



جامعة البوتاني بوغامة خميس مليانة

كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية

قسم العلوم الإنسانية

شعبة علوم الإعلام والاتصال

استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وأثرها على الصورة

الثقافية للشباب

دراسة وصفية على عينة من طلبة جامعة خميس مليانة

مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر

تخصص : اتصال جماهيري و وسائل جديدة

تحت إشراف الأستاذ :

دحماني سمير

إعداد الطالبتين :

❖ عربوز زبيدة

❖ وردان راضية

الموسم الجامعي 2019 / 2020

الشكر والتقدير

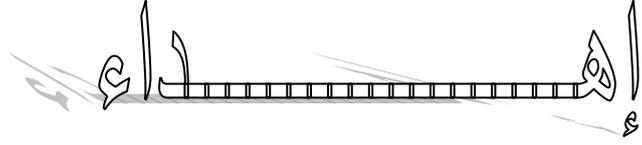
قال الله تعالى في محكم كتابه العزيز:

" قالوا سبحانك لا علم لنا إلا ما علمتنا إنك أنت العليم الحكيم "

بداية نحمد الله سبحانه وتعالى على منة وكرمه ونعمته وفضله
علينا، ونشكره على إمداده لنا بالقوة والصبر وإكرامنا بفضله
وعطائه . لإتمام هذا العمل .

ونتقدم بخالص العبارات والشكر والتقدير والامتنان لأستاذنا
الفاضل " دحمانبي سمير " على توجيهاته ونصائحه لقيمة والتمينة
وعلى صبره معنا ورعاية صدره .

وشكراً لكل من ساندنا وقدم لنا يد العون من ساعة بدأ
هذا العمل من قريب أو بعيد.



أهدي هذا العمل إلى من قال فيهما
"واخفض لهما جناح الذل من الرحمة وقل رب
أرحمهما كما ربياني صغيراً"

إلى الوالدين الكريمين حفظهما الله وأطال في عمرهما .

إلى الإخوة والأخوات، إلى جميع الأصدقاء.

إلى كل من عرفته من قريب أو بعيد.

إلى من رفعوا رايات العلم والتعليم.

أساتذتي الأفاضل.

إلى كل من سقط سهموا من قلبي ولم يسقط من قلبي.

تبرئة

الهدايا

الحمد لله الذي أماننا بالعلم وزيننا بالحلم وأكرمنا بالتقوى وأجملنا
بالعافية

أتقدم بإهداء عملي المتواضع إلى :

الذرع الواقي والكنز الباقي، إلى من جعل العلم منبع اشتياقي
رمز العطاء وصدق الإيلاء، إلى ذروة العطف والوفاء، لك وأقدم
وسام الاستحقاق أمي و أبي أطال الله في عمركما .

إلى من هو انطلاقة الماضي و سند المستقبل اللواتي لا يعيش
بدونهم ولا متعة إلا برفقتهم إخوتي الأعزاء وإلى رمز الصداقة
وفدي الأخير يا رب ..

يا رب لا تدعني أصاب بالغرور إذا نجحت ولا أصاب باليأس إذا
فشلته بل ذكرني دائما بأن الفضل هو التجربة الذي تسبق النجاح
أمين يا رب العالمين

راضية

خطة البحث

الفصل الأول : الإجراءات المنهجية للدراسة :

1. إشكالية الدراسة

2. أهداف الدراسة

3. أهمية البحث

4. أسباب اختيار الموضوع

5. مفاهيم الدراسة

6. منهج الدراسة وأدواته

7. مجتمع البحث وعينته

8. الدراسات السابقة

9. حدود الدراسة

10. صعوبات الدراسة

الفصل الثاني : مواقع التواصل الاجتماعي والهوية الثقافية .

المبحث الأول: ماهية مواقع التواصل الاجتماعي.

المطلب الأول: مفهوم ونشأة مواقع التواصل الاجتماعي .

المطلب الثاني: خصائص وخدمات مواقع التواصل الاجتماعي .

المطلب الثالث : نماذج عن مواقع التواصل الاجتماعي.

المبحث الثاني : ماهية الهوية الثقافية.

المطلب الأول : مفهوم الهوية الثقافية ومسألة تطورها في الأنثروبولوجيا الثقافية.

المطلب الثاني : عناصر ومقومات الهوية الثقافية.

المطلب الثالث : تحديات الهوية الثقافية في ظل العولمة .

المبحث الثالث : العولمة الثقافية ومواقع التواصل الاجتماعي والهوية الثقافية .

المطلب الأول : العولمة الثقافية (مفهوم ووسائل ومضامين) .

المطلب الثاني : آثار العولمة الثقافية على الهوية الثقافية واليات مواجهتها .

المطلب الثالث : مواقع التواصل الاجتماعي والهوية الثقافية .

الفصل الثالث : استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وأثرها على الهوية الثقافية للشباب

- طلبة جامعة خميس مليانة - .

1. عادات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لدى طلبة جامعة خميس مليانة .

2. دوافع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لدى طلبة جامعة خميس مليانة .

3. مؤشرات الهوية الثقافية لدى أفراد العينة .

الخاتمة



احتلت التطورات التكنولوجية الحديثة في منتصف عقد التسعينات من القرن الماضي ثورة سريعة الانتشار في تطورالاتصالات وشبكة الانترنت التي انتشرت في كافة أرجاء العالم، وربطت أجزاء هذا العالم المترامية بفضائها الواسع، حيث ألغت الشبكة العنكبوتية حدود الزمان والمكان وقربت المسافات بين البشر. وأسهمت بتصغير العالم وجعلته قرية صغيرة. ومع هذا التطور ظهرت مواقع ومحركات البحث والمراجع العامة ومواقع الصحف والمجلات والجامعات ومواقع القنوات الفضائية وغيرها، ولم يقف الأمر إلى هذا الحد من التطور حتى ظهرت شبكات التواصل الاجتماعي مثل: الفيسبوك، أنستغرام، اليوتيوب، المدونات) وغيرها الذي أتاح تبادل مقاطع الفيديو والصور ومشاركة الملفات وإجراء المحادثات الفورية والتواصل والتفاعل المباشر بين جمهور المتلقين .

يعد الاتصال عملية أساسية لا غنى عنها في استمرار الحياة الاجتماعية وتفاعل أفرادها خاصة في الوقت الراهن مع بروز التطورات التكنولوجية على مستوى وسائلها، فأضحت وسائل إعلامية جماهيرية جد متطورة، تعمل على تحقيق مجموعة من الوظائف أهمها الترفيه، التسلية، التثقيف، لكن مع التقدم الذي شهدته هذه الوسائل تطورت الاستراتيجيات المتحكمة في مؤسساتها الإعلامية، وانعكس ذلك حتى على مستوى المواد الإعلامية التي تنقلها من الوسيلة إلى الجمهور، ومن ثمة تأخذ شكل آخر مستجدة وحديثة تنتقل بدورها بين الجماهير، بغض النظر إذا ما كانت هذه الأحزمة الثقافية إيجابية أم سلبية إلا أنها تخلق نوعا من التوحيد في الأذواق والأفكار والمعتقدات.

ومع هذا التزايد المستمر في استخدام هذه المواقع ومداومتها للإنسان في كل أوقاته، أصبح لا بد من دراسة ومعرفة الآثار الناتجة عن هذا الاستخدام ونوع هذا التأثير، فكل شيء له ايجابياته وسلبياته لا تؤثر في الفرد فقط و إنما على المجتمع بأكمله وفي بعض الأوقات والأحداث على العالم برمته. فقد استطاعت دخول جميع مجالات الحياة نظرا لما تقدمه من خدمات متنوعة ومتعددة، فسهلت على الكثير من الأفراد التواصل مع بعضهم

البعض وقلصت المسافات، ووحدت الأذواق، لأمر الذي أحدث بعض التغيرات في بعض المجتمعات خاصة المجتمعات غير المتحكمة في هذه الشبكة ما سهل عملية اختراق ثقافات هذه المجتمعات .

وتعد الهوية الثقافية واحدة من القضايا التي دار حولها جدل كبير نتيجة التغيرات والمستجدات في العصر الحديث، ولاسيما مع تنامي موجات العولمة، وما رافقها من تطورات هائلة في مجال المعلوماتية، وما أحدثه ذلك من تأثير في النسيج الاجتماعي والثقافي للمجتمع ولقد نشأ الشباب اليوم في عصر تعرضت فيه المجتمعات المحافظة للتغيرات العالمية في ظل الحضارة المعاصرة والتقدم العلمي والتكنولوجي الذي يميز أنماط الحياة ووسائلها ومتطلباتها، فوقع الشباب فريسة الانفصام في الشخصية والصراع بين القيم الموروثة والتقاليد المستوردة، ما أصابهم بالحيرة والقلق والتهيب. فمواقع التواصل الاجتماعي قادرة على أن تفصل المكان عن الهوية و تقفز فوق الحدود الثقافية والسياسية وتزيد من إضعاف الشعور بالانتماء المحلي والوطني، وتعمل على تقويضه وتتسج هويات متعلقة بالحيز المكاني وتقلل من الشعور بالانتماء إليه .

وما هو قائم يعرض الشباب إلى أنماط مختلفة من هذه القيم ومرجعيات متباينة وأحياناً متناقضة، ما ينعكس على القيم التي يحملها الشباب في تحديد أنماطه السلوكية، واتجاهاتهم حول هويتهم الثقافية .

ومن هذا المنطلق حاولنا تسليط الضوء في هذه الدراسة على أثر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على الهوية الثقافية للشباب، والبحث في عادات وأنماط الاستخدام ودوافعها، كما أننا حاولنا كذلك معرفة مؤشرات مواقع التواصل الاجتماعي على الهوية الثقافية .

تم تقسيم الدراسة إلى ثلاثة أطر حسب التقسيم الأكاديمي، بداية من الإطار المنهجي للدراسة من إشكالية الدراسة وأهداف الدراسة ثم أهمية البحث، أسباب اختيار الموضوع،

مفاهيم الدراسة، منهج الدراسة وأدواته، مجتمع البحث وعينته، الدراسات السابقة، حدود الدراسة، إلى صعوبات الدراسة .

وبعدها تناولنا في الإطار النظري للدراسة تطرقنا إلى مواقع التواصل الاجتماعي والهوية الثقافية، والذي قسمناه هو الآخر إلى ثلاثة مباحث، عنوان المبحث الأول ماهية مواقع التواصل الاجتماعي وتضمن مفهوم ونشأة مواقع التواصل الاجتماعي وكذلك أهم خصائص والخدمات التي توفرها مواقع التواصل الاجتماعي ونماذج عن مواقع التواصل الاجتماعي. والمبحث الثاني ماهية الهوية الثقافية وتضمن مفهوم الهوية الثقافية ومسألة تطورها في الأنثروبولوجيا الثقافية، عناصر ومقومات الهوية الثقافية، وتحديات الهوية الثقافية. والمبحث الثالث تحت عنوان العولمة الثقافية والهوية وكذلك قسمناه إلى ثلاث مطالب تطرقنا إلى مفهوم العولمة الثقافية ووسائلها ومضامينها أما المطلب الثاني تطرقنا للآثار الإيجابية والسلبية للعولمة الثقافية أما المطلب الثالث فتناولنا موضوع مواقع التواصل الاجتماعي والهوية الثقافية .

ثم التطبيقي أو الميداني، فبعد تطبيق المعارف النظرية والتطرق إلى أهم النتائج التي توصل إليها الباحثون من قبل ما توصلنا إليه بدورنا إلى نتائج معينة، وما هي إلا تكملة لما توصلت إليه من قبل الدراسات .

الاعمال الصالحة

1. إشكالية الدراسة :

تعيش المجتمعات اليوم تطوراً غير مسبوق، الذي يتعلق بعصر الثورة المعلوماتية الكبرى التي تجتاح العالم وكان لها دور كبير في تغيير مسارات عدة في العالم من حيثيات مختلفة كالفكر والثقافة والانفتاح على الثقافات المختلفة فيه بزمن قياسي لم يعهده العالم من قبل، بالإضافة إلى ذلك ساهم الإعلام الإلكتروني بتشكيل شبكة للاتصالات والتواصل التي تجمع بين الكثير من التوجهات وتنمية الحوار الهادف بينهم والتعود على تقبل الآخر مهما اختلفت وجهات النظر وهناك العديد من التجارب الشخصية خاضها مجموعة من الشباب العربي بإنشاء مواقع إعلامية ثقافية على شبكة إنترنت والوسائط الجديدة ومن بين هذه الوسائط مواقع التواصل الاجتماعي التي تعتمد على الاتصال بين مجموعة من الأفراد لهم نفس الميول والاهتمام حيث تسمح للمستخدم بإنشاء موقع خاص به ومن ثم ربطه من خلال نظام إلكتروني .

إن خاصية النشر والتبادل للمعلومات التي تتميز بها مواقع التواصل الاجتماعي أدت إلى رهانات وتحديات جديدة على الهوية الثقافية وخصوصية المجتمعات ونتائج الحضاري، الذي يميزها عن باقي الشعوب وتغذي كذلك الذات الشخصية للأفراد في ما يخص البحث عن الأنا، خاصة الفكرية والنماذج الثقافية وتضارب القيم.

خاصة في عصر العولمة، التي يرى البعض أن لها آثار كبيرة على البناء الثقافي والاجتماعي للأفراد .

وهاهي الآن الهوية الثقافية العربية عامة والجزائرية خاصة تواجه هذه التحديات بحيث تقف في وجه المد العولمي الذي أسس وأدى إلى تبلور ثقافة كونية، حيث تختزل في ثناياها كل خصوصياته الثقافية من خلال مجالات عدة وغيرت العديد من المفاهيم والأدوار، وانعكاساته على الهوية الثقافية .

ولقد أدى استخدام مواقع التواصل الاجتماعي بما تحمله سرعة في توصيل المعلومات ونشر الثقافات إلى ترسيخ عادات وسلوكيات من الأفراد تركت بصمتها في كل دول العالم

الإطار المنهجي للدراسة

وأعطت هذه المواقع، دلالات جديدة أوسع وأشمل من الإعلام والفضائيات التقليدية. لأنها تميزت بعمق تأثيرها على عقول الشباب واستقطاب كل الفئات داخل المجتمع، وذلك راجع إلى غياب التوعية والإفراط في الاستخدام، خاصة في ظل العولمة ويذكر مانويل " بأننا أصبحنا نعيش تنازع قوتين من أجل تحوير العالم وحياتنا هما العولمة والهوية ". وعلى ضوء هذا نقوم بدراسة هذه المتغيرات المتمثلة في مواقع التواصل الاجتماعي والهوية الثقافية والشباب الذي أدى بنا إلى طرح التساؤل الرئيسي :

ما مدى استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وأثرها على الهوية الثقافية لطلاب جامعة خميس مليانة ؟

وتتدرج تحت هذه الإشكالية تساؤلات فرعية :

- ما مدى استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لطلبة خميس مليانة ؟
- ما دوافع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لأفراد العينة ؟
- ما هي مؤشرات الهوية الثقافية لدى أفراد العينة ؟

2. أهداف الدراسة :

يعتبر مجال البحث العلمي مجالاً واسعاً تختلف أهدافه وتعدد معطياته ويهدف إلى تبني أي باحث لموضوع معين إلى سد الفجوة المعرفي الذي يلزمه وإزالة الغموض عن بعض القضايا ولذلك تهدف دراسة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وأثرها على الهوية الثقافية للشباب .

معرفة عادات وأنماط استخدام مواقع التواصل الاجتماعي من طرف طلبة جامعة خميس مليانة .

معرفة الدوافع التي تؤدي طلبة جامعة خميس مليانة لتعرض لمواقع التواصل الاجتماعي .

معرفة واقع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في وسط طلبة جامعة خميس مليانة التعرف على الآثار الإيجابية والسلبية لمواقع التواصل الاجتماعي على الهوية الثقافية لطلبة جامعة خميس مليانة .

3. أهمية الدراسة :

تتبع أهمية الدراسة من أهمية الموضوع المدروس باعتباره ظاهرة منتشرة في أوساط الطلبة ومحاولة البحث عن مدى استخدام مواقع التواصل الاجتماعي والأثر على الهوية الثقافية التي تجسد الطموحات المستقبلية في المجتمع وكذلك يدرس العلاقة بين أكثر من متغير، هذا ما يغني المادة العلمية، كذلك إلى الأهمية البالغة لقضية الهوية الثقافية وتأثيرها على الطلبة والمجتمع من حيث شعوره بالانتماء والوطنية. ويمكن أن نلخص الأهمية في نقاط نوجزها كالآتي :

تبرز أهمية الدراسة الحالية من خلال الدور الذي تلعبه مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الأفكار ثقافات معينة لأغراض سياسية ثقافية اجتماعية الأمر الذي يؤثر في ثقافة الأفراد واتجاهاتهم وعلاقاتهم .

تتبع أهمية لدراسة من أهمية التي تكتسبها الهوية الثقافية وإعادة النظر في مكوناتها ودراسة مختلف أبعادها خاصة في عصرنا الذي أصبح العالم عبارة عن غرفة واحدة " العولمة الرقمية " .

4. أسباب اختيار الموضوع :

هناك عدة أسباب دفعتنا إلى اختيار موضوع الدراسة نذكر منها :

أ. الأسباب الذاتية :

سمولنا إلى مواقع التواصل الاجتماعي وكل ما يخص التكنولوجيا .
-الاهتمام الشخصي بموضوع الهوية الثقافية وآثار التكنولوجيا الحديثة عليها.
-طموحنا الذاتي في دراسة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وأثرها على الهوية الثقافية لطلبة جامعة خميس مليانة .

الأسباب الموضوعية :

-الاستفادة من نتائج هذه الدراسة في الدراسات العلمية المستقبلية .
-خصوصية مواقع التواصل الاجتماعي بحيث أنها توفر فرصا لا متناهية للتعبير بحرية وهذا عكس وسائل الاتصال الأخرى التي تبقى فيه حرية التعبير محدودة .
-انتشار استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في وسط الطلبة وهي شريحة كبيرة في المجتمع الجزائري .

-أهمية موضوع الهوية الثقافية في الآونة الأخيرة والتي عرفت محاولات كثيرة لطمسها وإلغائها في إطار ما يعرف بالعولمة الإعلامية .

5. تحديد مفاهيم المصطلحات :

تعريف مصطلح الاستخدام :

لغة: "من استخدم استخداما، أي اتخذ الشخص خادما، ومنه يخدمه خدمة فهو خادم وخدام"¹

اصطلاح: يعرفه بأنه "نشاط اجتماعي يتحول إلى نشاط عادي في المجتمع بفضل التكرار والقدم، فحينما يصبح الاستعمال متكررا ويندمج في ممارسات وعادات الفرد يمكن حينئذ الحديث عن الاستخدام"².

التعريف الإجرائي: "هو عملية تصفح التي يقوم بها الفرد في مواقع التواصل الاجتماعي وعادات وأنماط هذا التصفح "

تعريف مصطلح مواقع التواصل الاجتماعي :

اصطلاح: هي شبكات افتراضية تجمع بين مجموعة هائلة من الشبكات وتقتضي للفرد الولوج للشبكة حيث يتفاعل مع الآخرين افتراضيا فهي شبكات مفتحة تتيح التواصل في بيئة مجتمع افتراضي تجمعهم عدة عوامل حيث أن معظم هذه الشبكات عبارة عن مواقع الويب تقدم خدمات للمشاركين.³

¹ _ منال هلال مزاهرة : نظريات الاتصال، بط، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، الأردن، 2012، ص 172.
² _ وسام طابل البشابشة: دوافع استخدام طلبة الجامعات الأردنية لمواقع التواصل الاجتماعي واشباعاته، مذكرة ماجستير في الصحافة والإعلام غير منشورة، جامعة البيئرا كلية الآداب والعلوم، الأردن، 2012_2013 .
³ _ غزالي محمد: خصوصية التوعية الدنية عبر شبكات التواصل الاجتماعي_دراسة تحليلية في المحتوى الدعوي الفيسبوك ودراسة ميدانية على عينة من الشباب، المؤتمر العلمي الدولي السنوي الرابع لكلية الشريعة تحت عنوان "وسائل التواصل الاجتماعي وأثرها على المجتمع"، جامعة النجاح الوطنية، فلسطين، 2014، ص 265 .

كما عرفها خالد زعاف "هي الطرق الجديدة في الاتصال في البيئة الرقمية لما يسمح للمجموعات الأصغر من الناس بإمكانية الالتقاء والتجمع على الانترنت لتبادل المعلومات وهي بيئة تسمح للأفراد والمجتمعات بسماع صوت مجتمعاتهم إلى العالم جمع".¹

إجرائي: تعتبر كل من التطبيقات التالية "فيسبوك، اليوتيوب وآنستغرام والمدونات" مواقع تواصل اجتماعي يتم فيها البحث والمشاركة في الأنشطة الثقافية كما تسمح للأفراد بالتبادل والتعرف على ثقافات فيما بينهم .

تعريف مصطلح الهوية الثقافية :

هي مصطلح مكون من كلمتين يمكن تعريفهما كالآتي:

تعريف مصطلح الهوية :

لغة: هي كلمة مأخوذة من "هو" بمعنى أنها جوهر الشيء، وحقيقته المشتملة عليه، فهوية الشيء هي ثوابته التي تتجدد ولا تتغير".²

اصطلاح: فرضت كلمة الهوية نفسها في الفكر الفلسفي والاجتماعي عموماً من خلال

الإرث الأسطوري الذي حددها بمعنى الوجود على المستوى الأول وفي

المستوى الثاني تدل ما بيه الشيء وهو نفسه أما الفارابي فذكر أن الهوية الشيء عينه

وشخصه وخصوصيته المنفردة له أي لا يقع فيها إشراك".³

التعريف الإجرائي: تعتبر الهوية هي خاصية وذاتية الأفراد ومجموعة المميزات النفسية

والجسمية والمعنوية الخاصة بكل فرد ومدى تعامله مع الأفراد.

تعريف مصطلح الثقافة:

¹ خالد زعاف : الهوية الافتراضية في مواقع التواصل الاجتماعي وتأثيرها على تكوين الذات الاجتماعية دراسة ميدانية لطلبة البويرة، ورقة مشاركة مقدمة في الملتقى الوطني حول مسألة الهوية الثقافية في المجتمع الجزائري بين الواقع والتحديات، جامعة شريف مساعدي، سوق أهراس (الجزائر)، يومي 20_21 افريل 2016 .

² محمد عمارة: مخاطر العولمة على الهوية الثقافية ، ط1، دار النهضة للطباعة للنشر والتوزيع، مصر، 1999، ص6

³ حريزي فايزة وخلاف دريس : الأزمة اللغوية وأثرها على الهوية الثقافية ، مجلة الدراسات الثقافية واللغوية والفنية، العدد7، المركز العربي الديمقراطي للدراسات الإستراتيجية والسياسية والاقتصادية، برلين ألمانيا، ماي 201 9، ص162.

لغة: إن أصل الثقافة في اللغة مأخوذ من الفعل الثلاثي "تقف" ويطلق على معان عدة وتعني الحدق والفتنة والذكاء سرعة الفهم والتعلم وتقويم الاعوجاج والتأديب والتهديب والمعارف والفنون قال ابن فارس "تقفت القناة إذا أقمت اعوجاجها".¹

اصطلاح: عرفها **عدنان يوسف العتوم** "بأنها عملية متجددة دائماً لا تنتهي أبداً وبذلك تنفي أن تحصيل مجتمع ما للعلوم جعله على قيمة السلم الثقافي، فكل المجتمعات إذا توفرت مجموعة من القيم الايجابية التي تحترم الإنسان والمجتمع فهي ذات ثقافة تستحق الحفاظ عليها أي كانت درجة تطورها في السلم الاقتصادي".²

كما عرفها **هارلمبس وهولبورن** "هي طريقة حياة أفراد مجتمع ما، ومجموعة الأفكار والعادات التي تعلموها وساهموا فيها ثم نقلوها من جيل إلى آخر".³

التعريف الإجرائي: هي كل معتقد من القيم والعادات والتقاليد والأخلاقيات والأنماط السلوك .

وبالتالي عند الجمع بين الهوية والثقافة يتشكل لنا **مصطلح الهوية الثقافية** والتي يمكن تعريفها كآتي:

اصطلاح: يعرفها **محمد عابد الجابري** "بأنها كيان يسير ويتطور وليس معطى جاهزاً ونهائياً، هي تسير وتتطور إما في اتجاه الانكماش وإما في اتجاه الانتشار، وهي تعني بتجارب أهلها ومعاناتهم وتطلعاتهم وأيضاً باحتكاكها سلباً أو إيجاباً مع الهويات الأخرى".⁴

¹ - لعز كريمة: **فلسفة التعايش ودورها في التنوع الثقافي**، مجلة أفاق علمية، المجلد 11، العدد 3، رقم التسلسلي 20، المركز الجامعي لتامنغست (الجزائر)، جويلية 2019، ص 604 .

² - عدنان يوسف العتوم وآخرون: **التواصل الاجتماعي من منظور الاجتماعي والثقافي**، ط 1، عالم الكتب الحديث، الأردن 2011، ص 50 .

³ - هارلمبس وهولبورن تر حاتم حميد: **سوشيولوجيا الثقافة والهوية**، ط 1، دار كيوان للطباعة والنشر والتوزيع، دمشق (سوريا)، 2010، ص 80 .

⁴ - بليليدية فتحة نور الهدى : **إشكالية الهوية الثقافية في ظل الإعلام الجديد ثنائية الانفتاح والاختراق**، مجلة الدراسات الإعلامية، العدد 3، المركز الديمقراطي العربي للبحوث إعلام واتصال، برلين ألمانيا، جوان 2018، ص 67 .

التعريف الإجرائي: هي كل ما يميز أمة عن أمة بكل ما تحمله من وعادات وتقاليده والانتماء الثقافي واللغة وسلوكيات تأتي مواقع التواصل الاجتماعي تصنعها كعوامل تميز مجتمع ما.

6. نوع الدراسة ومنهجها

أ. نوع الدراسة

هذه الدراسة تندرج ضمن الدراسات الوصفية ويمكن تعريفه بشكل عام "هو أسلوب من أساليب التحليل المرتكز على جمع معلومات كافية ودقيقة عن ظاهرة أو موضوع محدد من خلال فترة أو فترات زمنية معلومة وذلك من أجل الحصول على نتائج علمية تم تفسيرها بطريقة موضوعية وكما ينسجم مع المعطيات الفعلية للظاهرة"¹ كما يعرف أيضا "هو طريقة من طرق التحليل والتفسير بشكل علمي منظم من أجل الوصول إلى أغراض محددة لوضعية اجتماعية أو مشكلة اجتماعية أو سكان معينين"² وهو أيضا: "طريقة لوصف الظاهرة المدروسة وتصويرها كميًا عن طريق جمع معلومات مقننة عن المشكلة وتصنيفها وتحليلها وإخضاعها للدراسة الدقيقة"³.

ب. منهج الدراسة :

يعرف المنهج بأنه: "الطريقة أو الأسلوب الذي يتبعه العالم في بحثه أو دراسته أي كان نوعها للوصول إلى حلول لما يتعقبه هذا البحث أو هذه الدراسة من مشاكل إلى الوصول إلى النتائج الدقيقة"⁴.

¹ - ربحي مصطفى عليان : البحث العلمي. أسسه. مناهجه وأساليبه. إجراءاته، بط، بيت الأفكار الدولية، الأردن، ص 48 .

² - محمد محمود الدنبيات : مناهج البحث العلمي وطرق إعداد البحوث، ط4، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2007، ص 139 .

³ - عامر مصباح : منهجية البحث العلمي في العلوم السياسية و الإعلام ، بط، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2008، ص 86 .

⁴ - مروان عبد المجيد إبراهيم: أسس البحث العلمي-إعداد الرسائل الجامعية -، ط1، مؤسسة الوراق، الأردن، 200، ص 126 .

الإطار المنهجي للدراسة

ويعرفه موريس أنجرس بأنه: "مجموعة من الإجراءات والطرق الدقيقة المتبناة من أجل الوصول إلى نتيجة"¹. وكذلك يعرف المنهج بأنه: "هو أسلوب للتفكير والعمل يعتمد عليه الباحث لتنظيم أفكاره وتحليلها وعرضها وبالتالي الوصول إلى النتائج والحقائق المعقولة حول الظاهرة موضوع الدراسة"²

ومنه المنهج الملائم لدراستنا هو المنهج المسحي الذي يعد من أبرز المناهج العلمية المعتمد عليها في مختلف الدراسات الإنسانية.

ويعرف الباحث محمد زيان عمر المنهج المسحي بأنه: "دراسة الظاهرة في وضعها الطبيعي دون أي تدخل من الباحث، أي دراسة الظاهرة تحت ظروف طبيعية غير اصطناعية"³. ويعرف أيضا المنهج المسحي بأنه "تجميع منظم للبيانات المتعلقة بمؤسسات علمية أو ثقافية أو اجتماعية، وذلك من خلال فترة زمنية معينة ومحددة"⁴. "ويعتبر أيضا منهج لتحليل ودراسة أي موقف أو مشكلة اجتماعية أو جمهوريا، وذلك بإتباع طريقة علمية منظمة لتحقيق أغراض معينة"⁵

ت. أدوات جمع البيانات

انطلاقا من طبيعة البحث، تطلب منا الاعتماد على أداة البحث العلمي وهذا بهدف الوصول إلى نتائج دقيقة وموضوعية وهي "الاستمارة كأداة أساسية لجمع المعلومات . وتعرف الاستمارة بأنها: "جهد علمي منظم للحصول على بيانات ومعلومات وأوصاف عن الظاهرة أو مجموعة الظواهر موضوع البحث من عدد المفردات المكونة لمجتمع البحث

¹ - موريس أنجرس : منهجية البحث العلمي في العلوم ا لإنسانية- تدريبات علمية- ، ط2، دار القصة للنشر، 2006، ص 36 .

² - ربحي مصطفى عليان : مرجع سابق ذكره، ص 36 .

³ - محمد زيان عمر : البحث العلمي-مناهجه وتقنياته-، ط4، دار الشروق، جدة، 1983، ص 117 .

⁴ - عامر قنديلجي : البحث العلمي واستخدام مصاد ر المعلومات التقليدية والالكترونية ، بط، دار اليازوري العلمية للنشر و التوزيع، الأردن، 2008، ص 29 .

⁵ - محمد شلبي: المنهجية في التحليل السياسي، ط1، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1997، ص 99 .

الإطار المنهجي للدراسة

ولفترة زمنية كافية للدراسة¹. وتعرف أيضا بأنها مجموعة من الأسئلة المرتبة حول موضوع معين يتم وصفها في استمارة ترسل للأشخاص المعنيين بالبريد، أو يجري تسليمها باليد تمهيدا للحصول على أجوبة الأسئلة الواردة فيها². ويعرفها عامر قنديلجي بأنها: "مجموعة من الأسئلة والاستفسارات المتنوعة والمرتبطة ببعضها البعض الآخر بشكل يحقق الهدف أو الأهداف التي يسعى إليها الباحث"³. "هو أسلوب جمع البيانات الذي يستهدف استجواب الأفراد المبحوثين بطريقة منهجية ومقننة، لتقديم حقائق أو أفكار معينة في إطار البيانات المرتبطة بموضوع الدراسة وأهدافها دون تدخل من الباحث في التقرير الذاتي للمبحوثين في هذه البيانات⁴.

وفي هذه الدراسة فقد مر الاستبيان بمجموعة من المراحل، ففي المرحلة الأولى تمت الصياغة الأولية للاستبيان بناء على إشكالية الدراسة والتساؤلات، وذلك لتحقيق الأهداف المرجوة من البحث. ثم عرض الاستبيان في شكله الأولي على المشرف تضمن الاستبيان 30 سؤالاً موزعاً على أربعة محاور:

- البيانات الشخصية لأفراد العينة "الجنس، المستوى الجامعي، التخصص العلمي"
- عادات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لدى طلبة جامعة خميس مليانة
- دوافع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لدى طلبة جامعة خميس مليانة .
- مؤشرات الهوية الثقافية لدى أفراد العينة .

¹ - منال هلال مزها: بحوث الإعلام الأسس والمبادئ، ط 1، دار كنوز المعرفة العلمية للنشر والتوزيع، الأردن، 2011، ص 109 .

² - عمار بوحوش : مناهج البحث العلمي وطرق إعداد البحوث ، ط 2، ديوان المطبوعات الجامعية، (الجزائر)، 1999، ص 66 .

³ - عامر قنديلجي : مرجع سابق ذكره، ص 201 .

⁴ - سمير محمد حسين بحوث الإعلام، ط2، عالم الكتب، القاهرة، 1995، ص147

7. مجتمع وعينة البحث:

أ. مجتمع البحث :

تعتبر مرحلة تحديد مجتمع البحث من أهم الخطوات المنهجية للعلوم الإنسانية والاجتماعية وهي تتطلب من الباحث دقة بالغة، حيث يتوقف عليه إجراء البحث وتصميمه وكفاءة نتائجه، ويواجه الباحث عند شروعه في القيام ببحثه مشكلة تحديد نظام العمل أي اختيار مجتمع البحث أو العينة التي سيجري عليها دراسته وتحديدها، وعليه يعرف مجتمع البحث على أنه "مجتمع الدراسة الأصلي ويقصد به كامل أفراد أو أحداث أو مشاهدات موضوع البحث أو الدراسة"¹.

ومجتمع البحث في دراستنا يتمثل في مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي لطلبة خميس مليانة، أما المجتمع المتاح هو طلبة لعلوم الإعلام والاتصال .

ب. عينة البحث :

تعرف العينة بأنها " جزء من مجتمع البحث الأصلي يختارها الباحث بأساليب مختلفة وتضم عددا من أفراد المجتمع الأصلي"². نظرا لصعوبة اختيار أسلوب العينة قمنا باختيار العينة القصدية، حيث تم تعريفها من قبل منال هلال مزاهرة "هي العينات التي يتم انتقاء أفرادها بشكل عمودي أو مقصود من طرف الباحث نظرا لتوفر خصائص معينة في هذه العينة واختيارها يكون بناء على خبرته الشخصية والعلمية"³.

¹ - محمد عبيدات وآخرون: منهجية البحث العلمي-القواعد والمراحل والتطبيقات، ط2، دار وائل للطباعة والنشر، الأردن 1999، ص84 .

² - إبراهيم بن عبد العزيز الدعياج: مناهج وطرق البحث العلمي، ط2، دار صفاء للنشر والتوزيع، الأردن، 2009، ص 91.

³ - منال هلال مزاهرة: بحوث الإعلام الأسس والمبادئ ، ب ط، دار كنوز المعرفة العلمية للنشر والتوزيع، الأردن، 2010، ص 279 .

كما عرفها محمد عبيدات وآخرون "هي العينات التي يتم انتقاء أفرادها بشكل مقصود من قبل الباحث نظرا لتوافر بعض الخصائص في أولئك الأفراد دون غيرهم لكن تلك الخصائص من الأمور الهامة بالنسبة لدراسة، كما يتم اللجوء لهذا النوع من العينات في حالة توافر البيانات اللازمة لدراسة لدى فئة محددة من مجتمع الدراسة الأصلي".¹

يعرفها عمار مصباح "أنها تلك العينة التي يقرر الباحث مقاما مفرداتها فقد تتوفر لدى الباحث معلومات حول مجتمع معين وتتضمن هذه المعلومات ما يفيد بان وحدات معينة أو أفراد معينين من المجتمع تمثل أو يمثلون المجتمع بالنسبة لصفة معينة تمثيلا جيدا"²

وعليه فقد اختارنا عينة من الطلبة المستخدمين لمواقع التواصل الاجتماعي بجامعة خميس مليانة والمكونة من 100 مفردة قسم علوم الإعلام والاتصال .

