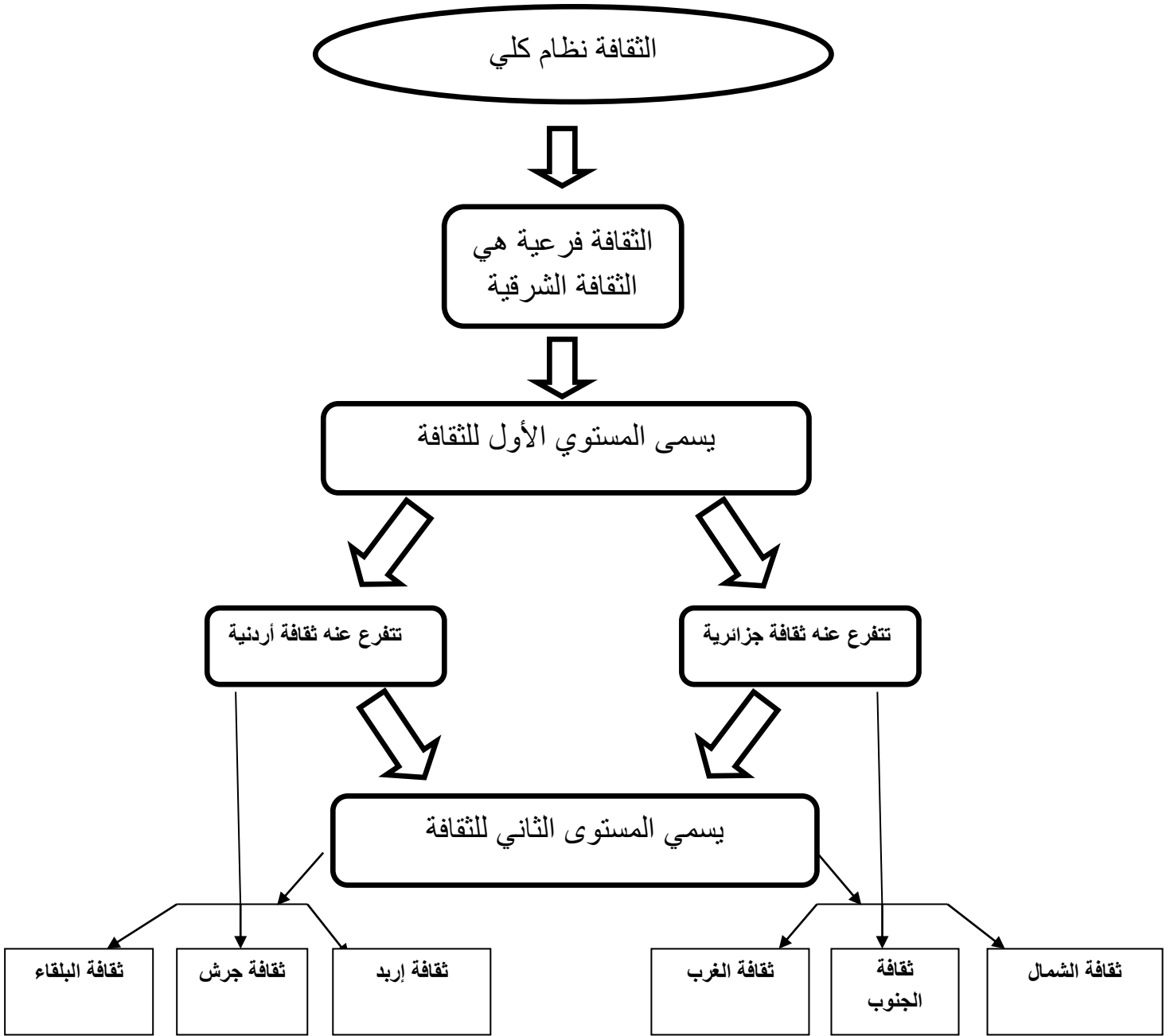
ب- مجموعة الوظائف التي تعمل على تحديده limiting أو الحد من حريته: تتمثل الثقافة في هذه المجموعة بأنها تصنع بدورها قيودا على الأهداف والأنشطة الإنسانية، فالثقافة توجيه السلوك في مسارات معينة تقبلها وتسمح له وتمنعه أو تعوقه عن السير في اتجاهات تحظرها، وبدون القواعد والمعايير التي تضعها ثقافة ما لضبط سلوك أفرادها وتنظيمه أو توجيهه". (رشوان، 2006، ص.ص، 67، 68)

ويشير الجابري الى أن هناك وظيفة تاريخية لثقافة وهي وظيفة التوحيد المعنوي، والروحي، والعقلي ووظيفة الارتفاع بالوطن العربي من مجرد رقعة جغرافية إلى وعاء للأمة العربية لا تكون الا لها ولا يكون إلا بها. " (الجابري، 1994، ص، 26)

المطلب الخامس: مستويات الثقافة

" يمكن النظر إلى الثقافة على أنها نظام كلي ينقسم إلى أنظمة فرعية يطلق عليها المستوى الثقافي الأول للثقافة، تنقسم هذه الأنظمة الفرعية إلى أنظمة فرعية أخرى يطلق عليها المستوى الثاني للثقافة، وتنقسم هذه بدورها إلى أنظمة فرعية أخرى يطلق عليها المستوى الثالث للثقافة وهكذا... وتستمر عملية انقسام النظام الكلي للثقافة إلى أنظمة فرعية كلما أمكن ذلك، بمعنى آخر هناك ثقافة أو ثقافات المتفرعة عنها مثال على ذلك الثقافة الشرقية التي هي جزء من الثقافة العالمية، إذ تنقسم إلى ثقافة الصينية وثقافة هندية وثقافة باكستانية وثقافة عربية... الخ تسمى (المستوى الأول) وتنقسم كل ثقافة من الثقافات إلى ثقافة فرعية أخرى ثقافة أخرى تسمى (المستوى الثاني)، وتنقسم الثاني إلى مستوى الثالث ورابع.... الخ، ويمكن تحديد ثقافة فرعية في كل مجتمع وفق المتغيرات عديدة كالعمر أو المستوى التعليمي أو المهني أو الانتماء الطبقي أو المهنية وغيرها وبذلك الثقافة الفرعية ثقافة قطاع متميز من المجتمع لها جزء ومستوى للمجتمع من خصائص بالإضافة إلى انفرادها إلى خصائص أخرى." (أبو شعر، غباري، 2009، ص، 28، 29)

والشكل الآتي يوضح مستويات الثقافة:



المصدر: من إعداد الطالبتين

المبحث الثالث: الهوية الثقافية وأبعادها.**المطلب الأول: مفهوم الهوية الثقافية:**

برز مفهوم الهوية الثقافية في السنوات الاخيرة بشكل كبير، جراء خضوع المجتمعات الانسانية الى ضغوطات وتهديدات المتعددة، خصوصا في السنوات التي شهدت الحرب الباردة و بروز الثنائية القطبية بين الاشتراكية والرأسمالية، وما تلاها من احميار الاتحاد السوفياتي وانتشار العولمة.... اراء بعض الباحثين حول الهوية الثقافية:

"هناك تصوران للهوية الثقافية:

أ- **التصور الثابت ستاتيكي الهوية الثقافية:** الذي يرى أن الهوية الثقافية عبارة عن شيء اكتمل وانتهى وتحقق في الماضي، في فترة زمنية معينة، أو نموذج اجتماعي معين وأن الحاضر ما هو الا محاولة ادراك هذا المثال وتحقيقه.

ب- **التطور التاريخي والديناميكي للهوية الثقافية:** بأن الهوية الثقافية شيء يتم اكتسابه وتعديله باستمرار، وليس أبدا ماهية ثابتة، أي أن الهوية قابلة للتحول والتطور، ويمكن النظر الى الهوية في صورتها الديناميكية على انها مجموعة من المقررات الجماعية التي يتبناها مجتمع ما، في زمن محدد للتعبير عن القيم الجوهرية العقائدية والاجتماعية والاقتصادية والتكنولوجية تشكل في مجموعها صورة متكاملة عن ثقافة هذا مجتمع.

ولقد اشار تقرير المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم عام سنة 1987 بعنوان استراتيجية تطوير التربية العربية عن الذاتية الثقافية، أنها تعني: باننا افراد ننتمي الى جماعة لغوية محلية، أو الاقليمية الوطنية، مالها من قيمة أخلاقية وجمالية تميزها عن غيرها من الثقافات فالهوية الثقافية تختلف من عقيدة الى أخرى ومن شعب الى آخر ومن مرحلة زمنية الى أخرى". (وارم العيد، 2014، ص، 18.19)

يشير الجابري أن الهوية الثقافية "هي حجر الزاوية في تكوين الأمم لأنها نتيجة تراكم تاريخ طويل، فلا يمكن تحقيق الوحدة الثقافية بمجرد قرار، حتى ولو توفرت الإرادة السياسية". (الجابري، 2006، ص، 11)

كما تعرف الهوية الثقافية والحضارية لأمة من الأمم "أنها القدر الثابت والجوهري والمشارك من السمات والقسمات العامة التي تميز حضارة هذه الأمة عن غيرها من الحضارات، التي تجعل للشخصية الوطنية والقومية طابعا تتميز به عن الشخصيات الوطنية والقومية الأخرى." (محب، 2016، ص، 154)

حيث يقول في هذا الصدد واحد من أبرز المفكرين القوميين ميشيل عفلق: "لا يوجد عربي غير مسلم... الإسلام هو تاريخنا، وهو بطولاتنا، وهو لغتنا وفلسفتنا ونظرتنا إلى الكون... أنه الثقافة القومية الموحدة للعرب على اختلاف أديانهم ومذاهبهم، وبهذا المعنى لا يوجد عربي غير مسلم إذا كان هذا العربي صادق العروبة وإذا كان متجردا من الأهواء ومتجردا من المصالح الذاتية ومن خلال هذا القول يؤكد ميشيل عفلق بأن هويتنا الثقافية هي إسلامية". (عمارة، 1999، ص، 7)

فالهوية الثقافية عملية تمييز مجتمع وجماعة عن غيرها من المجتمعات، عن طريق سمة من السمات، هي السمة الثقافية التي تشترك فيها هذه الجماعة

ويشير الجابري أن الهوية الثقافية القومية هي الهوية المشتركة للجميع أبناء الوطن العربي من المحيط إلى الخليج، وهذا لا يعني الغاء ولا إقصاء الهوية الوطنية القطرية ولا الهويات المحلية والطائفية، أنه لا يعني فرض نمط معين على الأنماط الثقافية الأخرى المتعددة والمتعايشة عبر التاريخ داخل الوطن العربي الكبير. " (الجابري، 1998، ص، 304)

المطلب الثاني: وظائف الهوية الثقافية

حددت وظيفتين أساسيتين للهوية الثقافية وهما:

أ- "الوظيفة الاجتماعية: ان الوظيفة الأساسية للهوية الثقافية هي أن تجمع عدد من الناس في بونقة الجماعية مميزة وخاصة، فهتمت عوامل أخرى تساهم أيضا في الوصول إلى النتيجة نفسها: الدم

والقرب الجغرافي والسكن، وهي كلها عوامل موضوعية تتبدل من جديد فالثقافة هي التي تعطي لهذه العوامل المعنى وبعدها يتجاوز كثيرا معانيها وأبعادها التي كانت لها أصلا وتبدو الهوية الثقافية من هذا المنطلق، وكأنها عبارة عن عالم عقلائي، أخلاقي، رمزي، مشترك بين عدد من الناس، ومن خلاله يستطيع هؤلاء أن يتصل فيما بينهم ويقرر الروابط التي تشد بعضهم الى بعض والقيود أو المصالح المشتركة ويشعرون أخيرا أن كل فرد على حده وجميعهم جماعة بأنهم أعضاء في كيان واحد يتجاوزهم ويشملهم جميعا وهذا ما نسميه تجمع أو جمعية أو جماعة". (خالد حامد، 2013، ص، 133)

ت- **الوظيفة النفسية:** "تحدي الهوية الثقافية على الصعيد النفسي ووظيفة " قولبة" الشخصية الفردية، تتشكل في شخصيات الأفراد النفسية وذلك لأنه يقدم لهم نماذج من التفكير ومن المعارف والأفكار والقنوات المفضلة للتعبير عن العواطف أو الوسائل الحاجة، ولكن هذا القالب ليس جامد بصورة مطلقة ويسمح للأفراد بالتكيف مع هذا النسق المتكامل، وهو يسمح لهم بتمثيل الثقافة بطريقة تفوق خطبتهم ومن هنا تبرز شخصية الفرد وتتيح له أيضا اختيارات بين القيم المتنوعة وبين النماذج المتصلة الخصوصيات الثقافية ولكن هذه الحدود الطوعية والليونة تتم داخل حدود الاطار الثقافي لأن تجاوز هذه الحدود الموضوعية يعني أن الفرد اصبح هامشيا في المجتمع الذي هو عضو فيه." (المرجع السابق، 2013، ص، 134)

المطلب الثالث: مقومات الهوية الثقافية

أجمع الكثير من الباحثين أنه لا وجود لي شعب دون هوية، لكن اختلافهم كان حول الشكل الذي يحدد هذه الهوية، ويعد موضوع الهوية الثقافية ومقوماتها الأساسية من المواضيع المهمة لما لهذه العناصر من أهمية في حياة تطور كل شعب، فهي بمثابة الرواسخ الثابتة لهويتهم الوطنية ونقصد بالمقومات هنا، جملة العناصر والمكونات التي تدخل في مفهوم وتكوين الهوية الوطنية بشكل عام، وتحدد الهوية الثقافية مجموعة من المكونات الأساسية المتجسدة في:

1. "اللغة الوطنية واللهجات المحلية المرتبطة بوجود شعب ما وتطوره ومصيره على أساس ان تكون اللغة الوطنية معتمدة في التدريس على جميع المستويات، وفي التسيير الإداري في القضاء، إضافة إلى التواصل بين شرائح المجتمع الى جانب اللهجات المحلية.
2. القيم الدينية والوطنية المتكونة عبر العصور والتي تكسب الشعب حامل الهوية حصانة تحول دون ذوبانه في شعوب أخرى، وتؤهل كل محاولات التدريب مهما كان مصدرها.
3. العادات والتقاليد والاعراف النابعة من تلك القيم والحاملة لها والعاكسة لمستوي الشعب حامل الهوية الاقتصادي والاجتماعي والثقافي والسياسي .
4. التاريخ النضالي الذي ينسجه ذلك الشعب حامل الهوية من أجل المحافظة على قيم هويته أرضا وقيما، وعادات وتقاليد وأعرافا". (بن تركي، 2011، ص، 632)

المطلب الرابع: أبعاد الهوية الثقافية

نظرا لصعوبة مناقشة مسألة مؤشرات الهوية الثقافية وذلك من أجل ضبط وتحديد ابعادها والتي قمنا بتلخيصها في ثلاث محاور تحوي عدد معتبر من المؤشرات التي تخدم فرضيات دراستنا وسنحاول من خلال هذا المطلب تتبع المؤشرات المتعلقة بكل من العادات والتقاليد اضافة الى اللغة باعتبارها مؤشر أساسي تقوم عليه الهوية الثقافية.

سنقوم بعرض بعض تعاريف الآتية:

العادات الاجتماعية:

مفهوم العادات: هي أنماط من السلوك التي تنتقل من جيل الى جيل وتستمر فترة طويلة حتى تثبت وتستقر وتصل الى درجة اعتراف في الاجيال المتعاقبة بها، والعادات مفردا عادة وتشير الى السلوك منتظم يكتسبه الفرد بفضل التعلم.

العادات الاجتماعية: "هي الممارسات التي تستلزمها الحياة الاجتماعية في مجتمع من المجتمعات، تتمثل في الافعال والاعمال الضرورية التي تلتصق بمعاملات الناس مع بعضهم البعض،

والعادات في الواقع تعبير وممارسة تتناقلها الاجيال المتعاقبة في مجتمع معين، لتلبية مستلزمات الحياة الاجتماعية، فالعادات الاجتماعية تكون عامة لأفراد المجتمع كلهم دون استثناء ترك في ممارستها الكبير والصغير الغني والفقير العامل والموظف". (أبو شعر، غباري، 2009، ص، 75.76)

كما تعرف العادات والتقاليد على أنها: هي فعل اجتماعي متوارث يرتكز على تراث يدعمه ويغني، لها قوة معيارية، وتتطلب الامتثال الاجتماعي والطاعة الصارمة وتكون مرتبطو بها في المجتمع الذي تمارس فيه، وتتجسد العادات والتقاليد الجزائرية العربية الاسلامية التي يرتدونها الجزائريون، وبالعلاقات والقيم الاجتماعية الاصلية كبار السن والكرم، كما تظهر العادات والتقاليد الجزائرية بالتدين والعبادات." (محب، 2016، ص، 156)

"كما تعرف العادات على انها ما يكتسبه المرء في سلوكه الاجتماعي من مهارات جسدية أو حصانة أو تقنية". (العبيدي، النعيمي، 2015، ص، 127)

"كما عرفت العادات والتقاليد الاجتماعية: على أنها النسيج الذي يربط الافراد ببعضهم البعض لإشباع حاجاتهم المختلفة وتحقيق أهدافهم، ومنها علاقات الزواج والصدقة والجيرة والعمل والتي تشكل التنظيم الاجتماعي للمجتمع، والروابط المتبادلة بين أفراد وجماعات المجتمع التي تنشأ عن اتصال بعضهم البعض وتفاعل بعضهما البعض مثل روابط القرابة والروابط التي تقوم بين أعضاء الجمعيات السرية واعضاء المؤسسات الاجتماعية والسياسية المختلفة في المجتمع". (نفس المرجع، 2015، ص، 127)

وفي هذا الصدد ويشير لعبيدي بعد دخول العناصر الثقافية واقتباسها استخدامها من فئات عديدة من افراد المجتمع، أدى ذلك الى بروز العديد من المظاهر، منها ما يتعلق بالمظهر الخارجي للأفراد، التي تشمل نوعية وشكل الملابس وتسريحة الشعر والسلاسل والقلائد الرسم على الجسم(الوشم)، أن حداثة الفكرة هي التي تحدد رد فعل الشخصية تجاهها، فهي قد تضيق أو تتسع، وقد تضمن حركات اجتماعية social movements أو بدع في الملبس، وأن ما يشاهده ويتطلع عليه الأفراد من خلال وسائل الاعلام ومن مجتمعات ثقافات مختلفة يؤدي الى تفاعل الثقافات وينتج عنه

اقتباس ثقافي لبعض الطرز الثقافية، وأن اقتباس الزي الغربي يعبر عن عملية صهر ثقافة، كم عمره العديد من المظاهر عند بعض الجماعات من أفراد المجتمع منها تسريحات الشعر الطويل الى الاكتاف مع ربطها وتصفيفه بشكل نساء عند الرياضيين والطلبة الجامعيين، ومع وضع كمية كبيرة من كريم الملمع وبشكل مفرط مع حلاقه غريبة للشرب واللحية من حيث شكلها ارتداء الملابس الضيقة وهذا كله تثقاف واقتباس جراء التعرض الكبير البرامج التي تبث في الفضائيات أو عبر وسائل التواصل الاجتماعي، تعذر علينا التفريق بين الذكر من الانثى، كل هذا التقليد يقع تحت فهم خاطئ لمفهوم الحرية كيفية ارتداء البنطال الضيق مع غطاء رأس الحجاب، وكيف يكون ارتداء الجلباب الاسلام مفتوحا مع إظهار البنطان والقميص الضيق. كل هذه الطرز الثقافي في حقيقتها ثقافة هجينا مقتبسة لا تنتمي الى ثقافة مجتمعا.

ان ما نراه من مظاهر التثقاف والاقتباس الثقافي، انما هو تقليد أعمى يكون على شكل التقليد البغاء، بالشكل لا بالمضمون لعناصر ثقافية غير منتقاة تبعا لفائدة الاخلاقية والقيمية والحضارية، ولعبت وسائل الاتصال دورا مؤثرا في عملية التغيير الاجتماعي والثقافي في المجتمع ونمط ثقافته، تتجلى ثقافة الملابس في ما يتعلق بي المظهر الخارجي، والتي تشمل نوعية وشكل الأزياء والاكسسوارات وادوات ومساحيق التجميل وتسريحة الشعر والسلاسل والقلائد والأقراط والرسم على الجسم وتغيير المرفولوجية الجسم وهذا يجسد التحدي الخالق عز وجل في خلقه الانسان في أحسن صورة متوازنة في الصفات الجسدية البشرية في قوله تعالى "لقد خلقنا الانسان في أحسن تقويم" (التين:4) (عبيدي؛ النعيمي، 2015، ص، 132.134)

2.2 العادات الاجتماعية الجديدة:

هي الممارسات الجديدة التي تقوم بها جماعة وتتناقلها، وتنتشر بين أفرادها فترة من الزمن ثم تزول، أي انها لا تستقر ولا تدوم مثل: زي الملابس، والفن بأشكاله ويطلق عليها اسم الموضة وهي تختلف عن التقاليد الموجودة في مجتمعا وسنوضح الفرق بين المفهومين:

جدول رقم(03) يوضح الفرق بين مفهوم الموضة والتقاليد:

الموضات	التقاليد
تنتقل بشكل أفقي من دول إلى أخرى بواسطة وسائل الإعلام	تنتقل بشكل رأسي من جيل إلى جيل
تمتاز بالحدائثة	تمتاز بالأصالة
عبارة مؤقتة	تتصف بالقدسية والاستمرار والدوام
يتأثر بها فئة قليلة من المجتمع	يتأثر بها المجتمع معظمه

المصدر: أبو شعر. غباري، (2009). الثقافة وعناصرها. ص، 78

3.2 اللغة:

تعتبر اللغة وعاء ثقافة لأنها تشتمل على تاريخ الأمة وعلى أداها من نثر وشعر، وعلى تراثنا الفكري من علوم ومعارف، ولذا فهي العنصر الأهم من العناصر البنائية لثقافة الأمة وهي التي تهب الفرد انتمائه الحقيقي الى مجتمعه القومي، وهي التي تجعل لكل مجتمع كيانه الثقافي والحضاري الذي يميزه عن سائر القوميات. "محمد عبد الرؤوف عطية، 2009، ص، 46)

كما أن اللغة ليست أداة للتواصل واكتساب المعارف والعلوم فقط بل أنها تمتزج بالتفكير ذاته لأننا نفكر بواسطتها ومن خلالها، كما أن التفكير يتبلور ضمن محيط اجتماعي ثقافي يجعل اللغة عنوانا لهوية أي مجتمع. "حامد خالد، 2013، ص، 13)

ويشير الباحث بن طيفور وبوعمامة في ما قال لهما أن اللغة العنصر الاساسي الذي يضمن سيرورة الهوية عبر الزمن وانتقالها بين الأجيال وأن الذين يتكلمون لغة واحدة يشكلون كيانا واحدا متكاملا ربطته الطبيعة بوشائح متينة وان تكون غير مرئية، وبصورة أوضح وأدق، فان اللغة هي الصورة التي يتجلى فيها تفكير الأمة ورؤيتها للعالم والوجود. " (بن طيفور، بوعمامة، 2016، ص، 15)

وتعتبر اللغة من أهم العناصر التي تشكل هوية أية جماعة وأي وطن، وهي التي تطبع هذه الهوية بطابعها الثقافي المميز، واللغة العربية هي اللغة المشتركة التي يتحدث بها جميع أبناء الأمة العربية، وهي لغة التراث المشترك ولغة العلم والثقافة وبالتالي لغة التحديث والحداثة، أنها الرابطة المتينة التي توحد بين مستويات الهوية في الوطن العربي وهي الأداة التي بها يمكن للعرب الدخول في العالمية وتحقيق الحداثة. " (محمد الهواري، 2013، ص، 163)

كما يشير في هذا الصدد الدكتور محمد عمارة الى أن اللغة العربية من أهم مكونات الهوية الثقافية، والتي هي لسان الاسلام المعجز، والتي ضمن لها القرآن الكريم منذ أن نزل بها على كل لغات الدنيا. " (عمارة، 1999، ص، 9)

خلاصة الفصل

أن موضوع الهوية الثقافية يعتبر من أكثر المواضيع التي شغلت اهتمام الباحثين والأكاديميين وهذا ما جعلها تكون مجال خصب لطرح الاشكالات علمية، وتعتبر الهوية الثقافية هي انعكاس لقيم الفرد وعاداته وأخلاقه وانتمائه، فالهوية الثقافية تحدد بناء على توفرها على عدة مقومات كالقيم والتقاليد والعادات والاعراف واللغة، والتمسك بالهوية الثقافية هي مسؤولية تقع على الجميع فإن الحفاظ عليها هو التحدي الأكبر خاصة مع التطور الحاصل في مجال التكنولوجيا وبروز ثقافات دخيلة قد تهدد مصير هويتنا الثقافية، والمسؤولية تقع على عاتق الشباب للمحافظة عليها، ويشير في هذا الصدد الباحث محمد الهواري في مقال له يجب أن نوجد لدى جماهيرنا الوعي بأن يختاروا من بين الصور والرسائل الاعلامية المختلفة ما يتفق مع قيمنا الدينية ومثلنا وأخلاقنا ومعتقداتنا الاجتماعية، وبمعنى أعم وأشمل، ما يتفق مع ثقافتنا القومية.

