

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة محمد بوضياف - المسيلة -
كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية
قسم علوم الإعلام والاتصال



تأثير مواقع التواصل الاجتماعي في تكوين الرأس مال
الثقافي لدى الطلبة الجامعيين
دراسة على عينة من طلبة قسم علوم الإعلام والاتصال

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

إشراف الدكتور:
تقي الدين يحي

إعداد الطالبة:
حويشي ربيعة

السنة الجامعية: 2018-2019م

تأثير مواقع التواصل الاجتماعي في تكوين الرأسمال الثقافي لدى الطلبة الجامعيين

دراسة على عينة من طلبة قسم علوم الإعلام والاتصال
إعداد الطالبة
ربيحة حويشي

تقدم هذه المذكرة استكمالاً لمتطلبات نيل شهادة الماستر في علوم
الإعلام والاتصال تخصص اتصال وعلاقات عامة بجامعة المسيلة

أشرف على مناقشة المذكرة:

الاسم واللقب	الرتبة	الصفة	التوقيع
د. محمد دحماني	أستاذ محاضر "أ"	رئيسا	
د. تقي الدين يحيى	أستاذ محاضر "ب"	مشرفا	
أ. سعيدة حيمر	أستاذ مساعد "أ"	مناقشا	

السنة الجامعية: 2018-2019م

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ
الْحَمْدُ لِلَّهِ الَّذِي
خَلَقَ الْمَوَدَّعَةَ
وَالْحَمْدُ لِلَّهِ الَّذِي
خَلَقَ الْمَوَدَّعَةَ
وَالْحَمْدُ لِلَّهِ الَّذِي
خَلَقَ الْمَوَدَّعَةَ

إهداء

الحمد لله الذي وفقنا لهذا ولم نكن لنصل إليه لولا فضله علينا
أهدي باكورة عملي وثمره جهدي إلى من قال فيهما الحق سبحانه وتعالى " وَقُلْ رَبِّ
ارْحَمْهُمَا كَمَا رَبَّيَانِي صَغِيرًا " سورة الإسراء الآية (24). إلى الوالدين الكريمين
أطال الله في عمريهما

اللذين كانا بمثابة النور الذي أضاء دربي والذنان سعيا في تعليمي وتوجيهي
وإلى عمي الغالي محمد الذي كان سندا وعونا لي أسأل الله أن يحفظه
كما أهدي هذا العمل إلى أخوي الميلود وعبد الرزاق وأولادهم
وإلى أخواتي زهية، منيرة، سارة وحنان
وإلى جميع أفراد عائلتي.

وإلى كل من ساعدني في إنجاز هذا العمل إلى أساتذتي
الفضلاء إلى كل من ساعدني ولو بالدعاء.
إلى كل طلبة قسم علوم الإعلام والاتصال خاصة سنة ثانية ماستر من
طلبة و طالبات.

شكر وعرفان

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

قال تعالى: " لَئِن شَكَرْتُمْ لَأَزِيدَنَّكُمْ "

سورة إبراهيم الآية (07).

وقال أيضا: " رَبِّ أَوْزِعْنِي أَنْ أَشْكُرَ نِعْمَتَكَ الَّتِي أَنْعَمْتَ عَلَيَّ "

سورة النمل الآية (19).

صدق الله العظيم

قال رسول الله صلى الله عليه وسلم: " من لم يشكر الناس لم يشكر الله "

بعد الحمد لله على توفيقه لي على إنجاز هذا العمل المتواضع ليقتودني شرفه الوفاء

والاعتراف بجميل النبل بعد أن ختمت مذكري بتوفيق من الرحمن فمن واجبي في هذا المقام

أن أذكر الفضل لأعماله وأتقدم بأبلغ صيغ الشكر للدكتور المشرف تقي الدين يحيى عرفانا

بجهوده ونصائحه وتوجيهاته.

الملخص:

تهدف هذه الدراسة إلى الكشف عن تأثير مواقع التواصل الاجتماعي في تكوين الرأسمال الثقافي لدى الطلبة الجامعيين من خلال دراسة عينة من طلبة قسم علوم الإعلام والاتصال بجامعة المسيلة ، وقد تم استخدام المنهج الوصفي باستخدام العينة القصدية، كما تم الاعتماد على أداة الاستبيان لجمع المعلومات من المبحوثين، حيث قسمت الاستمارة إلى ثلاث محاور: المحور الأول عادات وأنماط استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، المحور الثاني: تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على مقومات الهوية الثقافية، المحور الثالث: تأثير مواقع التواصل الاجتماعي في تكوين الرأسمال الثقافي المادي واللامادي.

وقد توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها: أن أغلب أفراد العينة يفضلون استخدام موقع الفيسبوك، ويستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي بدافع متابعة الأخبار والتواصل مع الآخرين. كما توصلت الدراسة إلى أن مواقع التواصل الاجتماعي أثرت إيجاباً وسلباً على مقومات الهوية الثقافية، حيث تمثلت الآثار الإيجابية في تعميق الانتماء الديني والتعريف بالثقافة العربية الإسلامية، أما الآثار السلبية فتمثلت في اكتسابهم قيم وعادات منافية لديننا ومجتمعنا والإضعاف من مكانة اللغة العربية.

كما أسفرت الدراسة أن مواقع التواصل الاجتماعي تؤثر في تكوين الرأسمال الثقافي المادي واللامادي بالإيجاب والسلب، فمواقع التواصل الاجتماعي تبرز الهوية الوطنية وتكشف عن خصوصيتها، كما أنها تعطي فرصة لنشر الثقافات المنحرفة، أما الإيجابية فهي أن المواقع تعمل على نشر الثقافة المحلية والحفاظ على الهوية الوطنية.

الكلمات المفتاحية: التأثير، مواقع التواصل الاجتماعي، الرأسمال الثقافي. الطلبة الجامعيين.

Summary:

The purpose of this study was to investigate the impact of social networking sites in the formation of cultural capital among university students by studying a sample of students of the Department of Information and Communication Sciences at the University of M'sila. The descriptive approach was used to use the sample, The second section focuses on the social networks' influence on the components of cultural identity. The third theme is the impact of social networking sites on the formation of physical and non-physical cultural capital.

The study has reached a number of results, the most important of which is that most of the respondents prefer to use the Facebook site, and use the social networking sites to follow up the news and communicate with others. The study also found that social networking sites positively and negatively affected the cultural identity. The positive effects were the deepening of religious affiliation and the definition of Arab-Islamic culture. The negative effects were the acquisition of values and customs that were incompatible with our religion and society.

Social networking sites highlight the national identity and reveal its specificity. It also gives an opportunity to spread deviant cultures. The positive is that the sites promote the dissemination of local culture and the preservation of national identity.

Keywords: the influence, social networking sites, cultural capital, University students.

خطة الدراسة:

ملخص الدراسة.

مقدمة.

الإطار المنهجي:

أولاً: الإشكالية.

ثانياً: تساؤلات الدراسة.

ثالثاً: أهمية الدراسة.

رابعاً: أهداف الدراسة.

خامساً: أسباب اختيار الموضوع.

سادساً: تحديد المفاهيم.

سابعاً: منهج الدراسة.

ثامناً: أدوات جمع البيانات.

تاسعاً: مجتمع الدراسة وعينته.

عاشراً: الدراسات السابقة.

الإطار النظري:

الفصل الأول : مواقع التواصل الاجتماعي والرأس مال الثقافي.

المبحث الأول: لمحة حول مواقع التواصل الاجتماعي.

أولاً: تعريف مواقع التواصل الاجتماعي.

ثانياً: نشأة مواقع التواصل الاجتماعي.

ثالثاً: خصائص مواقع التواصل الاجتماعي.

المبحث الثاني: خدمات وأهم أنواع مواقع التواصل الاجتماعي.

أولاً: خدمات مواقع التواصل الاجتماعي.

ثانياً: أنواع مواقع التواصل الاجتماعي.

المبحث الثالث: الرأس مال الثقافي.

أولاً: نظرية بيير بورديو حول الرأسمال الثقافي.

ثانياً: مقومات الهوية الثقافية.

الإطار التطبيقي

الإطار التطبيقي:

أولاً: التحليل الكمي والكمي.

ثانياً: نتائج الدراسة.

ثالثاً: مناقشة النتائج.

خاتمة.

مقدمة

مقدمة

تعتبر التطورات التكنولوجية الحديثة في منتصف عقد التسعينيات من القرن الماضي، نقلة نوعية وثورة حقيقية في عالم الاتصال، ارتبطت بها تغيرات عميقة في مختلف جوانب الحياة الإنسانية، كما أثرت بشكل كبير على كافة أنماط الاتصال الإنساني.

فقد أدت التطورات الحاصلة في ميدان تكنولوجيا الإعلام والاتصال إلى خلق العديد من المخاوف وإثارة الكثير من الجدل حول مخاطرها النفسية والاجتماعية والثقافية الناتجة عن مضامين هذه التكنولوجيا وما أحدثته من خلال العولمة الثقافية باعتبارها غزو ثقافي يمس ذاتية الأفراد والأمم، وتحمل خطابا ثقافيا خاصا لشعوب العالم مفاده أنها لا مجال للتعدد الثقافي، وإنما البقاء لثقافة المعلومة المهيمنة على كل الثقافات.

و تعتبر الأنترنت من بين أكثر مظاهر تكنولوجيا الاتصال الحديثة تجليا والتي نجحت إلى حد كبير في فتح فرص جديدة أمام الأفراد للتفاعل ونقل همومهم ومشاكلهم من خلال بناء علاقات اجتماعية افتراضية تنتهي عند حدود الشاشة، حيث انتشرت الشبكة العنكبوتية في كافة أنحاء العالم وربطت جميع أجزائه المترامية، جاعلة منه قرية صغيرة، حيث مكنت المجتمعات والشعوب من التعارف والتقارب وتبادل الأفكار والآراء والخبرات، كما فتحت المجال لكل مستخدم من الاستفادة من الوسائط المتعددة الجديدة، والخدمات التي توفرها هذه الأخيرة.

ومع ظهور الجيل الثاني للأنترنت الذي أتاح إمكانيات جديدة في الاتصال عبر الشبكة من خلال مواقع التواصل الاجتماعي مثل الفيس بوك، تويتر، ماي سبيس، واليوتيوب وغيرها التي أتاح البعض منها تبادل مقاطع الفيديو والصور و مشاركة الملفات واجراء المحادثات الفورية والتفاعل المباشر بين جمهور المستخدمين. وهكذا يمكن القول أن شبكات التواصل الاجتماعي أحدثت طفرة نوعية ليس فقط في مجال الاتصال بين الأفراد والجماعات بل في نتائج وتأثير هذا الاتصال، إذ كان لهذا التواصل نتائج مؤثرة في الإنسان والاجتماعي والسياسي والثقافي. إلى درجة أصبحت احد أهم عوامل التغيير الاجتماعي محليا وعالميا وذلك بما تتيحه هذه الوسائل من إمكانيات للتواصل والسرعة في إيصال المعلومة.

وبهذا فإن موضوع الرأسمال الثقافي من المواضيع الحديثة التي شغلت اهتمام الباحثين والعلماء في مجال علوم الإعلام والاتصال ودراسات الجمهور، خاصة في ضوء ما يشهده المجتمع المعاصر من تغيرات وذلك ب بروز العالم الافتراضي كشريك أساسي ساهم في خلق "مجتمع شبكي"، كما أدى بطريقة أو بأخرى إلى إعادة

صياغة التواصل والعلاقات الإنسانية عبر وسائل تكنولوجيا الاتصال الرقمية.

وقد جاءت هذه الدراسة منصبة على موضوع حساس قديم ومتجدد ألا وهو الرأسمال الثقافي والذي تم ربطه بمتغير آخر والذي تمثل في مواقع التواصل الاجتماعي، هذا الأخير الذي ساهم في التأثير على ثقافة وتاريخ المجتمع التي تكون سلوك الفرد حيث تقوم بمجموعة من الوظائف الاجتماعية التي تحقق التضامن الذي يعد ظاهرة أخلاقية.

وفي ضوء ما تم التطرق إليه سابقا تم تقسيم الموضوع إلى ثلاث فصول حيث تناول الفصل الأول الإطار المنهجي للدراسة؛ إذ قمنا في الجانب المنهجي بتحديد إشكالية الدراسة وتساؤلاتها إلى جانب أهمية الدراسة وأهدافها وأسبابها بالإضافة إلى مفاهيم الدراسة، وكذا عرض الدراسات السابقة ومناقشتها، كما عرضنا الإجراءات المنهجية المتبعة في هذه الدراسة من حيث المنهج وأدوات جمع البيانات والعينة المختارة.

وتعرضنا في الفصل الثاني إلى مواقع التواصل الاجتماعي والرأسمال الثقافي حيث قدمنا فيه تعريفات لمواقع التواصل الاجتماعي، نشأتها، خصائصها، خدماتها، وأهم أنواع شبكات التواصل الاجتماعي، بينما تطرقنا في الرأسمال الثقافي إلى نظرية بيير بورديو حول الرأسمال الثقافي ومقومات الهوية الثقافية.

أما الفصل الثالث والذي خصصناه بالإطار التطبيقي للدراسة والذي قمنا فيه بعرض وتحليل البيانات من خلال المرور بالمعالجة الإحصائية والاستنتاج العام.

وأخيرا دراستنا هذه بخاتمة عرضنا فيها مجموعة من النتائج مع ذكر المراجع والملاحق.

الفصل الأول: الإطار المنهجي للدراسة.

أولاً: الإشكالية.

ثانياً: التساؤلات.

ثالثاً: أهمية الدراسة.

رابعاً: أهداف الدراسة.

خامساً: أسباب اختيار الموضوع.

سادساً: تحديد مفاهيم الدراسة.

سابعاً: منهج البحث.

ثامناً: أدوات جمع البيانات.

تاسعاً: مجتمع الدراسة وعينته.

عاشراً: الدراسات السابقة.

أولاً: الإشكالية:

تعتبر الشبكات الإلكترونية وسيلة فعالة للتواصل الاجتماعي، حيث أنها تتيح الربط بين الأصدقاء والزملاء، وتساعد في التعرف والتواصل مع أشخاص من مجتمعات مختلفين، حيث سعت هذه الشبكات إلى توفير قدر مناسب من المواقع التي تدعم التواصل، ولعل أشهرها تويتر والفيس بوك حيث احتلت مساحة واضحة من وقت وفكر واهتمام الشباب بعد نجاحها في جذب واستقطاب العديد من الفئات العمرية تلعب مواقع التواصل الاجتماعي دورا بارزا في بلورة ثقافة المعلومة والحفاظ على رأس المال الثقافي الذي يعتبر أكثر أهمية في مجتمعاتنا المعاصرة. إذ أصبحت مصدرا مهما للاتصال والثقافة وتكوين الاتجاهات نظرا لما تملكه من مزايا، فالرأسمال الثقافي يتشكل من خلال الإلمام والاعتقاد على الثقافة السائدة في المجتمعات. فالثقافة تعد المقوم الأساسي للشخصية العربية وتشكل مرتكزا قويا ومحورا أساسيا هاما في تحديد ملامح هويتها. حيث شهدت المجتمعات في السنوات الأخيرة مجموعة من المتغيرات السريعة والمتلاحقة في العديد من الجوانب الثقافية و لفكرية والاجتماعية، وكان لهذه التغيرات أثارها في الحياة الإنسانية وعلى منظومة القيم الحاكمة لسلوك الأفراد وتصرفاتهم وثقافتهم.

وبما أن جمهور الطلبة الجامعيين فئة نوعية من فئات هذا المجتمع المعاصر، على افتراض أنه الأكثر تعلمًا ووعيا، وبالتالي هم أكثر الفئات عرضة واستخداما لتلك الشبكات، ولذلك فإنهم عرضة للتأثر والتأثير بها. مما قد يؤثر على تكوين اتجاهاتهم. وباعتبار أن هذه الفئة تتميز بحب الاطلاع والظهور والميول إلى ما هو جديد في جميع المجالات السياسية والاقتصادية والاجتماعية وحتى الثقافية التي أصبحت رأسمال لجميع المجتمعات وذلك من خلال ما يكتسبه الفرد من معرفة وعلم تمكنه من مواجهة المصاعب، فرأسمال الثقافي يكتسبه الفرد عن طريق مزاولته للدراسة وتحصله على شهادة وأيضا يمكن أن يكتسبها عن طريق العائلة وذلك من خلال الموروث الثقافي لدى العائلة.

وبناء على ما تقدم يمكن طرح الإشكالية التالية: ما هو تأثير مواقع التواصل الاجتماعي في تكوين

الرأسمال الثقافي لدى الطلبة الجامعيين؟

ثانياً: التساؤلات:

1- ماهي عادات وأنماط استخدام الطلبة لشبكات التواصل الاجتماعي؟

2- ماهي مقومات الهوية الثقافية؟

- 3- ما هو تأثير شبكات التواصل في تكوين الرأسمال الثقافي المادي؟
- 4- ما هو تأثير مواقع التواصل الاجتماعي في تكوين الرأسمال الثقافي اللامادي؟

ثالثا: أهمية الدراسة:

تكمن أهمية الدراسة في:

- 1- المساهمة في إثراء الأدبيات حول ظاهرة استخدام شبكات التواصل الاجتماعي التي تزايد عدد مستخدميها في الآونة الأخيرة بشكل واضح.
- 2- اتساع نطاق تأثيراتها المباشرة في ثقافة الأفراد باعتبارها نمط مستحدث من التطبيقات في التواصل.
- 3- إلقاء الضوء على ظاهرة استخدام شبكات التواصل الاجتماعي وتأثيراتها في تكوين الرأس المال الثقافي.
- 4- لفت الانظار للمخاطر الناتجة عن إساءة استخدام شبكات التواصل الاجتماعي والسعي لبيان بعض الإشكاليات المتعلقة باستخدامها وتوضيح مخاطرها على ثقافة الطلبة.
- 5- جودة الموضوع بالرغم من وجود بعض الدراسات المتعلقة بالإنترنت بشكل عام، كما أن هناك ندرة في الأبحاث المتعلقة بدراسة شبكات التواصل الاجتماعي وتأثيرها في تكوين الرأسمال الثقافي لدى الطلبة.

رابعا: أهداف الدراسة:

تهدف هذه الدراسة إلى ما يلي:

- 1- التعرف على الأسباب التي تدفع إلى استخدام شبكات التواصل الاجتماعي.
- 2- إبراز ما إذا كان لشبكات التواصل الاجتماعي تأثير على الجانب الثقافي.
- 3- الكشف عن الآثار الإيجابية والسلبية لشبكات التواصل الاجتماعي.

خامسا: أسباب اختيار الموضوع:

أسباب ذاتية:

- 1- الرغبة الذاتية في اختيار ودراسة هذا الموضوع.
- 2- كثرة اهتمام الطلبة بشبكات التواصل الاجتماعي.
- 3- الرغبة في التعرف على سبب نجاح الشبكات الاجتماعية عبر الأنترنت في استمالة عدد كبير جدا من المستخدمين.

أسباب موضوعية:

- 1- انتشار استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية بشكل كبير بين مختلف الفئات العمرية.
- 2- معرفة الأهمية التي توصلت إليها شبكات التواصل الاجتماعي في حياة الفرد.
- 3- قلة الدراسات حول هذا الموضوع الذي يعتبر حديث وحيوي لم يتم تناوله.

سادسا: تحديد مفاهيم الدراسة:

يعتبر تحديد المفاهيم من الخطوات الضرورية لنجاح أي بحث علمي خاصة في العلوم الاجتماعية والانسانية وذلك لتصميم بحث دقيق بعيد عن الغموض والاهتمام بجميع الثغرات التي تمكن أن تكون به، لذلك تطرقت إلى تحديد المصطلحات الاساسية التي يدور عليها موضوع دراستنا وهي: الاستخدام - الطلبة الجامعيين - شبكات التواصل الاجتماعي.

مواقع التواصل الاجتماعي:

اصطلاحا:

"الشبكات الاجتماعية هي شبكة مواقع فعالة جدا في تسهيل الحياة الاجتماعية بين مجموعة من المعرف والأصدقاء، كما تمكن الأصدقاء القدامى من الاتصال بعضهم البعض وبعد طول سنوات. وتمكنهم أيضا من التواصل المرئي والصوتي وتبادل الصور وغيرها من الإمكانيات التي توطن العلاقة الاجتماعية بينهم". (العلي، 2015، ص141).

وتعرف أيضا على أنها: "شبكات اجتماعية تفاعلية، تتيح التواصل لمستخدميها في أي وقت يشاءون وفي أي مكان من العالم. ظهرت على شبكة الأنترنت منذ سنوات قليلة، وغيرت في مفهوم التواصل والتقارب بين الشعوب. واكتسبت اسمها الاجتماعي كزنها تعزز العلاقات بين بني البشر، وتعدت في الآونة الأخيرة وظيفتها الاجتماعية لتصبح وسيلة تعبيرية واحتجاجية". (العلي، المرجع السابق، ص141).

ويمكن تعريفها أيضا: "هي مواقع تشكل مجتمعات إلكترونية ضخمة وتقدم مجموعة من الخدمات التي من شأنها تدعيم التواصل والتفاعل بين أعضاء الشبكة الاجتماعية من خلال الخدمات والوسائل المقدمة مثل التعارف والصدقة، المراسلة والمحادثة الفورية، إنشاء مجموعات اهتمام وصفحات للأفراد والمؤسسات، المشاركة في الأحداث والمناسبات، مشاركة الوسائط مع الآخرين كالصور والفيديو والبرمجيات". (العرشي، الدوسري، 2015، ص23).

أما إجرائيًا فتعرف بأنها "شبكات اجتماعية تنشأ بين الأفراد من خلال التواصل عبر مواقع محددة على الإنترنت، تتيح لهم التعريف بأنفسهم واهتماماتهم وتوجهاتهم، واختيار أصدقائهم على الشبكة ضمن مجموعات قد تكون مفتوحة أو مغلقة أو سرية، كما تتيح تبادل ونشر المواد.

الرأسمال الثقافي:

الرأسمال: يعني الرأسمال بالمفهوم السوسيولوجي كل ملك يمنح امتيازات اجتماعية.

الثقافة: لغة: ثقف الشيء، التثقف تعلم وتهدب. وهي العلوم والمعارف والفنون التي يطلب العلم بها والحدق فيها. (مجمع اللغة العربي، 1989، ص 85)

اصطلاحاً: الثقافة في المعنى العام تعني المعارف العلمية والفنية والأدبية للفرد، وهي تقابل الإنسان المثقف بالفرد "الجاهل" وعلى مستوى المجتمع الشامل فإنها تعني التراث الخاص بالأعمال الفكرية والفنية أما في المعنى السوسيولوجي فإن الثقافة تعني مجموعة القيم والمعايير والممارسات المكتسبة والمشاركة عند مجموعة من الأشخاص (بزاز، 2006-2007 ص 105-106)

اجرائياً: هي كل ما يكتسبه الفرد من مقومات هوية ولغة ودين من خلال تواصلهم عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

الرأسمال الثقافي: هو مجموعة المعارف والقدرات والمهارات النظرية والعملية في إطار ثقافة معينة ويتألف من الشواهد المدرسية والألقاب الثقافية التي تخول لملكها مراكز ووضعيات تتحدد بحجمها ونوعها. كما أنه يقيس موارد الفرد الثقافية، مثل الدبلومات والشهادات العلمية والمهنية، والمنتوج الثقافي من مقالات وكتب ودراسات وأعمال ابداعية وثقافية وفنية، وما يملكه من مهارات وكفاءات ومواهب وقدرات معرفية ومهنية وحرفية في مجال الثقافة. (حمداوي، 2015-03-7، ص 11)

سابعاً: منهج البحث:

إن من بين الخطوات الأساسية في عملية البحث تحديد المنهج المعتمد في دراسة الظاهرة، ذلك أن المنهج يمثل الهيكل القاعدي الذي تنظم في إطاره مختلف العمليات العقلية والإجراءات المنهجية والتطبيقية التي يقوم بها الباحث من أجل تحقيق أهداف البحث وغاياته. وعليه اتخذت المنهج الوصفي في هذه الدراسة وذلك لمرونته في وصف وتحليل ظاهرة موضوع البحث.

