جامعة محمد خيضر بسكرة
كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية
قسم العلوم الإنسانية

مذكرة ماستر

الميدان: العلوم الانسانية
الفرع: علوم الاعلام والاتصال
التخصص: اتصال وعلاقات عامة

رقم: ادخل رقم تسلسل المذكرة

اعداد الطالبين:
حسين قري - رندة سمايحي

يوم: 06/07/2021

آثـــار التثـــاقف عبـــر شـــــبكات التواصـــــل الاجتمـــاعي على ســـلوك الشـــباب – دراســـــة اســـتطلاعية على عينـــة من الطلبة الجـــامعيين "كليـــــة الآداب واللغـــات بجـــامعة بســـكرة أنموذجا" –

لجنة المناقشة:

جفال سامية	أ. د.	جامعة محمد خيضر بسكرة	رئيسا
حفيظي نهلة	أ. مس أ	جامعة محمد خيضر بسكرة	ممتحنا
طلحة مسعودة	أ. مح أ	جامعة محمد خيضر بسكرة	مشرفا (مقررا)

السنة الجامعية: 2020 - 2021

شكر وعرفان

الشكر والحمد لله على نعم فضله كما ينبغي لجلال وجهك وعظيم سلطانك.
والشكر يعود إلى من أمرنا بالصلاة عليه حبيبنا ونبينا **محمد صلى الله عليه وسلم** تسليما كثيرا.
نشكر **الله سبحانه وتعالى** الذي وفقنا على إنجاز هذا العمل المجد والقيم، ونسأله التوفيق والسداد.

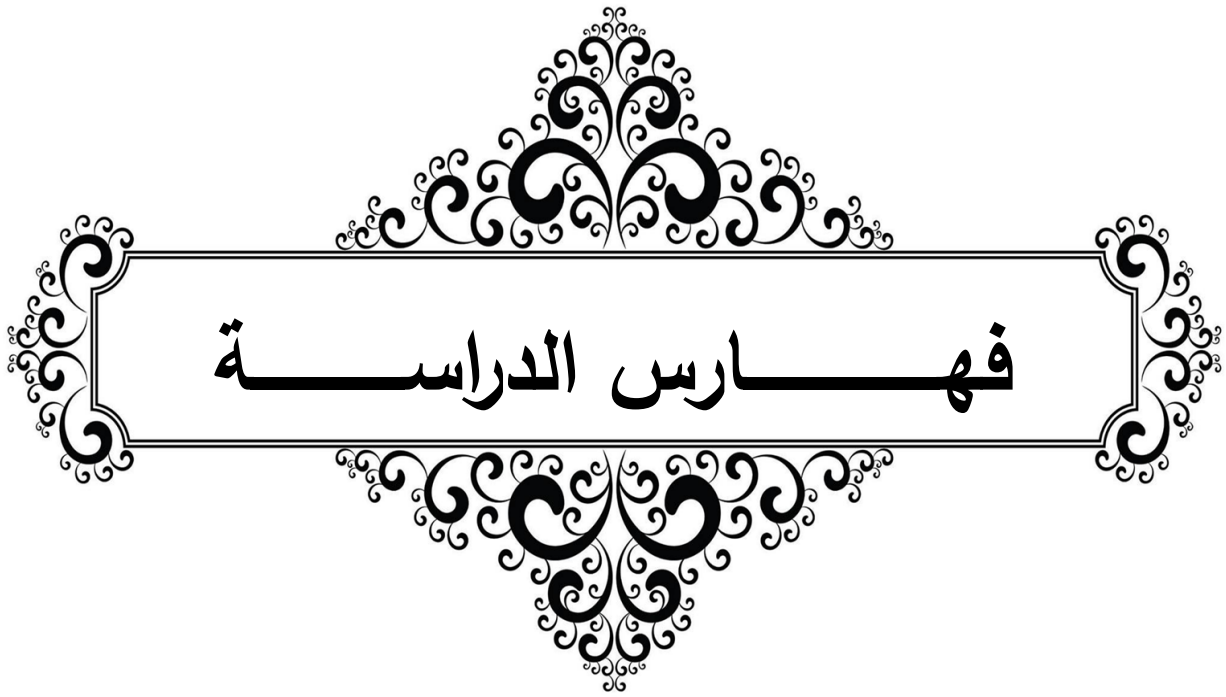
الشكر وكل الشكر لمن أوصلنا من أهلنا إلى هذه الدرجة العلمية بكل جد وحب

كما نتقدم بجزيل الشكر والتقدير والثناء للأستاذة الفاضلة الدكتورة "**مسعودة طلحة**"،

التي تفضلت بالإشراف على دراستنا، بصبرها وتحملها لنا، بتعاملها الطيب

بحيث أنها لم تبخل علينا بتوجيهاتها ونصائحها وانتقاداتها الموضوعية طوال فترة البحث.

الشكر الموصول أيضا إلى **أساتذتنا** في شعبة علوم الإعلام والاتصال بجامعة بسكرة
فلولاهم لما وصلنا إلى هذا الحد من العلم.
إلى أساتذتنا من **الولايات الجزائرية والدول العربية** المساهمين في تقديم ومد يد العون
في تحكيمهم لاستبانتنا من أجل إنجاح هذا العمل المميز.
جزيل الشكر إلى أستاذنا الفاضل الدكتور "**نجم عبد خلف العيساوي**".
إلى كل من ساهم من قريب أو من بعيد في تشجيعنا
على المثابرة والمساعدة ولو بكلمة طيبة.


فهـــــــارس الدراســـــة

فهرس المحتويات

المحتوى	الصفحة
الشكر والعرفان	
فهرس المحتويات	**ب – ج**
فهرس الجداول	**ح – ذ**
فهرس الأشكال	ر – ز
مقدمة	**ش – ص**
الفصل الأول: البناء الفكري والمنهجي للدراسة	
1- إشكالية الدراسة وتساؤلاتها	**17 – 16**
2- فرضيات الدراسة	**17**
3- أسباب اختيار الموضوع	**19 – 18**
4- أهداف الدراسة وأهميتها	**20 – 19**
4-1- أهداف الدراسة	**19**
4-2- أهمية الدراسة	**20 – 19**
5- المفاهيم الإجرائية للدراسة	**24 – 21**
5-1- مفهوم الأثر	**21**
5-2- مفهوم الثقافة	**22**
5-3- مفهوم التثاقف	**22**
5-4- مفهوم شبكات التواصل الاجتماعي	**23 – 22**
5-5- مفهوم السلوك	**23**
5-6- مفهوم الشباب	**24 – 23**
6- المقترب النظري للدراسة وأدبياتها	**55 – 24**
6-1- الدراسات السابقة	**46 – 25**
6-2- المقاربة النظرية للدراسة	**55 – 46**
7- الإجراءات المنهجية للدراسة	**60 – 56**

فهرس المحتويـــــات

7-1- المنهج المستخدم	**57 – 56**
7-2- أداة جمع البيانات	**60 – 57**
8- صدق وثبات استمارة الاستبيان	**63 – 60**
8-1- صدق استمارة الاستبيان	**61 – 60**
8-2- ثبات استمارة الاستبيان	**63 – 61**
9- مجتمع الدراسة وعينة الدراسة	**72 – 63**
9-1- مجتمع الدراسة	**64 – 63**
9-2- عينة الدراسة	**72 – 64**
10- مجالات الدراسة	**73**
11- صعوبات الدراسة	**74**
الفصل الثاني: الإطار النظري للدراسة	
أولا: التثاقف	
1- مفاهيم أساسية حول التثاقف	**85 – 76**
2- خصائص ومتغيرات التثاقف	**87 – 85**
3- مظاهر التثاقف	**91 – 87**
4- إستراتيجيات ونماذج التثاقف	**95 – 91**
5- أثار الناتجة للتثاقف	**96 – 95**
ثانيا: شبكات التواصل الاجتماعي	
1- مفهوم شبكات التواصل الاجتماعي	**98 – 97**
2- خصائص ومميزات شبكات التواصل الاجتماعي	**100 – 99**
3- ايجابيات وسلبيات شبكات التواصل الاجتماعي	**101**
4- نماذج شبكات التواصل الاجتماعي	**104 – 101**
ثالثا: عمليات التثاقف في شبكات التواصل الاجتماعي	
1- تمظهرات التثاقف في شبكات التواصل الاجتماعي	**109 – 104**
2- تمثلات الشباب على شبكات التواصل الاجتماعي	**114 – 109**
3- سيرورة التثاقف في المجتمعات العربية في ظل شبكات التواصل الاجتماعي	**118 – 114**

فهرس المحتويـــــــات

الفصل الثالث: الإطار الميداني للدراسة	
أولا: تحليل وتفسير بيانات الدراسة الأولية	
1- تحليل وتفسير نتائج عادات وأماكن استخدام وآليات ومعايير متابعة المبحوثين للمواضيع الثقافية عبر شبكات التواصل الاجتماعي من كلية الآداب واللغات بجامعة بسكرة.	**135 – 120**
2- تحليل وتفسير نتائج إستراتيجيات التأقلم المنتهجة من طرف شبكات التواصل الاجتماعي من وجهة نظر المبحوثين من طلبة كلية الآداب واللغات بجامعة بسكرة.	**149 – 136**
3- تحليل وتفسير نتائج آثار التأقلم السلبي والإيجابي عبر شبكات التواصل الاجتماعي على سلوك الجامعيين من طلبة كلية الآداب واللغات بجامعة بسكرة.	**165 – 150**
ثانيا: تحليل وتفسير بيانات الدراسة حسب متغيرات الدراسة (الجنس، السن، القسم، مكان الإقامة)	
1- تحليل وتفسير نتائج عادات وأماكن استخدام وآليات ومعايير متابعة المبحوثين للمواضيع الثقافية عبر شبكات التواصل الاجتماعي من كلية الآداب واللغات بجامعة بسكرة حسب متغيرات الدراسة.	**207 – 166**
2- اختبار فرضيات الدراسة	**231 – 208**
2-1- اختبار **T-Test** لعينتين متغلقتين بإستراتيجيات التأقلم المنتهجة من طرف شبكات التواصل الاجتماعي من وجهة نظر المبحوثين من طلبة كلية الآداب واللغات بجامعة بسكرة حسب متغير الجنس ومكان الإقامة.	**211 – 208**
2-2- اختبار التباين **ANOVA** لقياس فروق إستراتيجيات التأقلم المنتهجة من طرف شبكات التواصل الاجتماعي من وجهة نظر المبحوثين من طلبة كلية الآداب واللغات بجامعة بسكرة حسب متغير السن.	**212 – 211**
2-3- اختبار التباين **ANOVA** لقياس فروق آثار التأقلم السلبي والإيجابي عبر شبكات التواصل الاجتماعي على سلوك الجامعيين من طلبة كلية الآداب واللغات بجامعة بسكرة حسب متغير السن.	**215 – 213**
2-4- اختبار التباين **ANOVA** لقياس فروق إستراتيجيات التأقلم المنتهجة من طرف شبكات التواصل الاجتماعي من وجهة نظر المبحوثين من طلبة كلية الآداب واللغات بجامعة بسكرة حسب متغير القسم.	**216 – 215**
2-5- اختبار التباين **ANOVA** لقياس فروق آثار التأقلم السلبي والإيجابي عبر شبكات التواصل الاجتماعي على سلوك الجامعيين من طلبة كلية الآداب واللغات بجامعة بسكرة حسب متغير القسم.	**219 – 217**

فهرس المحتويـــــات

2-6- اخت بار **T-Test** لعين تين مرتبطتين بين إ ستراتيجيات الت ثاقف المنتهـ جة من طرف شبكات التواصل الاجتماعي، وآثارها السلبية والإيجابية على سلوك الشباب.	**221 – 219**
ثالثا: عرض النتائج النهائية للدراسة	
1- عرض النتائج العامة للدراسة	**229 – 223**
2- نتائج اختبار فرضيات الدراسة.	**231 – 229**
3- الإجابة على أسئلة الدراسة	**233 – 231**
خاتمة وتوصيات	**237 – 235**
قائمة المصادر والمراجع	**250 – 239**
قائمة الملاحق	
ملخص الدراسة	

فهرس الجداول

ت	عنوان الجدول	الصفحة
1	جدول يوضح أوجه التشابه وأوجه الاختلاف بين الدراسات السابقة	46
2	يمثل طريقة تفسير قيم المتوسطات الحسابية باستخدام مقياس ليكرت	60
3	يمثل الخطوة القبلية لثبات الاستبيان	61
4	يمثل الخطوة البعدية لثبات الاستبيان	63
5	يوضح عدد المفردات في الفئة ونسبها المئوية	66
6	يوضح عدد المفردات المأخوذة من كل طبقة	67
7	يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس	69
8	يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير السن	69
9	يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير القسم	70
10	يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير مكان الإقامة	71
11	يوضح الجماعات المتثاقفة بحسب بيري	92
12	يوضح أنماط وإستراتيجيات التثاقف عند بيري	93
13	يوضح أكثر شبكات التواصل الاجتماعي متابعة من قبل المبحوثين	120
14	يو ضح عدد الـ ساعات الـ تي يق ضيها المب حوثين في متاب عة شبكات التوا صل الاجتماعي	121
15	يو ضح تف ضيل المب حوثين لل غة الأك ثر ت فاعلا ع بر شبكات التوا صل الاجتماعي.	122
16	يو ضح الأ سباب الـ تي تدفع بالمبحوثين إ لى توظ يف اللـ غة المنا سبة في حواراتهم عبر شبكات التواصل الاجتماعي	123
17	يوضح الهدف الذي أدى بالمبحوثين لاستخدام شبكات التواصل الاجتماعي	124
18	يوضح الموضوعات التي يفضلها المبحوثين عبر شبكات التواصل الاجتماعي.	126
19	يوضح مدى تفاعل المبحوثون مع مضامين شبكات التواصل الاجتماعي	127

فهرس الجـــــداول

20	يو ضح مدى ت عرض المبـ حوثين للثقا فات والتقالـ يد ع بر شبكات التوا صل الاجتماعي	128
21	يو ضح مدى ت عرض المبـ حوثين للعنا صر والموا ضيع الثقافـ ية شبكات التوا صل الاجتماعي	130
22	يو ضح الكيفـ ية الـ تي يع بر بـ ها المبـ حوثين عن ثـ قافتهم ع بر شبكات التوا صل الاجتماعي	131
23	يو ضح طبيـ عة مـ شاركة المبـ حوثين في التعبـ ير عن ثـ قافتهم ع بر شبكات التوا صل الاجتماعي	132
24	يو ضح الأ ساليب الـ تي يلـ جأ إليـ ها المبـ حوثين في الحـ كم ع لى مـ صداقية المعلو مات الثقافية عبر شبكات التواصل الاجتماعي	134
25	يو ضح مدى تعبـ ير الهو ية الـ تي يظـ هر بـ ها المبـ حوثين عن هويتهم ع بر ، شبكات التواصل الاجتماعي	135
26	يو ضح إ ستراتيجيات التـ ثاقف المتبـ عة من قـ بل شبكات التوا صل الاجتـ ماعي من وجهة نظر المبحوثين	136
27	يو ضح مدى تأثير التـ ثاقف الـ سلبي ع بر شبكات التوا صل الاجتـ ماعي ع لى سلوك المبحوثين من الطلبة الجامعيين	150
28	يو ضح مدى تأثير التـ ثاقف الإيـ جابي ع بر شبكات التوا صل الاجتـ ماعي ع لى سلوك المبحوثين من الطلبة الجامعيين	158
29	يو ضح أكـ ثر شبكات التوا صل الاجتـ ماعي متابـ عة من قـ بل المبـ حوثين حـ سب متغيرات الدراسة	166
30	يو ضح عدد الـ ساعات الـ تي يقـ ضيها المبـ حوثين في متابـ عة شبكات التوا صل الاجتماعي حسب متغيرات الدراسة	169
31	يو ضح تفـ ضيل المبـ حوثين للـ غة الأكـ ثر تـ فاعلا ع بر شبكات التوا صل الاجتـ ماعي حسب متغيرات الدراسة	172
32	): يو ضح الأ سباب الـ تي تدفع بالمبحوثين إ لى توظـ يف اللـ غة المنا سبة في حواراتهم عبر شبكات التواصل الاجتماعي حسب متغيرات الدراسة	176
33	يو ضح الـ هدف الـ ذي أدى بالمبحوثين لا ستخدام شبكات التوا صل الاجتـ ماعي حسب متغيرات الدراسة	179
34	يو ضح المو ضوعات الـ تي يفـ ضلها المبـ حوثين ع بر شبكات التوا صل الاجتـ ماعي حسب متغيرات الدراسة	182
35	يو ضح مدى تفا عل المبحو ثون مع مـ ضامين شبكات التوا صل الاجتـ ماعي حـ سب	186

فهرس الجـــــداول

	متغيرات الدراسة	
36	يو ضح مدى اهت مام المب حوثين بالثقا فات والتقال يد المعرو ضة ع بر شبكات التواصل الاجتماعي حسب متغيرات الدراسة	189
37	يو ضح مدى ت عرض المب حوثين للعنا صر والموا ضيع الثقاف ية شبكات التوا صل الاجتماعي حسب متغيرات الدراسة	192
38	يو ضح الكيف ية الـ تي يع بر بـ ها المب حوثين عن ث قافتهم ع بر شبكات التوا صل الاجتماعي حسب متغيرات الدراسة	196
39	يو ضح مدى م شاركة المب حوثين في التعب ير عن ث قافتهم ع بر شبكات التوا صل الاجتماعي حسب متغيرات الدراسة	199
40	يو ضح الأ ساليب الـ تي يل جأ إلي ها المبحو ثون في الح كم ع لى م صداقية المعلومات الثقافية عبر شبكات التواصل الاجتماعي حسب متغيرات الدراسة	202
41	يو ضح مدى تعب ير الهو ية الـ تي يظ هر بـ ها المب حوثين عن هويتهم الحقيق ية ع بر شبكات التواصل الاجتماعي حسب متغيرات الدراسة	205
42	ن تائج اخت بار **T-Test** لعين تين م ستقلتين والمتع لق بق ياس الـ فروق إ ستراتيجيات الت ثاقف المنتهـ جة من طرف شبكات التوا صل الاجت ماعي و آ ثار الت ثاقف الـ سلبي والإي جابي ع بر شبكات التوا صل الاجت ماعي ع لى سلوك الطل بة الجامعيين من كلية الآداب واللغات بجامعة بسكرة **حسب متغير الجنس**	208
43	يو ضح ن تائج اخت بار **T-Test** لعين تين م ستقلتين والمتع لق بق ياس الـ فروق إ ستراتيجيات الت ثاقف المنتهـ جة من طرف شبكات التوا صل الاجت ماعي و آ ثار الت ثاقف الـ سلبي والإي جابي ع بر شبكات التوا صل الاجت ماعي ع لى سلوك الطل بة الـ جامعيين من كل ية الآداب واللـ غات بجامـ عة بـ سكرة **حـ سب متغ ير مـ كان الإقامة**	210
44	يو ضح ن تائج اخت بار تحل يل الت باين **ANOVA** والمتع لق بق ياس الـ فروق في إ ستراتيجيات الت ثاقف المنتهـ جة من طرف شبكات التوا صل الاجت ماعي من وجهة نظر طلبة كلية الآداب واللغات بجامعة بسكرة **حسب متغير السن**	211
45	اخت بار **LSD** لتو ضيح ات جاه الـ فروق في إ ستراتيجيات الت ثاقف المنتهـ جة من طرف شبكات التوا صل الاجت ماعي من وجـ هة ن ظر طل بة كل ية الآداب واللـ غات بجامعة بسكرة حسب متغير السن.	212
46	يو ضح ن تائج اخت بار تحل يل الت باين **ANOVA** والمتع لق بق ياس الـ فروق في آ ثار الت ثاقف الـ سلبي والإي جابي ع بر شبكات التوا صل الاجت ماعي ع لى سلوك الطلبة الجامعيين من كلية الآداب واللغات بجامعة بسكرة **حسب متغير السن**	213

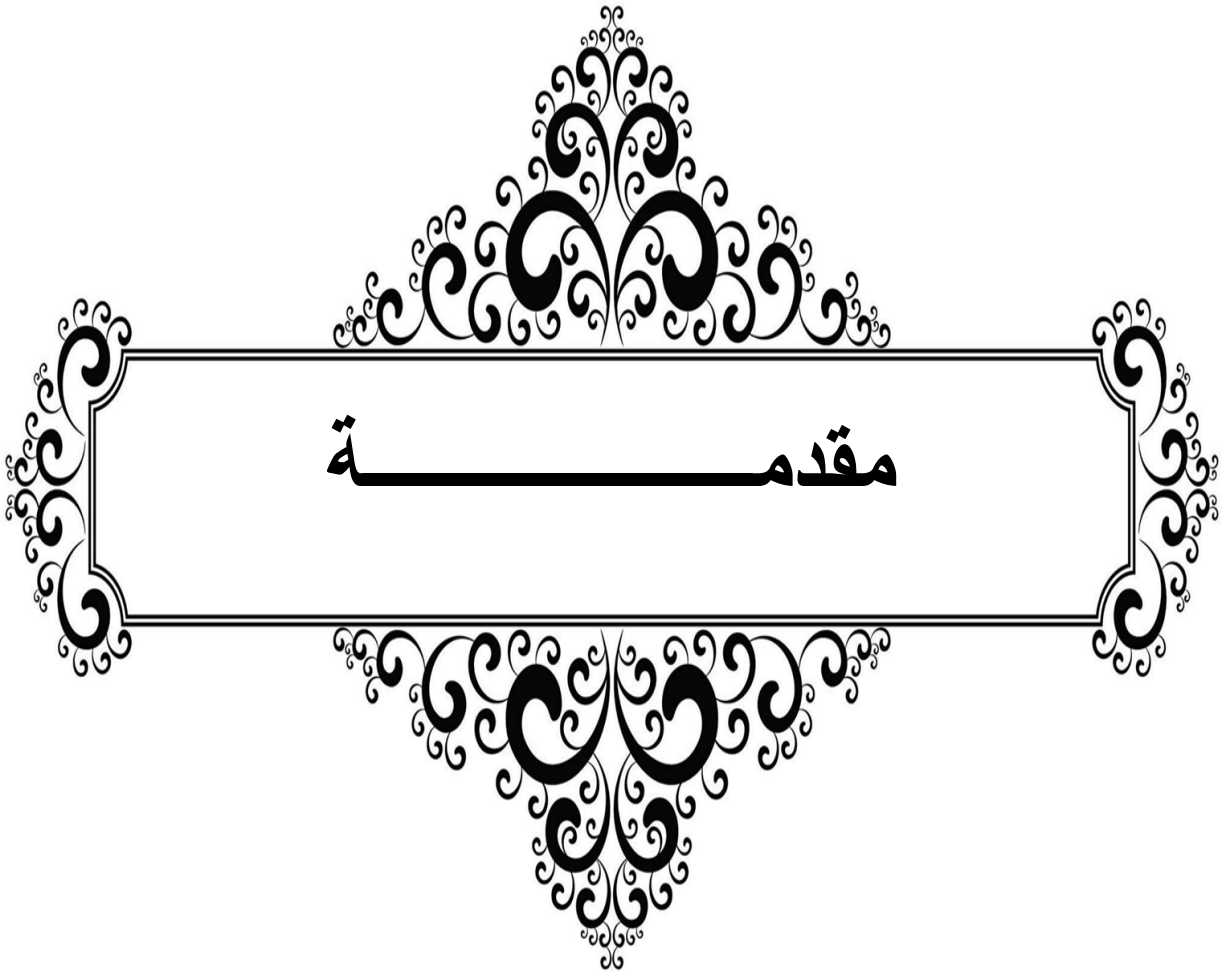
47	اخت بار **LSD** لتو ضيح ات جاه ال فروق في آ ثار الت ثاقف ال سلبي والإي جابي ع بر شبكات التوا صل الاجت ماعي ع لى سلوك الطل بة ال جامعيين من كل ية الآداب واللغات بجامعة بسكرة **حسب متغير السن**	**214**
48	يو ضح ن تائج اخت بار تحل يل الت باين **ANOVA** والمتع لق بق ياس ال فروق في إ ستراتيجيات الت ثاقف المنتهـ جة من طرف شبكات التوا صل الاجت ماعي من وجهة نظر طلبة كلية الآداب واللغات بجامعة بسكرة **حسب متغير القسم**	**215**
49	اخت بار **LSD** لتو ضيح ات جاه ال فروق في إ ستراتيجيات الت ثاقف المنتهـ جة من طرف شبكات التوا صل الاجت ماعي من وج هة ن ظر طل بة كل ية الآداب والل غات بجامعة بسكرة حسب متغير القسم	**216**
50	يو ضح ن تائج اخت بار تحل يل الت باين **ANOVA** والمتع لق بق ياس ال فروق في آ ثار الت ثاقف ال سلبي والإي جابي ع بر شبكات التوا صل الاجت ماعي ع لى سلوك الطلبة الجامعيين من كلية الآداب واللغات بجامعة بسكرة **حسب متغير القسم**	**217**
51	اخت بار **LSD** لتو ضيح ات جاه ال فروق في آ ثار الت ثاقف ال سلبي والإي جابي ع بر شبكات التوا صل الاجت ماعي ع لى سلوك الطل بة ال جامعيين من كل ية الآداب واللغات بجامعة بسكرة **حسب متغير القسم**	**217**
52	ن تائج تحل يل اخت بار **T-Test** لعين تين م ترابطتين بين إ ستراتيجيات الت ثاقف المنتهـ جة من طرف شبكات التوا صل الاجت ماعي من وج هة ن ظر طل بة وآ ثار الت ثاقف ال سلبي ع بر شبكات التوا صل الاجت ماعي ع لى سلوك الطل بة ال جامعيين من كلية الآداب واللغات بجامعة بسكرة	**219**
53	ن تائج تحل يل اخت بار **T-Test** لعين تين م ترابطتين بين إ ستراتيجيات الت ثاقف المنتهـ جة من طرف شبكات التوا صل الاجت ماعي من وج هة ن ظر طل بة وآ ثار الت ثاقف الإي جابي ع بر شبكات التوا صل الاجت ماعي ع لى سلوك الطل بة الجامعيين من كلية الآداب واللغات بجامعة بسكرة	**220**

فهرس الأشكال

ت	عنوان الأشكال	الصفحة
1	مخ طط تو ضيحي يو ضح كيف ية حدوث الـ غرس ع بر شبكات التوا صل الاجتماعي وانعكاسها على الشباب.	50
2	مخ طط تو ضيحي يو ضح العنا صر المحد ثة لعمل ية التـ ثاقف ع بر شبكات التواصل الاجتماعي استنادا على نظرية الغرس الثقافي	55
3	يوضح توزيع أفراد العينة حسب الجنس	69
4	يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير السن	69
5	يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير القسم	70
6	يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير مكان الإقامة	71
7	يوضح أكثر شبكات التواصل الاجتماعي متابعة من قبل المبحوثين	120
8	يو ضح عدد الـ ساعات الـ تي يق ضيها المب حوثين في متاب عة شبكات التوا صل الاجتماعي	121
9	يوضح تفضيل المبحوثين للغة الأكثر تفاعلا عبر شبكات التواصل	122
10	يو ضح الأ سباب الـ تي تدفع بالمبحوثين إ لى توظ يف اللـ غة المنا سبة في حواراتهم عبر شبكات التواصل الاجتماعي	123
11	يوضح الهدف الذي أدى بالمبحوثين لاستخدام شبكات التواصل الاجتماعي	124
12	يوضح الموضوعات التي يفضلها المبحوثين عبر شبكات التواصل الاجتماعي	126
13	يوضح مدى تفاعل المبحوثين مع مضامين شبكات التواصل الاجتماعي	127
14	يو ضح أكـ ثر الثقا فات والتقالـ يد الـ تي يتـ عرض إليـ ها المبحو ثون ع بر شبكات التواصل الاجتماعي	128
15	يو ضح مدى تـ عرض المب حوثين للعنا صر والموا ضيع الثقافـ ية شبكات التوا صل الاجتماعي	130
16	يو ضح الكيف ية الـ تي يع بر بـ ها المب حوثين عن ثـ قافتهم ع بر شبكات التوا صل الاجتماعي	131
17	يو ضح طبيـ عة مـ شاركة المب حوثين في التعب ير عن ثـ قافتهم ع بر شبكات التواصل الاجتماعي	133

فهرس الأشكـــــــــال

18	يو ضح الأ ساليب الـ تي يلـ جأ إليـ ها المبـ حوثين في الحـ كم عـ لى مـ صداقية المعلو مات الثقافية عبر شبكات التواصل الاجتماعي	134
19	يو ضح مدى تعبـ ير الهو ية الـ تي يظـ هر بـ ها المبـ حوثين عن هويتهم عـ بر شبكات التواصل الاجتماعي	135
20	اتـ جاه الـ فروق حـ سب المتو سط الحـ سابي لإ ستراتيجيات التـ ثاقف المنتهـ جة من طرف شبكات التوا صل الاجتـ ماعي من وجـ هة نـ ظر طلـ بة كلـ ية الآداب واللـ غات بجامعة بسكرة المتعلق بسن عينة الدراسة	212
21	اتـ جاه الـ فروق حـ سب المتو سط الحـ سابي لآ ثار التـ ثاقف الـ سلبي والإيـ جابي عـ بر شبكات التوا صل الاجتـ ماعي عـ لى سلوك الطلـ بة الـ جامعيين من كلـ ية الآداب واللغات بجامعة بسكرة المتعلق بسن عينة الدراسة	214
22	اتـ جاه الـ فروق حـ سب المتو سط الحـ سابي لإ ستراتيجيات التـ ثاقف المنتهـ جة من طرف شبكات التوا صل الاجتـ ماعي من وجـ هة نـ ظر طلـ بة كلـ ية الآداب واللـ غات بجامعة بسكرة المتعلق بقسم عينة الدراسة	216
23	اتـ جاه الـ فروق حـ سب المتو سط الحـ سابي لآ ثار التـ ثاقف الـ سلبي والإيـ جابي عـ بر شبكات التوا صل الاجتـ ماعي عـ لى سلوك الطلـ بة الـ جامعيين من كلـ ية الآداب واللغات بجامعة بسكرة المتعلق بقسم عينة الدراسة	218



مقدمـــــــــــة

مقدمـــــــــــــــة

ينحصر اليوم منظور الثقافات بوصفها كيانات موحدة مترابطة تتميز بخصوصية ثقافية قوامها مجموعة من الطقوس والممارسات الاجتماعية وأبنية للقرابة والمعتقدات التي يستخدمها الأفراد في تفاعلهم مع بعضهم البعض، حيث تعكس هذه الثقافة اتجاهات ومعايير التفكير والحكم لدى كافة المجتمعات، فلا توجد ثقافة إلا بوجود مجتمع أي أن لكل مجتمع ثقافته الخاصة التي تميزه عن غيره من المجتمعات الأخرى، مما أخضع هذه الثقافة للتعايش مع مختلف الأجيال المتوارثة.

وتعد المواضيع والدراسات الخاصة بالتثاقف من بين الأبحاث الحديثة والمعاصرة التي تهتم بها الدراسات السوسيوثقافية لتفسير دينامكية الشعوب، ولعل هذا النوع شجع مختلف الباحثين في علوم الإعلام والاتصال لمعرفة ودراسة المداخل الأساسية لهذا التثاقف في ظل ما يوجد في شبكة الانترنت التي أصبحت تشكل عالمنا اليوم، ما جعلها تقارب بين الشعوب للانفتاح على بعضها البعض، وخاصة مع ظهور شبكات التواصل الاجتماعي كفضاء للتفاعل والتواصل بين الثقافات، باعتبارها وسيلة تسهل عمليات الاتصال الإنساني بين العديد من المجتمعات المعبرة عن رغبات وأهواء المتابعين لها ومصدرا لاهتمامات الفرد في حياته اليومية، ومع وجودنا في زمن رقمي يتحكم فيه القائمون عليها بمختلف الأساليب المؤثرة على طبيعة الشباب المتابعين لها.

ومن خلال هذا الطرح أتاحت شبكات التواصل الاجتماعي لمشاركيها تبادل الثقافات عن طريق عرضها للمضامين الثقافية المنتشرة بكم هائل لا يعد ولا يحصى، وعلى هذا الأساس يمكن أن تحدث تغيرا جذريا في ثقافة مجتمع ما سواء كانت في الجوانب المادية منه أو اللامادية عن طريق الإضافة أو الحذف لمجموعة من القواعد والقوانين والعادات والتقاليد والقيم التي تختص بها ثقافة ما، بحكم أن لشبكات التواصل الاجتماعي يد ودور رئيسي في ترويج ثقافة ما على حساب ثقافة أخرى.

وهذا ما نجده ممارسا من قبل الثقافات الغربية على مجتمعنا باستخدامهم لإستراتيجيات تثاقفية تسهم في بناء وازدهار حياة الشعوب أو تجعل هذه الشعوب منقادة في تبعية تدخلهم في صراع ثقافي وحضاري وسط مجتمعاتهم، لأن هذا الأمر سلب الثقافة الأصلية التي يتمتع بها ذلك المجتمع، وخاصة عندما نذكر فئة الشباب الذين يتوقون إلى معرفة كل جديد حول الثقافات التي تسوق نفسها عبر شبكات التواصل الاجتماعي غير الخاضعة لرقابة الجهات الرسمية، ولا تخضع أيضا لقيود أخلاقية ودينية وقوانين عرفية، وهذا ما نلمسه في سلوكيات شبابنا اليوم الذي أصبح مقلدا ومقتبسا لتلك الثقافات الوافدة في مختلف الأنماط والمظاهر كطريقة الأزياء والموضة والاحتفالات والألفاظ اللغوية التي تعتبر دخيلة علينا.

وعليه حاولنا وضع الموضوع في قالب علمي ودراسة استطلاعية قسمت في ثلاثة فصول، نوجزها كالتالي:

تناول الفصل الأول البناء المنهجي للدراسة، وذلك من أجل بلورة جميع الأفكار التي تحيط بالموضوع كطرح للإشكالية والتساؤلات، وأسباب اختيار الموضوع وأهداف الدراسة وأهميتها، ومن ثم إلى مفاهيمها الإجرائية، وتلي ذلك ذكر أدبيات والمقاربة النظرية للدراسة المؤطرة لها، وبعدها تم التطرق على إلى الإجراءات المنهجية المتبعة فيها من المنهج المستخدم وأداة البحث التي اعتمدنا فيها على استمارة استبيان وزعت إلكترونيا، وهذا بتأطير مجتمع البحث وعينة الدراسة بجملة من الخصائص التي تتمتع بها هذه العينة كالجنس والسن والقسم ومكان الإقامة، وبعد ذلك قمنا بعرض مجالات الدراسة، منتهين الفصل بالصعوبات التي صادفتنا.

وتضمن الفصل الثاني الجانب النظري المتمثل في: **أولا:** التثاقف الذي اندرجت تحته مفاهيم أساسية حول التثاقف وخصائصه ومتغيراته وكذا مظاهره واستراتيجياته ونماذجه، وأخيرا أثاره الناتجة على المستوى الفردي والجماعي، ثم **ثانيا** فقد تم تناول شبكات التواصل الاجتماعي بالبدء بالمفاهيم التي تتعلق بهذه الشبكات وخصائصها وايجابيتها وسلبياتها ونماذجها، أما **ثالثا** فقد تمحور حول عمليات التثاقف عبر شبكات التواصل الاجتماعي، الذي يعتبر هو الأساس الملم بهذا الجانب، إذ يظهر ذلك في: تمظهرات التثاقف في شبكات التواصل الاجتماعي وكذا تمثلات الشباب على شبكات التواصل الاجتماعي وأخيرا سيرورة التثاقف في المجتمعات العربية في ظل شبكات التواصل الاجتماعي.

واحتوى بالفصل الثالث على الجانب التطبيقي الذي تضمن بدوره تحليل وتفسير البيانات الأولية للدراسة التي تم تفريغها من الاستبيان الإلكتروني، وتحليل وتفسير بيانات الدراسة حسب متغيراتها، وخلصنا إلى عرض النتائج النهائية للدراسة الموضحة للغاية التي نريد بلوغها، لنختم في الأخير بآفاق الدراسة ومراجعها وملاحقها.

الفصـــــــل الأول

البنـــاء الفكري والمنهجـي للدراسـة

1- الإشكـــــالية:

تسعى اليوم جميع المجتمعات إلى الحفاظ عن ثقافاتها، حيث توضح بها مختلف الرموز التي تتميز بها عن باقي بلدان العالم، مما ترقى بها إلى أن تكون حضارة عريقة ذات موروث الثقافي ينتقل عبر الأجيال ويتعايشها من جيل إلى جيل.

ومع ظهور الثورة المعلوماتية والرقمية التي شهدها العالم أتت ورافقتها تحديات مهمة استوعبتها الحضارة الإنسانية، ووظفت وسائلها لمواكبة التطور التكنولوجي الحديث في إحداث تحولات نوعية جديدة في المضامين تجذب انتباه المتلقين، حيث استخدمت الانترنت في تسهيل نشر هذه الثقافات عبر مختلف بلدان العالم، وذلك من خلال تغلغلها داخل المجتمعات المنبهرة بقوة الابتكار.

إلا أن هذه الشبكة العنكبوتية أنتجت لنا العديد من المواقع والشبكات، ومن بينها شبكات التواصل الاجتماعي التي أضحت من بين الأمور المهمة التي يتم الولوج إليها من طرف المستخدمين والناشطين فيها، حيث أصبحت تشكل عصب التواصل اليومي للأفراد ليكونوا بناءا إلكترونيا تفاعليا يحقق لهم أسرع الطرق للتواصل، حيث سمحت بالقيام بوظائف متعددة من خلال توفرها على مجموعة من الخصائص، كسهولة الاشتراك والمتابعة والتفاعل وابداء الرأي والاتصال والاطلاع على المحتويات الموجودة بداخلها، فاختصرت المسافات وقاربت بين الأمم وشابكت بين المجتمعات، وامتدت في جميع شؤون الناس، فتداخلت فيها الثقافات والأنماط المجتمعية وأصبح التبادل الثقافي والإنساني متاحا لكل مستخدمي ومتابعي تلك الشبكات، فحصل اقتباس من لغة الآخرين وتقاليدهم، والاندماج في بعض المظاهر والأنماط، وبالتالي غدت هذه البيئة الاتصالية منافسا تربويا واجتماعيا للمدرسة والأسرة والجامعة ودور العبادة.

فبفضل هذا التآزر بين شبكات التواصل الاجتماعي وثقافة الأخر، ولد لنا مجموعة من المفاهيم والمصطلحات الجديدة ذات الصلة بمفهوم الثقافة، التي من بينها مفهوم **التثاقف** الذي اقترن بالفكر الما بعد حداثي الذي تقاطع مع مفاهيم الهيمنة الثقافية والأنثروبولوجيا الاستعمارية، إلا أن التثاقف يكتسب أهميته في منعطف الألفية الثالثة من كونه مسألة راهنية بامتياز تؤكد حضورها في عصرنا الحالي بالتزامن مع خطاب التنافر الحضاري وتجليات العولمة المختلفة والثورة الرقمية، والذي اكتسب في ضوئها قيما جديدة وتغيرات في الثوابت وتطورات في العلاقات، مما أثر إيجابا وسلبا على المجتمع، وذلك من خلال استقطاب وجذب الأفراد بالتأثير على مدركاتهم العقلية والعاطفية وسلوكية ثقافة وقيما ودينا وادراكا منتهية بتجسيدها على أرض الواقع، حيث يعتبر الشباب وعاء لتقبل أو رفض ثقافة جديدة تخترق قيمهم الدينية والإنسانية وعاداتهم وتقاليدهم وحتى المساس بلغتهم الأم.

وبالتالي أعادت هذه الشبكات من جديد إحياء ثقافات منسية كانت داخل حيز منغلق ومقتصرة داخل دولة واحدة، وسعيها للعالمية والذي يجعلها تجمع كل الثقافات وتحاول تسييد ثقافة واخضاع أخرى بما يتماشى مع منطقها في الربح أو التوسع والحفاظ على تصدرها قائمة أفضل شبكة في العالم، في هذا السعي تعلي شان لغة عن أخرى و ثقافة عن أخرى وقيما إنسانية عن أخرى ودينا عن دين أخر...، مما جعل منها محركا أساسيا في غرس قيما اجتماعية وثقافية للدول المحافظة والمخالفة لما ينتج ويمرر من ثقافات غربية، تمهد لمستقبل جديد ومغاير لحركة الحضارة الإنسانية في إطار ما يسمى بالانبهار بالوسيلة وما قد ترسمه داخل عقول الشباب.

وفي ضوء ما سبق فإن إشكالية الدراسة تتمثل في محاولة التعرف على آثار التثاقف في شبكات التواصل الاجتماعي على متابعيها من الشباب، وذلك بغية معرفة:

ما هي الاستراتيجيات التثاقفية التي توظفها شبكات التواصل الاجتماعي من أجل استقطاب متابيعها من طلبة الجامعة بكلية الآداب واللغات بجامعة بسكرة والتأثير عليهم ؟

التساؤلات الفرعية:

ينبثق تحت هذا التساؤل مجموعة من التساؤلات الفرعية، والتي تم صياغتها على النحو الآتي:

- ما هي عادات وأنماط استخدام الطلبة كلية الآداب واللغات بجامعة بسكرة لشبكات التواصل الاجتماعي في الشأن الثقافي ؟
- ما هي مختلف إستراتيجيات التثاقف المنتهجة من طرف شبكات التواصل الاجتماعي من وجهة نظر الطلبة كلية الآداب واللغات بجامعة بسكرة ؟
- فيما تتمثل الآثار السلبية والإيجابية للتثاقف عبر شبكات التواصل الاجتماعي على سلوك طلبة كلية الآداب واللغات بجامعة بسكرة ؟

2- فرضيات الدراسة:

- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية تعزى لمتغيرات الدراسة بين كل من إستراتيجيات التثاقف المعتمدة من قبل شبكات التواصل الاجتماعي وآثار التثاقف على عينة الدراسة.
- لا توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائيا بين إستراتيجيات التثاقف المعتمدة من قبل شبكات التواصل الاجتماعي وبين آثار التثاقف على عينة الدراسة.

3- أسباب اختيار الموضوع:

يعود السبب في اختيار موضوع البحث في أكثر الحالات إلى السعي وراء حل مشكلة ما، وهذا لا ينطلق من فراغ، بل يعود إلى مجموعة من العوامل والمتغيرات المتعلقة بالظاهرة، وذلك من خلال المعلومات التي يتم جمعها حول هذه المشكلة وتحليلها واستخلاص النتائج الدقيقة التي من شأنها أن تشكل حلا ناجعا لتلك الإشكالية، وعادة ما يكون هناك العديد من الأسباب التي تدفع بالباحث إلى اختياره لموضوع دون غيره وميله له، ومن بين أهم أسباب اختيارنا لهذا الموضوع من الناحية الذاتية من جهة ومن الناحية الموضوعية من جهة أخرى والتي تم تناولها كما يلي:

1- الميل الذاتي في التعرف أكثر على انعكاسات التثاقف على سلوك الطلبة عبر شبكات التواصل الاجتماعي.

2- اكتساب معلومات لم نكن نعرفها عن الدور الفعال الذي تحققه شبكات التواصل الاجتماعي في تعزيز التثاقف الذي يطبع آثاره على الشباب الجامعي، حيث أصبحت هذه الشبكات أمرا أساسي لا غنى عنها داخل حياة المجتمعات التي تتزايد في نسب المتابعة خاصة في ظل التعدد الثقافي الشديد، حيث أصبح رهان من رهانات العصر.

3- ظهور نوع جديد من الدراسات الذي ينادي بإعادة النظر في نظريات التقليدية في ظل شبكات التواصل الاجتماعي، مما قامت بتنويهنا للأهمية القصوى التي يكتسبها الغرس الثقافي والثقافة النقدية التي تقوم بزرع المعاني وتنمية مكونات معرفية ونفسية لدى الشباب، باعتبار أنهما من بين المقاربات المهمة التي يتم إعطاؤها عناية بحثية كبيرة في العديد من الدراسات التي تتناول منظور الثقافات عبر الميديا الجديدة.

4- المساهمة في إثراء المكتبة الجامعية الجزائرية بدراسة تصب في حقل علوم الإعلام والاتصال تناولت التثاقف عبر شبكات التواصل الاجتماعي كشكل حديث من التعددية الثقافية والتبادل الثقافي لم يتم تناولها مسبقا.

5- حداثة الموضوع من حيث الدراسة وارتباطه بالتطورات الحاصلة في ما تتيحه هذه التقنيات التكنولوجية الحديثة للتعرف على الثقافات المتعددة التي تنتجها لنا شبكات التواصل الاجتماعي.

6- إن موضوع الدراسة من بين المواضيع المستحدثة التي تنبني على الاتجاه العبر تخصصي عبر الربط بين تخصصين أو أكثر، فانطلاقا من الحقل الاجتماعي الأنتروبولوجي اهتمت الدراسة بإعادة بعث الفكر

الثقافي في تخصص الإعلام والاتصال، ومن ثم النظر في إمكانية تحقيق الخاصية التثاقفية في شبكات التواصل الاجتماعي التي قد تؤثر على سلوك الطلبة.

4- أهداف الدراسة وأهميتها.

4-1- أهداف الدراسة:

يعتبر مجال البحث العلمي مجالا واسعا تختلف أهدافه وتتعدد معطياته، فالغاية من دراسة موضوع أو ظاهرة في البحوث الجامعية هي بالدرجة الأولى تعويد الباحث على التنقيب عن الحقائق واكتشاف أفاق جديدة من المعرفة في مواضيع يظهر شغفه بها وحبه للتعمق فيها وتسليط الضوء على الجوانب المراد كشفها، وبصفة عامة نستطيع القول أن مجمل أهدافنا التي نرمي إليها من خلال دراستنا أثار التثاقف التي تضمنتها شبكات التواصل الاجتماعي في سلوك متابعيها من الشباب تتلخص فيما يلي:

1- تهدف هذه الدراسة إلى الإحاطة بمفهوم التثاقف واستراتيجياته والكيفية التي توظفه بها شبكات التواصل الاجتماعي من أجل استقطاب المتابعين والتأثير عليهم.
2- توضيح مكانة شبكات التواصل الاجتماعي في إحداث عملية التثاقف لدى الطلبة الجامعيين.
3- الوقوف على الآثار السلبية والإيجابية للتثاقف عبر شبكات التواصل الاجتماعي على سلوك الطلبة في جامعة محمد خيضر بسكرة.
4- محاولة تسليط الضوء على أحد المفاهيم الأنتروبولوجية ألا وهو التثاقف، وأثاره عبر شبكات التوصل الاجتماعي في سلوك الطلبة الجامعيين.
5- التوصل إلى نتائج وتوصيات توضح آثار التثاقف عبر شبكات التواصل الاجتماعي على سلوك الشباب.

4-2- أهمية الدراسة:

يعتبر البحث العلمي أهم أداة لمعرفة كافة الحقائق الموجودة في هذا العالم، ويتيح للباحث الاعتماد على نفسه في اكتساب المعلومات، حيث تكشف البحوث عن مناطق مجهولة في حياتنا في شتى المجالات، كما تناقش قضايا لم يتوقف عندها السابقون، إذ يفترض فيها أن تكون جديدة، وفي مواضيع لم يتطرق إليها أحد من قبل، ويفترض على الباحث أن تكون له قدرة على الاستنباط والربط والإضافة، وأن تكون له شخصية مستقلة حتى لا يقع في مجاراة الآخرين وتكرار آرائهم، أو ترديد ما سبق قوله في أبحاث

أخرى، وعلى هذا الأساس ارتأينا في دراستنا هذه إلى أن نكشف عن أهمية موضوعنا الذي نحن بصدد إنجازه:

1- تنبثق أهمية الدراسة من أهمية الموضوع بمختلف متغيراته فمصطلح التثاقف أصبح من أكثر المصطلحات الهامة في وقتنا الراهن وخاصة مع ما يتوفر عبر شبكات التواصل الاجتماعي سواء على المستوى المجتمعي الداخلي أو العالمي، فهنا بدأنا نشهد توسع كبير في هذا النطاق وخاصة ما تتيحه هذه الشبكات من أفكار ومؤشرات ومضامين وذلك من خلال ارتفاع نسب المتابعة على هذه الشبكات.

2- إبراز أهمية التثاقف الحاصل عبر الفضاء الافتراضي في تعزيز العمليات المعرفية والإدراكية العقلية التي تقدمها شبكات التواصل الاجتماعي حول نشر الثقافات بطريقة جد مبتكرة في زمننا هذا.

3- لفت الانتباه إلى ضرورة إجراء مثل هذه الدراسات استبصارا لماضي وحاضر الدراسات الإعلامية والاتصالية ومستقبلها في الجزائر، وما قد تتيحه هذه الدراسة من معلومات ونتائج واقتراحات تساعد الباحثين في الاستعانة بها والاستفادة منها مستقبلا.

4- تسليط الضوء على عملية التثاقف كنوع جديد وحديث داخل شبكات التواصل الاجتماعي وذلك باستجابة المبحوثين من الطلبة فيما يتم تقديمه من مضامين أو محتويات تحاكي حياة شعوب العالم.

5- انعكاس التغيرات التكنولوجية التي أتت بها شبكات التواصل الاجتماعي على الثقافة في مساهمتها للتثاقف، مما يتطلب دراسة بحثية إعلامية واتصالية لكشف ما الجدوى من إبراز هذه الثقافات وكيفية عرضها لكافة المجتمعات لتؤثر عليهم، وذلك بالتنويه لما قد تثيره مستقبلا من صراعات وتجاذبات تحلل الثقافة الراسخة في المجتمع.

6- ارتبط مصطلح التثاقف بتيارات فكرية وتوجهات بحثية ساهمت في دراسته وتفكيك أبعاده، ما أفرز تقاطع وتشابك مداخل علمية كثيرة المهتمة بمتغير التثاقف من بعد اجتماعي وسياسي وأدبي وثقافي، وكل مدخل قدم قيمة علمية وبحثية مغايرة عن التركية الأصلية للمفهوم.

7- قلة الدراسات الإعلامية والاتصالية – حسب حدود اطلاعنا – المهتمة بتناول موضوع التثاقف في العالم عبر شبكات التواصل الاجتماعي في ضوء نظرية الغرس الثقافي والنظرية النقدية على المستوى المسحي.

5- مفاهيم الإجرائية للدراسة:

5-1- مفهوم الأثر:

لغة: جاء من المصدر "أثر"، وتعني أحدث وقعا، وترك صدى، كأن نقول أحدث أثرا بالغا في نفوس الحاضرين، قال **الخليل أحمد الفراهيدي:** الأثر بقية ما يرى من كل شيء، وما لا يرى بعد أن تبقى فيه علقه، الآثار الأثر، كالفلاح والفلح، والسداد والسدد، قال **الخليل** : أثر السيف ضربته، وتقول من يشتري سيفي وهذا أثره يضرب للمجرب المختبر.

وقد أشار قاموس "**Compact Oxford Dictionary English**" في تعريفه لكلمة التأثير والتي يقصد بها الأثر "Effect": أي التغيير الذي ينتج عن فعل أو عمل معين، ويقصد به أيضا الحالة التي كان أو يكون فيها شيء ما عمليا أو فاعلا[1].

يدل الأثر على الاندماج بين جسمين أو أكثر ويختلف استعماله في الدراسات الإعلامية باختلاف الكتاب والباحثين، حيث أن أغلبية الدراسات المتعلقة بالجمهور تستعمل المفهومين في نفس المعنى تقريبا أي "الأثر وتأثير"، حيث تعرفه **موسوعة علوم الإعلام والاتصال** بأنه نتيجة الفعل الذي ظهر جراء مؤثر ما[2].

اصطلاحا: يرى **السعيد بومعيزة** أن الأثر هو: تلك العلاقة التفاعلية بين أفراد الجمهور ووسائل الإعلام وتتميز هذه العلاقة من جانب وسائل الإعلام بمحاولة تكييف رسائلها مع خصائص الجمهور الذي تتوجه إليه استمالتهم لكي يتعرضوا لمحتوياتها، وليس بالضرورة التأثير عليهم لكي يغيروا شيئا ما على المستوى المعرفي أو الوجداني أو السلوكي[3].

إجرائيا: ونقصد هنا هي جملة الآثار معرفية ووجدانية وسلوكية التي خلفها التثاقف عبر شبكات التواصل الاجتماعي على المتابعين من الشباب.

---

[1] – رمزي جاب الله، **القيم المتضمنة في صفحات فيسبوك وأثرها في السلوك الاجتماعي للشباب الجامعي الجزائر – دراسة ميدانية لعينة من شباب جامعة باتنة 1 –**، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه علوم الإعلام والاتصال، تخصص: إعلام واتصال وعلاقات عامة، جامعة باتنة 1، الجزائر، 2017 – 2018، ص29.

[2] – سهام بوقلوف، **استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وأثرها على القيم الأخلاقية والاجتماعية – دراسة مسحية لعينة من المراهقين الجزائريين المستخدمين لموقع فيسبوك –**، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه الطور الثالث في علوم الإعلام والاتصال، تخصص: دراسات الجمهور، جامعة الجزائر 3، الجزائر، 2017 – 2018، ص34 – 35.

[3] – السعيد بومعيزة، **أثر وسائل الإعلام على القيم والسلوكيات لدى الشباب – دراسة استطلاعية لمنطقة البليدة –**، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه دولة في علوم الإعلام والاتصال، قسم علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم السياسية والإعلام، جامعة الجزائر، 2005 – 2006، ص29.

5-2- مفهوم الثقافة :

لغة:

عرفه **ابن منظور** حيث يقول ثقف الشيء ثقفا وثقافا وثقوفة:حذقه، ورجل ثقف حاذق فهم، ورجل ثقف لقف: إذا كان ضابطا لما يحويه قائما به، ويقال: ثقف الشيء وهو سرعة التعلم، وثقفت الشيء أي: حذقته وثقفته إذا ظفرت به[1].

اصطلاحا:

تعتبر الثقافة الإطار والمضمون الفكري الذي يحدد للمجتمع سماته التي تميزه عن غيره من المجتمعات، إذ تحمل بين طياتها السمات الاجتماعية المتوازنة والمستجدة وتعتبر أيضا ثمرة النشاط الفكري والمادي الخلاق والمرن لدى الإنسان[2].

وحسب **تعريف تايلور** هي ذلك الكل المركب الذي يشمل المعرفة والمعتقدات والفن والأخلاق والقانون والعادات، وكل القدرات والعادات الأخرى التي يكتسبها الإنسان بوصفه عضوا في المجتمع[3].

5-3- مفهوم التثاقف إجرائيا:

هو اكتساب الشباب لثقافة جديدة مقابل ثقافتهم التقليدية عن طريق وسائط مختلفة بما فيها شبكات التواصل الاجتماعي، وقد يكون بصورة إيجابية أو سلبية مؤثرة للقيم والمبادئ الأساسية في المجتمع وقد يكون حاضرا في عدة مجالات كالمجال الديني أو المجال الاجتماعي ... وغيرها من المجالات.

5-4- مفهوم شبكات التواصل الاجتماعي الإجرائي:

شبكات التواصل الاجتماعي هي شبكات على الانترنت تعد من بين التطبيقات شائعة الاستخدام لغرض التفاعل والتواصل، كما تقدم هذه المواقع لمستخدميها العديد من الامتيازات التعليمية والتثقيفية وتتيح لأعضائها تبادل مقاطع الفيديو والتواصل بمختلف الطرق وكذا تعرفنا بكيفية تقدم وتطور مختلف الدول وكذا الثقافات السائدة في مختلف بلدان العالم، مما قد تمس وتخترق ثقافات المجتمعات المنضبطة الأخرى.

---

[1] – علي بن محسن الشويش، **أثر التفكير في البناء الثقافي**، دار المقررات للنشر والتوزيع، الرياض، 2012، ص19.

[2] – دلال ملحس إستيتية، **التغير الاجتماعي والثقافي**، ط2، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان، 2004، ص226.

[3] – دنيس كوش، **مفهوم الثقافة في العلوم الاجتماعية**، تر: منير السعيداني، مركز الدراسات الوحدة العربية للنشر والتوزيع، بيروت، 2007، ص31.

5-5- تعريف السلوك:

يقول **فرنكستاين** إن السلوك البشري هو "مجموعة التصرفات والتعبيرات الخارجية والداخلية، التي يسعى الفرد عن طريقها لأن يحقق عملية الأقلمة والتوفيق بين مقومات وجودة ومقتضيات الإطار الاجتماعي الذي يعيش داخله" [1].

يعرف بأنه: "هو ذلك التصرف الذي يبرزه شخص ما نتيجة تعرضه إما إلى منبه داخلي أو خارجي"[2].

تعريف الشباب:

لغة:

يأتي من مادة شب أو شيب وهو جمع شاب ونقول شب الغلام ويشيب شابا وشبيبة وامرأة شابة، وهذا كله يؤدي إلى نفس المعنى.

اصطلاحا:

عرفته **الجمعية العامة للأمم المتحدة** لدى التحضير الإقامة السنة الدولية للشباب، التي وافقت العام 1995 فئة الشباب على أنهم الأفراد الذي تتراوح أعمارهم بين (15 – 24 سنة)، وبهذا أصبحت جميع المنظمات التابعة للجمعية العامة للأمم المتحدة تعتمد على هذه الفئة العمرية للتعبير عن الشباب، وهذا السن هو المستخدم في مجمل الإحصائيات العالمية للتعبير عن الشباب [3].

وفي السياق نفسه يشير باحثون إلى أن علماء السكان هم أول من حاول تقديم تحديد لمفهوم الشباب، ويستندون في تحديدهم للشباب إلى العمر الذي يقضيه الفرد في التفاعل الاجتماعي، إلا أنهم يختلفون أنفسهم بخصوص نقطة البداية ونقطة النهاية لهذا العمر الشبابي، فالبعض يقول بأن الشباب هم من تحت العشرين، والبعض الأخر يؤكد على من هم تحت سن الخامسة والعشرين، وهذا الاختلاف يعكس طبيعة السياق بالنسبة لعالم السكان والشباب على حد سواء مثلا، فإن المدى العمري الذي تقع فيه

---

[1] – عمر حمزة زواوي، تأثير **الإعلان الإلكتروني على السلوك الاستهلاكي للفرد – دراسة عينة من المستهلكين الجزائريين –**، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في العلوم التجارية، تخصص: تسويق، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر 3، 2012 – 2013، ص127.

[2] – راضية لسود، **سلوك المستهلك اتجاه المنتجات المقلدة – دراسة حالة الجزائر –**، رسالة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في العلوم التجارية، تخصص: تسويق، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة منتوري، قسنطينة الجزائر، 2008 – 2009، ص2.

[3] – ليلى أحمد جرر، **فيسبوك والشباب العربي**، مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع، الكويت، 2012، ص87.

الفئة الشبانية في البلدان النامية يختلف عن نظيره في البلدان المتقدمة، حيث تمتد فترة الشباب والمراهقة في الأخيرة عنها في الأولى، وأن الحد الأقصى لسن الشباب ينتهي في الأول مبكرا عن الثانية [1].

سلوك الشباب إجرائيا: وهو مجموعة من التغيرات على مستوى ردود الأفعال و التصرفات والعادات التي تحدث للشباب نتيجة متابعتهم لإحدى شبكات التواصل الاجتماعي أو كلها، حيث أن هذه الأخيرة قد تكسبهم رموز أفعال من شدة تكرارها تغرس فيهم عادات وتقاليد وثقافات أخرى غريبة عن المجتمع، حتى وان كانت تلك الثقافات مقبولة أم غير مقبولة تتنافى أو تتلاقى مع ما يحمله المجتمع من خصوصية.

6- المقترب النظري للدراسة وأدبياتها.

6-1- الدراسات السابقة:

إن البحوث السابقة هي مصادر إلهام لا غنى عنها بالنسبة إلى الباحث أو الباحثة بالفعل، فإن كل بحث ما هو إلا امتدادا للبحوث التي سبقته، لذلك لابد من استعراض الأدبيات أي معرفة الأعمال التي أنجزت من قبل حول الموضوع الذي يشغل بالنا[2]، وقد تم الاعتماد على بعض الدراسات التي ساعدتنا في انجاز هذا البحث بالكثير أو بقليل، وهي كالآتي:

[1] – السعيد بومعيزة، المرجع السابق، ص177.

[2] – موريس أنجرس، **منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية: تدريبات علمية**، تر: بوزيد صحراوي كمال بوشرف وآخرون، الإشراف على الترجمة: مصطفى ماضي، ط02، دار القصبة للنشر والتوزيع، الجزائر، 2004، ص125.

الدراسات المتعلقة بالمقاربة النظرية:

الدراسة الأولى 2013 – 2014[1]: وسائل الإعلام وثقافة الهيمنة قراءة في النظرية النقدية – الدراما التركية في الفضائيات العربية أنموذجا –.

ركز الباحث في دراسته على تغير نمط الحياة وأسلوب ثقافة الإنسان وذلك بفعل وسائل الإعلام، التي أصبحت تؤثر على كافة المجتمعات، حيث ولد إنسان جديد تمتصنيعه من قبل الدراما التركية التي تبث في الفضائيات العربية، مما أثرت على ثقافته التي تحتوي على معايير وقيم تتناسب معه .

وبلور الباحث تساؤله الرئيسي كالآتي : ما هو دور وسائل الإعلام في الهيمنة انطلاقا من مقاربات النظرية النقدية ؟ وأين نلتمس ذلك في الدراما التركية التي تبث في الفضائيات العربية ؟، ووضع مجموعة من التساؤلات الفرعية التي انبثقت عن هذا التساؤل المحوري والمتمثلة في : ما منطلقات النظرية النقدية في قراءة الواقع الثقافي الجديد ؟، ما المقصود بثورة المعلومات وما هي تجلياتها ومقوماتها ؟، ما هي أهم استراتيجيات الهيمنة في ظل ثورة المعلومات ؟، ما تأثيرات الهيمنة بأبعادها المختلفة على مضامين وسائل الإعلام ؟، ما المضامين الجديدة لوسائل الإعلام في ظل نظرية الفعل التواصلي والفضاء العمومي عند " يورغن هابرماس " ؟، ما أساليب الإعلان في الهيمنة بكونه لغة المجتمع الصناعي المتقدم ؟

وقد اعتمدت في ذلك على المنهج التحليلي بشكل واضح والمنهج التاريخي والنقدي المقارن في نقاط البحث التي تستوجب ذلك، لدراسة عينة تتكون من فئة المراهقين لأنها فئة حساسة تتأثر بسرعة بما تنشره وسائل الإعلام وتتميز هذه المرحلة بتغيرات فيزيولوجية وانفعالية لها آثار خاصة على السلوك، وذلك لاستقراء آليات الهيمنة الناعمة في وسائل الإعلام خاصة تأثير الدراما التركية، وتتمثل العينة في 120 طالب من ثانوية مليكة قايد بولاية سطيف منها 45 ذكور و75 إناث وهم من فئة الشباب، وقد تم السحب بطريقة عشوائية، ومن الأدوات التي تم الاعتماد عليها في جمع البيانات هي استمارة الاستبيان.

أما فيما يخص نتائج الدراسة المتوصل إليها:

- الحضور القوي للتلفزيون يكشف على أن المؤسسات الأساسية في التنشئة الاجتماعية لم تعد الأسرة والمدرسة بل أضحت وسائل الإعلام تنوب في الغالب عن باقي المؤسسات في عملية التنشئة.

[1] – عبد الحميد الميلود، **وسائل الإعلام وثقافة الهيمنة قراءة في النظرية النقدية – الدراما التركية في الفضائيات العربية أنموذجا –**، رسالة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال، تخصص: وسائل الإعلام والمجتمع، قسم الإعلام، كلية علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر 3، 2013 – 2014.

- لقد أصيبت المجتمعات العربية ومجتمعنا الجزائري بالخصوص بما يعرف بأنفلونزا المسلسلات التركية التي تجاوزت المسلسلات المكسيكية والكورية والدراما المصرية إقبالا من قبل المشاهد الجزائري في الآونة الأخيرة.
- المسلسلات التركية لم تستهدف الإناث فقط بل أكثر من ذلك أصبحت تستهدف الذكور أيضا، مما يكشف أنها امتلكت الكثير من أساليب التأثير واستراتيجيات الإغراء التي ستغير حتما في الإطار القيمي لهذه الفئة.
- نسبة كبيرة من أفراد العينة معجبين بالعادات والتقاليد والقيم المتداولة في الفضاء التركي، إذ استطاعت المسلسلات التركية أن تنقل قيم وعادات المجتمع التركي خارج فضاء تركيا سواء ما كان منها مدروسا ومخططا له أو ما كان بطرية عفوية.
- الكثير من المسلسلات التركية محملة بمضامين غربية فيما يتعلق بطقوس الزواج ومفهوم الأسري والمسؤولية الأسرية، مما سيكون له تأثير على مستوى الرابطة الأسرية وعلى الأسرة التي هي النواة الأولى في بناء المجتمع.
- أغلب الأفراد الذين يقبلون على متابعة الدراما التركية أثبتوا تأثير المسلسلات التركية على مستوى حياتهم العاطفية، مما يكشف على أن إحدى أهم الاستراتيجيات في الهيمنة مثلما كشفت النظرية النقدية في التغلغل عبر الأساليب الترفيهية والعاطفية، وهذا ما نجده في الدراما التركية.

الدراسات المتعلقة بمتغير التثاقف:

الدراسة الأولى 2016 – 2017[1]: دور الثقافة الجماهيرية في تشكيل هوية الشباب الجامعي – جامعة محمد خيضر بسكرة أنموذجا –.

استهلت صاحبة هذه الدراسة إلى الثقافة وأهم معالمها الكبرى مرورا بالثقافة الجماهيرية والشباب، ثم الهوية عموما، والهوية الجزائرية خصوصا وعلاقتها بالثقافة الفرعية للشباب الجامعي، حيث يحتاج الشباب توعية عالية المستوى، وتنشئة اجتماعية أساسها المقومات الأساسية التي تبرز هويته الوطنية وتعزز انتمائه لبلده الجزائر .

[1] – الخنساء تومي، **دور الثقافة الجماهيرية في تشكيل هوية الشباب الجامعي – جامعة محمد خيضر بسكرة أنموذجا –**، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه علوم في علم الاجتماع، تخصص: علم اجتماع اتصال، قسم العلوم الاجتماعية، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2016 – 2017.

وخرجت هذه الدراسة بسؤال رئيسي : كيف تعمل الثقافة الجماهيرية على تشكيل هوية الشباب الجامعي ؟، كما تم طرح مجموعة من التساؤلات الفرعية الموضحة كالآتي : كيف تؤثر الثقافة الجماهيرية على العناصر الدينية المكونة لهوية الشباب الجامعي ؟، كيف تؤثر الثقافة الجماهيرية على اللغة والعناصر الوطنية المكونة لهوية الشباب الجامعي ؟، كيف تؤثر الثقافة الجماهيرية على العناصر الاجتماعية المكونة لهوية الشباب الجامعي ؟ .

واعتمدت هذه الدراسة على المنهج الوصفي لتفسير كل ما تصنعه الثقافة الجماهيرية بهوية الشباب الجامعي، حيث تم سحب عينة من الطلبة بجامعة محمد خيضر بسكرة والموزعين بالكليات السبع {07} الموجودة بالجامعة ككل والذين بلغ عددهم 31689 طالب، ونظرا لضخامة الطلبة اعتمدت الباحثة على عينة متعددة المراحل، وتم الاعتماد في عملية جمع البيانات على الاستبيان كأداة أساسية رئيسية مع الاستعانة بأدوات ثانوية كالملاحظة والمقابلة .

متوصلة الباحثة من هذه الدراسة إلى مجموعة النتائج والتي يمكن إدراج أهمها على النحو التالي :

- كشفت عن طبيعة الأدوار والسبل المنتهجة من طرف الثقافة الجماهيرية بالنسبة لأهم شرائح المجتمع وعماد هذه الأمة وقوتها على مستوى العناصر الدينية المكونة للهوية .
- معرفة الثقافة الجماهيرية وطابعها الاستهلاكي النمطي وما قدمته للشباب لتتكون هوية غربية وفق نموذج ثقافي استهلاكي غربي، كما جسدت مدى انتشارها بينهم.من خلال إيضاح أهمية العامل اللغوي وما تعرض له نتيجة الأحزمة الثقافية استهلاكية الطابع ومادية النزعة، ضف إلى ذلك وضحت طبيعة العناصر الوطنية وأهميتها بالنسبة للهوية الجزائرية وقوميتها .
- كشفها لأهم القيم المستوردة نتيجة الانفتاح الهائل على وسائل الإعلام والاتصال الحديثة، بمعنى التغلغل الثقافي الاستهلاكي بين الشباب وايضاح طبيعة الوعي الذي شكلته الثقافة الجماهيرية لدى شريحة حساسة ومهمة من الفئات المكونة للمجتمع، بمعنى أوضح تعرفنا على العناصر اجتماعية الطابع وما تعرضت له نتيجة صناعة الثقافة وسلعتها، وأهمية هذه المقومات في تكوين وتماسك الأمة الجزائرية .

الدراسة الثانية 2014 – 2015[1]: التثاقف الهوية واضطرابات الصحة النفسية لدى الشباب الجزائري.

تناول الباحث في إشكالية الدراسة العلاقة بين استراتيجيات التثاقف ورتب الهوية، وأثر هذين المتغيرين على درجات الصحة النفسية لدى الشباب في المجتمع الجزائري، وهذا بسبب الانفتاح على العالم والغزو الثقافي عن طريق الفضائيات المقعرة وأجهزة الانترنت وما تبثه من مفاهيم وقيم لثقافات مختلفة ومتناقضة أحيانا مع ثقافة الفرد الجزائري وهذا بكل حرية ودون ضبط.

وتخرج هذه الدراسة بسؤال رئيسي: ما أثر كل من استراتيجيات التثاقف ورتب الهوية على الشدة النفسية لدى الشباب الجزائري ؟، كما تم طرح تساؤلات فرعية وهي كالأتي: هل تتوزع رتب الهوية الإيديولوجية والهوية الاجتماعية في أوساط الشباب مع نسبة عالية من الأفراد ذوي رتب معلقي الهوية {معلقي الهوية الخالصة ومنخفضة التحديد} ؟، هل تتوزع استراتيجيات التثاقف في أوساط الشباب مع نسبة عالية من استراتيجيات التثاقف منخفضة التحديد{إستراتيجية اندماجية منخفضة التحديد} ؟، هل توجد علاقات ذات دلالة إحصائية بين كل من رتب الهوية الإيديولوجية والاجتماعية واستراتيجيات التثاقف والشدة النفسية لدى الشباب الجزائري ؟، هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية تعزى لكل من متغير الجنس أو السن أو المستوى التعليمي أو موقع السكن أو لغة الدراسة في درجات متوسطات رتب الهوية الكلية واستراتيجيات التثاقف ؟، هل يوجد أثر دال إحصائيا لكل من رتب الهوية الكلية واستراتيجيات التثاقف على الشدة النفسية لدى الشباب ؟

أما فرضياتها انطلقت من: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين كل من رتب الهوية الإيديولوجية والاجتماعية واستراتيجيات التثاقف والشدة النفسية لدى الشباب الجزائري، تتوزع استراتيجيات التثاقف في أوساط الشباب الجزائري مع نسبة عالية لاستراتيجيات التثاقف المنخفضة التحديد، توجد علاقات ذات دلالة إحصائية بين كل من رتب الهوية الإيديولوجية والاجتماعية واستراتيجيات التثاقف والشدة النفسية لدى الشباب الجزائري، لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية تعزى لكل من متغير الجنس أو السن أو المستوى التعليمي أو موقع السكن أو لغة الدراسة في درجات متوسطات رتب الهوية الكلية واستراتيجيات التثاقف لدى الشباب الجزائري، يوجد أثر دال إحصائيا لكل من رتب الهوية الكلية واستراتيجيات التثاقف على الشدة النفسية لدى الشباب الجزائري.