8. الدراسات السابقة :

1_ دراسة غضبان غالية بعنوان: اثر استخدام شبكات التواصل الاجتماعي على الهوية الثقافية لدى الطلبة الجامعيين الجزائريين في ظل العولمة الإعلامية"³

وتمثلت إشكالية الدراسة في: ماهو اثر استخدام شبكات التواصل الاجتماعي على بعض عناصر الهوية الثقافية لدى الطلبة الجامعيين الجزائريين في ظل العولمة الإعلامية ؟

واندرجت تحت هذه الإشكالية مجموعة من التساؤلات كانت كالأتي :

-ما هي عادات وأنماط مستخدمي شبكة التواصل الاجتماعي فيسبوك ؟

-ما هي دوافع تعرض أفراد العينة لشبكة التواصل الاجتماعي فيسبوك ؟

-ما هي الآثار الايجابية الناجمة عن استخدام فيسبوك على الهوية الثقافية ؟

¹ - محمد عبيدات وآخرون: نفس المرجع السابق، ص 84 .

² -عمار مصباح: منهجية في العلوم السياسية والإعلام، ب ط، ديوان الوطني للمطبوعات الجامعية، الجزائر، 2008، ص 221 .

³ _ غضبان غالية : اثر استخدام شبكات التواصل الاجتماعي على الهوية الثقافية لدى الطلبة الجامعيين الجزائريين في ظل العولمة الإعلامية، مذكرة دكتوراه غير منشورة في علوم الإعلام والاتصال، جامعة الحاج لخضر باتنة 1 الجزائر، 2017_2018 .

سما هي الآثار السلبية الناجمة عن استخدام فيسبوك على الهوية الثقافية؟ حيث استخدمت الباحثة في دراستها المسح الوصفي بالاعتماد على أداة «الاستبيان» والملاحظة لجمع البيانات، حيث تمثل مجتمع البحث في الطلبة الجامعيين الجزائريين، أما المجتمع المتاح فقد تمثل في طلبة جامعة باتنة 1، كما استعانت الباحثة بالعينة متعددة المراحل (العنقودية) وفقا للمراحل التالية: فقد كان وقع الاختيار على الطلبة الجامعيين الجزائريين والمجتمع المتاح الذي يمثل طلبة جامعة باتنة 1 اقتصاديا، وتم توزيع استمارة على 520 طالب .

وكانت النتائج كآتي :

✓ خلصت الدراسة إلى أن الطلبة يستمدون طرق لباسهم وتسريحة شعرهم مما يتم نشره عبر موقع فيسبوك، كما توصلت أن المبحوثين أكدوا أنهم يطلعون عن الثقافات الغربية لكن لا يمجدون هذه على حساب على هويتهم وثقافتهم العربية الإسلامية.

✓ هذه الدراسة ركزت على معرفة تأثير استخدام وسيلة الإعلامية والمتمثلة في مواقع التواصل الاجتماعي خاصة فيسبوك على الهوية الثقافية للشباب الجامعي كونه يتأثر بما يشاهده من المضامين التي يبتها هذا الموقع والتي تنغرس فيه مع الوقت مما تساهم في ترسيخ ثقافات غربية لا تتناسب مع عادات مجتمعنا، حيث يتبنون عادات غربية. في حين أهملت دور هذه الشبكات في بث مضامين ايجابية من شأنها تدعيم الهوية الثقافية للفرد وزيادة وعيهم بضرورة التمسك بقيم وعادات مجتمعه والمساهمة في حماية تراثهم وهذا ما نسعى إليه من خلال دراستنا لإبراز دور شبكات التواصل الاجتماعي خاصة فيسبوك في زيادة وعي الفرد بتراثه والحفاظ عليه من خلال ما يتم نشره عبر صفحاته، وقد تم الاستفادة من هذه الدراسة في بناء الخلفية النظرية لدراسة .

2_ دراسة حمزة بركات وحنان حنيش بعنوان: دور مواقع التواصل الاجتماعي في الحفاظ على الهوية الثقافية في ظل تحديات العولمة لدى طلبة الجامعة (مقاربة نفسية اجتماعية يتمحور حول الأبعاد الاجتماعية والتربوية والثقافية)¹

وتمثلت إشكالية الدراسة في: ما درجة حفاظ مواقع التواصل الاجتماعي على الهوية

الثقافية في ظل تحديات العولمة لدى طلبة جامعة ؟

واندرجت تحت هذه الإشكالية فرضية كانت كالآتي :

-تحافظ مواقع التواصل الاجتماعي بدرجة كبيرة على الهوية الثقافية الجزائرية في ظل

تحديات العولمة لدى طلبة الجامعة .

حيث اعتمد الباحثان في دراستهما على منهج الوصفي التحليلي، بالاعتماد على أداة

الاستبيان لجمع المعلومات، تم تطبيق الأداة على عينة من طلبة جامعة مسيلة وعددهم

80مفردة طالب وطالبة تم اختيارهم بطريقة عشوائية .

وأسفرت هذه الدراسة على النتائج التالية :

✓ إن مواقع التواصل الاجتماعي تحافظ بشكل كبير على الهوية الثقافية الجزائرية، فهي

تشكل فرصا للطلبة وليس تهديدا لهم خصوصا أن وسائل الإعلام التقليدية لا تتمتع

بدرجة كافية من حرية التعبير في العالم، وبالتالي أوجدت فرصة لتعرف على ما يدور بين

الناس ونقل ثقافتهم المختلفة .

✓ وكذلك إن مواجهة العولمة وما تحمله من قيم بعيدة عن هويتنا ولا تعمل على تأصيلها

لا يكون بالأساس عن طريق تأكيد الهوية وترسيخها، فهذا الأمر قد يكون له آثار جانبية

أشد خطرا والحفاظ على الهوية الثقافية لا يكون بالانغلاق.

¹ _ حمزة بركات وحنان حنيش : دور مواقع التواصل الاجتماعي في الحفاظ على الهوية الثقافية في ظل تحديات العولمة لدى الطلبة الجامعيين (مقاربة نفسية واجتماعية متمحورة حول الأبعاد الاجتماعية والتربوية والثقافية) بحث غير منشور في علوم الإعلام والاتصال جامعة مسيلة، الجزائر 2015_2016 .

3_ دراسة احمد علي كنعان بعنوان : الشباب الجامعي والهوية الثقافية في ظل العولمة الجديدة (دراسة ميدانية على طلبة جامعة دمشق)¹

وتمثلت إشكالية الدراسة كآلآتي :هل تحمل العولمة في طياتها نوعا من الغزو الثقافي؟ وهل تهدد العولمة الهوية الثقافية؟ وكيف ينظر الشباب الجامعي إلى العولمة والهوية الثقافية؟ وما نظرة الشباب الجامعي نحو المستقبل؟ واندرجت تحت هذه الإشكالية تساؤلات كانت كآلآتي :

ـ ما اتجاهات الشباب الجامعي نحو العولمة ؟

ـ ما اتجاهات الشباب الجامعي نحو مفهوم الهوية الثقافية ؟

ـ ما رؤية الشباب الجامعي المستقبلية ؟

حيث استخدم الباحث في دراسته المنهج الوصفي التحليلي، كما استخدم الاستبيان كأداة للبحث وجمع البيانات والمعلومات، وتمثل مجتمع البحث في طلبة جامعة دمشق، كما سحبت العينة على شكل عشوائي وشملت تقريبا فروع الجامعة العلمية منها والنظرية مع الأخذ بالحسبان تنوع سنوات، بلغ حجم العينة 500 طالب وطالبة . وكانت نتائج الدراسة كآلآتي :

✓ بينت الدراسة أن هناك غموض فكرة العولمة في أذهان الشباب الجامعي وقصورا وعجزا في تقييم هذه الظاهرة من جهة والخلاف حول مفهوم العولمة التي تعد من اخطر تحديات العصر من جهة أخرى .

✓ لقد ركزت آراء الشباب في الهوية الثقافية وفق التداعي الحر في عدة نقاط رئيسية يمكن تلخيصها بالنقطتين الآتيتين:

- ضرورة الاعتراز بثقافة الأمة وأصالتها وقوميتها دون انغلاق أو تعصب .
- ضرورة انفتاح هذه الثقافة على الثقافات الأخرى والاستفادة منها ولكن دون نوبانها.

¹ - احمد علي كنعان : الشباب الجامعي والهوية الثقافية في ظل العولمة الجديدة (دراسة ميدانية على طلبة جامعة دمشق)، مذكرة غير منشورة في الإعلام، جامعة دمشق، العراق، 2008 .

✓ فقد أولت أهمية الحديث عن الشباب والقضايا بصورة عامة والشباب الجامعي على وجه الخصوص الذي تطلع للمحافظة على الهوية الثقافية النابعة من أصالة الأمة العربية وقوميتها وتراثها الحضاري، ورفض العولمة بأشكالها المختلفة، ولاسيما ما يتمخض عنها من الهيمنة أمريكية على العالم في ظل الصراعات دولية ووضع الاقتصادي مترد، والبحث عن عمل يلبي متطلبات الشباب وحاجاته ويؤمن مستقبله في عصر المتغيرات المتسارعة وفقدان الهوية والإدمان واللامبالاة في ظل العولمة .

4_ دراسة كلفاح أمال بعنوان : تأثير الانترنت والوسائل السمعية والبصرية على الهوية الثقافية للمراهق الجزائري"¹

وتمثلت إشكالية الدراسة كآتي هل لشبكة الانترنت والوسائل السمعية والبصرية تأثير على الهوية الثقافية للمراهق الجزائري؟ وان كان كذلك كيف تؤثر الوسائل السمعية البصرية على الهوية الثقافية للمراهق ؟

اندرجت تحت هذه الإشكالية تساؤلات كانت كآتي :

-كيف يتصور المراهق الجزائري المقبل على الوسائل السمعية البصرية هويته الثقافية ؟

-هل يعمل تعدد النماذج الثقافية التي تطرحها الوسائل السمعية البصرية على غياب

ملامح واضحة وموحدة لهوية المراهقين في الجزائر ؟

-هل يعاني المراهق الجزائري في ظل تعدد النماذج الثقافية المتناقضة التي يتعامل معها

من التجاذب الوجداني *ambivalence culturelle*، والتناقض مع الآخر ؟

استخدمت الباحثة في دراستها المنهج الكيفي معتمدة على طريقة سرد الحياة لتنسيق

وتحليل المعلومات، واستخدمت استقصاء مرفوق بالاستبيان مفتوح والملاحظة العادية

لجمع المعلومات، كما تمثل مجتمع البحث في المراهقين المتمدرسين في الطور الثانوي

¹ _ كلفاح أمال: تأثير الانترنت والوسائل السمعية البصرية على الهوية الثقافية للمراهق الجزائري ، مذكرة دكتوراه غير منشورة في علم النفس، جامعة وهران، الجزائر، 2017_2018 .

الإطار المنهجي للدراسة

في مؤسستين تربويتين بوهراڻ في الفترة الممتدة بين سنة 2015/14، استخدمت الباحثة العينة القصدية تمثلت في 300 حالة .

كانت نتائج الدراسة كالآتي :

✓ أظهرت الدراسة في مجملها كيفية تأثير الوسائل السمعية البصرية على الهوية الثقافية للمراهق باعتباره أن منهم من يتأثر بالثقافات الأجنبية بتقمصه للنماذج التي تظهرها هذه الوسائل وذلك وقف ميولهم للمشاهدة وقنواتهم وبرامجهم المفضلة سواء عبر التلفزيون أو من خلال البحث عنها من خلال الشبكة العنكبوتية التي تمتلك إمكانية التقريب بينهم وبين هذه النماذج أيضا عبر مواقع التواصل الاجتماعي .

✓ لا تعتبر هذه الوسائل العامل الحصري المؤثر على الهوية الثقافية، كما أن تعلق الفرد الجزائري لاسيما فئة المراهقين منهم بالوسائل السمعية البصرية والمواد الأجنبية التي تثبتها على وجه الخصوص، قد لا تكون عامل مؤثرا على الهوية الثقافية بل نتيجة البحث المتواصل عنها وتعبير عن المعاناة الثقافية التي يعيشها الفرد الجزائري يمكننا القول أن المسألة التي نحن أمامها وهي أزمة الهوية الثقافية في الجزائر هو بحث عن الهوية ومعانات تركتها فترات الاستعمارية التي مرت بها الجزائر .

9. حدود الدراسة :

أي باحث يرسم هدفا محددًا، من أجل تحقيقه ضمن حدود معينة تكون في متناول أو إمكانيات الباحث النظرية أو المنهجية أو المادية، وهذه الدراسة لا تخرج عن نطاق هذا التقليد، وبالتالي نحاول رسم حدود بهذه الدراسة من خلال الإشارة إلى النقاط التالية :

الحد المكاني: أجريت الدراسة في نطاق جغرافي محدد ويتمثل في جامعة خميس مليانة بولاية عين الدفلى .

الحد البشري: والمتمثل في المجتمع الأصلي من الطلبة الشباب الذين يزاولون دراستهم بجامعة خميس مليانة قسم علوم الإعلام والاتصال طلبة ماستر 1 وماستر 2 إذ تمثلت عينة الدراسة في 70 عينة.

الإطار المنهجي للدراسة

الحد الزمني: تمت الدراسة في المجال الزمني يتمثل في أقل من سنة في فترة الموسم الجامع 2020/2019 في شهر مارس الماضي، حيث تم توزيع الاستمارة استمارة إلكترونية لمدة شهر.

10. صعوبات الدراسة :

إن كل بحث علمي تواجهه متاعب وصعوبات، وهذا الأمر لا مفر منه ولكن بفضل الإصرار والعزم على مجابهة هذه الصعوبات تغلبنا عليها وبمشيئة الخالق وأهم هذه الصعوبات التي واجهتنا في بحثنا هي :

- ✓ نقص المراجع وصعوبة إيجادها .
- ✓ قلة الأطر المرجعية ذات العلاقة المباشرة بموضوع البحث وجوهره .
- ✓ الحالة الصحية التي يمر بها العالم عامة والجزائر خاصة **جائحة كوفيد 19 المستجد** حيث أثر في كل مجالات الحياة من بينها المجال العلمي .
- ✓ صعوبة ضبط خطة البحث .

الاعمال الفطرية والادوية

الفصل الثاني

مواقع التداخل الاجتماعي

والعصرية الثقافية

خطة الفصل الثاني: مواقع التواصل الاجتماعي

والهوية الثقافية

المبحث الأول : ماهية مواقع التواصل الاجتماعي

المطلب الأول : مفهوم ونشأة مواقع التواصل الاجتماعي

المطلب الثاني : خصائص وخدمات مواقع التواصل الاجتماعي

المطلب الثالث : نماذج عن تطبيقات مواقع التواصل الاجتماعي

المبحث الثاني : ماهية الهوية الثقافية

المطلب الأول : مفهوم الهوية الثقافية ومسألة تطورها في الأنثروبولوجيا الثقافية

المطلب الثاني : عناصر ومكونات الهوية الثقافية

المطلب الثالث : تحديات الهوية الثقافية في ظل العولمة

المبحث الثالث : العولمة الثقافية ومواقع التواصل الاجتماعي

المطلب الأول : العولمة الثقافية (مفهوم ووسائل ومضامين)

المطلب الثاني : آثار العولمة الثقافية على الهوية الثقافية واليات مواجهتها

المطلب الثالث : مواقع التواصل الاجتماعي والهوية الثقافية

المبحث الأول : ماهية مواقع التواصل الاجتماعي

المطلب الأول: مفهوم ونشأة مواقع التواصل الاجتماعي .

1 - مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي.

بالنظر إلى مسألة الميديا الاجتماعية بشكل عام ومواقع التواصل الاجتماعي بشكل خاص، نرى أن النقاش النظري حول المصطلحات والمفاهيم والمناهج يمثل بعدا أساسيا من أبعاد البحوث في هذا المجال. وفي هذا الإطار بالذات، طرحت مسألة تعريف مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي منذ الأطوار الأولى للبحوث في هذا المجال، عندما اقترحت الباحثتان دانا بويد ونيكول آليسون تعريفا لهذا الصنف من المواقع في دراسة ذات طابع إبستمولوجي أصبحت تمثل مرجعا لكل الباحثين في مسألة مواقع التواصل الاجتماعي، ونشرت عام 2007 تعريفا لمواقع التواصل الاجتماعي سرعان ما تحوّل بعد نقاش نظري ثري إلى تعريف اعتمده الباحثون والذي بدوره أرسى اتفاقا ضمينا بين الباحثين عن ماهية مواقع التواصل الاجتماعي.

وبحسب بويد وآليسون فإن مواقع الشبكات الاجتماعية هي صنف من المواقع يقدم خدمات تقوم على تكنولوجيا الواب تتيح للأفراد بناء ملمح متاح للعموم، أو شبه متاح للعموم في إطار نظام محدد، كما تتيح هذه المواقع بناء شبكة من العلاقات والاطلاع على شبكة علاقات الآخرين (قائمة الأصدقاء).¹

ويرى زاهر راضي "أنها منظومة من الشبكات الاليكترونية التي تسمح للمشارك فيها بإنشاء موقع خاص به ومن ثم ربطه عن طريق نظام اجتماعي الكتروني مع أعضاء آخرين لديهم الاهتمامات والهوايات نفسها".²

¹ - صادق الحمادي : مواقع الشبكات الاجتماعية ورهانات دراستها في السياق العربي، مقال منشور في ملتقى، عدد خاص، المجلة العربية الأوروبية لعلوم الإعلام والاتصال، تونس، 2015، ص 48

² - أعمار يوسف : التوظيف السياسي لمواقع التواصل الاجتماعي وأثره على الأمن القومي للدول، مجلة العلوم الإنسانية، العدد 7، الجزء 2، جامعة الجزائر 3، الجزائر، جوان 2017، ص 791_792 .

وكما تعتبر من " الشبكات الاجتماعية التفاعلية التي تتيح التواصل لمستخدميها في أي وقت يشاءون وفي أي مكان من عالم و اكتسبت اسمها الاجتماعي كونها تعزز لمحمة عن حياتهم العامة، وإتاحة فرصة للاتصال بقائمة المسجلين، والتعبير عن وجهة نظر الأفراد أو المجتمعات من خلال عملية الاتصال ن تختلف طبيعة التواصل من موقع لأخر ."

وتعرف أيضا أنها " إحدى وسائل الإعلام الحديثة، وهي مجتمعات الكترونية افتراضية تسمح للمستخدمين فيها من كافة الأعمار وأجناس بإنشاء حساب خاص بهم، وتقدم لهم مجموعة من الخدمات من شأنها تدعيم التواصل والتفاعل بينهم من خلال مجموعة من الطرق منها المحادثة والبريد الإلكتروني والرسائل والفيديو وتبادل الملفات والمدونات والمحدثات الصوتية وغيرها " ¹.

2 - نشأة وتطور مواقع التواصل الاجتماعي .

لقد مرت مواقع التواصل الاجتماعي أثناء تطورها إلى مراحل وهي كالآتي :

المرحلة الأولى:

يمكن وصفها بالمرحلة التأسيسية للشبكات الاجتماعية وهي المرحلة التي ظهرت مع الجيل الأول للويب wab01 ومن أبرز الشبكات التي تكونت في هذه المرحلة شبكة موقع sixdegrees.com وهو الموقع الذي منح للأفراد المتفاعلين في إطاره فرصة طرح لمحات عن حياتهم وإدراج أصدقائهم وبدأت فكرة قوائم الأصدقاء عام 1998م وقد أخفق في 2000 م ².

¹ - حامد سعيد الجبر وآخرون: واقع دور شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي الثقافي لدى طلبات كلية التربية الأساسية في دولة الكويت، مجلة كلية التربية، العدد 176، الجزء 2، جامعة الأزهر، الكويت، ديسمبر 2017، ص 88_89 .

² - جبريل بن حسن العريشي وسلمى بنت عبد الرحمان الدوسري: شبكات الاجتماعية والقيم-رؤية تحليلية-، ط1، الدار المنهجية للنشر والتوزيع، الأردن، 2005، ص24

المرحلة الثانية:

وتشير إلى مجموعة من التطبيقات على الويب مدونات، مواقع المشاركة الوسائط المتعددة وغيرها التي اهتمت بتطوير التجمعات الافتراضية مركزة على درجة كبيرة من التفاعل والاندماج والتعاون، ولقد ارتبطت هذه المرحلة بشكل أساسي بتطوير شبكة الانترنت وهي مرحلة اكتمال المواقع الاجتماعية، يمكن أن نؤرخ لهذه المرحلة بانطلاق موقع ماي سبايس وهو الموقع الأمريكي المشهور ثم موقع الفايسبوك (Face book) وتشهد هذه المرحلة الثانية من تطور إقبال متزايد من قبل المستعملين لمواقع العالمية ويتناسب ذلك مع تزايد مستخدمي الانترنت على مستوى العالم، إلا أن الميلاد الفعلي لمواقع التواصل الاجتماعي كان مع بداية عام 2002 "فرندير (friendster)" الذي حقق نجاحا كبيرا في النصف الثاني من نفس العام وفي فرنسا ظهر موقع "سكا يورك (Skyrock)" وتحقيقه كمنصة للتدوين ثم تحول بشكل عام إلى شبكة اجتماعية سنة 2007، ومع بداية 2005 ظهر موقع ماي سبايس الأمريكي الشهير الذي يعتبر أوائل المواقع الاجتماعية وأكبرها على مستوى العالم ومعه منافسه الشهير فايسبوك (Facebook) والذي بدأ في انتشار موازي مع ماي سبايس، حتى قام الفيس بوك في سنة 2007 بإتاحة تكوين تطبيقات للمطورين مما أدى إلى زيادة أعداد مستعملي الفيس بوك بشكل كبير وعلى مستوى العالم، ونجح في التفوق على منافسه سنة 2008، أيضا ظهرت عدة مواقع منها "توتير (twiter) واليوتيوب (You tube) لتستمر ظاهرة المواقع الاجتماعية في التنوع والتطور وذلك الاهتمام الكثيرين من الدارسين في مجال المجمعات والباحثين في موضوع الخصوصية والهوية .¹

¹ - احمد كاظم حنتوش : مواقع التواصل الاجتماعي ودورها في قطاع التعليم الجامعي، مجلة بابل للدراسات الإنسانية، المجلد 7، العدد4، كلية الطب البيطري جامعة القاسم الخضراء، الجزائر، 2017، ص 201_202 .

المطلب الثاني : خصائص وخدمات مواقع التواصل الاجتماعي

1 - خصائص مواقع التواصل الاجتماعي .

- مواقع التواصل الاجتماعي هي مواقع الكترونية التي تتمتع بخصائص فريدة نذكر منها :
- **التفاعلية والتشاركية** : يتم التواصل عبر شبكات التواصل الاجتماعي بتفاعلية إذ يقوم كل عضو بإثراء صفحته الشخصية سواء ما يتعلق بشخصيته (الرياضية أو الأزياء أو موسيقى) أو ما يتعلق بموطنه أحداث سياسية، خرائط أو صورة لمدينة وبعض المعالم الأثرية التي يرغب بتقديمها إلى الآخرين وتسمح شبكات التواصل الاجتماعي للأعضاء المشاركة لتلك المنشورات والتعليق عليها، وبدا الإعجاب بها، ويكون بمقدور العضو الذي قام بنشر ومشاهدة ردود الآخرين، ومدى تفاعلهم، ورد عليهم مباشرة وقد يحدد ذلك التفاعل استمرار العضو بالتواصل، والمشاركة المضامين مع الآخرين .
 - **التلقائية**: يتم التواصل عبر شبكات التواصل الاجتماعي تلقائي وغير رسمي أو متوقع، فليس هناك تخطيط أو تنسيق للتواصل بين الأعضاء وكذلك عدم وجود لوائح وقيود تنظيمية تحكم ذلك التواصل فهو يتم بالتلقائية بين طرفي الاتصال.
 - **سهولة الاستخدام** : لا يحتاج العضو إلى مهارات خاصة لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي، ومعظم شبكات التواصل الاجتماعي توفر صفحات خاصة باللغة الرقمية لكل مجتمع .
 - **المرونة**: إمكانية فتح تلك المواقع عن طريق الهواتف المتنقلة فلا يشترط وجود جهاز حاسوب للولوج تلك المواقع بل إن الشركات المنتجة للأجهزة المحمولة أصبحت تتضمن أنظمة التشغيل تطبيقات خاصة تسمى برامج التواصل الاجتماعي .
 - **قلة التكلفة**: إن التسجيل في مواقع التواصل الاجتماعي مجاني فعلى الصفحة الرئيسية لشبكة فيسبوك مكتوب "مجاني ويبقى مجاني" ¹.

¹ - حسين محمود هتيمي: العلاقات العامة وشبكات التواصل الاجتماعي، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، 2015، ص85_87 .

• **إذابة الفواصل الطبقيّة:** إذ توفر فرصة الاتصال بالدعاة وطلبة العلم والأدباء وغيرهم بصورة مباشرة دون وسائط.

• **الانفتاح:** معظم وسائل الإعلام عبر مواقع التواصل الاجتماعي قدم خدمات مفتوحة لردود الفعل ومشاركة، أو إنشاء أو تعديل على الصفحات، حيث أنها تشجع تصويت والتعليقات وتبادل المعلومات، بل نادرا ما توجد أية حواجز أمام الوصول والاستفادة من المحتوى .

• **المحادثة:** حيث تتميز مواقع التواصل الاجتماعي ووسائل الإعلام الاجتماعية عن التقليدية من خلال إتاحتها لمحادثة في اتجاهين، أي المشاركة والتفاعل مع الحدث أو الخبر أو المعلومة المعروضة.

• **التجمع:** وسائل الإعلام الاجتماعية تسمح للمجتمعات المحلية لتشكيل مواقعها خاصة بسرعة وتواصل بشكل فعال، ومن ثمة ترتبط تلك المجتمعات في عالم أجمل حول مصالح واهتمامات مشتركة مثل: حب التصوير الفوتوغرافي أو قضية سياسية أو التعليم أو برنامج تلفزيوني مفضل ويصبح العالم بفعل قرية صغيرة تحتوي مجتمعا الكترونيا متقاربا .

• **الترابط:** تتميز مواقع التواصل الاجتماعي بأنها عبارة عن شبكات اجتماعية مترابطة بعضها مع بعض وذلك عبر الروابط التي توفرها صفحات تلك المواقع والتي تربطك بمواقع أخرى للتواصل الاجتماعي أيضا مثل خبر ما على مدونة يعجبك فترسله إلى معارفك على الفيسبوك وهذا ما يسرع عملية انتقال المعلومات .¹

• **الاستقلالية:** تتميز الأسرة المعاصرة بالفردانية وبالميل إلى الاستقلالية الذاتية للأفراد، حيث تظهر رغبة كبرى لدى كل فرد داخل الأسرة في المطالبة بالمتنامية بهوية خاصة به، حيث تكون منفصلة وخارج هوية الجماعة الأسرية ونجد أن هذه المواقع هي الأداة

¹ - خالد غسان يوسف المقدادي :_ثورة الشبكات الاجتماعية ، ط1، دار النفائس للنشر والتوزيع، الأردن، 2013 ص26_ 27 .

الاتصالية المهمة لترويج المطلب الخاص بالهوية لاسيما لدى الشباب لأنه يسمح بالنفوذ إلى العلاقة الاجتماعية الشخصية حيث تقوم هذه المواقع بتوسيع الاستقلالية من خلال التواصل المباشر التفاعلي بين الأفراد المستخدمين دون أي مراقبة أو تحكم أو إكراه اجتماعي .

• **اللاتزامية:** وتبرز أهمية السمة كونها تسمح بإمكانية تبادل المعلومات بين أطراف العملية الاتصالية دون شرط تواجدها في وقت إرسالها، وهذا يعني أن هناك إمكانية لتخزين المعلومات المرسله في الجهاز واستعمالها وقت الحاجة وبتالي فعملية الإرسال تتم في وقت يناسب الشباب خاصة انشغال هذه الفئة سواء بالدراسة أو العمل¹.

2 - خدمات مواقع التواصل الاجتماعي.

• **الملفات الشخصية:** من خلال الملفات الشخصية يمكنك التعرف على اسم الشخص ومعرفة المعلومات الأساسية عنه مثل: الجنس، تاريخ الميلاد، البلد الاهتمامات والصور الشخصية بالإضافة إلى غيرها من المعلومات وبعد الملف الشخصي. بوابة الدخول لعالم الشخص، فمن خلال الصفحة الرئيسية للملف الشخصي يمكنك مشاهدة نشاط الشخص مؤخرا من أهم أصدقائه وما هي الصور الجديدة التي رفعها إلى غير ذلك من النشاطات.

• **الأصدقاء/العلاقات:** وهم بمثابة الأشخاص الذين يتعرف عليهم الشخص لغرض معين الشبكات الاجتماعية تطلق مسمى "صديق" على هذا الشخص المضاف إلى قائمتك.

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

¹ طارق طراد : الشباب وشبكات التواصل الاجتماعي، مجلة العلوم الإنسانية، العدد9، جامعة أم بواقي، الجزائر، جوان 2018، ص 304_305 .

- البومات الصور: تتيح مواقع التواصل الاجتماعي لمستخدميها إنشاء عدد لانهائي من الألبومات ورفع مئات الصور فيها وإتاحة مشاركتها مع الأصدقاء للاطلاع وتعليق عليها.¹
- المجموعات: تتيح الكثير من مواقع التواصل الاجتماعي إنشاء مجموعات اهتمام حيث يمكنك إنشاء مجموعة بمسمى معين وأهداف محددة ويوفر موقع مصغر وألبوم صور مصغر كما تتيح خاصية تنسيق الاجتماعات عن طريق ما يعرف بـ "event" أو الأحداث ودعوة أعضاء تلك المجموعة له ومعرفة عدد الحاضرين من عدد غير الحاضرين. يكون للمجموعة منتدى مصغر وألبوم للصور مصغر.
- الصفحات: ابتدعت هذه الفكرة فيسبوك واستخدمتها تجاريا بطريقة فعالة حيث تعمل حاليا على إنشاء حملات إعلانية موجهة لتتيح لأصحاب المنتجات التجارية أو الفعاليات توجيه صفحاتهم وإظهارها لفئة يحددونها من المستخدمين ويقوم فيسبوك .
- باستقطاع مبلغ من المال عن كل نقرة يتم الوصول لها من قبل أي مستخدمة قام بالنقر على الإعلان.²
- الأهداف العامة: تتيح هذه الخاصية للمستخدمين إمكانية الإعلان عن حدث ما جار حدوثه وإخبار الأصدقاء والأعضاء به.
- المدونات: تمكن هذه الخاصية المشترك من إعداد ملف كامل عنه وعن حياته واهتماماته ويمكن تقديم روابط مفيدة لمن هم في نفس مجاله ولهم نفس الاهتمامات مثل

¹ - العيد الطيب عبد القادر احمد : فعالية مواقع التواصل الاجتماعي في توجيه الرأي العام - دراسة حالة التغييرات السياسية في المجتمعات العربية - ، ط1، دار البداية، الأردن، 2017، ص32/33 .

² - شراد سهيل : شبكات التواصل الاجتماعي بين اختصاص البنية و عمومية الاستعمال - مدخل نظري - ، مجلة العلوم الإنسانية، العدد 47، المجلد ب، جوان 2017، ص42 .

خدمة المراجع الالكترونية التي تقدمها المكتبات عن طريق المدونات من خلال الشبكات الاجتماعية¹.

- **خدمة الإعلان** : وتكمن هذه الخدمة من الإعلان عن أي منتج تود الإعلان عنه والبحث عن أي منتج ترغب في شرائه، حيث يمكن عبر هذه الخدمة في شبكة الإعلان عن احد الوظائف الشاغرة أو ندوات أو ملتقيات أو حلقات النقاش.²
- المطلب الثالث : نماذج عن مواقع التواصل الاجتماعي .**

انتشرت وتتنوعت في سنوات الأخيرة مواقع تواصل الاجتماعي، أو ما يعرف بمواقع التشبيك الاجتماعي وتنوعت خدماتها بين التواصل وإدراج الصور والموسيقى والفيديوهات وحتى السيرة الذاتية الخاصة بطلبات العمل وفيما يلي نماذج لهذه الأخيرة.

- **فيسبوك (Face book):**

في شباط من عام 2014 انشأ موقع فيسبوك على يد **مارك زكوريبيخ في جامعة هارفرد**، وكانت الفكرة إنشاء موقع اجتماعي يستطيع الطلبة عن طريقه التواصل مع بعضهم البعض.³ وقد كان الموقع في البداية متاحا **لطلاب جامعة هارفرد** فقط ثم فتح لطلبة الجامعات الأخرى، وبعدها طلبة الثانويات ولعدد محدود من الشركات ثم أخيرا فتحه لأي شخص يرغب في فتح حساب خاص به والآن يملك الموقع أكثر من **2 مليار** مشترك في نهاية **2017** بمعنى آخر شخص واحد من بين خمسة أشخاص على الأرض لديه حساب في موقع فيسبوك.⁴ يعتبر فيسبوك الآن من اكبر وأشهر المواقع العالمية المتخصصة في العلاقات الاجتماعية والتعارف وبناء الصداقات علي الإطلاق الموقع ليس حكرا علي أحد

¹ - زينب بن بريكة : تأثير استخدام شبكات التواصل الاجتماعي على القيم -عينة من تلاميذ المرحلة الثانوية -، مقال منشور في مجلة علوم الإنسان والمجتمع، المجلد 2، العدد 02، جامعة جيجل، الجزائر، جوان 2019، ص92 .
² -أماني جوال مجاهد : استخدام شبكات الاجتماعية في تقديم خدمات مكتبية المتطورة، بط، دار النشر، مصر، 2009، ص9 .
³ -حسين محمود هتيمي : مرجع سابق ذكره، ص 81 .
⁴ -احمد قاسي و سليم جداي : تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على الأمن المجتمعي للدول الخليجية، ط1، المركز الديمقراطي العربي للدراسات الإستراتيجية والسياسية والاقتصادية، برلين ألمانيا، 2019 ص 21 .

فالتسجيل فيه مجاناً وسهلاً ويستطيع أي شخص أن يستخدمه. يعد هذا الموقع آلة إعلامية ضخمة لطالما استخدمها الكثيرون في تنفيذ حملات إعلانية أو ترويج لمنتجات معينة كتسويق واكبر الأحداث التي تم الاستفادة فيها عبر الموقع.¹ وهو رائد التواصل والاتصال الاجتماعي وأصبح موقع فيسبوك اليوم منبر افتراضي للتعبير والتواصل بين الناس في أغلب الدول والمناطق.

• تويتر **twitter**:

هو شبكة معلومات آنية مدعومة من الناس في جميع أنحاء العالم، تسمح بمشاركة واكتشاف ماذا يحدث الآن، بحيث يطرح الموقع في واجهته السؤال ماذا يحدث الآن " **What's happening now?** " ويجعل الإجابة تنتشر إلى الملايين عبر العالم على الفور.² كما أنه يبيّنك على اطلاع دائم على ماذا يفعلون. وهذه الخدمة مجانية، والموقع إلى الآن لا يحمل أي شكل من أشكال الإعلان المأجور فيه. ويتم استخدام هذا الموقع في الوقت الحالي من قبل الأشخاص أو الشركات أو المجموعات لتبادل الأفكار والأخبار وخلافه. كل ما على من يريد الدخول إلى هذا العالم إلا أن يتوجه ويقوم بإنشاء حساب فيه، ومن ثم يباشر بإضافة أصدقائه ومن إلى يرغب بمتابعة أخبارهم.³ بالإضافة إلى إرسال رسائل نصية قصيرة لا تتعدى **140** حرفاً للرسالة الواحدة كما يتيح موقع تويتر خدمة التدوين المصغر هذه إمكانية الردود والتحديثات عبر البريد الإلكتروني، كذلك أهم الأحداث من خلال خدمة **rss** أو إرسال الرسائل النصية **sms**.

كان ميلاد هذه الخدمة الصغيرة "تويتر" أوائل عام 2006م، عندما أقامت شركة **abvious** الأمريكية على إجراء بحث اخذ هذا الموقع بالانتشار، باعتباره خدمة حديثة في مجال

¹ - وائل مبارك فضل الله : أثر الفيس بوك على المجتمع - دراسة بحثية - ، ط01، المكتبة الوطنية للنشر، السودان، نوفمبر 2011، ص 12 .