والمنهج هو عبارة عن جملة الخطوات المنظمة التي على الباحث إتباعها في إطار الالتزام بتطبيق قواعد معينة تمكنه من الوصول إلى النتيجة المسطرة. و يعرفه محمد طلعت بأنه وسيلة يمكن عن طريقها الوصول إلى الحقيقة. (السيد، 2002، ص 16)

المنهج الوصفي:

يعرف بأنه "دراسة استطلاعية نقوم بها قصد الكشف عن مشاكل المجتمع. أو بأنه محاولة منظمة لتقرير وتحليل منظمة لتقرير وتحليل وتفسير الوضع الراهن لنظام اجتماعي أو لجماعة معينة تنصب على الوقت الراهن بشكل أساسي". (ابراهيم، 2000، ص 129)

ويعرف برحس منهج الوصفي بأنه "دراسة علمية لظروف مجتمع واحتياجاته بقصد تصميم برنامج بنائي لتقدمه الاجتماعي". (إبراهيم، نفسه، ص 129).

ويعرف أيضا على أنه "محاولة لجمع المعلومات من مفردات مجتمع الدراسة من أجل التعرف على الوضع الراهن لذلك المجتمع في ضوء متغير بحثي أو أكثر". (الحيزان، 1998، ص 92).

ثامنا: أدوات جمع البيانات:

تعتبر هذه الخطوة من خطوات تصميم البحث ، وفيها يقوم الباحث بتحديد الأداة التي سوف يستخدمها في جمع البيانات حول موضوع الدراسة، وأدوات جمع البيانات متعددة منها: الملاحظة، والمقابلة، والاستفتاء، والاستبيان، والأساليب الإسقاطية، والوثائق وغيرها، تلك الأدوات تسمى أحيانا بوسائل البحث ومهما كانت أداة جمع البيانات فإنه يجب أن تتوافر فيها خصائص الصدق والثبات والموضوعية التي توفر الثقة اللازمة بقدرتها على جمع بيانات لاختبار فرضيات الدراسة. (الواصل، 1995، ص 56).

وفي دراستنا هذه استخدمنا استمارة الاستبيان كأداة أساسية لضبط الموضوع لأنها تناسب غرض الدراسة أولا، ولما تتميز به من خصائص تسهل على الباحث والمبحوث اقتصاد الوقت والجهد ثانيا.

أداة الاستبيان:

هناك تعريفات عديدة منها :

يعرف الاستبيان بأنه "مجموعة من الأسئلة المرتبة حول موضوع معين، يتم وضعها في استمارة ترسل للأشخاص المعنيين بالبريد أو يجري تسليمها باليد تمهيدا للحصول على أجوبة الأسئلة الواردة فيها". (بوحوش،

و الذنبيات، 1995، ص 67).

ويعرف أيضا على أنه "أداة تتضمن مجموعة من الأسئلة أو الجمل الخبرية، التي يتطلب من المفحوص الإجابة عنها بطريقة يحددها الباحث، حسب أغراض البحث". (عليان، وغنيم، 2000، ص 82).
 أو هو "وسيلة لجمع المعلومات المتعلقة بموضوع البحث عن طريق إعداد استمارة يتم تعبئتها من قبل عينة ممثلة من الأفراد، ويسمى الشخص الذي يقوم بإملاء الاستمارة المستجيب". (عليان، د.ت)، ص 90).
 ويعرف أيضا على أنه "مجموعة من الأسئلة المكتوبة والتي تعد بقصد الحصول على المعلومات أو آراء المبحوثين حول ظاهرة أو موقف معين". (عبيدات، وآخرون، 1999، ص 63).
 ويعرفه أحمد بن مرسلبي على أنه " من أدوات البحث الأساسية الشائعة الاستعمال في العلوم الإنسانية، خاصة علوم الإعلام والاتصال، حيث يستخدم في الحصول على معلومات دقيقة لا يستطيع الباحث ملاحظتها بنفسه في مجال المبحوث، لكونها معلومات لا يملكها إلا صاحبها المؤهل قبل غيره على البوح بها". (بن مرسلبي، 2010، ص 220).

وقد تم تقسيم الاستمارة بناء على أسئلة الدراسة إلى أربع محاور أساسية وهي كالتالي:

المحور الأول: البيانات الشخصية لعينة الدراسة (الجنس، السن، المستوى التعليمي)

المحور الثاني: عادات وانماط استخدام الطلبة الجامعيين لمواقع التواصل الاجتماعي.

المحور الثالث: تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على مقومات الهوية الثقافية.

المحور الرابع: تأثير مواقع التواصل الاجتماعي في تكوين الرأسمال الثقافي المادي واللامادي.

تحكيم الاستمارة: بعد الانتهاء من تصميم استمارة الاستبيان في صورتها النهائية من خلال المرور بعدة مراحل من الاستفادة من الدراسات السابقة إلى ملاحظات الأستاذ المشرف، ثم عرضت بعد ذلك على أربعة أساتذة من قسم علوم الإعلام والاتصال (بوعزيز بوبكر، بلخيري صالح، غزال عبد الرزاق، عبد المالك صاولي)، وهذا لمعرفة مدى صلاحية هذه الاستمارة لإشكالية الدراسة المطروحة وبعد وضع التصحيح الذي يشمل الإضافة أو الحذف أو التصويب أو التوجيه أو الإعادة أو غيرها من الأخطاء أو المعلومات التي يمكن إضافتها أو حذفها من هذه الاستمارة، و ذلك حسب توجيهات الأساتذة المختصين في الميدان، وبعد ذلك قمنا بإعادة تصميم استمارة جديدة في صورتها النهائية.

الثبات: إن فاعلية المقياس يكمن في مدى ثباته، ومدى قدرته على القيام بالمهمة التي أعدت من أجله،

وقد كان لا بد من القيام بالتجريب قبل التطبيق الميداني لاختبار المقياس وتجري ثباته حيث قمنا بتطبيقه على عينة من طلبة قسم علوم الإعلام والاتصال

تاسعا: مجتمع الدراسة وعينته:

تعد مرحلة اختيار عينة البحث من مراحل البحث العلمي المهمة حيث يبدأ الباحث التفكير في تحديد عينة البحث وطريقة اختيارها منذ تحديد مشكلة البحث وأسئلته وأهدافه، فإذا أراد الباحث دراسة شيوع ظاهرة ما أو مشكلة ما في مجتمع معين فإن عليه اختيار جزء من هذا المجتمع يعكس خصائصه وتظهر جلوية فيه بصورة مطابقة إلى حد كبير لما هو عليه الحال في المجتمع وهو ما نسميه عينة البحث بدلا من دراسة الظاهرة أو المشكلة في المجتمع كله.

تعرف العينة على أنها: "اختيار صغير من وحدات مجتمع البحث اختيارا عشوائيا أو منتظما". (بن مرسللي، المرجع السابق، ص 167).

وتعرف أيضا على أنها "عبارة عن مجموعة جزئية من مجتمع الدراسة يتم اختيارها بطريقة معينة وإجراء الدراسة عليها ومن ثم استخدام تلك النتائج وتعميمها على كامل مجتمع الدراسة الأصلي". (عبيدات، وآخرون، المرجع السابق، ص 84).

العينة القصدية: هي "العينة التي يتم انتقاء أفرادها بشكل مقصود من قبل الباحث نظرا لتوافر بعض الخصائص في أولئك الافراد دون غيرهم ولكون تلك الخصائص هي من الأمور الهامة بالنسبة للدراسة لدى فئة محددة من مجتمع الدراسة الأصلي". (عبيدات، وآخرون، المرجع نفسه، ص 96).

وهي أيضا "تلك العينة التي يتقصد الباحث باختيارها ليعمم نتائج هذه العينة على الكل فكثير من الباحثين يختارون عينة لسهولة جمعها او مدرسة لسهولة مراجعتها وتوفير المستلزمات الخاصة بالبحث بتلك المدرسة". (وجيه، 2005، ص 151).

تكون مجتمع هذه الدراسة من طلبة علوم الإعلام والاتصال بجامعة محمد بوضياف. أما عينة الدراسة فقد ضمت (70) طالبا تم اختيارهم بطريقة قصدية من طلبة قسم علوم الإعلام والاتصال بمختلف تخصصاته.

عاشرا: الدراسات السابقة:

الدراسة الأولى:

عنوان الدراسة: أثر استخدام شبكات التواصل الاجتماعي على الهوية الثقافية لدى الطلبة الجامعيين الجزائريين في ظل العولمة الإعلامية دراسة على عينة من مستخدمي الفايسبوك بجامعة باتنة -نموذجا- من إعداد غالية غضبان جامعة الحاج لخضر باتنة 1 كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية قسم علوم الإعلام والاتصال وعلم المكتبات 2017-2018.

تمثلت إشكالية الدراسة في: ما هو أثر استخدام شبكات التواصل الاجتماعي على بعض عناصر الهوية الثقافية لدى الطلبة الجامعيين الجزائريين في ظل العولمة الإعلامية؟

هدفت الدراسة إلى: 1. معرفة عادات وأنماط استخدام شبكة التواصل الاجتماعي الفايسبوك من طرف الطلبة الجامعيين الجزائريين.

2. معرفة دوافع تعرض الطلبة الجامعيين الجزائريين لموقع الفايسبوك.

3. معرفة أهم الخدمات التي توفرها شبكة التواصل الاجتماعي الفايسبوك لمستخدميها من الطلبة الجامعيين الجزائريين.

4. معرفة الآثار الناجمة عن استخدام شبكة التواصل الاجتماعي الفايسبوك في الهوية الثقافية في ظل موجة الغزو الثقافي الغربي.

وقد تم إتباع منهج المسح الوصفي لأنه يتطلب وصف وبناء وتركيب جمهور وسائل الإعلام وأنماط سلوكه بصفة خاصة، من خلال تسجيل وتحليل وتفسير الظاهرة في وضعها الراهن

وقد استخدمت أداة الاستبيان كأداة أساسية بالإضافة إلى الملاحظة كأداة مساعدة لجمع البيانات من الباحثين الذين يمثلون عينة من مستخدمي الفايسبوك من جامعة باتنة 1 حيث تم تقسيم الاستمارة إلى أربعة محاور

المحور الأول: البيانات الشخصية لأفراد العينة (الجنس، السن، المستوى الدراسي).

المحور الثاني: عادات وأنماط استخدام أفراد العينة للفايسبوك.

المحور الثالث: التعرض والتفاعل مع الفايسبوك لدى أفراد العينة.

المحور الرابع: آثار الفايسبوك في مقومات الهوية الثقافية لدى أفراد العينة.

وقد اشتملت خطة البحث على مقدمة وأربعة فصول بالإضافة إلى الخاتمة:

الفصل الأول: الإطار العام للدراسة، والذي تناولت الباحثة في مبحثه الأول مشكلة الدراسة وفرضياتها، وفي مبحثه الثاني تطرقت إلى طرح أسباب اختيار الموضوع وأهميته وأهدافه، وعالج المبحث الثالث مفاهيم الدراسة، كما تطرقت في المبحث الرابع إلى عرض المدخل النظري الخاص بالدراسة والممثل في نظرية الاستخدامات والإشباعات ونظرية العرس الثقافي كمدخل تطبيقي للدراسة، أما المبحث الخامس فتناول الإجراءات المنهجية للدراسة والتي تمثلت في تحديد منهج الدراسة وأدوات جمع البيانات، وكذا تحديد مجتمع الدراسة وعينته وفي الأخير تحديد الحدود الزمانية والمكانية للدراسة.

الفصل الثاني: بعنوان الإعلام الجديد وشبكات التواصل الاجتماعي، والذي قسمته هو الآخر إلى ثلاثة مباحث، **المبحث الأول:** مدخل إلى الإعلام الجديد وتضمن المفهوم والتطور التاريخي لفكرة الإعلام الجديد وكذا المداخل النظرية لفهم الإعلام الجديد، وخصائصه، وأهم الأشكال الرئيسة له

المبحث الثاني: بعنوان ماهية شبكات التواصل الاجتماعي، حيث تطرقت فيه إلى كل من مفهوم ونشأة شبكات التواصل الاجتماعي وكذا أهم خصائصه، أنواعه، وبعض الخدمات التي توفرها هذه الشبكات لمستخدميها. والمبحث الثالث خصصته لشبكة التواصل الاجتماعي الفايسبوك كون الدراسة الميدانية كانت على الطلبة الذين يستخدمونه، وقد تضمن المفهوم والنشأة والتطور، الخصائص وإحصائيات حول موقع الفايسبوك

الفصل الثالث: الذي تطرقت فيه إلى الهوية الثقافية في عصر العولمة الإعلامية، وقسم هو الآخر إلى ثلاثة مباحث، **المبحث الأول:** مدخل إلى الهوية وفيه تم تعريف كل من الهوية والثقافة وكذا الإشارة إلى العلاقة بينهما، ومستويات الهوية وأقسامها. أما **المبحث الثاني** فقد جاء فيه الهوية الثقافية، مفهومها ومقوماتها وأهم التحديات الداخلية والخارجية التي تواجهها، وأما **المبحث الثالث** فقد خصص للعولمة الإعلامية، مفهومها أدواتها وأبعادها.

وفي الفصل الأخير تمت دراسة وتحليل البيانات الخاصة بمحاور استمارة الاستبيان (عرض المحاور، والتحدث على التحليل والنتائج بصفة عامة).

وقد توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج هي:

تبين أن أغلب أفراد العينة يستخدمون الفايسبوك منذ (4 سنوات إلى 5 سنوات).

يدخل أغلب أفراد العينة إلى شبكة التواصل الاجتماعي الفايسبوك من الهاتف الذكي.

يقضي أفراد العينة (من ساعة إلى ساعتين) في استخدامهم للفايسبوك.

كما توصلت النتائج إلى أن أفراد العينة يدخلون إلى الفايسبوك باسم مستعار، وأوضحت الدراسة أن أهم دوافع استخدام أفراد العينة للفايسبوك هي الإطلاع على آخر الأخبار ومواكبة الأحداث المحلية والوطنية والعالمية، كما أسفرت الدراسة أن استخدام الموقع لم يؤثر في الدين الإسلامي للطلبة، وفي قيامهم بمختلف شعائهم الدينية كالصلاة.

مقارنة الدراسة السابقة مع الدراسة الحالية:

تشابه الدراستان في موضوع الدراسة حيث أن كلا الدراستان تبحثان في اثر شبكات التواصل الاجتماعي على الثقافة لدى الطالب الجامعي.

* كلا الدراستين درسا عادات وأنماط الاستخدام المحققة من ذلك.

* تشابه الدراستين أيضا في مجتمع البحث الذي هو الطالب الجامعي وفي المنهج الذي هو المنهج الوصفي وفي أداة جمع البيانات التي تمثلت في استمارة الاستبيان.

ويكمن الاختلاف بين الدراستين في أداة جمع البيانات، حيث استخدمت الدراسة السابقة الملاحظة والاستمارة كأداة للدراسة بينما الدراسة الحالية اعتمدت فقط على الاستمارة.

وقد استفدت من هذه الدراسة في الجانب النظري وأخص بالذكر نشأة شبكات التواصل الاجتماعي وأهم أنواع الشبكات.

الدراسة الثانية:

رسالة ماجستير في علوم الاتصال (قسم الصحافة والنشر) عنونها: أثر شبكات التواصل الاجتماعي وانعكاساتها على ثقافة الشباب في ولاية الخرطوم، من إعداد الطالب موسى دفع الله آدم دفع الله، جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا، كلية الدراسات العليا، 2016م

تناولت هذه الدراسة أثر شبكات التواصل الاجتماعي وانعكاساتها على ثقافة الشباب في ولاية خرطوم، حيث اجريت الدراسة في جانبها التطبيقي على عينة من مستخدمي تطبيق الفيس بوك والواتس آب بولاية خرطوم في الفترة من يناير 2015 إلى يناير 2016.

تمثلت إشكالية البحث في الأدوار السالبة والإيجابية التي تؤديها شبكات التواصل الاجتماعي في تغيير الثقافات لدى الشباب؟

هدفت الدراسة إلى 1- التعرف على الاعلام الجديد المتمثل في شبكات التواصل الاجتماعي وآفاقها الواسعة وأشكالها المتنوعة وآثارها الإيجابية والسلبية.

2- الاستفادة من هذه الشبكات في نشر ثقافة المجتمع السوداني على المجتمع الخارجي.

3- التعرف على الانعكاسات الثقافية لدى الشباب عبر شبكات التواصل الاجتماعي.

وسعى لتحقيق هذه الأهداف فقد استخدم الباحث في هذه الدراسة المنهج الوصفي التحليلي باعتباره من أكثر المناهج المستخدمة في مثل هذا النوع من البحوث، وبناء على ذلك اعتمد الباحث على جمع المعلومات على اداة الاستبيان والملاحظة والمقابلة.

وتوصلت الدراسة إلى العديد من النتائج أهمها:

- أكدت الدراسة أن شبكات التواصل الاجتماعي التي تستخدم في التفاعل والتواصل مع الآخرين، وتساهم في تعريف الناس ببعضهم البعض ومناقشة مختلف القضايا الثقافية والسياسية والاجتماعية وغيرها من القضايا بفضل ما تتميز به من خصائص تميزها عن غيرها من وسائل الإعلام الأخرى.

- أثبتت الدراسة أن الهاتف هو أكثر وسيلة يستخدم لدخول في شبكات التواصل الاجتماعي لما يتمتع به من ميزات جعلته مفضلا على غيره م الوسائل الأخرى.

- أثبتت الدراسة أن أبرز أسباب ودوافع استخدام الشباب للشبكات الاجتماعية التعلم والتعرف على الثقافات الأخرى والتواصل والدردشة مع الآخرين.

مقارنة الدراسة السابقة مع الدراسة الحالية:

تشابه الدراستان في موضوع الدراسة حيث أن كلا الدراستان تبحثان في اثر شبكات التواصل الاجتماعي على ثقافة الشباب.

تشابه الدراستين أيضا في مجتمع البحث وفي المنهج الذي هو المنهج الوصفي

ويكمن الاختلاف بين الدراستين في أداة جمع البيانات، حيث استخدمت الدراسة السابقة الملاحظة والمقابلة والاستمارة كأداة للدراسة بينما الدراسة الحالية اعتمدت فقط على الاستمارة.

الإطار النظري

الفصل الثاني: شبكات التواصل الاجتماعي والرأس مال الثقافي.

- المبحث الأول: لمحة عامة حول شبكات التواصل الاجتماعي.
- المبحث الثاني: خدمات وأنواع شبكات التواصل الاجتماعي.
- المبحث الثالث: الرأس مال الثقافي.

تمهيد:

شهد العالم في السنوات الأخيرة نوعاً من التواصل الاجتماعي بين البشر في فضاء إلكتروني افتراضي، قرب المسافات بين الشعوب وألغى الحدود و التزاوج بين الثقافات، وسمي هذا النوع من التواصل بين الناس مواقع او شبكات التواصل الاجتماعي، وتحولت إلى وسيلة لتبادل الآراء والأفكار ما جعل الإقبال عليها كثيفاً من قبل الأفراد في المجتمع بحيث تعددت هذه الشبكات واستأثرت بمجموع واسع من المتلقين، ولعبت الأحداث الثقافية والطبيعية في العالم دوراً بارزاً في التعريف بهذه الشبكات، وبالمقابل كان الفضل أيضاً لهذه الشبكات في إيصال الأخبار السريعة والرسائل النصية ومقاطع الفيديو عن تلك الأحداث، الأمر الذي ساعد في شهرة وانتشار هذه الشبكات وأهمها: الفيسبوك، تويتر، واليوتيوب.

المبحث الأول: لمحة عامة حول شبكات التواصل الاجتماعي.

أولاً: تعريف شبكات التواصل الاجتماعي:

هي مجموعة من المواقع على شبكة الأنترنت، ظهرت مع الجيل الثاني للويب web2 تتيح التواصل بين الأفراد في بنية مجتمع افتراضي، يجمع بين أفرادها اهتمام مشترك أو شبه انتماء (بلد، مدرسة، جامعة، شركة...) يتم التواصل بينهم من خلال الرسائل، أو الاطلاع على ملفاتهم الشخصية، ومعرفة أخبارهم ومعلوماتهم التي يتيحونها للعرض. وهي وسيلة فعالة للتواصل الاجتماعي بين الأفراد، سواء كانوا أصدقاء تعرفهم في الواقع، أو أصدقاء عرفتهم من خلال السياقات الافتراضية، وتصنف ضمن الويب2؛ لأنها تعتمد على مستخدميها بالدرجة الأولى في تشغيلها وتغذية محتوياتها. (الطيب عيساني، مايو 2016، ص28).

هي منظومة من الشبكات الإلكترونية التي تسمح للمشارك فيها بإنشاء حساب خاص به، ومن ثم ربطه من خلال نظام اجتماعي إلكتروني مع أعضاء آخرين لديهم نفس الاهتمامات والهويات أو جمعه مع أصدقاء الجامعة أو الثانوية.

تصنف هذه المواقع ضمن مواقع الجيل الثاني (ويب 2.0) وسميت اجتماعية لأنها أتت من مفهوم بناء مجتمعات بهذه الطريقة يستطيع المستخدم التعرف على أشخاص لديهم اهتمامات مشتركة في شبكة الانترنت والتعرف على المزيد من المواقع في المجالات التي تهمه، ومشاركة صورته ومذكراته وملفاته مع العائلة و الأصدقاء وزملاء العمل.

تبنى المواقع الاجتماعية على قواعد عملاقة لتؤمن التواصل بين مختلف المستخدمين و تتيح تبادل

الملفات و إجراء المحادثات الفورية بالإضافة إلى العديد من الخدمات الأخرى وهناك حوالي 200 موقع عالمي يصنف ضمن المواقع الاجتماعية. (فضل الله، 2010، ص6)

ثانيا: نشأة شبكات التواصل الاجتماعي وتطورها:

في عام 1954م صاغ جون بارنز، والذي كان باحثا في العلوم الانسانية في جامعة لندن مصطلح الشبكات الاجتماعية، للدلالة على أنماط من العلاقات، تشمل المفاهيم التي يستعملها الجمهور بشكل تقليدي، وتلك التي يستخدمها علماء الاجتماع لوصف المجموعات البشرية كالعائلة، والأسر.

وفي السبعينيات من القرن الماضي ظهرت بعض الوسائل الإلكترونية الاجتماعية البدائية، فقد كانت هناك شبكات تواصل تضم آلاف من الطرفيات مرتبطة بجهاز حاسوب رئيس يمثل مركز البيانات، ومصدر ذكاء تلك الطرفيات. (هتيمي، 2015، ص ص 78-79)

ونلاحظ من خلال المراجع والكتب أنه هناك اختلاف كبير بين العلماء والمفكرين حول نشأة وتطور مواقع وشبكات التواصل الاجتماعي، فهناك من يقوم بسرد تواريخ و بدايات ظهور أولى الشبكات، في حين يميل العديد من الباحثين مباشرة إلى ربط النشأة والتطور بمراحل تطور الويب، وعليه تم التقسيم إلى مرحلتين أساسيتين، مرحلة "الويب 1.0"، ومرحلة الجيل الثاني للأترنت 2.0 التي عرفت أشهر مواقع التواصل الاجتماعية.

المرحلة الأولى: يمكن وصف هذه المرحلة بالمرحلة التأسيسية للشبكات الاجتماعية، وهي المرحلة التي ظهر مع الجيل الأول للويب web1، وتشهد هذه المرحلة على البداية التأسيسية للشبكات ومن أبرز الشبكات التي تكونت في هذه المرحلة شبكة **classmates.com** (غضبان، 2017-2018، ص74) بدأت هذه الشبكة في عام 1995، وهو موقع اجتماعي للربط بين زملاء الدراسة، وكانت الغاية منه مساعدة الأصدقاء والزملاء الذين جمعهم الدراسة في مراحل حياتية معينة، وفرقتهم ظروف الحياة العملية في أماكن متباعدة، وكان هذا الموقع يلي رغبة هؤلاء الأصدقاء والزملاء في التواصل فيما بينهم إلكترونيا. (هتيمي، 2015، ص79)

ثم ظهرت شبكة أخرى قال عنها متفاعليها أنها أكثر تطورا وأكثر تفاعلا من الجانب الاجتماعي، ظهرت في عام 1997 شبكة **sixdegrees.com** وكانت تستخدم أحدث التقنيات شبكة الانترنت بشهادة من استخدموها في ذلك الوقت الا أنها لم تحقق المرجو منها ماديا فتم توقف نشاطها عام 2001.

(مجاهد، مايو 2010، ص7).