[1] – لحسن العقون، **التثاقف الهوية واضطرابات الصحة النفسية لدى الشباب الجزائري**، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه علوم في علم النفس، تخصص: علم النفس العيادي، قسم العلوم الاجتماعية، كلية العلوم الإنسانية والعلوم الاجتماعية والعلوم الإسلامية، جامعة لحاج لخضر، باتنة، 2014 – 2015.

وتندرج هذه الدراسة ضمن الدراسات الاستطلاعية التي وظفت منهجين هما: المنهج الوصفي الارتباطي ومنهج المقارن لمعرفة قوة العلاقة القائمة بين متغيرات الدراسة، واعتمدت كذلك على أربع عينات استطلاعية لدراسة الخصائص السيكومترية لكل من الأدوات الثلاثة المعتمدة فيه هذه الدراسة في فترة ممتدة من أكتوبر 2013 إلى نوفمبر 2013، العينة الأولى شملت على 172 فردا لدراسة الخصائص السيكومترية لمقياس التثاقف لدى الشباب الجزائري أما العينة الثانية شملت على 181 فردا لدراسة الخصائص السيكومترية لمقياس كيسلر للشدة النفسية، والعينة الثالثة شملت 103 فردا لدراسة خاصية الثبات لمقياس كيسلر للشدة النفسية، أما العينة الرابعة شملت 54 فردا لدراسة خاصية الثبات لمقياس التثاقف لدى الشباب الجزائري في صورته النهائية ومقياس موضوعي لرتب الهوية الإيديولوجية والاجتماعية، وعلى هذا الأساس اعتمد على أدوات الدراسة التي ساعدته في جمع البيانات والمعلومات المتمثلة في : مقياس كيسلر، مقياس إستراتيجيات التثاقف، مقياس موضوعي لرتب الهوية .

ولقد لخصت هذه الدراسة مجموعة من النتائج:

- التثاقف ظاهرة حتمية تمس مختلف المجتمعات المعاصرة بدون استثناء وقد تمتد حتى إلى المحددات الثقافية الأساسية لهذه المجتمعات في صورة اللغة والدين ونظام الأسرة.
- تتحدد الاستراتيجيات التثاقفية تبعا لقوة الرموز الثقافية الوافدة وللموقف الاجتماعي من هذه العملية، كما يلعب الفرد المتثاقف دور ايجابي ومهم في اختيار الإستراتيجية التثاقفية التي تناسبه.
- إن عدم قدرة الفرد التأقلم مع معطيات التغير الاجتماعي والثقافي من خلال إستراتيجيات التثاقف يولد لديه شعور بالحيرة والتناقض، فينعكس ذلك على بناء هويته التي تبقى متراوحة بين رتبتي التعليق والتشتت، ثم على مستويات التوافق النفسي الاجتماعي لديه وعلى صحته النفسية.

الدراسة الثالثة 2014 – 2015[1]: إفرازات المثاقفة بين الترسيب والتغيير – دراسة سوسيوانثروبولوجية لحي بوتريفيس بمدينة الجلفة –.

تناولت هذه الدراسة إفرازات المثاقفة حاولت أن تضبط التغير في النسق الثقافي الناتجة عن وجود ثقافة مختلفة حملها أفراد النظام التقليدي داخل النظام الحضري بسبب ظروف معينة وهذا ما يعرف سوسيولوجيا بظاهرة المثاقفة.

[1] – نصيرة بلبول، **إفرازات المثاقفة بين الترسيب والتغيير – دراسة سوسيوانثروبولوجية لحي بوتريفيس بمدينة الجلفة –**، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في علم الاجتماع، تخصص: علم الاجتماع الثقافي، قسم علم الاجتماع، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة الجزائر 2، 2014 – 2015.

وتمحورت هذه الدراسة حول مجموعة من التساؤلات وهي كالأتي: هل تمكنت المثاقفة كظاهرة اجتماعية من التأثير في بناء الأسرة ؟، هل أنها تمكنت فعلا من الوصول إلى حالة الاندماج الثقافي بين العناصر المختلفة للثقافات داخل المدينة ؟، هل يمكن أن نتكلم عن دور المثاقفة في إبراز الاختلاف دون إحداث الإتلاف ؟ أم أنها وسيلة ائتلاف رغم الاختلاف ؟

واعتمدت الباحثة على فرضية أساسية واستنبطت منها فرضيات جزئية وهي كالتالي: الفرضية الأساسية والتي تتمثل في: إفرازات المثاقفة أثرت على البناء الاجتماعي داخل المدينة، أما فيما يخص الفرضيات الجزئية فتتجسد في: المثاقفة أدت إلى تغير في البناء الأسري، المثاقفة ساهمت في تصنيف الممارسات الدينية بين الشرع والتقليد.

اعتمدت هذه الدراسة على عدة مناهج أهمها المنهج الوصفي و المنهج تاريخي والمنهج المقارن وحددت المجتمع البحث الأسر بنسبة10%، حيث تم سحب 391 أسرة من أصل 3910 أسرة، معتمدة على العينة العشوائية المنتظمة، أما بخصوص الأدوات فقد اختارت أداتي الملاحظة والمقابلة.

توصلت هذه الدراسة على بعض النتائج أهمها:

- أثبت المسار التاريخي للمثاقفة أن استمراريتها لا يمنع تغيرها، بل هي في الحقيقة وليدة تغيرات تعمل من خلالها على إعادة تشكيل عناصرها الثقافية، الذي قد يحمل معه تصنيفا مختلفا أو مشابها عما كانت عليه.
- ارتباط الأجزاء الثقافية بالبناء الاجتماعي يكون بدرجات متفاوتة، مما يجعل التغير فيها يأتي على نفس درجة التفاوت، فالمثاقفة عبارة عن صورة بارزة من صور التغير في المجتمع تكون نتيجة وجود الاختلاف في الثقافات، لأن التقارب و التشابه الثقافي لا ينتج لنا تثاقفا.

أن افرازات المثاقفة مست البناء الأسري لكنها لم تنتج لنا الأسرة النووية بل أدت إلى إنتاج نموذج جديد مستقل ماديا لكنه ليس مستقل معنويا، لكن هذه التبعية ليست بسبب الولاء أو الخضوع أو الانتماء كما كان سائدا بل هي تبعية أولا استقلالية نفعية حيث أنهم يبنون علاقات عائلية من أجل تحقيق أهداف معينة.

الدراسة الرابعة 2014 – 2015[1]: الثقافة في زمن العولمة بين التنوع، والنمذجة إشكاليات: الصراع، التبادل، والدفاع في ظل تطور تكنولوجيا المعلومات والاتصال – دراسة تظرية تحليلية –.

عالج الباحث إشكالية دراسته في إشكالية الصراع وحوار الثقافات في زمن العولمة الثقافية والتنوع الثقافي كذلك الدفاع عن الهوية الثقافية، ومن خلال هذا حاول الباحث تفسير المشهد الثقافي في عصر العولمة، والذي تخضع لعامل أساسي يتمثل في تكنولوجيا المعلومات والاتصال وما تنتجه من مظاهر جديدة ومن تأثيرات متسارعة على الفعل الثقافي وعلى مكونات الثقافة وخدماتها وآليات إنتاجها وصناعتها، ووسائل نشرها وتسويقها وكذا طبيعة التفاعلات والتحديات التي تشكل اليوم الفضاء الثقافي العالمي.

وتتضح إشكالية الدراسة في تساؤله المحوري والمتمثل في: ما هي طبيعة المشهد الثقافي العالمي في ظل التأثيرات التي أحدثتها تكنولوجيا المعلومات والاتصال على مكونات الثقافة ؟، وهل يمكن القول بوجود تنوع ثقافي في زمن العولمة ، مع وجود منطق اقتصادي تتحول معه طبقات الوجود الثقافي إلى صناعة قائمة بذاتها ؟، أما فيما يخص الأسئلة الفرعية فتمثلت في: ما هي آليات ومظاهر العولمة الثقافية ؟، ما هي طبيعة العلاقة المعلوماتية _الثقافية في زمن العولمة ؟، كيف يتشكل المشهد الإعلامي الثقافي في عصر العولمة ؟، ما طبيعة العلاقة بين الاقتصاد والثقافة ؟، وما هي الأبعاد الاقتصادية للعلاقة الثقافية المعلوماتية الإعلامية ؟، أين تقف تكنولوجيا المعلومات الاتصال من واقع صراع الثقافات ؟، هل تساهم تكنولوجيا المعلومات والاتصال في الهيمنة الثقافية ؟، أم تساعد على زيادة التبادل والحوار بين الثقافات ؟، هل يسمح منطق السوق بوجود تنوع، وتعددية ثقافية في زمن ظهور الرأسمالية الثقافية والمعلوماتية ؟، ما هو موقع الثقافة العربية في ظل التطورات التي أحدثتها تكنولوجيات المعلومات والاتصال في عصر عولمة الثقافة ؟، وهل يمكن لمنطق الدفاع عن الهوية الثقافية، أن يستجيب للتحديات التي تفرضها العولمة الثقافية ؟.

وتدخل هذه الدراسة ضمن الدراسات الوصفية التحليلية، حيث ارتئ الباحث إلى اختيار المنهج الوصفي التحليلي، ولم تتناول هذه الدراسة مجتمع البحث والعينة وحتى أدوات جمع البيانات، أخذت جانب كبير من النظري، أبواب وفصول ومباحث، وأهملت الجانب التطبيقي.

[1] – عبد الرحمان كعواش، **الثقافة في زمن العولمة بين التنوع، والنمذجة إشكاليات: الصراع، التبادل، والدفاع في ظل تطور تكنولوجيا المعلومات والاتصال – دراسة نظرية تحليلية –**، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه علوم في علوم الإعلام والاتصال، كلية علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر3، 2014 – 2015.

الدراسة الخامسة 2009 – 2010[1]: التثاقف وعلاقته بالاضطرابات النفسية لدى الشباب الجزائري – عينة من طلبة جامعة الجزائر –.

تناولت هذه الدراسة التثاقف والاضطرابات النفسية لدى الشباب الجزائري والعلاقة بينهما، حيث تجسد تساؤل هذه الدراسة المحوري في أننا نراه يتساءل عن الواقع الثقافي للفرد الجزائري ووضعياته من عملية التثاقف التي أخذت بعدا عالميا في ظل العولمة، ومن خلال ذلك الوقوف على أثر هذه العملية على الصحة النفسية لأفراد هذا المجتمع، ومن أجل تبسيط هذه الدراسة تم الاعتماد على مجموعة من التساؤلات الفرعية، والتي سوف نذكرها كالآتي: هل يعاني الشباب الجزائري من تثاقف، وهل هذا التثاقف، إن وجد،يشكل بالفعل أزمة للشباب الجزائري ؟، هل توجد فروق جوهرية في عملية وأنماط التثاقف تبعا لمتغيرات :الجنس أو السن أو المستوى التعليمي وموقع السكن ؟، هل توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين عملية وأنماط التثاقف وبعض الاضطرابات النفسية في مجتمع الطلبة ؟، هل يمكن القول أن عزل متغير الجنس أو السن أو المستوى التعليمي وموقع السكن يضعف من قوة ودلالة العلاقة بين عملية التثاقف والاضطرابات النفسية لدى طلبة الجامعة ؟.

أما فرضياتها انطلقت من: توجد نسبة عالية من الأفراد المتثاقفين في عينة طلبة جامعة الجزائر، توجد فروق جوهرية في عملية وأنماط التثاقف تبعا لمتغيرات: الجنس أو السن أو المستوى التعليمي وموقع السكن، توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين عملية وأنماط التثاقف وبعض الاضطرابات النفسية في مجتمع الطلبة، إن عزل متغير الجنس أو السن أو المستوى التعليمي وموقع السكن يضعف من قوة ودلالة العلاقة بين عملية التثاقف والاضطرابات النفسية لدى طلبة الجامعة.

واعتمدت هذه الدراسة على المنهج الوصفي وتم تحديد فيها مجتمع كلي للدراسة الذي يتكون من مجموعة من الطلبة وتم اختيار أفراد عينة بطريقة عشوائية وقسمت عينة دراسة إلى عينتين عينة دراسة استطلاعية مكونة من 30 طالب وطالبة وعينة الدراسة الأساسية مكونة من 511 طالب وطالبة، أما بالنسبة للأدوات التي اعتمدها هذه الدراسة مقياس التثاقف ومقياس الصحة النفسية.

توصلت هذه الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها:

- إن التثاقف بصورة عامة يدل على قصور في الناحية النفسية والاجتماعية والثقافية والحضارية لكنه في الحقيقة يعد في ضل غياب سياسات ثقافية وطنية جادة شرطا أساسي للتحول نحو الفعل المبدع.

[1] – لحسن العقون، **التثاقف وعلاقته بالاضطرابات النفسية لدى الشباب الجزائري – عينة من طلبة جامعة الجزائر –**، رسالة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في علم نفس العيادي، قسم علم النفس وعلوم التربية، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة الجزائر، 2009 – 2010.

- عدم وجود فروق جوهرية في عملية التثاقف تبعا لمتغيرات الدراسة.
- أن التمسك القوي بالثقافة الأصلية واللجوء إلى إستراتيجية الانفصال في عملية التثاقف ترتبطان مع درجة عالية على مقياس الاكتئاب ومقياس القلق بالمقارنة مع استراتيجيات التثاقف.
- إن عملية التثاقف لدى الشباب من المجتمع الجزائري لم يتعرض لخبرة الهجرة الخارجية وانما تتم عملية تثاقفه عن طريق التواصل والتفاعل الثقافي الغير المباشر نتيجة لتأثير وسائل الاتصال والإعلام في ظل الحركية السريعة للعولمة الثقافية.

الدراسات المتعلقة بشبكات التواصل الاجتماعي:

الدراسة الأولى 2019 – 2020 [1]: لسان التواصل لدى الشباب في الشبكات الاجتماعية في المجتمع الجزائري – دراسة ميدانية –.

تتمحور إشكالية الدراسة حول سبب ظهور واستعمال هذا اللسان في مواقع التواصل ومعرفة فضاء انحصار استعماله وتداعياته ومدى اختلافه أو اقترابه من اللسان الممارس الفعلي في الحياة اليومية للكشف عن حقيقة العلاقة بين لسان الشباب في مواقع التواصل الاجتماعي واشكالية الاتصال في المجتمع الجزائري.

وتتضح إشكالية الدراسة في تساؤل الباحثة الرئيسي المتمثل في: ما هو اللسان الذي استحدثه الشباب الجزائري في شبكات الاجتماعية، وما تداعياته على السلوك الاتصالي للفرد داخل المجتمع الجزائري ؟، وتتفرع من هذا التساؤل الرئيسي مجموعة من الأسئلة الفرعية وهي كالآتي: ما خصائص اللسان الذي استحدثه الشباب الجزائري في شبكات التواصل الاجتماعي ؟، ما هي أبرز المفردات والعبارات والتراكيب والصيغ اللغوية التي تطبع لسان الشباب الجزائري في الشبكات الاجتماعية ؟، هل انتقل هذا اللسان من الافتراضي إلى الواقع ؟، كيف انتقل لسان الشباب الجزائري من النمط الشفهي إلى النمط المكتوب أو العكس ؟، هل امتد هذا اللسان ليشمل فئات عمرية أخرى عدا الشباب ليشكل عامل إضافي في الاندماج الاجتماعي في الجزائر ؟، هل يمكن للغة الأم للشباب الجزائري احتواء هذا اللسان

[1] – رادية شيخي، **لسان التواصل لدى الشباب في الشبكات الاجتماعية في المجتمع الجزائري – دراسة ميدانية –**، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في علوم الإعلام والاتصال، تخصص: اتصال سياسي واجتماعي، قسم علوم الاتصال، كلية علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر 3، 2019 – 2020.

ويثريها ؟، هل يعمل هذا اللسان على تأسيس لغة رابعة في الجزائر لا هي فصحى ولا عامية ولا فرنسية ولا أمازيغية ؟، هل تشكل مواقع الشبكات الاجتماعية غتو "**Ghetto**" لغوي للشباب في الجزائر ؟

ولقد تبنت الباحثة في دراستها المنهج الإثنوغرافي في جانبه الوصفي والتفسيري، وقد تم سحب عينة من مستخدمي شبكات الاجتماعية وعينة من مواقع شبكات التواصل الاجتماعي (الفيسبوك وتويتر واليوتيوب)، وذلك باستخدام عينة قصدية، وتمثلت أدوات الدراسة المستعملة في: الاستبيان الذي أختي ربه 250 مفردة، والمقابلة نصف موجهة تم إجرائها على 60 مفردة، وأداة الملاحظة.

نتائج ذات العلاقة بالدراسة:

- استحداث الشباب الجزائري لسان خاص به يضم مجموعة من الكلمات والصيغ التعبيرية المستحدثة، وهذا اللسان إما يكتب بالأحرف اللاتينية أو يستخدم الحروف العربية.
- من أبرز العبارات المتداولة من قبل الشباب الجزائري تلك التي ارتبطت بأحداث وفترات مرة بها البلاد سواء على الصعيد السياسي أو الرياضي أو الاجتماعي، ولعل أبرز هذه المراحل والتي نزلت فيها مواقع التواصل الاجتماعي إلى الواقع هو الحراك الشعبي في 22 فيفري 2019 أين لاحظنا تداولها في المسيرات.
- انتقال لسان الشباب الجزائري من النمط الشفهي إلى النمط المكتوب عبر مواقع التواصل الاجتماعي، حيث أصبحت الكلمات تكتب كما تنطق في اللهجات المحلية حتى وان كانت عربية فصحى.
- هناك صعوبة كبيرة للغة الأم في احتواء هذا اللسان لأنه تجاوزه ظهور لسان جديد للشباب لا هو فصيح ولا عامي لا فرنسي ولا حتى أمازيغي، بل لسان خاص بهم ويمتد حتى للفئة الأكبر سنا تماشيا مع موجة التغيير التي فرضتها مواقع التواصل الاجتماعي.

الدراسة الثانية 2017 – 2018 [1]: القيم المتضمنة في صفحات الفيسبوك وأثرها في السلوك الاجتماعي للشباب الجامعي الجزائري – دراسة ميدانية لعينة من شباب جامعة باتنة 1 –.

استهدف الباحث من خلال دراسته التعرف على أثر القيم "الاجتماعية، الدينية، العلمية، الجمالية، السياسية والاقتصادية" في السلوك الاجتماعي للشباب الجزائري مع عائلاتهم داخل الجامعة التي يدرسون فيها وفي المحيط العام الذي يعيشون فيه.

[1] – رمزي جاب الله، **المرجع السابق**.

وطرحت الإشكالية تساؤلا رئيسيا يتمثل في: ما أثر القيم التي تتضمنها صفحات الفيسبوك في السلوك الاجتماعي لشباب جامعة باتنة 1 ؟، ويندرج تحت هذا التساؤل مجموعة من الأسئلة الفرعية وتتضح كما يلي: ما طبيعة استخدام شباب جامعة باتنة 1 لصفحات الفايسبوك ؟، ما هي أكثر أنواع القيم التي تتضمنها صفحات الفايسبوك حسب شباب جامعة باتنة 1؟، كيف يتصرف شباب جامعة باتنة 1 مع عائلاتهم وداخل الجامعة وفي المحيط العام ؟، هل هناك فروق ذات دلالة إحصائية بين شباب جامعة باتنة 1 في سلوكهم الاجتماعي والقيم المتضمنة في الفايسبوك تعزى لمتغير الجنس ؟، هل هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين أنواع القيم وأنماط السلوك الاجتماعي لشباب جامعة باتنة 1 ؟

أما فيما يخص فرضيات الدراسة فتشكلت في: تعتبر القيم الاجتماعية أكثر القيم حضورا في صفحات الفايسبوك التي يشترك بها شباب جامعة باتنة 1، توجد هناك فروق ذات دلالة إحصائية بين الذكور والإناث فيما يخص القيم في صفحات الفايسبوك وسلوكهم الاجتماعي، توجد هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين أنواع القيم في صفحات الفايسبوك وأنماط السلوك الاجتماعي لشباب جامعة باتنة 1، تعتبر القيم الاجتماعية والجمالية أكثر القيم المتضمنة في صفحات الفايسبوك أثر في السلوك الاجتماعي لشباب جامعة باتنة 1.

وقد اعتمد الباحث على المنهج المسحي والوصفي التحليل، ويظهر ذلك بفرعين هما: **الأول** استخدام المنهج المسحي الوصفي لمعرفة عادات وأنماط استخدام شباب جامعة باتنة 1 لصفحات الفايسبوك وأسباب تفضيل هذا التطبيق على التطبيقات الأخرى وتفضيل صفحات الفايسبوك على صفحات أخرى ومعرفة القيم التي تضمنت حسب رأيهم، أما **الثاني** المنهج المسحي التحليلي الذي يحاول بدوره وصف وشرح سبب وجود هذه المواقف، كما تم الاعتماد على هذا المنهج لدراسة الفروق والعلاقات والأثر بين المتغيرات، ولدراسة هذا تم الاعتماد على عينة من شباب جامعة باتنة 1 والذين يزاولون دراستهم بصفة منتظمة خلال الموسم الجامعي 2017 – 2018، حيث لجاء الباحث إلى استخدام العينة العنقودية التي وصل حجمها إلى 400 مفردة موزعة حسب المجال الدراسي والتخصص العلمي والجنس والعمر والأصل الاجتماعي، وتم الاعتماد في عملية جمع البيانات على استمارة الاستبيان.

وكشفت هذه الدراسة مجموعة من النتائج أهمها نذكر:

- أن الفايسبوك يعتبر من بين أساسيات الحياة والممارسة اليومية للشباب الجامعي.
- إن موقع الفايسبوك أصبح يزخر بكم هائل من المحتويات والمضامين التي من شأنها أن تشبع الحاجات التي يطلبها الشباب الجامعي.

- إن صفحات الفايسبوك كانت ملاذ للكثير من المشتركين من أجل إشباع رغباتهم المتنوعة وتعتبر من أهم التطبيقات والتي عرفت إقبالا مقنع النظير.
- يلعب محتوى ومضمون صفحات الفايسبوك دورا كبيرا في جذب المشتركين، حيث أن المشترك في هذه الصفحة يبحث عما يلبي حاجياته انطلاقا من المضامين التي تنشرها هذه الصفحات، فتنوع المضامين وطريقة نشرها يلعب دورا كبيرا في استقطاب أكبر عدد ممكن من المشتركين.

الدراسة الثالثة 2017 – 2018 [1]: استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وأثرها على القيم الأخلاقية والاجتماعية – دراسة مسحية لعينة من المراهقين الجزائريين المستخدمين لموقع الفايس بوك –.

جاءت إشكالية الدراسة كمحاولة أولية لتشخيص إشكالية استخدام مواقع التواصل الاجتماعي "الفايسبوك" وأنماط التأثيرات التي قد تمارسها هذه التكنولوجيا على النسيج الاجتماعي عامة وعلى فئة المراهقين على وجه الخصوص بدأ بالجوانب الاجتماعية والأخلاقية والتي تسهم بشكل مباشر وغير مباشر في توجيه سلوك الأفراد في المجتمعات المستهلكة للتكنولوجيا والأثر الذي يخلفه هذا الاستخدام على القيم الأخلاقية والاجتماعية لدى المراهقين الجزائريين، وتقصي مدى ارتباطهم بقيمهم الأصلية في ظل الممارسات الافتراضية.

حيث تجسد تساؤلها الرئسي في: ما هو أثر استخدام موقع الفيسبوك على القيم الأخلاقية والاجتماعية لدى المراهقين الجزائريين المتمدرسين ؟، وبلورت الباحثة فرضياتها كالآتي: لا توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين استخدام المراهقين الجزائريين لموقع الفيسبوك ودوافع الاستخدام، لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين استخدام المراهقين الجزائريين لموقع الفيسبوك وارتباطهم بقيمهم الأخلاقية والاجتماعية، لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين استخدام المراهقين الجزائريين لموقع الفيسبوك وتجاوزهم لبعض السلوكيات، لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في استخدام المراهقين لموقع الفيسبوك ترتبط بالخصائص الديمغرافية (متغير السن والجنس والمستوى التعليمي).

وتندرج هذه الدراسة ضمن الدراسات الوصفية حيث ارتأت الباحثة إلى اختيار منهج المسح الاجتماعي وكذا المنهج الإحصائي، حيث تم سحب عينة من المراهقين المتمدرسين المقدرة ب 600

[1] – سهام بوقلوف، **المرجع السابق**.

مبحوث أو مفردة معتمدة على العينة القصدية في انتقاء أفرادها من قبل الباحثة، وتم الاعتماد في عملية جمع البيانات على أداتين هما: الملاحظة والاستبيان.

أما النتائج ذات العلاقة بالدراسة متمثلة في:

- أن العديد من القيم الأخلاقية والاجتماعية، قد انسحب ارتباطها الوثيق بسلوكيات المبحوثين في العالم الواقعي واقتصارها على مجرد منشورات يتم تبادلها عبر العالم الافتراضي.
- أصبح موقع الفيسبوك ليس محرك بحث ضمن شبكات التواصل الاجتماعي، وليس مجرد مرآة للتغيير الاجتماعي، بل أداة تحليل ملائمة تفيد في تحليل القيم والسلوكيات الجديدة داخل الفضاء الافتراضي.
- أن التفاعل الاجتماعي من خلال الفيسبوك له أثر إيجابي يختصر طبيعة التفاعلات في تبادل الإعجاب أو التعليقات أو مشاركة الروابط.
- استخدام الفيسبوك الشباب من تجاوز بعض السلوكيات باستثناء سلوك واحد يتمثل في اختراق خصوصية الأفراد.
- أثر موقع الفيسبوك على الشباب المراهق من خلال توجهه نحو حب المادة وتقليد الحياة الغربية، حيث أصبح أكثر اهتماما بمظهره ونشاطاته الإلكترونية والتباهي بما يملكه على حساب الاهتمام بالنشاطات الحقيقية في حد ذاتها.

الدراسة الرابعة 2017 – 2018 [1]: أشكال التعبير عن الهوية عبر الفايسبوك – دراسة ميدانية على عينة من الشباب الجزائري –.

لقد عالجت الباحثة إشكالية دراستها من ما يثيره الاستخدام الواسع لشبكة الفيسبوك بالنسبة للشباب الجزائري من إشكالات على مستوى الهوية وأشكال التعبير عنها، وذلك بالكشف عن مختلف الممارسات المختلفة والمرتبطة بمسألة الهوية كظاهرة اجتماعية فلسفية ونفسية داخل هذا الفضاء الافتراضي لشبكة الفيسبوك من خلال البحث عن طرق التعبير عن الذات لدى الشباب الجزائري عبر الفيسبوك.

وانطلاقا من تساؤلها الرئيسي الآتي ذكره: ما هي أشكال التعبير عن الهوية عبر الفيسبوك لدى الشباب الجزائري ؟، ويندرج تحت هذا التساؤل مجموعة من التساؤلات الفرعية الآتية: كيف يتمثل الشباب

[1] – عائشة لصلج، **أشكال التعبير عن الهوية عبر الفايسبوك – دراسة ميدانية على عينة من الشباب الجزائري –**، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في علوم الإعلام والاتصال، قسم الدعوة والإعلام والاتصال، كلية أصول الدين، جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإنسانية، قسنطينة، 2017 – 2018.

الجزائري محل الدراسة شبكة الفيسبوك ؟، ما طبيعة استخدام الشباب الجزائري محل الدراسة لشبكة الفيسبوك من حيث العادات والأنماط والدوافع ؟، كيف يعبر الشباب محل الدراسة عن ذواتهم عبر شبكة الفيسبوك ؟، ما هي تمثلات الشباب الجزائري محل الدراسة لهويته الواقعية ولهويته الافتراضية عبر شبكة الفيسبوك ؟، ما مدى تأثير الهوية الافتراضية للشباب على واقعهم وهويتهم الحقيقية ؟.

وتندرج هذه الدراسة ضمن الدراسات الوصفية حيث وظفت المنهج المسحي كونه المنهج الملائم لهذه الدراسة حسب رؤية الباحثة لدراسة العلاقات الناشئة عبر الاتصال عبر الشبكات الاجتماعية وعلاقتها بالبناء الهوياتي لدى الشباب المستخدم للفيسبوك وتأثيرات هذه الممارسة على الفرد إما إيجابيا أو سلبيا، وتم سحب عينة من الشباب الجزائري المتمثلة في 400 مفردة بالاعتماد على العينة القصدية في طريقة اختياره، كما ركزت الباحثة في جمعها للبيانات على الملاحظة والاستبيان.

وتمحورت نتائج هذه الدراسة في:

- تظهر تمثلات الشباب الجزائري لموقع الفايسبوك من خلال كون الفيسبوك وسيلة إبراز الذات وأن الشباب يبني تمثلات ايجابية حول موقع في كونه أداة تواصلية مهمة ومصدرا للتعبير وللأخبار.
- أكدت النتائج أن موقع الفيسبوك أضحى يحتل حيزا هاما في النشاط الاجتماعي للشباب وأنه جزء هام من الحياة اليومية لهم.
- أن الموقع الفايسبوك احتل مكانة معتبرة في حيز الزمن الاجتماعي للشباب عينة الدراسة إلا أنه لم يصل بهم إلى درجة الإدمان.

الدراسة الخامسة 2016 – 2017 [1]: مواقع شبكات التواصل الاجتماعي والقيم العلاقة بين الواقعي والافتراضي – دراسة استطلاعية على عينة من الطلبة الجزائريين المستخدمين لموقع الفيسبوك –.

استهلت صاحبة هذه الدراسة في محاولتها للكشف عن أثر استخدام موقع الفيسبوك على المنظومة القيمية للطلبة خاصة مع التغيرات المتلاحقة والسريعة التي تضرب المجتمعات العربية، اعتمادا على أدوات العصر الرقمي اللا محدود والتي يمكن في حالة عدم الانتباه إليها أن تنجح في إعادة صياغة

[1] – هالة دغمان، **مواقع شبكات التواصل الاجتماعي والقيم العلاقة بين الواقعي والافتراضي – دراسة استطلاعية على عينة من الطلبة الجزائريين المستخدمين لموقع الفيسبوك –**، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه علوم في علوم الإعلام والاتصال، تخصص: دراسات الجمهور، قسم الاتصال، كلية علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر 3، 2016 – 2017.

عقول الشباب بثقافات وأفكار قد تتعارض وتتصادم مع تراثنا وقيمنا الثقافية والدينية، ومن خلال هذا أرادت الباحثة التطرق إلى ما تحتويه هذه الشبكة من معارف وقيم وثقافات تتماشى تارة وتتعارض تارة أخرى مع قيم مجتمعنا مركزة على شبكة الفيسبوك كنموذجا.

وتجسد تساؤلها المحوري فيما يلي: ما هو أثر استخدام مواقع شبكات التواصل الاجتماعي على قيم الشباب الجامعي المستخدمين لموقع الفيسبوك ؟، ومن أجل تبسيط هذه الدراسة تم الاعتماد على مجموعة من التساؤلات الفرعية ونوجزها كالتالي: ما هي الدوافع التي تكمن وراء استخدام الشباب الجامعي الجزائري لموقع الفيسبوك ؟، هل ساهم موقع الفيسبوك في تعزيز القيم لدى الشباب الجامعي الجزائري ؟، ما مدى ارتباط الشباب الجامعي الجزائري بقيمهم في ظل استخداماتهم لموقع الفيسبوك ؟ هل استخدم الشباب الجامعي الجزائري لموقع الفيسبوك أدى إلى ابتعادهم عن قيمهم ؟

وقد قامت الدراسة على الفرضيات التالية: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لاستخدامات الشباب الجامعي الجزائري لموقع الفيسبوك على دوافعهم، لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لاستخدامات موقع الفيسبوك على تعزيز قيم الشباب الجامعي الجزائري، لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لاستخدامات موقع الفيسبوك على ارتباط الشباب الجامعي الجزائري بقيمهم، لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لاستخدامات موقع الفيسبوك على ابتعاد الشباب الجامعي الجزائري عن قيمهم.

وتندرج هذه الدراسة ضمن الدراسات الوصفية التحليلية معتمدة على منهج المسح الميداني بالعينة، حيث تم سحب عينة عشوائية من الشباب الجامعي المستخدم لموقع الفيسبوك قوامها 400 مفردة، مستخدمة العينة العشوائية متعددة المراحل في اختيار المبحوثين وتمثلت أدوات الدراسة المعتمدة على: الملاحظة والمقابلة والاستبيان.

وكشفت الدراسة مجموعة من النتائج أهمها:

- يستخدم أغلبية مبحوثي الدراسة موقع الفيسبوك بشكل دائم وبكثافة كبيرة، كما أممن أغلبهم لديهم أقدمية في الاشتراك فيه، حيث قدرت نسبة من يستخدمونه منذ أكثر من ثلاث سنوات بـ 55,10، وهذا ما يدل على أن هذا الموقع أصبح وسيطا اتصاليا مهما في حياة الشباب الجامعي.
- أثر موقع الفيسبوك على القيم ويختلف من قيمة لأخرى باختلاف طبيعة القيمة ودرجة ارتباط المستخدمين بها.
- أصبح عدد كبير من المبحوثين يعيشون عالما رمزيا افتراضيا في واقعهم الحالي، ويعود ذلك إلى إدمان المستخدمين على الفضاء الافتراضي حيث أن ارتباطهم بالعالم الافتراضي أصبح أكبر من ارتباطهم بنظيره الواقعي.

- إن موقع الفيسبوك لم يعد مجرد شبكة اجتماعية أو مخزن هائل أو أداة استثنائية للتبادل السريع للمعلومات بل أصبح يؤدي اليوم مهاما استثنائية ذات منعكسات سياسية واعلامية واقتصادية وثقافية وعلمية واجتماعية، كما تدور حوله حوارات معمقة في جميع أنحاء العالم.

الدراسة السادسة 2014 – 2015 [1]: الممارسات اللغوية في مواقع التواصل الاجتماعي "الفايسبوك" – دراسة اثنوغرافية لعينة من الشباب مستخدمي الفايسبوك في الجزائر –.

تسعى هذه الدراسة إلى الكشف عن أشكال الممارسات اللغوية في شبكة التواصل الاجتماعي الفايسبوك المتكونة من اللغات الإلكترونية واللغات الموازية أو اللغات الرقمية، لأن ممارسة هذه اللغة هي ممارسة من طرف أفراد اجتماعيين حول موضوع موجود في المجتمع الواقعي لكن في إطار افتراضي إلكتروني بهويات رقمية قد تكون حقيقية أو مزيفة، حيث جمعت مواقع التواصل الاجتماعي هته الهويات داخلها ومكنتها من تنظيم نفسها على أساس الروابط المشتركة باستخدام لغة موحدة لا يفهمها سوى المواظبين عليها.

وطرحت هذه الدراسة تساؤلا رئيسيا يتمثل في: ما أثر استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية على الفرد والمجتمع ؟، وكذا انبثقت عن هذا التساؤل الرئيسي مجموعة من الأسئلة الفرعية لتبسيط التساؤل المحوري، والتي تتمثل في: ما الدوافع والحاجات التي تكمن وراء استخدام الفايسبوك ؟، وما هي اللغات التي يتحاور بها مستخدمو الفايسبوك ؟، وما محتوى هذه اللغة وما أسباب انتشارها ؟، من هم هؤلاء الممارسين لهذا النوع من اللغة ؟، هل تعتبر هذه اللغة مجرد موضة جيل الانترنت أم نوع من التمرد الاجتماعي ويتم استخدامها كشيفرة لمواجهة الجيل الذي يسبقهم أهم هي جراء تردي المستوى التعليمي ؟

بينما تتشكل فرضيات الدراسة في: يعود استخدام مواقع التواصل الاجتماعي بهدف التواصل مع الآخرين من الأهل والأصدقاء والتعرف على أشخاص جدد وذلك عن طريق استخدام خدمة الدردشة المتوفرة على الموقع، يستخدم المواظبون على تصفح موقع الفايسبوك لغات عدة منها اللغة العربية الفصحى واللغات الأجنبية الفرنسية والإنجليزية وهذه الأخيرة تستعمل بشكل ملفت وتم تعلمها من خلال الموقع نفسه وذلك من خلال التعرف على ثقافات غير الدارجة وكل هذه اللغات تستعمل في أحيان ما

[1] – شهرزاد بن كيحل، **الممارسات اللغوية في مواقع التواصل الاجتماعي "الفايسبوك" – دراسة اثنوغرافية لعينة من الشباب مستخدمي الفايسبوك في الجزائر –**، رسالة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في علم الاجتماع الثقافي، كلية العلوم الاجتماعية، جامعة محمد بن أحمد، وهران 2، 2014 – 2015.

بشكل إلكتروني أي بالاختصار واستعمال الأحرف اللاتينية والأرقام التي يتم تهجئتها باللغة العربية واستعمال الأيقونات والرموز للتعبير عن المشاعر، السبب وراء انتشار هذه اللغة هي التكنولوجيا الحديثة وأول استعمال لهذه اللغة كان من خلال الهاتف النقال في كتابة الرسائل القصيرة وتأتي بعدها مواقع التواصل الاجتماعي، ممارسو هذه اللغة الموازية هم شباب مواظبين في الولوج للأنترنت وخاصة مواقع التواصل الاجتماعي، تعتبر هذه اللغة الإلكترونية مجرد موضة جيل الأنترنت يعود استعمالها إلى تردي المستوى التعليمي وذلك لعدم التقيد بالقواعد اللغوية سواء العربية أو الأجنبية والاختزال في الوقت والجهد وحفظ لوحة مفاتيح الحاسوب Keyboard، ومن هنا فاستخدام هذه اللغة الإلكترونية أو الافتراضية أو الموازية أو أيا كان اسمها تتعدى حدود مواقع التواصل الاجتماعي والهاتف النقال بل وأصبحت تستخدم في أوراق الامتحانات ولافتات المحلات والإعلانات وهذا ما يبين لنا أن هذه اللغة تخطت موضوع أن تكون افتراضية فهل سيعترف بها كلغة رسمية يا ترى ؟؟؟

وتندرج هذه الدراسة ضمن الدراسات الوصفية التحليلية التي تستهدف التعرف إلى المجتمعات الافتراضية وما يتعلق بها من ظواهر داخل هذه المجتمعات وهي لغة التواصل بين مستخدميها، ولهذا الغرض تم الاعتماد على المنهج الوصفي التحليلي الذي يستند إله وفي وصف اللغة التي يستعملها المستخدمون، وكذا الاعتماد على المنهج الاثنوجرافي الذي استعين به في إراحة المبحوثين بشعورهم بالحرية والاستقلالية في التعبير، ولدراسة هذا تم الاعتماد على عينة من مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي "الفايسبوك" وذلك باختيار عينة قصدية وهم من مستخدمي الفايسبوك في الجزائر فقط سواء كانوا ذكورا أو إناثا من جميع الفئات العمرية وكل المستويات التعليمية في جميع أنحاء القطب الجزائري "شرق غرب شمال جنوب" ومن ولايات مختلفة، والذي وصل عددهم إلى 100 مبحوث، وذلك باستعمال الملاحظة بالمشاركة والاستبيان الإلكتروني.

وخلصت نتائج هذه الدراسة إلى ما يلي:

- أصبحت تقنيات الاتصال ونقل المعلومات رافدا أساسيا وركنا مهما في بناء منظومة الإنسان الاجتماعية والاقتصادية والسياسية والثقافي.
- المشاعر الإلكترونية التي ساهمت في خلقها مواقع التواصل الاجتماعي نجحت بشكل ملفت في بناء مجتمع موازي للمجتمع الواقعي أو الحقيقي الذي يتبادل فيه الأفراد كل شيء حتى الأشياء التي لا يستطيع التعبير عنها في المجتمع الواقعي كالطابوهات.
- تبقى الممارسة اللغوية سوء لفتة بسيطة للقضايا التي تهتم بها مواقع التواصل الاجتماعي وآثارها على الفرد الاجتماعي وسلوكاته وتوجهاته وتطلعاته.

- نجد أن اللغة الموازية تعكس قدرا كبيرا من التفكك والتشظي، الأمر الذي يتفق مع توجهات الأجيال الجديدة الأكثر استخداما للأنترنت والأكثر تمثيلا لمواقع التواصل الاجتماعي.

الدراسة السابعة 2014 – 2015 [1]: شبكات التواصل الاجتماعي والهوية الثقافية عند الطلبة الجامعيين – الفايس بوك وطلبية جامعة بسكرة أنموذجا –.

تقوم المشكلة المدروسة من قبل الباحث حول سؤال مرده التحقق من وجود علاقة بين شبكات التواصل الاجتماعي التي تعتبر فضاء افتراضي رقمي على شبكة الانترنت وتعمل على تكوين مجال مشترك بين الفرد ومحيطه، وبين الهوية الثقافية عند الطلبة الجامعيين من خلال رؤية الطلبة للعادات والتقاليد والأعراف الاجتماعية كوحدة من أبرز محددات هويتهم الثقافية وباستعمال محددات لغوية محددة تعتبر هي الأخرى عنوانا لدلالات هذه الهوية الثقافية.

وانطلق الباحث من فرضيات توضح خط سير دراسته التي تتمثل في: توجد علاقة بين استخدام الطلبة الجامعيين للفايس بوك ورؤيتهم للعادات الاجتماعية، يناقش الطلبة الجامعيون مسألة التقاليد الاجتماعية عبر شبكة الفايس بوك، توجد علاقة بين استخدام الطلبة الجامعيين للفايس بوك ومسألة الأعراف الاجتماعية، توجد علاقة بين استخدام الطلبة الجامعيين للفايس بوك وبين اللغة المستعملة في نقاشاتهم.

ولقد اعتمد الباحث في دراسته على المنهج الوصفي الذي ساعد في انجاز الجانب الميداني، حيث طبق هذا المنهج على عينة من الطلبة بلغ عددها 786 طلب موزعين على 6 كليات في جامعة محمد خيضر، وذلك باستخدام العينة العشوائية البسيطة، ولقد اعتمد الباحث أيضا في وسائل جمع البيانات والمعلومات على كل من الملاحظة والمقابلة والاستبيان.

ولقد خلصت هذه الدراسة بمجموعة من النتائج نوضحها في الشكل الآتي:

- يناقش الطلبة الجامعيون المواضيع المتعلقة بالعادات الاجتماعية على صفحات الفايس بوك بل ويؤكدون على أهمية المواضيع وضرورة التعاطي معها بلا تمييز لمنطقة معينة دون أخرى اجتنابا للدخول في متاهات العنصرية أو العصبية وغيرها من الأمور.

[1] – بدر الدين بن بلعباس، **شبكات التواصل الاجتماعي والهوية الثقافية عند الطلبة الجامعيين – الفايس بوك وطلبة جامعة بسكرة أنموذجا –**، رسالة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في علم الاجتماع، تخصص: علم اجتماع التربية، قسم العلوم الاجتماعية، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2014 – 2015.

- يمتلك الطلبة الجامعيون تصورات عن التقاليد الاجتماعية وهم مسؤولون عنها، إذ أنهم غالبا ما يستخدمون هذا الفضاء الرقمي للدفاع عن آرائهم ومعتقداتهم المتعلقة بالنقد أو المدح.
- تؤثر المجموعات التي يتواصل معها الطالب في رؤيته ومعتقداته حول الأعراف الاجتماعية.
- يرى الطلبة أنهم يستخدمون اللغة العربية مع إدراكهم للبعد الحقيقي للغة ودورها في الصراع كونها واحدة من أهم دعائم الهوية الثقافية.

التعليق على الدراسات السابقة:

وتعقيبنا على هاته الدراسات على حد اطلاعنا نلاحظ أن أغلب الدراسات ركزت على إحدى المتغيرات فقط (شبكات التواصل الاجتماعي – التثاقف)، في حين ركزت دراستنا على كيفية تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على الشباب المتثاقف الذي ينعكس بدوره على السلوك وعلى الإستراتيجيات التثاقفية التي تنتهجها شبكات التواصل الاجتماعي في استقطاب الشباب، وهو ما يعد دراسة حديثة من حيث معرفة تأثير هذين المتغيرين على الطلبة، بالإضافة إلى أن أغلب الدراسات المتعلقة بمتغير الشبكات تطرقت لشبكات التواصل الاجتماعي بصفة عامة وشبكة الفيسبوك بصفة خاصة، في حين تطرقت أغلب الدراسات السابقة المتعلقة بالتثاقف إلى هذا الأخير، بينما ركزت دراستنا على نظرية الغرس الثقافي لمعرفة كيف يتم غرس قيم وثقافات في أذهان الجماهير "الشباب" بواسطة المتابعة المكثفة والتعلم الذي يكسبهم خبرات قد تنعكس في سلوك معين، وكذا النظرية النقدية التي ترتكز على بناء المعاني والرموز للهيمنة وجعل الشباب في قولبة واحدة وهنا يكونون في تبعية لأحادية قطبية، وهذا ما قد يعطي دراستنا صبغة جديدة نلتمس فيها أهم ما جاءت بها هذه الدراسة.

أوجه الاستفادة من الدراسات السابقة:

- أخذنا من خلال هذه الدراسات خلفية معرفية بالإضافة إلى جمع المعلومات، واستفدنا منها في الجانب المنهجي بحيث ساعدننا في انتقاء الأفكار المناسبة أثناء تحديدنا لإشكالية الدراسة.
- وكذلك استندنا على الدراسات السابقة في طريقة بناء الجانب النظري من خلال صياغة خطة بحث ملمة بكافة العناصر ومتغيرات الدراسة بالتفصيل.
- الاستفادة من كيفية توظيف النظرية النقدية في بناء إشكالية الدراسة وتحليل نتائجها.

المقارنة بين الدراسات السابقة والدراسة الحالية:

يتضح من خلال هذا **الجدول رقم (01)** أوجه التشابه وأوجه الاختلاف بين الدراسات السابقة ودراستنا الحالية:

ت	الدراسة	أوجه التشابه	أوجه الاختلاف
الدراسة المتعلقة بالنظرية			
1	**عبد الحميد الميلود**	➢ أدوات جمع البيانات. ➢ عينة قصدية.	➢ الوسيلة ➢ منهج الدراسة تحليلي وتاريخي ونقدي مقارن .
الدراسات المتعلقة بمتغير التثاقف			
1	**الخنساء تومي**	➢ متغير الشباب (الطلبة). ➢ أدوات جمع البيانات الاستبيان.	➢ منهج الدراسة. ➢ عينة الدراسة. ➢ أدوات جمع البيانات الملاحظة والمقابلة.
2	**لحسن العقون**	➢ متغير التثاقف. ➢ متغير الشباب. ➢ نوع الدراسة.	➢ منهج الدراسة. ➢ عينة الدراسة. ➢ أدوات جمع البيانات.
3	**نصيرة بلبول**	➢ المتغير المثاقفة "التثاقف".	➢ نوعية الدراسة. ➢ منهج الدراسة. ➢ عينة الدراسة. ➢ أدوات جمع البيانات.
4	**عبد الرحمان كعواش**	➢ مفاهيم مرتبطة بمتغير التثاقف.	➢ نوعية الدراسة . ➢ منهج الدراسة. ➢ لم يتناول العينة وأدوات الدراسة والإطار التطبيقي بشكل تام.

5	لحسن العقون	➢ متغير التثاقف. ➢ متغير الشباب. ➢ عينة الدراسة. ➢ نوعية الدراسة.	➢ منهج الدراسة. ➢ أدوات جمع البيانات.
الدراسات المتعلقة بمتغير شبكات التواصل الاجتماعي			
1	رادية شيخي	➢ عينة الدراسة. ➢ متغير شبكات التواصل الاجتماعي. ➢ أداة الاستبيان.	➢ منهج الدراسة اثنوغرافي والوصفي تفسيري. ➢ أدوات جمع البيانات.
2	رمزي جاب الله	➢ منهج الدراسة المسحي. ➢ أدوات جمع البيانات. ➢ متغير الشباب.	➢ منهج الدراسة الوصفي التحليلي. ➢ عينة الدراسة.
3	سهام بوقلوف	➢ عينة الدراسة. ➢ أدوات جمع البيانات الاستبيان. ➢ متغير شبكات التواصل الاجتماعي.	➢ نوع الدراسة. ➢ منهج الدراسة. ➢ أدوات جمع البيانات الملاحظة. ➢ متغير المراهقين.
4	عائشة لصلج	➢ منهج الدراسة. ➢ عينة الدراسة. ➢ أدوات جمع البيانات الاستبيان. ➢ متغير الشباب.	➢ نوع الدراسة. ➢ أدوات جمع البيانات الملاحظة.
5	هالة دغمان	➢ متغير شبكات التواصل الاجتماعي. ➢ نوع الدراسة. ➢ متغيير الطلبة. ➢ أدوات جمع البيانات الاستبيان. ➢ منهج الدراسة.	➢ أدوات جمع البيانات الملاحظة والمقابلة. ➢ عينة الدراسة. ➢ نوع الدراسة.
6	شهرزاد بن كيحل	➢ متغير شبكات التواصل	➢ نوع الدراسة.

		الاجتماعي. ➢ متغير الشباب. ➢ عينة الدراسة.	➢ منهج الدراسة. ➢ أدوات جمع البيانات الملاحظة والاستبيان الالكتروني.
7	**بدر الدين بن بلعباس**	➢ متغير شبكات التواصل الاجتماعي. ➢ متغيير الطلبة. ➢ أدوات جمع البيانات الاستبيان.	➢ منهج الدراسة. ➢ عينة الدراسة. ➢ أدوات جمع البيانات الملاحظة والمقابلة.

6-2- المقاربة النظرية للدراسة:

تعد البراديغمات في مجال علوم الإعلام والاتصال من بين الجهود المهمة التي خرج بها الباحثون والمفكرون للاتصال الإنساني حول ما يقدم في وسائل الإعلام التقليدية والحديثة بهدف التنبؤ والتفسير لهذه الظواهر، حيث تصف هذه البراديغمات النظم الاتصالية والإعلامية في مختلف دول العالم، ومن بين هذه البراديغمات التي تتلاءم مع دراستنا نجد براديغمين وهما: **البراديغم السلوكي:** الذي يفسر تأثيرات وسائل الإعلام التقليدية على الجمهور، حيث يهتم بتقديم معلومات ينتظر منها أن تحقيق استجابات نتيجة ذلك التأثير القوي، **والبراديغم النقدي:** الذي ينطلق من تأثير الظواهر في سير النظام الاجتماعي مع حرصه على أنه لا وجود للتوازن طالما المجتمع في تطور، والذي يبنى على مسلمة أساسية وهي النظر إلى ما ينتج بطريقة نقدية، ومن أبرز الاتجاهات الفكرية التي جاء بها هذين البراديغمين، نجد الاتجاه الأول المسمى **بالغرس الثقافي** الذي يصنف ضمن الآثار المعتدلة التي تتميز بالتوازن والاعتدال، أما الاتجاه الثاني المسمى **بالنظرية النقدية** التي نسعى من خلالها تفسير هذه التأثيرات المترتبة من وسائل الإعلام الجديدة على جمهورها، وعلى هذا الأساس نوجزهما كالتالي:

أ- نظرية الغرس الثقافي:

1- تعريف نظرية الغرس الثقافي:

يعرف الغرس الثقافي على أنه "زرع وتنمية مكونات معرفية ونفسية تقوم بها مصادر المعلومات والخبرة لدى من يتعرض لها، وقد أصبح المصطلح منذ منتصف السبعينيات من القرن العشرين يرتبط بالنظرية التي تحاول تفسير الآثار الاجتماعية والمعرفية لوسائل الإعلام وبخاصة التلفزيون، والغرس حالة خاصة من عملية أوسع هي التنشئة الاجتماعية"[1].

ويمكن وصف عملية الغرس بأنها نوع من التعلم العرضي الذي ينتج عن التعرض التراكمي لوسائل الإعلام خاصة التلفزيون، حيث يتعرف مشاهد التلفزيون دون وعي على حقائق الواقع الاجتماعي لتصبح بصفة تدريجية أساسا للصور الذهنية والقيم التي يكتسبها عن العالم الحقيقي، وعملية الغرس ليست عبارة عن تدفق موجة من تأثيرات التلفزيون إلى جمهور المتلقين، ولكنها جزء من عملية مستمرة وديناميكية للتفاعل بين الرسائل والسياقات[2].

وتعتبر نظرية الغرس تصويرا تطبيقيا للأفكار الخاصة بعمليات بناء المعنى وتشكيل الحقائق الاجتماعية، والتعلم بالملاحظة، والأدوار التي تقوم بها وسائل الإعلام في هذه المجالات، حيث تؤكد الفكرة العامة التي تجتمع حولها النظريات السابقة وهي قدرة وسائل الإعلام في التأثير على معرفة الأفراد وادراكهم للعوالم المحيطة بهم، خصوصا بالنسبة للأفراد الذين يتعرضون إلى هذه الوسائل بكثافة كبيرة.

لذلك تربط هذه النظرية بين كثافة التعرض – مشاهدة التلفزيون بصفة خاصة – واكتساب المعنى والمعتقدات والأفكار والصور الرمزية حول العالم الذي تقدمه وسائل الإعلام بعيدا عن العالم الواقعي أو الحقيقي[3].

انطلاقا من هذه المفاهيم يرى أصحاب نظرية الغرس أن هذا النموذج البحثي يعد بصورة عامة حلا فعالا لمواجهة آليات اكتساب الإنسان للمعارف التي تقود سلوكه[4].

---

[1] – منال هلال المزاهرة، **نظريات الاتصال**، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، 2012، ص ص341 – 342.

[2] – خضرة عمر المفلح، **الاتصال " المهارات والنظريات وأسس عامة "**، دار ومكتبة الحامد للنشر والتوزيع، عمان، 2015، ص165.

[3] – محمد عبد الحميد، **نظريات الإعلام واتجاهات التأثير**، ط3، دار عالم الكتب للنشر والتوزيع، القاهرة، 2004، ص330.

[4] – فريال مهنا، **علوم الاتصال والمجتمعات الرقمية**، دار الفكر للنشر والتوزيع، دمشق، 2002، ص267.

2- فرضيات النظرية:

تقوم نظرية الغرس الثقافي على الفرض الرئيسي والذي يشير إلى: أن الأفراد الذين يتعرضون لمشاهدة التلفزيون بدرجة كثيفة يكونون أكثر إدراكا لتبني معتقدات عن الواقع الاجتماعي تتطابق مع الصور الذهنية والنماذج والأفكار التي يقدمها التلفزيون عن الواقع الواقعي "الحقيقي"، أكثر من ذوي المشاهدة المنخفضة.

وتقوم نظرية الغرس على مجموعة من الفروض الفرعية وهي:

أ- يتعرض الأفراد كثيفو المشاهدة للتلفزيون أكثر بينما يتعرض الأفراد قليلو المشاهدة على مصادر متنوعة مثل التلفزيون ومصادر شخصية.

ب- يختلف التلفزيون عن غيره من الوسائل الأخرى، بأن الغرس يحدث نتيجة التعرض والاستخدام غير الانتقائي من قبل الجمهور.

ت- يقدم التلفزيون عالما متماثلا من الرسائل الموحدة والصور الرمزية عن المجتمع بشكل موحد أو متشابه عن الواقع الحقيقي.

ث- يزيد حدوث الغرس عند اعتقاد المشاهدين بأن الدراما الواقعية **Realistie** ، وتسعى لتقديم حقائق بدلا من الخيال **Fiction**[1].

3- كيفية حدوث الغرس الثقافي:

يوجد عدة عمليات تسهم في حدوث الغرس الثقافي نوضحها كما يلي[2]:

أ- **دوافع المشاهدة:** ويقصد بها تأثيرات الغرس التي ترتبط بنتيجة التعرض للتلفزيون بشكل عام، وتنقسم إلى:

- **المشاهدة الطقوسية:** هي المشاهدة التي تتم بحكم العادة، والهدف منها التسلية وتمضية الوقت، ويحدث تأثير الغرس نتيجة التفاعل بين المشاهدة والمستويات المرتفعة من دوافع المشاهدة الطقوسية.

- **المشاهدة الهادفة:** هي المشاهدة التي يحاول المبحوث أن يحصل من خلالها التعرف على شيء ما، وتسمى بالمشاهدة الانتقائية، وتتكون من خلال متابعة الشباب للمحتويات المعروضة عبر شبكات التواصل الاجتماعي وفق ما يرونه مناسبا ويلبي اهتماماتهم ورغباتهم.

---

[1] - منال هلال المزاهرة، **نظريات الاتصال**، المرجع السابق، ص345.

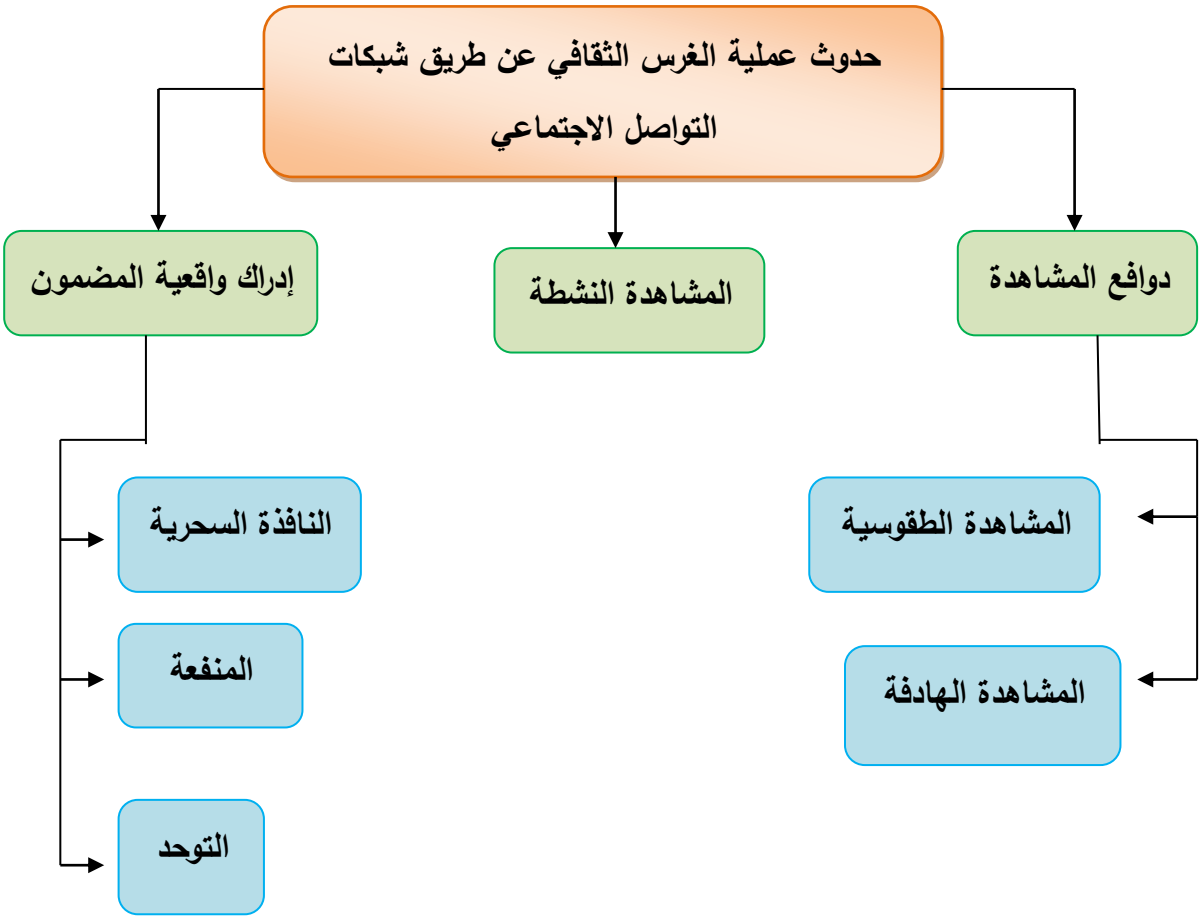
[2] - حكيم طلعت، **علم النفس الإعلامي " رؤى معاصرة ودراسات تطبيقية "**، تقديم : فتحى مصطفى الشرقاوي، مكتبة أنجلو المصرية للنشر والتوزيع، د ب ن، د س ن، ص ص60 - 61.

المشاهدة النشطة: ويقصد بها القيام بعدة عمليات مختلفة على المحتوى التلفزيوني، مثل العمليات النقدية أو التحليلية للمعلومات التي تستقى من خلال الرسائل التلفزيونية، فالمشاهدة النشطة تعني الانتباه أثناء المشاهدة (الانتباه إلى صفات الشخصيات ومظهرها – الخط الدرامي – التحدث مع الآخرين حول ما يشاهد) والاستغراق العاطفي للمشاهد (الشخصيات – الحبكة)، وبالتالي فإن المشاهدة تتكون من عناصر معرفية وعاطفية، وهذا ما يتضح في دراستنا من خلال تفاعل الشباب مع المضامين التي تمرر عبر شبكات التواصل الاجتماعي من خلال إبراز عملية تقييمية لما يشاهدونه، مما يثير النقاش والجدال حولها باستخدام المدركات العقلية والعاطفية للشباب، والتي تتحول بدورها إلى سلوكيات وانفعالات.

ب- إدراك واقعية المضمون: يوجد ثلاثة أبعاد لتعريف واقعية المضمون هي:

- **النافذة السحرية:** ويقصد به الدرجة التي يعتقد عندها المشاهد أن المعلومات التي تقدم من خلال التلفزيون هو تمثيل دقيق للحياة الواقعية، حيث يلاحظ الشباب (الطلبة) من خلال ما نقدمه في دراستنا أن كل ما يمرر عبر شبكات التواصل الاجتماعي هو انعكاس لما يوجد في الواقع، مما يسمح لهم التقليد والمحاكاة لما هو موجود في هذا الفضاء الافتراضي وتطبيقه على أرض الواقع.
- **المنفعة:** ويقصد بها مدى شعور المشاهد بأن المحتوى التلفزيوني يقدم إليهم معلومات في عديد من الموضوعات، ويمكن استخدام هذه المعلومات في حياتهم الواقعية، وذلك لمعرفة مدى استفادة الشباب من ما يعرض عبر شبكات التواصل الاجتماعي، إذ تعطيهم هذه الأخيرة حافزا لاستخدامها واقعيا.
- **التوحد:** يقصد به درجة التشابه التي يدركها المشاهد بين الشخصيات والمواقف التلفزيونية، وبين الناس والمواقف التي تظهر في خبرات الحياة الواقعية، فقد يشعر الشخص الذي يتوحد مع الشخصية التلفزيونية بالصداقة الحميمة، ويتولد لديه شعور بواقعية تلك الشخصيات وتكون مشاعره تجاه هذه الشخصية متشابهة لمشاعره تجاه الشخصيات الحقيقية، أي محاولة الشباب (الطلبة) المقارنة بين ما هو افتراضي وما هو واقعي حقيقي ويستخرجون من شبكات التواصل الاجتماعي ما هو متشابه، وعلى هذا الأساس يتولد لديهم دافعا قويا لتقمص تلك الأدوار والأفعال والسلوكيات والرموز وتبنيها مستقبلا.

مخطط توضيحي رقم (1): يوضح كيفية حدوث الغرس عبر شبكات التواصل الاجتماعي وانعكاسها على الشباب – من إعداد الطالبين –.



ب- نظرية النقدية:

1- جذور مدرسة فرنكفورت النقدية:

انطلقت هذه النظرية بقيادة قدماء مدرسة فرنكفورت الألمانية، حيث امتازت المدرسة الكلاسيكية من خلال الاعتماد على المنهج الكمي في التحليل وبالوظيفة الوضعية بينما المنظرون النقديون الجدد ركزوا على تحليل المحيط الثقافي والاجتماعي الذي تتم فيه عملية الاتصال، حيث أطلق عليها البعض المدخل الاجتماعي الثقافي، كما انطلقت مرجعياتها من الفكر الماركسي الذي يركز على المحيط الاقتصادي والسياسي والثقافي والاجتماعي للبلد الذي تمت فيه عملية الاتصال، ونددوا كذلك بالموقف الإداري للنظرية التجريبية الإمبريقية التي يعيبون عليها تركيزها على وظائف الاتصال وعلى مساعدة رجال الأعمال على

فرض نفوذهم وخدمة الثقافات المهيمنة واهمالها للمحيط التاريخي والثقافي وهو الأمر حسب رأي رواد هذه المدرسة الذي يشوه الحقيقة[1].

وبلغت هذه المدرسة ذروة تأثيرها على الحياة الفلسفية والعقلية وعلى تفكير الرأي العام المثقف في أوروبا وألمانيا الغربية في النصف الثاني من عقد السبعينيات[2].

وركزت على أدوات ووسائل للسيطرة العقلية الذهنية كمفتاح النجاح في الرأسمالية، وبالنسبة لهذه النظرية توجه ثلاث ملامح لثقافة رأسمالية في وظيفة محددة لهذه الوسائل وهي[3]:

أ- طريقة التفكير وتسمى السبب الأدائي أو الوسيلي والذي تم وصفه بواسطة جرايب 1984 على أنه طريقة النظر للعالم الذي يبرز سيطرة الأفراد على أحدهم الآخر وسيطرة النظام على تخذير "تغييب" الأفراد.

ب- دور الإعلام أو الثقافة الشعبية في عمليات التفكير للأفراد ومن ثم تحويلهم إلى عدم القدرة على نقد المجتمع الذين يعيشون فيه.

ت- سيطرة وانتشار نمط معين من الشخصية الذي لا يقبل فقط السيطرة أو الهيمنة ولكنه كذلك يرغب بنشاط بها.

2- نظرية الصناعة الثقافية:

لقد عمل **أدورنو** ربما أكثر من **ماركوزه وهوركهايمر**، على توسيع أفكار **ماركس**، فجعل الشكل السلعي يفيض خلسة على ركام نقطة انطلاقه في الاقتصاد ويغدو سمة مميزة للثقافة أيضا، ومع أن المنظرين النقديين يتهمون في بعض الأحيان بأنهم في تناولهم للثقافة الجماهيرية قد أجروا قطيعة ساذجة مع ماضيهم الماركسي بإفراطهم الزائد في تقدير أهمية عناصر البنية الفوقية كالإيديولوجيا وتجاهلهم العوامل الاقتصادية إلا أن مسار أفكارهم هو على العكس من ذلك تماما إذ يسير نحو الفكرة التي مفادها أن للعوامل الاقتصادية تأثيرها المفرط والخبيث في المجال الثقافي[4].

---

[1] – بسام عبد الرحمان المشاقبة، **نظريات الاتصال**، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، 2011، ص ص183 – 184.

[2] – عبد الغفار مكاوي، **النظرية النقدية لمدرسة فرانكفورت "تمهيد وتعقيب نقدي"**، دار هندوي للنشر والتوزيع، المملكة المتحدة، 2017، ص17.

[3] – فيليب جونز، **النظريات الاجتماعية والممارسات البحثية**، تر: محمد ياسر الخواجة، دار مصر العربية للنشر والتوزيع، القاهرة، 2010، ص ص118 – 119.

[4] – آلن هاو، **النظرية النقدية – مدرسة فرنكفورت –**، تر: ثائر ديب، دار العين للنشر والتوزيع، الإسكندرية، 2010، ص106.

حيث استحدث **أدورنو وهوركهايمر** في منتصف الأربعينيات مصطلح الصناعة الثقافية، إذ قدما دراسة نقدية للإنتاج الصناعي للمواد الثقافية باعتبارها ظاهرة شاملة تهدف إلى تحويل الإنتاج الثقافي إلى سلع، فالمنتجات الثقافية والأفلام والبرامج الإذاعية والمجلات تحيل على نفس العقلانية التقنية[1]، كما تم تقديم هذه الفكرة في مقالهما "صناعة الثقافة – التنوير كخداع للجماهير"، ليحاول هذا المقال البرهنة على أن ثقافة كل الجماهير تصبح متطابقة في ظل الاحتكار، وتضحى في نفس الوقت متفسخة كنتيجة لاندماج الثقافة والتسلية، وعلاوة على ذلك يوجد اندماج بين صناعة الإعلان وصناعة الثقافة، بما يجعل كلا الصناعتين نهجا تقليديا للتأثير في الناس والتلاعب بهم[2]، وللتوحيد القياسي المكمل هو تقنية النزعة الفردية الكاذبة، التي تقدم عذرا عن رتابة المادة عن طريق السماح وتشجيع انحرافات حافزة عن النموذج، وتوزيع هذه السلعة ذات الطابع الفردي الكاذب يجد التقنية الملائمة لتعزيزه في الإعلان المتواصل الذي يحطم أية مقاومة لما هو متماثل دوما عن طريق إغلاق سبيل الهرب، وبهذه الطريقة تصبح عادات موحدة قياسيا[3].

فالصناعة الثقافية توصل بضائعها المتماثلة إلى أي مكان ملبية حاجات كثيرة متنوعة ومعتمدة على معايير إنتاجية موحدة في إشباع هذه الطلبات من خلال نمط صناعي في الإنتاج، فبصمة الصناعة الثقافية: إنتاج غزير وتمثيل معياري وتقسيم عمل، فهذه الوضعية ليست نتيجة قانون يخضع له التطور التكنولوجي بل مردها إلى وظيفة التكنولوجيا في الاقتصاد الحالي، وهي كذلك علامة واضحة على إفلاس الثقافة أي سقوطها في السلعنة، وذلك أن تحويل الفعل الثقافي إلى قيمة تبادلية يقضي على قوته النقدية ويحرمه من أن يكون أثرا لتجربة أصلية[4].

فقد حددت **مي العبد الله** عنصرين أساسيين في **النظرية الثقافية النقدية** وهما على الشكل الآتي[5]:

أ- **الهيمنة:** يعد ستيوارت هول من بين رواد هذه النظرية التي تهتم بالتحليل الثقافي لتسجيل مدى ارتباط ما تقدمه وسائل الإعلام بحياة الناس، حيث تعتبر هذه المدرسة أن مصطلح الهيمنة كان شائعا في أوروبا ودول العالم الثالث وفي تعريفهم لها أنها تأثير النفوذ أو السلطة وخصوصا دولة على دولة أخرى، فمن

---

[1] – أرمان ماتلار وميشال ماتلار، **تاريخ نظريات الاتصال**، تر: نصر الدين لعياضي ورابح الصادق، ط3، مركز دراسات الوحدة العربية النشر والتوزيع، بيروت، 2005، ص89.

[2] – توم بوتومور، **مدرسة فرنكفورت**، تر: سعد هجرس، مرا: محمد حافظ دياب، ط2، دار أويا للنشر والتوزيع، طرابلس، 2004، ص94.

[3] – فيل سليتر، **مدرسة فرنكفورت "نشأتها ومغزاها – وجهة نظر ماركسية"**، تر: خليل كلفت، ط2، المدلس الأعلى للثقافة للنشر والتوزيع، القاهرة، 2004، ص ص195 – 196.

[4] – أرمان ماتلار وميشال ماتلار، مرجع السابق، ص ص89 – 90.

[5] – مي العبد الله، **نظريات الاتصال**، دار النهضة العربية للنشر والتوزيع، بيروت، 2006، ص ص204 – 205 – 206.

خلال هذا المفهوم تتجاهل كل وسائل الاتصال في الغرب الحياة في الدول النامية، وتعطي اهتماما لأخبار الشمال في أحداث العالم، حيث استخدم هول هذا المفهوم ليصف الطريقة التي تتعرض بها الطبقة القائدة والمسيطرة فكرها على حساب المجتمع في المجتمعات الرأسمالية.