² - زينب بن بريكة، مرجع سابق ذكره، ص 90

³ - فهد الطيار : شبكات التواصل الاجتماعي وأثرها على القيم لدى طلاب الجامعة - تويتر نموذجاً - ، مقال منشور في المجلة العربية للدراسات الأمنية والتدريب، المجلد 31، العدد 61، الرياض، 2014، ص 202

التدوينات المصغرة، وبعده أطلق عليه اسم تويتر وذلك في أبريل من عام 2007 وهو موقع لا يقل أهمية عن فيسبوك ويعتبر المنافس الأكبر له.

فمن مميزاته الأساسية خاصية التتبع، أي أن تتبع لمدون معين عبر الموقع لكي تصل لك تدويناته أولاً بأول وكذلك يمكن للغير أن يتبعوك لمجرد الضغط على زر التتبع "follow"، ومع فترة يصبح لك شبكة معارف ومتتبعون خاصون بك لهم اهتماماتك نفسها ويجمع بينكم هموم مشتركة.¹

• يوتيوب youtube :

هو ظاهرة ثقافية عالمية اتصالية انطلقت منه عشرات الأفكار باستخدام كلمة **tube** مقترنة بالعديد من المسميات لمواقع فيديو دينية سياسية ثقافية، تأسس هذا الموقع في بداية عام 2005 على يد ثلاثة موظفين سابقين في شركة "باي بال" وهؤلاء الموظفين هم " تشاد هيرلي، وشيف تشين، وجاود كريم في مدينة "سان بورنو" وتم إطلاق نسخة تجريبية في شهر أيار من عام 2005 وفي شهر تشرين الثاني من نفس العام تم إطلاق النسخة الرسمية منه.² وشعبية اليوتيوب أدت إلى تكريسه كمنصة لمؤسسات إعلامية كبرى ومنبرا للإعلانات الترويجية، إذ يؤسس الموقع لمفهوم إعلامي جديد هو ما يطلق عليه "الترويج المتقاطع" بصفات تبادل منافع وتوزيع مقاطع الفيديو عبر الانترنت.³ أصبح اليوتيوب حالياً ثالث اكبر المواقع شعبية في العالم وصرح المسؤولين بأن عدد مشاهدة الأفلام من قبل الزوار ككل يصل إلى 140 مليون مشاهدة يوميا، وهناك قواعد ملزمة للنشر تعتمد

¹ - عبد الرحمان بن إبراهيم الشاعر : مواقع التواصل الاجتماعي والسلوك الإنساني، ط 01، دار صفاء للنشر والتوزيع، الأردن، 2015، ص 64

² - علي خليل شقرة : الإعلام الجديد - شبكات التواصل الاجتماعي -، ط 1، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن 2015، ص 90

³ - عباس مصطفى صادق : الإعلام الجديد - المفاهيم والوسائل والتطبيقات، بط، دار الشروق للنشر والتوزيع، الأردن، 2008، ص 217

اليوتيوب، فهي لا تسمح بوضع مقاطع تشجع العنف والإجرام والإباحة، ويستخدم 51 لغة من لغات العالم.¹

• موقع لينكد إن **linked in** :

170 وهو موقع ينقل فيه أصحاب الكفاءات العالية حول العالم ويمثلون أكثر من تخصص أو مهنة وأكثر من 200 دولة حيث يمكن لأي فرد في مجال معين إن يتقدم ويتعامل مع نظرائه في نفس المجال ويقدم خبرته ورايته وذلك لتحقيق الأهداف المشتركة بين الخبراء.²

وموقع **لينكدإن** هو شبكة اجتماعية مهنية، ففي الوقت الذي تركز فيه مواقع الشبكات الاجتماعية على العلاقات الشخصية والاجتماعية مثل "فيسبوك" و"مايسبيس"، لينكدإن يسمح للمهنيين بالتواصل مع المحترفين حول العالم لجعلهم أكثر إنتاجًا ونجاحًا بإنشاء ومن ثم الحفاظ على العلاقات في المجال العلمي وكذا تعزيز خدماتهم ومهاراتهم المهنية. ورغم بداياته في 2002 إلا أنه اليوم أصبح من بين أهم الشبكات الاجتماعية المهنية .

سمات **لينكد إن** :

لموقع **لينكد إن** ثلاث أصناف للحسابات: المجاني "free" وهو محدود الخدمات المدفوع "premium" والاحترافي "pro" والاختلافات تكمن في إمكانية معرفة من اطلع على الحساب الشخصي وعدد الرسائل الالكترونية "imail" الممكن إرسالها يمكن الوصول إلى الأشخاص "people" والوظائف "job" والإخبار "news" والتحديثات " updates " والأفكار التي تساعد في التمييز في ما تقوم به .

يمكن للمستخدمين وضع صور "photos" ومشاهدة الملفات الشخصية " profiles " والصور الخاصة بالآخرين .

¹ - جبريل بن حسن العريشي وسلمى بنت عبد الرحمان الدوسري، مرجع سابق ذكره، ص 49.

² - كاتب فارس و عقون دنيا : اثر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على سلوك الشباب الجزائري ، مذكرة لنيل شهادة الماستر، قسم العلوم الإنسانية، تخصص اتصال وعلاقات عامة، جامعة العربي بن مهيدي، أم البواقي، الجزائر، 2016/2015، ص 63 .

التوصيات: يمكن للأصدقاء من الدرجة الأولى أن يكتبوا رسائل توصية لمن تعاملوا معهم حيث تعبر عن مدى جدية الشخص الموصى به وتزيد من قوة حسابه.¹

¹ - شراد سهيل : مرجع سابق ذكره، ص 45 - 46 .

المبحث الثاني: ماهية الهوية الثقافي

المطلب الأول: مفهوم الهوية الثقافية ومسألة الانثروبولوجيا الثقافية

1 - مفهوم الهوية الثقافية .

المقصود بالهوية الثقافية تلك المبادئ الأصلية السامية والذاتية النابعة من الأفراد أو الشعوب. وتلك ركائز الإنسان التي تمثل كيانه الشخصي والروحي والمادي بتفاعل صورتها هذا الكيان، لإثبات هوية أو شخصية الفرد أو المجتمع أو الشعوب، بحيث يحس يشعر كل فرد بانتمائه الأصلي لمجتمع ما يخصصه ويميزه عن باقي المجتمعات الأخرى.¹

ويعرفها العالم الأنثروبولوجي البريطاني "مالينوفسكي" بأنها: "نظاما كلياً بعناصر متداخلة، ليس من المهم معرفة مكان العنصر أو السمة في ذلك الكل متماسك. إن المهم المفيد هو معرفة وظيفة السمة بنظرة إجمالية باعتبارها فاعلة في البناء المؤسسي".²

ويقصد كذلك بالهوية الثقافية "تلك المبادئ والأفكار والمعتقدات، وتلك الالتزامات المذهبية التي تشكل ذهنية الإنسان وتحدد مشاعره ووجدانه وسلوكه كما تشكل رؤيته الكلية إلى العالم حوله وإلى عالمه الخاص به "

وكذلك تعني " التفرد الثقافي بكل ما يتضمنه معنى الثقافة من عادات وأنماط وسلوك وقيم وميول ونظرة إلى الكون والحياة".³ وقدمت اليونسكو في دليل عمل العقد العالمي للتنمية

A. Practical Guide To Word Decadefor الثقافية1997/1988 الصادر تحت

1997/1988 Cultural Development: تعريفها للهوية الثقافية نصه: "الهوية

الثقافية تعني أولاً قبل كل شيء تعريفنا التلقائي بأننا أفراد ننتمي إلى جماعة لغوية محلية

¹ - أسعد السمرحاني : ويلات العولمة على الدين واللغة والثقافة، بط، دار النفائس، الأردن، 2002، ص 82.

² - محمد العربي ولد خليفة : المسألة الثقافية وقضايا اللسان والهوية - دراسة في مسار الأفكار في علاقتها باللسان والهوية ومتطلبات الحداثة والخصوصية والعولمة -، بط، ثالة، الجزائر، 2007، ص 50 .

³ - نبيل السمالوطي وحنان عوض مختار : الهوية الثقافية الإسلامية في ظل المتغيرات المعاصرة - دراسة سوسيو إيكولوجية مقارنة -، بط، دار المعرفة الجامعية، مصر، 2016، ص 102 .

وإقليمية أو وطنية بما لها من قيم تميزها أخلاقية جمالية وتقاليدها وعاداتها وأساليب حياتها، وإحساسها. بالخضوع أو المشاركة فيه أو تشكيل قد مشترك وتعني الطريقة التي تظهر فيها أنفسنا في ذات كلية.

حيث نرى انطباعاتنا الخاصة بصفة مستمرة كما يمكننا من بناء شخصياتنا من خلال التعليم والتعبير عنها في العمل الذي يؤثر بدوره في العالم الذي نحيا فيه.¹ وهي أيضا عبارة عن "معايير للعقل والسلوك تحدد معنى الحياة التي لا معنى لها بدون هذه المعايير. ورموزا تحدد غايات الحياة التي لا غاية لها بدون تلك الرموز، بمعنى أن الثقافة هي إجابة سؤال الفرد والجماعة عن "كيف ولماذا وإلى أين الغاية من الوجود. وهي التي تقف وراء النشاط الحضاري للإنسان، وهي التي تجعل الحضارات الإنسانية تختلف عن بعضها البعض نتيجة اختلاف المعايير والمقومات المحددة للنشاط الإنساني.² وفي الأخير نستطيع أن نقول أن مفهوم الهوية الثقافية هي ذلك الاتجاه الخاص الذي يتجلى من خلال خصوصية الأمة، وتعبير عن أرائها ومواقفها الإنسانية ويمثل قيمها المتراكمة عبر الزمان والمكان فيصور تاريخها ويجسد حاضرها ويرسم معالم مستقبلها في إطار الحفاظ على ثوابت ومقومات الهوية الثقافية من خلال التفاعل مع الآخر .

2 - مسألة الهوية الثقافية في الأنثروبولوجيا .

لم تظهر الأنثروبولوجيا الثقافية كفرع مستقل عن الأنثروبولوجيا العامة إلا في النصف الثاني من القرن 19 م .

وربما يعود الفضل في ذلك إلى العالم الإنجليزي "إدوارد تايلور" الذي يعد من رواد الأنثروبولوجيا والذي قدم أول تعريف شامل للثقافة عام 1871 في كتابه "الثقافة البدائية"

¹ محمد عزيز إبراهيم : المنهج التربوي العالمي " أسس تصميم منهج تربوي في ضوء التنوع الثقافي " ، بط، مكتبة الأنجلو المصرية، القاهرة، 2001، 23 .

² تركي الحمد : الثقافة العربية في عصر العولمة، ط1، دار الساقى، بيروت " لبنان "، 1999، ص16.

وقد مرت الأنثروبولوجيا الثقافية بمراحل متعددة منذ ذلك الحين حتى وصلت إلى ما هي عليه اليوم .

مرحلة البداية: وتمتد من ظهور هذه الأنثروبولوجيا وحتى نهاية القرن 19م. وكانت عبارة محاولات لرسم صورة عامة لتطور الثقافة منذ القدم والبحث أيضا عن نشأة المجتمع الإنساني، وظهرت هذه الفترة إلى جانب العالم انجليزي " تايلو ر" والعالم الأمريكي "فرانز بواز" الذي أخذ بالاتجاه التاريخي في دراسة الثقافات الإنسانية وذلك من جانبين اثنين : **أولها:** إجراء دراسات تفصيلية لثقافات مجموعات صغيرة كالقبائل والعشائر ومراحل ظهورها .

وثانيها: إجراء مقارنة بين تاريخ التطور الثقافي عند مجموعة من القبائل، بغية الوصول إلى قوانين عامة أو مبادئ تحكم نمو الثقافات الإنسانية وتطورها وهذا ما يعطي أهمية للأنثروبولوجيا باعتبارها علم له منهجية خاصة

المرحلة الثانية : وتقع ما بين (1900-1915م) وتعد المرحلة التكوينية حيث تركزت الجهود في الأبحاث والدراسات، على مجتمعات صغيرة محددة لمعرفة تاريخ ثقافتها ومراحل تطورها، وبالتالي تحديد عناصر هذه الثقافة قبل أن تقترض .

إلى ذلك واستنادا جرت دراسات عديدة على ثقافة الهنود الحمر في أمريكا، وتوصل الباحث الأمريكي "وسلر" إلى أسلوب يمتن بواسطته دراسة أي إقليم أو منطقة في العالم تعيش فيها مجتمعات ذات ثقافات متشابهة أو ما أصطلح على تسميته ب (**المنطقة الثقافية**). وقد شبه "وسلر" المنطقة الثقافية بدائرة، تركز معظم العناصر الثقافية في مركزها، وتقل هذه العناصر كلما ابتعدت عن المركز¹.

¹ (عراز الطاهر : محاضرات في مقياس الأنثروبولوجيا اجتماعية وثقافية، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، قسم علم الاجتماع، جامعة محمد الصديق بن يحي، جيجل، الجزائر، 2018/2019، ص55.

المرحلة الثالثة: وتقع ما بين (1915-1930) وتعد فترة الازدهار حيث تميزت بكثرة البحوث والمناقشات في القضايا التي تدخل في صلب علم الأنثروبولوجيا الثقافية، ولاسيما تلك الدراسات التي تركزت في أمريكا .

ويرجع ازدهار الأنثروبولوجيا في هذه الفترة، إلى نضج هذا العلم ووضوح مفاهيمه ومناهجه وترافق ذلك بازدهار المدرسة التاريخية في أمريكا، وظهور المدرسة الانتشارية في إنجلترا ولاسيما بعد الأخذ بمفهوم "المنطقة الثقافية" الذي طرحه "وسلر" كإطار لتحليل المعطيات الثقافية وتفسيرها والتوصل إلى العناصر المشتركة بين الثقافات المتشابهة .

المرحلة الرابعة: ومدتها عشر سنوات فقط، وتقع ما بين (1930-1940) وعلى الرغم من قصر مدتها، فقد أطلق عليها "الفترة التوسعية"، حيث تميزت باعتراف الجماعات الأمريكية والأوروبية بالأنثروبولوجيا الثقافية كعلم خاص في إطار الأنثروبولوجيا العامة، وخصص لها فرع ومقررات دراسية في أقسام علم الاجتماع في الجامعات وظهرت في هذه النظرية التكاملية، التي تبناها "ساير" عالم الاجتماع الأمريكي واستطاع من خلالها تحديد مجموعة متناسقة من أنماط السلوك الإنساني، والتي يمكن اعتمادها في دراسة السلوك الفردي، لدى أفراد ومجتمع معينين، حيث أن جوهر الثقافة هو في حقيقة الأمر، ليس إلا تفاعل الأفراد في المجتمع بعضهم مع بعض، وما ينجم عن هذا التفاعل من علاقات ومشاعر وطرائق حياتية مشتركة .

وقد تأثرت الأنثروبولوجيا في هذه الفترة "إلى حد بعيد" بالأنثروبولوجيا الاجتماعية، ولاسيما في مفاهيمها ومناهجها، وذلك بفضل الأبحاث التي قام بها كل من " مالينوفسكي وبراون " في مجالات الأنثروبولوجيا الاجتماعية¹.

المرحلة الخامسة: وهي الفترة المعاصرة التي بدأت منذ عام 1940 م، ومازالت حتى الوقت الحاضر. وتتماز هذه المرحلة بتوسع نطاق الدراسات الأنثروبولوجية خارج أوروبا

¹ - هشام بن سنوسي : الأنثروبولوجيا الثقافية، محاضرة، شعبة الدراسات الأدبية، تخصص الأدب العربي، جامعة محمد الصديق بن يحيى، جيجل، الجزائر، 2017/ 2018، ص 10-11 .

وأمریکا وانتشار الأنثروبولوجيا الثقافية في العديد من جامعات الدول النامية، في أفريقيا وآسيا وأمريكا اللاتينية .

وترافق ذلك مع ظهور اتجاهات جديدة في الدراسات الأنثروبولوجية وكان الاتجاه القومي في مقدمة هذه الاتجاهات الحديثة في الأنثروبولوجية الثقافية. والذي يهدف إلى تحديد الخصائص الرئيسية للثقافات القومية، وقد أخذت بهذا الاتجاه الباحثة الأمريكية "روث بيندكت" التي قامت بدراسة الثقافة اليابانية خلال الحرب العالمية الثانية .

ويسمى الاتجاه القومي في تقييم الثقافة : " الانطوائية القومية" والتي تعني: " أن الإنسان يفضل طريقة قومه في الحياة، على طرائق الأقوام الأخرى جميعها.

تلك هي النتيجة المنطقية لعملية التنقيف الأولى، والتي يتفق بها شعور معظم الأفراد نحو ثقافتهم الخاصة، سواء أفصحوا عن هذا الشعور أو لم يفصحوا .

وتتجلى الانطوائية القومية لدى الشعوب البدائية بأحسن أشكالها، في الأساطير والقصص الشعبية، والأمثلة والعادات اللغوية، حيث يصر الإنسان " الفرد" على التعبير عن صفات قومه الحميدة ولهذا يحكم أي إنسان على النظام لقيمي الاجتماعي لدى أي شعب آخر، من خلال العلاقة التي تربط هذا الشعب بشعبه، ووفق درجة الرغبة والقبول في ذلك والتي قد تصل إلى حدود الرفض المطلق وفق لمعايير عامة .

وكانت من أهم الاتجاهات الحديثة أيضا في الأنثروبولوجيا الثقافية، تلك الدراسات التي عنيت بالمجتمعات المتمدنة أو ما يطلق عليها " دراسة حالة " كدراسة أوضاع قرية أو عدد من القرى المتجاورة أو في منطقة معينة، أو دراسة ثقافة خاصة بمجموعة أو بفتة من البشر، إضافة إلى دراسات أكاديمية تتعلق بخصائص الأنثروبولوجيا الثقافية ومبادئها، ومناهج البحث فيها وطرائقها وأساليبها وغيرها مما يسهم في إجراء الدراسات على أسس موضوعية وعلمية تحقق الأهداف المرجوة منها .¹

¹ - عيسى الشماس : مدخل إلى علم الإنسان الأنثروبولوجيا -دراسة - ، بط، منشورات اتحاد الكتاب العرب، دمشق، 2004، ص 97-98 .

المطلب الثاني : مقومات وعناصر الهوية الثقافية

1 - مقومات الهوية الثقافية .

المقصود بمقومات الهوية الثقافية الركائز التي تمثل صلب الهوية الثقافية، وتشمل مقومات الهوية الثقافية أسسا هامة في حد ذاتها وهي موضوع لها وهي كالتالي:

1. **الإنسان:** بحيث يعتبر الإنسان هو المعنى بالهوية الثقافية وهو المعنى بهذه الحياة، وهو محور أساس الهوية الثقافية، لا غيره من الكائنات الحية الأخرى، بحيث أن الإنسان في حضارة الإسلام وفي تحقيق أهداف سعاده

2. **التوازن في الشخصي:** أي ذلك التوازن المادي والروحي للأفراد والشعوب، بحيث يكون الاعتدال والتوازن كفيل بالحفاظ على الحياة الطبيعية للفرد، دون تغليب حياة المادة على حياة الروح، لكي لا يكون هنالك خلا في الشخصية، أو في الذات وعدم تغليب كفة لكفة أخرى بتغذية الإنسان ماديا بالأكل وروحيا بالعبادة .

3. **الإيمان الحقيقي:** وذلك بإيمان أفراد المجتمعات بما يتماشى وحضارتهم ومعتقداتهم ونمط حياتهم وإيمانهم بالانتماء لمجتمع ما في كل جوانب خصوصياته، كما هو في الإيمان في الأمة الإسلامية الإيمان بالله وبالرسالات السماوية فقيم المسلم مستمدة من وحي الله تعالى .

4. **النفس والروح الجماعية والأخوة الإنسانية:** إن الإنسان بحاجة إلى غيره، وانه بالطبع اجتماعي وإنساني ليس فردي وذاتي وأناي، هو بحاجة للتعاون والتعامل وان يكون عالميا بالحفاظ على شخصه وتفاعله مع غيره .

5. **القيم الثقافية:** وهذا بتجميد القيم الحسنة والفاضلة وحب العدل والحق والمساواة والتطلع إلى المفاهيم فوق الحسية لتشجيع الالتزام بالفضائل ومحاسن الأخلاق¹.

2 - عناصر الهوية الثقافية :

المعروف عن الهوية الثقافية أنها لا تتكون من عنصر واحد وإنما هي محصلة عدة عناصر كاللغة والدين والتاريخ الخ. وغيرها للتفاعل مع بعضها البعض تفاعلا

¹ - أسعد السمحراني : مرجع سبق ذكره، ص 94 .

مستمرا، وبهذا فإن عناصر الهوية الثقافية هي تلك العوامل التي تؤثر في تكوين الأمة وتحدد ملامحها .

وفيما يلي سنلقي الضوء على أهم العناصر التي تؤثر في الأمم أو في هويتها الثقافية :
أولاً: اللغة: تعتبر اللغة مقوم أساسي من مقومات الهوية الثقافية، فهي بمثابة الدم داخل الجسم الحي، فهي تحمل كل خصائص المجتمع إلى كل فرد من أفرادها، كما تعد اللغة أساس التواصل الثقافي والتقائي، وهي بمثابة شبكة من التواصل وقنوات النقل للتراث والمعرفة الوافدة إلى الذات أو الناقلة من الذات إلى الآخر فلا جرم حينئذ أن يعتصم كل مجتمع بهويته الثقافية من خلال تشبته بلغته وتمسكه بهويته الثقافية.¹ وهي بمثابة لسان الإسلام ووحيه المعجز، والتي ضمن لها القرآن الكريم "منذ نزل بها" امتياز على كل لغات العالم، وهي الخلود الذي أراده الله لهذا القرآن.² واللغة جزأ لا يتجزأ من ماهية الفرد وهويته كما أنها تتغلغل في الكيان الاجتماعي والحضاري لأي مجتمع بشري وتنفذ لجميع نواحي الحياة فيه. لأنها من أهم مقومات وحدة الشعوب.³

ثانياً: الدين: فالدين هو المقوم الثاني الأساسي للثاني للهوية الثقافية، إن جوهر الهوية الثقافية العربية الإسلامية هو الدين الإسلامي، فمنذ أن تديننت به أغلبية هذه الأمة قد أصبح هو الهوية الممثلة لأصالة ثقافة هذه الأمة، فهو الذي طبع ويطبع، وصبغ ويصبغ ثقافتنا بطابع وصبغة فعاداتها وتقاليدها وأعرافها، وأدبها وفنونها، وسائر علومها الإنسانية والاجتماعية، وفلسفة علومها الطبيعية والتجريبية، ونظريتها للكون وللذات وللآخر، وتصوراتها لمكانة الإنسان في هذا الكون من أين أتى... والى أين ينتهي وحكمة هذا الوجود وغايته ومعايير المقبول والمرفوض، والحلال والحرام في المسيرة الحياتية الإنسان المسلم كذلك وما ما مثله قد انطبع بطابع الإسلام، واصطبغ بصبغته، ومن ثم يمكن

¹ - نبيل السمالوطي و حنان عوض مختار : الهوية الثقافية الإسلامية في ظل المتغيرات المعاصرة - دراسة

سوسيوإيكولوجية مقارنة -، بط، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 2016، 103 .

² - محمد عمارة : مخاطر العولمة على الهوية الثقافية، ط1، دار النهضة، مصر، فيفري 1999، ص 09 .

³ - كريمة محمد كربية : اللغة والهوية، مجلة الآداب، جامعة مالك سعود، الرياض، 2015، ص 60 .

القول إن ثقافتنا إسلامية.¹ وتعتبر كذلك العقيدة الإسلامية كمرجع أولي ومصدر أساسي لحضارتنا وفكرنا وسلوكنا وولائنا ونهضتنا، كون الدين الإسلامي المقوم الأهم والأكبر الذي يجمعنا مع مختلف شعوب وقوميات و أمم العالم الأخرى الداخلة فالدين الإسلامي حيث ينطوي تحت لوائها كل مسلم أيا كان لونه أو لغته أو المكان الذي يتواجد فيه تحت مسمى واحد " المسلمون " .²

ثالثا: التاريخ والماضي : لا يمكن لأي أمة أن تشعر بوجودها بين الأمم لا عن طريق تاريخها وماضيها الذي يمثل أحد عناصر " هويتنا " فالتاريخ هو السجل الثابت لماضي الأمة وديوان مفاخرها وذكرياتها، وهو أمانها وأمانيتها، بل هو الذي يميز الجماعات البشرية بعضها البعض، فكل الذين يشتركون في ماض واحد يعتزون ويفخرون بمآثره. يكونون أبناء أمة واحدة، فالتاريخ والماضي المشترك عنصر مهم من عناصر المحافظة على الهوية الثقافية .وعلى ذلك يكون طمس تاريخ الأمة أو تشويهه أو الالتفاف عليه هو أحد الوسائل الناجحة للحفاظ على الهوية أو تهيمشها ن لذلك نحن بحاجة إلى نهضة فكرية وثقافية لمحاربة الأساليب الجديدة التي تعمل على محو ذاكرة التاريخ ولعل هذا التاريخ المجيد هو الذي يكمن وراء محاولات الغرب لطمس معالم الهوية العربية الإسلامية من خلال طمس تاريخها وماضيها .³

رابعا: العنصر الاجتماعي: إن توحيد أمة من الأمم يتوقف بالضرورة على وحدة نظامهم الاجتماعي المكون من العادات والتقاليد والقيم وكل ما يتعلق بالمسائل الاجتماعية من علاقات للأفراد داخل الأسرة وخارجها، ولا شك أن الحياة القائمة على عوامل المحبة

¹ - مصطفى احمد شحاتة احمد : تنمية الوعي بالهوية الثقافية لدى طلاب الجامعات المصرية المبتعثين للدراسة بالخارج، مقال منشور في المجلة التربوية، العدد 64، مصر، أوت 2019، ص 557 .

² - خليل نوري ميسهر العاني : الهوية الإسلامية في زمن العولمة الثقافية، ط1، مركز البحوث والدراسات الإسلامية، العراق، 2009، ص 47 .

³ - رينا طه مصطفى حمش : دور معلمي المرحلة الأساسية العليا في الحفاظ على الهوية الثقافية الفلسطينية، رسالة لاستكمال متطلبات الماجستير، أصول التربية، كلية التربية، جامعة الأزهر، غزة، 2012/2013، ص 40 .

والألفة والوحدة الاجتماعية تؤدي إلى التعاطف والتماسك الاجتماعي، دور هام في تدعيم الهوية الثقافية.¹

خامسا: الحقوق: بحيث كل دولة أو شعب وكيف يرى ثقافته للحقوق والحريات المختلفة، ففي الإسلام تختلف الحقوق والحريات عن تلك الموجودة في الوضع الإنساني كالتالي يصدرها الغرب إلى الدول العربية والفقيرة، من حقوق الإنسان المزيفة والديمقراطية الغربية، فتقافة حقوق و حريات الغرب هي ثقافة المادة لا روح .

سادسا: الأدب والفنون: حيث كل مجتمع وله أدبه وفنونه التي يزخر بها، والتي تميزه عن غيره من المجتمعات والتي تكون معبرة عن هويته الثقافية، من خلال ثقافة التعبير القصصي والشعر وفنون التشكيل والرسم والمسرح والتمثيل وفن الطابع العمراني وغيرها وكل له رسالة يريد إبلاغها للغير.²

المطلب الثالث: تحديات الهوية الثقافية في ظل العولمة :

فكرة العولمة تستمد جذورها الأولى من خمس قرون بظهور فكرة الدولة الإقطاعية. ومع زيادة التقدم أصبحت الدولة لا تستوعب حجم السوق فظهرت الشركات المتعددة الجنسيات لتشمل جميع مناحي الحياة وجوانبها السياسية والاقتصادية والثقافية، ويقصد بثقافة العولمة "الإطار المعرفي الذي يجعل النظام الرأسمالي مقبولا من سائر الشعوب"³ . والعولمة في المجال الثقافي لم يكن هو هدف محاولات عولمة العالم في البداية، ولكنه أخطر هذه المجالات لأن الثقافة هي مرآة المجتمع ونمط حياته، وأسلوب تفكيره، وبالتالي فإن ظاهرة العولمة بمعطياتها الحديثة قد أصبحت تتطلب نوعية جديدة من الثقافة حتى يتمكن الإنسان المعاصر من معاشتها والتفاعل معها بشكل ايجابي ومن أهم خصائص

¹ محمد عبد الرؤوف عطية : التعليم و أزمة الهوية الثقافية، ط1، مؤسسة طيبة للطبع والنشر، القاهرة، 2009، ص 48 .

² زغو محمد: أثر العولمة على الهوية الثقافية للأفراد والشعوب ، الأكاديمية للدراسات الاجتماعية والإنسانية، جامعة حسيبة بن بوعلي، شلف، 2010/04، ص 95 .

³ جمال ناصر: الهوية الثقافية وتحديات العولمة، مركز الجزيرة للدراسات 28 يناير/ كانون الثاني 2015، ص 4.

الهوية الثقافية المعولمة أنها تعد ثقافة متعددة الوسائل من الجانب المطبوع والمسموع والمرئي . ولا يمكن أن نقتصرها على أي وسيلة وكذلك تتطلب متابعة يقضة .
وإذا كانت اللغة قد عرفت مصطلح " العولمة " على وزن " فوعلة " ترجمة للمصطلح الانجليزي "globalisation" أو المصطلح الفرنسي "mondialisation" أيها كانت درجة الدقة في اختيار اللفظ المقابل للعالم " monde " أو الكرة الأرضية "globe" . فقد تم في الترجمة العربية اختيار صيغة " فوعل " بدلالاتها على التشكيل المفروض من خارج المادة والذي يحمل معنى الفوقية وأحادية الاتجاه في مقابل صيغة "تفاعل" التي توحى بالحوارية وثنائية الاتجاه . (1)

ومفهوم العولمة من أكثر المفاهيم شيوعاً وتداولاً في السنوات العشرة الأخيرة، وفي الوقت ذاته من أكثر المفاهيم شيوعاً وتداولاً في السنوات العشرة الأخيرة، وفي الوقت ذاته من أكثر المفاهيم التباساً وغموضاً، ولعل ذلك يرجع إلى حداثة المصطلح رغم الإرهاصات التي قدمت له، وتعدد الأبعاد التي ينطوي عليها واختلاف المنطلقات الإيديولوجية في تناوله. وبهذا ينظر للعولمة باعتبارها زيادة درجة الارتباط المتبادل بين المجتمعات الإنسانية من خلال عمليات انتقال السلع ورؤوس الأموال وتقنيات الإنتاج والأشخاص والمعلومات.

ويلاحظ أن هناك ثقافة عالمية آخذة في التشكل تتجاوز كافة الحدود الثقافية القومية والمحلية الأخرى، قد يصف البعض هذه الثقافة العالمية الجديدة الآخذة بالشكل بأنها ثقافة سطحية، أو استهلاكية أو غزو ثقافي أو مادية أو غير ذلك، ولكن مهما كان الوصف المعطى فإنه لا ينفي الحقيقة القائمة، ألا وهي أن مثل هذه الثقافة تنتشر وتسود على حساب ثقافات محلية وقومية عديدة .²

¹ - أحمد درويش: ثقافتنا في عصر العولمة، ط 1، لونجمان للنشر، مصر، 2003، ص 36 .

² - تركي الحمد: الثقافة العربية في عصر العولمة، ط 01، دار الساقى، (لبنان)، 1999، ص 11 .

• **تحدي تطور التكنولوجيا:** إن القطاعات والأجناس ضمن الثقافات تتفاعل بعضها مع بعض ديناميكياً، فالثقافة ليست شيئاً أو حتى نظاماً إنها جملة من الصفقات والعمليات والتحويلات والممارسات والتكنولوجيات والمؤسسات التي تنتج أشياء وأحداث مثل (الأفلام والقصائد أو مباريات المصارعة العالمية. يجري اكتشافها ومعايشتها وإعطائها معنى وقيمة بطرق مختلفة ضمن شبكة الاختلافات والتحويلات غير المنظمة التي برزت منها.¹

• **تحدي وسائل الإعلام:** إن الثقافة المبتوثة عبر وسائل المعلومات والإعلام، هي ثقافة (20%) مفروضة على (80%) من سكان كوكبنا الأرضي والغزو الثقافي. وذلك عن طريق زرع القيم والأفكار النفسية الثقافية ومن ثم السلوكية في وعي الآخرين من أجل اختراق هذه المجتمعات، وإسقاط مقومات هويتها الثقافية، مما يؤدي بدوره إلى تأسيس هوية ثقافية وحضارية جديدة معادية لهويتها السابقة.² بل أصبح أيضاً يعكس كل عمليات التي من شأنها تيسير التفاعل مع الشعوب الأخرى لتحقيق أهداف سياسية واقتصادية معينة.³

• **تحدي سوق الاستهلاك:** والتحدي الآخر الذي تواجهه الهوية الثقافية هو سوق الاستهلاك حيث أصبحت صورة الاستهلاك والبضائع مهيمنة على الثقافة وبدلاً عن الخبرة الشخصية الأصلية والإبداع ومشاركة الثقافة أكثر من السلع نفسها.⁴ والخطر في الأمر أن "سادة السوق" شرعوا يسعون بدأب للهيمنة على حقل الثقافة من خلال نحت كونية متجانسة تسعى إلى تنميط العادات والثقافات وطرق العيش على نمط واحد تختزل الحريات إلى حرية "التعبير التجاري" وحق التمتع بسيادة المستهلك.⁵ ضمن ما يسمى

¹ - سايمون ديورنغ تر ممدوح يوسف عمران: الدراسات الثقافية - مقدمة نقدية - ، بط، عالم المعرفة للنشر والتوزيع، الكويت، يونيو 2015، ص 23 .

² - خليل نوري مسيهر، مرجع سابق ذكره، ص 127/128 .

³ - رضا عبد الواحد أمين: الإعلام والعولمة، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2007 ن ص113 .

⁴ - ليا ليفرو تر هبة ربيع: وسائل الإعلام الجديدة البديلة والناشطة ، ط 1، المركز القومي للترجمة، الجزيرة، القاهرة، 2016، ص43

⁵ - كمال الدين عبد الغني المرسي: الخروج من فخ العولمة ، ط 01، المكتب الجامعي الحديث (الإسكندرية) 2002، ص 20 .

بوحدة السوق العالمية وحرية التبادل بين أقطار العالم. فهنا نظام التسويق الذي يروج له الآن يطبق على بيع الأفكار والأذواق والتفصيلات والمعتقدات على نطاق شامل خاصة على الشعوب الضعيفة .

المبحث الثالث : العولمة الثقافية والهوية الثقافية

المطلب الأول : العولمة الثقافية (المفهوم، الوسائل، المضامين)

1 - المفهوم :

لقد تعددت وتنوعت المفاهيم حول العولمة الثقافية من بينها **تعريف بلقزيز** بأنها "فعل اغتصاب ثقافي، وعدواني رمزي على سائر الثقافات، وأنها رديف الاختراق الذي يجري بالعنف المسلح بالثقافة فيهدر سيادة الثقافة في سائر المجتمعات التي تبلغها عملية العولمة... وهي لا تعني سوى سيطرة الثقافة الغربية على سائر الثقافات، بواسطة استثمار مكتسبات العلوم والثقافة في ميدان الاتصال، وهي التتويج التاريخي لتجربة مديدة من السيطرة بدأت من انطلاق عمليات الغزو الاستعماري منذ قرون، وحقت نجاحات في التحاق التصفية والمسح بالثقافات جنوبية عديدة، وبخاصة في إفريقيا وأمريكا الشمالية والجنوبية والوسطى " ¹

كما يشير المؤرخ الأمريكي **رونالد ستيل** إلى أن الثقافة التي تسود العالم في زمن العولمة هي ثقافة الأفلام والحركة والعنف والجريمة والجنس وإن الولايات المتحدة غير جادة في تقديم ثقافة راقية للعالم، كما عرفها **الجابري** "فعل اغتصاب ثقافي وعدوان رمزي على سائر الثقافات ... أي أنها ليست ثقافة مكتوبة، فالثابت أن العولمة الثقافية تتوسع في مناخ من تراجع الثقافة المكتوبة على الصعيد الإنتاج والتداول، فثقافة العولمة هي ثقافة ما بعد المكتوب ثقافة الصورة"، ويصفها محمد شعبان بأنها الديكتاتورية بعينها، وبأنها تسلط فكري وحضاري ينادي بطمس الآخر، وإقصاء ثقافته، لتبقى ثقافة واحدة هي ثقافة الأمريكية. ²

¹ خليل نوري مسيهر العاني: الهوية الإسلامية في زمن العولمة الثقافية، ط1، دار الكتب والوثائق العراقية، العراق، 2009، ص 120.