ومن المواقع التأسيسية للشبكات الاجتماعية أيضا موقع "كلاس مائت" الذي ظهر في منتصف التسعينيات، وكان الغرض منه الربط بين زملاء الدراسة (العريشي، والدوسري، المرجع السابق، ص24).

شهدت هذه المرحلة مواقع متعددة من أشهرها أيضا موقع "live journal" وموقع **cyworld** عام 1999 الذي أنشئ في كوريا وموقع "ryze"، الذي كان يهدف إلى تكوين شبكات اجتماعية لرجال الأعمال لتسهيل التعاملات التجارية. وكان أبرز ما ركزت عليه مواقع الشبكات الاجتماعية في بدايتها هي خدمة الرسائل القصيرة والخاصة بالأصدقاء، وعلى الرغم من أنها وفرت بعض خدمات الشبكات الاجتماعية الحالية إلا أنها لم تستطع أن تدر ربح على مؤسسيها ولم يكتب لكثير منها البقاء. (العريشي، والدوسري، المرجع نفسه، ص ص24-25)

المرحلة الثانية: يشير الويب 2.0 إلى مجموعة من التطبيقات على الويب (مدونات، مواقع المشاركة، الوسائط المتعددة وغيرها...) اهتمت بتطوير المجتمعات الافتراضية مركزة على درجة كبير من التفاعل والاندماج والتعاون. ولقد ارتبطت هذه المرحلة بشكل أساسي بتطور خدمات شبكة الانترنت وتعتبر مرحلة اكتمال الشبكات الاجتماعية (نومار، 2011-2012، ص48). ويمكن أن نؤرخ لهذه المرحلة بانطلاق أشهر مواقع التواصل الحالية على غرار موقع "ماي سبايس"، ثم موقع "الفيسبوك" (غضبان، 2017-2018، ص75)

وتشهد المرحلة الثانية من تطور الشبكات الاجتماعية على الإقبال المتزايد من قبل المستخدمين لمواقع الشبكات العالمية، ويتناسب ذلك الإقبال المتزايد مع تزايد مستخدمي الإنترنت على مستوى العالم، وقد جذبت هذه الموجة العديد من المتفاعلين على مستوى العالم، أين تعتبر اليوم مواقع التواصل الاجتماعي والشبكات الاجتماعية وسيلة للتواصل والتقاطع بين العالمية والمحلية (العريشي، والدوسري، ص25)، حيث تتم التفاعلات على خلفية السياق العالمي، وتبلور متغيراتها على الصعيد المحلي.

بالإضافة إلى الشبكات الاجتماعية التي ظهرت في التسعينيات والتي سبق الإشارة إليها في المرحلة التأسيسية الأولى لشبكات التواصل الاجتماعي، ظهرت مجموعة من الشبكات الاجتماعية التي لم تستطع أن تحقق النجاح بين الأعوام 1999 و 2001، وفي السنوات اللاحقة ظهرت بعض المحاولات الأخرى، لكن الميلاد الفعلي للشبكات الاجتماعية كما نعرفها اليوم كان سنة 2002 أين ظهرت شبكة "Friends ter"

التي حققت نجاحا دفع "Google" إلى محاولة شراءها سنة 2003، لكن لم يتم الاتفاق على شروط الاستحواذ. وفي النصف الثاني من نفس العام ظهرت في فرنسا شبكة Skyrock كمنصة للتدوين، ثم تحولت بشكل كامل إلى شبكة اجتماعية سنة 2007، وقد استطاعت بسرعة تحقيق انتشار واسع لتصل إحصائيات 2008 إلى المركز السابع في ترتيب الشبكات الاجتماعية حسب المشتركين.

ومع بداية 2005 ظهر موقع يبلغ عدد مشاهدات صفحاته أكثر من Google وهو موقع "ماي سبايس" الأمريكي الشهير، ويعتبر من أوائل وأكبر الشبكات الاجتماعية على مستوى العالم ومعه منافسه الشهير "فايس بوك" والذي بدأ أيضا في الانتشار المتوازي مع "ماي سبايس" حتى قام "فايس بوك" عام 2007 بإتاحة تكوين التطبيقات للمطورين، وهذا ما أدى إلى زيادة أعداد مستخدمي "الفايسبوك" بشكل كبير. (غضبان، المرجع السابق، ص 75-76)

ثالثا: خصائص شبكات التواصل الاجتماعي:

الشبكات الاجتماعية هي المواقع الإلكترونية التي تتمتع بالخصائص الفريدة بها والتي منها:

- **المشاركة:** وسائل المواقع الاجتماعية تشجع المساهمات وردود الفعل من الأشخاص المهتمين، حيث إنها تطمس الخط الفاصل بين وسائل الإعلام والجمهور.
- **الانفتاح:** معظم وسائل الإعلام عبر ماقع التواصل الاجتماعي تقدم خدمات مفتوحة لردود الفعل و المشاركة أو الإنشاء والتعديل على الصفحات، حيث أنها تشجع التصويت والتعليقات وتبادل المعلومات، بل نادرا ما توجد أية حواجز أمام الوصول والاستفادة من المحتوى.
- **المحادثة:** حيث تتميز مواقع التواصل الاجتماعي ووسائل الإعلام عن التقليدية من خلال إتاحتها للمحادثة في اتجاهين، أي المشاركة والتفاعل مع الحدث أو الخبر أو المعلومة المعروضة.
- المجتمع : وسائل الإعلام الاجتماعية 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 للتعلم، أو برنامج تلفزيوني معين مفضل، ويصبح العالم بالفعل قرية صغيرة تحوي مجتمعا إلكترونيا متقاربا.
- **الترابط:** تتميز مواقع التواصل الاجتماعي بأنها عبارة عن شبكة اجتماعية مترابطة بعضها مع بعض، وذلك عبر الوصلات والروابط التي توفرها صفحات تلك المواقع والتي تربطك بمواقع أخرى للتواصل الاجتماعي

أيضا، مثل خبر على مدونة يعجبك فترسله إلى معارفك على الفيسبوك وهكذا، مما يسهل ويسرع عملية نقل المعلومات. (المقدادي، 2013، ص ص 26-27).

المبحث الثاني: خدمات وأنواع شبكات التواصل الاجتماعي:

أولا: خدمات شبكات التواصل الاجتماعي:

تتعدد الخدمات التي تقدمها مواقع وشبكات التواصل الاجتماعي وفيما يلي بعض من خدماتها:

الملفات الشخصية /الصفحات الشخصية: (profile page) ومن خلال الملفات الشخصية يمكنك التعرف على اسم الشخص ومعرفة المعلومات الأساسية عنه مثل: الجنس، تاريخ الميلاد، البلد، الاهتمامات والصورة الشخصية بالإضافة إلى غيرها من المعلومات. يعد الملف الشخصي بوابة الدخول لعالم الشخص، فمن خلال الصفحة الرئيسة للملف الشخصي يمكنك مشاهدة نشاط الشخص مؤخرا ومن هم أصدقاؤه وما هي الصور الجديدة التي رفعها إلى غير ذلك من النشاطات...

الأصدقاء/العلاقات (friends/connections): وهم بمثابة الأشخاص الذين يتعرف عليهم الشخص لغرض معين في الشبكات الاجتماعية، يطلق مسمى صديق على هذا الشخص المضاف لقائمة أصدقاؤك بينما تطلق بعض مواقع الشبكات الاجتماعية الخاصة بالمحترفين مسمى " اتصال أو علاقة" على هذا الشخص المضاف لقائمتك.

إرسال الرسائل: وتتيح هذه الخاصية إمكانية إرسال رسالة مباشرة للشخص سواء كان في قائمة الأصدقاء لديك أو لم يكن.

البومات الصور: تتيح الشبكات الاجتماعية لمستخدميها إنشاء عدد لا نهائي من الألبومات ورفع مئات الصور فيها وإتاحة مشاركة هذه الصور مع الأصدقاء للاطلاع والتعليق عليها.

المجموعات: تتيح كثير من مواقع الشبكات خاصة إنشاء مجموعات اهتمام، حيث يمكنك إنشاء مجموعة بمسمى معين ولأهداف محددة ويوفر موقع الشبكة الاجتماعية لمالك المجموعة والمنضمين إليها مساحة أشبه ما تكون بمنتهى حوار مصغر وألبوم صور مصغر، كما تتيح خاصية تنسيق الاجتماعات عن طريق ما يعرف ب Events أو الأحداث ودعوة أعضاء تلك المجموعة له ومعرفة عدد الحاضرين من عدد غير الحاضرين. (العريشي، و الدوسري، المرجع السابق، ص 34-35).

الصفحات: ابتدع هذه الفكرة موقع الفاييسبوك، وتم استخدامها على المستوى التجاري بشكل فعال

حيث تعمل حاليا على إنشاء حملات إعلانية موجهة تتيح لأصحاب المنتجات التجارية أو الفعاليات توجيه صفحاتهم وإظهارها لفئة يحددها من المستخدمين ويقوم الفاييسبوك باستقطاع مبلغ عن كل نقرة يتم الوصول لها من قبل أي مستخدم قام بالنقر على الإعلان، تقوم فكرة الصفحات على إنشاء صفحة يتم فيها وضع معلومات عن المنتج أو الشخصية أو الحدث ويقوم المستخدمين بعد ذلك بتصفح تلك الصفحات عن طريق تقسيمات محددة ثم إن وجدوا اهتماما بتلك الصفحة يقومون بإضافتهم إلى ملفهم الشخصي.(العريشي، و الدوسري، نفسه، ص34-35)

خدمة الأحداث الهامة: من خلال هذه الخدمة تتاح الفرصة للمشاركين الإعلان عن حدث ما جار حدوثه وإخبار الأصدقاء والأعضاء عنه .

خدمة التدوين: هذه الخدمة أصبحت متوفرة على الكثير من مواقع الشبكات الاجتماعية وهي إمكانية التدوين من خلال الموقع، وهذه الخدمة توفر للمشارك إعداد ملف كامل عنه وعن حياته واهتماماته وتقديم روابط مفيدة لمن يهيمه الأمر في نفس مجاله.

خدمة الإعلان market place: وتمكن هذه الخدمة من الإعلان عن أي منتج تود الإعلان عنه أو البحث عن أي منتج ترغب في شرائه، حيث يمكن عبر هذه الخدمة في الشبكة الإعلان عن أحد الوظائف الشاغرة أو الإعلان عن الندوات والملتقيات وحلقات النقاش الجمعة.

خدمات المحمول Mobile Service: جميع مواقع الشبكات الاجتماعية أصبحت تقدم خدمات توصلها للمستخدم على هاتفه المحمول، حيث أنها تطلب من الفرد عند تسجيله في الموقع أن يذكر رقم هاتفه المحمول، وتخبره ما هي المعلومات التي سوف تصله على هاتفه من خلال خدماته المتنوعة. (مجاهد، المرجع السابق، ص 14-15)

ثانيا: أهم أنواع مواقع التواصل الاجتماعي:

الفييس بوك: وهو عبارة عن شبكة اجتماعية تتيح إمكانية خلق مجموعات أصدقاء والتواصل معهم ونشر أفكارهم وآراءهم كما يتيح تبادل المضامين الإعلامية في شكل (مقالات، فيديوهات وكذا أشرطة سمعية) إضافة إلى خدمة تحميل المضامين الخاصة هذا من جهة، ومن جهة أخرى يوفر الموقع إمكانية خلق صفحات بالسلع والشخصيات والمجموعات الفنية والترويج لها كنوع من الإشهار.(غضبان، المرجع السابق، ص83) وقد أسس هذا الموقع مارك زاكرييرغ هذا الموقع عام 2004 لغرض التواصل بين الطلبة في جامعة هارفرد

الأمريكية، ومن ثم انتشر استخدامه بين طلبة الجامعات الأخرى في أمريكا وبريطانيا وكندا، ولتطور الموقع وخصائصه من مجرد موقع لإبراز الذات والصور الشخصية، إلى موقع متخصص بالتواصل ترعاه شركة فيس بوك والتي أصبحت تقدر بالمليارات عام 2007 نتيجة لإشتراك 61 مليون مشترك في هذا الموقع ذلك لعام ليتعدى أي موقع للتواصل الاجتماعي ويصبح الأول على صعيد العالم. (مقدادي، المرجع السابق، ص 34).

ولا تتوقف خدمات الموقع عند هذا الحد حيث يوفر خدمات أخرى متنوعة على غرار خدمة تكوين المجموعات ذات الاهتمامات المشتركة ودعوة الأصدقاء للانخراط فيها، كما يشمل موقع الفايستوك موقعا فرعيا للتسلية يسمى Poke، إضافة إلى ذلك يعد الفايستوك الموقع الأكبر فيما يتعلق بتبادل الصور بين المشاركين فيه حيث جاوز عدد الصور المنشورة عبره 2700 مليون صورة ويجذب الموقع الأمريكيين بالدرجة الأولى بنسبة 38% من عدد الزوار، وتأتي في المرتبة الثانية كندا، ثم المملكة المتحدة في المركز الثالث من حيث عدد المستخدمين وحسب صحيفة "الغارديان" البريطانية فيقدر هؤلاء بـ 3.5 مليون بريطاني، وتأتي مصر في المركز الرابع من حيث حجم الزوار. (غضبان، المرجع السابق، ص 83-84)

- موقع ماي سبايس: هو موقع يقدم خدمات الشبكات الاجتماعية على الويب، كخدمات التفاعل بين الأصدقاء المسجلين فيه بالإضافة إلى التدوين والنشر الصور والموسيقى ومقاطع الفيديو والمجموعات البريدية وملفات الصور الشخصية للأعضاء المسجلين، يقع مقر الشركة في "سانتا مونيكا" في "كاليفورنيا" بالولايات المتحدة الأمريكية بينما يقع مقر الشركة الأم في "نيوز كوربوريشن" في نيويورك. (غضبان، نفسه، ص 84)

وقد تأسس موقع "ماي سبايس" في يوليو 2003 من طرف "توم أندرسون" و"كريس ديولف" وفريق صغير من المبرمجين، يسمح الموقع للأفراد من جميع أنحاء العالم صنع ملفات إلكترونية عن حياتهم، والالتحاق بمجتمع خاص وتحديد مواعيد الالتقاء، والتشابك المهني، والترويج للأعمال، ومشاركة الاهتمامات، والعثور على الأصدقاء القدامى والأصحاب، كما يمد الموقع مستخدميه بمساحة للخصوصية والاندماج الثقافي والتحاو والتعبير عن القيم الشخصية والثقافية. (صادق، 2008، ص 217-218)

وطبقا لموقع أليكسا انترنت يعد موقع "ماي سبايس" هو سادس أكثر مواقع الويب المكتوبة بأي لغة في العالم شعبية، كما أنه يعد ثالث أكثر المواقع شعبية على الإطلاق في الولايات المتحدة الأمريكية، ارتفعت شعبية الموقع تدريجيا بنسبة أكبر من المواقع المشابهة الأخرى وحاز على نسبة 80% تقريبا من عدد الزيارات المحسوبة لمواقع الشبكات الاجتماعية على الأنترنت، حتى صار يمثل جزءا مهما من الثقافة الشعبية

المعاصرة، خاصة في البلاد الناطقة باللغة الإنجليزية. (غضبان، المرجع السابق، ص 85)

3- موقع تويتر: هو إحدى شبكات التواصل الاجتماعي، التي انتشرت في السنوات الأخيرة، ولعبت دورا كبيرا في الأحداث السياسية في العديد من البلدان، وخاصة في منطقة الشرق الأوسط، وتصدرت هذه الشبكات في الآونة الأخيرة ثلاثة مواقع رئيسية، لعبت دورا مهما جدا في أحداث ما يسمى بثورات (الربيع العربي) وهي: (فيس بوك، تويتر، يوتيوب). وأخذ تويتر اسمه من مصطلح تويت الذي يعني التغريد، وهو خدمة مصغرة تسمح للمغردين إرسال رسائل نصية قصيرة لا تتعدى 140 حرفا للرسالة الواحدة. يمكن قراءتها من طرف مستخدمي الموقع، ويمكن للمستخدم أن يعلن متابعته لأحد الشخصيات وفي هذه الحالة يبلغ هذا الشخص في حال ما إذا هذه الشخصيات قد وضعت مشاركة جديدة. (الديهي، 2015، ص465).

ويمثل "التويتز" شبكة معلومات آنية مدعومة من الناس في جميع أنحاء العالم تسمح بمشاركة واكتشاف ماذا يحدث الآن حيث يطرح الموقع في واجهته السؤال ماذا يحدث الآن ويجعل الإجابة تنشر إلى الملايين عبر العالم على الفور.

ويعد موقع "تويتز" من بين التكنولوجيات الجديدة للإعلام الاجتماعي التي تسمح بنشر عدد من المعلومات على الأنترنت من مصادر رسمية وغير رسمية، ويعتبر "تويتز" موقع تدوين مصغر برز في نشر وتنظيم المعلومات حول الأحداث الكبرى مثل حرائق كاليفورنيا 2008 والانتخابات الرئاسية الأمريكية في نفس العام واحتجاجات الانتخابات الإيرانية عام 2009، وقد أصبح جزءا من نظم الإعلام المختلفة حيث يمكن المستخدمين من استقبال تدفق المعلومات الواردة من كل وسائل الإعلام. (نومار، 2011-2012، ص59).

4- موقع اليوتيوب: وهو موقع مخصص للإعلام المرئي ويقوم على فكرة مبدئية شعارها بث بنفسك Broadcast yourself ويعد أهم موقع على شبكة الانترنت للمشاركة في الفيديو المجاني، حيث يتيح إمكانية نشر الأفلام والبرامج التلفزيونية وكذا الفيديوهات والأفلام التي يقوم بإنجازها الهواة، عن طريق التصوير بكاميرات الهواتف المحمولة لنقل حدث ما غريب ومضحك ومثير، وتجدر الإشارة إلى أن موقع "اليوتيوب" والذي تم تأسيسه سنة 2006 جاء كرد فعل على التعقيم الإعلامي الذي مارسه وسائل الإعلام البريطانية حيال مظاهرات تطالب بإلغاء مشروع اقتصادي على حساب منطقة زراعية مأهولة، حيث قام بعض المتظاهرين بتصوير تلك الأحداث وبثها على شبكة الانترنت، فكثير من الإنتاجات الفيلمية التي تثبت عبر الموقع تنتج بالأساس لدواع فنية، أو سياسية، أو اجتماعية بغية إيصال رسالة شخصية حول مسألة ما تهم

صاحب الفيلم، كما يتضمن الموقع أيضا أنواعا مختلفة من كليات الفيديو التلفزيونية والأفلام الغنائية ومدونات الفيديو اليومية أو ما يطلق عليه Vidioblogs .

ويتمتع "يوتيوب" بأكبر جمهور من المهتمين بالترفيه من خلال بث الفيديو عبر الأنترنت، حيث يستطيع المستخدمون تحميل وتبادل مقاطع الفيديو وتسميتها في جميع أنحاء العالم، وتصفح ملايين المقاطع الأصلية التي قام بتحميلها المستخدمون الأعضاء، والعثور على جماعات فيديو والالتحاق بها وتسهيل الاتصال مع أشخاص لديهم نفس الاهتمامات. (غالية غضبان، ص ص 86-87)

5- موقع لينكدن: هي شبكة اجتماعية مختصة بالعمل والتجارة تضم العديد من المحترفين والمحترفات في العديد من المجالات ويتشاركون مجموعة اهتمامات.

وموقع "لينكدن" هو شبكة اجتماعية مهنية، ففي الوقت الذي تركز فيه مواقع الشبكات الاجتماعية مثل "الفايسبوك" و"ماي سبايس" على العلاقات الشخصية والاجتماعية، موقع "لينكدن" يسمح للمهنيين بإنشاء ومن ثم الحفاظ على العلاقات في المجال العملي، وكذا تعزيز خدماتهم المهنية، ورغم بداياته في 2002 إلا أنه اليوم أصبح من أهم الشبكات الاجتماعية المهنية.

ومن بين خصائص موقع لينكدن:

- 1- يمكن للمستخدمين وضع صور ومشاهدة الملفات الشخصية والصور الخاصة بالآخرين.
- 2- يمكن للمستخدمين التعرف على عدد الأشخاص الذين يبحثون عنهم.
- 3- يمكن لأصحاب العمل وضع قائمة وظائف البحث عن مرشحين محتملين.
- 4- يسمح بتضمين عدد من التطبيقات وكذا عرض الكتب التي يمكن شراءها عبر الأنترنت.
- 5- خاصية إنشاء مجموعات تتيح لأي شخص أن يشكل فريق من المهنيين و الدخول في نقاشات حول الوظائف. (نومار، المرجع السابق ص ص 61-62).

موقع "فليكر": هو موقع اجتماعي خاص بتبادل الصور و مقاطع الفيديو على الانترنت، ويستخدم الموقع بشكل كبير في تبادل الصور الشخصية بين الأصدقاء، وكذا من طرف الخبراء أو الهواة الذين يرغبون في نقل الصور التي التقطوها إلى العالم.

تم تطوير موقع "فليكر" في فيفري 2004 بواسطة شركة "لودي كورب" بعد أن قامت الشركة بتأسيس لعبة جماعية عملاقة على الانترنت ثم تم التخلي على اللعبة و لكن مشروع "فليكر" ظل قائما ليتحول اليوم

إلى أكبر قاعدة لتبادل الصور، وفي مارس 2005 قامت شركة "ياهو" بشراء "لودي كورب" و"فليكر"، ويسمح هذا الموقع لمستخدميه بتنظيم صورهم كمجموعات شخصية أو مجموعات عامة تشترك في صفات معينة كليهما معا

ويوفر "فليكر" خدمة حفظ الصور بشكل عام للزائرين حيث يستطيع أي متصفح للموقع أن يشاهد، أو يستطيع حمل الصور جعلها خاصة فلا تتوفر إلا لصاحب الحساب أو من يسمح لهم بمشاهدتها، يستطيع المستخدم عند تحميل الصور أن يحدد من يستطيع مشاهدة الصور، أولا الصور الخاصة يشاهدها مالك الحساب بشكل دائم، ولكنه يستطيع تحديد الصور المسموح بمشاهدتها للعامة أو من يختارهم هو، أيضا يستطيع المستخدم مشاركة الصور الخاصة في المجموعات العامة الواردة. (صادق، المرجع السابق، ص 216).

موقع عربييز: من أشهر الشبكات العربية حاليا، هي الشبكة الاجتماعية العربية "عربييز" التي تم إنشاؤها في شهر فيفري من عام 2009، وكانت مخصصة للعرب في ألمانيا فقط، لكنها انتشرت وبسرعة بين الدول العربية. والجدير بالذكر أن هناك مواقع اجتماعية عربية أخرى لكنها فقدت السيطرة، فلا يوجد فيها رقابة على جودة المعروض فيها كصور وملفات الخلاعة... في حين يعتبر موقع "عربييز" محافظا على المبادئ العربية. (غضبان، المرجع السابق، ص 87).

المبحث الثالث: الرأس المال الثقافي.

أولا: نظرية بيير بورديو حول الرأس المال الثقافي:

طرح بورديو منظومة مفهومية جديدة تركز عليها رؤيته للواقع، وهي رؤية مغايرة في كثير من جوانبها للرؤية الكلاسيكية في علم الاجتماع.

فمن خلال سبعة وثلاثين كتابا وما يناهز الأربعمئة مقالة، قدم بورديو مصطلحات فنية صعبة تبدو للوهلة الأولى غامضة وصعبة المراس، بيد أن خلف هذه المفاهيم والمصطلحات المتنوعة والمربكة تكمن منظومة من المبادئ النظرية والادوات التصورية والمقاصد العلمية والسياسية، التي تمنح كتابات بورديو تماسكا وانتظاما ملحوظا.

