

كلية العلوم الانسانية والاجتماعية
قسم علوم الاعلام والاتصال

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الاعلام والاتصال

تخصص صحافة مطبوعة والكتروني

اثر استخدام التكنولوجيا الحديثة على الهوية الثقافية

لدى الطلبة الجامعيين

دراسة ميدانية على عينة من الطلبة مستخدمي

مواقع التواصل الاجتماعي

ا. المشرف

د. لعجال عفيفة

اعداد الطالب :

حميدي عيسى

الصفة	جامعة	اسم الاستاذ
مشرفا	المسيلة	لعجال عفيفة
رئيسا	المسيلة	بوقرة رضوان
مقررا وممتحنا	المسيلة	بوحيلة رضوان

شكر وتقدير

الحمد لله رب العالمين والصلاة والسلام على اشرف الانبياء والمرسلين
نبينا محمد وعلى آله وصحبه اجمعين .

اما بعد :

فإنني اشكر الله وافر الشكر او وفقني واعانني على اتمام هذه الرسالة، ثم أوجد
آيات الشكر والعرفان بالجميل الى الاستاذة الدكتورة " لعجال عفيفة " المشرف
على رسالة التخرج التي منحتني الكثير من وقتها، وكانت لرحابة صدرها وسمو
اخلاقها واسلوبها المميز في متابعة الرسالة أكبر اثر في المساعدة على اتمام هذا
العمل، وأسأل الله العلي القدير ان يجازيها خير الجزاء وان يكتب صنيعها في
موازين حسناتها، وكذا او ان اشكر استاذ الدكتور " بن عيسى شيخ " و استاذ
ورئيس القسم دكتور " يحي تقي الدين " وكل الطاقم الاداري على تقديمهم لنا
يد العون والمساعدة .

كما لا يفوتني ان اتقدم بجزيل الشكر الى الاستاذ الدكتور " بوعزيز بوبكر
" الذي منحنى القوة وكل الطاقة الإيجابية من اجل اتمام هذه الرسالة .

وآخر دعوانا ان الحمد لله رب العالمين

إهداء

نسير في دروب الحياة، ويبقى من يسيطر على أذهانا في كل مسلك نسلكه.

صاحب الوجه الطيب والافعال الحسنة ، فلم يبخل على طيلة حياته

" ابي رحمة الله عليه "

الى من افضلها على نفسي ولم لا فلقد ضحت من اجلي ولم تدجر جهدا في

لإسعادي " امي الحبيبة "

إلى أختي العزيزة " زينب "

إلى إخوتي: " صلاح الدين، ابراهيم، اسامة "

إلى اطفالي وكتاكيتي : فوج السوروبان 1 و 2

الى اصدقائي وجميع من وقفوا معي وساعدوني بكل ما يملكون

الى كل من علمي حرا وبه قد بلغت مقصدي هذا

الى كل اصدقائي اينما كانوا وكيفما التقينا

إليكم جميعا أهدي هذا العمل. ان يحوز على رضاكم .

حميدي عيسى

T.M.T

ملخص الدراسة

تهدف هذه الدراسة إلى الكشف عن أثر استخدام شبكات التواصل الاجتماعي على الهوية الثقافية، من خلال طرح الإشكالية: ما هو تأثير استخدام التكنولوجيا الحديثة في صناعة الهوية الثقافية لدى الطلبة الجامعيين بجامعة المسيلة؟ وتندرج ضمن هذه الإشكالية عدة تساؤلات وهي :

- 1- ماهي عادات وانماط استخدام الطالب الجامعي للتكنولوجيا الحديثة ؟
- 2- ماهي الإشباعات المحققة عند الطالب الجامعي من استخدام التكنولوجيا الحديثة ؟
- 3- ماهي اثار التكنولوجيا الحديثة على الهوية لدى الطلبة الجامعيين ؟

وقد تم إتباع منهج المسح الوصفي بالاعتماد على أداة الاستبيان لجمع البيانات من المبحوثين الذين يمثلون عينة من مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي من جامعة المسيلة .

حيث تم تقسيم الاستمارة إلى ثلاث (03) محاور بالإضافة إلى محور خاص بخصائص عينة الدراسة،

المحور الأول: عادات وأنماط استخدام أفراد العينة مواقع التواصل الاجتماعي، والمحور الثاني : دوافع واشباعات التي تأتي بأفراد العينة الى استخدام المواقع التواصل الاجتماعي ، وفي المحور الثالث حاولنا معرفة الاثار المترتبة عن استخدام المواقع التواصل الاجتماعي في مكونات الهوية الثقافية لدى الطلبة الجامعيين الجزائريين . وذلك باستخدام مقياس ليكرت الخماسي .

وقد توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج هي :تبين أن أغلب أفراد العينة يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي منذ (4 سنوات إلى 6 سنوات)، يتصفح أغلب أفراد العينة مواقع التواصل الاجتماعي من الهاتف الذكي، يقضي أفراد العينة (ليس لديهم وقت محدد) في تصفحهم لمواقع التواصل الاجتماعي، كما توصلت النتائج إلى أن أفراد العينة يتواجدون على مواقع التواصل الاجتماعي باسم حقيقي، وأوضحت الدراسة أن أهم دوافع استخدام أفراد العينة مواقع التواصل الاجتماعي هي تعزيز الرصيد المعرفي ومناقشة المواضيع والاحداث، كما أسفرت الدراسة أن استخدام الموقع لم يؤثر في الدين الإسلامي للطلبة، وفي قيامهم بمختلف شعائرهم الدينية كالصلاة .

الكلمات المفتاحية: تكنولوجيا الحديثة ، الهوية الثقافية، مواقع التواصل الاجتماعي، الهوية.

Study summary

This study aims to reveal the effect of the use of social networks on cultural identity, by posing the problematic: What is the effect of using modern technology in creating cultural identity among university students at the University of Messila?

Several questions fall within this problem, namely:

- 1- What are the habits and patterns of the university student's use of modern technology?
- 2- What are the gratifications achieved by the university student from using modern technology?
- 3- What are the effects of modern technology on the identity of university students?

The descriptive survey method was followed by relying on a questionnaire tool to collect data from respondents who represent a sample of social media users from the University of M'sila.

Where the questionnaire was divided into three (03) axes in addition to an axis for the characteristics of the study sample,

The first axis: the habits and patterns of the sample members 'use of social networking sites, and the second axis: the motives and gratifications that lead the sample members to use social networking sites, and in the third axis we tried to know the implications of using social networking sites on the components of the cultural identity of Algerian university students. Using the five-point Likert scale.

The study found a set of results:

It was found that most of the sample members have been using social media since (4 to 6 years), most of the sample members browse social media from a smartphone, and the sample members (do not have a specific time) spend in their browsing websites Social communication, and the results also found that the sample members are present on social networking sites in a real name, and the study indicated that the most important motives for the sample members' use of social media sites are to enhance the knowledge balance and discuss topics and events. And in performing their various religious rituals, such as prayer.

Key words: modern technology, cultural identity, social networking sites, identity.

المقدمة

مقدمة :

شهد القرن 21 ، قفزة نوعية في مجال التطورات التكنولوجية، انتهت بتفجير ثورة هائلة في نظم الاتصال والمعلومات حتى إن الفكرة السابقة للعالم قد تغيرت، بحيث أصبح هذا الأخير قرية صغيرة حسب "ماكلوهان" ذلك أن سرعة وحجم انتشار الأنترنت في العالم ووصولها إلى جميع المناطق دون سواء، لم تشهده أي وسيلة اتصالية وإعلامية أخرى، أدى إلى خلق فضاء افتراضي تحتوي على ثروة هائلة من المعلومات، خاصة على مواقع التواصل الاجتماعي، التي أسهمت في تفعيل أنماط الاتصال بين الأفراد والشعوب، التي أصبحت تتفاعل في ظل هذه المجتمعات الشبكة ذات الصبغة الافتراضية، بحيث عززت تصورات، و ممارسات ورموز ثقافية جديدة، جعلت من مفهوم الثقافة محور نقاش حضاري من خلال تنوع النماذج الثقافية المطروحة من جهة، والافتتاح بأن الهوية تعكس عناصر ثقافة ما من جهة أخرى.

الأمر الذي وجه العالم إلى نظام نمطي فتح نوعا من الخطاب والحوار فيما بين الثقافات الإنسانية المختلفة من أجل صلاحها وتعايشها على الوجه الأكمل، هذا ما قلل و حدد من وجود مسألة الهوية التي شغلت المفكرين والعلماء والمثقفين والقادة في دول العالم لأنها تمثل كل ما يحدد الذات ويميزها عن غيرها وتعني التفرد والتميز عن الآخرين، وفي ظل الظروف الاجتماعية والثقافية المعاصرة، أصبح الفرد مجبرا على البحث المستمر عن هويات جديدة، فلم يعد بمقدوره التمسك بهوية واحدة لفترة طويلة من الزمن، و إذا أردنا الاطلاع على هذه الهويات والمفاهيم لا بد أن ننظر إلى التحولات الخارجية في العالم التي تعزز مثل تلك التحولات في الإطار التنظيري للهوية .

في زمن أصبح فيه العالم قرية صغيرة بفضل التكنولوجيا الحديثة للإعلام والاتصال، ومن أهم ما جاءت به التكنولوجيا الحديثة خدمة الأنترنت والتي لا يعاد ان يخلوا بيت منها نظير ما تقدمه من خدمات تلبي حاجات وتشبع رغباتهم، ولعل أهم هذه الخدمات تمثلت في مواقع التواصل الاجتماعي، حيث تعتبر التكنولوجيا الحديثة الثورة السادسة منذ ظهور اول ثورة اتصالية بين البشر كونها لا تؤمن بالحدود السياسية و الجغرافية بين المجتمعات أو بالأحرى تطاولت حتى على الحدود الثقافية، هذا ما خلق للوجود مجموعة من الظواهر الاجتماعية تهدد الهويات الثقافية للمجتمعات خاصة تلك المستهلكة للقيم السلبية و العادات الدخيلة على ثقافتها الأصلية. فلم يبقى المجتمع الجزائري في معزل عن هذه الثورة العلمية و التكنولوجية التي عرفها في القرن العشرين لتبرز مع مطلع القرن الواحد والعشرين، و التي تمكنت من اختراق الخصوصية الهوية الثقافية الجزائرية وأصبحت مصدرا رئيسيا من مصادر التنشئة الاجتماعية توازي و تنافس دور الأهل و المراكز الدينية و التعليمية، كونها تستطيع أن تشكل فردا فعلا في المجتمع كما تستطيع أن تشكل فردا منحرفا

بناء على ذلك جاءت هذه الدراسة لتحاول معرفة أثر استخدام التكنولوجيا الحديثة على الهوية الثقافية للطلبة الجامعيين في أربعة فصول، حيث عنون الفصل الأول بالإطار العام للدراسة والذي تناولنا في مبحثه الأول مشكلة الدراسة وفرضياتها، وفي مبحثه الثاني تطرقنا إلى طرح أسباب اختيار الموضوع وأهميته وأهدافه، وعالج المبحث الثالث

مفاهيم الدراسة، كما تطرقنا في المبحث الرابع إلى عرض المدخل النظري الخاص بالدراسة والممثل في نظرية الاستخدامات والإشباعات ونظرية الغرس الثقافي كمدخل تطبيقي للدراسة، أما المبحث الخامس فنتناول الإجراءات المنهجية للدراسة والتي تمثلت في تحديد منهج الدراسة وأدوات جمع البيانات، وكذا تحديد مجتمع الدراسة وعينته وفي الأخير تحديد الحدود الزمانية والمكانية للدراسة، ثم تطرقنا في الفصل الثاني إلى التكنولوجيا الحديثة ومواقع التواصل الاجتماعي، والذي قسمناه هو الآخر إلى مبحثين، عنوانا المبحث الأول بماهية تكنولوجيا الحديثة للإعلام والاتصال وتضمن المفهوم والتطور التاريخي لتكنولوجيا الحديثة ، أنواعها وخصائصها، واثارها السلبية والإيجابية، والمبحث الثاني بعنوان مواقع التواصل الاجتماعي كون الدراسة كانت على عينة من طلبة مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي، حيث تطرقنا فيه إلى كل من نشأة التواصل الاجتماعي ومفهومها وكذا أهم خصائصها، أنواعها، وكذلك تطرقنا فيه إلى استخدامات مواقع التواصل الاجتماعي وبعض احصائيا استخدامها في الجزائر.

الفصل الاول

الاطار العام للدراسة

المبحث الاول : مشكلة الدراسة و فرضياتها .

المبحث الثاني : اسباب اختيار الموضوع واهميته واهدافه.

المبحث الثالث : تحديد مفاهيم الدراسة .

المبحث الرابع : مراجعة الدراسات السابقة .

المبحث الخامس : المدخل النظري للدراسة .

المبحث السادس : الاجراءات المنهجية للدراسة .

الفصل الاول : الاطار العام للدراسة . المبحث الاول : مشكلة الدراسة وفرضياتها

المطلب الاول : مشكلة الدراسة وتساؤلاتها

فتحت الثورة المعلوماتية في العقد الاخير من القرن الماضي آفاقا واسعة حول تنمية الإدارات وتحديث انظمتها واساليبها وآلية العمل فيها مما اتاحت فرصا بشكل اكثر تفاعلية وتعاضم الإمكانيات المتاحة ، وتتسارع التطورات والمتغيرات من حولنا ، فقد برزت الى الوجود تقنيات اتصالية حديثة فرضت نفسها من خلال تقنيات اتصال فعالة وسريعة مثل شبكة الأنترنت والاكسترنات واجهزة الهاتف المحمول و البريد الصوتي والالكتروني وغيرها من الوسائل ، حيث اتسعت رقعة الاتصالات ومكنت الأفراد من تبادل كميات ضخمة وهائلة من البيانات والمعلومات في وقت واحد وبسرعة مذهلة ووفرت الجهد والمال والعناء في السفر والتنقل الا ان هذه التقنيات تتطلب مهارات وتدريباً خاصاً لمستخدميها حتى يمكن جعلها واقعا ملموسا وهذا من خلال سياسات واليات حديثة للاتصال تكون مواكبة للتطور وتقدم التكنولوجي كما ان الدراسات الحديثة تؤكد ان اليوم و المستقبل هو لهذا النوع من الاتصالات الحديثة .

وتعد تقنيات الاتصالية الحديثة التي عرفها العالم خلال العقدين الماضيين ان تقلب مفاهيم المكانية والزمانية للإنتاج وتطبيقات الاعلامية في العالم بما تمتلكه من سيمات اتصالية ، حيث سمحت لمستخدميها الاختيار بحرية ما يريدون من خدمات اتصالية تتلاءم وحاجياتهم وتحقق اشباعاتهم ، الامر الذي سمح للشباب وبالأخص طلبة الجامعة من الانفتاح معرفيا اكثر نتيجة استخدام هذه التكنولوجيا وخاصة عن طريق استخدام مختلف الوسائط الحديثة التي احدثت ضجة كبيرة منذ ظهورها على شبكة الإنترنت وتزايد مستخدميها باستمرار نتيجة الخدمات التي توفرها لهم ، مما دعا الكثير من العلماء و الباحثين الى التخوف من نتائج استخدامها وانتشارها خاصة على هوية الأفراد .

اذ اصبح مصطلح الهوية موضوعا متداولاً ، حيث كانت الهوية عميقة تشمل كل ما يجعل من المجتمع و الأفراد شخصية قائمة الذات وعلى قدر كبير من التميز ، فبرغم من ان الوسائط الحديثة كأدوات متطورة فإنها تقدم خدمات لكل الفئات من المجتمع بصفة عامة والطلبة الجامعيين بصفة خاصة إلا أنها احدثت انقلابا جذريا في المفاهيم و الممارسات النفسية و الاجتماعية للطلبة ، لما توفره من سهولة و بساطة وخدمات تسمع بتكوين علاقات اجتماعية وتبادل الآراء عبر مختلف الوسائط الحديثة التي تعد وسيلة للهروب من الواقع الاجتماعي . ان الانفتاح على شبكة الأنترنت وما تحمله من وسائط حديثة جعلت من المجتمع اكثر استخداما لهذه التكنولوجيا الحديثة وخاصة الطلبة الجامعيين نظرتهم المستقبلية وغير قادرين على التكيف الكامل مع المجتمع الواقعي نظرا لما يحتويه هذا المجتمع من عادات وتقاليد تمنع حريتهم وتكبح تصرفاتهم فأصبح تفاعلهم مع هذه التكنولوجيا الحديثة او الوسائط الحديثة وخاصة ما تحتويه من مواقع الكترونية افتراضية اكثر من تفاعلهم من الواقع المعاش الامر الذي جعلهم يكتسبون قيم ومنطلقات فحرية دخيلة عما هو متعارف عليه في واقعهم الاجتماعي وكما تربوا وترعرعوا فيه داخل مجتمعهم الحقيقي .

الامر الذي دعا الى دراسة هذا الموضوع وطرح اشكالية في تساؤل الرئيسي التالي :

ما هو تأثير استخدام التكنولوجيا الحديثة في صناعة الهوية الثقافية لدى الطلبة الجامعيين بجامعة المسيلة ؟

وتندرج عن هذا التساؤل الرئيسي تساؤلات فرعية سنحاول الاجابة عليها من خلال هذه الدراسة :

- 4- ماهي عادات وانماط استخدام الطالب الجامعي للتكنولوجيا الحديثة ؟
- 5- ماهي الإشباعات المحققة عند الطالب الجامعي من استخدام التكنولوجيا الحديثة ؟
- 6- ماهي اثار التكنولوجيا الحديثة على الهوية لدى الطلبة الجامعيين ؟

المطلب الثاني: فرضيات الدراسة

تعتبر الفرضية عبارة عن فكرة مبدئية ، تربط بين الظاهرة و موضوع الدراسة والعوامل المرتبطة او المسببة لها . كما انها عبارة عن اجابة احتمالية لسؤال مطروح في اشكالية البحث ، ويخضع للاختبار ، سواء عن طريق الدراسة النظرية ، او عن طريق الدراسة الميدانية . وللفرضية علاقة مباشرة بنتيجة البحث . بمعنى ان الفرضية هي الحل لإشكالية كوّنت مشكلاً¹ .

بغرض ضبط الأطر والجوانب المنهجية لموضوع الدراسة تم تحديد الفرضيات على النحو الآتي :

- فرضية الاولى : يستخدم جمهور الطلبة مواقع التواصل الاجتماعي بشكل دائم ومستمر .
- فرضية الثانية: تتيح المواقع التواصل الاجتماعي مكان الامثل لنشر المواضيع ومناقشتها .
- فرضية الثالثة : تأثر مواقع التواصل الاجتماعي على بعض مقومات الهوية الثقافية للطلبة الجامعيين .

المبحث الثاني : اسباب اختيار الموضوع واهميته واهدافه

المطلب الاول : اسباب اختيار الموضوع

المتعارف عليه في أدبيات البحث العلمي أن الباحث تحركه عدة دوافع لإجراء أي دراسة بحثية وعلمية ثم الانجذاب إلى موضوع الدراسة وما تحمله من إشكال علمي، قد تحركه دوافع ذاتية وموضوعية.

وانطلاقاً من عنوان الاطروحة المعنون ب " أثر استخدام التكنولوجيا الحديثة في صناعة الهوية الثقافية لدى الطلبة

الجامعيين "

نذكر الدوافع الذاتية والموضوعية لاختيار هذا الموضوع وهي :

اولاً : الاسباب الذاتية .

- كوني واحد من الكثير من الطلبة الجامعية الذين يستخدمون التكنولوجيا الحديثة وبكل ما تحمله من الوسائط المختلفة ما حز في نفسي دراسة هذا الموضوع .
- علاقتي بمجتمع الدراسة والقرب منه بشكل كبير وخاصة المستخدمين للتكنولوجيا الحديثة من الطلبة الجامعيين
- اهتمام بالدراسات التي تخص الهوية الثقافية للشباب في عصر ما بعد الحداثة

¹ د. رشيد زرواتي: منهجية البحث العلمي في العلوم الاجتماعية (اسس علمية وتدرّيبات) ، دار الكتاب الحديث ، 2004 ، ص 81.

ثانياً : الاسباب الموضوعية .

- توجه الطلبة الجامعية لاستخدام التكنولوجيا الحديثة في الكثير من الاوقات
- ظهور ما يسمى بصراع الهوية الثقافية في الجزائر و اهميته في الآونة الاخيرة و اعتبار وسائط التكنولوجيا الحديثة احد المساهمين في اظهار هذا الصراع بشكل كبير .
- استحداث وسائط اعلامية جديدة من قبل وسائل الاعلام التقليدية للوصول الى اكبر عدد من الجمهور .
- اهتمام الكثير من الدكاترة والباحثين في موضوع الهوية الثقافية لدى الشباب وعلاقتها بتكنولوجيا الحديثة

المطلب الثاني : اهمية الدراسة .

ان لكل بحث اكايمي علمي اهمية بالغة كونه يمر على عدة مراحل دقيقة وثابة من اجل الوصول الى نتيجة يتم اخذ بها في التعامل مع الظاهرة او معرفة جذو مشكلة الدراسة او ابراز حلول ممكنة للمشكلة الدراسة ، وهنا يمكن القول ان لموضوع الهوية الثقافية وتأثرها بالتكنولوجيا الحديثة اهمية كبيرة بنسبة للباحثين ، حيث ترجع الاهمية و القيمة العلمية للموضوع قيد للدراسة الى الحقائق التالية :

- 1- ان موضوع الهوية الثقافية مرتبط بتشكيل الهوية لدى المجتمعات وان تأثير فيها يخلق نوعا من التغيير مما شغل المفكرين والباحثين منذ القدم غير ان مع ما نشهده من تطور في مجال التكنولوجيا الاعلام والاتصال الحديثة وما تقدمه من وسائط متعدد و سرعة هائلة في الدخول وسط المجتمعات ، يعتبر اهم من اي وقت آخر .
- 2- تطور الهائل والسريع في مجال التكنولوجيا الحديثة ادى الى ظهور عدة ظواهر ماثرة على التركيبة المجتمعية للأفراد وما تحمله من تهديدات لمقومات قد تكون عرضة للانكسار او الانحسار اما هذه التهديدات .
- 3- تخوف الكثير من المفكرين والباحثين من الاثار الناجمة عن استعمال التكنولوجيا الحديثة في انماط وسلوكيات الطلبة الجامعيين مما يآثر على الهوية الثقافية لديهم .

المطلب الثالث : اهداف الدراسة .

تهدف هذه الدراسة الى معرفة اثر استخدام التكنولوجيا الحديثة على الهوية الثقافية للطلبة الجامعيين وذلك من خلال :

- 1- معرفة عادات وانماط استخدام الطلبة الجامعيين لمختلف الوسائط التكنولوجية الحديثة.
- 2- معرفة الرغبات المشبعة و المحققة عن الطالب الجامعي من استخدام التكنولوجيا الحديثة.
- 3- التعرف على القيم الجديدة التي اكتسبها الطالب الجامعي من استخدام الوسائط التكنولوجية الحديثة.

المبحث الثالث : تحديد مفاهيم الدراسة .

الأثر :

في اللغة : الأثر: العلامة، وأثر الشيء: بقيته، وتأثر: أي ظهر فيه الأثر. والتأثير: إبقاء الأثر في الشيء.

اصطلاحاً : هو ما تحدثه الرسالة الإعلامية في نفس المتلقي، وكلما استجاب المتلقي للرسالة يحدث التأثير، والتأثير هو نتاج التفاعل الواقعي بين خصائص الرسائل الإعلامية وخصائص المتلقين لها.¹

ونقصد بالأثر تلك العلاقات التفاعلية بين افراد الجمهور و وسائل الاعلام، و تتميز هذه العلاقة من جانب وسائل العلام بمحاولة تكييف رسائلها مع خصائص الجمهور الذي تتوجه اله بهدف استمالتهم لكي يتعرضوا لمحتوياتها، و ليس بالضرورة التأثير عليهم لكي يغيروا شيئاً ما على المستوى المعرفي او الوجداني او السلوكي، و من جانب أفراد الجمهور فهم يستعملون وسائل الاعلام و يتعرضون لمحتوياتها لأسباب مختلفة باختلاف سياقاتهم الاجتماعية والنفسية و الاقتصادية و الثقافية، و هذا وفقاً للقيم التي تحملها هذه المحتويات و ما تمثله بالنسبة اليهم و مدى قدرتها على اشباع حاجاتهم المختلفة.²

تكنولوجيا الحديثة :

يشير مفهوم التكنولوجيا إلى " الأساليب الفنية البشرية في صناعة وعمل الأشياء " ونظراً لأن الأساليب الفنية البشرية في صناعة وعمل الأشياء تعني ابتكار الإنسان للأدوات والآلات والأجهزة. فإن التكنولوجيا بذلك تصبح لصيقة بالنشاط الإنساني منذ بدء الخليقة وذلك انطلاقاً من الرؤية التي تعرف الإنسان باعتباره " الكائن صانع الأدوات " .³

أما التكنولوجيات الحديثة للإعلام والاتصال ، فقد شاع استخدامها في عصرنا الحالي تحت اسم : " NTIC "

بمعنى :

les nouvelles technologies de l'information et de la communication

و يعرفها "روجر كارتر Carter Roger" في كتابه المسمى (the information) على أنها : " الأنظمة والأدوات المستخدمة لتلقي وتخزين وتحليل وتوصيل المعلومات بكل أشكالها وتطبيقاتها لكل جوانب حياتنا .

ويعرفها الدكتور نبيل علي بأنها " وسائل إنتاج تعالج البيانات والمعلومات والمعارف لتحويلها إلى منتجات نهائية من سلع وخدمات معلوماتية أو مواد وسيطة ليتناولها خبراء...أو لتستهلكها نظم معلومات أخرى " فيما يعرفها علي حبيش بأنها : " دراسة مجموعة من المعارف والمهارات اللازمة لتصنيع منتج معين ، وإقامة الرسائل

¹ القرشي القرشي، فتيحة بنت حسين: أثر الأسرة في تشكيل التفاعل الواعي مع وسائل الإعلام ، ورقة عمل مقدمة إلى المؤتمر الدولي الأول للتربية الإعلامية، الرياض، 2007، ص4.

² بومعيزة السعيد: أثر وسائل الإعلام على القيم والسلوكيات لدى الشباب، رسالة دكتوراه ، قسم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر، 2006 ، ص30.

³ بطاش كمال: دور التكنولوجيات الحديثة للإعلام والاتصال في تفعيل العمل التشريعي (دراسة حالة المجلس الشعبي الوطني)، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في علوم الاعلام والاتصال، جامعة الجزائر 01، 2010/2009، ص36

اللازمة لإنتاجه . حيث أن التكنولوجيا بصفة عامة هي الديناميكية المتطورة أو مجموعة من الطرق أو المعارف التي تفترض فيها القدرة على حل مشكلات الإنسان المعقدة والمتداخلة ، والتي تشكل الإطار المبادئ للإنسان ¹.

الهوية الثقافية :

تتميز بمعانيها العديدة لأنها ظهرت كمفهوم حديث، عرف الكثير من التعديلات .
وعليه فالمجتمعات باختلاف ثقافتهم والاحتكاك الثقافي الذي زادت وتيرته واستعانتهم بالهوية كوسيلة تحمي ميراثهم الثقافي المهدهد بالزوال.

وتذهب المفكرة الفرنسية " فانسونو Vinsonneau. G " ، (تهتم بدراسة ثقافات الشعوب والهويات) .
إلى ربط الثقافة بالهوية و تعتبر بأن الثقافة هي منتج أو موارد تسبب في تطوير الهوية لدى الفاعلين الاجتماعيين و توجه نماذج تقاسم القيم التي تقدم لهم و اختياراتهم في الانتماء².
حيث تجمع الهوية الثقافية كل ما هو مشترك بين أفراد المجموعة كالقواعد والمعايير والقيم ..فالانتماء لثقافة يعبر بالانتماء لقيم ومعايير هذه الثقافة.

وشبه " دوريس Dorais Louis-Jaques " الهوية الثقافية بالضرورة والتطور Processus أين تتشارك مجموعة من الأفراد طريقة معينة وموحدة لفهم الكون، ويتشاركون في الأفكار وأشكال السلوك، و اعين باختلافهم مع مجموعة أفراد أخرى³.

الطلبة الجامعيين :

يعرف الطالب الجامعي على أنه " ذلك الشخص الذي سمحت له كفاءته العلمية بالانتقال من المرحلة الثانوية أو مركز التكوين المهني أو الفني العالي إلى الجامعة تبعا لتخصصه الفرعي بواسطة شهادة أو دبلوم يؤهله لذلك، ويعتبر الطالب أحد العناصر الأساسية والفاعلة في العملية التربوية طيلة التكوين الجامعي، إذ أنه يمثل عدديا النسبة العالية في المؤسسة الجامعية".

أما "عبد الله محمد عبد الرحمن" فقد عرف الطالب الجامعي بقوله: " الطلاب هم مدخلات ومخرجات العملية التعليمية الجامعية " ⁴.

¹ فوزي منصوري: مساهمة التكنولوجيا الحديثة للاعلام والاتصال في دعم المشاركة التنظيمية ، دراسة ميدانية بمؤسسة ارسيلور ميتال تيبسة ، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، جامعة باجي مختار، عنابة ، 2011/2010 ، ص 19- 20 .

² بريجيه شريفة: التغيرات السوسيو- ثقافية واثرها على الهوية الثقافية للمجتمع الجزائري، اطروحة للحصول على شهادة الدكتوراه في العلوم في علم الاجتماع، جامعة وهران 2، كلية العلوم الاجتماعية، 2016/2015 ، ص 31

³ مرجع نفسه، ص 39

⁴ ياسمينة خدنه: واقع تكوين طلبة الدراسات العليا في الجامعة الجزائرية ، مذكرة مكملة لنيل شهادة ماجستير في علم الاجتماع، جامعة منتوري ، الجزائر ، 2007-2008، ص 11.

المبحث الرابع : مراجعة الدراسات السابقة .

الدراسة الاولى :

لسعاد ولد جاب الله : " الهوية الثقافية من خلال الصحافة المكتوبة " انطلقت الباحثة في دراستها من إشكالية مفادها، " كيف تجلت الهوية الثقافية العربية في الصحف الإلكترونية العربية؟ "

وتوصلت الباحثة في دراستها إلى:

- أن الصحف الإلكترونية العربية تبرز ملامح الخصوصية الثقافية بشكل ضعيف، وهي لا تخدم الهوية الثقافية، وتهتم هذه الصحف بكل ما يتعلق بقضايا التراث العربي، ويهتم بالتقديم للفكر العربي والآثار القديمة.
- أن هذه الصحف لا تتعامل مع مواضيع الدين الإسلامي ولا تهتم باللغة العربية، فيما أنها تهتم بمواضيع التنشئة الثقافية مركزة على نشر مكارم القيم الأخلاقية، ولا تساهم مواضيع الإبداع الثقافي فيها بشكل كافي في الحفاظ على الهوية الثقافية العربية، وهي تقتصر على عرض مواضيع الفنون التمثيلية والموسيقية التي لا تقدم سوى أخبار الفنانين والممثلين.
- أن الهوية الثقافية العربية تتجلى بشكل رئيسي في الدين الإسلامي، اللغة العربية، والتراث الإسلامي العربي، ويكون للتنشئة الثقافية والإبداع الثقافي دور رئيسي على معالم هذه الهوية.¹

¹ اعتمدت الباحثة في دراستها على المنهج المسحي، ووظفت فيه تحليل المحتوى كأداة رئيسية لدراساتها التحليلية، وكان مجتمع البحث ممثلا في مواقع الصحف الإلكترونية العربية، وقد أجريت هذه الدراسة في الفترة الممتدة ما بين 1 سبتمبر 2004، إلى غاية 31 أوت 2005 . للمزيد من التفاصيل أنظر:

سعاد ولد جاب الله: الهوية الثقافية العربية من خلال الصحافة الإلكترونية دراسة وصفية لعينة من الصحف الإلكترونية العربية 1 سبتمبر 2004، 31 أوت 2005، مذكرة ماجستير غير منشورة في علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر، 2005/ 2006

دراسة الثانية :

جعفري نبيلة: " انعكاسات شبكات التواصل الاجتماعي على الهوية الثقافية للشباب الجامعي الجزائري " هدفت الباحثة من خلال دارستها إلى التعرف على انعكاسات استخدام موقع الفايسبوك، من طرف الشباب الجامعي الجزائري على معالم هويته الثقافية، من خلال محاولتها لمعرفة طبيعة الشبكات الالكترونية بصفة عامة، وموقع التواصل الاجتماعي فايسبوك تحديدا، إضافة إلى معرفة مدى استخدام الشباب الجامعي لهذا المواقع وأنماط استخدامه والاشباع المتحققة من ذلك، كما حاولت معرفة آثار استخدام موقع الفايسبوك من طرف الشباب الجزائري على بعض معالم هويته الثقافية. من خلال طرحها للإشكالية التالية : " ماهي آثار موقع التواصل الاجتماعي "فيس بوك" على بعض معالم الهوية الثقافية للطلبة الجامعيين الجزائريين كاللغة، الدين والتاريخ؟ "

وتوصلت الباحثة في دارستها إلى:

- يعتبر موقع الفايسبوك الموقع رقم واحد عند أغلبية الشباب الجامعي حيث يستخدمونه بصفة دائمة وفتارت طويلة.
- يستخدم اغلب الشباب الجامعي موقع الفايسبوك بغية الدردشة، التي تعتبر من أهم النشاطات التي يقومون بها، وكذلك يعتبر الاطلاع على ما يدور في العالم من أحداث والتعرف على آراء الآخرين لمختلف القضايا الي تطرح على كافة الأصعدة من أهم دوافع استخدامهم لهذا الموقع.
- اغلب الشباب الجامعي لا يستخدمون اللغة العربية الفصحى عبر هذا الموقع لتواصل ولا اللغة الفرنسية و لا حتى اللغة الانجليزية إلا نادار.
- اغلب الشباب الجامعي، يستخدمون اللهجة العامية في تواصلهم عبر هذا الموقع ويفضلون كتابتها بحروف أجنبية، لأنها انسب لغة لسرعة تواصلهم وترجمة مشاعرهم.
- اغلب الشباب الجامعي الذين يستخدمون هذه اللغة يستخدمونها مع أساتذتهم، أو مع أصدقائهم من جنسيات عربية أخرى، ويستخدمونها إما أنهم يتقنونها، أو لأنهم يعتزون بعروبنتهم.
- بالنسبة للمبجوثيين الذين لا يستخدمون اللغة عبر هذا الموقع، فهم لا يستخدمونها لأنهم لم يتعودوا على التعامل بها في خطابهم اليومي ولان أصدقائهم الفايسبوكيين لا يتعاملون بها .
- تحرص أغلبية الشباب الجامعي على نشر الأمور المتعلقة بالدين الإسلامي على جدار صفحتهم.¹

¹ اعتمدت الباحثة في دارستها على المنهج المسحي، ووظفت فيه الاستبيان كأداة رئيسية لدراستها ، وكان مجتمع البحث ممثلا في عينة من طلبة جامعة ام بواقي، وقد أجريت هذه الدراسة بداية من شهر أفريل 2016 ،لنتهيها منتصف شهر جوان من نفس السنة.