² قاسم ريم وبومنقار مراد: دور العولمة الثقافية في تفشي الجريمة _دراسة نظرية تشخيصية _ مجلة الدراسات في علوم الإنسان والمجتمع، العدد 1، جامعة جيجل، الجزائر، ديسمبر 2018، ص 66 .

2 - الوسائل :

من بين وسائل العولمة الثقافية نذكر :

الاتصالات والمعلومات :¹ إن ثورة الاتصالات والمعلومات وكذلك الاتفاقيات الدولية بخصوص المواد الثقافية تسعى لتحويل العالم إلى قرية ثقافية لن تستطيع فيها ثقافات التقليدية الصمود بوجه الثقافات المسلحة بوسائل وأدوات قادرة على الاختراق، فالاختراق الهائل الذي يتجاوز كل أشكال التقليدية لتواصل، بجند ثقافة جديدة هي ثقافة ما بعد المكتوب التي سوى ثقافة الصورة باعتبارها مفتاح السحري لنظام الثقافي الجديد، نظام إنتاج وعي الإنسان بالعالم إنها المادة الثقافية التي يجري تسويقها على نطاق جماهيري أوسع، إن الصورة الأكثر إغراء وجذبا وأشد تعبيرا وأكثر رسوخا لأنها لغة عالمية تفهمها جميع الأمم والشعوب والبشر كافة، سواء أكانوا جهلة أو متعلمين كونها قادرة على تحطيم الحاجز اللغوي مما جعل الشركات تتنافس في تسويقها مستعملة كل ما ابتكره العقل البشري الغربي حيث تؤدي العين الدور الأساسي في ثقافة الصورة واستقبال محتوياتها، إذ أن طبيعة استقبال وحجمه ووترته تفرضه الوسيلة الإعلامية على العين وهو على عكس الثقافة المقروءة حيث تتحكم العين في عملية القراءة وزمانها أما الإعلام المعاصر فهو يؤدي إلى استسلام العين لوسيلة فشبكات الإعلام العالمية وتكنولوجيا الاتصال أوجدت وسيط جديد قوي له امتداد عالمي في هذه الشبكات تنتقل هوليود إلى القرية النائية وتدخل كل بيت فيه تلفاز، إن لوسائل الاتصال الحديثة القدرة على إشباع الشعوب بالصور والمعلومات والأفكار فقد زالت الحدود أمام ثقافة الصورة فازدادت سلطة ونفوذاً وتهديدا لخصوصية الثقافة فالصورة هي الغاية والمنتهى وهي البديل عن العالم العيني بل توهمنا بأنها واقع عيني بذاته .

¹ - احمد زهير عبد الرزاق احمد البوسف : العولمة الثقافية، مجلة الأكاديمية العلمية العراقية، العدد 15، جامعة الموصل، (العراق) 2018، ص 116 .

التلفزيون والقنوات الفضائية : في مطاع التسعينيات القرن الماضي أصبح بإمكان الإنسان العربي في معظم الأقطار العربية التعرض لقنوات التلفزيونية الفضائية الدولية الناطقة باللغة العربية واللغات الأخرى، وبذلك أتاحت له وسيلة مسموعة ومرئية قادمة من وراء الحدود بعد أن كان تعرضه فالسابق مقتصرًا على قنوات التلفزيونية الوطنية، وقد يؤدي تعدد لقنوات الإرسال الذي أتاحتها الأقمار الصناعية للبث المباشر على تنوع الأهداف والمشاهدين والمستمعين¹.

كما تسعى الفضائيات وخاصة الغربية عبر برامجها المختلفة ومتنوعة إلى تكريس والسيادة والسيطرة واحدة لثقافة محددة في الثقافة الغربية في محاولة طمس معالم الثقافة الوطنية وتغليب الثقافة العالمية من أجل القضاء على الهوية الثقافية للمجتمعات العربية عن طريق إبعادهم عن الوحدة الثقافية وتحاول المساس بنسيج القيم والعادات وتقاليد التي تربط أفراد المجتمع العربي المسلم الذي هو ضروري لوحدة الجماعة الثقافية وتكاملها زمني والمكاني².

الانترنت: يعتبر من اكبر وسائل الاتصال الجماهيري استخداما حيث بلغ عدد مستخدمي في العالم أكثر من 2 مليار مستخدم مع مطلع عام 2011 أي ما يصل إلى 32,7% من سكان العالم الذي يبلغ حوالي 7 مليار، أما الشرق الأوسط فيبلغ عدد سكانه 216 مليون، وعدد مستخدمي الانترنت 77 مليون أي بنسبة 35,6% من عدد السكان و 3,4% من عدد سكان العالم، وعدد مستخدمي الفيسبوك في العالم حوالي 18 مليون وتأتي آسيا في المرتبة الأولى من حيث عدد المستخدمين وقارة أوروبا الثاني وقارة أمريكا ثالث، ثم أمريكا اللاتينية ثم إفريقيا وأخيرا أستراليا، ومن خلال هذه الأفكار نلاحظ أن شبكة الانترنت

¹ - وجدي شفيق عبد اللطيف : عولمة الإعلام والتغير في المجتمع القروي _دراسة حالة مصرية_ ط 1، دار مكتبة الإسراء للنشر والتوزيع، مصر 2006، ص 24 .

² - سعد معاش عبد الصاحب ونهلة عبد الرزاق : دورالقنوات الفضائية في دعم الهوية الوطنية ، مقال منشور في مجلة الباحث الإعلامي، العدد 15، المجلد 4، العراق 31 ديسمبر 2011، ص 139.

كوسيلة اتصال فعالة، تربط الأفراد بعضهم البعض في مختلف بقاع الأرض، فهي تتجاوز الحواجز والحدود الدولية بين الدول وتجعل العالم قرية صغيرة وبذلك تحقق حلم العولمة.¹

3 - المضامين²:

تظهر مضامين العولمة الثقافية من خلال الوسائل المتاحة وتشمل البرامج الفكرية والتصورات الأدبية والفنون المسرحية والموسيقية وتلك آراء ومواقف وغيرها، وطريقة العيش من خلال المأكل واللباس والاهتمام الخاص بموضوع معين، فعولمة الثقافة تحمل مضمون فكري أمريكي على أساس الغزو الثقافي وخرق الثقافات التي لا تتماشى وثقافة أمريكية ن بنشر ثقافة كونية واحدة هي ثقافة العولمة لأنها ملكة وسائل الأساسية لها . تعتبر تكنولوجيا المعلومات والاتصال من أهم قوى الدفع للعولمة الثقافية لأنها تقلص الزمان والمكان في تبادل المعلومات والعلاقات والمفاهيم والمواقف ...، حيث تهدف إلى زرع القيم والأفكار النفسية والفكرية والثقافية للقوى المسيطرة في وعي الآخرين وعلى الأخص أبناء المجتمعات التقليدية وفتح هذه المجتمعات واختراقها وإسقاط العناصر المقاومة والتحصين لديها، وبالمعنى الثقافي إعادة صيغة القيم والعادات الجديدة تأسيس لهوية ثقافية أخرى. والآن فان العولمة عبر وسائل الإعلام وشبكات المعلومات كالانترنت وسواها أصبحت تمارس نوعا من التحكم والضبط لسلوك الأفراد والمجتمعات. إن مراكز المعلومات وتكنولوجيا الاتصال هي التي تملك اليوم مفاتيح الثقافة ولذلك نجحت الدول العربية في نشر ثقافتها عبر المحيطات والترويج لأفكارها وقيمها الثقافية الأخلاقية والاجتماعية على حساب اكتساح الثقافة الوطنية .

وليس من الشك أن الثقافة العربية تتعرض لخطر كبير بفعل ظاهرة العولمة، إذ تمثل العولمة الثقافية اخطر التحديات المعاصرة لثقافة العربية وهذه الخطوة لا تأتي من هيمنة

¹ - ديانا أيمن راشد حاج حمد : أئو العولمة الثقافية على الضفة الغربية ، أطروحة استكمال الحصول على شهادة ماجستير في التخطيط والتنمية السياسية، كلية الدراسات العليا، جامعة النجاح الوطنية نابلس، فلسطين ، 2012، ص

الثقافية التي تنطوي على العولمة فحسب بل لآليات وأدوات التي تستخدم لعرضها العولمة، فالعولمة ظاهرة تلغي الدولة والوطن والأمة وتسهم في القضاء على الهوية القومية والوطنية علما أن الوسائل المستخدمة لتحقيق أغرضها هي تدفق المعلومات عبر الأقمار الصناعية والقنوات الفضائية وشبكات الانترنت والتطور السريع فيها وثروة المعلومات، ويمكن الخطر في طمس الهوية والخصوصية الثقافية العربية واجتثاث الثقافة العربية وتغييبها وإحلال ثقافة الأميركية محلها .

كما استخدم ميسرو العولمة الثقافية في المؤتمرات والاتفاقيات الدولية التي يتم عقدها تحت مظلة الأمم المتحدة ووسيلة لفرض ثقافة المجتمع الغربي المعاصر على المجتمعات الأخرى وهو الأمر الذي أشار إليه محمد عمارة بقوله "في ظل هيمنة الغرب على المؤسسات الدولية وخاصة ومجلس الأمن الدولي الذي أصبح شيئا بمجلس الأمن القومي الأمريكي أخذ الغرب يقنن منظومة قيمه في موثيق يسميها دولية ليفرضها بسم الأمم المتحدة على العالم بأسره ويلاحظ أن هذه المؤتمرات لا تقيم وزنا للخصوصية الدينية والثقافية للمجتمعات المختلفة وتتخذ قرارات هذه المؤتمرات صفة شبه إلزامية من منطلق الخضوع لظاهرة العولمة الثقافية التي تؤكد على معنى التجانس البشري في سائر المجالات وفي هذا تحد للسيادة الوطنية لكل دولة على أراضيها وهو بندهم من بنود ميثاق الأمم المتحدة نفسها .¹

¹ - نسيمه أمال حيفري : العولمة الثقافية وأثرها على هوية الشعوب العربية، أعمال مؤتمر الدولي الثامن حول التنوع الثقافي، طرابلس 21_23 مايو 2015، ص 5_6 .

المطلب الثاني : أثر العولمة الثقافية على الهوية الثقافية واليات موجهتها

لقد أثرت العولمة الثقافية على الهوية الثقافية بشكل كبير حيث خلفت آثار ايجابية وأخرى سلبية .

1 - الآثار الايجابية :

¹ من بينها نذكر :

- **على مستوى التكنولوجي :** العولمة تدر ربحا على الشعوب والأفراد في اكتساب ثقافة البحث العلمي والتقدم التكنولوجي والتقني وخاصة في مجال الإعلام والاتصال وبهذا فان العولمة الثقافية تنتشر بسرعة، ومنه تصبح علمية وعملية لمن يفتقر لتكنولوجيا البحث العلمي وإنتاجياته .
- **على مستوى التواصل والتعاون :** تعد العولمة الثقافية كسب كافي لاتصال والشراكة الثقافية بين الأفراد والأمم، بحوار الثقافات وتزويد الشعوب بأساليب وأحداث التوازن المنطقي بين خصوصيات الثقافية لهم وبذلك يكون التعاون بين الأمم لإطاحة بحدود ومعوقات الاتصال المباشر.
- **على مستوى الاجتماعي :** تعد العولمة من خلال وسائلها خاصة وسائل الإعلام وحرية الصحافة والرأي الحر بمثابة منبر للحوار والتفتح الثقافي والاستفادة من ثقافة الغير، لذلك تستفيد الدول الضعيفة من أسباب مهمة للقضاء على مشاكل الاجتماعية خاصة المتعلقة بالأجانب والمواطنين. ثم إن الإعلام يساهم ويبث في رفع مستوى العولمة الثقافية الوطنية والفردية لإثبات جودها وبروزها على مستوى الدولي .
- **على مستوى الحقوقي :** تعد العولمة موضوعا لتفاعل وتواصل خاصة في مجال الإعلام، الذي يدعم حقوق الإنسان والحريات السياسية وثقافة التعبير والمعارضة، ووجهات النظر والدفاع عن السياسات الثقافية للشعوب للحقوق والحريات وطريقة المشاركة السياسية والتعددية. حيث أدت العولمة إلى تطبيق ثقافة جديدة مفادها أن للفرد الحرية في اختيار أي ثقافات التي يراها مناسبة بهدف إبراز طاقاته، لان يكون منتجا وفعالا، والحق

¹ - زغو محمد : نفس مرجع سبق ذكره، ص 96_97 .

في الثقافة معترف به بالنسبة للأمم طبقاً للمادة الأولى من إعلان مبادئ التعاون الثقافي الدولي التي تقضي أن لكل ثقافة كرامة يجب احترامها ومحافظة عليها، ومن واجب وحق كل شعب أن ينمي ويطور ثقافته وكل الثقافات تشكل رغم تنوعها واختلافها جزءاً من تراث البشرية الذي تشترك في ملكيته .

• **على مستوى الشخصي والإنساني:** تأثيرها ايجابي بتحويل الشعور بالانتماء إلى حالة تعصب إلى حالة مرونة والاعتراف بالغير في ظل الإنسانية بهدف القضاء على التعصب والتشدد والجمود الفكري .

• **على مستوى السياسي:** فالعولمة تتخطى حدود الدولة الوطنية وشخصية الفرد، وهي بذلك تساهم في الثقافة السياسية والتعددية الفكرية من خلال الإعلام والحوار وحرية التعبير، وبالتالي هي خير بالنسبة للشعوب المقهورة في ظل السلطة المطلقة والمستبدة بالحكم .

2 - الآثار السلبية :

¹ لقد ترتب عن العولمة الثقافية تأثيرات سلبية اتجاء الهوية الثقافية نذكر منها :

- صياغة ثقافة عالمية قيمها ومعاييرها، في ثقافة السوق في كل مجالات الأدب والفن والتاريخ والحضارة والإبداع، والعمل على سيادتها كثقافة استهلاكية في كل مجالات الحياة (باسم تجاوز ثقافة النخبوية) وزيادة الاهتمام بالبعد الثقافي للطبقات الشعبية .
- سلب الآخرين خصوصياتهم الثقافية وإضعاف البعد الإنساني في شخصيتهم وهو عكس ما تدعيه العولمة من الاهتمام بالفرد وإضفاء سمة الجمالية لحياته .
- فالبعد الإنساني في العولمة يتجه إلى ذاتية الفرد التي تبعد الإنسان عن طبيعته .
- العمل على قطع صلة الأجيال الجديدة بماضيها وتراثها ودينها وانفصالها عنا أو إهمالها .

• تدمير الحضارات ومنتجاتها خاصة ما يتعلق بالوعي الوطني والإنساني والهوية الذاتية

¹ - إيمان عبد الكريم ذيب صالح : إستراتيجية الثقافة للشباب العراقي في ظل تحديات العولمة الثقافية ، مقال منشور في مجلة الدراسات التربوية والعلمية، العدد 12، المجلد 2، العراق أفريل 2018، ص82_83 .

- تغيير المفاهيم الاجتماعية من حالة إلى أخرى مناقضة لها ومتعارضة .
- تحويل اهتمام المؤسسات الثقافية الوطنية بالسطحي والهامش من الأمور، أي نشر برامج ومسلسلات التليفزيونية الفضائية عبر الحدود.
- إنهاء رقابة الدول على كل وسائل الإعلام والانتقال من ثقافة الطباعة إلى ثقافة الانترنت والتلفزيون بكل ما فيها من تشويه للحقائق وتزوير للمعرفة الإنسانية.
- التخلي عن بعض خصوصيات الثقافية والوطنية وتتميط ثقافة جديدة وبتالي السلوك الإنساني وفق ذلك (التهديد، التعددية الثقافية داخل البلد).

3 - آليات مواجهة العولمة الثقافية :

يدعو البعض إلى الممانعة الثقافية عبر المقاومة الايجابية لهذه العولمة والسيطرة الثقافية الغربية كما تسمى وذلك عن طريق استعمال الأدوات عينها التي تحققت بها الراحة الثقافية للعولمة، كما أشاروا إلى إمكانية الاستفادة من نظريات علم الاجتماع الثقافي التي تؤكد على أن فعل العدوان الثقافي غالبا ما يستهض نقيضه وهذا نوع من أنواع الممانعة الثقافية لأنها تنتشر فيها السلبية أهمها النظر إلى الإنسان على أنه مجرد مستهلك، واعتبر أن على محاولة إنهاء الثقافة وتتميط البشر على ثقافة غربية واحدة سيفشل¹. بالإضافة إلى مشروع المفكر **برهان غليون** في مواجهة العولمة الثقافية فقد وضع أسس مهمة وفكرية لتصدي لها وهي :

- العمل على تغيير الهيئة الجيو سياسية القائمة عن طريق التعاون بين الدول العربية في مجال التنمية وحسم الخلافات .
- إعادة بناء الدولة والتعريف بدورها ووظيفتها الاجتماعية .
- أولوية الإصلاح السياسي لأنه شرط النجاح في تطوير المجتمع المدني.
- العمل على إعادة المركزية الذاتية الثقافية والتمحور حول الذات الذي لا هوية من دونه بما تعنيه من وعي وإدارة المشاركة في الحضارة الكونية .

¹ - نسيمه أمال حفيري : مرجع سبق ذكره، ص 10 .

- تعزيز مكانة المجتمع ودوره تجاه المؤسسات والنخب الحاكمة بما يؤدي إلى تطور الديمقراطية المحلية وتجديد وسائل عملها .¹

المطلب الثالث : مواقع التواصل الاجتماعي والهوية الثقافية

يرى الباحث بدر الدين بن بلعباس أن مرونة الهوية الثقافية اتجاه متغيرات اكسبها القدرة على تفادي الصدمات المباشرة جراء السقوط في دوامة كبيرة من التغيرات وتحديات الضغوط المتردفة، وقد حملت مواقع التواصل الاجتماعي زخما من المعلومات ونقلت الفرد من مستوى التلقي إلى مستوى التفاعل فبات يستشعر مكانته داخل الفضاء الالكتروني الرقمي من خلال صفحته ومعلوماته الشخصية، أو العامة التي يشاركها مع غيره سواء كان جملة من الأصدقاء و المعارف أو كان من الأفراد الذين تربطه بهم صلة رقمية بحتة أو حتى الذين تعرف عليهم حديثا أن هذه النقلة في الممارسة الفردية لم تأتي بعفوية، ولم تتوقف عند هذه النقطة فقط بل تجاوزت ذلك إلى تشكيل أنماط ثقافية وفكرية متعددة ومختلفة لا تحمل بعد واحد بل بمرجعيات متعددة، حيث أشارت إليزابيث ليندر على موقع فيسبوك باعتباره موقع من مواقع التواصل الاجتماعي، وعليه يمكن القول أن مؤسسته تحمل قيم معينة وأبعاد فلسفية ضمنية إلا أنه من الملاحظ هنا أن جملة المتغيرات التي مست بنية المجتمع المتعلقة بهويته خصوصا الهوية الثقافية حيث استغل متعاملي فيسبوك لاستشارة نقاط عميقة تمسها في أبعادها الكبرى ومواضيع مختلفة تكتب بلغة معينة .²

ومن هذا المنطلق نجد تأثير المواقع على اللغة بالإيجاب والسلب فمن بين ايجابيات نذكر : إحلال التعبيرات المباشرة السهلة محل التعبيرات المجازية .

¹ - ديمة عبد الله أحمد وثناء عبد العزيز سعيد : أثر العولمة الثقافية على الهوية الإسلامية ، مجلة المداد للآداب، العدد الخاص للمؤتمر السنوي الرابع لكلية الآداب، الجامعة العراقية الموسم ب العلوم الإنسانية والتنمية البشرية المعاصرة، بغداد 24_25 آذار 2015، ص 568 .

² - بدر الدين بن بلعباس : شبكات التواصل الاجتماعي والهوية الثقافية_ الفيسبوك وجامعة بسكرة نموذجا _ مذكرة ماجيستر غير منشورة في علم الاجتماع و التربية، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2015، ص 118_120 .

_ استطاعت لغة شبكات التواصل الاجتماعي من التعريب بين لهجات المحلية ولهجة الأم والعاصمة .

_ أضافت شبكات التواصل الاجتماعي للغة العربية مجموعة من الألفاظ والعبارات والتراكيب الجديدة المولدة، و الكثير منها مترجم على لسان أجنبي. أما في ما يخص السلبيات نجد أن اللغة العربية تعرضت للكثير من التشويه في عصر هذه المواقع من خلال إحلال الحروف اللاتينية محل اللغة العربية وكثرة استخدام اللغة العامية محل العربية الفصحى، كما نلاحظ الأخطاء الإملائية في المقالات التي ترد في المواقع، وبجانب تلك الأخطاء الفادحة في المفردات وفي الجملة والتراكيب العربية بلكنة عامية أو أجنبية وهذه ظواهر كلها تحتاج إلى دراسات معمقة لاعتبارها نتاج لاستخدامات شبكات التواصل الاجتماعي للغة العربية كأداة لتوصيل الرسالة من المرسل إلى المستقبل في شكل تفاعلي بجانب عدم مراعاة قواعد النحو وإلغاء حركات الإعراب والتسكين وأواخر الكلمات¹.

ولم تقتصر مواقع التواصل الاجتماعي في تأثير على اللغة فقط بل شملت كذلك العادات والتقاليد التي تشكل جسرا رابطا بين الأجيال المختلفة في أي مجتمع مما يضمن استمراره فجعلت المواقع من العادات والتقاليد فاصلة تباعد بين الأفراد ك معايدة بالرسائل أو البريد الإلكتروني يلغي الخصوصية الثقافية في تفقد المرضى والمسنين وذو الاحتياجات الخاصة والجيران في الأعياد، كما تقلصت علاقات الجوار بحيث أصبح القرب المكاني غير مهم وحل محله المكان الافتراضي وكان اختفاء فضيلة الأكل الجماعي بين الأفراد والأسرة والجيران والزيارات الاجتماعية وغيرها كلها وظائف اجتماعية ترفع من مستوى التضامن الاجتماعي وتزيد كفاءة المؤسسات الاجتماعية في الضبط الاجتماعي. وكذا

¹ - أحمد عمر عبد الرسول: دور شبكات التواصل الاجتماعي في رفع مستوى الوعي باللغة العربية لدى طلاب الجامعات السودانية، كتاب الأبحاث المؤتمر الدولي الثامن للغة العربية من 11_13 أبريل 2019، ص 164 .

تهديد الهوية الثقافية للشباب الذين لم يطلعون بعد على الكثير من التقاليد المفيدة لجيل الآباء والأجداد.¹

¹ - موسى أدم عبد الجليل : كيف ساهمت وسائل التواصل الاجتماعي في إضعاف العادات والتقاليد وتقليص العلاقات الاجتماعية؟، المنتدى العربي لكلية الاجتماعية والإنسانية 12 ديسمبر 2013، منتدى منشور على موقع [https://socio you7com/t3457_topic](https://socioyou7com/t3457_topic) في 20 أوت 2020، 20:22 .

الاعتراف بالخطيئة

الفصل الثالث: استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وأثرها على الهوية الثقافية للشباب

يعتبر الإطار الميداني للدراسة أهم خطوة يصل إليها الباحث، من خلال استخلاص أهم النتائج التي توصل إليها في حدود إمكانياته الزمانية والمعرفية، وعليه تم التطرق في هذا الإطار إلى أهم النتائج التي توصلنا إليها، من خلال استخدامنا لأدوات البحث العلمي المعتادة الاستمارة .

- ✓ عادات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لدى طلبة جامعة خميس مليانة.
- ✓ دوافع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لدى طلبة جامعة خميس مليانة .
- ✓ مؤشرات الهوية الثقافية لأفراد العينة .

البيانات الشخصية .

جدول رقم (1) توزيع متغير التخصص العلمي حسب

متغير الجنس

المجموع		اتصال جماهيري ووسائط جديدة		اتصال وعلاقات عامة		التخصص العلمي الجنس
		%	ت	%	ت	
44,3%	31	38,7%	12	48,7%	19	ذكر
55,7%	39	61,3%	19	51,3%	20	أنثى
100%	70	44,3%	31	55,7%	39	المجموع

يتبين من خلال جدول رقم (1) والذي يمثل توزيع متغير التخصص حسب الجنس أن مفردات العينة من الإناث اتصال جماهيري ووسائط جديدة بلغت نسبتهم (61,6%)، تليها اتصال وعلاقات عامة بنسبة قدرت ب (51,3%). ثم ذكور اتصال وعلاقات عامة وبنسبة (48,7%) ، يليها اتصال جماهيري ووسائط جديدة بنسبة بلغت (38,7%) . ومن النتائج المتحصل عليها نستخلص إن اغلب أفراد العينة هم إناث بنسبة مرتفعة لصالح اتصال جماهيري ووسائط جديدة واتصال وعلاقات عامة والسبب راجع لطبيعة الجنس وكذلك لطبيعة مجتمع بحثنا الذي نجد فيه فئة الإناث اكبر من الذكور في علوم الإعلام والاتصال، في حين كانت نسبة الذكور منخفضة تخصص اتصال وعلاقات عامة واتصال جماهيري ووسائط جديدة وهذا بسبب توجه الذكور لعالم الشغل لبناء مستقبلهم .

الفصل الثالث: استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وأثرها على الهوية الثقافية للشباب

جدول رقم (2) توزيع متغير المستوى الدراسي حسب متغير

الجنس

المجموع		ماستر2		ماستر1		المستوى الدراسي
%	ت	%	ت	%	ت	الجنس
44,3%	31	44,4%	16	44,1%	15	ذكر
55,7%	39	55,6%	20	55,9%	19	انثى
100%	70	51,4%	36	48,6%	34	المجموع

تشير بيانات الإحصائية للجدول رقم (2) الذي يتعلق ب توزيع متغير المستوى الدراسي حسب متغير الجنس، إن مفردات المستويين موزعة بشكل متقارب حيث كان الإناث ماستر1 وبنسبة (55,9%) ثم تليها ماستر2 بنسبة بلغت (55,6%) أما ذكور ماستر2 بلغت بنسبتهم (44,4%) تليها بنسبة (44,1%) .

من خلال النتائج المتحصل عليها نستنتج أن اغلب أفراد العينة هم إناث بنسبة مرتفعة لصالح ماستر1 وكذلك ماستر2 والسبب راجع إلى أنهم الأكثر الموجودين في المواقع مما ساعدنا على الالتحاق والتواصل معهم كونهم ناشطين دوما هذا ما أدى إلى تجاوبهم السريع في استلام الاستمارة وملئها. فحين أن الذكور في المستويين عددهم قليل بالنسبة للإناث وذلك راجع للطبيعة الاجتماعية حيث ترتفع فيه نسبة الإناث أما الذكور فيتجهون نحو عالم الشغل.

الفصل الثالث: استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وأثرها على الهوية الثقافية للشباب

جدول رقم (3) : توزيع متغير المستوى الدراسي حسب متغير التخصص العلمي لأفراد

العينة

المجموع		ماستر 2		ماستر 1		المستوى الدراسي
%	ت	%	ت	%	ت	التخصص العلمي
55,7%	39	58,3%	21	52,9%	18	اتصال وعلاقات عامة
44,3%	31	41,7%	15	47,1%	16	اتصال جماهيري ووسائط جديدة
100%	70	51,4%	36	48,6%	34	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول رقم (3) توزيع متغير المستوى الدراسي حسب متغير التخصص العلمي لأفراد العينة حيث بلغت نسبة ماستر 2 تخصص اتصال وعلاقات عامة (58,3%) ثم تليها ماستر 1 بنسبة (52,9%). أما تخصص اتصال جماهيري ووسائط جديدة ماستر 1 بلغت نسبتهم (47,1%) ثم تليها ماستر 2 بنسبة (41,7%) . ومن خلال النتائج المتحصل عليها نستنتج أن اغلب أفراد العينة هم اتصال وعلاقات عامة بنسبة مرتفعة والسبب راجع أن عددهم كبير مقارنة بتخصص اتصال جماهيري ووسائط جديدة فأغلبية الأفراد يتجهون نحو التخصص الذي يشبع رغباتهم وحاجاتهم السوسيونفسية.

الفصل الثالث: استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وأثرها على الهوية الثقافية للشباب

المحور الأول : عادات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لدى طلبة جامعة خميس مليانة.

الجدول رقم (04) يمثل مدى استخدام مواقع التواصل الاجتماعي حسب متغير الجنس .

الجنس	ذكر		أنثى		المجموع	
	ت	%	ت	%	ت	%
دائما	25	80,6%	27	69,2%	52	74,3%
أحيانا	2	6,5%	5	12,8%	7	10%
نادرا	0	0%	2	5,1%	2	2,9%
حسب الحاجة	4	12,9%	5	12,8%	9	12,9%
المجموع	31	100%	39	100%	70	100%

من خلال الجدول رقم (04) الذي يمثل مدى استخدام مواقع التواصل الاجتماعي مع متغير الجنس أن نسبة (80.6%) من المبحوثين الذكور يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي بشكل دائم أما نسبة (12.9%) من المبحوثين يستخدمونها حسب الحاجة ثم أحيانا بنسبة (6.5%) وأخيرا بنسبة (0%) لصالح نادرا في حين أن نسبة (69.2%) من الإناث يستخدمونه دائما أما نسبة (12.8%) أحيانا و حسب الحاجة وفي الأخير نادرا بنسبة (5.1%) .

نستنتج من خلال المعطيات الإحصائية المتحصل عليها في الجدول أعلاه توجد فروق في مدى استخدام أفراد العينة لمواقع التواصل الاجتماعي وتعزى هذه النتائج لصالح الذكور والإناث حيث أصبحوا يستخدمون هذه مواقع بشكل دائم. بسبب رواج هذه المواقع والإقبال الكبير عليها من قبل الطلبة لتمضية الوقت. وأصبحت جزء لا يتجزأ من حياتهم اليومية .

الفصل الثالث: استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وأثرها على الهوية الثقافية للشباب

الجدول رقم (05) يمثل مدى استخدام مواقع التواصل الاجتماعي حسب متغير

المستوى الدراسي

المجموع		ماستر 2		ماستر 1		المستوى الدراسي
%	ت	%	ت	%	ت	العبارات
74,3%	52	75%	27	73,5%	25	دائما
10%	7	11,1%	4	8,8%	3	أحيانا
2,9%	2	0%	0	5,9%	2	نادرا
12,9%	9	13,9%	5	11,8%	4	حسب الحاجة
100%	70	100%	36	100%	34	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول رقم (05) الذي يمثل مدى استخدام مواقع التواصل الاجتماعي حسب متغير المستوى الدراسي أن نسبة (73.5%) من الباحثين **طلبة** ماستر 1 يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي بشكل دائم أما نسبة (11.8%) من الباحثين يستخدمونها **حسب الحاجة** ثم أحيانا في نسبة (8.8%) وأخيرا بنسبة (5.9%) لصالح نادرا في حين أن نسبة (75%) من **طلبة** ماستر 2 يستخدمونه دائما أما نسبة (13.9%) **حسب الحاجة** وفي المقابل أحيانا بنسبة (11.1%) وفي الأخير نادرا بنسبة (0%) .

وتعزى هذه النتائج لصالح كل من **طلبة** ماستر 1 وماستر 2 وكانت مرتفعة جدا في أنهم يستخدمون مواقع التواصل بشكل دائم. وذلك راجع إلى أن كل من **طلبة** المستويين يستخدمون هذه المواقع دائما لغرض الدراسة والتواصل مع أصدقائهم ومعرفة أخبار الحرم الجامعي.

الفصل الثالث: استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وأثرها على الهوية الثقافية للشباب

الجدول رقم (06) يمثل مدى استخدام مواقع التواصل الاجتماعي حسب متغير

التخصص العلمي

المجموع	اتصال جماهيري ووسائط جديدة		اتصال وعلاقات عامة		التخصص العلمي	العبارات
	%	ت	%	ت		
74,3%	52	67,7%	21	79,5%	31	دائما
10%	7	6,5%	2	12,8%	5	أحيانا
2,9%	2	6,5%	2	0%	0	نادرا
12,9%	9	19,4%	6	7,7%	3	حسب الحاجة
100%	70	100%	31	100%	39	المجموع

يوضح الجدول رقم (06) الذي يمثل مدى استخدام مواقع التواصل الاجتماعي حسب متغير التخصص العلمي أن نسبة (79.5%) من المبحوثين طلبت اتصال وعلاقات عامة يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي بشكل دائم أما نسبة (12.8%) من المبحوثين يستخدمونها أحيانا ثم حسب الحاجة بنسبة (7.7%) وأخيرا بنسبة (0%) لصالح نادرا في حين أن نسبة (67.7%) من طلبت اتصال جماهيري و وسائط جديدة يستخدمونه دائما أما نسبة (19.4%) حسب الحاجة وفي الأخير أحيانا و نادرا بنسبة (6.5%) .

يرجع سبب ارتفاع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي بشكل دائم إلى طبيعة الوسيلة بحد ذاتها وامتلاك الطلبة الجامعين للهواتف الذكية، وكذلك إتاحة إمكانية الربط بشبكة الإنترنت عن طريق "4G / 3G". هذا ما يدفعهم إلى الدخول إلى صفحاتهم الخاصة بدون شعور أو وعي منهم. ويرجع الأمر كذلك إلى إنجاز بحوثهم العلمية ومعرفة آخر المستجدات والتطورات في مجال البحث العلمي .

الفصل الثالث: استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وأثرها على الهوية الثقافية للشباب

جدول رقم (7) : يمثل استخدام أفراد العينة لمواقع التواصل الاجتماعي حسب متغير

الجنس :

المجموع		أنثى		ذكر		الجنس العبارات
%	ت	%	ت	%	ت	
34,3%	24	28,2%	11	41,9%	13	بصفة منتظمة
65,7%	46	71,8%	28	58,1%	18	بصفة غير منتظمة
100%	70	100%	39	100%	31	المجموع

تبين المعطيات الرقمية للجدول أعلاه والمتعلق باستخدام مواقع التواصل الاجتماعي بحسب الجنس أن معظم أفراد العينة من الإناث يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي بصفة غير منتظمة وبنسبة (71,8%) ثم تليها استخدام بصفة منتظمة وبنسبة (28,2%) أما بالنسبة للذكور يستخدمون مواقع بصفة غير منتظمة وبنسبة (58,1%) ثم تليها استخدام بصفة منتظمة وبنسبة (41,9%).

ومن النتائج المتحصل عليها نستنتج أن أفراد العينة يفضلون استخدام المواقع بصفة غير منتظمة وهي نسبة مرتفعة لكل من الذكور وإناث والسبب راجع نجدهم يبحثون دوماً عن الجديد لذلك يستخدمونها من شتى الأماكن مثل المقاهي والنوادي وغيرها.

جدول رقم (8) يمثل استخدام أفراد العينة لمواقع التواصل الاجتماعي حسب متغير

المستوى الدراسي :

المجموع		ماستر 2		ماستر 1		المستوى الدراسي العبارات
%	ت	%	ت	%	ت	
34,3%	24	38,9%	14	29,4%	10	بصفة منتظمة
65,7%	46	61,1%	22	70,6%	24	بصفة غير منتظمة
100%	70	100%	36	100%	34	المجموع

الفصل الثالث: استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وأثرها على الهوية الثقافية للشباب

تشير إحصاءات الجدول أعلاه الذي يمثل استخدام مواقع التواصل الاجتماعي حسب متغير المستوى الدراسي أن في **مستر 1** يستخدمون مواقع **بصفة غير منتظمة** وبنسبة (**70,6%**) وتليها استخدام **بصفة منتظمة** بنسبة قدرت ب (**29,4%**). أما **مستر 2** يستخدمون المواقع **بصفة غير منتظمة** وبنسبة (**61,1%**)، ثم تليها **بصفة منتظمة** وبنسبة بلغت (**38,9%**) .