ويعتقد هول أن وظيفة وسائل الاتصال هي دعم الهيمنة لمن هم في مراكز القوى ولكنه يرفض التفسير الماركسي الاقتصادي حيث لا يرى أن هناك علاقة متكافئة بين الثورة والتفكير السياسي، ولكن يظل الدور الحقيقي لوسائل الإعلام هو فرض القبول وليس تجسيد الإجماع، وتهتم هذه المدرسة أيضا بالأفكار باعتبارها صياغة عقلية ويتفاعل معها كبناء وكطريقة لترميز الحقائق وبالتالي فإن الرموز التي تستخدم في وسائل الإعلام هي عبارة عن صياغة للأفكار المسيطرة والتي يفسرها المتلقي في الإطار المرجعي الذي تم ترميزه من خلاله.

ب- المعنى والدلالة وبناء الرموز: تعتم هذه المدرسة بتحليل النص والنقد الأدبي للكشف عن القيم الثقافية الهائلة التي تضمها النصوص التراثية أو الأدبية وتفسيرها والوقوف على طريقة فهم الآخرين لها وتفسيرها ليجعلوا هذه النصوص أكثر قبولا لدى الناس ومن ثم الارتقاء بالثقافة، كما تأثر بها العديد من الباحثين في أمريكا لإثبات استخدام وسائل الإعلام في تأكيد الأفكار المسيطرة أو المهيمنة ودعم الوضع القائم.

وفي الأخير يمكن القول بأن عملية التصنيع الثقافي تؤدي إلى تضييق الخناق على الإبداع مقابل تصاعد وتيرة الإنتاج المعياري الذي يخضع المضامين لنمط موحد من التصنيع، يعتمد بالدرجة الأولى على الجماليات الشكلية والفنية وحتى التقنية، كما تضفي السطحية وضحالة المضمون على الرسالة من خلال معالجتها المفتعلة للواقع واغفاله لجوانب المهمة والمعقدة بالإضافة إلى تكريسها للترفيه والتماثل الاجتماعي، بمعنى افتقادها طابعها الفكري الأصيل مقابل اكتسابها طابعا صناعيا "التشيؤ"، وهذا ما يميز نسبة كبيرة من المنتجات السينمائية الأمريكية[1].

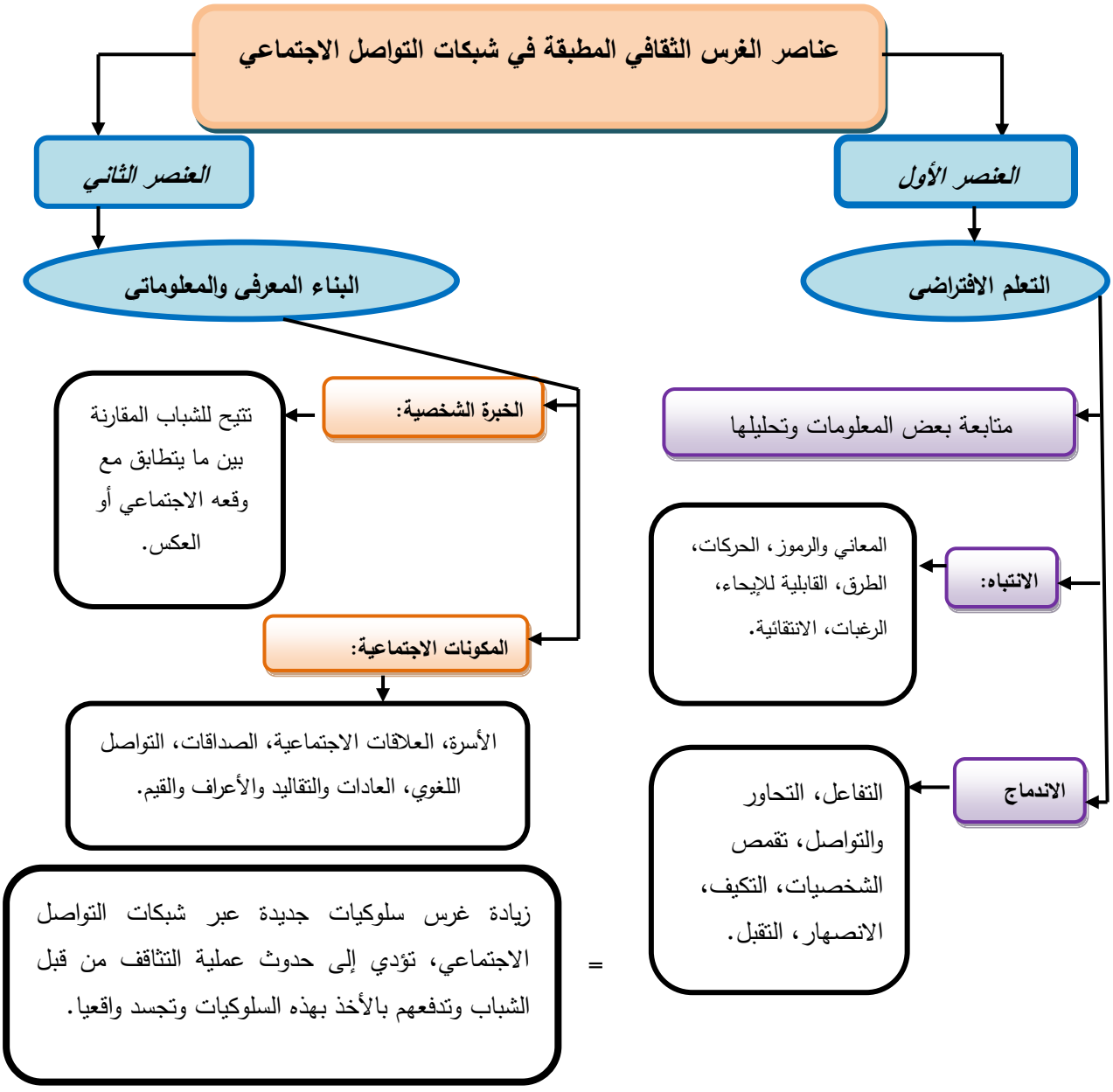
[1] – لمياء طالة، **دور القنوات الفضائية العربية في تغريب ثقافة المشاهد الجزائري – دراسة مسحية على عينة من شباب العاصمة –**، رسالة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال، تخصص: وسائل الإعلام والمجتمع، قسم علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم السياسية والإعلام، جامعة بن يوسف بن خدة، الجزائر، 2008 – 2009، ص ص131 – 132.

إسقاط النظرية على موضوع الدراسة:

ويأتي اختيارنا لهذين النظريتين في فهم موضوعنا أكثر وذلك من خلال تشكيل الحقيقة والواقع الاجتماعي والأدوار بالنسبة للشباب التي تقوم بها شبكات التواصل الاجتماعي، وكذا قدرتها التأثيرية العالية الملائمة مع ما كان سابقا في **نظرية الغرس الثقافي**، وهذا ما يساعدنا في الأخير على تفسير تلك السلوكيات التي قد تنجر عن هذه المتابعة المترجمة في سلوكيات مجسدة على أرض الواقع، وكانت استفادتنا من هذه النظرية تتمثل في تركيب وبناء استمارة الاستبيان **كمتغير التعلم** الذي يتطلب مهارات وقدرات عقلية والانتباه والتركيز والاندماج، وكذا **متغير البناء** المبني على الخبرات الشخصية والمكونات الاجتماعية المتمثلة في العادات والأعراف والقيم الاجتماعية والثقافية، أما **متغير التعميم** الذي يعرفنا بعلاقة التعرض الموجودة بين شبكات التواصل الاجتماعي "تقدير مدى أهميتها"، ومدركات عالم شبكات التواصل الاجتماعي "المعتقدات" عن نفس الموضوع من خلال نفس العالم، وعلى هذا الأساس تم التعرف على المواضيع والمعلومات التي تساهم في حدوث عملية الغرس في أذهان الجماهير، وكذلك ساعدتنا هذه النظرية في ترتيب أسئلة الاستبيان من خلال معرفة كيف يتم حدوث الغرس الثقافي من خلال دوافع المشاهدة المبنية على التفاعل أو المشاهدات الطقوسية من ناحية، وادراك واقعية المضمون من ناحية أخرى عن طريق التشابه بين ما هو موجود افتراضيا وما هو موجود واقعيا وبين ما هو واقعي وما هو خيالي بالنسبة لشباب اليوم.

أما بخصوص **النظرية النقدية** التي تنقد كل ما هو كائن وحاصل من الفشل الذي يحدث نتيجة التنميط والهيمنة في بناء المعاني والرموز والدلالات ذات وجهة واحدة، حيث يصبح الشباب كلهم داخل في وعاء واحد فقط مقولبين، إذ يرجع ذلك إلى سبب وحيد ألا وهو الصناعات الثقافية التي تهدف إلى تحويل الإنتاج الثقافي إلى سلع يتم تصديرها، والمستهدف الأول من هذا الإنتاج هو الشباب، فبالتالي فإن هدفها الأوحد وهو نمذجة سلوكه حسب ما يهم القوى العظمى المنتجة لهذه الثقافة لتصبح مهيمنة كما قلنا سابقا، وتم الاستفادة منها من خلال توضيح وتفسير وتبيان بعض السلوكيات التي قد تؤثر على مجتمعاتنا بشكل مرن غير متصلب مهيمن بطرق حديثة للتحكم في حياة الشباب، وذلك ما نراه في واقعنا اليوم في فئة الشباب التي تخطت كل الحواجز الاجتماعية والثقافية بفعل شبح شبكات التواصل الاجتماعي، ويتضح هذا عند تناولنا في الإطار التطبيقي لإستراتيجيات التثاقف التي تؤدي بالشباب إلى الانفصال والاستيعاب عن ما يعرض من ثقافات جديدة، وما تخلفه من آثار إيجابية وسلبية.

مخطط توضيحي رقم (2): يوضح العناصر المحدثة لعملية التثاقف عبر شبكات التواصل الاجتماعي استنادا على نظرية الغرس الثقافي – من إعداد الطالبين –.



7- الإجراءات المنهجية للدراسة:

7-1- المنهج المستخدم:

تحتل الخطوات المنهجية أهمية خاصة في البحوث الإعلامية والاتصالية، وذلك في أن قيمة البحث الاتصالي لا يتمثل فقط في جمع التراث النظري والإطلاع على البحوث والدراسات التي تناولت المشكلة فقط، وانما القيمة الحقيقية للبحوث الإعلامية والاتصالية تتجسد في اعتمادها على الخطوات المنهجية التي تحدد مسارها، ومن هنا تتضح مكانة هذه المرحلة في البحوث واكتساب المعارف العلمية المستندة على الحقائق العلمية والقائمة على البراهين.

ومن المعلوم أن لكل دراسة منهجا خاصا بها وطريقة محددة للوصول إلى نتائج محققة، لذلك فإن اختيار منهج الدراسة عملية لا تخضع لإرادة الباحث بقدر ما تتعلق بطبيعة موضوع البحث والهدف المتوخى منه، ويعتبر المنهج المراد إتباعه من أهم العناصر لانجاز الدراسات ولا غنى عنه بالنسبة لأي بحث علمي، على اعتبار أن البحث يتبعه للوصول إلى الإجابة التي تثيرها مشكلة الدراسة.

يعرف المنهج في اللغة هو مصطلح مرادف لكلمتي النهج والمنهاج، اللتين تعنيان الطريق الواضح، إلا أنه في اللغة الفرنسية كلمة منهج "**Méthode**" تعبر عن الخطوات الفكرية المنظمة والعقلانية الهادفة إلى بلوغ نتيجة ما[1].

أما من الناحية الاصطلاحية فيعرف المنهج أنه "الطريق المؤدى إلى الكشف عن الحقيقة في العلوم، بواسطة طائفة من القواعد العامة تهيمن على سير العقل وتحدد عملياته حتى يصل إلى نتيجة معلومة"[2].

كما يعرف على أنه "عملية فكرية منظمة أو أسلوب أو طريق منظم دقيق وهادف، يسلكه الباحث المتميز بالموهبة والمعرفة والقدرة على الإبداع، مستهدفا إيجاد حلول لمشاكل أو ظاهرة بحثية معينة"[3].

وتتعدد المناهج حسب الدراسات لهذا يتحتم على أي باحث اختيار المنهج المناسب الذي يخدم دراسته بطريقة علمية ومنهجية سليمة، وهذا ما يفرضه موضوع دراستنا والهدف المرجو منه، وبما أن هذه الدراسة تقف حول {آثار التثاقف عبر شبكات التواصل الاجتماعي على سلوك الشباب}، حيث تهدف إلى استكشاف مختلف مظاهر التثاقف الموجودة داخل هذه الشبكات، كون المصطلح حديث وجديد من حيث

---

[1] – أحمد بن مرسلي، **مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال**، ط4، ديوان المطبوعات الجامعية للنشر والتوزيع، الجزائر، 2010، ص282.

[2] – عبد الرحمان بدوى، **مناهج البحث العلمي**، ط3، دار وكالة المطبوعات للنشر والتوزيع، الكويت، 1977، ص5.

[3] – عبد الخالق محمد علي، **خطوات نحو بحث النهج الإعلامي**، دار المحجة البيضاء للنشر والتوزيع، د ب ن، د س ن، ص102.

الدراسة داخل شبكات التواصل الاجتماعي، والتي أصبحت تتخطى كافة الحدود والحواجز الموجودة داخل المجتمعات.

تنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الاستطلاعية التي تهدف إلى البحث عن معلومات حول ظاهرة لم تتناول بالدراسة العلمية المتخصصة، قصد التعرف عليها أكثر بتسليط الضوء على مختلف جوانبها، "وفضلا عن هذا يمكن أن تحدد الأولويات للبحث المستقبلي"[1]، حيث ارتأينا بها إلى الاعتماد على منهج **المسح الاجتماعي**، والذي يعرف حسب **أحمد بن مرسلي** على أنه "المنهج الذي يقوم على جمع المعلومات والبيانات عن الظاهرة المدروسة، قصد التعرف على وضعها الحالي وجوانب قوتها وضعفها"[2].

كما يعرفه أيضا **سعد سلمان المشهداني** بأنه "منهج بحثي يهدف إلى مسح الظاهرة موضوع الدراسة لتحديدها والوقوف على واقعها بصورة موضوعية، تمكن الباحث من استنتاج علمي لأسبابها، والمقارنة فيما بينها وقد تتجاوز ذلك للتقييم تبعا لما تخلص له من نتائج"[3].

وبالتالي يعد منهج **المسح الاجتماعي** هو المنهج الأكثر ملائمة لطبيعة الدراسة المنجزة، بغية جمع البيانات وتحليلها وتفسيرها لاستخلاص دلالاتها وتحديدها بالصورة التي هي عليها، وذلك من خلال تحليل البيانات أو المعلومات المتعلقة بآثار التثاقف على سلوك الشباب، وكونه يقوم بالتعليق والتفسير نتائجها عبر شبكات التوصل الاجتماعي، مما يتضح أنها الأقدر على توضيح حقيقة هذه المشكلة، وكذلك من ميزات المنهج المسحي أنه قابل للتعميم بسبب تغطيته لأكبر شريحة من مجتمع الدراسة الأصلي، وقابل للتكميم من خلال القيام بجملة من الجداول الإحصائية التي نستطيع أن نفسر بها مدى قوة هذا الارتفاع الملاحظ وقوة التأثير على هذه الفئة المركزين عليها في دراستنا هذه.

7-2- أدوات جمع البيانات:

يسعى الباحث عند إجرائه لأي دراسة أن يقوم على مجموعة من الأدوات والخطوات البحثية، مع المقدرة على تطبيقها بشكل صحيح لكي تمكنه من الحصول على البيانات والمعلومات السليمة والدقيقة، وبعد أن قمنا بتحديد نوع الدراسة والمنهج الملائم لها، قد تم الاعتماد على أداة من أدوات البحث العلمي، التي يمكن أن نراها قد تساعدنا في الحصول على نتائج أكثر دقة.

[1] – سعد سلمان المشهداني، **منهجية البحث العلمي**، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، 2019، ص133.

[2] – أحمد بن مرسلي، المرجع نفسه، ص286.

[3] – سعد سلمان المشهداني، المرجع نفسه، ص132.

وعلى هذا الأساس اعتمدنا على أداة **الاستبيان** كونها الأداة الأمثل لدراستنا، والتي يقصد بها حسب ما ذكره **يوسف حجيم الطائي وهاشم فوزي العبادي** بأنها: "أداة لجمع البيانات المتعلقة بموضوع بحث محدد عن طريق استمارة يجري تعبئتها من قبل المستجيب، ويستخدم لجمع المعلومات بشأن معتقدات ورغبات المستجيبين، ولجمع حقائق هم على علم بها، ولهذا يستخدم بشكل رئيسي في مجال الدراسات التي تهدف إلى استكشاف حقائق عن الممارسات الحالية واستطلاعات الرأي العام وميول الأفراد، واذا كان الأفراد الذين يرغب الباحث في الحصول على بيانات بشأنهم في أماكن متباعدة، فإن أداة الاستبيان تمكنه من الوصول إليهم جميعا بوقت محدود وبتكاليف معقولة"[1].

ويعرف **سعيد سبعون** استمارة الاستبيان على أنها "تقنية اختبار يطرح من خلالها الباحث مجموعة من الأسئلة على أفراد العينة من أجل الحصول منهم على معلومات يتم معالجتها كميا فيما بعد"[2].

وقد استعملت دراستنا هذا النوع من الاستبيان للأغراض التالية:

❖ التصميم المنهجي الذي يفرض علينا هذه الأداة في دراسة آثار التثاقف عبر شبكات التواصل الاجتماعي على سلوك الشباب – دراسة استطلاعية على عينة من الطلبة الجامعيين بكلية الآداب واللغات بجامعة بسكرة أنموذجا–.

❖ الجمهور المستهدف يتميز بضخامة العدد والتشتت بالشكل الذي يحدد إمكانية استخدام أساليب أو أدوات أخرى، في حين يستطيع الاستبيان تغطية عدد كبير من الأفراد حسب العينة المختارة.

وذلك من أجل القيام باستطلاع رأي الطلبة للوصول إلى إجابات دقيقة وموضوعية عن مختلف التساؤلات التي تتبادر في ذهننا والموضوعة في إشكاليتنا.

حيث تعتبر أكثر الأدوات استعمالا في استجواب المبحوثين، إضافة إلى أنها من بين الأدوات المهمة التي يستند عليها منهج المسح الإعلامي، كونها تستهدف التعرف على عادات وأنماط استخدام الطلبة لشبكات التواصل الاجتماعي في الشأن الثقافي، والتعرف على وجهات النظر المنتهجة عبر شبكات التواصل الاجتماعي وذلك من خلال القيام بتسليط الضوء على الآثار التثاقفية التي تتركها هذه الشبكات، والتي تترجم في سلوكيات معينة غرست في المجتمع، حيث أصبحت جزء لا يتجزءا منه، وذلك من خلال

[1] – يوسف حجيم الطائي وهاشم فوزي العبادي، **مناهج البحث العلمي للبحوث الإعلامية والإدارية والإنسانية**، دار الأيام للنشر والتوزيع، عمان، 2016، ص99.

[2] – سعيد سبعون، **الدليل المنهجي في إعداد المذكرات والرسائل الجامعية في علم الاجتماع**، ط2، دار القصبة للنشر والتوزيع، الجزائر، 2012، ص155.

الابتعاد على الضوابط الاجتماعية الثقافية التي يتم الاتفاق عليها من طرف المجتمع، إذ تجسد مفهوم التثاقف بمختلف مستوياته.

وقد حاولنا قدر المستطاع أن تكون أسئلة الاستبيان الإلكتروني[1] واضحة ومعبرة عن إشكالية الدراسة وتساؤلاتها، بحيث تحقق قدرا من التوازن في تغطية كل التساؤلات، معتمدين على ما جاء في الجانب النظري والدراسات السابقة للإحاطة بجميع جوانب الموضوع، لكي لا نكون قد أهملنا أي جانب متعلق بهذه الدراسة، وبالتالي فقد جزئت الاستمارة الخاصة بالدراسة إلى قسمين:

- **القسم الأول:** الخصائص الديمغرافية لعينة الدراسة.
- **القسم الثاني:** والمتمثل في محاور الدراسة والتي جاءت في ثلاث محاور:

❖ **المحور الأول:** معرفة عادات وأنماط استخدام الطلبة لشبكات التواصل الاجتماعي في الشأن الثقافي، ويندرج تحت هذا التساؤل ثلاثة عشر سؤال.

❖ **المحور الثاني:** معرفة إستراتيجيات التثاقف المنتهجة من طرف شبكات التواصل الاجتماعي من وجهة نظر الطلبة، ويندرج تحت هذا التساؤل إثنان وثلاثون سؤال.

❖ **المحور الثالث:** إبراز الآثار السلبية والإيجابية للتثاقف عبر شبكات التواصل الاجتماعي على سلوك الطلبة، ويندرج تحت هذا التساؤل واحد وثلاثون سؤال.

وهذه الأسئلة الموجودة داخل المحاور مشكلة من نوعين هما:

❖ **الأسئلة المغلقة:** وهي التي تعطي خيارات محددة للمبحوث ليختار واحد منها.

❖ **الأسئلة نصف مغلقة:** وهي التي تعطي للمبحوث فرصة ليختار من بين عدة خيارات مع إمكانية تعدد الخيارات في نفس الوقت.

وقد تم الاعتماد في المحورين الثاني والثالث على **مقياس ليكرت Likrt Scale الثلاثي** الذي يحدد لنا كيفية قياس اتجاهات المبحوثين، حيث اعتبرناه مريح للمبحوث في كيفية الإجابة على الأسئلة من الناحية النفسية، وكذلك بسبب كثرة العبارات التي نراها تندرج ضمن هذا الموضوع الذي لديه القدرة على التحمل، فمقياس ليكرت الثلاثي المعتمد إحصائيا يأخذ الدرجات الآتية: موافق (3 درجات) ومحايد (2 درجات) ومعارض (1 درجة)، ولتحديد اتجاه العينة أو مدى الموافقة يجب القيام بالعملية التالية:

[1] – على الرابط: https://forms.gle/MohTaP59n1dJ7zfj7 .

المدى = **أكبر قيمة – أصغر قيمة** = 3 – 1 = 0,66.

أكبر قيمة 3

إذن: طول المجال هو : **0,66**.

وفي كل مرة نضيف قيمة 0,66 كي نحدد اتجاه ومدى الموافقة.

ولتحديد درجة الاتجاه حدد الباحثين ثلاث مستويات هي: مرتفع، متوسط، منخفض، وعند عملية التحليل للبيانات المجمعة تم تقييم المتوسطات الحسابية لإجابات المبحوثين، التي سنقوم بتوضيحها في الجدول التالي:

جدول رقم (2): يمثل طريقة تفسير قيم المتوسطات الحسابية باستخدام مقياس ليكرت.

درجة الموافقة	**3**	**2**	**1**
المقياس الثلاثي	موافق	محايد	غير موافق
الاتجاه	مرتفع	متوسط	منخفض
مدى الموافقة	من 2,34 إلى 3	من 1,67 إلى 2,33	من 1 إلى 1,66

يتضح من الجدول السابق طريقة تفسير قيم المتوسطات الحسابية لاستجابات عينة الدراسة باستخدام **مقياس ليكرت Likrt Scale الثلاثي**، والذي اعتمدنا عليه لطبيعة أسئلة قائمة الاستبيان.

8- صدق وثبات استمارة الاستبيان:

8-1- صدق استمارة الاستبيان:

ومن خلال ما سبق سيتم إسقاط هذه الأداة على دراستنا، وذلك من خلال تصميم استمارة استبيان في شكلها النهائي لي يتم عرضها على مجموعة من المحكمين المتخصصين في ثلاث مجالات[1]، وهي مجال علوم الإعلام والاتصال ومجال علم الأنتروبولوجيا وعلم الاجتماع، وتعتبر هذه الخطوة من الخطوات المهمة قبل توزيع الاستمارة التجريبية والنهائية، وذلك لإبراز مواطن النقص والقوة لتصحيحها من الأخطاء ومعرفة مدى اندماج هذه الأسئلة الاستمارة مع الإشكالية وتساؤلات الدراسة.

ومن بين الملاحظات التي قدمت حول الاستمارة نجد:

[1] – أنظر للملحق رقم **(2)**.

- ❖ الأسئلة التي تم وضعها جيدة كافية ولكن طويلة مما اضطررنا إلى حذف بعض منها.
- ❖ تصحيح بعض العبارات التي من شأنها قد تخل بالمعنى.
- ❖ إعادة ترتيب بعض العبارات خاصة في المحور الثالث المتعلق بالآثار السلبية والإيجابية للتثاقف عبر شبكات التواصل الاجتماعي.

ولقد تم العمل وفقا لهذه الملاحظات، وقمنا بالتعديلات اللازمة لتتخذ الاستمارة شكلها النهائي، وأصبح عدد أسئلة الاستمارة 76 سؤال مقسمة إلى ثلاث محاور، أما بخصوص ترتيب الأسئلة قمنا بإعادتها حسب توجيهات الأساتذة، لتصبح واضحة ومحققة لأهداف الدراسة.

8-2- ثبات استمارة الاستبيان:

لقياس ثبات الاستبيان تم الاعتماد على معامل "ألفا كرومباخ" لقياس درجة الثبات، وتبريرنا على ذلك أنه في حال تم إعادتها مرة أخرى سيتحصل الباحث على نفس النتائج، وهذا باستخدام البرنامج الإحصائي **SPSS** في نسخته **20** على خطوتين:

الخطوة الأولى (الاختبار القبلي):

جدول رقم (3): يمثل الخطوة القبلية لثبات الاستبيان

اسم المحور	عدد الأسئلة والعبارات		ألفا كرومباخ
المحور الأول	عادات وأنماط استخدام الطلبة لمواقع التواصل الاجتماعي ذات الشأن الثقافي	7 أسئلة	0,077
	الموضوعات والآليات والمعايير في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي	6 أسئلة	
المحور الثاني	إستراتيجيات التثاقف المنتهجة من طرف شبكات التواصل الاجتماعي	32 عبارة	0,734
المحور الثالث	آثار التثاقف السلبية عبر شبكات التواصل الاجتماعي على سلوك الطلبة	15 عبارة	0,768
	آثار التثاقف الإيجابية عبر شبكات التواصل الاجتماعي على سلوك الطلبة	16 عبارة	
المجموع	معامل الثبات الكلي	76	0,744

تم توزيع استمارة استبيان بطريقة طبقية على بعض الشباب من الطلبة الذكور والإناث متضمنة مجموعة من الأسئلة بطريقة تجريبية، حيث تم هنا توزيع الاستمارة على نسبة محددة من المبحوثين قصد التأكد من وضوح الأسئلة والعبارات المستعملة في تكوينها، وذلك من أجل تعديلها واخراجها في شكلها النهائي وتوزيعها على العينة التي ستجرى عليها الدراسة، إذ أخذنا **10%** من الحجم الإجمالي للعينة المأخوذة من مجتمع البحث، إذ قدرت هذه النسبة عدديا ب **22** مبحوثين، وهي ما نعتبرها كافية لمعرفة جوانب القصور غير المفهومة من ناحية العبارات المطروحة، وذلك باستخدام أسلوب التسليم الإلكتروني، حيث كانت النتائج المتحصل عليها ايجابية بعد توزيع الاستمارة على العينة التجريبية واسترجاعها، كون العينة التجريبية لم تكن لها أي غموض من ناحية الأسئلة المطروحة في الاستمارة للوصول إلى الشكل النهائي للاستمارة، حيث ستوزع هذه الاستمارة على مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي من طلبة كلية الآداب واللغات بجامعة محمد خيضر بسكرة، وقد تحصلنا على نسبة ثبات في المحور الأول قدرت بـ **0,077** وهي تعتبر منخفضة مقارنة بثبات المحاور الأخرى، وذلك نظرا إلى أن المحور يحتوي على أسئلة مغلقة، قد لا تؤثر على ثبات الاستمارة ككل لأن أسئلته تعلقت بعادات وأنماط الاستخدام، وليست بالاستراتيجيات والآثار التي تعد من المحاور الأكثر أهمية في موضوع دراستنا، أما بالنسبة لمعامل الثبات الكلي لاستمارة الاستبيان قدر بـ **0,744**، والذي تم تطبيقه على **76** سؤالا وعبارة أي أن الثبات مقدر بـ 74,4 بالمئة وهي نسبة مرتفعة للاعتماد على أسئلة الاستمارة كما هي، ورغم ذلك قمنا بتعديلات طفيفة طبقا لما تم تأشير عليه من طرف المحكمين لتكون أكثر شمولا ووضوحا لنكون قادرين على الإلمام بمختلف الجوانب التي تجيب على تساؤلات الدراسة وأهدافها.

الخطوة الثانية (الاختبار البعدي):

جدول رقم (4): يمثل الخطوة البعدية لثبات الاستبيان			
اسم المحور	عدد الأسئلة والعبارات		ألفا كرومباخ
المحور الأول	عادات وأنماط استخدام الطلبة لمواقع التواصل الاجتماعي ذات الشأن الثقافي	7 أسئلة	- 0,227
	الموضوعات والآليات والمعايير في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي	6 أسئلة	
المحور الثاني	إستراتيجيات التثاقف المنتهجة من طرف شبكات التواصل الاجتماعي	32 عبارة	0,784
المحور الثالث	آثار التثاقف السلبية عبر شبكات التواصل الاجتماعي على سلوك الطلبة	15 عبارة	0,794
	آثار التثاقف الإيجابية عبر شبكات التواصل الاجتماعي على سلوك الطلبة	16 عبارة	
المجموع	معامل الثبات الكلي	76	0,745

تم الاعتماد على هذه الخطوة الثانية للتأكد فقط من صحة كافة التساؤلات، لأننا نرى أن صعوبة في قياس الظواهر الإنسانية والاتصالية بصفة خاصة، وقد تحصلنا في هذه الخطوة الثانية على معامل الثبات قدره **0,745** بنسبة تقدر ب **74,5** بالمئة، وهي لازالت نسبة عالية، وهنا يبرز الدور الإيجابي الذي تم إجرائه من قبل المحكمين بتقديم ملاحظات قيمة كانت في صميم موضوع الدراسة المراد انجازها، حيث ستوزع هذه الاستمارة على مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي من طلبة كلية الآداب واللغات بجامعة محمد خيضر بسكرة.

9- مجتمع البحث وعينة الدراسة:

9-1- مجتمع البحث:

إن نجاح أي دراسة في مجال البحث العلمي يرتكز بالضرورة على قدرة الباحث في تحديد مجتمع بحثه والعينة ضمن موضوعه محل الدراسة حتى يتمكن من الوصول إلى نتائج دقيقة وشاملة.

يعرف مجتمع البحث بأنه "كل أفراد أو أحداث أو مشاهدات موضوع البحث"[1].

[1] – منال هلال مزاهرة، **بحوث الإعلام "الأسس والمبادئ"**، دار كنوز المعرفة للنشر والتوزيع، عمان، 2010، ص268.

كما يعرف أيضا على أنه "جميع أفراد الظاهرة المقصود دراستها"[1].

ويتمثل مجتمع دراستنا الأصلي في الشباب المتابع لشبكات التواصل الاجتماعي، حيث تعتبر هذه الأخيرة انعكاسا للواقع الذي يقوم فيه الناشطون عبر هذا الفضاء بتبادل مختلف الثقافات والتجاذبات وتعددها عبر العالم التي يمكن أن تؤثر في سلوكهم.

9-2- عينة الدراسة:

تعرف العينة حسب **عامر قنديلجي** بأنها "نموذجا يشمل جانبا أو جزءا من وحدات المجتمع الأصلي المعني بالبحث، تكون ممثلة له، بحيث تحمل صفاته المشتركة، وهذا النموذج أو الجزء يغني الباحث عن دراسة كل وحدات ومفردات المجتمع الأصلي، خاصة في حالة صعوبة أو استحالة دراسة كل تلك الوحدات"[2].

وتعرف أيضا بأنها "جزء من المجتمع يختار بحيث تحتوي على بعض العناصر التي يتم دراستها ويدرس بهدف تقرير معالم هذا المجتمع أو اختبار فروض بحثية تعمم نتائجها على المجتمع المسحوبة منه"[3].

ويعرفها أيضا **موريس أنجرس** بأنها "مجموعة فرعية من عناصر مجتمع بحث معين"[4].

تم اختيار عينة الدراسة من الطلبة الجامعيين الذين نراهم الأقرب لنا من وجهة نظرنا للكشف عن مدى قدرت شبكات التواصل الاجتماعي في إحداث مختلف الآثار التثاقفية لديهم، وعلى هذا الأساس يتم تحقيق أهداف الدراسة المرجوة، وتم اختيار طلبة كلية اللغات والآداب التي تم التقصي حولها والتي يمكن أن تخدم موضوعنا.

وبالتالي لجأنا إلى الاعتماد على **عينة غير احتمالية طبقية**، وذلك طبقا لما تمت ملاحظته من خصائص وسمات تساند دراستنا، إذ تعرف العينة الطبقية على أن "المبدأ الأساسي الذي تقوم عليه هذه العينة هو تقسيم المجتمع الأصلي إلى طبقات أو فئات متجانسة من حيث طبيعة البيانات المستهدفة من

---

[1] – محمد عبد العزيز الحيزان، **البحوث الإعلامية – أسسها، أساليبها، مجالاتها –**، دار مكتبة الملك فهد الوطنية للنشر والتوزيع، الرياض، 2004، ص71.

[2] – عامر إبراهيم قنديلجي، **البحث العلمي واستخدام مصادر المعلومات**، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، 1999، ص137.

[3] – ماهر أبو المعاطى علي، **الاتجاهات الحديثة في البحوث الكمية والبحوث الكيفية ودراسات الخدمة الاجتماعية**، دار المكتب الجامعي الحديث للنشر والتوزيع، الإسكندرية، 2014، ص213.

[4] – موريس أنجرس، المرجع السابق، ص301.

الدراسة ويشترط في هذا النوع من العينة أن تكون مفردات المجتمع البحثي معروفة حتى يتسنى للباحث ضبطها في قوائم محددة وتقسيمها إلى فئات ثم سحبها بأسلوب عشوائي، ويشترط عند سحب مفردات عينة الدراسة، أن نقوم بسحب النسبة نفسها من كل طبقة ليكون هناك تمثيل صحيح لمفردات العينة داخل المجتمع الأصلي"[1]، كما يعرفها **إسماعيل إبراهيم** على أنها "يقوم الباحث بدراسة المجتمع، فإما يكون مقسما إلى طبقات، أو يتولى بنفسه تقسيمه"[2].

وان هدف اختيار هذه العينة هو لضمان التمثيل المرغوب فيه للجماعات الفرعية[3].

وبالتالي قمنا باختيار عينة من الطلبة المتابعين لشبكات التواصل الاجتماعي، حيث أن هذه الشبكات تقوم بنشر وابراز ثقافات وقيم من مكان لأخر أو من دولة لدولة أخرى، أو تلك التي تم تسليط الضوء عليها من خلال التقليد والانفتاح على الآخر، وقد تكون منصبة في عدة مجالات وخاصة المجال الاجتماعي.

ومن خلال هذه العينة نسعى كباحثين انتقاء أفرادها في شكل طبقات، نظرا لتوفرها على لعض الخصائص دون غيرهم من الأفراد، علما أننا نعتقد بأنها تمثل مجتمعنا الأصلي تمثيلا دقيقا، لتحقيق هدف الدراسة التي نقوم بها.

واستنادا على عدم وجود قاعدة بيانات موثقة تضم إحصائيات لعدد الشباب المستخدم لشبكات التواصل الاجتماعي والمتابع لها، فارتأينا إلى تحديد عينة من الشباب الطلبة الجامعين من كلية الآداب واللغات.

وقد تم تقسيم عينة الدراســة – طلبة كلـية الآداب واللغـــات – إلى فئــات حسب الأقسام التي توجد في داخل هذه الكلية، باختيار مستوى تعليمي واحد وهو طلبة الماستر بحكم قدرتهم على التجاوب مع الاستمارة الإلكترونية بما تحمله من معلومات، ولم يتم إدراج طلبة الليسانس بحكم أنهم سوف يجدون صعوبة في تلقيهم واجابتهم على مثل هذه الأسئلة الموجودة داخل الاستمارة، أما فيما يخص طلبة الدكتوراه لم يقع على واقع الاختيار لأنهم لا يتواجدون دائما داخل الجامعة ونظرا لحالة التسجيل بالنسبة للطلبة الجدد، وهذه الأسباب كلها كانت دافعا وسببا لتحديد اتجاه واحد مختار ألا وهو طلبة الماستر من كل قسم، وكانت كالتالي:

---

[1] – محمد الفاتح حمدي سميرة سطوطاح وآخرون، **مناهج البحث في علوم الإعلام والاتصال وطريقة إعداد البحوث**، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان، 2019، ص64.

[2] – إسماعيل إبراهيم، **مناهج البحوث الإعلامية**، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2017، ص136.

[3] – مصطفى حسين باهي ومنى أحمد الأزهري وآخرون، **المرجع في البحث العلمي – نظري وتطبيقي –**، مكتبة الأنجلو المصرية للنشر والتوزيع، د ب ن، د س ن، ص109.

حساب النسبة المئوية لكل فئة: **2231** ـــــــــــــــــ **100%**

؟ ـــــــــــــــــ X

- **الجدول (5):** يوضح عدد المفردات في الفئة ونسبها المئوية.

الفئات	عدد مفردات الكلية	النسبة المئوية
قسم الآداب واللغة العربية	1145	% 51
قسم الآداب واللغة الفرنسية	517	% 23
قسم الآداب واللغة الإنجليزية	569	% 25
المجموع	2231	**% 100**

حيث تتبع هذه **العينة الطبقية** طريقة **الحصص المتساوية** كما ذكرها **أحمد بن مرسلي** بأنها: "يقوم الباحث بتطبيق الحصص المتساوية في سحب العينة الطبقية حصص متساوية من كل فئة أو طبقة على مستوى المجتمع"[1].

وهذا بتطبيق الأسلوب **العينة العشوائية البسيطة** لتساعد الباحث في عملية حساب وقياس هذا المجتمع، حيث ذكر **رابحي مصطفى عليان وعثمان محمد غنيم** بأنه: "يتم تشكيل هذه العينة على أساس أن يكون هناك احتمال متساو أمام جميع العناصر في مجتمع الدراسة لاختيارها، بمعنى أن فرص اختيار أي عنصر من مجتمع الدراسة متساوية لجميع أفراد المجتمع، وفي نفس الوقت فإن اختيار أي عنصر من عناصر مجتمع الدراسة لا يؤثر على اختيار العناصر الأخرى"[2].

[1] – أحمد بن مرسلي، **مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال**، ديوان المطبوعات الجامعية للنشر والتوزيع، الجزائر، 2003، الطبعة 4، ص189.

[2] – مصطفى عليان رابحي وعثمان محمد غنيم، **مناهج وأساليب البحث العلمي: النظرية والتطبيق**، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، 2000، ص143.

ويعرفها أيضا **محمد عبد الفتاح الصيرفي** بأنها: "تلك العينة التي يكون فيها لكل عنصر من عناصر المجتمع فرصة متكافئة مع بقية عناصر المجتمع للظهور في العينة، أي أن الوحدات المكونة لمجتمع الدراسة تعامل كلها باحتمال متساوي ولا تعطي أي منها أي نوع من الترجيح"[1].

– جدول رقم (6): يوضح عدد المفردات المأخوذة من كل طبقة.

2231 ـــــــــــــــ 100

؟ ـــــــــــــــ 10%

الطبقات	مجتمع الدراسة	حجم العينة المأخوذة من كل طبقة
قسم الآداب واللغة العربية	1145	114
قسم الآداب واللغة الفرنسية	517	52
قسم الآداب واللغة الإنجليزية	569	57
المجموع	2231	**223**

وللقيام بالاختبار القبلي تم اختيار **10%**، ونوضحها كالآتي:

$$\frac{223 \times 10}{100} = \textbf{22 مبحوث.}$$

وبالتالي استخدمنا العينة البسيطة بحيث أخذنا **10%** من كل طبقة، وذلك نظرا لأن مجتمع البحث كبير يصعب إلمامه لهذا اخترنا هذا الحجم المناسب للعينة.

وهذا الاختيار لم يكن عشوائيا أو بمحض الصدفة بل استنادا إلى العديد من الاعتبارات التي تخدم موضوع الدراسة وتتماشى مع التمثيل الإجمالي لمجتمع الدراسة الأصلي، على هذا الأساس تم اختيارها لعدة اعتبارات نذكرها كالآتي:

– أن كل ما يعرض عبر شبكات التواصل الاجتماعي تؤكد على وجود عملية التثاقف والتأثر به في مضامينها ومنشوراتها ورموزها، مما يؤثر على سلوك الطلبة واقعيا.

[1] – محمد عبد الفتاح الصيرفي، **البحث العلمي: الدليل التطبيقي للباحثين**، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان، 2001، ص190.

– تم اختيار طلبة كلية الآداب واللغات تماشيا مع سهولة وصول الباحثين إلى المبحوثين، وكذا محاولة هذه الأخيرة الولوج لتطبيقات تمكن من تعلم اللغات التي يمكن أن تزيد من إثراء رصيديهم المعرفي واللغوي، مما يسمح لهم التوصل إلى مثل هذه التطبيقات بسهولة وبطريقة مجانية تجعلهم يقعون في التقليد بقصد أو بدونه سواء كان بالإيجاب أو بالسلب، وكذا اقترابهم لتكوين معارف خارجية أكثر من الطلبة الذين يزاولون دراستهم في تخصصات أخرى، وأن أفراد هذه العينة كذلك أكثر عرضة وسعيا في مسارهم العلمي لتعلم اللغة والتمكن منها، فهذا الأخير يحيلهم إلى اكتساب ثقافات بشكل أو بآخر نتيجة هذه المشوار الدراسي، فإذا كانت عربية يتعمقون فيها، واذا كانت أجنبية يتعمقون فيها أيضا، واضافة إلى ذلك حسب ملاحظتنا أنهم شباب يتسم بالحيوية والنشاط، ولديهم نظرات في تغيير ما يعيشونه مستقبلا، وهذا ما فعله التثاقف عبر شبكات التواصل الاجتماعي في الإحساس بالتغيرات الجديدة التي تطرأ على المجتمعات، وهذا راجع إلى ما تفرزه شبكات التواصل الاجتماعي من إستراتيجيات لتهيمن على أكثر فئة يافعة في المجتمع ألا وهي شباب المستقبل.

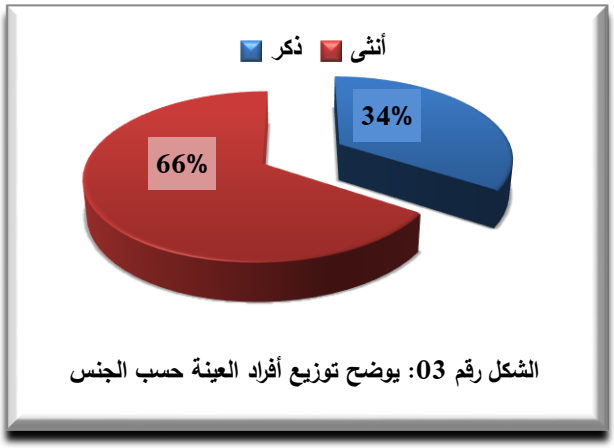
تم انتقاء أكثر من **223** مفردة خدمة لموضوع الدراسة من عدة نواحي (من ناحية اللغة والقيم الإنسانية والدين والعادات والتقاليد وحرية الرأي والتعبير)، ونظرا لوجود صعوبة في الحصول على إجابات المبحوثين جراء قيامنا بالاستمارة الإلكترونية التي تركت لمدة شهر بحكم أننا مرتبطين بزمن محدد من أجل تسليم الدراسة إلى الجهات المعنية، فقد تم الإبقاء على **120** مفردة كعدد نهائي ممثل مجتمع الدراسة، وكانت عينة الدراسة موزعة حسب متغيري الجنس.

– يقوم الطلبة بالتفاعل مع ما يعرض داخل هذه الشبكات، من خلال الاشتراك والإعجاب والتعليقات والرموز التعبيرية.

وبعد توزيع أداة الدراسة واسترجاع الاستمارات الإلكترونية، تم توزيع عينة الدراسة على النحو الآتي:

- جدول رقم (7): يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس.

الجنس	التكرار	النسبة المئوية
ذكر	41	34,20%
أنثى	79	65,80%
المجموع	120	100%



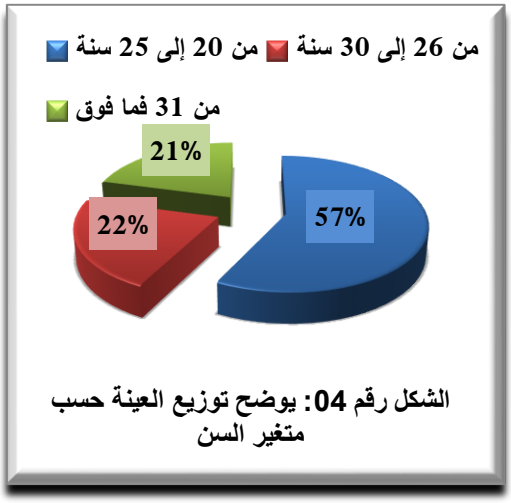
الشكل رقم 03: يوضح توزيع أفراد العينة حسب الجنس

يوضح الجدول أعلاه أن نسبة الإناث في هذه العينة تقدر ب 65,80% وهي نسبة أكثر من الذكور الذي تقدر ب 34,20 % وهي النسبة الأصغر.

وعليه يتضح أن المبحوثين من الطلبة كان أغلبهم إناث وهذا راجع إلى عددهم المتزايد في الجامعة مقارنة بالذكور الذين هم أقل فئة من ناحية، ومن ناحية أخرى هذا أمر طبيعي نتيجة توقف الذكور في سن معينة عن الدراسة.

- جدول رقم (8): يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير السن.

السن	التكرار	النسبة المئوية
من 20 إلى 25 سنة	69	57,50%
من 26 إلى 30 سنة	26	21,70%
من 31 فما فوق	25	20,80%
المجموع	120	100%



الشكل رقم 04: يوضح توزيع العينة حسب متغير السن

يوضح الجدول أعلاه أن أغلب مفردات عينة الدراسة تنتمي للفئة العمرية من 20 إلى 25 سنة حيث تمثلت في نسبة 57,50% من مجتمع الدراسة تليها نسبة أقل تمثلت في

21,70% من عينة الدراسة ممن مثلوا الفئة العمرية من 26 إلى 30 سنة بينما مثلت الفئة العمرية من 31 فما فوق نسبة ضئيلة ب 20,80% فقط.

وعليه يتضح أن الفئة العمرية الأولى من 20 إلى 25 هي السنوات الطبيعة للدراسة الجامعية بينما يعود سبب أن الفئة العمرية 31 فما فوق مثلت أقل فئة عمرية لعينة الدراسة لأن هذا السن يقل عدد الطلبة الدارسين بالجامعة، حيث يظهر أن هذه الفئة الأخيرة يزاولون أعمال أخرى وغير متاح للطلبة في هذا السن أن يزاولوا دراستهم في الجامعة وذلك ما تحرزه الجامعة من قوانين، وعلى هذا نجدهم أقل فئة يدرسون.

- جدول رقم (9): يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير القسم.

القسم	التكرار	النسبة المئوية
قسم الآداب واللغة العربية	57	**47,50%**
قسم الآداب واللغة الفرنسية	22	**18,30%**
قسم الآداب واللغة الإنجليزية	41	**34,20%**
المجموع	**120**	**100%**

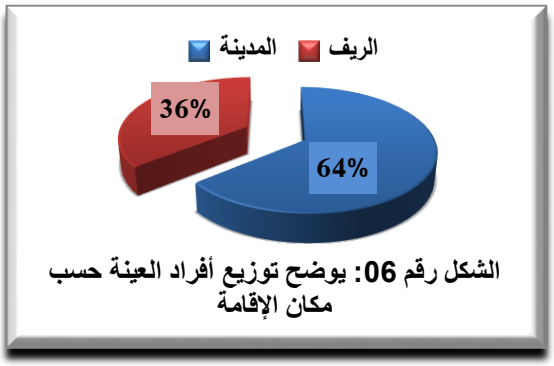
الشكل رقم 05: يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير القسم

يوضح الجدول أعلاه أن أعلى نسبة قد سجلت في قسم الآداب واللغة العربية ب47,50% في حين نجد قسم الآداب واللغة الإنجليزية قدر ب34,20% وأقل نسبة في قسم الآداب واللغة الفرنسية ب 18,30 % فقط.

وعليه يتضح أن معظم المبحوثين من الطلبة أغلبهم ينتمون إلى قسم الآداب واللغة العربية مقارنة بالأقسام الأخرى هم أقل فئة، وهذا راجع إلى عدد المبحوثين من هذا القسم الذي فضلوه في مزاولة دراستهم أكثر من الأقسام الأخرى.

- جدول رقم (10): يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير مكان الإقامة.

مكان الإقامة	التكرار	النسبة المئوية
المدينة	77	64,20%
الريف	43	35,80%
المجموع	120	100%



الشكل رقم 06: يوضح توزيع أفراد العينة حسب مكان الإقامة

يبين الجدول أعلاه أن المدينة مثلت أعلى نسبة لمكان سكن الطلبة الجامعين إذ قدرت نسبة 64,20 % وأن الإقامة بالريف مثلتها نسبة 35,80% وهي أقل نسبة.

وهذا يعطي مؤشر بأن نسبة الطلبة الجامعيين المقيمين بالمدينة يطمحن لإتمام دراستهن عكس الطلبة المقيمين بالريف وذلك عدة اعتبارات منها توجههن للحياة الزوجية وتأسيس أسر هذا من ناحية، ومن ناحية أخرى قدرة سكان المدينة في الوصول إلى شبكة الانترنت بتدفق عالي عكس سكان الريف الذين يصعب عليهم الحصول على هذه الشبكة، إذ أن غالبية المبحوثين من الطلبة القاطنون في الريف يستخدمون شريحة موبيليس مدعمة بشبكة انترنت ذات تدفق ضئيل، وهذا يظهر أن سكان المدن يعيشون في تثاقف مستمر يسمح لهم بالانفتاح على ثقافات العالم، مما أنتج تفكك في العلاقات الاجتماعية، بينما سكان الريف يظهرون بأنهم سائرين في طريق التثاقف نظرا لما هو موجود في من تقيد دون حرية، حيث شجعتهم شبكات التواصل الاجتماعي في ممارسة كامل الخصوصيات، إذ يصبح الانفتاح سهلا ومرنا نتيجة متابعتهم لمختلف المحتويات الثقافية.

وبناءا على ما تم ذكره من مواصفات للعينة قمنا بتطبيق جملة من الأساليب الإحصائية التي ساعدنا في إنجاز هذه الدراسة، وعلى هذا الأساس تم تقسيمها إلى قسمين إحصاء وصفي واحصاء استدلالي، الموصل بذلك إلى مجموعة من النتائج، والتي يمكن إيجازها كما يلي:

❖ الإحصاء الوصفي:

- **النسب المئوية:** تم الاعتماد عليها بغية التعرف على ارتفاع وانخفاض نسب إجابات المبحوثين على الخيارات والعبارات المتعلقة بكل محور، وهذا لأجل كشف الفروق والمقارنة بين هاته الخيارات.
- **التكرارات:** وعدد عدد المرات المجاب عليها حول الخيارات والعبارات المجودة في الجداول، موضحة في القانون التالي: **(عدد التكرارات x 100) / مجموع التكرارات.**

• **المتوسط الحسابي والانحراف المعياري:** وتم كذلك الاستعانة بهما من أجل توضيح ومعرفة من هي العبارات التي احتلت الصدارة بالنسبة للمبحوثين ومن هي أعلى رتبة في ذلك، وكذا سعي هذه القوانين إلى تعريفنا باتجاه ميل العبارات حسب ما يرونه المبحوثون في عبارات المحورين الرئيسيين الثاني والثالث، بينما الانحراف المعياري نريد الوصول من خلاله إلى معرفة مدى تشتت المبحوثين في إجابتهم على العبارات الموضوعة في استمارة الاستبيان، بمعنى أنه كلما قربت القيمة من الصفر **(0)** كلم انخفض تشتت المبحوثين، والعكس كلما صعدت القيمة من واحد فما فوق كلما دل ذلك على تشتتهم.

• **التمثيل البياني:** والمتمثل في الدوائر النسبية والأعمدة البيانية.

❖ **الإحصاء الاستدلالي:** تم الاعتماد عليه من أجل قياس ثبات وصدق الاستبيان والإجابة على فرضيات الدراسة، عليه التقطنا مجموعة من الأدوات التي يمكن إيجازها كالآتي:

• **معامل الثبات آلفا كرونباخ (Cronbach Alpha):** هذا من أجل قياس ثبات الاستبيان شرط أن لا تكون قيمته أقل من 0,6 لنتجرأ ونقول عن هذا الاستبيان ثباته قوي، وهذا ما يؤدي بنا إلى بلوغ غاية آلا وهي الوصول لنتائج جيدة تساعد كل من يطلع عليها مستقبلا.

• **اختبار تحليل التباين الأحادي (One-Way ANOVA):** وتم الاستعانة به من أجل اختبار الفرضيات، لمعرفة الفروق بين المحورين بمستوى دلالة أقل أو أكبر من **0,05** حسب متغير القسم والسن، معتمدين أيضا على اختبار **LSD** لمعرفة محل وقوع الفارق.

• **اختبار "ت" للعينات المستقلة (Independent-Sample T test):** واستخدم للمقارنة بين متوسطات عبر مجموعات مستقلة من متغير الجنس ومكان الإقامة.

• **اختبار "ت" للعينات المرتبطة أو الزوجية (Pairde-Sample T test):** هذا الاختبار تم على أساس قياس العلاقة بين المحور الثاني في دراستنا والمحور الثالث، والهدف من كل هذا هو معرفة العلاقة التي تربط المحاور فيما بينهم وفقا للاجابات المتحصل عليها من قبل المبحوثين، ويظهر ذلك في أنه إذا كان مستوى الدلالة أقل من **0,05** فنعبر عنه بثبات فرضية الدراسة، أو العكس حسب ما وضعه الباحث سواء بالإثبات أو بالنفي.

10- مجالات الدراسة:

المجال المكاني:

نظرا لصعوبة واستحالة دراسة جميع مفردات مجتمع البحث موضوع الاهتمام، وذلك لضخامة حجمه وانتشارها الجغرافي لشبكات التواصل الاجتماعي، مما ألزم علينا إجراء دراسة ميدانية في جامعة بسكرة وهي جامعة حكومية، ويطلق عليها أيضا جامعة محمد خيضر، بحكم قربها لنا وتم كذلك اختيار كلية الآداب واللغات الأجنبية بشكل خاص.

المجال البشري:

ارتكزت هذه الدراسة على جمهور الشباب المتابعين لشبكات التواصل الاجتماعي من كلا الجنسين، وذو سن معين، حيث تقوم هذه الشبكات باستراتيجيات متبعة تؤثر في سلوك الشباب بالإيجاب أو بالسلب، وعلى هذا الأساس تم اختيار من الشباب الممثلين في دراستنا هذه هم عينة من طلبة كلية الآداب واللغات لمعرفة درجة التثاقف التي رسخت من قبل شبكات التواصل الاجتماعي فيهم.

المجال الزمني:

تم القيام بهذه الدراسة خلال العام الدراسي 2020 – 2021، حيث شرعنا في الجانب المنهجي والنظري منها بداية من أواخر شهر ديسمبر 2020 من خلال تحديد الإشكالية وتساؤلاتها ومفاهيم الدراسة ومنهجها، أما المجال الزمني الذي ستنطلق فيه الدراسة التطبيقية من شهر مارس 2021، إذ تم استكمال الإجراءات البحثية الأخرى التي تشمل على استمارة الاستبيان التي عرضت في مرحلتها الأولى على الأستاذة المشرفة في صياغتها الأولى، حيث قدمت لنا مجموعة من التوجيهات القيمة والملاحظات الجيدة في صميم موضوعنا، ليتم تعديله وفقا توجيهات المشرفة علينا، وبعد ذلك تم عرضها على مجموعة من المحكمين لتحكيمها، والذين لهم علاقة بتخصص العلوم الاجتماعية والعلوم الأنتروبولوجية بصفة عامة،وعلوم الإعلام والاتصال بصفة خاصة، وتجريبها وتصحيحها لتتبقى فقط عملية التوزيع النهائي، والتي امتدت من 11 أفريل 2021 إلى 12 ماي 2021، وبعدها تمت عملية التفريغ للبيانات واحصائها عبر برنامج SPSS، والذي يساعد هذا الأخير الباحثين إلى حد كبير في تنفيذ الجزء العملي المتعلق بتحليل بيانات الاستبيان، ليتم في الأخير التعليق على البيانات وتفسيرها وتحليلها للوصول إلى النتائج النهائية للدراسة.

11- صعوبات الدراسة:

لا يخلو أي بحث علمي من صعوبات خاصة البحوث في المواضيع الثقافية الاتصالية، التي قد تعرقل سرعة الحصول على المعلومة، ومن أهم هذه الصعوبات نجد:

- نظرا لنقص الدراسات الجادة والموضوعية الخاصة بالتثاقف واجهتنا صعوبات أولها ضبط عنوان وزاوية الدراسة كون موضوعها حديث، مما تطلب من بعض الجهد والوقت في بناءه حسب الطريقة التي تتناسب مع ما يحدث في واقعنا الحاضر.
- صعوبة إيجاد مفهوم واضح وشامل حول موضوع التثاقف، وليس الهدف هو الشمول وانما التركيز على الاختيار الدقيق المرتبط بالدراسة مباشرة.
- اتساع الموضوع وصعوبة الإيجاز.
- ضيق الوقت وعدم إعطاء القدر الكافي والوافي لهذا العمل نتيجة ارتباطنا بفترة صعبة غير مستقرة بسبب الظروف الصحية الخارجة عن إرادتنا وكذلك البروتوكول الصحي الممارس في الجامعة.
- صعوبة تعاون المبحوثين معنا مما تطلب منا انتظار الطويل من دون الوصول إلى العدد الكلي للعينة المطلوبة، وذلك بسبب ضعف في شبكة الانترنت وتهاون البعض عن الإجابة على هذه الاستمارة الإلكترونية.
- صعوبة ترجمة المادة النظرية من المراجع باللغة الأجنبية، مما تعذر علينا صعوبة جمع كم نظري هائل من المراجع الأجنبية.
- قلت وندرة المراجع التي تتناول هذا الموضوع من جانبه الاتصالي في المكتبات الجامعية الوطنية والعربية، ولعل ما يؤكد كلامنا هو أننا حاولنا تكيفه حسب تخصصنا الإعلام والاتصال.

الفصـــــل الثانـــــي

الإطـــــار النظـــري للدراســـة

أولا: التثاقف

1- مفاهيم أساسية حول التثاقف:

يعد التثاقف من بين المفاهيم والمصطلحات المنعكسة على الواقع أو بالأحرى على الأوضاع الراهنة، خاصة مع ظهور مؤشرات تؤدي بانتقال الفرد من بيئة ثقافية أصلية إلى بيئة ثقافية أخرى مغايرة تماما لما كان عليه في السابق، مما تنبه الباحثين والدارسين إلى مثل هذه الظاهرة خاصة السوسيولوجيين والأنتروبولوجيين والنفسانيين والآدبيين ما جعلهم يطلقون مجموعة من التعاريف للتثاقف وكل يعرفه حسب البيئة الاجتماعية والثقافية التي تحيط به ووفقا لنظرته الخاصة، ولقد أجمعت كذلك الكثير من الكتابات على أن مشكلة التثاقف من المشكلات التي ظهرت مع ظاهرة الاستعمار التي عرفتها دول العام الثالث، ولكن السؤال الذي يطرح هو ما معنى التثاقف ؟

أ- التثاقف:

لغة:

إن الأصل اللاتيني لمفردة التثاقف **Acculturation** مستمدة من كلمة **Acculturer**، والتي تعني تمثل فريق بشري لفريق أخر، وتأقلمه مع ثقافة أجنبية متصل بها.

اصطلاحا:

فقد جاء المصطلح على يد الأنتروبولوجيين سنة 1880 للدلالة على التغيرات في صورتها الثقافية في المجتمعات الحديثة، ويعرف على أنه عملية ديناميكية وعامل أساسي من عوامل صقل وتكوين الشخصية العصرية من خلال التفاعل والتواصل مع الأخر[1].

ويعرف قاموس المنهل مصطلح التثاقف بقوله: تأقلم اجتماعي وثقافي يفضي إلى رفع مستوى فرد أو جماعة أو شعب[2].

وحسب ما يعرفه قاموس المنهل يتضح لنا أن للتثاقف ميزات إيجابية تدل على التحضر والتقدم للمجتمعات والأفراد الذين لا زالوا يعتمدون على كل ما هو تقليدي لا يمد بالصلة للتقدم بشيء، ولكن هذا

---

[1] – حياة شرارة وبعمامة العربي، **واقع الهويات السائلة في سياق المثاقفة الجديدة – دراسة تقيمية –**، المجلد 05، العدد01، مستغانم، ص287.

[2] – عبد النور جبار وسهيل إدريس، **قاموس المنهل**، ط7، دار العلم للملايين للنشر والتوزيع، بيروت، 1983، ص14.

التعريف يشوبه نقص خاصة فيما يتعلق بالتثاقف الذي ينجر عنه عمليات وأشياء سلبية تضعف من مكانة المجتمع وتنجر به إلى الحضيض.

وعرفه بعض الأنتربولوجيين الأمريكيين أمثال **هوسكوفيتس، لنتون، ورادفيلد**، ويتضمن التثاقف تلك الظواهر التي تنشأ عن احتكاك مباشر ومتواصل لجماعة أفراد لها ثقافتها المختلفة، هذا إلى جانب التغيرات التي تلي في أنماط الثقافة الأصلية لكل من هذه الجماعات[1].

ويقصد بهذا التعريف على أنه تفاعل المباشر مع جماعات متغيرة في الثقافة بطريقة دائمة، مما يجعل الفرد يكتسب ثقافات أخرى مغايرة لثقافته الأصلية، مثل ما يحدث لدى المهاجرين بصفة عامة سواء الشرعيين أو غير الشرعيين بحيث أنهم يحاولون أن يتماشون وفقا لعادات وقيم المجتمع المضيف لكي لا يتلقون أعباء تلزمهم الرحيل أو ما شابه ذلك، ومع طول الوقت يتم غرس ثقافة المجتمع المضيف بطريقة إرادية أو لا إرادية حسب طبيعة الفرد والجماعة والمجتمع.

بينما يعرفه **{هيروسكوفيتس}** أول من استخدم مصطلح التثاقف بأنه " الظواهر التي تنجم عندما يحدث اتصال مباشر ويستمر بين جماعات من الأفراد ذوي ثقافات مختلفة مع حدوث تغير في الأنماط الثقافية لإحدى الثقافتين أو كلاهما معا، ويؤكد **بيلز** إلى أن نمط التغير الناجم عن الاتصال بين الثقافة يسمى بالتثاقف، إذن يقصد بالتثاقف تأثير الثقافات بعضها ببعض نتيجة الاتصال بينهما أيا كانت طبيعة هذا الاتصال أو مدته[2].

بينما اعتبر **هيروسكوفيتس وبيلز** أن مصطلح التثاقف هو تعبير عن مصطلح آخر قادنا إليه بطريقة غير مباشرة، ألا وهو الاتصال الثقافي الذي يمكن أن تتفاعل فيه البيئة الثقافية المتمثلة في مظاهر التبادل الفكري والمعلوماتي واللغوي، مما قد يلعب دورا مهما وحراكا تنويريا في تعريف البشر ببعضهم وباختلافاتهم الطبيعية، التي قد تغير ثقافة مجتمع ما نتيجة تأثره بثقافة أخرى.

أما المصري **حسن حنفي** يرى بأن يتوحد العالم كله تحت سيطرة المركز وتصبح ثقافته نموذج الثقافات، وباسم التثاقف يتم انحسار الهويات الثقافية الخاصة في الثقافة المركزية، مع أن مصطلح التثاقف سلبي ويعني القضاء على الثقافة لصاح أخرى، ثم ابتلاع ثقافة الأطراف داخل ثقافة المركز،

---

[1] - Kevin M.Chum, Pamela Balls Organisata, And Gerardo Marim, **Acculturation Advances In Theory, Measurement, and Applied Research American Psychological Association Washington, DC**, Decade of Behavior, 2000 – 2010, PP : 06.

[2] – دلال ملحس استيتية، **التغير الاجتماعي والثقافي**، المرجع السابق، ص255.

لتنتهي الثقافة إلى المركز، هي الثقافة النمطية ممثلة الثقافة العالمية، حيث يختم فكرته بالقول (وبذلك تنتهي أسطورة التعددية)[1].

ويقصد من هذا المفهوم أن للتثاقف شق سلبي يمس بعادات وتقاليد وأعراف مجتمعات أخرى، وتتقولب في نمط واحد حسب الجهة المصدرة للثقافة والمهيمنة على العالم، أي فرض سلطة القوي ولا مجال للتحدث عن ثقافات أخرى.

وعرف **أمحمد العربي** التثاقف بأنه مجموعة الظواهر الناتجة من تماس موصول ومباشر بين مجموعات أفراد ذوي ثقافات مختلفة تؤدي إلي تغيرات في النماذج الثقافية الأولى الخاصة بإحدى المجموعتين أوكليهما[2].

وفي عام 2004 **عرفت المنظمة الدولية للهجرة IOM** التثاقف بأنه "التقدمي يتبنى عناصر ثقافية أجنبية أفكار، كلمات، قيم، أعراف، سلوك، مؤسسات من قبل أشخاص أو مجموعات أو طبقات من ثقافة معينة"[3].

وقدمت **اللجنة العلمية الأمريكية** المكلفة بدراسة ظواهر التثاقف المنبثقة عن "مجلس الولايات المتحدة للبحث في العلوم الاجتماعية"، تعريف اكتسب نفوذا واضحا، واللجنة الأمريكية تلك تتألف من مجموعة بارزة من علماء الأنثروبولوجيا، وكان ذلك سنة 1936 وهذا التعريف: إن التثاقف هو مجموع الظواهر الناتجة من تماس موصول مباشر بين مجموعات أفراد ذوي ثقافات مختلفة تؤدي إلى تغيرات في النماذج **Patterns** الثقافية الأولى الخاصة بإحدى المجموعتين أو بكليهما[4]، ويعتبر هذا التعريف الأكثر تداولا من قبل الباحثين والدارسين حول هذا المجال، ويقصد به حدوث تفاعل بين ثقافتين أو أكثر تؤدي بهما إلى احتكاك واتصال ثقافي مباشر يكسبهم ثقافة مجموعة من مجموعة أخرى، مما قد يحملون معتقدات وأفكار جديدة غير المعتقدات والأفكار التي كانت عندهم، ويتم ملاحظتها عندما يعودون إلى ثقافتهم الأصلية وما تحمله من ضوابط وقوانين تجمعهم.

ويشير كذلك مفهوم التثاقف إلى "العمليات الاجتماعية التي من خلالها نقتني المعارف والمهارات التي تسمح لنا بأن نكون أعضاء في الثقافة، وتشتمل المواقع الرئيسية والفاعلة للتثاقف: العائلة، الأقران،

---

[1] – محمد عز الدين المناصرة، **الهويات والتعددية اللغوية – قراءات في ضوء النقد الثقافي المقارن –**، دار الصايل للنشر والتوزيع، عمان، 2014، ص54.

[2] - أمحمد العربي، **مقاربات سوسيولوجية في ثقافة الهوية والمواطنة**، ج4، حوليات جامعة الجزائر، العدد32، 2018، ص624.

[3] - David.Sam and John W. Berry, **THE Cambridge Handbook Of Acculturation Psycholgy**, Cambridge University Press, New York, 2006, P: 11.

[4] – عزام أبو الحمام، **الإعلام الثقافي**، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، 2010، ص95.

المدارس، منظمات العمل، وسائل الإعلام، كما تمثل عملية التثاقف جانبا من جوانب التنشئة ضمن ما يسمى بحوار "الطبيعة وجها لوجه مع التنشئة"، التي تبدو للمنظرين الثقافيين كموحد للأسس التي من خلالها تكتسب الذوات طريقة عيش وطريقة رؤية"[1].

من خلال هذا الطرح نلمس أن التثاقف في هذا الجانب يمثل التثاقف الإيجابي الذي يعبر عن تبادل الثقافات التي بإمكانها تحقق لنا التناسق والانسجام مع ثقافات أخرى، وهذا يقودنا إلى مصطلح جد مهم يوضح لنا كيف يمكننا أن ننجذب أو ينجذب المستضيف إلى ثقافة غير ثقافته الحقيقية، وهو حوار الثقافات الذي يتناول "كل ما من شأنه أن يسهم في حالة إرساء التفاهم والتعايش بين الشعوب والثقافات ويخفف من حالات التوتر والاضطراب الدولي وما شاكل ذلك، وبالتالي فهو لا يتطرق إلى القضايا الدينية خاصة العقدية والمتعلقة بالعبادات إلا من بعيد، وان تطرق لشيء من الدين فيكون من متعلقات التعايش والقيم الروحية والأخلاقية"[2].

يميل **سمير الشيخ** إلى مصطلح التثاقف في ترجمته للمصطلح والتعقيب عليه، حيث يوضح عملية التحول الثقافي والتحول السيكولوجي الذي ينتج عن الالتقاء المتتابع بين الثقافات، ويمكن إدراك التأثيرات التثاقف على مستويات متعددة في الثقافات المتجاذبة، فعلى مستوى المجموعة البشرية الواحدة فإن التثاقف غالبا ما يفضي إلى تحولات في الثقافة والعادات والمؤسسات المجتمعية، ومن التحولات الجديرة بالملاحظة على مستوى المجموعة البشرية تحولات تشمل الأطعمة والملابس بل حتى اللغة[3].

وعلى الرغم من كل هذه التعريفات الاصطلاحية المقدمة من طرف مجموعة من الباحثين والدارسين في المجال الأنتروبولوجي والنفسي والاجتماعي حول مصطلح التثاقف الذي أصبح منعكسا على الواقع الحسي المادي، إلا أننا نصل إلى استنتاج مفاده أن للتثاقف نوعين أساسيين ينتهجهما من ناحية التكوين، وهما: شق سلبي يسعى إلى فرض الهيمنة ومنطق القوة بنشر القيم ثقافية واجتماعية تتعارض مع الثقافات الأخرى مثل ما كان في الحقبة الاستعمارية، ولكن لا يخفى علينا أن للتثاقف شق إيجابي يساهم في بناء المجتمعات بما يتوافق مع قيمهم الثقافية والاجتماعية، وذلك من خلال أن الأفراد والمجموعات هم من يقومون باستقطاب تلك الثقافات، وعلينا نحن كبشر أن نختار ما يمكن أن ننتفع به وندرأ ما لا يتناسب مع ثقافتنا الأصلية.

---

[1] – كريس باركر، **معجم الدراسات الثقافية**، تر: جمال بلقاسم، دار رؤية للنشر والتوزيع، القاهرة، 2018، ص107.

[2] – أيمن ذيب محمد أبو هنية، **نظرية صدام الحضارات – دراسة نقدية ورؤية إسلامية –**، رسالة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في الدراسات الإسلامية المعاصرة، عمادة الدراسات العليا، جامعة القدس، فلسطين، 2010، ص52.

[3] – سمير الخليل، **دليل مصطلحات الدراسات الثقافية والنقد الثقافي "إضاءة توثيقية للمفاهيم الثقافية المتداولة"**، مر وتع: سمير الشيخ، دار الكتب العلمية، بيروت، 2016، ص270.