للمزيد من التفاصيل أنظر:

1. نبيلة جعفري: انعكاسات شبكات التواصل الاجتماعي على الهوية الثقافية للشباب الجامعي الجزائري شبكة فايس بوك نموذجاً، دراسة بحثية ميدانية بمجلة العلوم الانسانية والاجتماعية، العدد 31، جامعة العربي بن المهدي ام البواقي، الجزائر، ديسمبر 2017

الدراسة الثالثة :

لسعيد بومعيزة : " أثر وسائل الاعلام على القيم والسلوكيات لدى الشباب، دراسة استطلاعية بمنطقة البليدة "
تتناول هذه الدراسة إشكالية أثر وسائل الاعلام على نشر القيم وتعزيزها وتغيير السلوكيات لدى الشباب الجزائري عامة، وهذا من خلال طرح سؤال جوهري مفادها :

" ما هو أثر وسائل الاعلام على القيم والسلوكيات لدى الشباب الجزائري ؟ "

ومن اهم النتائج التي استخلصها الباحث :

- إن أغلبية المبحوثين الشباب يعتقدون أن استعمالهم لوسائل الاعلام والتعرض لمحتوياتها ساعدهم على الارتباط أكثر بالقيم، وهذا ينفي فرضية الدراسة التي تقول بأن وسائل الاعلام لا تقوم بنشر القيم ولا بتعزيزها لدى الشباب.
- إن ذوي المستوى التعليمي الأدنى أكثر اعتقادا في قدرة وسائل الاعلام على تعزيز قيم الابعاد النفسية والاجتماعية وبصفة خاصة الدينية، وأن ذوي المستوى التعليمي الاعلى أقل اعتقادا في قدرة وسائل الاعلام على تعزيز القيم ذات البعدين الاجتماعي والديني، ولكن جميع أفراد العينة من الشباب وبغض النظر على المستوى التعليمي أقل اعتقادا في قدرة وسائل الاعلام على تعزيز قيم البعد السياسي .
- إن دور وسائل الاعلام في تعزيز القيم لدى الشباب يبقى مكملا لدور مؤسسات التنشئة الاجتماعية كالأسرة والمدرسة والجماعات الأولية والمسجد، وكلما كان دور هذه المؤسسات قويا الا وقل شأن وسائل الاعلام في تعزيز القيم، وبصفة خاصة قيم الابعاد النفسية والاجتماعية والدينية.
- إن المبحوثين متشبعون بالقيم ذات البعد الاجتماعي التي تعلموها واستدموها بفعل عوامل التنشئة الاجتماعية والتي تضبط تفاعلاتهم اليومية وتجعلهم، في سياق مجتمع انتقالي مثل المجتمع الجزائري، موجهين نحو الخارج أكثر مما هم موجهين نحو الداخل، بمعنى أنهم يعطون أهمية للأخر في تفاعلاتهم اليومية وما سيصدره من أحكام بشأن أفعالهم وسلوكياتهم وأفكارهم، وعليه فإن قيمهم هذه تمارس عليهم نوعا من الضبط الاجتماعي وتؤثر على تفضيلهم وقراراتهم اليومية وسلوكياتهم.
- إن قيم البعد الديني أكثر تمظهرا في شخصية المبحوثين من قيم الأبعاد الأخرى وبالتالي فهي قيد تفيد ما يتعلمونه من وسائل الاعلام من جهة، ومن جهة ثانية ربما لا يحتاج المبحوثون الى وسائل الاعلام لكي تجعلهم يرتبطون أكثر بقيم هذا البعد .
- أن وسائل الاعلام لا تقوم بتغيير قيم الشباب مثلما يعتقد البعض، وانما تقوم بدور مكمّل لدور مؤسسات التنشئة الاجتماعية كالأسرة والمدرسة والجماعات الأولية والمسجد، وأنه كلما كان الشباب مستوعبا للتوجيهات القيمة

الموجودة في البيئة الاجتماعية والانا عندهم مكتملا والذات الاجتماعية محققة لديهم، الا وقل لجوؤهم الى وسائل الاعلام لتعزيز قيمهم".¹

¹ اعتمدت الباحث في دراسته على المنهج المسح الوصفي والمنهج المسح التحليلي، ووظف فيه الاستبيان كأداة رئيسية لدراسته ، وكان مجتمع البحث ممثلا في عينة من سكان منطقة البلدية،

للمزيد من التفاصيل أنظر :

السعيد بومعيزة : " أثر وسائل الاعلام على القيم والسلوكيات لدى الشباب، دراسة استطلاعية بمنطقة البلدية "، اطروحة مكملة لنيل شهادة دكتوراه دولة في علوم الاعلام والاتصال، جامعة الجزائر، 2006/2005 .

المبحث الخامس: المدخل النظري للدراسة .

المطلب الاول : نظرية الاستخدامات والاشباع.

أولا : نشأتها : خلفية معرفية للنظرية

تأسست نظرية الاستخدامات و الاشباع على أنقاض نظريات التأثير ، و حولت نظرة الباحثين من مجرد البحث فيما تفعل وسائل الإعلام بالجمهور، إلى تحويل السؤال إلى ماذا يفعل الجمهور بوسائل الاعلام؟¹ فالاهتمام بالبحث عن الاشباع الذي توفره وسائل الاعلام لجمهورها إلى بداية البحث التجريبي في ميدان علم الاتصال، ومثل هذه الدراسات ظهرت في الأربعينات في أعمال " لزار سفيلد و ستانون "، و في الخمسينات في أعمال "ريليز و فريديسون و جاك كوبي"، وفي الستينات في أعمال "شرام و لايل و باركر". حيث يقدم نموذج الاستعمال و الاشباع مجموعة من المفاهيم و الشواهد التي تؤكد بأن أسلوب الأفراد أمام وسائل الاعلام أكثر قوة من المتغيرات الاجتماعية و السكانية و الشخصية . و مقارنة بالدراسات التقليدية لتأثير وسائل الاعلام، فإن هذا النموذج يأخذ في الاعتبار زبون وسيلة الاعلام "المتلقي" كنقطة بدء بدلا من أن تكون الرسالة الاعلامية هي نقطة البدء ، ثم يخبرنا عن سلوكه الاتصالي فيما يتعلق بتجربة الفرد المباشرة مع وسائل الاتصال . يرى النموذج أن الأفراد يوظفون - بفعالية - مضامين الرسائل الاعلامية بدلا من أن يتصرفوا سلبيا تجاهها ، و من ثم فإن هذا المدخل لا يفترض وجود علاقة مباشرة بين الرسائل الاعلامية و التأثيرات على الجمهور ، و يفترض بدلا من ذلك أن الجمهور يستخدمون الرسائل لأمر كثيرة، و تلك الاستخدامات تلعب كعوامل وسيطة في عملية التأثير².

طرح " اليهود كاتز **Katz Elihu** " مدخل الاستخدامات و الاشباع عام 1959 في مقال رد فيه على رؤية " برنار برلسون **Berlson Bernard** " الذي حكم على أبحاث حقل الاعلام بالموت في حين رد عليه "كاتز" بأن حقل الأبحاث المرتبطة بالإقناع هو الذي مات .

هذا الأمر جر النقاش حول ميكانيزمات التفاعلية التي يطرحها استخدام وسائل الإعلام : بمعرفة طبيعة الجمهور ان كان (سلبي / نشط) وعلاقة ذلك بعملية إدراكه و تفسيره للمحتوى الاتصالي الذي يسمح لفهم طبيعة الاستخدامات و التأثيرات التي ينتجها تعرضه لوسائل الاعلام³.

إن نظرية الاستخدامات و الاشباع تهتم بدراسة الاتصال الجماهيري دراسة وظيفية منظمة، فخلال عقد الأربعينيات من القرن العشرين ، أدى ادراك عواقب الفروق الفردية، و التباين الاجتماعي على ادراك السلوك المرتبط بوسائل الاعلام، الى بداية منظور جديد للعلاقة بين الجماهير ووسائل الإعلام و كان ذلك تحولا من رؤية الجماهير على أنها عنصر سلبي غير فعال، الى رؤيتها على أنها فعالة في انتقاء أفرادها لرسائل و مضمون مفضل من وسائل

¹ راييس علي ابتسام، مجلة دراسات وابحاث **ISSN: 1112-9751**، عنوان المقال " نظرية الاستخدامات والاشباع وتطبيقاتها على الاعلام الجديد"، جامعة وهران 1، ص 08

² لامية صابر، الحملات الاعلانية في قناة **mbc** ودورها في التوعية الدينية للشباب دراسة ميدانية على عينة من شباب ولاية سطيف ، مذكرة مكملة لنيل شهادة ماجستير في علوم الاعلام والاتصال ، جامعة الحاج لخضر باتنة، 2010/2009، ص 53

³ راييس علي ابتسام، مرجع السابق ، ص 08-09

الاعلام، و كانت النظريات المبكرة مثل: نظرية الاثار الموحدة أو الرصاصة السحرية ترى الجماهير عبارة عن كائنات سلبية و منفصلة، و تتصرف بناء على نسق واحد، أما وقد اتضح الدور القوي للمتغيرات في المعرفة و الادراك و الثقافات الفرعية فلم يعد ممكنا فهم الجماهير هذه الطريقة.¹

ثانياً: فروض النظرية.

- ان أعضاء الجمهور مشاركون فعالون في عملية الاتصال الجماهيري، ويستخدمون وسائل الاتصال لتحقيق أهداف مقصودة تلبي توقعاتهم .
 - يعبر استخدام وسائل الاتصال عن الحاجات التي يدركها أعضاء الجمهور، ويتحكم في ذلك عوامل الفروق الفردية، وعوامل التفاعل الاجتماعي، وتتنوع الحاجات باختلاف الأفراد.
 - التأكيد على ان الجمهور هو الذي يختار الرسائل والمضمون الذي يشبع حاجاته، فالأفراد هم الذين يستخدمون وسائل الاتصال، وليست وسائل الاتصال هي التي تستخدم الأفراد.²
 - ان الأفراد هم ادرى بحاجتهم ودوافعهم واهتماماتهم وهم قادرون على تحجيجها والتعبير عنها او التعرف عليها على الأقل .
 - إن الحكم لقيمة أهمية الثقافة للإعلام يجب عدم الخوض فيها و لكن لابد من القيام بدراسة خلفيات و مواصفات الجمهور في حد ذاتها و من خلال ذلك يمكن الأخذ في الاعتبار الاختلافات الشاسعة و الصلات بين الاستخدامات و الاشباعات و كثير من الدراسات حول الثقافة الجماهيرية.³
- ومنه نقول ان نظرية الاستخدامات و الاشباعات تهدف الى تحقيق ثلاث اهداف رئيسية وهي :
- التعرف على كيفية استخدام الأفراد لوسائل الإعلام بحكم أن الفرد النشط هو الذي يقوم قصدياً بانتقاء و اختيار مواد تعرضه و فقا لحاجاته و توقعاته
 - شرح دوافع الاستخدام و التفاعل الناتج المحقق من هذا التعرض.
 - التأكيد على نتائج استخدام وسائل الاتصال الجماهيرية بهدف فهم العملية الاتصالية.⁴

¹ حسن عماد مكاوي وعاطف عدلي العبد: نظريات الاعلام، 2007، ص 362

² المرجع نفسه: ص 364

³ لامية صابر، الحملة الاعلانية في قناة mbc ودورها في التوعية الدينية للشباب دراسة ميدانية على عينة من شباب ولاية سطيف ، مذكرة مكملة لنيل شهادة ماجستير في علوم الاعلام والاتصال ، جامعة الحاج لخضر باتنة، 2010/2009، ص 58

⁴ رايس علي ابتسام، مجلة دراسات وابحاث ISSN: 1112-9751، عنوان المقال " نظرية الاستخدامات والاشباعات وتطبيقاتها على الاعلام الجديد" ، جامعة وهران 1، ص 10

ثالثا : نقد النظرية.

ان الاستخدامات والإشباعات وكغيرها من نظريات الاعلام والاتصال وجهت لها العديد من الانتقادات من طرف باحثين ونقاد وغيرهم ، وقد تمثلت أوجه النقد في الآتي :

- يستخدم هذا المدخل مصطلحات غامضة يصعب قياسها مثل الدوافع والحاجات، مع التشكيك في أن الأفراد قد لا يجيبون على أسئلة الاستقصاء الخاصة بقياس دوافعهم نحو استخدام وسائل الاتصال بشكل يتفق بالفعل مع دوافعهم الحقيقة ولكن على نحو روتيني دون تحكيم للفكر والعقل . حيث إن الكثير من الأفراد عندما يشعرون أنهم موضع دراسة فإنهم يعطون إجابات لا تعبر عن سلوكهم .
- تأكيد المدخل على فكرة الجمهور النشط ، في حين أن العديد من الدراسات أثبتت أنه كثير ما يتم التعرض للمحتويات الإعلامية بدرجة قليلة من الاختيارية ، بل وبشكل اعتيادي.
- تنظر البحوث التي تستند إلى هذا المدخل إلى وسائل الاتصال من منظور فردي يستخدم الوسائل والرسائل الإعلامية.
- يدعو هذا المدخل إلى الإبقاء على النظام السياسي والاقتصادي والثقافي السائد ، ودعمه حينما يدعى أن الأفراد سيجدون دائما بعض الاشباعات من أي استخدام لوسائل الإعلام.
- يرى النقاد أن هذا المدخل لا يرتقى إلى كونه نظرية مستقلة بذاتها، وأنه مجرد تجميع لأجزاء من نظريات التأثير الانتقائي ، بل وأنه لا يمكن النظر إليه باعتباره منهجا متكاملًا.
- تأكيد المدخل على فكرة القصد والعمدية في اختيار وسائل الإعلام ومضامينها من أجل التعرض إليها، ف ي حين أن هناك العديد من العوامل التي تحد من قدرة الفرد على هذا الاختيار مثل العوامل الاقتصادية والاجتماعية، فضلا عن مدى إتاحة وسيلة دون غيرها، فمثلا بعض الأماكن قد لا تصلها المجالات الثقافية فيستعيز الفرد عنها بمشاهدة أو الاستماع إلى البرامج الثقافية في الراديو والتلفزيون.¹

¹ هشام رشدي خير الله : محاضرات في الاعلام والاتصال، كلية التربية النوعية ، قسم العلوم الاجتماعية والاعلام، جامعة المنوفية، ص

المطلب الثاني : نظرية الغرس الثقافي.

أولا : نشأتها : خلفية معرفية للنظرية.

ترجع اصول هذه النظرية الى العالم الامريكي " جورج جربنز " حيث بحث تأثير وسائل الاتصال الجماهيرية على البيئة الثقافية في اطار مشروعة الخاص بالمؤشرات الثقافية . وتعتبر نظرية الغرس الثقافي تصورا تطبيقيا للأفكار الخاصة بعمليات بناء المعنى، وتشكيل الحقائق الاجتماعية، والتعليم من خلال الملاحظة، والادوار التي تقوم بها وسائل الإعلام في هذه المجالات، حيث تؤكد الفكرة العامة التي تجتمع حولها النظريات السابقة وهي قدرة وسائل الإعلام في التأثير على معرفة الافراد وإدراكهم للعوامل المحيطة بهم، خصوصا بالنسبة للأفراد الذين يتعرضون الى هذه الوسائل بكثافة كبيرة.¹

شهدت الولايات المتحدة الأمريكية ظهور الأسباب الأولى التي أسهمت في ظهور نظرية الغرس الثقافي ، حيث ربط عامة الناس بين ارتفاع معدلات الجريمة والعنف والتغير القيمي والتي زادت في فترة الستينات من القرن العشرين وبين انتشار مشاهدة التليفزيون في تلك الفترة وضغط الاهتمام الشعبي على الكونجرس الأمريكي ليفعل شيئا ، وتم اعتماد التمويل اللازم من بعض المؤسسات والمعاهد القومية الأمريكية لتمويل بعض البحوث التي تبحث تأثيرات التليفزيون في مجالات الصحة والتعليم . وتم طباعة حوالي 60 دراسة في خمسة مجلدات عام 1981 تحت عنوان " التليفزيون والسلوك الاجتماعي ."

وبدأت تلك الدراسات كنواه لما يعرف باسم مشروع المؤشرات الثقافية و الذي أنشئ بتمويل مستقل بقيادة جورج جربنز ، والذي كان أستاذا لعلوم الاتصال في جامعة بنسلفانيا بمدرسة أنبرج لعلوم الاتصال حيث تم تكليفه هو وزملاؤه على يد الطبيب العام في الولايات المتحدة الأمريكية باستكمال أول دراسة عن العنف الإعلامي .

ونظرا لقيام جربنز وزملاؤه بالربط بين كثافة المشاهدة أي طول وقت المشاهدة واستمرارها بمرور الوقت وبين سلوك المشاهدين واتجاهاتهم، فإن كثافة المشاهدة أصبحت متغيرا ثابتا في كل الفروض والدراسات الخاصة بعملية الغرس . إلا أن مشروع المؤشرات الثقافية امتد فيما بعد ليشمل نطاقا واسعا من الاهتمامات والقضايا التي يعكسها التليفزيون مثل صورة الأقليات ، وأدوار الجنسين ، والأنماط المقدمة عن المراحل العمرية، والاتجاه نحو العلم، وغيرها من الموضوعات الاجتماعية المنتشرة في المجتمع ولم يقتصر نطاق الدراسة كما كان في السابق على دراسة دور وسائل الإعلام في زيادة معدل العنف داخل المجتمع.²

¹ د.محمود حسن إسماعيل: مبادئ علوم الاتصال ونظريات التأثير، دار العالمية للنشر والتوزيع ، ط 1 ، 2003، ص 265

² هشام رشدي خير الله : المرجع السابق ، ص 187

ثانيا : فروض النظرية .

ثالثا : نقد النظرية .

- لم تأخذ نظرية في اعتبارها المتغيرات الاخرى غير كثافة المشاهد التدخل في عملية التأثير التلفزيوني مثل العوامل الديموغرافية.
- يرى كل من " هاوكنز وبنجى " ان العلاقة بين مشاهدة التلفزيون والغرس الثقافي عند مشاهديه يمكن ان ترجع الى بعض محتوى مواد او برامج التلفزيون، ولا تنطبق على البعض الآخر من البرامج، وكذلك فإن تلك العلاقة لا تنطبق على مشاهدة محتوى جميع مواد او برامج التلفزيون في عمومها، ولكنها قد تحدث نتيجة مشاهدة برامج محددة.
- ان المادة المقدمة من خلال التلفزيون، من الممكن ان تتعرض الى القلب والتزييف من قبل المشاهدين، كما ان استجابات المشاهدين قد تكون محيزة، وبالتالي تصبح الأسس التي تبني عليها مفاهيم ابعاد العلاقة بين المشاهدين والتأثير طبقا لمنظور الغرس الثقافي مفاهيمها وابعادها غير دقيقة.¹

¹ د.محمود حسن إسماعيل: مرجع السابق ص 269

المبحث السادس : الاجراءات المنهجية للدراسة .

المطلب الاول : تعريف وتحديد منهج الدراسة .

إن مرحلة اختيار منهج البحث خطوة هامة من خطوات الدراسة، فالمنهج يعبد الطريق لجميع خطوات

الدراسة، فقد عرف المنهج لغة: " بأنه الطريق أو المسلك ."

أما اصطلاحاً فقد عرف معاني ومفاهيم عديدة ومتنوعة ومنها :

يعرفه محمد بدوي بأنه: "مجموعة القواعد التي يستعملها الباحث لتفسير ظاهرة معينة بهدف الوصول إلى

الحقيقة العلمية، أو أنه الطريق المؤدي إلى الكشف عن الحقيقة في العلوم بواسطة طائفة من القواعد العامة التي تهيم على سير العقل وتحدد عملياته حتى يصل إلى نتيجة معلومة ."

ومن جهة أخرى يعرف الدكتور عامر مصباح المنهج العلمي بأنه: " مجموعة الخطوات العلمية الواضحة

والدقيقة التي يسلكها الباحث في مناقشته أو معالجة ظاهرة اجتماعية أو سياسية أو إعلامية معينة ."

وحسب بعض المهتمين والعلماء فإن المنهج العلمي هو: " جملة المبادئ والقواعد والإرشادات التي يجب على

الباحث اتباعها من بداية البحث إلى نهايته بغية الكشف عن العالقات العامة والجوهرية والضرورية التي تخضع لها الظواهر موضوع الدراسة."

أما موريس أنجرس فيعرف المنهج العلمي بكونه: " عبارة عن جواب لسؤال " كيف؟ " نصل إلى الأهداف في

حين أن التقنيات تشير إلى الوسيلة التي يتم استخدامها للوصول إلى هذه الأهداف."

وان اختلفت استعمالات كلمة منهج في ألفاظها، إلا أنها تدور في فلك معنى واحد هو وخالصة القول إنه الطريقة

أو الأسلوب أو الكيفية أو الوسيلة المحددة التي تؤدي إلى الغرض المطلوب أو الغاية المعينة.¹

فالمنهج هو : الطريق المؤدي إلى الكشف عن الحقيقة في العلوم المختلفة، وذلك عن طريق جملة من القواعد

العامة التي تسيطر على سير العقل وتحدد عملياته حتى يصل إلى نتيجة مقبولة ومعلومة . أما مصطلح البحث فهو:

مجموعة من القواعد العامة المستخدمة من اجل الوصول إلى الحقيقة في العلم بواسطة طائفة من القواعد العامة تهيم

على سير العقل وتحدد عملياته حتى يصل إلى نتيجة معلومة.²

وبما ان دراستنا تتمحور حول اثر استخدام التكنولوجيا الحديثة في صناعة الهوية الثقافية للطلبة الجامعيين ، فإنها

تندرج ضمن الدراسات الوصفية، التي تعتمد على وصف الظاهرة وعناصرها وعلاقتها في الوضع الراهن، من خلال

جمع المعلومات والبيانات واستخلاص دلالاتها وتعميمها عن الظاهرة المدروسة.

" الدراسات الوصفية هي التي يتم فيها دراسة الوضع الراهن للظاهر أو الظواهر المبحوثة ، سواء كانت صلة

بموقف معين، أو بمجموعة من الناس، أو بأحداث معينة، أو بأوضاع مختلفة، دراسة تصويرية دقيقة، من حيث

¹ مجموعة مؤلفين: منهجية البحث العلمي وتقنياته في العلوم الاجتماعية ، المركز الديمقراطي العربي ، برلين- المانيا، 2019، ص 13

² د. عبد الرحمن بدوي: مناهج البحث العلمي، ط 3 ، القاهرة، وكالة المطبوعات، 1977، ص 5.

العناصر المكونة لها، وطبيعة العلاقات السائدة فيها ونوع فئاتها المختلفة ... أي أن الهدف الأول والنهائي للأبحاث الوصفية هو الحصول على معلومات كافية ودقيقة عن الموضوع محل الدراسة كما هو الحيز الواقعي" ¹. وبهذا فدراستنا تسعى إلى تفسير العلاقة بين التكنولوجيا الحديثة وما تقدمه من وسائل وخدمات و الهوية الثقافية لدى الطلبة الجامعيين ، وكشف الحقائق عن مدى الاثر الذي تتركه هذه التكنولوجيا الحديثة على الهوية الثقافية للطلبة الجامعيين من خلال فهم ومعرفة الاشباعات وكذا انماط واساليب استخدامها عن الطلبة الجامعية ، مما سوف يوضح لنا العلاقة القائمة بين متغيرات الدراسة .

ووعيا منا بأن اختيار المنهج لا يأتي بالصدفة أو العشوائية، أو رغبة الباحث في اختيار منهج معين، بل أن موضوع الدراسة وأهدافها هما اللذان يفرضان نوع المنهج .

ومنه فالمنهج الملائم لهذه الدراسة هو **المسح الوصفي** حيث انه يناسب أكثر مع طبيعة الدراسة وأهدافها، والمنهج المسح الوصفي " يعتبر واحدا من المناهج الأساسية بل أكثرها شيوعا في البحوث الوصفية والدراسات المسحية هي دراسة شاملة، ومحاولة منظمة لجمع البيانات وتحليل وتفسير وتقرير الوضع الراهن لموضوع ما في بيئة محددة ووقت معين، أي أن البحث المسحي ينص على الوقت الحاضر، كما أنه يهدف إلى الوصول إلى بيانات يمكن تصنيفها وتفسيرها وتعميمها، وذلك للاستفادة منها مستقبلا" ².

وهذا ما دفعنا للاعتماد على أسلوب المسح بالعينة و بمزامنة مع بعض المعايير التي صاحب هذه الدراسة في جانبها الميداني وهي كالتالي :

- الحجم الكبير لمجتمع الدراسة، وانتشاره في أماكن متباعدة .
- صعوبة الوصول إلى جميع أفراد مجتمع البحث بسبب تفشي فايروس المستجد COVID-19 .
- عدم امكانية التواصل مع عدد كبير من مجتمع الدراسة بسبب الاجراءات الاحترازية ضد الوباء .

المطلب الثاني : أدوات جمع البيانات .

تعتبر مرحلة اختيار أدوات جمع البيانات هامة جدا في البحوث العلمية لأن طريقة اختيار أدوات جمع البيانات، وقدرة الباحث في استغلال التقنيات والأدوات المنهجية كفيلة بأن يكون بحثا متكامل وموضوعيا إلى حد ما .

فقد اعتمدنا في دراستنا على الاستبيان و الملاحظة ، باعتبارها أكثر الأدوات ملائمة لموضوع دراستنا :

¹ حسن عماد المكاوي ، ليلي حسن السيد: الاتصال ونظرياته المعاصرة ، ط2 ، الدار المصرية اللبنانية ، 2001 ، ص 240

² فاطمة عوض صابر ، ميرفت على حفاصة ، أسس و مبادئ البحث العلمي ، ط1 ، مكتبة و مطبعة الإشعاع ، مصر ، 2002 ، ص89

الاستبيان :

الاستقصاء أو الاستبيان من أكثر أدوات البحوث الإعلامية شيوعاً مقارنة بالأدوات الأخرى؛ وذلك بسبب اعتقاد كثير من الباحثين أن الاستبيان لا يتطلب منهم إلا جهداً يسيراً في تصميمها وتحكميها وتوزيعها وجمعها؛ وإمكانية استخدامه في جمع المعلومات عن موضوع معين من عدد كبير من الأفراد يجتمعون أو لا يجتمعون في مكان واحد . والاستقصاء هو: أسلوب جمع البيانات الذي يستهدف استئثار الأفراد المبحوثين بطريقة منهجية ومقننة لتقديم حقائق أو آراء، أو أفكار معينة، في إطار البيانات المرتبطة بموضوع البحث أو الدراسة وأهدافها دون تدخل من الباحث في التقرير الذاتي للمبحوثين في هذه البيانات .

كما يعتبر الاستقصاء من أكثر أدوات جمع المعلومات شيوعاً واستخداماً في منهج المسح فإنه يعتبر أيضاً أكثر ملاءمة لدراسة الأعداد الكبيرة من التلاميذ والطلاب والمدرسين . كما يعني: مجموعة من الأسئلة المكتوبة يقوم المجيب بالإجابة عنها، وهي أداة أكثر استخداماً في الحصول على البيانات من المبحوثين مباشرة ومعرفة آرائهم واتجاهاتهم . والاستقصاء أو الاستبيان أيضاً: استمارة يصممها الباحث على ضوء الكتابات ذات الصلة بالمشكلة التي يراد بحثها، أو يحصل عليها جاهزة، ويعدلها على ضوء أسس علمية، تتضمن بيانات أولية عن المبحوثين وفقرات عن أهداف البحث، وهي عبارة عن (أداة تتضمن مجموعة من الأسئلة أو الجمل الخبرية والتي تتطلب الإجابة عنها بطريقة يحددها الباحث حسب أغراض البحث)¹.

الصدق والثبات الاستبيان :

يقصد بثبات الاستبيان أنه يعطي نفس النتيجة لو تم إعادة توزيعه أكثر من مرة، وتحت نفس الظروف والشروط. ولقد تم اعتماد معامل الثبات ألفا كرونباخ، والذي بين أن الاستبيان ككل جيد، حيث بلغت قيمته 0,755 (75,5%) وبما أن معامل الثبات مرتفع عن 0,60 (60%) فإن هذا الاستبيان صالح لتحليل النتائج والإجابة على أسئلة الدراسة واختبار فرضياتها .

الملاحظة :

هناك ظواهر وموضوعات متعددة لا يتمكن الباحث من دراستها عن طريق المقابلة أو الاستبيان، ولا بد للباحث من أن يختبرها بنفسه مباشرة، إن دراسة الطقوس الدينية والعادات وبعض التقاليد الاجتماعية والاحتفالات والاعياد تتطلب أن يتصل الباحث مباشرة بهذه الظواهر حيث لا يكفي أن يقوم الباحث بتوزيع استبيان أو إجراء بعض المقابلات، فلا بد من أن يعيش الباحث هذه الظواهر.

والملاحظة هي وسيلة يستخدمها الانسان العادي في اكتسابه لخبراته ومعلوماته حيث نجتمع خبراتنا من خلال ما نشاهده أو نسمع عنه، ولكن الباحث حين يلاحظ فإنه يتبع منهاجاً معيناً يجعل من ملاحظاته أساساً لمعرفة واعية أو فهم دقيق لظاهرة معينة².

¹ د. سعد سلمان المشهداني: منهج البحث العلمي، دار الكتاب الجامعي ، ط1، الإمارات العربية المتحدة، 2017، ص 94

² د. ذوقان عبيدات وآخرون : البحث العلمي مفهومه وأدواته وأساليبه، دار الفكر، ص 143 .

كذلك يقصد بالملاحظة: الانتباه المقصود والموجه نحو سلوك فردي أو جماعي معين؛ بقصد متابعته ورصد تغيراته ليتمكن الباحث من وصف السلوك فقط، أو وصفه وتحليله، أو وصفه وتقويمه. كما تعني أيضاً معاينة منهجية لسلوك المبحوث - أو أكثر - يقوم بها الباحث مستخدماً بعض الحواس وأدوات معينة؛ بقصد رصد انفعالات المبحوث وردود فعله نحو جوانب متعلقة بمشكلة البحث، وتشخيصها وتنظيمها وإدراك العلاقات فيما بينها. وتحثل الملاحظة المنهجية (الميدانية والمعملية) أهمية كبيرة في جمع البيانات والاختبارات الخاصة ببحوث الإعلام. وعرف باحث آخر الملاحظة بأنها: الانتباه إلى ظاهرة، أو حادثة معينة، أو شيء ما بهدف الكشف عن اسبابها وقوانينها، خاصة في الحالات التي يزداد احتمال مقاومة المبحوثين لما يوجه لهم من أسئلة فيمتنعون عن الإجابة أو يلجؤون إلى تحريفها.¹

وقد تم ملاحظة افراد العينة من خلال تتبعهم داخل مجتمعهم؛ وهو المجتمع الجامعي من خلال طريقة كلامهم اسلوب تعاملهم مع الاخر وكذا وسائل التكنولوجيا الحديثة اكثر استخداما وميولا اليها .

المطلب الثالث : مجتمع الدراسة وعينتها .

اولا : مجتمع الدراسة .

ان مجتمع البحث في العلوم الانسانية هو: مجموعة منتهية او غير منتهية من العناصر المحددة مسبقا والتي تركز عليها الملاحظات ، وهي تلك المجموعة التي لها عدة خصائص مشتركة تميزها عن غيرها من العناصر الاخرى والتي يجري عليها البحث او التقصي .²

كما يعرف مجتمع البحث ايضا بانه جميع مفردات الظاهرة التي يدرسها الباحث ، فإذا كان يدرس الباحث مشكلات الاسرة الريفية في الاردن فإن مجتمع بحثه هو الاسرة الريفية في الاردن كافة، واذا كان يدرس مشكلات طلاب المرحلة الثانوية فإن مجتمع بحثه هو طلاب المدارس الثانوية ، اذن مجتمع البحث هو جميع الأفراد او الاشخاص او الاشياء الذين يكونون موضوع مشكلة البحث .³

ومنه فإن دراستنا هذه الموسومة بأثر استخدام التكنولوجيا الحديثة على الهوية الثقافية للطلبة الجامعيين فإن مجتمع البحث الخاص بدراستنا هم الطلبة الجامعيين ونظرا لاستحالة دراسة جميع افراد مجتمع البحث الخاص بدراستنا وجب علينا اختيار جزء من هذا المجتمع وهذا ما يسمى في البحوث الاكاديمية والعلمية بالعينة فأبلغ مثال على فهم هذا الجزء وهو ان الطبيب لا يحلل دم المريض لمعرفة المرض بل يتوجب عليه اخذ جزء صغير منه ، لأن الخصائص ثابتة وواحدة . وعليه فقد تم اختيار العينة التي يتوجب علينا تطبيق دراستنا عليها هم طلبة جامعة المسيلة .

ثانيا : عينة الدراسة .

¹ د. سعد سلمان المشهداني: المرجع السابق، ص 118.

² موريس انجرس: منهجية البحث العلمي في العلوم الانسانية، ط1، ترجمة بوزيد صحراوي وآخرون، دار القصة للنشر، ص 289 .

³ د نوقان عبيدات وآخرون: البحث العلمي مفهومه وادواته واساليبه، دار الفكر، ص 143 .

ان دراستنا هذه والتي كانت تحت عنوان اثر استخدام التكنولوجيا الحديثة على الهوية الثقافية للطلبة الجامعيين – مواقع التواصل الاجتماعي نموذجا – هي دراسة ميدانية نعتمد فيها على المنهج المسح الوصفي والذي بدوره يعتمد على استخدام العينة، اذ يتم اختيار عينة من مجتمع البحث وبعده يتم تعميم النتائج عليه.