ومن النتائج المتوصل إليها من الجدول نستنتج أن معظم المبحوثين الذين يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي **بصفة غير منتظمة** هم **مستر 1** وهي نسبة مرتفعة حيث بلغت **70,6%** والسبب راجع إلى ضيق الوقت وبرنامج الدراسة المكثف، في حين كانت في عبارة **بصفة منتظمة** لصالح **مستر 2** بلغت **38,9%** والسبب راجع لأغراض دراسية وبحثية كون الطلبة على مقربة من إنهاء المشوار الدراسي وبالتالي إعداد مذكرة لذا نجدهم من مستخدمي هذه المواقع بغية نقل المعلومات والكتب غير موجودة في المكتبة الجامعية واشتراك في بعض المجموعات لمعرفة مستجدات لان مواقع التواصل الاجتماعي تملك فرص وخصائص من بينها مساعدتهم في الجانب المعرفي وكذا أن جل الطلبة غير موظفين لذلك لديهم فراغ كبير في حياتهم فوجدوا مواقع سبيل المثالي في القضاء على الملل والقلق .

جدول رقم (9) يمثل استخدام أفراد العينة لمواقع التواصل الاجتماعي حسب متغير

التخصص العلمي :

المجموع		اتصال جماهيري ووسائط جديدة		اتصال وعلاقات عامة		التخصص العلمي
%	ت	%	ت	%	ت	العبارات
34,3%	24	32,3%	10	35,9%	14	بصفة منتظمة
65,7%	46	67,7%	21	64,1%	25	بصفة غير منتظمة
100%	70	100%	31	100%	39	المجموع

الفصل الثالث: استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وأثرها على الهوية الثقافية للشباب

من خلال الجدول أعلاه المتعلق باستخدام مواقع التواصل الاجتماعي حسب متغير التخصص العلمي أن معظم أفراد العينة من اتصال جماهيري ووسائط جديدة يستخدمون المواقع بصفة غير منتظمة وبنسبة (67,7%) تليها بصفة منتظمة بنسبة بلغت (32,3%) . أما اتصال وعلاقات عامة يستخدمون مواقع بصفة غير منتظمة ونسبة قدرت ب (64,1%) تليها استخدام بصفة منتظمة وبنسبة(35,9%).

ومن هذا الطرح نستنتج أن المبحوثين الذين يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي بصفة غير منتظمة هم اتصال جماهيري ووسائط جديدة وهي نسبة مرتفعة والسبب راجع إلى أن هذا التخصص كما نعلم لا يعتمد كثيرا على المواقع بحكم أن على الطلبة أيضا استخدام وسائل اتصال وإعلام أخرى كتلفاز أو الإذاعة، في حين عادت النسبة لاستخدام بصفة منتظمة لتخصص لاتصال وعلاقات عامة والسبب أن طلبة لتواصل بينهم ونقل اقتراحاتهم و انجاز البحوث العلمية .

جدول رقم(10) يمثل أوقات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي حسب متغير الجنس

العبارات	الجنس		ذكر		أنثى		المجموع	
	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%
صباحا	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
مساء	0	0%	2	5,1%	2	2,9%	2	2,9%
ليلا	7	22,6%	2	5,1%	9	12,9%	9	12,9%
حسب الحاجة	24	77,4%	35	89,7%	59	84,3%	59	84,3%
المجموع	31	100%	39	100%	70	100%	70	100%

يبين لنا الجدول أعلاه توزيع أفراد العينة لأوقات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي حسب متغير الجنس، حيث نلاحظ من خلاله أن معظم أفراد العينة من الإناث يفضلن استخدامها حسب الحاجة بنسبة (89,7%) في حين يفضل بعضهن استخدامها مساء وليلا بنسبة بلغت (5,1%) ولا يوجد أي مفردة من العينة تفضل استخدام صباحا.أما

الفصل الثالث: استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وأثرها على الهوية الثقافية للشباب

بالنسبة للذكور يفضلون استخدامها حسب الحاجة وبنسبة قدرت ب (77,4%) ثم تليها ليلا بنسبة (22,6%) ولا توجد أي مفردة من العينة تفضل استخدام مساء و صباحا . من خلال القراءة الكمية للجدول لاحظنا أن أفراد العينة يفضلون استخدام المواقع حسب الحاجة لصالح الإناث و الذكور والسبب راجع إلى أنهم يوزعون في استخدام المواقع على أوقات فراغهم قد تكون مساء أو ليلا .

في حين نفس انعدام استخدام المواقع صباحا لان بعض يقوم بالدرشة وبسهرين لوقت متأخر نجدهم لا يستيقظون مبكرا هذا ما أدى إلى انعدام استخدام صباحا . جدول رقم (11) يمثل أوقات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي حسب متغير المستوى

الدراسي :

المجموع		ماستر 2		ماستر 1		المستوى الدراسي
%	ت	%	ت	%	ت	العبارات
0%	0	0%	0	0%	0	صباحا
2,9%	2	2,8%	1	2,9%	1	مساء
12,9%	9	16,7%	6	8,8%	3	ليلا
84,3%	59	80,6%	29	88,2%	30	حسب الحاجة
100%	70	100%	36	100%	34	المجموع

يتعلق الجدول أعلاه الذي يمثل أوقات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي حسب متغير المستوى الدراسي، لاحظنا انه في مستوى ماستر 1 يفضلون استخدام مواقع حسب الحاجة وبنسبة (88,2%) تليها ليلا بنسبة (8,8%) في حين عاد استخدام المواقع في فترة المساء بنسبة بلغت (2,9%) ولا توجد أي مفردة من العينة يفضلون استخدام المواقع في الفترة الصباحية. أما ماستر 2 يفضلون استخدام المواقع حسب الحاجة وبنسبة (80,6%) تليها ليلا بنسبة قدرت ب (16,7%) ثم مساء بنسبة (2,8%) ولا يوجد مفردة من العينة تفضل استخدام صباحا .

الفصل الثالث: استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وأثرها على الهوية الثقافية للشباب

ومن هذا الطرح نستخلص أن المستويين يفضلون استخدام مواقع التواصل الاجتماعي حسب الحاجة وهي نسبة مرتفعة لصالح ماستر1 و ماستر2 والسبب راجع أن هناك أوقات يتفرغ فيها الطلبة عن أي مهام وبالتالي يمكنهم تصفح هذه المواقع بإضافة إلى ميزة الانترنت التي تتيح من أفضلية اختيار الوقت المناسب لاستخدام وفي أي مكان. في حين كانت النسبة منعدمة تماما في استخدام صباحا وهذا بسبب لارتباط الطلبة بالجامعة ومقاعد الدراسة في الفترة الصباحية لأنها مخصصة لدراسة .

جدول رقم(12) يمثل أوقات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي حسب متغير التخصص

العلمي :

المجموع		اتصال جماهيري ووسائط جديدة		اتصال وعلاقات عامة		التخصص العلمي
%	ت	%	ت	%	ت	العبارات
0%	0	0%	0	0%	0	صباحا
2,9%	2	6,5%	2	0%	0	مساء
12,9%	9	12,9%	4	12,8%	5	ليلا
84,3%	59	80,6%	25	87,2%	34	حسب الحاجة
100%	70	100%	31	100%	39	المجموع

توضح بيانات الجدول أعلاه المتعلق بأوقات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي حسب متغير التخصص العلمي أن معظم أفراد العينة من اتصال وعلاقات عامة يفضلون استخدامها حسب الحاجة وبنسبة (87,2%) تليها ليلا بنسبة (12,8%) ولا توجد أي مفردة من العينة تستخدم المواقع مساء وصباحا . وبنسبة لتخصص اتصال جماهيري ووسائط جديدة يفضلون استخدامها حسب الحاجة وبنسبة (80,6%) ثم تليها ليلا وبنسبة (12,9%) في حين يفضل البعض استخدامها مساء وبنسبة(6,5%) ولا يوجد أي مفردة من العينة تفضل استخدام صباحا .

الفصل الثالث: استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وأثرها على الهوية الثقافية للشباب

نستخلص أن المبحوثين في تخصص يفضلون استخدام مواقع التواصل الاجتماعي حسب الحاجة وهي نسبة مرتفعة لصالح اتصال وعلاقات عامة و اتصال جماهيري ووسائل جديدة والسبب كونهم لديهم عدة انشغالات خاصة أيام الدراسة وهذا يؤدي إلى تنظيم أوقاتهم في استخدام وكذا تصفح من أجل الحصول أو استفسار على معلومة كانت غامضة أو وجود وقت فراغ .

في حين كانت النسبة منعدمة تماما في استخدام صباحا وذلك بسبب انشغالهم بالدراسة وأمور حياتهم .

الجدول رقم (13) يمثل ترتيب مواقع التواصل الاجتماعي حسب درجة الاستخدام حسب

متغير الجنس .

الرتب	الجنس		أنثى		المجموع		
	ت	%	ت	%	ت	%	
الفيسبوك	أولا	21	67,7%	25	64,1%	46	65,7%
	ثانيا	6	19,4%	4	10,3%	10	14,3%
	ثالثا	1	3,2%	7	17,9%	8	11,4%
	رابعا	3	9,7%	3	7,7%	6	8,6%
	المجموع	31	100%	39	100%	70	100%
انستغرام	أولا	6	19,4%	6	15,4%	12	17,1%
	ثانيا	16	51,6%	19	48,7%	35	50%
	ثالثا	6	19,4%	10	25,6%	16	22,9%
	رابعا	3	9,7%	4	10,3%	7	10,0%
	المجموع	31	100%	39	100%	70	100%
اليوتيوب	أولا	4	12,9%	7	17,9%	11	15,7%
	ثانيا	4	12,9%	9	23,1%	13	18,6%
	ثالثا	11	35,5%	17	43,6%	28	40,0%
	رابعا	12	38,7%	6	15,4%	18	25,7%
	المجموع	31	100%	39	100%	70	100%

الفصل الثالث: استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وأثرها على الهوية الثقافية للشباب

10%	7	17,9%	7	0,0%	0	أولا	المدونات
4,3%	3	2,6%	1	6,5%	2	ثانيا	
18,6%	13	10,3%	4	29%	9	ثالثا	
67,1%	47	69,2%	27	64,5%	20	رابعا	
100%	70	100%	39	100%	31	المجموع	

نلاحظ من خلال الجدول رقم (13) الذي يمثل ترتيب مواقع التواصل الاجتماعي حسب درجة الاستخدام لمتغير الجنس فترتيب الذكور كان لصالح فيسبوك وقد احتل الصدارة بنسبة (67.7%)، ثم يأتي الأنستغرام في المرتبة الثانية بنسبة (19.4%) ثم اليوتيوب بنسبة (12.9%) في المرتبة الثالثة وفي الأخير نجد المدونات بنسبة (0%). ويقابله ترتيب الإناث فالمرتبة الأولى كانت لصالح فيسبوك بنسبة مئوية قدرت ب (64.1%) والمرتبة الثانية كانت لصالح كل من اليوتيوب والمدونات بنسبة بلغت (17.9%) وفي الأخير نجد الأنستغرام بنسبة (15.4%) .

من خلال المعطيات لإحصائية المتحصل عليها في الجدول أعلاه وجود فروق إحصائية في ترتيب استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وتعزى هذه النتائج لصالح موقع فيسبوك بين الذكور والإناث بشكل مرتفع ومتقارب جدا وذلك راجع لما يحتويه هذا الموقع من صفحات وخدمات مختلفة وكذلك سهولة الاستخدام جعلته يحتل صدارة الترتيب لكل من الجنسين (الذكور، الإناث) لملئ وقت الفراغ وكسر الروتين. وتشابهت نتائج دراستنا مع دراسة ممدوح ميزل فليح الشرعة أكثر مواقع التواصل الاجتماعي انتشارا في العالم هو فيسبوك على أعلى تكرار، ويعزو الباحث هذه النتيجة لما يحتويه هذا الموقع من صفحات وخدمات¹.

¹ - ممدوح ميزل فليح الشرعة: أثر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على منظومة القيم الدينية و الأخلاقية لدى عينة من طلبة الجامعة الهاشمية في الأردن، بحث منشور في مجلة دراسات العلوم التربوية، مجلد 44، عدد4، ملحق 8، الأردن، 2017، ص 127 .

الفصل الثالث: استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وأثرها على الهوية الثقافية للشباب

الجدول رقم (14) يمثل ترتيب استخدام مواقع التواصل الاجتماعي حسب متغير

المستوى الدراسي

المجموع		ماستر 2		ماستر 1		المستوى الدراسي	
%	ت	%	ت	%	ت	الرتب	
65,7%	46	63,9%	23	67,6%	23	أولا	فيسبوك
14,3%	10	13,9%	5	14,7%	5	ثانيا	
11,4%	8	8,3%	3	14,7%	5	ثالثا	
8,6%	6	13,9%	5	2,9%	1	رابعا	
100%	70	100%	36	100%	34	المجموع	
17,1%	12	13,9%	5	20,6%	7	أولا	آنستغرام
50%	35	47,2%	17	52,9%	18	ثانيا	
22,9%	16	25%	9	20,6%	7	ثالثا	
10%	7	13,9%	5	5,9%	2	رابعا	
100%	70	100%	36	100%	34	المجموع	
15,7%	11	11,1%	4	20,6%	7	أولا	اليوتيوب
18,6%	13	25%	9	11,8%	4	ثانيا	
40%	28	36,1%	13	44,1%	15	ثالثا	
25,7%	18	27,8%	10	23,5%	8	رابعا	
100%	70	100%	36	100%	34	المجموع	
10%	7	13,9%	5	5,9%	2	أولا	المدونات
4,3%	3	8,3%	3	0%	0	ثانيا	
18,6%	13	19,4%	7	17,6%	6	ثالثا	
67,1%	47	58,3%	21	76,5%	26	رابعا	
100%	70	100%	36	100%	34	المجموع	

يوضح الجدول رقم (14) الذي يمثل ترتيب استخدام مواقع التواصل الاجتماعي

حسب متغير المستوى الدراسي كان ترتيب طلبة ماستر 1 للفيسبوك صنفوه في المرتبة

الأولى بنسبة بلغت (67.6%) في حين المرتبة الثانية كانت لكل من الأنستغرام و

الفصل الثالث: استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وأثرها على الهوية الثقافية للشباب

اليوتيوب بنسبة مئوية بلغت (20.6%) وتقابلها في الأخير المدونات بنسبة (5.9%). أما ترتيب طلبة ماستر 2 فالمرتبة الأولى كانت لصالح الفايسبوك بنسبة (63.9%) وتليها في المرتبة الثانية كل من آنستغرام والمدونات بنسبة بلغت (13.9%) والترتيب الأخير كان من نصيب اليوتيوب بنسبة (11.1%).

وتعزى هذه النتائج إلى أن موقع فيسبوك من بين شبكات التواصل الاجتماعي الواسع انتشارها وبصفة خاصة في السنوات الأخيرة لما يتميز به من خصائص ومميزات وسهولة في الاستخدام. من خلال إنشاء مجموعات وصفحات على الموقع وتصبح فضاء حر لانتقاء وتبادل المعلومات والمعارف. واحتلت المدونات المرتبة الأخيرة عند طلبة ماستر 1 يمكن إرجاع السبب كونها لا تعرف رواجاً كبيراً بين الطلبة أو ربما لحدوثها واهتمام الطلبة بموقع فيسبوك.

الجدول رقم (15) يمثل ترتيب استخدام مواقع التواصل الاجتماعي حسب متغير

التخصص العلمي .

المجموع	اتصال جماهيري ووسائط جديدة		اتصال وعلاقات عامة		التخصص العلمي		
	ت	%	ت	%	الرتب		
65,7%	46	61,3%	19	69,2%	27	أولا	فيسبوك
14,3%	10	12,9%	4	15,4%	6	ثانيا	
11,4%	8	9,7%	3	12,8%	5	ثالثا	
8,6%	6	16,1%	5	2,6%	1	رابعا	
100%	70	100%	31	100%	39	المجموع	
17,1%	12	12,9%	4	20,5%	8	أولا	آنستغرام
50%	35	48,4%	15	51,3%	20	ثانيا	
22,9%	16	29%	9	17,9%	7	ثالثا	
10%	7	9,7%	3	10,3%	4	رابعا	
100%	70	100%	31	100%	39	المجموع	
15,7%	11	9,7%	3	20,5%	8	أولا	

الفصل الثالث: استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وأثرها على الهوية الثقافية للشباب

18,6%	13	25,8%	8	12,8%	5	ثانيا	اليوتيوب
40%	28	45,2%	14	35,9%	14	ثالثا	
25,7%	18	19,4%	6	30,8%	12	رابعا	
100%	70	100%	31	100%	39	المجموع	
10%	7	9,7%	3	10,3%	4	أولا	المدونات
4,3%	3	6,5%	2	2,6%	1	ثانيا	
18,6%	13	16,1%	5	20,5%	8	ثالثا	
67,1%	47	67,7%	21	66,7%	26	رابعا	
100%	70	100%	31	100%	39	المجموع	

تبين قراءة إحصاءات الجدول رقم (15) الذي يمثل ترتيب مواقع التواصل الاجتماعي حسب درجة الاستخدام لمتغير التخصص العلمي أن شبكة فيسبوك تحتل المرتبة الأولى لصالح طلبة اتصال وعلاقات عامة بنسبة بلغت (69.2%) ويليهما في المرتبة الثانية الانستغرام واليوتيوب بنسبة مئوية قدرت ب (20.5%) وفي الأخير المدونات بنسبة (10.3%). أما ترتيب طلبة اتصال جماهيري ووسائط جديدة فدائما نجد فيسبوك في الصدارة بنسبة بلغت (61.3%) ويليهما في المرتبة الثانية آنستغرام بنسبة بلغت (12.9%) وفي الأخير نجد كل من اليوتيوب والمدونات (9.7%) .

تشير المعطيات الإحصائية المتحصل عليها في الجدول أعلاه توجد فروق في نسب ترتيب مواقع التواصل الاجتماعي حسب درجة الاستخدام لصالح موقع فيسبوك لكل من طلبة التخصص . حيث يتيح الفرصة لكل طالب إنشاء صفحة أو مجموعة على فيسبوك حسب التخصص العلمي لتبادل الآراء والمعلومات وهذا ما توصلنا إليه في الجدولين السابقين أما موقع اليوتيوب والمدونات فكان ترتيب الطلبة لهم بنسب قليلة وذلك راجع أن على أنها لا تلقى رواجاً بين أوساط الطلبة .

الفصل الثالث: استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وأثرها على الهوية الثقافية للشباب

الجدول رقم (16) يمثل الهوية التي يدخل بها الطلبة لحسابهم في مواقع التواصل الاجتماعي حسب متغير الجنس .

العبارات	الجنس		أنثى		ذكر	
	ت	%	ت	%	ت	%
اسم حقيقي	26	83,9%	23	59%	49	70%
اسم مستعار	5	16,1%	16	41%	21	30%
المجموع	31	100%	39	100%	70	100%

من خلال الجدول رقم (16) الذي يمثل الهوية التي يدخل بها الطلبة لحسابهم في مواقع التواصل الاجتماعي حسب متغير الجنس أن نسبة (83.9%) من الذكور يستخدمون اسم حقيقي وتقابلها نسبة (59%) من الإناث يستخدمون اسم حقيقي في المقابل نجد أن نسبة (41%) من الإناث يستخدمون اسم مستعار وفي الأخير نجد أن نسبة (16.1%) من الذكور يستخدمون اسم مستعار.

وتعزى هذه النتائج التي توصلنا إليها أن أغلب أفراد العينة ذكور يستخدمون أسماء

حقيقية للدخول لحسابهم في مواقع التواصل الاجتماعي في حين تميل الإناث لاستعمال كل من الاسم الحقيقي والاسم المستعار وسوف نعرف السبب في الجدول رقم (17)

و(18) وتشابهت نتائج دراستنا مع دراسة عالية غضبان حيث تبين أن الإناث هم الأكثر استخداماً للأسماء المستعارة وذلك خوفاً من التعرف إليهن والتصرف بحرية.¹

الجدول رقم (17) يمثل الهوية التي يدخل بها الطلبة لحسابهم في مواقع التواصل

الاجتماعي حسب متغير المستوى الدراسي

العبارات	المستوى الدراسي		ماستر 2		ماستر 1	
	ت	%	ت	%	ت	%
اسم حقيقي	23	67,6%	26	72,2%	49	70%
اسم مستعار	11	32,4%	10	27,8%	21	30%
المجموع	34	100%	36	100%	70	100%

¹ - عالية غضبان : مرجع سابق ذكره، ص 208 .

الفصل الثالث: استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وأثرها على الهوية الثقافية للشباب

نلاحظ من خلال الجدول رقم (17) الذي يمثل الهوية التي يدخل بها الطلبة لحسابهم في مواقع التواصل الاجتماعي حسب متغير المستوى نلاحظ أن نسبة (72.2%) من طلبة **ماستر2** يستخدمون اسم حقيقي وتقابلها نسبة (67.6%) من طلبة **ماستر1** يستخدمون اسم حقيقي في المقابل نجد أن نسبة (32%) من طلبة **ماستر1** يستخدمون اسم مستعار وفي الأخير نجد أن نسبة (27.8%) من طلبة **ماستر2** يستخدمون اسم مستعار.

من خلال هذا الطرح نستنتج أن طلبة **ماستر 2** يفضلون استعمال هويتهم الحقيقية للدخول لحساباتهم على مواقع التواصل الاجتماعي، وسنعرف السبب الذي يدفع طلبة **ماستر 2** وطلبة **ماستر 1** لاستخدام اسم حقيقي في الجدول الذي يبين سبب استخدام الاسم الحقيقي .

الجدول رقم (18) يمثل الهوية التي يدخل بها الطلبة لحسابهم في مواقع التواصل الاجتماعي حسب متغير التخصص العلمي.

المجموع		اتصال جماهيري ووسائط جديدة		اتصال وعلاقات عامة		التخصص العلمي
%	ت	%	ت	%	ت	العبارات
70%	49	58,1%	18	79,5%	31	اسم حقيقي
30%	21	41,9%	13	20,5%	8	اسم مستعار
100%	70	100%	31	100%	39	المجموع

تبين نتائج الجدول رقم (18) الذي يمثل الهوية التي يدخل بها الطلبة لحسابهم في مواقع التواصل الاجتماعي حسب متغير التخصص العلمي نلاحظ من بيانات الجدول أعلاه أن نسبة (79.5%) من طلبة **اتصال وعلاقات عامة** يستخدمون اسم حقيقي وتقابلها نسبة (58.1%) من طلبة **اتصال جماهيري ووسائط جديدة** يستخدمون اسم حقيقي في المقابل نجد أن نسبة (41.9%) من طلبة **اتصال جماهيري ووسائط جديدة**

الفصل الثالث: استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وأثرها على الهوية الثقافية للشباب

يستخدمون اسم مستعار، وفي الأخير نجد أن نسبة (20.5%) من طلبة اتصال وعلاقات عامة يستخدمون اسم مستعار.

من خلال النتائج التي تحصلنا عليها أن طلبة اتصال وعلاقات عامة يستعملون الاسم الحقيقي للولوج في مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة، بينما يفضل طلبة اتصال جماهيري ووسائط جديدة يفضلون استعمال الاسم الحقيقي والمستعارة للولوج لمواقع التواصل الاجتماعي وسنعرف السبب الذي يدفع كل من طلبة التخصصين لاستخدام اسم حقيقي ومستعار في الجدول رقم (17) و (18).

الجدول رقم (19) يمثل سبب استعمال الاسم الحقيقي مع متغير

الجنس .

العبارات	الجنس		ذكر		أنثى		المجموع	
	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%
الرغبة بالظهور بهويتك الحقيقية	12	41,4%	21	55,3%	33	49,3%		
حتى يجدك معارفك وأصدقائك بسهولة	10	34,5%	4	10,5%	14	20,9%		
حتى تحظى بثقة المتفاعلين معك	6	20,7%	3	7,9%	10	13,4%		
أخرى	00	0%	00	0%	00	0%		
المجموع	28	50%	28	50%	56	100%		

من خلال الجدول رقم (19) الذي يمثل سبب استعمال الاسم الحقيقي مع متغير الجنس أن نسبة (67.7%) من المبحوثين الذكور يرجعون سبب استخدامهم للاسم الحقيقي للرغبة بالظهور بالهوية الحقيقية وفي المقابل نجد نسبة (34.5%) من المبحوثين يستعملون اسم حقيقي حتى يجدهم معارفهم وأصدقائهم بسهولة وأخيرا نسبة (20.7%) حتى تحظى بثقة المتفاعلين معك، في حين أن نسبة (55.3%) من الإناث يستعملون الاسم الحقيقي للرغبة بالظهور بهويتك الحقيقية أما نسبة (10.5%) حتى

الفصل الثالث: استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وأثرها على الهوية الثقافية للشباب

يجدك معارفك و أصدقائك بسهولة وفي الأخير حتى تحظى بثقة المتفاعلين معك بنسبة (7.9%) .

الملاحظ من خلال القراءة الكمية للجدول أن السبب الذي يؤدي كل من الجنسين لاستعمال اسم حقيقي في حسابهم على مواقع التواصل الاجتماعي هو الرغبة بالظهور بالهوية الحقيقية وحتى يجدهم معارفهم وأصدقائهم بسهولة لإنات وللذكور معا. واختلفت نتائج دراستنا مع نتائج دراسة (عبد الحكيم محية و يونس جواني) أن اغلب مفردات العينة يستخدمون اسمهم الحقيقي على مواقع التواصل بغية الظهور بهويتهم الحقيقية بدرجة أولى، وتمثلت هذه الفئة غالبية الذكور.¹

الجدول رقم (20) الذي يمثل سبب اختيار الاسم الحقيقي حسب متغير المستوى الدراسي .

المجموع		ماستر 2		ماستر 1		المستوى الدراسي
%	ت	%	ت	%	ت	العبارات
49,3%	33	45,5%	15	52,9%	18	الرغبة بالظهور بهويتك الحقيقية
20.9%	14	18.2%	6	23,5%	8	حتى يجدك معارفك وأصدقائك بسهولة
13.4%	9	21.2%	7	5.9%	2	حتى تحظى بثقة المتفاعلين معك
0%	00	0%	00	0%	00	أخرى
100%	56	50%	28	50%	28	المجموع

تشير بيانات الجدول رقم (20) الذي يمثل سبب اختيار الاسم الحقيقي حسب متغير المستوى الدراسي نلاحظ أن **طلبة ماستر 1** يرغبون بالظهور بالهوية الحقيقية بنسبة (52.9%) وتقابلها نسبة (23.5%) لعبارة حتى يجدك معارفك وأصدقائك بسهولة أخيرا

¹ عبد الحكيم محية ويونس جواني : استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وانعكاساته على الهوية الثقافية لدى الشباب الجزائري - دراسة ميدانية على عينة شباب مدينة أم البواقي، مذكرة لنيل شهادة الماستر، قسم علوم الإعلام والاتصال، تخصص صحافة وإعلام إلكتروني، جامعة العربي بن مهيدي- أم البواقي-، الجزائر ، السنة الجامعية 2017/2018، ص 115 .

الفصل الثالث: استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وأثرها على الهوية الثقافية للشباب

عبارة حتى تحظى بثقة المتفاعلين معك بنسبة بلغت (5.9%) في حين أن طلبة ماستر 2 يرجعون السبب إلى الرغبة بالظهور بالهوية الحقيقية بنسبة (45.5%) ويليها عبارة حتى تحظى بثقة المتفاعلين معك بنسبة (21.2%) وفي الأخير نجد حتى يجداك معارفك وأصدقائك بسهولة بنسبة (18.2%).

من خلال المعطيات الإحصائية الممثلة في الجدول أعلاه أنه توجد فروق ذات

دلالات إحصائية في نسب سبب استخدام الاسم الحقيقي للدخول لمواقع التواصل الاجتماعي هو الرغبة في الظهور بالهوية الحقيقية وكانت النسب متقاربة جدا بين طلبة ماستر 1 و ماستر 2، في حين أن طلبة ماستر 1 سبب استخدامهم للاسم الحقيقي في مواقع التواصل الاجتماعي من أجل أن يحضون بثقة المتفاعلين معهم.

الجدول رقم (21) يمثل سبب استخدام هوية حقيقية للدخول لمواقع التواصل

الاجتماعي حسب متغير التخصص العلمي.

المجموع	اتصال جماهيري ووسائط جديدة		اتصال وعلاقات عامة		التخصص العلمي	العبارات
	%	ت	%	ت		
49.3%	33	36.7%	11	59.5%	22	الرغبة بالظهور بهويتك الحقيقية
20.9%	14	16.7%	5	24.3%	9	حتى يجداك معارفك وأصدقائك بسهولة
13.4%	9	10%	3	12.2%	6	حتى تحظى بثقة المتفاعلين معك
0%	00	0%	00	0%	00	أخرى
100%	56	33.92%	19	66.08%	37	المجموع

تبين بيانات الجدول رقم (21) الذي يمثل سبب استخدام الاسم الحقيقي حسب متغير

التخصص العلمي أن أفراد العينة يرغبون بالظهور بهويتهم الحقيقية بنسبة

بلغت (59.5%) في حين أن نسبة (24.3%) يرجعون السبب إلى حتى يجدهم معارفهم

وأصدقائهم بسهولة وأخيرا حتى تحظى بثقة المتفاعلين معك بنسبة (12.2%) أما طلبة

اتصال جماهيري ووسائط جديدة يرجعون السبب إلى أنهم يرغبون بالظهور بهويتهم

الفصل الثالث: استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وأثرها على الهوية الثقافية للشباب

الحقيقية بنسبة (36.7%) وتقابلها نسبة (16.7%) لكي يجدهم معارفهم و أصدقائهم بسهولة و أخيرا حتى تحظى بثقة المتفاعلين معك بنسبة بلغت (10%). .
من المعطيات الإحصائية تبين أن كل من طلبة اتصال وعلاقات عامة واتصال جماهيري ووسائل جديدة يرجعون السبب وراء استخدامهم للاسم الحقيقي في مواقع التواصل الاجتماعي هو رغبتهم بالظهور بالهوية الحقيقية وهي نسبة مرتفعة جدا، في حين أن نسبة 10% من طلبة اتصال جماهيري ووسائل جديدة يرجعون السبب إلى أنهم يريدون أن يحضون بثقة المتفاعلين معهم .

الجدول رقم (22) يمثل سبب استعمال الطلبة لاسم مستعار للدخول في مواقع التواصل الاجتماعي حسب متغير الجنس .

المجموع		أنثى		ذكر		الجنس	العبارات
%	ت	%	ت	%	ت		
1.4%	1	0%	0	3.2%	1		الرغبة في تقمص شخصية غير شخصيتك
32.9%	23	46.2%	18	16.1%	5		الرغبة في التصرف بحرية حتى لا يتعرف الآخرون على هويتك
2.9%	2	0%	0	6.2%	2		لتكوين علاقات افتراضية
1.4%	2	3.2%	1	0%	0		أخرى
100%	26	69.24%	18	30.76%	8		المجموع

نلاحظ من خلال الجدول رقم (22) الذي يمثل سبب استعمال اسم مستعار حسب متغير الجنس أن نسبة (46.2%) من الإناث يرجعون سبب استخدامهم لاسم مستعار الرغبة في التصرف بحرية حتى لا يتعرف الآخرون على هويتهم وتقابلها نسبة (16.1%) من الذكور في المقابل نجد أن نسبة (6.2%) من الذكور يستخدمون اسم مستعار لتكوين علاقات افتراضية وفي الأخير نجد أن نسبة (3.2%) من الذكور

الفصل الثالث: استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وأثرها على الهوية الثقافية للشباب

يستخدمون اسم مستعار رغبتا منهم في تقمص شخصية غير شخصيتك وتقابلها نسبة (3.2%) من الإناث يرجعون سبب استخدامهم للاسم مستعار لأسباب أخرى .

من المعطيات الرقمية يتضح لنا أن السبب الذي يدفع الإناث لاستعمال اسم مستعار في مواقع التواصل الاجتماعي هو الرغبة في التصرف بحرية حتى لا يتعرف الآخرون على هوياتهم . بينما نسبة الذكور جاءت منخفضة وذلك في الرغبة في تقمص شخصية غير شخصيتك ، وتشابهت نتائج دراستنا مع نتائج دراسة **سعاد بلعربي** أما الإناث فيستخدمون الأسماء المستعارة كثيرا وذلك راجع لعدة أسباب من بينها أجل التصرف بكل حرية في الموقع وهذا يؤدي إلى الإضرار بالآخرين من الكذب و الاحتيال وغير ذلك، أما فيما يخص الخوف من أن يتعرفن عليهن الآخرون ربما لعدم التعرض لمضايقات ولعدم سرقة معلوماتهم وبياناتهم الشخصية ونحن نعلم أنه يستطيع أي مستخدم الوصول إلى بيانات الشخصية لمستخدمين آخرين وأما رغبة منهن في تقمص شخصيات غير شخصياتهن من انتحال شخصيات الفنانات والمغنيات والمشاهير لجذب انتباه أكبر قدر ممكن من الأصدقاء.¹ وكذلك هناك سبب آخر للإناث لاستخدام هوية مستعارة هو الحفاظ على الخصوصية الشخصية.

الجدول رقم (23) يمثل سبب استعمال اسم مستعار في مواقع التواصل الاجتماعي

حسب متغير المستوى الدراسي .

المجموع		ماستر 2		ماستر 1		المستوى الدراسي	العبارات
%	ت	%	ت	%	ت		
1.4%	1	2.8%	1	0%	0	الرغبة في تقمص شخصية غير شخصيتك	
32.9%	23	33.3%	12	32.4%	11	الرغبة في التصرف بحرية حتى لا يتعرف الآخرون على هويتك	

¹ - بلعربي سعاد: أثر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على الهوية الثقافية - دراسة ميدانية على عينة من طلبة مستخدمي موقع الفيسبوك بجامعة مستغانم - مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر، قسم علوم الإعلام والاتصال، جامعة عبد الحميد بن باديس، مستغانم، 2015، ص 130

الفصل الثالث: استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وأثرها على الهوية الثقافية للشباب

2.9%	2	0%	0	5.9%	2	لتكوين علاقات افتراضية
1.4%	2	2.8%	2	0%	0	أخرى
100%	27	51.59%	14	48.1%	13	المجموع

من خلال الجدول رقم (23) الذي يمثل سبب استعمال اسم مستعار في مواقع التواصل الاجتماعي حسب متغير المستوى الدراسي أن نسبة (33.3%) من طلبة ماجستير يرجعون سبب استخدامهم لاسم مستعار الرغبة في التصرف بحرية حتى لا يتعرف الآخرون على هويتك وتقابلها نسبة (32.4%) من طلبة ماجستير 1 في المقابل نجد أن نسبة (5.9%) من طلبة ماجستير 1 يستخدمون اسم مستعار لتكوين علاقات افتراضية وفي الأخير نجد أن نسبة (2.8%) من طلبة ماجستير 1 يرجعون سبب استخدامهم للاسم مستعار والرغبة في تقمص شخصية غير شخصيتك .