مصادر ومراجع الفصل الثالث

1. هارلمس، هولبورن، تر: حاتم حميد محسن.(2010). *سوشيولوجيا الثقافة، الهوية*.(ط1)، سورية: دار كيوان للطباعة والنشر.
2. اليكس ميكشيلكي، تر: علي وطفة.(1993). *الهوية*.(ط1)، دمشق: دار النشر الفرنسية .presse universitaires de France
3. العيد، وارم.(1994). *البعد الثقافي للعولمة واثره على الهوية الثقافية للشباب العربي - الشباب الجزائري نموذجاً-*، مجلة جيل العلوم الانسانية والاجتماعية، العدد 02
4. تركي، الحمد.(2003). *الثقافة العربية في عصر العولمة*.(ط3)، لبنان: دار الساقى للنشر والتوزيع.
5. أحمد، بن نعمان .(1996). *الهوية الوطنية الحقائق والمغالطات*، الجزائر: دار الأمة للنشر والتوزيع
6. محمد، عمارة.(1999). *مخاطر العولمة على الهوية الثقافية*.(ط1)، القاهرة: دار النهضة مصر للطباعة والنشر
7. شبيب عادل: *الثقافة والهوية نقلا عن موقع: www.aranthropos.com*، تاريخ الزيارة 2018/02/25، ساعة 21:28.
8. دنيس كوش، تر: منير السعيداني .(2007). *مفهوم الثقافة في العلوم الاجتماعية*.(ط1)، بيروت: مركز دراسات الوحدة العربية للتوزيع.
9. فارح، مسرحي.(2013،16) نوفمبر). *اشكالية الهوية في زمن العولمة*، مجلة الحكمة للدراسات الاعلامية، العدد السادس عشر، الجزائر: مؤسسة كنوز للحكمة للنشر والتوزيع.
10. حسن حنفي، حسين.(2012). *الهوية*.(ط1). القاهرة: المجلس الأعلى للثقافة

11. كلثوم، ببيمون.(2016).تصور وممارسة الهوية الثقافية لدى الشباب الجزائري- دراسة ميدانية على عينة من مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي فيس بوك، مجلة دراسات في التنمية والمجتمع، العدد33، جامعة الشلف.
12. حكيمة بولشعب، تحديات الهوية الثقافية العربية في ظل العولمة. نقلا عن الموقع:www.aranthropos.com،تاريخ الزيارة:2018/02/18 ساعة الزيارة 21:39.
13. أسماء، بن تركي.(2011). الهوية الثقافية بين قيم الاصاله والحدائنه في ظل التغييرات السوسيوثقافية المجتمع الجزائري، مجلة العلوم الانسانية والاجتماعية، عدد خاص للملتقى الأول حول الهوية والمجالات الثقافية في المجتمع الجزائري.
14. الهوية الثقافية والعولمة عشر أطروحات منقولة عن موقع:www.hekmah.org،تاريخ الزيارة 2018/02/25، ساعة: 8:44
15. بدر الدين، بن بلعباس.(2015/2014).شبيكات التواصل الاجتماعي والهوية الثقافية عند الطلبة الجامعيين- الفيس بوك وطلبة جامعة بسكرة نموذجاً، رسالة ماجستير منشورة في علم اجتماع، تخصص علم اجتماع التربية كلية العلوم الانسانية والاجتماعية، جامعة محمد خيضر، بسكرة، الجزائر.
16. مجد الدين، خمش.(2010). العولمة وتأثيراتها في المجتمع العربي.(ط1)، عمان: دار مجدلاوي للنشر والتوزيع.
17. محمد عابد، الجابري.(1994). المسألة الثقافية في الوطن العربي.(ط1)، بيروت .
18. حسن عبد الحميد، أحمد رشوان.(2006). الثقافة- دراسة في علم الاجتماع الثقافي-، الاسكندرية: مؤسسة شباب الجامعي.
19. خالد محمد، ابو شعر. ثائر أحمد، غباري.(2009). الثقافة وعناصرها.(ط1)، الأردن: مكتبة المجتمع العربي لنشر والتوزيع.

20. ابراهيم، محمد عباس.(2003). العولمة الثقافية، الاسكندرية: دار المعرفة الجامعية للنشر.
21. محمد، الخطيب.(2005). الانثروبولوجيا الثقافية.(ط1)،سورية: دار علاء الدين للنشر والتوزيع.
22. صالح محمد علي، أبو جادو.(1998). سيكولوجية التنشئة الاجتماعية، الاردن: دار النشر والتوزيع.
23. حارس علي، العبيدي. هبة عدنان، النعيمي.(2015). الثقافة بين المحلية والكونية في ظل عولمة الاتصال.(ط1)، عمان: دار مكتبة الحامد للنشر والتوزيع.
24. محمد عابد، الجابري.(1998). العولمة والهوية الثقافية عشر أطروحات. في العرب والعولمة. بحوث ومناقشات الندوة الفكرية التي نظمها مركز الدراسات الوحدة العربية(بيروت 1997). (ط1)،بيروت.
25. خالد، حامد .(2013). الهوية وللبناء الاجتماعي، مجلة الحكمة للدراسات الإعلامية والاتصالية.(العدد السادس عشر).الجزائر: مؤسسة كنوز الحكمة للنشر والتوزيع.
26. محمد عبد الرؤوف، عطية.(2009). التعليم وأزمة الهوية الثقافية.(ط1)،القاهرة : مؤسسة طيبة لنشر والتوزيع.
27. مصطفى، بن طيفور. العربي، بوعمامة . (2016، 7 نوفمبر). تأثيرات وسائل الاعلام على تشكيل الهوية الثقافية في ظل العولمة قراءة الواقع واستشراف المستقبل. مجلة الحكمة للدراسات الإعلامية. العدد السابع. الجزائر. كنوز الحكمة للنشر والتوزيع.
28. محمد، الهواري.(18/2013/نوفمبر).العولمة الثقافية وأثرها على الهوية العربية الإسلامية. مجلة الحكمة لدراسات الاجتماعية. العدد الثامن عشر.

الفصل الرابع

الفصل الرابع: استخدام مواقع التواصل الاجتماعي و أثره على الهوية الثقافية لدى الطلبة الجامعيين.

المبحث الأول: تحليل البيانات الشخصية.

المبحث الثاني: عادات و أنماط استخدام طلبة الماستر لموقع الفيس بوك.

المبحث الثالث: الدوافع و الاشباعات المحققة من تعرض طلبة ماستر لموقع الفيس بوك.

المبحث الرابع: الأثر الذي يحدثه استخدام موقع الفيس بوك على لغة العربية.

المبحث الخامس: الأثر الذي يحدثه استخدام موقع الفيس بوك على العادات و التقاليد.

المبحث السابع: النتائج العامة للدراسة.

المبحث الثامن: دراسة نتائج الدراسة في ضوء الفرضيات.

خلاصة.

الفصل الرابع: استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وأثره على الهوية الثقافية لدى الطلبة

الجامعيين.

تمهيد:

بعد سلسلة الاجراءات المنهجية التي تم اتباعها منذ شروعنا في انجاز هذه الدراسة والنزول بها الى ميدان البحث وتطبيقها على عينة الدراسة، وبعد جمع المادة الخام من البيانات والتي صيغة في شكل استمارة، تم فرزها في جداول تكرارية من أجل تكميمها وتنظيمها لنتمكن في الأخير من قرائتها وتحليلها من الجانب الاحصائي والسوسيولوجي بما يخدم أهداف الدراسة، سنحاول في هذا الفصل تحليل البيانات التي تم تجمعها من الميدان من أجل الإجابة عن التساؤلات التي قمنا بطرحها في بداية البحث العلمي، واثبات أو نفي صحة الفرضيات.

يتناول هذا الفصل سبع مباحث:

خصصنا المبحث الأول: من هذا الاطار لمحاولة اكتشاف السمات العامة لعينة المبحوثين من خلال الجنس، السن، المستوى العلمي، مكان الاقامة، المستوى المعيشي.

أما في المبحث الثاني: تناول عادات وأنماط تصفح الطالب الجامعي لموقع الفايس بوك وفي هذا الاطار بنسبة لدراستنا تناولنا درجة استخدام الطالب لموقع لفايس بوك، والحجم الساعي الذي يستغرقه في اليوم أثناء تصفح حسابه الشخصي والأوقات المفضلة في الاستخدام.

وفي المبحث الثالث: تناولنا الدوافع والاشباكات المحققة من تصفح الطالب لموقع الفايس بوك وفي المبحث الرابع: تناولنا تأثير استخدام موقع الفايس بوك على اللغة العربية للمبحوثين، كما تحدثنا عن الأثر الذي أحدثته لغة التواصل عبر موقع الفايس بوك على الهوية الثقافية لدى الطلبة الجامعيين.

أما في المبحث الخامس: تناولنا تأثير استخدام الفايس بوك على العادات والتقاليد وتناولنا كذلك معرفه دور نشر المواضيع متعلقة بالعادات والتقاليد في المحافظة على الهوية الثقافية لدى الطلبة الجامعيين.

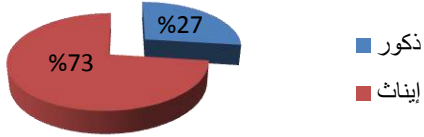
كما تناول المبحث السادس: عرض النتائج العامة للدراسة.

أما في المبحث السابع: اثبات و نفي الفرضيات في ضوء نتائج الدراسة.

المبحث الأول: السمات العامة للمبحوثين.

جدول رقم (04) يوضح توزيع العينة حسب الجنس.

شكل رقم (04) يوضح توزيع العينة حسب الجنس



المصدر: إعداد الطالبتين.

الجنس	التكرار	النسبة المئوية
الذكور	27	27%
إناث	73	73%
المجموع	100	100%

تحليل وتفسير الجدول:

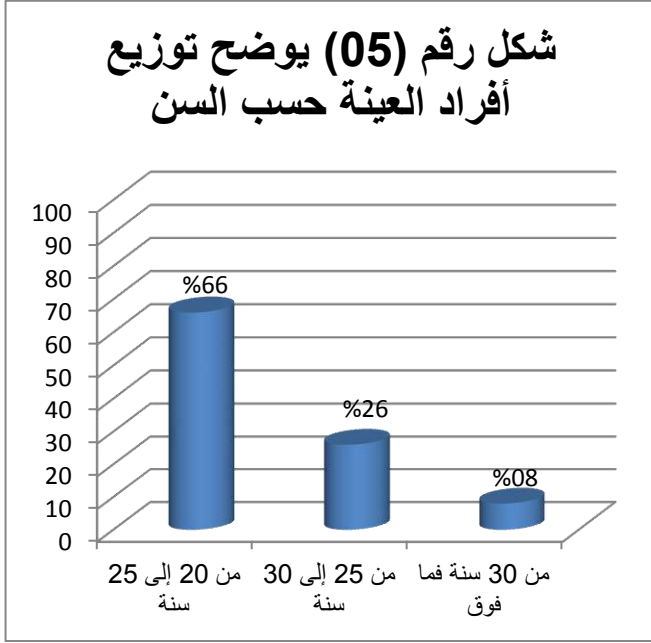
"يعد الجنس من أهم المتغيرات التي تؤثر في طبيعة ردود الأفعال التي تحملها عينة الدراسة عند توجيه أسئلة الاستبيان لهم وتؤثر في طبيعة الاجابات التي يفرضها المبحوثين عندما يسأل أسئلة تتعلق ب جانب من جوانب الحياة الخاصة أو بعلاقاته أو مجتمعه". (بركات، 2016، ص311)

وقد أشارت نتائج الدراسة الميدانية التي اجريناها على طلبة الماجستير من مستخدمي موقع الفاييس بوك، اختلاف اجابات الذكور عن اجابات الاناث في بعض الأسئلة الموجهة لهم وذلك لأن صفات الرجل تختلف عن صفات المرأة باختلاف الظروف فضلا عن اختلاف الأحاسيس والقدرات والقابليات فيما بينهم.

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن (17) مبحوثا من مجموع (100) مبحوث وبنسبة (27%) كانوا من فئة الذكور وأن (73) مبحوثا من مجموع (100) مبحوث وبنسبة (73%) كان من فئة الإناث، وبذلك يتجاوز عدد الاناث عدد الذكور، ومن خلال قراءتنا للنتائج الكمية في الجدول أعلاه أثبتت تفوق نسبة الاناث على الذكور، وهي دلالة على سيطرة العنصر الانثوي في السنوات الأخيرة في المجال الدراسي، وسبب في ذلك يعود الى أن فئة الذكور تختار التوجه الى الميدان العملي، كما أن فئة

الذكور يفضلون أخذ شهادة ليسانس وعدم متابعة الدراسة في طور الماستر وهذا ما لاحظناه في عدد المسجلين في طور الماستر فأغلب المسجلين كانوا من جنس الإناث

جدول رقم (05) يوضح توزيع أفراد العينة حسب السن:



المتغيرات	التكرار	النسبة
من 20 إلى 25	66	%66
من 25 إلى 30	26	%26
من 30 فما فوق	08	%08
المجموع	100	%100

المصدر: اعداد الطالبتين.

تحليل وتفسير الجدول:

"يشكل السن أهمية كبيرة للفرد في اكتسابه مجموعة من الخبرات التي من شأنها أن تساعد على مواجهة الظروف المختلفة في حياته، السن يدل على الخبرة وتراكم التجارب والمعارف عند الأفراد، هذا وقد توزع المبحوثين بين 3 فئات عمرية ابتداء بالفئة الأولى (من 20 إلى 25) وانتهاء بالفئة الأخيرة (من 30 فما فوق)، وكان الفارق الزمني هو خمس سنوات بين فئة وأخر". (المرجع السابق، 2016، ص 312)

وتشير نتائج الدراسة الميدانية أن (66) مبحوثاً من مجموع (100) مبحوث بنسبة (66%) تتراوح أعمارهم (20 إلى 25)، وأن (26) مبحوثاً من مجموع (100) مبحوثاً بنسبة (26%) تتراوح أعمارهم بين (25 إلى 30)، وأن (8) مبحوثاً من مجموع (100) مبحوث بنسبة (8%) تتراوح أعمارهم من 30 سنة فما فوق.

من خلال الجدول أعلى نلاحظ أن أكثر الباحثين يقعون ضمن الفئة العمرية من 20 الى 25 سنة، وجاءت في المرتبة الثانية في العمرية (من 25 الى 30) بواقع (26%) وجاءت في المرتبة الأخيرة من هم فوق 30 بنسبة (8%)

ونستنتج من خلال هذه النتائج أن أغلب الطلبة هم أصحاب الفئة العمرية (من 20 إلى 25) يعتبرون أصغر في السن واصلون دراستهم في طور الماستر دون انقطاع على غرار الفئة العمرية بين (25 إلى 30) وفئة العمرية فوق 30 سنة هي فئة كبيرة في السن واصلو دراستهم في طور الماستر بعد انقطاع دام سنوات.

جدول رقم (06) يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس والمستوى العلمي.

النسبة المئوية	التكرار الكلي	إناث		ذكور		الفئات المتغيرات
		النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
40%	40	41.09%	30	37.03%	10	ماستر 1
60%	60	58.90%	43	62.96%	17	ماستر 2
100%	100	100%	73	100%	27	المجموع

المصدر: اعداد الطالبين.

تحليل وتفسير الجدول:

تشير نتائج الدراسة الميدانية أن (40)مبحوثا من مجموع (100) مبحوث بنسبة (40%) هم من الطور الأول (ماستر)، وأن (60) مبحوثا من مجموع (100) مبحوث بنسبة (60%) مبحوثا هم من الطور الثاني (ماستر).

من خلال قراءة الأرقام المسجلة أعلاه يتضح لنا أن أغلبية المبحوثين موزعين بين الذكور والاناث هم من الطور الثاني (ماستر) بنسبة (60%) ويؤكد على ذلك (58.90%) من فئة الاناث،

و(62.96%) من فئة الذكور، يليها نسبة (40%) هم من طلبة الطور الأول (ماستر)، ويؤكد ذلك (41.09%) من فئة الاناث، و(37.03%) من فئة الذكور.

ونستنتج أن أغلبية المبحوثين معظمهم من فئة الاناث المسجلين في طور الماستر (2) بنسبة 58.90%.

جدول رقم (07) يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس ونوع السكن.

النسبة المئوية	التكرار الكلي	اناث		ذكور		الفئات المتغيرات
		النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
27%	27	23.28%	17	37.03%	10	اقامة جامعية
73%	73	76.71%	56	62.96%	17	البيت
100%	100	100%	73	100%	27	المجموع

المصدر: اعداد الطالبين.

تحليل وتفسير الجدول:

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن المبحوثين الموزعين بين الذكور والاناث محل اقامتهم كانت البيت بنسبة (73%) ويؤكد على ذلك (76.03%) من فئة الاناث، و(62.96%) من فئة الذكور، تليها نسبة (27%) محل اقامتهم كانت الاقامة الجامعية وذلك (37.03%) من فئة الذكور، و(23.28%) هم من فئة الاناث.

من خلال قراءة الأرقام المسجلة أعلاه يتضح لنا أن أغلبية المبحوثين هم من طلبة النصف داخلي، وهم فئة لا تملك اقامة جامعية لأن مسكنهم العائلي قريب من مقر الجامعة، في حين الفئة التي محل سكنها الاقامة الجامعية فهم ممن يبعد مسكنهم العائلي عن الجامعة وكانت نسبتهم ضعيفة قدرت ب (27%)

جدول رقم (08) يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس والمستوى المعيشي

النسبة المئوية	التكرار الكلي	اناث		ذكور		الفئات المتغيرات
		النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
%3	3	%2.73	2	%3.70	1	مرتفع
%95	95	%94.52	69	%96.29	26	متوسط
%2	2	%2.73	2	%00	00	منخفض
%100	100	%100	73	%100	27	المجموع

المصدر: اعداد الطالبين

تحليل وتفسير الجدول:

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن أغلبية المبحوثين ينتمون الى أسر ذات اقتصادي متوسط بنسبة(95%) ويؤكد على ذلك (94.52%) من فئة الاناث، وأن (96.29%) من فئة الذكور، وهذا راجع الى أن أغلب أفراد العائلة الجزائرية سواء ذكورا أو اناثا يحتلون مناصب شغل دائمة أو حتى مناصب بعقد مؤقت، ضف الى ذلك ولوج المرأة عالم الشغل فقد أصبحت مؤخرا فردا منتجا على عكس السنوات الأخيرة وهي بذلك تساعد في مصاريف البيت مما جعل معظم عائلات تعيش ميسورة الحال في الوقت الحالي، في حين نجد أن(03%) من المبحوثين أجابوا أنهم يعيشون بمستوى عالي وهي نسبة ضعيفة جدا مقارنة بإجابات أغلبية المبحوثين.

المبحث الثاني: عادات وأنماط استخدام طلبة الماستر لموقع الفيس بوك.

جدول رقم (09) يوضح درجة استخدام موقع الفيس بوك.

النسبة المئوية	التكرار الكلي	اناث		ذكور		الفئات المتغيرات
		النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
%51	51	%45.20	33	%66.66	18	دائما
%44	44	%50.68	37	%25.92	7	أحيانا
%5	5	%4.10	3	%7.40	2	نادرا
%100	100	%100	73	%100	27	المجموع

المصدر: اعداد الطالبتين.

تحليل وتفسير الجدول:

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن أغلب الطلبة المبحوثين من ذكور واناث يستخدمون موقع الفيس بوك بوتيرة دائمة بتكرار (51) مفردة بنسبة (51%)، على ذلك نسبة (66.66%) من فئة الذكور بتكرار (18) مبحوثا من المجموع (27) مبحوث، ونسبة (45.20%) من فئة الاناث بالتكرار (33) مبحوثا من المجموع (73) مبحوث، بينما الذين يستخدمون الفيس بوك بوتيرة "أحيانا" جاءت بتكرار (44) مفردة بنسبة قدرته ب (38%) من المجموع (100) مبحوث، أما الذين يستخدمون الفيس بوك بوتيرة "نادرا" جاءت بتكرار 5 مفردات أي بنسبة (5%) من المجموع الكلي للمبحوثين.

من خلال قراءة الأرقام المسجلة في الجدول أعلاه نلاحظ أن أغلبية الطلبة يستخدمون الفيس بوك بوتيرة دائمة ويرجع هذا الى أن موقع الفيس بوك أصبح وسيلة اتصال مهمة في الحياة اليومية للطلبة الجامعيين، ومن جهة أخرى وفرت الشبكات الاتصالية الجديدة مثل G4 و G3 سهولة خاصة الاستخدام المفتوح بمعنى يبقى المستخدم متصل بالموقع على مدار اليوم، وعند قراءة النتائج على أساس متغير الجنس نجد أن أغلبية المبحوثين الذين يستخدمون موقع الفيس بوك بوتيرة دائمة كان من جنس الاناث على حساب الذكور بالنسبة قدرات بي (66.66%)، في حين فئة الذكور قدرت

نسبتهم ب(45.20%)، تفسير هذا الاختلاف راجع الى كون أن جنس الاناث في دراستنا كان أعلى نسبة من جنس الذكور هذا من جهة، ومن جهة يجدن جنس الاناث وقت لتصفح الموقع وذلك من خلال الوقت الذين يقضونه في البيت عكس فئة الذكور الذين يقضون وقتهم في الغالب خارج المنزل بسبب التزامهما وتواجدهم مع أصدقائهم.

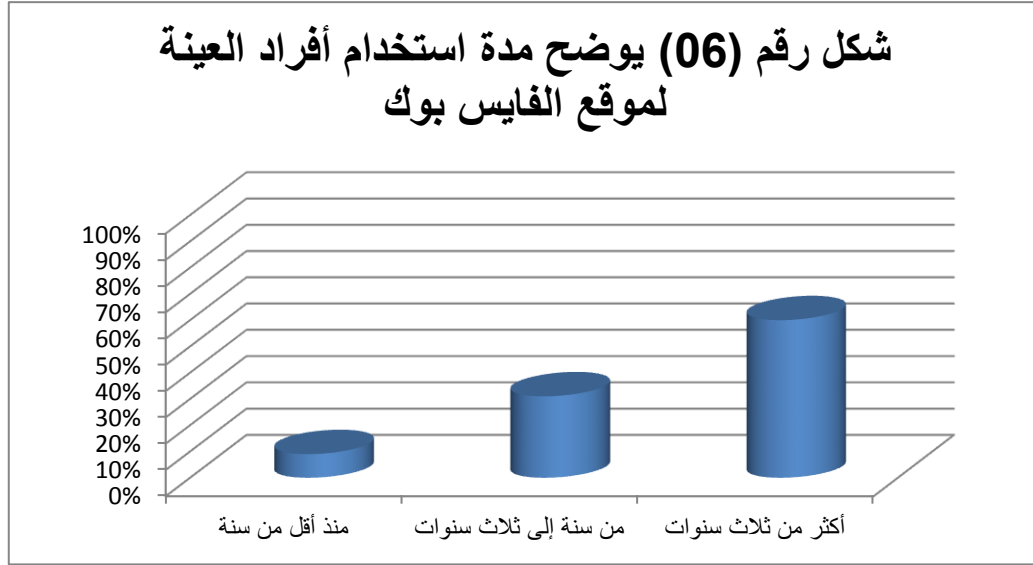
جدول رقم (10) يوضح مدة استخدام أفراد العينة لموقع الفايس بوك.

المتغيرات	التكرار	النسبة المئوية
منذ أقل من سنة	9	9%
من سنة الى ثلاث سنوات	31	31%
أكثر من ثلاث سنوات	60	60%
المجموع	100	100%

المصدر: اعداد الطالبتين.