تعتبر العينة جزء هام في نجاح البحث العلمي لما توفره من جهد على الباحث، كما توفر الوقت فهي تحتوي على بعض العناصر التي تم اختبارها منه بطريقة معينة، وذلك بقصد دراسة خصائصها في المجتمع الأصلي.¹

وقد تم اعتماد العينة المتعددة المراحل (العنقودية) في هذه الدراسة ويمكن اختيارها عشوائيا أو عمديا، تبعاً لأهداف الدراسة وخصائص مفرداتها وحجمها، ودرجة تجانسها. وقد تم اختيار عينة دراستنا وفقاً للمراحل التالية:

- 1- وقع اختيارنا بأسلوب قصدي على شريحة الطلبة الجامعيين الجزائريين، كونهم الأكثر استخداماً وتعرضاً للتكنولوجيات الحديثة، من بينها شبكات التواصل الاجتماعي، والذين يمثلون المجتمع المستهدف للدراسة.
- 2- كما تم كذلك اختيار المجتمع المتاح، والذي يتمثل في طلبة جامعة المسيلة بأسلوب قصدي، وذلك لعدة أسباب، أهمها انتماء الباحث لهذا المجتمع، والقرب المكاني، وقلة التكاليف.
- 3- أما عن مفردات العينة، فقد عمد الباحث بتقسيم مجتمع البحث إلى وحدات 3 أولية نختار من بينها عينة بطريقة عشوائية، ثم تقسم الوحدات الأولية المختارة إلى وحدات ثانوية نختار من بينها عينة جديدة، ثم تقسم الوحدات الثانوية المختارة إلى وحدات أصغر يختار منها عينة عشوائية.

ونظراً لضخامة عدد الطلبة المسجلين بجامعة المسيلة ، فقد اعتمد الباحث على العينة المتعددة المراحل بتطبيق المراحل السابقة، وذلك بأخذ عينة من إحدى الكليات المتواجدة بجامعة المسيلة ومن منه يتم أخذ عينة من الطلبة المسجلين ضمن قسم من الأقسام المكونة لهذه الكليات ومن ثمة يتم اختيار العينة من الطلبة المسجلين في إحدى تخصصات هذا القسم ، وقد وقع الاختيار بشكل عمدي على كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، ونظراً لضخامة عدد الطلبة المسجلين في بكلية العلوم الإنسانية والاجتماعية وقع الاختيار على 43 طالب بقسم علوم الاعلام والاتصال تخصص اتصال وعلاقات عامة مستوى ماستر 02.

حيث تم ارسال اليه الاستمارة الالكترونية عبر موقع التواصل الاجتماعي الفايس بوك وتضمنت التحليل الاولي لنتائج البحث على خصائص خاصة العينة وفق متغير الجنس، السن، المستوى المعيشي وهي كالتالي :

¹ محمد عبد الفتاح وآخرون: البحث العلمي الدليل التطبيقي للباحثين، ط1، دار وائل للنشر، الأردن، 2006، ص186.

الجدول رقم (01) : يبين عدد المفردات التي تناولتها الدراسة.

الجنس	تكرارات (ت)	نسبة المئوية (%)
ذكر	26	60.5
انثى	17	39.5
مجموع	43	100

يوضح الجدول أعلاه رقم 1 عدد المفردات التي تناولتها الدراسة، حيث بلغت 43 مفردة، موزعة على كل من الإناث والذكور، ونلاحظ ارتفاع محسوس في جنس الذكور بتكرار 26 بنسبة 60.5 % يقابله الإناث بتكرار 17 أي بنسبة 39.5 % .

ويرجع ارتفاع نسبة الذكور مقارنة بنسبة الإناث إلى عدة عوامل، منها ان الطلبة يمكنهم توفير المال لشراء وسائل التي تسهل عملية استخدام مواقع التواصل الاجتماعي او الخدمات من اجل ذلك مثل العمل خارج دوام الدراسة عكس الاناث .

الجدول رقم (03) : يبين توزيع الافراد حسب السن.

السن	تكرارات (ت)	نسبة المئوية (%)
23/21	14	32.6
26/24	15	34.9
27 فما فوق	14	32.6
المجموع	43	100

يبين الجدول أعلاه رقم 02 توزيع أفراد العينة حسب السن، حيث نجد أن الفئة العمرية الأكثر استخداما لمواقع التواصل الاجتماعي هي الفئة العمرية (23/12) بتكرار 15 أي بنسبة 34.9 % تليها الفئة العمرية (26/24) بتكرار 14 بنسبة 32.6 % في حين سجلت نسبة 32.6 % أي بتكرار 14 للفئة العمرية (27 فما فوق)

نلاحظ التقارب الكبير بين الفئات العمرية للمبحوثين او للذين تم اختيارهم لهذه الدراسة، بحكم أن شهادة البكالوريا يتحصل عليها الطالب في سن 18 في الحالة الطبيعية، ويتحصل على شهادة الليسانس في سن 21 ومنه يكون طلبة الماستر 2 من سن 23 فما فوق في بداية الدراسة في هذا الطور. حيث نجد أن الطالب في هذه المرحلة العمرية يبدأ بتشكيل هويته، وذلك بالبحث عن فضاءات ووسائل للتعبير عن آرائه ومواقفه، وكذا محاولته للتعرف على العالم الخارجي، وبالتالي فهو يلجأ إلى استخدام مواقع التواصل الاجتماعي للتعبير عن الذات.

الجدول رقم (04) : يبين مستوى المعيشي لأفراد العينة المدروسة.

المستوى المعيشي	تكرارات (ت)	نسبة المئوية (%)
ضعيف	2	4.7
متوسط	38	88.4
جيد	3	7
المجموع	43	100

المطلب الرابع : حدود الدراسة الميدانية .

تشمل هذه الدراسة على المجالات والحدود التالية :

اولا : حد المكاني : انجزت هذه الدراسة بجامعة محمد بوضياف بالمسيلة ؛ وهي جامعة جزائرية أنشأت جامعة ولاية المسيلة في عام 1985 من خلال فتح معهد للتعليم العالي في الميكانيك، ثم في عام 1989 تم فتح معهد الهندسة المدنية و معهد التقنيات الحضرية. وفي عام 1992 أصبحت مركز جامعي، أما في عام 2001 أصبحت جامعة، مع أربع كليات و23 قسما.

حالياً يوجد بالجامعة سبع كليات، معهدين و ثلاثة و عشرون مخبراً للبحث معتمدة من طرف وزارة التعليم العالي والبحث العلمي.

يقدر عدد الموظفين بالجامعة حاليا حوالي 1265 موظفا من متعاقدين و دائمين.

و من المعروف عن الجامعة جودة و كفاءة أساتذتها المقدر عددهم بحوالي 1402 و الذين يقدمون دروسا في شتى
الميادين لحوالي 29629 طالباً.¹

ثانيا : حد الزماني : انجزت هذه الدراسة في الفترة الممتدة من 11 فيفري الى غاية 28 سبتمبر 2020 .

ثالثا : حد البشري : كان المعني من هذه الدراسة هو الطالب الجامعي الجزائري وبالتحديد طلبة جامعة محمد
بوضياف بالمسيلة وبضبط طلبة ماستر 02 اتصال وعلاقات عام بقسم الاعلام والمتعرضين لتكنولوجيات الحديثة وذلك
لمعرفة تأثير هذه التكنولوجيا على الهوية الثقافية للطلبة.

¹ الموقع الرسمي لجامعة المسيلة، عن الجامعة، نبذة عن الجامعة، 1 زوالا و 38 دقيقة، -[https://www.univ-
msila.dz/ar/?page_id=473](https://www.univ-msila.dz/ar/?page_id=473)

الفصل الثاني

التكنولوجيا الحديثة والمواقع التواصل الاجتماعي

المبحث الاول : ماهية التكنولوجيا الحديثة للإعلام والاتصال.
المبحث الثاني : المواقع التواصل الاجتماعي .

المبحث الاول: ماهية التكنولوجيا الحديثة للإعلام والاتصال.

المطلب الاول : مفهوم التكنولوجيا الحديثة للإعلام والاتصال .

قبل أن نعرف تكنولوجيا الاعلام و الاتصال الحديثة يجب أولاً أن نحدد ماهية التكنولوجيا في حد ذاتها، ذلك أن الجديد فيها ليس معناها وإنما لفظها، فالظاهرة نفسها قديمة قدم المجتمعات الانسانية، ومن الخطأ أن نربط بين التكنولوجيا وبين المخترعات الحديثة التي تعتبر آخر المراحل في تطور الظاهرة الاتصالية، وكلمة تكنولوجيا كلمة معربة لا أصل لها في كتب اللغة والقواميس وما يقابلها في اللغة العربية هو مصطلح "تقنية" وكلمة تكنولوجيا مكونة من مقطعين هما: "تكنيك" والذي معناه الطريق أو الوسيلة و "لوجي" التي تعني العلم، وبالتالي يكون معنى الكلمة كلها "علم الوسيلة" الذي بها يستطيع الإنسان أن يبلغ مراده.¹

ويحدد "الدكتور زاهر أحمد" مصطلح التكنولوجيا في ثلاث مفاهيم اساسية وهي :

- **التكنولوجيا عملية:** وهو التطبيق المنظم للمحتوى العلمي أو المعلومات بغرض أداء محدد يؤدي في النهاية إلى حل مشكلة معينة.
- **التكنولوجيا كمنتج:** محصلة تطبيق الأساليب العملية يكون في المساعدة في إنتاج الآلات والخامات، والفيلم كمادة خام وآلة العرض نفسها هما نتاج للتطبيق التكنولوجي للمفاهيم والأساليب العلمية.
- **التكنولوجيا كمزيج للأسلوب والمنتج:** من هذا يتضح أن عملية الاختراع تصاحبها عملية إنتاج وبالتالي لا يمكن فصل التكنولوجيا كأسلوب عنها كمنتج وأوضح مثال على ذلك هو الحاسب الآلي، فنفس الجهاز يصاحبه دائماً تطور في إنتاج البرامج وتوسع كبير فيها.²

أما الاتصال فهو تبادل الأفكار و المعلومات و الآراء بين طرفين أو أكثر عن طريق أساليب و وسائل مختلفة مثل الإشارة ، الكلام ، القراءة و الكتابة و بالتالي نعني بتكنولوجيا الاتصال " أي أداة أو جهاز أو وسيلة تساعد على إنتاج أو توزيع أو تخزين أو استقبال أو عرض البيانات و استرجاعها من خلال النظر إلى التعريف المقدم لتكنولوجيا الاتصال نجد أنه من الصعب إيجاد وجه للشبه بين مختلف وسائل تكنولوجيا الاتصال مثلاً: الهاتف ، الآلة الكاتبة ، الحاسب الإلكتروني من الناحية الظاهرية ، أما من الناحية الضمنية للدور الذي تؤديه هذه الأجهزة فإننا نجد أن تكنولوجيا الاتصال تزيد من طاقة الانسان وقدراته المختلفة وبالتالي يمكن القول أن تكنولوجيا الاتصال هي مجموع التقنيات أو الأدوات أو الوسائل أو النظم المختلفة التي يتم توظيفها لمعالجة المضمون أو المحتوى الذي يراد توصيله من خلال عملية الاتصال الجماهيري أو الشخصي أو التنظيمي أو الجمعي و الني يتم من خلالها جمع المعلومات و البيانات المسموعة أو المكتوبة أو المصورة أو المرسومة أو المسموعة المرئية أو المطبوعة أو الرقمية من خلال الحاسبات الإلكترونية ثم تخزين هذه البيانات و

¹ حديد يوسف ، براهمة نصيرة: تكنولوجيا الاتصال الحديثة واختراق الخصوصية الثقافية للأسرة الحضرية الجزائرية، مجلة العلوم الانسانية والاجتماعية، العدد 17، جامعة جيجل، ديسمبر 2014، ص 261.

² بطاش كمال: دور التكنولوجيات الحديثة للاعلام والاتصال في تفعيل العمل التشريعي، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في علوم الاعلام والاتصال، جامعة الجزائر 01، 2010/2009، ص 17

المعلومات و استرجاعها في الوقت المناسب و أخيرا نشر هذه المواد الاتصالية و نقلها من مكان إلى آخر و تبادلها، وقد تكون تلك التكنولوجيات يدوية أو آلية أو إلكترونية حسب مرحلة التطور التاريخي لها و المجالات التي يشملها هذا التطور.¹

ومنه يمكن القول ان التكنولوجيا الاعلام والاتصال الحديثة تعني اساسا تلك الموصولة بالكمبيوتر، لها عدة تشمل مجالات وتطبيقات متنوعة مثل تشخيص المعارف عموما وتنظيم المؤسسات خصوصا.

وتظهر التكنولوجيات الحديثة للإعلام والاتصال من خلال الجمع بين الكلمة مكتوبة ومنطوقة، ساكنة ومتحركة وبين الاتصالات سلكية ولا سلكية، ارضية او فضائية ثم تخزين المعطيات وتحليل مضامينها واتاحتها بشكل المرغوب وفي الوقت المناسب، وبالسرعة اللازمة.

ويرى الكاتب "معالي فهيمي حيزر" بأنها التكنولوجيات المستخدمة في تشغيل ونقل وتخزين المعلومات وفي شكل الكتروني، وتشمل تكنولوجيا الحاسبات الآلية ووسائل الاتصال وشبكات الربط و أجهزة الفاكس وغيرها من المعدات التي تستخدم بشدة في الاتصالات. فتكنولوجيا الحديثة هي خليط من أجهزة الحواسيب الالكترونية ووسائل الاتصال الحديثة المختلفة، وفي مقدمتها الفضائيات التلفزيونية و الأنترنت وبالتالي فإن تكنولوجيا الحديثة يستخدمها الطلبة الجامعيين الجزائريين للسعي وراء بناء نظم الحياة وتغيير أنماطها الاجتماعية والسياسية.²

المطلب الثاني: تطور التاريخي لتكنولوجيا الاعلام والاتصال.

الثورة الاولى : تعتبر ظاهرة الاتصال قديمة قدم المجتمعات الإنسانية حيث نستطيع أن نلمس ملامحها منذ البدايات الأولى للتواجد الإنساني , إذا كان لا بد من وجود وسائل يعبر بها الإنسان عن أفكاره للآخرين و ينقل لهم خبراته , لذا ابتكر وسائل بدائية حسب ما أتيح له , فاستخدم بداية صوته و كانت بذلك المرحلة الأولى للاتصال أو ما يطلق عليها " بالمرحلة الشفافية الكلية أو مرحلة ما قبل التعلم وكانت وسيلة الاتصال الرئيسية فيها هي الكلمة المنطوقة و الحاسة الأساسية هي حاسة السمع ثم أتى تطور لغة لكي يعطي قوة للاتصال الإنساني، ونتيجة لذلك اقترب الناس من بعضهم البعض و اتسموا بالعاطفية و كانت الشائعة هي أول شكل من أشكال الإعلام و الاتصال حيث كانت الأخبار تنتقل من الفم إلى الأذن و بانتقالها كانت تضخم بل كانت تتغير و تشوه حيث تضيق حقيقتها في أحيان كثيرة.³

الثورة الثانية : لقد حدثت هذه الثورة عندما استطاع السومريون اقدم طريقة للكتابة في العالم واستطاعوا الكتابة على الطين البين، وذلك من حوالي 3600 سنة قبل الميلاد حيث حفظت هذه الألواح الطينية الفكر الاجتماعي والسياسي والفلسفي في مراحلها الأولى . وقد استغرقت هاتين الثورتين الاتصاليتين معظم التاريخ البشري، وكانت السمة الرئيسية لهذا العصر

¹ حديد يوسف ، براهمة نصيرة: تكنولوجيا الاتصال الحديثة واختراق الخصوصية الثقافية للأسرة الحضرية الجزائرية، مرجع السابق، ص 262.

² أ. وليد عبدلي: استخدام الطلبة الجامعيين لوسائل التكنولوجيا الحديثة وتأثيرها في الحراك السياسي، المجلة الجزائرية للأمن والتنمية، العدد 10،

جامعة باتنة01، جانفي 2017، ص 496

³ حديد يوسف، براهمة نصيرة: مرجع السابق، ص 260.

هي الفردية الاتصالية سواء في مرحلة الحديث والمشاهدة او حتى بعد اختراع الكتابة، وظلت الفردية هي طابع الاتصال عبر هذا العصر الطويل .

الثورة الثالثة: لقد اقترنت الثورة الثالثة بظهور الطباعة في منتصف القرن الخامس عشر؛ ويتفق معظم المؤرخين على ان " يوحنا جوتنبرج " هو اول من فكر في اختراع الطباعة بالحروف المعدنية المنفصلة وذلك سنة 1436م، واتم طباعة الكتب المقدس باللغة اللاتينية في عام 1955م.¹

الثورة الرابعة: خلال القرن التاسع عشر بدأت معالم ثورة الاتصال الرابعة التي اكتمل نموها في النصف الاول من القرن العشرين. فقد شهد القرن التاسع عشر ظهور عدد كبير من وسائل الاتصال استجابة لعلاج بعض المشكلات الناجمة عن الثورة الصناعية. فقد ادى التوسع في التصنيع الى زيادة الطلب على المواد الخام، وكذلك التوسع في فتح أسواق جديدة خارج الحدود، وبالتالي اصبحت الأساليب التقليدية اساليب سريعة لتبادل المعلومات التجارية، وبالتالي اصبحت الاساليب التقليدية للاتصال لا تلبي التطورات الضخمة التي يشهدها المجتمع الصناعي. وقد بذلت محاولات عديدة للاستغلال ظاهرة الكهرباء بعد اكتشافها، وظهرت العديد من المخترعات الجديدة نتيجة استغلال الطاقة الكهربائية.

في عام 1824 اكتشف العالم الانجليزي "وليم سترجون" الموجات الكهرومغناطيسية واستطاع "صمويل مورس" اختراع التلغراف في عام 1938، وابتكر طريقة للكتابة تعتمد على النقط والشرط، وقد تم مد خطوط التلغراف السلوكية عبر كل اوروبا وامريكا والهند وخلال القرن التاسع عشر .

وتمكن العالم الايطالي الاصل "جوجليلمو ماكوني" من اختراع اللاسلكي في عام 1896، وكانت هي المرة الاولى التي يتم فيها انتقال الصوت الى مسافات بعيدة بدون استخدام الاسلاك

وكان الالمان والكنديون اول من بدأ في توجيه خدمات الراديو المنتظمة من عام 1919، ثم تبعتهما الولايات المتحدة الامريكية في عام 1920.

وكذلك بدأت تجارب التلفزيون في الولايات المتحدة الامريكية منذ اواخر العشرينات مستفيدة بما سبقها من دراسات وتجارب عملية في مجالات الكهرباء، والتصوير الفوتوغرافي، والاتصالات السلوكية واللاسلكية.

وفي اول يوليو 1941 بدأت خدمات التلفزيون التجاري في الولايات المتحدة الامريكية وفي نهاية عام 1942 بلغ عدد محطات التلفزيون الامريكية عشر محطات تجارية.

واكتسبت وسائل الاتصال الجماهيري اهمية كبيرة في القرن العشرين، وخاصة الوسائل الالكترونية باعتبارها قنوات اساسية للمعلومات والاعخبار والترفيه، واصبحت برامج التلفزيون تعكس قيم المجتمع وثقافته واساليب معيشة افراده، وعكست برامج الراديو اهتمامات الناس وقضاياهم الاساسية، وقدمت الافلام السينمائية واقع المجتمع وطموحاته وخيالاته،

¹ ماهر عودة الشمالية وآخرون: تكنولوجيا الاعلام والاتصال، دار العصار للنشر والتوزيع، الطبعة 01، 2015، ص 67.

وساعدت الاعلانات في تلبية حاجات الناس الى السلع والخدمات، وعبرت التسجيلات الموسيقية عن التحرر العاطفي والاسترخاء والتفكير. واصبحت وسائل الاتصال الالكترونية النافذة التي نرى فيها انفسنا وعالمنا.¹

ثورة الخامسة : بحلول النصف الثاني من القرن العشرين بدأت ثورة الاتصال الخامسة على مرحلتين؛ تمثلت المرحلة الاولى في ظهور الحاسب الالى كذاكرة الية ذكية لحفظ وتحليل كميات هائلة من المعلومات. وتمثلت المرحلة الثانية في اطلاق الاقمار الصناعية كعيون وآذان صناعية خارقة معلقة في السماء لنقل النصوص، الصور والاصوات.

ولقد ادري الاندماج ما يسمى بـ " ظاهرة انفجار المعلومات " والتي تتمثل في المعالجة الآلية للمعلومات، وتخزينها واسترجاعها باستخدام الحاسب الآلي في اقل حيز متاح وبأسرع وقت ممكن، وسريان تلك المعلومات وتدفقها عبر الدول والقارات بطريقة فورية في شكلها المكتوب، المسموع، الورقي باستخدام الأقمار الصناعية. وهو ما ادى الى نمو الهائل المتضاعف في حجم الانتاج الفكري، تشنته، تنوع مصادره، تعدد اشكاله واتساع مجاله ليشمل كافة مجالات النشاط الانساني، الامر الذي ادى الى ان تتحول أنشطة انتاج المعلومات الى صناعة متكاملة وبالتالي فقد كانت ثورة الاتصال الخامسة هي ثورة المعلومات.

ثورة السادسة: ويفرض علينا العصر الراهن ضرورة الاعتراف بان ثمة ثورة سادسة للاتصال هي أخذة في التشكل تحت انظارنا وتتمثل في " شبكات المعلومات " و " الطريق السريع للمعلومات " .

وتتمثل شبكة الأنترنت النموذج الامثل لشبكات المعلومات، ولذلك يطلق عليها شبكة الشبكات لما تتضمنه من عدد هائل من الشبكات المترابطة، كما انها تمثل تلخيصا لكافة فاعليات وسائل الاعلام و الاتصال بما توفره من قدرة على جمع بين كافة الاشكال الاتصالية (النصية، الصوتية والمرئية) وقدرة على الجمع بين كافة الانواع الاتصالية (الاعلامية، الاتصالية والمعلوماتية).²

المطلب الثالث: اهم انواع التكنولوجيا الحديثة .

- **الانترنت:** تعتبر شبكة الانترنت بمثابة مجموعة مهولة من الشبكات المتصلة ببعضها البعض (سلكيا ولاسلكيا) ولذلك يطلق عليها اسم " شبكة الشبكات " وتمثل شبكة الانترنت الوسيلة الأكثر شمولا وتقدما في عالم شبكات الاتصال والاعلام والمعلوماتية في عالمنا الراهن، حيث تمتلك من القدرة ما يمكنها من تحقيق الاتصال متعدد الوسائط السمعي البصري المعلوماتي والذي تجتمع فيها ثلاثية الصورة، الصوت والنص مع القدرة الكاملة على

¹ د حسن عماد مكاي: تكنولوجيا الاتصال الحديثة في عصر المعلومات، دار المصرية اللبنانية، ط1، 01، 1993، ص 44-45.

² بطاش كمال: دور التكنولوجيات الحديثة للاعلام والاتصال في تفعيل العمل التشريعي، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في علوم الاعلام والاتصال، جامعة الجزائر 01، 2010/2009، ص 17

تحقيق التفاعلية بين اطراف الاتصال لحظيا والفضل في ذلك يرجع لكون الانترنت تجمع فيها كافة التكنولوجيا الاتصالية، الاعلامية والمعلوماتية في خدمة واحدة.¹

- **التلفزيون:** معنى كلمة تلفزيون هو الرؤية عن بعد. استعملت هذه الكلمة لأول مرة عام 1900. أما من الناحية الفنية فيمكن تعريف نظام التلفزيون بأنه طريقة ارسال واستقبال الصورة والصوت بأمانة عن بعد بواسطة الموجات الكهرومغناطيسية والاسلاك النحاسية والالياف البصرية والاقمار الصناعية.
- **الهاتف النقال:** هو جهاز اتصال يختلف حجمه من نوع لأخر، ويسمح ببث واستقبال مختلف المكالمات الهاتفية والرسائل النصية و الصور، بسرعة كبيرة، وهذا عن طريق شريحة الكترونية مرتبطة بشبكة الاتصالات الرقمية.
- **الاقمار الصناعية:** عبارة عن جهاز استقبال، يسير في مدار الفضاء الخارجي، خارج الجاذبية الارضية ويسير مع دوران الارض وهو قادر على اعادة نقل الاشارات الى نقطة أخرى على سطح الأرض اذ يعتبر نوعا من سفن الفضائية يدور مع دوران الأرض، او أي جسم سماوي اخر.²

المطلب الرابع : خصائص تكنولوجيا الحديثة .

- **التفاعلية :** وذلك لوجود سلسلة من الأفعال الاتصالية، فالمرسل يستقبل ويرسل في الوقت نفسه، وكذلك المستقبل ومثال ذلك بعض الوسائل التي يوجد فيها تفاعل بين المستخدم والمرسل مثل الهاتف، التلفاز التفاعلي والمؤتمرات عن بعد والكمبيوتر الشخصي الذي يستخدم في الاتصال وكذلك البريد الالكتروني... الخ
- **اللاتزامنية:** وتعني إمكانية إرسال الرسائل واستقبالها في وقت مناسب للفرد المستخدم ولا تتطلب من كل المشاركين أن يستخدموا النظام في الوقت نفسه فمثلا في نظم البريد الالكتروني ترسل الرسالة مباشرة من منتج الرسالة إلى مستقبلها في أي وقت دون الحاجة لتواجد المستقبل للرسالة .
- **قابلية الحركة :** هناك وسائل اتصالية كثيرة يمكن لمستخدميها الاستفادة منها في الاتصال من أي مكان مثل الهاتف النقال، جهاز الفيديو يوضع في الجيب، وجهاز فاكسميل يوضع في السيارة وحاسب آلي نقال مزود بطابعة .
- **قابلية التحويل:** وهي قدرة وسائل الاتصال على نقل المعلومات من وسيط إلى آخر كالتقنيات التي يمكنها تحويل الرسالة المسموعة إلى رسالة مطبوعة وبالعكس، والأفلام السينمائية التي يمكن عرضها في دور السينما وعلى أشرطة الفيديو وعلى الأسطوانات المدمجة على الرغم من اختلافها في الشكل .
- **الشيوع والانتشار:** ويعني به الانتشار المنهجي لنظام الاتصال حول العالم وفي داخل كل طبقة من طبقات المجتمع ولا يكون حكرا على الاثرياء فقط وإنما يشمل كل فئات وطبقات المجتمع .
- **الكونية:** البيئة الأساسية الجديدة لوسائل الاتصال هي بيئة عالمية دولية حتى تستطيع المعلومة أن تتبع المسارات المعقدة، كتعدد المسالك التي يتدفق عليها رأس المال إلكترونيا عند الحدود الدولية في أي مكان في العالم.¹

¹ بطاش كمال: دور التكنولوجيا الحديثة للاعلام والاتصال في تفعيل العمل التشريعي، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في علوم الاعلام والاتصال، جامعة الجزائر 01، 2010/2009، ص 40

² عايد كمال: تكنولوجيا الاعلام والاتصال وتأثيرها على قيم المجتمع الجزائري، اطروحة دكتوراه ، جامعة ابي بكر بلقايد تلمسان، 2017/2016،

المطلب الخامس: إيجابيات وسلبيات التكنولوجيا الحديثة .

أولاً: إيجابيات :

- من بين إيجابيات هذه التكنولوجيا في حياة الفرد نجد أن هذه التكنولوجيات تحتاج إلى ذكاء مستخدمها بدلاً من عضلاتهم. فهي تقدم العون للبشر من خلال توفيرها قدراً أكبر من التسهيل في تخزين المعلومات وتراكمها ونقلها، بإمكاننا من خلالها أن ندير الأعمال وندرس العالم ونستكشف ثقافته المغايرة ونختار أصدقاء جدد يمثلوننا في اهتماماتهم .
- توفير اليوم الذكاء العملي لأقل العقول توافقاً وهي في سبيلها لإلغاء الفروق الجسدية بين المعوقين والأصحاء وننجز اليوم إلغاء الفروق العمالة على الأقل بين الذكور والإناث .
- تحقيق فتحة جديدة في عالم الاقتصاد، فيما يطلق عليه اليوم الاقتصاد الجديد وهو الذي يقصد به تلك القطاعات الجديدة العاملة في مجال التكنولوجيا الدقيقة والمعلوماتية والاتصالات، والتي تشكلت في العقد الأخير واكتسحت أسهمها الأسواق المالية بسرعة مختلفة وراءها الشركات العريقة للقطاع الصناعي التقليدي .
- توسيع نطاق توزيع المعلومات، تخفيف الضغط على المناطق الحضرية من خلال تمكن الأفراد من العمل في المنزل أو من مكاتب بعيدة فرص جديدة فيما يتعلق بالعمل والتعليم والتجارة والترفيه .

ثانياً: سلبيات :

- حدوث الفجوة المعرفية بين الدول المالكة لهذه التكنولوجيا والدول المستوردة لها مثلما يحدث اليوم بين الدول الأوروبية والعربية، فإن لم تسارع الدول العربية إلى المشاركة في هذه الثورة التكنولوجية الاتصالية والإعلامية الجديدة، فإن هناك خطر احتمال زيادة تهميشها وزيادة احتمالات حوث العزلة الثقافية والدينية والعرقية التي يمكن أن تؤدي إلى صراعات محلية وإقليمية.
- اندماج تكنولوجيا الاتصال والإعلام والمعلومات في منظومة واحدة، وأحد أدوات الرئيسية للعولمة الراهنة بأبعادها الاقتصادية والسياسية والثقافية.
- تفكيك الثقافات والغزو الثقافي والتلويث الثقافي وإفساد الثقافات الوطنية ومسائل الهوية الثقافية، لأنه وبكل بساطة أن هذه التكنولوجيات الحديثة لا تعبأ بانتقاداتنا وأخلاقياتنا ولا تنتظر حتى نكمل بإقليمنا ونفدنا وتنفيذنا لسلبياتها بل هي تتقدم دون أن تنتظر أن نصبح متهيئين لمعانقتها.

¹ حديد يوسف، برهمية نصيرة: تكنولوجيا الاتصال الحديثة واختراق الخصوصية الثقافية للأسرة الجزائرية، المرجع السابق، ص 263

- كل مؤشرات تطور تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة تشير إلى انعدام أو وشوك انعدام قدرة أي جهة أو سلطة على المنع أو على التحكم بسبل المعلومات المتدفقة، بدءاً من الحكومات، أو أجهزة المخابرات وانتهاءً بـرجل الدين ورب الأسرة وهذا ما يعود بالخطورة على أولادنا وثقافتنا وتقاليدنا وعاداتنا وقيمنا الاجتماعية والثقافية والدينية.
- لقد ساهمت هذه التكنولوجيا الحديثة في مجال الإعلام والاتصال الوافدة في الانحدار باللغة العربية الفصحى، لغة القرآن الكريم بحجة البساطة في فهم الرسالة وزرعت هذه التكنولوجيا العديد من المصطلحات التي أصبحت تروج في الأحاديث العامة والكتابات المتخصصة، كما ساعدت هذه التكنولوجيا على شيوع الكتابات الركيكة والتعبيرات الغامضة غير محددة المعنى مما ساهم في ضحالة الفكر.
- لقد عملت تكنولوجيا الاتصال والإعلام الحديثة على تكريس وإشاعة قيم الاستهلاك الغربي، وفرض النموذج الثقافي الأورو-أمريكي وترسيخ قيم الامتثالية والقضاء على التنوع الثقافي للمجتمع وهذا ما تسعى إليه كل من الإمبراطوريات الإعلامية الكبرى.
- لم يعد هناك مجال لحياة الفرد الخاصة كجسمه وعائلته وممتلكاته وقيمه في ظل التطور الهائل لتكنولوجيا الاتصال الحديثة.
- التأثيرات الصحية لتكنولوجيا الاتصال والإعلام الحديثة على الجانب البيولوجي والفيزيولوجي والنفسي للأفراد، فالعديد من الأمراض كان سببها الاستخدام المفرط لهذه التكنولوجيات مثل الصداع الاكتئاب، العزلة، ضعف البصر، الإرهاق، ضغط الدم، القلق، أوجاع الظهر، ضعف السمع... الخ¹

¹ بن خولة صديقة، مغراوي نعيمة: تكنولوجيا الاعلام والاتصال في المؤسسة الاستشفائية العمومية، مذكرة تخرج، جامعة عبد الحميد ابن باديس مستغانم، 2016/2017، ص 33

المبحث الثاني : المواقع التواصل الاجتماعي .

المطلب الاول : نشأت مواقع التواصل الاجتماعي وتعريفها .

اولاً: نشأتها

تعود بذور مواقع التواصل الاجتماعي إلى أواخر القرن العشرين الذي شهد ثورة تكنولوجية هائلة في جميع المجالات وعلى جميع الأصعدة، ومواقع التواصل الاجتماعي كغيره من أنواع التكنولوجيا بدأت تدريجياً من عدم التأثير إلى التأثير الفعال الذي أصبح يشارك ويتفاعل ويعبر فيه أشخاص من جميع أنحاء العالم ومن جميع الأطياف والمستويات.

في البداية يعد **SixDeegrees.com** أول موقع في الشبكات الاجتماعية تأسس عام 1997، وسمح بتكوين ملفات شخصية للمستخدمين، واختيار اصديقائهم، وبعد عام اتاح الموقع فرصة الابحار في ملفات هؤلاء الاصدقاء، وعلى الرغم من النجاح في استقطاب ملايين المستخدمين فان العامل الاقتصادي حال دون استمرار هذا الموقع، مما اضطره للأقفال.

بحلول عام 2000 ظهرت العديد من المواقع الاجتماعية، ساهمت في اجتماع الأفراد والمنظمات الذين لديهم مصالح مشتركة سواء كانت تلك المصالح في الموسيقى أو التعليم أو الأفلام أو الصداقات والتفاعل والتواصل باستخدام هذه المواقع الاجتماعية. ومن بين هذه المواقع **LunarStorm cyworld, ryze : Wikipedia**.

وفي العام 2001 ظهرت مواقع جديدة منها: **Fotolog ,sky blog, Friendster**. وأيضاً في العام 2003 ظهرت مواقع أخرى جديدة وهي: **Hi5, lastFm tribe.net, MySpace , LinkedIn** وغيرها. كما شهد العام 2004 ظهور مواقع أكثر شعبيه وهي: **Facebook , Harvard , Dogster , Mixi evolved**. وأخيراً وفي العام 2005 أسماء كبيرة ظهرت على ساحة مواقع التواصل الاجتماعي مثل: **You , Yahoo! 360, 2011**.

1. Seymour Cyword Tube

ثانياً: تعريفها

¹ ايمن شافي سمير الشرفات: اثر مواقع التواصل الاجتماعي على الاحتجاجات العربية، مجلة المنارة، المجلد 23، العدد 01، 2017، ص 15

تعرف مواقع التواصل الاجتماعي على أنها: منظومة من الشبكات الإلكترونية التي تسمح للمستخدم فيها بإنشاء موقع خاص به، و من ثم ربطه عن طريق نظام اجتماعي إلكتروني مع أعضاء آخرين لديهم الاهتمامات والهوايات نفسها. ويعرف أيضاً الإعلام الاجتماعي على أنه: المحتوى الإعلامي الذي يتميز بالطابع الشخصي، والمتناقل بين طرفين أحدهما مرسل والآخر مستقبل، عبر وسيلة/ شبكة اجتماعية، مع حرية الرسالة للمرسل، وحرية التجاوب معها للمستقبل.