وتعزى هذه النتائج أن السبب من استخدام اسم مستعار هو الرغبة في التصرف بحرية حتى لا يتعرف الآخرون على هويتهم والنسب كانت متقاربة من بعضها البعض لكل من طلبة ماجستير 2 وماستير 1. وذلك راجع إلى الخاصية التي تتميز بها مواقع التواصل الاجتماعي في إخفاء بيانات المستخدمين وكذلك الحرية التي يتمتعون بها عند الولوج لمواقع التواصل الاجتماعي. وكذلك راجع إلى الحفاظ على الخصوصية الشخصية. الجدول رقم (24) يمثل سبب استعمال اسم مستعار في مواقع التواصل الاجتماعي

حسب متغير التخصص العلمي :

المجموع		اتصال جماهيري ووسائط جديدة		اتصال وعلاقات عامة		التخصص العلمي
%	ت	%	ت	%	ت	العبارات
3.4%	1	0%	0	7.6%	1	الرغبة في تقمص شخصية غير شخصيتك
85.8%	24	86.6%	13	84.6%	11	الرغبة في التصرف بحرية حتى لا يتعرف الآخرون على هويتك
7.1%	2	6.6%	1	7.6%	1	لتكوين علاقات افتراضية

الفصل الثالث: استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وأثرها على الهوية الثقافية للشباب

أخرى	0	0%	1	2.6%	1	1.4%
المجموع	13	46.4%	15	53.6%	28	100%

من الجدول رقم (24) الذي يمثل سبب استعمال اسم مستعار في مواقع التواصل الاجتماعي حسب متغير التخصص العلمي أن نسبة (86.6) % من طلبة اتصال جماهيري ووسائط جديدة يرجعون سبب استخدامهم لاسم مستعار الرغبة في التصرف بحرية حتى لا يتعرف الآخرون على هويتك وتقابلها نسبة (84.6%) من طلبة اتصال وعلاقات عامة في المقابل نجد أن نسبة (7.6%) من طلبة اتصال وعلاقات عامة يستخدمون اسم مستعار لتكوين علاقات افتراضية وكذلك الرغبة في تقمص شخصية غير شخصيتك، وفي الأخير نجد أن نسبة (6.6 %) من طلبة اتصال جماهيري ووسائط جديدة يستخدمون اسم مستعار رغبتا منهم في تكوين علاقات افتراضية، في حين نجد أن (2.6%) من طلبة اتصال جماهيري ووسائط جديدة يرجعون سبب استخدامهم للاسم مستعار لأسباب أخرى

الملاحظ من خلال النتائج المتحصل عليها أن السبب الذي دفع كل من طلبة التخصصين لاستخدام الاسم مستعار في مواقع التواصل الاجتماعي هو الرغبة في التصرف بحرية حتى لا يتعرف عليهم الآخرون وعلى هويتهم الحقيقية .
كذلك كانت إجابات أخرى لصالح طلبة اتصال جماهيري ووسائط جديدة حول سبب استخدامهم لهوية مستعارة هو أنهم يستعملون اسم مستعار للحفاظ على خصوصياتهم الشخصية .

الفصل الثالث: استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وأثرها على الهوية الثقافية للشباب

المحور الثاني: دوافع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لدى طلبة جامعة خميس مليانة .

الجدول رقم (25): يمثل دوافع استخدام أفراد العينة لمواقع التواصل الاجتماعي حسب متغير الجنس:

المجموع		أنثى		ذكر		الجنس
ت	%	ت	%	ت	%	العبارات
20	28.5%	13	33,3%	7	22,5%	التفاعل مع الأصدقاء
2	2.8%	2	5,1%	0	0%	شهرة مواقع التواصل الاجتماعي
19	20.1%	8	20,5%	11	35,4%	زيادة الرصيد المعرفي
19	20.1%	9	23%	10	32,2%	مناقشة الأحداث اليومية
10	14.2%	7	17,9%	3	9,6%	ملئ وقت الفراغ
70	100%	39	55,7%	31	44,2%	المجموع

يبين الجدول أعلاه الخاص بدوافع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي بحسب متغير الجنس أن معظم أفراد العينة من الذكور يستخدمون المواقع بدافع زيادة الرصيد المعرفي ونسبة (35,4%) وتليها مناقشة الأحداث اليومية بنسبة (32,2%) أما بدافع التفاعل مع الأصدقاء فبلغت (22,5%) في حين كان الاستخدام بدافع ملئ الفراغ بنسبة (9,6%) ولا توجد أي مفردة من العينة تستخدم مواقع التواصل بدافع الشهرة. أما الإناث يستخدمون المواقع بدافع التفاعل مع الأصدقاء بنسبة (33,3%) ثم تليها بدافع مناقشة الأحداث اليومية بنسبة بلغت (23%) في المقابل نجد بدافع زيادة الرصيد المعرفي وبنسبة قدرت ب (20,5%) في حين عادت نسبة (17,9%) لاستخدام بدافع ملئ الفراغ، أما استخدام بدافع الشهرة فقد كان بنسبة (5,1%) .

من هذا الطرح نستنتج أن أفراد العينة من الذكور يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي بدافع زيادة الرصيد المعرفي ومناقشة الأحداث اليومية والسبب راجع إلى أن الذكور يسعون لاكتساب المعلومات مختلفة قصد بناء ثقافة واسعة وذلك بدعم مختلف الأنشطة التي تثرى

الفصل الثالث: استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وأثرها على الهوية الثقافية للشباب

فكرهم وتوسع مداركهم العقلية حول مستواهم أو تخصصهم وزيادة تحصيلهم العلمي وتنمية درجة المعرفة والمهارات. في حين تستخدم الإناث مواقع بدافع التفاعل مع الأصدقاء بلغت والسبب كون أن بعض الإناث غير مقيّمت لا يلتقين مع بعض بعد نهاية دوام الدراسة وذلك بحكم أن مجتمعنا مجتمع محافظ نجدهن يمكنهن في البيت، وكذا في العطلة فيجدون هذه المواقع السبيل الوحيد لتواصل والدرشة ومشاركة أهم المواضيع بين الأصدقاء .

جدول رقم (26) : يمثل دوافع استخدام أفراد العينة لمواقع التواصل الاجتماعي بحسب

متغير المستوى الدراسي :

المجموع		ماستر 2		ماستر 1		المستوى الدراسي
%	ت	%	ت	%	ت	العبارات
28.5%	20	27,7%	10	29,4%	10	التفاعل مع الأصدقاء
2.8%	2	5,5%	2	0%	0	شهرة مواقع التواصل الاجتماعي
20.1%	19	30,5%	11	23,5%	8	زيادة الرصيد المعرفي
20.1%	19	23%	9	29,4%	10	مناقشة الأحداث اليومية
14.2%	10	11,1%	4	17,6%	6	ملئ وقت الفراغ
100%	70	51,4%	36	48,5%	34	المجموع

يتضح لنا من خلال قراءة إحصائيات الجدول أعلاه المتعلق بدوافع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي بحسب متغير المستوى الدراسي أن معظم المبحوثين من ماستر 2 يستخدمون مواقع بدافع زيادة الرصيد المعرفي بنسبة (30,5%) ثم تليها بدافع التفاعل مع الأصدقاء وبنسبة مئوية قدرت ب (27,7%) في حين عادت نسبة (23%) بدافع مناقشة الأحداث اليومية أما نسبة (11,1%) فكانت بدافع ملئ وقت الفراغ وأخيرا استخدام بدافع الشهرة بنسبة (5,5%). أما ماستر 1 يستخدمون المواقع بنسبة (29,4%) لكل من دافع التفاعل مع الأصدقاء ودافع مناقشة الأحداث اليومية ثم تليها زيادة

الفصل الثالث: استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وأثرها على الهوية الثقافية للشباب

الرصيد المعرفي بنسبة بلغت (23,5%) في حين يأتي الاستخدام بدافع ملئ وقت الفراغ بنسبة (17,6%)، ولا يوجد أي مفردة من العينة تستخدم المواقع بدافع الشهرة .

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن اغلب المبحوثين يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي بدافع زيادة الرصيد المعرفي هم **ماستر 2** وهي نسبة مرتفعة قدرت بـ **30,5%** والسبب أن الطلبة في هذه المرحلة يحتاجون إلى مختلف الدراسات والبحوث العلمية والكتب التي يتم تناولها عبر هذه المواقع والمعلومات التي يتم طرحها والتفاعل معها بينهم وبين الأساتذة حول موضوع تخرجهم. في حين يستخدم **ماستر 1** المواقع بدافع التفاعل مع الأصدقاء ومناقشة الأحداث اليومية بنسبة **29,4%** والسبب راجع إلى أن الطلبة يتبادلون المعارف بين زملاء الدراسة وتمكينهم من تواصل والتحدث معا وتبادل مختلف المعلومات ومشاركة أي ملفات متعلقة بالدراسة والاستفادة من تحميلها وبهذا ينتقل الطالب من الفردانية إلى مرحلة الجماعية للحصول على حاجاته وتلبية رغباته وكذا مناقشة البحوث العلمية والأعمال التطبيقية المكلفة منهم من طرف الأساتذة بشكل تعاوني .

جدول رقم (27) : يمثل دوافع استخدام أفراد العينة لمواقع التواصل الاجتماعي بحسب التخصص العلمي :

المجموع		اتصال جماهيري ووسائط جديدة		اتصال وعلاقات عامة		التخصص العلمي
%	ت	%	ت	%	ت	العبارات
28.5%	20	35,40%	11	23%	9	التفاعل مع الأصدقاء
2.8%	2	6,40%	2	0%	0	شهرة مواقع التواصل الاجتماعي
20.1%	19	29%	9	25,60%	10	زيادة الرصيد المعرفي
20.1%	19	12,90%	4	38,40%	15	مناقشة الأحداث اليومية
14.2%	10	16,10%	5	12,80%	5	ملئ وقت الفراغ
100%	70	44,20%	31	55,70%	39	المجموع

الفصل الثالث: استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وأثرها على الهوية الثقافية للشباب

تبين إحصائيات الجدول أعلاه المتعلق بدوافع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي بحسب متغير التخصص العلمي أن معظم المبحوثين من تخصص **اتصال وعلاقات عامة** يستخدمون المواقع بدافع **مناقشة الأحداث اليومية** بنسبة (38,4%) تليها بدافع **زيادة الرصيد المعرفي** وبنسبة (25,6%) ثم يأتي الاستخدام بدافع **التفاعل مع الأصدقاء** بنسبة بلغت (23%) في حين يليها استخدام بدافع **ملئ الفراغ** ونسبة قدرت ب (12,8%) ولا يوجد أي مفردة من العينة تستخدم مواقع التواصل الاجتماعي بدافع **الشهرة** . أما تخصص **اتصال جماهيري ووسائط جديدة** يستخدمون المواقع بدافع **التفاعل مع الأصدقاء** وبنسبة (35,4%) وفي المقابل نجد بدافع **زيادة الرصيد المعرفي** ونسبة قدرت ب (29%) في حين عادت نسبة (16,1%) بدافع **ملئ وقت الفراغ** ثم الاستخدام بدافع **مناقشة الأحداث اليومية** وبنسبة (12,9%) وفي الأخير بدافع **الشهرة** بنسبة (6,4%) .

من النتائج المتوصل إليها من خلال الجدول أعلاه نستخلص أن اغلب المبحوثين الذين يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي بدافع **مناقشة الأحداث اليومية** هم تخصص **اتصال وعلاقات عامة** ويمكن تفسير هذه النتيجة إلى أن الطلبة يستخدمون مواقع من أجل التعبير عن الأفكار ومناقشة مواضيع هامة متعلقة بمختلف الأخبار منها أخبار الجامعة وكذا التحدث على ما يجري لهم في حياتهم اليومية ومتابعة مختلف تطورات التي تحدث في مجال التخصص من خلال البحث عن مستجدات المادة العلمية التي يقوم بدراستها مما يجعل ترابط الطلبة بالمعلومة إذ تصبح الغامضة منها واضحة. في حين يستخدم **اتصال جماهيري ووسائط جديدة** مواقع بدافع **التفاعل مع الأصدقاء** وتعزى هذه النتيجة لعدة أسباب منها أن هذه الفئة تقوم بالدرشة الجماعية والتعليقات ومشاركة الصور والفيديوهات بميلهم للتعبير عن آرائهم وأفكارهم واتجاهاتهم نحو مختلف المشاركات التي يضعها الأصدقاء كون أن مواقع التواصل منصة لنقل والتفاعل تتيح التفاعلية بين الأصدقاء.

الفصل الثالث: استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وأثرها على الهوية الثقافية للشباب

الجدول رقم (28) : يمثل المواضيع المشاركة في مواقع التواصل الاجتماعي حسب

متغير الجنس .

العبارات	الجنس		ذكر		أنثى		المجموع	
	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%
مواضيع علمية	2	6,5%	1	2,6%	3	4,3%		
مواضيع ثقافية	3	9,7%	2	5,1%	5	7,1%		
مواضيع اجتماعية	5	16,1%	9	23,1%	14	20%		
مواضيع دينية	2	6,5%	1	2,6%	3	4,3%		
مواضيع رياضية	2	6,5%	0	0%	2	2,9%		
مواضيع متنوعة	17	54,8%	26	66,7%	43	61,4%		
المجموع	31	100%	39	100%	70	100%		

يبين الجدول أعلاه الخاص بدوافع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي بحسب متغير الجنس أن معظم أفراد العينة من الذكور يستخدمون المواقع بدافع زيادة الرصيد المعرفي ونسبة (35,4%) وتليها مناقشة الأحداث اليومية ونسبة بلغت (32,2%) أما نسبة (22,5%) عادت للاستخدام بدافع التفاعل مع الأصدقاء في حين كان استخدام بدافع ملئ الفراغ بنسبة (9,6%) ولا توجد أي مفردة من العينة تستخدم مواقع التواصل بدافع الشهرة. أما الإناث يستخدمون المواقع بدافع التفاعل مع الأصدقاء ونسبة بلغت (33,3%) ثم تليها بدافع مناقشة الأحداث اليومية ونسبة (23%) ثم تليها بدافع زيادة الرصيد المعرفي بنسبة (20,5%) في حين عادت نسبة (17,9%) لاستخدام بدافع ملئ الفراغ، أما استخدام بدافع الشهرة فقد كان بنسبة (5,1%) .

نستنتج أن أفراد العينة من الذكور يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي بدافع زيادة الرصيد المعرفي وهي نسبة مرتفعة والسبب راجع إلى أن الذكور يسعون لاكتساب المعلومات مختلفة قصد بناء ثقافة واسعة وذلك بدعم مختلف الأنشطة التي تثري فكرهم وتوسع مداركهم العقلية حول مستواهم أو تخصصهم وزيادة تحصيلهم العلمي وتنمية درجة

الفصل الثالث: استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وأثرها على الهوية الثقافية للشباب

المعرفة والمهارات. في حين تستخدم الإناث مواقع بدافع التفاعل مع الأصدقاء والسبب كون أن بعض الإناث غير مقيمت لا يلتقين مع بعض بعد نهاية دوام الدراسة وذلك بحكم أن مجتمعنا مجتمع محافظ نجدهن يمكنهن في البيت، وكذا في العطلة فيجدون هذه المواقع السبيل الوحيد لتواصل والدراسة ومشاركة أهم المواضيع بين الأصدقاء.

جدول رقم (29) : يمثل المواضيع المشاركة في مواقع التواصل الاجتماعي بحسب متغير المستوى الدراسي :

المجموع		ماستر 2		ماستر 1		المستوى الدراسي
%	ت	%	ت	%	ت	العبارات
4,3%	3	5,6%	2	2,9%	1	مواضيع علمية
7,1%	5	11,1%	4	2,9%	1	مواضيع ثقافية
20%	14	22,2%	8	17,6%	6	مواضيع اجتماعية
4,3%	3	2,8%	1	5,9%	2	مواضيع دينية
2,9%	2	5,6%	2	0%	0	مواضيع رياضية
61,4%	43	52,8%	19	70,6%	24	مواضيع متنوعة
100%	70	100%	36	100%	34	المجموع

يتضح لنا من خلال قراءة إحصائيات الجدول أعلاه المتعلق بدوافع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي بحسب متغير المستوى الدراسي أن معظم المبحوثين من ماستر 2 يستخدمون المواقع بدافع زيادة الرصيد المعرفي وبنسبة (30,5%) ثم تليها بدافع التفاعل مع الأصدقاء بنسبة بلغت (27,7%) في حين عادت نسبة (23%) بدافع مناقشة الأحداث اليومية أما نسبة (11,1%) فكانت بدافع ملئ الفراغ وأخيرا استخدام بدافع الشهرة وبنسبة بلغت (5,5%). أما ماستر 1 يستخدمون المواقع بنسبة (29,4%) لكل من دافع التفاعل مع الأصدقاء ودافع مناقشة الأحداث اليومية ثم تليها زيادة الرصيد المعرفي بنسبة (23,5%) في حين يأتي استخدام بدافع ملئ الفراغ وبنسبة (17,6%) ولا يوجد أي مفردة من العينة تستخدم المواقع بدافع الشهرة .

الفصل الثالث: استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وأثرها على الهوية الثقافية للشباب

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن اغلب المبحوثين يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي بدافع زيادة الرصيد المعرفي هم ماستر 2 وهي نسبة مرتفعة والسبب أن الطلبة في هذه المرحلة يحتاجون إلى مختلف الدراسات والبحوث العلمية والكتب التي يتم تناولها عبر هذه المواقع والمعلومات التي يتم طرحها والتفاعل معها بينهم وبين الأساتذة حول موضوع تخرجهم. في حين يستخدم ماستر 1 المواقع بدافع التفاعل مع الأصدقاء ومناقشة الأحداث اليومية والسبب راجع إلى أن الطلبة يتبادلون المعارف بين زملاء الدراسة وتمكينهم من تواصل والتحدث معا وتبادل مختلف المعلومات ومشاركة أي ملفات متعلقة بالدراسة والاستفادة من تحميلها وبهذا ينتقل الطالب من الفردانية إلى مرحلة الجماعية للحصول على حاجاته وتلبية رغباته وكذا مناقشة البحوث العلمية والأعمال التطبيقية المكلفة منهم من طرف الأساتذة بشكل تعاوني.

جدول رقم (30) : يمثل المواضيع المشاركة في مواقع التواصل الاجتماعي بحسب

التخصص العلمي :

المجموع	اتصال جماهيري ووسائط جديدة		اتصال وعلاقات عامة		التخصص العلمي العبارات	
	ت	%	ت	%		
3	4,3%	2	6,5%	1	2,6%	مواضيع علمية
5	7,1%	3	9,7%	2	5,1%	مواضيع ثقافية
14	20%	7	22,6%	7	17,9%	مواضيع اجتماعية
3	4,3%	1	3,2%	2	5,1%	مواضيع دينية
2	2,9%	0	0%	2	5,1%	مواضيع رياضية
43	61,4%	18	58,1%	25	64,1%	مواضيع متنوعة
70	100%	31	100%	39	100%	المجموع

تبين إحصائيات الجدول أعلاه المتعلق بدوافع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي

بحسب متغير التخصص العلمي أن معظم المبحوثين من تخصص اتصال وعلاقات

عامة يستخدمون المواقع بدافع مناقشة الأحداث اليومية وبنسبة (38,4%) تليها بدافع

الفصل الثالث: استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وأثرها على الهوية الثقافية للشباب

زيادة الرصيد المعرفي بنسبة بلغت (25,6%) ثم يأتي الاستخدام بدافع التفاعل مع الأصدقاء وبنسبة قدرت ب (23%) في حين يليها استخدام بدافع ملئ الفراغ بتكرار 5 ونسبة قدرت ب (12,8%) ولا يوجد أي مفردة من العينة تستخدم مواقع التواصل الاجتماعي بدافع الشهرة. أما تخصص اتصال جماهيري ووسائط جديدة يستخدمون المواقع بدافع التفاعل مع الأصدقاء وبنسبة بلغت (35,4%) بدافع زيادة الرصيد المعرفي نسبة قدرت ب (29%) في حين عادت نسبة (16,1%) بدافع ملئ الفراغ ثم الاستخدام بدافع مناقشة الأحداث اليومية وبنسبة(12,9%) وفي الأخير تستخدم المواقع بدافع الشهرة بنسبة (6,4%) .

ترجع النتائج المتوصل إليها من خلال الجدول أعلاه أن اغلب المبحوثين الذين يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي بدافع مناقشة الأحداث اليومية هم تخصص اتصال وعلاقات عامة ويمكن تفسير هذه النتيجة إلى أن الطلبة يستخدمون مواقع من أجل التعبير عن الأفكار ومناقشة مواضيع هامة متعلقة بمختلف الأخبار منها أخبار الجامعة وكذا التحدث على ما يجري لهم في حياتهم اليومية ومتابعة مختلف تطورات التي تحدث في مجال التخصص من خلال البحث عن مستجدات المادة العلمية التي يقوم بدراستها مما يجعل ترابط الطلبة بالمعلومة إذ تصبح الغامضة منها واضحة. في حين يستخدم اتصال جماهيري ووسائط جديدة مواقع بدافع التفاعل مع الأصدقاء وتعزى هذه النتيجة لعدة أسباب منها أن هذه الفئة تقوم بالردشة الجماعية والتعليقات ومشاركة الصور والفيديوهات بميلهم للتعبير عن آرائهم وأفكارهم واتجاهاتهم نحو مختلف المشاركات التي يضعها الأصدقاء كون أن مواقع التواصل منصة لنقل والتفاعل تتيح التفاعلية بين الأصدقاء.

جدول رقم (31) يمثل الاشباعات المحققة من استخدام مواقع التواصل الاجتماعي

حسب متغير الجنس .

الجنس		أنثى		ذكر		المجموع	
الرتب	ت	%	ت	%	ت	%	ت
المتعة	أولا	34,5%	10	47,4%	18	41,8%	28

الفصل الثالث: استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وأثرها على الهوية الثقافية للشباب

13,4%	9	15,8%	6	10,3%	3	ثانيا	وتسلية الذات
28,4%	19	26,3%	10	31%	9	ثالثا	
13,4%	9	7,9%	3	20,7%	6	رابعا	
3%	2	2,6%	1	3,4%	1	خامسا	
100%	67	100%	38	100%	29	المجموع	
14,5%	9	11,8%	4	17,9%	5	أولا	إيجاد حلول لمشاكلك
21,0%	13	17,6%	6	25%	7	ثانيا	
22,6%	14	20,6%	7	25%	7	ثالثا	
29,0%	18	35,3%	12	21,4%	6	رابعا	
12,9%	8	14,7%	5	10,7%	3	خامسا	
100%	62	100%	34	100%	28	المجموع	
16,4%	10	11,4%	4	23,1%	6	أولا	الهروب والانسحاب من الواقع المعاش
21,3%	13	25,7%	9	15,4%	4	ثانيا	
21,3%	13	28,6%	10	11,5%	3	ثالثا	
31,1%	19	34,3%	12	26,9%	7	رابعا	
9,8%	6	0%	0	23,1%	6	خامسا	
100%	61	100%	35	100%	26	المجموع	
55,1%	38	47,4%	18	64,5%	20	أولا	زيادة المعلومات المعارف
18,8%	13	23,7%	9	12,9%	4	ثانيا	
14,5%	10	15,8%	6	12,9%	4	ثالثا	
4,3%	3	5,3%	2	3,2%	1	رابعا	
7,2%	5	7,9%	3	6,5%	2	خامسا	
100%	69	100%	38	100%	31	المجموع	
23,9%	16	17,9%	7	32,1%	9	أولا	تكوين علاقات اجتماعية
23,9%	16	20,5%	8	28,6%	8	ثانيا	
22,4%	15	28,2%	11	14,3%	4	ثالثا	
23,9%	16	25,6%	10	21,4%	6	رابعا	
6,0%	4	7,7%	3	3,6%	1	خامسا	

الفصل الثالث: استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وأثرها على الهوية الثقافية للشباب

المجموع	28	100%	39	100%	67	100,0%
---------	----	------	----	------	----	--------

من خلال الجدول رقم (31) الذي يمثل ترتيب الاشباعات حسب الأهمية لمتغير الجنس بالنسبة للذكور حيث سجلنا في المرتبة الأولى كانت لصالح زيادة المعلومات والمعارف بنسبة (64.5%) في حين أن المرتبة الثانية كانت من نصيب المتعة وتسلية الذات بنسبة (34.5%) وجاء في المرتبة الثالثة عبارة تكوين علاقات اجتماعية بنسبة (32.1%) وتليها في المرتبة الرابعة الهروب والانسحاب من الواقع المعاش بنسبة (23.1%) وأخيرا نجد إيجاد حلول لمشاكلك (17.9%). أما ترتيب الإناث كان كالآتي نسبة (47.4%) في المرتبة الأولى لصالح زيادة المعلومات والمعارف و كذلك المتعة وتسلية الذات. وتقابلها في المرتبة الثانية تكوين علاقات اجتماعية بنسبة (17.9%) ونجد في المرتبة الثالثة عبارة إيجاد حلول لمشاكلك وأخيرا الهروب والانسحاب من الواقع المعاش (11.4%).

نلاحظ من خلال المعطيات الإحصائية المتحصل عليها من خلال الجدول أعلاه أنه توجد فروق في ترتيب الاشباعات من حيث الأهمية حيث كانت المرتبة لصالح زيادة المعلومات والمعارف وتعزى هذه النتائج لصالح الذكور وذلك من أجل تعزيز رصيدهم المعرفي وما توفره هذه المواقع من جهد ووقت في الحصول على المعلومات و المعارف من خلال الاعتماد على جهاز الحاسوب والهاتف الذكي للإبحار في بنوك ومراكز المعلومات الالكترونية في عملية البحث العلمي أما لإيجاد حلول لمشاكلك كانت استجابة الذكور قليلة لوجود مصادر أخرى يحل بها المشاكل كالاستعانة بالأصدقاء المقربون أو استشارة ذوي الخبرة. ونجد في المقابل الإناث أعطوا المرتبة الأولى لكل من زيادة المعلومات والمعارف ومن أجل المتعة وتسلية الذات هروبا من الواقع الاجتماعي المعاش وضغوطاته المختلفة حتى يحقق الراحة النفسية والتوازن النفسي لما تحتويه هذه المواقع من صفحات وخدمات مختلفة تهتم بها الإناث على مثل هذه المواقع .

الفصل الثالث: استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وأثرها على الهوية الثقافية للشباب

جدول رقم (32) يمثل ترتيب الاشباعات من حيث الأهمية المحققة من استخدام مواقع

التواصل الاجتماعي حسب متغير المستوى الدراسي .

المجموع		ماستر2		ماستر1		المستوى الدراسي	
%	ت	%	ت	%	ت	العبارات	
41,8%	28	39,4%	13	44,1%	15	أولا	المتعة وتسلية الذات
13,4%	9	18,2%	6	8,8%	3	ثانيا	
28,4%	19	33,3%	11	23,5%	8	ثالثا	
13,4%	9	3%	1	23,5%	8	رابعا	
3%	2	6,1%	2	0%	0	خامسا	
100%	67	100%	33	100%	34	المجموع	
14,5%	9	18,8%	6	10%	3	أولا	إيجاد حلول لمشاكلك
21%	13	21,9%	7	20%	6	ثانيا	
22,6%	14	25%	8	20%	6	ثالثا	
29%	18	18,8%	6	40%	12	رابعا	
12,9%	8	15,6%	5	10%	3	خامسا	
100%	62	100%	32	100%	30	المجموع	
16,4%	10	24,1%	7	9,4%	3	أولا	الهروب والانسحاب من الواقع المعاش
21,3%	13	20,7%	6	21,9%	7	ثانيا	
21,3%	13	20,7%	6	21,9%	7	ثالثا	
31,1%	19	27,6%	8	34,4%	11	رابعا	
9,8%	6	6,9%	2	12,5%	4	خامسا	
100%	61	100%	29	100%	32	المجموع	
55,1%	38	60%	21	50%	17	أولا	زيادة المعلومات المعارف
18,8%	13	11,4%	4	26,5%	9	ثانيا	
14,5%	10	14,3%	5	14,7%	5	ثالثا	
4,3%	3	8,6%	3	0%	0	رابعا	
7,2%	5	5,7%	2	8,8%	3	خامسا	
100%	69	100%	35	100%	34	المجموع	

الفصل الثالث: استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وأثرها على الهوية الثقافية للشباب

23,9%	16	29,4%	10	18.2%	6	أولا	تكوين
23,9%	16	29,4%	10	18,2%	6	ثانيا	علاقات
22,4%	15	17,6%	6	27,3%	9	ثالثا	اجتماعية
23,9%	16	20,6%	7	27,3%	9	رابعا	
6%	4	2,9%	1	9,1%	3	خامسا	
100%	67	100%	34	100%	33		المجموع

نلاحظ من خلال الجدول رقم (32) الذي يمثل ترتيب الاشباعات حسب الأهمية لمتغير المستوى الدراسي فطلبة ماستر 1 كان الترتيب كالاتي حيث سجلنا في المرتبة الأولى زيادة المعلومات والمعارف بنسبة (50%) في حين نجد في المرتبة الثانية المتعة وتسلية الذات بنسبة (44.1%) وتقابلها في المرتبة الثالثة تكوين علاقات اجتماعية بنسبة (18.2%) وفي المرتبة الأخيرة الهروب والانسحاب من الواقع المعاش وإيجاد حلول لمشاكلك (10%). أما ترتيب طلبة ماستر 2 كان كالاتي نسبة (60%) في المرتبة الأولى لصالح زيادة المعلومات والمعارف و المرتبة الثانية كانت للمتعة وتسلية الذات بنسبة (39.4%)، وتقابلها تكوين علاقات اجتماعية في المرتبة الثالثة بنسبة (29.4%) وفي المرتبة الرابعة عبارة الهروب والانسحاب من الواقع المعاش بنسبة (24.1%) وأخيرا إيجاد حلول لمشاكلك (18.8%) .

من خلال المعطيات الإحصائية المتحصل عليها توجد فروق في ترتيب الاشباعات حسب الأهمية المحققة حيث كانت المرتبة الأولى لصالح زيادة المعلومات والمعارف وتعزى هذه النتائج لصالح كل من طلبة ماستر 1 وماستر 2 لأن مواقع التواصل الاجتماعي أصبحت مصدر أولي لتقصي المعلومات من مصادرها لانجاز البحوث العلمية ومذكرات التخرج. أما لإيجاد حلول لمشاكلك الاجتماعية فكانت استجابة كل من المستويين قليلة وذلك راجع لوجود مصادر أخرى لحل مشاكلهم وتكتم الطلبة على البوح بمشاكلهم الخاصة لأشخاص آخرين خوفا من إشاعتها .

الفصل الثالث: استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وأثرها على الهوية الثقافية للشباب

جدول رقم (33) يمثل ترتيب الاشباعات من حيث الأهمية المحققة من استخدام مواقع

التواصل الاجتماعي حسب متغير التخصص العلمي .

المجموع		اتصال جماهيري ووسائط جديدة		اتصال وعلاقات عامة		التخصص العلمي	
%	ت	%	ت	%	ت	الرتب	
41,8%	28	43,3%	13	40,5%	15	أولا	المتعة وتسلية الذات
13,4%	9	13,3%	4	13,5%	5	ثانيا	
28,4%	19	30%	9	27%	10	ثالثا	
13,4%	9	10%	3	16,2%	6	رابعا	
3%	2	3,3%	1	2,7%	1	خامسا	
100%	67	100%	30	100%	37	المجموع	
14,5%	9	10,3%	3	18,2%	6	أولا	إيجاد حلول لمشاكلك
21%	13	34,5%	10	9,1%	3	ثانيا	
22,6%	14	20,7%	6	24,2%	8	ثالثا	
29%	18	20,7%	6	36,4%	12	رابعا	
12,9%	8	13,8%	4	12,1%	4	خامسا	
100%	62	100%	29	100%	33	المجموع	
16,4%	10	17,2%	5	15,6%	5	أولا	الهروب والانسحاب من الواقع المعاش
21,3%	13	10,3%	3	31,3%	10	ثانيا	
21,3%	13	20,7%	6	21,9%	7	ثالثا	
31,1%	19	37,9%	11	25%	8	رابعا	
9,8%	6	13,8%	4	6,3%	2	خامسا	
100%	61	100%	29	100%	32	المجموع	
55,1%	38	36,7%	11	69,2%	27	أولا	زيادة المعلومات المعارف
18,8%	13	23,3%	7	15,4%	6	ثانيا	
14,5%	10	20%	6	10,3%	4	ثالثا	
4,3%	3	3,3%	1	5,1%	2	رابعا	
7,2%	5	16,7%	5	0%	0	خامسا	

الفصل الثالث: استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وأثرها على الهوية الثقافية للشباب

100%	69	100%	30	100%	39	المجموع
23,9%	16	25,8%	8	22,2%	8	أولا
23,9%	16	22,6%	7	25%	9	ثانيا
22,4%	15	12,9%	4	30,6%	11	ثالثا
23,9%	16	29%	9	19,4%	7	رابعا
6%	4	9,7%	3	2,8%	1	خامسا
100%	67	100%	31	100%	36	المجموع

تشير البيانات الرقمية الخاصة بالجدول رقم (33) الذي يمثل ترتيب الاشباع حسب الأهمية المحققة من استخدام مواقع التواصل الاجتماعي حسب متغير التخصص العلمي كان ترتيب طلبة اتصال وعلاقات عامة كالتالي زيادة المعلومات والمعارف في المرتبة الأولى (69.2%)، وفي المرتبة الثانية المتعة وتسلية الذات بنسبة (40.5%) تقابلها في المرتبة الثالثة عبارة تكوين علاقات اجتماعية بنسبة (22.2%) إيجاد حلول لمشاكلك فصنفت في المرتبة الرابعة (18.2%) وفي الأخير نجد الهروب والانسحاب من الواقع المعاش بنسبة (15.6%). فيما يخص طلبة اتصال جماهيري ووسائط فكان ترتيب الأهمية لصالح المتعة وتسلية الذات في الصدارة بنسبة قدرت ب (43.3%) وتليها في المرتبة الثانية زيادة المعلومات والمعارف بنسبة (36.7%) وفي المرتبة الثالثة تكوين علاقات اجتماعية بنسبة (25.8%) وتقابلها في المرتبة الرابعة الهروب ولانسحاب من الواقع المعاش بنسبة (17.2%) وفي المرتبة الأخيرة نجد إيجاد حلول لمشاكلك بنسبة (10.3%).

نستنتج من خلال الجدول أعلاه أنه توجد فروق ذات دلالات إحصائية في ترتيب

الاشباع من حيث الأهمية المحققة حيث كانت المرتبة الأولى لصالح زيادة المعلومات والمعارف وتعزى هذه النتائج لصالح اتصال وعلاقات عامة وهذا سببه اعتماد طلبة اتصال وعلاقات عامة على مواقع التواصل الاجتماعي لاكتساب المعرفة العلمية وزيادة رصيدهم المعرفي، أما الهروب ولانسحاب من الواقع المعاش فكانت استجابة طلبة

الفصل الثالث: استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وأثرها على الهوية الثقافية للشباب

اتصال وعلاقات بنسبة قليلة وذلك لوجود مصادر أخرى يستغلها الطلبة لملئ وقت فراغهم كالقيام بنشاط رياضي أو ترفيهي يلهيه ويجعله يتعايش مع واقعه. أما طلبة اتصال جماهيري ووسائط جديدة فكانت المرتبة الأولى من صالح المتعة وتسلية الذات وذلك لتحقيق التوازن والراحة النفسية وتقوية الشخصية من خلال الانضمام للمواقع ذات المضمون الإرشادي التوجيهي لبناء الشخصية السوية وتقوية المهارات بعيدا عن كل ما من شأنه تعكير صفو الطالب. أما لإيجاد حلول لمشاكلك الاجتماعية فكانت استجابة الطلبة بنسبة قليلة وذلك ما توصلنا إليه في الجدولين رقم (31) و (32) .

المحور الثالث : مؤشرات الهوية الثقافية لأفراد العينة .

الجدول رقم (34) يمثل تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على الهوية الثقافية حسب

متغير الجنس

العبارات	الجنس		ذكر		أنثى		المجموع	
	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%
إيجابي	7	22,6%	0	0%	7	10%	7	10%
سلبي	4	12,9%	3	7,7%	7	10%	7	10%
إيجابي وسلبي معا	20	64,5%	36	92,3%	56	80%	56	80%
المجموع	31	100%	39	100%	70	100%	70	100%

تشير البيانات الإحصائية للجدول رقم (36) الذي يمثل كيفية تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على الهوية الثقافية حسب متغير الجنس في أن المرتبة الأولى كانت لتأثير إيجابي وسلبي بنسبة بلغت (92.3%) لصالح الإناث وفي المقابل نجد الذكور بنسبة (64.5%) أما في المرتبة الثانية نجد تأثير إيجابي بنسبة بلغت (22.6%) لصالح الذكور، والمرتبة الأخيرة كانت لصالح تأثير سلبي بنسبة (12.9%) لصالح الذكور وتقابلها نسبة (7.7%) من الإناث .