تحليل وتفسير الجدول:

تشير نتائج الدراسة الميدانية أن نسبة الطلبة الذين بدء في استخدام موقع الفايس بوك منذ أكثر من ثلاث سنوات قد بلغت نسبتهم (60%) وقد احتلت المرتبة الأولى، تاليها نسبة (31%) من الطلبة المبحوثين يستخدمونه منذ "سنة الى ثلاث سنوات"، ثم نسبة (9%) من الطلبة المبحوثين يستخدمونه منذ "أقل من سنة" وقد جاءت في المرتبة الثالثة والأخيرة وهذا ما نلاحظ من خلال الرسم البياني التالي:



يظهر بوضوح من خلال الرسم البياني أعلاه أن غالبية طلبة الماستر لديهم خبرة في التعامل مع هذا الموقع من خلال طول مدة استخدامهم له أكثر من ثلاث سنوات استخداما، ويرجع ذلك الى تنوع وتعدد أدوار هذا الموقع دون غيره من المواقع، وتقديمه مختلف الخدمات مما جعله يستعمل من قبل العديد من طلبة الماستر، أما نسبة (9%) ممن استخدم موقع الفايس بوك منذ "أقل من سنة" يعود ذلك الى مدى انتشار شبكة الانترنت وتوسع اشتراكات المستفيدين منها في الجزائر، حيث وان عمت الشبكة العنكبوتية كامل الولايات الجزائرية الا أنها مازالت تعاني من بعض المشاكل التقنية التي منعتها من الوصول الى جميع المناطق والأحياء والتجمعات السكانية.

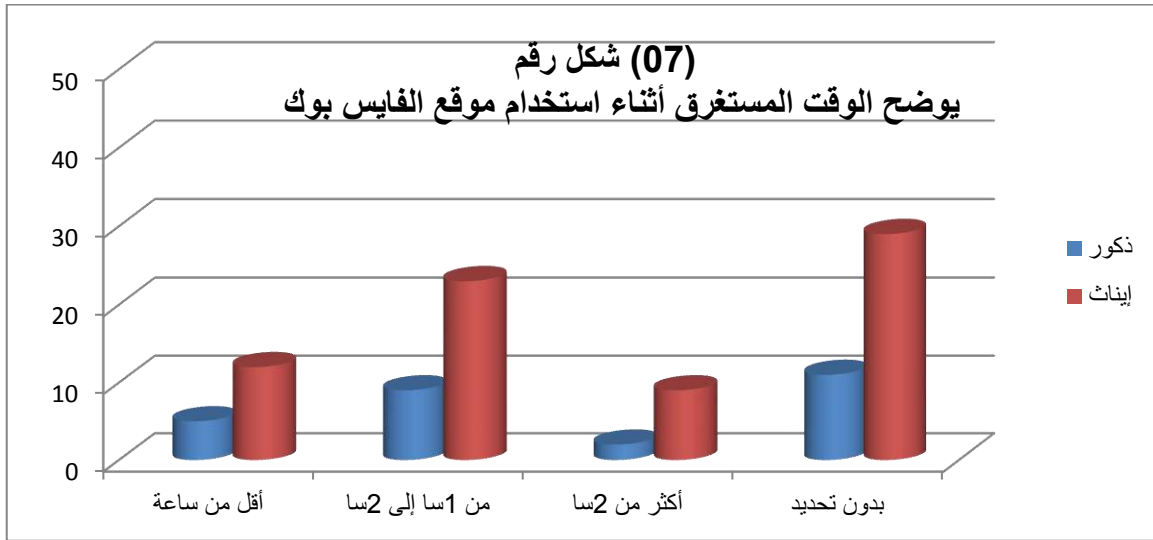
جدول رقم (11) يوضح الوقت المستغرق لأفراد العينة في استخدام موقع الفايس بوك.

النسبة المئوية	تكرار الكلي	إناث		الذكور		الفئات المتغيرات
		النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
17%	17	16.43%	12	18.51%	5	أقل من ساعة
32%	32	31.50%	23	33.33%	9	من 1 سا الى 2 سا
11%	11	12.32%	9	7.40%	2	أكثر من 2 سا
40%	40	39.72%	29	40.74%	11	بدون تحديد
100%	100	100%	73	100%	27	المجموع

المصدر: اعداد الطالبين.

تحليل وتفسير الجدول:

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن (40%) من المبحوثين لم يحددوا كم من ساعة يقضونها في اليوم على موقع الفاييس بوك، ويتضح ذلك ب(40.74%) بالنسبة لفئة الذكور، و(39.72%) بالنسبة لفئة الاناث، بينما قدرت نسبة (32%) من المبحوثين الذين يقضون من ساعة الى 2 ساعة يوميا في استخدام موقع الفاييس بوك ويتضح ذلك بنسبة (33.33%) من المجموع (27) مبحوث، و(31.50%) بالنسبة لفئة الاناث من المجموع (73) مبحوث، أما الذين يقضون أقل من ساعة يوميا تقدر نسبتهم ب(17%)، في حين أن النسبة المتبقية والتي قدرت ب(11%) تقضي أكثر من 2 ساعة يوميا، ويمكن ملاحظة النسب من خلال الرسم البياني التالي:



يظهر بوضوح من خلال الرسم البياني أعلاه أن فئة الاستخدام بدون تحديد قد احتلت المرتبة الأولى بالنسبة للذكور والاناث كما يظهر تفوق نسبة الذكور على نسبة الاناث في الاستخدام، تاليها في المرتبة الثانية فئة الاستخدام "من 1 ساعة إلى 2 ساعة" بنسبة متقاربة جدا بين الذكور والاناث أما فئة الاستخدام "أقل من ساعة" فقد أتت في المرتبة الثالثة، أما المرتبة الأخيرة فكانت في الاستخدام أكثر من 2 ساعة.

يمكننا تفسير هذه النسب بأن المتعة التي يشعر بها طلبة الماجستير أثناء استخدامهم موقع الفاييس بوك خاصة أثناء مشاركة أصدقائهم النقاشات والمحادثات والتعليقات ومختلفة الصور كل هذا يجعلهم

لا ينتبهون لعامل الوقت، كما أن الطالب ليس لديه وقت محدد للاستخدام خاصة في وقت الدراسة فهو ملزم ببرنامج دراسي لذلك الوقت عنده غير محدد، فتصفحه للموقع يكون كلما تسنت له الفرصة في ذلك.

جدول رقم (12) يوضح الأوقات المفضلة لدي أفراد العينة لاستخدام موقع الفايس بوك.

النسبة المئوية	التكرار الكلي	اناث		ذكور		الفئات المتغيرات
		النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
%01	01	%1.36	01	%00	00	صباحا
%09	09	%10.95	08	%3.70	01	مساء
%26	26	%23.28	17	%33.33	09	ليلا
%64	64	%64.38	47	%62.96	17	ليس هناك وقت محدد
%100	100	%100	73	%100	27	المجموع

المصدر: اعداد الطالبتين.

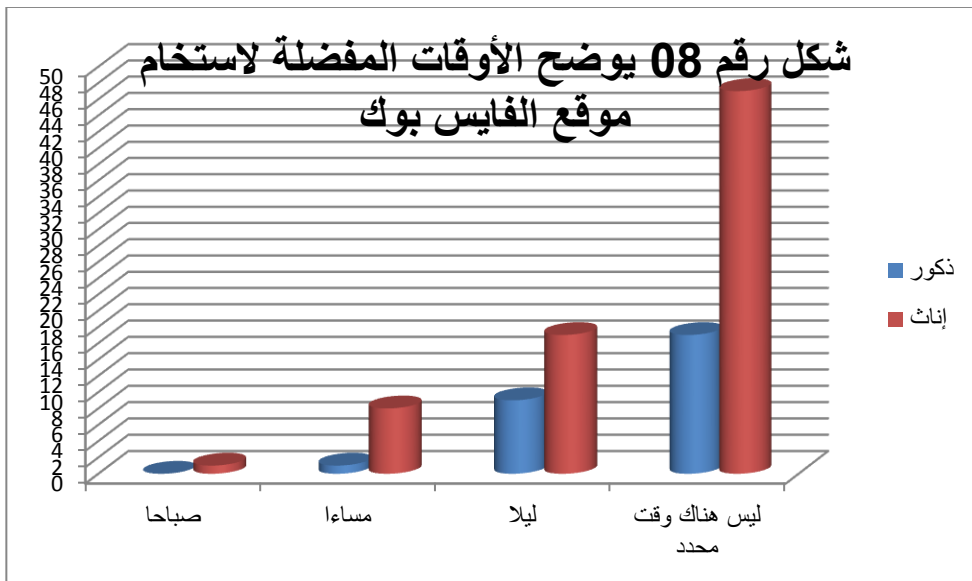
تحليل وتفسير الجدول:

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أنا أكثر من نصف المبحوثين(64%) أجاب عن الوقت الذي يفضلون فيه استخدام موقع الفايس بوك "بأن ليس هناك وقت محدد، حيث يستخدمون هذا الموقع كلما سمح وقتهم بذلك طيلة اليوم.

"وننتائج متقاربة توصل اليها الباحثة " نورمان نومان" في دراستها الى أن أكثر من نصف المبحوثين(64.3%) أجابوا عن الوقت الذي يفضلون فيه استخدام مواقع التواصل في أي وقت حيث يستخدمون هذه المواقع كلما سمح وقتهم بذلك طيلة اليوم، أما ربع المبحوثين تقريبا أي بنسبة

(25.2) يفضلون الليل عند استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي، في حين أن نسبة (10.50%) يفضلون أماكن العمل كفترة لتصفح مواقع التواصل الاجتماعي. " (نومار، 2012، ص، 204)

أما بقية الباحثين تقريبا أي بنسبة (26%) فإنهم يفضلون استخدام موقع الفاييس بوك في "الليل" وتعتبر هذه الفترة الوقت الذي يكون فيه الطلبة متفرغين خاصة بعد يوم متعب من الدراسة، فيجد الطالب وقت الليل مفضل لديه، أما الذين يفضلون استخدام موقع الفاييس بوك "مساء" نسبتهم قدرة ب(9%) وهي نسبة صغيرة جدا، حيث ربما تكون هذه النسبة مناسبة لبعض الطلبة الذين يكون قد أتمو دوامهم الدراسي، في حين أن الذين يفضلون استخدام موقع الفاييس بوك "صباحا" نسبتهم (1%)، تعتبر هذه النسبة منعدمة كون أن الطلبة يدرسون باكرا لذلك لا يستخدمونه في الفترة الصباحية، ويمكن ملاحظة النسب من خلال الرسم البياني التالي:



يظهر بوضوح من خلال الرسم البياني أعلاه اختلاف الذكور عن الإناث في فترات الاستخدام لموقع الفاييس بوك أين يفضل الذكور تصفح حساباتهم ليلا بنسبة (33.33%) هي أكثر من نسبة الإناث التي يستخدمون الموقع في الليل بنسبة (23.28%)، كما نجد أن نسبة الإناث التي تستخدم حسابهن في المساء أعلى من نسبة الذكور حيث قدرت نسبة الإناث ب(10.95%) تقابلها نسبة (3.70%)، في حين نجد أن (62.96%) من الذكور تقابلها نسبة (64.38%) من الإناث يفضلون استخدام موقع الفاييس بوك في أي وقت من اليوم.

من هنا نستنتج أن هناك فرق ضئيلة في تفضيل الاستخدام بين الذكور والاناث فنلاحظ أن كلا الجنسين يفضلون استخدام موقع فايس بوك في أي وقت.

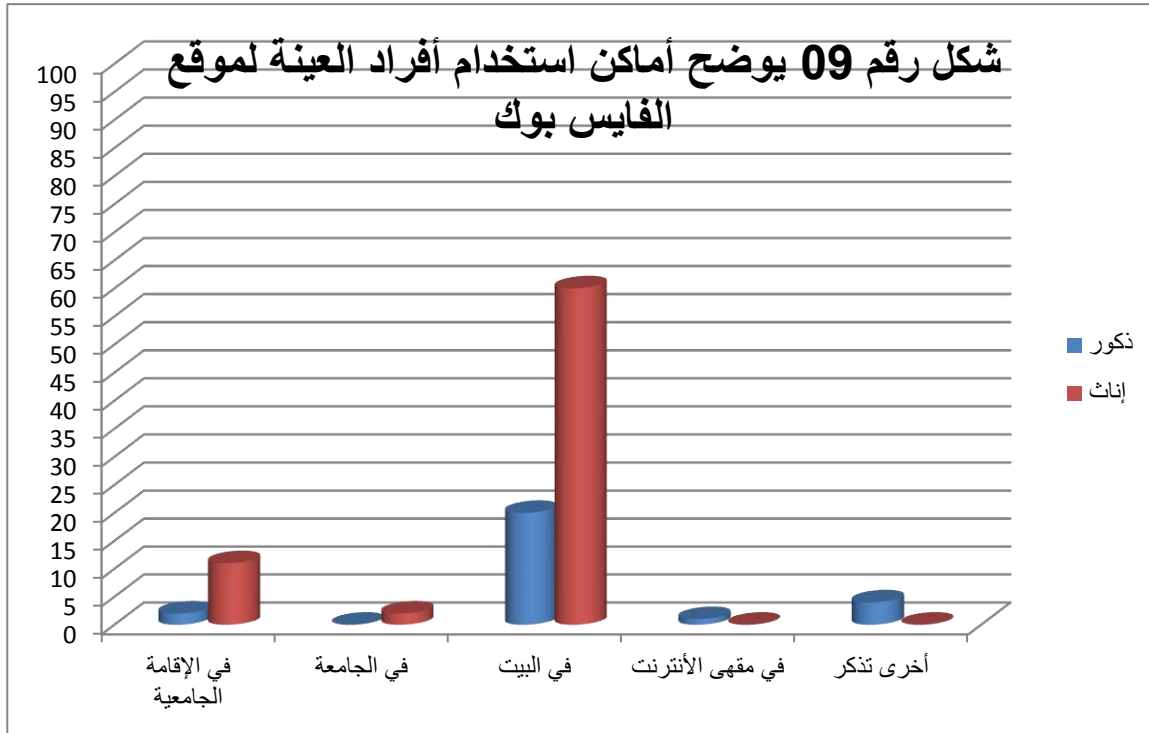
جدول رقم (13) يوضح أماكن استخدام أفراد العينة لموقع الفاييس بوك.

النسبة المئوية	التكرار الكلي	اناث		ذكور		الفئات المتغيرات
		النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
%13	13	%15.06	11	%07	02	في الإقامة الجامعية
%02	02	%02.73	02	%00	00	في الجامعة
%80	80	%82.19	60	%74	20	في البيت
%01	01	%00	00	%04	01	في مقهى الأنترنت
%04	04	%00	00	%15	04	أخرى تذكر
%100	100	%100	73	%100	27	المجموع

المصدر: اعداد الطالبتين.

تحليل وتفسير الجداول:

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن أغلب الطلبة من المبحوثين بنسبة (80%) يفضلون استخدام موقع الفاييس بوك في البيت، تليها نسبة (13%) من المبحوثين يفضلون استخدام موقع الفاييس بوك في الإقامة الجامعية، أما نسبة (2%) فهم من مفضلي استخدام موقع الفاييس بوك في الجامعة، أما نسبة (10%) من المبحوثين فضلوا استخدام موقع الفاييس بوك في مقهى الأنترنت وهي أضعف نسب، ويمكن ملاحظة النسب من خلال الرسم البياني التالي:



يظهر بوضوح من خلال الرسم البياني أعلاه أن كلا الجنسين يفضل استخدام موقع الفاييس بوك من "البيت" ويتضح ذلك من خلال (82.19%) من فئة الإناث، و(74%) من فئة الذكور وقد احتلت المرتبة الأولى، وتتوزع باقي النسب على الأماكن الأخرى أين تأتي الإقامة الجامعية في المرتبة الثانية حيث تفضل فئة الذكور استخدامها بالنسبة (7%) بينما فئة الإناث قدرت نسبتهم ب(15.06%) هو المكان المفضل عند فئة الإناث مقارنة بالفئة الذكور، ثم يأتي الأماكن الأخرى كل من الجامعة ومقهى الإنترنت، بنسب ضئيلة.

ومن هنا نستنتج أن المكان المفضل من قبل طلبة الماجستير عند استخدامهم لموقع الفاييس بوك

هو البيت

جدول رقم (14) يوضح لغة الحساب الشخصي لموقع الفايس بوك لأفراد العينة.

النسبة المئوية	التكرار الكلي	اناث		ذكور		الفئات المتغيرات
		النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
%50	50	%47	34	%59	16	لغة عربية
%46	46	%48	35	%41	11	لغة فرنسية
%04	04	%05	04	%00	00	لغة انجليزية
%100	100	%100	73	%100	27	المجموع

المصدر: اعداد الطالبين.

تحليل وتفسير الجدول:

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن نصف الباحثين قد استخدموا اللغة العربية عند فتحهم لحساب عبر موقع الفايس بوك، وذلك بنسبة قدرت ب(50%) وهو أمر مفرح خاصة وأن اللغة العربية هي لغة وطنية وبعد من أبعاد الهوية الثقافية التي تثبت تمسك الطلبة الجزائريين عموما وطلبة الماستر خصوصا بانتمائهم للوطن واعتزازهم بهويتهم و المحافظة عليها، وجاءت اللغة الفرنسية في المرتبة الثانية من حيث الاعتماد بنسبة (46%)، أما نسبة (04%) من الباحثين تعتمد على اللغة الانجليزية في حسابهم الشخصي عبر موقع الفايس بوك وهي أضعف نسبة وهذا شيء مؤسف، كونها تعتبر لغة العلم فمعظم البحوث الحديثة يتم نشرها باللغة الانجليزية وعدم اتقان الطالب لهذه اللغة يجعل بعيدا عن المستوى العالمي ولا يستطيع الاستفادة من البحوث التي تجرى في كل المجالات.

وعند قراءة النتائج على أساس متغير الجنس نلاحظ أن فئة الذكور أكثر ميلا في استخدام اللغة العربية في حسابهم الشخصي، قدرت نسبتهم ب (59%)، في حين كانت نسبتها عند الاناث

ب (47%) وهي نسب غير متفاوتة، كما نجد النسب متقاربة بين الجنسين في استخدام اللغة الفرنسية في حسابهم عبر موقع الفايس بوك.

وفي الأخير نستنتج أن هناك فروق غير متفاوتة بين جنس الذكور والاناث في نوع اللغة المستخدمة في حسابهم الشخصي.

جدول رقم (15) يوضح هويتك الشخصية في حسابك على موقع الفايس بوك.

النسبة المئوية	التكرار الكلي	اناث		ذكور		الفئات المتغيرات
		النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
38%	38	21%	15	85.18%	23	نعم
62%	62	79%	58	15%	04	لا
100%	100	100%	73	100%	27	المجموع

المصدر: اعداد الطالبتين.

تحليل وتفسير الجدول:

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن (62%) من المبحوثين لا يحمل حسابهم الشخصي على موقع الفيس بوك هويتهم الشخصية، وهذا ما يؤكد على أن استخدام موقع الفايس بوك من قبل الطلبة لا يزال محل عدم ثقة وليس محل للجدية كما يرجع الى رغبتهم في تقمص شخصية أخرى غير شخصيتهم الحقيقية من أجل تكوين علاقات غرامية مع الجنس الآخر فتكون لهم الحرية في التعبير دون قيود، تاليها نسبة (38%) من الطلبة المبحوثين أجاب "بنعم" يحمل حسابهم على موقع الفايس بوك هويتهم الشخصية وهي نسبة ضعيفة جدا مقارنة مع النسبة التي أجاب "لا" ويرجع سبب الكشف عن هويتهم الحقيقية في حسابهم الشخصي لتسهيل عملية ايجادهم وذلك من خلال ادراج أسمائهم والبحث عنهم بكل سهولة وكذلك من أجل ان يحظى بثقة المتفاعلين معهم.

وعند قراءة النتائج على أساس المتغير الجنس نلاحظ أن فئة الذكور هم أكثر فئة يحمل حسابهم على الفيس بوك هويتهم الشخصية من صور ومعلومات شخصية قدرت نسبتهم ب (85.18%)، تقابلها نسبة (21%) من فئة الاناث وتفسير ذلك راجع لحب الظهور بالشخصية الحقيقية والتعامل مع أشخاص حقيقيين وذلك من أجل كسب صداقات من نفس التخصص العلمي أو الاهتمامات المشتركة، من جهة أخرى نجد تفوق الاناث بنسبة (79%) لا يحمل حسابهم الشخصي هويتهم الشخصية وقد يرجع سبب اختيار الأسماء المستعارة من قبل الاناث الى تفادي المشكلات وعدم التعرض للإزعاج وكذا الخوف من القرصنة وتفادي التطفل على المعلومات الشخصية والحفاظ على الخصوصية.

وفي الأخير نستنتج أنه يوجد فرق كبير بين الذكور والاناث في استخدام هويتهم الحقيقية في حسابهم الشخصي عبر الموقع الفيس بوك.

جدول رقم (16) يوضح المجالات التي يحرص أفراد العينة متابعتها عبر موقع الفيس بوك.

النسبة المئوية	التكرار الكلي	اناث		ذكور		الفئات المتغيرات
		النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
44.73%	68	52%	57	26.19%	11	المجال العلمي والفكري
13.81%	21	9.09%	10	26.19%	11	المجال الاخباري والسياسي
8.55%	13	00%	00	31%	13	المجال الرياضي
26.97%	41	36.36%	40	2.38%	01	مجال الموضة
5.92%	9	03%	03	14.28%	06	أخرى تذكر
100%	152	100%	110	100%	42	المجموع

المصدر: اعداد الطالبتين.

تحليل وتفسير الجدول:

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن (44.73%) من المبحوثين يحرصون على متابعة المجال العلمي والفكري، يليها في المرتبة الثانية مجال الموضة بنسبة قدرت ب (26.97%)، ثم في المرتبة الثالثة كانت للمجال الاخباري والسياسي بنسبة قدرت ب (13.81%)، في حين يحرص على متابعة المجال الرياضي (8.55%)، و (05.92%) مبحوثا، ذكرو أن هناك مجالات اخرى يحرصون على متابعتها كالمجال الديني.

عند قراءة النتائج على أساس المتغير الجنس أكثر في المجال العلمي والفكري بنسبة قدرت ب (52%) تقابلها فئة الذكور بنسبة (26.19%) وهذا يدل على اهتمام الطالب الجامعي بمجال العلم والفكر والمعرفة وكل ما يتعلق بتطوير معارفهم وتنمية الفكر لديهم، كما نجد أن فئة الاناث أكثر فئة حرصا على متابعة مجال الموضة وهذا ما يؤكد عليه (36.36%)، وأن فئة الذكور أقل حرصا على متابعة هذا المجال وهذا ما يؤكد (2.38%) من المبحوثين، عكس المجال الاخباري والسياسي فنجد أن فئة الذكور كل ما هو سياسي، كما أخذ نسبة عالية في مجال متابعة المجال الرياضي بنسبة (31%) في حين تقابلها فئة الاناث بنسبة منعدمة (00%) وهذا راجع طبيعة الجنس بين الذكور يهتمون بكل ما هو رياضي من حركة و حماس، في حين نجد الجنس اللطيف لديه اهتمامات مختلفة عن جنس الذكور، ونستنتج من هنا أن هناك فرق واضح خاصة في متابعة مجال الموضة والمجال السياسي بين الجنسين، كما نلاحظ عزوف فئة الذكور عن متابعة المجال المتعلق بالموضة كما نجد نفس العزوف بنسبة لفئة الاناث في متابعتها للمجال الرياضي.

المبحث الثالث: الدوافع والاشباع المحققة من استخدام طلبة الماجستير لموقع الفاييس بوك.

جدول رقم (17) يوضح دوافع فتح أفراد العينة لحساب عبر موقع الفاييس بوك.

المتغيرات	التكرار	النسبة المئوية
التعرف على أصدقاء جدد	16	6.01%
لأكون على اتصال دائم بالأهل والأصدقاء	65	24.43%
التسلية والترفيه	55	20.67%
يساعدني على نسيان ضغوط الدراسة	06	2.25%
التعرف على آراء الآخرين في مختلف قضايا المجتمع	45	16.91%
استعماله في مجال الدراسة	43	16.16%
استخدامه في المراسلة كبديل للبريد الإلكتروني	29	10.90%
للحصول على الحافز الاجتماعي وتشجيع الآخرين	07	2.63%
المجموع	*266	100%

المصدر: اعداد الطالبتين.

تحليل وتفسير الجدول:

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن أغلبية المبحوثين يستخدمون موقع الفاييس بوك بدافع التواصل الدائم بالأهل والأصدقاء بالنسبة قدرت ب(24.75%)، تاليها في المرتبة الثانية التسلية والترفيه بنسبة (20.67%)، ثم التعرف على آراء الآخرين في مختلف قضايا المجتمع تأتي في المرتبة الثالثة بنسبة(16.91%)، في حين أن أجاب(43) مبحوثا بأن استعماله في المجال الدراسي هو ما يدفعهم لاستخدام موقع الفاييس بوك وذلك بنسبة(16.16%)، مقابل (29) مبحوثا كان دافعهم لاستخدام موقع الفاييس بوك واستعماله في المراسلة كبديل للبريد الإلكتروني، كما تشير نتائج الجدول

* مجموع التكرارات: 266 وهو أكثر من مفردات العينة لأن الطلبة المبحوثين قد اختاروا أكثر من بديل ضمن الاقتراحات المعروضة، ولإعطاء العمل أكثر مصداقية بم وضع النتائج كما وردت في الواقع.