وتضع كلية شريديان التكنولوجية *Sheridan* تعريفاً اجرائياً للإعلام الجديد على أنه: " أحد أنواع الإعلام الرقمي الذي يقدم في شكل رقمي وتفاعلي، ويعتمد على اندماج النص والصورة والفيديو والصوت، فضلاً عن استخدام الكمبيوتر كألية رئيسة له في عملية الإنتاج والعرض، أما التفاعلية فهي تمثل الفارق الرئيس الذي يميزه وهي أهم سماته. وعند الإشارة إلى مواقع التواصل الاجتماعي على أنها الإعلام الجديد فيمكن تعريفه على أنه مصطلح ظهر فعلياً مع نهاية القرن العشرين وبداية القرن الواحد والعشرين بسبب ظهور وسائل إعلام إلكترونية متقدمة جداً قادرة على ربط الناس في كل الظروف والأحوال بالمعلومة وتقدم هذه الفلسفة على مبدأ استغلال بين الوسائل المحوسبة والشبكات الإلكترونية وتكنولوجيا الاتصالات المتقدمة للوصول لأكبر عدد ممكن من الجمهور المهتم بالمعلومة التي تقدمها مؤسسة الاعلام بأقل تكلفة وأقصر طريقة وأسرع نقل زمنياً¹.

المطلب الثاني: انواع المواقع التواصل الاجتماعي .

عندما نعود إلى البحوث والدراسات التي أجريت في هذا الباب نجد أن المحللين والباحثين يصنفون هذه الوسائل والمواقع الاجتماعية إلى خمسة أنواع، وهي :

النوع الاول: يختص بالاتصالات وإيجاد المعلومات وتبادلها، و من الامثلة على هذا النوع :

المدونات (Blogs) : وهي منشورات على شبكة الويب تتألف بالدرجة الاولى من مقالات دورية، وتكون في معظم الاحيان مرتبة ترتيباً زمنياً معكوساً ومن أشهرها :

Open , Blogger ,Word Press ,Diary

المدونات الجزئية (Blogs Micro) : و يميزها عن المدونات العادية صغر حجم كمية المعلومات (نصية، صورة، صوتية، ومرئية) المتداولة عليها، ومنها :

Google , Buzz , Tumblr , Quiku و Twitter وهو أشهرها عالمياً وينبغي بالمناسبة تعريف موجز له : **التويتتر (Twitter) :** هو وسيلة تواصل اجتماعي لا يقل أهمية عن الفيس بوك ويعتبر المنافس الأكبر له، أسس عام 2016م عندما أقدمت شركة (Obvious) الأمريكية على إجراء بحث تطويري لخدمة التدوين المصغر، ويسمح فيه للمغردين إرسال رسائل نصية قصيرة ال تتعدى (141) حرفاً للرسالة الواحدة .

¹ ايمن شافي سمير الشرفات: المرجع السابق، ص 15

مواقع الترابط الشبكي الاجتماعي : وهي مواقع يمكن المستخدمين من التواصل المباشر ببعضهم ومشاركة الاهتمامات والفعاليات، و تحديد موقعهم الجغرافي، و البحث عن الأصدقاء والعمل، أو حتى التعرف على كل ما هو جديد في حياة من تعرف من دون الحاجة للسؤال المباشر مثل :

¹ Instagram, WhatsApp, Facebook, Nimbuzz, My Space, Orkut,

وهذه تعريفات المختصرة لأشهر هذه الوسائل والمواقع وأكثرها تناولا في الوطن العربي :

موقع الفاسبوك (Facebook) : وهو أشهرها؛ أنشئ عام 2014م على يد "مارك زوكربيرغ" الذي كان طالبا في جامعة هارفارد في حينه. وسمي الموقع بهذا الاسم على غرار ما كان يسمى بـ(كتب الوجوه) التي كانت توزع على الطالب بهدف تعارف بعضهم على البعض والتواصل فيما بينهم، واشتهر بسرعة بني الناس، وبلغ عدده الآن أكثر من مليار مستخدم.

الواتس آب (WhatsApp) : وهو تطبيق تراسل فوري، محتكر، ومتعدد المنصات للهواتف الذكية. ويمكن بالإضافة إلى الرسائل الأساسية للمستخدمين، إرسال الصور، و الرسائل الصوتية، و الفيديو والوسائط. وقد تأسس في عام 2019م على يد الأمريكي "بريان أكتون" و الاكراني "جان كوم". وقد قامت شركة الفيس بوك بشراء الواتس آب في 19 فبراير من العام 2014م بمبلغ 19 مليار دولار أمريكي.

إنستغرام (Instagram): هو تطبيق مجاني لتبادل الصور، وشبكة اجتماعية أيضا، أطلق في أكتوبر عام 2011م، يتيح للمستخدمين التقاط صورة، و إضافة فلتر رقمي إليها، ومن ثم مشاركتها في مجموعة متنوعة من خدمات الشبكات الاجتماعية، وشبكة إنستغرام نفسها. وفي الثامن عشر من أبريل من عام 2012م، استحوذت شركة فيس بوك عليه بصفقة بلغت مليار دولار نقدا .

النوع الثاني: مواقع التعاون وبناء فرق العمل، من أمثال:

الويكي (Wiki) : وهي مواقع تمكن العديد من الناس من الاشتراك في تكوين معلومات مترابطة بشكل منطقي عن طريق روابط إلكترونية، من أفضل الأمثلة موقع ويكيبيديا الموسوعة العلمية (Wikipédia) و مواقع الأخبار الاجتماعية. مثل:

Newsvine, Reddit, NowPublic, Mixx, Digg.

ومواقع إدارة الملفات وتحرير النصوص: ومن أشهرها :

box Drop, Syncplicity, Google Docs

¹ عزيز احمد بن عبد الله : وسائل التواصل الاجتماعي واثرها على الفرد، كلية اللغة العربية، جامعة الامام، الرياض، 2015، ص 08

النوع الثالث: مواقع الوسائط المتعددة : ومنها :

مواقع التصوير والفن، ومن أشهرها :

¹ Picasa, Photobucket , Flickr

مواقع مشاركة الفيديو والبث المباشر: وفي هذه النوعية من المواقع يمكن الاجياد والبحث عن العديد من مقاطع الفيديو المرئية وتقييمها، ومنها :

Dailymotion, YouTube, Vimeo, Viddler. وأشهرها اليوتيوب (YouTube) : أسسه في 14 فبراير سنة 2015 م ثلاثة موظفين سابقين من شركة باي بال (Pay Pal) هم: تشاد هيرلي ، وستيف تشي ، و جاويد كريم في كاليفورنيا، ويستخدم تقنية الأدوبي فلاش لعرض المقاطع المتحركة. و محتوى الموقع يتنوع بني مقاطع الأفلام، والتلفزيون، والموسيقى، و الفيديو المنتج . وهو حاليا مزود بـ 67 موظف، وفي أكتوبر 2016م أعلنت شركة Google الوصول الاتفاقية لشراء الموقع مقابل 65.1 مليار دولار أمريكي؛ أي ما يعادل 31.1 مليار يورو .

النوع الرابع: مواقع الرأي والاستعراض: ومنها :

-مواقع استعراضات السلع (reviews Product)

ومواقع الأسئلة والأجوبة : مثل

Ask.com, Quora, answers Wiki, answers yahoo وغيرها من المواقع.

النوع الخامس: المواقع الترفيهية الاجتماعية: وهي تتضمن مواقع العوامل الافتراضية؛ مثل: Active worlds, SecondLife و غيرها كثير، كذلك مواقع مشاركة الألعاب الاجتماعية، من أمثال: Kongreg Miniclip.²

المطلب الثالث: خصائص المواقع الافتراضية .

ان مواقع التواصل الاجتماعي تحتوي على مميزات وخصائص ساهمت في هذا الانتشار الواسع في استخدامها وقد احدثت ايضا ثورة في المحتوى الإعلام ي وذلك من خلال خفض مستوى الاحترافية المطلوبة للمشاركة، حيث أصبح بالإمكان قيام الهواة بإعداد ذلك المحتوى دون حاجة إلى التعقيدات الاحترافية اللازمة في المؤسسات الإعلامية التقليدية، وبتكلفة منخفضة جداً. وقد أدى ذلك إلى تجاوز ما يسمى بسيطرة النخب على إعداد المحتوى الإعلامي .

¹ عزيز احمد بن عبد الله : المرجع السابق ، ص 09

² عزيز احمد بن عبد الله : المرجع السابق ، ص 09

وعلى صعيد المجتمع العربي فيمكن القول بأنه مثلما ساعدت القنوات الفضائية العربية على ثورة في نشر الأخبار جاءت مواقع الإعلام الاجتماعي لتساعد في تغيير طبيعة هذه الأخبار من خلال اشتراك المجتمع المحلي في نقل الأخبار فلم يبق الفرد مجرد متلقي للمعلومة والأخبار إنما أصبح عضو فعال في نشر الخبر وكل ما يجري حوله من خلال محتويات مواقع التواصل الاجتماعي التي توفر مثل هذه الخدمات .

هذا الانتشار والأثر الواسع لمواقع التواصل الاجتماعي لم يأتي من فراغ إنما لهذه المواقع خصائص جعلتها سهلة الاستخدام وعملية وذات خدمات مميزة ويمكن اعتبار أن مواقع التواصل الاجتماعي تختص بما يلي:

- المرونة وانهايار فكرة الجماعة المرجعية بمعناها التقليدي بالمجتمع الافتراضي.
- تتسم المجتمعات الافتراضية بدرجة عالية من اللامركزية وتنتهي بالتدرج إلى تفكيك مفهوم الهوية التقليدية.
- لم تعد تلعب حدود الجغرافياً دوراً في تشكيل التجمعات الافتراضية وهي مجتمعات لا تنام حيث يستطيع الفرد ان يجد من يتواصل معه على مدار الساعة.
- في المجتمعات الافتراضية وسائل وتنظيم وحكمه وقواعد لضمان الخصوصية والسرية.
- بالإضافة أن هذه المواقع هي مواقع مجانيه في الغالب وسهلة الاستخدام وتوفر طرق شتى للترفيه والتواصل وتبادل الملفات والافكار.
- لا تقوم المجتمعات الافتراضية على الالزام او الجبر بل تقوم في مجملها على الاختيار.
- انها فضاءات رحبه ومفتوحة للتمرد على الانظمة السياسية.
- ان من يرتادونها في كثير من الأحيان يحملون أسماء مستعارة ووجوه غير وجوههم الحقيقية.
- من سماتها وتوابعها أنها تنتهي إلى العزلة، على ما تعد به من انفتاح على العالم وتواصل مع الآخرين، هذه المفارقة يلخصها كتاب لشيري تيركل (نحن معاً ولكننا وحيدان/وحيدون) في قوله: لماذا اصبحنا ننتظر من التكنولوجيا أكثر من ما ننتظر من بعضنا البعض.¹

المطلب الرابع : استخدامات شبكات التواصل الاجتماعي .

شهدت مواقع الشبكات الاجتماعية استخداما واسعا منذ بدايات ظهورها ، و نجحت هذه المواقع فيكسب المزيد من المستخدمين من خلال تنوع الخدمات التي تتيحها ، و قد أصبحت تشكل الفضاء الافتراضي الذي يتيح للمستخدم العديد من الممارسات و النشاطات المختلفة يمكن أن ندرج أهمها فيما يلي :

الممارسات السياسية: حيث أصبحت مواقع شبكات التواصل الاجتماعي تشكل الفضاء الذي يقوم فيه المستخدم بالمشاركة السياسية من عن طريق إبداء آرائه و توجهاته ، و مختلف الممارسات كعملية الاستفتاء حول العديد من القضايا عبر تلك المواقع

¹ ايمن شافي سمير الشرفات: اثر مواقع التواصل الاجتماعي على الاحتجاجات العربية ، المرجع السابق، ص 15

تكوين العديد من الأصدقاء: لقد أصبحت مواقع شبكات التواصل الاجتماعي البيئة الافتراضية التي يستطيع أن يكون من خلالها المستخدم أصدقائه وفقا للمعايير التي يختارها .

التسلية و ممارسة الهوايات: شبكات التواصل الاجتماعي أصبحت تشكل المتنفس الذي يقوم من خلاله المستخدم بقضاء وقت فراغه من خلال مختلف مواقع الألعاب و التسلية، بالإضافة إلى ذلك أصبحت هذه الأخيرة تتيح للفرد إمكانية اشتراكه في نفس اللعبة مع أفراد آخرين و مباشرة ، و من جهة أخرى أصبحت تشكل البيئة التي يقوم المستخدم من خلالها بممارسة مختلف الهوايات و اهتماماته.

التسويق والاعلان : حيث أصبحت مختلف المؤسسات الاقتصادية تعتمد على مواقع شبكات التواصل الاجتماعي ذلك من اجل الترويج و الدعاية لمختلف منتجاتها عن طريق الومضات الإشهارية المتنوعة كما أصبحت توفر المحيط الذي تقوم من خلال العمليات التسويقية.

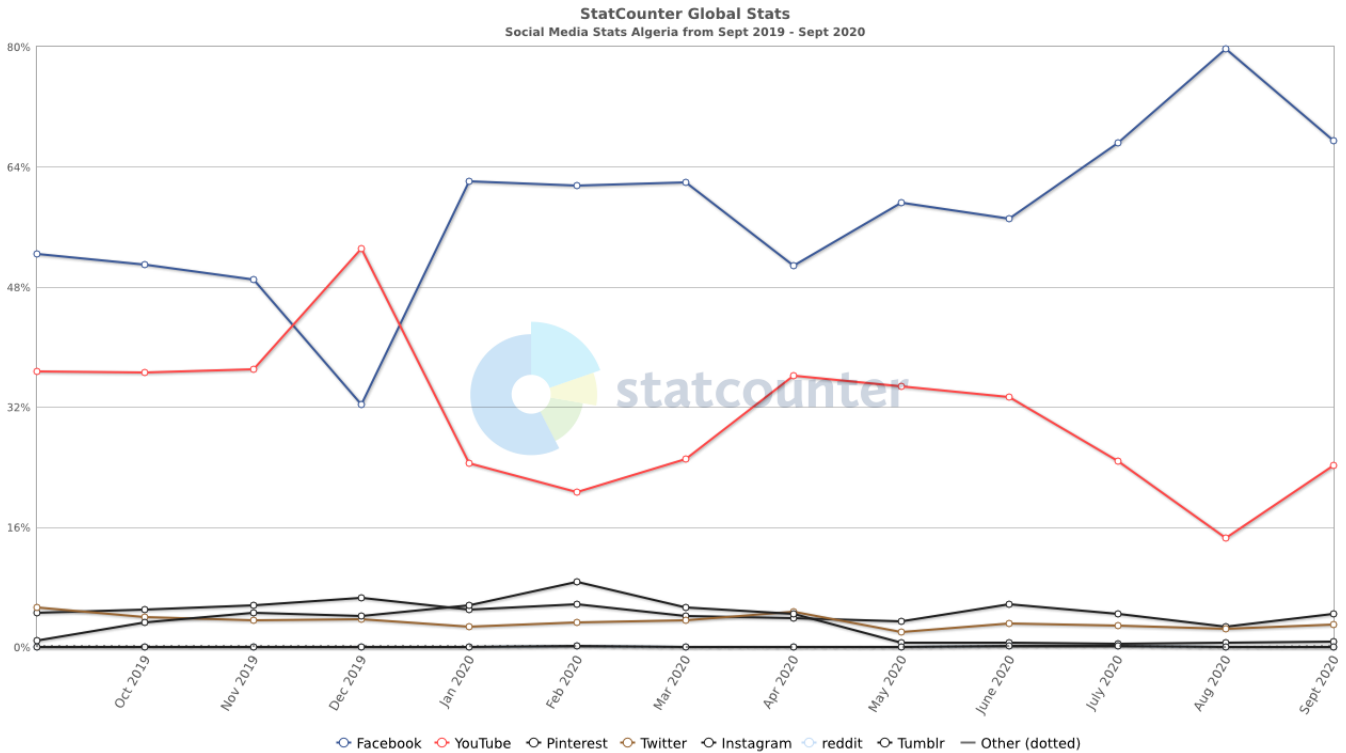
الجانب التعليمي : إن شبكات التواصل الاجتماعي ليست مجرد مواقع للتعرف على أصدقاء جدد أو التواصل مع الأصدقاء أو معرفة ما يجري حولنا في العالم، انه أيضا أداة تعليمية مبهرة إذا تم استخدامه بفعالية و مورد مهم للمعلومات يمكن الأساتذة استخدامه خصوصا في التعليم الجامعي من اجل تحسين التواصل ، و دمج الطلبة في أنشطة فعالة تختلف عن الأساليب التقليدية، و أيضا هذا الأسلوب يتعرف الطالب و الشباب على استخدامات أخرى للفييس بوك أكثر فائدة و فاعلية .و يمكن القول أن هناك الكثير من الأفكار التي يمكن أن يستفيد منها المدرس الجامعي في التخصصات المختلفة لزيادة فعالية التدريس، وأيضا لتوجيه أنظار الطلبة من أجل استخدام الفييس بوك في مجالات تعود عليهم بالفائدة.¹

¹ اكرم عيساوي: اعتماد الشباب الجامعي الجزائري على شبكات التواصل الاجتماعي في الحصول على الاخبار، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر ، جامعة العربي التبسي تبسة، دفعة 2016، ص 56

المطلب الخامس : احصائيات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في الجزائر.

ترتيب مواقع التواصل الاجتماعي في سبتمبر عام الماضي و الى غاية سبتمبر من العام الحالي حسب موقع global stats من حيث الزيارات هي كالتالي:

- فيسبوك (67.85%)
- يوتيوب (24.05%)
- بنترست (4.39%)
- تويتر (2.86%)
- انستجرام (0.86%)¹

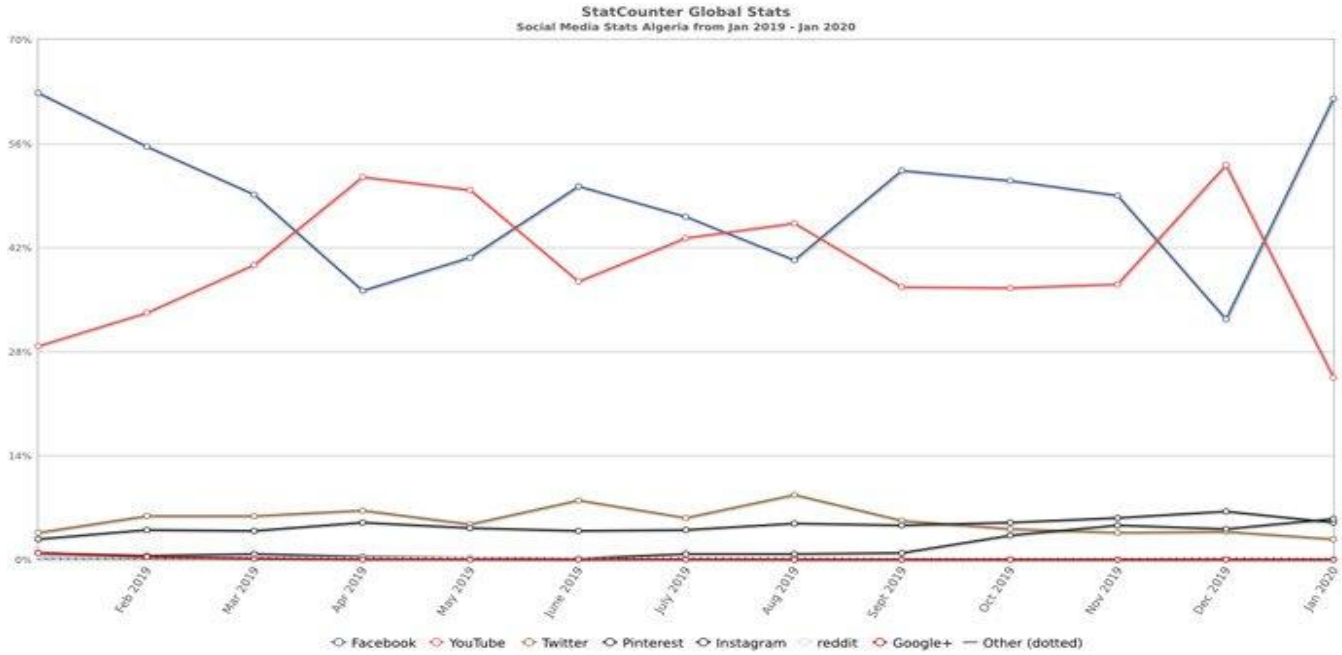


الشكل رقم (01) : توضع مؤشر استخدام الجزائريين لبعض مواقع التواصل الاجتماعي منذ سبتمبر عام 2019 الى غاية سبتمبر عام 2020 حسب موقع global stats

¹ محمد نور: احصائيات استخدام السوشال ميديا في الدول العربية، موقع الراحون، قسم التسويق، تاريخ النشر 16 يونيو 2020، تاريخ التصفح 16 اكتوبر 2020، 3 مساء و 18 دقيقة، [/https://www.alrab7on.com/arabic-countries-social-media-statistics](https://www.alrab7on.com/arabic-countries-social-media-statistics)

ترتيب مواقع التواصل الاجتماعي في أواخر العام الماضي وبداية العام الحالي في الجزائر من حيث الزيارات هي

كالتالي :



الصورة رقم (02) : توضع مؤشر استخدام الجزائريين لبعض مواقع التواصل الاجتماعي منذ بداية عام 2019 و عام 2020 حسب موقع global

stats

- فيسبوك (62.04%)
- يوتيوب (24.45%)
- انستجرام (5.53%)
- بنترست (4.98%)
- تويتر (2.77%)

في الجزائر يحتل موقع فيسبوك المرتبة الأولى في منصات التواصل الاجتماعي بشكل عام، علماً بأن اليوتيوب له مكانة كبيرة أيضاً، فحين تعتبر منصة بنترست يزداد الاهتمام بها يوماً بعد يوم في الجزائر، لهذا إن كنت مهتم بهذا السوق عليك أن تنظر إلى هذه المنصة بدقة وكيف يتفاعل معها المستخدم. وهنا يمكن عرض بعض الإحصائيات المثيرة للاهتمام عن استخدام مواقع تواصل الاجتماعي في الجزائر:

- تقريباً 54% من الجزائريين يمتلكون حسابات على مواقع التواصل الاجتماعي المختلفة.
- متوسط الساعات التي يقضيها المستخدم على مواقع تواصل الاجتماعي تصل إلى 2 ساعة و 20 دقيقة.
- أغلب المستخدمين يعتمدون على الهواتف عند تصفح مواقع تواصل الاجتماعي.¹

¹ محمد نور: إحصائيات استخدام السوشيال ميديا في الدول العربية، المرجع السابق . <https://www.alrab7on.com/arabic-countries-/social-media-statistics>

ويقدر إجمالي عدد المستخدمين الجزائريين الذين يمكن الترويج لهم بفاعليه على منصات مواقع تواصل الاجتماعي المختلفة:

- الفاسبوك 22 مليون مستخدم 62% منهم من الذكور.
- انستجرام 4.4 ملون مستخدم 41% منهم من الإناث.
- سناب شات 2.35 ملون مستخدم 59% منهم من الإناث.
- لينكد إن 1.8 مليون مستخدم 70% منهم من الذكور.

عدد مستخدمي مواقع تواصل الاجتماعي في الجزائر يزداد بمعدل كبير للغاية أكثر من أي دولة عربية أخرى، وربما يعود ذلك للأحداث السياسية في الفترة الأخيرة. ولكن الجدير بالذكر أن أكثر المنصات التي يزداد عدد المتابعين فيها بالترتيب هي:

- سناب شات
- انستجرام
- لينكد إن
- تويتر¹

¹ محمد نور: احصائيات استخدام السوشال ميديا في الدول العربية، المرجع السابق . - <https://www.alrab7on.com/arabic-countries/>

الفصل الثالث

الهوية الثقافية

المبحث الاول :مدخل للهوية الثقافية .

المبحث الثاني : الهوية الثقافية الجزائرية .

المبحث الاول : مدخل للهوية الثقافية .

المطلب الاول : تعريف الهوية الثقافية .

اولا : الهوية .

لغة :

جاء في لسان العرب : « قال ان الاعرابي: هُوِيَّةُ اراد اهُوِيَّةً فلما سقطت الهمزة رُدت الضمة الى الهاء ... وفي الحديث : إذا عرستم فاجتنبوا هُوِيَّ الأرض وهي جمع هُوَّة وهي الحفرة والمطمئن من الأرض » .
وفي المجدد : الهوية : (هو) ضمير للغائب المفرد المذكر ، ويقال للمثنى (هما) وجمع المذكر (هم) ويقال للمؤنث المفرد (هي) وللمثنى (هما) وللجمع (هنّ) والهوية : حقيقة الشيء او الشخص المطلق المشتملة على صفاته الجوهرية. وذلك المنسوب الى (هُوَ).

والهُوُّهُوُ : لفظ مركب من هُوهُوُ، جُعِلَ جُعِلَ ، اسماً معرفاً باللام ومعناه: منسوب الى (هُوَ)¹.

اصطلاحاً :

الهوية هي سر و اساس لبعث حضاري يمكن ان يتم، حيث هي اساس صناعة وتطور وتفعيل واستثمار والقوة البشرية للمجتمع، وهي طاقتها الأساسية المحركة والمطورة لها باستمرار، وهي الأمل في مستقبل أفضل، كما انها هي معيار التوجه في صنع القرار المجتمعي؛ لذلك فإن دراسات القيم والهوية تمثل تكنولوجيات بناء الإنسان والمجتمع المعاصر وهندسة لإدارة السلوك والأداء والإنجاز المجتمعي.²
أما من حيث تعريفها الفلسفي فقد اعتبرت "الموسوعة الفلسفية العربية " الهوية بأنها " مقولة تعبر عن تساوي و تماثل موضوع أو ظاهرة ما مع ذاته، و يتطلب تعيين هوية الأشياء أن يكون قد تم تمييزها مسبقاً ، و من ناحية أخرى، فإن الموضوعات المختلفة غالباً ما تحتاج لتحديد هويتها بهدف تصنيفها وهذا يعني أن الهوية ترتبط ارتباطاً لا يمكن فصلها بتمييز بين الأشياء.

و ينكر " ليبنتز " المطابقة التامة وجهه، و يرى أنه ليس في الطبيعة شيئاً متطابقان من كل الوجوه؛ يراد بالهوهو أساها ما يبقى دائماً ثابتاً بالرغم مما يطرأ عليه من تغيرات، فالجوهو هو هو وإن تغيرت أعراضه. اما من حيث الدلالة التاريخية فالهوية ظاهرة انسانية ملازمة للإنسان – فردا كان ام جماعة – وتكون ضامرة في حالة كمون قفي الظروف العادية الطبيعية الخالية من التوترات غير انها تخرج من طور الوجود بالقوة الى طور الوجود بالفعل عندما يستفزها الآخر، فالانا او الجماعية ترفض التماهي فيه.

وحتى تبقى الأنا متميزة فإنها تعود في الظروف الصعبة الى ذاتها تسكنها وتستحضر مخزونها، وتحلل واقعا

¹ د. خليل نوري مسيهر العاني: الهوية الاسلامية في زمن العولمة الثقافية، ط1، مركز البحوث والدراسات الاسلامية، العراق، 2009، ص 40

² د. إبراهيم الديب: بناء مفهوم الهوية ودواره الوظيفية في صناعة هوية الدولة، مؤسسة هويتي لتخطيط وبناء القيم والهوية، ص 06

وتستشرف مستقبلها، واعتمادا على كل ذلك تتحدد خصائصها التي تتميز بها عن الآخر، كما ان الهوية كمعطى تاريخي تعنتي دائما بمضامين جديدة وتملك القدرة على التحدي والتجديد والتعرف على ذاتها في الماضي والحاضر، كما تتعرف في الوقت نفسه على غيرها ومن تكون معرفة التاريخ شرط اساسي لمعرفة الهوية والوعي بها.

فالهوية إذن بالأساس مفهوم حمال أوجه " إذ نطن جميعا أننا نعرف ما تعنيه هذه الكلمة، ونستمر واثقين بها حتى حينما تأخذ بمكر في القول العكس " على حد تعبير امين معلوف. فهناك الهوية بالعدد والهوية بالصفات والهوية الشخصية والهوية الجماعية، كما انه حمال آمال ورغبات واوهام، فالتسليم بالهوية كوحدة وثبات تعبير عن الرغبة في الاستمرار والبقاء وطمع في التميز بالاستقلال الذاتي وحرية الإرادة. ومن ثمة نجد ان لفظ الهوية يشير في بادئ الرأي الى الذات في حضورها ووحدتها وثباتها واستمرارها و تفردتها، حيث إن الهوية تتحدد عموما ، بأنها " مجموعة الصفات التي تقوّم الشيء او أي الشخص بشكل اساسي " أي انها مجموعة الخاصيات التي تجعل الشيء او الشخص مماثلا لنفسه او هو نفسه بحيث يكون موجودا وقائما بذاته بما هو حقيقة يمكن تصورهما بالذهن، أي ماهية الحقيقة هي اساس الوجود الفعلي.

ولعل ابرز نوابض هذا الانتماء تتجلي في الغلة والثقافة والدين كما عبر عنه الفيلسوف الالمانى " فيخته " في كتابه نداء إلى الأمة الألمانية بقوله " إن وجود أمة من الأمم بوجود انيتها التي هي شخصيتها هذه الخصية تتكون من ثلاث عناصر الدين واللغة وحب الوطن ".

اما " ابن خلدون " فقد تحدث عن الخصوصية الوجودية وأكد بأن الانسان عامة له طبيعة وتخصه وإلا أنه داخل هذه الطبيعة الموحدة المشتركة، هناك التنوعات والاختلافات في اللون والعرق والمنشأ والعادات والثقافات وأشكال العمل والحياة والممارسات والعلاقات والابنية المجتمعية ومستويات المعيشة الى غير ذلك، ولكن الانسان ليس مجرد طبيعة تتحرك وتتحقق بشكل آلي او غريزي شأن النبات والحيوان، بل هو تاريخ مضاف الى الطبيعة، والتاريخ الإنساني ليس مجرد حركة او نقلة في الزمان، بل هو مسيرة من الوعي والارادات والمصالح والثقافات الذاتية والجماعية المتفاعلة المتلاحقة، مع ضروريات الطبيعية الإنسانية والطبيعية الخارجية المادية.

ولهذا فإن خصوصية الإنسان الحقيقية ليست خصوصية طبيعية بقدر ماهي خصوصية مجتمعية وتاريخية، استطاع ابن خلدون أن يضع يده على بعض قوانينها في عصره، على أن هذه الخصوصية التاريخية بما هي تاريخية، تتغير وتتطور وتتجاوز ذاتها باستمرار، وتأسسها على هذا فإن الهوية الإنسانية عامة في تحقيقاتها وتنوعاتها المختلفة ليست أفنوما ثابتا نهائيا، إنما هي هوية متغيرة متطورة مجتمعا وتاريخيا، بتغير وتطور المجتمعات والأوضاع والأحوال والخبرات، وتنامي أشكال الوعي والثقافات والمنجزات والإرادات والقدرات والمصالح المختلفة، وتجميد هذه الهوية الإنسانية في تحقيقاتها المختلفة في تاريخ وتحولها الى نسق او انساق ثابتة هو تهميش للهوية بل طمسها موضوعيا او انسانيا، بل للمجتمع والتاريخ معا.¹

¹ عميرة لطيفة: الهوية الثقافية و علاقتها بالعوالم في عصر الثورة المعلوماتية أفكار داريوش شايبان نموذج، سلسلة كتاب أعمال المؤتمرات ، دورية دولية محكمة ، مركز جيل البحث العلمي، العدد 26 ، يوليو 2019، ص 139 .

كما تعرف الهوية وفق لتصورين رئيسيين هما:

• التصور الستاتيكي او الماهوي للهوية:

والذي يبرر ان الهوية عبارة عن شيء اكتمل وانتهى وتحقق في الماضي، في فترة زمنية معينة او نموذجاً اجتماعياً معين وان الحاضر ما هو إلا محاولة لإدراك هذا المثال وتحقيقه.

• التصور التاريخي والديناميكي للهوية:

والذي يرى ان الهوية شيء يتم اكتسابه وتعديله باستمرار وليست ابدا ماهية ثابتة، أي ان الهوية متجدد ومليء بالأحداث والتجارب، وعليه فان الهوية الأصلية تتغير باستمرار وتكتسب سمات جديدة، وهذا يعني انها شيء ديناميكي وهي سلسلة عمليات متتابعة تتحول من الزمن. ومن وجهة النظر هذه فان الهوية أمر مكتسب يجتهد في الحصول عليه، اذا أنها تضطلع وتشكل بواسطة الناس أنفسهم حيث تنتج ويعاد انتاجها من خلال التفاعل الاجتماعي.¹

ثانياً : الثقافة .

لغة :

اصل الثقافة في اللغة العربية مأخوذ من الفعل الثلاثي (ثقف) بضم القاف وكسر ها.

وتُطلق في اللغة على معانٍ عدّة، فهي تعني: الحذق، والفتنة، والذكاء، وسرعة التعلّم، وتسوية الشيء، وإقامة اعوجاجه، والتأديب، والتّهذيب، والعلم، والمعارف، والتّعليم، والفنون.

قال ابن فارس: (ثقف) التّاء، والقاف، والفاء كلمة واحدة إليها يرجع الفروع، وهو إقامة درء الشيء.

ويقال: ثقفت القناة إذا أقيمت عوجها. ورجل ثقف لقف، وذلك أنّ يصيب علماً ما يسمعه على استواء.

وفي تهذيب اللغة لابن السكيت : رجل ثقف لقف إذا كان ضابطاً لما يحويه قائماً به... ويقال: ثقف الشيء، وهو

سرعة التعلّم .

وعند ابن منظور: ثقف: ثقف الشيء ثقفاً، وثقافاً، وثقوفاً: حذقه، ورجل ثقف، وثقف، وثقف: حاذقهم، وأتبعوه

فقالوا: ثقف لقف...

وثقف الرّجل ثقافة أي صار حاذقاً خفيفاً مثل ضخم، فهو ضخم، ومنه المثاقفة. وثقف أي صار ثقفاً مثل تعب تعباً

أي صار حاذقاً فطناً. وهو غلام لقن ثقف أي: ذو فطنة وذكاء، والمراد أنّه ثابت المعرفة بما يحتاج إليه.