ب- تاريخ التثاقف:

تاريخيا يعد مصطلح التثاقف من المفاهيم الكبرى في كثير من الميادين على غرار علم الاجتماع والأنتروبولوجيا وعلم نفس، وهو من المفاهيم المتولدة من الثقافة، ويبدو أن الاسم **{التثاقف}**، بما هو اسم كان قد ابتدع، منذ عام 1880 من قبل **ج.و.بويل {J.W.Powel}** عالم الأنثروبولوجيا الأمريكي الذي كان يسمى هكذا تحول أنماط حياة المهاجرين وفكرهم في تماسهم مع المجتمع الأمريكي، ولا تعني الكلمة مجرد {نزعة للثقافة} كما أنه في اللفظ الفرنسي **{Acculturation}** لا تعني السابقة **{A}** محمول السلب، وهي تنحدر اشتقاقا من اللاتينية ad، وتشير إلى حركة تقارب على أنه ينبغي انتظار الثلاثينات حتى يدفع التفكير النسقي في ظواهر لقاء الثقافات علماء الأنثروبولوجيا الأمريكيين إلى اقتراح تعريف مفهومي للمصطلح إذ لم يعد ممكنا، من ذاك فصاعدا استخدامه من دون صرامة[1].

الواقع أن ملاحظة وقائع الاحتكاكات بين الثقافات كانت تقوم في أغلب الأحيان بدون نظرية تفسيرية سادتها في الغالب مسبقات وأحكام قيمية تتعلق بأثر هذه الاحتكاكات الثقافية، لذلك صدر عن مجلس البحث في العلوم الاجتماعية عام 1932 في الولايات المتحدة الأمريكية ما اشتهر باسم "**مذكرة لدراسة التثاقف**" 1932، والتي صاغها كل من **روبيرت ريدفيلد ورالف لينتون وملفيل هيرسكوفيتش**، وبدأت عملية توضيح دلالي حوله[2].

فإذا رجعنا إلى أقدم الحضارات الإنسانية التي ظهرت منذ آلاف السنين، والتي كانت حضارات مزدهرة على أودية الأنهار الكبرى كالنيل والفرات أو إلى الشرق كأنهار الهند والصين، نجد أنها كانت حضارات ناضجة بالقياس إلى عصرها، وما كان لتلك الحضارات القديمة أن تنشأ ولا أن تتطور لولا استيعابها لتلك التجارب البدائية المتنوعة – المستمدة من مجتمعات مختلفة –، وتنسيقها داخل وحدة جغرافية معينة ودمج عطائتها داخل تلك الوحدة هذا هو المبدأ البسيط الذي نؤسس عليه ما أسميناه "بقانون التثاقف".

وفي فترة مبكرة من عمر الحضارة الإسلامية نجد الرسول صلى الله عليه وسلم يؤكد على مبدأين اثنين مكنا من انتشار الإسلام وازدهار حضارته في العالم، حيث يخص المبدأ الأول المحافظة على الثوابت والثاني استيعاب تجارب الآخرين وتوظيفها، وان أهم خاصية تتميز بها الثقافة الإسلامية أنها

---

[1] – دنيس كوش، **مفهوم الثقافة في العلوم الاجتماعية**، تر: منير السعيداني، مركز الدراسات الوحدة العربية للنشر والتوزيع، بيروت،2007، ص92-93.

[2] – عماد عبد الغني، **سوسيولوجيا الثقافة "المفاهيم والإشكاليات ... من الحداثة إلى العولمة"**، ط3، مركز دراسات الوحدة العربية للنشر والتوزيع، بيروت، 2016، ص78.

امتزجت بالثقافات الأخرى التي كانت سائدة في عهود الإسلام الأولى، وتفتحت لعطاءات وخبرات ولغات الأجناس والأقوام وأهل الديانات والعقائد التي تعايشت مع المجتمع العربي الإسلامي، فصارت بذلك ثقافة غنية المحتوى متعددة الروافد، ومتنوعة المصادر ولكنها ذات روح واحدة، وهوية متميزة متفردة، ويأتي مصدر هذا التنوع الذي يطبع الثقافة العربية الإسلامية من طبيعة المبادئ التي تقوم عليها والمستمدة أساسا من جوهر الرسالة الإسلامية التي من خصائصها الترغيب في طلب العلم، والحث على النظر والتفكير والحض على التماس الحكمة من أي وعاء أو مصدر كان، والدعوة إلى التعارف بين الأمم والشعوب بغية تكتل الجهود لخدمة المشترك الإنساني والديني.

وفي ظل هته الأجواء الحرة المتفتحة نجد التأكيد المستمر على قانون التثاقف كشرط أساسي للمعرفة ومن ثم الإبداع، والقصد من ذلك أن أحد مقومات الحضارة الإسلامية هو روح الاستيعاب لديها إذ أنها نجحت في استيعاب عطاءات الشعوب وثقافاتها وعملت على إدماجها داخل منظومتها عبر ما أتاحته من قيم التعددية الثقافية والفكرية واللغوية والتشريعية إلى الحد الذي جعل التشريع الإسلامي فريدا في قبول الأخر والاعتراف به، ولقد مكن هذا الانفتاح الحضاري المتسم بالتعددية من تأسيس حوار بين الثقافات والديانات تنهار فيه الحواجز ويستوعب كل طرف ما عند الطرف الأخر في تجرد موضوعي يسعى إلى وحدة إنسانية في غير تمايز عرقي أو ثقافي أو ديني[1].

فلولا وجود التثاقف الذي أضحى يسمى كقانون لما وجدت هذه الحضارات ولما توسعت، فمن خلال كل هذا ازدهرت الحياة البشرية بما استقطبته من معارف وثقافات لفهم الآخر والتعايش معه، بما يسمى بحوار الثقافات الذي يسمح بقيام تجاذبات تتيح للأفراد أو المجموعات المتجاذبة التفاعل والاتصال فيما بينها بما يخدم مصلحة كل منهما،كما قد يؤدي هذا التثاقف إلى انصهار وذوبان بين ثقافة المجتمع الأصلية وثقافة المجتمع المضيف.

[1] – مخلص السبتي، تواصل العلوم والثقافات – مفاهيم واستراتيجيات –، **المؤتمر الدولي السابع للعلوم الاجتماعية كتاب الأبحاث الكاملة**، دار آصوص للنشر والتوزيع، أنقرة تركيا، 23 / 12 / 2019، ص ص809 – 813 – 815 – 816 – 819 – 820.

ت- مفاهيم ذات صلة بالتثاقف:

يشترك مصطلح التثاقف مفاهيم عديدة تستخدم كبديل له أو مرادفه، ومن أهم المفاهيم نذكر منها:

1- المثقافة:

مفهوم المثاقفة في الفكر الغربي على أنه: "علاقة بين ثقافة متفوقة، وثقافة متخلف" جاء مفهوم المثاقفة في **معجم كازمر سكيل** يعبر عن معنى الصراع الذي لا تتساوى أطرافه[1].

وهي بالمفهوم الأوسع تعني التراكم المعرفي الذي يختزنه الإنسان ويتجاوز به حدود عالمه لفهم الأخر، ومن ثم يسجل ذلك التراكم المعرفي في إبداعه بأوجه المتنوعة، فكرية وأدبية[2].

بمعنى أن المثاقفة تعتمد بشكل أساسي على مبدأ الاحترام والتسامح وتقبل الطرف الآخر من أجل فهمه، أما التثاقف قد يسعى بشتى الطرق إلى توحيد الثقافات ومحو ثقافة الآخر مع قيامه بالتتبع له مثل ما كان في السابق عن طريق الاستعمار بالغزو الثقافي.

2- التكيف الثقافي أو التبادل الثقافي:

هو عملية تتم من الخارج وتعبر بشكل أفضل عن المراحل المختلفة لعملية التحول من ثقافة إلى أخرى، لأن ذلك لا يتمثل في مجرد اكتساب ثقافة أخرى[3].

3- التغير الثقافي:

هو أي تغير يطرأ على جانب معين من جوانب الثقافة المادية أو اللامادية، سواء عن طريق الإضافة أو الحذف، أو تعديل السمات، أو المركبات الثقافية، ويمكن أن يحدث التغير الثقافي نتيجة لعوامل متعددة ولكنه في الغالب يحدث بفعل الاتصال بثقافات أخرى، أو التجديدات أو الاختراعات التي تدخل ثقافة معينة[4].

---

[1] – نور الدين لبصير، المثاقفة بين غياب الأنا وحضور الأخر، **الأكاديمية للدراسات الاجتماعية والإنسانية**، قسم الآداب واللغات، العدد – 20 جوان2018، الجزائر، ص99.

[2] – ثريا عبد الوهاب العباسي، **إشكالية المثاقفة وأثرها في مد جسور التواصل الحضاري**، العدد 16، جامعة جدة، 2015، ص11.

[3] – عبد الحفيظ بولزرق، **بين التغير القيمي والتثاقف الاجتماعي مقاربة مفاهيمية**، العدد 12، جامعة قسنطينة، 2016، ص 80 .

[4] – نفس المرجع، ص 80.

عرفه **مالينوفسكي** بأنه العملية التي يتحول فيها النظام الموجود في مجتمع ما، أو بعبارة أخرى أنه تمدنه الاجتماعي الروحي والمادي، من نمط إلى نمط أخر ... التغيير الثقافي عامل حاسم من عوامل التمدن البشري وهو يتتابع في كل زمان ومكان[1].

يعتقد عدد كبير من علماء الاجتماع والأنتروبولوجيا والاقتصاد أن الثقافة المادية والحضارية والاقتصادية أكثر ذيوعا وانتشارا من الثقافة اللامادية أو الثقافة التي تقوم على الإيديولوجية والعقائد، إلا أن البعض الأخر يرون العكس، فالعنصر التكنولوجي لم يكن أكثر امتداد أو انتشارا من فكرته، كما لم تكن الظاهرة الإيديولوجية للظاهرة العلمية التكنولوجية أقل انتشارا أو ذيوعا من عناصرها المادية، ويستند **سوروكين** في نقده لنظرية "**ويليام أوجبرن**" حين قال أن تغير الثقافة المادية أسرع من الثقافة اللامادية[2].

وفي عصرنا الحالي نحن نؤيد هذا الطرح فيما جاء به **سوروكين**، الذي أقر بأن الثقافة المادية أصبحت هي الشكل الأساسي المروج له والعابر للقارات والخارق للحدود الزمانية والمكانية، من خلال ما أفرزه التطور التكنولوجي من وسائل تقنية سهلت ونقصت من أعباء الكثير من الدول المحاولة في فرض منطقها وسلطتها المهيمنة على مختلف بلدان العالم، وذلك بنشر ثقافتها اللامادية التي تكمن في القيم والمعتقدات والعادات والتقاليد عن وسيط تكنولوجي بحت، وهنا يمكن القول أن التطور الحاصل اليوم ليس كما كان في السابق الذي يقوم على الممارسات الاستعمارية من قبل الدول المحاولة لبسط نفوذها على حساب الدول المستعمرة.

كما أنه يمكن التمييز بين التثاقف والتغير الثقافي وهو التعبير المستعمل لدى علماء الأنتروبولوجيا البريطانيين خاصة، إذ إن هذا لا يمثل إلا وجها من أوجه ذاك، وبالفعل يمكن أن ينجر التغير الثقافي أيضا عن أسباب داخلية، ويفضي استخدام الكلمة نفسها لتعيين ظاهرتي التغير الداخلي والتغير الخارجي إلى التسليم بأن التغيرين يخضعان إلى القوانين نفسها وهو ما يبدو ضعيف الاحتمال[3].

---

[1] – جرار لكلرك، **الأنتربولوجيا والاستعمار**، ط2، تر: جورج كتورة، المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع، بيروت، 1990، ص83.

[2] – أمين عويسي، **النظام الاقتصادي والثقافة الاجتماعية "العلاقة والإفرازات"**، دار إحياء للنشر الرقمي، د ب ن، 2014، ص ص241 – 242.

[3] – دينيس كوش، المرجع السابق، ص ص93 – 94.

4- الصراع الثقافي:

ويسمى أيضا بصدام الحضارات ويعني الصراع العقلي والفكري بين شخصين أو جماعتين ينتميان إلى ثقافتين مختلفتين، وكذلك الصراع بين رواسب القديم والجديد اجتماعيا، ويعتبر المفكر الأمريكي"**هنتغتون**"، والأمريكي الياباني الأصل "**فوكو ياما**" ممن نظروا لهذا المصطلح بشكل مفصل[1].

وهذا ما كان في السابق يعمل به مما أنتج لنا تضارب في الثقافات كل يريد أن يسيطر ويهيمن بثقافته على حساب الآخر لأن اجتماعهما غير ممكن، مما قد ينعكس بالسلب على أفراد المجتمع، وهو عكس حوار الثقافات الذي يقوم على أساس التفاعل مع إمكانية توليد مشاريع كونية تتناسق مع ما سيخترع مستقبلا من ثقافة عالمية، وكما سيساعد هذا على توسيع دائرة الانفتاح على الصعيد الثقافي.

5- التقارب الثقافي:

أما مصطلح التقارب، أو الالتقاء الثقافي الذي يكون غالبا بين ثقافتين متقاربتين، ويعتمد على أسس من الاتصال بين الأفراد يتم بوسائط مختلفة مباشرة وغير مباشرة[2].

يعبر هذا التعريف على أن التقارب الثقافي هو التفاعل الثقافي الذي لا ينشأ اعتباطيا

6- الاستلاب:

يعد مفهوم الاستلاب من المفاهيم الأكثر استعمالا في خطابنا لتوصيف علاقة المثاقفة الواصلة بيننا وبين الغرب، ولفظ الاستلاب دال مفهومي يستعمل خاصة من قبل الاتجاه الناقد لتقليد الغرب، وذلك للدلالة على الحالة التبعية الثقافية ونقدها، وهنا ينطبق مفهوم الاستلاب على مفهوم التثاقف في شقه السلبي، إذ يصبح التثاقف وسيلة لتحقيق هذا الانسلاخ الحضاري عن الثقافة الأصلية، ويصبح الاستلاب أقصى درجات التثاقف، كونه يقتلع الإنسان من جذوره الحضارية ليغرسه في بيئة حضارية أخرى.

7- النسبية الثقافية:

يعني مصطلح النسبية الثقافية عدم وجود قيم شاملة لجميع البشر، إذ أن كل ثقافة تعبر تعبيرا متميزا عن الشعوب والأمم التي تؤمن بها، وتبرمج سلوكها وفق معاييرها ومعطياتها.

---

[1] – محمد علي جمعة، الثقافة والتثاقف، **مجلة الفكر السياسي**، اتحاد الكتاب العربي، العدد 54- 53، 2015، ص195.

[2] – نفس المرجع، ص195.

ولهذا فمفهوم النسبية الثقافية هو المبدأ الأقرب لتفسير عملية التثاقف بين مختلف الجماعات البشرية، وهو يتفق للرؤية الإيجابية للتثاقف، على أساس أن الثقافات وعلى الرغم من هيمنة بعضها على بعض إلا أن هذه الهيمنة لا يمكن أن تكون شاملة، بل تحافظ الثقافات المغلوبة[1].

8- التثقيف أو التنشئة الثقافية:

هي عملية سابقة لعملية التثاقف، والتي من خلالها يكتسب الفرد ثقافة مجتمعه الأصلية والتي تتعرض لاحقا بفعل التأثيرات الخارجية إلى عملية تثاقف[2].

2- خصائص ومتغيرات التثاقف:

أ- خصائص التثاقف:

1- نوعية التفاعل:

- **حسب العدد والامتداد:** يشير **وليام فوت وايت** في دراسة تحت عنوان **Street Corner Society** إلى نتيجة مفادها أنه كلما كانت الجماعات غير متساوية في العدد كلما كان اختراق معايير الثقافة الغالبة لرموز الثقافة المغلوبة سهلا ومحطما لهذه الأخيرة.
- **حسب التجانس:** لقد توصل **برينو صورامن** خلال دراسته لعملية التثاقف في حالة "**Papao**" في المجتمع الفرنسي خليط من أربعة جماعات أثنية: جماعة "**Maohi**"، جماعة "**Papao**" جماعة الصينيين وفي الأخير الجماعة الناتجة عن التفاعل بين الجماعات السابقة إلى أن تثاقف أفراد جماعة الفرنسيين في تفاعلهم مع جماعة "**Maohi**" يبقى محدودا جدا بالمقارنة مع التثاقف لدى الصينيين أين نجد شعورا قويا بالانتماء، ويعود ذلك للتجانس بين أفراد الجماعة الصينية.
- **حسب درجة الانفتاح والانغلاق:** توصلت العديد من الدراسات بأن التثاقف يتحدد في الكثير من الأحيان بطبيعة التبادلات الثقافية بين الفئات المتفاعلة، وهذا تبعا لدرجة انفتاح أو انغلاق هذه المجتمعات على العالم الخارجي.

[1] – مرسي مشري، المثاقفة ودورها في تنمية الوعي السياسي لدى الشباب العربين، **مركز الدراسات الإقليمية**، ص ص294 – 295.

[2] – لحسن لعقون، التثاقف الاستراتيجيات والآثار، **مجلة العلوم الإنسان والمجتمع**، العدد09، جامعة بسكرة، الجزائر، 2014، ص207.

2- طبيعة التفاعل:

- **حسب إمكانية الاختيار لدى الأفراد:** تتغير طبيعة التفاعل الثقافي في الجماعة حسب المكانة الاجتماعية للفرد وكذا طبيعة التفاعل بين الثقافتين.
- **التفاعل الحر:** وهو حال التفاعل بدون قيود بين ثقافات مجتمعات مختلفة، ويظهر ذلك مثلا في أثر العولمة الثقافية على مختلف ثقافات دول العالم خاصة دول العالم الثالث.
- **التفاعل المفروض والمسلط:** وهذه هي حالة الشعوب المستعمرة، وتتميز برفض لغة وديانة المستعمر وكذا نظامه الاجتماعي وتمثيلاته الثقافية والاجتماعية من خلال الالتفاف حول الثقافة الأصلية، مثال ذلك شعوب دول المغرب العربي أثناء المرحلة الاستعمارية.
- **التفاعل الموجه أو المخطط:** ويمثل عملية انسلاخية عن الثقافة الأصلية بطريقة عقلانية ومقننة، حسب خطة موجهة لتحقيق تثاقف محدد بإتباع مراحل مدروسة، مثال ذلك مشاريع مساعدة الشباب لتحقيق اندماج اجتماعي جيد في ظل عمليات العولمة الثقافية والاجتماعية[1].

ويوجد نوعين آخرين من التفاعل يندرجان تحت طبيعة التفاعل وهما:

- **تفاعل مباشر:** يكون التفاعل مباشرا بين جماعتين عندما يحدث تماس واحتكاك بين الطرفين بصورة مباشرة كما الحال عند المهاجرين أو المستعمرين أو السياح.
- **تفاعل غير مباشر:** يتم ذلك من خلال أثر الثقافة المنتشرة وبشكل قوي على وسائل الإعلام والفضائيات، إضافة إلى الشبكة العنكبوتية على وجه الخصوص، يتماشى هذا النوع من التفاعلات مع التسارع الكبير للتكنولوجيا ووسائل الاتصال بصورة متواترة خاصة في الفترة المعاصرة.

3- حسب مدة التفاعل: وتنقسم إلى نوعين:

- **تفاعل مستمد وممتد:** يعتبر من أكثر التفاعلات دراسة في مجالات الأنتروبولوجيا والسوسيولوجيا، كحال التفاعل القائم بين الثقافة الكولونيالية وثقافة الأهالي في البلدان المستعمرة سابقا، وكذا حال الضغط الرهيب لوسائل الإعلام والاتصال على الثقافات المحلية.
- **تفاعل غير مستمر:** يكون التفاعل في هذه المرحلة مؤقتا، فيستمر مدة معينة من الزمن ليتوقف بعد ذلك، يمكن ملاحظته في البعثات التبشيرية، وكذا حال السياح في مختلف بقاع العالم.

[1] – لحسن لعقون، التثاقف الإستراتيجيات والآثار، المرجع السابق، ص ص209 – 210.

ب- متغيرات التثاقف:

أكد كل من **بيلز Beals** و**هويجر Hoijer** على أن هناك متغيرات وعمليات كبرى تنطوي عليها ظاهرة التثاقف ومنها، درجة التباين الثقافي **The Degree Of Cultural Difference** وظروف الاتصال وكثافته of contact **Circumstances and Intercity** ومواقف السيطرة والتبعية **Supero – Dination- Subarination**، واتجاه المد التأثري Direction Of Flow.

ومعنى هذا أن التثاقف يتأثر كثيرا باختلاف عناصر الثقافات ونمط الاتصال وظروفه، وكذلك درجة تكافؤ الثقافات المتماسة ونوع التأثر الثقافي سواء أكانت عملية التثاقف سلبية أم إيجابية، وأنه لا يمكن اختزاله أبدا وان كان قسريا أو مخططا له، إلى مجرد نزع للثقافة ولا يفضي حتما، إلى الاستيعاب الذي لا يكون بالضرورة، إذا ما حدث نتيجة إبادة إثنية ويمكن أن ينجر عن اختيار "المستوعبين" الإرادي[1].

3- مظاهر التثاقف:

تتضح مظاهر التثاقف من خلال التفاعلات التي تكون في المجتمعات أو تأثر ثقافة مجتمع بثقافة أخرى، وذلك من خلال مجموعة من مظاهر الحياة الاجتماعية والثقافية للإنسان، حيث أصبحت هوية المجتمعات تتأرجح هنا وهناك خاصة مع ظهور التطور التكنولوجي الذي زاد من حدة الأمور التي تنعكس بالسلب، ولكن هذا ليس حكا قاطعا يتجسد حول نظرتنا للتثاقف فقد يكون له جانبا إيجابيا في تقدم ورقي المجتمعات واكتساب كل ما يساعد البشر في التفاعل والاكتساب وفقا للقيم التي يحملها أي مجتمع لكي لا يكون أي تصارع بين الفرد والمجتمع وبين الفرد وذاته، وفي هذه الدراسة أردنا أن نوضح بعضا من مظاهر التثاقف والتي تعتبر من أساسيات ظهوره وتلاقح المجتمعات وهي كالآتي:

اللغة والفكر: تعد اللغة وسيلة أساسية تدار بها حياتنا الاجتماعية، وعندما تستخدم اللغة في سياقات التواصل تنعقد الصلة بينها وبين الثقافة في نواحي كثيرة ومتشابكة، وهي عبارة عن كلمات ينطق بها الناس تشير إلى خبرات مشتركة، وتستخدم هذه الكلمات في شرح وقائع أو أحداث قابلة للنقل، لأنها تشير إلى مخزون من المعرفة بهذا العالم يشترك فيه آخرون، وتعكس هذه الكلمات كتابها ومعتقداتهم ووجهات نظرهم التي قد يشاركهم فيها آخرون أيضا[2].

---

[1]- حارث علي العبيدي وهبة عدنان النعيمي، **الثقافة بين المحلية والكونية في ظل العولمة الاتصال**، دار ومكتبة الحامد للنشر والتوزيع، عمان، 2014، ص30.

[2] – كلير كرامش، **اللغة والثقافة**، تر: أحمد الشيمي، مر: عبد الودود العمراني، منشورات وزارة الثقافة والفنون والتراث، قطر، 2010، ص15.

وينبغي الإشارة هنا إلى تفريق **دو سوسور** في اللغة بين اللغة الملكة **langage** واللغة المعينة **langue**، فاللغة الملكة هي مقدرة فطرية بطبيعتها يزود بها كل مولود بشري، وهي من أهم السمات الفطرية التي تميز الإنسان عن الحيوان، أما اللغة المعينة كالعربية أو الإنجليزية أو الفرنسية أو ... فهي نظام مكتسب متجانس، إنها نظام من العلامات قوامه اتحاد المعنى بالمبنى[1].

فهي عند **أرسطو** نظام لفظي محدد نشأ نتيجة اتفاق بين أفراد المجموعة البشرية في مكان ما، وهي رمز الفكر، فالنطق والفكر عند **أرسطو** متلازمان وبدون كلمات لا يتيسر فكر ولا علم، وغاية اللغة عند **أرسطو**: تحقيق الصلات بين الإنسان والإنسان أو معرفة الإنسان للأشياء، وقد تستخدم كذلك أداة للتربية والمتعة في ناحية خاصة من نواحي النشاط الإنساني، حيث رأى باحثون مجددون من أمثال **مالينوفسكي**: أن اللغة جزء من السلوك الإنساني ونوع من العمل وليس مجرد أداة تعكس الفكر، وأن وظيفتها ليست مجرد وسيلة للتفاهم أو التوصيل، فاللغة إذن هي نظام عرفي لرموز صوتية يستغلها الناس في اتصال بعضهم ببعض[2].

فاللغة تعتبر وعاء حامل لكافة الأفكار والخبرات التي يمكن من خلالها التصرف بحرية في مختلف المواقف التي يقع فيها الإنسان، وهي بدورها قد تعطي انعكاسا على ثقافة الفرد من مجتمع لآخر.

واذا كانت اللغة ترتبط بمفهوم نفسي فردي في اكتسابها، فإنها ترتبط بمفهوم اجتماعي جمعي في ممارساتها، ففي أحضان المجتمع تكونت اللغة ووجدت يوم أحس الناس بالحاجة إلى التفاهم فيما بينهم، فاللغة هي الواقع الاجتماعي بمعناه الأوفى، تنتج عن الاحتكاك الاجتماعي، وقد صارت واحدة من أقوى العرى التي تربط الجماعات ودانت بنشوئها إلى وجود احتشاد اجتماعي[3].

وبالتالي فهي نسق من العلامات نعده ذا قيمة ثقافية لأن المتحدثين يعبرون عن هويتهم وهوية الآخرين من خلال استخدامهم للغة، فهم يرون أن استخدامهم للغتهم رمزا لهويتهم الاجتماعية ومنع استخدامها رفض لهويتهم الاجتماعية وثقافتهم، وعليه يمكن القول أن اللغة ترمز إلى واقع ثقافي معين[4].

الهوية: تعد الهوية أحد المرتكزات الأساسية الداعمة والمحققة للتماسك الاجتماعي المحافظ على استقرار المجتمعات، فمصطلح الهوية فرض نفسه في الفكر الفلسفي، فنجده في المستوى الأول استعمل في الإرث الفلسفي الأرسطي بمعنى الوجود، وفي المستوى الثاني دل المفهوم على ما به يكون الشيء هو

[1] – شهرزاد بن كيحل، المرجع السابق، ص87.

[2] – محمد عبد المطلب البكاء، **الإعلام واللغة – مستويات اللغة والتطبيق –**، دار نينوي للنشر والتوزيع، سوريا، د س ن، ص ص11 – 12.

[3] – كريم زكي حسام الدين، **اللغة والثقافة – دراسة أنثرولغوية لألفاظ وعلاقات القرابة في الثقافة العربية –**، د د ن، د ب ن، ص35.

[4] – كلير كرامش، مرجع السابق، ص16.

نفسه، حيث تستعمل كلمة الهوية في الأدبيات العربية المعاصرة مطابقة لكلمة **identity** في اللغة الإنجليزية، و**identité** في اللغة الفرنسية، وكلاهما مستمد من الأصل اللاتيني لكلمة **identitas** أو **identatis** والتي تعني كل منهما نفسه أو عينه، وهذا المعنى يؤكد درجة الاشتراك في التشابه التام أو التفرد عن الآخرين في نطاق خاص أو غرض محدد[1].

فالهوية برأي **ريجارد جنكز** هي جزء مكمل للحياة الاجتماعية، وهي تتشكل فقط عبر التمييز بين هويات مختلف الجماعات والتي يمكن ربطها بأناس آخرين، والاطلاع على مختلف الهويات يعطي إشارة إلى عن نوع الفرد الذي تتعامل معه ومن ثم كيفية الارتباط به، حيث يصل **ريجارد جنكز** إلى الاستنتاج "لن يكون هناك مجتمع بدون هوية اجتماعية"[2].

فمنظمة **اليونسكو** تؤكد على أن الهوية الثقافية تعني أولا وقبل كل شيء أننا أفراد ننتمي إلى جماعة لغوية محلية أو إقليمية أو وطنية، بما لها من قيم أخلاقية وجمالية تميزها، ويتضمن ذلك أيضا الأسلوب الذي نستوعب به تاريخ الجماعة وتقاليدها وعاداتها وأسلوب حياتها واحساسا بالخضوع له والمشاركة فيه، أو تشكيل قدر مشترك منه وتعني الطريقة التي تظهر فيها أنفسنا في ذات كلية، وتعد بالنسبة لكل فرد منا نوعا من المعادلة الأساسية التي تقرر – بطريقة إيجابية أو سلبية – الطريقة التي ننتسب بها إلى جماعتنا والعالم بصفة عامة[3].

وعلينا أن نفرق عند الحديث عن الهوية الثقافية بين الإجراءات التي تتخذها المجتمعات لتصنيف سكانها والهويات التي ينسبها الأفراد إلى أنفسهم في ظروف مختلفة وأمام متحدثين مختلفين، فإذا كانت الهوية التي تمنحها المجتمعات تنطلق من تصورات جامدة وأفكار نمطية ثابتة وتعميمات متحيزة، فإن الهوية التي يمنحها الأفراد لأنفسهم تتغير حسب السياق الاجتماعي، وحين ينسب الأفراد أنفسهم إلى هوية معينة فإنهم يراعون في ذلك فهم الآخرين لهم وقبولهم لديهم بصفة خاصة، كما يراعون فهم الآخرين لأنفسهم وتوزيع الأدوار والحقوق التقليدية التي يتبناها كل فريق داخل جماعته الخطابية[4].

واذا ما أردنا الانفتاح على الثقافات الأخرى دون أن نمتلك خصوصية ثقافية وتهيئة فكرية تستند إلى الوعي حقيقي فردي واجتماعي، فإن النتائج ستكون عكسية بقول حسن شحاتة: "... إنه بدون هوية ممتلئة

---

[1] – سارة غربي، **التعددية الثقافية وسياسات الهوية – دراسة في ثنائية الوحدة والتعددية –**، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في العلوم السياسية، تخصص: السياسات العامة والحكومات المقارنة، قسم العلوم السياسية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة الحاج لخضر باتنة 1، باتنة، 2018 – 2019، ص55.

[2] – هارلمبس وهولبورن، **سوشيولوجيا الثقافة والهوية**، تر: حاتم حميد محسن، دار كيوان للنشر والتوزيع، دمشق، 2010، ص ص93 – 94.

[3] – بدر الدين بن بلعباس، المرجع السابق، ص102.

[4] – كلير كرامش، مرجع السابق، ص121.

بمقوماتها يكون الانفتاح على الثقافات الخاصة المهيمنة منها مدعاة للانزلاق نحو الوقوع فريسة الاستلاب والاختراق"[1].

وبصفة عامة فإن الهوية الثقافية وفقا للجابري هي حجر الزاوية في تكوين الأمم، لأنها نتيجة تراكم تاريخي طويل وهي بذلك تنقسم إلى ثلاثة مستويات: هوية فردية، هوية جمعية، هوية وطنية (قومية)، وتتحدد تلك المستويات كالتالي[2]:

– الفرد داخل الجماعة الواحدة هو عبارة عن هوية متميزة ومستقلة، فهو عبارة عن أنا لها آخر داخل الجماعة نفسها.

– الجماعات داخل الأمة، هي الأفراد داخل الجماعة لكل منها ما يميزها داخل الهوية الثقافية المشتركة.

– الأمة وهي تعتبر أيضا هوية متفردة لها إزاء الأمم الأخرى، غير أنها أكثر تجريدا وأوسع نطاقا وأكثر قابلية للتعدد والتنوع والاختلاف.

القيم والمعايير والعادات: من العناصر الجوهرية في جميع الثقافات منظومة الأفكار التي تحدد ما هو همه ومحبذ ومرغوب في المجتمع، وهذه الأفكار المجردة أو القيم هي التي تضفي معنى محددا، وتعطي مؤشرات إرشادية لتوجيه تفاعل البشر مع العالم الاجتماعي، أما المعايير فهي قواعد السلوك التي تعكس أو تجسد القيم في ثقافة ما، وتعمل القيم والمعايير على تشكيل الأسلوب الذي يتصرف به أفراد ثقافة ما إزاء ما يحيط بهم، وتتفاوت القيم والمعايير وتختلف اختلافا بينا من ثقافة إلى أخرى، بل إن القيم قد تتناقض في المجتمع أو الجماعة الواحدة[3].

أما فيما يخص العادات فهي تعزز من عملية التنشئة الاجتماعية الخاصة بالفرد داخل الجماعة، فعقله وجسده يتشكلان بطرق نموذجية تتناسب وطرق التفكير والسلوك المميزة لتلك المجموعة، وستعكس أصغر تفاصيل تصرفات الفرد، مثل: (الطريقة التي يأكل بها، طريقة الجلوس، تفاصيل اللباس، طريقة الحديث هل يمزجه بابتسامة، مزاح، ...)، وفي جوهرها تنتج العادات طرق التفكير والسلوكيات التي يعيش أفراد تلك المجموعة وفقا لها، والحديث عن القيم والعادات في عملية التثاقف يتمحور حول التحول من محتوى ثقافي ذاتي إلى محتوى ثقافي آخر، هذا ما يبثه الواقع الاجتماعي لمجتمعنا، فيحقق الثاني وجودا

---

[1] – سليم عطاوة وعامر يحياوي، مفهوم الاستلاب الثقافي وأثره على الهوية لدى الشباب الجزائري – مقاربة تربوية –، **مجلة حقائق للدراسات النفسية والاجتماعية**، العدد الأول، ص78.

[2] – شريف محمد عوض، **صناعة الثقافة في عصر العولمة وأثرها في تغيير ملامح الهوية الثقافية**، المجلد الثاني، العدد الأول، يناير، 2013، ص105.

[3] – أنتوني غدنز، **علم الاجتماع – مع مدخلات عربية –**، ط4، تر: فايز الصياغ، المنظمة العربية للترجمة، لبنان، 2005، ص ص82 – 82.

في اكتساحه للقيم المحلية باسم العولمة والمعاصرة وغير ذلك من المسميات التي تعتمد على إخفاء بل ومحو القيم الثقافية الوطنية[1].

4- استراتيجيات ونماذج التثاقف:

أ- إستراتيجيات التثاقف:

① استراتيجيات التثاقف ل لومبارت وآخرون Lambert et al 1972:

يرى **لومبارت** وآخرون بأن التثاقف عملية نفسية واجتماعية تركز على دراسة وضعيات الالتقاء بين اللغات والجماعات اللغوية، حيث ركز نموذج **لومبارت** التثاقفي على العلاقة بين اللغات والثقافات المتفاعلة، فاقترح نموذج تفاعلي بين الجماعات يتكون من العلاقات التفاعلية الأربعة المحتملة وهي[2]:

- **وضعية تتميز بالثنائية اللغوية والثنائية الثقافية:** تتميز هذه الوضعية بالتعدد الثقافي واللغوي، وهي حالة المجتمعات الحديثة الأوروبية والأمريكية الشمالية.
- **وضعية تتميز بالأحادية اللغوية والثنائية الثقافية:** تتميز هذه الوضعية بضياع لغة الجماعة المسودة مثال ذلك حالة المهاجرين.
- **وضعية تتميز بالثنائية اللغوية والأحادية الثقافية:** ناتجة عن التقاء ثقافي محدود بين الجماعات لوجود حدود فيزيائية ونفسية اجتماعية مثل الجزائر والقبائل.
- **وضعية تتميز بالأحادية اللغوية والأحادية الثقافية:** ناتجة عن التشابه الكلي مع الثقافة السائدة أو الانفصال الكلي عنها نتيجة لتقلص الالتقاء بين الثقافات.

② استراتيجيات التثاقف النفسي ل جون بيري J.Berry 1996:

اقترح مصطلح استراتيجيات التثاقف في سنوات الستينيات من القرن الماضي من طرف **جون بيري** للتعبير عن الاستراتيجيات التي يتبعها أفراد جماعة ثقافية غير سائدة لكي يتقمصوا خصائص ثقافية جديدة من خلال الثقافة السائدة في حياتهم اليومية الجديدة.

---

[1] - حليمة مفيتح، **العمالة الصينية واشكالية التثاقف وأثرها على البناء الاجتماعي والاقتصادي بالجزائر – دراسة ميدانية بمنطقة تلمسان –**، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه علوم في الدين والمجتمع، تخصص: علم الاجتماع، كلية العلوم الاجتماعية، جامعة محمد بن أحمد وهران 2، وهران، 2018 – 2019، ص ص74 – 75.

[2] - لحسن العقون، **التثاقف الهوية واضطرابات الصحة النفسية لدى الشباب الجزائري**، المرجع السابق، ص81 – 82.

في عرضه لمشروعه النظري، بدأ **بيري** بتحديد مفهوم التثاقف والجماعات المتثاقفة، ثم أشار بعد ذلك إلى الأفراد الواقعين تحت ضغط التفاعل بين الثقافات يظهرون تغيرات على المستوى النفسي في ظل الارتباط المتين بين المظهرين النفسي والثقافي أين نجد أن الثقافة تمثل روح الجانب النفسي والنفس تدعم الجانب الثقافي.

أشار **بيري** إلى الجماعات المتثاقفة انتقاد للدراسات التي تتناول التثاقف على جماعة واحدة، أهم هذه الجماعات التي تناولها الدراسة والتي حددها من خلال ثلاثة أبعاد أساسية {الحركية الاجتماعية، الإرادة في عملية التثاقف، استمرارية التلاقي والتلامس}، موضحة في جدول التالي[1]:

الجدول رقم 11: يوضح الجماعات المتثاقفة بحسب **بيري:**

الحركية	إرادية	لا إرادية
المستقرين	المجموعات العرقية	السكان الأصليين
المهاجرين	المهاجرين نهائيا المهاجرين مؤقتا	المنفيين واللاجئين

استعمل **بيري 1996** مفهوم إستراتيجيات التثاقف لدراسة كيفية تحقيق الفرد للتكيف مع تعدد الثقافات في مجتمع ما، يقول بيري أن اختيار إستراتيجية الهوية يتم بالإجابة عن سؤالين أساسيين يطرحان على الفرد الذي يعيش في مجتمع متعدد الثقافات:

– هل من المهم الحفاظ على الثقافة والهوية الأصلية ؟

– هل من المهم البحث عن ربط علاقات اجتماعية واقتصادية وسياسية مع الجماعات الأخرى والمشاركة معهم في الحياة الاجتماعية ؟

إن هذين السؤالين والإجابة عنهما تسمح لنا باستخراج أربعة إستراتيجيات تثاقفية يوضحها **بيري** في الجدول الآتي[2]:

[1] – لحسن العقون، **التثاقف الهوية واضطرابات الصحة النفسية لدى الشباب الجزائري**، المرجع السابق، ص81 – 82.

[2] – لحسن لعقون، التثاقف الاستراتيجيات والآثار، المرجع السابق، ص ص216 – 217 – 218.

الجدول رقم 12: يوضح أنماط واستراتيجيات التثاقف عند **بيري:**

		هل من المهم الحفاظ على الهوية الثقافية الأصلية ؟	
		نعم	**لا**
هل من المهم البحث عن ربط العلاقات اجتماعية مع الأخرى ؟	**نعم**	الاندماج	الاستيعاب والتشابه
	لا	الانفصال	التهميش

1- الاندماج: يرى بيري أن الاندماج يعني أن الفرد يعمل على الحفاظ على خصائصه الثقافية وهويته الشخصية الأصلية المتمثلة في (اللغة والديانة والعادات والتقاليد والعرف والأعياد ...)، مع اكتساب بعض القيم الحديثة لإشباع حاجات ومتطلبات التحديث والعصرنة والاقتصاد فهو يمثل الجانب الايجابي في عملية التثاقف لأننا نلمس الحفاظ على الثقافة المحلية وظهور ارتباط وثيق مع بعض خصائص الثقافة الأجنبية.

2- الاستيعاب والتمثل: في حين يرى أن نمط الاستيعاب والتشابه يعني تخلي الفرد عن هويته الثقافية المحلية لصالح الهوية والثقافة الأجنبية مع تشبعه بالكثير من قيمها ومعاييرها.

3- الانفصال: يعني محاولة الفرد قطع الطريق عن أي محاولات ربط علاقات مع الثقافة السائدة في المجتمع رغبة منه في الحفاظ على ثقافته المحلية في عملية مضادة للتثاقف، في هذه الإستراتيجية أشار **بيري** إلى عملية التمييز وهي الوضعية التي ترفض فيها الجماعة المستقبلة اندماج أفراد الجماعة الوافدة، وتفرض عليهم نوعا من العزل الاجتماعي مما يشجعهم على الالتفاف حول ثقافتهم المحلية في عملية دفاعية بحثا عن تحقيق المكانة الاجتماعية في هذه المجتمع، هذا ما يساعدهم على الحفاظ على ثقافتهم الأصلية.

4- التهميش: هي ردة فعل الأفراد عندما يضيعون هويتهم الثقافية قبل أن يحققوا اندماجا كليا في ثقافة المجتمع السائدة، في الغالب قد يكون سبب ذلك التميز العنصري الذي يمارسه أفراد المجتمع السائد على هذه الجاليات.

إن هذه الاستراتيجيات (التي هي غالبا عمليات نفسية لاشعورية) تهدف إلى الحفاظ على التوازن النفسي والتكيف الاجتماعي للأفراد خاصة وأن عملية التثاقف تهدد الأفراد في هويتهم النفسية وتماسكهم الاجتماعي من خلال التشكيك في ثقافتهم ومدى قدرتها على الحفاظ على ترابطهم الاجتماعي وتلبية حاجاتهم الثقافية المتزايدة في ظل العولمة.

وبذلك يؤدي التثاقف إلى تغيير في سلوكيات الأفراد التي تكون من خلال التسلق الثقافي**Cultural Shedding** والتعلم الثقافي **Cultural Learning** والصراع الثقافي **Cultural Conflict**، إذ تسمى عملية التسلق الثقافي والتعلم الثقافي بالتعديل نتيجة إحداث تغييرات تكيفية مع جميع الأفراد بحيث تلائم المجتمع الثقافي المستقبل، أما الصراع الثقافي فقد يحدث درجة من الصراع لدى الأفراد بين الثقافتين في الاستيعاب والانفصال والتهميش، ففي الاستيعاب غالبا ما يتوجه الأفراد إلى القواعد السلوكية للثقافة المضيفة حتى يتغلب على الصراع، أما إذا كان الأفراد لا يستطيعون استيعاب الثقافة المضيفة فقد ينسحبون ويسعون إلى الانفصال من أجل تجنب استمرار الصراع الثقافي، أما في التهميش يعتبر الصراع الثقافي سمة متغيرة في الحياة اليومية وعادة ما يتم معالجة عن طريق السعي إلى المشاركة القليلة بين الثقافتين معا، مما يؤدي إلى أن الأفراد يواجهون مشاكل ناجمة عن الاتصال بين الثقافتين التي لا يمكن التعامل معها بسهولة أو بسرعة بمجرد تعديلها أو استيعابها مما يؤدي بالأفراد إلى قبول الانفصال نتيجة الشعور بعدم الارتباط بأي من الثقافتين وضياع الهوية، وأما الأفراد الذين يسعون إلى الاندماج يتمتعون بالتوافق الثقافي والعلاقات المتبادلة مع الآخرين[1].

ب- نماذج التثاقف:

إن التثاقف على الأغلب لا يجري أبدا باتجاه واحد، ولهذا اقترح عالم الانثروبولوجيا **(باستيد)** مصطلحي "تداخل الثقافات" أو تقاطعها عوضا وبديلا من مصطلح "تثاقف"، الذي لا يعين بوضوح تبادل التأثير هذا، وان كان قليلا ما يكون متناظرا، ولذلك بنى هذا العالم نمذجته في التثاقف على ثلاث معايير ... **الأول** ... عام وسياسي تقريبا، و**الثاني** ... ثقافي، **والثالث**... اجتماعي، وهنا تتشكل ثلاث وضعيات نموذجية للتثاقف، **أولها** تثاقف "**عفوي**" و"**طبيعي**" و"**حر**"...، **(**في الواقع لا يكون كذلك كليا، أبدا**)**، ويتعلق الأمر بتثاقف غير موجه وغير مراقب،**وثانيها** تثاقف "**منظم**"، ولكنه "**قسري**"، ولفائدة مجموعة واحدة ...، كما هو الشأن في العبودية أو الاستعمار، بهدف تعديل ثقافة المجموعة المهيمن عليها بغية إخضاعها

[1] – أزهار عبود حسون الجواري ومي مصدق دلفي الشمري، صورة عراقية لمقياس التثاقف لبيري (AS) لدى طلبة الجامعة العراقيين العرب في إقليم كردستان، **مجلة كلية التربية**، الجامعة المستنصرية، العدد 04، 2019، ص ص145 – 146.

لمصالح المجموعة المهيمنة، وهنا يكون جزئي ومجزأ وغالبا ما يكون نزاع للثقافة، **وثالثها** التثاقف "**المخطط له والمراقب...**" والذي يسعى أن يكون نسقيا ويستهدف آجالا بعيدة، وهذا ذات صبغة اقتصادية بهدف التطوير الاقتصادي[1].

5- أثار التثاقف:

تتحدد آثار عملية التثاقف على المستوى الفردي وعلى المستوى الجماعي وعلى التثاقف ومشكلات التكيف فيما يلي[2]:

أولا: على المستوى الفردي:

للتثاقف آثار عديدة على المستوى الفردي، فهو يلعب دور البناء للهوية الفردية والمهدد لتوازنها في نفس الوقت، ويمكننا تحديد هذه الاثار في:

أ- الآثار البناءة للتثاقف للانسلاخ الثقافي: إن عملية التثاقف تفتح مجال اختيار كبير للأفراد على أنماط الحياة والعمل وعلى المكانة الاجتماعية والقيم التعليمية بهدف إعادة التكوين الاجتماعي للفرد على مفاهيم الثقافة الجديدة

يشير **بيرنو صورا** في أعماله على المجتمع الصيني في تاهيتي إلى هذا الأثر الإيجابي للتثاقف الذي يساهم في تحرير الفرد من التعقيدات التقليدية، كما يمكن أن تشجع عملية التثاقف على التمكن من تجاوز العوائق البيئية، فالأفراد الذين حققوا الاندماج في ثقافة المجتمع المستقبل بالتشرب بقيمه وبثقافته نجدهم بعيدين كل البعد عن التوتر النفسي وعن اختلال التنظيم الداخلي.

ب- الآثار الهدامة للتثاقف "الصراع والانطواء والانحراف": الصراع والانطواء والانحراف يظهر الصراع الداخلي والبينشخصي بين أفراد المجتمع الواقع تحت رحمة عمليات التثاقف عندما تكون معايير وقيم الثقافتين المحلية والأجنبية مختلفتين إلى حد التناقض الكلي، هذه الوضعية تخلق صراعا حادا داخل شخصية الفرد وتجعله في حالة دائمة من الارتباك والشك في تحديد خياراته الاجتماعية والثقافية، ويقابل ذلك من طرف المجتمع بردات فعل مناقضة ومناهضة لاختيارات الفرد مما يخلق صراعات ذات طبيعة بينشخصية تزيد من التوتر والارتباك الحاصل لديه، كما تولد عملية التثاقف شعورا باللا أمن عند الأفراد

[1]- حارث علي العبيدي وهبة عدنان النعيمي، المرجع السابق، ص ص30-31.

[2]- لحسن العقون، **التثاقف وعلاقته بالاضطرابات النفسية لدى الشباب الجزائري – عينة من طلبة جامعة الجزائر –**، المرجع السابق، ص ص84 – 85 – 86.

ذوي الشخصية النفسية الضعيفة والذين يتميزون بالانطواء على أنفسهم في عملية دفاعية تتميز بانتشار كبير لميكانيزمات الإنكار والنكوص.

إن اندثار معايير الثقافات الأصلية بواسطة الاندماج في ثقافة الآخر يؤدي إلى ضياع هذه المعايير التي تساعد الأفراد في التعايش الاجتماعي مع ثقافتهم الأم والى ظهور العديد من اختلالات تكيف الفرد على المستوى الاجتماعي فيشكل مجموعة من السلوكات المنحرفة: كالإدمان على المحذرات والكحول وظهور الأعصبة والاضطرابات العائلية.

ثانيا: على مستوى الجماعي:

أجمع معظم الباحثين على أن التثاقف هو السبب في ظهور العديد من الأنماط الثقافية الجديدة خاصة إذا كان ناتجا عن التفاعل الحر، على العموم يؤدي التثاقف على المستوى الجماعي إلى:

- ظهور قيم ومعايير جديد كعملية تعويضية للمعاير السابقة أو كمزيج معها، مما يؤدي إلى حدوث تغيرات على مستوى التنظيم الاجتماعي والثقافي للمجتمع.
- ظهور أنماط معيشية جديدة نتيجة للتثاقف، مثال ذلك ما لاحظه **هنري ماندراس** من أن التغيرات في نمط المعيشة الاجتماعية في الريف الفرنسي بعد الحرب هي ثورة تمت لهذا الفرد كمنعكس تطور بالمقارنة مع السابق.
- ظهور أنواع جديدة من التكوين الاجتماعي والتربوي: ويمثل مجموع العمليات اليومية التي تتم من خلال دور المدرسة والأسرة في الاندماج في المجتمع المستقبل في حالة المهاجرين.

ثالثا: التثاقف ومشكلات التكيف: إن الغرض الأساسي من الدراسات المختلفة والعديدة حول موضوع التثاقف هو تسليط الضوء على أثر هذه العملية وصعوبات التكيف التي تصاحبها مع ظهور أعراض الاضطرابات النفسية والعقلية كالاكتئاب والحصر وتعاطي الكحول والمحذرات والتدخين ومختلف الأمراض الجسدية لدى الأفراد المتثاقفين.

لقد توصلت مختلف الأبحاث التي تناولت هذا الموضوع خاصة لدى الجاليات الآسيوية في الولايات المتحدة الأمريكية إلى أن العلاقة بين عملية التثاقف والتكيف علاقة معقدة وشديدة التداخل، أين أشارت إلى أن المهاجرين الجدد يكونون أكثر استعدادا وعرضت لظهور اضطرابات التكيف أكثر من غيرهم نتيجة للدرجة العالية من قلق التثاقف التي تظهر لديهم.

ثانيا: شبكات التواصل الاجتماعي

1- مفهوم شبكات التواصل الاجتماعي:

الشبكات الاجتماعية هي مصطلح يطلق على مجموعة من المواقع على شبكة الانترنت ظهرت مع الجيل الثاني للويب أو ما يعرف باسم **ويب 2.0** تتيح التواصل بين الأفراد في بيئة مجتمع افتراضي يجمعهم حسب مجموعات اهتمام أو شبكات انتماء {بلد، جامعة، مدرسة ... الخ} كل هذا يتم عن طريق خدمات التواصل المباشر مثل إرسال الرسائل أو الاطلاع على الملفات الشخصية للآخرين ومعرفة أخبارهم ومعلوماتهم التي يتيحونها للعرض[1].

أو هي المواقع الالكترونية التي توفر فيها تطبيقات الانترنت خدمات لمستخدميها تتيح لهم إنشاء صفحة شخصية معروضة للعامة ضمن موقع أو نظام معين، وتوفر وسيلة اتصال مع معارف منشئ الصفحة أو مع غيره من مستخدمي النظام، وتوفر خدمات لتبادل المعلومات بين مستخدمي ذلك الموقع أو النظام عبر الانترنت.

ويمكن تعريف مواقع التواصل الاجتماعي **Social Media Webs** بأنها: مواقع الانترنت التي يمكن للمستخدمين المشاركة والمساهمة في إنشاء أو إضافة صفحاتها وبسهولة[2].

وتقدم خدمات اجتماعية لمشتركيها لإغراض التواصل الإنساني والاجتماعي، تؤسسها شركات كبرى لجمع المستخدمين والأصدقاء وتبرمجها لخدمة تكوين صداقات أو البحث عن هوايات أو اهتمامات مشتركه وصور وأفلام وأنشطة لدى أشخاص آخرين يتبادلونها فيما بينهم[3].

يعرفها **محمد عواد** بأنها: "تركيبة اجتماعية إلكترونية تتم صناعتها من أفراد أو جماعات أو مؤسسات، وتتم تسمية الجزء التكويني الأساسي (مثل الفرد الواحد) باسم (العقدة – **NODE**)، بحيث يتم إيصال هذه العقد بأنواع مختلفة من العلاقات كتشجيع فريق معين أو الانتماء لشركة ما أو حمل جنسية لبلد ما في هذا العالم وقد تصل هذه العلاقات لدرجات أكثر عمقا كطبيعة الوضع الاجتماعي أو المعتقدات أو الطبقة التي ينتمي إليها الشخص"[4].

---

[1]- ماهر عودة الشمايلة ومحمود عزت اللحام وآخرون، **تكنولوجية الإعلام والاتصال**، دار الإعصار العلمي للنشر والتوزيع، عمان، 2014، ص209.

[2]- يوسف خالد غسان، **ثورة الشبكات الاجتماعية**، دار النفائس للنشر والتوزيع، الأردن، 2013، ص24.

[3]- حلمي خضر ساري، **التواصل الاجتماعي الأبعاد والمبادئ والمهارات**، دار كنوز المعرفة للنشر والتوزيع، عمان، 2013، ص ص103- 104.

[4] - محمد المنصور هيبة وحسن السوداني، **شبكات التواصل الاجتماعي وتأثيرها على جمهور المتلقين**، مركز الكتاب الأكاديمي للنشر والتوزيع، عمان، 2015، ص25.

وحسب **فهد بن عبد العزيز الغفيلي** فإن شبكات التواصل الاجتماعي عبارة عن مواقع رقمية على الانترنت تتيح للمشركين بها إنشاء صفحات خاصة بهم يشتركون من خلالها مع آخرين بمواد متنوعة نصية وسمعية ومرئية ومواد إعلامية مختلفة[1].

تاريخيا عند الحديث عن نشأة وتطور الشبكات التواصل الاجتماعي في الفضاء المعلوماتي تجدر الإشارة إلى مرحلتين أساسيتين:

مرحلة الأولى: مرحلة تأسيسية للشبكات الاجتماعية وهي المرحلة التي ظهرت مع الجيل الأول للويب **Web1**، ومن أبرز الشبكات التي تكونت في هذه المرحلة شبكة **Sixdegrees.Com** وهو الموقع الذي منح للأفراد المتفاعلين في إطاره فرصة طرح لمحات عن حياتهم وادراج أصدقائهم وبدأت فكرة قوائم الأصدقاء عام 1998، وقد أخفي هذا الموقع عام 2000، ثم تلاه موقع **Classmates** وكان الغرض منه الربط بين زملاء الدراسة.

المرحلة الثانية: يمكن وصفها بالموجة الثانية للويب **Web2** ارتبطت بتطور خدمات الشبكة وتعتبر مرحلة اكتمال الشبكات الاجتماعية، ويمكن أن نؤرخ لهذه المرحلة بانطلاقة موقع **My Space** وهو الموقع الأمريكي المشهور ثم موقع الفيس بوك، وتشهد كذلك على الإقبال المتزايد من قبل المستخدمين لمواقع الشبكات العالمية[2].

وبعد عدة سنوات تم إنشاء العديد من المواقع، التي انتشرت بشكل واسع في كافة أرجاء العالم، وجمعت الملايين المستخدمين، وكان من الواضح أن تلك الشبكات الاجتماعية قد أحدثت تغيرا كبيرا في كيفية الاتصال والمشاركة بين الأشخاص والمجتمعات وتبادل المعلومات[3].

---

[1] – فهد عبد العزيز الغفيلي، **الإعلام الرقمي – أشكاله ووظائفه وسبل تفعيله وملحق به مشاريع وتطبيقات ميدانية** –، فهرسة مكتبة الملك فهد الوطنية للنشر والتوزيع، الرياض، 2017، ص32.

[2] – جبريل بن حسن العريشي وسلمى بنت عبد الرحمان محمد الدوسري، **الشبكات الاجتماعية والقيم رؤية تحليلية**، الدار المنهجية للنشر والتوزيع، عمان، 2015، ص ص24 – 25.

[3] – فهد عبد العزيز الغفيلي، المرجع السابق، ص32.

2- خصائص ومميزات شبكات التواصل الاجتماعي:

سنورد أبرز الخصائص الأساسية التي تشترك فيها جل الشبكات الاجتماعية كما أنها تتمايز عن بعضها البعض بمميزات تفرضها طبيعة الشبكة ومستخدميها نورد أهمها فيما يلي:

أ- الملفات الشخصية / الصفحات الشخصية (Profile/ Page):

لعل أول ما يقوم به المستخدم عند دخوله لأي موقع للتواصل الاجتماعي، هو عملية تسجيل الدخول، وهي خطوة هامة يضعها الموقع كشرط أساسي لعملية الاشتراك وامتلاك حساب، وهي تتضمن إنشاء ملف شخصي خاص بالمستخدم يقوم من خلالها بالتعريف بنفسه من خلال وضع اسم المستخدم ومعلوماته الأساسية الجنس، تاريخ الميلاد، مكان الدراسة، البلد، الاهتمامات، الهوايات، (حيث يعد الملف الشخصي بوابة الدخول لعالم الشخص، فمن خلال الصفحة الرئيسية للملف الشخصي يمكنك مشاهدة نشاط الشخص مؤخرا، من هم أصدقائه وما هي الصور الجديدة التي رفعها إلى غير ذلك من النشاطات)[1].

ب- الأصدقاء /العلاقات Connections/Friend:

وهم بمثابة الأشخاص الذين يتعرف عليهم الشخص لغرض معين، الشبكات الاجتماعية تطلق مسمى صديق على هذا الشخص المضاف لقائمة أصدقائك بينما تطلق بعض مواقع الشبكات الاجتماعية الخاصة بالمحترفين مسمى اتصال أو علاقة على هذا الشخص المضاف لقائمتك.

ت- إرسال الرسائل:

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

ث- ألبومات الصور:

تتيح الشبكات الاجتماعية لمستخدميها إنشاء عدد لا نهائي من الألبومات ورفع مئات الصور فيها واتاحة مشاركة هذه الصور مع الأصدقاء للاطلاع والتعليق حولها[2].

[1] – سهام بوقلوف، المرجع السابق، ص122- 123.

[2] – مصطفى يوسف كافي، **الإعلام التفاعلي**، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان، 2015، ص114.

ج- التفاعلية والتشاركية:

يتسم التواصل عبر شبكات التواصل الاجتماعي بالتفاعلية إذ يقوم كل عضو بإثراء صفحته الشخصية سواء ما يتعلق بشخصيته {رياضة، موسيقى، أزياء} أو ما يتعلق بموطنه {أحداث سياسية، خرائط، أو صور لمدينته وبعض المعالم الأثرية}، التي يرغب بتقديمها إلى الآخرين.

ح- التلقائية :

يتسم التواصل عبر شبكات التواصل الاجتماعي بأنه تلقائي وغير رسمي أو متوقع، فليس هناك تخطيط أو تنسيق للتواصل بين الأعضاء وكذلك عدم وجود لوائح وقيود تنظيمية تحكم ذلك التواصل فهو يتسم بالتلقائية بين طرفي الاتصال.

خ- قلة التكلفة

إن التسجيل في شبكات التواصل الاجتماعي مجاني فعلى الصفحة الرئيسية لشبكة الفيس بوك مكتوب "مجاني ويبقى مجاني".

د- سهولة الاستخدام:

لا يحتاج العضو إلى مهارات خاصة لاستخدام شبكات التواصل الاجتماعي، ومعظم شبكات التواصل الاجتماعي توفر صفحات خاصة باللغة الرسمية لكل مجتمع.

ذ- الانفتاح:

مثل المحتوى المرسل من المستخدمين أغلبية المحتوى المنشور على مواقع التواصل الاجتماعي وذلك يزيد الرغبة لدى الأعضاء بالمزيد من التواصل والتفاعل والمشاركة لأنهم هم من يقوم بعملية إنتاج المحتوى عكس وسائل الإعلام التقليدية التي يمثل بها الشخص دور المتلقي أو المستهلك للمحتوى[1].

[1] – بحري صابر، قضايا معاصرة " التكامل أساس المعرفة "، ج3، **المؤتمر الدولي العلوم الإنسانية والاجتماعية**، المركز الديمقراطي العربي للدراسات الإستراتيجية والسياسية والاقتصادية، 2018، ص261.

3- ايجابيات وسلبيات المواقع التواصل الاجتماعي:

أهم الايجابيات في مواقع التواص الاجتماعي[1]:

✓ لقد ساعدت مواقع التواصل الاجتماعي على توسيع شبكة علاقات الفرد الاجتماعية مع الآخرين، سواء على المستوى المحلي والإقليمي أو الدولي، بصرف النظر عن خلفياتها السياسية والاقتصادية، والاجتماعية.

✓ سهلة الحصول على المعلومات من المكتبات العالمية.

✓ سهلة الاتصال بالمراكز البحوث العالمية.

✓ سهلة إرسال واستقبال المعلومات بسرعة هائلة، موثقة بالصوت والصورة.

✓ ساهمت في نشر الثقافات المحلية والتفاعلية، مع الثقافات العلمية الأخرى ومكنت المستخدم المحلي من تنويع مدارك عقله وثقافته، وتوسيع نطاقه العلمي والمعرفي.

أهم سلبيات شبكات التواصل الاجتماعي[2]:

✓ كثرة تداول الإشاعات والأخبار المغلوطة، نضرا لعدم اشتراط التأكد من المعلومة قبل نشرها.

✓ غياب الرقابة على ما يكتب أو ما ينشر في تلك المواقع.

✓ إضاعة الشباب للوقت في التنقل عبر صفحات تلك المواقع، والتحدث في أمور ليس لها قيمة ولا فائدة.

✓ إثارة المشكلات السياسية والاجتماعية.

✓ بعض النقاشات التي تبتعد عن الاحترام المتبادل وعدم تقبل الرأي الآخر.

4- نماذج شبكات التواصل الاجتماعي:

أ- الفيسبوك Facebook:

الفيس بوك هو موقع تواصل اجتماعي يعمل على تكوين الأصدقاء ويساعدهم على تبادل المعلومات والملفات والصور الشخصية ومقاطع الفيديو والتعليق عليها وامكانية المحادثة أو الدردشة الفورية، ويسهل إمكانية تكوين علاقات في فترة قصيرة، قد وصل عدد المشتركين فيه بعد ست سنوات من

[1] – أحمد قاسمي وسليم جداي، تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على الأمن المجتمعي للدول الخليجية، **المركز الديمقراطي العربي للدارسات الإستراتيجية والسياسية والاقتصادية**، ألمانيا، 2019، ص ص122 – 123.

[2] – إسماعيل عبد الفتاح عبد الكافي، **شبكات التواصل والانترنت والتأثير على الأمن القومي والاجتماعي**، المكتب العربي للمعارف للنشر والتوزيع، القاهرة، 2012، ص ص97 – 98.

عمره، أكثر من (800 مليون) مشترك من كافة أنحاء العالم، وكما هو معروف في الكثير من الوسائل الإعلامية ووسائل التواصل الاجتماعية، أن هناك من استغله في الجانب السيئ، وهناك من استفاد منه للتواصل بالصور والتعليقات مع أصدقائه في شتى أنحاء العالم[1].

وقد أسس الموقع **مارك زوكربيرغ** وذلك في عام 2004م، عندما كان طالبا في جامعة هارفارد الأمريكية وكان مشهورا بولعه الشديد بالانترنت، وكان هدفه أن يقوم بتصميم موقع يجمع زملائه في الجامعة ويمكنهم من تبادل أخبارهم وصورهم وآرائهم، ويسهل عملية التواصل بينهم، وسرعان ملقى هذا الموقع رواجا بين طلبة جامعة هارفارد، واكتسب شعبية واسعة بينهم[2].

ومقره الرئيسي في كاليفورنيا بالولايات المتحدة الأمريكية، ويضم 30275 موظف، ويبلغ عدد المشتركين 2.23 مليار مستخدم، وهو متوفر بحوالي 140 لغة[3].

ب- التويتر Twitter:

تويتر إحدى شبكات التواصل الاجتماعي، التي انتشرت في السنوات الأخيرة، ولعبت دورا كبيرا في الأحداث السياسية في العديد من البلدان، وأخذ "تويتر" اسمه من مصطلح "تويت" الذي يعني "التغريد"، واتخذ من العصفورة رمزا له، وهو خدمة مصغرة تسمح للمغردين إرسال رسائل نصية قصيرة لا تتعدى {140} حرفا للرسالة الواحدة، ويجوز للمرء أن يسميها نصا موجزا مكثفا لتفاصيل كثيرة، ويمكن لمن لديه حساب في موقع تويتر أن يتبادل مع أصدقائه تلك التغريدات، من خلال ظهورها على صفحاتهم الشخصية، أو في حالة دخولهم على صفحة المستخدم صاحب الرسالة، وتتيح شبكة تويتر خدمة التدوين المصغرة هذه إمكانية الردود والتحديثات عبر البريد الالكتروني، كذلك أهم الأحداث من خلال خدمة **RSS** عبر الرسائل النصية **SMS**[4].

وقد ظهر الموقع تويتر في أوائل عام 2006 كمشروع تطوير بحثي أجرته شركة **obvious** الأميركية في مدينة سان فرانسيسكو، وبعد ذلك أطلقته الشركة رسميا للمستخدمين بشكل عام في أكتوبر2006، وبعد ذلك بدأ الموقع في الانتشار كخدمة جديدة في الساحة عام 2007 من حيث تقديم التدوينات المصغرة، وفي أفريل 2007 قامت شركة **obvious** بفضل الخدمة عن الشركة وتكوين شركة

---

[1] – حسن السوداني ومحمد المنصور، **تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على الجمهور المتلقين**، مركز الكتاب الأكاديمي للنشر والتوزيع، عمان، 2015، ص107.

[2] – رضا أمين، **الإعلام الجديد**، دار الفجر للنشر والتوزيع، مصر، 2015، ص ص113 – 114.

[3] – عبد الغني أحمد علي الحاوري، العلاقات الأسرية في ظل الإدمان على وسائل التواصل الاجتماعي، **إصدارات المركز الديمقراطي العربي للدراسات الإستراتيجية والسياسية والاقتصادية**، ألمانيا- برلين، جانفي2021، ص67.

[4] – عبد الرحمان بن إبراهيم الشاعر، **مواقع التواصل الاجتماعي والسلوك الإنساني**، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، 2015، ص64.

جديدة باسم **Twitter**، ومع ازدياد أعداد من يستخدمه لتدوين أحداثهم اليومية، فقد قرر محرك جوجل للبحث أن يظهر ضمن نتائجه تدوينات التويتر كمصدر للبحث اعتباره من 2009[1].

والمثير للاهتمام هو أن تويتر هي شركة عابرة للجنسيات، حيث أن 79% من حسابات تويتر هي خارج الولايات المتحدة، ويعرفه "**Dhiraj Murthy**" أنه كمدونة صغيرة يشارك فيه المستخدمون أفكارا وانعكاسات سريعة (تقتصر على 140 حرفا) مع مستخدمين آخرين[2].

ت- اليوتيوب Youtub :

بدأ الموقع بالظهور على شبكة الانترنت في 15 فبراير 2005 بواسطة ثلاثة موظفين من شركة **باي بال paybal** هم: **تشاد هيرلي Chad Hurley وستيف تشين Steve Chen وجاود كريم Jawed Karim.**

وأطلق الموقع الرسميا في نوفمبر 2005، وفكرته تأسيس موقع لتبادل لقطات الفيديو على أن يكون الموقع سهل الاستخدام وسهل التحميل، كما لا يقتصر على مجرد إرفاق الملفات المرئية، بل يمكن وبسهولة إنشاء قنوات خاصة تبث من خلالها مئات الملفات بشكل يومي[3].

وقد صنف على أنه أكبر موقع اجتماعي على شبكة الانترنت، يسمح للمستخدمين برفع ومشاهدة ومشاركة مقاطع الفيديو بشكل مجاني، ومقدما لمستخدميه خدمة مشاركة ما يقارب 100 مليون فيديو يتم عرضها يوميا عبر الموقع[4].

ث- انستغرام Instagram:

يعد الانستغرام أحد أبرز تطبيقات التواصل الاجتماعي، وهو عبارة عن تطبيق مجاني يسمح للمستخدمين بمشاركة الصور والفيديوهات واجراء التعديلات الرقمية ثم مشاركتها مع الأصدقاء عبر مواقع التواصل الاجتماعي[5].

---

[1] – خالد غسان يوسف المقدادي، **ثورة الشبكات الاجتماعية**، دار النفائس للنشر والتوزيع، عمان، 2013، ص38.

[2] – أحمد بودادة، **دور الإعلام الرقمي في صناعة الرأي العام – دراسة مسحية لاستخدمات قادة الرأي لمنصة تويتر الرئيس الأمريكي دونالد ترمب نموذجا –**، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه طور ثالث LMD في علوم الإعلام والاتصال، تخصص: إعلام واتصال، قسم العلوم الإنسانية، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة محمد خيضر بسكرة، 2019 – 2020، ص73.

[3] – وديع العزعزي، **الإعلام الجديد مفاهيم ونظريات**، دار المناهج للنشر والتوزيع، عمان، 2015، ص60.

[4] – فريدة دهار، السخرية في الجزائر كأسلوب للانتقاد عبر الموقع الاجتماعي اليوتيوب – دراسة تحليلية لعينة من فيديوهات قنوات يوسف زروطة،أنس تينا وDZ joker –، **مجلة المعيار**، مجلد24، عدد 50، 2020، ص ص256 – 257.

[5] – حسان شمسي باشا وماجد حسان شمسي باشا، **وسائل التواصل الاجتماعي رحلة في الأعماق**، دار القلم للنشر والتوزيع، دمشق، 2020، ص28.

وقد بداء خدماته عام 2010، إذ يقدم طريقة مباشرة لمشاركة الصور الموجودة على الأجهزة مع قائمة الأصدقاء الخاصة على مواقع التواصل الاجتماعي المختلفة، إذ وجد هذا التطبيق رواجا واسعا فبدأ بتطوير نسخة أخرى منه للعمل على الأجهزة التي تدار باستخدام نظام التشغيل {أندرويد} إذ لاقى شعبية كبيرة، حتى أن أكثر من مليون مشترك قاموا بتحميل هذا التطبيق على أجهزتهم خلال 12 ساعة فقط من طرحه[1].

ثاثا: عمليات التثاقف في شبكات التواصل الاجتماعي:

1- تمظهرات التثاقف في شبكات التواصل الاجتماعي:

أتاحت شبكات التواصل الاجتماعي قدرة عالية من التواصل والتفاعل مما نتج عنها نشر مختلف المشاهد التي تركز على الجوانب القيمية ثقافية واجتماعية تؤثر في الكثير من الدول وبشكل خاص الدول المستهلكة وليست المنتجة بشكل أساسي، بناءا على إيديولوجيات تنتهجها الدول المتقدمة تجعل منها الطرف الرئيسي والمهيمن على تلك الدول المستهلكة، حيث كانت بداية ظهور أشكال الهيمنة والسيطرة منذ ظهور وسائل الإعلام والاتصال التقليدية كالصحافة المكتوبة والإذاعة والتلفزيون عبر الفضائيات تنتجها الدول المهيمنة، إلا أن هذه الوسائل لم تكن فاعلا أساسيا في الفترة الأخيرة من القرن العشرين وهذا نتيجة لظهور وسائل اتصالية حديثة مكنة من إلغاء شتى الحدود التي تعرقل الأفراد والجماهير العريضة من التفاعل حولها، كما جعلت من العالم قرية كونية مختصرة المسافات.

وهنا بدأ عرض كبير للثقافات المتعارضة والمتصارعة عبر فضاءات تواصلية افتراضية جديدة تدعى بشبكات التواصل الاجتماعي، والتي مست هذه الأخيرة بكل ما يمكن وصفه بثقافة محلية أشد صعوبة لا يمكن خرقها ولا التعدي عليها، حيث تنتهج هذه الوسائل ثلاث أمور لتذويب ثقافة بثقافة أخرى، والتي تتمثل في التراكم الذي يتشكل نتيجة التعرض الكثيف والذي يكسب الفرد تعلما وخبرة حول ما يتعرض له من مضامين قيمية قد تكون بوعي أو بغير وعي، بعدها هذا يتجه الفرد نحو تجسيد تلك الفكرة التي تعرض لها في أرض الواقع وتحمل إما سلوكا إيجابيا يرفع من قيمة المجتمع واما سلبيا يسهم في تخلف المجتمع واضمحلاله، وهذا ما قد نراه ينطبق على المجتمعات العربية التي تأثرت بشكل كبير ما ينتج من الدول الغربية والشرقية، والتي تسمى بالمخرجات الثقافية كأمر ثالث.