أن(6.01%) من المبحوثين يستخدمون موقع الفيس بوك بدافع التعرف على أصدقاء جدد، في حين تحتل المرتبة ما قبل الأخير نسبة (2.63%) من المبحوثين يستخدمون موقع الفيس بوك بدافع الحصول على الحافز الاجتماعي وتشجيع الآخرين، ونلاحظ ان دافع نسيان ضغوط الدراسة كان آخر دافع بالنسبة للطلبة المبحوثين ممثلا نسبته(2.25%) وتأتي هذه النتائج لتبين لنا أن أغلبية الطلبة المبحوثين يستخدمون موقع الفيس بوك للتواصل مع الأهل والأصدقاء وهو ما يجعل هذا الموقع يأخذ حيزا كبيرا من اهتمام الطلبة وجعله وسيلة الاتصال المفضلة لديهم، وهذا نتيجة الخدمات المتنوعة التي يقدمها هذا الموقع، ونلاحظ أيضا بأن نتائج الجدول تؤكد لنا أن أغلبية المبحوثين كان دافعهم التسلية والترفيه وهذا ما يبرر أن الطالب الجامعي يعيش حالة من الضغط خاصة في فترة الامتحانات مما يجعله يستخدم هذا الموقع من أجل الترفيه عن نفسه، كما تؤكد نتائج أيضا أن هناك نسب متقاربة تماما بين دوافع الطلبة لاستخدام الفيس بوك في التعرف على الآخرين في مختلف القضايا وهذا يساعد الطالب علي تنمية قدراته الفكرية ومعرفة آراء الآخرين وتطوير قدراته التواصلية خاصة مع فئة الأساتذة، كما تأتي نفس النسبة (16.16%) لتوضح أن أغلبية المبحوثين يستخدمونه في المجال الدراسي ويساعدهم عند الاشتراك في مجموعات تختص بتقديم المعلومات والنصائح حيث يعتبر منبر للمناقشات ومشاركات الآراء والتثقيف، أما النسبة الضعيفة التي سجلت في هذه الدراسة فكانت بدافع نسيان ضغوط الدراسة.

جدول رقم (18) الاشباعات التي يلبسها موقع الفاييس بوك لأفراد العينة.

المتغيرات	التكرار	النسبة المئوية
اشباع الفضول والحصول على المعلومات	75	46.87%
تعلم لغات أجنبية	11	6.87%
تطور قدراتك التواصلية	34	21.25%
ربط علاقات صداقة	28	17.50%
ربط علاقات مع الجنس الآخر	05	3.12%
ايجاد حلول لمشاكلك الاجتماعية	07	4.37%
المجموع	*160	100%

المصدر: اعداد الطالبتين.

تحليل وتفسير الجدول:

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أغلبية المبحوثين يستخدمون الفاييس بوك من أجل اشباع الفضول والحصول على المعلومات بنسبة (46.87%)، تاليها تطوير القدرات التواصلية التي احتلت المرتبة الثانية بنسبة (21.25%) من المبحوثين، ثم ربط علاقات صداقة تأتي في المرتبة الثالثة بنسبة (17.50%) في حين أجاب (11) مبحوثا من مجموع (160) بأن الاشباع الذي يحققه له موقع الفاييس بوك هو تعلم لغات أجنبية، جاءت عند التواصل مع الأصدقاء أجنبيا وهذا ما تؤكدته النسبة (6.87%)، مقابل (07) من المبحوثين الذين أجابوا أن ايجاد حلول للمشاكل الاجتماعية هي من بين الاشباعات التي يحققها لهم موقع الفاييس بوك بنسبة (4.37%) كما احتلت في المرتبة الأخيرة بنسبة (3.12%) ربط علاقات مع الجنس الآخر بتكرار (05).

* مجموع التكرارات: 160 وهو أكثر من مفردات العينة لأن الطلبة المبحوثين قد اختاروا أكثر من بديل ضمن الاقتراحات المعروضة، ولإعطاء العمل أكثر مصداقية بم وضع النتائج كما وردت في الواقع.

وتؤكد نتائج الجدول أن موقع الفاييس بوك قد نجح في تلبية اشباع فضول والحصول على المعلومات لدى أغلب طلبة الماجستير خاصة وأن هذا الصنف من الطلبة مقبلين على مذكرات التخرج لذلك نجد أنا الأغلبية توجه نحو البحث عن المعلومات والكتب والمراجع، هذا ما توضحه اجابات أفراد العينة(75) بأن اشباع الفضول والحصول على المعلومات هي من أول اهتماماتهم كما نجد أن اشباع وتطوير قدرات التواصل هي من بين الاشباعات التي يليها الفيس بوك لطلبة الماجستير خاصة وأنه فضاء مفتوح على العالم فهو يساعد على تقارب الثقافات وتبادل المعلومات وتطوير مستوى اللغات الأجنبية لديهم .

جدول رقم(19) يوضح تصرف أفراد العينة حيال قبول طلبات صداقة من أشخاص غرباء.

النسبة المئوية	التكرار الكلي	اناث		ذكور		الفئات المتغيرات
		النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
%20	20	%12.32	9	%40.74	11	نعم
%80	80	%87.67	64	%59.25	16	لا
%100	100	%100	73	%100	27	المجموع

المصدر: اعداد الطالبتين

تحليل وتفسير الجدول:

تطور خدمة طلبات الصداقة من أهم الخدمات المميزة التي تتفق فيها العديد من مواقع التواصل الاجتماعي وموقع الفاييس بوك خصوصا حيث يمكن لأي مستخدم ارسال طلبات الصداقة الى عدد من الأشخاص الذين يعرفهم واقعيًا، أوالذين لا يعرفهم واقعيًا، أو الذين يعتقد أنهم يشاركونه نفس الاهتمامات وفي الجهة المقابلة يتلقى مستخدمو هذه المواقع طلبات الصداقة من أشخاص قد يعرفهم أو أشخاص لا يعرفهم.

حيث تشير نتائج دراستنا من خلال معطيات الجدول أعلاه أن (80%) من المبحوثين لا يقبلون طلب صداقة من أشخاص غرباء، في حين نجد أن (20%) من المبحوثين يقبلون طلب صداقة من أشخاص غرباء، وعند قراءة النتائج على أساس متغير الجنس يتضح لنا نسبة الذكور الذين يقبلون طلب الصداقة من أشخاص غرباء هي (40.74%) وهي أعلى من نسبة الإناث التي قدرت ب(12.32%)، أرجعوا عدم قبول لطلبات الصداقة من أشخاص غرباء الى الحذر في تعاملهم في مواقع التواصل الافتراضي وكذلك حفاظا على خصوصياتهم والخوف من القرصنة وهذا عكس الذكور حيث أنهم يتعاملون بكل حرية وهذا ما فسرناه في كشف هويتهم الشخصية عكس فئة الإناث.

جدول رقم(20) يوضح دوافع موافقة أفراد العينة على طلبات صداقة من أشخاص غرباء.

المتغيرات	التكرار	النسبة
التعرف على أشخاص جدد	10	43.47%
التسلية وتمضية الوقت	02	8.69%
توسيع معارفك	11	47.82%
المجموع	23	100%

المصدر: اعداد الطالبتين.

تحليل وتفسير الجداول:

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن نسبة من المبحوثين يوافقون على طلب الصداقة من أشخاص غرباء من أجل توسيع معارفهم وتبادل الاخبار في حين أن (43.47%) من المبحوثين كان التعرف على أشخاص جدد سبب لقبولهم طلبات الصداقة من الغرباء، وأقر(8.69%) من المبحوثين أنهم يقبلون طلب صداقة من الغرباء على موقع الفاييس بوك من أجل التسلية وتمضية الوقت، وتؤكد هذه النتائج ما توصلنا اليه في الجدول رقم(18) أن أغلب المبحوثين يستخدمون موقع الفاييس بوك

من أجل الحصول على المعلومات وكذلك تطوير قدراتهم التواصلية لذلك يقبل طلب الصداقة من أشخاص غرباء لتطوير معارفهم ومعلوماتهم، أما الذين يقبلون طلبات الصداقة من أجل التعرف على أشخاص آخرين كانت نسبته (43.47%).

وفي الأخير نستنتج أن دوافع طلبه الماستر من قبول طلبات الصداقة من أشخاص غرباء كان بدافع توسيع معارفهم وتبادل المعلومات بين مختلف الأصدقاء.

جدول رقم (21) يوضح شعور أفراد العينة في حالة غيابهم عن تصفح موقع الفايس بوك.

النسبة المئوية	التكرار الكلي	اناث		ذكور		الفئات المتغيرات
		نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	
04%	04	2.73%	02	7.40%	02	القلق والاضطراب
43%	43	43.83%	32	40.74%	11	الفراغ
53%	53	53.42%	39	51.85%	14	لا يشعر بشيء
00%	00	00%	00	00%	00	أخرى تذكر
100%	100	100%	73	100%	27	المجموع

المصدر: اعداد الطالبتين.

تحليل وتفسير الجدول:

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن أغلبية الباحثين لا يشعرون بشيء في حالة غيابهم عن تصفح موقع الفايس بوك لفترة بالنسبة (53%)، في حين يشعر (43%) بفراغ وهذا يدل أن العديد من المستخدمين من الطلبة وقعوا ضحايا الادمان الذي يجعل المستخدم أنه يفقد شيئاً ما، في حالة عدم دخوله للموقع والتفكير المفرط في موقع الفايس بوك وهو يعتبر مؤشراً من مؤشرات الادمان على هذا الموقع، كما تشير نتائج الدراسة بأن (04%) من الباحثين بأنهم يشعرون بالقلق والاضطراب عند

غيابهم عن الموقع وهي أضعف نسبة مقارنة بالنسب السابقة لكن على رغم ضعف النسبة إلا أنه يعبر عن نجاح هذا الموقع في التأثير على نفسية الطلبة وهي حالة يحذر منها العديد من الباحثين والاحصائيين لما لها تأثيرات سلبية على سلوك الأفراد.

وعند قراءة النتائج على أساس متغير الجنس يتضح لنا أن أغلبية الإناث والذكور لا يحسون بشيء في حال غيابه عن الموقع وذلك بنسبة (51.85%) بالنسبة للذكور، يقابلها (53%) بالنسبة للإناث، وهو شيء مفرح جدا خاصة وأن المبحوثين واعين ويدركون أنها مجرد وسيلة ويجب أن يكون إيجابي في التعامل مع وسائل الاتصال وخاصة مواقع التواصل الافتراضية، في حين نلاحظ أن كلا الجنسين نسبتهم متقاربة في احساسهم بالفراغ في حال غيابه عن الموقع، كما نلاحظ أن (7.40%) من الذكور يشعرون بالقلق والاضطراب في حال غيابهم عن الموقع مقابلها (2.73%) من فئة الإناث.

نستنتج أن هناك فروق بين الذكور والإناث في تعاملهم مع موقع الفاييس بوك ولكن ليس بنسب كبيرة وإنما بنسب ضئيلة وهذا راجع ربما لوعي الطالب الجامعي وإدراكه لذلك لم يشعر بشيء في حالة عدم تصفحه لموقع الفاييس بوك لفترة طويلة.

المبحث الرابع: تأثيرات استخدام موقع الفايس بوك على اللغة العربية لدى طلبة الماستر.

جدول رقم (22) يوضح تراتيب عناصر الهوية الثقافية من (1 الى 5) حسب أهميتها بنسبة لأفراد العينة.

المتغيرات	ذكور					اناث					الصفات	
	1 _ر	2 _ر	3 _ر	4 _ر	5 _ر	1 _ر	2 _ر	3 _ر	4 _ر	5 _ر		
الدين الاسلامي	24	02	01	00	00	65	04	03	00	01	481	01
اللغة العربية	03	16	07	01	00	05	55	08	04	02	369	02
اللغة الأمازيغية	00	01	01	00	25	00	01	02	01	05	13	05
التاريخ الوطني	00	05	09	12	00	02	07	36	28	00	193	03
العادات والتقاليد	00	03	09	14	02	01	06	24	40	02	140	04
المجموع	27	27	27	27	27	73	73	73	73	73	1196	%100

المصدر: اعداد الطالبتين.

تحليل وتفسير الجدول:

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن أهم عنصر من عناصر الهوية الثقافية لدى طلبة الماستر، نجد في المرتبة الأولى الدين الاسلامي وذلك بنسبة (40.28%) وهذه النسبة متوقعة ومفرحة في نفس

الوقت وتدل هذه النسبة على اعتزاز الطالب الجامعي بدينه، فالدين هو من أهم العناصر المشكلة للهوية الثقافية، خاصة ونحن نعيش عصر التكنولوجيا وانتشار وسائل الاتصال الجماهيري التي تعمل على بث مختلف المواضيع والبرامج التي تعمل على تراجع الدين الأفراد، كما تصدر الدين الاسلامي المرتبة الأولى لدى فئة الذكور والاناث، حيث سجلنا نسبة (40.43%) لدى المبحوثين الذكور، ونسبة لدى الاناث وهي نسب متساوية، كما سجلت الدراسة أن عنصر اللغة العربية أهم عنصر من عناصر الهوية الثقافية لدى الطالب الجامعي في المرتبة الثانية وذلك بنسبة (30.85%) من المبحوثين، وتعد اللغة العربية من اللغات السامية والراقية التي تعمل على خلق نمط من التفاعل بين أفراد المجتمع وفي لغة العلم واللغة الوطنية والرسمية وتعتبر علامة مميزة للهوية الثقافية، كما تصدرت اللغة العربية المرتبة الثانية لدى فئة الذكور وفئة الاناث حيث سجلنا نسبة (30.86%) لدى المبحوثين الذكور، ونسبة (30.84%) من الاناث وهي نسب متساوية تقريبا، كما سجلت الدراسة أن عنصر التاريخ الوطني جاء في المرتبة الثالثة وذلك بنسبة (15.62%)، ويعد التاريخ الوطني من أهم مكونات الهوية الثقافية فهو تاريخ الأمة كما هو تاريخ الدين، ووعاء الذكريات الحافظة لخلود الأمة عبر الزمان والمكان، حيث تصدر التاريخ الوطني نسبة (14.50%) لدى فئة الذكور، تقابلها نسبة (16.74%) بنسبة للإناث، وفي نسب غير متباعدة كثيرا لكن تفوقت نسبة الإناث باعتبار عنصر التاريخ الوطني كأهم عنصر من عناصر الهوية الثقافية، كما سجلت نتائج الدراسة أيضا أن عنصر العادات والتقاليد في المرتبة الرابعة بالنسبة (11.80%) وهذا ما يوضحه فئة الذكور حيث جاءت نسبتهم (12.03%) تقابلها نسبة الاناث ب (11.58%)، أما المرتبة الأخيرة كانت بالنسبة لعنصر اللغة الأمازيغية حيث سجلت الدراسة أضعف نسبة وهي (1.42%) وهذا راجع لكون مجتمع بحثنا من الطلاب هم من العرب وليس من القبائل لذلك لا يولون أهمية للغة الأمازيغية.

وفي الأخير نستنتج أن عنصر الدين يعتبر أحد المقومات التي تتشكل بها الهوية الثقافية وهذا ما أثبتته نتائج الدراسة.

جدول رقم (23) يوضح نوع الكتابة التي يعتمدها أفراد العينة في منشوراتهم.

المتغيرات	التكرار	النسبة المئوية
الكتابة بالحروف	14	14%
وضع أيقونات فقط	05	05%
المرج بين الحروف والأيقونات	81	81%
المجموع	100	100%

المصدر: اعداد الطالبتين.

تحليل وتفسير الجداول:

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن أغلبية طلبة الماجستير يميلون الى استخدام الكتابة والصور معا في منشوراتهم وذلك من أجل التعبير عن آراءهم وأفكارهم خاصة وأن هناك تكامل حاصل بين هاتين الوسيلتين في التعبير عن الأفكار وتوصيلها الى بقية الأصدقاء وهذا ما أكدته (81%) من الطلبة، وجاءت الكتابة بالحروف فقط في المرتبة الثانية بالنسبة (14%) وما يفسر هذه النتيجة كون الطلبة يفضلون الكتابة بالحروف دون استخدام صور مكملة لما يريدون التعبير عنه خاصة عند محادثاتهم الرسمية أو وضع اعلانات جادة تستخدم الصور التعبيرية فيها، في حين احتلت الايقونات فقط المرتبة الأخيرة وذلك بنسبة (5%)

ويمكن تفسير هذه النسبة حيث يفضل المبحوثين من طلبة الماجستير استخدام الأيقونات دون اعتمادها على الكتابة بالحروف، لأن الأيقونات كثير من الأحيان تعبر تعبيرا حقيقيا عن مشاعرنا وما نريد قوله أكثر من الكلمات التي تحتوي على الحروف.

جدول رقم (24) يوضح لغة كتابة أفراد العينة عبر موقع الفايس بوك.

المزج بين اللغات		اللغة الانجليزية		اللغة الفرنسية		اللغة العربية الفصحى		الإجابة
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
%21	21	%32	32	%35	35	%37	37	أحيانا
%25	25	%04	04	%14	14	%23	23	غالبا
%16	16	%01	01	%05	05	%28	28	دائما
%38	38	%16	16	%46	46	%12	12	بدون اجابة
%100	100	%100	100	%100	100	%100	100	المجموع

المصدر: اعداد الطالبتين.

تحليل وتفسير الجدول:

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن أغلبية الباحثين يستخدمون اللغة العربية الفصحى في كتاباتهم عبر موقع الفايس بوك بصفة "أحيانا" وجاءت بتكرار (37) أي بنسبة قدرات ب(37%)، تليها صفة "دائما" في الترتيب الثاني جاءت بتكرار (28) أي بنسبة (28%)، في حين جاءت صفة غالبا بتكرار (23%)، أما النسبة المتبقية والتي قدرت ب(12%) فلم يجيب الباحثين عنها وهذا يفسر أنهم لا يستخدمون اللغة العربية في كتاباتهم عبر موقع الفايس بوك، في حين نلاحظ أن أغلبية الباحثين يستخدمون اللغة الفرنسية في كتاباتهم عبر موقع الفايس بوك بصفة "أحيانا" وجاءت بتكرار (35) أي بنسبة قدرت ب(35%) من الباحثين يستخدمون هذه اللغة أحيانا، تليها صفة "غالبا" الترتيب الثاني جاءت بتكرار (14%)، في حين أجاب (5) مفردات بنسبة (5%) أنهم يستخدمون اللغة الفرنسية دائما أما بقية الباحثين من الطلبة والذي قدرت نسبتهم ب(46%) لم يجيب عن هذا الاقتراح، كما نلاحظ أن (32%) من المبشرين يفضلون استخدام المسجد بين اللغات في كتاباتهم وذلك بصفه احيانا بنسبة قدرت ب(32%) وتليها صفت "غالبا" بالنسبة قدرت ب(25%) في حين جاءت بصفة "دائما" بتكرار (16) أي بنسبة (16%) أما بقية الباحثين فضلوا عدم التصريح بأرائهم (38%).

من خلال قراءة الأرقام المسجلة أعلاه يتبين لنا أن أغلبية طلبة الماجستير يستخدمون اللغة العربية الفصحى في محادثاتهم وفي كتاباتهم، وهذا ما يفسر اعتزاز الطلبة بلغتهم مما أدى الى ارتفاع مستوى اللغة العربية عند طلبة الماجستير وتفضيلهم اللغة العربية في تواصلهم يساعدهم في الرفع من مستوى التحصيل العلمي لديهم، اللغة العربية هي الوعاء الذي يحتوي العلوم ويحتفظ بها، وفي الأخير نستنتج أن طلبة الماجستير يستخدمون اللغة العربية في محادثاتهم وكتاباتهم أحيانا كما يستخدمون أيضا المزج بين اللغات خاصة عندما يتواصلون مع أصدقاء افتراضيين من مختلف الدول والثقافات لذلك فإنهم يستخدم المزج بين اللغات يساعدهم في توصيل أفكارهم والتعبير عنها بكل حرية.

جدول رقم (25) يوضح توزيع أفراد العينة التي تكتب باللغة العربية الفصحى عبر موقع الفيس بوك.

المتغيرات	التكرار	النسبة المئوية
فئة الأساتذة	35	39.77%
فئة الزملاء	34	38.63%
فئة الأصدقاء من دول عربية	11	12.50%
أخرى تذكر	08	09.09%
المجموع	*88	100%

المصدر: اعداد الطالبتين.

تحليل وتفسير الجدول:

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن (39.77%) من مجموع طلبة الماجستير الخاضعين للدراسة أجابوا أنهم يستخدمون اللغة العربية الفصحى في كتاباتهم مع فئة الأساتذة، أما (38.63%) منهم فقد أجاب بأنهم يستخدمونها أكثر مع فئة الزملاء، في حين أن (12.50%) من الطلبة أكدوا أنهم يستخدمون اللغة العربية الفصحى مع فئة الأصدقاء الافتراضيين من دول عربية أخرى، أما النسبة المتبقية فقد اختار اجابات أخرى وهذا ما أكدته نسبة (9.09%) من المبحوثين.

*مجموع التكرارات: 88 وهو مجموع المبحوثين الخاضعين للدراسة الذين اختاروا استخدام اللغة العربية الفصحى.

من خلال قراءة الأرقام المسجلة أعلاه يتضح لنا أن أغلبية الباحثين من طلبة الماجستير يفضلون الكتابة باللغة العربية الفصحى مع فئة الأساتذة، وهذا ما تؤكدته نسبة (39.77%) من مجموع الباحثين، وهذا راجع الى أن اللغة العربية الفصحى لغة العلم والمعرفة فمن المنطق استخدامها في مجال العلم والتعلم وهذا ما أثبتته دراستنا، أما في المرتبة ثانية فنجد أن الطلبة الباحثين فضلوا استخدام اللغة العربية الفصحى مع فئة الزملاء بنسبة (38.63%) وتفسر ذلك يرجع لكون الطالب الجامعي محافظ على الاطار الرسمي في التعامل خاصة في مجال الدراسة وهذا يساعد على استمرارية اللغة لديه وعدم تلاشيها، أما المرتبة الثالثة فكانت مع فئة الأصدقاء الافتراضيين من دول عربية بنسبة (12.50%) وهذا ما يفسر أن موقع الفايس بوك فضاء مفتوح وغير محدود يجمع بين مختلف الثقافات واللغات.

جدول رقم (26) يوضح سبب اعتماد أفراد العينة على استخدام اللغة العربية الفصحى في كتاباتهم عبر موقع الفايس بوك.

المتغيرات	التكرار	النسبة المئوية
لأنك تتقنها	11	12.50%
لأنها اللغة الوطنية	39	44.31%
لأنك تعودت على استخدامها	34	38.63%
أخرى تذكر	04	04.54%
المجموع	88	100%

المصدر: اعداد الطالبتين.

تحليل وتفسير الجدول:

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن (44.31%) من مجموع طلبة الماجستير الخاضعين للدراسة أجابوا أن سبب استخدام اللغة العربية الفصحى راجع الى أنها اللغة الوطنية والرسمية لهم، أما (38.63%) من الباحثين أجابوا أن سبب يعود لكونهم تعودوا على استخدامها، في حين أن (12.50%) من الطلبة الباحثين كان سبب اعتمادهم على اللغة العربية الفصحى في كتاباتهم يعود الى

أنهم يتقنوها من بين اللغات الموجودة، هذا ما جعلهم يستخدمونها، أما باقي الباحثين فأجابوا اجابات أخرى تبرر سبب اعتمادهم على اللغة العربية فقدرت نسبتهم ب(4.54%)

من خلال قراءة الأرقام المسجلة أعلاه يتضح لنا أن أغلبية الطلبة الباحثين استخدموا اللغة العربية في كتاباتهم ومحادثاتهم لأنها اللغة الوطنية وهذا دليل على تمسكهم بهويتهم الثقافية واعتزازهم بوطنيتهم، ودينهم أما من تعود على استخدامها فتفسير ذلك يعود الى كثرة الاستخدام الدائم مع فئة الزملاء والأساتذة أثر على الطالب فجعله يتعود على استخدامها حتى مع الأهل وخارج المحيط الدراسي.

نستنتج من هنا أن طلبة الماستر متمسكين بهويتهم الثقافية ودليل ذلك استخدامهم للغة العربية الفصحى وطني في محادثاتهم ومنشوراتهم وحتى تعليقاتهم وذلك يعود بالدرجة الأولى لأنها اللغة الوطنية و الرسمية.

جدول رقم (27) يوضح سبب عدم اعتماد أفراد العينة على اللغة العربية الفصحى في كتاباتهم عبر موقع الفايس بوك.