فالثّقافة في اللّغة هي: الفهم، وسرعة التعلّم، وضبط المعرفة المكتسبة في مهارة، وحذق، وفطنة.²

¹ مصطفى عوفي ، زينب عمراني: الهوية الوطنية في ظل تكنولوجيايات الاعلام والاتصال الحديثة، مجلة علوم الانسان والمجتمع، العدد 04 ،جامعة باتنة و ورقلة الجزائر، ديسمبر 2012، ص 20

² محمد بن أحمد بن الأزهرى الهروي: تهذيب اللغة، الجزء 09، ط 01، 2001، دار إحياء التراث العربي، بيروت، ص 81

اصطلاحا :

يعد مفهوم الثقافة من أكثر المفاهيم تداولاً وشيوعاً ومن أكثرها غموضاً وتعقيداً، وهو المفهوم الذي تساقطت أمامه جهود الباحثين الذين حاولوا تعريفه وتحديد ملامحه. ولقد وقع "كلكهون" على مئة وستين 160 تعريفاً للثقافة وذلك منذ خمسة وعشرين، سنة ولعل من أقدم التعريفات للثقافة وأكثرها ذيوعاً حتى الآن لقيمتها التاريخية تعريف "دوارد تايلور" الذي قدمه في أواخر القرن الـ 19 في كتابه "الثقافة البدائية" عام 1871 الذي ترجم إلى الفرنسية سنة 1876 بأن: « الثقافة والحضارة هي ذلك الكل المركب الذي يشمل المعرفة، المعتقدات، الفن، الأخلاق، القانون، العادات وكل القدرات والعادات التي يكتسبها الإنسان باعتباره عضواً في المجتمع ». ¹

أما "مالك بن نبي" فيعرف الثقافة: " أنها مجموعة من الصفات الخلقية والقيم الاجتماعية التي تؤثر في الفرد منذ ولادته لتصبح لاشعورية تلك العلاقة التي تربط سلوكه بأسلوب الحياة في الوسط الذي ولد فيه، فهي على هذا المحيط الذي يشكل فيه الفرد طباعه وشخصيته"، وعندما تتكون ثقافة المجتمع فإنها تخلق تاريخه حيث تولد علاقة بين الثقافة والتاريخ إذ ليس ثمة تاريخ بلا ثقافة، فالشعب الذي يفقد ثقافته يفقد حتماً تاريخه، حيث يرى "مالك بن نبي" أن الثقافة الحقيقية في وظيفتها الاجتماعية تقوم على مبدأ التبادل المتمثل في الإرغام الاجتماعي والموقف الفردي للفرد وهو مبدأ أخلاقي في صميمه مستوحى من القرآن والسنة، والتحليل الدقيق للثقافة بين لنا أنها تركيب متآلف للأخلاق والجمال والفن، ويلح مالك بن نبي على ضرورة هذا التركيب المتآلف .

وفي كتابه "الثقافة" يستند "فكوياما" على مفهوم وضعه "جيمس كولمان" وهو مفهوم الرأس المال الاجتماعي ويميزه عن الرأسمال البشري فهذا الأخير يتكون في المدارس والمعاهد والجامعات، التي تعد المنتجين في المجالات الاقتصادية والخدمات والمهن والإدارة، أما الرأسمال الاجتماعي فهو رصيد متوارث من القيم والأخلاقيات، ودراسة تكتسب وتتناقل في الأسرة والمجتمع يتوافق عليها ويتعامل بها في العلاقات والمعاملات وهذا كله رأس مال اجتماعي يأتي من التربية التي توفرها الأسرة من رصيد القيم والسلوك في المجتمع. فالثقافة أو الرأسمال الاجتماعي حسب فوكوياما هي محصلة من المعارف والقيم هذه المعارف تتوارث في المجتمع يتلقاها الفرد في الأسرة وبذلك تكيف السلوك الفردي والجماعي . وهناك العديد من التعارف حول مفهوم الثقافة والتي يمكن إجمالها عموماً في مضمون واحد وهو أن الثقافة تشير إلى ذلك النسيج الكلي المتمثل في الأفكار والاتجاهات والعادات ومنظومة القيم وطريقة التفكير والعمل وأساليب الإدارة وآداب السلوك التي تحكم جماعة من الأفراد وكذلك اللغة ونمط العيش وما يتضمنه من مسكن ومشرب ومأكل، وعلاقات تؤسس التواصل بين الفرد والفرد، وبين الفرد والجماعة وبين الفرد وخالقه . ولعله من أهم خصائص الثقافة أنها خاصية اجتماعية مكتسبة متراكمة مركبة، ومتكاملة، منتشرة ومستمرة ومنقلة من جيل إلى جيل آخر لتشكل في نهاية المطاف التراث الثقافي لأي مجتمع من المجتمعات. ²

1

² شرقي رحيمة: الهوية الثقافية الجزائرية وتحديات العولمة، مجلة العلوم الانسانية والاجتماعية، العدد 11، جامعة قاصدي مرباح، جوان 2013، ص 192

ثالثا : الهوية الثقافية .

يعد مفهوم الهوية الثقافية أحد المفاهيم الفضفاضة الواسعة، إذ تمتد حدوده وتتشابك مع روافد تاريخية وحاضرة وأصيلة تنتمي إلى مجتمعه وواردة انتقلت بفعل التأثير والتأثر، ويصل الإرباك مداه في محاولة التعمق الرأسي، حيث يمكن أن تندرج تحته العديد من السمات المتشابهة فيما بينها، أو مع هويات أخرى، كما تندرج تحت الهوية الرئيسية هويات فرعية، وداخل كل منها هويات فرعية عن الفرعية، وهكذا. فمثلا الهوية الثقافية العربية، تندرج تحتها هويات إسلامية ومسيحية، وكتاهما تندرج تحته هويات شعوب، وداخل كل شعب تأتي هويات أقاليمه المكانية والجغرافية، والسلسلة لا تنتهي.

ويمكن تعريف الهوية الثقافية على انها الملامح او السيمات الفارقة لثقافة ما عن غيرها من الثقافات، وبما يجعلها تتميز عن سواها من المعارف متجاوزة ومتداخلة ومتشعبة .

فإذا كانت الثقافة هي كل ما أنتجه الإنسان من تطوير فكري وعملي، فإن الهوية الثقافية تشترط في هذا الانتاج أن يكون أصيلا متفردا يعبر عن ملامح فارقة ولا يتماهى مع أية ثقافة أخرى، أو على أقل تقدير يمتلك خصوصية ما تفرقه عن الثقافات الأخرى؛ فالثقافة الدينية الفرعونية مثلا على الرغم من التشابه بينها وبين الثقافة اليونانية، وبخاصة في فكرة تعدد الآلهة، إلا أن كلاً منهما لها سماتها الفارقة الواضحة للعيان، والتي يمكن تعدادها في كل ثقافة منهما. وعلى نحو لا يقبل اللبس أو الجدل، وهكذا فكل ثقافة يجب أن تكون لها خصوصياتها الفارقة.¹

ويقول " محمد عمارة " " ان الهوية الثقافية هي القدر الثابت والجوهري والمشارك من السمات والقسمات العامة التي تميز حضارة هذه الأمة عن غيرها من الحضارات، والتي تجعل للشخصية الوطنية او القومية، طابعا تتميز به عن الشخصيات الاخرى " .

اما " اليكس ميكشيللي " فقد شخصها بأنها " عبارة عن مركب من العناصر المرجعية المادية والذاتية المصطفاة التي تسمح بتعريف خاص للتفاعل الاجتماعي " .²

¹ محمود الضبع: الثقافة والهوية والتكنولوجيا، شرفات3، مكتبة الاسكندرية، 2016، ص18

² د. ميلاط نضرة: اشكالية الهوية الثقافية في الجزائر في ظل العولمة، مجلة تاريخ العلوم جامعة برج بوعريريج، العدد08، الجزء الاول،

جوان 2017، ص 366

المطلب الثاني : علاقة الهوية بالثقافة .

ثمة علاقة وثيقة بين الهوية والثقافة بحيث يتعذر الفصل بينهما، وإذ أن ما من هوية إلا وتختزل ثقافة، وقد تتعدد الثقافات في الهوية الواحدة، كما أنه قد تنتوع الهويات في الثقافة الواحدة ، وذلك ما يعبر عنه بالتنوع في إطار الوحدة فقد تنتمي هوية شعب من الشعوب إلى ثقافات متعددة تمتزج عناصرها وتتلاقح مكوناتها فتتبلور في هوية واحدة وعلى سبيل المثال فإن الهوية الإسلامية تتشكل من ثقافات الشعوب والأمم التي دخلها الإسلام سواء اعتنقته أو بقيت على عقائدها التي كانت تؤمن بها فهذه الثقافات التي امتزجت بالثقافة العربية الإسلامية وتلاحقت معها العربية الإسلامية فهي جماع هويات الأمم والشعوب التي انضوت تحت لواء الحضارة العربية الإسلامية وهي بذلك هوية إنسانية متفتحة وغير منغلقة.

والعلاقة بين الهوية والثقافة ، فإنها تعني علاقة الذات بالإنتاج الثقافي، ولا شك أن أي إنتاج ثقافي لا يتم في غياب ذات مفكرة، دون الخوض في الجدل الذي يذهب إلى أسبقية الذات على موضوع الاتجاه العقلاني المثالي، أو الذي يجعل الموضوع أسبق من الذات، وإن كل ما في الذهن هو نتيجة ما تحمله الحواس وتخطه على تلك الصفحة (ذهن الإنسان) كما يذهب لوك، والاتجاه التجريبي بشكل عام.¹

المطلب الثالث : مقومات الهوية الثقافية.

على الرغم من اختلاف الآراء ووجهات النظر حول مقومات الهوية الثقافية ، إلا أن تلك الآراء تشير في مجملها إلى أن أهم تلك المقومات تتمثل فيما يلي:

- **الدين:** إن الدين هو الذي يحدد للأمة فلسفتها في الحياة وغاية وجودها ، لما له من تأثير هام و اساسي في تعميق الهوية الثقافية وإبرازها، وله دور أيضا في توجيه أفراد المجتمع لشموله جوانب الحياة الفكرية والسياسية والاجتماعية والاقتصادية وغيرها من جوانب الحياة ، كما حدد إطارا عاما يشمل معظم الحياة المادية والاجتماعية والثقافية ، لتكون مصدرا لهويتهم الثقافية ، وقد رسخ الدين الهوية الثقافية وأبرزها عن طريق تنظيم عددا من العالقات الاجتماعية كالتكافل ، والتعاون والإحسان ، والتركيز على المثل الأخلاقية الإيجابية ونبت السلبية منها ، والتي تعمل على تقوية المجتمع ، وتوجيهه نحو الصالح والاستقرار، كما يعد الدين المرجع الرئيسي لمنظومة القيم التي يؤمن بها المجتمع ، وهو مكون رئيسي من مكونات تشكيل الهوية الثقافية ، فالدين يؤكد على تراث الأمة ووحدها الثقافية ، وهو المنبع الأصيل للقيم والفضائل.
- **اللغة:** تعتبر اللغة هي أهم أداة لنقل ثقافة الأمة إلى أبنائها، لذا حرصت كل الأمم على أن يتم التعليم فيها بلغتها القومية، وذلك لأن اللغة هي ذاكرة الأمة التي تخزن فيها تاريخها ومفاهيمها وقيمها ، وهي أداة التواصل بين الماضي والحاضر والمستقبل ، وإذا كانت اللغة هي الأداة الرئيسة للثقافة والاتصال الإنساني ، فإن فقدانها

¹ ناصر بن سعيد بن سيف السيف: الهوية والثقافة، دار الكتاب، ص 08

فقدان للثقافة ، وفقدان الثقافة يؤدي لفقدان الهوية، وبذلك فإن اللغة جزء من نسيج الهوية ، ولا قوام للهوية بدونها ، لأنه بدون اللغة القومية لا يبقى لأى أمة قوام يميزها عن سائر الأمم الأخرى ، كما أن اللغة بالنسبة البناء الأمة ليست مجرد وسيلة تواصل فيما بينهم ، وإنما هي وسيلة اتصالهم الأساسية بعقائدهم وأديانهم، وتعد اللغة العربية أحد الثوابت الثقافية في الهوية الثقافية العربية ، فهي لغة القرآن الكريم ، وهي ذاكرة الأمة العربية، وقد أصبحت اللغة العربية تعاني من عزلة وقطيعة خاصة من المسؤولين عن مخاطبة الناس من الإعلاميين

مما يؤثر على تدعيم الانفصام الثقافي وتشويه الفكر العربي ، وتدعيم الانتماء لثقافات مغايرة لثقافتنا العربية ، كما تم تقليص الاهتمام باللغة العربية في المؤسسات التعليمية وذلك بإنشاء أنماط تعليمية بديلة يكون محور اهتمامها في العملية التعليمية باللغات الأجنبية على اختلافها.

لذلك لابد من التأكيد على أهمية أن تكون اللغة العربية هي لغة التعليم في مؤسساتنا التعليمية ، وذلك لما تقوم به اللغة العربية وتحققه من أمور ، فهي توصل الهوية القومية والانتماء ، وتحمي الخصوصية الثقافية ، وتعزز من التماسك الاجتماعي والتطبيع الاجتماعي بين أفراد المجتمع .

● **التاريخ الوطني :** إذا كانت اللغة هي روح الأمة وحياتها ، فإن التاريخ هو بمثابة وعى الأمة وشعورها، فالتاريخ المشترك إلى جانب اللغة يعدان من أهم عوامل هوية الجماعة، وهناك اتفاق مشترك بين الباحثين على أن التاريخ يعد من أهم دعائم الهوية ، فالأمة لا تتوحد إلا بتاريخها الموحد ، فهو السجل الثابت لماضي الأمة ومفاخرها ، ومدخر ذكرياتها ، وعلى هذا تفسر الأمة من حاضرها إلى مستقبلها .وبلك يعد التاريخ من أهم مقومات الهوية الثقافية المرتبطة بالحس القومي ، ويتمثل في الأحداث والمواقف التي مرت بها الأمة واستقرت في أعماق ذاكرتها ، وصهرت الناس داخل إطار وطني واحد ، ولذلك فإن طمس تاريخ الأمة أو تشويهه يعد سببا لطمس هوية الأمة وتهميشها.

● **التربية الأخلاقية:** تتمثل في القيم والمعتقدات الراسخة التي يتمسك بها الفرد أو الجماعة كمياري يحكم سلوك الفرد ، ويحدد له الإطار الذي يسير عليه في تعامله تجاه نفسه والآخرين ، وتعتبر العادات والتقاليد السائدة في المجتمع جزءا أصيل في تشكيل التربية الأخلاقية ، ومقوما هاما من مقومات الهوية الثقافية.¹

¹ د. نساء هاشم محمد: الهوية الثقافية والتعليم في المجتمع المصري، مجلة كلية التربية جامعة بني سويف، الجزء الاول، عدد يناير 2019، ص 129.

المبحث الثاني : الهوية الثقافية الجزائرية .

المطلب الاول: الهوية الثقافية الجزائرية .

تعرف الهوية الثقافية الجزائرية على أنها تفرد الشخصية الجزائرية كأفراد ومجتمع بمجموعة من الصفات والخصائص النظرية والعملية التي تميزها جزئياً أو كلياً عن باقي الهويات الأخرى في ميادين متنوعة¹.
اذ انه للهوية الثقافية الوطنية مجموعة من المقومات التي تعد الركائز الاساسية تميزها عن غيرها، ففي الجزائر تتركز الهوية الوطنية على ثلاث مكونات اساسية لا تنفصل عن بعضها البعض وهي:²

● **اللغة:** ان اللغة من اهم ابعاد الهوية الوطنية التي تعبر حول الثقافة الوطنية من افكار ومعتقدات للأفراد، واللغة هي التي تجعل وجودا للثقافة وتناقلاها من فرد لآخر ومن جيل لآخر أمراً ممكن الحدوث. وما نلاحظه ان الجزائر احتفظت بلغتها العربية الفصحى من جهة، فاللغة العربية هي اللغة الأم للثقافة الاسلامية، ومن جهة اخرى لم تتخلى عن لغتها الدارجة التي تعتبر مجرد لهجات، بل كثيرا ما تستعمل في نوع من الثنائية اللغوية المفيدة في التعامل والتفاهم، حيث ان اللغة العربية الفصحى كانت تدرس في كافة جهات القطر بل حتى في المناطق التي لا تستعمل فيها العربية الدارجة، ويتخاطب سكانها بالأمازيغية (البربرية) وهي اللغة التي يتحدث اعداد معتبرة من الكثافة السكانية للجزائر، وفي الحياة الاجتماعية التقليدية العادية تظهر الأساليب التربوية التقليدية الواسعة في : الاتجاه الشعبي وفي الطرق التعبيرية، وفي الامثال والحكم الشعبية والادب الشعبي .

● **الدين :** وهو الدين الاسلامي الذي تدين به الأغلبية العظمى من سكان الجزائر مع وجود مذهبين هما: المذهب الديني المالكي والمذهب الديني الاباضي .

● **العادات والتقاليد :** ان العادات والتقاليد هي فعل اجتماعي متوارث يتركز على تراث يدعمه وتغذيته، لها قوة معيارية، وتتطلب الامتثال الاجتماعي، الطاعة الصارمة، وتكون مرتبطة بظروف المجتمع الذي تمارس فيه، وتتجسد العادات والتقاليد الجزائرية العربية الاسلامية بالملابس التي يرتدونها الجزائريون، وبالعلاقات والقيم الاجتماعية الأصيلة كاحترام الوالدين وكبار السن والكرم، كما تظهر العادات والتقاليد الجزائرية بالتدين والعبادات.³

¹ نور الهدى عبادة: الهوية الثقافية الجزائرية والعولمة الإعلامية، مجلة الاتصال والصحافة، العدد 09، جامعة الجزائر 03، ص 36.

² د. مصطفى عوفي، زينب عمراني: الهوية الوطنية في ظل تكنولوجيا الاعلام والاتصال الحديثة ، مجلة علوم الانسان والمجتمع، جامعة باتنة وورقلة ، ص 20

³ حفيظة محلب: الشباب والهوية الثقافية الجزائرية في ظل العولمة، الساوره للدراسات الانسانية والاجتماعية، جامعة الجزائر03، العدد 02

، مارس 2016، ص 71

المطلب الثاني : خصائص الهوية الثقافية الجزائرية .

- التوازن : اي ان توازن ابعاد الهوية و انسجامها، حيث تجمع بين الأصالة والتفتح، تعزز هذه الشخصية بذاتها وتراسها، وفي الوقت ذاته تقدم على الحوار مع الآخر ومشاركته والأخذ منه والتفتح على حضارته.
- الانفتاح : انها هوية منفتحة بطبعها، بحيث أن كل المكونات الجغرافية والبشرية و الثقافية ساعدت هذه المنطقة التي تتواجد بها الجزائر (منطقة المغرب العربي) في نحت ملامح شخصيتهم من تيارات واتجاهات متنوعة، ومن اختيارات تجارب عديدة تؤلف بينها نظرة أصلية للإنسان.
- الحرية والمقاومة : لعب الجزائر دورا فاعلا في نشر الأفكار الحرة، وقد عرفت المنطقة تبني سريع للمبادئ التي جاء بها الاسلام، كما ساهموا في أهم الثورات التي عرفها العالم المعاصر فناصروا حركات التحرر وانخرطوا في مقاومة الاستبداد والاستعباد فكرا وممارسة.
- الانسجام والائتلاف: لقد ساعد سيطرة المذهب المالكي في الجزائر على توطيد عرى الائتلاف بين أفراد المجتمع، وقد ساعد الإسلام على توحيد الناس وفي الأفكار والتوجهات وتحقيق الوحدة ونشر القيم الإيجابية كتسامح والتعاون والتكافل الاجتماعي والرحمة وغيرها.¹

¹ ميلاط نظرة: اشكالية الهوية الثقافية في الجزائر في ظل العولمة، مجلة تاريخ العلوم، العدد08، جامعة برج بوعرييج، جوان 2017، ص

الفصل الرابع

الجانب التطبيقي .

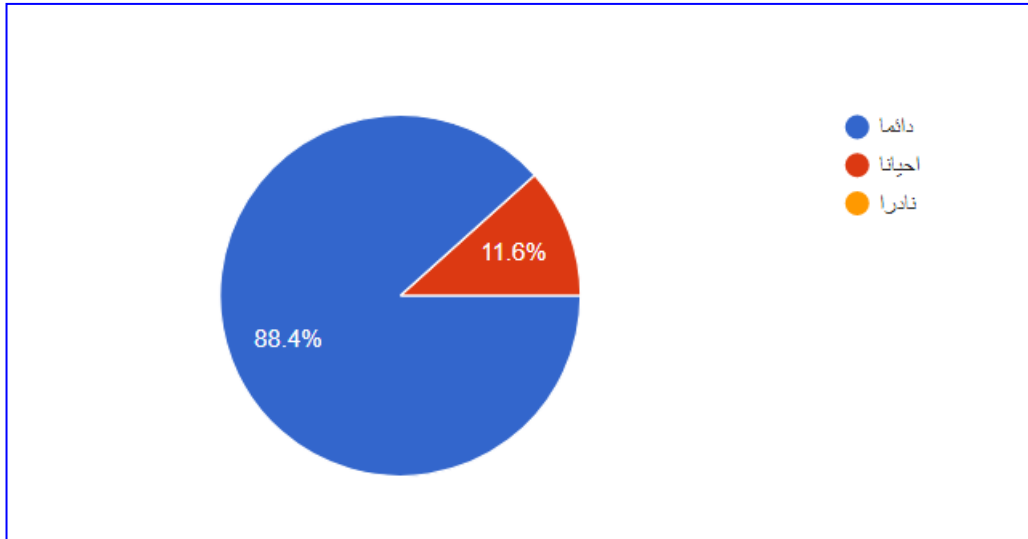
I. عادات وانماط استخدام افراد العينة لمواقع التواصل الاجتماعي .

1- هل تستخدم مواقع التواصل الاجتماعي ؟

الجدول رقم (01) : نسب استخدام الطلبة الجامعيين لمواقع التواصل الاجتماعي .

نسبة المئوية (%)	تكرارات (ت)	
88.4	38	دائما
11.6	5	احيانا
0	0	نادرا
100	43	المجموع

يبين الجدول اعلاه ان نسبة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي بين الطلبة مرتفعة جدا حيث بلغت 88.4 % فحين ان نسبة الطلبة الذين يستخدمونها احيانا بلغت 11.6 % وهي نسبة ضئيلة ، بينما انعدمت نسبة الطلبة الذين يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي نادرا .



الشكل رقم (02) : نسبة استخدام الطلبة لمواقع التواصل الاجتماعي .

جدول رقم (02) : استخدام مواقع التواصل الاجتماعي اليومي لأفراد العينة حسب متغير الجنس

مجموع		اناث		ذكور		يبين
%	ت	%	ت	%	ت	
88.37	38	94.12	16	84.61	22	دائما
11.62	5	05.88	01	15.39	4	احيانا
00	0	00	00	00	0	نادرا
100	43	100	17	100	26	المجموع

الجدول اعلاه نسب استخدام مواقع تواصل الاجتماعي حيث نجد ان الاناث دائما يستخدمون مواقع تواصل الاجتماعي اكثر من الذكور بنسبة 94.12 % ويقابلها عند الذكور 84.61 % ، اما بخصوص الطلبة الذين يستخدمون مواقع تواصل الاجتماعي احيانا بلغت 15.39 % عند الذكور ونسبة 05.88 % .

من خلال النتائج المتحصل عليها نجد ان الاناث اكثر استخداما لمواقع التواصل الاجتماعي عكس الذكور وهذا راجع الى ان الذكور اكثر تحكما في اوقاتهم بسبب العمل خارج اوقات الدراسة بينما نجد ان الاناث يمتلك اوقات فراغ كثيرة وهذا ما لاحظناه في دراستنا لأفراد العينة .

2- منذ متى و أنت تستخدم مواقع التواصل الاجتماعي؟

جدول رقم (03) : مدة استخدام المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي

نسبة المنوية (%)	تكرارات (ت)	
4.7	2	أقل من اربع سنوات
58.2	25	من اربع سنوات الى ستة سنوات
37.2	16	اكثر من سبع سنين
100	43	المجموع

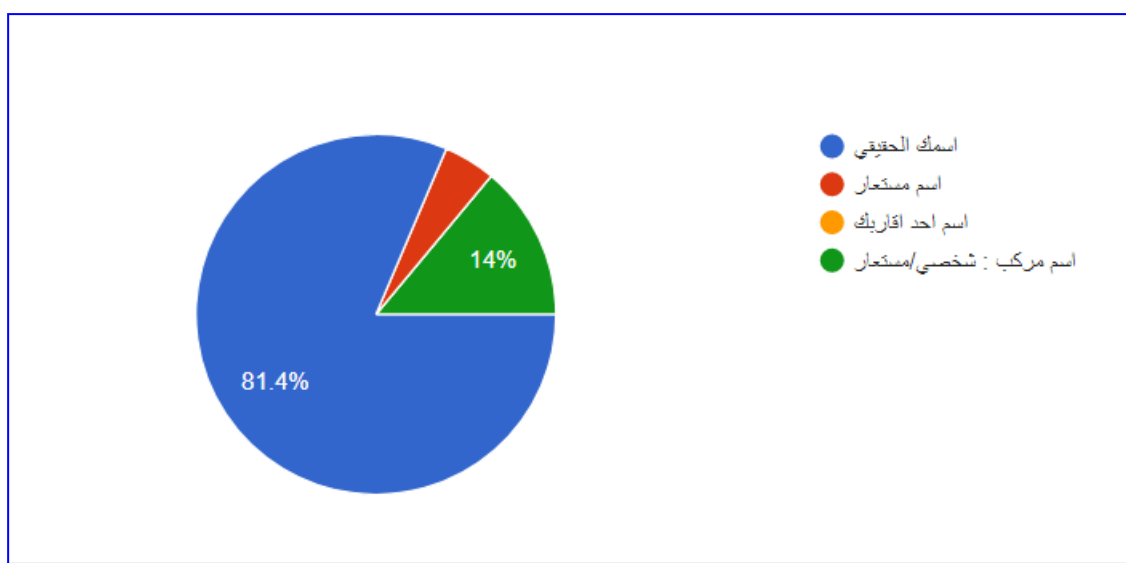
يمثل الجدول أعلاه (05) مدة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي ، حيث تبين نتائج الجدول أن 2 مفردة بدأوا في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي منذ (أقل من 4 سنوات) وذلك بنسبة 4.7 % يليهم 25 مفردة تستخدم مواقع التواصل الاجتماعي منذ (من 4 سنين الى 6 سنوات) أي بنسبة 58.2 % ، ثم تأتي مدة (اكثر من سبع سنين) بتكرار 16 وبنسبة 37.2 %

ويرجع سبب الإقبال الكبير للطلبة لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي إلى عدة أسباب منها، الانتشار الكبير الذي عرفته مواقع التواصل الاجتماعي في أوساط الشباب بصفة عامة وأوساط الطلبة الجامعيين بصفة خاصة في الآونة الأخيرة، حيث أصبح من ضروريات مواكبة العصر الراهن.

3- هل تستخدم حسابك الشخصي في مواقع التواصل الاجتماعي من خلال:

جدول رقم (04) : اسم الذي يدخل به المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي .

نسبة المئوية (%)	تكرارات (ت)	
81.4	35	اسمك الحقيقي
4.7	2	اسم مستعار
0	0	اسم احد اقارب
14	6	اسم مركب حقيقي مستعار
100	43	المجموع



الشكل رقم (03) : استخدام اسماء الشخصية على مواقع التواصل الاجتماعي.

الملاحظ من الجدول أعلاه والذي يبين الاسم الذي يدخل به المبحوثون إلى مواقع التواصل الاجتماعي أن غالبية أفراد اي 6 مفردات ، اما % اكبر و اعلى نتيجة وتليها نسبة 14% العينة المدروسة يستخدمون اسمائهم الحقيقية بنسبة 81.2 فحين لم يتم تسجيل ولا مفردة للذين يستخدمون اسم احد % بخصوص اسم مستعار فقد تم تسجيل 02 مفردة بنسبة 4.7 اقارب .

جدول رقم (05) : الاسم الشخصي لحسابات افراد العينة على مواقع التواصل الاجتماعي حسب متغير الجنس.

مجموع		اناث		ذكور		
%	ت	%	ت	%	ت	
81.39	35	85.82	10	96.14	25	اسم حقيقي
2.32	1	00	00	3.85	1	اسم مستعار
13.95	6	29.41	05	3.85	1	اسم مركب : حقيقي/ مستعار
100	43	100	17	100	26	المجموع

يبين الجدول اعلاه احصائيات استخدام افراد العينة اسماء توأجدهم على مواقع التواصل الاجتماعي حسب متغير الجنس حيث وجدنا ان نسبة الذكور والاناث مستخدمي اسمهم الحقيقية متقاربة أي بنسبة 96.14 % عند الذكور ونسبة 85.82 % عند الاناث ام عن اسماء المركبة من اسم حقيقي ومستعار نجد نسبة 29.41 % عند الاناث يقابلها نسبة 03.85 % عن الذكور .

وملاحظ ان استخدام اسماء الحقيقية امر بديهي عند كلا الجنسين وخاصة الاناث وهذا راجع للمرحلة العمرية التي يمرون بها اي انهم يبحثون عن فرض ذواتهم حتى في الواقع الافتراضي، لتبقى مسألة احفاء اسماء الاناث الحقيقية حتى في توأجدهم على مواقع التواصل الاجتماعي نتيجة مجتمع محافظ على قيمه الاسرية وخف الاناث من تبعيات ذلك .

4- ما هو الجهاز الذي تتصفح من خلاله مواقع التواصل الاجتماعي ؟

جدول رقم (06) : الجهاز الذي يستخدمه افراد العينة لتصفح مواقع التواصل الاجتماعي .

نسبة المئوية (%)	تكرارات (ت)	
07	03	الكمبيوتر
72.1	31	الهاتف المحمول
2.3	01	لوحة الكترونية
18.6	08	الكمبيوتر المحمول
100	43	المجموع

تبين نتائج الجدول أعلاه أن أكثر أفراد العينة يتصفحون مواقع التواصل الاجتماعي باستخدام الهاتف الذكي بنسبة 72.1 % تليها نسبة 18.6 % يدخلون مواقع التواصل الاجتماعي باستخدام الكمبيوتر المحمول، ثم نسبة 7 % عن طريق الكمبيوتر المكتبي، ونسبة 2.3 % باستخدام اللوحة الإلكترونية.

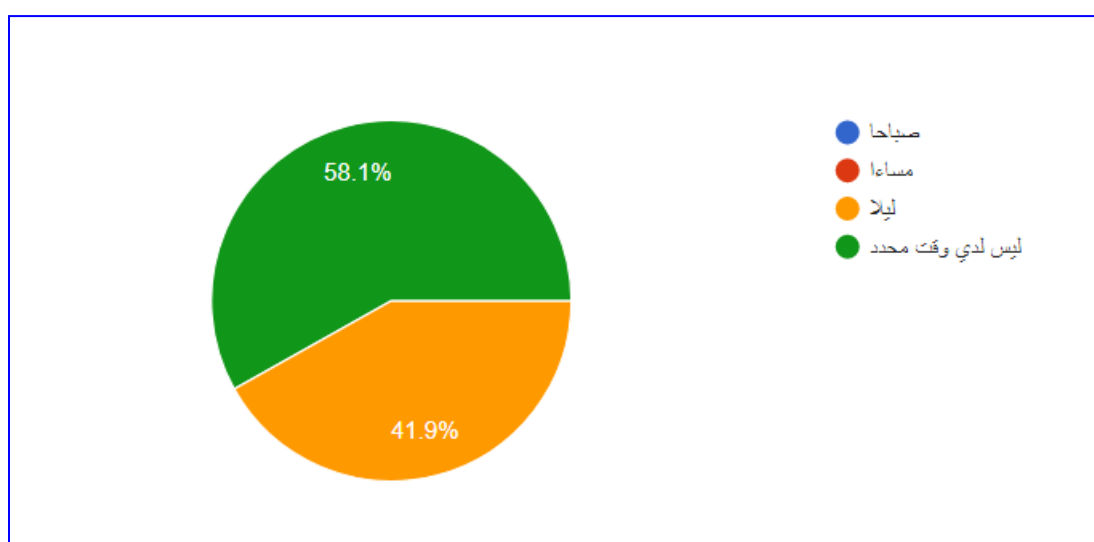
ويمكن تقييم ذلك بالتطور الكبير الذي عرفته الجزائر من حيث انتشار الهواتف الذكية وكذا خدمات التي توفرها شبكات الاتصال التي سهلت على المستخدمين تصفح مواقع تواصل الاجتماعي من هواتفهم الذكية، كذلك يرى المبحوثون أن الهواتف الذكية هي الأكثر سهولة للدخول لمواقع التواصل الاجتماعي .

5- ما هي الأوقات المفضلة لديك لاستخدام مواقع تواصل الاجتماعي في اليوم أكثر من غيرها؟

جدول رقم (07) : الوقت المفضل للمبحوثين اثناء استخدام مواقع التواصل الاجتماعي

نسبة المئوية (%)	تكرارات (ت)	
0	0	صباحا
0	0	مساء
41.9	18	ليلا

58.1	25	ليس لدي وقت محدد
100	43	المجموع



الشكل رقم (04) : اوقات استخدام الطلبة لمواقع التواصل الاجتماعي .

يوضح الجدول أعلاه الأوقات التي يفضلها أفراد العينة لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي، حيث تبين النتائج أن أغلب أفراد العينة والتي تقدر نسبتهم 85.1% ليس لديهم وقت محدد لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي بينما نجد أن نسبة 41.9% يفضلون استخدامه في الفترة الليلية، وينعدم استخدامها في فترات الصباحية والمسائية .

ومن النتائج السابقة نجد أن أفراد العينة يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي كلما سمحت لهم الفرصة بذلك، فهم لا يملكون وقت محدد لتصفحه، بينما توجد فئة أخرى تفضل استخدامه ليلا بحكم أن هذه الفترة هي التي يتفرغ فيها أغلب المبحوثين، بينما نجد أن الفترة الصباحية او المسائية تنعدم النسبة نسبة بحكم أن الطلبة يزاولون نشاطاتهم الدراسية فيها.

جدول رقم (08) : الاوقات المفضلة لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي حسب متغير الجنس.

مجموع		اناث		ذكور		
%	ت	%	ت	%	ت	
41.86	18	35.29	06	46.15	12	ليلا
58.13	25	64.70	11	53.84	14	ليس لدي وقت محدد
100	43	100	17	100	26	المجموع

يبين الجدول أعلاه الأوقات المفضلة لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي لكل من الذكور والإناث محل الدراسة، حيث توضح النتائج أن نسبة الإناث الذين ليس لهم وقت محدد لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي أكبر من نسبة الذكور، حيث بلغت النسبة 64.55% مقارنة مع نسبة للذكور 53.84%

بينما نجد أن الذكور يفضلون استخدام مواقع التواصل الاجتماعي ليلا مقارنة مع الإناث، حيث بلغت نسبة الذكور الذين يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي في هذه الفترة 46.15% مقابل نسبة 35.29% من الإناث .