[1] – سعد سلمان المشهداني وفراس حمود العبيدي، **مواقع التواصل الاجتماعي وخصائصه البيئة الإعلامية الجديدة**، دار أمجد للنشر والتوزيع، عمان، 2020، ص105.

فهذا ينقلنا إلى مفهوم الهيمنة الاتصالية التي تمثل أحد أبرز أدوات الهيمنة الثقافية، وتعمل جنبا إلى جنب مع أدوات أخرى لتحقيق حالة الهيمنة الثقافية على المستوى الدولي، حيث تؤكد الدراسات أن وجود علاقة قوية بين ظاهرة الهيمنة الاتصالية ونشاطات الدول الغربية وخاصة الحكومة الأمريكية التي غزت عقول الناس بدرجة كبيرة ومؤثرة، مثل الشركات متعددة الجنسيات أثناء توسعها عالميا تقوم بفرض نماذج اقتصادية واجتماعية تشجع على قبول معايير وقيم ثقافية ملائمة لإحداث هذا التوسع، وتروج لأنماط من الحياة تساعد على تحويل ونقل المعايير من صفتها المحلية أو الإقليمية لتصبح معايير عالمية، وتعد كذلك سيطرة القوى المهيمنة على تقنيات الاتصال أحد أهم مظاهر الهيمنة الاتصالية بمفهومها الشامل، ولعل أبرز ما في هذه السيطرة من خطورة هو غياب معايير دولية تنظم امتلاك التقنية وتوزيعها، فضلا عن تكريس ظاهرة الاحتكار في هذا المجال على الصعيد الدولي، فالدول الغربية تهيمن على عناصر التقنية بشقيها الأجهزة والبرمجيات الأمر الذي جعل من هذه الدول قادرة على التحكم في امتلاك الدول الأخرى للتقنية الاتصالية، فبفضل هذه التقنية سعت القوى المهيمنة وأتباعها إلى تذويب ثقافات أمم العالم المختلفة، وتشكيل ثقافة كونية تتوحد فيها دول العالم خلف القيم الأمريكية، ومنها ما هو معروف ومتفق عليه، حيث تقوم بقولبة سلوكياتها من أجل تكريس ثقافة الاستهلاك في بعدها المعرفي والسلعي، وبالتالي الانتقاص من مفهوم السيادة[1].

وقد أصبحت موضوعات التثاقف من أهم وأخطر الموضوعات في عصرنا الحالي نظرا للتطورات الهائلة في وسائل الإعلام والاتصال والتكنولوجيا الحديثة وانفتاح الحدود أمام حركة التجارة العالمية بما تحمله من سلع تكنولوجية وثقافية لا حصر لها، بحيث بدأت ملامح أو مظاهر حقيقية وملموسة نتيجة لعمليات التثاقف مما بات يخشى عنه فقدان "الهوية الثقافية" لشعوب وجماعات بعينها[2].

والمشكلة الحقيقية والتحدي الحقيقي هو ما تتضمنه الوسائل التكنولوجية من مضامين ثقافية، تحمل في طياتها رسائل ثقافية كامنة لا يمكن إلغائها أو التغاضي عنها، صحيح أن السيارة مثلا آلة نستطيع التحكم فيها كيفما نشاء ونوجهها أينما نريد ونستخدمها للأغراض التي نقررها نحن، إلا أن هذه الآلة ما فتئت تحمل رسالة واضحة وقوية وهي رسالة التفوق للحضارة التي أنتجت هذه السلعة، وستضل هذه الرسالة تظهر في حالة فاعلية وصلاحية هذه الآلة وفي حال تعرضها للأعطال أيضا، إذ لا بد في حالة

[1] – محمد نجيب الصرايرة، **قضايا في الإعلام الدولي**، مكتبة الرائد العلمية للنشر والتوزيع، الأردن، 2013، ص ص88 – 91 – 114 –117 – 129.

[2] – عزام أبو الحمام، المرجع السابق، ص95.

ظهور الأعطال من العودة إلى المرجع الذي صنعها للحصول على قطع الغيار وكذلك المعلومات التقنية المناسبة[1].

وتلعب شبكات التواصل الاجتماعي دورا جوهريا وكبيرا في تغيير العادات أكثر من خلق الرغبات، وعلى الرغم من أن البداية تكون دائما بخلق التغيرات في السلوك، الملبس، التذوق وعادات الطعام وما إلى ذلك، إلا أنها تتحول سريعا لتؤثر في سلوكيات أساسية مثل هيكل السلطة الأسرية، إذ لم يعد الشباب داخل المجتمع يعطون مكانة للصدق والأمانة والصبر، فالشاب الناجح اليوم يقيم على أساس ماذا يمتلك، وهذه الفكرة أكدها المجتمع اليوم ونظرته إلى المادة خاصة في غياب السلطات التقليدية وضعف الأسرة والمدرسة والمؤسسات التربوية عامة أمام مغريات الحياة في التنشئة الاجتماعية الإيجابية، الأمر الذي أكسب شبكات التواصل الاجتماعي شهرة ومكانة كبيرة في إعداد النشء، فأصبحت نوعا من المرشد الاجتماعي الذي يعطينا أفكارا في الأسلوب والأخلاقيات والسلوك.

من الملاحظ أنه مع ظهور منافس قوي لمختلف المؤسسات الاجتماعية المتمثل في شبكات التواصل الاجتماعي الذي أطلق عليه اسم الأب الثالث دلالة عن الدور الذي بات يلعبه في التربية، خاصة مع امتلاكها قدرات عالية جدا في التأثير والإقناع والتوجيه، وبالتالي تغير جذري فعال يمس صميم الثقافات الأصلية وثوابت الهوية المحلية كالأخلاق أو الدين أو التاريخ أو اللغة، خاصة المضامين الغربية والشرقية التي يتورد أغلبها في شكل محتويات اجتماعية أو عنيفة خاصة، ففي المجال الاجتماعي عندنا يمكن الحديث عن مظاهر التغير القيمي من حيث فتور العلاقات الاجتماعية وانتشار قيم الفردية وطغيان المادة وظهور عادات وتقاليد لا تمس بهويتنا بصلة كالاحتفال بعيد المسيح أو رأس السنة وظهور (بابا نوال) وظهور أساليب عيش جديدة تشبه بكثير المجتمعات الغربية في المجلس والكلام وعدم احترام الوالدين والعلاقات العاطفية غير المباحة، كلها أمور عادية في ظل الحضارة الجديدة[2].

ومن الأمور التي تشير إلى التثاقف تتمثل في غرف الدردشة أو غرف المحادثة التي تعد شكلا من أشكال المقابلات الافتراضية، والتي تكون في شكل حوارات بين أشخاص بصفة متزامنة، إذ تعتبر الدردشة وسيلة اتصال بين الشباب الموجودين في نفس الغرفة، عن طريق إرسال رسائل نصية وصوتية كل على حدى أو في وقت واحد، وبعض غرف الدردشة المرئية تتضمن أيضا وسائل الاتصالات السمعية والبصرية، بحيث يمكن في الواقع أن يروا بعضهم البعض، وعادة ما تكون لها قواعد صارمة تتطلب من

[1] – المرجع نفسه، ص96.

[2] – بداك شبحة، الإعلام وعلاقته بالقيم الاجتماعية والهوية في المجتمع الجزائري، **الملتقى الدولي الثاني عشر – الإعلام ورهانات المستقبل –**، منشورات جامعة أدرار، العدد 2، جامعة العقيد أحمد دراية ، أدرار، 2009 – 2010، ص ص146 – 149.

المستخدمين أن يتابعوها من أجل الحفاظ على سلامتهم وسلامة المستخدمين مثل غرف الأطفال، فهي حياة افتراضية ثلاثية الأبعاد وتشكل عالما موازي يقوم فيه المستخدم باختيار اسمه في هذه الحياة بدلا من الحياة الواقعية التي لا يمكنكم اختيار أسمائهم، وكذا اختيار الشخصية الافتراضية ذات ملامح حقيقية أو قد لا تكون[1]، وكذا تساهم في تحسين قدرات الشباب في اللغة الأجنبية على الخصوص من خلال المحادثة والحوار المباشر مع أشخاص أجانب باللغة الأجنبية كما تساهم في زيادة معارفهم ومعلوماتهم من خلال محاورة شباب من بلدان متعددة وذوي ثقافات متنوعة[2]، فمن ميزات شبكات التواصل الاجتماعي التفاعلية التي كان بمقدورها أن تجعل المتلقي يقوم بعملية الفرز بين التلقي السلبي الذي يتخلى عنه بسهولة ويتبنى التلقي الإيجابي النشط والفعال.

أما فيما يخص المعارف اللغوية والثقافية تم اكتسابها وتطويرها إذ طور الشباب معارف في لغتهم الأم، وكذلك معارف في اللغات الأجنبية بسبب شبكات التواصل الاجتماعي وهنا يكون بصفة إيجابية[3]، إلا أن هذا لا يمثل ثقافة بعض الشباب الأخر لأنه تعرض للغة غير مسلم بها في مجتمعاتنا، كالتهجين اللغوي الحاصل في خطابات شبكات التواصل الاجتماعي بصفة عامة وغرف الدردشة والتعليقات بصفة خاصة، هذا ما يأخذ منحى سلبي يذهب لغة الحوار.

وقد حذر تقرير صدر عن منظمة اليونسكو في 21 فبراير 2006م بباريس، من خطر اندثار ما يقارب 6000 لغة عبر العالم، وذلك بسبب عولمة الثقافة وطغيان البعد التقني في مجتمع المعلومات خصوصا وأن المجتمعات الصغيرة في البلدان النامية لا تملك القدرة على حماية خصوصياتها الثقافية ومصالحها الاقتصادية[4].

وعليه فإن شبكات التواصل الاجتماعي يراها البعض أنها تدعو للانفتاح على الأخر أو على ثقافات وحضارات غربية وشرقية وخصوصا الغربية منها، والتي يطلق عليها بالتبادل الثقافي الحر أو حوار الحضارات، وذلك من أجل الاكتساب والتشبع من ما هو يتناسب مع ثقافات الدول المستهلكة كالعلوم والمعارف العلمية المتمثلة في المناهج وطرق التدريس وكذا طرق التسويق المتاحة لمواكبة عصر التقدم،

---

[1] – حبيب بن بلقاسم، المجتمعات الافتراضية والشباب العربي: أي علاقة ؟ – دراسة سوسيولوجية لعلاقة الشباب التلمذي والطالبي التونسي بالمجتمعات الافتراضية –، **الملتقى الدولي الثاني عشر – الإعلام ورهانات المستقبل –**، منشورات جامعة أدرار، العدد 2، جامعة العقيد أحمد دراية ، أدرار، 2009 – 2010، ص ص182 – 183.

[2] – إبراهيم بعزيز، **تكنولوجيا الاتصال الحديثة وتأثيراتها الاجتماعية والثقافية**، دار الكتاب الحديث، القاهرة، 2012، ص50.

[3] – نصيرة بكارة ورشيدة سعدوني، التعليم الرقمي والتبادل الثقافي في الجامعات الجزائرية من خلال مشروعي TAPP وPTAM، **المجلة العربية للآداب والدراسات الإنسانية – دورية، علمية، إقليمية**، متخصصة " ربع سنوية "، العدد 2، يناير 2019، ص107.

[4] – إبراهيم بعزيز، المرجع السابق،ص28.

ولا يمكن ربطها بالتفاخر على الآخرين لأنه ناتج عن التأثر والاستهلاك وليس كمنتج لتلك السلعة الثقافية، وعندما نقول هذه الأفكار علينا أن نراعي حاجات وقيم المجتمع الذي نحن متواجدون فيه ولا نخرج عنه، لأن خروجنا عن الإطار الدلالي للمجتمع يعد خرقا يمثل أثرا سلبية يتنافى مع ثقافة المجتمع المحلي.

فالاختراق الثقافي في عصر شبكات التواصل الاجتماعي يتم بصمت وفقا لاستراتيجيات جديدة تغيرت تبعا للمستجدات التي طرأت على الواقع الثقافي الدولي، وخاصة بعد اختفاء الاتحاد السوفياتي وتحول الصراع الإيديولوجي بين الشرق الشيوعي والغرب الرأس مالي إلى صراع حضاري بين الشمال الصناعي المتقدم والجنوب مهد الحضارات القديمة، والذي يتصدره العالم العربي الإسلامي[1].

وكذا لا يمكن أن ننسى الفضل الذي يرجع لهذه الشبكات في توفير خدمات وتطبيقات إلكترونية تمكن الأفراد المتابعين من تعلم عدة مهارات واكتساب معارف وخبرات بشكل ذاتي دون الحاجة لمعلم، فهناك كم هائل من مصادر المعلومات كقواعد البيانات والبوابات والمواقع المتخصصة في مختلف المجالات، التي يمكن أن يستعملها الشباب للتحصيل والتثقيف الذاتي، ولهذا فإن التعليم المفتوح والمستمر يتيح عبر تكنولوجيات الاتصال الحديثة يخدم بدرجة كبيرة أكثر الفئات التي لم تتح لها الفرصة للالتحاق بالجامعات والمدارس ومراكز التعليم وللعمال والأشخاص الذين لا يملكون الوقت للالتحاق بالمؤسسات التعليمية النظامية.

وعلى هذا الأساس يمكننا القول بأن الثقافة هي أصلا وعاء معرفي يشمل العقيدة أو الدين والشخصية والهوية والتاريخ واللغة والذاكرة والحضارة والعادات والتقاليد والفنون والأشكال التعبيرية المختلفة، ومن ثم فإن التثاقف هو أيضا يشمل كل هذه المحطات وهذه المظاهر، ولا يمكن الحديث عن التثاقف إذا لم تراعى فيه كل هذه المحطات من حيث الفاعلية ومن حيث الاحترام والتقدير، فلا بد من القول أن شبكات التواصل الاجتماعي كممارسة فكرية وثقافية وسياسية واقتصادية وفنية مرهونة فاعليتها بعدد من العناصر الداخلية أي داخل الفعل الاتصالي من حيث البناء العام والممارسة وعناصر خارجية من حيث السياق الخارجي الاجتماعي والثقافي والسياسي والاقتصادي والعقائدي[2].

ولبناء منظومة اتصالية تتضمن سلامة التثاقف يتطلب ما يلي[3]:

---

[1] – صالح لميش، الإعلام والمجتمع في ضوء التحديات الراهنة، **الملتقى الدولي الثاني عشر – الإعلام ورهانات المستقبل –**، منشورات جامعة أدرار، العدد 2، جامعة العقيد أحمد دراية ، أدرار، 2009 – 2010، ص155.

[2] – محمد سعيدي، **الإعلام والاتصال وحوار الثقافات**، ص ص13 – 14.

[3] – وليدة حدادي، حوار الثقافات عبر الفضاءات الإعلامية الجديدة – دراسة في إمكانات التعزيز –، **مجلة الناصرية للدراسات الاجتماعية والتاريخية**، مجلد 10، العدد 1، جوان 2019، ص ص533 – 534.

– **النزعة الأخلاقية:** فالعامل الأخلاقي يعد من أهم شروط عملية التفاعل الاتصالي من أجل تثاقف سليم بين الثقافات، وذلك بتطهير المضامين الاتصالي التي يتم متابعتها من قبل الشباب من براثين الفكر النمطي السيئ للآخر ونعته نعوتا خاطئة وخطيرة، والتي قد تكون سببا في الصدام والكراهية والحقد والعداوة والعدوانية والحروب.

– **النزعة الموضوعية:** في السعي إلى الاتصال بالآخر والتثاقف معه ضرورة منهجية وموضوعاتية وتواصلية أكيدة، والتي قد تضمن نشر ثقافة الثقة والصدق بين المتواصلين والمتثاقفين، لذا لابد من التحرر من الرؤية التحقيرية والتحنيطية لثقافات الشعوب وخاصة شعوب العالم الثالث، والتي ظلت دوما وأبدا حاضرة في وسائل الإعلام الجديد بصفة عامة.

2– تمثلات الشباب على شبكات التواصل الاجتماعي:

إن التكنولوجيات الجديدة لوسائل الاتصال لها قدرة كبيرة في التوليد والإبداع الافتراضي، فهي تملك الإمكانية لخلق عوالم افتراضية تحاكي العالم الحقيقي، وتكون مليئة بالتجريد والمحاكاة والتمثيل الرمزي، لتطلق يد الشباب في الهروب من هذا الواقع الذي يأسره، وقد يلاقي الفشل فيه، فلا يحقق ذاته وطموحه، ليكون بذلك الواقع الافتراضي والمتمثل في شبكات التواصل الاجتماعي منفذا لتحرير الفرد وهربا لتحقيق شحنة إحباطاته من ذلك الواقع الحقيقي[1].

تقوم ثقافة الاستهلاك في عالمنا المعاصر بإغراق عالم الشباب بكم هائل من المنتجات الموسيقية واللعبية ومواقع الانترنت، وهو ما يخلق إشباعا يتجاوز بكثير حاجات الشباب وبالتالي تساهم هذه السلع بتنوعها في تشكيل هوية الشباب وتمثيلهم لذواتهم، حيث يعتبر أحد الباحثين أن قيمة الشباب في المجتمع المعاصر تكمن بالتحديد في دورهم كمستهلكين، ولذلك فإن النمذجات الميتالغوية والتوصيفات المشوهة التي تقدمها الوسائط الإعلامية الحديثة يمكن قراءتها كجهد مكثف لتحضير فئة الشباب للاستهلاك باعتبارهم فاعلين وأهدافا في نفس الوقت، ومن هذا المنطلق قد يقوم الشباب في شبكات التواصل الاجتماعي بممارسة أفعال غير مستساغة ضمن السياق الاجتماعي الواقعي، مثل الدردشة مع الغرباء، واستخدام اللغة الانترناتية واستخدام عبارات غير لائقة، وتبادل صور مثيرة وزيارات مواقع إباحية، وذلك بهدف التمرد الاجتماعي[2].

[1] – يامين بودهان، تكنولوجيا الإعلام والاتصال وتطور مفهومي الزمن والفضاء، **الملتقى الدولي الثاني عشر – الإعلام ورهانات المستقبل –**، منشورات جامعة أدرار، العدد 2، جامعة العقيد أحمد دراية ، أدرار، 2009 – 2010، ص116.

[2] – الصادق رابح، **فضاءات رقمية – قراءات في المفاهيم والمقاربات والرهانات –**، دار النهضة العربية، بيروت، 2014، ص ص110 – 111.

وتتيح شبكات التواصل الاجتماعي للشباب إسماع أصواتهم لأنه مكانا نموذجيا للتعبير عن القبول أو الرفض لمثل هذه السلوكيات، حيث يعلل كثير من الشباب في السياق العربي أن استخدام الرموز والأرقام ... مشيرين إلى أنها تساعدهم على الكتابة بشكل أسرع، وأن هذه اللغة المستحدثة في التعامل بينهم لا تختصر الكلمات فقط بل تختصر أيضا المشاعر من خلال التعبير بالرموز العددية، ويرى البعض الأخر من الشباب أن الإفراط في استخدام شبكات التواصل الاجتماعي قد يخلق أوضاعا غير صحية، إذ رغم إيجابيات شبكات التواصل الاجتماعي الكبيرة إلا أنها تستنزف عقول الشباب وتسطحها عبر تدمير الأسرة، لقد قتلت الاندماج العائلي وقللت فرص الحوار بين العائلة حتى كادت تنقطع صلة الرحم[1].

وهنا يظهر أمامنا الثنائية التي تطبع بعض خطابات الشباب حيث يتعايش الاحتفاء والتخوف وهو موقف متناقض يكشف عن مأزق أخلاقي يتمحور حول الطريقة المثلى للتعامل مع هذا النوع من الفضاءات الإلكترونية، كما يتضمن نوعا من التحاور بين التقييمات الإيجابية والسلبية التي يحملها الضمير الجمعي.

فالتزايد الكبير لعدد المنتديات الحوارية الإلكترونية وسهولة الوصول إلى مراجعة الكتب يتيح للشباب علانية عن آرائهم بخصوص ما يكتبه الباحثون حولهم ويمكن أن نشير في هذا الصدد إلى كتابين، يتعلق الأول بجيل الانترنت ويتعلق الثاني بجيل الألفية، وقد آثار الكتابان عدد من ردود الفعل بما في ذلك تلك التي كان مصدرها الشباب، ويرفض الكثير من الشباب التصورات التي يحملها الكتابان عنه، بحجة أنها لا تعكس واقع الشباب بقدر ما تعبر عن أوهام وتخيلات[2].

إن الأعمال الأكاديمية البحثية تقريبا التي حاولت فهم تمثل الشباب لشبكات التواصل الاجتماعي، يجب عليها مراعاة أمرين للكشف عن فواصل الازدواجية في التمثل والوصول إلى التمثل الحقيقي ليعرف الشباب هويته وربطها مع الآخرين:

– أولا إن الرغبة في فهم المنطق الداخلي لجماعة ما في رؤيتها لذاتها وللعالم من حولها يقتضي التعرف على أعضائها عبر الملاحظة والتحدث إليهم.

[1] – الصادق رابح، المرجع السابق، ص ص114 – 115.

[2] – يحي تقي الدين، **القيم الثقافية المكتسبة من خلال استخدام الشباب لشبكات التواصل الاجتماعي – دراسة اثنوغرافية –**، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في علوم الإعلام والاتصال، تخصص: اتصال وعلاقات عامة، قسم الاتصال والعلاقات العامة، كلية علوم الإعلام والاتصال والسمعي البصري، جامعة صالح بوبنيدر، قسنطينة 3، 2017 – 2018، ص ص211 – 212 – 213.

– ثانيا ضرورة الأخذ بمنهجية واضحة المعالم لتحديد الفوارق بين الظواهر العابرة والسلوكيات المرتبطة بمختلف المراحل الحياتية والتحديدات التي تقود إلى تحولات بعيدة المدى.

ويذهب البعض الآخر إلى القول بأن شبكات التواصل الاجتماعي بعكس ما تروجه بعض الخطابات التهويلية والتخويفية التي ترى فيها أداة لانكفاء وانطواء الأفراد على أنفسهم، تتيح لهم تكثيف علاقاتهم وتوسيعها مع أفراد آخرين من فضاءات ثقافية متنوعة، وتبادل الخبرات والتجارب الحياتية، وتقديم الرؤية الذاتية للعالم إلى الآخرين عبر استثمار إمكانيات المواقع التفاعلية[1].

وهناك من يطلق على شبكات التواصل الاجتماعي مصطلح السلطة الخامسة التي تتميز بالحضور المضاعف لإرادة اجتماعية تعمل في فلك المدونات والمواقع الاجتماعية على إنتاج المعنى وتحقيق التذوات على نحو متحرر من الضوابط القانونية والأخلاقية، وان من كانوا يمثلون القاعدة الأساسية للسلطة الرابعة وهم في أدبيات الإعلام والاتصال أفراد المجتمع الجماهيري، أصبحوا اليوم في قلب آلية التفكيك التي نطلق عليها اسم السلطة الخامسة، فهؤلاء الأفراد يمارسون تفكيكية يقول عنها **دريدا** في إحدى السياقات، أنها غير منهجية وغير علمية وغير فلسفية، تفكيكية يتسنى لنا وصفها بأنها " شعبية " أو هي كذلك، وتتمثل في خلخلة منظومة النصوص والقواعد التي قام عليها الإعلام الجماهيري التقليدي كسلطة رابعة تمارس نفوذها على حركة التغير في المجتمع.

والسلطة الخامسة إنما هي أسلوب جديد لبناء الواقع الاجتماعي خارج القوالب الميدياتيكية المهيمنة والضوابط المعتمدة في صناعة المعنى، وهي أيضا طريقة مثيرة في الكشف تتراوح بين الواقعية والرومانسية، ولقد تجلت السلطة الخامسة بمثابة القدرة العامة في بناء الواقع من خلال إعادة إنتاج الإيديولوجيا السائدة في المجتمع، مما يعني أن هذه القدرة العامة التي يمثلها الأفراد الاجتماعيون بمختلف فئاتهم ومواقعهم، ما كان لها أن تكون كذلك لولا قدرتها على مراقبة عمل وسائل الإعلام ومتابعة أساليبه لصناعة الواقع، مدفوعة من عمليتي المراقبة والمتابعة بما ينتجه الفضاء السيبراني من إمكانيات رقمية فاقة في الإعلان والتواصل والتفاعل[2].

وفي تعبير آخر لعلماء الاجتماع والتربويين عن تخوفهم على الشباب من هذا التقدم السريع، فهم يرون أنه يؤدي إلى الفردانية وقلة فرص العمل وزيادة البطالة، نظرا لاحتلال التكنولوجيا محل العمالة،

[1] – يحي تقي الدين، المرجع نفسه، ص ص214 – 236.

[2] – عبد الله الزين الحيدري، الميديا الاجتماعية والأدوات البلاغية الجديدة للسلطة الخامسة، **الملتقى الدولي في شبكات التواصل الاجتماعي في بيئة إعلامية متغيرة – دروس من العالم العربي –**، تنسيق: معز بن مسعود، معهد الصحافة وعلوم الأخبار وحدة البحث في الاتصال، تونس، 2015، ص101.

واختفاء الخصوصية وتسطيح المعلومات، مما يترتب عليه ضياع للهوية القومية والثقافية للشباب، ومن ثم انهيار القيم والأخلاق، حتى أن فريقا منهم تصل مخاوفه وتحفظاته إلى درجة اعتبار أن التغيرات التي تحققت في مجال تقنيات الاتصال والتي سمحت بقدر كبير من تبادل المعلومات وخدمات الاتصال ساهمت في زيادة شعور العزلة لدى الشباب وانسحابه من دائرة العلاقات الاجتماعية، وهذا أدى إلى زيادة معدلات الجريمة والعنف والانحراف بين الشباب[1].

أما فيما يخص التأثيرات التي يمكن أن تخلفها شبكات التواصل الاجتماعي على الشباب تتمثل في[2]:

- **التأثيرات المعرفية:** وتظهر في مجالات عدة أهمها:

– تجاوز مشكلة الغموض الناتجة عن تناقض المعلومات التي يتعرض لها الشباب، أو نقص المعلومات أو عدم كفايتها لفهم معاني الأحداث أو تحديد التفسيرات الممكنة والصحيحة لهذه الأحداث، وهذا ما يحدث للشباب عندما يعلم بوقوع الأحداث ولا يعرف مغزى الحدث أو تفسيراته، والغموض الناتج عن نقص المعلومة أو تعارض آراء المتابعين لهذه الشبكات، ويتم حله بما تقدمه هذه الشبكات من استكمال لهذه المعلومات أو تفسير لها، وبهذا يصبح من السهل تصور مسؤولية شبكات التواصل الاجتماعي في القضاء على غموض المعلومات.

– وهناك تأثيرات معرفية أخرى توضح الأدوار التي تقوم بها شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الاتجاهات، حيث تقوم هذه الشبكات بدافع غير محدود للآراء والموضوعات والشخصيات التي تثير المتلقين من الشباب للاهتمام بها.

– بالإضافة إلى تأثير شبكات التواصل الاجتماعي في تحديد ترتيب اهتمامات الشباب المتلقين بالنسبة للموضوعات والأفكار التي تنشرها شبكات التواصل الاجتماعي، أي ترتيب أجندة الشباب بالنسبة للموضوعات أو الأفكار اعتمادا على ترتيب الشبكات لها.

– بجانب التأثير على نظم معتقدات الشباب بزيادتها سواء كان بزيادة الفئات التي يمكن تنظيم هذه المعتقدات في إطارها أو زيادة المعتقدات في كل فئة، وذلك يؤدي إلى اتساع نظام المعتقدات بالنسبة للشباب المتلقين.

[1] – ليلى أحمد جرار، المرجع السابق، ص93.

[2] – محمد عبد الحميد، **نظريات الإعلام واتجاهات التأثير**، المرجع السابق، ص ص202 – 204.

– وهناك تأثيرات معرفية أخرى تظهر في حالات بناء السياق الذي تظهر من خلاله القيم، ولا تقوم شبكات التواصل الاجتماعي بإيضاح القيم فقط، ولكنها تقوم أيضا بتقديم المعلومات التي تشترك فيها القيم المتباينة.

➢ **التأثيرات الوجدانية:** وذلك من خلال مشاعر الحب والكراهية ... وغيرها التي تقوم بأشكال مختلفة وفي سياقات متعددة، ويظهر هذا التأثير عندما تقدم رسائل افتراضية معينة، تؤثر على مشاعر الأفراد واستجاباتهم في الاتجاه الذي تستهدفه هذه الرسائل، ومن أمثلة هذه التأثيرات[1]:

– **الفتور العاطفي:** وهناك فرض يرى المتابعة المكثفة لموضوعات العنف في شبكات التواصل الاجتماعي يؤدي إلى الفتور العاطفي، وهذا ما يؤدي نقص الرغبة في مساعدة الآخرين نتيجة كثافة المتابعة الافتراضية لأعمال العنف، وبالتالي فإن الفرد يتصرف كما لو كان العنف هو الحياة الحقيقية، وهناك بعض الأدلة على أن الاستثارة النفسية التي تنشأ نتيجة المتابعة لأعمال العنف في شبكات التواصل الاجتماعي تتناقص بمرور الزمن.

– **القلق والخوف:** فالمتابعة المكثفة للرسائل الجديدة المنشورة في شبكات التواصل الاجتماعي قد تجعل من الشباب متخوفا وقلقا خاصة في قضايا العنف.

– **التأثيرات الأخلاقية والمعنوية:** وهي تحدث نتيجة الرسائل الافتراضية وطبيعة المعلومات التي يكون لها تأثير على معنويات الشباب ومستوى الأخلاق، فالدعم المعنوي والأخلاقي لا يمكن تطويره دون تأثيرات نظم الاتصال، والمثال على ذلك أن وجود معلومات إيجابية ومنظمة حول الجماعات والفئات التي ينتمي إليها الشباب مثل المجتمع أو التجمعات أو المهنة أو الجماعات العرقية، وجود هذه المعلومات في شبكات التواصل الاجتماعي يمكن أن يكون لها تأثير معنوي على الأفراد الذين يعتمدون على نظم شبكات التواصل الاجتماعي في إطار التأثيرات الوجدانية.

➢ **التأثيرات السلوكية:** فالتغيير في الاتجاهات أو المعتقدات أو المجالات الوجدانية يهتم بها الجميع أيضا، ولكن على أنها درجة للتأثير في السلوك الواضح، ومن أهم التأثيرات في هذا المجال الفعالية وعدم الفعالية أو تجنب القيام بالفعل، ومفهوم الفعالية يظهر عندما يقوم الفرد بعمل ما كان يعمله لولا متابعته للرسائل الافتراضية في شبكات التواصل الاجتماعية، والتأثيرات السلوكية في النهاية هي الناتج النهائي للتأثيرات المعرفية والوجدانية، وعلى سبيل المثال نجد أن الشباب يمكن أن ترتبط بوجهة نظر أو حل لمشكلة نتيجة لاتجاهات كونتها بالمعرفة والمشاعر التي طورتها من خلال الرسائل التي تقدم من شبكات

[1] – محمد عبد الحميد، مرجع سابق، ص204.

التواصل الاجتماعي، وعلى العكس من ذلك نجد أشن شبكات التواصل الاجتماعي عندما تشير الخوف من شيء ما فإنها قد تجعل الفرد يتجنب القيام بعمل ما، وهو المقصود بالامتناع عن الفعل[1].

3- سيرورة التثاقف في المجتمعات العربية في ظل شبكات التواصل الاجتماعي:

مع سيرورة التثاقف أدخلت الثقافة العصرية التي تنحو للعالمية، إلى المجتمعات العربية بطريقة حتمية إجبارية بحكم الاستعمار، واستمر هذا التأثير الثقافي بعد استقلالها بطريقة حتمية دائما،لكن تتخللها نوع من الإرادة وعيا منها بضرورة التكيف، لأن هذه المجتمعات أصبحت تريد التشبه بمن استعمرها لتبلغ قوته، فأصبحت ملامح الثقافة الغربية تتزايد وتكثر وتعمم ي هذه المجتمعات، كون العصرنة أصبحت "سياسة وممارسة يومية، هي تغيير في كل الاتجاهات لبنى الواقع والفكر العربيين"، مثلما يؤكده **برهان غليون** 1الذي قدم صورة قيمة لتطبيق هذه السياسة على الواقع العربي بصفة شاملة[2].

فمن أهم مظاهر التبعية الفكرية الاعتماد على المفاهيم الخاصة بالدراسات الغربية لموضوع الثقافة، نتيجة افتقار المجتمعات العربية لمفهوم علمي للثقافة، ونظرية خاصة بها رغم وجود الدراسة المعمقة **لابن خلدون**، وفي هذا الصدد يرى **مالك بن نبي** "... إن المجتمع الإسلامي حتى القرن التاسع عشر لم تكن لديه قدرة ما على استنطاق فكرة **ابن خلدون**، لأن ذلك المجتمع لم يكن بعد قد أسس نشاطه العقلي والاجتماعي على اهتمام أسمى".

حولت إلى تبعية ثقافية للدول المستعمرة،معتمدة مثلما ذكرنا على الاستيراد أو بمعنى أدق على التقليد، وحتى القرن العشرين بقي المجتمع العربي عاجزا، وانما إن كانت هناك جهودا في الميدان الفكري، فذلك رجع دائما إلى التأثر بالتفكير الغربي، الذي اتجه بعض مفكريه إلى استنطاق فكرة **ابن خلدون** بكل ذكاء.

فالدراسات العربية الحديثة للثقافة مثلما **يرى مالك بن نبي**، عندما تتم باللغة العربية يقرن الكتاب دائما كلمة ثقافة بكلمة **Culture**، لأنهم يدركون أن الكلمة لم تكتسب بعد قوة التحديد، فالكلمة إذن جديدة وجدت بطريقة التوليد، ففكرة الثقافة كمفهوم، ما هي سوى استنتاج عن فكرة أنتجها المجتمع الأوروبي الغربي فمفكري المجتمع العربي لم تمكنهم ظروفهم من أن يتساءلوا عن ثقافتهم وعن ماهيتها حتى يتوصلوا

[1] – محمد عبد الحميد، المرجع السابق، ص ص204 – 205.

[2] – فتيحة حراث، **صراع القيم الثقافية في التربية الأسرية – دراسة سوسيولوجية ميدانية لعلاقات الشباب بأوليائهم في إطار الثقافتين التقليدية والعصرية –**، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه، قسم علم الاجتماع، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة الجزائر 2، 2011 – 2012، ص51.

إلى اختراع المفهوم، لكنهم اكتفوا بترجمة الكلمة إلى ما يقترب من المعنى اللغوي للكلمة الفرنسية، فكلمة ثقافة لا وجود لها في الكتب القديمة مثلما ذهب إليه **بن نبي**، إذ القواميس الحديثة هي التي أظهرتها بمعنى: ثقف، أي صار الفرد فطنا حاذقا[1].

وقد لاحظ **بيرك Berque** من جهته وفي نفس السياق، أن العرب تخلوا عن قوى الرموز كالاستقلال والديمقراطية، وقد تبنوا قوى الشيء، وبإهمالهم للرموز التي يجب أولا فهمها، تسرب الكثير من الغموض إليهم، فالاتفاق على الانجذاب نحو قوى الشيء واهمال الأفكار الإبداعية، الناتجة من المجتمعات ذاتها، نجد ذكره سواء عند المفكرين العرب أو لدى الغربيين، لكن مثل هذه الملاحظات والمواقف والتوجيهات لم تكن ذات صدى وتأثير على هذه المجتمعات، فاستمرار ملاحقة الأشياء يعد ملحوظا والأزمة تزداد تعقيدا، لأن الأشياء تكاثرت لدى الغرب والاحتياجات إلى امتلاكها عند العرب أصبحت تدعو إلى أكثر إرادة واصرار.

وأصبحت المشكلة الأساسية للثقافة العربية هي الصراع والتناقض بين المعاصرة والأصالة، بين من ينكر على الثقافة العربية احتواءها على قيم التقدم و التغيير ومن يطالب بإحيائها وتدعيم مراكزها مثلما لاحظ **برهان غليون**، فإن التناقض كما يرى الذي يشق الوعي العربي، هو الانجذاب نحو قطبين، رفض الغرب لتأكيد الذات ورفض الذات لتأكيد الحضارة وهي قادرة على أن تتحول إلى عملية استلاب ثقافي بعد أنتكون مستلبة للوعي، فيمكننا اعتبار العربي في حالة ضياع إدراكه للواقع، مادام وجد نفسه في واقع يحتم عليه العيش في اضطراب بين قيم العصرنة وقيم الثقافة التقليدية، ولشدة الاضطراب قد يكون في حالة فقدان الوعي بهذا الواقع ذاته[2].

أما في مستوى السلوكيات والقيم الفردية، فإنك من السهل أن تلاحظ آثار التغريب في شتى مناحي الحياة في مختلف البلدان النامية والعربية منها فمطاعم الوجبات السريعة لا تزال تواصل ازدهارها وانتشارها على حساب المطاعم المحلية، وأنماط الملابس الغربية حسمت معركتها منذ وقت مبكر في الكثير من البلدان النامية باستثناء دول الخليج العربي التي تحصنت في هذه المعركة ونجحت مما سيشكل ظاهرة ثقافية تستحق الانتباه والدراسة، أما بخصوص اللغة فثمة تعقيدات ومستويات متعددة[3].

وعليه فإن مسايرة الركب العالمي يتطلب إجراء التعديلات التي تلاءم خصوصية مجتمعنا وامكانياتنا، فلا مجال اليوم للتهرب من الواقع الذي فرض نفسه ليس فقط علينا بل على العالم أجمع، ولا مناص من

[1] – فتيحة حراث، المرجع السابق، ص ص53 – 54.

[2] – فتيحة حراث، المرجع نفسه، ص ص55 – 56.

[3] – عزام أبو الحمام، مرجع السابق، ص97.

الاندماج في المسار الذي تتبعه معظم دول العالم والتأقلم مع تحدياته ومتطلباته لأن عصر الانعزال قد انقضى ومن لم يتقن علوم العصر الجديد سيحكم على نفسه بالانقراض بالمعنى التاريخي للكلمة[1].

وان ما يميز المشهد العام للمجتمع العربي هو تجاوز ظاهرة العولمة مخطط التفتيت المتعلق بالأبعاد السياسية والجغرافية، لتبدأ مخطط التنقيب المتعلق بالأبعاد الاجتماعية والثقافية والفكرية والروحية، مستهدفة في ذلك تدمير البنى الثقافية وعزلها عن الواقع وتهميش المثقف والحد من فاعليته في حياة مجتمعه، لذا فإن العولمة أصبحت لا تعني مجرد صراع الحضارات أو ترابط الثقافات بل إنها توصي أيضا باحتمال نشر الثقافة الاستهلاكية والشبابية عالميا، باستهداف العقل والنفس، وبالإضافة إلى هذا الوضع الثقافي العربي الراهن خاصة من خلال شبكات التواصل الاجتماعي تواجه تحديين أحدهما أمر من الثاني ويتمثل التحدي الأول في الحروب الثقافية الداخلية التي شقت المجتمع إلى معسكرين إيديولوجيين، أحدهما إسلامي والآخر علماني، أما الثاني يتمثل في حرب ثقافة خارجية تضع العالم العربي وجه لوجه أمام حملة تشويه وتدمير منتظمة لرمزية الثقافة والهوية العربية والإسلامية في سياق ما سمي بحرب الحضارات أو صدام الثقافات، وهذه الحرب هدفها تشكيك الشاب بثقافته وقدرة مجتمعاته على البقاء والاستمرار من دون تغيير هويتها والانسلاخ من جلدها[2].

ولذلك هبت جهات عربية محذرة من هذه الظاهرة، فتعددت الآراء واختلفت الاجتهادات بخصوص الأسئلة الكثيرة التي تثيرها ظاهرة التثاقف، خصوصا فيما يتعلق بالنتائج المتصلة بعملية التثاقف الجارية بين ثقافتين أو حضارتين إحداهما متقدمة جدا وأخرى أقل تقدما[3]، مما قد يؤدي إلى تدمير البنى الداخلية للمجتمعات العربية، فتكنولوجيا الإعلام والاتصال بشكل عام وشبكات التواصل الاجتماعي بشكل خاص، لا تلعب دورا حيويا في السيطرة الثقافية فحسب ولكنها بالفعل جزء من هذه السيطرة، فقليلة هي تلك الدول النامية التي تراعي ملائمة التكنولوجيا الجديدة للسياق الاجتماعي والاقتصادي السائد للثقافة[4].

فمن خلال هذا الطرح تسعى المجتمعات العربية في ظل هذا الزخم الهائل من المعلومات المعرفية والثقافية التي تمرر وتبث داخل البيئة الافتراضية التي تتمثل في شبكات التواصل الاجتماعي، أن تحافظ على قيمها ومعايير سلامتها من أي انحلال أو انحراف للمسار المتفق عليه منذ ظهور الإسلام كدليل

---

[1] – إبراهيم بعزيز، المرجع السابق، ص29.

[2] – بلقاسم مزيوة، وسائل الإعلام وأثرها على السلوك الثقافي للمجتمعات العربية في ظل العولمة، **مجلة الرسالة للدراسات والبحوث الإنسانية**، المجلد الأول، العدد 02، مارس 2017، ص109.

[3] – عزام أبو الحمام، المرجع نفسه، ص95.

[4] – صالح لميش، مرجع سابق، ص156.

ومرشد نستند عليه في شتى المجالات باعتباره قانون ضابط لمختلف الممارسات، إلا أننا اليوم أصبحنا نرى العديد من الاختلالات التي شنتها القوى المتسلطة والمتحكمة في العالم العربي، والتي تقوم بصناعة وانتاج ثقافات موحدة من طرف دولة عظمى واحدة وفق إستراتيجيات تجعل من المجتمعات عامة والشباب خصوصا خاضعة لها وفي تبعية دائمة من دون شعور أو بشعور بذلك، وهذه التبعية تكون عندما يكون الشباب يشعر بحالة نقص فيتقرب من هذه التكنولوجيا ليتعاطى معها مما ينعكس هذا التعاطي على سلوكهم وتصرفاتهم، ويعبر عنه مالك بن نبي بمصطلح القابلية للاستعمار.

ولهذا علينا أن نعرف كيفية الاستفادة من إيجابيات هذا التطور ودرء كل المخاطر التي قد تنتج سلبيات قد تسيء لمجتمعنا وثقافتنا خاصة، وذلك من خلال إنتاج وصناعة محتويات الهدف منها تعريف الطرف الآخر بثقافتنا بواسطة شبكات التواصل الاجتماعي، لكي تتلاءم مع ما هو حاصل على المستوى الدولي، لكي لا تصيب سهام الثقافات الأخرى "الغربية" ثقافتنا العربية وأن لا يخرج أجيالنا الجدد بمقولات قد تمس بعاداتنا وتقاليدنا وقيمنا كمقولة "الثقافة العربية أصابتها الشيخوخة" بمعنى أنها أصبحت لا تسمن ولا تغني من جوع، ولإنتاج وصناعة محتويات ذات قيمة علمية وفكرية يتطلب مراعاة عدة معايير في تقديرنا الخاص وهي كالتالي: – فتح المناقشات والحوارات مع كافة الباحثين حول هذه المواضيع – تدعيم الكفاءات الراقية مما قد يسهم في تحقيق الإبداع في تصوير ثقافتنا لمختلف دول العالم – توفير السرعة في تدفق الانترنت التي لا يمكنها أن تنقطع وتتذبذب.

وهذا كله يساهم في الانزياح والابتعاد عن الاستيراد والتبعية التامة لمنتجي المحتوى الغربي الذي أثر على سلوكيات شباب مجتمعنا بشكل سلبي والإيجابي على سلوكيات مجتمعنا، لأننا نلاحظ في يومنا هذا أن البيئة الرقمية تتواجه معنا مما استلزم علينا تحديات ووضع استراتيجيات لمواجهتها حيث أن وضعنا الحالي لا يسمح أن نتنبأ بأن ثقافتنا لا يمكن أن تندثر أو تندثر مقارنة بالدول الغربية التي كانت السباقة في هذا التطور التكنولوجي، وعلى هذا الأساس فيمكن القول أن الحفاظ على ثقافتنا متوقف على مدى مساهمة العنصر البشري المؤهل في مواكب العصر ومسايرة هذا التطور في صناعة المضامين المتعلقة بالثقافة الاجتماعية.

وهذا لا يمنع أن نقول بأن شبكات التواصل الاجتماعي أتاحت إيجابيات قد تسهم في تطوير المعارف والتعليم خاصة لدى فئة الشباب من خلال البرامج المتاحة عليها التي زادت من فعل العزيمة والمثابرة على معرفة ما يجب أن يكون وما يجب أن يطرح ويتلاءم على أرض الواقع ما حقق استيعاب قد يكون شاملا يقدم قيمة إضافية تساعد على تنوير المجتمع، كالتعليم الإلكتروني الذي ألغى مختلف الحدود التي يمكن أن تعيق سير العملية الاتصالية بين المرسل والمتلقي، وكذا السرعة في تناول وتداول المعلومة

مما قد يحقق تلاقح وانفتاح على الطرف الآخر، إذ يمكن مثلا لجميع الشباب من المجتمع أن يمارس التعلم الافتراضي الذي لا يقتصر فقط على الطبقة المثقفة بل يتعداه إلى المرأة الماكثة في البيت أو الشباب غير العامل كالتعلم لغات أجنبية والتدريب على برمجيات وتقنيات جديدة عبر شبكات التواصل الاجتماعي.

الفصل الثالث

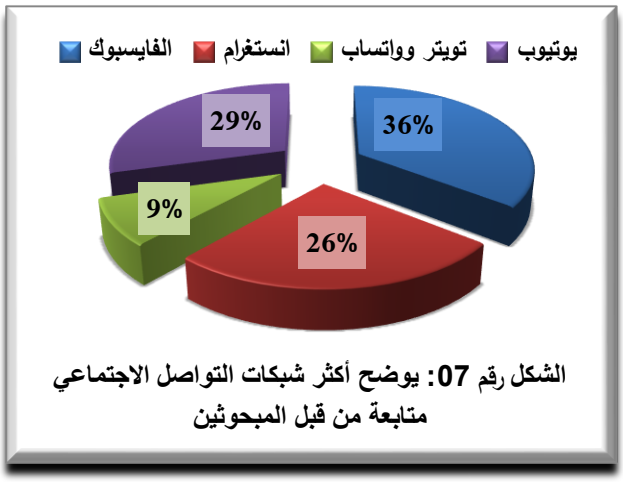
الإطـــار الميدانـــي للدراســـة

أولا: تحليل وتفسير بيانات الدراسة الأولية.

1- تحليل وتفسير نتائج عادات وأنماط الاستخدام وآليات ومعايير متابعة المبحوثين للمواضيع الثقافية عبر شبكات التواصل الاجتماعي من كلية الآداب واللغات بجامعة بسكرة.

- جدول رقم (13): يوضح أكثر شبكات التواصل الاجتماعي متابعة من قبل المبحوثين.

أكثر شبكات التواصل الاجتماعي متابعة من قبل المبحوثين		
التكرارات / الإجابات	التكرار	النسبة المئوية
الفايسبوك	88	35,50%
انستغرام	65	26,20 %
تويتر	22	8,90%
يوتيوب	73	29,40%
المجموع	248	100 %



الشكل رقم 07: يوضح أكثر شبكات التواصل الاجتماعي متابعة من قبل المبحوثين

يوضح الجدول أعلاه أن نسبة 35,50% من الطلبة يتابعون الفايسبوك وهو الأكثر الاعتماد لديهم في حين نجد باقي شبكات أنستغرام وتويتر والواتساب واليوتيوب أقل نسبة مقارنة بشبكة الفيسبوك.

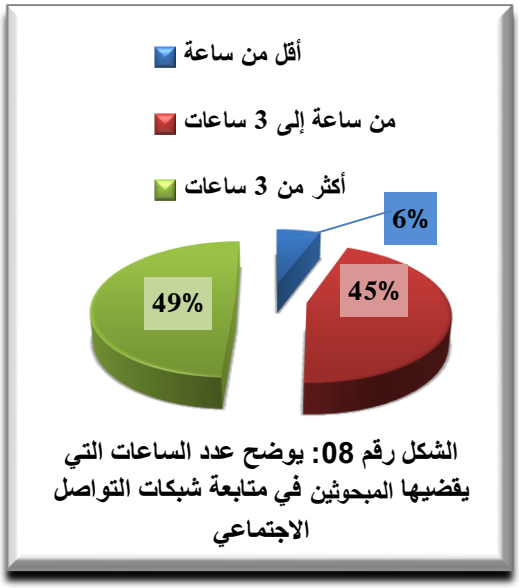
وعليه نستنتج أن أكثر شبكات التواصل الاجتماعي التي يتابعها الطلبة هي الفايسبوك وهذا راجع إلى سهولة الموقع وامكانية التفاعل.

وعلى هذا الأساس أكد كتاب شبكات التواصل الاجتماعي – منصات للحرب الأمريكية الناعمة – "أن شبكة الفايسبوك هو المهيمنة على مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي، لأنه اكتسح على المستوى الشعبي مقابل شبكة التويتر الأكثر تخصصا، إذ أن السعي المنهجي لشركة فايسبوك لتوسيع حجم انتشارها ليصل إلى أقصى المناطق النائية حول العالم، إذ قالت وكالات الأنباء أن شركة فايسبوك استحوذت على شركة الاتصالات الفنلندية (بريتي) بهدف جعل استخدام تطبيقات الانترنت اللاسلكية سهلا لدى مستخدمي الهواتف المحمولة في مختلف بقاع العالم"[1].

[1]- **شبكات التواصل الاجتماعي – منصات للحرب الأمريكية الناعمة –**، دار مركز الحرب الناعمة للدراسات، لبنان، 2016، ص ص72 - 73.

- جدول رقم (14): يوضح عدد الساعات التي يقضيها المبحوثين في متابعة شبكات التواصل الاجتماعي.

عدد الساعات التي يقضيها المبحوثين في متابعة شبكات التواصل الاجتماعي		
التكرارات / الإجابات	التكرار	النسبة المئوية
أقل من ساعة	7	5,80%
من ساعة إلى 3 ساعات	54	45%
أكثر من 3 ساعات	59	49,20%
المجموع	120	100%



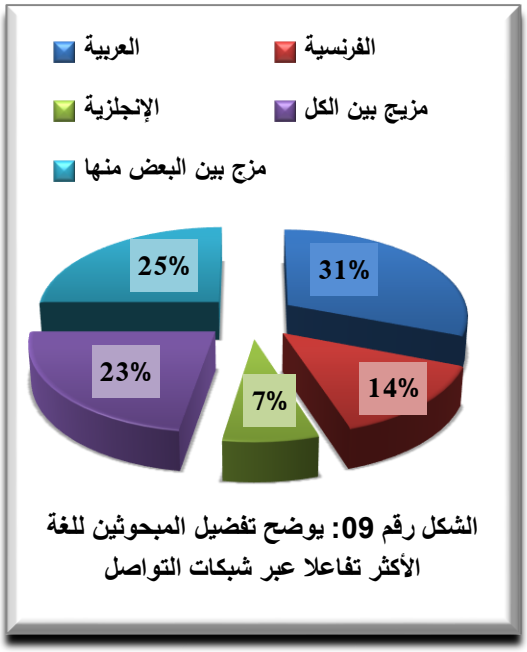
الشكل رقم 08: يوضح عدد الساعات التي يقضيها المبحوثين في متابعة شبكات التواصل الاجتماعي

من خلال جدول أعلاه يوضح عدد الساعات التي يقضيها المبحوثين في متابعة شبكات التواصل الاجتماعي كانت نسبتهم الأعلى 49,20%، أكثر من 3 ساعات بينما الذين يقضونها مدة من ساعة إلى 3 ساعات وصلت نسبتهم إلى 45%، أما بخصوص من يقضونها مدة أقل من ساعة فقد أخذوا نسبة 5,80% وهي اقل نسبة

وعليه يتضح أن أغلب المبحوثين يقضون أكثر من 3 ساعات في متابعة شبكات التواصل الاجتماعي وهذا راجع إلى كثرة الموضوعات الثقافية التي تستحق المتابعة وأنه يوجد متعة كبيرة وقت استخدامهم للشبكات ومشاركة أصدقائهم هذا من جهة، ومن جهة أخرى أن طبيعة التواصل بين الأصدقاء والمتابعة للمحتويات الثقافية يفقدهم الحس الزمني، مما حاولت شبكات التواصل الاجتماعي السيطرة على الشباب وتظهر دلالاتها بشكل واضح من خلال أثرها على القيام بمختلف الواجبات الإلزامية، إلا أن كثرت المتابعة قد تؤثر على قواهم العقلية وقدراتهم البصرية، وغيرها من الآثار الصحية والنفسية والاجتماعية.

- جدول رقم (15): يوضح تفضيل المبحوثين للغة الأكثر تفاعلا عبر شبكات التواصل الاجتماعي.

تفضيل المبحوثين للغة الأكثر تفاعلا عبر شبكات التواصل الاجتماعي		
التكرارات / الإجابات	التكرار	النسبة المئوية
العربية	37	30,80%
الفرنسية	17	14,20%
الإنجليزية	9	7,50%
مزيج بين الكل	27	22,50%
مزج بين البعض منها	30	25%
المجموع	120	100%



الشكل رقم 09: يوضح تفضيل المبحوثين للغة الأكثر تفاعلا عبر شبكات التواصل

يوضح الجدول أعلاه أن معظم المبحوثين يفضلون اللغة العربية التي هي أكثر تفاعلا في شبكات التواصل الاجتماعي بنسبة 30,80%، لتأتي بعدها نسبة الذين يفضلون المزج بين البعض منها بـ 25%، في حين نجد نسبة الذين يفضلون اللغة الفرنسية بـ 14,20%، وأقل نسبة في اللغة الانجليزية التي قدرت بنسبة 7%.

وعليه يتضح أن المبحوثين من الطلبة يفضلون اللغة العربية الأكثر تفاعلا في شبكات التواصل الاجتماعي أكثر من اللغات الأخرى والتي تساهم بشكل كبير في زيادة التفاعل والتواصل بين الأصدقاء، بينما توجد فئة يفضلون المزج بين البعض من اللغات في شبكات التواصل الاجتماعي، لأنهم يرون أن هذا المزج قد يحقق لهم نوعا الامتيازات والإيجابيات التي يمكن أن يتعاملوا بها مع أشخاص آخرون لا يفهمون اللغة العربية.

وهذا ما وضحه الباحث **ظافر بن علي المشهوري الشهري** في مقاله المعنون استعمال متعلمي اللغة العربية للغة ثانية عبارات الترحيب العامية عند التواصل مع أبناء اللغة – دراسة تطبيقية – في قوله "أن عملية التثاقف فعالة وابداعية في الوقت نفسه، لكون متعلم اللغة الثانية متمسك وواعي بثقافته دون إنكارها أو إهمالها، وفي الوقت نفسه يكون متفتحا وقابل لاكتساب ثقافة المجتمع المضيف وبهذا ينمي

المتعلم إمكاناته وينعش أفكاره ويوسع من مجالات معرفته للمجتمع من حوله، مما يسهل فرصته للاندماج في المجتمع الجديد"[1].

- جدول رقم (16): يوضح الأسباب التي تدفع بالمبحوثين إلى توظيف اللغة المناسبة في حواراتهم عبر شبكات التواصل الاجتماعي.

الأسباب التي تدفع بالمبحوثين إلى توظيف اللغة المناسبة في حواراتهم عبر شبكات التواصل الاجتماعي		
التكرارات / الإجابات	التكرار	النسبة المئوية
اللغة التي تحبها وتجيدها	64	53,30%
اللغة الغالبة في التحاور على شبكات التواصل	44	36,70%
اللغة التي أريد تعلمها من خلال التحاور	12	10%
المجموع	120	100

الشكل رقم 10: يوضح الأسباب التي تدفع بالمبحوثين إلى توظيف اللغة المناسبة في حواراتهم عبر شبكات التواصل الاجتماعي

يوضح الجدول أعلاه أن أعلى نسبة من الأسباب التي تدفع بالمبحوثين إلى توظيف اللغة المناسبة في حواراتهم عبر شبكات التواصل الاجتماعي هي اللغة التي تحبها وتجيدها تقدر بـ 53,30%، في حين نجد اللغة الغالبة في التحاور على شبكات التواصل الاجتماعي بنسبة 36,70%، وأقل نسبة هي اللغة التي أريد تعلمها من خلال التحاور على شبكات التواصل قدرت بـ 10%.

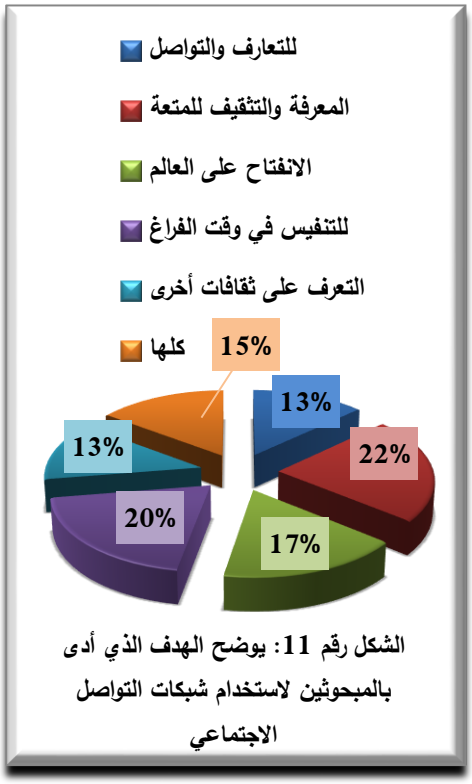
وعليه نستنتج أن معظم الأسباب التي تدفع بالمبحوثين من الطلبة إلى توظيف اللغة

[1] - ظافر بن علي المشهوري الشهري، استعمال متعلمي اللغة العربية لغة ثانية عبارات الترحيب العامية عند التواصل مع أبناء اللغة -دراسة تطبيقية-، **المجلة العلمية لكلية التربية**، المجلد 36، العدد 6، أسيوط، 2020، ص100.

المناسبة في حواراتهم عبر شبكات التواصل الاجتماعي هي اللغة التي يحبونها ويجدونها وذلك من خلال سهولة التفاعل والتواصل، في حين أن اللغة الغالبة في التحاور عبر شبكات التواصل الاجتماعي بالنسبة لأفراد العينة نفسرها على أنهم عند قيامهم بالتحاور والتواصل يحبذون أن يفهمهم المتحاورون معهم لذلك يلجؤون لاستخدام لغة تتناسب مع طرفي الاتصال، وفي الغالب يستخدمون اللغة العربية الممزوجة بين كلمة عربية النطق وأحرف أجنبية، وتسمى بعبارة أخرى (عربيزي)، وهذا ما وجدوه منذ أن أصبحوا مستخدمين لهذه الشبكات بفعل فاعل أراد أن يهيمن بطريقة أو بأخرى على جميع الفئات الشبانية، عن طريق القيام بسلعنة ثقافية استهلاكية تجعل شبابنا في تبعية إلى أحادية قطبية فقط لا غير، فإذا أردت أن تهدم شبابا إبداء بلغتهم، حيث أن اللغة هي الأساس المختلف فيه بين شعوب العالم ككل.

- جدول رقم (17): يوضح الهدف الذي أدى بالمبحوثين لاستخدام شبكات التواصل الاجتماعي.

الهدف الذي أدى بالمبحوثين لاستخدام شبكات التواصل الاجتماعي		
التكرارات / الإجابات	التكرار	النسبة المئوية
للتعارف والتواصل	30	13,20%
المعرفة والتثقيف والمتعة	52	22,80%
الانفتاح على العالم	39	17%
للتنفيس في وقت الفراغ	45	19,70%
التعرف على ثقافات أخرى	29	12,70%
كلها	34	14,90%
المجموع	229	100 %



الشكل رقم 11: يوضح الهدف الذي أدى بالمبحوثين لاستخدام شبكات التواصل الاجتماعي

يوضح جدول أعلاه أن أغلب المبحوثين هدفهم من استخدام شبكات التواصل الاجتماعي المعرفة والتثقيف للمتعة التي قدرت بنسبة 22,80%، تليها هدف ثاني لتنفيس في وقت الفراغ بنسبة 19,70%،

أما باقي الأهداف التي أدت بالمبحوثين لاستخدام شبكات التواصل الاجتماعي اقل نسبة مقارنة بالهدف المعرفة والتثقيف والمتعة.

وعليه يتضح لنا أن معظم الطلبة الجامعيين هدفهم في استخدام شبكات التواصل الاجتماعي من خلال المعرفة والتثقيف والمتعة في جميع الموضوعات، وهذا ما قد يغرقهم في فخ الثقافة الاستهلاكية الأمريكية، حيث تغرس في أذهانهم أفكار مستوحات من ما يتابعونه بشكل مكثف، مما قد يوقعهم في تقليد أعمى مثل ما ذكرت الباحثتين لطيفة عريق وعتيقة نصيب في أمثلتهما عن التقليد الأعمى ومنها ما يطلق عليهم بالايمو وشباب الميتال، والبنات المسترجلات اللاتي يطلقن عليهن البويا، والفرقة الملحدة التي تطلق على نفسها عبدة الشيطان، وكذلك فرقة اليزيدية كإحدى الفرق التي بدأت تطل برأسها وتجاهر بعبادة الشيطان، وكذا جماعات التأمل الروحي التي أضحت أكثر ضرارا وهي الجماعة التي أسسها الفيلسوف الهندي **أوشو**، لأنها انتشرت في بعض البلاد العربية، ويتم الترويج لها عبر شبكات التواصل الاجتماعي المختلفة[1].

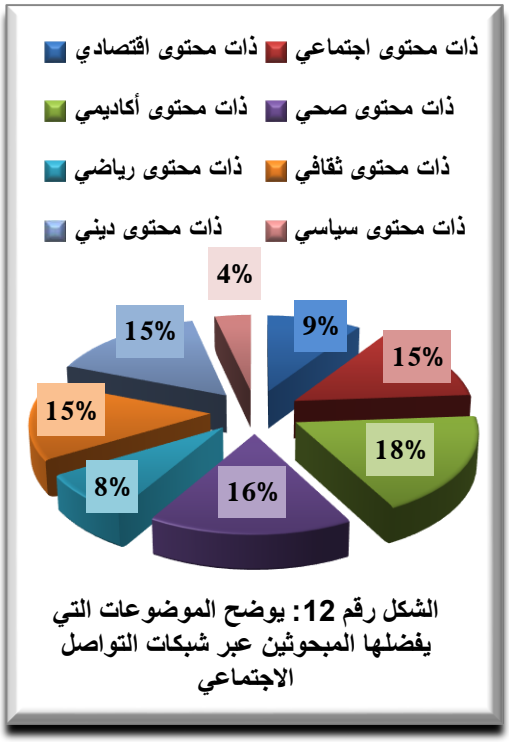
وعلى هذا الأساس يجب الحذر ومعرفة التعامل مع هذه الشبكات، حيث يؤكد الباحث في قوله "يجدر التأكيد على أن التعامل مع الشبكات الاجتماعية بحذر مطلب، وتسخيرها لأغراض التوعية والتثقيف مطلب ومعرفة ما يدور في صفحاتها، وما يبثه أفراد المجتمع من أفكار وما يرجون له من قيم مطلب، وانتفاع الجهات الرسمية المختصة بها لمعرفة ما يدور في أروقتها وما ينشر في صفحاتها مطلب، وقيامهم بإجراء الدراسات اللازمة التي تكفل حفظ أمن وثقافة معتقد المجتمع بأسره هو الآخر مطلب"[2]

[1] – لطيفة عريق وعتيقة نصيب، أزمة الهوية لدى الشباب العربي في ظل استخدام مختلف شبكات التواصل الاجتماعي، **مجلة السراج في التربية وقضايا المجتمع**، المجلد 3، العدد 2، 2019، ص 15.

[2] – فهد بن عبد العزيز الغفيلي، المرجع السابق، ص ص38 – 39.

- جدول رقم (18): يوضح الموضوعات التي يفضلها المبحوثين عبر شبكات التواصل الاجتماعي.

الموضوعات التي يفضلها المبحوثين عبر شبكات التواصل الاجتماعي		
التكرارات / الإجابات	التكرار	النسبة المئوية
ذات محتوى الاقتصادي	3	9,40%
ذات محتوى الاجتماعي	57	14,50%
ذات محتوى الأكاديمي	72	18،30%
ذات محتوى الصحي	65	16,50%
ذات محتوى الرياضي	31	7,90%
ذات محتوى الثقافي	57	14,50%
ذات محتوى الديني	61	15,50%
ذات محتوى السياسي	14	3,60%
المجموع	394	100 %



الشكل رقم 12: يوضح الموضوعات التي يفضلها المبحوثين عبر شبكات التواصل الاجتماعي

يوضح الجدول أعلاه أن أعلى نسبة في الموضوعات التي يفضلها الطلبة عبر شبكات التواصل الاجتماعي هي ذات المحتوى الأكاديمي بـ 18,30 %، أما ذات محتوى الاجتماعي والثقافي والديني سجلت نسبتهم 15 %، بتقريب وأقل نسبة ذات محتوى السياسي تقدر ب 4%.

ومن هنا يمكن القول أن معظم المبحوثين يفضلون المواضيع ذات المحتوى الأكاديمي التي غالبا تكون أكثر تفاعلية وأكثر تواصلا بين الآخرين من أفراد المجتمع، وهذا راجع إلى أن أفراد العينة جلهم طلبة جامعيين، حيث مكنتهم هذه المحتويات الأكاديمية من اقتناء للكتب والمقالات إلكترونيا دون عناء الذهاب إلى المكتبة الجامعة والانتظار لفترة طويلة، وبالتالي يمكن القول أنها خففت على أفراد العينة الجهد والوقت بدرجة كبيرة، وهذا كله راجع إلى التسهيلات الإيجابية التي وفرتها لنا شبكات التواصل الاجتماعي، وحسب ما ذكرت الباحثة **صونيا قاسمي** "أن شبكات التواصل الاجتماعي ساهمت بدور كبير إيجابا في المجال التعليمي، ومن بين تلك الأدوار التي تقوم بها هذه الشبكة في المجال التعليمي: أداة لحفظ المعلومات وساهمت بالتعلم الفردي أو الذاتي وتنمي مهارات التفكير العلمي وتساعد على تطوير التفكير الإبداعي، وكذلك تساعد في إيجاد إستراتيجيات وخطط لحل بعض المشكلات التعليمية ويسرت

للأفراد الاتصال بالمؤسسات التعليمية بين دول العالم متباعدة الأطراف، كما طورت أيضا مهارات أفراد العينة في الاتصال وتنمية مهارات التفكير الناقد، مما سهلت بناء علاقات مع الآخرين محليا وعالميا"[1].

- جدول رقم (19): يوضح مدى تفاعل المبحوثون مع مضامين شبكات التواصل الاجتماعي.

مدى تفاعل المبحوثون مع مضامين شبكات التواصل الاجتماعي		
التكرارات / الإجابات	التكرار	النسبة المئوية
عال من 80 إلى 100 %	21	17,50%
متوسط من 40 إلى 80 %	71	59,20%
منخفض من 10 إلى 40 %	28	23,30%
المجموع	120	100%

الشكل رقم 13: يوضح مدى تفاعل المبحوثين مع مضامين شبكات التواصل الاجتماعي

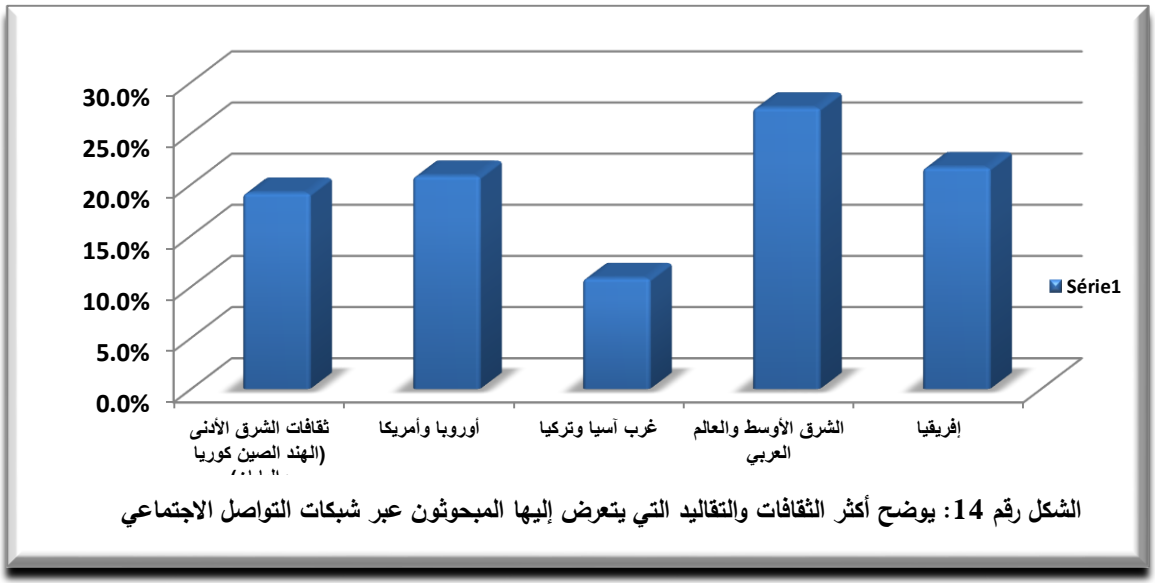
يوضح الجدول أعلاه أن 59,20%من المبحوثين يتفاعلون مع مضامين شبكات التواصل الاجتماعي بشكل متوسط ، تليها نسبة أقل مثلت في 23,30% من المبحوثين كان تفاعلهم منخفضا، في حين نجد أن الذين تفاعلوا بمستوى عال مثلوا 17,50%فقط من مجموع العينة.

وعليه يتضح أن معظم الطلبة يتفاعلون مع مضامين شبكات التواصل الاجتماعي تفاعلا متوسطا وذلك لأنهم يأخذون ما يهمهم من شبكات التواصل الاجتماعي لاشباع رغباتهم وحاجاتهم فقط لا غير، إلا أن كثرة التفاعل وبصفة يومية يؤثر تأثيرا واضحا في تصرفاتهم وسلوكياتهم، ويتضح ذلك في أنهم اكتسبوا ثقافات مغايرة لمجتمعنا المحلي وذلك يظهر في ممارساتهم لعادات الاحتفال الجديدة مثلا وطريقة الحوار في مواقف للمحادثة، والديكورات المكتسبة من الدول الغربية التي بدأت تعتمد في الأماكن التي نعيش فيها.

[1] – صونيا قاسمي، **دور** شبكات التواصل الاجتماعي في تدعيم التكوين الأكاديمي لدى الطلبة الجامعيين – دراسة ميدانية بجامعة قسنطينة 2 عبد الحميد مهري –، **مجلة الباحث الاجتماعي**، العدد 13، 2017، ص117.

- جدول رقم (20): يوضح مدى تعرض المبحوثين للثقافات والتقاليد عبر شبكات التواصل الاجتماعي.