المتغيرات	التكرار	النسبة مئوية
لأنني لا أتقنها	01	8.33%
لأن أصدقائي لا يتعاملون بها	05	41.66%
لأن الكتابة بالحروف الأجنبية أسرع	06	50%
المجموع	*12	100%

المصدر: اعداد الطالبين.

تحليل وتفسير الجدول:

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن(41.66%) من مجموع (12) مبحوثا من طلبة الماستر الخاضعين للدراسة، أنهم لا يكتبون باللغة العربية الفصحى على حسابهم وذلك لأن أصدقائهم لا

* مجموع التكرارات: 12 وهو مجموع المبحوثين الخاضعين للدراسة الذين لا يستخدمون اللغة العربية الفصحى.

يتعاملون بها، أما(50%) من الطلبة المبحوثين كان سبب عدم كتابتهم باللغة العربية على حسابهم راجع الى أن الكتابة بالحروف الأجنبية أسرع، وهذا ما يفسر بأن الحروف الأجنبية سهلة اختزال الكلمات مما جعلها تستخدم بكثرة من قبل الطلبة خاصة .

نستنتج أن طلبة الماجستير لا يستخدمون اللغة العربية الفصحى في محادثاتهم لأن أغلب من يتواصلون معهم عبر موقع الفاييس بوك لا يتعاملون بها.

جدول رقم (28) يوضح الأثر الذي أحدثته اللغة التي يستخدمها أفراد العينة على لغة تواصلهم اليومي.

المتغيرات	التكرار	النسبة المئوية
نعم	22	22%
لا	78	78%
المجموع	100	100%

المصدر: اعداد الطالبتين.

تحليل وتفسير الجدول:

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن أغلبية الطلب المبحوثين أجابوا بأن اللغة التي يتعاملون بها في موقع الفيس بوك لا تؤثر على لغة تواصلهم اليومي بنسبة (78%) مبحوثا من مجموع (100) مبحوث، أما(22%) منهم فقد أجابوا أن اللغة التي يتعاملون بها في موقع الفاييس بوك اثرت على لغة تواصلهم اليومية.

من خلال قراءة الأرقام المسجلة جدول أعلاه يتضح لنا أنها(78%) من المبحوثين لم تؤثر اللغة المستخدمة من قبلهم على لغة تواصلهم اليومي وهو ما يفسر أن طلبة الماجستير من المبحوثين لم يؤثر عليهم تصفح موقع الفاييس بوك بشكل سلبي هذا ما ساهم في محافظتهم على هويتهم الثقافية وتمسكين بها.

"وبنتائج مقارنة لدراستنا توصلت الباحثة "بييمون كلثوم" في دراستها الي أن 58.18% من فئة الباحثين تؤكد عدم تأثير اللغة المتداولة على لغة التواصل، في حين تؤكد نسبة 41.81% على تأثير اللغة المتداولة عبر الفاييس بوك على لغة التواصل اليومية وهذه النتيجة تؤكد أن غياب الإدراك يؤثر على اللغة كعنصر أساسي للتعبير عن كينونة الهوية." (بييمون، 2016، ص، 21)

كما تؤكد لنا نتائج الدراسة أن(88) من الباحثين يستخدمون اللغة العربية الفصحى دون غيرها من اللغات الأجنبية الأخرى، في حين من أثرت عليهم اللغة التي يتعاملون بها عبر موقع الفاييس بوك قدرت نسبتهم ب (22%) ويرجع ذلك بسبب التصفح الكبير لموقع الفاييس بوك مما جعلهم يتأثرون بشكل كبير حتى على مستوى اللغة فأصبحوا يستخدمونها ممزوجة باللغات الأجنبية ويستخدمون مصطلحات لا يفهمها الا من يمتلك حساب عبر مواقع التواصل الاجتماعي مثل , cc lol كلها مصطلحات أثرت على أغلب الباحثين وأصبح يستخدمونها في حياتهم اليومية، خاصة وأن الكلمة المستخدمة مختصرة وسريعة الايقاع مما جعلهم يستخدمونها لضيق الوقت خاصة ونحن نعيش عصر السرعة.

جدول رقم (29) يوضح عبارات الفيس بوك التي يستخدمها أفراد العينة في أحاديثهم اليومية.

النسبة المئوية	تكرار	العبارات
18.18%	04	مرحبا
36.36%	08	سلام كيف الحال
4.54%	01	شكرا
9.09%	02	ما شاء الله
13.63%	03	lol
9.09%	02	Bon jour .bon nuit
9.09%	02	Salut ca va??
100%	*22	المجموع

*مجموع التكرارات: 22 وهو مجموع الباحثين الخاضعين للدراسة الذين أثرت عليهم اللغة المستخدمة عبر موقع الفيس بوك على لغة تواصلهم اليومي.

المصدر: اعداد الطالبتين.

تحليل وتفسير الجدول:

تبين النتائج الكمية المسجلة في الجدول أعلاه جملة من العبارات المتداولة عبر موقع الفايس بوك التي يستخدمها المبحوثين في أحاديثهم اليومية، حيث أكد (22%) من المبحوثين أن اللغة التي يتعاملون بها في موقع الفايس بوك أثرت على لغة تواصلهم اليومية، هذا ما أوضحته نتائج الدراسة، فنجد (36.36%) من المبحوثين يستخدمون عبارة "سلام عليكم كيف الحال" في أحاديثهم اليومية، كما سجلت نتائج الدراسة (18.18%) يستخدمون كلمة "مرحبا"، في حين نجد (13.63%) من المبحوثين يستخدمون كلمة "lol" اختزال لكلمة أجنبية تعني الضحك

كما صرحت نسبة من المبحوثين قدرت ب (9.09%) تستخدم عبارة "ما شاء الله"، وفي نفس النسبة تستعمل كذلك عبارات باللغات الأجنبية مثل salute çava , bon jour, bon nuit.

وفي الأخير نستنتج أن التأثير الذي حدث على مستوى لغة التواصل اليومي لدى الطلبة المبحوثين كان مقتصرًا فقط على العبارات التي تستخدم أثناء لقاء التحية وكانت باللغة العربية الفصحى أحيانا وبلغات أجنبية أحيانا أخرى.

جدول رقم (30) يوضح تأثير اللغة المستخدمة في موقع الفايس بوك على الهوية الثقافية لأفراد العينة.

المتغيرات	التكرار	النسبة المئوية
سلي	09	09%
إيجابي	46	46%
سلي أحيانا وإيجابي أحيانا	45	45%
المجموع	100	100%

المصدر: اعداد الطالبتين.

تحليل وتفسير الجدول:

من خلال ملاحظتنا لنتائج الكمية للجدول أعلاه يتبين لنا أن أغلب المبحوثين من طلبة الماجستير يرون أن تأثير اللغة المستخدمة في موقع الفايس بوك على هويتهم الثقافية العربية كانت ايجابية وقدرت نسبتهم ب(46%)، بينما الذين رأوا أن اللغة المستخدمة أثرت على هويتهم الثقافية بشكل سلبي أحيانا وإيجابي أحيانا كانت نسبتهم حوالي(45%)، في حين من أجاب أنها تأثر عليهم بشكل سلبي قدرت نسبتهم ب (9%).

من خلال قراءة الأرقام المسجلة أعلاه يتضح لنا(46%) من المبحوثين أجابوا أن تأثير اللغة المستخدمة عبر موقع الفايس بوك ايجابية بنسبة لهم ويمكن تفسير هذه النتيجة بأن اللغة المستخدمة ساهمت في تعزيز روح الانتماء للوطن لديهم كما أنها ساهمت في المحافظة على ثقافتهم ونشرها، كما تصدرت في المرتبة الثانية درجة التأثير بشكل سلبي أحيانا وإيجابي أحيانا بنسبة قدرت ب (45%) وهي نسب متقاربة جدا، يمكن تفسير هذه النتيجة كون أن اللغة المستخدمة أثر بشكل إيجابي أحيانا خاصة عند استخدامها للتواصل اليومي تؤدي الى تطوير الجانب اللغوي لدي الطالب و تساعده على المحافظة على اللغة الأم وعدم نسيانها وتكون سلبية أحيانا عند مزجها بالغات فتصبح تهديدا للغة الأم

وفي الأخير نستنتج أن هناك تقارب كبير في درجة التأثير بين من اعتبرها أنها تؤثر بشكل إيجابي على هويتهم الثقافية العربية وبين من اعتبرها أنها تؤثر بشكل سلبي أحيانا وإيجابي أحيانا أخرى.

جدول رقم (31) يوضح التأثير السلبي للغة المستخدمة عبر موقع الفايس بوك لأفراد العينة.

انخفاض روح الانتماء للوطن		التهاون بشأن العادات والتقاليد		ضعف اللغة ونسيانها تدريجيا		درجة التأثير
نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	
%33.33	03	%33.33	03	%33.33	03	لم يأت
%33.33	03	%33.33	03	%22.22	02	أثرت قليلا
%33.33	03	%33.33	03	%44.44	04	أثرت كثيرا
%100	09	%100	09	%100	09	المجموع

المصدر: اعداد الطالبتين.

تحليل وتفسير الجدول:

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن أغلب المبحوثين أجابوا التأثير السلبي للغة للمستخدم عبر موقع الفايس بوك بشكل كبير جدا وهذا ما يؤكد نسبة (44.44%)، من مجموع (09) مبحوث أجريت عليهم الدراسة، أدى هذا التأثير الى ضعف اللغة ونسيانها تدريجيا، في حين أتت في المرتبة الثانية التعاون بشأن العادات والتقاليد لم تأثر بشكل سلبي على هويتهم الثقافية، كما بينت نتائج الدراسة أن (22.22%) من المبحوثين الذين أجابوا أنها أثرت بشكل قليل على ضعف اللغة ونسيانها، كما جاءت نتائج الدراسة أن (33%) من المبحوثين أجابوا أن التأثير السلبي للغة المستخدمة كانت نتائجه متساوية في درجة التأثير، فإنها لم تؤثر على العادات والتقاليد، وأثرت قليل بنسبة (33.33%)، في حين يرى (33.33%) من المبحوثين أن التأثير كان سلبي بشكل كبير حول انخفاض روح الانتماء للوطن.

وفي الأخير نستنتج من خلال الأرقام المسجلة في الجدول أعلاه أن درجة التأثير يعود بالدرجة الأولى على نسيان اللغة تدريجيا وضعفها والابتعاد عن استخدامها واستبدالها بلغات أخرى هجينة من خلال ادخال مصطلحات بعيدة عن اللغة الأصلية مما أدى الى تشويهها.

جدول رقم (32) يوضح التأثير الايجابي للغة المستخدمة عبر موقع الفيس بوك لأفراد العينة.

تعزيز روح الانتماء		التمسك بالعادات والتقاليد		الحفاظ على اللغة العربية		درجة التأثير
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
%30.43	14	%41.30	19	%21.73	10	لم تأثر
%34.78	16	%45.65	21	%17.39	08	أثرت قليلا
%34.78	16	%13.04	06	%60.86	28	أثرت كثيرا
%100	46	%100	46	%100	46	المجموع

المصدر: اعداد الطالبتين.

تحليل وتفسير الجدول:

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أغلبية المبحوثين أجابوا أن التأثير الايجابي كان بشكل كبير ويظهر ذلك في الحفاظ على اللغة والتمسك بها ونشرها عبر الفضاء الأزرق بنسبة قدرت ب(60.86%)، كما سجلت نتائج الدراسة أن أغلبية المبحوثين أكدوا من خلال اجاباتهم أن تأثير اللغة كان تأثيره قليلا في الحفاظ على التمسك بالعادات والتقاليد، بينما أكد نسبة(34.78%) من المبحوثين بأن التأثير كان ايجابيا بشكل كبير في تعزيز روح الانتماء للوطن من خلال استخدام اللغة عبر موقع الفيس بوك.

من خلال قراءة الأرقام المسجلة أعلاه يتضح لنا أن أغلبية المبحوثين أكدت اجابتهم بأن التأثير الايجابي كان بشكل كبير في الحفاظ على اللغة العربية وهذا ما يبرز بأنها بعد من أبعاد الهوية الثقافية التي أثبت الطالب الجامعي عموما وطالبة الماستر تمسكهم واعتزازهم بها، كما جاءت في المرتبة الثانية نسبة(34.78%) وأكد المبحوثين أن التأثير الايجابي كان كبيرا من أجل تعزيز روح الانتماء للطالب الجامعي ومنه نستنتج أن اللغة المستخدمة في الفيس بوك ساهمت بشكل كبير جدا في

المحافظة على اللغة العربية الفصحى خاصة أثناء المحادثات أو حتى تعليقات وهذا ما أدى الى تعزيز روح الانتماء للوطن وكذلك التمسك بالعادات وتقاليد مجتمعنا

المبحث الخامس: تأثيرات استخدام موقع الفيس بوك على العادات والتقاليد لدى طلبة الماجستير.

جدول رقم(33) يوضح توزيع أفراد العينة المشتركة في صفحات تعنى بالعادات والتقاليد.

المتغيرات	التكرار	النسبة المئوية
نعم	59	59%
لا	41	41%
المجموع	100	100%

المصدر: اعداد الطالبتين.

تحليل وتفسير الجداول:

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن (59) مبحوثا من مجموع(100) مبحوث بنسبة (59%) يشتركون في صفحات ومجموعات تعنى بالعادات والتقاليد، في حين أن(41)مبحوثا من مجموع (100) مبحوث بنسبة (41%) لا يشتركون في صفحات ومجموعات تعنى بالعادات والتقاليد.

من خلال قراءة الأرقام المسجلة أعلاه يتضح لنا أن أكثر من نصف المبحوثين يشتركون في مجموعات تعنى بالعادات والتقاليد بنسبة (59%) وهي نسبة مقبولة إذ أن الطلبة على اختلاف توجهاتهم وآرائهم وميولاتهم يرون أن موضوع العادات والتقاليد من اهتماماتهم، من خلال موقع الفيس بوك الذي يعتبر فضاء مفتوح يستطيع أن ينشر ثقافته لكي يروجها الى أصدقائه ويعرفهم بمختلف عاداتنا وتقاليدنا.

جدول رقم (34) يوضح دور نشر مواضيع تتعلق بالعادات والتقاليد على موقع الفيس بوك في المحافظة على الهوية الثقافية لأفراد العينة.

المتغيرات	التكرار	النسبة المئوية
أساسيا	26	%44.06
مكملا	30	%50.84
ليس له دور	03	%05.08
المجموع	*59	%100

المصدر: اعداد الطالبتين.

تحليل وتفسير الجدول:

من خلال الجدول أعلاه عن نلاحظ أن (26) مبحوثا من مجموع (59) مبحوثا بنسبة (%44.06) أجابوا أن نشر مواضيع تتعلق بالعادات وتقاليد عبر موقع الفيس بوك هو أساسيا للمحافظة على الهوية الثقافية، في حين أجاب (30) مبحوثا بنسبة (%50.84) أنه مكملا للمحافظة على الهوية الثقافية، بينما صرح (%5.08) أن نشر مواضيع متعلقة بالعادات والتقاليد عبر موقع الفيس بوك ليس له دورا.

من خلال قراءة الأرقام المسجلة أعلاه يتضح لنا أن نصف المبحوثين من طلبة الماجستير أجابوا بأن نشر مواضيع متعلقة بالعادات والتقاليد هو شيء مكمل للمحافظة على الهوية الثقافية وهذا ما يفسر ما وصلت اليه النتائج السابقة حول اللغة العربية في المحافظة على الهوية الثقافية، كما تفسر أن نشر مواضيع لها علاقه بثقافتنا هي تكمل أبعاد الهوية الثقافية الأخرى كالدين الاسلامي والتاريخ الوطني واللغة العربية، في حين جاءت في المرتبة الثانية من أجاب ان لها دور اساسي في المحافظة على

*مجموع التكرارات: 59 مجموع المبحوثين من الطلبة الخاضعين للدراسة الذين يشتركون في مجموعات تعنى بالعادات والتقاليد.

الهوية الثقافية، حيث تعتبر العادات والتقاليد النسيج الذي يربط الأفراد ببعضهم البعض وذلك من أجل تحقيق اهدافهم.

وفي الأخير نستنتج أن أغلبية المبحوثين أجابوا أن نشر المواضيع تعنى بالعادات والتقاليد عبر موقع الفايس بوك لها دور مكمل وأساسي في المحافظة على الهوية الثقافية بالنسب متقاربة جدا. جدول رقم (35) يوضح رأي أفراد العينة حول ما يعرض من مواضيع وصور تنشر على موقع الفيس بوك ومدى توافقها مع العادات والتقاليد.

المتغيرات	التكرار	النسبة المئوية
نعم	18	30.50%
لا	41	69.49%
المجموع	59	100%

المصدر: اعداد الطالبتين.

تحليل وتفسير الجدول:

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن (30.50%) من الطلبة المبحوثين يوافقون على ما يعرض عبر موقع الفايس بوك من مواضيع وصور ويعتبرونها تتوافق مع عاداتنا وتقاليدنا السائدة، في حين نجد أن (69.49%) لا يوافقون على ما يعرض عبر موقع الفايس بوك من صور ومواضيع ويرون أنها تتعارض مع عاداتنا وتقاليدنا.

من خلال القراءة الأولية في نتائج الجدول يتضح لنا أن الأغلبية لا يوافقون على ما يعرض من صور ومواضيع عبر موقع الفايس بوك ويعتبرونها تقاليد دخيلة ان صح التعبير خاصة من ناحية ادخال عادات جديدة على مجتمعاتنا باسم الموضة من ملابس، قصات شعر، وكذلك من مختلف الحفلات التي تعرض في صفحات عبر موقع الفايس بوك بعيدة كل البعد عن عاداتنا وتقاليدنا، كما جاءت في

المرتبة الثانية فئة الطلبة المبحوثين الذين يرون أن ما يعرض من صور وتقاليد لا يتعارض مع عاداتنا وتقاليدنا بنسبة (30.50%) ويمكن تفسير ذلك بكونها ساهمت في نشر مواضيع تساهم في المحافظة على عاداتنا وتقاليدنا وتعريف بها من أجل احيائها وعدم نسيانها.

جدول رقم (36) يوضح سبب عدم اشتراك أفراد العينة في صفحات تعنى بالعادات والتقاليد.

المتغيرات	التكرار	النسبة
ليست من اهتماماتي	30	73.17%
لا أرى فائدة منها	08	19.51%
أخرى تذكر	03	07.31%
المجموع	*41	100%

المصدر: اعداد الطالبتين.

تحليل وتفسير الجدول:

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن سبب عدم تطرق المبحوثين لأمر تتعلق بالعادات والتقاليد يعود الى أنها ليست من اهتماماتهم بالدرجة الأولى بنسبة (73.17%)، وهذا ما أثبتته تكرارات (08) طالب، في حين من أجاب أنه لا يرى فائدة منها كانت نسبتهم (19.51%)، أما النسبة المتبقية كانت اجاباتهم أمور اخرى يهتمون بها غير العادات والتقاليد كانت نسبتهم (7.31%).

من خلال قراءة الأرقام المسجلة أعلاه نلاحظ أن أغلبية الذين لا يملكون اشتراك في مجموعات تعنى لا العادات والتقاليد لا يهتمون لأمر تتعلق بالعادات والتقاليد وهو أمر مؤسف خاصة وأن العادات والتقاليد جزء لا يتجزأ من ثقافتنا وأهم مكون من مكونات هويتنا الثقافية الجزائري.

*مجموع التكرارات: 41 من مجموع المبحوثين الخاضعين للدراسة الذين لا يشتركون في مجموعات تعنى بالعادات والتقاليد.

جدول رقم (37) يوضح تأثير تصفح موقع الفايس بوك على نوعية لباس وقصات الشعر لأفراد العينة

المتغيرات	التكرار	النسبة
نعم	24	%24
لا	76	%76
المجموع	100	%100

المصدر: اعداد الطالبتين.

تحليل وتفسير الجدول:

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن (24%) من المبحوثين أجابوا أن تصفحهم لموقع الفايس بوك يؤثر على نوعية لباسهم وقصات شعرهم، في حين أن (76%) من المبحوثين لا يؤثر تصفحهم لموقع الفايس بوك على نوعية لباسهم وقصات شعرهم.

من خلال قراءة الأرقام المسجلة أعلاه يتضح لنا أن أغلبية المبحوثين لا يتأثرون بنوعية اللباس وقصات الشعر المعروضة على موقع الفايس بوك، وهذا يدل على أن الطالب الجامعي يتأثر بشكل ايجابي لكل ما يعرض من مضامين عبر مواقع التواصل الاجتماعي، كما تثبت نتائج الدراسة أن أغلب مبحوثين لديهم شخصية ثابتة وهذا ما جعلهم لا يتأثرون بنوعية اللباس وقصات الشعر المعروضة عبر موقع الفايس بوك.

جدول رقم (38) تأثيرات نشر مواضيع تعنى بالعادات والتقاليد في موقع الفاييس بوك على الهوية الثقافية لأفراد العينة.

المتغيرات	التكرار	النسبة المئوية
سلي	11	11%
ايجابي	34	34%
سلي أحيانا و ايجابي أحيانا	14	14%
لا يؤثر	41	41%
المجموع	100	100%

المصدر: اعداد الطالبتين.

تحليل وتفسير الجدول:

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن (41%) من المبحوثين أجابوا أن نشر مواضيع متعلقة بالعادات والتقاليد لا يؤثر على هويتهم الثقافية، في حين أجاب (34%) من المبحوثين أن نشر مواضيع متعلقة بالعادات والتقاليد كان تأثيره ايجابي على هويتهم الثقافية، أما (14%) رأوا أن لها تأثير سلبي أحيانا و ايجابي أحيانا على هويتهم الثقافية، أما نسبة (11%) أجابوا أن التأثير كان سلبيا على هويتهم الثقافية.

من خلال قراءة الأرقام المسجلة أعلاه يتضح لنا أن أغلبية المبحوثين أجابوا أن نشر مواضيع متعلقة بالعادات والتقاليد لا يؤثر على هويتهم الثقافية، وهذا شيء مؤسف خاصة ونحن نعلم أن العادات والتقاليد تعبر عن تراث لا يمكن الاستغناء عنه، كيف لا وهو الطابع المميز للهوية الوطنية، أما من أجاب بأن لها تأثير ايجابي فكانت نسبتهم (34%) وهي نسبة مفرحة جدا و متوقعة حيث أكدت هذه النسبة أهمية العادات والتقاليد بالنسبة لطلبة الماجستير.

وفي الأخير نستنتج أن أغلب الطلبة صرحوا أنشروا مواضيع متعلقة بالعادات والتقاليد لا تؤثر على هويتهم الثقافية لا بشكل سلبي ولا بشكل ايجابي.

جدول رقم (39) يوضح التأثير السلبي لنشر مواضيع تعنى بالعادات والتقاليد في موقع الفايس بوك.

انخفاض روح الانتماء للوطن		التهاون بشأن العادات والتقاليد		درجة التأثير
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
27.27%	03	18.18%	02	لم تؤثر
36.36%	04	54.54%	06	أثرت قليلا
36.36%	04	27.27%	03	أثرت كثيرا
100%	11	100%	11	المجموع

المصدر: اعداد الطالبتين.

تحليل وتفسير الجدول:

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن (54.54%) من المبحوثين كانت اجاباتهم بأن نشر مواضيع تعنى بالعادات والتقاليد أثرت بشكل قليل بشأن التهاون بالعادات والتقاليد، في حين كانت نتيجة مقارنة نوعا ما بشأن تأثيرها بشكل قليل في انخفاض روح الانتماء للوطن بنسبة (36.36%) من خلال القراءة الأولية في نتائج الجدول نلاحظ أن التأثير السلبي كان بشكل قليل بشأن التعاون بالعادات والتقاليد، في حين كان التأثير كبيرا جدا بشأن انخفاض روح الانتماء للوطن.

جدول رقم (40) يوضح التأثير الايجابي لنشر مواضيع تعنى بالعادات والتقاليد في موقع الفيس بوك.

تعزيز روح الانتماء للوطن		التمسك بالعادات والتقاليد		الفئات
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	المتغيرات
%17.64	06	%08.82	03	لم تؤثر
%17.64	06	%29.41	10	أثرت قليلا
%64.70	22	%61.76	21	أثرت كثيرا
%100	34	%100	34	المجموع

المصدر: اعداد الطالبتين.