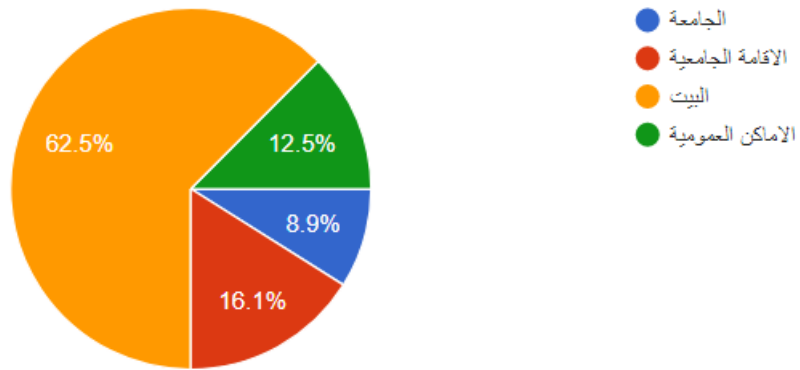
ومما نستنتجه من القراءات السابقة أنه لا توجد هناك فروق إحصائية كبيرة بين الذكور والإناث بالنسبة للأوقات التي يفضلونها لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي ، حيث نجد أن كلا من الذكور والإناث ليس لديهم وقت محدد لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي ، ويمكن تفسير ذلك إلى أن مواقع التواصل الاجتماعي أصبح متاحا للجميع عكس السنوات الماضية، وهذا راجع إلى توفر أجهزة الهواتف الذكية من جهة وخدمات الأنترنت من جهة أخرى.

6- ماهي الاماكن التي تفضل تصفح مواقع التواصل الاجتماعي فيها ؟

جدول رقم (09) : مكان استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لأفرد العينة .

نسبة المئوية (%)	تكرارات (ت)	
08.9	4	الجامعة
16.1	7	الاقامة الجمعية
62.5	26	البيت
12.5	6	الاماكن العمومية

100	43	المجموع
-----	----	---------



الشكل رقم (05) : اماكن التي يفضلها الطلبة لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي

يوضح الجدول اعلاه الاماكن التي يفضل فيها تصفح مواقع التواصل الاجتماعي، حيث تبين النتائج أن أغلب أفراد العينة والتي تقدر نسبتهم 62.5% يفضلون البيت لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي بتكرار (26) بينما نجد أن نسبة 16.1% بمجموع تكرار 07 يفضلون الإقامة الجامعية و نسبة 12.5% يفضلون الاماكن العمومية بتكرار 6 اما بخصوص الذين يفضلون استخدامها في الجامعة يقدر نسبتهم ب 08.9 بتكرار 04 .

ومن النتائج السابقة نجد أن أفراد العينة يفضلون يستخدمون مواقع تواصل الاجتماعي في البيت، فهم لا يملكون وقت محدد لتصفحه، بينما توجد فئة أخرى تفضل استخدامه بالإقامة الجامعية بحكم أنها مكان الذي يتفرغ فيه أغلب المبحوثين، بينما نجد أن الأماكن العمومية و الجامعة للطلبة الذين يملكون الوقت اكثر من غيرهم .

جدول رقم (10) : الاماكن المفضل لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي حسب متغير الجنس.

مجموع	اناث		ذكور		
	ت	%	ت	%	
08.87	04	11.76	04	11.53	الجامعة
16.11	07	11.76	01	23.07	الاقامة
62.49	26	82.35	14	80.76	البيت
12.48	07	11.76	01	19.23	الاماكن العمومية
100	43	100	17	100	المجموع

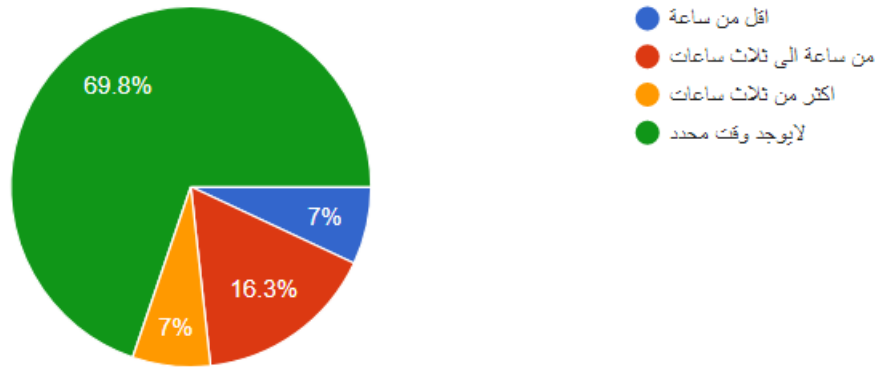
تبين نتائج الجدول أعلاه أن الإناث يستخدمن مواقع التواصل الاجتماعي في البيت بنسبة 82.35 % تقابلها نسبة 80.76 % من الذكور تستخدمه في نفس المكان، بينما نجد أن الذكور يفضلون استخدام مواقع تواصل الاجتماعي بالإقامة الجامعية بنسبة 23.07 % تقابلها نسبة 11.76 % من الإناث تستخدمه في نفس المكان، أما عن الجامعة نجد أن نسبة

متقاربة عند الجنسين فنسبة 11.53% عند الذكور و نسبة 11.76% الاناث اما فيما يخص الاماكن العمومية فنجد نسبة الذكور قد بلغت 19.23% و اقل منه نسبة الاناث حيث بلغت 11.76% وهذا راجع الى طبيعة المجتمع الجزائري حيث يخرج الذكور الى اماكن العمومية اكثر من نساء وخاصة في فترة الليلية .

7- كم من الوقت تستغرق في تصفح على مواقع التواصل الاجتماعي؟

جدول رقم (11) : الوقت الذي يستغرقه افراد العينة على مواقع التواصل الاجتماعي .

نسبة المنوية (%)	تكرارات (ت)	
7	3	اقل من ساعة
16.3	7	من ساعة الى ثلاث ساعات
7	3	اكثر من ثلاث ساعات
69.8	30	لا يوجد لدي وقت محدد
100	43	المجموع



الشكل رقم (06) : الاوقات التي يقضونها في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي .

يبين الجدول أعلاه والمتعلق بعدد ساعات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي بالنسبة لأفراد العينة، حيث نلاحظ أن هناك 03 مفردة تتصفح مواقع التواصل الاجتماعي في الفترة من أقل من نسبة 7% في حين يقضي 7 مفردة أي بنسبة 16.3% من 01 ساعة إلى 03 ساعات في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، تليه ما يعادل 03 مفردة أي بنسبة 7% يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي في أكثر من ثلاث ساعات وفي اخير ام من لا يوجد لديهم وقت محدد في تصفح مواقع التواصل الاجتماعي نسبة 69.8% ما يعادل 30 .

ويمكن تفسير ذلك بأن أفراد العينة بدأوا في الإدمان على استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، حيث أصبح هذا الواقع الافتراضي الذي يعيش فيه الطلبة معظم وقتهم جزءاً لا يتجزأ من حياتهم اليومية، نظراً للمتعة التي يشعرون بها نتيجة تواصلهم مع أصدقائهم أو تعرفهم على أشخاص جدد، وكذا طرح مختلف أنواع النقاشات والحوارات وتبادل الأفكار والمعلومات.

جدول رقم (12) : اوقات المستغرقة في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي حسب متغير الجنس.

مجموع		اناث		ذكور		
%	ت	%	ت	%	ت	
06.97	03	11.76	02	03.84	01	اقل من ساعة
16.27	07	11.76	02	19.23	05	من ساعة الى ثلاث ساعات
06.97	03	11.76	02	03.84	01	اكثر من ثلاث ساعات
69.76	30	64.70	11	73.07	19	لا يوجد وقت محدد
100	43	100	17	100	26	المجموع

يوضح الجدول أعلاه الوقت المستغرق من طرف الذكور والإناث في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، حيث نلاحظ من خلال النتائج الموضحة أعلاه أن الذكور يقضون وقتاً أطول في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي مقارنة مع الإناث، حيث تبين النتائج أن الإناث يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي في الفترة (اقل من ساعة) بنسبة 11.76% في حين تقضي نسبة 03.84 % من الذكور نفس الفترة، ثم تأتي نسبة 11.76 % من الإناث يقضون من الوقت (من ساعة الى ثلاث ساعات)، تقابلها نسبة 19.23 % من الذكور تقضي نفس المدة، بينما نجد أن نسبة 03.84 % من الذكور يستغرقون مدة (اكثر من ثلاث ساعات) في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي مقارنة مع نسبة 11.76 % من الإناث تستخدم مواقع التواصل الاجتماعي في نفس المدة، وجاءت فترة (لا يوجد وقت محدد) في بالنسبة للإناث وذلك بنسبة 64.70 % أما بالنسبة للذكور فجاءت 73.07%.

8- ما هي مواقع وتطبيقات التواصل الاجتماعي التي تستخدم و المفضلة لديك ؟

جدول رقم (13) : مواقع التواصل الاجتماعي المفضلة لأفراد العينة .

نسبة المنوية (%)	تكرارات (ت)	
79.1	34	الفييس بوك
55.8	24	انستغرام
60.5	26	اليوتيوب

9.3	4	تويتر
2.3	1	اخرى
100	43	المجموع

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن غالبية أفراد العينة المدروسة يستخدمون الفيس بوك وذلك بنسبة 79.1 % تليها نسبة 55.8 % من أفراد العينة يفضلون استخدامه مع الانستغرام، بينما يحتل اليوتيوب المرتبة الثالثة بنسبة 60.5% ويليه موقع التويتر بنسبة 9.3 % .

ويمكن تفسير النتائج السابقة بأن استخدام الفايس بوك هو اعلى بين الطلبة كون هذا الموقع هو اكثر شهرة في الجزائر ، وهذا ما اشرنا اليه في دراستنا هذه حسب نتائج البحث من موقع gs.statcounter.com والذي اظهر نتائجه بان موقع الفايس بوك هو الاشهر في الجزائر .

جدول رقم (14) : مواقع التواصل الاجتماعي المفضلة لأفراد العينة حسب متغير الجنس.

مجموع	اناث		ذكور		
	ت	%	ت	%	
79.06	34	64.70	11	88.46	فايس بوك
55.81	24	52.84	09	50	انستغرام
60.46	26	52.84	09	65.38	اليوتيوب
09.30	04	05.88	01	11.53	تويتر
02.32	01	00	00	03.84	اخرى
100	43	100	17	100	المجموع

يوضح الجدول اعلاه مواقع وتطبيقات المفضلة لافراد العينة حسب متغير الجنس وملاحظ ان اهتمام كلا الجنسين بمواقع وتطبيقات الاشهر في الجزائر حيث كانت نسبة 88.46 % للذكور و 64.70 % للاناث لموقع الفايس بوك ، وتلتها نسبة استغرام موقع انستغرام بنسبة 50% للذكور ويقابلها ما نسبته 52.84 % للاناث ، وجاء موقع يوتيوب ثانيا من حيث نسبة الاستخدام فالذكور يستخدمونه بنسبة 65.38 % ويستخدمه الاناث بنسبة 52.84 % اما موقع التويتر فيبقا غير مفضل في الجزائر كما اشرنا اليه سابقا حيث بلغت نسبة استخدامه عن الاناث 05.88 % يقابله نسبة 11.53 % فحين وجدنا ان بعضهم يستخدم تطبيقات اخرى مثل فايبر و واتس اب بنسبة 03.84 % .

9- ما طبيعة الصورة التي تضعها في حسابك ؟

جدول رقم (15) : طبيعة الصورة التي يضعها افراد العينة على مواقع التواصل الاجتماعي .

نسبة المئوية (%)	تكرارات (ت)	
69.8	30	صورة شخصية
0	0	صورة عادات وتقاليد منطقة
9.3	4	صور مشاهير ونجوم
4.7	2	صور دينية
0	0	معلم تاريخي محلي
16.3	7	اخرى
100	43	المجموع

يوضح الجدول أعلاه الصورة التي يستخدمها أفراد العينة للتعبير عن هويتهم الافتراضية في مواقع التواصل الاجتماعي، والملاحظ من نتائج الجدول أن المبحوثين يفضلون استخدام صورهم الشخصية كصورة تعبير عن هويتهم الافتراضية مواقع تواصل الاجتماعي وذلك بنسبة 69.8% بينما يفضل آخرون إدراج صور مشاهير ونجوم وذلك بنسبة 9.3% وتأتي صورة الدينية بنسبة 4.7% وفي الأخير صور لمعلم تاريخي محلي بنسبة و صور عادات وتقاليد تنعدم بنسبة 0% .

10- ما نوع الصفحات التي تتابعها على مواقع التواصل الاجتماعي؟

جدول رقم (16) : نوع الصفحات التي يتابعها المبحوثين على مواقع التواصل الاجتماعي .

نسبة المئوية (%)	تكرارات (ت)	
--------------------	---------------	--

67.4	29	ما يخص تخصص علمي
72.1	31	اخبار المجتمع
46.5	20	الدين
32.6	14	العادات والتقاليد
41.9	18	الموضة والازياء
14	6	اخرى
100	43	المجموع

يوضح الجدول أعلاه اهتمامات المبحوثين على مواقع التواصل الاجتماعي، حيث أوضحت النتائج أن أفراد العينة مهتمون بأخبار المجتمع بنسبة 72.1% تليها مباشرة بما يخص تخصصهم الدراسي بنسبة 67.4% ثم تأتي ما يهتم بمقومات الدين بنسبة 46.5% وما الموضة والازياء بنسبة 41.9% أما اهتمامات اخرى 14% .

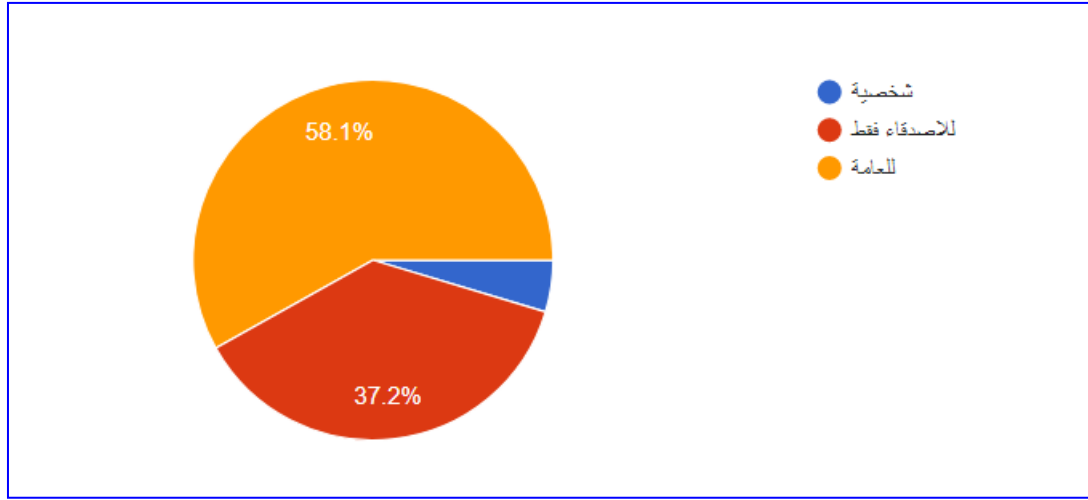
يبدو من النتائج المتحصل عليها أن المبحوثين يبحثون دائما عن كل ما اخبار مجتمعاتهم، ويحاولون البحث عن كل جديد ينشر عبر مواقع تواصل الاجتماعي.

11- هل صفحتك على مواقع التواصل الاجتماعي تكون ؟

جدول رقم (17) : صفحة مواقع التواصل الاجتماعي لأفراد العينة .

نسبة المئوية (%)	تكرارات (ت)	
4.7	2	شخصية
37.2	16	للأصدقاء فقط
58.1	25	للعمامة

100	43	المجموع
-----	----	---------



الشكل رقم (08) : صفحات الطلبة على مواقع التواصل الاجتماعي .

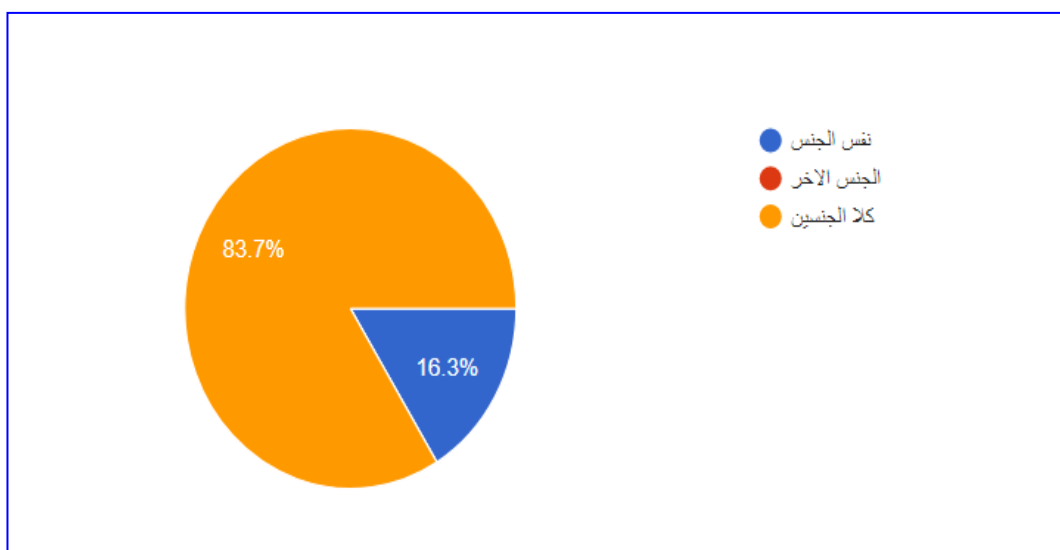
II. دوافع واشباكات التي تؤدي بأفراد العينة الى استخدام المواقع التواصل الاجتماعي ؟

12- مع من تفضل التواصل في مواقع التواصل الاجتماعي ؟

جدول رقم (18) : الجهات التي يفضلها المبحوثون التواصل معها .

نسبة المنوية (%)	تكرارات (ت)	
16.3	7	نفس الجنس

0	0	الجنس الاخر
83.7	36	كلا الجنسين
100	43	المجموع



الشكل رقم (09) : نوع الجنس المفضل للتواصل على مواقع التواصل الاجتماعي .

يوضح الجدول أعلاه نوع الجنس الذي يفضل أفراد العينة أن يتواصلوا معه في مواقع التواصل الاجتماعي، حيث نلاحظ من نتائج الجدول أن المبحوثين يفضلون التواصل مع كلا الجنسين ذكر وأنثى وذلك بنسبة 83.7% بينما يفضل ما نسبته

16.3 % التواصل مع أشخاص من نفس جنسهم، في حين نجد أن يفضلون التواصل مع الجنس الآخر فقط منعدم او غير موجود.

13- ما هو الدافع وراء استخدامك لمواقع التواصل الاجتماعي ؟

جدول رقم (19) : دوافع وراء استخدام مواقع التواصل الاجتماعي .

نسبة المئوية (%)	تكرارات (ت)	
2.3	01	مجانية
34.9	15	السرعة في تفاعل مع الاصدقاء
9.3	04	شهرة مواقع التواصل
39.5	17	ملئ الفراغ
2.3	01	لمعرفة الاخبار
11.6	05	اخرى
100	43	المجموع

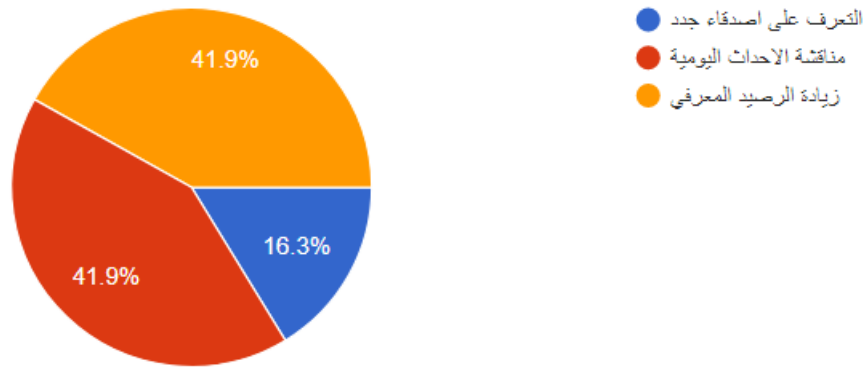
يمثل الجدول اعلاه دوافع وراء استخدام الطلبة لمواقع التواصل الاجتماعي حيث نجد ان اعلى نسبة سجلت على عبارة ملئ الفراغ بنسبة 39.5 % وسجلت 34.9 % على ان دافع هو سرعة التفاعل مع الاصدقاء، وسجلة شهرة مواقع التواصل بنسبة 02.3 % عند كل من معرفة الاخبار، مجانية .

14- ما هي دوافع استخدامك لمواقع التواصل الاجتماعي ؟

جدول رقم (20) : دافع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لأفراد العينية .

نسبة المنوية (%)	تكرارات (ت)	
16.3	07	التعرف على اصدقاء جدد
41.9	18	مناقشة الاحداث اليومية
41.9	18	زيادة الرصيد المعرفي
100	43	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول اعلاه ان نسبة مناقشة الاحداث اليومية وزيادة الرصيد المعرفي هم الدافع الرئيس لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة 41.9 % لكليهما فحين سجلنا نسبة 16.3 % يقلون ان الدافع هو التعرف على اصدقاء جدد .



الشكل رقم (10) : دوافع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي .

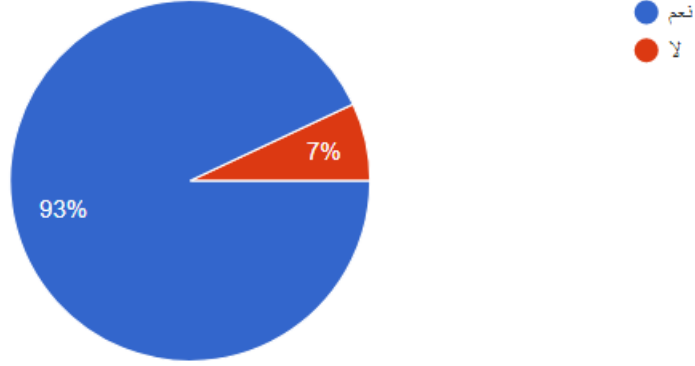
جدول رقم (21) : دوافع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي حسب متغير الجنس.

مجموع		اناث		ذكور		
%	ت	%	ت	%	ت	
16.27	07	17.64	03	15.38	04	التعرف على اصدقاء جدد
41.86	18	35.29	06	46.15	12	مناقشة الاحداث اليومية
41.86	18	47.05	08	38.46	10	زيادة الرصيد المعرفي
100	43	100	17	100	26	المجموع

15- هل استخدامك لمواقع التواصل الاجتماعي يجعلك تشارك في نشر المعلومات عبر هذه المواقع؟

جدول رقم (22) : نسبة مشاركة او عدم مشاركة المعلومات على مواقع التواصل الاجتماعي .

نسبة المئوية (%)	تكرارات (ت)	
93	40	نعم
7	3	لا
100	43	المجموع



الشكل رقم (11) : نسبة الطلبة الجامعيين الذين يشاركون او لا يشاركون معلومات على مواقع التواصل الاجتماعي .

16- إذا كانت إجابتك بنعم ما نوع هذه المعلومات ؟

جدول رقم (23) : نوع المعلومات التي يشاركها افراد العينة .

نسبة المئوية (%)	تكرارات (ت)	
53.5	23	ثقافية
20.9	9	علمية
2.3	1	ادبية
14	6	رياضية
9	4	اخرى
100	43	المجموع

يوضح الجدول أعلاه طبيعة المواضيع التي يفضل أفراد العينة مشاركتها عبر مواقع التواصل الاجتماعي، حيث نلاحظ أن غالبية الطلبة يفضلون نشر مواضيع ثقافية بنسبة 53.5% وتليها مواضيع علمية 20.9% بنسبة بلغت ثم تليها نسبة من المبحوثين يفضلون مواضيع رياضية بنسبة 14% فمواضيع أخرى بنسبة 9%، ثم تأتي المواضيع ادبية بنسبة 2.3%.

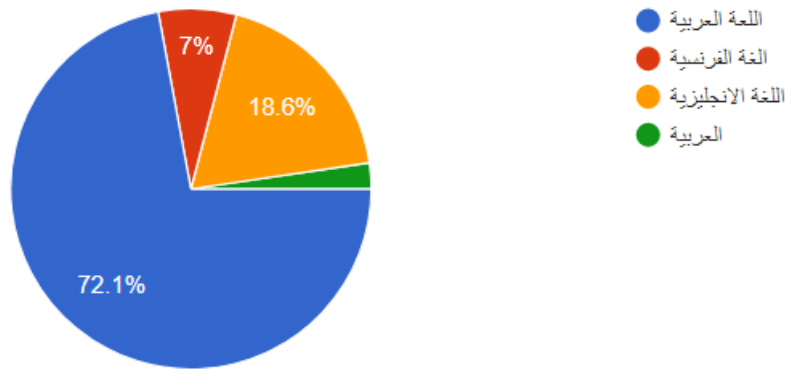
III. الأثار المترتبة عن استخدام المواقع التواصل الاجتماعي في مكونات الهوية الثقافية لدى الطلبة الجامعيين الجزائريين .

17- ما هي اللغة التي تفضل استخدامها على مواقع التواصل الاجتماعي ؟

جدول رقم (24) : اللغة المفضل استخدامها على مواقع التواصل الاجتماعي .

نسبة المئوية (%)	تكرارات (ت)	
72.1	31	اللغة العربية
06.9	3	اللغة الفرنسية
18.6	8	الانجليزية
02.3	1	أخرى

100	43	المجموع
-----	----	---------



الشكل رقم (12) : اللغة التي يفضل الطلبة استخدامها على مواقع التواصل الاجتماعي .

يوضح الجدول أعلاه اللغة المستخدمة من طرف أفراد العينة للتواصل عبر مواقع التواصل الاجتماعي، ويبدو من النتائج أن اللغة الغالبة على مواقع التواصل الاجتماعي هي اللغة العربية – باعتبارها اللغة الرسمية الأولى في الجزائر – بنسبة 72.1% تليها اللغة الانجليزية بنسبة 18.6% ثم تأتي اللغة الإنجليزية بنسبة 7% .

ولعل مثل هذه النتائج تعكس لنا طبيعة الممارسة الهوياتية للطلبة الجامعيين الذين يفضلون اللغة العربية للتعبير عن آرائهم وعن ثقافتهم وتصوراتهم ونظرتهم نحو واقعهم، ويرجع هذا لطبيعة كونها اللغة الأم ولا يمكنهم الاستغناء عنها حتى في تعاملاتهم في الواقع الافتراضي، وكذلك ما ورثه هذا الجيل من النخبة الجزائرية التي ساهمت ومازالت تساهم في إنتاج هذه اللغة من امثال عبد الحميد ابن باديس والبشير الابراهيمي وغيرهم. كما نجد بروز اللغة الإنجليزية ذات

البعد العالمي، التي تتيح التواصل بين مختلف الشعوب والأجناس بصفتها اللغة الأولى في العالم. وعليه فالممارسة اللغوية تعبر عن حال ووضع الثقافة والهوية في أي مجتمع وفي أي بلد.

جدول رقم (25) : اللغة المفضلة استخدامها على مواقع التواصل الاجتماعي لأفراد العينة حسب متغير الجنس

مجموع		اناث		ذكور		
%	ت	%	ت	%	ت	
72.09	31	64.70	11	76.92	20	اللغة العربية
06.97	03	11.76	02	03.84	01	اللغة الفرنسية
18.60	08	23.52	04	15.38	04	اللغة الانجليزية
02.32	01	00	00	03.84	01	اخرى
100	43	100	17	100	26	المجموع

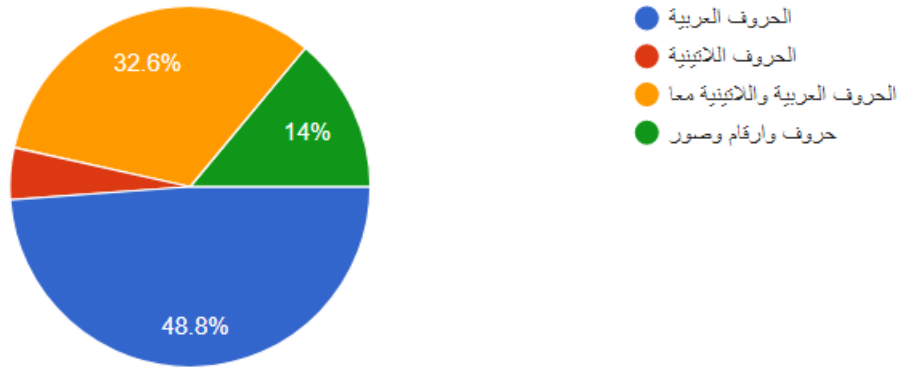
الملاحظ من خلال الجدول اعلاه ان نسبة استخدام اللغة العربية اعلى عند طلبة وقد جاءت النتائج حسب متغير الجنس ما نسبته 76.62 % عند الذكور و نسبة 64.70 % عند الاناث ، تليها اللغة الانجليزية بنسبة 23.52 % اما عند الذكور 15.38 % ثم اللغة الفرنسية بنسبة 03.84 % عن الذكور اما الاناث فقد بلغت 11.76 % اما اللغات الاخرى فقد بلغت نسبة 03.84 % عن الذكور .

وملاحظ ان مواقع التواصل الاجتماعي لم تأثر في اللغة التواصل عن الطلبة كون هذه المواقع تتيح استخدامها بالكثير من اللغات العالمية غير اننا نجد ان هناك تطور كبير في اللغة الانجليزية وسط الطلبة والمجتمع الجزائري وخاصة عند الاناث وهذا يرجع الى كونها لغة عالمية بامتياز .

18- ما هي طبيعة الحروف والرموز التي تعودت على استخدامها للتعبير على لغتك في مواقع التواصل الاجتماعي ؟

جدول رقم (26) : طبيعة الكتاب على مواقع التواصل الاجتماعي .

نسبة المئوية (%)	تكرارات (ت)	
48.8	21	الحروف العربية
4.7	2	الحروف اللاتينية
32.6	14	الحروف العربية واللاتينية معا
14	6	حروف وارقام وصور



الشكل رقم (13) : طبيعة الحروف والرموز والصور التي يستخدمها الطلبة لتعبير عن لغتهم في مواقع التواصل الاجتماعي .

يبين الجدول أعلاه الحروف التي يفضل أفراد العينة الكتابة بها أثناء تواصلهم عبر مواقع التواصل الاجتماعي، حيث أوضحت النتائج أن المبحوثين يفضلون استخدام الحروف العربية بنسبة 84.8 % تليها نسبة 32.6 % لحروف العربية واللاتينية معا، ثم تأتي الحروف و الأرقام والصور بنسبة 14% وفي الأخير تأتي الحروف اللاتينية بنسبة 4.7 % .

فالمبحوثين يفضلون استخدام الحروف العربية في تواصلهم عبر مواقع التواصل الاجتماعي والتي يوظفونها للتعبير عن هويتهم وثقافتهم، حيث أصبح الطلبة يتداولون اللغة العامية والتي تعكس ثقافتهم الشعبية، سواء في الدراسة أو خارج مجال الدراسة، حتى أنهم استغنوا عن الكتابة بالأحرف اللاتينية فقط واستبدلوها بالحروف العربية و اللاتينية -حتى وإن كانوا يتواصلون باللغة العربية - .

جدول رقم (27) : طبيعة الرموز والحروف معتاد استخدامها على مواقع التواصل الاجتماعي لأفراد العينة حسب متغير الجنس.

مجموع		اناث		ذكور		
%	ت	%	ت	%	ت	
48.83	21	14.17	07	53.84	14	الحروف العربية
03.65	02	05.88	01	03.84	01	الحروف اللاتينية
32.55	14	29.41	05	34.61	09	الحروف العربية واللاتينية معا
13.65	06	23.52	04	07.69	02	حروف وصور وارقام
100	43	100	17	100	26	المجموع

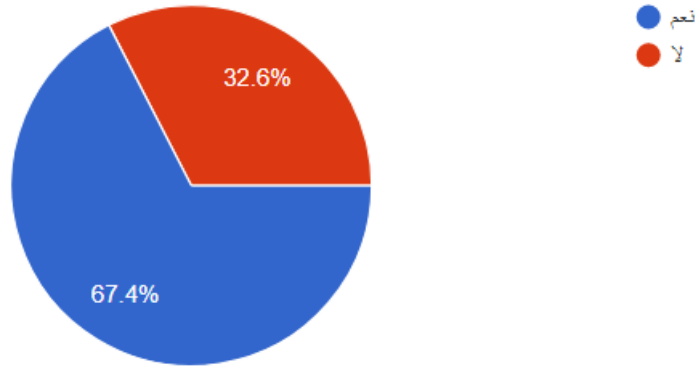
يبين الجدول اعلاه طبيعة الحروف والرموز الكتاب داخل مواقع التواصل الاجتماعي حسب متغير الجنس حيث نلاحظ ان الحروف العربية هي اعلى استعمالا عن الذكور مقارنة بالاناث بنسبة 53.84 % و 14.17 % عن الاناث وجاءت الحروف العربية واللاتينية عند الذكور بنسبة 34.61 % وعند الاناث بنسبة 29.41 % واما الحروف اللاتينية كانت بنسبة 03.84 % عند الذكور ونسبة 05.88 % عن الاناث ، اما بخصوص الصور والرموز وحروف كانت عند الذكور بنسبة 07.69 % وعند الاناث بنسبة 23.52 % .

19- هل أثرت مضامين مواقع اتواصل الاجتماعي على قيمك الدينية داخل مجتمعك ؟

جدول رقم (28) : تأثير مضامين مواقع التواصل الاجتماعي على قيم داخل مجتمع افراد العينة

نسبة المنوية (%)	تكرارات (ت)	
67.4	29	نعم

32.6	14	لا
100	43	المجموع



الشكل رقم (14) : نسبة التأثير على مضامين القيم الاجتماعية على الطلبة .

20- إذا كانت الإجابة بنعم ما نوع هذا التأثير؟

جدول رقم (29) : نوع تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على قيم داخل مجتمع المبحوثين

نسبة المئوية (%)	تكرارات (ت)	
--------------------	---------------	--

46.5	20	تعزيز تقوى الاله
48.8	21	الالتزام الديني
4.7	2	الارتداد وتغيير الدين الاول
100	43	المجموع

ا. آثار مواقع التواصل الاجتماعي في مقومات الهوية الثقافية لدى أفراد العينة

استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وتأثيره على اللغة العربية.