لقد أعاد بورديو قراءة المفاهيم الكلاسيكية في علم الاجتماع، فأضفى عليها أبعادا جديدة، ومنحها أفاقا سوسيولوجية أكثر اتساعا، كما أنه قام بصياغة مفاهيم جديدة أسهمت في إثراء المعجم السوسيولوجي، زمن ثم تطوير النظرية في علم الاجتماع. (عبد العظيم، 2011، ص 60)

ومن بين المفاهيم التي طرحها مفهوم الرأسمال الذي يمثل مفهوما مركزيا آخر في المشروع النظري لبورديو، والمفهوم مستمد أساسا كما هو معروف من علم الاقتصاد الكلاسيكي، ويعني الثروة المتراكمة. إن استخدام بورديو لمفهوم رأس المال لا يقتصر فقط على البعد الاقتصادي "الكلاسيكي"، وإنما يتجاوز ذلك إلى أبعاد أخرى متنوعة. فهناك عدة صور لرأس المال، مثل رأس المال الثقافي، ورأس المال الاجتماعي، ورأس المال الرمزي، وتعكس تلك الرؤية لرأس المال تفسيراً متعدد الأبعاد للظواهر الاجتماعية، فهو يرى أن العالم الاجتماعي يمكن إدراكه كفضاء متعدد الأبعاد يتشكل واقيا من خلال الهيمنة على الأشكال المتنوعة لرأس المال. إن الرأس المال الاقتصادي يرتبط مباشرة بالثروة، أما الأشكال الأخرى لرأس المال فتتمثل صورة من صور القوة في المجتمع. (عبد العظيم، نفسه، ص62)

يتميز بورديو بين عدة أشكال لرأس المال، مغايرة لرأس المال الاقتصادي، والتي من بينهم:

رأس المال الثقافي: يعبر مفهوم رأس المال الثقافي عن مجموعة من الرموز والمهارات والقدرات الثقافية واللغوية والمعاني التي تمثل الثقافة السائدة والتي اختيرت لكونها جديرة بإعادة إنتاجها واستمرارها ونقلها خلال العملية التربوية. (صليبي، وعماني، 2018/2019، ص69)

ويقرر بورديو أن رأسمال الثقافي يتشكل من خلال الإلمام والاعتقاد على الثقافة السائدة في المجتمع وخاصة القدرة على فهم واستخدام لغة راقية "Educated Language"، ويؤكد على أن امتلاك رأس المال الثقافي يختلف باختلاف الطبقات (O'hara, 2008, p189)، فيقول «الاختلافات في الرأسمال الثقافي مؤشر للاختلافات بين الطبقات» (حمداوي، 2008-11-29).

ولهذا فإن النظام التعليمي يدعم امتلاك هذا النمط من رأس المال، وهذا يجعل من الصعوبة بمكان على معظم أفراد الطبقة الدنيا النجاح في هذا النظام. (صليبي، وعماني، المرجع السابق، ص96)

ويوجد الرأسمال الثقافي في أشكال متنوعة، حيث يشمل الميول والنزعات الراسخة والعادات المكتسبة من عمليات التنشئة الاجتماعية، كما يمثل إميريقيا في أشكال موضوعية، مثل الكتب والأعمال الفنية والأدبية، والشهادات العلمية، وفي مجموعة من الممارسات الثقافية، مثل زيارة المتاحف، وارتداء المسارح، وحضور الندوات، وغير ذلك من ممارسات مختلفة في مجال الثقافة، ومن ثم ينتج رأس المال الثقافي ويوزع ويستهلك في مجال خاص به، وهو مجال الثقافة، وهو مجال فكري كتخصص له منطقه الخاص وعملياته المميزة، وله مؤسساته الخاصة، مثل النظم التعليمية، والجمعيات العلمية، والدوريات، وله هويته وأيديولوجيته في التبعية والاستقلال

عن المجالات الاجتماعية الأخرى، كالاقتصاد والسياسة. (عبد العظيم، المرجع السابق، ص 63)

ويذهب بورديو إلى أن رأس المال الثقافي ينتقل إلى الأفراد بطريقتين:

الطريقة الأولى: من خلال الأسرة:

فمن طريق الأسرة يكتسب أنماط التفكير والاستعدادات ونظم المعنى، ويكتسب قيما محددة السلوك. ويسمى برأس المال الثقافي الموروث عن طريق وضع العائلة وعلاقتها بالمجالات الثقافية المختلفة ويحقق هذا الشكل أرباحا في المحل الأول ويحقق مكاسب التميز داخل النظام التعليمي، كما أنه يحقق أرباحا في أماكن أخرى مثل سوق العمل، ويحقق مكاسب التميز للفرد في كافة المجالات. ويتشكل رأس المال الثقافي الموروث من خلال منح العائلات لأبنائها مجموعة من أنماط الحياة المتميزة، وشبكة من العلاقات الاجتماعية القوية والتي تصبح شكلا من التميز تستفيد منه الأجيال التالية.

والطريقة الثانية: عن طريق نظام التعليم:

الذي يعتبره بورديو العائق الثقافي الأكبر؛ لأنه مسؤول عن إعادة إنتاج الأوضاع الاجتماعية القائمة، والذي يكون على أساس المؤهل التعليمي وعدد سنوات الدراسة، ويتوقف اكتساب هذا النوع من رأس المال على بعض العوامل مثل الفترة الزمنية وطبيعة المجتمع والطبقة الاجتماعية التي ينتمي إليها الفرد بالإضافة إلى القدرات الذاتية والسمات الجسدية للفرد.

ورأس المال الثقافي المكتسب عبر التعليم، يعمل على تسويق قيم وثقافة الطبقة المسيطرة بوصفها الثقافة والقيم الموضوعية للمجتمع بأكمله، وهو نوع من "العنف الرمزي الذي لا يلتفت إليه أحد، ويقوم نظام التعليم بتحويل قيم وثقافة الطبقة المسيطرة إلى "معرفة" ويكافئ الطلاب الذين ينفذون عمليات اجترار أو إعادة إنتاج هذه القيم والثقافة. أي بمعنى آخر قبوله الأفراد وفق معطيات وأيديولوجيات النظام المجتمعي وإشباعه وغرس كل ما من شأنه أن يكون أفرادا أصحاب أفكار أساساتها قد بنيت على مقومات قانون وأعراف المجتمع والنظام المسيطر. (صليبي، وعماني، المرجع السابق، ص 70-71)

كما يذهب بورديو إلى أن الرأس المال الثقافي ينقسم إلى قسمين: القسم الأول هو رأس المال الثقافي المكتسب على أساس المؤهل التعليمي، وعدد سنوات الدراسة، والثاني هو رأس المال الموروث من وضع العائلة وعلاقتها بالمجالات الثقافية المختلفة، ويحقق الشكل الأخير أرباحا مباشرة في المحل الأول داخل النظام التعليمي، كما أنه يحقق تلك الأرباح في أماكن أخرى، مثل سوق العمل، بالإضافة إلى أنه يحقق مكاسب

التميز للفرد في كافة المجالات.

ويتشكل رأس المال الثقافي الموروث من خلال منح العائلات لأبنائها مجموعة من أنماط الحياة المتميزة، وشبكة من العلاقات الاجتماعية القوية، التي تصبح شكلا من التميز تستفيد منه الاجيال التالية. إن ثمة اتجاهات لدى هذه العائلات نحو صياغة سلوك أفرادها، وتشكيل قيمهم على مدار الاجيال، ويتم ذلك من خلال بعض الممارسات مثل نمط التعامل الراقى، والتأهيل العلمي والأخلاقي، وتدعيم عادات فردية معينة وتشكيل نمط حياة مختلفة ومستوى معيشي مغاير، ويسهم ذلك في تعميق الاختلافات الطبقيّة للمجتمع.

أما الرأس مال الثقافي المكتسب فيتوقف اكتسابه على بعض العوامل مثل الفترة الزمنية، وطبيعة المجتمع، والطبقة الاجتماعية التي ينتمي إليها الفرد، بالإضافة إلى القدرات الذاتية، والسمات الجسدية للفرد. وثمة ترابط بين رأس المال الثقافي الموروث والمكتسب، حيث يمكن للفرد أن يطور رأس المال الثقافي الموروث من خلال قدراته العضوية. (Bourdieu, 1986.p245)

ثانيا: مقومات الهوية الثقافية:

أولا: العامل الديني:

إن الدين الإسلامي هو أحد مقومات الثقافة العربية ويقدر ما يقوم الدين بتشكيل الثقافة يقوم أيضا بشحنها بالرموز والمضامين والقيم، وهو يفضي إلى تعبئة الخيال الاجتماعي برموز وقيم وعادات وتقاليد من شأنه استثمارها في الحقل الثقافي. عماد عبد الغني: (عبد الغني، 2006، ص138).

فالدين من أهم العناصر التي تحدد قيم ومفاهيم الأفراد وأنماط تفكيرهم وعاداتهم وتقاليدهم وآرائهم بخصوص الطبيعة والإنسان فقط وإنما تخاطب أيضا ضميره ووجدانه لذلك فليس غريبا أن يكون الدين أو المذهب الديني عنصرا أساسيا في تكوين الطابع القومي، ذلك لأن الدين يولد نوعا من الوحدة في شعور الأفراد الذين ينتمون إليه ويثير في نفوسهم بعض العواطف والنزعات الخاصة التي تؤثر في أعمالهم.

ثانيا: العامل اللغوي:

تعتبر اللغة وعاء الثقافة لأنها تشتمل على تاريخ الأمة وعلى أدبها من نثر وشعر وعلى تراثها الفكري من علوم ومعارف، ولذا فهي العنصر الأهم من العناصر البنائية لثقافة الأمة، وهي التي تهب الفرد انتمائه الحقيقي إلى مجتمعه القومي، وهي التي تجعل لكل مجتمع كيانه الثقافي والحضاري الذي يميزه عن سائر القوميات. ومنه يتضح أن وحدة اللغة هي وسيلة الأمة في تدعيم ثقافتها وتعزيز تراثها وتعميق هويتها وتوجيه قدراتها

على الإبداع والتجديد في مختلف العلوم والفنون والآداب.

ثالثاً: العامل التاريخي:

يعد التاريخ بمثابة شعور الأمة وذاكرتها، إذا كانت اللغة روح الأمة وحياتها ومحور قوميتها وعمودها الفقري، فالتاريخ يكون للأمة شخصيتها، وإذا كانت لكل أمة هويتها أو نظامها الذي ينمو ويتطور بفعل ظروف الزمان والمكان جميعاً، أو بفعل جملة الأحداث التي يمر بها الفرد والمجتمع على حد سواء، فإن التاريخ يشكل الروابط القائمة بين أفراد المجتمع الواحد من جانب وبين المجتمع وغيره من المجتمعات من جانب آخر. كذلك فإن وحدة القيم ووحدة اللغة ووحدة الفكر ووحدة الأدب ووحدة العادات والتقاليد، ووحدة النظر إلى الحياة، يرجع ذلك كله في المقام الأول إلى وحدة التاريخ، فجميع تلك المقومات الثقافية وليدة عملية تاريخية، وعليه فإن العامل التاريخي من أهم عوامل تشكيل القومية فهو الذي يصنع وجدان الأمة ويكون ضميرها ويحدد فلسفتها ويبلور أهدافها، ولكي تكون مجموعة من الناس أمة يجب أن تنصهر أولاً في بوتقة التاريخ الذي يوحد بين الأهداف وينمي الإحساس بالانتماء.

رابعاً: العامل الاجتماعي:

إن توحد أمة من الأمم يتوقف بالضرورة على وحدة نظامهم الاجتماعي المكون من القيم والعادات والتقاليد وكل ما يتعلق بالمسائل الاجتماعية من علاقات لأفراد داخل الأسرة وخارجها، ولا شك أن الحياة القائمة على عوامل المحبة والألفة والوحدة الاجتماعية تؤدي إلى التعاطف والتماسك الاجتماعي، ومن هنا كان للعامل الاجتماعي دور هام في تدعيم الهوية الثقافية. (عطية، 2009، ص 44-48).

الفصل الثالث: الإطار التطبيقي.

أولاً: التحليل الكمي والكيفي للنتائج.

ثانياً: نتائج الدراسة.

ثالثاً: التوصيات.

تمهيد:

بعد الانتهاء من الإطار المنهجي والذي تم فيه وضع الإجراءات المنهجية. والإطار النظري الذي تعرضنا فيه إلى سنتطرق في هذا الفصل إلى تكميم المعطيات الكيفية التي تحصلنا عليها من خلال الاستمارة باستخدام برنامج spss، وبالتالي تحليلها وتفسيرها، وأخيرا الوصول إلى نتائج حول الدراسة.

أولا: التحليل الكمي والكيفي للنتائج:

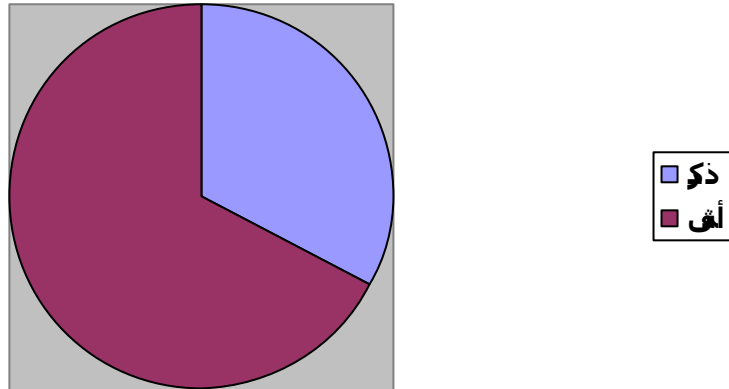
1- عرض وتحليل البيانات الشخصية:

الجدول رقم (1): يوضح توزيع أفراد العينة حسب الجنس.

النسبة	التكرار	الجنس
32.9%	32	ذكر
67.1%	47	أنثى
100%	70	المجموع

يمثل الجدول رقم (1) توزيع أفراد العينة حسب الجنس حيث يشير أن نسبة 67.1% هم إناث ، أما نسبة 32.9% هم ذكور. وعليه يتضح من خلال هذه المعطيات أن فئة الإناث هم أكثر استخداما لمواقع التواصل الاجتماعي إذ بلغ عددهم 47 من أصل 70 طالب.

الشكل رقم (1): يوضح توزيع أفراد العينة حسب الجنس.

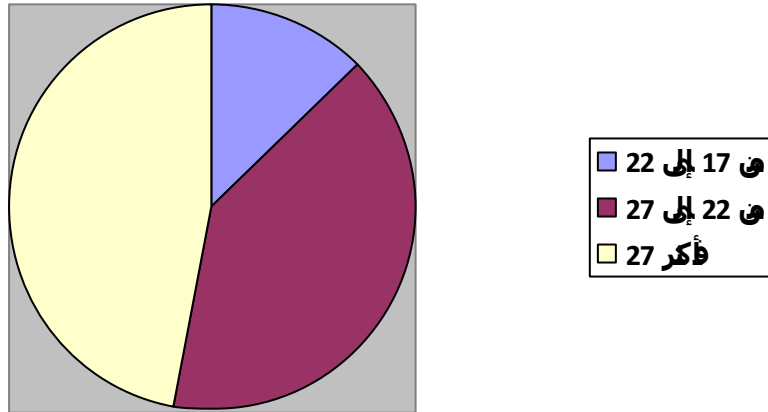


الجدول رقم (2): يوضح توزيع أفراد العينة حسب السن.

النسبة	التكرار	السن
12.9%	9	من 22-17
40%	28	من 27-22
47.1%	33	27 فأكثر
100%	70	المجموع

يمثل الجدول رقم (2) توزيع أفراد العينة حسب السن حيث يتضح لنا أن نسبة 47.1% من أفراد العينة تتراوح أعمارهم (من 27 فأكثر) و قدر عددهم بـ 33 مبحوث، ثم تليها الفئة التي تتراوح أعمارهم (من 22 إلى 27 سنة) والتي قدرت نسبتها بـ 40% وعددهم 28 مبحوث، وتأتي بعد ذلك الفئة التي تتراوح أعمارهم (من 18 إلى 22 سنة) والتي قدرت نسبتها بـ 12.9% وعددهم 9 مبحوثين وهي الفئة الأقل عدداً. ومن هنا يتبين أن شريحة الشباب هم أكثر إستعمالاً لمواقع التواصل الاجتماعي نظراً لتعدد رغباتهم التي يسعون لتحقيقها.

الشكل رقم (2): يوضح توزيع أفراد العينة حسب السن.

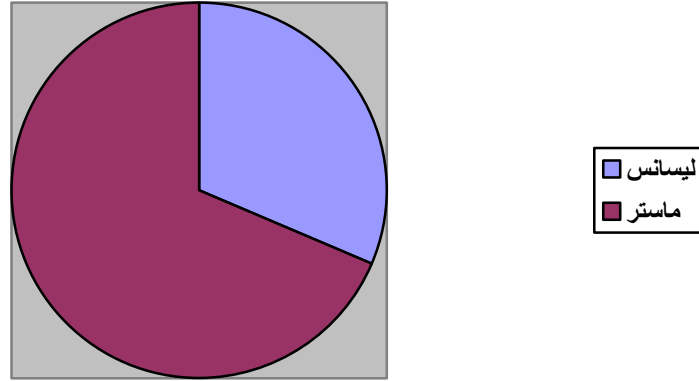


الجدول رقم (3): يوضح توزيع أفراد العينة حسب المستوى التعليمي.

النسبة	التكرار	المستوى التعليمي
31.4%	22	ليسانس
68.6%	48	ماستر
100%	70	المجموع

يمثل الجدول رقم (3) توزيع أفراد العينة حسب المستوى التعليمي حيث يتضح لنا أن نسبة 68.6% من أفراد عينة الدراسة يزاولون دراستهم الأكاديمية في المستوى التعليمي ماستر وعددهم 48 مبحوث، في حين أن 31.4% يمثلون مستوى الليسانس وعددهم 22 مبحوث، ومن خلال هذا الجدول نجد أن غالبية العينة من طور الماستر.

الشكل رقم (3): يوضح توزيع أفراد العينة حسب المستوى التعليمي.



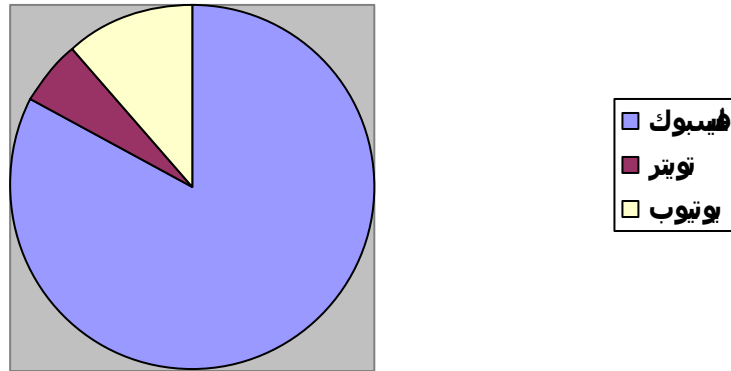
2- عرض وتحليل نتائج المحور الأول: عادات وأنماط استخدام مواقع التواصل الاجتماعي.

الجدول رقم (4): يوضح توزيع المواقع الأكثر استخداما من قبل الطلبة.

النسبة	التكرار	البدائل
82.9%	58	فايسبوك
5.7%	4	تويتر
11.4%	8	يوتيوب
00%	00	أخرى (واتساب)
100%	70	المجموع

يمثل الجدول أعلاه أكثر مواقع التواصل الاجتماعي استخداما من قبل المبحوثين أو أفراد العينة حيث يوضح الجدول أن موقع الفاييسبوك والذي قدرت نسبته بـ 82.9% هو أكثر مواقع التواصل الاجتماعي استخداما وتفضيلا نظرا لانتشاره الواسع ، حيث أضحي فضاءا لنشاطات متعددة مثل البحث العلمي، تبادل المعلومات، التعارف، الصداقة، بالنسبة لجمهور الطلبة المستخدمين بالإضافة إلى دوره التواصلي مع الأهل والأصدقاء كما حل موقع اليوتيوب بنسبة 11.4% في الرتبة الثانية من ناحية الاستخدام لدى المبحوثين حيث يعرف انتشار هذا الموقع تطورا ملحوظا لما يوفره من رصيد ثري من مقاطع الفيديو المختلفة، في حين حل موقع تويتر في الرتبة الثالثة ولا يزال هذا الموقع في بداية الانتشار مقارنة مع موقع الفيس بوك.

الشكل رقم (4): يوضح توزيع المواقع الأكثر استخداما من قبل الطلبة.

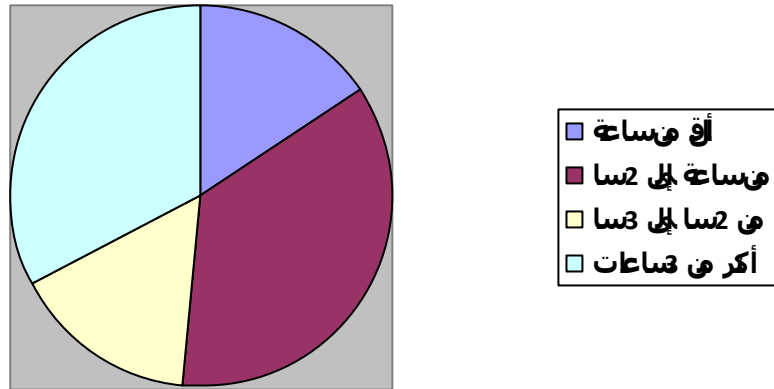


الجدول رقم (5): يوضح الوقت المستغرق في استخدام أفراد العينة لموقع التواصل الاجتماعي.

النسبة	التكرار	البدائل
15.7%	11	أقل من ساعة
35.7%	25	من ساعة إلى ساعتين
15.7%	11	من 2 ساعة إلى 3 ساعات
32.9%	23	أكثر من 3 ساعات
100%	70	المجموع

يمثل الجدول اعلاه عدد ساعات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي بشكل يومي بالنسبة لأفراد العينة، ونلاحظ بأن أغلبهم يقضون في تصفحهم للموقع من ساعة إلى ساعتين وذلك بنسبة 35.7% في حين يقضي 32.9% منهم أكثر من 3 ساعات في استخدام المواقع ليلهم نسبة 15.7% أقل من ساعة بعدد تكرارات 11، وهي نفس نسبة الذين يستخدمون المواقع من 2 ساعة إلى 3 ساعات ويرجع ذلك إلى انشغال الطلبة.

الشكل رقم (5): يوضح الوقت المستغرق في استخدام أفراد العينة لموقع التواصل الاجتماعي.

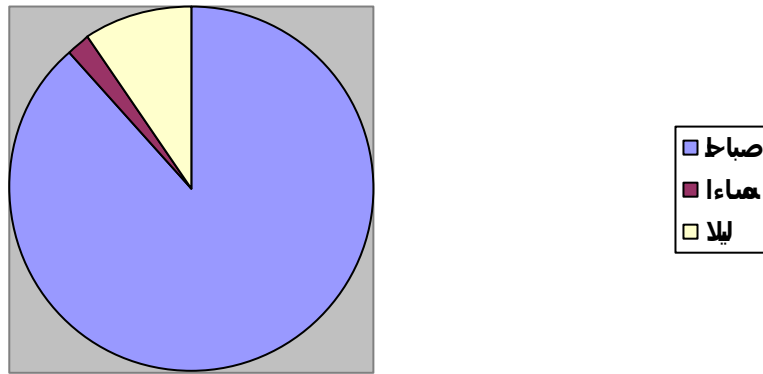


الجدول رقم (6): يوضح الفترة المفضلة لدى الطلبة لتصفح مواقع التواصل الاجتماعي.

النسبة	التكرار	البدائل
7.1%	5	صباحا
18.6%	13	مساء
74.3%	52	ليلا
100%	70	المجموع

يمثل الجدول أعلاه الفترة التي يفضلها الطلبة في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، حيث يتبين لنا أن أغلبية أفراد العينة يفضلون استخدام المواقع ليلا وذلك بنسبة 74.3%، في حين يفضل 18.6% منهم استخدامه مساء، ويبدو هذا الترتيب منطقيا حيث أن الفترة المسائية والفترة الليلية هي الأوقات التي يتفرغ فيها أغلبية الطلبة في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وذلك بسبب وقت الفراغ لديهم، ضف إلى ذلك أن الأنترنت تتيح فرصة اختيار الوقت المناسب للاستخدام عكس بقية الوسائل الإعلامية الأخرى. ونجد بأن عددا قليلا من المستخدمين يفضلون استخدام الموقع صباحا، وقد يكون ذلك الوقت هو الأنسب باعتبار الفترة الصباحية هي وقت فراغ بالنسبة للبعض وذلك بنسبة 7.1%.

الشكل رقم (6): يوضح الفترة المفضلة لدى الطلبة لتصفح مواقع التواصل الاجتماعي.