الفصل الثالث: استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وأثرها على الهوية الثقافية للشباب

ومنه نستنتج أن مواقع التواصل الاجتماعي كان لها تأثير إيجابي وسلبي معا على الهوية الثقافية وذلك من خلال إجماع كل من الجنسين على هذا الطرح . والسبب وراء ذلك الوظائف التي تتيحها مواقع التواصل الاجتماعي للمستخدمين حيث جعلت العالم غرفة واحدة تؤثر وتتأثر بكل المضامين الثقافية التي ينشرونها، وكذلك التصادم الحاصل بين الثقافات يستطيع أن يؤثر إيجابا والعكس صحيح وذلك يبقى مرهون بالطريقة التي يتفاعل فيها المستخدم مع المضامين الثقافية .

الجدول رقم (35) يمثل تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على الهوية الثقافية حسب متغير المستوى الدراسي .

المجموع		ماستر2		ماستر1		المستوى الدراسي
%	ت	%	ت	%	ت	العبارات
10%	7	13,9%	5	5,9%	2	إيجابي
10%	7	8,3%	3	11,8%	4	سلبي
80%	56	77,8%	28	82,4%	28	إيجابي وسلبي معا
100%	70	100%	36	100%	34	المجموع

من خلال الجدول رقم (35) الذي يمثل كيفية تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على الهوية الثقافية من خلال متغير المستوى الدراسي لاحظنا أن المرتبة الأولى لصالح تأثير ايجابي وسلبي معا بنسبة بلغت (82.4%) لطلبة ماستر1 ونجد في المرتبة الثانية تأثير سلبي بنسبة مئوية قدرت ب (11.8%) وفي الأخير نجد تأثير ايجابي بنسبة بلغت (5.9%) وقابلتها تأثير ايجابي وسلبي معا بنسبة (77.8%) لصالح طلبة ماستر2، والمرتبة الثانية التأثير ايجابي بنسبة (13.9%) وأخيرا تأثير سلبي بنسبة بلغت (8.3%) .

والسبب وراء تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على الهوية الثقافية بالإيجاب والسلب معا بدا واضحا من خلال إجابة طلبة أفراد العينة، وإن متغير المستوى التعليمي له أثر كبير في إجابات الطلبة إلى حد ما، ولاحظنا أن الطلبة بكل مستوياتهم واعون بتأثيرات

الفصل الثالث: استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وأثرها على الهوية الثقافية للشباب

مواقع التواصل الاجتماعي رغم احتوائه على الكثير من الإيجابيات ولا يخلو من السلبيات.

الجدول رقم (36) يمثل تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على الهوية الثقافية حسب

متغير التخصص العلمي

المجموع		اتصال جماهيري ووسائط جديدة		اتصال وعلاقات عامة		التخصص العلمي
%	ت	%	ت	%	ت	العبارات
10%	7	9,7%	3	10,3%	4	إيجابي
10%	7	3,2%	1	15,4%	6	سلبي
80%	56	87,1%	27	74,4%	29	إيجابي وسلبي معا
100%	70	100%	31	100%	39	المجموع

يوضح الجدول رقم (34) الذي يمثل كيفية تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على الهوية الثقافية حسب التخصص العلمي أن **المرتبة الأولى** كانت لصالح تأثير إيجابي وسلبي معا بنسبة (87.1%) لطلبة تخصص اتصال جماهيري ووسائط جديدة **والمرتبة الثانية** كانت لصالح تأثير إيجابي بنسبة (9.7%) ونجد في **الأخير** تأثير سلبي بنسبة مئوية قدرت ب (3.2%) وفي المقابل نجد **المرتبة الأولى** لصالح اتصال وعلاقات عامة بنسبة (74.4%) وتقابلها في **المرتبة الثانية** نسبة (15.4%) لصالح تأثير سلبي **والمرتبة الأخيرة** كانت لصالح تأثير ايجابي بنسبة (10.3%) .

نستنتج من خلال المعطيات الكمية المتحصل عليها في الجدول أعلاه أنه توجد فروق في نسب تأثير استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على الهوية الثقافية حيث أجمع كل من طلبة التخصصين أن استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي أثر إيجابا وسلبا معا على هويتهم الثقافية . ونفس النتائج المتحصل عليها في الجدول رقم (35) أن تأثير مواقع التواصل الاجتماعي كان إيجابي وسلبي معا وهذا بحسب درجة اليقظة التي يتحلى بها الطالب حتى لا يقع رهينة التكنولوجيا وتصبح تتحكم فيه .

الفصل الثالث: استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وأثرها على الهوية الثقافية للشباب

الجدول رقم (37) : يمثل تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على اللغة لدى

أفراد العينة

العبارات	موافق بشدة		موافق		محايد		معارض		معارض بشدة	
	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت
زيادة المعلومات وتعزيز لغتك العربية	15,7%	11	62,9%	44	15,7%	11	1,4%	1	4,3%	3
ظهور مصطلحات وعبارات جديدة في أوساط الطلبة	21,4%	15	53%	37	17,1%	12	0%	0	8,6%	6
اكتساب لغات أجنبية جديدة	37,1%	26	43%	30	11,4%	8	0%	0	8,6%	6
إضعاف مكانة اللغة الأم مقارنة مع اللغات الأجنبية الأخرى	10%	7	19%	13	27,1%	19	11,4%	8	32,9%	23

من خلال القراءة الإحصائية لجدول رقم (37) الذي يمثل تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على اللغة. أن أفراد العينة **موافقون** على أن مواقع التواصل الاجتماعي ساهمت في زيادة المعلومات وتعزيز لغتهم العربية بنسبة (**62.9%**) في حين أن نسبة (**15.7%**) من أفراد العينة **موافق بشدة ومحايد** لهذا الطرح وفي المقابل نجد أن أفراد العينة **معارضون** بشدة بنسبة بلغت (**4.3%**) وفي الأخير نجد نسبة (**1.4%**) **معارضون** هذا الطرح .

من المعطيات المتحصل عليها تبين أن أفراد العينة **موافقين** على أن استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي ساهم في زيادة معلوماتهم وعززت لغتهم العربية ونسبة الموافقة جاءت مرتفعة جدا حيث قدرت ب **62.9%** ، في حين أن نسبة المعارضة جاءت منخفضة جدا مقارنة مع الموافقة حيث بلغت نسبتها المئوية ب **1.4%** . وهذا إن دل على شيء فهو أن مواقع التواصل الاجتماعي ساهمت في زيادة المعلومات وعززت

الفصل الثالث: استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وأثرها على الهوية الثقافية للشباب

مكانة اللغة العربية أمام اللغات الأخرى وهذا راجع إلى الاستغلال الجيد للتطور الحاصل في المجال التكنولوجي والتقني .

من خلال الجدول السابق نلاحظ أن أفراد العينة **موافقون** على أن مواقع التواصل الاجتماعي ساهمت في ظهور مصطلحات وعبارات جديدة في أوساط الطلبة بنسبة قدرت ب (**53%**) ويقابلها **موافق بشدة** بنسبة بلغت (**21.4%**) في حين أن نسبة (**17.1%**) من أفراد العينة **محايدون** لهذا الطرح وفي المقابل نجد أن أفراد العينة **معارضون** بنسبة بلغت (**8.6%**) وفي الأخيرة **معارض** بنسبة (**0%**) لهذا الطرح .

وتعزى هذه النتائج أن أفراد العينة موافقون على هذا الطرح وكانت نسبة الموافقة مرتفعة قدرت ب **53%** في حين كانت نسبة المعارضة بشدة منخفضة قدرت ب **8.6%** فهذا دليل على أن مواقع التواصل الاجتماعي أدت إلى ظهور مصطلحات وعبارات جديدة في أوساط الطلبة، وهذه الألفاظ على والمصطلحات استقوها من إيمانهم واستخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي وأن الطلبة أصبحوا يتواصلون فيما بينهم بمصطلحات غريبة عن مجتمعنا وعن لغتنا، فبعد غزو هذه الألفاظ العالم الافتراضي للطلبة نقلوها إلى عالمهم الواقعي وهذه أمثلة عن تلك العبارات والمصطلحات الدخيلة والمتداولة بين أوساط الشباب عامة والطلبة خاصة: " **جام JAIME** " و **SLT** و " **اوكي OK** " و " **تكوناكتي** " و " **تفايسبوكي** " و " **راك أون لاين** " وغيرها من الألفاظ والكلمات التي غزت أوساط الطلبة سواء أثناء تواصلهم في العالم الافتراضي أو حتى في عالمهم الواقعي تشابهت نتائج دراستنا مع دراسة **بريحة شريفة** في ما يخص لغة التواصل، توضح بأن جل الأجوبة تصب في اتجاه واحد، فلغة التواصل اليومية وسط المجتمع هي الدارجة الجزائرية التي تعرف بأنها مزيج بين اللغة العربية الفصحى (مع تحريف أو تغيير في بنية اللفظ) ومفردات من اللغة الفرنسية أو ما يُعرف ب **code witchin** (يعني التحدث

الفصل الثالث: استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وأثرها على الهوية الثقافية للشباب

بلغة ما ثم اللجوء إلى لغة أخرى) أو Borrowing (يعني كلمة من لغة ما تصاغ على حسب لغة أخرى) والدارجة أو العامية قريبة من اللغة العربية الفصحى.¹ من خلال نفس الجدول السابق في عبارة اكتساب لغات أجنبية جديدة أن أفراد العينة موافقون بنسبة قدرت ب (43%) ويليها موافق بشدة بنسبة (37.1%) في حين أن (11.4%) من أفراد العينة محايدون فيما يخص هذا الطرح في حين أن بلغت نسبة المعارضة بشدة ب (08.6%) وفي الأخير نجد أن أفراد العينة معارضون على أن مواقع التواصل ساهمت في اكتساب لغات أجنبية جديدة بنسبة بلغت (0%).

وتعزى هذه النتائج التي تحصلنا عليها أن أفراد العينة موافقون على هذا للطرح بنسبة مرتفعة قدرت ب 43% ونسبة المعارضة بشدة جاءت منخفضة وهذا دليل على أن أفراد العينة بعد تعرضهم لمواقع التواصل الاجتماعي أثر إيجابا على فئة الطلبة وذلك باكتساب لغات أجنبية جديدة حيث يسهل عليهم التواصل مع العالم الخارجي وإبداء آرائهم دون وجود عراقيل بالإضافة إلى المساعدة على تطوير البحث العلمي من خلال الاطلاع على آخر المستجدات في كافة الميادين واختراق الفجوة العلمية بين الغرب والعرب وتشابهت نتائج دراستنا مع دراسة الخنساء تومي في المقابل لا نغفل عن أهمية اللغات وتنوعها ضمن الحقل الجامعي، باعتباره إطار لتنمية المعارف والبحوث، فهي من جهة أمر يطمئن على أنه شباب محافظ على لغة القرآن الكريم، لكن تبقى الفجوة العلمية إن لم تتوفر لغات أخرى.²

¹ - شريفة بريحة : التغيرات السوسيو- ثقافية وأثرها على الهوية الثقافية للمجتمع الجزائري - دراسة سوسيو ثقافية لبعض مؤشرات التغير أنموذجا عبر بعض المدن الجزائرية - ، أطروحة دكتوراه، العلوم الاجتماعية، تخصص علم الاجتماع، جامعة وهران 02، الجزائر، الموسم الجامعي 2015 / 2016، ص 181 .

² - الخنساء تومي : دور الثقافة الجماهيرية في تشكيل هوية الشباب الجامعي - جامعة محمد خيضر أنموذجا - ، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه، علم الاجتماع، تخصص علم اجتماع واتصال، جامعة محمد خيضر، بسكرة، الموسم الجامعي 2016 / 2017، ص 317 .

الفصل الثالث: استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وأثرها على الهوية الثقافية للشباب

تشير البيانات الكمية من خلال نفس الجدول السابق في عبارة إضعاف مكانة اللغة الأم مقارنة مع اللغات الأجنبية الأخرى أن أفراد العينة معارضون بشدة وبنسبة قدرت ب (32.9%) وفي المقابل قدرت نسبة المحايدة لهذا الطرح (27.1%) في حين أن أفراد العينة موافقون بنسبة قدرت ب (19%) وتقابلها نسبة (11.4%) من المعارضون وأخيرا عبارة موافق بشدة لهذا الطرح بنسبة بلغت (10%).

نستنتج من النتائج التي تحصلنا عليها أن إجابات أفراد العينة متقاربة من بعثها البعض فهم معارضون بشدة على أن مواقع التواصل الاجتماعي تؤثر على إضعاف مكانة اللغة الأم مقارنة مع اللغات الأخرى حيث كانت النسبة متوسطة قدرت ب 32.9%، والمحايدین بلغت نسبهم 27.1% في حين الموافقين بشدة بلغوا 10%، فهذا يمثل مؤشر خطر على اللغة العربية في حال سيطرت اللغات الأجنبية على الولوج للتقنيات المختلفة خاصة اللغة الإنجليزية فهي لغة العلم ولغة العالم وذلك ما لحضناه في العبارة السابقة أن أفراد العينة موافقون على أن مواقع التواصل الاجتماعي ساهمت في ظهور وتعلم لغات أجنبية أخرى لكن هذا لا يدل على أن مواقع التواصل الاجتماعي قادرة على إضعاف مكانة اللغة الأم ولكن بالعكس تعمل على تمجديها وحمايتها فهي لغة القرآن الكريم .

الجدول رقم (38) يمثل تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على العادات والتقاليد لأفراد

العينة .

العبارات	موافق بشدة		موافق		محايد		معارض		معارض بشدة	
	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%
اعتزازك بعاداتك وتقاليدك المحلية	20	28.60%	30	43%	12	17.10%	3	4.30%	5	7.10%
التعريف بعاداتك وثقافتك المختلفة والعمل على نشرها	24	34.30%	32	46%	9	12.90%	2	2.90%	3	4.30%

الفصل الثالث: استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وأثرها على الهوية الثقافية للشباب

نلاحظ من خلال الجدول رقم (38) الذي يمثل تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على العادات والتقاليد لأفراد العينة في عبارة **اعتزازك بعاداتك وتقاليدك المحلية أن أفراد العينة موافقون** على هذا الطرح بنسبة بلغت (43%) وتليها عبارة **موافق بشدة بنسبة (28.60%)** وتقابلها عبارة **محايد بنسبة بلغت (17.10%)** وأخيرا عبارة **معارض بشدة بنسبة (7.10%)** وتقابلها عبارة **معارض بنسبة (4.30%)** .

نجد أن أفراد العينة موافقون على أن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لم يؤثر على العادات والتقاليد بل جعلتهم يعتزون بعاداتهم وتقاليدهم المحلية بنسبة مرتفعة بنسبة قدرت ب43%، في حين بلغت نسبة المعارضة 4.30%، فهي منخفضة جدا مقارنة مع الموافقين وهذا دليل على أن أفراد العينة متمسكين بعاداتهم وتقاليدهم رغم التطور الحاصل في شتى المجالات وخاصة في مجال الثقافة والانفتاح على الثقافات العالمية الأخرى ويعملون على الترويج لها من خلال مواقع التواصل الاجتماعي .

نلاحظ من خلال السابق في عبارة **التعريف بعاداتك وثقافتك المختلفة والعمل على نشرها** بأن أفراد العينة **موافقون** على هذا الطرح بنسبة (46%) وتليها عبارة **موافق بشدة** و قدرت نسبتها (34.30%) في حين أن نسبة (12.90%) كانت لصالح **محايد** لهذا الطرح ونجد أن عبارة **معارض بشدة** قدرت نسبتها ب (4.30%) وأخيرا **معارض** بنسبة قدرت ب (2.90%) .

ومنه نجد أن أفراد العينة موافقون بنسبة 46% على أن مواقع التواصل الاجتماعي تعمل على نشر والتعريف بعاداتهم وثقافتهم وإعطاء لمحة عن الثقافة الجزائرية للخارج قصد التعريف بها في حين أن نسبة المعارضة على هذا الطرح جاءت منخفضة جدا حيث قدرت النسبة المئوية ب 2.90%. حيث تختلف نتائج دراستنا مع نتائج دراسة حبيبية

الفصل الثالث: استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وأثرها على الهوية الثقافية للشباب

ونوعي التي توصلت إلى أن مجموع استجابات عينة الدراسة، أن فيسبوك ساهم في زرع عادات وتقاليد دخيلة على مجتمعه، والتشجيع على التقليد والمحاكاة.¹

جدول رقم (39) يمثل تأثير مواقع التواصل لاجتماعي على الثقافة و الانتماء

لأفراد العينة.

العبارات	موافق بشدة		موافق		محايد		معارض		معارض بشدة	
	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%
التقليل من شأن الثقافة المحلية	7	10%	3	4.3%	22	31.40%	8	11.40%	30	42.90%
روح التبعية للثقافة الغربية وتمجيدها	16	22.90%	23	33%	17	24.30%	4	5.70%	10	14.30%
نشر ثقافة التقليد الأعمى للآخر	10	14.30%	16	23%	15	21.40%	4	5.70%	25	35.70%
تعزيز روح الانتماء الوطني	26	37.10%	34	49%	7	10%	2	2.90%	1	1.40%
أثرت على الموضة واللباس وقصات الشعر	21	30%	17	24%	18	25.70%	5	7.10%	9	12.90%

من خلال الجدول رقم (39) الذي يهتّل تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على الشعور بالانتماء لأفراد العينة في عبارة التقليل من شأن الثقافة المحلية نلاحظ بأن أفراد العينة معارضون بشدة بنسبة (42.9%) وفي المقابل نجد المحايد بنسبة قدرت ب (31.40%) وبلغت نسبة المعارضون بنسبة (11.40%) في حين بلغت نسبة الموافقة بشدة ب (10%)، وفي الأخير نجد أن أفراد العينة موافقون على هذا الطرح وبنسبة قدرت ب (4.30%).

¹ حبيبة ونوعي : مظاهر الاغتراب الثقافي في مواقع التواصل الاجتماعي - الفيسبوك نموذجا - (دراسة ميدانية على عينة من الشباب الجامعي بالمسيلة) ، مذكرة لنيل شهادة الماستر، قسم علوم الإعلام والاتصال، تخصص اتصال وعلاقات عامة، جامعة محمد بوضياف - المسيلة - الجزائر، السنة الجامعية 2017، ص 108.

الفصل الثالث: استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وأثرها على الهوية الثقافية للشباب

وتعزى هذه النتائج التي تحصلنا عليها أن أفراد العينة معارضون بشدة على أن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي يؤثر على هذا الطرح بنسبة 42.9%، في حين قدرت نسبة 4.30% من أفراد العينة موافقون على الطرح فهي نسبة ضعيفة مقارنة مع المعارضون بشدة فهذا يدل على أن أفراد العينة متمسكين بثقافتهم المحلية وفخورين بها ويعملون على دعمها والتشهير بها والمحافظة عليها من خلال استخدام مواقع التواصل الاجتماعي تشابهت نتائج دراستنا مع دراسة كل من **عبد الحكيم محية ويونس جواني** فتمثلت نتائج دراستهم أن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي يساهم في نشر الثقافات المحلية رغم الغزو الثقافي كونها فضاء حر لتبادل المعلومات¹ تشير بيانات الجدول السابق في **عبارة روح التبعية للثقافة الغربية وتمجيدها** أن أفراد العينة موافقون على هذا الطرح وبنسبة قدرت ب (33%) في حين أن بلغت نسبة المحايد (24.30%) أما نسبة الموافقة بشدة فقد قدرت نسبتها ب (22.90 %) في حين أن المعارضون بشدة قدرت نسبتهم ب (14.30 %) وفي الأخير نجد أن أفراد العينة معارضين هذا الطرح بنسبة (5.70%) .

وتعزى هذه النتائج التي تحصلنا عليها أن أفراد العينة موافقون على هذا الطرح بنسبة 33%، في حين أفراد العينة معارضون بنسبة 5.70% فأفراد العينة أثرت فيهم مواقع التواصل الاجتماعي وجعلته تابع للثقافة الغربية وأصبح يمجدها ويسير على نهجها وذلك راجع إلى التفاعل والتداخل الحاصل بين الثقافات الذي فرضته العولمة الثقافية .

اختلفت نتائج دراستنا مع نتائج دراسة غالبية غضبان حيث أكد أفراد العينة أنهم يطلعون على الثقافات الغربية ويتعارفون على أشخاص من جنسيات ومن ديانات مختلفة، لكنهم يعتبرون ثقافتهم العربية والإسلامية خط أحمر لا يمكن تجاوزه، حيث أنهم لا يمجدون الثقافات الغربية على حساب هويتهم وثقافتهم العربية الإسلامية.²

¹ - عبد الحكيم محية ويونس جواني : مرجع سابق ذكره، ص 119 .

² - غالبية غضبان : مرجع سابق ذكره، ص 204 .

الفصل الثالث: استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وأثرها على الهوية الثقافية للشباب

من خلال نفس الجدول السابق في عبارة نشر ثقافة التقليد العمى للآخر أن أفراد العينة كانت إجاباتهم لصالح معارض بشدة نسبته (35.70%)، وفي المقابل نجد أن أفراد العينة موافقون على هذا الطرح بنسبة بلغت (23%) في حين بلغت نسبة المحايدة (21.40%) وتقابلها موافق بشدة وقدرت نسبتها (14.30) وأخيرا نجد أن أفراد العينة معارضون هذا الطرح بنسبة (5.70%).

والملاحظ من خلال النتائج التي تحصلنا عليها أن أفراد العينة معارضون بشدة بنسبة 35.70% على هذا الطرح في حين قدرت نسبة الموافقين بشدة 14.30% من أفراد العينة وهناك فرق كبير بين النسبتين فرغم أن أفراد العينة في العبارة السابقة وافق على تمجيد الثقافة الغربية إلى أنهم يرفضون بشدة نشر ثقافة التقليد العمى لأن هناك فرق كبير بين النسبتين فهذا يؤكد أن أفراد العينة باستخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي لا يعني بالضرورة نشر ثقافة الآخر .

من خلال نفس الجدول السابق في عبارة تعزيز روح الانتماء للوطن نلاحظ أن أفراد العينة موافقون على هذا الطرح وبنسبة قدرت ب (49%) وتقابلها موافق بشدة لهذا الطرح بنسبة بلغت (37.10%) في حين أن نسبة المحايدة قدرت ب (10%) وتليها معارض بنسبة بلغت (2.90%) وفي الأخير نجد المعارضة بشدة لهذا الطرح بنسبة (1.40%).

وتعزى هذه النتائج أن أفراد العينة موافقون على هذا الطرح بنسبة 49% في أنهم معارضون بنسبة 2.90% وهذا الفرق الشاسع بين الموافقة والمعارضة دليل على أن أفراد العينة معترزين كثيرا بالانتماء على وطنهم وحيزهم الجغرافي ويعملون على نشر ثقافته ويعملون على ترويجها والتشهير بها في الخارج فتعزيز الانتماء إلى الوطن خط احمر بالنسبة لأفراد العينة فهو يعبر عن هويته وأصوله وانتمائه وتشابهت نتائج دراستنا مع دراسة أحمد علي كنعان ولكن من خلال التداعي الحر تبين أن الانفتاح الثقافي الذي

الفصل الثالث: استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وأثرها على الهوية الثقافية للشباب

ينشدونه مشروط بالحفاظ على الهوية القومية ولا يتم إلا من خلالها. ضرورة الاعتزاز بثقافة الأمة وأصالتها وقوميتها دون انغلاق أو تعصب.¹

نلاحظ من خلال نفس الجدول السابق في عبارة أثرت على الموضة واللباس وقصات الشعر أن أفراد العينة موافقون بشدة بنسبة بلغت (30%) ويلبها المحايدة لهذا الطرح وبنسبة (25.70%)، في حين أن نسبة (24%) من أفراد العينة موافق على أن مواقع التواصل الاجتماعي أثرت على الموضة واللباس وقصات الشعر وفي المقابل أنهم معارضون بشدة وبنسبة قدرت ب (12.90%)، وفي الأخير نجدهم معارضون بنسبة (7.10%).

ومنه نستنتج أن أفراد العينة موافقون بشدة بخصوص هذا الطرح و قدرت نسبة الموافقة بشدة 30%، في حين بلغت نسبة المعارضة ب 7.10% وهذا التباين الشاسع بين النسبيتين دليل على أن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي من قبل أفراد العينة أثر على موضة وطريقة لباس أفراد العينة بالإضافة إلى ظهور أنواع مختلفة من قصات الشعر وهذا راجع إلى تقليد المشاهير وتشابهت نتائج دراستنا مع دراسة الخنساء تومي التي توصلت إلى أن موضة اللباس وقصات الشعر ما هي إلا انعكاس لما يُعرض عبر وسائل الإعلام. فالاهتمام بالموضة في الجانب الخاص بقصات الشعر أو اللباس ليس إلا لتوضيح الجانب الاستهلاكي وطغيانه على الحياة الاجتماعية، ونشير في هذا المقام إلى أن الحرم الجامعي اليوم أضحى عبارة عن تكتلات بين الطلبة، مقياسهم في ذلك المظهر الخارجي، فكل أفراد المجموعة تطغى عليهم روح الجماعة بدايتها في التطابق من ناحية اللباس والحديث وقصة الشعر، فإذا كنت مختلفا عن أفراد المجموعة بطريقة ضمنية تُلغى منها.²

¹ - أحمد علي كنعان مرجع سابق ذكره، ص 429 .

² - الخنساء تومي: مرجع سابق ذكره، ص 373 .

الفصل الثالث: استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وأثرها على الهوية الثقافية للشباب

الجدول رقم (40) يمثل تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على سلوك

أفراد العينة .

معارض بشدة		معارض		محايد		موافق		موافق بشدة		محور السلوك
%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	
20%	14	8.60%	6	27.10%	19	29%	20	15.70%	11	تنعكس مضامين مواقع التواصل الاجتماعي على سلوكياتك
25.70%	18	8.60%	6	22.90%	16	30%	21	12.90%	9	تبنى سلوكيات لا تتماشى مع قيم مجتمعك
7.10%	5	4.30%	3	17.10%	12	53%	37	18.60%	13	ملئ وقت الفراغ بتفعيل النشاطات الخيرية

يتعلق الجدول رقم (40) الذي يمثل أثر مواقع التواصل الاجتماعي على السلوك وفي عبارة تنعكس مضامين مواقع التواصل الاجتماعي على سلوكياتك نلاحظ أن أفراد العينة موافقون على هذا الطرح بنسبة (29%) وفي المقابل نجد أن أفراد العينة محايدون لهذا الطرح بنسبة بلغت (27.10%) في حين بلغت نسبة المعارضون بشدة ب (20%) أما الموافقون بشدة فبلغت نسبتهم (15.70%) وأخيرا معارضون لهذا الطرح بلغت نسبتهم (8.60%) .

وتعزى هذه النتائج على أن أفراد العينة موافقون على هذا الطرح بنسبة متوسطة حيث قدرت نسبة الموافقة 27.10%، في حين جاءت نسبة المعارضة منخفضة جدا حيث بلغت 8.60%، حيث أجمع أفراد العينة من خلال موافقتهم على هذا الطرح أن مضامين مواقع التواصل الاجتماعي أثرت على سلوكهم بين الايجابي والسلبي، حيث تشابهت نتائج دراستنا مع دراسة فهد بن علي الطيار حيث أظهرت نتائج الدراسة أن أفراد الدراسة يرون أن الإنترنت له دور فعال في تنمية أنماط سلوكية جديدة، وأن الأنماط السلوكية المكتسبة تتنافى مع القيم الخلقية الإسلامية، حيث إن من أفراد العينة من يرون أن الإنترنت ينشر

الفصل الثالث: استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وأثرها على الهوية الثقافية للشباب

الفضيلة والرذيلة ويرون أن الإنترنت وسيلة فعالة لإضعاف القيم الإسلامية للشباب المسلم¹.

نلاحظ من نفس الجدول السابق في عبارة تبني سلوكيات لا تتماشى مع قيم مجتمعك أن أفراد العينة موافقون على تبني سلوكيات لا تتماشى مع قيم المجتمع وقدرت نسبتهم ب (30%) وفي المقابل نجد معارض بشدة لهذا الطرح بنسبة (25.70%) ويليها محايد بنسبة بلغت (22.90%) أما نسبة الموافقون بشدة فبلغت (12.90%) وأخيرا المعارضون لهذا الطرح قدرت نسبتهم ب (8.60%).

من خلال هذا الطرح نستنتج أن أفراد العينة موافقون على تأثير مواقع التواصل الاجتماعي من خلال تبني سلوكيات لا تتماشى مع قيم المجتمع حيث جاءت نسبة الموافقة متوسطة قدرت ب 30%، في حين أن نسبة المعارضة من طرف أفراد العينة جاءت منخفضة قدرت ب 8.60%، ومن خلال هذه النتائج نستنتج أن مواقع التواصل الاجتماعي أثرت سلبا على سلوك الطلبة الجامعيين من خلال تبني سلوكيات لا تتماشى مع قيم المجتمع وكذلك تبني سلوكيات دخيلة بين أوساط الطلبة وتشابهت نتائج دراستنا مع دراسة كاتب فارس وعقون دنيا التي توصلت إلى أن جل السلوكيات المتبنية لا تتماشى مع قيم المجتمع لدى أغلبية المبحوثين وأن مضامين مواقع التواصل الاجتماعي تخلق سلوكيات دخيلة².

من خلال نفس الجدول السابق في عبارة ملئ وقت الفراغ بتفعيل النشاطات الخيرية نلاحظ أن أفراد العينة موافقون على هذا الطرح بنسبة بلغت (53%) ويقابلها موافق بشدة بنسبة (18.60%) ويقابلها عبارة محايد بلغت نسبتهم (17.10%) في حين أن نسبة المعارضة بشدة قدرت ب (7.10%) وفي الأخير نجد عبارة معارض لهذا الطرح بنسبة (4.30%).

¹ - فهد بن علي الطيار : مرجع سابق ذكره، ص 218 .

² - كاتب فارس وعقون دنيا مرجع سابق ذكره، ص 136 .

الفصل الثالث: استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وأثرها على الهوية الثقافية للشباب

وتشير البيانات أن أفراد العينة موافقون بشدة على هذا الطرح وكانت نسبة الموافقة مرتفعة حيث قدرت ب 53%، في حين كانت نسبة المعارضة لدى الأفراد منخفضة جدا حيث قدرت ب 4.30%، فهذا يدل على أن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي من قبل أفراد العينة ساهم في تقوية سلوكياتهم من خلال ملئ وقت الفراغ في تفعيل الأنشطة الخيرية بدل تضييع أوقاتهم في أشياء لا تنفعهم فهنا نرى أن تأثير مواقع التواصل الاجتماعي تأثير إيجابي على سلوك أفراد العينة .

جدول رقم (41) يمثل تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على الهوية الثقافية حسب متغير الجنس .

المجموع		أنثى		ذكر		الجنس
%	ت	%	ت	%	ت	العبارات
24,4%	30	17,4%	12	33,3%	18	الرغبة في الهجرة نحو الخارج
16,3%	20	17,4%	12	14,8%	8	الشعور بالاغتراب عن الواقع الحقيقي وعدم الانتماء إليه
15,4%	19	18,8%	13	11,1%	6	التغيير في نمط اللباس وتقليد المشاهير
17,9%	22	17,4%	12	18,5%	10	ترك بعض العادات والتقاليد
26,0%	32	29%	20	22,2%	12	التغيير في بعض المبادئ والقيم
100%	123	100%	69	100%	54	المجموع

يبين الجدول رقم (41) الذي يمثل تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على الهوية الثقافية حسب متغير الجنس نلاحظ أن التأثير كان من خلال أن المرتبة الأولى كانت لصالح الذكور بنسبة(33.3%) ويليهما التغيير في بعض المبادئ والقيم بنسبة بلغت(22.2%) ثم نجد نسبة (18.5%) لصالح عبارة ترك بعض العادات والتقاليد وبالمقابل الشعور بالاغتراب عن الواقع الحقيقي وعدم الانتماء إليه (14.8%) وفي

الفصل الثالث: استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وأثرها على الهوية الثقافية للشباب

الأخير نجد عبارة التغيير في نمط اللباس وتقليد المشاهير بنسبة (11.1%) أما الإناث فكان لصالح التغيير في بعض المبادئ والقيم بنسبة بلغت (29%) وفي المقابل نجد التغيير في نمط اللباس وتقليد المشاهير (18.8%).

من خلال المعطيات الإحصائية المتحصل عليها في الجدول أعلاه توجد فروق في

نسب تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على الهوية الثقافية من خلال الرغبة في الهجرة نحو الخارج وتعزى هذه النتائج لصالح الذكور وأن مواقع التواصل الاجتماعي أدت إلى الانفتاح على العالم الخارجي والتعرف على ثقافات وبلدان مختلفة، في حين الإناث يرون أنها أثرت على تغيير بعض المبادئ والقيم وذلك من خلال تبني سلوكيات جديدة.

جدول رقم (42) يمثل تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على الهوية الثقافية حسب

متغير المستوى الدراسي .

المجموع		ماستر2		ماستر1		المستوى الدراسي
%	ت	%	ت	%	ت	
24,4%	30	23,2%	13	25,4%	17	الرغبة في الهجرة نحو الخارج
16,3%	20	14,9%	10	14,9%	10	الشعور بالاغتراب عن الواقع الحقيقي وعدم الانتماء إليه
15,4%	19	12,5%	7	17,9%	12	لتغيير في نمط اللباس وتقليد المشاهير
17,9%	22	12,5%	7	22,4%	15	ترك بعض العادات والتقاليد
26,0%	32	33,9%	19	19,4%	13	التغيير في بعض المبادئ والقيم
100%	123	100%	56	100%	67	المجموع

يتضح لنا من خلال الجدول رقم (42) الذي يمثل تأثير مواقع التواصل الاجتماعي

على الهوية الثقافية حسب متغير المستوى الدراسي أنها أثرت على طلبة ماستار 1 من خلال عبارة الرغبة في الهجرة نحو الخارج وبنسبة مئوية قدرت ب(25.4%) في حين أن نسبة (22.4%) لصالح ترك بعض العادات والتقاليد ويليها التغيير في بعض المبادئ والقيم بنسبة (19.4%) وفي المقابل التغيير في نمط اللباس وتقليد المشاهير (17.9%)

الفصل الثالث: استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وأثرها على الهوية الثقافية للشباب

وفي الأخير الشعور بالاغتراب عن الواقع الحقيقي وعدم الانتماء إليه بنسبة (14.9%) . أما طلبة ماستر 2 كان تأثير المواقع على الهوية الثقافية من خلال التغيير في بعض المبادئ والقيم بنسبة (33.9%) ويليها الرغبة في الهجرة نحو الخارج بنسبة بلغت (23.2%) و أخيرا الشعور بالاغتراب عن الواقع المعاش بنسبة(14.9%) .

يرجع سبب تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على الهوية الثقافية من خلال التغيير في بعض المبادئ والقيم وتعزى هذه النتائج لصالح طلبة ماستر 2 وسببه أن مواقع التواصل الاجتماعي ساهمت في تبني سلوكيات أفكار جديدة مروج لها من قبل هاته المواقع، وفي المقابل نجد الرغبة في الهجرة نحو الخارج لصالح طلبة ماستر 1 وذلك أنهم يرغبون في إتمام دراستهم في الخارج والحصول على تكوين أجنبي لتحقيق طموحاتهم جعلهم يتمنون الهجرة وكذلك التعرف على ثقافات مختلفة في أنحاء العالم .

جدول رقم (43) يمثل تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على الهوية الثقافية حسب

متغير التخصص العلمي .