جدول رقم (30) : متعلق بتأثير مواقع التواصل الاجتماعي على اللغة العربية لدى أفراد العينة.

المجموع		الاناث		الذكور			
النسبة %	التكرارات	النسبة %	التكرارات	النسبة %	تكرارات		
39.5	17	44.4	08	36	09	1	ع1 س21
41.9	18	38.9	07	44	11	2	
9.3	04	16.7	03	04	01	3	
4.7	02	0	00	08	02	4	
4.7	02	0	00	08	02	5	
100	43	100	18	100	25	المجموع	
4.7	02	5.5	01	04	01	1	ع02 س22
16.3	07	22.2	04	12	03	2	
32.6	14	38.8	07	28	07	3	
18.6	08	22.2	04	16	04	4	
27.9	12	11.2	02	40	10	5	

100	43	100	18	100	25	المجموع	
18.6	08	38.8	07	04	01	1	ع03 س22
53.5	23	44.4	08	60	15	2	
20.9	09	5.5	01	32	08	3	
7	03	11.1	02	04	01	4	
00	00	00	00	00	00	5	
100	43	100	18	100	25	المجموع	
32.6	14	33.3	06	32	08	1	ع04 س23
51.2	22	55.5	10	48	12	2	
14	06	5.5	01	20	05	3	
2.3	01	5.5	01	00	00	4	
00	00	00	00	00	00	5	
100	43	100	18	100	25	المجموع	
4.7	02	11.1	02	00	00	1	ع05 س24
4.7	02	5.5	01	04	01	2	
4.7	02	00	00	08	02	3	
18.6	08	27.8	05	12	03	4	
67.4	29	55.5	10	76	19	5	
100	43	100	18	100	25	المجموع	

العبارة 01 : تطوير بلاغتك وفصاحتك وتعزيز لغتك العربية

تبين نتائج الجدول أن أغلبية أفراد العينة موافقون على أن مواقع تواصل الاجتماعي تعمل على تطوير بلاغتك وفصاحتك وتعزيز لغتك العربية ، حيث يمثل الموافقون نسبة 41.9 % والموافقون بشدة بنسبة 39.5 % تليها نسبة 09.3 % من المحايدون، ثم المعارضين و المعارضون بشدة بنفس نسبة حيث بلغت كل واحد منهما 04.7 %.

أفراد العينة أغلبهم – ذكورا وإناثا- موافقون على هذه العبارة ولكن بنسب متفاوتة، فالإناث موافقون بنسبة 44.4 % مقابل نسبة 36 % من الذكور موافقون أيضا على هذا الطرح. في حين نجد أن أفرادا موافقون بشدة على هذه العبارة، حيث سجلنا أن الذكور موافقون بشدة بنسبة فاقت نوعا ما نسبة الإناث قدرت ب 44 % مقابل نسبة 38.9 % للإناث في المقابل لم نجد عددا من المبحوثين معارض او معارض بشدة على محتوى العبارة، في الأخير نجد أن فئة من المبحوثين فضلت الحياد، حيث بلغت نسبة المحايدون عند الذكور 04 % وبلغت عند الإناث 16.7 %.

العبارة 02 : اعترازك باللغة الأمازيغية

على الرغم من أن أغلبية أفراد العينة أجابوا بأنهم محايدون من أن استخدامهم مواقع تواصل الاجتماعي يعزز اللغة الأمازيغية بنسبة 32.6 % إلا أن نسبة الموافقون بشدة تمثل نسبة ضئيلة بلغت 4.7 % يوافق نسبة 16.3 % على

العبارة وهي نسبة مهمة في دراستنا ، بينما نجد أن نسبة المعارضين متوسطة بلغت 18.6 % ومعارضين بشدة بنسبة 27.9 % أما بالنسبة لإجابات المبحوثين على أساس متغير الجنس، نجد أن هناك اتفاق في الإجابة بين الذكور والإناث مع اختلاف بسيط فقط في النسب فقط، حيث نجد أن الذكور موافقون بشدة بنسبة 4 % على العبارة السابقة والإناث بنسبة 5.5 % . ونجد أن فئة من المبحوثين تعارض على هذه العبارة، حيث قدرت نسبة الإناث ب 22.2 % والذكور بنسبة 16 % . بينما نجد أن نسبة المحايدين كانت قوية، حيث بلغت 38.8 % عند الإناث ونسبة 28 % عند الذكور .

العبارة 03 : ظهور عبارات ومصطلحات جديدة في أوساط الطلبة

من خلال نتائج الجدول السابقة تبين لنا أن نسبة كبيرة من أفراد العينة موافقة على العبارة " ظهور عبارات ومصطلحات جديدة في أوساط الطلبة " بنسبة بلغت 53.5 % ونسبة 18.6 % موافقون بشدة، أما نسبة المعارضين فكانت 07 % والمعارضين بشدة قد انعدم ، بينما بلغ عدد المحايدين ما نسبته 20.9 % .

ويوافق نسبة 44.4 % من الإناث ونسبة 60 % من الذكور على الطرح السابق، ويوافق بشدة نسبة 38.8 % من الإناث وتنظم إليهم نسبة 04 % من الذكور . في حين يعارض ما نسبته 04 % من الذكور ونسبة 11.1 % من الإناث، أما المحايدين فقد بلغت نسبتهم عند الذكور 32 % وعند الإناث 5.5 % .

الواضح من نتائج الجدول أن الطلبة ذكورا وإناثا موافقون على أن استخدام مواقع تواصل الاجتماعي أدى إلى ظهور مصطلحات وعبارات جديدة في أوساط الطلبة، وهذه الألفاظ والمصطلحات استقوها من إيمانهم واستخدامهم المتواصل لمواقع تواصل الاجتماعي حيث لاحظ الباحث أن الطلبة أصبحوا يتواصلون فيما بينهم بمصطلحات غريبة عن مجتمعنا وعن لغتنا، فبعد غزو هذه الألفاظ العالم الافتراضي للطلبة نقلوها إلى عالمهم الواقعي،

ومن أمثلة هذه الألفاظ (LOL :لول)، (JAIME جام)، (OK اوكي)، تكوناكتي، تفايسبوكي، راك أون لاين... وغيرها من الألفاظ والكلمات التي غزت أوساط الطلبة سواء أثناء تواصلهم في العالم الافتراضي أو حتى في عالمهم الواقعي

العبارة 04 : مساهمة في اكتساب وتطور لغة اجنبية جديدة .

من خلال التواصل مع أفراد من مناطق وجنسيات مختلفة استطاع أفراد العينة اكتساب وتطوير لغات أجنبية جديدة، وهذا ما أكدته نتائج الجدول، حيث نجد أن أكبر من نصف العينة المدروسة موافقون بنسبة 15.2 % على العبارة " اكتساب لغات أجنبية جديدة " ونسبة 32.6 % موافقون بشدة على العبارة، في المقابل نجد أن نسبة 2.3 % معارضة على هذه العبارة، بينما التزمت نسبة 14 % الحياد . كذلك نلاحظ أنه لا توجد اختلافات إحصائية بين الذكور والإناث بالنسبة للطرح السابق، حيث نجد أن كلا الجنسين موافقون بشدة على فحوى العبارة، فكانت نسبة 32 % للذكور ونسبة 33.3 % للإناث، بينما نجد أن نسبة المعارضة كانت جد ضئيلة عند كل من الذكور والإناث، فقد بلغت نسبة 5.5 % عند الإناث ونسبة 00 % عند الذكور . في حين نجد أن نسبة 20 % من الذكور ونسبة 5.5 % من الإناث التزموا الحياد بالنسبة لهذا الطرح .

الواضح أنه لا توجد اختلافات إحصائية بين الذكور والإناث بالنسبة لاكتساب لغات أجنبية جديدة، فكلا الجنسين موافق بشدة على أن استخدام مواقع تواصل الاجتماعي ساعدهم على التعرف على لغات جديدة وحتى التكلم بها والتواصل بها من محيطهم، وهذا راجع إلى ما أتاحتها مواقع تواصل الاجتماعي من تعارف وتواصل وإطلاع على مختلف لغات العالم.

العبرة 05 : جعل اللغة العربية ضعيفة امام اللغات الأجنبية الاخرى .

يبدو من نتائج الجدول أن أفراد العينة معارضون بشدة بنسبة 67.4% على العبارة " جعل اللغة العربية ضعيفة امام اللغات الأجنبية الاخرى " ثم تأتي معارض بنسبة 18.6 % في حين نجد أن المحايد بلغت نسبتهم 4.7 % . أما بالنسبة للعبارة حسب متغير الجنس، نجد أن الذكور معارضون بشدة بنسبة 76 % في مقابل نسبة 55.5 % عند الإناث معارضون بشدة وأيضا معارضون، وعند الذكور كانت نسبة معارض 12 % . كما تبين النتائج أن نسبة 00 % من الذكور موافقون بشدة على الطرح السابق ونسبة 11.1 % للإناث، وهي نسب صغيرة مقارنة مع نسب معارض بشدة، فيما سجلنا نسبة 08 % عند الذكور .

والواضح من النتائج السابقة أن أغلب المبحوثين ذكورا وإناثا يعارضون بشدة على أن استخدامهم لمواقع تواصل الاجتماعي يعمل على إضعاف مكانة اللغة العربية والتي تعتبر اللغة الأم مقارنة مع اللغات الأجنبية الأخرى، فرغم أن المبحوثين يرغبون في تعلم واكتساب لغات أجنبية جديدة (فرنسية، انجليزية...) إلا أنهم لا يستغنون عن اللغة العربية في تواصلهم ونشاطاتهم المختلفة، سواء في الفضاء الافتراضي أو الواقعي، باعتبار أن اللغة العربية هي ركيزة من ركائز ومقومات هويتنا وثقافتنا.

استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وتأثيره على الدين الإسلامي .

جدول رقم (31) : متعلق بتأثير مواقع التواصل الاجتماعي على الدين الإسلامي لدى أفراد العينة

المجموع		الاناث		الذكور			
النسبة %	التكرارات	النسبة %	التكرارات	النسبة %	تكرارات		
74.4	22	61.1	11	84	21	1	06ع
18.6	08	38.9	07	04	01	2	
07	03	00	00	12	03	3	
00	00	00	00	00	00	4	25س
00	00	00	00	00	00	5	
100	43	100	18	100	25	المجموع	
69.8	30	55.6	10	80	20	1	07ع
23.3	10	38.8	07	12	03	2	
07	03	5.6	01	08	02	3	
00	00	00	00	00	00	4	

00	00	00	00	00	00	5	س
100	43	100	18		25	المجموع	
09.3	04	16.7	03	04	01	1	ع08
16.3	07	16.7	03	16	04	2	
09.3	04	22.2	04	00	00	3	
16.3	07	16.7	03	16	04	4	
48.8	21	27.7	05	64	16	5	
100	43	100	18	100	25	المجموع	
07	03	5.6	01	08	02	1	ع09
02.3	01	00	00	04	01	2	
09.3	04	16.7	03	04	01	3	
18.6	08	33.3	06	08	02	4	
62.8	27	44.4	08	76	19	5	
100	43	100	18	100	25	المجموع	

العبارة 06 : مساهمة في التمسك بالدين الاسلامي .

أجاب المبحوثون عن العبارة " مساهمة في التمسك بالدين الاسلامي " بموافق بشدة بنسبة 74.4 % بينما أجاب ما نسبته 18.6 % بموافق، في حين نجد أن نسبة ضئيلة من المبحوثين قدرت بـ 07 % أجابت الحياد فحين لم نسجل أي نسبة للمعارضين .

وفيما يخص رأي ذكور وإناث العينة عن العبارة، فقد تعدت نسبة موافق بشدة عند كلا الجنسين أكثر من النصف، أي ما يعادل 61.1 % عند الإناث ونسبة 84 % عند الذكور، وكانت نسبة الموافقين متقاربة عند الذكور والإناث، فقد بلغت عند الذكور 04 % في مقابل 38.9 % عند الإناث ، فيما اختار ما يقارب نسبة 12 % الحياد عند كل من الذكور .

ونصل إلى أن المبحوثين يؤمنون بأن استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي قد زاد من معلوماتهم الدينية، وجعلهم على دراية بتعاليم الدين الإسلامي، وهذا من خلال ما تنشره الصفحات والمجموعات الدينية التي يتابعونها.

العبارة 07 : مساهمة في نشر تعاليم الدين الإسلامي .

تشير نتائج الجدول السابق أن أغلبية أفراد العينة يوافقون بشدة بنسبة 69.8 % على العبارة " مساهمة في نشر تعاليم الدين الاسلامي " وبلغت نسبة الموافقين 23.3 % وكانت نسبة المعارضين بشدة معدومة ، أما المحايدون فقد بلغ نسبتهم 07 % . يعبر نسبة 55.6 % من الإناث عن موافقتهم بشدة على العبارة تقابلها نسبة 80 % من الذكور ، وتنعدم من ويعارضهم بشدة نسبة من الإناث و الذكور، ويأتي المحايدون بنسبة 08 % عند الذكور ونسبة 5.6 % عند الإناث .

جاءت هذه النتائج لتؤكد أيضا ما توصلت إليه نتائج العبارات السابقة، بأن أفراد العينة المدروسة يوافقون على أن مواقع التواصل الاجتماعي تعمل على نشر تعاليم الدين الإسلامي.

العبارة 08 : الإهمال في أداء بعض الشعائر الدينية كالصلاة .

لقد عارض بشدة المبحوثون بنسبة 48.8 % أن استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي تؤدي إلى الإهمال في أداء مختلف الشعائر الدينية، وجاءت نسبة 16.3 % موافقون وهي نسبة قوية، وهذا يدل على أن تصفح مواقع تواصل الاجتماعي لفترات طويلة يؤدي إلى الإدمان عليه وعدم القدرة على الاستغناء عليه حتى لأداء الفرائض والواجبات الدينية كالصلاة مثلا، فالمبحوثون يقضون ساعات في تصفح مواقع تواصل الاجتماعي دون الشعور بمرور الوقت أو الإحساس بمواقيت الصلاة على سبيل المثال.

العبارة 09 : نشر التطرف الديني والعداء اتجاه الإسلامي .

أجمع المبحوثون على المعارضة بشدة بنسبة 62.8 % على العبارة " نشر التطرف الديني والعداء اتجاه الإسلامي " يليها نسبة 18.6 % معارض على العبارة، ثم تأتي نسبة 02.3 % موافق على الطرح، أما نسبة 07 % فهي من نصيب موافق بشدة، أما الحياد فقد بلغت 9.3 %.

نسبته عارض بشدة ذكور العينة المدروسة العبارة بنسبة 76 % مقابل نسبة 44.4 % من الإناث، ونجد أن الإناث عارضن الطرح السابق بنسبة 33.3 % في حين أن الذكور عارضوا بنسبة 08 %.

ووافق بشدة نسبة 5.6 % من الإناث على الطرح في حين كانت نسبة الذكور الموافقين 08 %، فيما سجلنا نسبة 16.7 % من المحايدين عند الإناث ونسبة 04 % عند الذكور.

استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وتأثيره على العادات والتقاليد .

جدول رقم (32) : متعلق بتأثير مواقع التواصل الاجتماعي على العادات والتقاليد لدى أفراد العينة

المجموع		الاناث		الذكور			
النسبة %	التكرارات	النسبة %	التكرارات	النسبة %	تكرارات		
65.1	28	66.6	12	64	16	1	ع 10 س28
30.2	13	27.8	05	32	08	2	
04.7	02	5.6	01	04	01	3	
00	00	00	00	00	00	4	
00	00	00	00	00	00	5	
100	43	100	18	100	25	المجموع	
60.5	26	55.7	10	64	16	1	ع 11
32.6	14	33.3	06	32	08	2	

04.7	02	5.6	01	04	01	3	س29
02.3	01	2.6	01	00	00	4	
00	00	00	00	00	00	5	
100	43	100	18	100	25	المجموع	
39.5	17	33.4	06	44	11	1	ع 12
51.2	22	55.7	10	48	12	2	
02.3	01	00	00	04	01	3	
04.7	02	11.1	02	00	00	4	س30
02.3	01	00	00	04	01	5	
100	43	100	18	100	25	المجموع	
09.3	02	11.1	02	08	02	1	ع 13
11.6	05	11.1	02	12	03	2	
18.6	08	16.7	03	20	05	3	
30.2	13	33.3	06	28	07	4	س31
30.2	13	27.8	05	32	08	5	
100	43	100	18	100	25	المجموع	

العبارة 10 : اعتزازك بعاداتك وتقاليدك المحلية.

تشير نتائج الجدول والذي يوضح اتجاه أفراد العينة نحو العبارة " اعتزازك بعاداتك وتقاليدك المحلية" حيث نلاحظ أن المبحوثين موافقون على العبارة بنسبة 30.2% وموافقون بشدة بنسبة 65.1% ونجد أن معارضون بشدة ومعارضون قد انعدمت، بينما فضل ما يعادل نسبة 04.7% الحياد .

بالنسبة لإجابات المبحوثين حسب متغير الجنس عن العبارة، فقد سجلنا أعلى نسبة عند الإناث وهي 66.6% موافق بشدة في مقابل نسبة 64% عند الذكور، تليها موافق بنسبة 32% عند الذكور ونسبة 27.8% عند الإناث، أما الحياد فقد سجلنا نسبة 04% عند الذكور في مقابل نسبة 5.4% عند الإناث.

العبارة 11 : نشر عاداتك وثقافتك المختلفة والتعريف بها .

تشير نتائج الجدول إلى أن المبحوثين يوافقون بشدة بنسبة 60.5% على ما جاءت به العبارة " نشر عاداتك وثقافتك المختلفة والتعريف بها " ويوافق المبحوثون بنسبة 32.6% على الطرح، بينما نجد أن 02.3% يعارضون على العبارة وهي نسبة ضعيفة، فيما اختار ما نسبته 04.7% الحياد .

هناك اتفاق لدى الذكور والإناث على العبارة، حيث أبدوا موافقتهم على الطرح، حيث وافق الإناث بنسبة 32% والذكور بنسبة 33.3% كما وافق بشدة الذكور بنسبة 64% مقابل نسبة 55.5% للإناث . ونجد أن مبحوثا واحدا فقط

من الإناث عارض على العبارة أي بنسبة 2.6% . بينما فضل نسبة 05.6% من الإناث الحياد في مقابل نسبة 04% من الذكور.

العبارة 12 : التعرف والانفتاح على العالم الخارجي

تبين نتائج الجدول أن أفراد العينة موافقون بنسبة 51.2% على العبارة " التعرف والانفتاح على العالم الخارجي " وموافقون بشدة بنسبة 39.5% ومعارضون بشدة بنسبة 02.3% ومعارضون بنسبة 04.7% وأما نسبة المحايدون فقد كانت 02.3%.

توافق الإناث على العبارة السابقة بنسبة 55.7% وتوافق بشدة بنسبة 33.4% أما ذكور العينة فيوافقون بشدة على الطرح بنسبة 44% ويوافقون بنسبة 48% فيما نجد أن المعارضة كانت جد ضئيلة عند كلا الجنسين، حيث عارض بشدة نسبة 04% من الذكور . أما الحياد سجلنا نسبة 04% من المحايدون عند الذكور، و انعدمت عند الإناث . من النتائج السابقة نستخلص أن الذكور هم الأكثر حبا وتفضيلا للتعرف والانفتاح على العالم الخارجي، بحكم أنهم الأكثر قدرة على السفر والتجوال بعكس الإناث، فالذكور يفضلون إتمام دراستهم في الخارج أو حتى للعمل، لهذا فهم يحاولون قدر المستطاع معرفة لغات وثقافات مختلف مناطق العالم.

العبارة 13 : الشعور بالوحدة والعزلة.

تظهر لنا نتائج الجدول أن نسبة معارض كانت قوية علة عبارة " الشعور بالوحدة والعزلة " حيث بلغت نسبة 30.1% ومعارض بشدة بنسبة 30.1% بالتساوي ، أما موافق بشدة فقد كانت نسبته 09% ونسبة موافق كانت 11.1% . اما الحياد فكان نسبة لأبأس بها حيث بلغت 15,29% .

تشير البيانات أن كلا من الذكور والإناث فضل المعارضة ومعارضة بشدة حيث كانت نسبة معارض والتي كانت نسبتها قوية أيضا، حيث بلغت نسبة 33.3% عند الإناث بينما نجد أن الذكور كانوا معارضين للطرح بنسبة 28% ومعارضين بشدة عند الإناث 27.8% في حين سجلنا نسبة 32% عند الذكور. ويوافق بشدة عند الذكور على العبارة بنسبة 08% بينما الإناث يوافقون بنسبة 11.1% تليها موافق بنسبة 11.1% عند الإناث مقابل نسبة 12% عند الذكور.

استخدام مواقع تواصل الاجتماعي وتأثيره على الانتماء للهوية الثقافية.

جدول رقم (33) : متعلق بتأثير مواقع التواصل الاجتماعي على الشعور بالانتماء لدى أفراد العينة.

المجموع	الاناث		الذكور				
	النسبة %	التكرارات	النسبة %	التكرارات			النسبة %
04.7	02	5.5	01	04	01	1	ع 14 س 32
14	06	11.1	02	16	04	2	
25.6	11	27.8	05	24	06	3	
41.9	18	38.9	07	44	11	4	
14	06	16.7	03	12	03	5	
100	43	100	18	100	25		المجموع
20.9	09	22.2	04	20	05	1	ع 15

39.5	18	33.3	06	44	11	2	س33
11.6	05	16.7	03	08	02	3	
18.6	07	16.7	03	16	04	4	
09.3	04	5.6	01	12	03	5	
100	43	100	18	100	25	المجموع	

العبارة 14: الشعور بالاعتراب عن واقعك الحقيقي وعدم الانتماء إليه .

توضح نتائج الجدول اتجاه أفراد العينة نحو العبارة " الشعور بالاعتراب عن واقعك الحقيقي وعدم الانتماء إليه " حيث أكد أفراد العينة عكس ذلك، حيث عارضوا بنسبة 41.9 % وعارضوا بشدة بنسبة 14 % فيما وافق نسبة 14 % ووافق بشدة نسبة 04.7 % من المبحوثين ونجد نسبة 25.6 % من المحايدون الذين اختاروا الحياد بالنسبة لهذه العبارة.

فضل نسبة 24 % من ذكور العينة الحياد مقابل نسبة 27.8 % من الإناث، فيما عارض ما يقارب 38.9 % من الإناث الطرح مقابل نسبة 44 % من الذكور، ووافق نسبة 11.1 % من الإناث على محتوى العبارة مقابل نسبة 16 % من الذكور، فيما وافق بشدة نسبة 05.5 % من الإناث ونسبة 04 % من الذكور.

العبارة 15: الرغبة في الهجرة نحو الخارج

ادت مواقع التواصل الاجتماعي إلى الانفتاح على العالم الخارجي والتعرف على ثقافات وبلدان مختلفة، خاصة عند الذكور، وهذا ما أكدته أيضا نتائج العبارة " الرغبة في الهجرة نحو الخارج " حيث تبين النتائج أن نسبة 39.5 % موافق على الطرح تليها نسبة 20.9 % موافق بشدة ، بينما يعارض بشدة ما نسبته 9.3 % ويعارض نسبة 18.6 % على العبارة، فيما فضل نسبة 11.6 % الحياد .

ونجد أن الذكور موافقون بشدة على العبارة بنسبة 20 % وموافقون بنسبة 44 % أما الإناث نجد موافقون بشدة على العبارة بنسبة 22.2 % وموافقون بنسبة 33.3 % ، اما معارضون بشدة على العبارة بنسبة 12 % ومعارض بنسبة 16 % عند الذكور، أما الإناث نجد معارض بشدة على العبارة بنسبة 5.6 % ومعارض بنسبة 16.7 % .

من خلال النتائج نلاحظ أن هناك فروقا بين الذكور والإناث حول هذه العبارة، حيث نجد أن الذكور هم الأكثر رغبة في الهجرة نحو الخارج وهذا لقدرتهم على ذلك بعكس الإناث، فمثلا نجد أن السواحل تشهد يوميا ما يعرف ب "الحرقة " خاصة من جنس الذكور على غرار الإناث.

النتائج العامة للدراسة :

أسفرت نتائج الدراسة الميدانية عما يلي :

المحور الأول: خصائص وسمات العينة:

- بينت نتائج الدراسة أن مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي من الطلبة الجامعيين أغلبهم إناث بنسبة 64.12 % مقابل نسبة 84.61 % ذكور، وهذا راجع إلى أن الإناث يفضلن إكمال الدراسة مقارنة بالذكور الذين يتوجهون عادة إلى الحياة العملية.
- أما فيما يتعلق بالسن لأفراد العينة تبين أن أغلبهم ما بين سن (من 24 الى 26) وهذا بنسبة 34.09 % مقارنة مع الفئات العمرية الأخرى.
- كما أظهرت الدراسة أن أغلب أفراد العينة ذو مستوى معيشي متوسط، وهذا بنسبة 88.4 %

المحور الثاني: عادات وأنماط استخدام مواقع التواصل الاجتماعي :

- تبين أن أغلب أفراد العينة يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي منذ (4 سنوات إلى 6 سنوات) بنسبة 58.2 % ويستخدم 88.4 % مواقع تواصل الاجتماعي بصفة دائمة ، وتشير النتائج أن أغلب المبحوثين يتصفحون مواقع التواصل الاجتماعي بأسمائهم الحقيقية وهذا بنسبة 81.4 % .
- يدخل أغلب أفراد العينة إلى مواقع التواصل الاجتماعي من الهاتف الذكي بنسبة 72.1 % كما اتضح أن أغلب المبحوثين ليس لديهم وقت محدد للتصفح إلى مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة 58.1 % في مقابل نسبة 41.9 % يفضلون استخدامه في الفترة الليلية كونها الفترة التي يكون فيها الطلبة غير منشغلين بالدراسة .
- يفضل اغلب افراد العينة استخدام وتصفح مواقع التواصل الاجتماعي في البيت بنسبة 60.5 % حيث لا يوجد وقت محدد لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة 69.8 % و يفضلون استخدام موقع الفايبر بوك بنسبة 79.1 % في حين يفضل 69.8 % استخدام صورهم الشخصية.
- يدخل أفراد العينة يوميا إلى مواقع التواصل الاجتماعي لبحث ان اهم مستجدات واخبار مجتمع بنسبة 72.1 % كما اتضح ان نسبة 58.1 % صفحاتهم على مواقع التواصل الاجتماعي متاحة للعامه .

المحور الثالث : دوافع واشباكات التي تأدي بأفراد العينة الى استخدام المواقع التواصل الاجتماعي .

- توصلت النتائج إلى أن أفراد العينة يفضلون التواصل مع كلا الجنسين بنسبة 83.7 % كما تبين ان نسبة 39.5 % يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي لمليء الفراغ ونسبة 34.9 % كونها تمكنهم من السرعة في التواصل مع الاصدقاء .
- تبين أن نسبة 41.3 من افراد العينة يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي من اجل زيادة رصيد المعرفي و مناقشة مواضيع والاحداث .
- كما تبين أن ما نسبته 93 من افراد العينة يشاركون معلومات على مواقع تواصل الاجتماعي، وعن طبيعة وفحوى هذه المواضيع كانت اغلبها ثقافية حيث يشارك افراد العينة مواضيع ثقافية بنسبة 53.5 % .

المحور الرابع : الاثار المترتبة عن استخدام المواقع التواصل الاجتماعي في مكونات الهوية الثقافية لدى الطلبة الجامعيين الجزائريين.

- اتضح من خلال النتائج المتحصل عليها ان اللغة التي يفضل افراد العينية استخدامها على مواقع التواصل الاجتماعي هي اللغة العربية حيث بلغت نسبة 72.1 %، أما عن طبيعة لغة الكتابة في مواقع التواصل الاجتماعي فكانت نسبة 48.8% يفضلون كتابة باللغة العربية وتلتها نسبة 32.6% باللغة الانجليزية وهذا نتيجة كون اللغة الانجليزية لغة عالمية ، وملاحظ هو تراجع اللغة الفرنسية كونها وريث استعماري .
- وفيما يتعلق باثر مضامين مواقع التواصل الاجتماعي على القيم الدينية يرى ما نسبته 67.4 % انها اثر على قيمهم الدينية ، كما أوضحت الدراسة ان نوع هذا التأثير كانت في تعزيز التزامهم الديني اكثر بنسبة 48.8 % .

الجزء الثاني من المحور الرابع : آثار مواقع التواصل الاجتماعي في بعض مقومات الهوية الثقافية لدى أفراد العينة.

أوضحت النتائج الخاصة بشق آثار مواقع التواصل الاجتماعي في مقومات الهوية الثقافية لدى أفراد العينة المدروسة وكانت :

1- أثر مواقع التواصل الاجتماعي في اللغة العربية ما يلي :

- فقد تبين أن أغلب المبحوثين موافقون بنسبة 89,40 % على أن مواقع التواصل الاجتماعي يعمل على زيادة المعلومات وتعزيز اللغة العربية، وموافقون بشدة 39.5 % وموافق بنسبة 41.9 % ونسبة ضئيلة من الذين غير موافقون قدرت بـ 4.7 وكذا نفس النسبة لغير موافق بشدة .
- 32.6 % محايدون بشأن أن مواقع التواصل الاجتماعي يزيد من اعتزازك باللغة الأمازيغية، وغير موافقون بشدة بنسبة 27.9 % وغير موافقون بنسبة 18.6 % وموافق بنسبة 16.3 % وموافق بشدة بنسبة 4.7 % .

- تبين أن 53.5 % موافقون على أن مواقع التواصل الاجتماعي أدى إلى ظهور مصطلحات وعبارات جديدة في أوساط الطلبة، و 18.6 % موافقون بشدة
- كما أوضحت النتائج أن أفراد العينة موافقون بشدة بنسبة 51.2 % على العبارة " اكتساب لغات أجنبية جديدة " وموافقون بنسبة 32.6 %.
- وعارض بشدة نسبة 67.4 % من أفراد العينة العبارة " إضعاف مكانة اللغة الأم مقارنة مع اللغات الأجنبية الأخرى " وعارضوا بنسبة 18.6 % فيما التزم 4.7 % الحياد

2- أثر مواقع التواصل الاجتماعي في الدين الإسلامي:

- تبين أن أفراد العينة موافقون بشدة على العبارة " مساعدة على التمسك بمبادئ الدين الإسلامي " بنسبة 74.4 % وموافقون بنسبة 18.6 %.
- وافق بشدة المبحوثون على الطرح " مساهمة في نشر تعاليم الدين الإسلامي " بنسبة 69.8 % ووافقوا بنسبة 23.3 %.
- تبين من خلال النتائج أن أفراد العينة معارضون بشدة على العبارة " الإهمال في أداء بعض الشعائر الدينية كالصلاة " بنسبة 48.8 % .
- أوضحت النتائج أن المبحوثين غير موافقون بشدة على العبارة " نشر التطرف الديني والعداء اتجاه الإسلام " بنسبة 62.8 % وغير موافقون بنسبة 18.6 %.

3- أثر مواقع التواصل الاجتماعي في التاريخ والعادات والتقاليد :

- تبين أن نسبة 65.1 % من أفراد العينة موافقون بشدة على العبارة " اعتزازك بعاداتك وتقاليدك المحلية " وموافقون بنسبة 30.2 %.
- كما أوضحت النتائج أن نسبة 60.5 % من أفراد العينة موافقون بشدة على العبارة "نشر عاداتك وثقافتك المختلفة والتعريف بها " وموافقون بنسبة 32.6 %.
- بينت النتائج أن أفراد العينة موافقون بنسبة 51.2 % على العبارة " التعرف والانفتاح على العالم الخارجي " وموافقون بشدة بنسبة 39.5 % على الطرح .

- كما أوضحت النتائج أن نسبة 30.2 % من المبحوثين غير موافقون بشدة اتجاه العبارة "الشعور بالوحدة والعزلة" ومعارضون بنسبة 30.2 % ومحايدين بنسبة 18.6 %.

4- أثر مواقع التواصل الاجتماعي في الشعور بالانتماء :

- وعارض نسبة 41.9 % من أفراد العينة العبارة "الشعور بالاغتراب عن واقعك الحقيقي وعدم الانتماء إليه" وعارضوا بشدة بنسبة بلغت 14 % .
- كما بينت النتائج أن نسبة 20.9 % من أفراد العينة موافقون بشدة على العبارة "الرغبة في الهجرة نحو الخارج" وموافقون بنسبة 39.5 % .

دراسة النتائج على اساس الفرضيات :

الفرضية الأولى: : يستخدم جمهور الطلبة مواقع التواصل الاجتماعي بشكل دائم ومستمر.

باعتبار أن الطلبة جمهور نشط وفعال ، من خلال نتائج المحور الخاص بعادات وأنماط استخدام مواقع التواصل الاجتماعي تم تأكيد الفرضية، حيث لوحظ أن أفراد العينة يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي بشكل دائم بنسبة 88.4 % ، و يدخل أفراد العينة إلى مواقع التواصل الاجتماعي منذ (4 سنوات إلى 6 سنوات) بنسبة 58.2 % كما اتضح أن أغلب المبحوثين ليس لديهم وقت محدد لاستخدام وتصفح مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة 85.1 % ، وان الوقت المستغرق في تصفح مواقع التواصل الاجتماعي غير محدد واغلبهم لا يوجد لديهم وقت محدد بنسبة 5,41 %

الفرضية الثانية: تتيح المواقع التواصل الاجتماعي مكان الامثل لنشر المواضيع ومناقشتها

تم تأكيد هذه الفرضية من خلال ما توصلت إليه نتائج بعض أسئلة المحور الخاص بالدوافع افراد العينة التي تأتي الى استخدام مواقع التواصل الاجتماعي ، حيث أوضحت الدراسة أن أهم دوافع استخدام أفراد العينة مواقع التواصل الاجتماعي هي مناقشة الاحداث اليومية و زيادة الرصيد المعرفي بنسبة 41.9 % لكليهما ، تليها نشر معلومات على

مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة 93 % وفيما يخص طبيعة المواضيع التي يفضل أفراد العينة نشرها ومشاركتها فقد أشارت النتائج أن نسبة 53.5 % يفضلون نشر مواضيع ثقافية .

الفرضية الثالثة: تأثر مواقع التواصل الاجتماعي على بعض مقومات الهوية الثقافية كاللغة العربية والدين الإسلامي، والعادات والتقاليد لدى الطلبة.