مدى تعرض المبحوثين للثقافات والتقاليد عبر شبكات التواصل الاجتماعي											
الأماكن الجغرافية	1 الرتبة		2 الرتبة		3 الرتبة		4 الرتبة		5 الرتبة		المتوسط الحسابي	المجموع
التكرارات / الإجابات	ت	ن	ت	ن	ت	ن	ت	ن	ت	ن		
ثقافات الشرق الأدنى	23	19,2	20	16.7	19	15,8	20	16,7	38	31,7	3,25	390
أوروبا وأمريكا	25	20,8	31	25,8	23	19,2	27	22,5	14	11,7	2,78	334
غرب أسيا وتركيا	13	10,8	27	22,5	47	39,2	22	18,3	11	9,2	2,93	351
الشرق الأوسط والعالم العربي	33	27,5	32	26,7	15	12,5	29	24,2	11	9,2	2,61	313
إفريقيا	26	21,7	10	8,3	16	13,3	22	18,3	46	38,3	3,43	412
المجموع	120	%100	120	100 %	120	100 %	120	100 %	120	100 %		



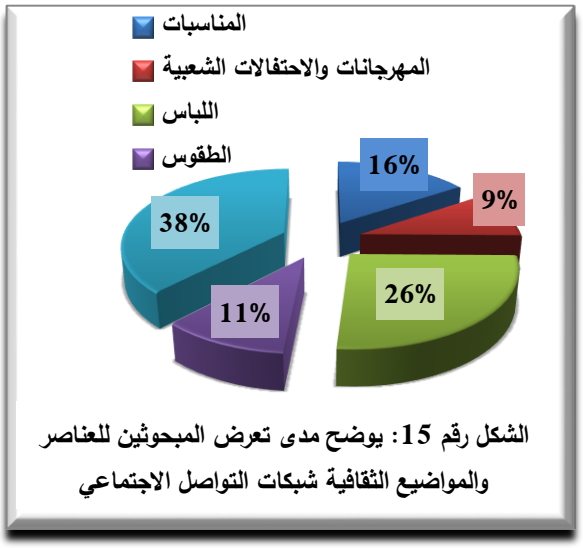
الشكل رقم 14: يوضح أكثر الثقافات والتقاليد التي يتعرض إليها المبحوثون عبر شبكات التواصل الاجتماعي

يوضح الجدول أعلاه والمتعلق بترتيب أكثر الثقافات والتقاليد التي يتعرض إليها المبحوثون عبر شبكات التواصل الاجتماعي، تصدر ثقافات الشرق الأوسط والعالم العربي المرتبة الأولى بنسبة بلغت 27,05%، أما عن الرتبة الثانية فكانت من نصيب ثقافة أوروبا وأمريكا بنسبة25,7%، في حين نجد ثقافة غرب أسيا وتركيا سجلت المرتبة الثالثة بلغت بنسبة بلغت 39,2 %، بينما المرتبة الرابعة عادت لثقافة إفريقيا بنسبة 38,2%، واستقرت في المرتبة الخامسة والأخيرة ثقافات الشرق الأدنى مرتبة الخامسة نسبة 31,7%.

وعليه يتبين لنا أن أكثر الثقافات والتقاليد التي يتعرض إليها المبحوثون عبر شبكات التواصل الاجتماعي تمثلت في ثقافات الشرق الأوسط مقارنة بالثقافات الأخرى، وهذا راجع إلى انتمائهم العربي الإسلامي، بينما تحصلت ثقافات أوروبا وأمريكا مرتبة ثانية بسبب كثرت سيطرتهم نشرهم للمحتويات الثقافية التي تظهر ثقافتهم وكمثال على ذلك تظهر ثقافة أمريكا في الأفلام التي تعرض عبر شبكات التواصل الاجتماعي في عادة الأكل المسماة بالماكدونالز أو الكوكاكولا، وكذا تبعية الجزائري للاستعمار من حيث اللغة ورغبة الشباب الجزائري في الهجرة لهذه الدول، وغيرها من العبارات ذوات الصلة التفصيلية بالحياة الاجتماعية الأمريكية، وكذا تصوير للعالم على أن الولايات المتحدة الأمريكية هي أعظم قوة في العالم سواء في المجال السياسي أو الاقتصادي أو العسكري وغيرها، وتصوير ثقافة أوروبا وأمريكا على أنها هي الركيزة الأساسية التي تتمتع بالانفتاح الثقافي والتبادل الثقافي مما شجع وحفز المجتمعات العربية المتابعة لشبكات التواصل الاجتماعي على التحرر في الدين أو غير ذلك، وانتشار أفكار تتميز بالعنصرية والطائفية، وعادات دخيلة على مجتمعاتنا تشوه ثقافتنا وتوقع شبابنا في الانحراف، مما يتوجب علينا أن نعمل بعكس ما يعملون عليه للحفاظ على ثقافتنا الأصيلة.

- **جدول رقم (21): يوضح مدى تعرض المبحوثين للعناصر والمواضيع الثقافية شبكات التواصل الاجتماعي.**

مدى تعرض المبحوثين للعناصر والمواضيع الثقافية شبكات التواصل الاجتماعي		
التكرارات / الإجابات	التكرار	النسبة المئوية
المناسبات	44	15,60%
المهرجانات والاحتفالات الشعبية	27	9,60%
اللباس	74	26,20%
الطقوس	30	10,60%
أسلوب الحياة	107	37,90%
المجموع	282	100%



الشكل رقم 15: يوضح مدى تعرض المبحوثين للعناصر والمواضيع الثقافية شبكات التواصل الاجتماعي

يوضح الجدول أعلاه أن أغلب المبحوثين ممثلين في نسبة 37,90% يتعرضون للعناصر والمواضيع الثقافية عبر شبكات التواصل الاجتماعي من خلال ما يجدونه من أساليب للحياة، في حين نجد بأن نسبته 26,20% منهم مولعين بأسلوب اللباس، وسجلت نسبة 15,20% منهم اهتماما بالمناسبات، أما من اهتموا بالطقوس والمهرجانات والاحتفالات الشعبية أقل مقارنة بعنصر موضوع أسلوب الحياة.

وعليه يتضح أن معظم المبحوثين يتعرضون للعناصر والمواضيع الثقافية عبر شبكات التواصل الاجتماعي من خلال أسلوب الحياة، وهذا راجع إلى تداولهم لكل ما هو جديد، في حين لا يمكننا أن نهمل اللباس الذي أجابا عليه المبحوثون بنسبة مرتفعة، إذ أن المبحوثون يحاولون أن يمتازوا وينفردوا عن الآخرين بمظهرهم الخارجي، خاصة تقليد جديد الموضة ودور الأزياء التي أغلبها غربية.

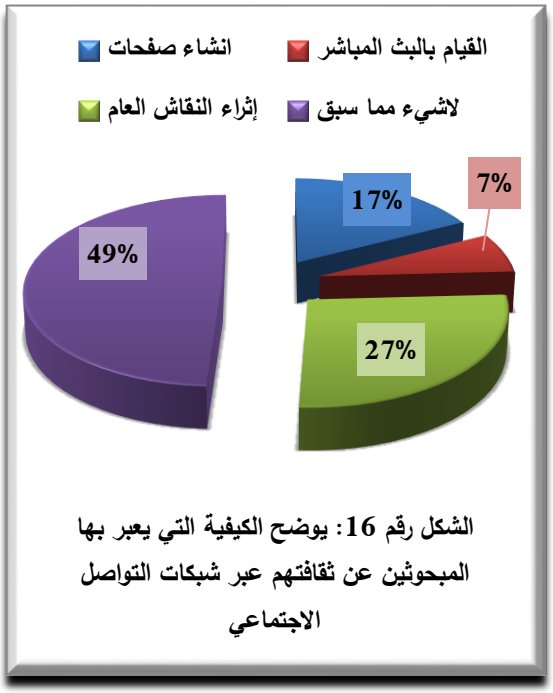
حيث ذكر الباحثين **حياة شرارة والعربي بوعمامة** في مقال لهما حول "واقع الهويات السائلة في سياق المثاقفة الجديدة – دراسة تقييمية –"، "أن ما يشاهده ويطلع عليه الأفراد من خلال شبكات التواصل الاجتماعي من ثقافات مختلفة يؤدي إلى تثاقف ينتج عنه اقتباس ثقافي لبعض الطرز الثقافية، وان اقتباس الزي الغربي يعبر عن عملية صهر ثقافية، التي تعني عملية التبني والتذويب التي تحصل لبعض السمات

الثقافية المستعارة من ثقافات غير تقليدية، وكذلك أصبح من المتعذر تفريق الذكر من الأنثى وذلك للتشابه الكبير في المظهر الخارجي لها، نتيجة امتزاج ثقافات تنتقل بها الثقافة من خلال المواقع والشبكات التواصلية التي سهلت على العالم الولوج إليها والتصفح فيها"[1].

في حين أن هذه الألبسة نراها مغايرة لما تحويه ثقافتنا فعلى سبيل المثال العري الذين يظهرون به سواء النساء أو الرجال ولكن النساء على وجه الخصوص، وحسب ما ذكر مالك بن نبي في معادلته الفذة التي وضعها "إن الأهمية المعطاة للمبدأ الأخلاقي أو للذوق الجمالي في مجتمع ما هي التي تقرر اتجاه الحضارة فيه، فالمجتمع الغربي مثلا مارس تصوير المرأة بسبب دافع جمالي، بينما لا نرى الفن الإسلامي يفعل ذلك"[2].

- جدول رقم (22): يوضح الكيفية التي يعبر بها المبحوثين عن ثقافتهم عبر شبكات التواصل الاجتماعي.

الكيفية التي يعبر بها المبحوثين عن ثقافتهم عبر شبكات التواصل الاجتماعي		
التكرارات / الإجابات	التكرار	النسبة المئوية
إنشاء صفحات	21	17,50%
القيام بالبث المباشر	8	6,70%
إثراء النقاش العام	32	26,70%
لاشيء مما سبق	59	49,20%
المجموع	120	100%



الشكل رقم 16: يوضح الكيفية التي يعبر بها المبحوثين عن ثقافتهم عبر شبكات التواصل الاجتماعي

[1] – حياة شرارة والعربي بوعمامة، المرجع السابق، ص696.

[2] – لميس مجادبة وصباح عياشي، دلالات الحجاب لدى الطالبة الجامعية، **مجلة الأسرة والمجتمع**، المجلد7، العدد 2، 2019، ص48.

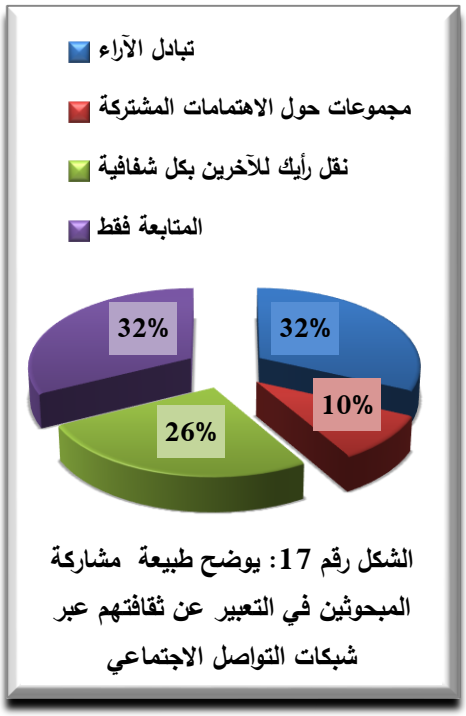
يوضح الجدول أعلاه أن نسبة 49,20%من المبحوثون لم يسلكوا أي طريقة في التعبير عن ثقافتهم وهم يشكلون أغلب أفراد العينة أما الذين عبروا عن ثقافتهم عبر مواقع التواصل الاجتماعي فقد انقسموا بين من ساهموا في إثراء النقاش و نسبة 26,70 % مثلت ذلك، أما من انشاؤا صفحات فقدرت نسبتهم ب 17,50%. في حين نجد أقل نسبة هم من يقومون بالبث المباشر مثلوا فقط 6,70 %.

وعليه نستنتج أن أغلبية الطلبة لا يهتمون بالتعبير عن ثقافتهم ولا يمثل الأمر جزءا من أولوياتهم، يمكن تفسير الأمر بالاغتراب، أو بعدم مساهمة الأسرة والمدرسة في تعليم النشء كيفية وأهمية التعبير عن الثقافة، أو للخوف من الرفض والاستهجان من الآخر، أو أن الأوعية التي توفرها مواقع التواصل الاجتماعي غير ملائمة للتعبير عن الثقافة، ...).

أما من يعبرون عن ثقافتهم عبر شبكات التواصل الاجتماعي من خلال كيفية إثراء النقاش العام، وذلك حول النقاشات المثار حولها الجدل في هذا الوسيط من قضايا تتعلق بالعادات والتقاليد، وطقوس، ولغات، وغيرها من الثقافات الممررة، حيث وجد الشباب مكان لإبراز أرائهم حول ما يرونه ويتابعونه من قضايا ثقافيو واجتماعية يعبرون عنها بالإيجاب أو السلب حسب قابلية كل فرد من الشباب الذي يعتبر عمود المنظومة القيمية.

- جدول رقم (23): يوضح طبيعة مشاركة المبحوثين في التعبير عن ثقافتهم عبر شبكات التواصل الاجتماعي.

طبيعة مشاركة المبحوثين في التعبير عن ثقافتهم عبر شبكات التواصل الاجتماعي		
التكرارات / الإجابات	التكرار	النسبة المئوية
تبادل الآراء	56	31,80%
تكوين مجموعات حول الاهتمامات المشتركة	17	9,70%
نقل رأيك للآخرين بكل شفافية	46	26,10%
المتابعة فقط	57	32,40%
المجموع	176	100 %



الشكل رقم 17: يوضح طبيعة مشاركة المبحوثين في التعبير عن ثقافتهم عبر شبكات التواصل الاجتماعي

يبين لنا الجدول أعلاه طبيعة مشاركة المبحوثين في التعبير عن ثقافتهم عبر شبكات التواصل الاجتماعي حيث اتفق أفراد العينة على تبادل الآراء والمتابعة بنسبة فاقت 32%، في حين نجد نقل رأيهم للآخرين بكل شفافية بنسبة 26,1%، وأقل نسبة منهم وجدوا أن تكوين مجموعات حول الاهتمامات المشتركة هو أفضل طريقة للتعبير، مثلوا بـ 9,70%.

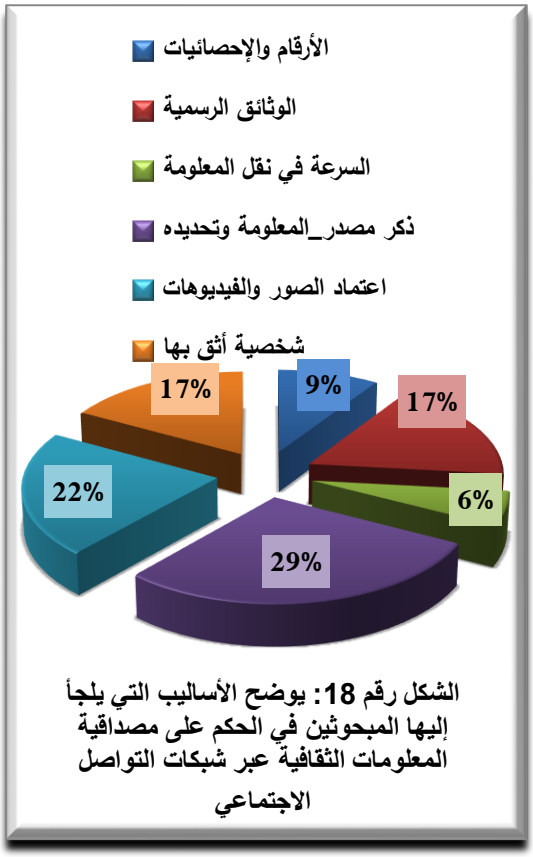
وعليه يتضح أن معظم الطلبة يعبرون عن طبيعة مشاركتهم في تعبير عن ثقافتهم عبر شبكات التواصل الاجتماعي تكون من خلال تبادل الآراء لتوضيح مقاصد المشاركة في التعبير عن ثقافتهم عبر شبكات التواصل الاجتماعي، وهنا يتبين أن الأفراد في هذا الفضاء يتقاسمون أطراف الاتصال مع متابعين لا يعرفون بعضهم البعض، لكن لا يخفى علينا القول في أن المتابعين هم من مختلف دول العالم يتواصلون فيما بينهم، وهذا ما يسمح بتشكل علاقات يتفاعلون من خلالها افتراضيا، والمتابعة وهذا راجع إلى انتشار الواسع في موضوعات الثقافية وتعددها، لعدم السماح لهم بالتأثر والتأثير وذلك من خلال أنه يتخذون في أذهانهم منهج الشك في ما تنتجه هذه الشبكات نظرا لمعرفتهم ما يوجد من تضليل وتعتيم إعلامي.

حيث يقر الباحثين **حسن السوداني ومحمد منصور** في كتابيهما أن مينا سه قال "تعتبر شبكات التواصل الاجتماعي وسيلة يمكن من خلالها الوصول إلى القراء وتبادل الآراء معهم وان ما يلفت الانتباه في قوله أنني لست مشهورا كشاعر غير أنني جربت قلمي في الشعر، ونشرت بعض القصائد على الفايسبوك، وسألت الأصدقاء أن يبدوا رأيهم فيما أكتب، وفي الحقيقة لقد تعلمت من ردود الفعل كثيرا جدا كما اكتسبت الشجاعة في مواصلة الكتابة في هذا الجنس الأدبي"[1].

[1] – حسن السوداني ومحمد المنصور، **شبكات التواصل الاجتماعي وتأثيرها على جمهور المتلقين**، دار مركز الكتاب الأكاديمي للنشر والتوزيع، عمان، 2016، ص108.

- جدول رقم (24): يوضح الأساليب التي يلجأ إليها المبحوثين في الحكم على مصداقية المعلومات الثقافية عبر شبكات التواصل الاجتماعي.

الأساليب التي يلجأ إليها المبحوثين في الحكم على مصداقية المعلومات الثقافية عبر شبكات التواصل الاجتماعي		
التكرارات / الإجابات	التكرار	النسبة المئوية
الأرقام والإحصائيات	25	9,30%
الوثائق الرسمية	47	17,40%
السرعة في نقل المعلومة	16	5,90%
ذكر مصدر المعلومة وتحديده	78	28,90%
اعتماد الصور والفيديوهات	58	21,50%
شخصية أثق بها	46	17%
المجموع	270	100 %



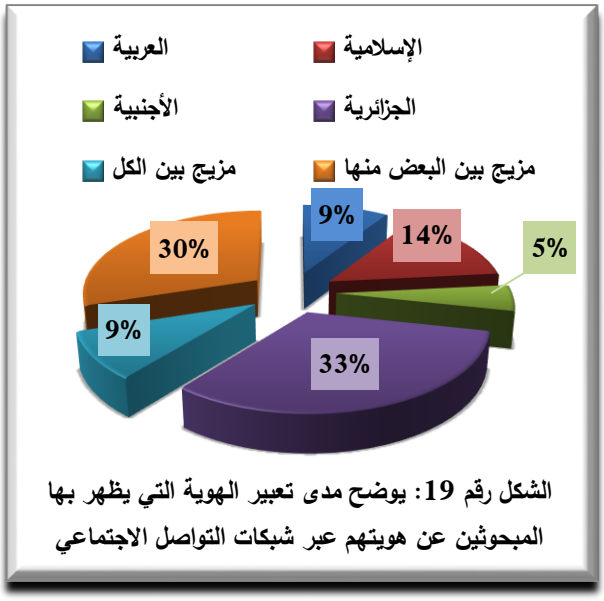
الشكل رقم 18: يوضح الأساليب التي يلجأ إليها المبحوثين في الحكم على مصداقية المعلومات الثقافية عبر شبكات التواصل الاجتماعي

يبين الجدول أعلاه الأساليب التي يلجأ إليها المبحوثون في الحكم على مصداقية المعلومات الثقافية عبر شبكات التواصل الاجتماعي، حيث تثق النسبة الأعلى في ذكر مصدر المعلومة وتحديده ومثل هؤلاء 28,90%، في حين تحبذ نسبة 21,50% منهم أسلوب اعتماد الصور والفيديوهات، أما البقية فيثقون في الوثائق الرسمية والشخصيات المعروفة وفي والأرقام والإحصائيات لكن بأقل نسبة.

وعليه يتضح أن معظم المبحوثين يلجؤون إلى أساليب التي الحكم على مصداقية المعلومات الثقافية عبر شبكات التواصل الاجتماعي من خلال ذكر مصدر المعلومة وتحديده مقارنة بالأساليب الأخرى، وهذا يعبر عن وعي الشباب في أنهم لا يتقبلون أي شيء فقط بل يتعدى ذلك في البحث عن مصدرها ثم يقرون بأنهم يتابعونها ويتبنونها أم لا حسب ما يقتنعون به، خاصة أن أفراد العينة من الطلبة الذين من المفروض يكونون على مستوى من الوعي يؤهلهم للحكم على المعلومات.

- جدول رقم (25): يوضح مدى تعبير الهوية التي يظهر بها المبحوثين عن هويتهم عبر شبكات التواصل الاجتماعي.

مدى تعبير الهوية التي يظهر بها المبحوثين عن هويتهم عبر شبكات التواصل الاجتماعي		
التكرارات / الإجابات	التكرار	النسبة المئوية
العربية	11	9,20%
الإسلامية	17	14,20%
الأجنبية	6	5%
الجزائرية	39	32,50%
مزيج بين الكل	11	9,20%
مزيج بين البعض منها	36	30%
المجموع	120	100%



الشكل رقم 19: يوضح مدى تعبير الهوية التي يظهر بها المبحوثين عن هويتهم عبر شبكات التواصل الاجتماعي

يوضح الجدول أعلاه أن أغلب المبحوثين يظهرون بهوية جزائرية عبر شبكات التواصل الاجتماعي بنسبة 32,50%، في حين نجد أن من يستخدم مزيجا بين بعض الهويات مثل نسبة 30%، أما الهوية الإسلامية فقد قدر أصحابها بـ 13,20% من أفراد العينة، وأقل نسبة تمثلت في هوية العربية والأجنبية ومزيج بين الكل مقارنة بلهوية الجزائرية.

وعليه يتضح لنا معظم الطلبة يظهرون بهويتهم الجزائرية عبر شبكات التواصل الاجتماعي من خلال ما يشعرون به من تحفيز وصلة وثيق بوطنهم مؤكدة إياها هذه الشبكات مقارنة بهويات أخرى، وهذا أمر في غاية الأهمية من خلال ما تعمل عليه الصناعات الثقافية من بث لمضامين ومحتويات تظهر فيها شخصيات بارزة لدى المجتمعات الأوروبية والأمريكية والآسياوية، حيث نرى أن المبحوثون لا يزالون محافظين على هويتهم مقارنة بالكم الهائل المنبثق من شبكات التواصل الاجتماعي.

2- تحليل وتفسير نتائج إستراتيجيات التثاقف المنتهجة من طرف شبكات التواصل الاجتماعي من وجهة نظر المبحوثين من طلبة كلية الآداب واللغات بجامعة بسكرة.

- جدول رقم (26): يوضح إستراتيجيات التثاقف المتبعة من قبل شبكات التواصل الاجتماعي من وجهة نظر المبحوثين.

ت	الفقرة	الخيارات						المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	اتجاه العينة	رتبة العبارة
		موافق		محايد		غير موافق					
	الاندماج	ت	ن	ت	ن	ت	ن				
1	الموضوعات الثقافية المطروحة عبر شبكات التواصل الاجتماعي مهمة وتستحق المتابعة	81	67,5	31	25,8	8	6,7	1,39	0,612	منخفض	9
2	عرفتني شبكات التواصل الاجتماعي بالقيم الاجتماعية الايجابية للشعوب الأخرى التي قد أقتدي بها	83	96.2	23	19.2	14	11.7	1.43	0.694	منخفض	7
3	عززت شبكات التواصل الاجتماعي من فكرة إدماج القيم الأجنبية الايجابية في المجتمعات العربية الإسلامية	60	50	38	31.7	22	18.3	1.68	0.767	متوسط	1

4	تسهم الموضوعات الثقافية المطروحة عبر شبكات التواصل الاجتماعي من تعميق الانتماء للدين والثقافة العربية	70	58,3	32	26,7	18	15	1,57	0,742	منخفض	3
5	مكنتني شبكات التواصل الاجتماعي من التعرف على أساليب طبخ وطعام جديدة أضيفها إلى عاداتي وتقاليدي	91	75,8	18	15	11	9,2	1,33	0,640	منخفض	11
6	جعلتني المنشورات الثقافية عبر شبكات التواصل الاجتماعي أتمسك أكثر بعاداتي وتقاليدي	75	62,5	24	20	21	17,5	1,55	0,776	منخفض	4
7	مكنتني شبكات التواصل الاجتماعي من الاستفادة من عادات الآخرين في اللبس والأزياء	67	55,8	25	20,8	28	23,3	1,68	0,832	متوسط	2
8	أتاحت لي منشورات شبكات التواصل الاجتماعي التعرف على العادات والسلوكيات الاجتماعية الإيجابية للشعوب الأخرى التي قد أتعامل ببعض منها	87	72,5	21	17,5	12	10	1,38	0,662	منخفض	10

9	ما تحث عليه منشورات شبكات التواصل الاجتماعي فيما يخص السفر لداعي التعلم في الخارج هو فرصة للاندماج في ثقافات أخرى	77	64,2	30	25	13	10,8	1,47	0,685	منخفض	6
10	تؤكد المنشورات الثقافية عبر شبكات التواصل الاجتماعي على الحرية الشخصية في التعبير عن القيم والمعايير الثقافية	83	69,2	25	20,8	12	10	1,41	0,667	منخفض	8
11	تحث المنشورات الثقافية على شبكات التواصل الاجتماعي على مواكبة المستجدات الثقافية واستثمارها	75	62,5	24	20	21	17,5	1,55	0,776	منخفض	4
12	ساعدتني شبكات التواصل الاجتماعي في التعرف على المعالم السياحية وحببتني في زيارتها	96	80	13	10,8	11	9,2	1,29	0,627	منخفض	12
المجموع				**شدة الاتجاه**				1,48	0,706	منخفض	/
الاستيعاب والتشابه والانفصال		ت	ن	ت	ن	ت	ن				

13	عززت المنشورات الثقافية عبر شبكات التواصل الاجتماعي لدي من الاعتقاد بأن الثقافة الأجنبية أفضل من الثقافة العربية	35	29,2	33	27,5	52	43,3	2,14	0,843	متوسط	3
14	أكدت المنشورات الثقافية عبر شبكات التواصل الاجتماعي أن استخدام اللغة الأجنبية في الحوار دليل الثقافة والتحرر والتقدم	36	30	30	25	54	45	2,15	0,857	متوسط	2
15	أصبحت الموضة الأجنبية خيارا مناسبا لمواكبة التطور الاجتماعي	40	33,3	41	34,2	39	32,5	1,99	0,815	متوسط	7
16	محتوى شبكات التواصل الاجتماعي أنتج طقوسا جديدة لمراسيم الزواج والاحتفال	72	60	27	22,5	21	17,5	1,58	0,744	منخفض	14
17	أصبحت الأغاني الأجنبية التي تروجها منشورات شبكات التواصل الاجتماعي أرقى وبديلا عن الأغاني العربية والمحلية	44	36,7	40	33,3	36	30	1,93	0,817	متوسط	10
18	أصبحت التصاميم والديكورات العالمية التي تروجها منشورات شبكات التواصل الاجتماعي هي الخيار السائد	64	53,3	34	28,3	22	18,3	16,5	0,744	منخفض	13

19	عززت مضامين شبكات التواصل الاجتماعي من الرغبة بترك الوطن والهجرة إلى الديار الأجنبية	53	44.2	31	25.8	36	30	1.86	0.853	متوسط	12
20	عززت محتويات شبكات التواصل الاجتماعي من العادات الأجنبية الجديدة والمناسبة للمظهر الخارجي	45	37.5	42	35	33	27,5	1,90	0,803	متوسط	11
21	أسهم محتوى شبكات التواصل الاجتماعي في تعزيز ظاهرة التشدد الديني	31	25,8	54	45	35	29,2	2,03	0,744	متوسط	6
22	ترفض منشورات شبكات التواصل الاجتماعي استخدام اللغات المحلية	28	23,3	37	30,8	55	45,8	2,23	0,804	متوسط	1
23	جعلت شبكات التواصل الاجتماعي أفراد المجتمع ينكرون استخدام لغة غير العربية أو اللهجة المحلية	40	33,3	41	34,2	39	32,5	1,99	0,815	متوسط	7
24	زادت شبكات التواصل الاجتماعي من تمسك المتابعين برفض أي مستجدات وتطورات في الحياة الاجتماعية	38	31,7	37	30,8	45	37,5	2,06	0,833	متوسط	5

25	زادت من تمسك المتابعين برفض أي تفسيرات متجددة للنصوص الدينية	37	30,8	52	43,3	31	25,8	1,95	0,754	متوسط	9
26	زاد الاعتقاد لدي بأن المنشورات الثقافية لشبكات التواصل الاجتماعي تعمل على إضعاف الولاء والانتماء للوطن	31	25,8	48	40	41	34,2	2,08	0,773	متوسط	4
	المجموع	**شدة الاتجاه**						1,96	0,799	متوسط	
	التهميش	ت	ن	ت	ن	ت	ن				
27	أحدثت المنشورات الثقافية على شبكات التواصل الاجتماعي شعور الفرد بالعزلة الاجتماعية	60	50	31	25,8	29	24,2	1,74	0,825	متوسط	5
28	تشجع شبكات التواصل الاجتماعي على ظاهرة التنمر بين الجماعات الثقافية المحلية	46	38,3	45	37,5	29	24,2	1,86	0,781	متوسط	4
29	عززت الرغبة في التعصب (التشدد القبلي) على المجتمع المحلي قياسا للمجتمعات الأخرى	46	38,3	42	35	32	26,7	1,88	0,801	متوسط	3

30	زادت المحتويات الثقافية عبر شبكات التواصل الاجتماعي من شعور الاعتداد (التفاخر) بالنفس والتكبر على الثقافات الأخرى	59	49,2	36	30	25	20,8	1,72	0,791	متوسط	6
31	أسهمت المضامين الثقافية عبر شبكات التواصل الاجتماعي من رفض أي مظاهر لأديان أو قوميات أخرى غير المحلية	37	30,8	41	34,2	42	35	2,04	0,814	متوسط	2
32	زادت المضامين الثقافية عبر شبكات التواصل الاجتماعي من رفض العادات والتقاليد المخالفة للمجتمع المحلي	36	30	43	35,8	41	34,2	2,04	0,803	متوسط	1
المجموع				**شدة الاتجاه**				**1,88**	**0,802**	**متوسط**	/
المجموع الكلي				**شدة الاتجاه الكلي**				**1,77**	**0,765**	**متوسط**	/

تبين نتائج **الجدول رقم (26)** أعلاه أن أعلى عبارة وأدنى عبارة حسب المتوسط الحسابي والانحراف المعياري ظهرت كالتالي:

➢ في إستراتيجية الاندماج اتضح أن العبارات التي رآها المبحوثون منتهجة بشكل كبير هي:

– من خلال النتائج المتحصل عليها في **العبارة رقم (3)** تبين أن العبارة "عززت شبكات التواصل الاجتماعي من فكرة إدماج القيم الأجنبية الايجابية في المجتمعات العربية الإسلامية"، تحصلت على المرتبة الأولى في الإستراتيجيات المتعلقة بالاندماج بمتوسط حسابي 1,68 باتجاه منخفض، وبانحراف

معياره قدره 0,767، حيث حظيا اتجاه الموافقة بنسبة 50% كأعلى نسبة أجاب عليها أفراد العينة، بينما حظيت أدنى نسبة بـ 18,3% باتجاه غير موافق حسب وجهتهم، وذلك من خلال ما يحاولون تطبيقه من إستراتيجيات جديدة في تعزيز للقيم الإنسانية، كطرق المساعدات لفئات ذوي الاحتياجات الخاصة، وقيمة الإبداع وتشجيع روح المبادرة والابتكار والملكية، وقيمة إحياء التراث والتعارف، وكل هذه القيم تعزز من تكافل المجتمع وأفراد العينة، ودون أن ننسى قيمة الوقت التي أضحت قيمة أساسية في ظل الانتشار المتسارع للتكنولوجيا، وذلك عن طريق استخدام شبكات التواصل الاجتماعي.

– **العبارة رقم (9)** التي نصت على أن "ما تحث عليه منشورات شبكات التواصل الاجتماعي فيما يخص السفر لداعي التعلم في الخارج هو فرصة للاندماج في ثقافات أخرى" قد احتلت المرتبة السادسة وهي مرتبة متوسطة في محور استراتيجيات التثاقف التي تتعلق بالاندماج بمتوسط حسابي 1,47 باتجاه منخفض وبانحراف معياري 0,685، مما يدل على أن العبارة حصلت على درجة موافقة من قبل أفراد العينة بنسبة كبيرة قدرت بـ 64,2%، مجاورة إياها نسبة 25% من الذين أخذوا الحياد، فيما تلتها نسبة 10,8% بدرجة غير موافق، وهذا يفسر أن المبحوثين من العينة تبين أن اتجاههم واضح حول هذه العبارة، نظرا لما تفتقره البلاد تلبية للحاجيات الأساسية والأولية، مما عززت شبكات التواصل الاجتماعي رغبتهم في ذلك، ويوجد العديد من الدول تدعم هذا الأمر لأنها تراه من الممكن أن يحقق لها منفعة في المستقبل القريب، وحسب ما ذكرته الباحثة **مي العبد الله** "أن التعليم هو حجر الزاوية إذ يعد استقطاب الطلبة الأجانب من مختلف الدول عاملا مهما يسهم في تعزيز القوة الناعمة للدول، كما يعتبر أنموذج اقتصادي محفز وتقدم تكنولوجي يجذب الدول لإقامة علاقات شراكة واتفاقيات متنوعة"[1].

إن المؤسسات التعليمية والبحثية الجامعية الأمريكية قد حققت شهرة طاغية ومكانة مرموقة من خلال نجاحاتها البارزة في مجالات الإبداع والتطوير العلمي والتكنولوجي، مما جعلها قبة النخب الثقافية في جميع دول العالم بما ينطوي عليه ذلك من تزايد درجة التأثر بالمجتمع الأمريكي وبثقافته وبأسلوبه المعيشي، كمعهد **MIT** معهد ماساتوتشوسيتس المصنف الأول في العالم وليس في الولايات المتحدة الأمريكية فقط هو معهد يختص الآن بالأحياء، الاقتصاد، الإدارة واللغويات، وكمثال آخر

[1] – مي العبد الله، **متاهة شبكات التواصل الاجتماعي في الفضاء العام – نظرية في فلسفة الاتصال في عالم متغير –**، دار النهضة العربية للنشر والتوزيع، بيروت، 2020، ص80.

جامعة هارفارد التي تتصدر مجال الطب والعلوم الحيوية فهي أقدم معهد للتعليم العالي في الولايات المتحدة الأمريكية[1].

وكذلك يوضح الباحث **شريف محمد عوض** أن ثقافة القوى المسيطرة في العالم الذي تحكمه أيديولوجيات العولمة مناسبة لاختراق الدفاعات الثقافية للمجتمعات النامية والسائرة في طريق النمو، نتيجة لفرض ثقافة الغالب وطرائقه في العيش عبر آلية التقليد والمحاكاة كما قال ابن خلدون بأن المغلوب مولع أبدا بثقافة الغالب في زيه وشعائره وسائر عوائده، وهي الثقافة التي يتم في النهاية استيعابها لتصبح عناصر في منظومة القيم القومية التي تنظم التفاعل الاجتماعي، وهنا أصبح من الصعب الحفاظ على الهوية الثقافية في مواجهة ثورة الاتصالات والضخ الإعلامي المتواصل، وهو الأمر الذي جعل من القيم الغربية حاضرة في ثقافاتنا وتؤدي دورها في توجيه سلوكيات البشر وبخاصة شريحة الشباب[2].

– أما **العبارة رقم (12)** التي نصت على "ساعدتني شبكات التواصل الاجتماعي في التعرف على المعالم السياحية وحببتني في زيارتها"، قد احتلت المرتبة الأخيرة في إستراتيجية الاندماج بمتوسط حسابي 1.29 باتجاه منخفض من قبل أفراد العينة وبانحراف معياري قدر بـ 0.627، مما يوضح أن العبارة قد حصلت على درجة موافقة كبيرة بنسبة 80% وأدنى نسبة بـ 9.2% لصالح أفراد العينة الذين لم يوفقوا، وهذا ما لاقته الدول التي تريد أن تبرز مكانتها دورا إيجابي لهم في تشجيع الثقافة الاستهلاكية والمقاصد السياحية بأقل تكلفة وجهد، وهنا يزداد الدخل الاقتصادي للدول، على عكس الدول التي ليس لها منتوج ترفع به مجتمعها، مما يجعلها مجتمع مستوردا فقط يخاف على ضياع ثقافته بسبب ما قد يمكن أن يلحقه به هذا التثاقف عبر تلك الوسائط، حيث أقرى "أكاديميون أتراك أن المسلسلات التركية يتم تصديرها إلى 120 دولة حول العالم، وتأتي الدول العربية في مقدمة المستوردين لها، في حين لا يخفي مهتمون بالسياحة الثقافية العربية استيائهم مما أسموه غزوا فكريا ممنهجا يهدف إلى تلميع صورة تركيا عربيا"[3].

هنا يمكن أن نتحدث أن هذه الإستراتيجية غير مؤثرة بالنسبة للعينة على أساس أن السفر اختيار شخصي مرتبط بالهواية أو بالاستعداد المادي لذا فإن إستراتيجية التثاقف هنا ليست هي الأساس

➢ أما فيما يعنى بإستراتيجيات الاستيعاب والتشابه والانفصال اتضح أن العبارات التي رآها المبحوثون منتهجة بشكل كبير هي:

[1] – هناء عاشور، تأثير العولمة على القيم الثقافية السائدة في المجتمع – دراسة تحليلية –، **مجلة العلوم الإنسانية**، الجزء 1، العدد 8، ديسمبر 2017، ص103.

[2] – شريف محمد عوض، **صناعة الثقافة في عصر العولمة وأثرها على تغيير ملامح الهوية الثقافية**، المجلد 2، العدد 1، 2013، ص110.

[3] – مي العبد الله، **متاهة شبكات التواصل الاجتماعي في الفضاء العام – نظرية في فلسفة الاتصال في عالم متغير –**، المرجع السابق، ص82.

– كشفت **العبارة رقم (22)** أن "ترفض منشورات شبكات التواصل الاجتماعي استخدام اللغات المحلية"، تحصلت على المرتبة الأولى في الإستراتيجيات المتعلقة بالاستيعاب والانفصال، بمتوسط حسابي 2,23 باتجاه متوسط، وبانحراف معياره قدره 0,804، حيث حظيا اتجاه اللا موافق بنسبة 45,8% كأعلى نسبة أجابا عليها أفراد العينة، بينما حظيت أدنى نسبة بـ 23,3% باتجاه موافق حسب نظرهم، وهذا دليل على أن شبكات التواصل نجحت في استقطاب الشباب وأدخلته دائرة التأثير، مما ساهم في جعل من هذه العبارة تنتمي إلى محور الاندماج على حسب رأيهم، بينما عبرت الفئة الأدنى على العبارة بالموافقة، وذلك بأنهم لم يرونها تعبروا عن ما يريدونه، حيث أصبحوا يكتبون بأحرف مهجنة ليسهل على الطرف الأخر المتحاور معه فهم ما يريده الطرف المرسل، وهذا ما أكده الباحثة **صليحة شتيح** في قولها " أنه قد ظهرت طرق جديدة في التواصل بمجتمعاتنا العربية اصطلح على تسميتها بـ (عرابيزي) وهي أبجدية مستحدثة غير رسمية وغير محددة القواعد تستخدم في الكتابة والتواصل عبر الانترنت، وهذه الأبجدية ظهرت منذ تسعينيات القرن الماضي ويستخدمها الآن ملايين الشباب العربي في التواصل والكتابة الإلكترونية عبر الانترنت وبالأحرى شبكات التواصل الاجتماعي والهواتف المحمولة، حيث يتم استعمال كلمات عربية وأمازيغية وأخرى عامية وكتابتها بالأحرف اللاتينية من خلال التركيز على مقابلة الحروف العربية بمثيلاتها في اللاتينية، واللجوء إلى مقابلتها بالأرقام حين يختفي المقابل في اللاتينية بناء على عامل المشابهة بين الرقم والحرف مثل الاصطلاح على مقابلة (3:ع/9:ق/7:ح/5:خ)، وغيرها من الأمثلة: slam 3alikom, wach rak, win ro7o lyom، ... وهكذا[1].

مما يرونه يسهل عليهم الاقتصاد في الكتابة ولكن في المقابل تساهم هذه الكتابة في بناء حاجز لغوي بين اللغة العربية الفصحى واللغة التواصلية الشبكية.

– توضح **العبارة رقم (25)** أعلاه أن "زادت من تمسك المتابعين برفض أي تفسيرات متجددة للنصوص الدينية"، قد احتلت المرتبة التاسعة وهي متوسطة مقارنة بالعبارات الذين احتلوا المرتبة الأولى والمرتبة الأدنى في إستراتيجيات الاستيعاب والانفصال بمتوسط حسابي قدره 1,95 باتجاه متوسط من المبحوثين، وبانحراف معياري قدره 0,754، بما يعني أن نسبة 43,3% التزموا الحياد وهي نسبة عالية مقارنة بالذين وافقوا على هذه العبارة بنسبة 30,8%، والذين لم يوافقوا بنسبة 25,8%، حيث يظهر مدى غرس قيم ثقافية جديدة بواسطة شبكات التواصل الاجتماعي التي أوقعتهم في الحيرة والشتات بين الموافقة وغير الموافقة، إذ تبين وجود كثرت الدعاة والمفتيين إلى الدين باسم الإسلام الذين نلاحظهم يوميا من خلال

[1] – صليحة شتيح، واقع التعدد اللغوي في الوسائط التكنولوجية الحديثة – فضاء للتحاور الثقافي أم صراع للهويات –، **مجلة الممارسات اللغوية**، المجلد 9، العدد 4، ديسمبر 2018، ص68.

وجود فئة تحلل وفئة تحرم، وهذا ما أوقعهم في حيرة حسب رأينا، كما ذكر الباحث **وليد حدادي** أن انفتاح الإعلام الجديد ساعد على إثارة النعرات وتعبئة المشاعر خصوصا في القضايا الملتبسة وغير الناضجة، ونشر التعصب الديني والطائفي الذي أصبح يسود العصر الحالي ليس في المجتمعات الإسلامية فقط بل في جميع المجتمعات، حتى أصبح التعصب الديني من أهم مظاهر الأحداث الدولية[1].

وكذلك ذكر الباحث **إبراهيم بعزيز** "أن ما يشكل مخاوف لدى الكثيرين من الأفراد في المجال الديني أن هوية المالكين للمنتديات غير معروفة، فهي افتراضية حتى وان قدم الشخص نفسه، فلا توجد معايير موثوقة للتحقق من هويات الأفراد الذين يقدمون الفتاوى، اللهم إلا إذا كان النقاش مباشرا وتزامنيا مع عالم أو شيخ معروف وذائع الصيت، فهؤلاء الأفراد يعتمدون بشكل كبير على شبكات التواصل الاجتماعي للبحث عن المعلومة المتعلقة بالإسلام، وهو ما يجعلهم أحيانا يتحصلون على مضامين مشوهة وخاطئة سواء كانت فتاوى أو معلومات عامة عن الدين، خاصة في ظل نقص المواقع التي يديرها علماء أو هيئات دينية ومرجعيات معروفة، ولعل انعدام شبكات كثيرة لمؤسسات دينية معروفة، فتح المجال للمتطفلين والانتهازيين الذين استغلوا هذا الفراغ، ليتصدروا منابر الانترنت الافتراضية لتقديم فتاويهم وتصوراتهم للواقع وفقا لأهوائهم"[2].

ومن ناحية أخرى يمكن القول بأن ضعف الوازع الديني لديهم بسبب كثرة المضامين الدينية في شبكات التواصل الاجتماعي، وعدم وجود الوعي الكافي في متابعة النصوص الدينية.

– تشير **العبارة رقم (16)** إلى أن "محتوى شبكات التواصل الاجتماعي أنتج طقوسا جديدة لمراسيم الزواج والاحتفال"، فقد سجلت المرتبة الأخيرة مقارنة بالعبارات الأخرى في المحور الثاني المتعلق بإستراتيجية الاستيعاب والانفصال، بمتوسط حسابي 1,58 باتجاه منخفض، وبانحراف معياري 0,744، حيث تبين أن نسبة أفراد العينة الذين أجابوا بالموافقة هم أعلى نسبة قدرت بـ 60%، ثم سجلت أدنى نسبة بـ 17,5% لصالح الذين أجابوا بغير موافق، حيث تعبر هذه العبارة على أن شبكات التواصل الاجتماعي قد تسعى لسلعنة الثقافة بحيث تصبح ثقافة استهلاكية منتجها طرف واحد قائد لهذه المجتمعات، ويظهر ذلك من خلال المتابعة لما يجري في الدول الغربية من طرق في الزواج كظهور قاعات الحفلات، وكذا فيما يخص الأعراس سابقا كانت تقام بأسبوع كامل، بينما أصبحت الآن تختزل في يوم واحد، وكذا طرق للاحتفال بالأعياد التي لم نسمع بها منذ ظهور الديانة الإسلامية التي لا ننسلخ منها، مثل الاحتفال برأس السنة

[1] – وليد حدادي، حوار الثقافات عبر الفضاءات الإعلامية الجديدة: دراسة في إمكانيات التعزيز، **مجلة الناصرية للدراسات الاجتماعية والتاريخية**، مجلد 10، العدد 1، جوان 2019، ص536.

[2] – إبراهيم بعزيز، المرجع السابق، ص ص158 – 163.

الميلادية وكذبة أفريل ويوم 14 فيفري الملقب بعيد الحب، فمن قام بوضع هذا الاحتفال قد نراه يقع في نقص في داخله وأحب أن يعمره بخرافات تؤدي به إلى الشهرة والانبهار، وتفسر هذه النتيجة من منطق المغلوب مولع بتقليد الغالب و إن كان في هذا التقليد تراجع لعادات وتقاليد ضاربة في التاريخ.

وذكرت أيضا الباحثة **فتيحة الصنور** في دراسة لها أن إحدى الفتيات أشارت قائلة في الوقت الحالي يلزم الفتاة بالتعارف قبل الزواج وان كان بالهاتف، ولكن لا بد من التعارف للابتعاد عن المشاكل بعد الزواج، ولأن الزواج من المسائل التي لا يجوز ولا ينبغي التهاون فيها، فهي تسعى للزواج من أجل تكوين أسرة وذلك بالاعتماد على الطريقة الحديثة المتمثلة في التعرف على شريك الحياة قبل الزواج بدلا من الطريقة التقليدية القائمة على الزواج دون سابق لقاء أو تعارف بين الطرفين، تراها لم تعد تتناسب مع الوقت المعاصر[1].

وذكر الباحث **حميد قربيفة** أن الآباء فيما مضى يحرصون على قيمة وأفضلية للزواج من القرابة ولكن في هذه الفترة ارتفع سن الزواج لكلا الجنسين وانخفضت قيمة الزواج من القرابة حيث أصبح اختيار القرين مرتبط بقيم اقتصادية ومادية واجتماعية[2].

➢ في حين أن توضح نتائج إستراتيجية التهميش اتضح أن العبارات التي رآها المبحوثون منتهجة بشكل كبير هي:

– بينما تشير **العبارة رقم (32)** إلى أن "زادت المضامين الثقافية عبر شبكات التواصل الاجتماعي من رفض العادات والتقاليد المخالفة للمجتمع المحلي"، فقد سجلت مرتبة الأولى مقارنة بالعبارات الأخرى في المحور الثاني المتعلق بإستراتيجية التهميش، بمتوسط حسابي 2,04 باتجاه متوسط، وبانحراف معياري 0,803، حيث تبين أن نسبة أفراد العينة الذين التزموا الحياد كأعلى نسبة قدرت بـ 35,8%، ثم سجلت أدنى نسبة بـ 30% بالموافقة من قبل المبحوثين، ويظهر ذلك في أن شبكات التواصل الاجتماعي قد ترفض ولا ترفض من خلال ما تعرض إليه المبحوثون، حيث وقعوا في الحياد والحيرة نتيجة ما يرونه من تحرر كخروج المرأة للعمل وتكوين علاقات اجتماعية مع الآخرين، إضافة إلى ذلك أن لشبكات التواصل الاجتماعي دور في إحياء التراث المادي والتعريف بهويتنا الثقافية وذلك عن طريق إتاحتها لجميع

[1] – فتيحة الصنور، الضوابط الدينية وأثرها على ممارسات الطالبة الجامعية، **مجلة سلسلة الأنوار**، مخبر الأنساق – البنيات – النماذج والممارسات، المجلد 2، العدد 4 و5، 2014 – 2015، ص81

[2] – حميد قرليفة، تفسير بعض القيم الاجتماعية للمجتمع الجزائري بالتغير الاجتماعي، **مجلة الواحات للبحوث والدراسات**، المجلد 9، العدد، 1، 2016، ص904.

مستخدمي هذه الشبكات للتعريف بثقافاتهم التي قد تنقرض في زمن من الأزمان، بمعنى "إمكانية نشر التراث الشفوي المتمثل في الروايات والحكايات والأمثال والشعر العامي أو الملحون والموسيقى بكل أنواعها، ورقص شعبي، وأيضا فيما يخص التراث المكتوب كالوثائق والمخطوطات ومكتبات قديمة ونصوص تاريخية ورسوم على الكهوف، أما بالنسبة للتراث المبني كالمدن العتيقة التاريخية والقصور والقصبات والمساجد والزخارف والنقوش، بينما التراث المنقول قد نجده عبارة عن منشور مصور من بين أحد المتاحف كالقطع الأثرية والحلي والأواني الخزفية والأسلحة القديمة ووسائل شخصية لعظماء تاريخيين وغيرها من الأدوات المنزلية والفلاحية والحرفية التي قد نجدها محفوظات في المتاحف[1].

– والملاحظ أن في **العبارة رقم(29)** نصت على "عززت الرغبة في التعصب (التشدد القبلي) على المجتمع المحلي قياسا للمجتمعات الأخرى"، التي احتلت المرتبة الثالثة في إستراتيجية التهميش بمتوسط حسابي 1,88 باتجاه متوسط من أفراد العينة، وبانحراف معياري قدر بـ 0,801، حيث قدرت نسبة الذين أجابوا على هذه العبارة بالموافقة من المبحوثين بـ 38,3%، وهي نسبة مرتفعة، بينما تقاربت هذه العبارة مع الفئة الذين التزموا الحياد بنسبة 35%، في حين سجلت أدنى نسبة باتجاه غير موافق بـ 26,7%، حيث يظهر هذا تمسك أفراد العينة بأن شبكات التواصل الاجتماعي تسهم في التعزيز من التشدد القبلي على المجتمع المحلي.

وكذلك ما يحدث في المجتمعات الذين يخافون زوال اللهجة الأمازيغية فنجدهم دائما متعصبين خوفا من انقراضها، وهذا نتيجة ما خلفه الاستعمار فينا وما زادت شبكات التواصل الاجتماعي من إعادة إحيائه لتشتيت المجتمعات وجعلها في أحادية قطبية تتحكم بها وفق ما تريده هي من تبعية وهيمنة أي تجعل أفراد المجتمع لا يعيشون بدونها.

– تبين نتائج الجدول أعلاه في **العبارة (30)** التي تقر بأن "زادت المحتويات الثقافية عبر شبكات التواصل الاجتماعي من شعور الاعتداد (التفاخر) بالنفس والتكبر على الثقافات الأخرى"، تحصلت على مرتبة متوسطة في الإستراتيجيات المتعلقة بالتهميش، بمتوسط حسابي 1,72 باتجاه متوسط، وبانحراف معياره قدره 0,791، حيث حظيا اتجاه الموافقة بنسبة 49,2% كأعلى نسبة أجاب عليها أفراد العينة، بينما حظيت أدنى نسبة بـ 20,8% باتجاه غير موافق حسب وجهتهم، وعلى هذا الأساس تظهر شبكات التواصل الاجتماعي جانب عنصريا خفي لا يرى بالعين المجردة، كون أفراد العينة قد تابعوا أو تعرضوا لمثل هذه الصفات المشينة التي لا يحبذها لا الدين الإسلامي ولا الديانات السماوية الأصلية ولا القيم

[1] – سميرة بولقدام، معالم الهوية الثقافية في ظل التباين الثقافي، **مجلة الناصرية للدراسات الاجتماعية والتاريخية**، المجلد 10، العدد 1، جوان 2019، ص552.

والأعراف من المجتمع المحلي، حيث وجد بعض الجماهير شبكات التواصل الاجتماعي مرتعا لإبراز جانب من التعصب العرقي الكاذب والمظلل، ويظهر ذلك في أن الشباب اليوم يأتون بتصرفات دخيلة ويحسبونها جديدة وترمز على التحضر والرقي، ولنأخذ مثالا على ذلك أن الهوية الطائفية التي تعنى "بالانقسام السني – الشيعي داخل الحضارة الإسلامية، لقد أدى هذا الانقسام إلى ضعف الحضارة الإسلامية، ووقوعها تحت السيطرة الاستعمارية الأوروبية، وما زالت آثار هذا الانقسام ماثلة حتى اليوم، وما زال القتل على الهوية المذهبية شعارا تمارسه بعض الجماعات في العالم الإسلامي"[1].

وكذلك يوجد في المجتمع الجزائري مثلا منطقة الشرق والغرب والشمال والجنوب الذين يعيشون في دولة واحدة ألا وهي الجزائر، إلا أن تواجد أطراف سهلت لها شبكات التواصل الاجتماعي أن تعزز من ثقافتها الخاصة بالعادات والتقاليد المتعلقة "باللباس والأكل والمهرجانات" وتبرز مساوئ الثقافة الأخرى، ومن هنا يظهر الانشقاق والتمييز وتكبر ثقافة على أخرى التي نراها سلبية في قيم مجتمعنا المحيطون به.

وقام بتدعيم هذا الطرح الباحث **أنتوني غدنز** في كتابه علم الاجتماع، إذ قال أن "التعصب العرقي يقوم على تزييف خصائص معينة في الشخصية أو السلوك واختلاقها ونسبتها بوصفها صفات إرثية إلى أفراد يتميزون بمظاهر جسمانية محددة، ويزعموا العرقيون أنه يمكن طرح التفسير البيولوجي لإثبات سمات التخلف والنقص التي قد تكون موجودة في جماعة ما من سلالة معينة، وتدل العنصرية الجديدة على مواقف التعصب العرقي التي تقوم على الفوارق الثقافية لا على انحطاط المكونات البيولوجية للفرد أو الجماعة"[2].

[1] – ميمونة مناصرية، **هوية المجتمع المحلي في مواجهة العولمة من منظور أساتذة جامعة بسكرة**، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه علوم في علم الاجتماع التنمية، شعبة علم الاجتماع، قسم العلوم الاجتماعية، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة محمد خيضر بسكرة، الجزائر، 2011 – 2012، ص235.

[2] – أنتوني غدنز، **علم الاجتماع – مع مدخلات عربية –**، تر وتق: فايز الصياغ، دار المنظمة العربية للترجمة، بيروت، 2005، ص ص341 – 342.

3- تحليل وتفسير نتائج آثار التثاقف السلبي والإيجابي عبر شبكات التواصل الاجتماعي على سلوك المبحوثين الجامعيين من طلبة كلية الآداب واللغات بجامعة بسكرة.

- جدول رقم (27): يوضح مدى تأثير التثاقف السلبي عبر شبكات التواصل الاجتماعي على سلوك المبحوثين من الطلبة الجامعيين.

ت	الفقرة	الخيارات						المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	اتجاه العينة	رتبة العبارة
		موافق		محايد		غير موافق					
		ت	ن	ت	ن	ت	ن				
1	تقلل شبكات التواصل الاجتماعي من التفاعل داخل الأسرة وصلة الرحم	95	79,2	11	9,2	14	11,7	1,33	0,676	منخفض	15
2	استخدم في حياتي اليومية عبارات من لغات مختلفة رائجة على شبكات التواصل الاجتماعي	84	70	14	11,7	22	18,3	1,48	0,788	منخفض	13
3	جعلتني متابعة شبكات التواصل الاجتماعي أتراجع عن تقبل محتوى الثقافة العربية	32	26,7	36	30	52	43.3	2,17	0,823	متوسط	5

4	تضعف المنشورات الثقافية عبر شبكات التواصل الاجتماعي مكانة اللغة العربية	55	45,8	25	20,8	40	33,3	1,88	0,885	متوسط	9
5	جعلتني شبكات التواصل الاجتماعي أكثر رفضا للتعايش مع محيطي الاجتماعي	48	40	36	30	36	30	1,90	0,834	متوسط	8
6	جعلتني شبكات التواصل الاجتماعي اعتقد أن عادات وتقاليد الدول الأجنبية أحسن من عاداتنا وتقاليدنا	30	25	20	16,7	70	58,3	2,33	0,853	متوسط	2
7	تسهم المنشورات الثقافية عبر شبكات التواصل الاجتماعي في اكتساب قيم وعادات منافية لمجتمعنا	61	50,8	30	25	29	24,2	1,73	0,827	متوسط	10
8	أصبح الشباب أكثر تمردا على ثقافتنا المحلية بسبب شبكات التواصل الاجتماعي	63	52,5	34	28,3	23	19,2	1,67	0,781	متوسط	12

9	شجعني التفاعل عبر شبكات التواصل الاجتماعي على أن لا أتقبل مظهري الخارجي	29	24,2	33	27,5	58	48,3	2,24	0,820	متوسط	4
10	أشعر أنني مرفوض بين الأصدقاء عبر شبكات التواصل الاجتماعي من بعض الثقافات	37	30,8	29	24,2	54	45	2,14	0,863	متوسط	6
11	أشعر أنني غريب في بلدي وليس مواطنا منتميا إلى ثقافة بلدي العامة	24	20	25	20,8	71	59,2	2,39	0,802	مرتفع	1
12	تشجع المنشورات الثقافية عبر شبكات التواصل الاجتماعي على الاعتزال عن الثقافات الأخرى	23	19,2	36	30	61	50,8	2,32	0,778	متوسط	3
13	تصنع المنشورات الثقافية عبر شبكات التواصل الاجتماعي معجبين بالمشاهير من مختلف الثقافات	91	75,8	19	15,8	10	8,3	1,33	0,624	منخفض	14

14	أصبحت مقتنعا من خلال المنشورات الثقافية عبر شبكات التواصل الاجتماعي أن المظهر الخارجي التقليدي لا يتلاءم مع الحياة المعاصرة	42	35	35	29,2	43	35,8	2,01	0,845	متوسط	7
15	عززت المنشورات الثقافية عبر شبكات التواصل الاجتماعي قناعاتي بأن الدين حرية شخصية ولا يجوز لأحد التدخل فيها	64	53,3	29	24,2	27	22,5	1,69	0,818	متوسط	11
المجموع الكلي						**شدة الاتجاه الكلي**		**1,91**	**0,801**	متوسط	

أظهرت نتائج **الجدول رقم (27)** أعلاه أن أعلى عبارة وأدنى عبارة حسب المتوسط الحسابي والانحراف المعياري ظهرت كالتالي:

- أوضحت **العبارة رقم (11)** أن "أشعر أنني غريب في بلدي وليس مواطنا منتميا إلى ثقافة بلدي العامة"، فقد سجلت مرتبة الأولى مقارنة بالعبارات الأخرى في المحور الثالث المتعلق بالآثار السلبية للتثاقف بمتوسط حسابي 2,39 باتجاه مرتفع، وبانحراف معياري 0,802، حيث تبين أن نسبة أفراد العينة أجابوا بغير موافق بنسبة 59,2% كأعلى نسبة مرتفعة، في حين سجلت أدنى نسبة قدرت بـ 20% لصالح الذين أجابوا بالموافقة، حيث نفسر ذلك أن الشباب يشعرون بأنهم ليس غرباء في بلدهم ومواطنين ينتمون إلى ثقافة بلدهم العامة من خلال متابعتهم لشبكات التواصل الاجتماعي بطريقة عقلانية وبرشد خاصة فيما تمنحه لهم هذه الشبكات من فرص للاغتراب والخروج عن قيمهم الاجتماعية الراسخة فيهم، إذ تبين أن الشباب يشعرون بالانتماء لوطنهم الجزائر والإحساس الإيجابي نحوها، مما يشير إلى الاقتراب والفخر إلى

هذا البلد كونهم جزءا منه متمسكين به بنظرة إيجابية تجاهه رغم ما قد يواجهونه من ضغوطات في حياتهم ولكن هذه الفئة تبقى نسبية وقليلة مقارنة بالفئات الأخرى من الشباب الذين لم يحالفهم الحظ في الانتقال إلى الجامعة لامتلاكهم مستوى أدنى "ابتدائي ومتوسط وثانوي"، لأن هذه الدراسة اقتصرت على فئة من جامعيين الذين يزاولون دراستهم فقط، ويظهر ذلك في إمكانية هذه الفئة الأخيرة بممارسة النقد واعطاء رأيهم بكل صراحة ووضوح في محاسن ومساوئ كل ما تعرضه ويتابعه الشباب في شبكات التواصل الاجتماعي، باعتبارهم يمتلكون وعيا عالي المستوى يسمح لهم بمعرفه كيف يبتعدون من أساليب الاغتراب الثقافي والتبعية والاستلاب، حيث أنهم يرون تجانس داخلي والتقدير وتحقيق للمصالح والأهداف عن طريق متابعتهم لتلك المضامين بالاعتماد على مشاركة الأفكار والسمات التي تخصهم، لمواجهة خطر الاغتراب فهذه الظاهرة لا تتجذر إلا بوجود شباب يعاني هشاشة في ثقافته، لكن كان من الأجدر أن يكون الشباب الجامعي قد نال كل الفرص التي تساعد في بناء هذا البلد وكذا تحسينهم لجميع المجالات وخاصة الاقتصادي والاجتماعي بتقديم الجميل بأفكار إبداعية لهذا البلد من خلال رفع اقتصاد البلاد وزيادة في الدخل الفردي وكذا المساهمة في التوعية بالجانب الاجتماعي للتقليل من البطالة التي أصبح من الصعب الإفتاء فيها نتيجة ما يشعر به الفرد داخل وطنه إذ كان مضطهدا أو غير ذلك وهذا مالا نجده عند الفئة الموافقة من المبحوثين الذين يشعرون أنهم غرباء في بلدهم وليس مواطنين منتميين إليه، حيث أثرت المحتويات الثقافية عبر شبكات التواصل الاجتماعي بشكل سلبي على هذه الفئة مما خلق لهم نوعا من الانفصام، إذ أن من مظاهر نشوء هذا الاغتراب بالنسبة لهذه الفئة من الشباب هو متابعة الأغاني والفيديوهات التي تحاكي واقع الشعب المعاش، وبالتالي تكون لديهم إدراكا بأن بلدهم لم يوفر لهم العيش الرغيد وأعاق تقدمهم العلمي وهذا نشهده اليوم في الساحة السياسية من احتجاجات واضرابات تظهر فشل الدولة في تلبية مطالب المجتمعات التي يتواجدون بداخلها، مما زادت شبكات التواصل الاجتماعي في التعزيز من إشعال نار الرغبة في الهجرة والهروب بالنسبة للشباب حيث أصبحنا ننهض وننام على منشورات وفيديوهات تتعلق بركوب قوارب الموت التي أودت بحياة الكثيرين منهم والتي سرعان ما حرمها بعض المشايخ، لأن مآلها الموت الوحيد، ولكن الذين يصلون إلى الضفة الغربية يحاولون أن يتفاعلوا مع تلك البلدان المضيفة التي لها ثقافة خاصة، إذ مع مرور الوقت يصبح الأفراد متثاقفين، ولم نتوقف عند هذا الحد بل الأكثر من ذلك ينقلونها بطرق أخرى كإنشاء صفحات واقامة بث مباشر يسهم في ظهور الفرد المتثاقف عبر شبكات التواصل الاجتماعي.

إذ يقول الباحث **برهان زريق** في كتابه مخاطر الغزو الثقافي أن "خطر الاغتراب العربي أنه ينظر إلى الغرب على أنه النمط الأوحد لكل تقدم حضاري إضافة إلى أنه يعتبر الغرب الممثل الوحيد للإنسانية

جمعاء، بحيث يكون الحلقة المركزية في الحياة[1].

ويؤكد الباحثة **هاله محمد عبد العال محمد** في كتابها **أخلاقيات العولمة وأثرها على الأسرة المسلمة وكيفية مواجهتها** أن ما تبثه شبكات التواصل الاجتماعي من أفلام ومتابعات من واقع الثقافة الغربية، التي تناقض ثقافتنا، وتصيب شبابنا بالانبهار بحضارتهم وحياتهم، ومن ثم تقليدهم، فيعمل ذلك على ضعف الانتماء لديهم، وأن تقليد الغرب في سلوكهم السيئ يشوه واقعنا ويصيب المقلدين بالغربة في أوطانهم، وازدواج الشخصية، وثنائية المعيار، حتى نصل إلى ما يسمى بالسلوك المضاد أو بالأحرى التثاقف السلبي، وهو سلوك مصدره التسول فتشبه النساء بالغربيات مثلا قد ضيع أنوثة المرأة وأفقدها شخصيتها الإسلامية، وأدخلها في التيه الحضاري، مع أن دينها قد زينها وكرمها بحقوق لم تنلها امرأة في مجتمع آخر[2].

– من خلال الجدول رقم (19) أعلاه توضح النتائج أن **العبارة رقم (5)** التي تقر بأن "جعلتني شبكات التواصل الاجتماعي أكثر رفضا للتعايش مع محيطي الاجتماعي"، قد تحصلت على مرتبة متوسطة مقارنة بالعبارات الأخرى في المحور الثالث المتعلق بالآثار السلبية للتثاقف بمتوسط حسابي 1,90 باتجاه متوسط، وبانحراف معياري 0,834، حيث تبين أن نسبة أفراد العينة أجابوا بالموافقة بنسبة قدرت بـ 59,2% كأعلى نسبة، في حين سجلت أدنى النسب الذين تساووا بين الحياد وغير الموافقة بنسبة قدرت بـ 30% لصالح أفراد العينة، ومن خلال ذلك يتضح في أن الأفراد من كثرة متابعتهم للمضامين الثقافية أصبحوا يستنكرون وينتقدون بعضهم بعضا، أي أنهم أصبحوا متنافرين فيما بينهم نتيجة ما فعلته بهم هذه المضامين من عنصرية وتنمر الإلكتروني، وكذلك لا توجد قواعد وقوانين واضحة في الفضاء الإلكتروني للسلام لكي تحافظ على حقوق الإنسان من الانتهاك من أجل التعايش مع الآخرين.

وتؤكد الباحثة **هاله محمد عبد العال محمد** أن ما يعرض في شبكات التواصل الاجتماعي يروج ويساعد على الاختلاط، ويصور ذلك بأنه أمر طبيعي، بل يصور من يرفض ذلك أنه جاهل ورجعي لا يعرف التقدم والتطور شيئا، حيث توجد محتويات وحتى صفحات كثيرة ممن يطالبون بالاختلاط في العمل والتعليم وغيره، غير مدركين خطورة هذا الأمر، ويعتقدون أن تخصيص مدارس للإناث وأماكن عمل خاصة بالنساء ظلما للمرأة، وسلبا لحريتها، بل يجب أن تعطى للمرأة الحرية المطلقة، وأن تساوبالرجل، وتلغى كل أنواع التمييز بينها وبين الرجل، حتى لو كانت بسبب اختلاف النوع، معتقدين بذلك أنهم أرجعوا

[1] – برهان رزيق، **مخاطر الغزو الثقافي**، دار سلسلة الكتب المنشورة بعد الرحيل 56، سوريا، 2017، ص74.

[2] – هاله محمد عبد العال محمد، **أخلاقيات العولمة وأثرها على الأسرة المسلمة وكيفية مواجهتها – دراسة تحليلية –**، دار المكتب العربي للمعارف للنشر والتوزيع، القاهرة، 2018، ص ص40 – 41.

للمرأة حقوقها[1]، وتتجلى مظاهر الاختلاط في التساهل في الحجاب والتجمل بالزينة وابراز المفاتن، وبالتالي تظهر من خلال هذه المظاهر أفعال وسلوكيات أخرى نشهدها في مجتمعنا كالتحرش الجنسي أو الاغتصاب.

حيث تؤكد الباحثة **لامية طالة** في قوله "أننا إذا أسقطنا هذه الفكرة على واقعنا الراهن نجد أن الانتماء الأمريكي _ الإسرائيلي لقيم مشتركة، أقصى بشكل واضح العرب الذين يعتبرون خارجين عن نحن الغربي، وفي ذلك يقول مايكل هانت (إن مشاعر الأبوة والإزدراء التي ظهرت في مغامرة الفيتنام تدل على التأثير الثابت والمستمر لنظرة إلى العالم قائمة على الثقافة ومستغرقة في اللون – لون البشرة –، والتي تضع الأمم والشعوب في ترتيب اجتماعي يندرج بين طرفين إحداهما الحضارة والحداثة والأخر البربرية والجمود، وهذه النظرة تجعل الغرب ذا ميل نحو الإسرائيليين الذين ينظر إليهم كأوروبيين في صراع مع عرب سمر وملتحين ومزاوجين ومتعصبين، وهي نفس النظرة التي تغذي التماثل مع البيض المتحضرين في جنوب إفريقيا في مواجهة طبقة سوداء خرجت بالكاد من أصولها القبلية البدائية"[2].

– تبين **العبارة رقم (1)** أن "تقلل شبكات التواصل الاجتماعي من التفاعل داخل الأسرة وصلة الرحم"، قد تحصلت على مرتبة أخيرة مقارنة بالعبارات الأخرى في المحور الثالث المتعلق بالآثار السلبية للتثاقف بمتوسط حسابي 1,33 باتجاه منخفض، وبانحراف معياري 0,676، حيث تبين أن نسبة أفراد العينة أجابوا بالموافقة بنسبة قدرت بـ 79,2% كأعلى نسبة، بينما سجلت أدنى نسبة 11,7% لصالح المبحوثين الذي أجابوا بغير موافق، وهذا يوضح أن ما تمت برمجته من قبل شبكات التواصل الاجتماعي كان مدروس ولم يكن اعتباطيا، إذ استهلكت كل الوقت الذي يمتلكه مقسما إلى عدة نشاطات في اليوم، وذلك بمحاولة تمتيع المتابع بالمضامين الثقافية التي غيرت بمرور الوقت وكثافة المتابعة عادات الأفراد في المجتمع، ويظهر هذا مثلا في المناسبات حيث يقوم الأفراد بالتحدث مع الأقارب في شبكة الفايسبوك بالدردشة أو المشاهدة صوت وصورة، دون الذهاب إليهم، كما كان يفعله أبائنا وأجدادنا في السابق، وكذلك يكون أفراد الأسرة الواحدة منعزلين في منزل واحد على بعضهم، لا يعرفون من أحوال بعضهم بعضا.

تؤكد الدراسة المعنونة **واقع الحوار الأسري بين الآباء والأبناء في الأسرة الجزائرية ودوره في تنشئة الأبناء – في ضوء التغيرات المعاصرة –** أن الأسرة المعاصرة تعاني من ضعف في الاتصال الأسري بسبب التغيرات الحاصلة ومشاكلها، زيادة إلى بروز وسائط جديدة والتي قللت من فرص التفاعل

[1] – هاله محمد عبد العال محمد، المرجع السابق، ص23.

[2] – لامية طالة، التغريب الثقافي: رؤية نظرية وتحليلية حول الظاهرة، **مجلة مشكلات الحضارة**، مخبر مشكلات الحضارة والتاريخ بالجزائر، المجلد 7، العدد 2، جامعة الجزائر 2، 2018، ص7.