تحليل وتفسير الجدول:

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه (%61.76) أجابوا أن نشر مواضيع تعنى بالعادات والتقاليد عبر موقع الفيس بوك لها تأثير ايجابي بشكل كبير في تمسك بالعادات والتقاليد في حين جاءت نسبة (%64.70) رأت أن لنشر المواضيع المتعلقة بالعادات والتقاليد تأثير ايجابي بشكل كبير في تعزيز روح الانتماء للوطن، كما جاءت نتائج الدراسة بنتيجة (%29.42) ممن أجابوا أن نشر مواضيع تتعلق بالعادات والتقليد أثرت بشكل قليل في تمسك بالعادات والتقاليد بينما أجاب (%8.82) من الباحثين أن التأثير كان ايجابيا بشكل قليل حيث أثر على التمسك بالعادات والتقاليد، في حين أن (%17.64) من الباحثين أكدت اجاباتهم أن التأثير الايجابي لنشر مواضيع تعنى للعادات والتقاليد كانت تأثيرها قليلا على تعزيز روح الانتماء للوطن.

وعند التمعن أكثر في معطيات الجدول أعلاه يتضح أن أغلب الباحثين أكدوا على أن التمسك بالعادات والتقاليد كان تأثير ايجابي بشكل كبير، وهذا ما يؤكد أن موضوع العادات والتقاليد له أهمية كبيرة لدى طلبة الماستر والذي يعتبر بعدا أساسيا من الأبعاد المكونة لهويتهم الثقافية

جدول رقم (41) يوضح رأي أفراد العينة حول مظاهر التمرد على العادات والتقاليد داخل الجامعة.

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

المصدر: اعداد الطالبتين

تحليل وتفسير الجدول:

من خلال النتائج الكمية المسجلة في الجدول أعلاه يرى (100%) من المبحوثين أن تصفحهم لموقع الفيس بوك لا يجعلهم يتمردون على العادات والتقاليد.

من خلال قراءة الأرقام المسجلة في الجدول أعلاه، نلاحظ أن مجتمع بحثنا من طلبة الماستر الخاضعين للدراسة والمقدر نسبتهم ب(100%) أن تصفحهم لموقع الفيس بوك لم يجعلهم يتمردون على العادات والتقاليد وهذا ما يعزز نتائج الأسئلة السابقة التي حاولنا من خلالها معرفة دور العادات والتقاليد في المحافظة على هوية الطالب الجامعي وما هو التأثير الذي يتركه نشر مواضيع تتعلق بعاداتنا عبر موقع الفيس بوك في المحافظة على هويتهم الثقافية وهم بذلك لا يتمردون على عاداتهم وتقاليدهم وإنما يقومون بنشرها وتعريف أصدقائهم عبر موقع الفيس بوك بها والتمسك بها.

"وبنتائج مقارنة توصلت الباحثة "بييمون كلثوم" في دراستها الى أن لأغلب المبحوثين صرحوا بعدم تأثير الفيس بوك على تصوراتهم وممارستهم الهوية الواقعية وهذا بنسبة 56.36%". (المرجع السابق، ص، 23)

"فالتمرد هنا يقصد به كسر كل الظواهر المجتمعية وانصهار الهوية ضمن ثقافات وهويات غريبة تخلق حالة من الاغتراب على مستويات عدة". (تومي، 2017، ص، 400)

المبحث السادس: النتائج العامة للدراسة

أولاً: نتائج خصائص العينة

يعد الطالب الجامعي - ماجستير - العينة المختارة التي أُنجزت عليها العمل البحثي، لتمييزهم بالمستوى عالمي عالي وكذا تميزهم بثقافة فرعية تشبعت من الوسط والبيئة الجامعية، والكلية المعنية بالدراسة كانت كلية العلوم الانسانية والاجتماعية والتي اختيرت بطريقة قصدية لتحقيق أغراض البحث العلمي.

1- أوضحت نتائج الدراسة مدى تمثلها لفئة الإناث بي(73%)، والذكور ب(27%)، أي اثبت تفوق نسبة الاناث على نسبة الذكور، وهي مؤشر على سيطرة العنصر الأنثوي في السنوات الأخيرة في المجال الدراسي، فالفتيات أصبحنا يفضلن الدراسة، عكس الشباب يفضلون التوجه للعمل ومجالاته المختلفة.

2- بين الدراسة أن نصف مجتمع البحث من الفئة العمرية التي يتراوح سنها ما بين (20 الى 25)، بنسبة (66%) وهذا ما يشير الى أن طلبة الماجستير يعيشون مرحلة الشباب والتي تتميز بالحيوية والنشاط والميل إلى التغيرات الاجتماعية، وتطلع الى كل ما هو جميل في المستقبل.

3- كما أشارت نتائج الدراسة أن غالبية الباحثين كانوا من الطور الثاني "ماجستير" بنسبة(60%)، ويليه الطور الأول "ماجستير"

4- كما أظهرت نتائج الدراسة أن توزيع الباحثين حسب نوع السكن لم يكن متوازن حيث كانت أعلى نسبة للمقيمين في البيت بنسبة قدرت بي(73%)، بالمقابل قدرت نسبة الذين كانت محل اقامتهم الحي الجامعي قدرت نسبتهم(27%).

5- كشفت نتائج الدراسة أن أغلب الطلبة الباحثين ينتمون إلى أسر ذات مستوى اقتصادي متوسط بنسبة (95%).

ثانيا: نتائج المحور الأول:

■ ماهي عادات وأنماط استخدام طالب الماستر لموقع الفاييس بوك؟

- 1- كشفت نتائج الدراسة إلى أن أغلب الطلبة المبحوثين يستخدمون موقع الفاييس بوك بوتيرة دائمة نسبة (51%)، وهو ما يفسر بأن موقع الفاييس بوك أصبح وسيلة المفضلة لدى الطلبة الجامعيين خاصة بعد ظهور شبكات اتصالية جديدة مثل 4G، G3.
- 2- وتشير نتائج الدراسة أن أغلب الحوثيين يستخدمون موقع الفاييس بوك منذ "أكثر من ثلاث سنوات" بنسبة (60%) وهذا ما يثبت خبرة طلبة الماستر في التعامل مع هذا الموقع.
- 3- أغلب مستخدمي موقع الفاييس بوك لم يحددوا كم من الوقت يقضونه في اليوم أثناء تصفحهم للموقع بنسبة (40%)، فيما قدرت نسبة (32%) من مستخدمي الموقع يقضون من ساعة إلى 2 ساعة يوميا في استخدام الموقع، كما أشارت النتائج أن جنس الذكور والانات متساويين في وقت الذين يقضونه أثناء تصفحهم الموقع.
- 4- كما كشفت نتائج الدراسة أن أكثر من نصف المبحوثين من طلبة الماستر لم يحددوا وقت محدد عند استخدامهم لموقع الفاييس بوك بنسبة (64%)، فيما قدرت نسبة (26%) يفضلون وقت الليل عند استخدامهم لموقع الفاييس بوك.
- 5- أكدت نتائج الدراسة أن أغلب الطلبة المبحوثين بنسبة (80%) يفضلون البيت أثناء استخدامهم لموقع الفاييس بوك، تليها نسبة (13%) من الطلبة المبعوثين يفضلون استخدام الموقع في الإقامة الجامعية.
- 6- كما تشير نتائج الدراسة إلى أن أغلب طلبة المبحوثين يستخدمون اللغة العربية في حسابهم الشخصي على موقع الفاييس بوك وذلك بنسبة (50%)، كما تشير الدراسة إلى أن أكثر فئة استخداما للغة العربية هي فئة الإناث .

7- أكدت نتائج الدراسة أن أغلبية الطلبة المبحوثين لا يحمل حسابهم الشخصي على موقع الفيس بوك هوياتهم الشخصية بنسبة (62%)، تليها نسبة (38%) من الطلبة يحمل حسابهم على موقع الفيس بوك هويتهم الشخصية، كما تشير نتائج الدراسة تفوق نسبة الذكور كانت أعلى نسبة استخدامهم لهويتهم الحقيقية عبر موقع الفيس بوك، في حين أكدت النتائج تفوق نسبة الاناث على الذكور في عدم استخدامها لهويتها الحقيقية عبر موقع الفيس بوك.

8- كشفت نتائج الدراسة أن المجال الذي يحرص على متابعته طلبة الماجستير عبر موقع الفيس بوك هو المجال العلمي والفكري بنسبة (44.73%)، تليها مجال الموضة بالنسبة (26.97%)، كما تشير نتائج الى تفوق نسبة الاناث على فئة الذكور في متابعة المجال العلمي والفكري وسجلت كذلك التفوق أيضا في مجال الموضة

نتائج المحور الثاني.

■ ما هي الاشباعات والدوافع المحققة من استخدام طلبة الماجستير لموقع الفيس بوك؟

1- يتصدر قائمة دوافع فتح طلبة الماجستير لحساب عبر موقع الفيس بوك، يكون على اتصال دائم بالأهل والأصدقاء بنسبة (24.43%)، يليها التسلية والترفيه بنسبة (20.67%)، ثم بنسب متساوية يأتي دافع التعرف على آراء الآخرين في مختلف قضايا المجتمع واستعماله في مجال الدراسة بنسبة (16.91%) و(16.16%).

2- أثبتت الدراسة أن (46.87%) من الطلبة المبحوثين يحقق لهم موقع الفيس بوك إشباع الفضول والحصول على المعلومات، تاليها تحقيق اشباع قدراتهم الاتصالية.

3- أغلب مستخدمي موقع الفيس بوك من طلبة الماجستير لا يقبلون طلب صداقة من أشخاص غرباء وذلك خوفا من القرصنة وعدم شعورهم بالثقة اثناء التواصل مع أشخاص لا يعرفهم، وذلك بالنسبة (80%)، كما تشير النتائج الدراسة تفوق نسبة الاناث في عدم قبول طلب الصداقة من

أشخاص غرباء بالنسبة (87.67%)، في حين أكدت نتائج الدراسة تفوق نسبة الذكور في قبول طلب الصداقة من أشخاص غرباء بنسبة (40.74%).

4- كشفت نتائج الدراسة أن قبول المبحوثين لطلب الصداقة من أشخاص غرباء كان بدافع توسيع معرفهم وأفكارهم بنسبة (47.82%)، تليها التعرف على أشخاص جدد (43.47%).

5- لقد كشفت نتائج الدراسة أن (53%) من الطلبة المبحوثين لا يشعرون بشيء في حال غيابهم موقع "الفيس بوك" لفترة، في حين يشعر (43%) بفراغ و(4%) للقلق والاضطراب، كما تشير نتائج الدراسة إلى تفوق نسبة الإناث عن فئة الذكور في عدم شعورهم بل شيء عند عيالهم عن تصفح موقع الفيس بوك.

نتائج المحور الثالث

■ كيف يؤثر استخدام موقع الفيس بوك على لغة التواصل لدى طلبة الماجستير؟

تأثير استخدام موقع الفيس بوك على اللغة العربية لطلبة الماجستير.

1- بينت نتائج الدراسة أن أهم عنصر مكون الهوية الثقافية بنسبة للطلبة المبحوثين كان عنصر الدين الاسلامي في المرتبة الأولى بنسبة (40.28%)، تليها في المرتبة الثانية عنصر اللغة العربية بنسبة (30.85%)، وهذا ما يفسر أن عنصر الدين يعد أحد المقومات الأساسية التي تتشكل بها الهوية الثقافية للطلبة المبحوثين.

2- كشفت نتائج الدراسة أن أغلب الطلبة المبحوثين يعتمدون المزج بين الحروف والأيقونات في كتابتها عبر موقع الفيس بوك بنسبة (81%)، تليها الكتابة بالحروف بنسبة (14%)، وضع الأيقونات فقط بنسبة (5%)، وهذا يثبت أن هناك تكامل بين التعبير بالحروف واستخدام الصور التعبيرية.

3- أثبتت نتائج الدراسة أن نسبة كبيرة من مستخدمي موقع الفيس بوك يستخدمون اللغة العربية الفصحى بصفة "أحياناً" بنسبة (37%)، في حين أكدت نتائج الدراسة أن (35%) من الطلبة يستخدمون اللغة الفرنسية بصفة "أحياناً" في حين أن من يستخدم اللغة الانجليزية سجلت الدراسة

(32%) بصفة "أحيانا"، كما سجلت بصفة "غالبا" من يستخدمون المزج بين اللغات بالنسبة (25%) كما سجلت الاستخدام للغة العربية "دائما" في المرتبة الثانية بنسبة (28%)، تليها نسبة (16%) يستخدمون المزج بين اللغات بصفة "دائما"

4- يستخدم الطلبة المبحوثين اللغة العربية الفصحى مع فئة الأساتذة كأعلى نسبة قدرت بي (39.77%)، تليها فئة الزملاء بالنسبة (38.63%) وهذا ما يفسر أن الطلبة يحافظون على استخدام اللغة العربية بطريقة رسمية في مجال الدراسة.

5- بينت نتائج الدراسة أن أغلب المبحوثين من الطلبة كان سبب اعتمادهم على اللغة العربية الفصحى في كتاباتهم لأنها اللغة الوطنية بنسبة (44.31%)، تليها (38.63%) كان تعودهم على استخدامها بسبب اعتمادهم عليها، دليل على تمسك الطلبة بهويتهم واعتزازهم بوطينتهم.

6- كشفت نتائج الدراسة أن أغلب المبحوثين من الطلبة بنسبة (50%) أكدوا أن عدم اعتمادهم على استخدام اللغة العربية يعود إلى أن الكتابة بالحروف الأجنبية أسرع من اللغة العربية، تليها نسبة (41.66%) أكدوا أن سبب عدم اعتمادهم عليها لأن أصدقائهم لا يتعاملون بها.

7- كما أظهرت نتائج الدراسة أن أغلب المبحوثين من الطلبة لا تأثر اللغة المستخدمة من قبلهم على لغة تواصلهم اليومي بنسبة.

8- صرح أغلب المبحوثين أن العبارات الأكثر استخداما قد أثرت على لغتهم اليومية بنسبة (36.36%)، يستخدمون عبارة "السلام كيف الحال" وهذه العبارة استخدمت في أحاديثهم عبر موقع الفيس بوك وأثرت على لغتهم اليومية، تليها نسبة (18.18%) يستخدمون كلمة مرحبا في أحاديث اليومية.

9- أظهرت نتائج الدراسة أن أغلب المبحوثين يرون أن اللغة المستخدمة عبر موقع الفيس بوك كان أثره إيجابي على هويتهم الثقافية بنسبة (46%)، تليها نسبة (45%) يرون أنها تؤثر بشكل سلبي أحيانا

واجب أحيانا، وهذا يدل على تمسك الطالب بهويته الثقافية والمحافظة عليها من خلال اعتماد اللغة العربية الفصحى التي تعتبر بعد أساسيا في تشكيل الهوية.

10- كما تشير نتائج الدراسة أن التأثير السلبي للغة المستخدمة عبر موقع الفيس بوك كان أثره بشكل كبير جدا في ضعف اللغة ونسيانها تدريجيا بنسبة (44.44%)، كما كشفت نتائج الدراسة أن التأثير كان بشكل قليل خاصة بشأن التهاون بالعادات والتقاليد بنسبة (33.33%)، في حين أن التأثير كان كبير في انخفاض روح الانتماء للوطن.

11- كما أكدت نتائج الدراسة أن التأثير الايجابي للغة كان على مستوى الحفاظ على اللغة العربية بشكل كبير جدا بنسبة عالية قدرات بي (60.86%)، تليها نسبة (45.65%) ممن أكدوا أن التأثير كان قليلا في التماسك بالعادات والتقاليد، بينما أكدت نسبة (34.78%) أن التأثير كان ايجابيا بشكل كبير في تعزيز روح الانتماء للوطن.

نتائج المحور الخامس.

■ تأثيرات استخدام موقع الفيس بوك على العادات والتقاليد لدى طلبة الماستر

1- بينت الدراسة أن أغلب المبحوثين يشتركون في صفحات تعنى بالعادات والتقاليد بنسبة (59%).

2- كشفت نتائج الدراسة أن أغلب المبحوثين يرون أن نشر مواضيع تعنى بالعادات والتقاليد له دور مكمل في الحفاظ على الهوية الثقافية بنسبة (50.84%)، تليها نسبة (44.06%) ممن يرون أن له دور أساسي في المحافظة على الهوية الثقافية، وهذا ما يفسر أن عنصر العادات والتقاليد مكمل لباقي العناصر المكونة للهوية الثقافية.

3- كما توصلت نتائج الدراسة الى أن أغلب المبحوثين يوافقون على ما يعرض من مواضيع وصور على موقع الفيس بوك يرون أنها تتوافق مع عاداتنا وتقاليدنا بنسبة (69.49%).

4- صراح أغلب المبحوثين من الطلبة أن سبب عدم تطرقهم لأمر تتعلق بالعبادات والتقاليد في حسابهم الشخصي راجع الى عدم اهتمامهم بها، ولهم أمور أخرى تشغل اهتماماتهم بنسبة(73.17%).

5- كشف نتائج الدراسة أن أغلب المبحوثين لا يتأثرون بما يعرض من مضامين عبر موقع الفيس بوك من لبس وقصات الشعر بنسبة (76%).

6- أقر أغلب المبحوثين من مستخدمي موقع الفيس بوك بأن نشر مواضيع تعنى للعبادات والتقاليد لم يؤثر على هويتهم الثقافية بنسبة (41%)، في حين أكد(34%) أن لها تأثير ايجابي على هويتهم الثقافية.

7- كما كشفت نتائج الدراسة أن التأثير السلبي كان بشكل قليل جدا على مستوى التهاون بشأن العادات والتقاليد، سلبى بشكل قليل من حفاظ روح الانتماء للوطن.

8- كما كشفت نتائج الدراسة أن أغلب المبحوثين أكدوا أن التأثير الايجابي كان بشكل كبير في المحافظة على الهوية الثقافية بنسبة (61.76%)، كما تشير نتائج الدراسة الى أن التأثير كان ايجابي بشكل كبير في تعزيز روح الانتماء للوطن بنسبة (64.70%).

9- كشف نتائج الدراسة أن أغلب المبحوثين أكدوا أن التعرض لموقع الفيس بوك لم يجعلهم يتمردون على العادات والتقاليد بنسبة (100%).

المبحث السابع: اثبات ونفي الفرضيات في ضوء نتائج الدراسة.

1. إثبات أو نفي الفرضية الأولى: يستخدم طلبة الماستر موقع الفيس بوك بشكل كبير.

❖ يكشف لنا الجدول رقم (09) أن أغلب الطلبة المبحوثين يستخدمون موقع الفيس بوك بوتيرة دائمة بنسبة(51%)، وهو ما يفسر بأن موقع الفيس بوك أصبح وسيلة المفضلة لدى الطلبة الجامعيين خاصة بعد ظهور شبكات اتصالية جديدة مثل G3، 4G.

❖ يكشف لنا الجدول رقم (11) أن أغلب المبحوثين لم يجددوا كم من الوقت يقضونه أثناء تصفحهم لحسابهم الشخصي فهم على اتصال دائم بالشبكة ومتى سنحت لهم الفرصة يتواصلون.

اذن الفرضية التي تقول أن استخدام طلبة الماستر لموقع الفاييس بوك كان بشكل كبير هي فرضية صحيحة ومؤكدة.

2. إثبات أو نفي الفرضية الثانية: يستخدم طلبة الماستر موقع الفاييس بوك بدافع تحقيق الإشاعات المعرفية والتواصل مع الأصدقاء

❖ يكشف لنا الجدول رقم (17) أن (24,43%) من الطلبة المبحوثين كان دافع فتحهم لحساب عبر موقع الفاييس بوك من أجل أن يكونوا على اتصال دائم بالأهل و الأصدقاء

❖ يكشف لنا الجدول رقم (18) أن (46.87%) من الطلبة المبحوثين يحقق لهم موقع الفاييس بوك إشباع الفضول والحصول على المعلومات، تاليها تحقيق اشباع قدراتهم الاتصالية.

❖ يكشف لنا الجدول رقم (20) أن قبول المبحوثين لطلب الصداقة من أشخاص غرباء كان بدافع توسيع معرفهم وأفكارهم بنسبة (47.82%)، تليها التعرف على أشخاص جدد (43.47%)

❖ يتصدر قائمة دوافع فتح طلبة الماستر لحساب عبر موقع الفاييس بوك، يكون على اتصال دائم بالأهل والأصدقاء بنسبة (24.43%).

❖ كشفت نتائج الدراسة أن المجال الذي يحرص على متابعته طلبة الماستر عبر موقع الفاييس بوك هو المجال العلمي والفكري وذلك بنسبة (44.73%).

اذن الفرضية التي تقول أن طلبة الماستر يستخدمون موقع الفاييس بوك ب بدافع تحقيق الاشباع المعرفي والتواصل مع الأصدقاء هي فرضية صحيحة ومؤكدة.

3. اثبات أو نفي الفرضية الثالثة: استخدام طلبة الماستر لموقع الفاييس بوك يؤدي الى تغيير لغة التواصل لديهم.

❖ يكشف لنا الجدول رقم (28) أن أغلب المبحوثين من الطلبة لا تأثر اللغة المستخدمة من قبلهم على لغة تواصلهم اليومي بنسبة (78%)

❖ يكشف لنا الجدول رقم (30) أن أغلب المبحوثين يرون أن اللغة المستخدمة عبر موقع الفاييس بوك كان أثره ايجابي على هويتهم الثقافية بنسبة (46%)

❖ يكشف لنا الجدول رقم (32) أن التأثير الايجابي اللغة كان على مستوى الحفاظ على اللغة العربية بشكل كبير جدا بنسبة عالية قدرات بي (60.86%)، تليها نسبة (45.65%) ممن أكدوا أن التأثير كان قليلا في التماسك بالعادات والتقاليد، بينما أكدت نسبة (34.78%) أن التأثير كان ايجابي بشكل كبير في تعزيز روح الانتماء للوطن.

اذن الفرضية التي تقول أن استخدام موقع الفاييس بوك يؤدي إلى تغير لغة التواصل هي فرضية خاطئة وغير مؤكدة.

4. اثبات أو نفي الفرضية الرابعة: استخدام موقع الفاييس بوك يؤدي إلى تبني الطالب سلوكيات تتعارض مع عاداته وتقاليده

❖ يكشف لنا الجدول رقم (35) أن أغلب المبحوثين لا يتأثرون بما يعرض من مضامين

❖ عبر موقع الفاييس بوك من لبس وقصات الشعر بنسبة (76%).

❖ يكشف لنا الجدول رقم (39) أن التأثير السلبي كان بشكل قليل جدا على مستوى التهاون بشأن العادات والتقاليد بنسبة قدرت ب (54،54%)، كان سلبي بشكل قليل بنسبة للحفاظ على روح الانتماء للوطن.

❖ يكشف لنا الجدول رقم (41) أن غلب المبحوثين أكدوا أن التعرض لموقع الفاييس بوك لم يجعلهم يتمردون على العادات والتقاليد بنسبة (100%).

اذن الفرضية التي تقول أن استخدام موقع الفاييس بوك يؤدي إلى تبني الطالب الماستر لسلوكيات تتعارض مع عاداته و تقاليده اذن هي فرضية خاطئة وغير مؤكدة.

قائمة مراجع الفصل الرابع

1. نوال بركات. (2016/2015). انعكاسات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي علي نمط الحياة الاجتماعية دراسة ميدانية على عينة من مستخدمين الجزائريين ، طروحة لنيل شهادة الدكتوراه علوم علم الاجتماع الاتصال منشورة، تخصص علم الاجتماع الاتصال والعلاقات العامة، جامعة محمد خيضر، بسكرة، الجزائر.
2. مريم، نورمان. (2012/2011). استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية وتأثيره في العلاقات الاجتماعية. دراسة عينة من مستخدمي موقع الفيس بوك في الجزائر، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير منشورة، في علوم الاعلام والاتصال، تخصص الاعلام والتكنولوجيا الاتصال الحديثة، جامعة الحاج لخضر، باتنة، الجزائر.
3. كلثوم، ببيمون. تصور وممارسة الهوية الثقافية لدى الشباب الجزائري- دراسة ميدانية على عينة من مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي فيس بوك، مجلة دراسات في التنمية والمجتمع، العدد33، 2016، جامعة الشلف.
4. الخنساء، تومي. (2017/2016). دور الثقافة الجماهيرية في تشكيل هوية الشباب الجامعي، رسالة دكتوراه منشورة في علوم علم الاجتماع، قسم العلوم الاجتماعية. شعبة علم الاجتماع، تخصص اتصال، كلية العلوم الانسانية والاجتماعية، جامعة محمد خيضر بسكرة، الجزائر.

خالد بن الوليد

الخاتمة:

يعد موضوع الهوية الثقافية وتأثير موقع الفاييس بوك من أعقد المواضيع المطروحة وبحدة في الوقت الراهن، خاصة ما تنطوي عليه البنية الثقافية للهوية من مقومات قد تكون قابلة للانكسار أو الانحسار أمام التهديدات التكنولوجية، التي أحدثتها الشبكة الرقمية على مستوى الهوية الثقافية لدى الطلبة الجامعيين.