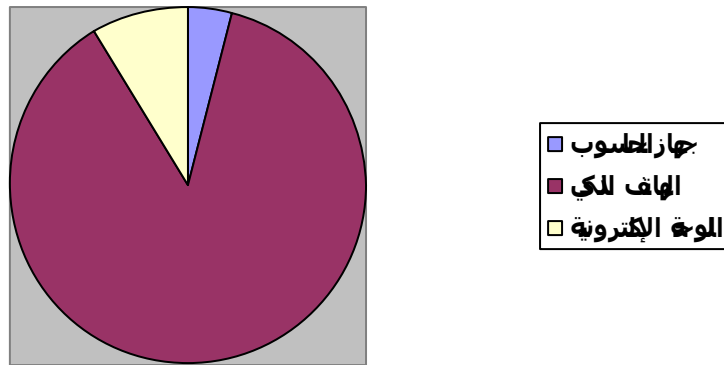


الجدول رقم (7): يوضح توزيع العينة حسب الوسائل المستخدمة.

النسبة	التكرار	البدائل
4.3%	3	جهاز الحاسوب
87.1%	61	الهاتف الذكي
8.6%	6	اللوحة الإلكترونية
100%	70	المجموع

يمثل الجدول أعلاه الوسائل المستخدمة من طرف الطلبة الجامعيين في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، حيث اتضح من خلال الجدول أن الوسيلة الأكثر استعمالاً من قبل الباحثين هو الهاتف الذكي بنسبة 87.1% وعدددهم 61 مبحوث ثم تليها نسبة 8.6% يستعملون اللوحة الإلكترونية وعدددهم 6، في حين يفضل البعض الآخر استعمال جهاز الحاسوب والذي قدرت نسبته بـ 4.3% وعدددهم 3 مبحوثين. يتضح من هذا أن أغلبية أفراد العينة يستخدمون الهاتف الذكي في التواصل عبر مواقع التواصل الاجتماعي وهذا يرجع أساساً إلى سهولة حمله ونقله مقارنة بالوسائل الأخرى، ولكن هذا لا يعني عدم استخدام الوسائل الأخرى المتاحة.

الشكل رقم (7): يوضح توزيع العينة حسب الوسائل المستخدمة.

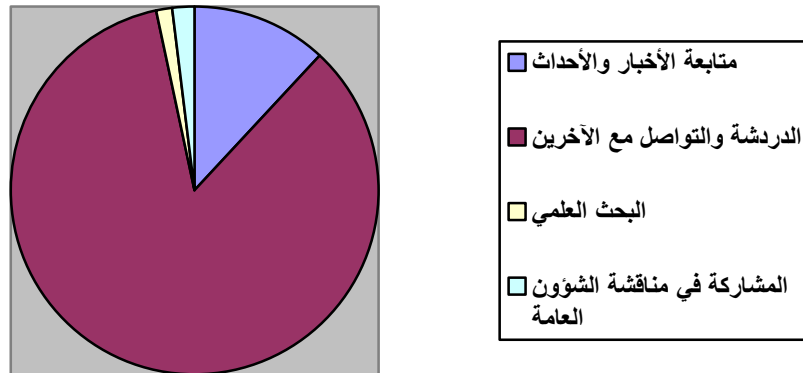


الجدول رقم (8): يوضح الغرض من استخدام الطلبة لمواقع التواصل الاجتماعي.

النسبة	التكرار	البدائل
50%	35	متابعة الأخبار والأحداث
35.7%	25	الدردشة والتواصل مع الآخرين
5.7%	4	البحث العلمي
8.6%	6	المشاركة في مناقشة الشؤون العامة
100%	70	المجموع

يمثل الجدول أعلاه الغرض من استخدام الطلبة لمواقع التواصل الاجتماعي، بحيث نجد 50% من أفراد العينة غرضهم من الاستخدام هو متابعة الأخبار والأحداث، في حين 35.7% للدردشة والتواصل مع الآخرين و8.6% المشاركة في مناقشة الشؤون العامة، ونسبة 4% للبحث العلمي وهي النسبة الأقل، وعليه يتضح أن أغلبية أفراد العينة يكمن الغرض من استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي من أجل متابعة الأخبار والأحداث وهذا يعني أن المستخدمين لهم اهتمام كبير بالأحداث الجارية والتي عرفتها الجزائر في الآونة الأخيرة.

الشكل رقم (8): يوضح الغرض من استخدام الطلبة لمواقع التواصل الاجتماعي.

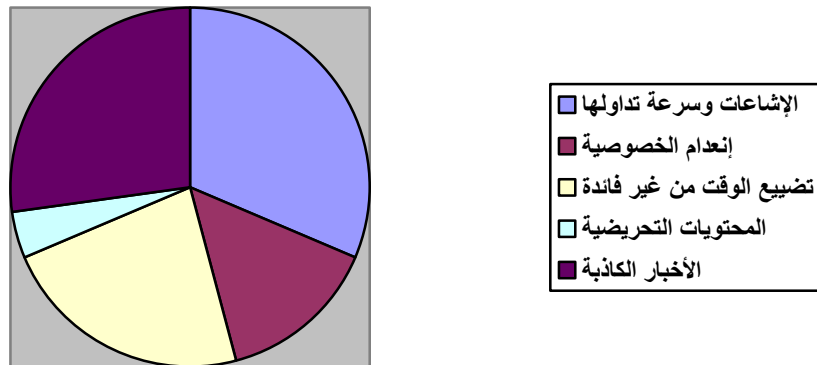


الجدول رقم (9): يوضح أكثر ما يزعج الطلبة في مواقع التواصل الاجتماعي.

النسبة	التكرار	البدائل
31.4%	22	الإشاعات وسرعة تداولها
14.3%	10	إنعدام الخصوصية
22.9%	16	تضييع الوقت من غير فائدة
4.3%	3	المحتويات التحريضية
27.1%	19	الأخبار الكاذبة
100%	70	المجموع

يمثل الجدول أعلاه أكثر ما يزعج الطلبة في مواقع التواصل الاجتماعي، حيث نجد 31.4% من أفراد العينة أكثر ما يزعجهم في مواقع التواصل الاجتماعي الإشاعات وسرعة تداولها وعددهم 22 مبحوث، و22.9% تضييع الوقت من غير فائدة، و14.3% انعدام الخصوصية و27.1% الأخبار الكاذبة و4.3% للمحتويات التحريضية، يتضح من الجدول أن أكثر ما يزعج الطلبة هو الإشاعات وسرعة تداولها نظرا لكثرة الموضوعات التي تفتقد إلى المصداقية لأنها لا تخضع إلى المراقبة من طرف جهة معينة. وتعتبر أيضا مجرد مضیعة للوقت دون فائدة.

الشكل رقم (9): يوضح أكثر ما يزعج الطلبة في مواقع التواصل الاجتماعي.

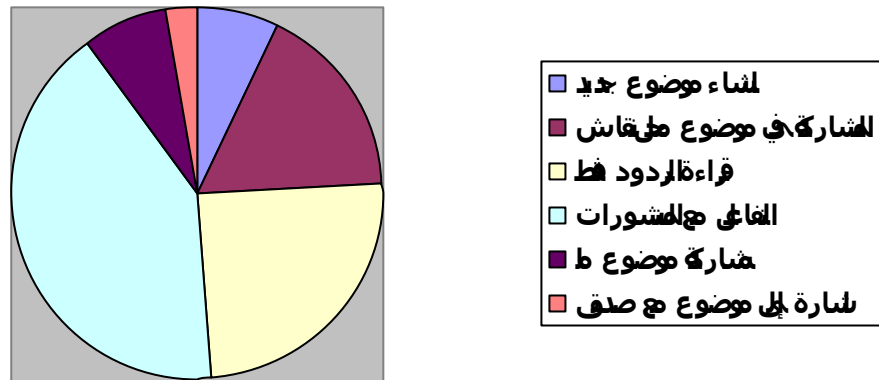


الجدول رقم (10): يوضح الأنشطة التي يقوم بها الطلبة على مواقع التواصل الاجتماعي.

النسبة	التكرار	البدائل
7.1%	5	إنشاء موضوع جديد
17.1%	12	المشاركة في موضوع محل نقاش
24.3%	17	قراءة الردود فقط
41.4%	29	التفاعل مع المنشورات
7.1%	5	مشاركة موضوع ما
2.9%	2	إشارة إلى موضوع مع صديق
100%	70	المجموع

يمثل الجدول أعلاه الأنشطة التي يقوم بها الطلبة في مواقع التواصل الاجتماعي، حيث نجد أن نسبة 41.4% يفضلون التفاعل مع المنشورات ونسبة 24.3% قراءة الردود فقط، و 17.1% المشاركة في موضوع محل نقاش و نسبة 7.1% لإنشاء موضوع جديد ومشاركة موضوع ما، و 2.9% إشارة إلى موضوع مع صديق وهي النسبة الأقل، يتضح من الجدول أن أكثر نشاط يقوم به أفراد العينة هو التفاعل مع المنشورات ويعود ذلك إلى محتوى المضامين او المنشورات.

الشكل رقم (10): يوضح الأنشطة التي يقوم بها الطلبة على مواقع التواصل الاجتماعي.



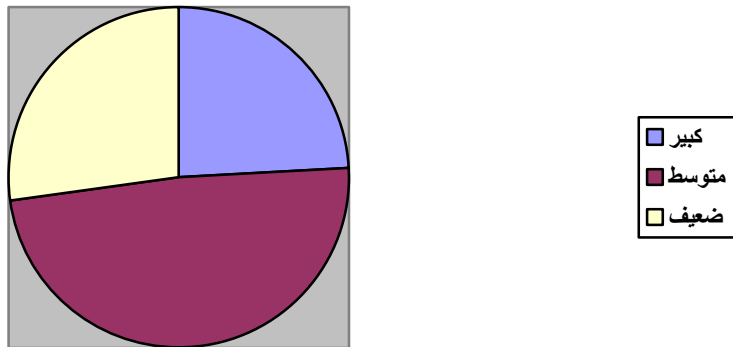
3- عرض وتحليل المحور الثاني: تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على مقومات الهوية الثقافية.
الجدول رقم (11): يوضح مدى تغيير استخدام مواقع التواصل الاجتماعي للعادات الطلابية اليومية.

النسبة	التكرار	البدائل
24.3%	17	كبير
48.6%	34	متوسط
27.1%	19	ضعيف
100%	70	المجموع

يوضح الجدول أعلاه أن نسبة 48.6% أجابوا بأن مواقع التواصل الاجتماعي تؤدي إلى تغيير عاداتهم اليومية بشكل متوسط، ونسبة 27.1% أجابوا بشكل ضعيف، وهذا ما يبين الاستخدام العقلاني لأفراد العينة لمواقع التواصل الاجتماعي وذلك لقدرتهم على الموافقة بين المواقع وبين الأعمال اليومية، ونسبة 24.3% أجابوا بشكل كبير وعدددهم 17 مبحوث وذلك راجع للاستخدام الزائد لمواقع التواصل الاجتماعي باعتبار أن استخدامهم للوسيلة تأخذ الحظ الأوفر من وقتهم على حساب العادات اليومية.

الشكل رقم (11): يوضح مدى تغيير استخدام مواقع التواصل الاجتماعي للعادات الطلابية

اليومية.

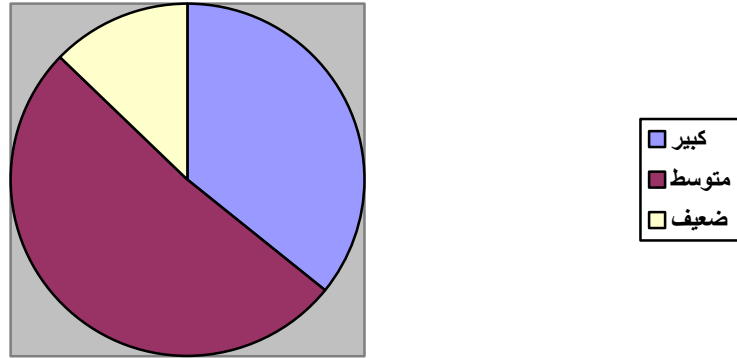


الجدول رقم (12) يوضح مدى اكتساب الطلبة لقيم وعادات منافية لديننا ومجتمعنا.

النسبة	التكرار	البدائل
35.7%	25	كبير
51.4%	36	متوسط
12.9%	9	ضعيف
100%	70	المجموع

يتضح من الجدول أعلاه أن نسبة 51.4% أجابوا بأن مواقع التواصل الاجتماعي تساهم في اكتساب قيم وعادات منافية لديننا ومجتمعنا بشكل متوسط، ونسبة 35.7% بشكل كبير و نسبة 12.9% أجابوا بشكل ضعيف وعددهم 9 مبحوثين . يتضح من الجدول أن أفراد العينة وهذا راجع إلى تأثر أفراد العينة بالثقافة الغربية،

الشكل رقم (12) يوضح مدى اكتساب الطلبة لقيم وعادات منافية لديننا ومجتمعنا.



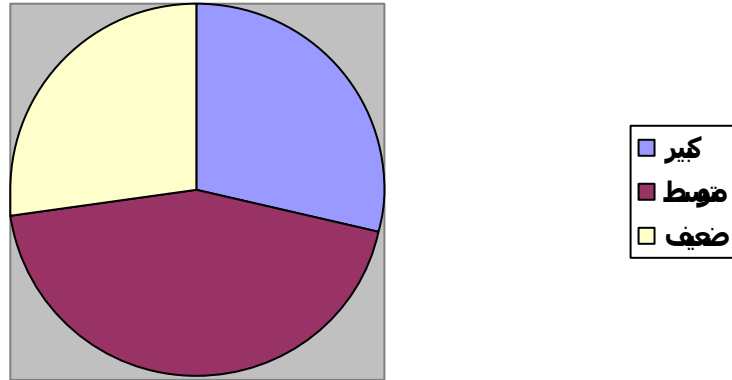
الجدول رقم(13) يوضح مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في الإضعاف من مكانة اللغة العربية.

النسبة	التكرار	البدائل
28.6%	20	كبير
44.3%	31	متوسط
27.1%	19	ضعيف
100%	70	المجموع

يوضح الجدول أعلاه أن 44.3% من أفراد العينة جاوبوا بان مواقع التواصل الاجتماعي تساهم في الإضعاف من مكانة اللغة العربية بشكل متوسط وذلك راجع إلى أن أغلبية أفراد العينة يستخدمون اللغة العامية في تواصلهم على مواقع التواصل الاجتماعي، وتقارب النسبة بين أجابوا بشكل كبير وبشكل ضعيف حيث 28.6% أجابوا بشكل كبير و 27.1% أجابوا بشكل ضعيف وذلك راجع إلى اعتزازهم باللغة العربية الفصحى.

الشكل رقم(13) يوضح مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في الإضعاف من مكانة اللغة

العربية.

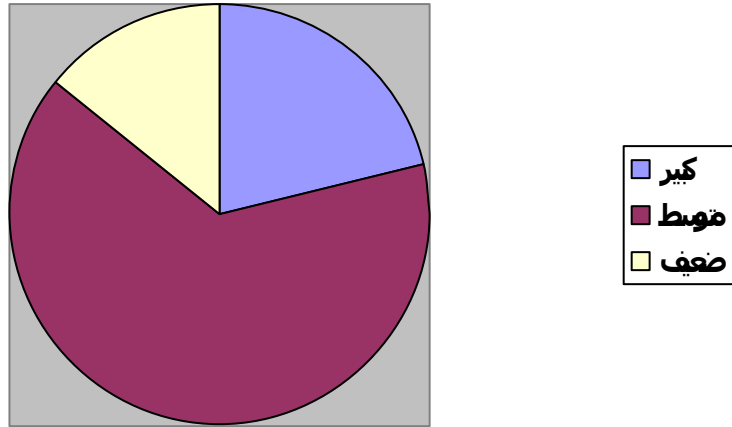


الجدول رقم (14) يوضح مساهمة مواقع التواصل في تعميق الانتماء الديني لدى الطلبة.

النسبة	التكرار	البدائل
21.4%	15	كبير
64.3%	45	متوسط
14.3%	10	ضعيف
100%	70	المجموع

يتضح من الجدول أعلاه أن نسبة 45% من أفراد العينة أجابوا بأن مواقع التواصل الاجتماعي تساهم في تعميق الانتماء الديني و15% بشكل كبير، وذلك راجع إلى أن أفراد العينة يدخلون إلى مواضيع هادفة من خلالها يتم تعميق انتمائهم الديني، ونسبة 14.3% ترى أن مواقع التواصل الاجتماعي تساهم بشكل ضعيف في تعميق انتمائهم الديني فهم لا يعتبرون مواقع التواصل الاجتماعي مؤسسة تنشئة مثل المساجد والمدارس... إلخ

الشكل رقم (14) يوضح مساهمة مواقع التواصل في تعميق الانتماء الديني لدى الطلبة.

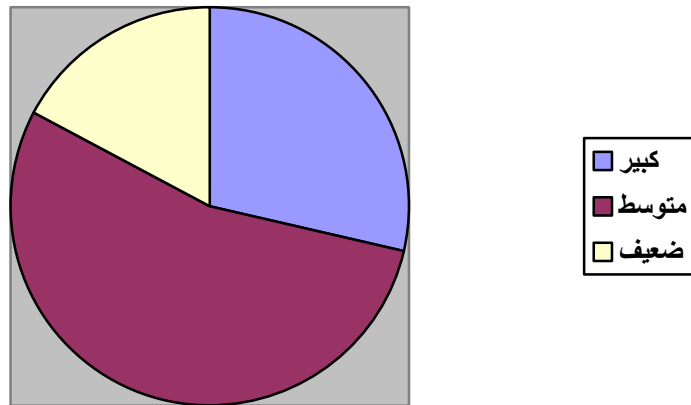


الجدول رقم (15): يوضح مدى مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في التعريف بالثقافة العربية الإسلامية.

النسبة	التكرار	البدائل
28.6%	20	كبير
54.3%	38	متوسط
17.1%	12	ضعيف
100%	70	المجموع

يتضح من خلال الجدول أعلاه أن نسبة 54.3% أجابوا بأن مواقع التواصل تساهم في التعريف بالثقافة العربية الإسلامية بشكل كبير ونسبة 28.6% أجابوا بشكل كبير ، في حين أجاب البعض الآخر بشكل ضعيف بنسبة 17.1% وهي النسبة الأقل. يتضح من الجدول أن هذه المواقع تعتبر إحدى منابع للتعريف بالثقافة العربية الإسلامية وبذلك فإن مجتمع الدراسة محافظ على ثقافته العربية.

الشكل رقم (15): يوضح مدى مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في التعريف بالثقافة العربية الإسلامية.

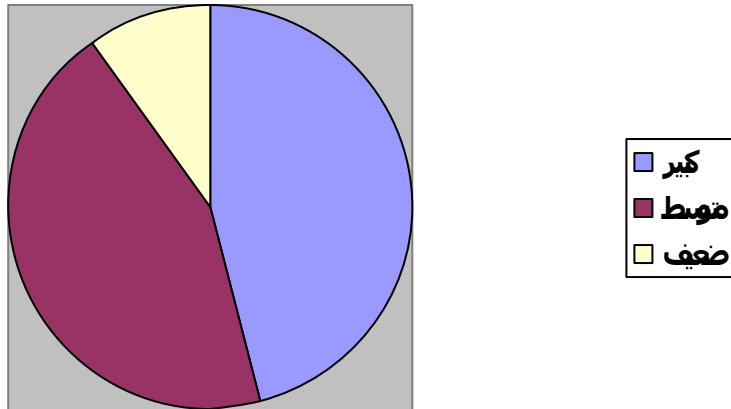


الجدول رقم (16) يوضح مدى مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في تطوير ثقافة الحوار.

النسبة	التكرار	البدائل
45.7%	32	كبير
44.3%	31	متوسط
10%	7	ضعيف
100%	70	المجموع

يتبين من خلال الجدول أعلاه أن نسبة 45.7% أجابوا بأن مواقع التواصل الاجتماعي تساهم في تطوير ثقافة الحوار بشكل كبير، و44.3% أجابوا بشكل متوسط، ونسبة 10% أجابوا بشكل ضعيف، وعليه يتضح من الجدول أن مواقع التواصل الاجتماعي تساهم في تطوير ثقافة الحوار من خلال التحوار مع مختلف الأشخاص في المجتمع الداخلي والخارجي إذا أحسن استخدامه بطريقة صحيحة.

الشكل رقم (16) يوضح مدى مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في تطوير ثقافة الحوار.

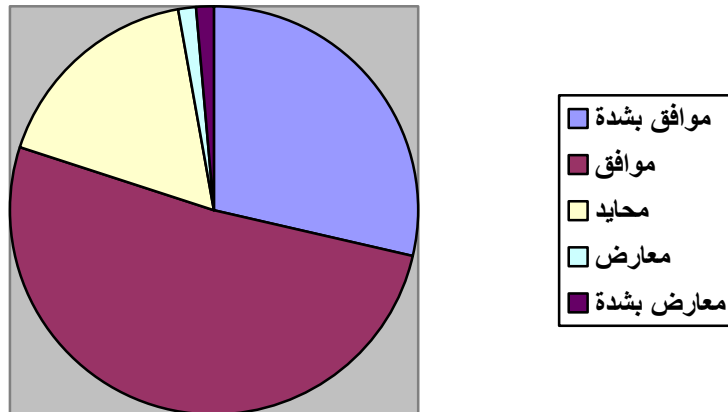


3- عرض وتحليل المحور الثالث: تأثير شبكات التواصل الاجتماعي في تكوين الرأس مال الثقافي.
الجدول رقم (17): التعبير على التنوع الثقافي.

النسبة	التكرار	البدائل
28.5%	20	موافق بشدة
51.4%	36	موافق
17.1%	12	محايد
1.4%	1	معارض
1.4%	1	معارض بشدة
100%	70	المجموع

يتبين من الجدول أعلاه أن نسبة 51.4% من افراد العينة موافقون على عبارة التعبير على التنوع الثقافي، و موافق بشدة بنسبة 28.5% ومحايدون بنسبة 17.1% أما المعارضون والمعارضون بشدة فقد كانت نسبتهم 1.4%، ويتضح من خلال هذا الجدول أن مواقع التواصل الاجتماعي تساهم في التعبير عن التنوع الثقافي وذلك راجع إلى أن أفراد العينة يهتمون بتاريخهم وثقافتهم والحرص على نشرها، وبهذا فإن استخدام المبحوثين للمواقع يدل على انتمائهم الثقافي من خلال التعريف بمختلف عادات وتقاليد مجتمعهم.

الشكل رقم (17): التعبير على التنوع الثقافي

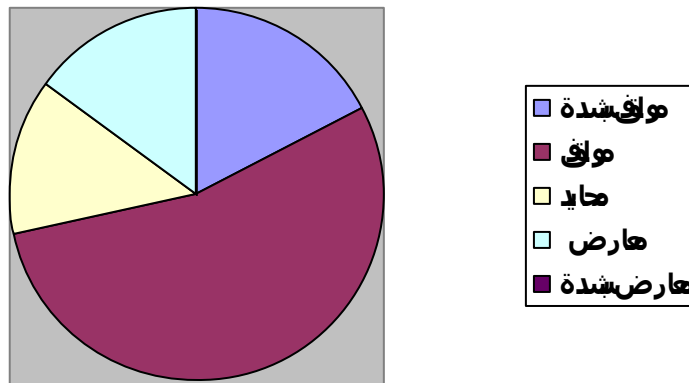


الجدول رقم (18) نشر الفنون الشعبية

النسبة	التكرار	البدائل
20%	14	موافق بشدة
61.4%	43	موافق
15.7%	11	محايد
17.1%	12	معارض
00%	00	معارض بشدة
100%	70	المجموع

يتبين من الجدول أعلاه أن نسبة 61.4% موافقون على عبارة نشر الفنون الشعبية وموافق بشدة بنسبة 20% في حين نجد 15.7% محايدون ونسبة 17.1% معارض. يتضح من الجدول أن أفراد العينة يتابعون فنونهم الشعبية من خلال الصفحات والفيديوهات والمقالات التي توفرها مواقع التواصل الاجتماعي. فهذا الفن هو جزء ثقافي تتوارثه الأجيال بصوره المختلفة بين مسموع ومرئي كالغناء والإنشاد الديني وحكاوي الأجداد للأحفاد والقصص وجميع ما يسمع وبذلك فهو إبداع مستمر.