الأسري، حيث أحدثت التكنولوجيا الحديثة تغيرات جوهرية في وسائل الاتصال التي أثرت في العلاقات الاجتماعية من جراء ضعف الاتصال والتواصل والحوار الأسري، ومن أثاره اللجوء إلى البحث عن البديل بسبب غياب علاقات الصداقة وغياب لغة الحوار والتخاطب والمناقشة[1].

يبين **مارشال ماكلوهان** أن العولمة جعلت العالم كالقرية الصغيرة ولكنها لم تأخذ صفات القرابة، وقد صدق في ذلك لأن من أخلاق القرابة التواصل والتعاطف والتعاون والتكافل وقرية العولمة تخلو من هذه الصفات، بل إن العولمة تسببت في ضعف التواصل وذلك لسببين هما: ما أشاعته من تأكيد النزعة الأنانية لدى الفرد والنظرة المادية البحتة، أما السبب الثاني شبكات التواصل الاجتماعي وتعلق الناس بها[2].

[1] – واقع الحوار الأسري بين الآباء والأبناء في الأسرة الجزائرية ودوره في تنشئة الأبناء – في ضوء التغيرات المعاصرة –، **المؤتمر الدولي السابع للعلوم الاجتماعية كتاب الأبحاث الكاملة**، دار آصوص للنشر، تركيا أنقرة، 2019، ص ص688 – 702.

[2] – هاله محمد عبد العال محمد، المرجع السابق، ص ص52 – 53.

- جدول رقم (28): يوضح مدى تأثير التثاقف الإيجابي عبر شبكات التواصل الاجتماعي على سلوك المبحوثين من الطلبة الجامعيين.

ت	الفقرة	الخيارات						المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	اتجاه العينة	رتبة العبارة
		موافق		محايد		غير موافق					
		ت	ن	ت	ن	ت	ن				
1	فتحت لي المنشورات الثقافية عبر شبكات التواصل الاجتماعي المجال للتعرف على أنماط الحياة وآفاق العمل	108	90	8	6,7	4	3,3	1,13	0,429	منخفض	16
2	أتاحت المنشورات الثقافية عبر شبكات التواصل الاجتماعي للفرد الشعور القوي بالانتماء إلى الثقافة المحلية الأصلية	95	79,2	17	14,2	8	6,7	1,28	0,579	منخفض	13
3	تحبب المنشورات الثقافية عبر شبكات التواصل الاجتماعي تكوين صداقات مع ذوي الثقافات الأجنبية بدلا من المحلية	69	57,5	30	25	21	17,5	1,60	0,771	منخفض	1

4	أتاحت لي المنشورات الثقافية عبر شبكات التواصل الاجتماعي القدرة على التمييز بين الإيجابي من القيم والسلبي منها	92	76,7	20	16,7	8	6,7	1,30	0,558	منخفض	12
5	أفادتني المنشورات الثقافية عبر شبكات التواصل الاجتماعي في حفظ الأدعية والأذكار ومتابعة المواضيع الفقهية	89	74,2	23	19,2	8	6,7	1,33	0,596	منخفض	9
6	مكنتني شبكات التواصل الاجتماعي من العمل دائما على إحياء تراثي	77	64,2	30	25	13	10,8	1,47	0,685	منخفض	3
7	حببتني المنشورات الثقافية عبر شبكات التواصل الاجتماعي في الخروج إلى المنزهات والمطاعم مع أفراد أسرتي	78	65	29	24,2	13	10,8	1,46	0,685	منخفض	4

8	أفادتني المنشورات الثقافية عبر شبكات التواصل الاجتماعي من معرفة بعض المعلومات التاريخية والعادات والتقاليد التي تخص بلدي والبلدان الأخرى	98	81,7	16	13,3	6	5	1,23	0,530	منخفض	15
9	جعلتني المنشورات الثقافية عبر شبكات التواصل الاجتماعي أشعر بالانتماء إلى الوطن من خلال الجماعات الافتراضية التي أنظم إليها	85	70,8	22	18,3	13	10,8	1,40	0,679	منخفض	6
10	من خلال مداومتي على متابعة شبكات التواصل الاجتماعي حققت إشباعا بما ينفع من الثقافة الغربية دون أن أتخلى عن قيمي الأصلية	85	70,8	26	21,7	9	7,5	1,37	0,621	منخفض	7

11	تزيد المنشورات العلمية باللغات الأجنبية عبر شبكات التواصل الاجتماعي من فهم الآخر والاستفادة منه	92	76,7	18	15	10	8,3	1,32	0,622	منخفض	11
12	تساعد المنشورات الثقافية عبر شبكات التواصل الاجتماعي على تعلم لغات أخرى مع الحفاظ على مكانة اللغة العربية	91	75,8	20	16,7	9	7,5	1,32	0,608	منخفض	10
13	تساعد المنشورات الثقافية عبر شبكات التواصل الاجتماعي على تعزيز القيم الإنسانية بين الأفراد بمختلف انتماءاتهم	83	69,2	22	18,3	15	12,5	1,43	0,707	منخفض	5
14	تعزز المنشورات الثقافية عبر شبكات التواصل الاجتماعي من ثقافة تقبل الأخر والتعايش السلمي	95	79,2	18	15	7	5,8	1,27	0,561	منخفض	14

15	أتاحت لي شبكات التواصل الاجتماعي استخدام الرموز والأيقونات للتعبير عن المشاعر والأفكار ذات البعد العالمي	92	76,7	13	10,8	15	12,5	1,36	0,696	منخفض	8
16	شجعني التفاعل عبر شبكات التواصل الاجتماعي على التعديل من المظهر الخارجي	78	65	21	17,5	21	17,5	1,53	0,777	منخفض	2
المجموع الكلي		**شدة الاتجاه الكلي**						**1,36**	**0,631**	منخفض	/

الملاحظ من خلال الأرقام المحصل عليها في نتائج **الجدول رقم (28)** تبين أن أعلاه أن أعلى عبارة وأدنى عبارة حسب المتوسط الحسابي والانحراف المعياري ظهرت كالتالي:

– وقد أظهرت نتائج **العبارة رقم (3)** في آثار التثاقف الإيجابي على سلوك الطلبة التي أكدت على "تحبب المنشورات الثقافية عبر شبكات التواصل الاجتماعي تكوين صداقات مع ذوي الثقافات الأجنبية بدلا من المحلية"، حيث تصدرت المرتبة الأولى في هذا المحور بمتوسط حسابي 1,60 باتجاه منخفض وبانحراف معياري 0,771، مما يوضح أن أفراد العينة أجابوا على هذه العبارة بالموافقة كأعلى نسبة قدرت بـ 57,5% مقارنة بأفراد العينة الذين أجابوا بنسبة أقل على الاتجاه غير موافق بنسبة 17,5%، مما تبين أن للشباب رغبات وميولات سعت شبكات التواصل الاجتماعي إلى تحقيقها،

فالتواصل مع الأصدقاء والأقارب من خلال شبكات التواصل الاجتماعي، يساعد الشخص على توطيد علاقاته الاجتماعية من خلال التهنئة بالمناسبات والنجاح وبث كلمات المودة والتعبير عن المكنونات وغيرها، وقد أثبتت الدراسات أن التواصل من خلال شبكات التواصل الاجتماعي يساعد على

تدعيم التواصل وجها لوجه مع الأصدقاء والأقرباء[1].

فالتثاقف الإيجابي يتطلب منا أن نتواصل مع كافة المجتمعات، لأنه قد يتيح فرصا جد قيمة تعزز من صلابة رابطة الأخوة والصداقة والحوار، وعلى هذا الأساس ذكر **الله سبحانه وتعالى** في **الآية الكريمة** في قوله: "يا أيها الناس إنا خلقناكم من ذكر وأنثى وجعلناكم شعوبا وقبائل لتعارفوا إن أكرمكم عند الله أتقيكم إن الله عليم خبير"[2].

ولكن يجب الحذر ثم الحذر من ما يسوق داخل هذه العلاقات الاجتماعية، التي قد تتنافى مع القيم الإسلامية التي بطبيعة الحال ننتمي إليها، لأننا في وقتنا الحالي نشهد العديد من الظواهر قد كثرت بسبب ما يأتي من الهيمنة الغربية كانحلال أخلاقي ومجتمعي لا يمد بأية صلة للإسلام والمجتمع، ولكن لا ننسى أنه يمكن أن تمدنا هذه الصدقات قدرات معرفية وعلمية لم نشهدها في مجتمعنا.

وهذا ما أكدته الباحثة **حسيبة لولي** في مقالها **الثقافة الرقمية في وسط الشباب** أن "ثقافة الشباب تتطور داخل الجماعات الصداقة غير الرسمية والتي تقوم أساسا على العلاقات الاجتماعية التلقائية الأولية هي بمثابة وسيلة غير رسمية تحظى بالقبول العام للتنشئة الذاتية للشباب ...، فإن الدراسات الحديثة كشفت عن أن هذه الجماعات الأولية تنتشر في المجتمع في مجالات متنوعة وتحدث تأثيرا ملموسا في موقف الفرد واتجاهاته سواء في مجال العمل أو الدراسة أو قضاء وقت الفراغ"[3]، حيث تحررهم من العديد من القواعد والقوانين التي قد تكون في الواقع أمرا سلبيا وافتراضيا أمرا غير سلبيا هذا من جهة ومن جهة أخرى قد يساعدهم الأجانب في اكتساب لغات جديدة أو أفكار لم يكونوا على دراية بها وتعليمهم مهارات الحوار من جهة أخرى، وكذلك شعور الأفراد بأنهم قريبي المسافة عند تبادل أطراف الحديث مع الأشخاص الآخرين، مما قد يقعون في تثاقف عفوي وليس قصري كما كان الحال سابقا في زمن الحقبة الاستعمارية.

– أظهرت نتائج **العبارة رقم (15)** أن "أتاحت لي شبكات التواصل الاجتماعي استخدام الرموز والأيقونات للتعبير عن المشاعر والأفكار ذات البعد العالمي"، قد حظيت بمرتبة متوسطة مقارنة بالعبارات الأخرى في المحور الثالث المتعلق بالآثار الإيجابية للتثاقف بمتوسط حسابي 1,36 باتجاه منخفض، وبانحراف معياري 0,696، حيث تبين أن نسبة أفراد العينة أجابوا بالموافقة بنسبة قدرت بـ 76,7% كأعلى نسبة، بينما سجلت أدنى نسبة 12,5% لصالح المبحوثين الذي أجابوا بغير موافق، وعلى هذا الأساس تبين أن أفراد العينة يستخدمونها بدرجة كبيرة من أجل تقليص كثرة الكلام واختصارها في رمز تعبير عن الحالة

[1] – **شبكات التواصل الاجتماعي – منصات للحرب الأمريكية الناعمة –**، المرجع السابق، ص57.

[2] – **سورة الحجرات**، الآية 13.

[3] – حسيبة لولي، الثقافة الرقمية في وسط الشباب، **مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية**، العدد 29، جوان 2017، ص67

التي يشعر بها الأفراد في ذلك الموقف، حيث يتداولها الأفراد فيما بينهم عبر شبكات التواصل الاجتماعي كونها تحاكي واقعهم كعلامات الطقس والوجه والمأكل والمشرب ووضعيات الجلوس والمحبة وغيرها من الرموز والعلامات، كعلامة الإعجاب أو وضع قلب أو مزهرية مثلا، وبالتالي يمكن القول أنها أزاحت عبئا كبيرا على المستخدم في كتابة تعليق، حيث وحدت العالم حول هاته الرموز وبالإمكان أن يفهمها كل إنسان من ذوي ثقافات مختلفة سواء من الشمال إلى الجنوب أو من الشرق إلى الغرب.

وهذا ما يؤكد قولنا عندما ذكرت الباحثة **رادية شيخي** في هذا الصدد "أن الرموز التعبيرية لا تحتاج إلى شرح أو تفسير فمعناها متفق عليه بين جميع الناس والعلاقة فيها بين الدال (الرمز التعبيري) والمدلول (المعنى) تلازمية ترابطية"[1]، إلا أن هذا الفعل قد يفقد للإنسان مع مرور الوقت كيفية وطريقة التعبير بالكلام ولا يستطيع أن يتفوه بكلمة تجاه ما يحدث، وهذا راجع لكثرة استعماله للرموز والأيقونات التعبيرية، واضافة إلى ذلك يتضح وجود عنصر التوحيد في هذه الرموز الذي يمكن القول بأنه اقتادنا شخص واحد مسيطر على عالم شبكات التواصل الاجتماعي، أي ما يعاب علينا أننا أصبحنا مجتمع استهلاكي فقط لا نبحث من أجل ماذا سربت لنا هذه الطرق التعبيرية.

– أوضحت **العبارة رقم (1)** في الجدول أعلاه أن "فتحت لي المنشورات الثقافية عبر شبكات التواصل الاجتماعي المجال للتعرف على أنماط الحياة وآفاق العمل"، تحصلت على المرتبة الأخيرة في آثار التثاقف الإيجابي، بمتوسط حسابي 1,13 باتجاه متوسط، وبانحراف معياره قدره 0,429، حيث حظيا اتجاه الموافقة بنسبة 90% كأعلى نسبة أجابا عليها أفراد العينة، بينما حظيت أدنى نسبة بـ 3,3% باتجاه غير موافق حسب وجهتهم، وهذا ما يظهر أن لشبكات التواصل الاجتماعي إمكانية فعالة في مساعدة أفراد المجتمع في الحصول على كافة الأخبار المتعلقة بالعمل وأنماط الحياة والتوظيف، وكذا في التعرف على وسائل حديثة تستخدم في مجال العمل.

ومن خلال هذا الطرح تبين أن لمركز الدراسات قول في ذلك يظهر في قولهم: "تساعد وسائل التواصل على إيجاد منصة لعرض السير الذاتية، والإعلان عن الهوية والكفاءة، فقد بينت دراسة حسب تقرير الأهرام أن ما نسبته 89% من الشركات تبحث عن موظفين جدد عبر موقع (لينكد إن)، و26% من الباحثين يحصلون على وظائف من خلال (فايسبوك)، بينما 15% يستطعون الحصول على وظائف

[1] – رادية شيخي، **لسان التواصل لدى الشباب في الشبكات الاجتماعية في المجتمع الجزائري – دراسة ميدانية –**، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه الطور الثالث في علوم الإعلام والاتصال، تخصص: اتصال سياسي واجتماعي، قسم علوم الاتصال، كلية علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر 3، الجزائر، 2019 – 2020.

من خلال (تويتر)، وقد أثبتت النتائج أن نسبة الباحثين عن العمل من خلال (فايسبوك) تقدر بما نسبته 52%، و38% من خلال موقع (لينكد إن)، و34% فقط من خلال موقع (تويتر)[1].

وبالنسبة للعبارة ككل التي اختارها المبحوثون نراها تجسدت بشكل كلي في آثار التثاقف على سلوكيات الأفراد حيث غرست فيهم قيم جديدة تمتاز بالانصياع لثقافات دخيلة على المحيط الاجتماعي، وهذا الفضل راجع إلى شبكات التواصل الاجتماعي التي تتيح فرصة النشر من قبل الأفراد سواء كانت إعلانات أو فيديوهات أو بث مباشر، ومثالنا على ذلك ما يقوم به الصينيون والأمريكيون من نشر لفرص العمل وفيديوهات تحاكي واقعهم الذي يسوقون له عبر هذا الوسيط، لأنهم لاحظوا ودرسوا مختلف التصورات التي يتماشى بها الشباب كونهم بؤرة النشر للقيم الثقافية والاجتماعية ليصبح من السهل إدماجهم في قيم الثقافات الغربية والشرقية التي تعزز من التبادل الثقافي.

[1] – **شبكات التواصل الاجتماعي – منصات للحرب الأمريكية الناعمة –**، المرجع السابق، ص59.

ثانيا: تحليل وتفسير بيانات الدراسة حسب متغيرات الدراسة:

1- تحليل وتفسير نتائج عادات وأنماط الاستخدام وآليات ومعايير متابعة المبحوثين للمواضيع الثقافية عبر شبكات التواصل الاجتماعي من كلية الآداب واللغات بجامعة بسكرة.

- جدول رقم (29): يوضح أكثر شبكات التواصل الاجتماعي متابعة من قبل المبحوثين.

المتغيرات	الإجابات	أكثر شبكات التواصل الاجتماعي متابعة من قبل المبحوثين				المجموع
		الفايسبوك	انستغرام	تويتر وواتساب	يوتيوب	
الجنس	ذكر	ك 33	14	10	20	41
		% 80,50%	34,10%	24,40%	48,80%	100%
	أنثى	ك 55	51	12	53	79
		% 69,60%	64,60%	15,20%	67,10%	100%
المجموع		ك 88	65	22	73	120
		% 73,3%	54,2%	18,3%	60,8%	100%
السن	من 20 إلى 25 سنة	ك 50	39	9	46	69
		% 72,50%	56,50%	13,00%	66,70%	100%
	من 26 إلى 30 سنة	ك 18	15	5	15	26
		% 69,20%	57,70%	19,20%	57,70%	100%
	من 31 سنة فما فوق	ك 20	11	8	12	25
		% 80,00%	44,00%	32,00%	48,00%	100%
المجموع		ك 88	65	22	73	120
		% 73,3%	54,2%	18,3%	60,8%	100%
القسم	قسم الآداب واللغة العربية	ك 46	28	10	36	57
		% 80,70%	49,10%	17,50%	63,20%	100%
	قسم الآداب واللغة الفرنسية	ك 14	12	6	10	22
		% 63,60%	54,50%	27,30%	45,50%	100%
	قسم الآداب واللغة الإنجليزية	ك 28	25	6	27	41
		% 68,30%	61,00%	14,60%	65,90%	100%
المجموع		ك 88	65	22	73	120
		% 73,3%	54,2%	18,3%	60,8%	100%
مكان الإقامة	المدينة	ك 60	44	14	53	77
		% 77,90%	57,10%	18,20%	68,80%	100%
	الريف	ك 28	21	8	20	43
		% 65,10%	48,80%	18,60%	46,50%	100%
المجموع		ك 88	65	22	73	120
		% 73,3%	54,2%	18,3%	60,8%	100%

تبرز لنا البيانات الموضحة في **الجدول رقم** (29) أعلاه والمتعلقة بمتغير الجنس، أنه يوجد تقارب في نسب متابعة المبحوثين لشبكة الفايسبوك كمصدر للمتابعة، حيث وزعت على نسبة 80,50% من الذكور ونسبة 69,60% من الإناث، ونجد كذلك تقارب أيضا في تفضيل المبحوثين لشبكة اليوتيوب كمصدر للمتابعة، مبررة في نسبة 67,10% من الإناث ونسبة 48,80% من الذكور، بينما أتت نسب قليلة جدا من كلا الجنسين في متابعتهم لباقي الشبكات وذلك راجع إلى عدم استيعابهم واهتمامهم لهذه الشبكات، فحاولوا أن يكتفوا بتلك الشبكات التي تطرقنا إليها سابقا.

ويمكن تفسير ذلك باكتفاء الذكور بمتابعة شبكة الفايسبوك لاحتوائه على كامل المزايا التي تتوفرها باقي التطبيقات، وللخواص التقنية فيها التي تستجيب لتطلعات الجنسين واهتماماتهم.

أما فيما يخص متغير السن نلاحظ وجود تشابه كبير في نسب أصحاب العينة من الفئات العمرية الثلاث الذين تتراوح أعمارهم ما بين 20 و25 سنة وما بين 26 و30 سنة وما بين 31 سنة فما فوق، إذ أن نسبة 72,50% من الفئة الأولى ونسبة 69,20% من الفئة الثانية ونسبة 80,00% من الفئة الثالثة يتابعن شبكة الفايسبوك كمصدر لتلقي كافة المعلومات الثقافية، وكذلك يوجد تشابه في نسب أصحاب العينة من الفئتين العمريتين الأولى والثالثة في متابعتهم لشبكة اليوتيوب معتمدين على الفيديوهات كمصدر صدق لاكتساب معلومات ثقافية، مبررة في نسبة 66,70% للفئة الأولى ونسبة 48,00% للفئة الثالثة، في حين أن الأمر يختلف لدى للفئة الثانية بنسبة 57,70% منهم يحبذون متابعة الأنستغرام في تلقيهم للمعلومات الثقافية.

وعلى هذا الأساس يمكن تفسير ذلك في أن المتابعون مهما ازدادوا تقدما في السن فإن مؤسس هذه الشبكات يعملون على جذبهم نحوها بتوفير كل ما يحتاجونه لتلبية رغباتهم والتي يمكن أن تؤثر عليهم بطريقة مقصودة أو غير مقصودة في اكتساب أشياء قد تساعدهم في التغلب على مشاغل الحياة بأساليب مبتكرة أو تهدم قيمهم وتوقعهم في انحلال اجتماعي وأخلاقي وفق ما تنص عليه القوانين الإسلامية الشرعية والعادات والتقاليد والأعراف المتفق عليها داخل المجتمع.

وتشير نتائج الدراسة المتعلقة بمتغير القسم كذلك إلى أن وجود تقارب في نسب أصحاب الأقسام (قسم الآداب واللغة العربية و قسم الآداب واللغة الفرنسية وقسم الآداب واللغة الإنجليزية)، إذ أن نسبة 80,70% من الفئة الأولى ونسبة 63,60% من الفئة الثانية ونسبة 68,30% من الفئة الثالثة يتابعن شبكة الفايسبوك كمصدر لتلقي كافة المعلومات الثقافية، وكذلك يوجد تشابه في نسب أصحاب العينة من الفئتين العمريتين الأولى والثالثة في متابعتهم لشبكة الأنستغرام مستعينين به كمصدر صدق لاكتساب

معلومات ثقافية، مبررة في نسبة 49,10% للفئة الأولى ونسبة 61,00% للفئة الثالثة، في حين أن الأمر يختلف لدى للفئة الثانية بنسبة 45,50% منهم يحبذون متابعة اليوتيوب في تلقيهم للمعلومات الثقافية.

وتحيلنا النتيجة المتوصل إليها إلى أن كلا من الأقسام الثلاثة هم أكثر قربا من هذه الوسائط التكنولوجية التي تمكنهم من الاستفادة منها بشتى الطرق التي تزيد من ثرائهم المعرفي من خلال ما تعرضه عبر شبكات التواصل الاجتماعي من موضوعات الثقافية قد تحيلهم إلى ما يصطلح عليه بالتثاقف مستقبلا سواء كان إيجابيا أو سلبيا حسب طبيعة ونظرة الشباب لما يتابعونه عبر هذه الشبكات.

كما تشير نتائج متغير مكان الإقامة إلى أن نسبة 77,90% من سكان المدينة ونسبة 65,10% من سكان الريف يفضلون متابعة شبكة الفايسبوك كونها تتمتع بسهولة الاستخدام وتتميز بكل الصفات الموجودة في باقي الشبكات، ومعتبرينها ذات طابع عالمي مشهور من قبل الجمهور يلبي كافة رغباتهم حسب وجهة نظر المبحوثين، في حين أننا نلاحظ نسبة 68,80% من المبحوثون المقيمون في المدينة يتابعون شبكة اليوتيوب في تلقيهم للمعلومات الثقافية، إلا أن نسبة 48,80% من سكان الريف يتابعون شبكة الأنسغرام كمصدر لعملية التلقي، بينما نجد انخفاض في نسب المتابعة من قبل سكان المدينة وسكان الريف والتي لا تتجاوز 19% من متابعة شبكة تويتر والواتساب، كونه لا يلبي احتياجاتهم وخاصة أنهم في فترة دراسة لا يتم استخدامه بشكل كبير.

وعليه نفسر هذه النتيجة بأن المتابعون لشبكة التويتر والواتساب من سكان المدينة والريف هم أكثر واعيا بما يدور في هذه الشبكات معتمدين على تطبيقات ذات مصداقية تنقل لهم كافة المعلومات بكل ثقة، لأننا أصبحنا في واقعنا اليوم نشاهد أخبار ومعطيات مزيفة توقع المتابعين في قانون المد والجزر.

- جدول رقم (30): يوضح عدد الساعات التي يقضيها المبحوثين في متابعة شبكات التواصل الاجتماعي.

المتغيرات	الإجابات		عدد الساعات التي يقضيها المبحوثين في متابعة شبكات التواصل الاجتماعي			المجموع
			أقل من ساعة	من ساعة إلى 3 ساعات	أكثر من 3 ساعات	
الجنس	ذكر	ك	2	21	18	41
		%	4,90%	51,20%	43,90%	100%
	أنثى	ك	5	33	41	79
		%	6,30%	41,80%	51,90%	100%
المجموع		ك	7	54	59	120
		%	5,8%	45%	49,2%	100%
السن	من 20 إلى 25 سنة	ك	2	32	35	69
		%	2,90%	46,40%	50,70%	100%
	من 26 إلى 30 سنة	ك	3	9	14	26
		%	11,50%	34,60%	53,80%	100%
	من 31 سنة فما فوق	ك	2	13	10	25
		%	8,00%	52,00%	40,00%	100%
المجموع		ك	7	54	59	120
		%	5,8%	45%	49,2%	100%
القسم	قسم الآداب واللغة العربية	ك	2	27	28	57
		%	3,50%	47,40%	49,10%	100%
	قسم الآداب واللغة الفرنسية	ك	2	8	12	22
		%	9,10%	36,40%	54,50%	100%
	قسم الآداب واللغة الإنجليزية	ك	3	19	19	41
		%	7,30%	46,30%	46,30%	100%
المجموع		ك	7	54	59	120
		%	5,8%	45%	49,2%	100%
مكان الإقامة	المدينة	ك	5	37	35	77
		%	6,50%	48,10%	45,50%	100%
	الريف	ك	2	17	24	10
		%	4,70%	39,50%	55,80%	100%
المجموع		ك	7	54	59	120
		%	5,8%	45%	49,2%	100%

تفحصا للأرقام المسجلة في **الجدول رقم (30)** تبين لنا أن وجود فوارق في النسب من أفراد العينة من الجنسين الذين يتابعون شبكات التواصل الاجتماعي، حيث أن نسبة 51,90% من الإناث يستغرقن أكثر من ثلاث ساعات في المتابعة إلا أن نسبة 51,20% من الذكور يستغرقون ساعة إلى ثلاث ساعات كأقصى تقدير في متابعتهم لشبكات التواصل الاجتماعي، في حين نجد تشابه كبير في نسب أفراد العينة من كلا الجنسين الذين يتابعون هذه الشبكات بأقل من ساعة بنسبة لا تتعدى 6% من قبلهم.

ويمكن تفسير ذلك على وجود متسع من الوقت لدى الإناث لتلقي كافة المعلومات الثقافية مما شكل لديهم حافزا ورغبة في متابعتها بنسبة أكثر على عكس الذكور الذين يتابعون مضامين هذه الشبكات بنسبة متوسطة وذلك راجع إلى ارتباطهم بأمور أخرى تلهيهم عن المتابعة كالخروج إلى المرافق العامة وحملهم للمسؤوليات العائلية.

ويوضح الجدول أعلاه الذي يتعلق بمتغير السن أنه يوجود تشابه كبير في نسب أصحاب الفئتين ما بين 20 و25 سنة وما بين 26 و30 سنة، حيث أن نسبة 50,70% من الفئة الأولى ونسبة 53,80% من الفئة الثانية يتابعون شبكات التواصل الاجتماعي أكثر من ثلاث ساعات، ونسبة لا تتجاوز 11% من الفئات الأولى والثانية والثالثة في متابعتهم لهذه الشبكات بأقل من الساعة على الأكثر، وهذا راجع إلى أنهم لا يملكون الوقت الكافي للإطلاع والمتابعة، بينما الأمر يختلف لدى الفئة الثالثة الأكبر سنا فإن نسبة 52,00% منهم يتابعونها من ساعة إلى ثلاث ساعات.

كما يمكن تفسير هذه النتائج المتعلقة بالحجم الساعي الذي يستغرقه الشباب الأكبر سنا في المتابعة لمضامين شبكات التواصل الاجتماعي بأقل من ساعة، وهذا ما يدل على أنهم أكثر وعيا بما يدور حول المشهد الإعلامي والثقافي على عكس الفئات العمرية الأخرى الذين يتابعونها بأكثر من ثلاث ساعات، وهذا ما نرجعه إلى انشغالهم الدائم فيما تنتجه هذه الشبكات من محتويات ومضامين، ما أفضى ذلك بالتأثير عليهم خاصة في علاقاتهم الاجتماعية.

أما فيما يخص متغير القسم يتضح أنه وجود تشابه كبير في نسب أصحاب الفئتين من قسم الآداب واللغة العربية ومن قسم الآداب واللغة الفرنسية، حيث أن نسبة 49,10% من الفئة الأولى ونسبة 54,50% من الفئة الثانية يتابعون شبكات التواصل الاجتماعي أكثر من ثلاث ساعات، ونسبة ضئيلة لا تتجاوز 9% من الفئتين الأولى والثانية في متابعتهم لهذه الشبكات بأقل من الساعة، إلا أن الأمر يختلف لدى الفئة الأكبر سنا فإن نسبة 46,30% منهم يتابعونها من ساعة إلى ثلاث ساعات.

ويمكن تفسير هذه النتائج أن حصول أفراد العينة على متسع من الوقت يسمح لهم باكتساب المعارف الثقافية والتعرف كذلك على مختلف الثقافات مما قد ينعكس على سلوكياتهم ويصبح الشباب متثاقفين فيما بينهم نتيجة هذه المتابعة الفائقة.

كذلك الأمر بالنسبة لمتغير مكان الإقامة الموضح في الجدول أعلاه أن نسبة عالية من المبحوثين المقيمون في الريف يستغرقون في متابعتهم لشبكات التواصل الاجتماعي أكثر من ثلاث ساعات حسب تقديرهم بنسبة 55,80%، إلا أن المبحوثون المقيمون في المدينة يستغرقون من ساعة إلى ثلاث ساعات في متابعتهم لمضامين شبكات التواصل الاجتماعي بنسبة قدرها 48,10%، بينما سجل اتفاق من قبل المبحوثين المقيمون في المدينة والريف نسبة لا تتجاوز 6% في استغراقهم لمتابعة ما تحتويه هذه الشبكات.

ويلاحظ من هذه النتائج ارتفاع معدل الحجم الساعي الذي يخصصه الشباب من المقيمون في الريف المتابعين لشبكات التواصل الاجتماعي، الذي قد يؤدي بهم إلى الكسل والإدمان عليها، مما يدخلهم في أزمات نفسية واجتماعية في المحيط الذين يعيشون فيه، على عكس المقيمون في المدينة الذين يظهرون بأنهم يتحملون مسؤوليات أخرى تشغلهم على متابعة مثل هذه الشبكات لساعات أطول.

وكما ذكرت الباحثة **سهام بوقلوف** أن "تفسير تنامي مدة الاستخدام لشبكات التواصل الاجتماعي والفايسبوك خصوصا إلى ما يوفره الموقع من ميزات وخصائص تشعر الشباب بالمتعة من خلال الإعجابات التي يتم الحصول عليها جراء تعليق جديد أو صورة جميلة أو حدث أو محادثة، ما يجعل عامل الوقت يلغى نتيجة الاستغراق في الاستخدام والمتابعة، ولعل هذا الوضع قد ينبئ بالإدمان على هذه المواقع شيئا فشيئا فكلما تضاعف استخدام الفرد لشبكات التواصل الاجتماعي كلما زاد إرتباطه وشعوره بالرضا أكثر، سيما إهمال الكثيرين لواجباتهم في الواقع، ما ينجم عنه اغتراب الفرد المستخدم داخل بيئته الواقعية وانعزاله اجتماعيا لصالح الجماعات الإفتراضية"[1].

[1] – سهام بوقلوف، المرجع السابق، ص391.

- جدول رقم (31): يوضح تفضيل المبحوثين للغة الأكثر تفاعلا عبر شبكات التواصل الاجتماعي.

المتغيرات		الإجابات	تفضيل المبحوثين للغة الأكثر تفاعلا عبر شبكات التواصل الاجتماعي					المجموع
			العربية	الفرنسية	الإنجليزية	مزيج بين الكل	مزيج بين البعض منها	
الجنس	ذكر	ك	12	6	4	9	10	41
		%	29,30%	14,60%	9,80%	22,00%	24,40%	100%
	أنثى	ك	25	11	5	18	20	79
		%	31,60%	13,90%	6,30%	22,80%	25,30%	100%
المجموع		ك	37	17	9	27	30	120
		%	30,8%	14,2%	7,5%	22,5%	25%	100%
السن	من 20 إلى 25 سنة	ك	24	8	5	14	18	69
		%	34,80%	11,60%	7,20%	20,30%	26,10%	100%
	من 26 إلى 30 سنة	ك	6	7	1	5	7	26
		%	23,10%	26,90%	3,80%	19,20%	26,90%	100%
	من 31 سنة فما فوق	ك	7	2	3	8	5	25
		%	28,00%	8,00%	12,00%	32,00%	20,00%	100%
المجموع		ك	37	17	9	27	30	120
		%	30,8%	14,2%	7,5%	22,5%	25%	100%
القسم	قسم الآداب واللغة العربية	ك	30	4	1	10	12	57
		%	52,60%	7,00%	1,80%	17,50%	21,10%	100%
	قسم الآداب واللغة الفرنسية	ك	1	7	0	6	8	22
		%	4,50%	31,80%	0,00%	27,30%	36,40%	100%
	قسم الآداب واللغة الإنجليزية	ك	6	6	8	11	10	41
		%	14,60%	14,60%	19,50%	26,80%	24,40%	100%
المجموع		ك	37	17	9	27	30	120
		%	30,8%	14,2%	7,5%	22,5%	25%	100%
مكان الإقامة	المدينة	ك	29	11	4	18	15	77
		%	37,70%	14,30%	5,20%	23,40%	19,50%	100%
	الريف	ك	8	6	5	9	15	43
		%	18,60%	14,00%	11,60%	20,90%	34,90%	100%
المجموع		ك	37	17	9	27	30	120
		%	30,8%	14,2%	7,5%	22,5%	25%	100%

يشير هذا **الجدول رقم (31)** إلى مجموع المعطيات التي تظهر إجابات المبحوثين حول اللغة التي يتفاعل بها المبحوثون أكثر عبر شبكات التواصل الاجتماعي، وقد أظهرت النتائج المتوصل إليها وحسب ما أدلى به المبحوثون أن وجود تشابه كبير في النسب من الجنسين من ناحية تفاعلهم باللغة العربية عبر شبكات التواصل الاجتماعي، موزعة على نسبة 31,60% من الإناث ونسبة 29,30% من الذكور، ونجد تقارب في نسب الإناث الذكور بنسبة لا تتجاوز 25% في ما يقومون به من مزج لبعض اللغات ليحققوا تفاعلا عبر هذا الوسيط، إلا أننا نشهد نسب ضئيلة جدا في اللغة الإنجليزية من كلا الجنسين باعتبارها لا تدخل دائرة اهتماماتهم، وأيضا هذا راجع إلى طبيعة المجتمع الذين يتواجدون فيه.

ونستنتج أنه كلما كان الجنسين يتفاعلون أكثر باللغة العربية عبر شبكات التواصل الاجتماعي كلما زادا رفضهم في التفاعل باللغات الموازية.

ونفسر ذلك في أن اللغة العربية هي اللغة الأم التي أكتسبها أفراد العينة (الشباب) منذ الصغر في أرض الواقع، مما أودى بهم أن يقوموا بتجسيد هذا الفعل افتراضيا من خلال ما يظهرونه المتابعين لشبكات التواصل الاجتماعي من تفاعلات تبرز ثقافتهم، على عكس الفئات الذين اكتسبوا لغات غير اللغة العربية التي تظهر من خلال تفاعلاتهم الموجودة في التعليقات والمحادثات الإلكترونية عبر شبكات التواصل الاجتماعي.

ويلاحظ كذلك من خلال الجدول أعلاه أن أفراد العينة من الفئات العمرية الثلاث (من 20 إلى 25 سنة ومن 26 إلى 30 سنة ومن 31 سنة فما أكثر) أوضحوا اختلافا في النسب، حيث أن نسبة 34,80% من الفئة الأولى يستخدمنا اللغة العربية في تفاعلهم ونسبة 28,00% من الفئة الثانية يستخدمنا في تفاعلهم أكثر عبر شبكات التواصل الاجتماعي باللغة الفرنسية ونسبة 32,00% من الفئة الثالثة يستخدمنا في تفاعلهم أكثر بالمزج بين الكل داخل هذه الشبكات، وذلك راجع إلى قدرة وتمكن أفراد العينة بمخاطبة كافة المتفاعلين داخل شبكات التواصل الاجتماعي بأي لغة يشاؤون، ونسبة لا تتجاوز 27% من الفئتين الأولى والثانية منهم يعتمدون في تفاعلهم على المزج بين بعض من اللغات في شبكات التواصل الاجتماعي، بينما يختلف الأمر لدى الفئة العمرية الأكبر سنا التي أتت بنسبة 28,00% منهم باللغة العربية.

ونستنتج أنه كلما زادا الشباب تقدما في السن كلما أتيحت لهم الفرصة في اكتساب لغات أخرى.

ويمكن تفسير ذلك في أن الشباب يجيدون تعلم لغات جديدة ولكنهم في الأخير يرجعون إلى لغتهم الأم التي يعتزون بها، بعدما يتم المداومة عليها في الدراسة ومكان العمل ومع الأفراد الذين يتواصلون معهم عبر هذه الشبكات، يزدادون تحفيزا وتأكيدا على أن اللغة العربية هي مرجعهم الأساسي بدليل ما هو

موضح في القرآن والسنة، على عكس الشباب الذين يستخدمون لغة موازية في تفاعلاتهم عبر شبكات التواصل الاجتماعي، حيث فرضت هذه الأخيرة مفردات غير سوية ممزوجة برموز وأحرف غير عربية على من يستخدمون هذه التطبيقات وسوقت لهم، فيمكن أن تشعر المتابعين أو المستخدمين لهذه التطبيقات بحالة من الاغتراب الذي يدفعهم إلى الخروج ضد النظام الثقافي اللغوي.

أما فيما يخص متغير القسم نلاحظ وجود فوارق في نسب كل الفئات، حيث فضل قسم الآداب واللغة العربية التفاعل باستخدام اللغة العربية بنسبة 52,60%، والتي مثلت أكبر النسب مقارنة بالفئات الأخرى، في حين ترجع نسبة 36,40% من المبحوثين من قسم الآداب واللغة الفرنسية إلى ما يفضلونه من مزج لبعض اللغات، أما بالنسبة لقسم الآداب واللغة الإنجليزية فإنهم يتفاعلون بطريقة المزج بين الكل بنسبة 26,80% على شبكات التواصل الاجتماعي، بينما اتفق المبحوثون من قسم الآداب واللغة العربية و قسم الآداب واللغة الفرنسية أن استخدام اللغة الإنجليزية غير محبذة تماما، لأن نسبتهم تكاد تنعدم لا تتجاوز 2%، لكن الأمر يختلف لدى قسم الآداب واللغة الإنجليزية بنسبة تعتبر أكبر تقديرا، حيث قدرت بـ 14,60% منهم يفضلون التفاعل باللغة الفرنسية في شبكات التواصل الاجتماعي.

ونستنتج من خلال هذا الطرح أنه كلما زادا انتماء المبحوثين لتخصصهم كلما زادا تفاعلهم عبر شبكات التواصل الاجتماعي.

ويتضح من خلال هذا التفسير أن المتابعين يطبقون ما يكتسبونه في أرض الواقع على الشبكات الافتراضية، وذلك في أن المبحوثون من قسم الآداب واللغة العربية يبدون اهتماما عال لما يدرسونه بشكل خاص، على عكس المبحوثين من القسمين الآخرين، وهذا راجع إلى ما اكتسبوه في فترة دراستهم التي امتدت قرابة الخمس سنوات أو أكثر من ذلك، بمعنى أنه من كثرة متابعة المضامين الأجنبية والمتنوعة كادت أن تفقدهم هويتهم ولغتهم الأم، وهذا ما يوضح بدرجة كبيرة تأثير اللغة داخل المجتمع أو البيئة التي يعيش فيها الفرد.

ويتضح كذلك من خلال هذا الجدول المتعلق بمتغير مكان الإقامة أن وجود فوارق لدى أفراد العينة المقيمين من سكان المدينة وسكان الريف، ويتضح ذلك في أن سكان المدينة يتفاعلون مع المضامين والموضوعات باللغة العربية بنسبة 37,70%، إلا أن سكان الريف يتفاعلون بالمزج بين البعض من اللغات بنسبة 34,90%، في حين أننا نلاحظ تقاربا في نسب إقامة أفراد العينة الذين يتفاعلون باللغات ككل عبر شبكات التواصل، وهذا ما أكدته نسبة 23,40% من سكان المدينة ونسبة 20,90% من سكان الريف ونجد أيضا تشابها في نسب إقامة المبحوثين الذين يتفاعلون باللغة الفرنسية، وذلك بنسبة لا تتعدى 14% لكل الفئتين، والتي تعد من بين النسب الضئيلة المتفاعل بها عبر شبكات التواصل الاجتماعي.

وعلى هذا الأساس يمكننا تفسير ذلك بأن المبحوثين لا يبدون رغبة في تقبل اللغات الأجنبية كمصدر أساسي يتابعون به شبكات التواصل الاجتماعي، وهذا يرجع إلى قدرة توضيح المتابعين لبعضهم البعض مختلف الأفكار التي تزيل كل شوائب والأفكار غير المقصودة التي تنتشر كشائعات تهدم كيان المجتمعات، على عكس المبحوثين الذين يفضلون اللغة العربية التي كمصدر أساسي باعتبارها لغة الإسلام التي تعبر عن أهم عامل لإحياء الثقافة العربية في وسط الكم الهائل من لغات العالم التي تحتويها شبكات التواصل الاجتماعي من كافة الأجناس.

وتعد اللغة العربية هي وعاء الثقافة العربية ومنبت هويتها وثباتها خاصة في وجه الحملات التي تسعى منذ الأزل لطمس اللغة العربية وجعلها تنصهر ضمن بوتقة اللغة الفرنسية خاصة في الحقبة الاستعمارية، فتفضيل الشباب الجامعي اللغة العربية أمر يستحق الثناء على هذه الفئة [1].

وبالتالي فاللغة نسق من العلامات نعده ذا قيمة ثقافية لأن المتحدثين يعبرون عن هويتهم وهوية الآخرين من خلال استخدامهم للغة، فهم يرون أن استخدامهم للغتهم رمزا لهويتهم الاجتماعية ومنع استخدامها رفض لهويتهم الاجتماعية وثقافتهم، وعليه يمكن القول أن اللغة ترمز إلى واقع ثقافي معين[2].

[1]– تومي خنساء، المرجع السابق، ص301.

[2] – كلير كرامش، مرجع السابق، ص16.

- جدول رقم (32): يوضح الأسباب التي تدفع بالمبحوثين إلى توظيف اللغة المناسبة في حواراتهم عبر شبكات التواصل الاجتماعي.

المتغيرات		الإجابات	الأسباب التي تدفع بالمبحوثين إلى توظيف اللغة المناسبة في حواراتهم عبر شبكات التواصل الاجتماعي			المجموع
			اللغة التي تحبها وتجيدها	اللغة الغالبة في التحاور على شبكات التواصل	اللغة التي أريد تعلمها من خلال التحاور	
الجنس	ذكر	ك	20	14	7	41
		%	48,80%	34,10%	17,10%	100%
	أنثى	ك	44	30	5	79
		%	55,70%	38,00%	6,30%	100%
المجموع		ك	64	44	12	120
		%	53,3%	36,7%	10%	100%
السن	من 20 إلى 25 سنة	ك	40	24	5	69
		%	58,00%	34,80%	7,20%	100%
	من 26 إلى 30 سنة	ك	11	12	3	26
		%	42,30%	46,20%	11,50%	100%
	من 31 سنة فما فوق	ك	13	8	4	25
		%	52,00%	32,00%	16,00%	100%
المجموع		ك	64	44	12	120
		%	53,3%	36,7%	10%	100%
القسم	قسم الآداب واللغة العربية	ك	36	16	5	57
		%	63,20%	28,10%	8,80%	100%
	قسم الآداب واللغة الفرنسية	ك	7	11	4	22
		%	31,80%	50,00%	18,20%	100%
	قسم الآداب واللغة الإنجليزية	ك	21	17	3	41
		%	51,20%	41,50%	7,30%	100%
المجموع		ك	64	44	12	120
		%	53,3%	36,7%	10%	100%
مكان الإقامة	المدينة	ك	40	31	6	77
		%	51,90%	40,30%	7,80%	100%
	الريف	ك	24	13	6	43
		%	55,80%	30,20%	14,00%	100%
المجموع		ك	64	44	12	120
		%	53,3%	36,7%	10%	100%

من خلال **الجدول رقم (32)** المبين أعلاه أن أفراد العينة يقرون بأن الأسباب الدافعة التي تستدعي من المبحوثين توظيف اللغة في مناقشاتهم وحواراتهم عبر شبكات التواصل الاجتماعي تعزى للغة التي يحبونها ويجيدونها وذلك باتفاق من كلا الجنسين، حيث أكدت الإناث على ذلك بنسبة عالية قدرت بـ 55,70% والذكور بنسبة قدرة بـ 48,80%، بينما اللغة الغالبة في التحاور على شبكات التواصل الاجتماعي بنسبة كان قدرها 36,7%، وزعت حسب الإناث بنسبة 38,00%، وحسب الذكور بنسبة 34,10%.

ويمكن تفسير ذلك بأن الشباب يفضلون اللغة التي يحبونها ويجيدونها في تفاعلهم على شبكات التواصل الاجتماعي مما أوضح أنهم يستخدمونها وفق إرادتهم دون إي إلزام أو فرض عليهم لأنهم يرونها أنها تسهل عليهم التواصل مع كافة الجماهير، على عكس الشباب الذين يرون أنها اللغة الغالبة في التحاور بسبب تدفق الكم المعلوماتي الذي يشاهدونه مما سمح لهم بالتقليد لتلك اللغات.

وتظهر بيانات متغير السن تماثل لدى أصحاب الفئتين الذين تتراوح أعمارهم من (20 إلى 25 سنة ومن 31 فما فوق)، حيث أضحوا بنسبة 58,00% للفئة الأولى ونسبة 52,00% للفئة الثالثة، وهذا راجع بالدرجة الأولى إلى اللغة التي يحبونها ويجيدونها في التفاعل داخل هذه الشبكات، في حين أن نسبة لا تتعدى 16% في كل الفئات من الذين يريدون تعلم اللغات من خلال تحاورهم، لكن يوجد اختلاف لدى الفئة العمرية التي يتراوح سنهم من 26 إلى 30 سنة فإن نسبة 46,20% منهم ما يرونها لغة غالبة في التحاور عبر شبكات التواصل.

وبالتالي يمكن أن نفسر ذلك من خلال أن المتابعين يميلون إلى ما يحبونه من لغة ترضيهم وترضي المتفاعلين معهم، على عكس الفئة العمرية التي تتوسط الفئات السابقة الذين وقعوا في التقليد من دون معرفة ما ينجر عنه من سلوكيات نحو هذا الفضاء.

ويتضح كذلك في متغير القسم وجود تقارب في نسب أصحاب القسمين من الفئتين (من قسم الآداب واللغة العربية وقسم الآداب واللغة الإنجليزية)، حيث أن نسبة 63,20% من الفئة الأولى ونسبة 51,20% من الفئة الثالثة أشاروا إلى اللغة التي يحبونها ويجيدونها، وكذلك يوجد تشابه لدى أفراد العينة من الفئات الثلاث (من قسم الآداب واللغة العربية ومن قسم الآداب واللغة الفرنسية ومن قسم الآداب واللغة الإنجليزية) حول تفاعلهم اللغة الغالبة في التحاور على شبكات التواصل، مبررة في نسبة 8,80% من الفئة الأولى ونسبة 18,20% من الفئة الثانية ونسبة 7,30% من الفئة الثالثة، إلا أن الأمر يختلف لدى الفئة الثانية فإن نسبة 50,00% منهم يتبعون اللغة التي يريدون أن يتعلمونها من خلال التحاور على شبكات التواصل الاجتماعي.

ويمكن تفسير ذلك أن الفئتين اللذان يحبون اللغة ويجيدونها في تفاعلهم داخل شبكات التواصل الاجتماعي، إذ يرجع ذلك إلى رغباتهم ودوافعهم في كيفية التعبير والتواصل مع الفئات والصفحات التي ينتمون إليها، على عكس الفئات التي تتفاعل من خلال ما يجدونه من لغة غالبة في التحاور من أجل أن يصبحوا متماسكين مع تلك المجموعات الإفتراضية لكي لا يخرجون من دائرة الاهتمام إلى الانعزال.

ويؤكد متغير مكان الإقامة على وجود تقارب بين نسب أصحاب سكان المدينة وسكان الريف على اللغة التي يحبونها ويجيدونها، وهذا ما أكدته نسبة 55,80% من سكان الريف ونسبة 51,90% من سكان المدينة، ونسبة لا تتجاوز 14% منهم قليلا ما يحبذون اللغة التي يريدون تعلمها من خلال التحاور عبر شبكات التواصل الاجتماعي.

ويمكن كذلك أن نفسر هذا الأمر بأن سكان المدينة والريف يفضلون كما سابقيهم من المتغيرات اللغة التي يحبونها ويجيدونها من أجل سهولة التواصل مع الآخرين، إلا أن الشباب المقيمون في المدينة والريف أظهروا سبب تفاعلهم عبر شبكات التواصل الاجتماعي من خلال ما يريدون تعلمه في طريقة التحاور من أجل الاستزادة والرفع من مستواهم الثقافي اللغوي، وذلك من خلال ما يتابعونه من صفحات وقنوات خاصة أكثر تخصص.

- جدول رقم (33): يوضح الهدف الذي أدى بالمبحوثين لاستخدام شبكات التواصل الاجتماعي.

المتغيرات / الإجابات			الهدف الذي أدى بالمبحوثين لاستخدام شبكات التواصل الاجتماعي						المجموع
			للتعارف والتواصل	المعرفة والتثقيف والمتعة	الانفتاح على العالم	للتنفيس في وقت الفراغ	التعرف على ثقافات أخرى	كلها	
الجنس	ذكر	ك	16	24	20	14	14	4	41
		%	39,00%	58,50%	48,80%	34,10%	34,10%	9,80%	100%
	أنثى	ك	14	28	19	31	15	30	79
		%	17,70%	35,40%	24,10%	39,20%	19,00%	38,00%	100%
المجموع		ك	30	52	39	45	29	34	120
		%	25%	43,3%	32,5%	37,5%	24,2%	28,3%	100%
السن	من 20 إلى 25 سنة	ك	16	27	16	26	13	26	69
		%	23,20%	39,10%	23,20%	37,70%	18,80%	37,70%	100%
	من 26 إلى 30 سنة	ك	6	11	13	10	6	3	26
		%	23,10%	42,30%	50,00%	38,50%	23,10%	11,50%	100%
	من 31 فما فوق	ك	8	14	10	9	10	5	25
		%	32,00%	56,00%	40,00%	36,00%	40,00%	20,00%	100%
المجموع		ك	30	52	39	45	29	34	120
		%	25%	43,3%	32,5%	37,5%	24,2%	28,3%	100%
القسم	قسم الآداب واللغة العربية	ك	15	22	15	19	11	22	57
		%	26,30%	38,60%	26,30%	33,30%	19,30%	38,60%	100%
	قسم الآداب واللغة الفرنسية	ك	8	8	8	9	8	3	22
		%	36,40%	36,40%	36,40%	40,90%	36,40%	13,60%	100%
	قسم الآداب واللغة الإنجليزية	ك	7	22	16	17	10	9	41
		%	17,10%	53,70%	39,00%	41,50%	24,40%	22,00%	100%
المجموع		ك	30	52	39	45	29	34	120
		%	25%	43,3%	32,5%	37,5%	24,2%	28,3%	100%
مكان الإقامة	المدينة	ك	20	32	22	29	15	28	77
		%	26,00%	41,60%	28,60%	37,70%	19,50%	36,40%	100%
	الريف	ك	10	20	17	16	14	6	43
		%	23,30%	46,50%	39,50%	37,20%	32,60%	14,00%	100%
المجموع		ك	30	52	39	45	29	34	120
		%	25%	43,3%	32,5%	37,5%	24,2%	28,3%	100%

الجدول رقم (33) أعلاه الخاص بـ "الهدف الذي أدى بالمبحوثين لاستخدام شبكات التواصل الاجتماعي" والمتعلق بمتغير الجنس، الذي يوضح أنه يوجد فروق بين أفراد العينة من الذكور الذين يتابعون شبكات التواصل الاجتماعي من أجل المعرفة والتثقيف والمتعة بنسبة 58,50%، على عكس الإناث اللواتي يهتممن التنفيس في وقت الفراغ بنسبة 39,20%، في حين يوجد تشابه في الهدف الذين يسعون من أجله المبحوثين من الذكور والإناث ألا وهو التعرف على الثقافات الأخرى من أجل إشباع رغباتهم وتحقيق أهدافهم التي يريدون الوصول إليها ، مبررة في نسبة 34,10% من الذكور ونسبة 19,00% من الإناث.

ونفسر ذلك بأن كلا الجنسين يتابعون المحتويات الثقافية عبر شبكات التواصل الاجتماعي من أجل أن يتعرفوا على ثقافات أخرى تساعدهم على إدماجها في ثقافتهم، مما قد يوقعهم هذا الأخير في تثاقف سواء كان سلبيا أو إيجابيا بسلاسة دون الشعور بالأمر، على عكس الذكور الذين يحاولون أن يصلوا إلى غاية المعرفة والتثقيف والمتعة من أجل الحصول على إشباع لرغباتهم وفضولهم.

من الملاحظ أن في متغير السن يوجد اتفاق بين الفئتين العمريتين التي تتراوح أعمارهم (من 20 إلى 25 سنة ومن 31 فما فوق)، حيث نسبة 39,10% للفئة العمرية الأولى ونسبة 56,00% للفئة العمرية الثانية منهم يحبذون المعرفة والتثقيف والمتعة في متابعتهم لشبكات التواصل الاجتماعي، إلا أن الفئة العمرية من 26 إلى 30 سنة يحبذون بدرجة كبيرة الانفتاح على العالم بنسبة 50,00%، بينما يوجد تشابه كبير في نسب الفئات العمرية الثلاث لصالح المبحوثين الذين لديهم غاية التعارف والتواصل عبر شبكات التواصل الاجتماعي، حيث تبين أن الفئتين الأولى والثانية لم تتجاوز نسبة 23% على عكس الفئة الثالثة التي تجاوزت هذه نسبة بقدر قدره 32,00%.

ونفسر هذه الأخيرة أن الشباب يجدون على شبكات التواصل الاجتماعي ضل يتميز بسهولة التعارف والتواصل مع العديد من المتابعين الذين ينتمون إلى نفس مجال اهتمامهم، وبالتالي يكونون علاقات اجتماعية معهم مما يجعلهم يستفيدون من خبرات بعضهم البعض فيما يحملنه من معارف ثقافية من كلا الطرفين.

ويتبين من خلال الجدول حسب متغير القسم أن المبحوثون من الفئتين الذين ينتميان إلى قسم الآداب واللغة العربية وقسم الآداب واللغة الإنجليزية اتفقوا على أن الهدف من المتابعة المعرفة والتثقيف والمتعة، حيث وزعت نسبة 38,60% للفئة الأولى ونسبة 53,70% للفئة الثالثة، إلا أن الفئة الثانية من قسم الآداب واللغة الفرنسية كان هدفهم التنفيس وقت الفراغ بنسبة 40,90% في إتباعهم لمضامين شبكات التواصل الاجتماعي، في حين نجد تشابه كبير بين القسمين (قسم الآداب واللغة الفرنسية وقسم

الآداب واللغة الإنجليزية) في الهدف الذين يريدون الوصول إليه والمتمثل في التعرف على ثقافات أخرى، وهذا ما أكدته نسبة 36,40% من الفئة الثانية ونسبة 24,40% من الفئة الثالثة، لكن الأمر يختلف لدى الفئة الأولى فإن نسبة 26,30% منهم من يحبذون الانفتاح على العالم في متابعتهم لمحتويات شبكات التواصل الاجتماعي.

ويمكن تفسير ذلك من خلال أن الشباب الذين يتواجدون في الفئتين الأولى والثالثة يحبون أن يتحصلوا على المعارف الثقافية التي تخص مجالهم الدراسي خاصة للتثقيف ولاكتساب كل ما هو جديد من أجل البحث والدراسة، وذلك من خلال ما ينشر عبر شبكات التواصل الاجتماعي من معلومات تخصهم ما جعلها تقتصر الوقت والجهد لهما.

أما فيما يخص متغير مكان الإقامة فإن المبحوثين من سكان المدينة والريف يتقاربون في النسب، حيث أن نسبة 41,60% من سكان المدينة ونسبة 46,50% من سكان الريف يحبذون المعرفة والتثقيف والمتعة لحقي غاياتهم، بينما يختلف الأمر بنسبة 39,50% لسكان الريف الذين يتابعون شبكات التواصل الاجتماعي من أجل الانفتاح على العالم وفق ما يرونه محققا للهدف الذي يريدون الوصول إليه وبنسبة 37,70% من سكان المدينة الذين يتابعون مضامين هذه الشبكات من أجل التنفيس في وقت الفراغ، وذلك راجع إلى ظهور نوع جديد من المحادثات التي يمكن أن تغني البشر عن صعوبة التلاقي، مما يسمح يتبادل الثقافات داخل الحيز الافتراضي نتيجة الاتصال الثقافي، وقد يكون شعوريا أو لا شعوريا يميل الفرد نتيجة عواطفه مما قد يحدث وينتهي بالفرد إلى التقليد وينتهي بتصرف قد يكون أثره محبب لدى المحيط الاجتماعي أو منفر سلبي لدى محيطه أيضا.

ويمكن تفسير ذلك أيضا في أن هذا يعود لسبب أكثر وضوحا هو حب الاطلاع والإرادة الدافعة للتعلم من قبل أفراد العينة من خلال ما يتابعونه عبر شبكات التواصل الاجتماعي من محتويات ومضامين تكسبهم أشياء جديدة، مما قد يوقعهم في تثاقف داخل المجتمع الذي يعيشون فيه.

- جدول رقم (34): يوضح الموضوعات التي يفضلها المبحوثين عبر شبكات التواصل الاجتماعي.

المتغيرات		الإجابات	الموضوعات التي يفضلها المبحوثين عبر شبكات التواصل الاجتماعي								المجموع
			ذات محتوى اقتصادي	ذات محتوى اجتماعي	ذات محتوى أكاديمي	ذات محتوى صحي	ذات محتوى رياضي	ذات محتوى ثقافي	ذات محتوى ديني	ذات محتوى سياسي	
الجنس	ذكر	ك	16	14	32	12	15	18	20	6	41
		%	39,00%	34,10%	78,00%	29,30%	36,60%	43,90%	48,80%	14,60%	100%
	أنثى	ك	21	43	40	53	16	39	41	8	79
		%	26,60%	54,40%	50,60%	67,10%	20,30%	49,40%	51,90%	10,10%	100%
المجموع		ك	37	57	72	65	31	57	61	14	120
		%	30,8%	47,5%	60%	54,2%	25,8%	47,5%	50,8%	11,7%	100%
السن	من 20 إلى 25 سنة	ك	20	31	37	37	18	31	37	7	69
		%	29,00%	44,90%	53,60%	53,60%	26,10%	44,90%	53,60%	10,10%	100%
	من 26 إلى 30 سنة	ك	7	11	20	17	5	13	12	2	26
		%	26,90%	42,30%	76,90%	65,40%	19,20%	50,00%	46,20%	7,70%	100%
	من 31 سنة فما فوق	ك	10	15	15	11	8	13	12	5	25
		%	40,00%	60,00%	60,00%	44,00%	32,00%	52,00%	48,00%	20,00%	100%
المجموع		ك	37	57	72	65	31	57	61	14	120
		%	30,8%	47,5%	60%	54,2%	25,8%	47,5%	50,8%	11,7%	100%
القسم	قسم الآداب واللغة العربية	ك	21	28	30	27	17	25	33	6	57
		%	36,80%	49,10%	52,60%	47,40%	29,80%	43,90%	57,90%	10,50%	100%
	قسم الآداب واللغة الفرنسية	ك	6	11	16	13	3	13	9	2	22
		%	27,30%	50,00%	72,70%	59,10%	13,60%	59,10%	40,90%	9,10%	100%
	قسم الآداب واللغة الإنجليزية	ك	10	18	26	25	11	19	19	6	41
		%	24,40%	43,90%	63,40%	61,00%	26,80%	46,30%	46,30%	14,60%	100%
المجموع		ك	37	57	72	65	31	57	61	14	120
		%	30,8%	47,5%	60%	54,2%	25,8%	47,5%	50,8%	11,7%	100%
مكان الإقامة	المدينة	ك	27	41	43	44	24	32	39	11	77
		%	35,10%	53,20%	55,80%	57,10%	31,20%	41,60%	50,60%	14,30%	100%
	الريف	ك	10	16	29	21	7	25	22	3	43
		%	23,30%	37,20%	67,40%	48,80%	16,30%	58,10%	51,20%	7,00%	100%
المجموع		ك	37	57	72	65	31	57	61	14	120
		%	30,8%	47,5%	60%	54,2%	25,8%	47,5%	50,8%	11,7%	100%

تكشف النتائج في هذا **الجدول رقم (34)** أعلاه أن وجود اختلاف بين المبحوثين من الجنسين للموضوعات التي يفضلنها، حيث نجد أن الذكور فضلوا متابعة المحتويات الأكاديمية بنسبة تعد هي الأكبر قدرت بـ 78,00%، حيث ارتبط هذا الجانب بدراسة المبحوثين كونهم من أكثر الفئات التي تكون دائما على الاطلاع والمتابعة للجانب العلمي ليواكبوا كل جديد ينتج، على عكس الإناث اللاتي يفضلنا متابعة المحتويات الصحية بنسبة عالية أيضا وقدرت بـ 67,10%، وهذا يوضح أن المبحوثين تأثروا بالفترة التي نحن نشهدها الآن من أوبئة من صنع البشرية وهو بالدرجة الأولى وباء كوفيد -19 مما يجعل من أفراد العينة يطلعون بشكل مكثف ودوري على كافة المحتويات المتعلقة بالجانب الصحي، بينما نجد كذلك اختلاف حسب ما أقر به أفراد العينة من الجنسين في النسب العالية من المتابعة للموضوعات المعروضة عبر شبكات التواصل الاجتماعي، حيث جاءت نسبة 48,80% من الذكور الذين يتابعون المحتويات ذات الشأن الديني، على عكس الإناث اللواتي يتابعن المحتويات ذات الشأن الاجتماعي بنسبة 54,40%، حيث تعلق هذا الجانب بكافة الأمور التي نلتمس فيها قضايا مجتمعية من العلاقات الاتصالية والأعمال الخيرية خاصة في فترة ظهور الوباء إذا ما ربطناها بالجانب الصحي، ونسبة لا تتعدى 15% من الجنسين اتفقوا أنهم لم يفضلوا متابعة المحتويات السياسية، ومن هنا يتبين أن المحتويات السياسية لم تلقى استحسانا من قبلهم، وهذا راجع إلى ما نشهده في البلاد من انفلات وصراع قد يؤدي إلى اللا استقرار، مما يؤدي بالمبحوثين إلى ضمور والابتعاد عن كل ما له علاقة بالجانب السياسي.

تظهر نتائج الجدول التي تتعلق بمتغير السن وجود اتفاق بين أفراد العينة من الفئات العمرية تتراوح أعمارهم من 20 إلى 25 سنة ومن 26 إلى 30 سنة ومن 31 سنة فما فوق، حيث أن نسبة 53,60% من الفئة الأولى ونسبة 76,90% من الفئة الثانية ونسبة 60,00% من الفئة الثالثة يتابعون المحتويات الأكاديمية التي تعرض عبر شبكات التواصل الاجتماعي، وذلك راجع لارتباطهم بفترة دراسية، ونسبة لا تتجاوز 52% من كلا الفئتين الثانية والثالثة في متابعتهم للمحتويات ذات الشأن الثقافي، لكن الأمر يختلف لدى الفئة ما بين 20 و25 سنة فإن نسبة 29,00% منهم يتابعون المحتويات ذات الشأن الاقتصادي عبر شبكات التواصل الاجتماعي،

وعليه يمكن تفسير هذا الأمر في إطار ما يشبع ويلبي اهتماماتهم مما قد يؤدي بهم إلى تعلم سلوكيات وتصرفات جديدة تكون لهم خبرة فيها يطبقونها على أرض الواقع سواء كانت إيجابية أو سلبية حسب طبيعة المتابعة لدى الأفراد.

الملاحظ كذلك بالنسبة لمتغير القسم أن أفراد العينة يتفقون في النسب التي تتعلق بالفئتين من قسم الآداب واللغة الفرنسية ومن قسم الآداب واللغة الإنجليزية، حيث جاءت نسبة 72,70% من الفئة الثانية

ونسبة 63,40% من الفئة الثالثة يتابعون المحتويات المتعلقة بالشأن الأكاديمي بنسبة تعد هي الأكبر بين النسب، إلا أن نسبة 57,90% من قسم الآداب واللغة العربية حيث تمثل الفئة الأولى من الذين يتابعون المضامين ذات الشأن الديني، في حين أن نسبة لا تتجاوز 59% من كلا الفئتين الثانية والثالثة في متابعتهم المحتويات ذات الشأن الثقافي، بينما الأمر يختلف لدى الفئة الأولى فإن نسبة 49,10% منهم يتابعون المحتويات التي تتعلق بالجانب الاجتماعي عبر شبكات التواصل الاجتماعي، وهذا يعود إلى أنها لا تدخل في دائرة اهتمامهم بنسبة كبيرة.

وبالتالي يمكن تفسير ذلك في أن الفئتين من القسمين الثاني والثالث يفضلون متابعة المحتويات ذات بعد أكاديمي لأجل التطلع أكثر حول كل جديد يظهر في دراستهم من أبحاث ودراسات علمية تنورهم وتفتح لهم آفاق للاستفادة العلمية والثقافية، إلا أن الفئة الأولى يحبذون متابعة الموضوعات الخاصة بالشأن الديني بحكم دراستهم للنقد الثقافي الإسلامي واللسانيات والنحو وغيرها.

وتشير كذلك نتائج الجدول المتعلقة بمتغير مكان الإقامة إلى أنه يوجد فوارق في نسب المتابعة لدى أفراد العينة، حيث أظهرت النسب إلى أن سكان الريف يتابعون المحتويات ذات الشأن الأكاديمي بنسبة أكبر قدرت بـ 67,40%، وسكان المدينة يتابعون المحتويات المتعلقة بالشأن الصحي بدرجة أكبر بنسبة قدرت بـ 57,10%، ونجد أن المبحوثين اختلفوا كذلك من الإقامتين على حد سواء، حيث تبين نسبة 53,20% من سكان المدينة يتابعون المحتويات ذات الشأن الاجتماعي على عكس نسبة 51,20% من سكان الريف الذين يتابعون المحتويات ذات الشأن الديني عبر شبكات التواصل الاجتماعي.

ونستنتج أنه كلما زادت متابعة سكان الريف للمحتويات الأكاديمية عبر شبكات التواصل الاجتماعي كلما زادت من سهولة اقتنائهم للمحتويات الأكاديمية التي يمكن أن تقصر لهم الجهد والوقت، وكذا كلما كان سكان المدينة أكثر قربا من المحتويات ذات الشأن الصحي كلما زادت ثقافتهم الصحية، والعكس كلما كان سكان المدينة أقل قرابة من المحتويات الصحية كلما كان وعيهم الصحي منعدما خاصة في أوقات الأزمات المتعلقة بالأوبئة الفتاكة.

وعليه يمكننا أن نفسر ذلك في أن سكان الريف يفضلون متابعة المحتويات المتعلقة بالجانب الأكاديمي عبر شبكات التواصل الاجتماعي لبعدهم عن مكان الجامعة التي يدرسون فيها، وذلك من خلال نقص النقل والمواصلات، وعلى هذا الأساس قصرت شبكات التواصل الاجتماعي الجهد والعناء لهذه الفئة من النزول إلى المدينة لقضاء حوائجهم.

ويمكن تفسير ذلك في أن انتقاء المعلومات الصحية بدرجة كبيرة من قبل سكان المدينة في شبكات التواصل الاجتماعي وانعكاس ذلك على التنافسية الإعلامية التي تشهدها المؤسسات يكمن في أن تأثر

هذه المعلومات في مخاطبة الجمهور بصورة مباشرة في حالة احتواء هاته المعلومات الصحية إثارة والخروج عن المألوف، حيث تتسم الموضوعات الصحية بالوضوح والتفسير دون الحاجة إلى التعامل معها على أنها بضاعة تنافسية متطورة مدعمة بخدمة اجتماعية.

- جدول رقم (35): يوضح مدى تفاعل المبحوثون مع مضامين شبكات التواصل الاجتماعي.

المتغيرات	الإجابات		مدى تفاعل المبحوثون مع مضامين شبكات التواصل الاجتماعي			المجموع
			عال من 80 إلى 100 %	متوسط من 40 إلى 80 %	منخفض من 10 إلى 40 %	
الجنس	ذكر	ك	6	25	10	41
		%	14,60%	61,00%	24,40%	100%
	أنثى	ك	15	46	18	79
		%	19,00%	58,20%	22,80%	100%
المجموع		ك	21	71	28	120
		%	17,5%	59,2%	23,3%	100%
السن	من 20 إلى 25 سنة	ك	13	41	15	69
		%	18,80%	59,40%	21,70%	100%
	من 26 إلى 30 سنة	ك	4	14	8	26
		%	15,40%	53,80%	30,80%	100%
	من 31 سنة فما فوق	ك	4	16	5	25
		%	16,00%	64,00%	20,00%	100%
المجموع		ك	21	71	28	120
		%	17,5%	59,2%	23,3%	100%
القسم	قسم الآداب واللغة العربية	ك	6	37	14	57
		%	10,50%	64,90%	24,60%	100%
	قسم الآداب واللغة الفرنسية	ك	6	11	5	22
		%	27,30%	50,00%	22,70%	100%
	قسم الآداب واللغة الإنجليزية	ك	9	23	9	41
		%	22,00%	56,10%	22,00%	100%
المجموع		ك	21	71	28	120
		%	17,5%	59,2%	23,3%	100%
مكان الإقامة	المدينة	ك	9	50	18	77
		%	11,70%	64,90%	23,40%	100%
	الريف	ك	12	21	10	43
		%	27,90%	48,80%	23,30%	100%
المجموع		ك	21	71	28	120
		%	17,5%	59,2%	23,3%	100%

تفحصا للبيانات المحصل عليها من **الجدول رقم (35)** اتضح أن وجود تقارب في نسب التفاعل من قبل المبحوثين من الجنسين بمستوى متوسط من 40% إلى 80% عبر شبكات التواصل الاجتماعي، مبررة في نسبة 61,00% من الذكور و58,20% من الإناث، في حين نجد أن نسبة لا تتجاوز 24% من الجنسين يتفاعلون بمستوى منخفض من 10% إلى 40%.

ويفسر ذلك في أن فئة من الجنسين يتفاعلون بمستوى متوسط مع المضامين الثقافية عبر شبكات التواصل الاجتماعي وذلك راجع إلى التفاعل مع ما يلفت انتباههم ويلبي رغباتهم، وهذا ما يوضحه الجدول أعلاه بأنه لا توجد فروق بين الجنسين.

والملاحظ كذلك من خلال النتائج الكمية التي تتعلق بمتغير السن أن وجود تقارب في نسب أصحاب الفئات العمرية الثلاثة (من 20 إلى 25 سنة ومن 26 إلى 30 سنة ومن 31 سنة فما فوق)، حيث تمثل نسبة 59,40% من الفئة الأولى ونسبة 53,80% من الفئة الثانية ونسبة 64,00% من الفئة الثالثة تفاعلا متوسط من 40% إلى 80% من متابعة شبكات التواصل الاجتماعي، في حين أن وجود نسبة لا تتجاوز 19% في كل من الفئات الثلاثة الأولى والثانية والثالثة التي يتفاعلون بها مع المضامين الثقافية التي حظيت بمستوى عال من 80% إلى 100%.