استكمال لما تم عرضه في الجانبين النظري والتطبيقي سعينا من خلال هذه الدراسة إلى تناول موضوع استخدام موقع الفاييس بوك وأثره على الهوية الثقافية لدى الطلبة الجامعيين، محاولين الكشف عن هذا الأثر انطلاقاً من أبعاد ومؤشرات الهوية الثقافية المتمثلة في بعد اللغة العربية، وبعد العادات والتقاليد حيث يعتبران عنصراً أساسياً في تشكيل الهوية الثقافية، فهي أساس وجود الفرد وبقائه، وهي انعكاس لقيمه وعاداته وانتمائه. فالهوية الثقافية تحدد بناء على توفرها على عدة مقومات كالدين والتقاليد والتاريخ.

وتأتي هذه الدراسة البحثية في سياق نظرية الاستخدامات والشباعات، التي تعد واحدة من النظريات التي تهتم بدراسة الاتصال الجماهيري دراسة وظيفية منظمة، والتي تنطلق من افتراض أساسي ينطلق من أن جمهور وسائل الاعلام هو جمهور نشيط يتسم بالإيجابية والفعالية، لذلك انطلقنا في تحديد درجة استخدام الطلبة الجامعيين لموقع الفاييس بوك ومعرفة الشباعات المحققة من استخدام الموقع، وكذا الأثر الذي أحدثته الاستخدام على الهوية الثقافية للطلبة الجامعيين، كما يعتبر توسيع المعارف والحصول على المعلومات من أهم دوافع لدى طلبة الجامعة لاستخدام موقع الفاييس بوك، ويتبين من خلالها أن الطلبة يهتمون كثيراً بالتحقيق والبحث عن المعلومات، وإثراء الجانب الفكري لديهم، حيث احتلت الدردشة حيزاً كبيراً في استخدامات الطلبة بشكل كبير عبر موقع الفاييس بوك، من أجل التواصل مع الأهل والأصدقاء خاصة في الأمور المتعلقة بالبحث العلمي الذي يمكن الطالب من تطوير وتحسين مستواهم التعليمي.

لقد أثبتت نتائج الدراسة الميدانية للبحث الكثير من الأمور المخالفة لتصوراتنا المسبقة حول ما يسوق له بأن الطلبة الجامعيين يتأثرون بما يعرض عبر موقع الفاييس بوك من مواضيع وصور، وهذا التأثير ينعكس سلبا على سلوكياتهم وتصرفاتهم داخل الحرم الجامعي مما يؤدي إلى المساس بالمقومات الأساسية التي تشكل هويتهم الثقافية، كما رصدت نتائج الدراسة بأن استخدام موقع الفاييس بوك له أثر ايجابي بشكل كبير جدا في تعزيز روح الانتماء للوطن، وذلك من خلال نشر مواضيع تتعلق بالعبادات والتقاليد، والتي ساهمت بشكل كبير في المحافظة على هويتهم الثقافية، كما أن استخدام موقع الفيس بوك لم يؤثر على لغة تواصل الطلبة، حيث أكدت نتائج أغلبية الطلبة أن اللغة المستخدمة عبر موقع الفاييس بوك كان تأثيرها ايجابي على هويتهم الثقافية، ويظهر ذلك في تمسك الطالب باستخدام اللغة العربية الفصحى في كتاباته وتعليقاته عبر موقع الفاييس بوك.

وفي الأخير لا يمكن القول بأن الأثر الذي تحدثه استخدام موقع الفاييس بوك على الهوية الثقافية تأثير إيجابي دائما لأن التأثير مرتبط بالدرجة الأولى بالمستخدم حسب الجنس والسن وغيرها إلى جانب الوعي والإدراك لأهمية المقومات الأساسية المكونة للهوية الثقافية. وتبقى هذه الدراسة في الختام حلقة من حلقات البحث المتواصل لاستكشاف العلاقة الجدلية بين مواقع التواصل الاجتماعي عموما و موقع الفاييس بوك خصوصا والهوية الثقافية باعتبارها موضوعا شاسعا ومتشعبا، لقد حاولنا من خلال هذه الدراسة التطرق لبعض جوانب تأثير موقع الفاييس بوك على الهوية الثقافية بتركيزنا على بعدين أساسيين ساهما في تشكيل الهوية الثقافية لدى الطلبة، ممهدين السبيل لباحثين آخرين لاستكشاف أبعاد أخرى لم تتعرض لها هذه الدراسة.

اقتراحات الدراسة

اقتراحات الدراسة:

تأسيساً على النتائج السابقة يمكننا أن نتساءل عن التوصيات الممكنة التي من شأنها الحفاظ على الطلبة الجامعيين من جهة والهوية الثقافية من جهة أخرى، وما سيتم تقديمه هو عبارة عن اقتراحات تم استنتاجها من الدراسة الراهنة بجانبها النظري والتطبيقي، وبناء على ما سبق سنشتمل البحث بمجموعة من التوصيات وهي كالآتي:

■ إن حماية الهوية الثقافية في عصر العولمة لم يعد أمراً سهلاً جراء محاصرة الغزو الثقافي عبر مواقع التواصل الاجتماعي لأهم مقوماتها، وبالتالي ضرورة تعزيز صلة الطالب الجامعي بدينه وتاريخه ولغته وتراثه الحضاري باعتباره سفيرا له، وتعميق دوره باعتبار ذاتا فاعلة ومسؤولة في الوسط الافتراضي.

■ ضرورة اعداد دراسات مشابهة للدراسة الحالية حول طبيعة العلاقة بين مواقع التواصل الاجتماعي والهوية الثقافية وتسلط الضوء أكثر على بقية الأبعاد المشكلة لهوية الطلبة خاصة بعد الدين الاسلامي وبعد التاريخ الوطني.

■ التعمق أكثر في موضوع اللغة المستعملة في موقع الفيس بوك في دلالاتها ورموزها المختلفة وعلاقتها بالطلبة الجامعيين كعنوان لهويتهم الثقافية.

■ ضرورة غرس اللغة العربية في المحادثات اليومية للطلبة الجامعيين من خلال ابراز أهميتها من جهة وتعزيز انتمائهم لثقافتهم العربية من جهة أخرى.

■ ترسيخ تقاليد مجتمعنا من خلال دعم القيم الروحية الأصيلة عبر التنشئة الاجتماعية وتعزيز روح المسؤولية الاجتماعية.

■ اعداد مجتمع منفتح على الثقافات الأخرى دون المساس بالمقومات الأساسية المكونة للهوية الثقافية من دين ولغة وتاريخ.

■ اتقان فن الحوار الحضاري وجعل من وسائل التواصل الاجتماعي منبر لنشر الثقافة العربية.

■ خلق فرص للشباب للمشاركة في فعاليات علمية متنوعة دولية أو الوطنية لنشر مختلف الثقافات وربطها بأواصر الهوية الوطنية وترسيخها.

قائمة المصادر

والمراجع

أولاً: الكتب باللغة العربية:

1. ابراهيم محمد عباس.(2003). العولمة الثقافية، الاسكندرية: دار المعرفة الجامعية للنشر.
2. أحمد بن مرسللي.(2007).مناهج البحث العلمي في علوم الاعلام والاتصال،(ط3)، بن عكنون الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية.
3. أحمد بن نعمان.(1996). الهوية الوطنية الحقائق والمغالطات، الجزائر: دار الأمة للنشر والتوزيع.
4. اليكس ميكشيلكي، تر: علي وطفة.(1993). الهوية.(ط1)، دمشق: دار النشر الفرنسية presse universitaires de France
5. بركات نظام محمود.(2003).الثقافة العربية اسئلة التطور والمستقبل في سلسلة كتب المستقبل العربي،(ط1)، بيروت: مركز دراسات الوحدة العربية.
6. جبريل بن حسن العريشي، سلمى بن عبد الرحمان محمد الدوسري،(2015).الشبكات الاجتماعية و القيم رؤية تحليلية،(ط1).عمان: دار المنهجية للنشر والتوزيع.
7. جيهان سليم. (2003).سلسلة كتب المستقبل الثقافة العربية،(ط1)، بيروت.
8. حارس على العبيدي ،هبة عدنان النعيمي.(2015).الثقافة بين المحلية والكونية في ظل عولمة الاتصال.(ط1)، عمان: دار مكتبة الحامد للنشر والتوزيع.
9. حسن حنفي حسين.(2012). الهُويّة.(ط1). القاهرة: المجلس الأعلى للثقافة.
10. حسن عبد الحميد، أحمد رشوان.(2006).الثقافة- دراسة في علم الاجتماع الثقافي-، الاسكندرية: مؤسسة شباب الجامعي.
11. حسن عماد مكاوي، عاطف عدلي، العابد.(2007). نظريات الاتصال، (ط4)، القاهرة.
12. حسن عماد مكاوي، ليلي حسين، السيد.(1998).الاتصال ونظرياته المعاصرة، (ط1)، القاهرة: دار المصرية اللبنانية.

13. حسين محمد جواد الجبوري.(2013).منهجية البحث العلمي - مدخل لبناء المهارات البحثية - (ط1)، الأردن: دار صفاء للنشر والتوزيع.
14. حسين محمود هتيمي.(2015)، العلاقات العامة وشبكات التواصل الاجتماعي، (ط1)، الأردن : دار أسامة.
15. خالد الشريف عبد العزيز.(2015).الاعلام الالكتروني،(ط1)، دار يافا العلمية.
16. خالد غسان يوسف المقدادي.(2013).ثورة الشبكات الاجتماعية ، ط1، دار النفائس.
17. خالد محمد أبو شعر، ثائر أحمد غباري.(2009). الثقافة وعناصرها .(ط1)، الأردن: مكتبة المجتمع العربي لنشر و التوزيع.
18. دنيس كوش، تر: منير السعيداني.(2007). مفهوم الثقافة في العلوم الاجتماعية.(ط1)، بيروت: مركز دراسات الوحدة العربية للتوزيع.
19. صالح محمد علي أبو جادو. (1998). سيكولوجية التنشئة الاجتماعية، الأردن: دار النشر والتوزيع.
20. عامر ابراهيم قنديلجي،(2015)،الاعلام الالكتروني،(ط1)، عمان: دار المسيرة لنشر.
21. عباس مصطفى صادق.(2008)، الاعلام الجديد المفاهيم والوسائل والتطبيقات ،(ط1)، الأردن: دار الشروق للنشر.
22. عبد الحمان بن ابراهيم الشاعر.(2005). مواقع التواصل الاجتماعي والسلوك الانساني، (ط1)، عمان : دار صفاء لنشر.
23. عبود عبد الله، العسكري.(2002).منهجية البحث العلمي في العلوم الانسانية،(ط1)، سورية: دار النمير للنشر و التوزيع.

24. علاء الدين، محمد عفيفي المليحي.(2015). الاعلام و شبكات التواصل الاجتماعي العالمية، دار التعليم الجامعي لنشر.
25. علي خليل شقرة، 2014، الاعلام الجديد شبكات التواصل الاجتماعي، (ط1)، الأردن: دار أسامة لنشر.
26. علي وطفة.(2003).الثقافة العربية أسئلة التطور والمستقبل، في سلسلة كتب مستقبل العربي، (ط1). بيروت: مركز الدراسات الوحدة العربية.
27. عمار بوحوش. محمد محمود، الذنبيات.(2010).مناهج البحث العلمي وطرق اعداد البحوث، (ط6)، الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية.
28. فضة عباسي، بصلي. محمد الفاتح، حمدي.(2017).مدخل لعلوم الاتصال والاعلام وسائل، نماذج و نظريات،(ط1)،الأردن: دار اسامة للنشر.
29. فضل الله وائل مبارك خضر.(2010)، أثر الفيس بوك على المجتمع، (ط1)، السودان: دار شمس النهضة.
30. مجد الدين، خمش.(2010). العولمة وتأثيراتها في المجتمع العربي، (ط1)، عمان: دار مجدلاوي للنشر والتوزيع.
31. محمد، الخطيب .(2005). الانثروبولوجيا الثقافية.(ط1)،سورية: دار علاء الدين للنشر والتوزيع.
32. محمد عابد، الجابري.(1998).العولمة والهوية الثقافية عشر أطروحات. في العرب والعولمة. بحوث ومناقشات الندوة الفكرية التي نظمها مركز الدراسات الوحدة العربية (بيروت 1997). (ط1)،بيروت.
33. محمد عابد، الجابري.(1994). المسألة الثقافية في الوطن العربي.(ط1)، بيروت.

34. محمد شفيق.(1996). البحث العلمي الخطوات المنهجية لإعداد البحوث الاجتماعية ، الاسكندرية: المكتب الجامعي الحديث.
35. محمد عبد الرؤوف، عطية.(2009). التعليم و أزمة الهوية الثقافية.(ط1)، القاهرة : مؤسسة طيبة لنشر و التوزيع.
36. محمد عبد الحميد.(2009)،مدونات الاعلام البديل، القاهرة: دار عالم الكتب.
37. محمد عبيدات، محمد أبو ناصر وأخرون.(1999).منهجية البحث العلمي والقواعد والمراحل التطبيقات، الأردن: وائل للنشر والتوزيع.
38. محمد عمارة.(1999).مخاطر العولمة على الهوية الثقافية.(ط1)، القاهرة: دار النهضة مصر للطباعة والنشر.
39. مروان عبد المجيد ابراهيم.(2000).أسس البحث العلمي لإعداد الرسائل الجامعية،(ط1)،عمان: مؤسسة الورق.
40. مروى عصام صلاح.(2015)،الاعلام الالكتروني الأسس وأفاق المستقبل،(ط1)،الأردن: دار الاعصار العلمي.
41. معن الخليل، العمو.(2004).مناهج البحث في علم لاجتماع،(ط1)، لأردن: دار الشروق للنشر.
42. هارلمس وهولبورن،تر: حاتم حميد محسن.(2010).سوشيولوجيا الثقافة و الهوية.(ط1)، سورية: دار كيوان للطباع والنشر.
43. ياسر بكر.(2010)، الاعلام البديل مطابع الحواس ،القاهرة ،مصر.
- ثانيا: المجلات والدوريات العلمية:
44. ابتسام، ريس علي.(2016،18ديسمبر).نظرية الاستخدامات والاشباع وتطبيقها على الاعلام الجديد مدخل نظري، مجلة دراسات وأبحاث، العدد25.

- 45.. أحمد عبد الله، الدرويش.(2014-2015)، واقع استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في التعليم لدى طلاب كلية المعلمين بجامعة الملك سعود، مجلة اتحاد الجامعات العربية للبحوث في التعليم العالي، مجلة علمية عالمية محكمة م فهرسة ،المجلد 34 ،العدد2.
- 46.العيد، وارم.(2014). البعد الثقافي للعولمة وأثره على الهوية الثقافية للشباب العربي- الشباب الجزائري نموذجاً-، مجلة جيل العلوم الانسانية والاجتماعية، العدد 02
47. تركي، الحمد.(2003). الثقافة العربية في عصر العولمة.(ط3)، لبنان: دار الساقى للنشر والتوزيع.
48. حفيظة محلب.(2016 نوفمبر).الشباب والهوية الثقافية في ظل العولمة. بين جدلية القبول والرفض بين جدلية القبول والرفض، مجلة الحكمة للدراسات الاعلامية ،العدد7،الجزائر: مؤسسة كنوز للحكمة للنشر والتوزيع.
- 49.دليلة غروبة.(2013).الأنترنت الشبكات الاجتماعية و ثورة الاعلام الجديد، مجلة الحكمة للدراسات الاتصالية و الاعلامية، العدد الخامس عشر.
- 50.زويير، زرزايحي.(2010).العولمة الإعلامية والهوية الثقافية في الجزائر.
- 51.فارج، مسرحي. (2013،16 نوفمبر).اشكالية الهوية في زمن العولمة، مجلة الحكمة للدراسات الاعلامية، العدد السادس عشر، الجزائر: مؤسسة كنوز للحكمة للنشر و التوزيع.
52. كلثوم ، ببيمون. تصور و ممارسة الهوية الثقافية لدى الشباب الجزائري- دراسة ميدانية على عينة من مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي فيس بوك، مجلة دراسات في التنمية و المجتمع، العدد2016،33،جامعة الشلف.
- 53.محمد الهواري.(2013/18/نوفمبر).العولمة الثقافية و أثرها على الهوية العربية الإسلامية. مجلة الحكمة لدراسات الاجتماعية. العدد الثامن عشر.

54. مصطفى بن طيفور، العربي بوعمامة. (2016، 7 نوفمبر). تأثيرات وسائل الاعلام على تشكيل الهوية الثقافية في ظل العولمة قراءة الواقع واستشراف المستقبل. مجلة الحكمة للدراسات الإعلامية. العدد السابع. الجزائر. كنوز الحكمة للنشر والتوزيع.

55. منى العتيق. (2013). الطالب الجامعي ومشروع المستقبل نظرة واقعية وتحليلية، مجلة الحكمة للدراسات الإعلامية والاتصالية، العدد السادس عشر، الجزائر: مؤسسة كنوز للحكمة للنشر والتوزيع.

56. نبيلة جعفري. (2015). دور الاعلام الجديد في انتفاضات الشعوب العربية، مجلة الحكمة للدراسات الاعلامية والاتصالية، العدد الثامن والعشرون.

57. نهي بلعيد. (2016). تطور استخدامات مواقع التواصل الاجتماعي في العالم العربي. مجلة الاذاعات العربية، يوم 5 ماي.

ثالثا: الرسائل الجامعية:

58. الخنساء، تومي. (2017/2016). دور الثقافة الجماهيرية في تشكيل هوية الشباب الجامعي، رسالة دكتوراه منشورة في علوم علم الاجتماع، قسم العلوم الاجتماعية. شعبة علم الاجتماع، تخصص اتصال، كلية العلوم الانسانية والاجتماعية، جامعة محمد خيضر بسكرة، الجزائر.

59. بدر الدين، بن بلعباس. (2015/2014). شبكات التواصل الاجتماعي والهوية الثقافية عند الطلبة الجامعيين - الفيس بوك وطلبة جامعة بسكرة نموذجا، رسالة ماجستير منشورة في علم اجتماع، تخصص علم اجتماع التربية كلية العلوم الانسانية والاجتماعية، جامعة محمد خيضر، بسكرة، الجزائر. متاحة على الرابط: thesis.univ-biskra.dz/1206/1/Socio_m1_2015.pdf

60. حليلة لكحل، ربيعة زايدي. (2017). أثر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في العلاقات الأسرية، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علم الاجتماع التربوي.

61. خليل أبو يعقوب، شدان يعقوب.(2015).أثر مواقع التواصل الاجتماعي على الوعي السياسي بالقضية الفلسطينية لدى طلبة جامعة النجاح الوطنية،(رسالة ماجستير منشورة)، كلية الدراسات العليا جامعة النجاح الوطنية في نابلس ، فلسطين.
62. سمر محمد الدريملي .(2013).أثر مواقع التواصل الاجتماعي على المشاركة السياسية للمرأة،أطروحة مقدمة لاستكمال متطلبات الحصول على درجة الماجستير في برنامج دراسات الشرق الاوسط ، جامعة الأزهر غزة ، كلية الآداب والعلوم الانسانية قسم التاريخ والعلوم السياسية.
63. عبد الله ممدوح مبارك الرعود.(2012). دور شبكات التواصل الاجتماعي في التغيير السياسي في مصر وتونس من وجهة نظر الصحافيين الأردنيين، رسالة ماجستير منشورة، جامعة الشرق الأوسط، عمان الأردن.
64. عمار سعيدي، كريمة خينش.(2017/2016).أثر استخدام الفيس بوك على القيم الاجتماعية لدى الطالب الجامعي، دراسة في اطار نظرية الحتمية القيمة في الاعلام، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر منشورة، في علوم الاعلام والاتصال، تخصص تكنولوجيا الاتصال الجديدة، جامعة قاصدي مرباح ، ورقلة، الجزائر.
65. محمد الفاتح حمدي.(2014/2013). الاعلان في القنوات الفضائية العربية انعكاساته على قيم الشباب الجزائري، أطروحة دكتوراه في علوم الاعلام والاتصال، كلية علوم الاتصال والاعلام، جامعة الجزائر3
66. محمد الفاتح حمدي.(2010/2009).استخدامات النخبة للصحافة انعكاساتها على مقروئية الصحف الورقية، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في تخصص العلاقات العامة و الاتصال، قسم علوم الاتصال والاعلام، كلية الحقوق جامعة الحاج لخضر، باتنة، الجزائر
67. محمد المنصور.(2012).تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على جمهور المتلقين، دراسة مقارنة للمواقع الاجتماعية والمواقع الالكترونية، رسالة ماجستير، الاكاديمية العربية المفتوحة في الدانمارك

68. مريم نورمان.(2012/2011). استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية وتأثيره في العلاقات الاجتماعية. دراسة عينة من مستخدمي موقع الفيس بوك في الجزائر. مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير منشورة، في علوم الاعلام والاتصال، تخصص الاعلام والتكنولوجيا الاتصال الحديثة، جامعة الحاج لخضر، باتنة، الجزائر.

69. نوال بركات.(2016). انعكاسات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي علي نمط الحياة الاجتماعية دراسة ميدانية علي عينة من مستخدميين الجزائريين .، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه علوم علم الاجتماع الاتصال منشورة، تخصص علم الاجتماع الاتصال والعلاقات العامة، جامعة محمد خيضر، بسكرة، الجزائر.

رابعا: المؤتمرات و الملتقيات العلمية:

70. أسماء، بن تركي.(2011). الهوية الثقافية بين قيم الاصاله والحداثة في ظل التغيرات السوسيوثقافية المجتمع الجزائري، مجلة العلوم الانسانية والاجتماعية، عدد خاص للملتقى الأول حول الهوية والمجالات الثقافية في المجتمع الجزائري.

71. باية، بوزغاية.(2011). اشكالية الهوية والعولمة الثقافية، مجلة العلوم الانسانية والاجتماعية، عدد خاص بالملتقى الدولي حول الهوية والمجالات الاجتماعية في ظل التحولات السوسيوثقافية في المجتمع الجزائري.

72. جمال الزرن.(2012). المسائل النفسية الاجتماعية والتنموية شبكات التواصل الاجتماعي، قدم في ملتقى الشباب حول التكنولوجيا الحديثة للإعلام والاتصال، تونس.

خامسا: المواقع الالكترونية:

73. الهوية الثقافية والعولمة عشر أطروحات نقلا عن موقع: www.hekmah.org، تاريخ الزيارة

2018/02/25، ساعة: 8:44

74. بشرى جميل الراوي، دور مواقع التواصل الاجتماعي في التغيير مدخل نظري، نقلا عن موقع: <https://www.iasj.net/iasj?func=fulltext&aId=68848>.

تاريخ الزيارة، 2018/02/02، ساعة الدخول، 13:00

75. حكيمة بولشعب، تحديات الهوية الثقافية العربية في ظل العولمة. نقلا عن الموقع: www.aranthropos.com، تاريخ الزيارة: 2018/02/18 ساعة الزيارة 21:39.

76. شهاب عادل: الثقافة والهوية نقلا عن موقع: www.aranthropos.com، تاريخ الزيارة 2018/02/25، ساعة 21:28.

77. عباس صادق مصطفى، مؤتمر وسائل التواصل الاجتماعي التطبيقات والاشكالات المنهجية ورقة عمل صناعة الخبر بين الاعلام التقليدي والجديد، تطبيقات على تقنيات وسائل التواصل الاجتماعي. نقلا عن موقع: <https://units.imamu.edu.sa/Conferences/smumc/news/Pages/news-2--10-3-2015.aspx>

78. عوض حسني، أثر مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية المسؤولية المجتمعية لدى الشباب ، تجربة مجلس شبابي علاء. نقلا عن موقع: www.qou.edu/arabic/conferences/socialResponsibilityConf/dr_housniAwad.pdf

تاريخ الزيارة، 2018/02/04، ساعة الدخول: 17:19

79. ليندة ضيف، الحدث الاقتصادي عبر مواقع التواصل الاجتماعي جامعة العربي بن مهيدي. نقلا عن الموقع: https://samc.ksu.edu.sa/sites/samc.ksu.edu.sa/files/imce.../bhth_lynd_dyf.pdf

تاريخ الزيارة، 2018/03/07، ساعة: 12:15

80. نادية بن ورقلة ، دور شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي السياسي و الاجتماعي لدى الشباب العربي. نقلا عن الموقع:

https://www.univ-djelfa.dz/revues/dirassat/index_htm_files/Makal11_12.pdf

تاريخ الزيارة، 2018/03/02، ساعة: 15:30

81. فضل الله وائل مبارك خضر، أثر مواقع الفيس بوك على المجتمع. نقلا عن موقع:

، www.wailmobarak.com/2010/12/2010.html تاريخ الزيارة 2018/03/02، ساعة: 15:30.