المجموع		اتصال جماهيري ووسائط جديدة		اتصال وعلاقات عامة		التخصص العلمي
%	ت	%	ت	%	ت	العبارات
24,4%	30	27,5%	14	22,2%	16	الرغبة في الهجرة نحو الخارج
16,3%	20	15,7%	8	16,7%	12	الشعور بالاغتراب عن الواقع الحقيقي وعدم الانتماء إليه
15,4%	19	17,6%	9	13,9%	10	لتغيير في نمط اللباس وتقليد المشاهير
17,9%	22	19,6%	10	16,7%	12	ترك بعض العادات والتقاليد
26,0%	32	19,6%	10	30,6%	22	التغيير في بعض المبادئ والقيم
100%	123	100%	51	100%	72	المجموع

من خلال الجدول رقم (43) الذي يمثل تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على الهوية الثقافية حسب متغير التخصص العلمي نلاحظ أن طلبة اتصال وعلاقات عامة يرون تأثير المواقع على الهوية من خلال التغيير في بعض المبادئ والقيم بنسبة (30.6%)

الفصل الثالث: استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وأثرها على الهوية الثقافية للشباب

وتليها عبارة الرغبة في الهجرة نحو الخارج بنسبة مئوية قدرت بـ (22.2%) وأخيرا التغيير في نمط اللباس وتقليد المشاهير بنسبة بلغت (13.9%). أما طلبه اتصال جماهيري ووسائط جديدة فأثرت من خلال الرغبة في الهجرة نحو الخارج بنسبة بلغت (27.5%) وتقابلها التغيير في نمط اللباس وتقليد المشاهير بنسبة (16.7%) وأخيرا الشعور بالاغتراب عن الواقع الحقيقي وعدم الانتماء إليه بنسبة (15.7%).

وتعزى هذه لنتائج لصالح اتصال وعلاقات عامة من خلال التغيير في بعض المبادئ والقيم، وفي المقابل لصالح طلبه اتصال جماهيري ووسائط جديدة يرون أنها أثرت من خلال الرغبة في الهجرة نحو الخارج رغبتا منهم في الحصول على منح للدراسة في الخارج .

النتائج العامة

للكراسة

النتائج العامة للدراسة

من خلال الدراسة الميدانية التي طبقت فيها أداة الاستمارة " الاستبيان " على مجتمع البحث المتمثل في طلبة الإعلام والاتصال بجامعة الجبيلي بونعامة - خميس مليانة - المستخدمين لمواقع التواصل الاجتماعي وبعد تحليل البيانات وتفسيرها يمكن الخروج بالاستنتاجات الآتية :

المحور الأول : عادات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لدى طلبة جامعة خميس مليانة .

- 1) أن أغلبية المبحوثين يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي بشكل دائم.
- 2) أغلبية أفراد العينة يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي بصفة غير منتظمة.
- 3) كما أن الفترات التي يستخدم فيها المبحوثين مواقع التواصل الاجتماعي حسب الحاجة وذلك لسبب لانشغالات اليومية والدراسة.
- 4) من بين أهم المواقع استخداما حسب درجة الاستخدام في أوساط المبحوثين هو موقع فيسبوك.
- 5) يستخدم المبحوثين كل من الاسم الحقيقي والمستعار في مواقع التواصل الاجتماعي .
- 6) يرجع سبب استخدام الاسم الحقيقي حسب رأي أفراد العينة إلى الرغبة في الظهور بالهوية الحقيقية وحتى يجدهم معارفهم وأصدقائهم بسهولة.
- 7) في حين يرجع أفراد العينة سبب استخدامهم للاسم المستعار هو الرغبة في التصرف بحرية حتى لا يتعرف الآخرون على هويتهم .

المحور الثاني : دوافع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لدى طلبة جامعة خميس مليانة .

- 8) الدوافع التي أدت أفراد العينة لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي هي مناقشة الأحداث اليومية والتفاعل مع الأصدقاء وكذلك زيادة الرصيد المعرفي .

9) المواضيع التي يركز عليها المبحوثين في مشاركتها على مواقع التواصل الاجتماعي هي المواضيع المتنوعة والمواضيع ذات الطابع الاجتماعي .

10) من بين الاشباعات المحققة حسب الأهمية للمبحوثين عند تعرضهم لمواقع التواصل الاجتماعي هي زيادة المعلومات والمعارف وكذلك المتعة وتسلية الذات .

المحور الثالث : مؤشرات الهوية الثقافية لدى أفراد العينة

11) أغلبية أفراد العينة يرون أن تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على الهوية الثقافية تأثير إيجابي وسلبى معا.

12) تبين نتائج أثار مواقع التواصل الاجتماعي على مقومات الهوية الثقافية، في مؤشر اللغة أبدت العينة موافقتها أن مواقع التواصل الاجتماعي تعزز اللغة العربية.

13) وفي مؤشر العادات والتقاليد نتج أن أفراد العينة موافقون على الاعتزاز بالعادات والتقاليد المحلية والعمل على نشرها.

14) فيما يخص مؤشر الثقافة والانتماء لاحظنا أن أفراد العينة موافقون على الاعتزاز وروح الانتماء الوطني ومعارضون بشدة على أن مواقع التواصل الاجتماعي تؤثر على الثقافة المحلية وتقلل من شأنها.

15) أما في مؤشر السلوك لاحظنا أن مواقع التواصل الاجتماعي ساهمت في ملئ وقت الفراغ في تفعيل الأنشطة الخيرية

16) كما أن مواقع التواصل الاجتماعي أثرت على الهوية الثقافية لأفراد العينة من خلال الرغبة في الهجرة نحو الخارج والتغيير في بعض المبادئ والقيم بالإضافة إلى التغيير في نمط اللباس وتقليد المشاهير .

الاقتراحات والتوصيات :

- يكون مستخدم مواقع التواصل الاجتماعي صاحب شخصية فذة ويطور من ذاته على الواقع لكي لا تصبح هويته سهلة للطمس والمحو .
- حماية الهوية من الاختراق من خلال ممارسة الهوية الثقافية لكل فرد حسب عاداته ومجتمعه والمنطقة التي ينتمي إليها .
- التقليل من استخدام وسائل التواصل الاجتماعي .
- الاعتراف بهويته وحماية هويته الثقافية والاعتزاز بها
- التمسك بالمبادئ و القيم والاعتزاز بالوطن والثقافة
- السعي للتعريف بالهوية الثقافية والوطنية ونشرها عبر هذه المواقع والاستخدام العقلاني لها .
- الحفاظ على مكونات الثقافة والهوية واستغلال الانترنت في إثراء الرصيد واكتشاف ثقافات الآخرين
- الحفاظ على الهوية الثقافية يتجسد بالرجوع إلى الأصل والانتماء والحفاظ على قيم المجتمع المحلي للأفراد والعمل على تعزيز القيم بتفعيلها عبر منصات التواصل الاجتماعي
- سلاح ذو حدين الإصرار على تشديد الرقابة الأسرية والقانونية على كل الوسائط والمواقع.
- يجب تكثيف دور مواقع وسائل الإعلام التي من بين أهم أدوارها الحفاظ على الهوية الثقافية.
- أن يطور المتصفح من شخصيته ويجعلها صلبة أي لا يتأثر بكل ما يراه ويسمعه

➤ إن متابعة تربية الآباء لأولادهم مع تلقينهم وتعليمهم على العادات والتقاليد شيء جيد لذا يجب التعاون للحفاظ عليها بكل الطرق ولعل أحدها هذه المواقع من خلال مساهمتها في التعريف بثقافتنا والاعتزاز بها

➤ بناء الفرد بناء حقيقي كالتركيز على مادة التاريخ في المدرسة ووضع لها أعلى معامل مع الاهتمام بتدريس التوحيد والعقيدة و السيرة في المدرسة وفي جميع الأطوار

➤ تأهيل الفرد قبل بداية استخدام لمواقع تواصل اجتماعي عن طريق إظهار محاسن ومساوئها.

➤ يجب ترسيخ الهوية الثقافية الخاصة بنا وعدم الانسياق وتقليد الثقافات الأخرى وأنا لا أقول أن نبقى في الماضي بل نحافظ على هويتنا بالموازاة مع المحيط الذي نعيش فيه والذي يؤثر على حياتنا

➤ تبني ما هو ايجابي و ترك كل الأشياء التي لا تتلاءم مع ثقافتنا و قيمنا و تراثنا

➤ الاستخدام العقلاني للوسائل التواصل الاجتماعي وعدم فتح الباب بمصراعيه أمام هذا الطوفان التكنولوجي للحفاظ علي قيم الدين الإسلامي وذلك من خلال جعل هذا الفضاء مسرحا للنقاش العلمي والأدبي الذي يساعد الطالب في تطوير خبراته والرفع من مستواه

➤ ترسيخها وتثبيتها والحفاظ على هذا الموروث من ليس لديه ماضي لن يكون له حاضر ولا مستقبل.

خاتمة

في الأخير نستج أن مواقع التواصل الاجتماعي تشكل حيزا كبيرا ومهما في حياة أفراد المجتمع عامة والشباب خاصة من حيث تسارع المعلومات ونقل الأحداث وتبادل الخبرات والأفكار هذا ما مكنها من استحواذ العديد من فئات المجتمع، بالإضافة إلى الشعبية الكبيرة التي تحظى بها بين المستخدمين .

حيث أصبحت هذه المواقع تمثل تحديا حقيقيا للهوية الثقافية عن طريق اختراق خصوصياتها ومحو مقوماتها وعناصرها، فمن خصائص مواقع التواصل الاجتماعي هيا إلغاء حدود الزمان والمكان حيث ساهم في حدوث امتزاج بين الثقافات وتبنيها على حساب تسويق القيم بدلا من التصدي لها، من خلال إخضاع الفرد إلى قانون المثير والاستجابة، حيث قامت بتعزيز مكانة اللغة التي تعتبر عن هوية وأصالة الأمة والاعتزاز بالانتماء الوطني مهمة لتوصيل محتوى الرسالة، وفي نفس الوقت كان لها الفضل في نشر تراث المجتمع الذي نشأ فيه من عادات وتقاليد والتمايز الموجود بينهم وبين المجتمعات الأخرى لاكتساب اتجاهات تناسب دوره في عملية نشر هويته الثقافية وإبراز ثقافة الغير وهذا ما يسمى بثقافة التواصل المشتركة. ولكن أثرت على نمط اللباس من خلال تقليد المشاهير في طريقة اللباس وكذلك قصات الشعر ما يعرف "بالقزع" وهو أمر نهانا ديننا عنه، بالإضافة إلى تبني سلوكيات لا تتماشى وقيم المجتمع الجزائري المعروف بتحفظه .

وعلى هذا الأساس نقول أن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي كان لها أثر إيجابي وسلبى على الهوية الثقافية للشباب في جملة من العناصر قمنا سبقا إلى التطرق إليها فهويتنا الثقافية هي بطاقة حياتنا وجب النهوض والمحافظة عليها من أي تهديدا توجب علينا نشرها وحمايتها من أي اختراق خارجي فمي تمثل ماضينا وحاضرنا ومستقبلنا وتعبير عن أصالتنا وانتمائنا.

قائمة المراجع

قائمة المراجع

1. أحمد درويش: ثقافتنا في عصر العولمة، ط1، لونجمان للنشر، مصر، 2003 .
2. احمد زهير عبد الرزاق احمد اليوسف: العولمة الثقافية، مجلة الأكاديمية العلمية العراقية، العدد 15، جامعة الموصل، العراق 2018 .
3. أحمد عمر عبد الرسول: دور شبكات التواصل الاجتماعي في رفع مستوى الوعي باللغة العربية لدى طلاب الجامعات السودانية ، كتاب الأبحاث المؤتمر الدولي الثامن للغة العربية من 11_13 أبريل 2019.
4. احمد قاسي و سليم جداي: تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على الأمن المجتمعي للدول الخليجية، ط 1، المركز الديمقراطي العربي للدراسات الإستراتيجية والسياسية والاقتصادية، برلين ألمانيا، 2019 .
5. احمد كاظم حنتوش: مواقع التواصل الاجتماعي ودورها في قطاع التعليم الجامعي، مجلة بابل للدراسات الإنسانية، المجلد7، العدد4، كلية الطب البيطري جامعة القاسم الخضراء، الجزائر، 2017 .
6. أسعد السمحراني: ويلات العولمة على الدين واللغة والثقافة، بط، دار النفائس، الأردن، 2002 .
- 7.أعمر يوسف: التوظيف السياسي لمواقع التواصل الاجتماعي وأثره على الأمن القومي للدول، مجلة العلوم الإنسانية، العدد 7، الجزء 2، جامعة الجزائر3، الجزائر، جوان 2017.
- 8.أمانى جوال مجاهد : استخدام شبكات الاجتماعية في تقديم خدمات مكتبية المتطورة، بط، دار النشر، مصر، 2009 .
- 9.إيمان عبد الكريم ذيب صالح: إستراتيجية الثقافة للشباب العراقي في ظل تحديات العولمة الثقافية، مقال منشور في مجلة الدراسات التربوية والعلمية، العدد 12، المجلد 2، العراق، أبريل 2018

قائمة المراجع

10. بدر الدين بن بلعباس : شبكات التواصل الاجتماعي والهوية الثقافية
الفيسبوك وجامعة بسكرة نموذجا ، مذكرة ماجيستر غير منشورة في علم الاجتماع
و التربية، جامعة محمد خيضر، بسكرة 2015
11. تركي الحمد: الثقافة العربية في عصر العولمة، ط1، دار الساقى، لبنان،
1999 .
12. جبريل بن حسن العريشي وسلمى بنت عبد الرحمان الدوسري: شبكات
الاجتماعية والقيم - رؤية تحليلية -، ط1، الدار المنهجية للنشر والتوزيع، الأردن،
2005 .
13. جمال ناصر: الهوية الثقافية وتحديات العولمة ، مركز الجزيرة للدراسات 28
يناير / كانون الثاني 2015 .
14. حامد سعيد الجبر وآخرون : واقع دور شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية
الوعي الثقافي لدى طلبات كلية التربية الأساسية في دولة الكويت ، مجلة كلية
التربية، العدد 176، الجزء 2، جامعة الأزهر، الكويت، ديسمبر 2017 .
15. حسين محمود هتمي: العلاقات العامة وشبكات التواصل الاجتماعي، ط1
دار أسامة للنشر والتوزيع، 2015 .
16. خالد غسان يوسف المقدادي: ثورة الشبكات الاجتماعية، ط1، دار النفائس مع
تحويل والتوزيع، الأردن، 2013 .
17. خليل نوري مسيهر العاني: الهوية الإسلامية في زمن العولمة الثقافية ، ط1،
دار الكتب و الوثائق العراقية، العراق، 2009، ص120.
18. خليل نوري مسيهر العاني: الهوية الإسلامية في زمن العولمة الثقافية ، ط1،
مركز البحوث والدراسات الإسلامية، العراق، 2009 .

قائمة المراجع

19. ديانا أيمن راشد حاج حمد: أثر العولمة الثقافية على الضفة الغربية ، أطروحة استكمال الحصول على شهادة ماجستير في التخطيط والتنمية السياسية، كلية الدراسات العليا، جامعة النجاح الوطنية نابلس، فلسطين، 2012 .
20. ديمة عبد الله أحمد وثناء عبد العزيز سعيد: أثر العولمة الثقافية على الهوية الإسلامية، مجلة المداد للآداب، العدد الخاص للمؤتمر السنوي الرابع لكلية الآداب، الجامعة العراقية العلوم الإنسانية والتنمية البشرية المعاصرة، بغداد ، 24_25 آذار 2015.
21. ربحي مصطفى عليان: البحث العلمي. أسسه. مناهجه وأساليبه. إجراءاته، بط، بيت الأفكار الدولية، الأردن، ب س ن .
22. رضا عبد الواحد أمين: الإعلام والعولمة، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2007 .
23. رينا طه مصطفى حمش: دور معلمي المرحلة الأساسية العليا في الحفاظ على الهوية الثقافية الفلسطينية ،رسالة لاستكمال متطلبات الماجستير أصول التربية، كلية التربية، جامعة الأزهر، غزة، 2013/2012 .
24. زغو محمد : أثر العولمة على الهوية الثقافية للأفراد والشعوب ، الأكاديمية للدراسات الاجتماعية والإنسانية، جامعة حسبية بن بوعلي، شلف، 2010/04 .
25. زينب بن بريكة: تأثير استخدام شبكات التواصل الاجتماعي على القيم -عينة من تلاميذ المرحلة الثانوية-، مقال منشور في مجلة علوم الإنسان والمجتمع، المجلد 2، العدد 02، جامعة جيجل، الجزائر، جوان 2019 .
26. سايمون ديورنغ تر ممدوح يوسف عمران: الدراسات الثقافية - مقدمة نقدية - ،بط، عالم المعرفة للنشر والتوزيع، الكويت، يونيو 2015

قائمة المراجع

27. سعد معاشر عبد الصاحب ونهلة عبد الرزاق: دور القنوات الفضائية في دعم الهوية الوطنية، مقال منشور في مجلة الباحث الإعلامي، العدد 15، المجلد 4، العراق 31 ديسمبر 2011 .
28. سمير محمد حسين: بحوث الإعلام، ط2، عالم الكتب، القاهرة، 1995 .
29. شراد سهيل: شبكات التواصل الاجتماعي بين اختصاص البنية و عمومية الاستعمال مدخل نظري -، مجلة العلوم الإنسانية، العدد 47، المجلد ب، جوان 2017 .
30. صادق الحمامي: مواقع الشبكات الاجتماعية ورهانات دراستها في السياق العربي، مقال منشور في ملتقى، عدد خاص، المجلة العربية الأوروبية لعلوم الإعلام والاتصال، تونس، 2015 .
31. طارق طراد: الشباب وشبكات التواصل الاجتماعي، مجلة العلوم الإنسانية، العدد9، جامعة أم بواقي، الجزائر، جوان 2018 .
32. عامر قندليجي: البحث العلمي واستخدام مصادر المعلومات التقليدية والإلكترونية، بط، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، الأردن، 2008
33. عامر مصباح: منهجية البحث العلمي في العلوم السياسية والإعلام، بط، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2008 .
34. عباس مصطفى صادق: الإعلام الجديد - المفاهيم والوسائل والتطبيقات، بط، دار الشروق للنشر والتوزيع، الأردن، 2008 .
35. عبد الرحمان بن إبراهيم الشاعر: مواقع التواصل الاجتماعي والسلوك الإنساني، ط 01، دار صفاء للنشر والتوزيع، الأردن، 2015 .
36. عراز الطاهر: محاضرات في مقياس الأنثروبولوجيا اجتماعية وثقافية، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، قسم علم الاجتماع، جامعة محمد الصديق بن يحي، جيجل، الجزائر، 2018/2019

قائمة المراجع

37. علي خليل شقرة: الإعلام الجديد - شبكات التواصل الاجتماعي -، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، 2015 .
38. عمار بوحوش: مناهج البحث العلمي وطرق إعداد البحوث ، ط 2، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1999 .
39. العيد الطيب عبد القادر احمد: فعالية مواقع التواصل الاجتماعي في توجيه الرأي العام - دراسة حالة التغيرات السياسية في المجتمعات العربية -، ط1، دار البداية، الأردن، 2017 .
40. عيسى الشماس: مدخل إلى علم الإنسان الأنثروبولوجيا - دراسة - ، بط، منشورات اتحاد الكتاب العرب، دمشق، 2004
41. فهد الطيار: شبكات التواصل الاجتماعي وأثرها على القيم لدى طلاب الجامعة - تويتر نموذجا -، مقال منشور في المجلة العربية للدراسات الأمنية والتدريب، المجلد 31، العدد 61، الرياض، 2014 .
42. قاسم ريم ويومنقار مراد: دور العولمة الثقافية في تفشي الجريمة دراسة نظرية تشخيصية _ مجلة الدراسات في علوم الإنسان والمجتمع، العدد 1، جامعة جيجل، الجزائر، ديسمبر 2018 .
43. كاتب فارس و عقون دني: اثر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على سلوك الشباب الجزائري، مذكرة لنيل شهادة الماستر، قسم العلوم الإنسانية، تخصص اتصال وعلاقات عامة، جامعة العربي بن مهيدي، أم البواقي، الجزائر، 2016/2015 .
44. كريمة محمد كربية: اللغة والهوية، مجلة الآداب ، جامعة مالك سعود الرياض، 2015 .

قائمة المراجع

45. كمال الدين عبد الغني المرسي: الخروج من فخ العولمة ، ط 01، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية، 2002 .
46. ليا ليفرو تر هبة ربيع: وسائل الإعلام الجديدة البديلة والناشطة ، ط 1، المركز القومي للترجمة، الجزيرة القاهرة، 2016 .
47. محمد العربي ولد خليفة: المسألة الثقافية وقضايا اللسان والهوية - دراسة في مسار الأفكار في علاقتها باللسان والهوية ومتطلبات الحداثة والخصوصية والعولمة - ، بط، ثالثة، الجزائر، 2007 .
48. محمد زيان عمر: البحث العلمي - مناهجه وتقنياته - ، ط 4، دار الشروق، جدة، 1983 .
49. محمد شلبي: المنهجية في التحليل السياسي، ط 1، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1997.
50. محمد عبد الرؤوف عطية: التعليم و أزمة الهوية الثقافية ، ط 1، مؤسسة طيبة للطبع والنشر، القاهرة، 2009 .
51. محمد عزيز إبراهيم : المنهج التربوي العالمي " أسس تصميم منهج تربوي في ضوء التنوع الثقافي"، بط، مكتبة الأنجلو المصرية، القاهرة، 2001 .
52. محمد عمارة: مخاطر العولمة على الهوية الثقافية ، ط 1، دار النهضة مصر، فيفري 1999 .
53. محمد محمود الدنبيات : مناهج البحث العلمي و طرق إعداد البحوث ، ط 4 ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2007 .
54. مروان عبد المجيد إبراهيم : أسس البحث العلمي - إعداد الرسائل الجامعية - ، ط 1، مؤسسة الوراق، الأردن، 2000 .

قائمة المراجع

55. مصطفى احمد شحاتة احمد : تنمية الوعي بالهوية الثقافية لدى طلاب الجامعات المصرية المبتعثين للدراسة بالخارج، مقال منشور في المجلة التربوية، العدد 64، مصر، أوت 2019 .
56. منال هلال مزهار : بحوث الإعلام الأسس والمبادئ، ط 1، دار كنوز المعرفة العلمية للنشر والتوزيع، الأردن، 2011 .
57. مورييس أنجريس : منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية - تدريبات علمية -، ط2، دار القصة للنشر، 2006 .
58. موسى آدم عبد الجليل : كيف ساهمت وسائل التواصل الاجتماعي في إضعاف العادات والتقاليد وتقليص العلاقات الاجتماعية ؟ ، المنتدى العربي لكلية الاجتماعية والإنسانية 12 ديسمبر 2013، منتدى منشور على موقع : https://socioyou7com/t3457_topic في 20 أوت 2020
59. نبيل السمالوطي و حنان عوض مختار : الهوية الثقافية الإسلامية في ظل المتغيرات المعاصرة - دراسة سوسي وإيكولوجية مقارنة -، بط، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 2016 .
60. نسيمه أمال حيفري : العولمة الثقافية وأثرها على هوية الشعوب العربية ، أعمال مؤتمر الدولي الثامن حول التنوع الثقافي، طرابلس 21_23 مايو 2015 .
61. هشام بن سنوسي : الأنثروبولوجيا الثقافية ، محاضرة، شعبة الدراسات الأدبية، تخصص الأدب العربي، جامعة محمد الصديق بن يحيى، جيجل، الجزائر، 2017/ 2018
62. وائل مبارك فضل الله : أثر الفيس بوك على المجتمع - دراسة بحثية - ، ط01، المكتبة الوطنية للنشر، السودان، نوفمبر 2011

قائمة المراجع

63. وجدي شفيق عبد اللطيف : عولمة الإعلام والتغير في المجتمع القروي
دراسة حالة مصرية ط 1، دار مكتبة الإسراء للنشر والتوزيع، مصر 2006 .

قائمة الجداول

فهرس الجداول

الصفحة	الجدول	رقم الجدول
70	يمثل تقسيم أفراد العينة حسب متغير الجنس	01
71	يمثل تقسيم أفراد العينة حسب متغير المستوى التعليمي	02
72	يمثل تقسيم أفراد العينة حسب متغير التخصص العلمي	03
73	يمثل مدى استخدام مواقع التواصل الاجتماعي حسب متغير الجنس	04
74	يمثل مدى استخدام مواقع التواصل الاجتماعي حسب متغير المستوى التعليمي	05
75	يمثل مدى استخدام مواقع التواصل الاجتماعي حسب متغير التخصص العلمي	06
76	يمثل درجة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي حسب متغير الجنس	07
77 - 76	يمثل درجة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي حسب متغير المستوى الدراسي	08
78 - 77	يمثل درجة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي حسب متغير التخصص العلمي	09
79 - 78	يمثل الأوقات التي تستخدم فيها مواقع التواصل الاجتماعي حسب متغير الجنس	10
80 - 79	يمثل الأوقات التي تستخدم فيها مواقع التواصل الاجتماعي حسب متغير المستوى التعليمي	11
81 - 80	يمثل الأوقات التي تستخدم فيها مواقع التواصل الاجتماعي حسب متغير التخصص العلمي	12
82 - 81	يمثل ترتيب المواقع حسب درجة الاستخدام لها حسب متغير	13

قائمة الجداول

	الجنس	
84 - 83	يمثل ترتيب المواقع حسب درجة الاستخدام لها حسب متغير المستوى الدراسي	14
85 - 84	يمثل ترتيب المواقع حسب درجة الاستخدام لها حسب متغير التخصص العلمي	15
86	يمثل الهوية التي يدخل بها الطلبة لحسابهم في مواقع التواصل الاجتماعي حسب متغير الجنس .	16
87 - 86	يمثل الهوية التي يدخل بها الطلبة لحسابهم في مواقع التواصل الاجتماعي حسب متغير المستوى الدراسي .	17
88 - 87	يمثل الهوية التي يدخل بها الطلبة لحسابهم في مواقع التواصل الاجتماعي حسب متغير التخصص العلمي .	18
89 - 88	يمثل سبب استعمال الاسم الحقيقي مع متغير الجنس	19
90 - 89	يمثل سبب استعمال الاسم الحقيقي مع متغير المستوى الدراسي	20
91 - 90	يمثل سبب استعمال الاسم الحقيقي مع متغير التخصص العلمي	21
92 - 91	يمثل سبب استعمال الاسم المستعار مع متغير الجنس	22
93 - 92	يمثل سبب استعمال الاسم المستعار مع متغير المستوى الدراسي	23
94 - 93	يمثل سبب استعمال الاسم المستعار مع متغير التخصص العلمي	24
96 - 95	يمثل الدافع وراء استخدامك لمواقع التواصل الاجتماعي حسب متغير الجنس	25
97 - 96	يمثل الدافع وراء استخدامك لمواقع التواصل الاجتماعي حسب متغير المستوى الدراسي	26

قائمة الجداول

99 - 97	يمثل الدافع وراء استخدامك لمواقع التواصل الاجتماعي حسب متغير التخصص العلمي	27
100 - 99	يمثل المواضيع التي تركز عليها في مشاركتك عبر مواقع التواصل الاجتماعي حسب متغير الجنس	28
101 - 100	يمثل المواضيع التي تركز عليها في مشاركتك عبر مواقع التواصل الاجتماعي حسب متغير المستوى الدراسي	29
102 - 101	يمثل المواضيع التي تركز عليها في مشاركتك عبر مواقع التواصل الاجتماعي حسب متغير التخصص العلمي	30
105 - 103	يمثل ترتيب الاشباعات التي تحققها عند استخدامك لمواقع التواصل الاجتماعي حسب متغير الجنس	31
107 - 105	يمثل ترتيب الاشباعات التي تحققها عند استخدامك لمواقع التواصل الاجتماعي حسب متغير المستوى الدراسي	32
109 - 107	يمثل ترتيب الاشباعات التي تحققها عند استخدامك لمواقع التواصل الاجتماعي حسب متغير التخصص العلمي	33
110 - 109	يمثل كيفية تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على الهوية الثقافية حسب متغير الجنس	34
111 - 110	يمثل كيفية تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على الهوية الثقافية حسب متغير المستوى الدراسي	35
111	يمثل كيفية تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على الهوية الثقافية التخصص العلمي	36
115 - 112	يمثل تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على اللغة لأفراد العينة	37
117 - 115	يمثل تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على العادات والتقاليد لأفراد العينة	38
120 - 117	يمثل تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على الثقافة و الانتماء لأفراد العينة	39

قائمة الجداول

123 - 121	يمثل تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على سلوك أفراد العينة	40
124 - 123	يمثل تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على الهوية الثقافية حسب متغير الجنس	41
125 - 124	يمثل تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على الهوية الثقافية حسب متغير المستوى التعليمي	42
126 - 125	يمثل تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على الهوية الثقافية حسب متغير التخصص العلمي	43

فهرس المحتويات

رقم الصفحة	قائمة المحتويات
	الشكر والتقدير
	الإهداء
	خطة البحث
	مقدمة
الفصل الأول : الخطوات المنهجية للدراسة	
13-12	إشكالية الدراسة
14	أهداف الدراسة
15 - 14	أهمية الدراسة
15	أسباب اختيار الموضوع
19 - 16	تحديد مفاهيم الدراسة
22 - 19	نوع الدراسة ومنهجها
23 - 22	مجتمع البحث و عينته
28 - 23	الدراسات السابقة
29 - 28	حدود الدراسة
29	صعوبات الدراسة
الفصل الثاني : مواقع التواصل الاجتماعي والهوية الثقافية	
المبحث الأول : ماهية مواقع التواصل الاجتماعي.	
35 - 33	المطلب الأول: مفهوم ونشأة مواقع التواصل الاجتماعي
40 - 36	المطلب الثاني: خصائص وخدمات مواقع التواصل الاجتماعي
44 - 40	المطلب الثالث : نماذج عن مواقع التواصل الاجتماعي
المبحث الثاني : ماهية الهوية الثقافية	

49 – 45	المطلب الأول : مفهوم الهوية الثقافية ومسالة تطورها في الأنثروبولوجيا الثقافية
53- 50	المطلب الثاني : عناصر ومقومات الهوية الثقافية
56 – 53	المطلب الثالث : تحديات الهوية الثقافية في ظل العولمة
المبحث الثالث : العولمة الثقافية ومواقع التواصل الاجتماعي	
61 – 57	المطلب الأول : العولمة الثقافية (مفهوم ووسائل ومضامين)
65 – 62	المطلب الثاني : آثار العولمة الثقافية على الهوية الثقافية واليات مواجهتها
67 – 65	المطلب الثالث : مواقع التواصل الاجتماعي والهوية الثقافية
الفصل الثالث : استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وأثرها على الهوية الثقافية للشباب - طلبة جامعة جيلالي بونعامة -	
94 – 73	عادات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لدى طلبة جامعة خميس مليانة
109 – 95	دوافع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لدى طلبة جامعة خميس مليانة
126 – 109	مؤشرات الهوية الثقافية لدى أفراد العينة
131 – 130	الاقتراحات والتوصيات
الخاتمة	
قائمة المصادر والمراجع	
قائمة الجداول	
فهرس المحتويات	
الملاحق	

الطائفة

جامعة جيلالي بونعامة خميس مليانة

قسم العلوم الإنسانية

شعبة علوم الإعلام والاتصال

استمارة بحث بعنوان :

استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وأثرها على الهوية الثقافية للشباب

دراسة وصفية على عينة من طلبة جامعة خميس مليانة

في إطار إنجاز مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر في تخصص وسائل الاتصال الجماهيري و الوسائط الجديدة بعنوان : "استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وأثرها على الهوية الثقافية للشباب" نرجو منكم ملء هذه الاستمارة بكل صدق وموضوعية وذلك بوضع علامة (X) أمام الإجابة المناسبة، علما أن المعلومات المقدمة من طرفكم لن تستعمل إلا لأغراض البحث العلمي .

وفي الأخير تقبلوا مني فائق الاحترام والتقدير على تعاونكم معنا.

الموسم الجامعي 2020/2019

الملاحق

المحور الأول : البيانات الشخصية

1. الجنس :

- ذكر - أنثى

2. التخصص العلمي :

- اتصال وعلاقات عامة اتصال جماهيري ووسائط جديدة

3. المستوى الدراسي :

- ماستر 1 ماستر 2

المحور الثاني : استخدام مواقع التواصل الاجتماعي

3. هل تستخدم مواقع التواصل الاجتماعي ؟

دائما أحيانا نادرا

حسب الحاجة

4. كيف تستخدم هذه المواقع ؟

بصفة منتظمة بصفة غير منتظمة

5. ما هي الأوقات التي تستخدم فيها مواقع التواصل الاجتماعي ؟

صباحا مساء ليلا حسب الحاجة

6. رتب المواقع حسب درجة استخدامك لها (1.2.3.4)

فيسبوك face book اليوتيوب You tube

أنستغرام instigram المدونات blogs

الملاحق

7. هل تستخدم في مواقع التواصل الاجتماعي ؟

اسم حقيقي اسم مستعار

8. إن كنت تستخدم اسم حقيقي لماذا ؟ يمكنك إختيار أكثر من بديل .

-الرغبة بالظهور بهويتك الحقيقية

-حتى يجدرك معارفك وأصدقائك بسهولة

-حتى تحظى بثقة المتفاعلين معك

9. إن كنت تستخدم اسم مستعار لماذا ؟ يمكنك اختيار أكثر من بديل .

-الرغبة في تقمص شخصية غير شخصيتك

-الرغبة في التصرف بحرية حتى لا يتعرف الآخرون على هويتك

-لتكوين علاقات افتراضية

أذكر أخرى إن

وجدت.....

المحور الثالث : دوافع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي .

10. ما هو الدافع وراء استخدامك لمواقع التواصل الاجتماعي ؟

التفاعل مع الأصدقاء شهرة مواقع التواصل الاجتماعي

ملئ وقت الفراغ مناقشة الأحداث اليومية

زيادة الرصيد المعرفي

الملاحق

11. ما هي المواضيع التي تركز عليها في مشاركتك عبر مواقع التواصل الاجتماعي؟

- مواضيع علمية مواضيع ثقافية مواضيع اجتماعية
 مواضيع دينية مواضيع رياضية مواضيع متنوعة

12. ما هي الاشباعات التي تحققها عند استخدامك لمواقع التواصل الاجتماعي؟
رتبها حسب الأهمية من (1.2.3.4.5)

- المتعة وتسلية الذات إيجاد حلول لمشاكلك
 الهروب والانسحاب من الواقع المعاش
 زيادة المعلومات المعارف
 تكوين علاقات اجتماعية

المحور الرابع : مؤشرات الهوية الثقافية لدى طلبة جامعة خميس مليانة .

13. كيف ترى تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على الهوية الثقافية؟

- إيجابي إيجابي و سلبي سلبي

الملاحق

أثرت مواقع التواصل الاجتماعي على عناصر الهوية الثقافية لدى أفراد العينة :

معارض بشدة	معارض	محايد	موافق بشدة	موافق	المقاييس	العبارات
						14. زيادة المعلومات وتعزيز لغتك العربية
						15. اعتزازك باللغة العربية
						16. ظهور مصطلحات وعبارات جديدة في أوساط الطلبة
						17. اكتساب لغات أجنبية جديدة
						18. إضعاف مكانة اللغة الأم مقارنة مع اللغات الأجنبية الأخرى
						19. اعتزازك بعاداتك وتقاليدك المحلية
						20. التعريف بعاداتك وثقافتك المختلفة والعمل على نشرها
						21. التقليل من شأن الثقافة المحلية
						22. روح التبعية للثقافة الغربية وتمجيدها
						23. نشر ثقافة التقليد العمى للآخر
						24. تعزيز روح الانتماء الوطني
						25. أثرت على الموضة واللباس وقصات الشعر
						26. تنعكس مضامين مواقع التواصل الاجتماعي على سلوكياتك
						27. تبني سلوكيات لا تتماشى مع قيم مجتمعك
						28. ملئ وقت الفراغ بتفعيل النشاطات الخيرية

29. أثرت مواقع التواصل الاجتماعي على الهوية الثقافية لأفراد العينة حسب

رأيك :

- الرغبة في الهجرة نحو الخارج
- الشعور بالاغتراب عن الواقع الحقيقي وعدم الانتماء إليه
- التغيير في نمط اللباس وتقليد المشاهير
- ترك بعض العادات والتقاليد
- التغيير في بعض المبادئ والقيم

30. حسب رأيك ما هي أهم الحلول التي يجب تبنيها من أجل الحفاظ على الهوية

الثقافية في ظل تطور مواقع التواصل الاجتماعي :

.....

.....