الشكل رقم (18) نشر الفنون الشعبية

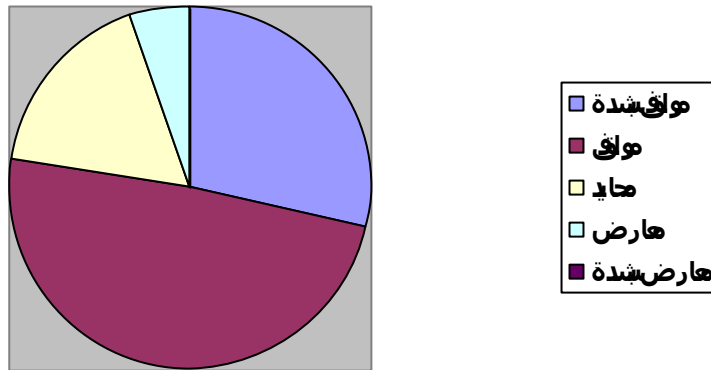


الجدول رقم (19) الحفاظ على التراث الثقافي وتوارثه من جيل للآخر

النسبة	التكرار	البدائل
28.5%	20	موافق بشدة
48.5%	34	موافق
17.1%	12	محايد
5.7%	04	معارض
00%	00	معارض بشدة
100%	70	المجموع

يتبين من الجدول أعلاه أن نسبة 48.5% موافقون على الحفاظ على التراث الثقافي وتوارثه من جيل لآخر وموافق بشدة بنسبة 28.5% في حين نجد 17.1% محايدون للعبارة ونسبة 5.7% معارض. يتضح من الجدول أن مواقع التواصل الاجتماعي تحرص على نقل التراث الثقافي إلى الأجيال ويعود هذا إلى استخدام أفراد العينة لهذه المواقع استخداما سليما ومساهماتهم أيضا في توارث ثقافتهم عبر الأجيال.

الشكل رقم (19) الحفاظ على التراث الثقافي وتوارثه من جيل للآخر

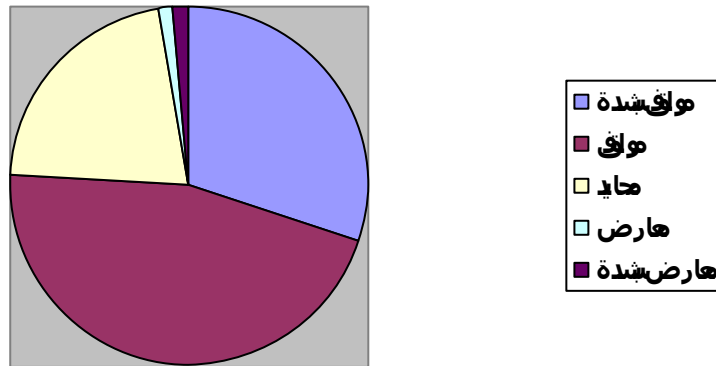


الجدول رقم (20) التعرف على المباني التاريخية والدينية

النسبة	التكرار	البدائل
30%	21	موافق بشدة
45.7%	32	موافق
21.4%	15	محايد
1.4%	01	معارض
1.4%	01	معارض بشدة
100%	70	المجموع

يتضح من الجدول أعلاه أن نسبة 45.7% موافقون على عبارة التعرف على المباني التاريخية والدينية وموافق بشدة بنسبة 30% في حين نجد 21.4% محايدون ونسبة 1.4% معارض وهي نفس النسبة لمعارض بشدة. وهذا راجع إلى مختلف الصور والفيديوهات التي تنشر عبر صفحات مواقع التواصل الاجتماعي. وذلك من خلال التعريف بالمباني التاريخية والدينية المتواجدة في الجزائر لأن هناك نسبة ضئيلة تعرف هذي المباني والتي تقتصر على الطلبة فقط وعليه فإن هذه المواقع تساهم في التعريف بها مثل: القصبية ومسجد كتشاوة وجميلة وطاسيلي وغيرها من الآثار.

الشكل رقم (20) التعرف على المباني التاريخية والدينية

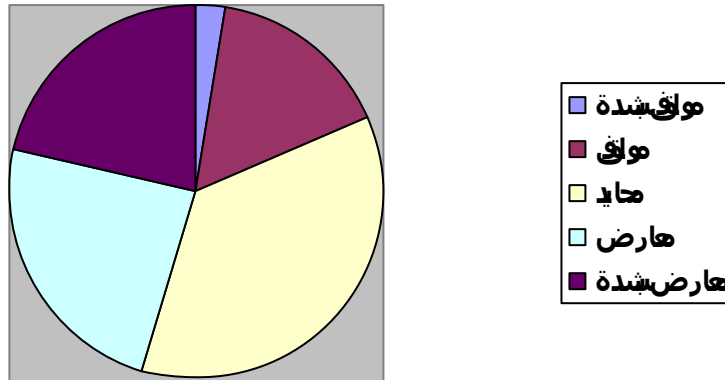


الجدول رقم (21) تشويه التراث الثقافي المادي واللامادي

النسبة	التكرار	البدائل
2.8%	2	موافق بشدة
15.7%	11	موافق
35.7%	25	محايد
24.2%	17	معارض
21.4%	15	معارض بشدة
100%	70	المجموع

يتبين من الجدول أعلاه أن نسبة 35.7% محايدون على عبارة تشويه التراث الثقافي المادي واللامادي ومعارض بنسبة 24.2% في حين نجد 21.4% معارض بشدة للعبارة ونسبة 15.7% موافق ونجد 2.8% موافق بشدة. يتضح من الجدول أن أفراد العينة محايدون وهذا راجع إلى أن مواقع التواصل الاجتماعي تعمل على نقل هذا التراث وتوارثه، في حين تقوم أيضا بتشويه هذا التراث وهذا يعود إلى حسن أو سوء الاستخدام. وبهذا فإن مجتمع الدراسة متمسك بتراثه المادي واللامادي.

الشكل رقم (21) تشويه التراث الثقافي المادي واللامادي

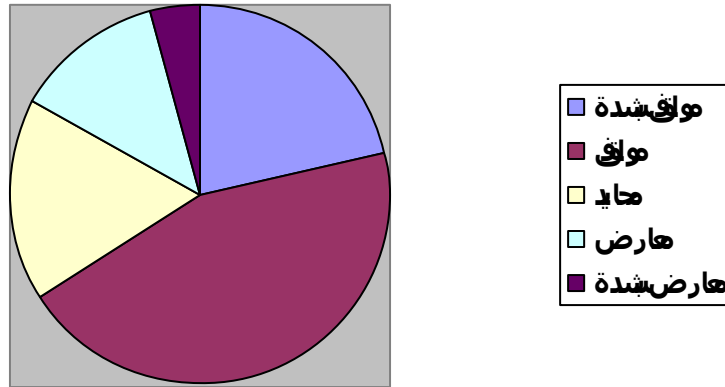


الجدول رقم (22) إبراز الهوية الوطنية والكشف عن خصوصيتها

النسبة	التكرار	البدائل
21.4%	15	موافق بشدة
44.2%	31	موافق
17.1%	12	محايد
12.8%	09	معارض
4.2%	03	معارض بشدة
100%	70	المجموع

يتبين من الجدول أعلاه أن نسبة 44.2% موافقون على عبارة إبراز الهوية الوطنية والكشف عن خصوصيتها وموافق بشدة بنسبة 21.4% في حين نجد 17.1% محايدون للعبارة ونسبة 12.8% معارض ونجد 4.2% معارض بشدة. يتضح من الجدول أن مجتمع الدراسة يوافق على إبراز الهوية الوطنية لأن هذه الأخيرة تساعد في الإغلاء من شأن الأفراد في المجتمعات كما تساهم في زيادة الوعي بالذات الثقافية وعليه فهي تعتبر الصورة التي تعكس ثقافته ولغته وعقيدته وتاريخه.

الشكل رقم (22) إبراز الهوية الوطنية والكشف عن خصوصيتها

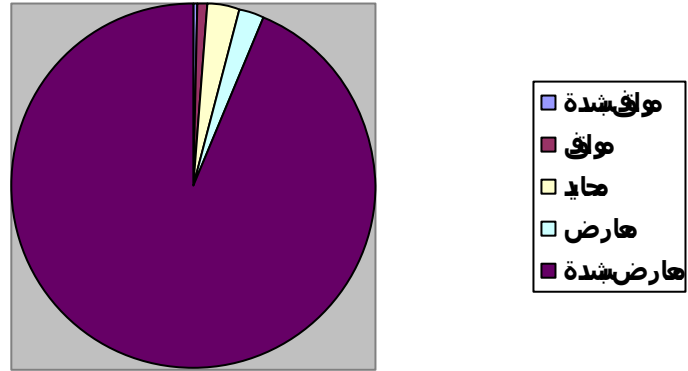


الجدول رقم (23) التقليل من شأن الثقافة المحلية

النسبة	التكرار	البدائل
5.7%	4	موافق بشدة
14.2%	10	موافق
38.5%	27	محايد
28.5%	20	معارض
12.8%	9	معارض بشدة
100%	70	المجموع

يتبين من خلال أعلاه أن أفراد العينة محايدون بنسبة 38.5% على عبارة التقليل من شأن الثقافة المحلية ومعارضون بنسبة 28.5% فيما اختار نسبة 14.2% موافق ثم تليها معارض بشدة بنسبة 12.8% أما موافق بشدة فقد بلغت نسبتهم 5.7%، يتضح من الجدول أن أفراد العينة متمسكون بثقافتهم وتقاليدهم وكذلك لم تؤثر فيهم مواقع التواصل الاجتماعي، وهذا إن دل على شيء فإنه يدل على تمسك أفراد العينة بثقافتهم المحلية التي تماشت مع مراحل حياته، وعليه فهو اجتماعي بفطرته التي فطرها الله عز وجل عليها.

الشكل رقم (23) التقليل من شأن الثقافة المحلية

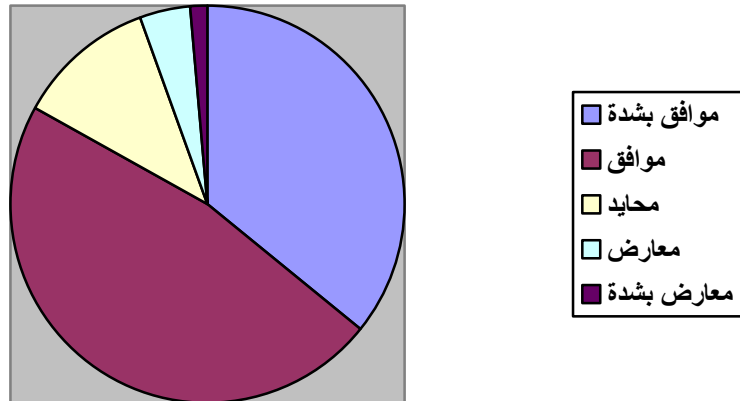


الجدول رقم (24) التعريف بعاداتك وثقافتك المختلفة

النسبة	التكرار	البدائل
35.7%	25	موافق بشدة
47.1%	33	موافق
11.4%	8	محايد
4.2%	3	معارض
1.4%	1	معارض بشدة
100%	70	المجموع

يتبين من الجدول أعلاه أن نسبة 47.1% موافقون على عبارة التعريف بعاداتك وثقافتك المختلفة وموافق بشدة بنسبة 35.7% في حين نجد 11.4% محايدون ونسبة 4.1% معارض ونجد مبحوث واحد فقد أي ما يعادل نسبة 1.4% أجاب بمعارض بشدة. وعليه نلاحظ من خلال الجدول أن أفراد الدراسة يعتزون بغاداتهم وثقافتهم المختلفة ولا يمكن التحلي عنهما رغم اختلاف بعض العادات في الجزائر مثلا، وبالتالي فقد أصبحت مواقع التواصل الاجتماعي باب للتعريف بعادات وثقافات التي تعتبر موروثا ثقافيا سواء لدى الأفراد أو الجماعات...

الشكل رقم (24) التعريف بعاداتك وثقافتك المختلفة

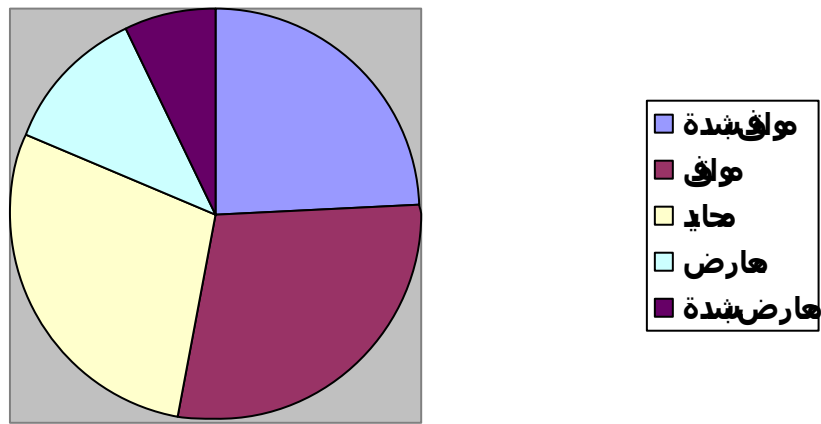


الجدول رقم (25) التصدي للغزو الفكري والثقافي

النسبة	التكرار	البدائل
24.2%	17	موافق بشدة
28.5%	20	موافق
28.5%	20	محايد
11.4%	8	معارض
7.1%	5	معارض بشدة
100%	70	المجموع

يتبين من الجدول أعلاه أن نسبة الطلبة الموافقين على عبارة التصدي للغزو الفكري والثقافي 28.5% وذلك من خلال المضامين والموضوعات التي توجد في شبكات التواصل الاجتماعي، حيث يحاول الغرب نشر ثقافتهم وعاداتهم عبر هذه المواقع الافتراضية، وهي نفس النسبة بالنسبة للطلبة المحايدين، وموافق بشدة بنسبة 24.2% على العبارة، فيما نجد نسبة 11.4% معارضين للعبارة و7.1% معارض بشدة.

الشكل رقم (25) التصدي للغزو الفكري والثقافي

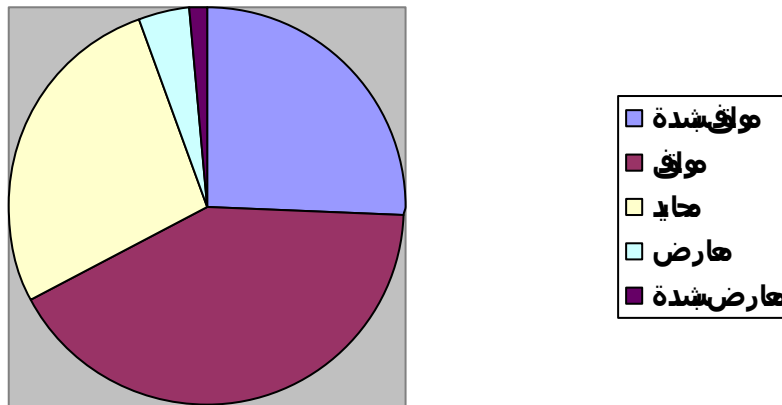


الجدول رقم (26) التعرف على القطع الفنية والاثريّة

النسبة	التكرار	البدائل
25.7%	18	موافق بشدة
41.4%	29	موافق
27.1%	19	محايد
4.2%	3	معارض
1.4%	1	معارض بشدة
100%	70	المجموع

يتبين من الجدول أعلاه أن نسبة 41.4% موافقون على عبارة التعرف على القطع الفنية والاثريّة ومحايد بنسبة 27.1% في حين نجد 25.7% موافقون بشدة ونسبة 4.2% معارض ونجد مبحوث واحد فقد أي ما يعادل نسبة 1.4% أجاب بمعارض بشدة. نلاحظ من خلال الجدول أن مجتمع الدراسة يوافق على معرفة القطع الفنية الأثريّة التي تعتبر جزء من مخلفات أجداده وموروثه الثقافي ووجوب المحافظة عليه لأنها تعبر عن هويتنا سواء تمثلت في القطع النقدية أو الأثريّة المتواجدة في الوطن.

الشكل رقم (26) التعرف على القطع الفنية والاثريّة

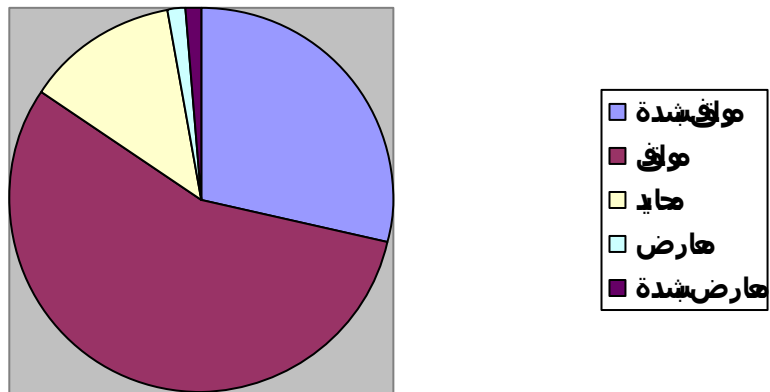


الجدول رقم (27) العمل على نشر الثقافة المحلية

النسبة	التكرار	البدائل
28.5%	20	موافق بشدة
55.7%	39	موافق
12.8%	9	محايد
1.4%	1	معارض
1.4%	1	معارض بشدة
100%	70	المجموع

يتبين من الجدول أعلاه أن نسبة 55.7% موافقون على عبارة العمل على نشر الثقافة المحلية وموافق بشدة بنسبة 28.5% في حين نجد 12.8% محايدون ونسبة 1.4% بالنسبة للمعارض ومعارض بشدة. نلاحظ أن مجتمع الدراسة يعتز بثقافته المحلية ولذلك يعمل على نشرها عبر مواقع التواصل الاجتماعي وينشرها يتمكن الأفراد على معرفة بعض ثقافات مجتمعات المنطقة أو الوطن ككل، فرغم عيشنا في بلد واحد إلا أن ثقافاتنا متنوعة ومختلفة من منطقة إلى منطقة.

الشكل رقم (27) العمل على نشر الثقافة المحلية

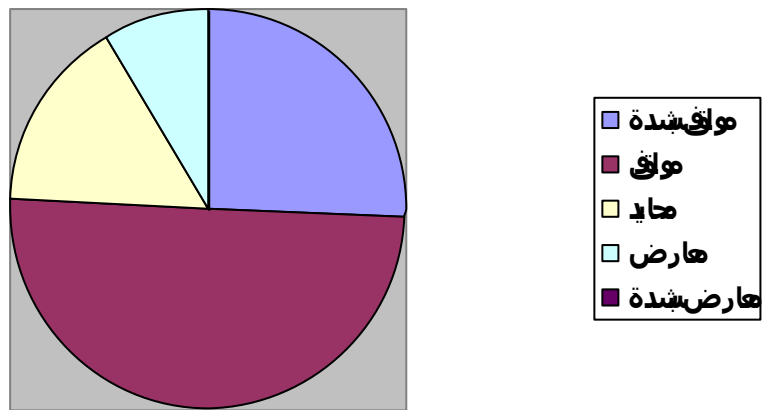


الجدول رقم (28) الحفاظ على الهوية الثقافية

النسبة	التكرار	البدائل
25.7%	18	موافق بشدة
50%	35	موافق
15.7%	11	محايد
8.5%	6	معارض
0%	0	معارض بشدة
100%	70	المجموع

يتبين من الجدول أعلاه أن نسبة 50% موافقون على عبارة الحفاظ على الهوية الثقافية وموافق بشدة بنسبة 25.7% في حين نجد 15.7% محايدون ونسبة 8.5% معارض، يتضح من الجدول أن المبحوثين يهتمون بهويتهم الثقافية ويعتزون بها بخصائصها المختلفة من لغة ودين وتاريخ وعادات وتقاليد وغيرها من المكونات الثقافية ذات السمة العربية الإسلامية. وبالتالي فالهوية الثقافية تولد الإحساس بالانتماء لشعب معين والارتباط بوطن معين والفخر والاعتزاز.

الشكل رقم (28) الحفاظ على الهوية الثقافية

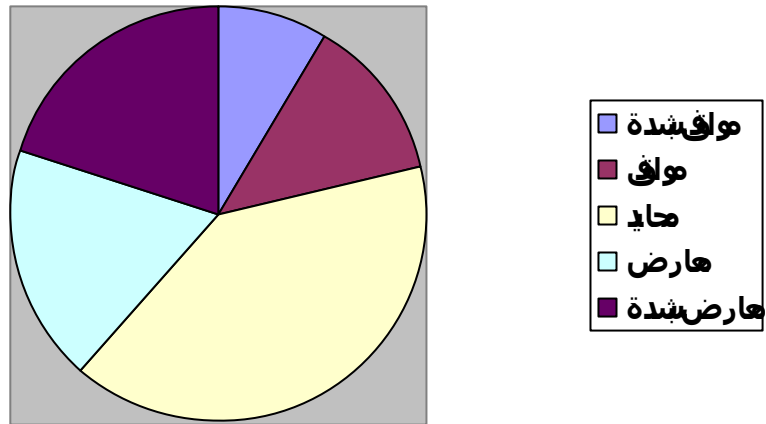


الجدول رقم (29) التخلي على العادات والتقاليد

النسبة	التكرار	البدائل
8.5%	6	موافق بشدة
12.8%	9	موافق
40%	28	محايد
18.5%	13	معارض
20%	14	معارض بشدة
100%	70	المجموع

يتبين من الجدول أعلاه أن نسبة 40% محايدون على عبارة التخلي على العادات والتقاليد ومعارض بشدة بنسبة 20% في حين نجد 18.5% معارضون ونسبة 12.8% موافق ونجد 8.5% موافق بشدة. يتضح من خلال الجدول أن أفراد العينة متمسكون بعاداتهم وتقاليدهم والتي تعتبر موروث ثقافي على المجتمع الحفاظ عليه وعدم المساس به.

الشكل رقم (29): التخلي على العادات والتقاليد

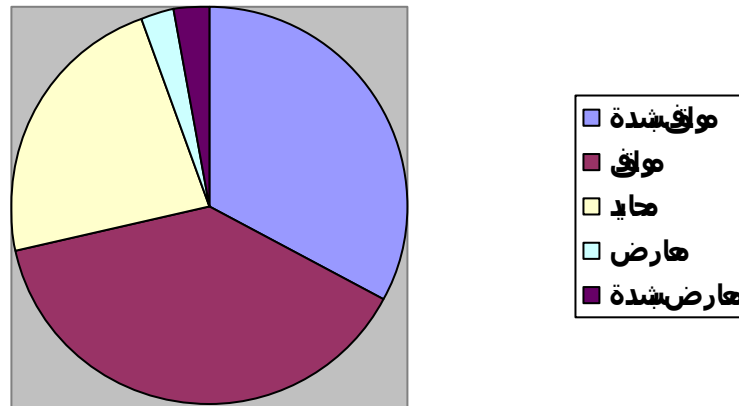


الجدول رقم (30): التواصل بين من تعرف ومن لا تعرف

النسبة	التكرار	البدائل
32.8%	23	موافق بشدة
38.5%	27	موافق
22.8%	16	محايد
2.8%	02	معارض
2.8%	02	معارض بشدة
100%	70	المجموع

يتبين من الجدول أعلاه أن نسبة 38.5% موافقون على عبارة التواصل بين من تعرف ومن لا تعرف وموافق بشدة بنسبة 32.8% في حين نجد 22.8% محايدون ونسبة 2.8% معارض وهي نفس النسبة لمعارض بشدة. يتضح من الجدول أن المبحوثين جعلت من استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي يهتمون بمن حولهم سواء عن طريق الاتصال أو الدردشة وغيرها.

الشكل رقم (30): التواصل بين من تعرف ومن لا تعرف

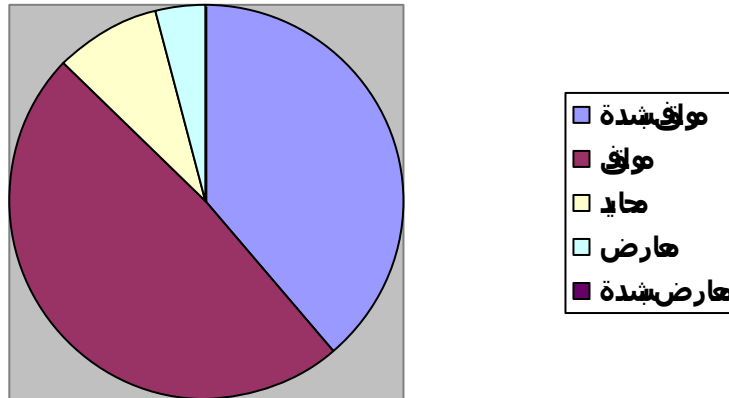


الجدول رقم (31): التعارف بين الشعوب.