تم تأكيد هذه الفرضية أيضا، وهذا من خلال النتائج التي توصلت إليها العبارات الخاصة بمقوم اللغة العربية والدين الإسلامي والعادات والتقاليد، الدين الإسلامي، حيث تبين أن أغلب الباحثين موافقون بنسبة 41.9 % على أن مواقع التواصل الاجتماعي تعمل على تطوير بلاغة وفصاحة وتعزيز اللغة العربية، وعارض بشدة نسبة 67.4% من أفراد العينة العبارة " جعل اللغة العربية ضعيفة امام اللغات الأجنبية الأخرى، كما أن أفراد العينة موافقون بشدة على العبارة "مساعدة في التمسك بمبادئ الدين الإسلامي " بنسبة 74.4 % وموافقون بنسبة 18.6 % ، ووافق بشدة الباحثون على الطرح " مساهمة في نشر تعاليم الدين الإسلامي " بنسبة 69.8 % ، وأيضا نجد أن أفراد العينة غير موافقون بشدة على العبارة " الإهمال في أداء بعض الشعائر الدينية كالصلاة " بنسبة 48.8 % ، وفيما يخص مقوم العادات والتقاليد سجلنا نسبة 65.1 % من أفراد العينة موافقون بشدة على العبارة " اعتزاز بعاداتك وتقاليدك المحلية " ونسبة 30.2 % من الباحثين موافقون على نفس الطرح، فيما تبين أن نسبة 60.5 % من أفراد العينة موافقون بشدة على العبارة " نشر عاداتك وثقافتك المختلفة والتعريف بها " وموافقون بنسبة 32.6%.

تطبيق المداخل النظرية على النتائج العامة للدراسة :

1. تطبيق نظرية الاستخدامات والإشباع على النتائج العامة للدراسة :

انطلاقا من الفروض الأساسية التي تنطلق منها النظرية في تفسير عملية استخدام الجمهور لوسائل الإعلام والإشباع المتحققة منها، يمكن أن نفسر نتائج الدراسة وفقا لفروض النظرية، وذلك في المحاور التالية :

المحور الأول: خصائص وسمات العينة

تبين من نتائج المحور الأول لموضوع الدراسة أن الطلبة الجامعيين - العينة محل الدراسة - يشاركون في عملية الاتصال الجماهيري عبر مواقع التواصل الاجتماعي ، كما يتحكم في ذلك عوامل الفروق الفردية الممثلة في فئتي الذكور والإناث بحيث تتنوع حاجاتهم في استخدام هذا الموقع . وهذه النتيجة يمكن مقاربتها بفرضي النظرية اللذان يقران بأن أعضاء الجمهور مشاركون فاعلون في عملية الاتصال الجماهيري، ويستخدمون وسائل الاتصال، وهذا ما تتحكم فيه عوامل تتعلق بالفروق الفردية والتفاعل الاجتماعي بين الأفراد.

المحور الثاني: عادات وأنماط استخدام مواقع التواصل الاجتماعي تأكدت فروض نظرية الاستخدامات والإشباع في نتائج المحور بناء على الفرض الذي يفسر أن الجمهور هو الذي يختار الرسائل والمضمون التي تشبع

حاجاته، وهذا ما تبينه النتائج المرفقة للعوادات والأنماط المتعلقة باستخدام العينة لمواقع التواصل الاجتماعي ، حيث اتضح أن عينة الطلبة تنتمي إلى الجمهور النشط لأنها تنتقي محتويات الوسيلة التي تحتاجها، كما تتمتع بحرية الاختيار في تصفح مواقع التواصل الاجتماعي عبر الجهاز الذي ترغب في استخدامه في أي وقت وأي مكان.

أما فيما يتعلق بدوافع تعرض العينة لمواقع التواصل الاجتماعي فيمكن تفسير ذلك من النتيجة التي توصلت إليها الدراسة " تتعدد دوافع استخدام أفراد العينة لمواقع التواصل الاجتماعي ، ويأتي دافع زيادة رصيد المعرفي و دافع آخر وهو مناقشة مواضيع و الأحداث في صدارة قائمة الدوافع المطروحة، فالنتيجة تؤكدت من خلال فرض النظرية الذي يرى "أن أفراد الجمهور دائما يحددون دوافعهم واحتياجاتهم وبالتالي يختارون الوسائل التي تشبع تلك الاحتياجات ".

2. تطبيق نظرية الغرس الثقافي "الإينماء الثقافي" على النتائج العامة للدراسة :

تعتبر نظرية الغرس الثقافي من بين نظريات الاتصال الجزئية التي تهتم بدراسة المؤشرات الثقافية، وهذا ما أرشدنا في دراسة متغير الهوية الثقافية ضمن متغيرات موضوع الدراسة، ومن ثم الوقوف للتعرف على مدى تأثير موقع مواقع التواصل الاجتماعي على بيئة الهوية الثقافية للطلاب الجامعي الجزائري، وعليه يمكن تطبيق هذا المدخل النظري على الشق التالي لنتائج الدراسة الممثلة في نتائج المحور الأخير المحور الرابع: أثار مواقع التواصل الاجتماعي في مكونات الهوية الثقافية لدى الطلبة الجامعيين بناء على القضية التي أقرتها نظرية الغرس الثقافي التي تؤكد " بدراسة الرسائل والقيم والصور الذهنية التي تعكسها وسائل الإعلام"، نستنتج أن هذه القضية تحققت وفقا لما توصلت إليه نتائج محور أثار مواقع التواصل الاجتماعي في مكونات الهوية الثقافية للطلبة الجامعيين، وهذا ما يمكن الاستدلال به ففي اللغة أبدت العينة موافقتها في تعزيز مواقع التواصل الاجتماعي للغة العربية وتطوير بلاغة وفصاحة ، وفي مؤشر الدين الإسلامي أبدت العينة أيضا موافقتها في مساعدة على التمسك بمبادئ الدين الإسلامي، وفيما يتعلق بمؤشر العادات والتقاليد نتج أن أفراد العينة موافقون على الاعتزاز بالعادات والتقاليد المحلية ومساهمة في نشر ثقافة المحلية ، من هذا الطرح نستنتج أن معظم نتائج المحور الرابع تقاربت مع مدخل الغرس الثقافي، وهذا ما وضحت الآثار الايجابية السابقة الذكر التي تشكلت في اتجاه العينة، ومنه يمكن القول أن المقومات الثقافية تشكلت واتضحت معالمها في مواقف الطلبة وفقا لما نتج من أثار متنوعة عكست اتجاههم حيال التعرض لمواقع التواصل الاجتماعي .

الخاتمة

الخاتمة

حاولنا من خلال هذه الدراسة معالجة قضية هامة، تمس شريحة مهمة ألا وهي الطلبة الجامعيين وعلاقتهم بوسيلة من وسائل التكنولوجيا الحديثة وهي مواقع تواصل الاجتماعي وذلك بأن تجيب عن تساؤل رئيسي وهو لب المشكلة القائمة في الدراسة، وهي البحث في الأثر الناتج الحدوث في بعض مقومات الهوية الثقافية لدى الطلبة الجامعيين الجزائريين اثناء استخدامهم لتكنولوجيا الحديثة. حيث توصلنا إلى أن الهوية من التفرد وما يميز الذات عن غيرها، وهي صفات تشترك فيها مجموعة من البشر والهوية الثقافية مقرونة بالهوية .

يقول " مهاتما غاندي " : لا أريد أن يكون منزلي محاطا بالجدران من جميع الجوانب ونوافذي مسدودة، أريد أن تهب كل ثقافات الأرض بمحاذاة منزلي وبكل حرية، لكني أرفض أن أنقلب بهبوب أي واحدة منها .

يتجلى من خلال هذه الدراسة أن لاستخدام التكنولوجيا الحديثة الأثر البالغ على الهوية الثقافية الطالب الجامعي، حيث أن حداثة ظهور هذه التكنولوجيا في مجتمعنا وما تتميز به من استقلالية وغياب الرقابة فيها يقدم للطالب نوع من الحرية الغائبة في الواقع المعاش ما يؤدي به إلى الإفراط في استعمالها والإدمان عليها سلبا على هويته من جميع جوانبها.

وتبين أن الطلبة الجامعيين يحملون اتجاهات إيجابية نحو مقومات وعناصر هويتهم الثقافية، وهي راسخة عندهم لم تتأثر من الإدمان على استخدام مواقع التواصل الاجتماعي. إضافة إلى ذلك فاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي من قبل الطلبة لم يرق إلى التعريف بثقافتهم ودينهم وعاداتهم، وإنما هذا الاستخدام في معظمه للتعرف والانفتاح على مجتمعات أخرى.

قائمة المصادر والمراجع

قائمة المراجع

1. د. رشيد زرواتي: منهجية البحث العلمي في العلوم الاجتماعية (اسس علمية وتدريبات) ، دار الكتاب الحديث ، 2004 ، ص 81.
2. القرشي القرشي، فتيحة بنت حسين: أثر الأسرة في تشكيل التفاعل الواعي مع وسائل الإعلام ، ورقة عمل مقدمة إلى المؤتمر الدولي الأول للتربية الإعلامية، الرياض، 2007، ص4.
3. بومعيزة السعيد: أثر وسائل الإعلام على القيم والسلوكيات لدى الشباب، رسالة دكتوراه ، قسم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر، 2006 ، ص30.
4. بطاش كمال: دور التكنولوجيات الحديثة للإعلام والاتصال في تفعيل العمل التشريعي (دراسة حالة المجلس الشعبي الوطني)، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في علوم الاعلام والاتصال، جامعة الجزائر 01، 2010/2009، ص36
5. فوزي منصور: مساهمة التكنولوجيا الحديثة للإعلام والاتصال في دعم الشراكة التنظيمية ، دراسة ميدانية بمؤسسة ارسيلور ميتال تيسة ، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، جامعة باجي مختار، عنابة ، 2011/2010 ، ص 19- 20 .
6. بريجه شريفة: التغيرات السوسيو- ثقافية واثرها على الهوية الثقافية للمجتمع الجزائري، اطروحة للحصول على شهادة الدكتوراه في العلوم في علم الاجتماع، جامعة وهران 2، كلية العلوم الاجتماعية، 2016/2015 ، ص 31
7. ياسمينه خدنه: واقع تكوين طلبة الدراسات العليا في الجامعة الجزائرية ، مذكرة مكملة لنيل شهادة ماجستير في علم الاجتماع، جامعة منتوري ، الجزائر، 2007-2008، ص 11.

8. سعاد ولد جاب الله: الهوية الثقافية العربية من خلال الصحافة الالكترونية دراسة وصفية لعينة من الصحف الالكترونية العربية 1 سبتمبر 2004، 31 أوت 2005، مذكرة ماجستير غير منشورة في علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر، 2006/ 2005
9. ا. نبيلة جعفري: انعكاسات شبكات التواصل الاجتماعي على الهوية الثقافية للشباب الجامعي الجزائري شبكة فايس بوك نموذجا، دراسة بحثية ميدانية بمجلة العلوم الانسانية والاجتماعية، العدد 31، جامعة العربي بن المهدي ام البواقي، الجزائر، ديسمبر 2017
10. رايس علي ابتسام، مجلة دراسات وابحاث ISSN: 1112-9751، عنوان المقال " نظرية الاستخدامات والاشباكات وتطبيقاتها على الاعلام الجديد، جامعة وهران 1، ص 08
11. لامية صابر، الحملات الاعلانية في قناة mbc ودورها في التوعية الدينية للشباب دراسة ميدانية على عينة من شباب ولاية سطيف، مذكرة مكملة لنيل شهادة ماجستير في علوم الاعلام والاتصال، جامعة الحاج لخضر باتنة، 2010/2009، ص 53
12. حسن عماد مكاوي وعاطف عدلي العبد: نظريات الاعلام، 2007، ص 362
13. هشام رشدي خير الله: محاضرات في الاعلام والاتصال، كلية التربية النوعية، قسم العلوم الاجتماعية والاعلام، جامعة المنوفية، ص 183
14. د.محمود حسن إسماعيل: مبادئ علوم الاتصال ونظريات التأثير، دار العالمية للنشر والتوزيع، ط 1، 2003، ص 265
15. مجوعة مؤلفين: منهجية البحث العلمي وتقنياته في العلوم الاجتماعية، المركز الديموقراطي العربي، برلين- المانيا، 2019، ص 13
16. د. عبد الرحمن بدوي: مناهج البحث العلمي، ط 3، القاهرة، وكالة المطبوعات، 1977، ص 5.
17. فاطمة عوض صابر، ميرفت علي حفاصة، أسس و مبادئ البحث العلمي، ط 1، مكتبة و مطبعة الإشعاع، مصر، 2002، ص 89¹

18. د. سعد سلمان المشهداني: مناهج البحث العلمي، دار الكتاب الجامعي ، ط1، الإمارات العربية المتحدة، 2017، ص 94
19. د. ذوقان عبيدات وآخرون : البحث العلمي مفهومه وادواته واساليبه، دار الفكر، ص 143 .
20. موريس انجرس: منهجية البحث العلمي في العلوم الانسانية، ط1، ترجمة بوزيد صحراوي وآخرون، دار القصة للنشر، ص 289 .
21. محمد عبد الفتاح وآخرون: البحث العلمي الدليل التطبيقي للباحثين، ط1، دار وائل للنشر، الأردن، 2006، ص 186.
22. الموقع الرسمي لجامعة المسيلة، عن الجامعة، نبذة عن الجامعة، 1 زوالا و 38 دقيقة ،
https://www.univ-msila.dz/ar/?page_id=473
23. حديد يوسف ، براهيمة نصيرة: تكنولوجيا الاتصال الحديثة واختراق الخصوصية الثقافية للأسرة الحضرية الجزائرية، مجلة العلوم الانسانية والاجتماعية، العدد 17، جامعة جيجل، ديسمبر 2014، ص 261.
24. أ. وليد عبدلي: استخدام الطلبة الجامعيين لوسائل التكنولوجيا الحديثة وتأثيرها في الحراك السياسي، المجلة الجزائرية للأمن والتنمية، العدد 10، جامعة باتنة01، جانفي 2017، ص 496
25. ماهر عودة الشمايلة وآخرون: تكنولوجيا الاعلام والاتصال ، دار العصار للنشر والتوزيع، الطبعة01، 2015، ص 67.
26. د حسن عماد مكايي: تكنولوجيا الاتصال الحديثة في عصر المعلومات، دار المصرية اللبنانية، ط01، 1993، ص 44-45.
27. عايد كمال: تكنولوجيا الاعلام والاتصال وتأثيرها على قيم المجتمع الجزائري، اطروحة دكتوراه ، جامعة ابي بكر بلقايد تلمسان، 2016/2017، ص 93
28. ¹ بن خولة صديقة، مغراوي نعيمة: تكنولوجيا الاعلام والاتصال في المؤسسة الاستشفائية العمومية، مذكرة تخرج، جامعة عبد الحميد ابن باديس مستغانم، 2016/2017، ص 33

29. ايمن شافي سمير الشرفات: اثر مواقع التواصل الاجتماعي على الاحتجاجات العربية، مجلة المنارة،

المجلد 23، العدد 01، 2017، ص 15

30. عزيز احمد بن عبد الله : وسائل التواصل الاجتماعي واثرها على الفرد، كلية اللغة العربية ، جامعة

الامام، الرياض، 2015، ص 08

31. ايمن شافي سمير الشرفات: اثر مواقع التواصل الاجتماعي على الاحتجاجات العربية ، المرجع

السابق، ص 15

32. ¹ اكرم عيساوي: اعتماد الشباب الجامعي الجزائري على شبكات التواصل الاجتماعي في الحصول

على الاخبار، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر ، جامعة العربي التبسي تبسة، دفعة 2016، ص 56

33. ¹ محمد نور: احصائيات استخدام السوشيال ميديا في الدول العربية، موقع الراحون، قسم التسويق،

تاريخ النشر 16 يونيو 2020، تاريخ التصفح 16 اكتوبر 2020، 3 مساء و 18 دقيقة ،

[/https://www.alrab7on.com/arabic-countries-social-media-statistics](https://www.alrab7on.com/arabic-countries-social-media-statistics)

34. د. خليل نوري مسيهر العاني: الهوية الاسلامية في زمن العولمة الثقافية، ط1، مركز البحوث

والدراسات الاسلامية، العراق، 2009، ص 40

35. ¹ د. ابراهيم الديب: بناء مفهوم الهوية وادواره الوظيفية في صناعة هوية الدولة، مؤسسة هويتي

لتخطيط وبناء القيم والهوية ، ص 06

36. ¹ عميرة لطيفة: الهوية الثقافية و علاقتها بالعولمة في عصر الثورة المعلوماتية أفكار داريوش

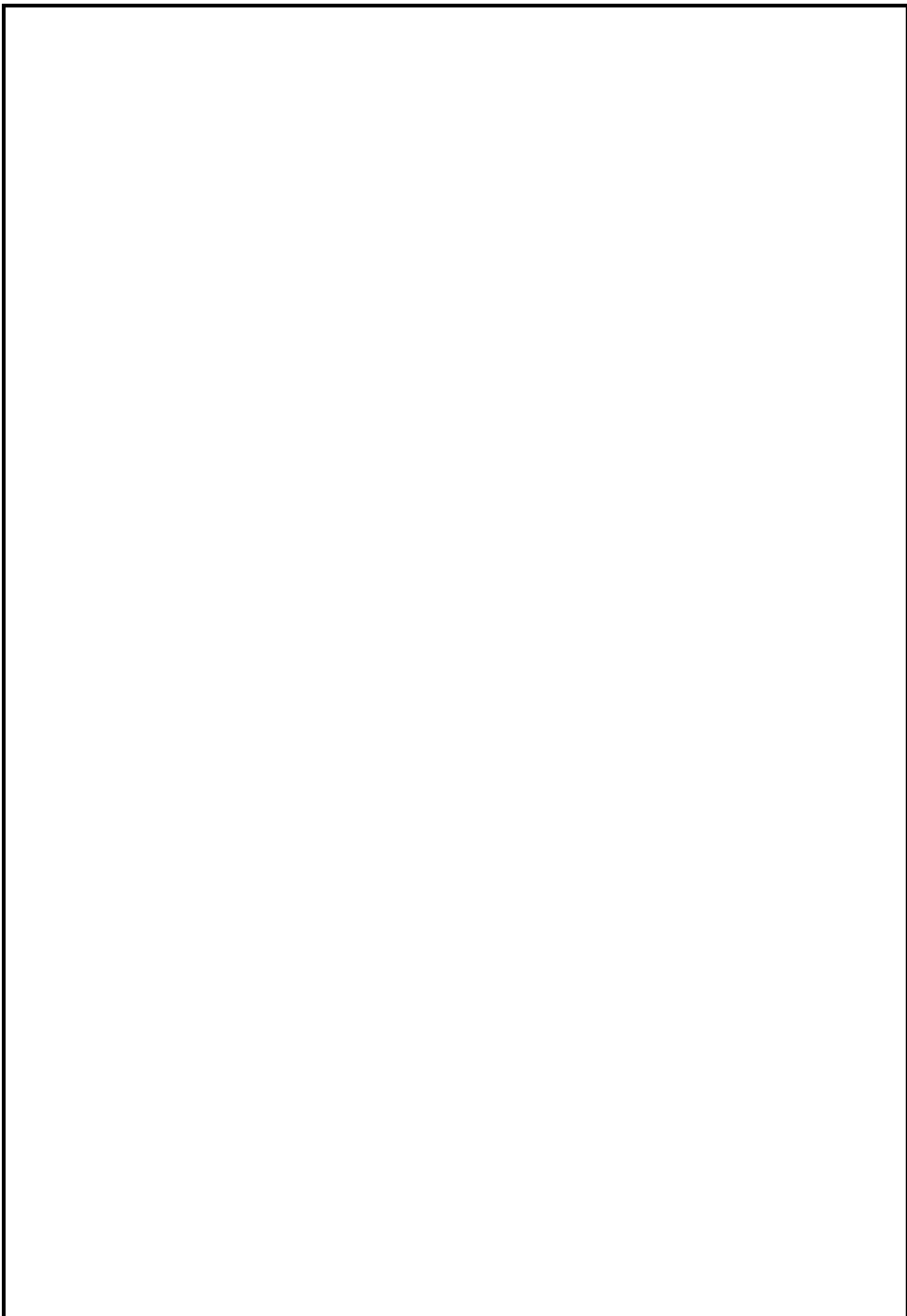
شايفان نموذج، سلسلة كتاب أعمال المؤتمرات ، دورية دولية محكمة ، مركز جيل البحث العلمي، العدد 26 ،

يوليو 2019، ص 139 .

37. ¹ مصطفى عوفي ، زينب عمراني: الهوية الوطنية في ظل تكنولوجيايات الاعلام والاتصال الحديثة،

مجلة علوم الانسان والمجتمع، العدد 04 ، جامعة باتنة و ورقلة الجزائر، ديسمبر 2012، ص 20

38. محمد بن أحمد بن الأزهري الهروي: تهذيب اللغة ، الجزء 09 ، ط 01، 2001 ، دار إحياء التراث العربي ، بيروت ، ص81
39. محمود الضبع: الثقافة والهوية والتكنولوجيا، شرفات3، مكتبة الاسكندرية، 2016، ص18
40. د. ميلاط نضرة: اشكالية الهوية الثقافية في الجزائر في ظل العولمة، مجلة تاريخ العلوم جامعة برج بوعريريج، العدد08، الجزء الاول، جوان 2017، ص 366
- ¹ ناصر بن سعيد بن سيف السيف: الهوية و الثقافة، دار الكتاب، ص 41.08
42. د. ثناء هاشم محمد: الهوية الثقافية والتعليم في المجتمع المصري، مجلة كلية التربية جامعة بني سويف، الجزء الاول، عدد يناير 2019، ص 129.
43. نور الهدى عبادة: الهوية الثقافية الجزائرية والعولمة الإعلامية، مجلة الاتصال والصحافة، العدد 09، جامعة الجزائر 03، ص 36.
44. حفيفة محلب: الشباب والهوية الثقافية الجزائرية في ظل العولمة، الساوره للدراسات الانسانية والاجتماعية، جامعة الجزائر03، العدد 02 ، مارس 2016، ص 71
45. ميلاط نظرة: اشكالية الهوية الثقافية في الجزائر في ظل العولمة، مجلة تاريخ العلوم، العدد08، جامعة برج بوعريريج، جوان 2017، ص 367.



الصفحة	عنوان الجدول	الرقم الجدول
14	عدد افراد العين حسب متغير الجنس	.1
14	الفئات العمرية للمبحوثين	.2
15	مستوى المعيشي لافراد العينة	.3
53	نسب استخدام الطلبة الجامعيين لمواقع التواصل الاجتماعي .	.4
54	استخدام مواقع التواصل الاجتماعي اليومي لأفراد العينة حسب متغير الجنس	.5
56	مدة استخدام المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي	.6
57	اسم الذي يدخل به المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي .	.7
58	الاسم الشخصي لحسابات افراد العينة على مواقع التواصل الاجتماعي حسب متغير الجنس.	.8

59	الجهاز الذي يستخدمه افراد العينة لتصفح مواقع التواصل الاجتماعي .	9.
59	الوقت المفضل للمبحوثين اثناء استخدام مواقع التواصل الاجتماعي	10.
60	الافاق المفضلة لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي حسب متغير الجنس.	11.
60	مكان استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لأفرد العينة .	12.
61	الاماكن المفضل لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي حسب متغير الجنس.	13.
62	الوقت الذي يستغرقه افراد العينة على مواقع التواصل الاجتماعي .	14.
62	اوقات المستغرقة في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي حسب متغير الجنس.	15.
67	مواقع التواصل الاجتماعي المفضلة لأفرد العينة .	16.
67	مواقع التواصل الاجتماعي المفضلة لأفرد العينة حسب متغير الجنس.	17.
68	طبيعة الصورة التي يضعها افراد العينة على مواقع التواصل الاجتماعي .	18.

69	نوع الصفحان التي يتابعها المبحوثين على مواقع التواصل الاجتماعي .	.19
69	صفحة مواقع التواصل الاجتماعي لأفراد العينة .	.20
70	الجهات التي يفضلها المبحوثون التواصل معها .	.21
71	دوافع وراء استخدام مواقع التواصل الاجتماعي .	.22
72	دافع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لأفراد العينة .	.23
73	دوافع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي حسب متغير الجنس.	.24
74	نسبة مشاركة او عدم مشاركة المعلومات على مواقع التواصل الاجتماعي .	.25
74	نوع المعلومات التي يشاركها افراد العينة .	.26
75	اللغة المفضل استخدامها على مواقع التواصل الاجتماعي .	.27
75	اللغة المفضلة استخدامها على مواقع التواصل الاجتماعي لأفراد العينة حسب متغير الجنس	.28
76	طبيعة الكتاب على مواقع التواصل الاجتماعي .	.29
76	طبيعة الرموز والحروف معناد استخدامها على مواقع التواصل الاجتماعي لأفراد العينة حسب متغير الجنس.	.30

77	تأثر مضامين مواقع التواصل الاجتماعي على قيم داخل مجتمع أفراد العينة	.31
78	نوع تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على قيم داخل مجتمع المبحوثين	.32
79	متعلق بتأثير مواقع التواصل الاجتماعي على اللغة العربية لدى أفراد العينة.	.33
80	متعلق بتأثير مواقع التواصل الاجتماعي على الدين الإسلامي لدى أفراد العينة	.34
81	متعلق بتأثير مواقع التواصل الاجتماعي على العادات والتقاليد لدى أفراد العينة	.35
82	متعلق بتأثير مواقع التواصل الاجتماعي على الشعور بالانتماء لدى أفراد العينة.	.36

	شكر و العرفان
	اهداء
	ملخص الدراسة
	المقدمة
	الفصل الاول : الاطار العام للدراسة
01	المبحث الاول : مشكلة الدراسة و فرضياتها .
01	المطلب الاول مشكلة الدراسة وتساؤلاتها
02	المطلب الثاني : الفرضيات الدراسة
02	المبحث الثاني : اسباب اختيار الموضوع واهميته واهدافه.
02	المطلب الاول : اسباب اختيار الموضوع
03	المطلب الثاني : اهمية الدراسة
03	المطلب الرابع : اهداف الدراسة
04	المبحث الثالث : تحديد مفاهيم الدراسة
06	المبحث الرابع : مراجعة الدراسات السابقة
07	المبحث الخامس : المدخل النظري للدراسة
10	المطلب الاول : نظرية الاستخدامات و الاشباعات
13	المطلب الثاني : نظرية العرس الثقافي
15	المبحث السادس : الاجراءات المنهجية للدراسة
15	المطلب الاول تعريف وتحديد منهج الدراسة

16	المطلب الثاني : ادوات جمع البيانات
18	المطلب الثالث : مجتمع الدراسة
21	المطلب الرابع : حدود الدراسة
	الفصل الثاني : تكنولوجيا الحديثة ومواقع التواصل الاجتماعي .
24	المبحث الاول : ماهية التكنولوجيا الحديثة للإعلام والاتصال .
24	المطلب الاول : مفهوم التكنولوجيا الحديثة للإعلام والاتصال .
25	المطلب الثاني: تطور التاريخي لتكنولوجيا الاعلام والاتصال .
27	المطلب الثالث: اهم انواع التكنولوجيا الحديثة .
28	المطلب الرابع : خصائص تكنولوجيا الحديثة .
29	المطلب الخامس: إيجابيات وسلبيات التكنولوجيا الحديثة .
31	المبحث الثاني : المواقع التواصل الاجتماعي .
31	المطلب الاول : نشأت مواقع التواصل الاجتماعي وتعريفها .
32	المطلب الثاني: انواع المواقع التواصل الاجتماعي .
34	المطلب الثالث: خصائص المواقع الافتراضية .
34	المطلب الرابع : استخدامات شبكات التواصل الاجتماعي .
37	المطلب الخامس : احصائيات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في الجزائر .
	الفصل الثالث : الهوية الثقافية
41	المبحث الاول : مدخل للهوية الثقافية .
41	المطلب الاول : تعريف الهوية الثقافية .
46	المطلب الثاني : علاقة الهوية بالثقافة .

46	المطلب الثالث : مقومات الهوية الثقافية.
48	المبحث الثاني : الهوية الثقافية الجزائرية .
48	المطلب الاول: الهوية الثقافية الجزائرية .
49	المطلب الثاني : خصائص الهوية الثقافية الجزائرية .
الفصل الرابع الجانب التطبيقي	
53	عادات وانماط استخدام مواقع التواصل الاجتماعي
68	الإشباعات ودوافع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي
74	اثر مواقع التواصل الاجتماعي في مكونات الهوية الثقافية لطلبة الجامعيين
99	نتائج العامة للدراسة
100	الخاتمة
102	قائمة المراجع
104	فهرس الجداول
108	فهرس المحتوى
ملاحق	

كلية العلوم الانسانية والاجتماعية
قسم علوم الاعلام والاتصال

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الاعلام والاتصال
تخصص صحافة مطبوعة والكتروني

اثر التكنولوجيا الحديثة على الهوية الثقافية

لدى الطلبة الجامعيين

دراسة ميدانية على عينة من الطلبة مستخدمي
مواقع التواصل الاجتماعي

ا. المشرف

د. لعجال عفيفة

اعداد الطالب :

حميدي عيسى

الرجاء من الطالب(ة) الفاضل(ة) الإجابة على أسئلة استمارة الاستبيان بوضع علامة (X) أمام الخانة المناسبة، كما نحيطكم علما أن هذه الاستمارة ستوظف لغرض علمي بحت، لذلك نرجو منكم التعاون معنا وشكرا.

المحور الاول : البيانات الشخصية .

الجنس :	ذكر	انثى
السن:	26/24	27 فما فوق
المستوى المعيشي:	ضعيف	متوسط
		جيد

المحور الثاني : عادات وانماط استخدام افراد العينة لمواقع التواصل الاجتماعي ؟

1- هل تستخدم مواقع التواصل الاجتماعي في حياتك اليومية؟

غالبا أحيانا نادرا

2- منذ متى و أنت تستخدم مواقع التواصل الاجتماعي؟

أقل من سنتين من 4 الى 6 سنوات أكثر من ثلاثة 7 سنوات

3- هل تستخدم حسابك الشخصي في مواقع التواصل الاجتماعي من خلال:

اسمك الحقيقي اسم مستعار اسم أحد أقاربك

اسم مركب ،شخصي/مستعار

4- ما هو الجهاز الذي تتصفح من خلاله مواقع التواصل الاجتماعي ؟

الكمبيوتر الهاتف المحمول الكمبيوتر المحمول اللوحة
الإلكترونية

5- ما هي الأوقات المفضلة لديك لاستخدام مواقع تواصل الاجتماعي في اليوم أكثر من غيرها؟

صباحا ليلا مساءا ليس لدي وقت محدد

6- ماهي الاماكن التي تفضل استخدام مواقع التواصل الاجتماعي فيها ؟

الجامعة الإقامة الجامعية البيت

الاماكن العمومية

اخرى نذكرها :

7- كم من الوقت تستغرق في تصفح على مواقع التواصل الاجتماعي؟

أقل من ساعة
من ساعة إلى ثلاثة ساعات
أكثر من ثلاثة ساعات
لا يوجد وقت محدد

8- ما هي شبكات وتطبيقات التواصل الاجتماعي التي تستخدم و المفضلة لديك؟

الفيسبوك التويتر اليوتيوب الانستغرام جوجل بلس
أخرى أذكرها

9- ما طبيعة الصورة التي تضعها في حسابك ؟

صورة شخصية
صورة تعبر عن عادات وتقاليد منطقتك
صورة طبيعية
صور لمشاهير ونجوم
صور دينية
صورة
أخرى تذكر.....:

10- ما نوع الصفحات التي تتابعها على مواقع التواصل الاجتماعي؟

(يمكنك اختيار أكثر من إجابة)

ما يخص تخصص العلمي
والعادات و التقاليد
و العناية الصحية
أخبار المجتمع
التربية والتعليم
الدين
موضة والازياء
الأسرة

11- هل صفحتك على مواقع التواصل الاجتماعي تكون ؟

شخصية
للأصدقاء فقط
عامة

المحور الثاني : دوافع واشباكات التي تأدي بأفراد العينة الى استخدام المواقع التواصل الاجتماعي ؟

12- مع من تفضل التواصل في مواقع التواصل الاجتماعي ؟

نفس الجنس الجنس الآخر كلا الجنسين

13- ما هو الدافع وراء استخدامك لمواقع التواصل الاجتماعي؟

لأنها مجانية التفاعل السريع مع الأصدقاء شهرة المواقع الاجتماعية

كثرة الإقبال عليها ملء وقت الفراغ

14- ما هي دوافع استخدامك لمواقع التواصل الاجتماعي؟

التعرف على أصدقاء جدد مناقشة الأحداث اليومية زيادة الرصيد المعرفي

15- هل استخدامك لمواقع التواصل الاجتماعي يجعلك تشارك في نشر المعلومات عبر هذه المواقع؟

نعم لا

16- إذا كانت إجابتك بنعم ما نوع هذه المعلومات؟

ثقافية علمية أدبية رياضية أخرى

المحور الثالث : الآثار المترتبة عن استخدام المواقع التواصل الاجتماعي في مكونات الهوية الثقافية لدى الطلبة الجامعيين الجزائريين .

1- ما هي اللغة التي تفضل استخدامها على مواقع التواصل الاجتماعي؟

اللغة العربية الفصحى اللغة الفرنسية اللغة الانجليزية

أخرى تذكر.....:

2- ما هي طبيعة الحروف والرموز التي تعودت على استخدامها للتعبير على لغتك في مواقع التواصل

الاجتماعي؟

الحروف العربية الحروف العربية واللاتينية معا الحروف اللاتينية

حروف وأرقام وصور

أخرى تذكر.....:.....

3- هل أثرت مضامين مواقع اتواصل الاجتماعي على قيمك الدينية داخل مجتمعك ؟

لا نعم

4- إذا كانت الإجابة بنعم ما نوع هذا التأثير؟

تعزيز تقوى الاله الالتزام الديني الارتداد وتغيير دينك الاول

المقياس	العبارات	موافق بشدة	موافق	محايد	معارض	معارض بشدة
1-	تطوير بلاغتك وفصاحتك وتعزيز لغتك العربية.					
2-	اعتزاز باللغة الامازيغية .					
3-	ظهور مصطلحات وعبارات جديدة بين الطلبة.					
4-	مساهمة في اكتساب وتطوير لغة اجنبية جديدة.					
5-	جعل اللغة العربية ضعيفة مقارنة مع لغات الاخرى .					
6-	مساعدة على التمسك بمبادئ الدين الاسلامي.					
7-	مساهمة في نشر تعاليم الدين الإسلامي.					
8-	الإهمال في أداء بعض الشعائر الدينية كالصلاة .					
9-	نشر التطرف الديني والعداء الإسلامي.					
10-	اعتزازك بعاداتك وتقاليديك المحلية.					
11-	نشر عاداتك وثقافتك المختلفة والتعريف بها.					
12-	التعرف والانفتاح على العالم الخارجي.					
13-	الشعور بالوحدة والعزلة.					
14-	الشعور بالاغتراب عن واقعك الحقيقي وعدم الانتماء إليه.					
15-	الرغبة في الهجرة نحو الخارج.					