سادسا: المعاجم و القواميس

82. المعجم الوسيط. (2005). (ص1)، القاهرة: مكتبة الشروق الدولية.

83. صبحي، حمودي. (2001). قاموس المنجد، (ط2)، لبنان: دار المشرق.

84. عزة، عجان. (2001). المفصل قاموس عربي، الجزائر: دار هومة للطباعة والنشر.

85. علي بن هادية، بلحسن البليش، الجيلاني، بن الحاج يحيى. (1991). قاموس الجريب، (ط1)،

الجزائر: المؤسسة الوطنية للكتاب.

86. محمد منير، حجاب. (2004). المعجم الاعلامي، (ط1)، القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع.

ملاحق الدراسة

ملحق رقم (01): استمارة البحث

جامعة محمد الصديق بن يحيى

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

قسم علوم الإعلام والاتصال

استمارة استبيان بعنوان:

استخدام موقع الفاييس بوك و أثره على الهوية الثقافية لدى الطلبة
الجامعيين

دراسة ميدانية على عينة من طلبة الماستر بكلية العلوم الانسانية
والاجتماعية بجامعة جيجل

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الاعلام والاتصال

تخصص اتصال وتسويق

ملاحظة: في إطار قيامنا بتحضير مذكرة ماستر حول موضوع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وأثره على الهوية الثقافية لدى الطلبة الجامعيين، نرجو منكم التعاون معنا في إنجاز هذه المذكرة وذلك بالإجابة على أسئلة الاستمارة التي بين أيديكم، بوضع علامة (X) في الخانة المناسبة، مع العلم أن هذه المعلومات سرية ولا تستخدم إلا لغرض البحث العلمي، وتقبلوا منا جزيل الشكر وفائق الاحترام.

إشراف الأستاذ:

د. مسعود بوسعدية

إعداد الطالبتين:

حميدة ياسف

خولة ركروك

الموسم الجامعي: 2018/2017

المحور الأول : بيانات شخصية.

1. الجنس: ذكر أنثى
2. السن: من 20 إلى 25 من 25 إلى 30 من 30 فما فوق
3. المستوى العلمي: سنة أولى ماستر سنة ثانية ماستر
4. نوع السكن: إقامة جامعية البيت
5. المستوى المعيشي: مرتفع متوسط منخفض

المحور الثاني : عادات و أنماط استخدام طلبة الماستر لموقع "الفيس بوك".

6. ماهي درجة استخدامك لموقع الفيس بوك؟
 دائم أحيانا نادرا
7. منذ متى و أنت تستخدم موقع الفيس بوك؟
 منذ أقل من سنة من سنة إلى ثلاث سنوات أكثر من ثلاث سنوات
8. ما هو الحجم الساعي الذي تستغرقه في اليوم على موقع الفيس بوك؟
 أقل من ساعة من 1 سا إلى 2 سا أكثر من 2 سا بدون تحديد
9. ما هي الأوقات التي تفضل استخدام موقع الفيس بوك فيها؟
 صباحا مساءا ليلا ليس هناك وقت محدد
10. أين تفضل استخدام موقع التواصل الاجتماعي فيس بوك؟
 في الإقامة الجامعية في الجامعة في البيت في مقهى الأنترنت
 مكان آخر أذكره.....
11. ما هي لغة حسابك الشخصي على موقع الفيس بوك؟

- لغة عربية لغة فرنسية لغة إنجليزية

12. هل يحمل حسابك على الفيس بوك هويتك الشخصية؟

- نعم لا

13. ما هي المجالات التي تحرص على متابعتها عبر موقع الفيس بوك؟

- المجال العلمي و الثقافي و الفكري المجال الإخباري و السياسي المجال الرياضي مجال الموضة

أخرى تذكر.....

المحور الثالث: الدوافع و الاشباعات المحقق من استخدام طلبة الماستر لموقع الفيس بوك.

14. ما هي دوافع فتحك لحساب في موقع الفيس بوك؟ (يمكن اختيار أكثر من إجابة)

- التعرف على أصدقاء جدد لأكون على اتصال دائم بالأهل و الأصدقاء للتسلية و الترفيه يساعدني على نسيان ضغوط الدراسة للتعرف على آراء الآخرين في مختلف قضايا المجتمع استعماله في مجال الدراسة أستخدمه في المراسلة كبديل للبريد الإلكتروني للحصول على الحافز الاجتماعي و تشجيع الآخرين

15. ما هي الاشباعات التي يلبها لك موقع الفيس بوك؟

- إشباع الفضول و الحصول على المعلومات

تعلم لغات أجنبية

تطوير قدراتك التواصلية

ربط علاقات صداقة

ربط علاقات مع الجنس الآخر

إيجاد حلول لمشاكلك الاجتماعية

16. هل تقبل طلبات الصداقة من أشخاص غرباء؟

نعم لا

- إذا كانت إجابتك بنعم فذلك بدافع..

التعرف على أشخاص جدد التسلية و تمضية الوقت توسيع معارفك

17. هل غيابك عن تصفح موقع الفيس بوك لفترة يشعرك؟

القلق و الاضطراب الفراغ لا يشعرك بشيء

أخرى تذكر.....

المحور الرابع : تأثيرات استخدام موقع الفيس بوك على : اللغة العربية لدى طلبة الماجستير.

18. أذكر بالترتيب (من 01 إلى 05) عناصر الهوية الثقافية حسب أهميتها بالنسبة إليك؟

الدين الإسلامي اللغة العربية اللغة الأمازيغية التاريخ الوطني

العادات والتقاليد

19. في منشوراتك على موقع الفيس بوك هل تعتمد على؟

الكتابة بالحروف فقط وضع أيقونات فقط المزج بين الحروف و الأيقونات

20. عند استخدامك لموقع الفيس بوك فهل تكتب ب؟

دائماً	غالباً	أحياناً	الإجابة اللغة المستخدمة
			اللغة العربية الفصحى
			اللغة الفرنسية
			اللغة الإنجليزية
			المزج بين اللغات

- إذا كنت تكتب باللغة العربية الفصحى على حسابك في الفيس بوك فواصل الإجابة على الأسئلة الموائية مباشرة، و إذا كنت لا تستخدمها فانتقل مباشرة إلى السؤال رقم 23

21. مع أي فئة تكتب باللغة العربية الفصحى؟

فئة الأساتذة فئة الزملاء فئة الأصدقاء الافتراضيين من دول عربية

أخرى تذكر.....

22. ما هو سبب اعتمادك على استخدام اللغة العربية الفصحى؟

لأنك تتقنها لأنها اللغة الوطنية لأنك تعودت على استخدامها

أخرى تذكر.....

23. لماذا لا تكتب باللغة العربية الفصحى في حسابك على موقع الفيس بوك؟

لأنني لا أتقنها لأن أصدقائي لا يتعاملون بها

لأن الكتابة بالحروف الأجنبية أسرع

24. هل أثرت اللغة التي تتعامل بها في موقع الفيس بوك على لغة تواصلك اليومي؟

نعم لا

25. إذا كانت إجابتك ب "نعم" فما هي عبارات الفيس بوك التي تستخدمها في أحاديثك

اليومية؟

26. كيف ترى تأثير اللغة المستخدمة في موقع الفيس بوك على هويتك الثقافية العربية؟

سليبي إيجابي سلبى أحيانا و إيجابي أحيانا

- إذا كان التأثير سلبيا، فهل ترى أن اللغة المستخدمة في الفيس بوك تؤدي إلى:

أثرت كثيرا	أثرت قليلا	لم تؤثر	درجة التأثير
			ضعف اللغة و نسيانها تدريجيا
			التهاون بشأن العادات و التقاليد
			انخفاض روح الانتماء للوطن

- إذا كان التأثير إيجابيا فهل ترى أن اللغة المستخدمة في الفيس بوك تعمل على:

أثرت كثيرا	أثرت قليلا	لم تؤثر	درجة التأثير
			الحفاظ على اللغة
			التمسك بالعادات و التقاليد
			تعزيز روح الانتماء للوطن

المحور الخامس: تأثيرات استخدام موقع الفيس بوك على: العادات و التقاليد لدى طلبة

الماستر:

27. هل أنت مشترك في صفحات أو مجموعات تعنى بالعادات و التقاليد؟

نعم لا

- إذا كان الجواب بنعم فواصل الإجابة عن الأسئلة التالية، و إذا كانت بلا فانتقل إلى السؤال

رقم 30

28. كيف ترى دور نشر مواضيع تتعلق بالعادات و التقاليد على شبكة الفيس بوك في المحافظة

على الهوية الثقافية؟

أساسيا مكملا ليس له أي دور

29. حسب رأيك هل ما يعرض عبر موقع الفيس بوك من مواضيع وصور يتوافق مع عاداتنا

وتقاليدنا السائدة؟

نعم لا

30. لماذا لا تتطرق لأمر تتعلق بالعبادات والتقاليد في حسابك على الفيس بوك؟

ليست من اهتماماتي لا أرى فائدة منها

أخرى تذكر.....

31. هل ترى أن تصفحك لموقع الفيس بوك يؤثر على نوعية لباسك و قصات الشعر؟

نعم لا

32. هل يؤثر نشر مواضيع متعلقة بالعبادات و التقاليد في موقع الفيس بوك على هويتك الثقافية

بشكل؟

سليبي إيجابي سلمي أحيانا و إيجابي أحيانا لا يؤثر

إذا كان التأثير سلبيًا، فهل يظهر ذلك في:

درجة التأثير	لم تؤثر	قليلا	كثيرا
التهاون بشأن العادات والتقاليد			
انخفاض روح الانتماء للوطن			

- إذا كان التأثير إيجابيا فهل يظهر ذلك في:

درجة التأثير	لم تؤثر	قليلا	كثيرا
التمسك بالعبادات والتقاليد			
تعزيز روح الانتماء للوطن			

هل تعتقد (ين) أن تصفحك لموقع "الفيس بوك" جعلك أكثر تمردا على العادات والتقاليد؟

نعم لا

ملحق رقم (02):

جامعة محمد الصديق بن يحيى - جيجل -

كلية العلوم الانسانية و الاجتماعية

قسم علوم الاعلام و الاتصال

استمارة ملاحظة حول

استخدام موقع الفاييس بوك و أثره على الهوية الثقافية لدى الطلبة
الجامعيين
دراسة ميدانية على عينة من طلبة الماستر لكلية العلوم الانسانية و
الاجتماعية

مذكرة لنيل شهادة الماستر في علوم الاعلام و الاتصال تخصص:

اتصال و تسويق

إشراف الأستاذ:

د. مسعود بوسعدية

إعداد الطالبين:

حميدة ياسف

خولة ركروك

السنة الجامعية: 2017\2018

الملاحظات المسجلة من ميدان الدراسة:

ملاحظتنا هنا كانت ضمن جملة المتغيرات التي مست بنية المجتمع المتعلقة بالهوية وبالخصوص الهوية الثقافية، خاصة فيما تعلق بالأبعاد الكبرى التي تشكل الهوية الثقافية لدى الطلبة الجامعيين، والتي تعتبر انعكاس لقيمه وعاداته وأخلاقه من لغة مستخدمة وعنصر العادات والتقاليد الذي يعتبر أحد أهم مقومات الهوية الثقافية، وفيما يلي عرض أهم الملاحظات المسجلة في الميدان:

- كثرة استخدام طلبة الماستر للهاتف النقال داخل قاعات الدراسة وأثناء القاء المحاضرات.
- يستخدم طلبة الماستر مواقع التواصل الاجتماعي عامة وموقع الفاييس بوك خصوصا لتبادل المعلومات والبحث عن المعلومات حول مواضيع المذكرة والبحوث المقدمة لهم.
- استخدام الطالب الجامعي لكلمات وعبارات دخيلة على لغة تواصلنا اليومي وهي لغة هجينة استخدمت بكثرة عبر موقع الفاييس بوك.
- ظهور مظاهر غريبة عن عاداتنا وتقاليدنا خاصة من ناحية نوعية اللباس الذي يرتديه الطالب الجامعي مثل: ارتدائه لبنتال ممزق، وقصات الشعر خاصة عند فئة الذكور تحت شعار اتباع الموضة ونذكر بعض قصات الشعر منها: *dobond digradi li7ya, copa saple, copa digradi corwazi, copa viya.*
- ملاحظتنا لبعض السلوكيات والممارسات والتصرفات لبعض الطلبة داخل الحرم الجامعي وتلك الممارسات تتعارض مع قيمنا وتقاليدنا وتتنافى معها.

فهرس الجداول

الصفحة	العنوان	الرقم
27	جدول يوضح توزيع طلبة الماجستير حسب الأقسام بكلية العلوم الانسانية والاجتماعية	01
94	جدول يوضح تقسيم الهويات العامة إلى ثلاث أقسام	02
112	جدول يوضح الفرق بين مفهوم الموضة و مفهوم التقاليد	03
122	جدول يوضح توزيع العينة حسب الجنس.	04
123	جدول يوضح توزيع أفراد العينة حسب السن.	05
124	جدول يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس و المستوى العلمي.	06
125	جدول يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس و نوع السكن.	07
126	جدول يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس و المستوى المعيشي.	08
127	جدول يوضح درجة استخدام موقع الفايس بوك.	09
128	جدول يوضح مدة استخدام أفراد العينة لموقع الفايس بوك.	10
129	جدول يوضح الوقت المستغرق لأفراد العينة في استخدام موقع الفايس بوك.	11
131	جدول يوضح الأوقات المفضلة لدي أفراد العينة لاستخدام موقع الفايس بوك.	12
133	جدول يوضح أماكن استخدام أفراد العينة لموقع الفايس بوك.	13
135	جدول يوضح لغة الحساب الشخصي لموقع الفايس بوك لأفراد العينة.	14
136	جدول يوضح هويتك الشخصية في حسابك على موقع الفايس بوك.	15
137	جدول يوضح المجالات التي يحرص أفراد العينة متابعتها عبر موقع الفايس بوك.	16
139	جدول يوضح دوافع فتح أفراد العينة لحساب عبر موقع الفايس بوك.	17
141	جدول الاشباعات التي يليها موقع الفايس بوك لأفراد العينة.	18
142	جدول يوضح تصرف أفراد العينة حيال قبول طلبات صداقة من أشخاص غرباء.	19
143	جدول يوضح دوافع موافقة أفراد العينة على طلبات صداقة من أشخاص غرباء.	20
144	جدول يوضح شعور أفراد العينة في حالة غيابهم عن تصفح موقع الفايس بوك.	21
146	جدول يوضح تراتيب عناصر الهوية الثقافية من (1 الى 5) حسب أهميتها بنسبة لأفراد العينة.	22
148	جدول نوع الكتابة التي يعتمدها أفراد العينة في منشوراتهم.	23

149	جدول يوضح لغة كتابة أفراد العينة عبر موقع الفايس بوك.	24
150	جدول يوضح توزيع أفراد العينة التي تكتب باللغة العربية الفصحى عبر موقع الفايس بوك	25
151	جدول يوضح سبب اعتماد أفراد العينة على استخدام اللغة العربية الفصحى في كتاباتهم عبر موقع الفايس بوك.	26
152	جدول يوضح سبب عدم اعتماد أفراد العينة على اللغة العربية الفصحى في كتاباتهم عبر موقع الفايس بوك.	27
153	جدول يوضح الأثر الذي أحدثته اللغة التي يستخدمها أفراد العينة على لغة تواصلهم اليومي.	28
154	جدول يوضح عبارات الفايس بوك التي يستخدمها أفراد العينة في أحاديثهم اليومية.	29
155	جدول يوضح تأثير اللغة المستخدمة في موقع الفايس بوك على الهوية الثقافية لأفراد العينة.	30
157	جدول يوضح التأثير السلبي للغة المستخدمة عبر موقع الفايس بوك لأفراد العينة.	31
158	جدول يوضح التأثير الايجابي للغة المستخدمة عبر موقع الفايس بوك لأفراد العينة.	32
159	جدول يوضح توزيع أفراد العينة المشتركة في صفحات تعنى بالعادات و التقاليد.	33
160	جدول يوضح دور نشر مواضيع تتعلق بالعادات و التقاليد على موقع الفايس بوك في المحافظة على الهوية الثقافية لأفراد العينة.	34
161	جدول يوضح رأي أفراد العينة حول ما يعرض من مواضيع و صور تنشر على موقع الفايس بوك و مدى توافقها مع العادات و التقاليد	35
162	جدول يوضح سبب عدم اشتراك أفراد العينة في صفحات تعنى بالعادات و التقاليد.	36
163	جدول يوضح تأثير تصفح موقع الفايس بوك على نوعية لباس وقصات الشعر لأفراد العينة.	37
164	جدول تأثيرات نشر مواضيع تعنى بالعادات و التقاليد في موقع الفايس بوك على الهوية الثقافية لأفراد العينة.	38
165	جدول يوضح التأثير السلبي لنشر مواضيع تعنى بالعادات و التقاليد في موقع	39

	الفابسبوك.	
166	جدول فوضح الأأفر الأابابف لفسر موابفع فعف بالعباءاء و الأقالفء فف موقع الفابس بوك.	40
167	جدول فوضح رأف أفراء العفنة حول مظاهر الأمرء على العباءاء و الأقالفء.	41

فهرس الأشكال

الصفحة	عنوان الشكل	الرقم
44	رسم تخطيطي حول نظرية الاستخدامات و الاشباعات	01
99	شكل يوضح تقسيم عناصر الثقافة	02
105	شكل يوضح مستويات الثقافة	03
122	شكل يوضح توزيع العينة حسب الجنس	04
123	شكل يوضح توزيع أفراد العينة حسب السن	05
129	شكل يوضح مدة استخدام أفراد العينة لموقع الفيس بوك	06
130	شكل يوضح الوقت المستغرق لأفراد العينة في استخدام موقع الفاييس بوك	07
132	شكل يوضح الأوقات المفضلة لدى أفراد العينة في استخدام موقع الفاييس بوك	08
134	شكل يوضح أماكن استخدام أفراد العينة لموقع الفاييس بوك	09

فهرس الموضوعات

الصفحة	العنوان
	الاهداء
6	المقدمة
	الفصل الأول: الاطار المنهجي
11	أولاً: إشكالية الدراسة و تساؤلاتها.
13	ثانياً: فرضيات الدراسة.
14	ثالثاً: أسباب اختيار الموضوع.
15	رابعاً: أهمية الدراسة.
15	خامساً: أهداف الدراسة.
16	سادساً: مفاهيم الدراسة.
22	سابعاً: حدود الدراسة (الزمنية المكانية البشرية)
24	ثامناً: نوع الدراسة و منهجها.
25	تاسعاً: مجتمع الدراسة و العينة.
29	عاشراً: أدوات جمع البيانات.
32	إحدى عشر: الدراسات السابقة.
41	اثني عشر: المقاربة النظرية لدراسة.
	الفصل الثاني: مواقع التواصل الاجتماعي.
53	تمهيد
54	المبحث الأول: مواقع التواصل الاجتماعي.
54	المطلب الأول: نشأة و تطور مواقع التواصل الاجتماعي.
54	المطلب الثاني: مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي.
56	المطلب الثالث: أنواع مواقع التواصل الاجتماعي.
59	المطلب الرابع: خصائص مواقع التواصل الاجتماعي.
61	المطلب الخامس: استخدامات مواقع التواصل الاجتماعي.

65	المطلب السادس: الاثار السلبية والايجابية لمواقع التواصل الاجتماعي.
70	المبحث الثاني: موقع الفيس بوك النشأة و التطور.
70	المطلب الأول: البدايات الأولى لموقع الفاييس بوك.
72	المطلب الثاني: مميزات وخصائص الفاييس بوك.
76	المطلب الثالث: نماذج مستخدمي الفاييس بوك.
76	المطلب الرابع: مجالات استخدامات الفاييس بوك.
78	خلاصة الفصل.
	الفصل الثالث: الهوية الثقافية واشكالية بنائها.
85	تمهيد
86	المبحث الأول: مدخل مفاهيمي حول الهوية.
86	المطلب الأول: مفهوم الهوية.
89	المطلب الثاني: خصائص الهوية و عناصرها.
92	المطلب الثالث: وظائف الهوية.
93	المطلب الرابع: مستويات وأقسام الهوية.
95	المبحث الثاني: مدخل مفاهيمي حول الثقافة
95	المطلب الأول: مفهوم الثقافة.
97	المطلب الثاني: مكونات الثقافة.
99	المطلب الثالث: خصائص الثقافة.
102	المطلب الرابع: وظائف الثقافة.
104	المطلب الخامس: مستويات الثقافة.
106	المبحث الثالث: الهوية الثقافية و اشكالية بنائها
106	المطلب الأول: ماهية الهوية الثقافية.
107	المطلب الثاني: وظائف الهوية الثقافية.
108	المطلب الثالث: مقومات الهوية الثقافية.
109	المطلب الرابع: أبعاد الهوية الثقافية.

114	خلاصة الفصل
	الإطار التطبيقي
	الفصل الرابع: استخدام مواقع التواصل الإجتماعي وأثره على الهوية الثقافية لدى الطلبة الجامعيين.
120	تمهيد
122	المبحث الأول: تحليلا لبيانات الشخصية.
127	المبحث الثاني : عادات وأنماط استخدام الطالب الجامعي لمواقع التواصل الاجتماعي.
139	المبحث الثالث: الدوافع والاشباع المحققة من تعرض الطلبة لمواقع التواصل الاجتماعي.
146	المبحث الرابع: الأثر الذي يحدثها استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على لغة العربية.
159	المبحث الخامس: الأثر الذي يحدثها استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على العادات و التقاليد.
167	المبحث السادس: النتائج العامة للدراسة.
174	المبحث السابع: إثبات و نفي الفرضيات في ضوء نتائج الدراسة.
180	خاتمة الدراسة.
183	اقتراحات الدراسة
185	قائمة المصادر و المراجع.
196	قائمة الملاحق.
206	فهرس الجداول.
210	فهرس الموضوعات.
212	فهرس الأشكال
216	الملخص.

ملخص الدراسة

ملخص الدراسة:

تتم هذه الدراسة بموضوع "استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وأثره على الهوية الثقافية لدى الطلبة الجامعيين". دراسة ميدانية على عينة من طلبة الماجستير بكلية العلوم الانسانية والاجتماعية بجامعة محمد الصديق بن يحيى جيغل. والذي سعينا من خلالها للكشف عن أثر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي "الفييس بوك" نموذجا على الهوية الثقافية لدى طلبة الماجستير، فالهوية الثقافية هي من بين المواضيع التي نالت اهتماما كبيرا وواسعا من قبل الباحثين السوسولوجيين والأنثروبولوجيين، وتعتبر من أكثر المواضيع جدلا وإثارة للنقاش نظرا لما تحمله من أبعاد ودلالات فكرية، ومضامين إيديولوجية تحكمها جملة من المقومات والأبعاد كالدين واللغة والتاريخ، وتهدف هذه الدراسة السوسيوإتصالية إلى الكشف عن الأثر الذي أحدثته مواقع التواصل الاجتماعي مستهدفة بذلك الهوية الثقافية لدى الطلبة الجامعيين، خاصة وأن هذه الفئة المجتمعية تعد من أهم شرائح المجتمع، وتعد مستقبل الأمة وحاضرها، ولا يستطيع أي مجتمع أن يعيش دون هوية تميزه عن باقي الهويات الأخرى.

إذن سعت هذه الدراسة للإجابة عن السؤال الآتي:

■ ما هو أثر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على الهوية الثقافية لدى الطالب الجامعي؟
واستخلصنا منها التساؤلات الفرعية الآتية:

- ما هي عادات وأتماط استخدام طلبة الماجستير لموقع الفييس بوك؟
- ماهي الدوافع والاشباكات التي يحققها طلبة الماجستير من استخدام موقع الفييس بوك؟
- كيف يؤثر استخدام موقع الفييس بوك على العناصر المكونة للهوية الثقافية لطلبة الماجستير؟

لقد كشفت الدراسة على النتائج التالية:

1. طلبة الماجستير يستخدمونها موقع الفييس بوك بصفة دائمة ودافعهم من هذا التصفح كان من أجل إشباع الفضول، والحصول على المعلومات، وكذا تطوير قدراتهم الإتصالية.
2. أكثر المجالات التي يحرص طلبة الماجستير على تصفحها هو المجال العلمي والفكري.
3. كما قضت الدراسة بأن استخدام الفييس بوك من طرف طلبة الماجستير لم يجعلهم يتمردون على العادات والتقاليد، وأكدوا أن لغة تواصلهم اليومي لم تتأثر باللغة المستخدمة عبر موقع الفييس بوك.

الكلمات الدالة: مواقع التواصل الاجتماعي، موقع الفيس بوك، الهوية الثقافية، الطالب الجامعي.