النسبة	التكرار	البدائل
38.5%	27	موافق بشدة
48.5%	34	موافق
8.5%	06	محايد
4.2%	03	معارض
00%	00	معارض بشدة
100%	70	المجموع

يتبين من الجدول أعلاه أن نسبة 48.5% موافقون على عبارة التعارف بين الشعوب وموافق بنسبة 38.5% في حين نجد 8.5% محايدون ونسبة 4.2% معارض. يتضح من الجدول أن أفراد العينة يهتمون ويسعون للتعارف مع الشعوب الأخرى وبهذا أصبح العالم قرية صغيرة بسبب مواقع التواصل الاجتماعي التي نشرت التعارف بين مختلف الشعوب.

الشكل رقم (31): التعارف بين الشعوب

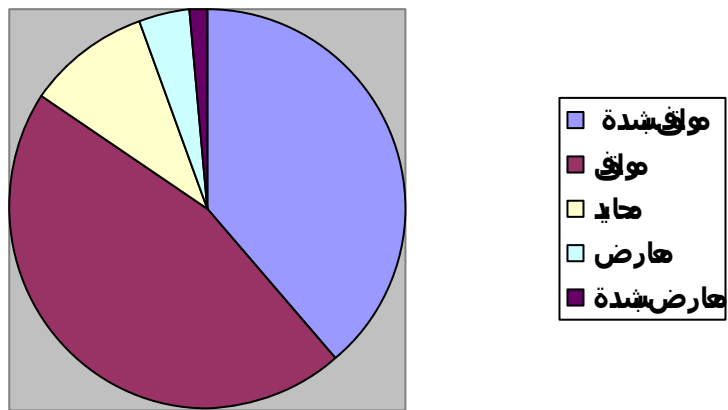


الجدول رقم (32): يخلق امتدادات ثقافية من مختلف الشرائح.

النسبة	التكرار	البدائل
38.5%	27	موافق بشدة
45.7%	32	موافق
10%	07	محايد
4.2%	03	معارض
1.4%	01	معارض بشدة
100%	70	المجموع

يتبين من الجدول أعلاه أن نسبة 45.7% موافقون على عبارة يخلق امتدادات ثقافية من مختلف الشرائح و موافق بشدة بنسبة 38.5% في حين نجد 10% محايدون ونسبة 4.2% معارض ونجد 1.4% معارض بشدة. يتضح من الجدول أن معظم أفراد العينة يتطلعون على ثقافة الشعوب الأخرى مما يخلق تداخلات ثقافية متفاعلة ذات إنتاجية وفاعلية وواقعية، وكذلك من أجل التواصل وتبادل المعارف والخبرات والتجارب.

الشكل رقم (32): يخلق امتدادات ثقافية من مختلف الشرائح

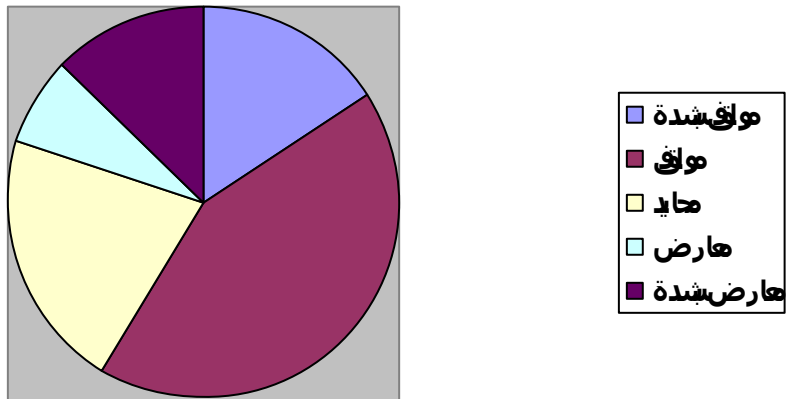


الجدول رقم (33) " يعطي فرصة لنشر الثقافات المنحرفة.

النسبة	التكرار	البدائل
15.7%	11	موافق بشدة
42.8%	30	موافق
21.4%	15	محايد
7.1%	05	معارض
12.8%	09	معارض بشدة
100%	70	المجموع

يتبين من الجدول أعلاه أن نسبة 42.8% موافقون على عبارة يعطي فرصة لنشر ثقافات منحرفة ومحايد ب بنسبة 21.4% في حين نجد 15.7% موافق بشدة ونسبة 12.8% معارض بشدة ونجد 7.1% معارض. نلاحظ أن مجتمع الدراسة يرى أن مواقع التواصل الاجتماعي يعطي فرصة لنشر الثقافات المنحرفة، فيما أن لهذه المواقع من ايجابيات لها سلبياتها أيضا

الشكل رقم (33) " يعطي فرصة لنشر الثقافات المنحرفة

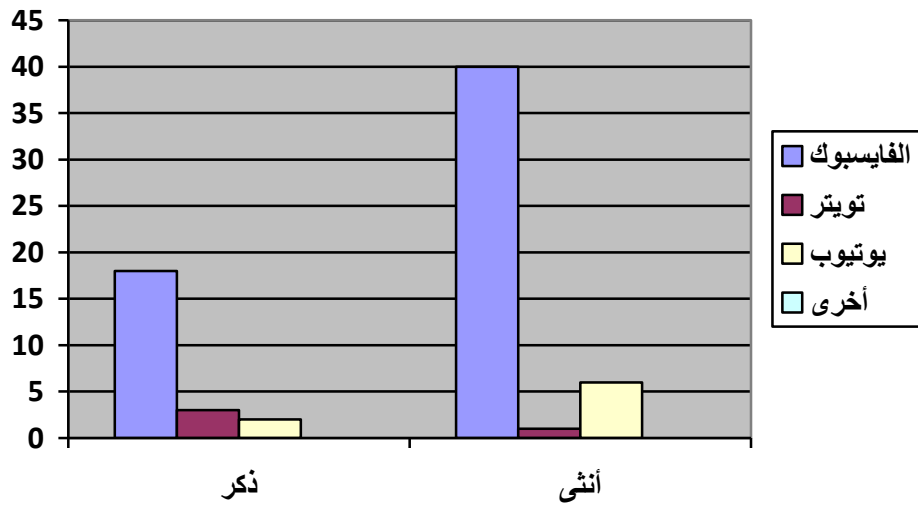


الجدول رقم(34): يوضح أكثر شبكة يستخدمها الطلبة حسب متغير الجنس:

المجموع		الجنس					
		أنثى		ذكر			
%	تك	%	تك	%	تك		
82.85	58	85.10	40	78.26	18	الفايسبوك	
5.71	4	2.12	1	13.04	3	تويتر	
11.42	8	12.76	6	8.69	2	يوتيوب	
00	00	00	00	00	00	أخرى	
100	70	100	47	100	23	المجموع	

نلاحظ من خلال الجدول أن هناك تقارب كبير في النسب حسب متغير الجنس إذ أن الإناث أكثر موقع يستخدمونه هو الفايسبوك بنسبة 85.10%، وأيضاً بالنسبة للذكور بنسبة 78.26% وهذا عائد إلى أهمية ومزايا هذا الموقع لدى أفراد العينة. بحيث يتيح لهم التواصل وتبادل الصور ومقاطع الفيديو وانجاز البحوث العلمية وأيضاً يمنح لهم حرية التعبير والتفكير من خلال إبداء الرأي.

الشكل رقم(34): يوضح أكثر شبكة يستخدمها الطلبة حسب متغير الجنس

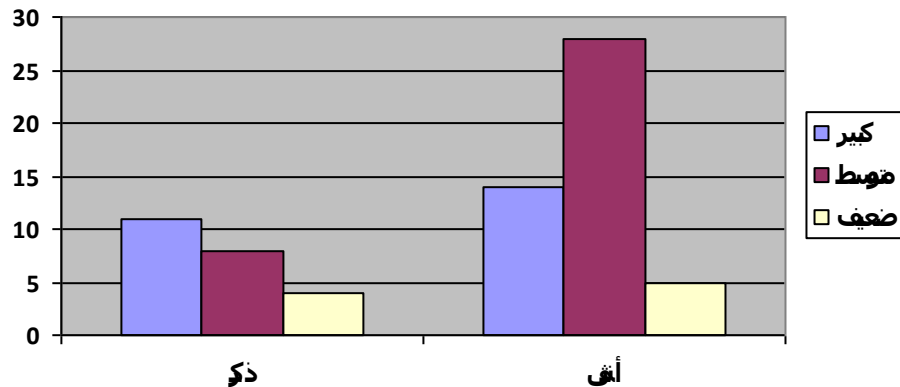


الجدول رقم (35): يوضح مدى اكتساب الطلبة قيم وعادات منافية لديننا ومجتمعنا حسب متغير المستوى التعليمي.

المجموع		المستوى التعليمي				كبير	متوسط	ضعيف	المجموع
		ليسانس		ماستر					
%	تك	%	تك	%	تك				
35.71%	25	45.83%	22	13.36%	03				
51.42%	36	39.58%	19	77.27%	17				
12.85%	09	14.58%	07	9.09%	02				
100%	70	100%	48	100%	22				

نلاحظ من الجدول أنه هناك اختلاف كبير بين النسب حسب متغير المستوى التعليمي إذ يرى طلبة الليسانس أن مواقع التواصل الاجتماعي تؤدي إلى اكتساب قيم وعادات منافية لديننا ومجتمعنا بشكل متوسط بنسبة 77.27% بينما طلبة الماستر يرون أن مواقع التواصل الاجتماعي تؤدي إلى اكتساب قيم وعادات منافية لديننا ومجتمعنا بشكل كبير وذلك بنسبة 45.83% وهذا الاختلاف يؤدي إلى اختلاف مستوى التعليمي لكلا الجنسين في المواضيع التي يختارونها.

الشكل رقم (35): يوضح مدى اكتساب الطلبة قيم وعادات منافية لديننا ومجتمعنا حسب متغير الجنس.



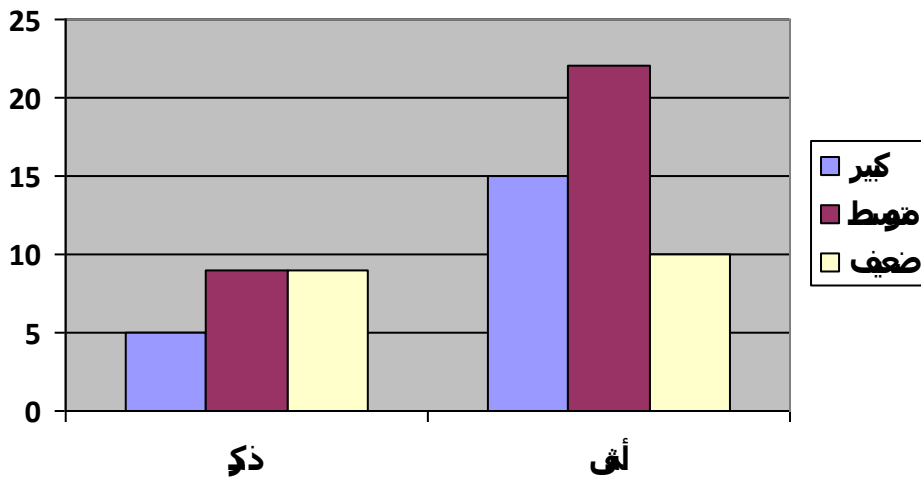
الجدول رقم(36): يوضح مدى مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في الإضعاف من مكانة اللغة العربية لأفراد العينة حسب متغير الجنس

المجموع	السن								
	27 فأكثر		من 22 إلى 27		من 18 إلى 22				
	تك	%	تك	%	تك	%	تك		
	24	%34.28	10	%30.30	11	%22.91	03	%33.33	كبير
	34	%48.57	15	%45.45	14	%29.16	05	%55.55	متوسط
	12	%17.14	08	%24.24	03	%6.25	01	%11.11	ضعيف
المجموع	70	%100	33	%100	28	%100	09	%100	

نلاحظ من خلال الجدول أن النسب متقاربة نوعاً ما حسب متغير السن بحيث أن الفئات العمرية أجابوا بأن مواقع التواصل الاجتماعي تضعف من مكانة اللغة العربية بشكل متوسط بنسب متفاوتة، وذلك راجع إلى أن معظم الطلبة يستخدمون اللهجات العامية في تواصلهم مع الآخرين عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

الشكل رقم(36): يوضح مدى مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في الإضعاف من مكانة اللغة

العربية لأفراد العينة حسب متغير الجنس

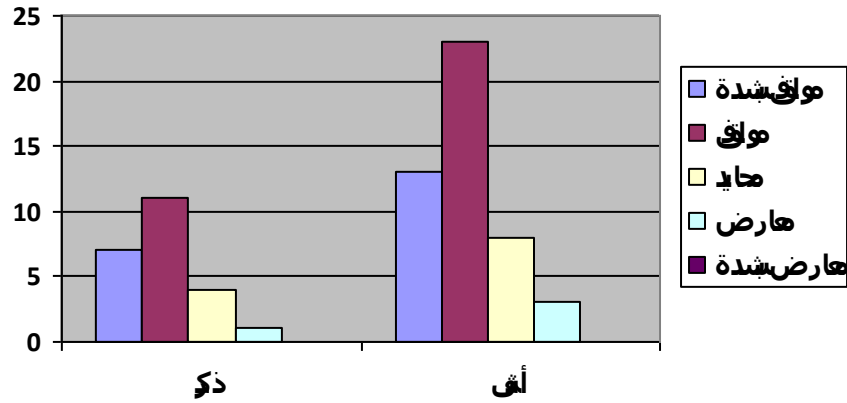


الجدول رقم (37): يوضح مدى مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في الحفاظ على الهوية الثقافية لأفراد العينة حسب متغير الجنس

المجموع		المستوى التعليمي					
		ماستر		ليسانس			
%	تك	%	تك	%	تك		
%30	21	%27.08	13	%36.36	08	موافق بشدة	
%47.14	33	%47.91	23	%45.45	10	موافق	
%17.14	12	%16.66	08	%18.18	04	محايد	
%5.71	04	%8.33	04	%00	00	معارض	
%00	00	%00	00	%00	00	معارض بشدة	
%100	70	100%	48	%100	22	المجموع	

نلاحظ من الجدول أن النسب متقاربة حسب متغير المستوى التعليمي حيث أجابوا طلبة الماستر بموافقين على أن مواقع التواصل الاجتماعي تساهم في الحفاظ على الهوية الثقافية بنسبة 47.91%، وهي نفس الإجابة لطلبة الليسانس بنسبة 45.45%، وهذا راجع إلى استخدامهم الأمثل في تصفحهم لمواقع التواصل الاجتماعي.

الشكل رقم (37): يوضح مدى مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في الحفاظ على الهوية الثقافية لأفراد العينة حسب متغير الجنس

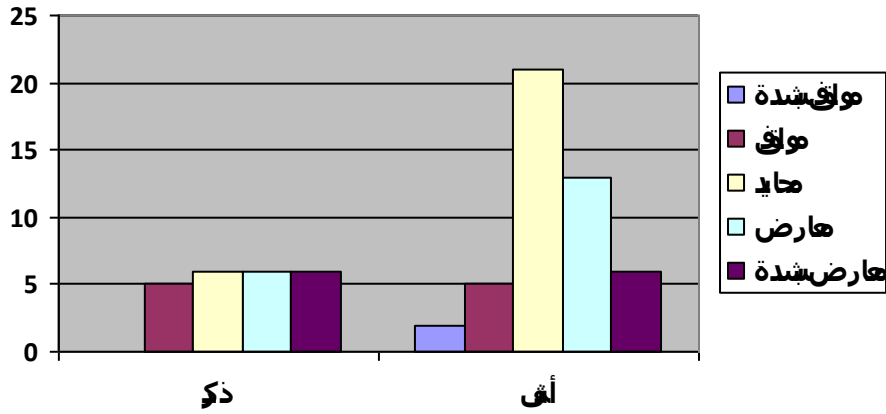


الجدول رقم (38): يوضح مدى مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في تشويه التراث المادي واللامادي لأفراد العينة حسب متغير الجنس

المجموع		الجنس				
		أنثى		ذكر		
%	تك	%	تك	%	تك	
2.85	2	4.25	2	00	00	موافق بشدة
14.28	10	10.63	5	21.74	5	موافق
38.57	27	44.68	21	26.08	6	محايد
40.42	19	27.65	13	26.08	6	معارض
25.53	12	12.76	6	26.08	6	معارض بشدة
100	70	100	47	100	23	المجموع

يتضح من الجدول أن النسب متقاربة نوعاً ما حسب متغير الجنس، إذ أن كلا الجنسين محايدون على عبارة أن مواقع التواصل الاجتماعي تسهم في تشويه التراث المادي واللامادي حيث بلغت نسبة الإناث بـ 44.68% بينما الذكور بلغت نسبتهم بـ 26.08% وهي نفس النسبة للمعارضين والمعارضين بشدة للذكور.

الشكل رقم (38): يوضح مدى مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في تشويه التراث المادي واللامادي لأفراد العينة حسب متغير الجنس



الجدول رقم (39): يوضح مدى مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في التقليل من شأن الثقافة المحلية لأفراد العينة حسب متغير الجنس

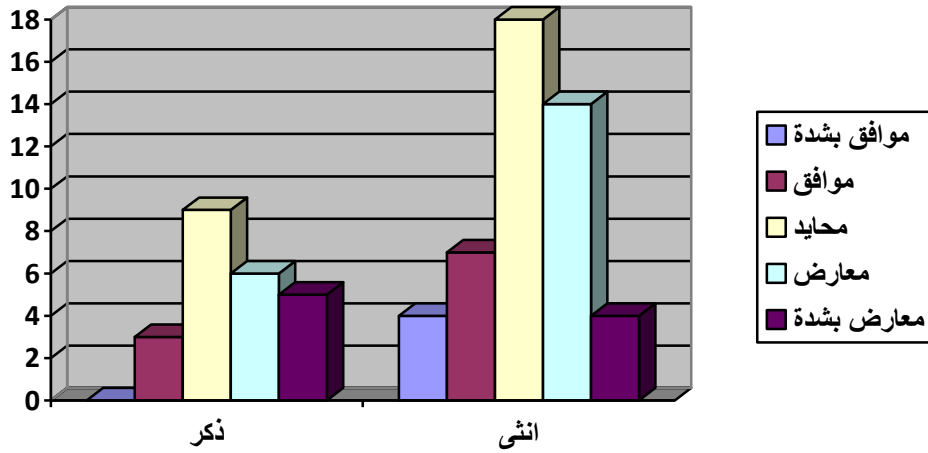
المجموع		السن						
		27 فأكثر		من 22 إلى 27		من 18 إلى 22		
%	تك	%	تك	%	تك	%	تك	
5.71%	04	3.03%	01	7.14%	02	11.11%	01	موافق بشدة
14.28%	10	21.21%	07	3.57%	01	22.22%	02	موافق
38.57%	27	39.40%	13	28%	10	33.33%	03	محايد
27.14%	19	21.21%	07	39.28%	11	22.22%	02	معارض
14.28%	10	15.15%	05	14.28%	04	11.11%	01	معارض بشدة
100%	70	100%	33	100%	28	100%	09	المجموع

نلاحظ من الجدول أن النسب متقاربة نوعاً ما حسب متغير السن، إذ أن كلا من فئتين العمرية من 18 إلى 22 و 27 فأكثر محايدون على عبارة أن مواقع التواصل الاجتماعي تقلل من شأن الثقافة المحلية، بينما

من 22 إلى 27 معارضون. وعليه يتضح من الجدول أن الفئتين العمرية من 18-22 و 27 فأكثر يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي بنوع من الإفراط، بينما الفئة العمرية من 22 إلى 27 سنة يظهر أنهم يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي بعقلانية ودون تفريط.

الشكل رقم (39): يوضح مدى مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في التقليل من شأن الثقافة

المحلية لأفراد العينة حسب متغير السن



ثانيا: نتائج الدراسة:

تعتبر دراستنا الميدانية المعنونة بـ "تأثير مواقع التواصل الاجتماعي في تكوين الرأسمال الثقافي لدى الطلبة الجامعيين" على عينة من طلبة علوم الإعلام والاتصال محاولة للكشف عن واقع استخدام الطلبة لهذه التكنولوجيا انطلاقاً من التساؤل الرئيسي: ما هو تأثير مواقع التواصل الاجتماعي في تكوين الرأسمال الثقافي لدى الطلبة؟

وقد بينت النتائج التالية:

- 1- الذكور والإناث من بين مفردات العينة يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي.
- 2- المستويات الدراسية ليسانس والماستر من بين مفردات العينة يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي حيث نعتبر نسبة الماستر أكبر نسبة من حيث استخدام مواقع التواصل الاجتماعي.
- 3- أغلبية أفراد العينة من الذكور والإناث يستخدمون موقع الفيس بوك.
- 4- أغلبية أفراد العينة يقضون وقتاً طويلاً في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي.
- 5- أغلبية أفراد العينة يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي في فترة الليل.
- 6- أغلبية أفراد العينة يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي من خلال الهاتف الذكي.
- 7- أغلبية أفراد العينة يرون بأن الغرض الأساسي لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي هو من أجل متابعة الأخبار والاحداث وأيضا الدردشة والتواصل مع الأصدقاء.
- 8- أغلبية أفراد العينة من الذكور والإناث يرون بأن أكثر ما يزعج عبر شبكات التواصل الاجتماعي انتشار الإشاعات وسرعة تداولها.
- 9- أن النشاط الذي يقوم به أفراد العينة عبر مواقع التواصل الاجتماعي هو التفاعل مع المنشورات.
- 10- أن غالبية أفراد العينة ساهمت مواقع التواصل الاجتماعي في تغيير عاداتهم بشكل متوسط وذلك بنسبة 48.6%.
- 11- أن غالبية أفراد العينة من الذكور والإناث ساهمت مواقع التواصل الاجتماعي في اكتسابهم لقيم وعادات منافية لديننا ومجتمعنا بشكل متوسط.
- 12- يرى أفراد العينة من الذكور والإناث أن مواقع التواصل الاجتماعي تساهم في تعميق الانتماء الديني بشكل متوسط.
- 13- أن غالبية أفراد العينة من الذكور والإناث يرون بأن مواقع التواصل الاجتماعي تساعد في التعريف

بالثقافة العربية الإسلامية بشكل متوسط بنسبة 54.3%.

14- يرى أفراد العينة من الذكور والإناث أن مواقع التواصل الاجتماعي تضعف من مكانة اللغة العربية بنسبة 44.3%.

15- أن غالبية أفراد العينة من الذكور والإناث يرون أن مواقع التواصل الاجتماعي أثرت على تطوير ثقافة الحوار لديهم بشكل متوسط بنسبة 44.3%.

16- أغلبية أفراد العينة من الذكور والإناث يرون أن مواقع التواصل الاجتماعي تساعد في التعبير عن التنوع الثقافي بنسبة 51.4%.

17- أثبتت الدراسة أن مواقع التواصل الاجتماعي تساهم في نشر الفنون الشعبية.

18- أغلبية أفراد العينة يرون أن لمواقع التواصل الاجتماعي دورا في الحفاظ على التراث الثقافي وتوارثه عبر الأجيال.

19- أغلبية أفراد العينة يرون أن مواقع التواصل الاجتماعي تساعد في التعرف على الآثار والمباني التاريخية والدينية.

20- اتضح من الدراسة أن أفراد العينة لا يرون بأن مواقع التواصل الاجتماعي تقوم على تشويه التراث المادي واللامادي.

21- غالبية أفراد العينة أبدت موافقتها على أن مواقع التواصل الاجتماعي تبرز الهوية الوطنية وتكشف عن خصوصيتها وذلك بنسبة 44.2%.

22- أغلبية أفراد العينة من الذكور والإناث أبدت محايدتها على أن مواقع التواصل الاجتماعي تعمل على التقليل من شأن الثقافة المحلية.

23- أغلبية أفراد العينة أبدت موافقتها على أن مواقع التواصل الاجتماعي تعمل على التعريف بعاداتهم وثقافتهم المختلفة.

24- أغلبية أفراد العينة أبدت بموافقتها ومحايدتها على أن مواقع التواصل الاجتماعي تعمل على التصدي للغزو الفكري والثقافي.

25- أغلبية أفراد العينة أبدت موافقتها على أن مواقع التواصل الاجتماعي تساهم في التعرف على القطع الفنية والأثرية.

26- أغلبية أفراد العينة أبدت موافقتها على أن مواقع التواصل الاجتماعي تعمل على نشر الثقافة

المحلية.

27- أغلبية أفراد العينة أبدت موافقتها على أن مواقع التواصل الاجتماعي تعمل على الحفاظ على

الهوية الثقافية.

28- أغلبية أفراد العينة أبدت محايدتها على أن مواقع التواصل الاجتماعي تعمل على التخلي العادات

والتقاليد.

29- أغلبية أفراد العينة أبدت موافقتها على أن مواقع التواصل الاجتماعي تخلق امتدادات ثقافية من

مختلف شرائح المجتمع.

30- أغلبية أفراد العينة أبدت موافقتها على أن مواقع التواصل الاجتماعي تعطي فرصة لنشر الثقافات

المنحرفة.

مناقشة النتائج:

مناقشة النتائج في ضوء التساؤلات:

1- أن أغلبية مفردات العينة يفضلون موقع الفايسبوك ويقضون من 1 سا إلى 2 ساعة في استخدامهم

لمواقع التواصل الاجتماعي والموقت المفضل لديهم هو الليل، ويستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي من خلال الهاتف الذكي، ودافعهم لاستخدام هذه المواقع هو متابعة الأحداث والتواصل مع الآخرين.

2- أن أغلبية مفردات العينة أثرت عليهم مواقع التواصل الاجتماعي بشكل متوسط في تغير عاداتهم

اليومية واكتسابهم لقيم وعادات منافية لديننا ومجتمعنا وفي تعميق الانتماء الديني.

3- أن أغلبية مفردات العينة أثرت مواقع التواصل الاجتماعي عليهم بالإيجاب والسلب في تكوين

رأسمال الثقافي المادي واللامادي بنسب متفاوتة، حيث عملت مواقع التواصل الاجتماعي في التعريف بعادات وثقافتهم اليومية وكذا نشر الثقافة المحلية.

مناقشة النتائج في ضوء الدراسات السابقة:

1- اتفقت نتائج الدراسات في أن الطلبة يفضلون الفترة الليلية في تصفحهم لمواقع التواصل الاجتماعي

ويكمن غرضهم في التواصل مع الأصدقاء.

2- أن الدراسات اتفقت في أن مواقع التواصل الاجتماعي تضعف من مكانة اللغة العربية وتعمق من

الانتماء الديني.

3- أن الدراسات اتفقت في أن مواقع التواصل الاجتماعي تؤثر بالإيجاب والسلب على مقومات الهوية

الوطنية.

الخاتمة

حاولنا من خلال هذه الدراسة التعرف على أثر مواقع التواصل الاجتماعي في تكوين الرأسمال الثقافي لدى الطلبة الجامعيين، وذلك من خلال معرفة علاقتهم بمواقع التواصل الاجتماعي. فهذه الأخيرة أضحت حديث العام والخاص وشكل من أشكال التكنولوجيا وتطور المجتمعات، باعتبارها فضاء واسعا للتعرف والتعلم وكسب ثقافات جديدة وكذا تطوير ثقافة الفرد. وذلك من منطلق تكوين الرأسمال الثقافي بإبراز ثقافة المجتمع وقدراته اللغوية الفكرية، وكذا قدرته في تحصيل مهارات وخبرات جديدة في مختلف جوانب الحياة، والتعرف على الهوية الثقافية حيث توصلنا إلى أن هذه الأخيرة هي صفة تشترك فيها مجموعة من البشر والجماعات، وكيفية المحافظة عليها في خضم التطور التكنولوجي وانتشار مواقع التواصل الاجتماعي، كما أن هذه الأخيرة لها دور إيجابي وآخر سلبي في نشر مختلف الأنشطة الثقافية من عادات وتقاليد ولغة وتاريخ ودين وغيرها في مختلف شرائح المجتمع، لذا يجب استثمار الدور الإيجابي في الحياة العلمية والثقافية والاجتماعية وكذا تنمية وتطوير القدرات والمهارات الفردية. ومن خلال تحليلي للجانب التطبيقي تبين لي أن الطلبة الجامعيين مدركين إلى أنهم محافظين على هويتهم الثقافية، وأن مواقع التواصل الاجتماعي لم تؤثر عليهم من خلال ما تنشره من مضامين تخالف عاداتهم وتقاليدهم، وبهذا تبين أن هذه الفئة تحمل اتجاهها إيجابيا نحو مقوماتها الثقافية.

توصيات الدراسة:

- 1- لابد من الطلبة وجميع مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي العمل على نشر الثقافة العربية الإسلامية.
- 2- ضرورة توعية الطلبة على حسن استخدام مواقع التواصل الاجتماعية في رفع مستواهم العلمي والثقافي والتربوي بصورة مبكرة في برامج علمية تطبيقية لإبراز الفائدة الحقيقية من استخدامه واستثمار الفوائد العلمية والثقافية والاجتماعية.
- 3- ضرورة تنظيم الطلبة لأوقاتهم في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي.
- 4- الاستخدام الأمثل والايجابي لمواقع التواصل الاجتماعي وعدم الافراط في استخدامها.
- 5- الاستفادة من الإمكانيات التي تتيحها مواقع التواصل الاجتماعي واستخدامها ايجابيا في التعرف على آخر ما توصل إليه العلم في مختلف التخصصات وبالتالي تنمية وتطوير مهاراتهم الذاتية.

قائمة المصادر والمراجع

قائمة المصادر والمراجع:

القرآن الكريم

1- الكتب:

- 1- ابراهيم، مروان عبد المجيد، (2000). أسس البحث العلمي لإعداد الرسائل الجامعية، ط1، مؤسسة الوراق.
- 2- بوحوش، عمار و الذنبيات، محمد محمود، (1995). مناهج البحث العلمي وطرق إعداد البحوث، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر.
- 3- الحيزان، محمد عبد العزيز، (1998). البحوث الاعلامية: أسسها، أساليبها، مجالاتها، ط1، فهرسة مكتبة الملك فهد الوطنية.
- 4- الدهيمي، محي الدين اسماعيل محمد، (2015). تأثير شبكات التواصل الاجتماعي الإعلامية على الجمهور المتلقين، ط1، مكتبة الوفاء القانونية، الإسكندرية.
- 5- السيد، أحمد مصطفى عمر. (2002). البحث العلمي، إجراءاته ومناهجه، مكتبة الفلاح، القاهرة.
- 6- عباس، مصطفى صادق، (2008). الاعلام الجديد - المفاهيم والوسائل والتطبيقات، دار الشرق للنشر والتوزيع، الأردن.
- 7- عبد الغني، عماد، (2006). سوسيولوجيا الثقافة، المفاهيم والإشكاليات... من الحدائثة إلى العولمة، ط1. مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت.
- 8- عبيدات، محمد، وآخرون، (1999). منهجية البحث العلمي - القواعد والمراحل وتطبيقات، ط2، دار وائل للطباعة والنشر، عمان.
- 9- العريشي، جبريل بن حسن، و محمد الدوسري، سلمى بنت عبد الرحمن، (2015). الشبكات الاجتماعية والقيم رؤية تحليلية، ط1، دار المنهجية للنشر والتوزيع، عمان.
- 10- عطية، محمد عبد الرؤوف، (2009). التعليم وأزمة الهوية الثقافية، مؤسسة طيبة للطبع والنشر، ط1. القاهرة، 2009.
- 11- العلي، صالح، (2015). مهارات التواصل الاجتماعي أسس ومفاهيم وقيم، ط1، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان.

12- عليان، ربحي مصطفى وغنيم، عثمان محمد، (2000). مناهج وأساليب البحث العلمي النظرية والتطبيق، ط1، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان.

13- عليان، ربحي مصطفى، البحث العلمي أسسه، مناهجه وأساليبه، اجراءاته، بيت الافكار، الاردن

14- فضل الله، وائل مبارك خضر، (2010). أثر الفيسبوك على المجتمع، ط1. مدونة شمس النهضة، السودان.

15- بن مرسل، أحمد (2010). مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال، ط4، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر.

16- هتيمي، حسين محمود، (2015). العلاقات العامة وشبكات التواصل الاجتماعي، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن.

17- الواصل، عبد الرحمن بن عبد الله، (1995). البحث العلمي (خطواته ومراحله، أساليبه، ومناهجه)، (د.ن)، المملكة العربية السعودية.

18- وجيه، محجوب، (2005). أصول البحث العلمي ومناهجه، ط2. دار المناهج، عمان، الاردن.

19- يوسف المقدادي، خالد غسان، (2013). ثورة الشبكات الاجتماعية - ماهية مواقع التواصل الاجتماعي وأبعادها التقنية، الاجتماعية، الاقتصادية، الدينية، السياسية على الوطن العربي والعالم، ط1. دار النفائس للنشر والتوزيع، عمان.

2- المراجع الأجنبية:

1- Bourdieu, Pierre. (1986). **The Forms of Capital**, John G. Richardson, Handbook of Theory and Research for the Sociology of Education, New York, Greenwood Press.

2- O'hara, philipp, (2008). Cultural capital, william A. darity, international encyclopedia of the social sciences, 2nd ed. New york, Macmillan reference USA.

3- المجالات:

1- عبد العظيم، حسني إبراهيم، (2011). الجسد والطبقة ورأس المال الثقافي: قراءة

سوسيولوجيا بيير بورديو، مجلة إضافات، العدد 15.

2- مجاهد، أماني جمال، (مايو 2010). استخدام الشبكات الاجتماعية في تقديم خدمات مكتبية متطورة، قسم المكتبات والمعلومات، دراسات المعلومات، جامعة المنوفية، ع.8.

3- الطيب عيساني، رحيمة، (مايو 2016). أشكال التفاعلية لدى مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي من الشباب العربي، المجلة العربية للإعلام والاتصال، ع.15.

4- المذكرات:

1- بزاز، عبد الكريم، (2006-2007). علم اجتماع بيار بورديو، دراسة لنيل شهادة دكتوراه العلوم، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، قسم علم الاجتماع والديموغرافيا، جامعة منتوري، قسنطينة.

2- غضبان، غالية، (2017-2018). أثر استخدام شبكات التواصل الاجتماعي على الهوية الثقافية لدى الطلبة الجامعيين في ظل العولمة الإعلامية - دراسة على عينة من مستخدمي الفيسبوك بجامعة باتنة، أطروحة مكملة لنيل شهادة الدكتوراه في علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة الحاج لخضر باتنة 1، قسم علوم الإعلام والاتصال وعلم المكتبات.

3- نومار، مريم نريمان، (2011-2012). استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية وتأثيره في العلاقات الاجتماعية - دراسة على عينة من مستخدمي موقع الفيسبوك في الجزائر، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال، نيابة العمادة لما بعد التدرج والبحث العلمي والعلاقات الخارجية، قسم العلوم الإنسانية، شعبة علوم الإعلام والاتصال.

5- المعاجم:

1- مجمع اللغة العربية، (1989). المعجم الوجيز، دار التحرير للطبع والنشر، مصر.

6- مقالات:

1- حمداوي، أحمد جميل، بيير بورديو: الوريث الراحل للمدرسة - النقدية - الراديكالية، 29-11-2008، مقال نشر في موقع الحوار المتمدن 12:01 9 ماي 2019

2- حمداوي، أحمد جميل، (مارس 2015). المفاهيم السوسيولوجية عند بيير بورديو، مقال نشر في موقع الحوار المتمدن 07 مارس 2015.

الملاحق

ملحق رقم (1): استمارة الاستبيان.



وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة محمد بوضياف - المسيلة -

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

قسم علوم الإعلام والاتصال

استمارة استبيان

في إطار إعداد مذكرة تخرج لنيل شهادة ماستر أكاديمي بعنوان:

تأثير مواقع التواصل الاجتماعي في تكوين الرأسمال

الثقافي لدى الطلبة الجامعيين

دراسة على عينة من طلبة علوم الإعلام والاتصال - جامعة المسيلة -

إشراف الدكتور:

- يحي تقي الدين

إعداد الطالبة:

- حويشي ريحة

في إطار إنجاز هذه الدراسة أرجو منكم ملاً استمارة الاستبيان من خلال الإجابة عن الأسئلة الواردة بكل صدق وموضوعية وذلك بوضع علامة (x) أمام الجواب المناسب. علماً أن هذه المعلومات لن تستخدم إلا لأغراض البحث العلمي.

السنة الجامعية: 2018-2019

البيانات الشخصية:

- 1- الجنس: ذكر أنثى
- 2- السن: من 17 إلى 22 سنة من 22 إلى 27 سنة 27 فأكثر
- 3- المستوى التعليمي: ليسانس ماجستير
- المحور الأول: عادات وأنماط استخدام الطلبة لشبكات التواصل الاجتماعي:

4- ماهي الشبكة التي تستخدمها أكثر؟

فيسبوك تويتر يوتيوب أخرى

5- كم هو عدد الساعات التي تقضيها في استخدام شبكات التواصل الاجتماعي؟

أقل من ساعة من ساعة الى 2 سا من أكثر من 2 سا الى 3 سا

أكثر من 3 سا

6- ماهي الفترة المفضلة لاستخدامك شبكات التواصل الاجتماعي؟

صباحا مساء ليلا

7- ماهي الوسيلة التي تستعملها في استخدامك لشبكات التواصل الاجتماعي؟

جهاز الحاسوب الهاتف الذكي اللوحة الإلكترونية

8- ما هو الغرض من استخدامك لشبكات التواصل الاجتماعي؟

متابعة الأخبار والأحداث الدردشة والتواصل مع الآخرين البحث العلمي

المشاركة في مناقشة الشؤون العامة

9- ما هو أكثر ما يزعجك في شبكات التواصل الاجتماعي؟

الإشاعات وسرعة تداولها انعدام الخصوصية الاخبار الكاذبة

تضييع الوقت من غير فائدة المحتويات التحريضية

10- ما هي الأنشطة التي تقوم بها على مواقع التواصل الاجتماعي؟

إنشاء موضوع جديد المشاركة في موضوع محل نقاش قراءة الردود فقط

التفاعل مع المنشورات مشاركة موضوع ما إشارة إلى موضوع ما مع صديق

المحور الثاني: تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على مقومات الهوية الثقافية.

11- هل استخدامك لمواقع التواصل الاجتماعي أدى إلى تغيير عاداتك اليومية بشكل؟

كبير متوسط ضعيف

12- هل تعتقد أن مواقع التواصل الاجتماعي تساهم في اكتساب قيم وعادات منافية لدينا ومجتمعنا بشكل؟

كبير متوسط ضعيف

13- هل تعتقد أن مواقع التواصل الاجتماعي يضعف من مكانة اللغة العربية بشكل؟

كبير متوسط ضعيف

14- هل تساهم مواقع التواصل الاجتماعي في تعميق الانتماء الديني والثقافة العربية - بشكل -؟

كبير متوسط ضعيف

15- هل تساهم مواقع التواصل الاجتماعي في التعريف بالثقافة العربية الإسلامية؟

كبير متوسط ضعيف

16- هل يساهم استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على تطوير ثقافة الحوار؟

كبير متوسط ضعيف

المحور الثالث: تأثير شبكات التواصل الاجتماعي في تكوين الرأسمال الثقافي المادي

واللامادي:

الرقم	العبارات	موافق بشدة	موافق	محايد	معارض	معارض بشدة
17	التعبير على التنوع الثقافي المحلي					
18	نشر الفنون الشعبية					
19	الحفاظ على التراث الثقافي					
20	التعرف على المباني والمعالم التاريخية والدينية					
21	تشويه التراث المادي واللامادي					
22	إبراز الهوية الوطنية والكشف عن خصوصيتها					
23	التقليل من شأن الثقافة المحلية					

					التعريف بعاداتك وثقافتك المختلفة	24
					العمل على نشر الثقافة المحلية	25
					التصدي للغزو الفكري والثقافي	26
					التعرف على القطع الفنية والأثرية	27
					الحفاظ على الهوية الثقافية	28
					التخلي على العادات والتقاليد	29
					التواصل بين من تعرف ومن لا تعرف	30
					التعارف بين الشعوب	31
					يخلق امتدادات ثقافية من مختلف الشرائح	32
					يعطي فرصة لنشر الثقافات المنحرفة	33

فهرس المحتويات.

الموضوع	الصفحة
الإهداء.	
الشكر.	
خطة الدراسة.	
ملخص الدراسة.	
مقدمة.....	أ- ب
الإطار المنهجي:	
أولاً: الإشكالية.....	4
ثانياً: تساؤلات الدراسة.....	4
ثالثاً: أهمية الدراسة.....	5
رابعاً: أهداف الدراسة.....	5
خامساً: أسباب اختيار الموضوع.....	5
سادساً: تحديد المفاهيم.....	6
سابعاً: منهج الدراسة.....	7
ثامناً: أدوات جمع البيانات.....	8
تاسعاً: مجتمع الدراسة وعينته.....	10
عاشراً: الدراسات السابقة.....	10
الإطار النظري: الفصل الأول : مواقع التواصل الاجتماعي والرأس مال الثقافي.	
المبحث الأول: لمحة حول مواقع التواصل الاجتماعي.....	17
أولاً: تعريف مواقع التواصل الاجتماعي.....	17
ثانياً: نشأة مواقع التواصل الاجتماعي.....	18
ثالثاً: خصائص مواقع التواصل الاجتماعي.....	20

21.....	المبحث الثاني: خدمات وأنواع مواقع التواصل الاجتماعي
21.....	أولاً: خدمات مواقع التواصل الاجتماعي
22.....	ثانياً: أهم أنواع مواقع التواصل الاجتماعي
26.....	المبحث الثالث: الرأسمال الثقافي
26.....	أولاً: نظرية بيير بورديو حول الرأسمال الثقافي
29.....	ثانياً: مقومات الهوية الثقافية

الإطار التطبيقي:

32.....	أولاً: التحليل الكمي والكمي
72.....	ثانياً: نتائج الدراسة
74.....	ثالثاً: مناقشة النتائج
77.....	خاتمة
78.....	التوصيات

قائمة المراجع.

الملاحق.

فهرس المحتويات.

فهرس الجداول.

فهرس الأشكال.

فهرس الجداول.

الصفحة	العنوان	رقم الجدول
32	توزيع أفراد العينة حسب الجنس	01
33	توزيع أفراد العينة حسب السن	02
34	توزيع أفراد العينة حسب المستوى التعليمي	03
35	توزيع المواقع الأكثر استخداما من قبل الطلبة	04
36	الوقت المستغرق في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي من قبل الطلبة	05
37	الفترة المفضلة لدى الطلبة لتصفح مواقع التواصل الاجتماعي	06
38	جدول يوضح توزيع العينة حسب الوسائل المستخدمة	07
39	الغرض من استخدام الطلبة لمواقع التواصل الاجتماعي	08
40	أكثر ما يزعج الطلبة في مواقع التواصل الاجتماعي	09
41	الأنشطة التي يقوم بها الطلبة على مواقع التواصل الاجتماعي	10
42	مدى تغيير استخدام مواقع التواصل الاجتماعي للعادات اليومية للطلبة	11
43	مدى اكتساب الطلبة لقيم وعادات منافية لدينا ومجتمعنا	12
44	مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في الاضعاف من مكانة اللغة العربية	13
45	مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في تعميق الانتماء الديني	14
46	مدى مساهمة المواقع في التعريف بالثقافة العربية الإسلامية	15
47	مدى مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في تطوير ثقافة الحوار	16
48	مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في التعبير على التنوع الثقافي	17
49	جدول يوضح مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الفنون الشعبية	18
50	مساهمة المواقع في الحفاظ على التراث الثقافي وتوارثه من جيل لآخر	19
51	مساهمة المواقع في التعرف على المباني التاريخية والدينية	20
52	مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في تشويه التراث المادي واللامادي	21
53	مساهمة مواقع التواصل في إبراز الهوية الوطنية والكشف عن خصوصيتها	22

54	مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في التقليل من شأن الثقافة المحلية	23
55	مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في التعريف بعاداتك وثقافتك المختلفة	24
56	مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في التصدي للغزو الفكري والثقافي	25
57	مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في التعرف على القطع الفنية والأثرية	26
58	مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في العمل على نشر الثقافة المحلية	27
59	مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في الحفاظ على الهوية الثقافية	28
60	مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في التخلي على العادات والتقاليد	29
61	مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في التواصل بين من تعرف ومن لا تعرف	30
62	مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في التعارف بين الشعوب	31
63	مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في يخلق امتدادات ثقافية من مختلف الشرائح	32
64	مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في يعطي فرصة لنشر الثقافات المنحرفة	33
65	أكثر شبكة يستخدمها الطلبة حسب متغير الجنس	34
66	اكتساب قيم وعادات منافية لديننا ومجتمعنا حسب متغير المستوى التعليمي	35
67	مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في الاضعاف من مكانة اللغة العربية حسب متغير السن	36
68	مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في الحفاظ على الهوية الثقافية لأفراد العينة حسب متغير المستوى التعليمي	37
69	مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في تشويه التراث المادي واللامادي لأفراد العينة حسب تغير الجنس	38
70	مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في التقليل من شأن الثقافة المحلية لأفراد العينة حسب متغير السن	39

فهرس الأشكال.

الصفحة	العنوان	رقم الشكل
32	توزيع أفراد العينة حسب الجنس	01
33	توزيع أفراد العينة حسب السن	02
34	توزيع أفراد العينة حسب المستوى التعليمي	03
35	توزيع المواقع الأكثر استخداما من قبل الطلبة	04
36	الوقت المستغرق في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي من قبل الطلبة	05
37	الفترة المفضلة لدى الطلبة لتصفح مواقع التواصل الاجتماعي	06
38	جدول يوضح توزيع العينة حسب الوسائل المستخدمة	07
39	الغرض من استخدام الطلبة لمواقع التواصل الاجتماعي	08
40	أكثر ما يزعج الطلبة في مواقع التواصل الاجتماعي	09
41	الأنشطة التي يقوم بها الطلبة على مواقع التواصل الاجتماعي	10
42	مدى تغيير استخدام مواقع التواصل الاجتماعي للعادات اليومية للطلبة	11
43	مدى اكتساب الطلبة لقيم وعادات منافية لديننا ومجتمعنا	12
44	مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في الاضعاف من مكانة اللغة العربية	13
45	مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في تعميق الانتماء الديني	14
46	مدى مساهمة المواقع في التعريف بالثقافة العربية الإسلامية	15
47	مدى مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في تطوير ثقافة الحوار	16
48	مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في التعبير على التنوع الثقافي	17
49	جدول يوضح مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الفنون الشعبية	18
50	مساهمة المواقع في الحفاظ على التراث الثقافي وتوارثه من جيل لآخر	19
51	مساهمة المواقع في التعرف على المباني التاريخية والدينية	20
52	مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في تشويه التراث المادي واللامادي	21
53	مساهمة مواقع التواصل في إبراز الهوية الوطنية والكشف عن خصوصيتها	22

54	مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في التقليل من شأن الثقافة المحلية	23
55	مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في التعريف بعاداتك وثقافتك المختلفة	24
56	مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في التصدي للغزو الفكري والثقافي	25
57	مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في التعرف على القطع الفنية والأثرية	26
58	مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في العمل على نشر الثقافة المحلية	27
59	مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في الحفاظ على الهوية الثقافية	28
60	مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في التخلي على العادات والتقاليد	29
61	مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في التواصل بين من تعرف ومن لا تعرف	30
62	مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في التعارف بين الشعوب	31
63	مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في يخلق امتدادات ثقافية من مختلف الشرائح	32
64	مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في يعطي فرصة لنشر الثقافات المنحرفة	33
65	أكثر شبكة يستخدمها الطلبة حسب متغير الجنس	34
66	اكتساب قيم وعادات منافية لديننا ومجتمعنا حسب متغير المستوى التعليمي	35
67	مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في الاضعاف من مكانة اللغة العربية حسب متغير السن	36
69	مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في الحفاظ على الهوية الثقافية لأفراد العينة حسب متغير المستوى التعليمي	37
70	مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في تشويه التراث المادي واللامادي لأفراد العينة حسب تغير الجنس	38
71	مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في التقليل من شأن الثقافة المحلية لأفراد العينة حسب متغير السن	39

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