ويفسر كذلك أن الشباب من الفئات العمرية الثلاث يتفاعلون في متابعتهم لهذه الشبكات بمستوى متوسط وعال وهذا ما نرجعه إلى سعي هذه الشبكات لكسب الولاء من هذه الفئات من خلال تحقيقها لإشباعاتهم.

وتشير نتائج متغير القسم إلى أن أفراد العينة من كلية الآداب واللغات (قسم الآداب واللغة العربية وقسم الآداب واللغة الفرنسية وقسم الآداب واللغة الإنجليزية)، حيث أن نسبة 64,90% من الفئة الأولى ونسبة 50,00% من الفئة الثانية ونسبة 56,10% من الفئة الثالثة يتفاعلون بمستوى متوسط من 40% إلى 80% داخل هذه الشبكات، في حين أن جاءت نسبة 27,30% للفئة الثانية ونسبة 22,00% للفئة الثالثة منهم يتفاعلون بمستوى عال من 80% إلى 100%، إلا أننا نلاحظ نسب لا تتجاوز 25% من مستوى التفاعل، والتي تعد نسبة منخفضة في التفاعل داخل شبكات التواصل الاجتماعي.

كما يمكن أن نفسر ذلك في أن الفئتين من القسمين الثاني والثالث يتابعون شبكات التواصل الاجتماعي بمستوى تفاعل مرتفع نظرا لما يشاهدونه من مضامين وصفحات من زيادة في نسب التفاعل، على عكس الفئة الأولى التي تتفاعل بمستوى منخفض نظرا لعدم حصولهم على الوقت الكافي للمتابعة من أجل التفاعل.

وكشفت كذلك النتائج المتعلقة بمكان الإقامة إلى أن نسبة 27,90% من سكان الريف يتفاعلون بمستوى عال نتيجة المتابعة الكثيفة لمحتويات شبكات التواصل الاجتماعي، إلا أن نسبة 23,40% سكان المدينة يتفاعلون بمستوى منخفض مع ما تعرضه شبكات التواصل الاجتماعي، ويمكن ربط هذه النتيجة إلى أن معظم المحتويات الثقافية عبر شبكات التواصل الاجتماعي هي مضامين فردية وليست جماعية تخضع لما يرغب فيه الأفراد، بينما يتفقون سكان المدينة مع سكان الريف في أنهم يتفاعلون بمستوى متوسط من 40% إلى 80%، مبررة في نسبة 64,90% لسكان المدينة ونسبة 48,80% لسكان الريف.

حيث تؤكد المعطيات الكمية أن المبحوثين من سكان الريف يتفاعلون مع المضامين والمحتويات الثقافية بمستوى مرتفع، وهذا راجع إلى ما يريدون أن يحصلوا عليه من بين كم هائل من المضامين التي تبث وباستطاعتها أن تؤثر عليهم، إلا أن المبحوثون من سكان المدينة يتفاعلون بمستوى منخفض لعدم تأثرهم بما تنتجه هذه الشبكات من مضامين بنسب أكبر.

- جدول رقم (36): يوضح مدى اهتمام المبحوثين بالثقافات والتقاليد المعروضة عبر شبكات التواصل الاجتماعي.

المتغيرات	الإجابات		مدى اهتمام المبحوثين بالثقافات والتقاليد المعروضة عبر شبكات التواصل الاجتماعي					المجموع
			ثقافات الشرق الأدنى	أوروبا وأمريكا	غرب أسيا وتركيا	الشرق الأوسط والعالم العربي	إفريقيا	
الجنس	ذكر	ك	7	10	6	8	10	41
		%	17,10%	24,40%	14,60%	19,50%	24,40%	100%
	أنثى	ك	16	15	7	25	16	79
		%	20,30%	19,00%	8,90%	31,60%	20,30%	100%
المجموع		ك	23	25	13	33	26	120
		%	19,2%	20,8%	10,8%	27,5%	21,7%	100%
السن	من 20 إلى 25 سنة	ك	14	13	8	20	14	69
		%	20,30%	18,80%	11,60%	29,00%	20,30%	100%
	من 26 إلى 30 سنة	ك	3	8	3	6	6	26
		%	11,50%	30,80%	11,50%	23,10%	23,10%	100%
	من 31 سنة فما فوق	ك	6	4	2	7	6	25
		%	24,00%	16,00%	8,00%	28,00%	24,00%	100%
المجموع		ك	23	25	13	33	9	120
		%	19,2%	20,8%	10,8%	27,3%	24,30%	100%
القسم	قسم الآداب واللغة العربية	ك	10	11	4	18	14	57
		%	17,50%	19,30%	7,00%	31,60%	24,60%	100%
	قسم الآداب واللغة الفرنسية	ك	5	4	6	3	4	22
		%	22,70%	18,20%	27,30%	13,60%	18,20%	100%
	قسم الآداب واللغة الإنجليزية	ك	8	10	3	12	8	41
		%	19,50%	24,40%	7,30%	29,30%	19,50%	100%
المجموع		ك	23	25	13	33	26	120
		%	19,2%	20,8%	10,8%	27,5%	21,7%	100%
مكان الإقامة	المدينة	ك	18	16	7	25	11	77
		%	23,40%	20,80%	9,10%	32,50%	14,30%	100%
	الريف	ك	5	9	6	8	15	43
		%	11,60%	20,90%	14,00%	18,60%	34,90%	100%
المجموع		ك	23	25	13	33	26	120
		%	19,2%	20,8%	10,8%	27,5%	21,7%	100%

تبين أرقام **الجدول رقم (36)** أعلاه أن وجود فوارق في نسب أفراد العينة من الفئتين (الذكور والإناث)، إذ أظهر أن نسبة 31,60% من الإناث يتابعن ثقافات وتقاليد الشرق الأوسط والعالم العربي المعروضة عبر شبكات التواصل الاجتماعي، إلا أن نسبة 24,40% من المبحوثون الذكور يتابعون ثقافة أوروبا وأمريكا المعروضة عبر هذه الوسائط، في حين أننا نجد نسبة 24,40% من الذكور يتابعون المضامين الخاصة بثقافة إفريقيا و20,30% من الإناث يتابعن ثقافات الشرق الأدنى، ونسبة لا تتعدى 15% من كل الفئتين (الذكور والإناث) يتابعون مضامين ثقافة غرب أسيا وتركيا عبر هذه الشبكات.

وعلى هذا الأساس يمكن أن نفسر ذلك في أن القائمون على شبكات التواصل الاجتماعي يعملون وفق إستراتيجيات لجذب المتابعين باعتبارهم مستهلكين لهذه المضامين المسلعنة، والتي يمكن أن تحدث تأثيرا في كلا الجنسين.

والملاحظ أنه في متغير السن يوجد تشابه في نسب أصحاب الفئتين العمريتين الذين يتراوح سنهم ما بين 20 و25 سنة وما بين 31 سنة فما فوق، حيث احتلت المرتبة الأولى ثقافة الشرق الأوسط والعالم العربي بنسبة 29,00% للفئة الأولى و28,00% للفئة الثانية في متابعتهم للمضامين التي تختص بها هذه الثقافة، ونجد كذلك نسبة 20,30% من الفئة الأولى ونسبة 24,00% من الفئة الثانية يتابعون مضامين ثقافات الشرق الأدنى بمرتبة ثالثة، لكن الأمر يختلف بالنسبة للفئة العمرية من 26 إلى 30 سنة التي احتلت المرتبة الأولى هي كذلك بنسبة 30,80% منهم ما يتابعون مضامين متعلقة بثقافة أوروبا وأمريكا.

ونفسر ذلك في أن الفئتين العمريتين الأولى والثالثة عادة ما يتابعن الثقافات التي تتعلق بثقافة الشرق الأوسط والعالم العربي، على عكس الفئة العمرية الثانية الذين يفضلون متابعة ثقافة أوروبا وأمريكا، حيث أصبحت هذه الثقافات رائجة في وقتنا الحاضر مما أكسبتهم العديد من السلوكيات التي يمكن أن نراها قد تمس بقيم مجتمعنا.

ويشير المبحوثون من متغير القسم أنه يوجد تقارب في نسب أصحاب الفئتين من القسمين (قسم الآداب واللغة العربية وقسم الآداب واللغة الإنجليزية)، حيث احتلت المرتبة الأولى ثقافة الشرق الأوسط والعالم العربي بنسبة 31,60% للفئة الأولى و29,30% للفئة الثالثة في متابعتهم للمضامين التي تختص بها هذه الثقافة، ونجد كذلك نسبة 17,50% من الفئة الأولى ونسبة 19,50% من الفئة الثالثة يتابعون مضامين ثقافات الشرق الأدنى بمرتبة رابعة، إلا أن الأمر يختلف بالنسبة للفئة الثانية من قسم الآداب واللغة الفرنسية التي احتلت المرتبة الأولى هي كذلك بنسبة 27,30% منهم ما يتابعون مضامين ترتبط بثقافة أوروبا وأمريكا.

كما يمكن أن نفسر هذا أن كلا القسمين الأول والثالث يتابعن المضامين الخاصة بثقافة الشرق الأوسط والعالم العربي لتعلم أساليب الحياة التي تخضع للتعاليم الثقافية العربية الإسلامية، على عكس القسم الثاني الذي يفضل متابعة ثقافة أوروبا وأمريكا مما يظهرون تثاقف كبير نتيجة ما يبث من مضامين على هذه الشبكات التي تزيد من رصيدهم اللغوي المعرفي.

كما جاءت إجابات المبحوثين حسب متغير مكان الإقامة الذي أوضح فوارق في الرتب وذلك حسب ما يهتمون به، حيث احتلت المرتبة الأولى ثقافة الشرق الأوسط والعالم العربي بنسبة 32,50% لسكان المدينة، على عكس سكان الريف الذين يتابعون مضامين ثقافة إفريقيا كمرتبة أولى بنسبة 34,90%، وكذلك نجد فروق في نسب أصحاب القيمون في المدينة والريف الذين حصلوا على رتب متفاوتة حسب الاهتمام، حيث أن نسبة 23,40% من الفئة الأولى الذين يتابعون مضامين ثقافة الشرق الأدنى ونسبة 20,90% من الفئة الثانية الذين يفضلون ثقافة أوروبا وأمريكا عبر مضامين شبكات التواصل الاجتماعي.

ونفسر ذلك في أن سكان المدينة يفضلون متابعة المضامين المتعلقة بثقافة الشرق الأدنى، وذلك لشعورهم أنهم لا يختلفون عنهم بكثير مما يسمح لهم بالانقياد نحو هذه المضامين لتحقيق توازن وتوافق نفسي، فعلى عكس سكان الريف الذين يفضلون ثقافة أوروبا وأمريكا في متابعتهم لشبكات التواصل الاجتماعي نظرا لظروفهم الاجتماعية والانغلاق الذي يعانونه شجعهم هذا الأخير إلى تتبع مثل هذه المضامين لتغطية النقائص التي يرونها في مجتمعهم.

- جدول رقم (37): يوضح مدى تعرض المبحوثين للعناصر والمواضيع الثقافية شبكات التواصل الاجتماعي.

المتغيرات	الإجابات		مدى تعرض المبحوثين للعناصر والمواضيع الثقافية شبكات التواصل الاجتماعي					المجموع
			المناسبات	المهرجانات والاحتفالات الشعبية	اللباس	الطقوس	أسلوب الحياة	
الجنس	ذكر	ك	13	13	15	11	36	41
		%	31,70%	31,70%	36,60%	26,80%	87,80%	100%
	أنثى	ك	31	14	59	19	71	79
		%	39,20%	17,70%	74,70%	24,10%	89,90%	100%
المجموع		ك	44	27	74	30	107	120
		%	36,7%	22,5%	61,7%	25%	89,2%	100%
السن	من 20 إلى 25 سنة	ك	30	14	46	17	60	69
		%	43,50%	20,30%	66,70%	24,60%	87,00%	100%
	من 26 إلى 30 سنة	ك	5	6	15	4	23	26
		%	19,20%	23,10%	57,70%	15,40%	88,50%	100%
	من 31 سنة فما فوق	ك	9	7	13	9	24	25
		%	36,00%	28,00%	52,00%	36,00%	96,00%	100%
المجموع		ك	44	27	74	30	107	120
		%	36,7%	22,5%	61,7%	25%	89,2%	100%
القسم	قسم الآداب واللغة العربية	ك	24	14	37	14	53	57
		%	42,10%	24,60%	64,90%	24,60%	93,00%	100%
	قسم الآداب واللغة الفرنسية	ك	8	4	13	8	17	22
		%	36,40%	18,20%	59,10%	36,40%	77,30%	100%
	قسم الآداب واللغة الإنجليزية	ك	12	9	24	8	37	41
		%	29,30%	22,00%	58,50%	19,50%	90,20%	100%
المجموع		ك	44	27	74	30	107	120
		%	36,7%	22,5%	61,7%	25%	89,2%	100%
مكان الإقامة	المدينة	ك	25	19	50	16	73	77
		%	32,50%	24,70%	64,90%	20,80%	94,80%	100%
	الريف	ك	19	8	24	14	34	43
		%	44,20%	18,60%	55,80%	32,60%	79,10%	100%
المجموع		ك	44	27	74	30	107	120
		%	36,7%	22,5%	61,7%	25%	89,2%	100%

أوضحت نتائج **الجدول أعلاه رقم (37) الذي يتعلق بمتغير الجنس**، أنه عدم وجود فروقات في متابعة المبحوثين للمحتويات المرتبطة بأسلوب الحياة عبر شبكات التواصل الاجتماعي، وزعت على الإناث بنسبة 89,90% والذكور بنسبة 87,80%، ونجد كذلك نسبة 74,70% من الإناث ونسبة 36,60% من الذكور يتعرضون لثقافات وتقاليد تتعلق بمظاهر اللباس، بينما يظهر اختلاف بسيط في نسب أصحاب الجنسين، وذلك من خلال أن نسبة 26,80% من الذكور يتعرضون للمضامين التي ترتبط بالطقوس عبر شبكات التواصل الاجتماعي و17,70% من الإناث يتعرضن للمحتويات المتعلقة بالمهرجانات والاحتفالات الشعبية.

ويمكن أن نفسر ذلك في أن الذكور يفضلون التعرض للطقوس عبر شبكات التواصل الاجتماعي من خلال الممارسات الرمزية التي تظهر بها هذه الديانات المتعددة، ولكن ما يخيفنا أن شبابنا اليوم قد يقع في مزالق لا يرى عواقبها، حيث ظهر البعض بعادات تتمثل في الوشم على الجسم وارتداء الأقراط وتجدد في شعائر الصلاة والأغاني والرقص والأعراس ومراسيم البلوغ التي تظهر في بعض الدول وغيرها من الأمور التي نشهدها في زماننا هذا، والتي أصبحنا نتخوف منها نتيجة الانبثاق الكثيف لمثل هذه المضامين، إلا أن الإناث يفضلنا في تعرضهم للمضامين الثقافية إلى المهرجانات والاحتفالات الشعبية التي تتميز بها الشعوب والمتمثلة في الفولكلور العالمي وكذا يمكن أن تؤثر فيهم من خلال تسجيل حضورهم عبر هذه الشبكات في احتفالات تتعلق بالعروض التقليدية التي تتميز بها جماعة معينة، ما قد يمكن هذه الفئة من الابتعاد عن تراثهم الثقافي المادي وغير المادي وأن تعرضهم لخطر بعض الممارسات الثقافية المنافية لقيم مجتمعنا العربي وديننا الإسلامي.

كما أشارت الفئات الثلاثة من متغير السن المتعلق بأفراد العينة (من 20 إلى 25 سنة ومن 26 إلى 30 سنة ومن 31 سنة فما فوق) إلى وجود اتفاق حول متابعة المضامين المرتبطة بأسلوب الحياة الذي يأتي في سقف اهتماماتهم، وهذا ما أكدته الفئة الأولى بنسبة 87,00% والفئة الثانية بنسبة 88,50% والفئة الثالثة بنسبة 90,20%، ونجد كذلك اتفاق من قبل المبحوثون من الفئتين الأولى بنسبة 43,50% والثالثة بنسبة 36,00% على متابعة المضامين والمنشورات المعروضة عبر هذه الشبكات والتي تتعلق بالمناسبات، بينما يختلف الأمر لدى الفئة العمرية الثانية فإن نسبة 23,10% منهم يفضلون متابعة ما يعرض حول ما يتعلق بالمهرجانات والاحتفالات الشعبية عبر شبكات التواصل الاجتماعي.

كما نفسر ذلك حسب ما وجد في الجدول أعلاه أن الفئتين الأولى والثالثة يفضلنا المناسبات التي تعرض عبر شبكات التواصل الاجتماعي كحفل الخطوبة على الطريقة الغربية والأعياد بليلة رأس السنة الميلادية واشعال المفرقعات في المولد النبوي الشريف وهالوين وعيد الميلاد الشخصي وأعياد أخرى ليست

محبذة لا في أعرافنا وتقاليدنا ولا في ديننا الإسلامي، على عكس الفئة الثانية الذين يفضلنا المهرجانات والاحتفالات الشعبية ومهرجان **تيفردود** الموجود في ولاية باتنة وكذا المهرجان الثقافي الأوروبي والمهرجان الدولي للكاريكاتير الذي يوجد فيهم أنواع العروض كالأغاني والرقص والمسرح وغيرها من الأنشطة التي قد تسوق عبر العالم وما زادا انتشارها هو شبكات التواصل الاجتماعي.

والملاحظ في متغير القسم أن الفئات الثلاثة من أصحاب العينة (قسم الآداب واللغة العربية وقسم الآداب واللغة الفرنسية وقسم الآداب واللغة الإنجليزية) إلى عدم وجود فروق حول تفضيل متابعة المضامين المرتبطة بأسلوب الحياة، وهذا ما أكدته الفئة الأولى بنسبة 93,00% والفئة الثانية بنسبة 77,30% والفئة الثالثة بنسبة 90,20%، ونجد كذلك اتفاق من قبل المبحوثون من الفئتين الثانية بنسبة 18,20% والثالثة بنسبة 22,00% على متابعة المضامين والمنشورات المعروضة عبر هذه الشبكات والتي تتعلق بالمهرجانات والاحتفالات الشعبية، بينما يختلف الأمر لدى الفئة الأولى في أن نسبة 24,60% منهم يفضلون متابعة كل ما يتعلق بالطقوس عبر شبكات التواصل الاجتماعي.

ونفسر ذلك في أن الفئات الثلاثة فضلوا أن يتعرضوا لأسلوب الحياة لاكتساب معارف تخصهم وتساعدهم في التغلب على مصاعب الحياة بأفكار حديثة تنمي مهاراتهم الفكرية والعضلية التي ينشؤون بها الأشياء وغيرها.

وأظهرت نتائج الدراسة في متغير مكان الإقامة إلى أن عدم وجود فروقات في نسب فئات المبحوثين من (سكان المدينة وسكان الريف) في كونهم يتابعون كل ما ينجلي نحو أسلوب الحياة من مضامين عبر شبكات التواصل الاجتماعي، إذ أكد ذلك في نسبة 94,80% للفئة الأولى و79,10% للفئة الثانية، ونجد أيضا اتفاق من قبل أفراد العينة من الفئتين الأولى بنسبة 64,90% والثانية بنسبة 55,80% على تعرضهم للمحتويات المتعلقة باللباس، كما أظهر الاختلاف في نسبة 32,60% من سكان الريف الذين يتعرضون للمضامين المتعلقة بالطقوس ونسبة 24,70% من سكان المدينة الذين يتعرضون للمضامين المتعلقة بالمهرجانات والاحتفالات الشعبية عبر شبكات التواصل الاجتماعي.

ويمكن تفسير ذلك أن الشباب يحبذون أن يتعلموا من أساليب الحياة متى أتيحت لهم الفرصة في ذلك من أجل أن يكتسبوا خبرة دائمة حول أي إشكال يصادفهم، على عكس المبحوثون الذين يهتمون بطرق وأساليب اللباس والموضة لمواكبة العصر، وذلك لإحساسهم وشعورهم بالنقص في شيء ما مما يحاولون أن يكملوه في التعديل من المظهر الخارجي الخاص باللباس والموضة العصرية.

ولتوضيح ذلك نستند إلى دراسة الباحثة **صارة بن باهي** في قولها "أنها من بين الظواهر الاجتماعية التي تشغل الباحثين، نظرا لما يحظى به الشباب من مؤهلات ذهنية ونفسية وفكرية تساعدهم في اختيار

اللباس الذي يعكس أفكارهم ورغباتهم ومثلهم العليا ومعتقداتهم، فاللباس ليس فقط مظهرا خارجيا بل يحمل في العمق دلالات عديدة، ومن بين هذه الدلالات هناك علاقة مع التغيرات الثقافية والفكرية والاجتماعية التي تحدث في المجتمع، وبالتالي فالموضة هي المحك الأساسي لذلك التنوع والتناقض في أشكال اللباس"[1].

[1] – صارة بن باهي، **الهوية الدينية والهوية الثقافية "دراسة سوسيولوجية للعلاقة بين التدين الإسلامي والممارسات الثقافية لدى الشباب الجزائري" – طلبة كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية نموذجا –**، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه الطور الثالث في علم الاجتماع الديني، تخصص: سوسيولوجيا التحولات الدينية في المجتمع الجزائري، قسم علم الاجتماع، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة مصطفى اسطمبولي معسكر، الجزائر، 2016 – 2017، ص140.

- جدول رقم (38): يوضح الكيفية التي يعبر بها المبحوثين عن ثقافتهم عبر شبكات التواصل الاجتماعي.

المتغيرات	الإجابات		الكيفية التي يعبر بها المبحوثين عن ثقافتهم عبر شبكات التواصل الاجتماعي				المجموع
			إنشاء صفحات	القيام بالبث المباشر	إثراء النقاش العام	لاشيء مما سبق	
الجنس	ذكر	ك	4	6	15	16	41
		%	9,80%	14,60%	36,60%	39,00%	100%
	أنثى	ك	17	2	17	43	79
		%	21,50%	2,50%	21,50%	54,40%	100%
المجموع		ك	21	8	32	59	120
		%	17,5%	6,7%	26,7%	49,2%	100%
السن	من 20 إلى 25 سنة	ك	10	2	18	39	69
		%	14,50%	2,90%	26,10%	56,50%	100%
	من 26 إلى 30 سنة	ك	5	1	9	11	26
		%	19,20%	3,80%	34,60%	42,30%	100%
	من 31 سنة فما فوق	ك	6	5	5	9	25
		%	24,00%	20,00%	20,00%	36,00%	100%
المجموع		ك	21	8	32	59	120
		%	17,5%	6,7%	26,7%	49,2%	100%
القسم	قسم الآداب واللغة العربية	ك	7	5	13	32	57
		%	12,30%	8,80%	22,80%	56,10%	100%
	قسم الآداب واللغة الفرنسية	ك	5	0	10	7	22
		%	22,70%	0,00%	45,50%	31,80%	100%
	قسم الآداب واللغة الإنجليزية	ك	9	3	9	20	41
		%	22,00%	7,30%	22,00%	48,80%	100%
المجموع		ك	21	8	32	59	120
		%	17,5%	6,7%	26,7%	49,2%	100%
مكان الإقامة	المدينة	ك	10	7	18	42	77
		%	13,00%	9,10%	23,40%	54,50%	100%
	الريف	ك	11	1	14	17	43
		%	25,60%	2,30%	32,60%	39,50%	100%
المجموع		ك	21	8	32	59	120
		%	17,5%	6,7%	26,7%	49,2%	100%

يبين **الجدول رقم (38)** أعلاه في متغير الجنس أن وجود تقارب في نسب المبحوثون من الذكور والإناث، الذين لم يتبعوا أي طريقة في التعبير عن ثقافتهم عبر شبكات التواصل الاجتماعي فيما نشهده من كثرت الثقافات التي تمرر لنا عبر هذا الوسيط وهذا ما أكدته نتائج الدراسة الحالية في نسبة 39,00% من الذكور ونسبة 54,40% من الإناث، في حين يتفق كذلك الجنسين على أن إثراء النقاش العام هو الطريقة الأنسب للتعبير عن ثقافتهم، وهذا ما أظهره الذكور بنسبة 36,60% الإناث بنسبة 21,50%، بينما اختلفوا في طريقة إنشاء الصفحات التي يعبروا من خلالها الإناث على ثقافتهم بنسبة 21,50%، على عكس الذكور الذين يفضلون القيام بالبث المباشر للتعريف بثقافتهم حصريا والحفاظ عليها من الاندثار بنسبة 14,60%.

ويفسر ذلك في أن الإناث يفضلون القيام بإنشاء صفحات للتعريف بهويتهم الثقافية خوفا من زوالها ويتضح ذلك فيما توفره هذه التقنية التكنولوجية المتعلقة بسهولة الاستخدام المتعدد كوضع المناشير والفيديوهات وقبول الانضمام للمجموعات التي تسعى للبروز عبر هذه الشبكات، حيث يتضح ذلك في سهولة مشاركة المتابعات بعضهم بعضا لهذه الصفحات التي تجسد مضمون ثقافي معين، على عكس الذكور الذين يحبذون القيام بالبث المباشر في طريقة التواصل لزيادة نسب التفاعل والمشاركة وابداء الرأي بصراحة مع من يقومون بالبث المباشر كأنهم موجودين على أرض الواقع.

أوضح متغير السن أن عدم وجود فروق في نسب أصحاب الفئات العمرية الثلاث من 20 إلى 25 سنة ومن 26 إلى 30 سمة ومن 31 سنة فما فوق، حيث أن نسبة 56,50% من الفئة الأولى ونسبة 42,30% من الفئة الثانية ونسبة 36,00% من الفئة الثالثة لا يدلون بأي تصرف للتعبير عن ثقافتهم عبر شبكات التواصل الاجتماعي، ونجد كذلك تقارب في نسب الفئتين الأولى بنسبة 22,80% والفئة الثانية بنسبة 34,60% منهم يقومون بإثراء النقاش العام عبر هذه الشبكات، في حين يختلف الأمر بنسبة 24,00% للفئة الثالثة الذين يقومون بإنشاء صفحات عبر الوسائل التكنولوجية ألا وهي شبكات التواصل الاجتماعي.

كما يمكن تفسير ذلك أن الفئتين الأولى والثانية يفضلون القيام بإثراء النقاش العام نتيجة قوة جذب المحتويات لهم وسرعة وصول رأيهم بالمشاركة حول المنتجات الثقافية التي تعرض عبر هذه الشبكات، وهذا ما تتميز به هذه التقنية لأجل إدماجهم في وسطها للتأثير عليهم مستقبلا وفق إستراتيجية معينة، وعلى هذا الأساس يعتبرون فريسة أو طعم للقوى العظمى المهيمنة للعالم لتجسيد فعل الاستلاب والاختراق الثقافي، إلا أن الفئة الثالثة يعبرون عن ثقافتهم من خلا ل إنشاء صفحات في شبكات التواصل الاجتماعي، والذين يعتبرون أنفسهم قادة رأي للفئات الأخرى التي يمكن أن تؤثر عليها الثقافات الأخرى

المهيمنة على داخل هذه الشبكات، ومن هنا يصبحوا الشباب من هذه الفئة يدلون بنوع من الانتماء والولاء والالتزام بمعايير الجماعات الافتراضية، وبالتالي تبنى مواقفهم وأفكارهم واتجاهاتهم وسلوكياتهم.

الملاحظ كذلك من خلال الجدول أن وجود تشابه في نسب أفراد العينة من متغير القسم (قسم الآداب واللغة العربية وقسم الآداب واللغة الفرنسية)، حيث فضلوا أنهم يقوموا بطريقة إثراء النقاش العام، وزعت على الفئة الأولى بنسبة 22,80% والفئة الثالثة بنسبة 45,50%، كما أن نسبة لا تتجاوز 23% من الفئتين الأولى والثانية في إنشاؤهم للصفحات وفق ما تمليهم عليهم ثقافتهم المكتسبة، إلا أن وجود اختلاف لدى الفئة الثالثة من قسم الآداب واللغة الإنجليزية فإن نسبة 48,80% منهم يقومون المتابعة فقط الذي حظي بإقبال كبير من طرف هذه الفئة والذي يعد من بين النسب الأكبر تفاعلا عبر شبكات التواصل الاجتماعي.

ويمكن أن نفسر هذا الأمر أن الفئتين الأولى والثانية يفضلون إثراء النقاش العام حول كل ما يخص دراستهم، وهذا راجع إلى كل ما تسمح به هذه الشبكات من إعطاء مساحات واسعة لإبراز الثقافات التي تؤدي بهذه الفئة إلى الثبات في مواقفهم القيمية الاجتماعية والثقافية أو تغيرها، وهذا لأجل التمكن من مضاعفة التنمية المعرفية لتحسين وترقية أداء المتعلمين من الشباب أو إضعافها، إذ يعود الفضل في ذلك إلى الاستخدامات التي تتيحها هذه الشبكات لدفع عجلة التقدم في البحث العلمي إلى الأمام أو نشر محتويات قد تعيق من هذه العجلة للتنمية، على عكس الفئة الثالثة الذين يقومون بالمتابعة فقط (المشاهدة) لمختلف المنشورات والمضامين الثقافية الأكاديمية وغيرها، وهذا راجع إلى ما يرونه من أفكار قد تؤدي بإنعكاسات على الشباب المواكب لهاته التكنولوجيا من خلال عدم معرفتهم لخباياها، باعتبارها تغرق كل من لا يحسن استغلالها بطريقة إيجابية.

أما فيما يعنى بمتغير مكان الإقامة الموضح في الجدول أعلاه أنه يوجد تقارب في عدم اعتماد أفراد العينة من مكان الإقامتين على طريقة التعبير عن ثقافتهم، مبررة في نسبة 54,50% من سكان المدينة ونسبة 39,50% من سكان الريف، وفي حين نجد كذلك تقارب من قبل أفراد العينة الذين يقومون بطريقة إنشاء صفحات، مبررة في نسبة 25,60% لسكان الريف وبنسبة 13,00% لسكان المدينة.

وبالتالي نفسر ذلك في أن سكان المدينة والريف يفضلون المتابعة فقط بسبب قلة اهتمامهم بما يعرض عبر شبكات التواصل الاجتماعي، وذلك راجع إلى ضعف في شبكة الانترنت التي لا تسمح لهم بالتفاعل الدائم مع مختلف المضامين الثقافية، وكذا ضعفهم المادي الذي لا يسمح لهم بتحسين جودة تدفق الانترنت بشكل عالي.

- جدول رقم (39): يوضح مدى مشاركة المبحوثين في التعبير عن ثقافتهم عبر شبكات التواصل الاجتماعي.

المتغيرات	الإجابات		مدى مشاركة المبحوثين في التعبير عن ثقافتهم عبر شبكات التواصل الاجتماعي				المجموع
			تبادل الآراء	تكوين مجموعات حول الاهتمامات المشتركة	نقل رأيك للآخرين بكل شفافية	المتابعة فقط	
الجنس	ذكر	ك	18	10	19	20	41
		%	43,90%	24,40%	46,30%	48,80%	100%
	أنثى	ك	38	7	27	37	79
		%	48,10%	8,90%	34,20%	46,80%	100%
المجموع		ك	56	17	46	57	120
		%	46,7%	14,2%	38,3%	47,5%	100%
السن	من 20 إلى 25 سنة	ك	32	6	26	34	69
		%	46,40%	8,70%	37,70%	49,30%	100%
	من 26 إلى 30 سنة	ك	12	6	8	11	26
		%	46,20%	23,10%	30,80%	42,30%	100%
	من 31 سنة فما فوق	ك	12	5	12	12	25
		%	48,00%	20,00%	48,00%	48,00%	100%
المجموع		ك	56	17	46	57	120
		%	46,7%	14,2%	38,3%	47,5%	100%
القسم	قسم الآداب واللغة العربية	ك	28	6	25	24	57
		%	49,10%	10,50%	43,90%	42,10%	100%
	قسم الآداب واللغة الفرنسية	ك	10	7	8	10	22
		%	45,50%	31,80%	36,40%	45,50%	100%
	قسم الآداب واللغة الإنجليزية	ك	18	4	13	23	11
		%	43,90%	9,80%	31,70%	56,10%	100%
المجموع		ك	56	17	46	57	120
		%	46,7%	14,2%	38,3%	47,5%	100%
مكان الإقامة	المدينة	ك	36	11	26	39	77
		%	46,80%	14,30%	33,80%	50,60%	100%
	الريف	ك	20	6	20	18	43
		%	46,50%	14,00%	46,50%	41,90%	100%
المجموع		ك	56	17	46	57	120
		%	46,7%	14,2%	38,3%	47,5%	100%

تفحصا للبيانات المحصل عليها من **الجدول رقم (39)** الذي يقر بمدى مشاركة المبحوثين في التعبير عن ثقافتهم عبر شبكات التواصل الاجتماعي حسب متغير الجنس، أنه يوجد فوارق في نسب تفضيل المبحوثين لما يقومون به من مشاركة للتعبير عن ثقافتهم، حيث تبين لنا أن نسبة 48,80% من الذكور يفضلون المتابعة فقط عبر هذه الشبكات على عكس نسبة 48,10% من الإناث الذين يقومون بتبادل الآراء حول ما يوجد من ثقافات، كما بينت معطيات الجدول وجود اتفاق في نسب المبحوثين من كلا الجنسين، حيث أن نسبة 24,40% من الذكور ونسبة 8,90% من الإناث تكون مشاركتهم في التعبير عن ثقافتهم من خلال تكوين مجموعات حول الاهتمامات المشتركة عبر هذه الشبكات.

ويفسر هذا أن الذكور يفضلون المتابعة فقط في مشاركتهم للتعبير عن ثقافتهم عبر شبكات التواصل الاجتماعي، وهذا ما نرجعه إلى التفاعل السلبي الذي لا يشجع على نشر مضامين ثقافية تخص ثقافتهم التي قد تتعرض إلى الزوال وسط هذا الزخم الهائل من المضامين هذا من ناحية، أما من ناحية أخرى فإنهم يتابعونها من أجل المتابعة فقط لا غير نظرا لعدم إيصال فحو الفكرة السليمة التي تشعرهم بالانصياع نحو هذه العروض، إلا أن الإناث يفضلن المشاركة من خلال القيام بتبادل الآراء حيث يظهر ذلك في مناقشتهم التي يمكن أن تؤثر بدورها على المتابعات بسبب الاحتكاك والتفاعل معهم، حيث أن العلاقة التي قد تنشأ بين المجموعات المتابعة لهذه الشبكات في صفحات الإلكترونية أو منتديات الدردشة، وعلى هذا الأساس يتم يتقاسم الأدوار والاهتمامات والأهداف، التي يمكن أن تنمط الثقافات العربية نتيجة الغزو الثقافي المسلط من قبل المجتمعات الغربية، وهذا ما جعل القيم المحلية عرضة للتهديد والاختراق.

كما أظهرت النتائج كذلك توزيع إجابات أفراد العينة حسب متغير السن والذي أظهر عدم وجود فروقات في نسب المشاركة من قبل الفئتين العمريتين من 20 إلى 25 سنة ومن 31 سنة فما فوق، حيث أن نسبة 49,30% من الفئة الأولى ونسبة 48,00% من الفئة الثالثة اللذان يفضلن المتابعة فقط عبر شبكات التواصل الاجتماعي من دول أي ردة فعل، لكن الأمر مختلف لدى الفئة العمرية من 26 إلى 30 سنة فإن نسبة 46,20% منهم يتبادلون الآراء حول كافة الثقافات التي تخص أفراد العينة والمعروضة عبر هذا الوسيط، في حين نجد كذلك اتفاق في نسبة من الفئات الثلاثة (20 إلى 25 سنة ومن 26 إلى 30 سنة ومن 31 سنة فما فوق) حول نقل الرأي للآخرين بكل شفافية عبر هذه الشبكات، مبررة في نسبة 37,70% من الفئة الأولى و30,80% من الفئة الثانية و48,00% من الفئة الثالثة.

ويمكن تفسير ذلك بأن الفئتين الأولى والثالثة يتابعون فقط المحتويات الثقافية عبر شبكات التواصل الاجتماعي، وهذا ما يبين عدم مشاركتهم التي تتميز تفاعلهم السلبي الذي يظهر من خلال التعليقات والإعجابات والمشاركات داخل هذا الفضاء الافتراضي، والعكس بالنسبة للفئة الثانية التي تولي اهتماما

كبيرا بتبادل الآراء داخل هذه الشبكات للتعريف بثقافتها ولكي تحث أيضا على وجود عادات وتقاليد أو بالأحرى موروثهم الثقافي الذي يتميزون به عن غيرهم، ما يمكن أن يدخلهم في انغماس لتلك الثقافة المعروضة بأساليب إقناعية تغنيهم عن ثقافتهم الأصلية.

أما فيما يخص متغير القسم حسب ما جاءت به النتائج أعلاه، نلاحظ تساوي في نسب أصحاب القسمين من قسم الآداب واللغة العربية ومن قسم الآداب واللغة الفرنسية، حيث أن نسبة 49,10% من الفئة الأولى ونسبة 45,50% من الفئة الثانية يتبادلون الآراء عبر شبكات التواصل الاجتماعي، إلا أن الفئة الثالثة من المبحوثين من قسم الآداب واللغة الإنجليزية فضلت المتابعة فقط كتعبير عن ثقافتها بنسبة 56,10%، ونسبة لا تتجاوز 36% في كل من الفئتين الثانية والثالثة في نقل رأيهم للآخرين بكل شفافية للتعبير عن ثقافتهم عبر شبكات التواصل الاجتماعي.

كما تشير نتائج متغير مكان الإقامة إلى وجود فوارق في نسب أفراد العينة من خلال أن 50,60% من سكان المدينة يعبرون عن ثقافتهم بالمتابعة فقط، في حين أن 46,50% سكان الريف يحبذون أن يتبادلوا الآراء، بينما سجل اتفاق بنسبة لا تتجاوز 14% من قبل الفئتين الأولى والثانية في تكوين مجموعات حول الاهتمامات المشتركة على شبكات التواصل الاجتماعي.

وبالتالي نفسر ذالك بأن سكان المدينة يفضلون المتابعة فقط لانشغالهم بأمور أخرى تغنيهم عن التعليق والمشاركة كما قلنا سابقا في بداية الأمر، ولكم هذا الأمر لن يطول فمن المحال أنهم لا يستخدمون مستقبلا يستخدمون في مشاركتهم تكوين مجموعات حول الاهتمامات المشتركة أو عدم تخوفهم من نقل رأيهم بكل شفافية للتعبير عن ثقافتهم وذلك عندما يصبحون كثيفي المتابعة حسب الحجم الساعي الذي يستغرقونه في شبكات التواصل الاجتماعي، إلا أن سكان الريف يفضلون تبادل الآراء في مشاركتهم للتعبير عن ثقافتهم، وهذا راجع إلى مدى مداومتهم على شبكات التواصل الاجتماعي،وكثرة تفاعلهم نتيجة المتابعة التي أعطتهم حافزا للآخذ والعطاء مع جميع من يتحاورون معهم سواء في التعليقات المرتبطة بهذه الصفحات أو أماكن الدردشة التي عادة ما يتعرف فيها المستخدمون على بعضهم البعض، فمن خلال هذا الحديث تبين لنا أن للقائمين على شبكات التواصل الاجتماعي هدف واستراتيجية يريدون الوصول إليها من أجل حقن المتابعين بأفكار قد تنافي قيم مجتمعهم والمجتمع العربي الإسلامي والمجتمع الجزائري بصفة خاصة ويظهر ذلك في وجود آثار سلبية وايجابية تحملها هذه الجماعات بعدما أعلنوا ولائهم لهذه الشبكات، وما يجب علينا كشباب أن نقوم بفحص وتمحيص لمختلف المحتويات الثقافية لتجنب الوقوع في الالتباس والتثاقف السلبي مع الآخذ بكل ما هو إيجابي يدعم الثقافة الإسلامية المجتمعية.

- جدول رقم (40): يوضح الأساليب التي يلجأ إليها المبحوثون في الحكم على مصداقية المعلومات الثقافية عبر شبكات التواصل الاجتماعي.

المتغيرات		الإجابات	الأساليب التي يلجأ إليها المبحوثين في الحكم على مصداقية المعلومات الثقافية عبر شبكات التواصل الاجتماعي						المجموع
			الأرقام والإحصائيات	الوثائق الرسمية	السرعة في نقل المعلومة	ذكر مصدر المعلومة وتحديده	اعتماد الصور والفيديوهات	شخصية أثق بها	
الجنس	ذكر	ك	9	25	5	22	19	25	41
		%	22,00%	61,00%	12,20%	53,70%	46,30%	61,00%	100%
	أنثى	ك	16	22	11	56	39	21	79
		%	20,30%	27,80%	13,90%	70,90%	49,40%	26,60%	100%
المجموع		ك	25	47	16	78	58	46	120
		%	20,8%	39,2%	13,3%	65%	48,3%	38,3%	100%
السن	من 20 إلى 25 سنة	ك	11	22	8	45	35	21	69
		%	15,90%	31,90%	11,60%	65,20%	50,70%	30,40%	100%
	من 26 إلى 30 سنة	ك	6	13	5	14	12	12	26
		%	23,10%	50,00%	19,20%	53,80%	46,20%	46,20%	100%
	من 31 سنة فما فوق	ك	8	12	3	19	11	13	25
		%	32,00%	48,00%	12,00%	76,00%	44,00%	52,00%	100%
المجموع		ك	25	47	16	78	58	46	120
		%	20,8%	39,2%	13,3%	65%	48,3%	38,3%	100%
القسم	قسم الآداب واللغة العربية	ك	15	23	7	38	25	17	57
		%	26,30%	40,40%	12,30%	66,70%	43,90%	29,80%	100%
	قسم الآداب واللغة الفرنسية	ك	4	6	4	12	12	14	22
		%	18,20%	27,30%	18,20%	54,50%	54,50%	63,60%	100%
	قسم الآداب واللغة الإنجليزية	ك	6	18	5	28	21	15	41
		%	14,60%	43,90%	12,20%	68,30%	51,20%	36,60%	100%
المجموع		ك	25	47	16	78	58	46	120
		%	20,8%	39,2%	13,3%	65%	48,3%	38,3%	100%
مكان الإقامة	المدينة	ك	13	28	11	55	34	23	77
		%	16,90%	36,40%	14,30%	71,40%	44,20%	29,90%	100%
	الريف	ك	12	19	5	23	24	23	43
		%	27,90%	44,20%	11,60%	53,50%	55,80%	53,50%	100%
المجموع		ك	25	47	16	78	58	46	120
		%	20,8%	39,2%	13,3%	65%	48,3%	38,3%	100%

يبين **الجدول رقم (40)** أعلاه والمتعلق بمتغير الجنس، أنه توجد فروقات بسيطة في نسب الحكم على مصداقية المحتويات والمنشورات عبر شبكات التواصل الاجتماعي من قبل أفراد العينة من الجنسين، حيث تلجأ نسبة 70,90% من الإناث في الحكم على مصداقيتها من خلال ذكر مصدر المعلومة وتحديده، إلا أن نسبة 61,00% من الذكور يحكمون على مصداقية هذه المضامين عن طريق شخصية يثقون بها، كما نجد أن فوارق أيضا في الأساليب التي يلجأ إليها المبحوثين في الحكم على مصداقية المعلومات الثقافية عبر شبكات التواصل الاجتماعي، وهذا ما أوضحه الجنسان في أن الذكور يعتمدون على الوثائق الرسمية بنسبة 61,00% والإناث اللاتي يعتمدنا على الصور والفيديوهات بنسبة 49,40%.

ونفسر ذلك في أن الإناث يفضلن في عرض المحتويات من قبل الذين يضعون المنشورات والمحتويات الثقافية عبر شبكات التواصل الاجتماعي بالاعتماد على مصدر المعلومة وتحديد للحكم على مصداقية هاته المضامين الثقافية، وذلك من خلال الكم الهائل الذي ينشر كل وقت مما جعلهم لا يدركون من هو الصواب ومن هو الخطأ، على عكس الذكور الذين يعتمدون في صدقهم للمضامين الثقافية على شخصيات يثقون بها كاللجوء إلى أهل الاختصاص وقادة الرأي وأفراد العائلة للتحقق منها، وخاصة في هذا الزمان الذي تنتشر فيه الشائعات التي قد تهدد حياة واستقرار الكائن البشري.

وكذلك الأمر بالنسبة لمتغير السن نلاحظ عدم وجود فروقات في نسب أصحاب الفئات من أفراد العينة الذين تتراوح أعمارهم بين 20 و25 سنة وما بين 26 و30 سنة وما بين 31 سنة فما فوق، حيث أن نسبة 65,20% من الفئة الأولى ونسبة 53,80% من الفئة الثانية ونسبة 76,00% من الفئة الثالثة يحبذون ذكر مصدر المعلومة وتحديده في تلقيهم للمعلومات الثقافية عبر شبكات التواصل الاجتماعي، ويوجد اتفاق كذلك من قبل الفئتين العمريتين الأولى بنسبة 31,90% والثالثة بنسبة 48,00% فيما يريدونه من وثائق رسمية تثبت صحة ما يتم نشره عبر هذه الشبكات، على عكس الفئة العمرية الثانية الذين يتطرقون في حكمهم على مصداقية المعلومات عن طريق شخصية يثقون بها بنسبة 46,20%.

كما نفسر هذا الأمر أن الفئتين الأولى والثالثة يفضلون إلى اللجوء للوثائق الرسمية الموجودة فيها ختم لأحد المسؤولين الذين يصرحون بأمر يخص كل معلومة تسهم في نشر الثقافة، وكذا للاستدلال بها مستقبلا إن واجهتهم أي صعوبات قد تودي بهم إلى التعصب والإرهاق، على عكس الفئة الثانية الذين يستهدفون شخصيات يثقون بها للحكم على مصداقية المعلومات التي تعرض عبر هذه الشبكات لشعورهم بالراحة الانتماء لما يناقش، وكذا استنادهم لخبرات قادة الرأي بالنسبة لهم.

وتشير نتائج الجدول المتعلقة بمتغير القسم إلى تبيان تقارب في نسب أفراد العينة من الفئات (قسم الآداب واللغة العربية وقسم الآداب واللغة الفرنسية وقسم الآداب واللغة الإنجليزية) ، حيث أن نسبة

26,30% من الفئة الأولى ونسبة 18,20% من الفئة الثانية ونسبة 14,60% من الفئة الثالثة الذين يعتمدون على لغة الأرقام والإحصائيات في متابعتهم للمعلومات الثقافية عبر شبكات التواصل الاجتماعي، ويوجد تشابه كبير كذلك من قبل الفئتين الأولى والثالثة بنسبة لا تتجاوز 68% فيما يريدونه من ذكر لمصدر المعلومة وتحديده للتأكد من صدق ما ينشر عبر هذه الشبكات، على عكس الفئة الثانية الذين يستعينون في حكمهم على مصداقية المعلومات عن طريق شخصية يثقون بها بنسبة 63,60%.

ونفسر ذلك أيضا أن الفئتين الأولى والثالثة يلجؤون إلى ذكر مصدر المعلومة في خاصة في الجانب الأكاديمي بحكم مزاولتهم للدراسة، وذلك لتجنب الوقوع في السرقة العلمية التي لا تخضع لأخلاقيات البحث العلمي، إلا أن الفئة الثانية يعتمدون على شخصيات يثقون بها في حصولهم على مختلف المراجع والمصادر من قبل الأساتذة ، لأنهم عادة ما يقدمون النصح والتوجيه ومد يد العون لهم.

وحسب متغير مكان الإقامة تبين أن أفراد العينة من سكان المدينة يعتمدون في تفضيلهم على ذكر مصدر المعلومة وتحديده بنسبة 71,40% والا أن نسبة 55,80% من سكان الريف يعتمدون الصور والفيديوهات للحكم على مصداقية هاته المعلومات الثقافية المروجة عبر شبكات التواصل الاجتماعي، ويليها كذلك توجد فوارق تظهر في نسبة 44,20% من المبحوثين المقيمون في الأرياف يفضلون الوثائق الرسمية كمعيار لصدق ما ينشر من محتويات ومنشورات ثقافية ونسبة 29,90% من المبحوثين المقيمون المدن في يفضلون الاستعانة بأشخاص يثقون بهم للتحقق من صدق هذه المعلومات التي تحتوي على مضامين تعرض عبر شبكات التواصل الاجتماعي.

وبالتالي يمكننا تفسير ذلك في أن سكان المدينة يستندون إلى ذكر مصدر المعلومة وشخصيات يثقون بها من خلال قربهم لأماكن الحدث ووجود سهولة في التنقل للتأكد من مصادر المعلومات الثقافية المنبثقة من شبكات التواصل الاجتماعي، والعكس بالنسبة لسكان الريف الذين يعتمدون على الوثائق الرسمية والصور والفيديوهات في حكمهم على مصداقية ما ينشر عبر شبكات التواصل الاجتماعي، من أجل التأكد من الفبركة الإعلامية المسماة بالأخبار الكاذبة التي طغت في شبكات التواصل الاجتماعي وخاصة شبكة الفايسبوك التي غاب فيها مصدر المعلومة الحقيقي الذي يستقي منه الشباب أخبار تتعلق بالمحتويات الثقافية.

- جدول رقم (41): يوضح مدى تعبير الهوية التي يظهر بها المبحوثين عن هويتهم الحقيقية عبر شبكات التواصل الاجتماعي.

المتغيرات / الإجابات			مدى تعبير الهوية التي يظهر بها المبحوثين عن هويتهم عبر شبكات التواصل الاجتماعي.						المجموع
			العربية	الإسلامية	الأجنبية	الجزائرية	مزيج بين الكل	مزيج بين البعض منها	
الجنس	ذكر	ك	4	5	3	10	6	13	41
		%	9,80%	12,20%	7,30%	24,40%	14,60%	31,70%	100%
	أنثى	ك	7	12	3	29	5	23	79
		%	8,90%	15,20%	3,80%	36,70%	6,30%	29,10%	100%
المجموع		ك	11	17	6	39	11	36	120
		%	9,2%	14,2%	5%	32,5%	9,2%	30%	100%
السن	من 20 إلى 25 سنة	ك	7	14	2	20	6	20	69
		%	10,10%	20,30%	2,90%	29,00%	8,70%	29,00%	100%
	من 26 إلى 30 سنة	ك	3	0	1	13	2	7	26
		%	11,50%	0,00%	3,80%	50,00%	7,70%	26,90%	100%
	من 31 سنة فما فوق	ك	1	3	3	6	3	9	25
		%	4,00%	12,00%	12,00%	24,00%	12,00%	36,00%	100%
المجموع		ك	11	17	6	39	11	36	120
		%	9,2%	14,2%	5%	32,5%	9,2%	30%	100%
القسم	قسم الآداب واللغة العربية	ك	6	9	1	19	4	18	57
		%	10,50%	15,80%	1,80%	33,30%	7,00%	31,60%	100%
	قسم الآداب واللغة الفرنسية	ك	2	1	3	7	1	8	22
		%	9,10%	4,50%	13,60%	31,80%	4,50%	36,40%	100%
	قسم الآداب واللغة الإنجليزية	ك	3	7	2	13	6	10	41
		%	7,30%	17,10%	4,90%	31,70%	14,60%	24,40%	100%
المجموع		ك	11	17	6	39	11	36	120
		%	9,2%	14,2%	5%	32,5%	9,2%	30%	100%
مكان الإقامة	المدينة	ك	5	13	1	27	7	24	77
		%	6,50%	16,90%	1,30%	35,10%	9,10%	31,20%	100%
	الريف	ك	6	4	5	12	4	12	43
		%	14,00%	9,30%	11,60%	27,90%	9,30%	27,90%	100%
المجموع		ك	11	17	6	39	11	36	120
		%	9,2%	14,2%	5%	32,5%	9,2%	30%	100%

تفحصا للأرقام المسجلة في **الجدول رقم (41)** اتضح لنا مدى تعبير الهوية التي يظهر بها المبحوثون عن هويتهم عبر شبكات التواصل الاجتماعي، وقد حظيت الهوية الجزائرية بنسبة 36,70% للإناث اللواتي يحببن أن يظهرن بهوية جزائرية تمثل ثقافتهم الأصلية حسب ما يوجد في وطنهم، إلا أن نسبة 31,70% من للذكور فضلوا المزج بين بعض من الثقافات في تعبيرهم عن هويتهم، في حين سجلت كذلك فروقات بسيطة حسب ما لاحظناه من الجنسين في تعبيرهم عن هويتهم عبر شبكات التواصل الاجتماعي، حيث أن نسبة 15,20% من الإناث اللاتي يتبعن في طريقة التعبير عن هويتهم الصفة الإسلامية، على عكس الذكور الذين يفضلون المزج بين الهويات الكل حسب ما يلبي رغباتهم بنسبة 14,60%.

ونفسر ذلك في أن الإناث يعبرن عن هويتهم داخل شبكات التواصل الاجتماعي بالهوية الجزائرية باعتبارها بلد المنشأ الذي يتواجدون فيه، حيث يتبين أن هذه الشبكات عززت من انتمائهم لهذا الوطن، على عكس الذكور الذين يفضلون المزج بين البعض من الهويات وذلك من خلال ما تبثه شبكات التواصل الاجتماعي من مضامين أثرت عليهم، ما جعلهم يشعرون بحالة من الاغتراب الذي شكله خطر هذا الغزو الثقافي المصنع من قبل الثقافات الأوروبية والأمريكية والصينية.

وقد بينت النتائج المجدولة أعلاه؛ حسب متغير السن وجود نسب متقاربة من أصحاب الفئتين العمريتين (ما بين 20 و25 سنة وما بين 26 و30 سنة)، حيث أن نسبة 29,00% من الفئة الأولى ونسبة 50,00% من الفئة الثانية يستخدمون الهوية الجزائرية في شبكات التواصل الاجتماعي، كما نجد كذلك نسب متقاربة من قبل المبحوثين من الفئتين ما بين 20 و25 سنة وما بين 31 سنة فما فوق الذين يفضلون الظهور بالهوية الإسلامية لا غير، مبررة في نسبة 20,30% للفئة الأولى ونسبة 12,00% للفئة الثالثة، لكن الأمر مختلف لدى الفئة العمرية الثانية بنسبة 36,00% منهم يحبذون المزج بين بعض من الهويات في الظهور عبر هذه الشبكات.

أما فيما يعنى بمتغير القسم حسب ما جاءت به النتائج أعلاه، فقد تبين وجود نسب متقاربة من أصحاب الفئتين من قسم الآداب واللغة العربية وقسم الآداب واللغة الإنجليزية، حيث أن نسبة 33,30% من الفئة الأولى ونسبة 31,70% من الفئة الثانية يعتمدون في استخدامهم للهوية الجزائرية في شبكات التواصل الاجتماعي، في حين أننا نجد كذلك نسب متقاربة من أفراد العينة لا تتجاوز 17% في كل من الفئتين الأولى والثالثة اللذان يفضلنا الظهور بالهوية الإسلامية فقط، لكن الأمر مختلف لدى الفئة الثانية من قسم الآداب واللغة الفرنسية بنسبة 36,40% منهم من يحبذون المزج بين بعض من الهويات في الظهور عبر هذه الشبكات.

ونفسر ذلك بأن الفئة الأولى والثالثة عبروا داخل شبكات التواصل الاجتماعي بهوية جزائرية، من خلال سعيهم للحفاظ على بقائها من خطر التقليد المحدث للالتباس الثقافي الذين يحيط بالفئة الأخرى، إذ يمكننا القول بأن المعبرين بالهوية الجزائرية يشعرون بنوع من توفر للحقوق المعنوية التي قام بإحيائها الوطن المرتبط به، حيث تم هذا الأمر عن طريق مخاطبة عقل الشباب الجامعي المستنير حول ومخاطر الرضوخ والاستسلام للغرب، إلا أن بعض أفراد العينة من قسم اللغة الإنجليزية من كلا الجنسين وذو فئات عمرية مختلفة، متأثرين بالثقافات الغربية، مما ظهر ذلك في سلوكهم الذي ينتهجونه نتيجة متابعتهم للمنتجات الصناعية الغربية التي يحاولون بدورهم تقليدها مما قد نشهد في المستقبل عزوفا تام للهوية العربية الإسلامية الجزائرية وانزياح للمزج بين الهويات.

كما أظهرت المعطيات أعلاه أن أفراد العينة يفضلون الهوية الجزائرية في تعبيرهم عن هويتهم بنسبة 35,10% من سكان المدينة وبنسبة 27,90%من سكان الريف، في حين أننا نجد كذلك نسب متقاربة من أفراد العينة لا تتجاوز 31% في كل من الفئتين الأولى والثانية الذين يفضلون الظهور بالمزج بين بعض الهويات، وقد وجدت فوارق من قبل المبحوثين من سكان المدينة والريف، حيث أن نسبة 11,60% من سكان الريف يفضلون الظهور بالهوية الأجنبية وأن نسبة 9,10% من سكان المدينة يفضلون الظهور بالمزج بين الكل حسب ما يتابعونه من مضامين ومشاهير يتم عرضهم عبر هذه الشبكات.

والواضح من النتائج أن سكان المدينة يفضلون في تعبيرهم عن هويتهم بالمزج بين الكل وذلك راجع إلى محاولة سدهم للقصور الذي يشعرون به في ذاتهم، على عكس سكان الريف الذين يستخدمون الهوية الأجنبية في شبكات التواصل الاجتماعي التي مكنتنا من القول بأن وجود تأثير كبير سلط عليهم من خلال ما يعرض من محتويات ثقافية غربية التي طمست بدورها الثقافة العربية والإسلامية والجزائرية، وعلى هذا الأساس يتضح لنا أن انغماس الشباب في ما ينتج من ثقافات أجنبية عبر هذه الشبكات تجعله مبتعدا عن قيمه وموروثه الثقافي الذي كان في السابق يعتز به ولا يتجرأ أي أحد المساس به، مما قد يوقعهم في مشكل الصراع الثقافي في وسط المجتمع الذي ينتمون إليه.

2- اختبار فرضيات الدراسة.

I. اختبار يتعلق بالفرضية الأولى:

الفرضية الأولى
لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية تعزى لمتغيرات الدراسة بين كل من إستراتيجيات التثاقف المعتمدة من قبل شبكات التواصل الاجتماعي وآثار التثاقف على عينة الدراسة

2-1- اختبار T-Test لعينتين مستقلتين بالنسبة لمتغير الجنس ومكان الإقامة:

أ- بالنسبة المحورين الثاني الذي يتعلق بـ " إستراتيجيات التثاقف المنتهجة من طرف شبكات التواصل الاجتماعي من وجهة نظر طلبة كلية الآداب واللغات بجامعة بسكرة " **والثالث الذي يتعلق بـ** " آثار التثاقف السلبي والإيجابي عبر شبكات التواصل الاجتماعي على سلوك الطلبة الجامعيين من كلية الآداب واللغات بجامعة بسكرة " **حسب متغير الجنس:**

	الجنس	حجم العينة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة "ت" المحسوبة	مستوى الدلالة	القرار
المحور الثاني	ذكر	41	1,7012	0,31007	-1,887	**0,062**	لا توجد فروق
	أنثى	79	1,8010	0,25492			
المحور الثالث	ذكر	41	1,6423	0,31091	0,025	**0,980**	
	أنثى	79	1,6409	0,25570			

الملاحظ من خلال **رقم الجدول (42)** أن المتوسط الحسابي لإجابات المبحوثين من الذكور قدرت بـ 1,701 بانحراف معياري مقدر بـ 0,310، وهو مختلف تماما وقريب عن المتوسط الحسابي لإجابات الإناث بمتوسط قدره 1,801 وانحراف معياري قدره كذلك بـ 0,255، ويدل على ذلك قيمة "ت" المحسوبة والمقدرة بـ 1,887- عند درجة الحرية 118 وبمستوى دلالة يساوي 0,062، لذلك هي أكبر من مستوى الدلالة الحرج الذي يقر بأنه توجد دلالة إذا كانت أقل من 0,05.

كما نلاحظ من خلال هذا الجدول أن المتوسط الحسابي لإجابات المبحوثين من الذكور قدرت بـ 1,642 بانحراف معياري مقدر بـ 0,310، وهو مختلف تماما وقريب عن المتوسط الحسابي لإجابات الإناث بمتوسط قدره 1,640 وانحراف معياري قدره كذلك بـ 0,255، ويدل على ذلك قيمة "ت" المحسوبة والمقدرة بـ 0,025 عند درجة الحرية 118 وبمستوى دلالة يساوي 0,980، لذلك هي أكبر من مستوى الدلالة الحرج الذي يقر بأنه توجد دلالة إذا كانت أقل من 0,05، وعلى هذا الأساس تؤكد هذه القيمة

0,980 على صحة الفرضية التي تبين أنه **لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية تعزى لمتغير الجنس بين كل من إستراتيجيات التثاقف المعتمدة من قبل شبكات التواصل الاجتماعي وآثار التثاقف على عينة الدراسة.**

وهذا يعود بالأساس إلى إجابات المبحوثين حول هذه الاستمارة وذلك من خلال أن فئة الإناث هي التي تحتل الصدارة في مزاولة دراستهن واتمامها على عكس الذكور الذين يدرسون بنسبة قليلة وهذا يعد أمرا طبيعيا.

إذ عادة ما يداوم الذكور والإناث على متابعة شبكات التواصل الاجتماعي بأكثر من ثلاث ساعات، إضافة إلى ذلك ينفرد الذكور والإناث بمتابعة خاصة ترجع إلى دوافعهم ورغباتهم النفسية والاجتماعية، حيث أن شبكات التواصل الاجتماعي تنتهج نهجا قد يكون واضح المعالم لكلا الجنسين، ويوقعهم في متاهة شبكات التواصل الاجتماعي إن لم يحسنوا استخدامها، إذ أن في أصلها مبنية على مبدأ التفاعل، كما ذكرتها الباحثة **مي العبد الله** في قولها "أن نظرية متاهة شبكات التواصل الاجتماعي في الفضاء العام مبنية على مبدأ التفاعل المباشر بين المرسل والمتلقي وتعطي الجمهور الدور الأساسي في الإعلام والاتصال، ومن هنا نجد أن سلوكيات الجمهور ودرجات وعيه وانضباطه، هي الأساس في عمليات الاتصال المجتمعي، وبالتالي في حركة المجتمع ككل، وبالتالي لا تخضع عملية التواصل الاجتماعي بحسب النظرية لأي سيطرة مركزية وللأفراد والجماعات الحق المطلق للوصول إلى وسائل الإعلام والاتصال واستخدامها"[1].

[1] – مي العبد الله، **متاهة شبكات التواصل الاجتماعي في الفضاء العام – نظرية في فلسفة الاتصال في عالم متغير –**، المرجع السابق، ص193.

ب- بالنسبة المحورين الثاني الذي يتعلق بـ "إستراتيجيات التثاقف المنتهجة من طرف شبكات التواصل الاجتماعي من وجهة نظر طلبة كلية الآداب واللغات بجامعة بسكرة" **والثالث الذي يتعلق بـ** "آثار التثاقف السلبي والإيجابي عبر شبكات التواصل الاجتماعي على سلوك الطلبة الجامعيين من كلية الآداب واللغات بجامعة بسكرة" **حسب متغير مكان الإقامة:**

	مكان الإقامة	حجم العينة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة "ت" المحسوبة	مستوى الدلالة	القرار
المحور الثاني	المدينة	77	1,7942	0,28530	1,448	**0,150**	لا توجد فروق
	الريف	43	1,7180	0,25989			
المحور الثالث	المدينة	77	1,6693	0,26033	1,496	**0,137**	
	الريف	43	1,5915	0,29476			

أظهرت نتائج **الجدول رقم (43)** أن المتوسط الحسابي لإجابات المبحوثين من سكان المدينة قدرت بـ 1,794 بانحراف معياري مقدر بـ 0,285، وهو مختلف تماما وقريب عن المتوسط الحسابي لإجابات سكان الريف بمتوسط قدره 1,718 وانحراف معياري قدره كذلك بـ 0,259، ويدل على ذلك قيمة "ت" المحسوبة والمقدرة بـ 1,448 عند درجة الحرية 118 وبمستوى دلالة يساوي 0,150، لذلك هي أكبر من مستوى الدلالة الحرج الذي يقر بأنه توجد دلالة إذا كانت أقل من 0,05.

كما نلاحظ من خلال هذا الجدول أن المتوسط الحسابي لإجابات المبحوثين من سكان المدينة قدرت بـ 1,669 بانحراف معياري مقداره 0,260، وهو مختلف تماما وقريب عن المتوسط الحسابي لإجابات سكان الريف بمتوسط قدره 1,591 وانحراف معياري قدره كذلك بـ 0,294، ويدل على ذلك قيمة "ت" المحسوبة والمقدرة بـ 1,496 عند درجة الحرية 118 وبمستوى دلالة يساوي 0,137، لذلك هي أكبر من مستوى الدلالة الحرج الذي يقر بأنه توجد دلالة إذا كانت أقل من 0,05، ولهذا تؤكد هذه القيمة **0,137** على صحة الفرضية التي تبين أنه **لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية تعزى لمتغير مكان الإقامة بين كل من إستراتيجيات التثاقف المعتمدة من قبل شبكات التواصل الاجتماعي وآثار التثاقف على عينة الدراسة.**

وهذا راجع لطبيعة الوسيلة التي يتابعها المبحوثون، من خلال أنها تحمل نفس الخصائص التي تؤثر على أفراد العينة، إلا أن سكان المدينة حسب ما جاء في المتوسط الحسابي يتابعونها بكثرة وأكثر قابلية لها نتيجة توفر شبكة الانترنت بكل سهولة، مما قد ينجر عن هذه المتابعة آثار قد تكون إما إيجابية مدعمة للمجتمع الذي ينتمون إليه أو منافية للمحيط الاجتماعي الذي هم فيه، على عكس سكان الريف

الذين يجدون صعوبة في العثور على الشبكة هذا من جهة، ومن جهة أخرى قد لا يتعاطون معها بشكل كبير نظرا لالتزاماتهم العائلية والفلاحية.

2-2- اختبار تحليل التباين ANOVA لقياس الفروق "إستراتيجيات التثاقف المنتهجة من طرف شبكات التواصل الاجتماعي من وجهة نظر طلبة كلية الآداب واللغات بجامعة بسكرة" حسب متغير السن:

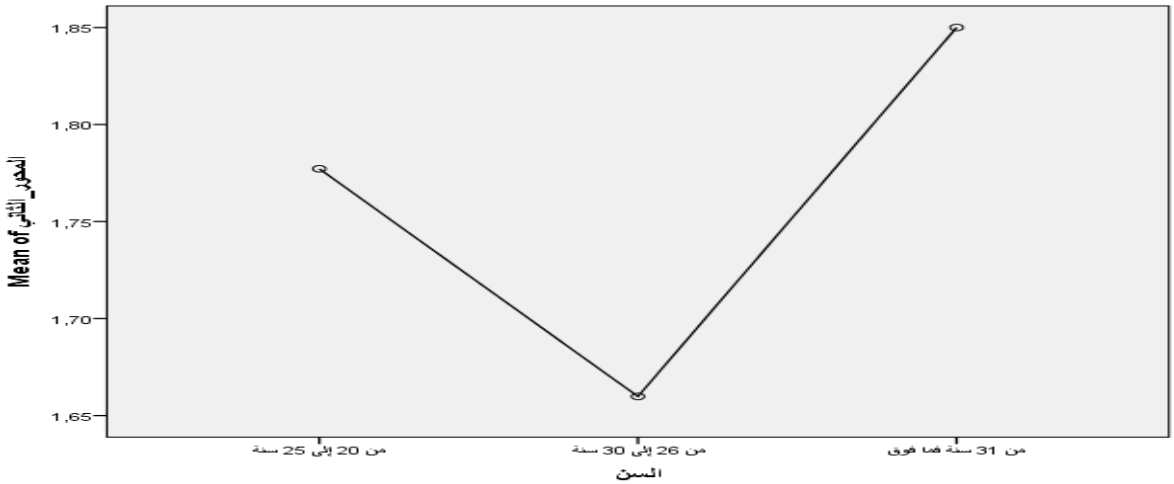
المحور الثاني "إستراتيجيات التثاقف المنتهجة من طرف شبكات التواصل الاجتماعي من وجهة نظر طلبة كلية الآداب واللغات بجامعة بسكرة" وعلاقته بمتغير السن						
	مجموع المربعات	درجة الحرية	متوسط المربعات	قيمة " ف"	مستوى الدلالة	القرار
بين المجموعات	0,478	2	0,239	3,211	**0,044**	توجد فروق ذات دلالة إحصائية
داخل المجموعات	8,706	117	0,074			
المجموع	9,183	119				

يتضح من خلال هذا **الجدول رقم (44)** أن قيمة "ف" لإجابات المبحوثين حول إستراتيجيات التثاقف المنتهجة من طرف شبكات التواصل الاجتماعي من وجهة نظر طلبة كلية الآداب واللغات بجامعة بسكرة **حسب عمرهم** بمقدار قدر بـ 3,211 وهي دالة على درجات الحرية داخل المجموعات 117 وبين المجموعات 2 بمستوى دلالة قدره 0,044 مستوى الخطأ 0,05، ولهذا تنفى فرضية العدم الأولى وتقبل الفرضية البديلة أي **وجود فروق ذات دلالة إحصائية في إستراتيجيات التثاقف المنتهجة من طرف شبكات التواصل الاجتماعي من وجهة نظر طلبة كلية الآداب واللغات بجامعة بسكرة حسب متغير السن.**

ويعود ذلك إلى عدد فئة الشباب التي تتراوح أعمارهم من 20 إلى 31 سنة فما فوق، وذلك إثر استخدامنا للعينة الطبقية، إذ كانت الغالبية منهم بفارق متوسط، إضافة إلى أن شبكات التواصل الاجتماعي تقوم باستهداف أكبر فئة هم الشباب لأنهم هم ثمرة المجتمع الذي تنهض به الأمم، وهذا الأمر يحتم ويعزز من وجود فوارق أكيدة في الإجابات باختلاف المستويات العمرية والدوافع والرغبات التي تلازمها ومستوى الإدراك والخبرات عن طرق المتابعة.

وعلى هذا الأساس سنعتمد على اختبار **LSD** من بين الكثير من الاختبارات وتعددها التي تقيس اتجاه الفروق وخط سيرها، وبالتالي يمكن توضيحها في الجدول الآتي:

السن اختبار LSD		متوسط الفروق	مستوى الدلالة
من 20 إلى 25 سنة	من 26 إلى 30 سنة	0,11732	0,064
	من 31 سنة فما فوق	-0,07283	0,255
من 26 إلى 30 سنة	من 20 إلى 25 سنة	-0,11732	0,064
	من 31 سنة فما فوق	**-0,19014***	**0,014**
من 31 سنة فما فوق	من 20 إلى 25 سنة	0,07283	0,255
	من 26 إلى 30 سنة	**0,19014***	**0,014**



وأظهرت نتائج هذا **الجدول رقم (45)** وجود وفروق ذات دلالة إحصائية بين استراتيجيات التثاقف المنتهجة عبر شبكات التواصل الاجتماعي والفئة العمرية، وهذا لصالح الشباب بين الفئتين اللتين تتراوح أعمارهم من 26 إلى 30 سنة ومن 31 سنة فما فوق بمستوى دلالة 0,01، كما يبين **الرسم البياني رقم (20)** المرفق مع الجدول، والمتعلق بالمتوسطات الحسابية لكل فئة أن متوسط الفئة الثاثة الذين سنهم من 31 سنة فما فوق هو الأعلى مقارنة بباقي المتوسطات.

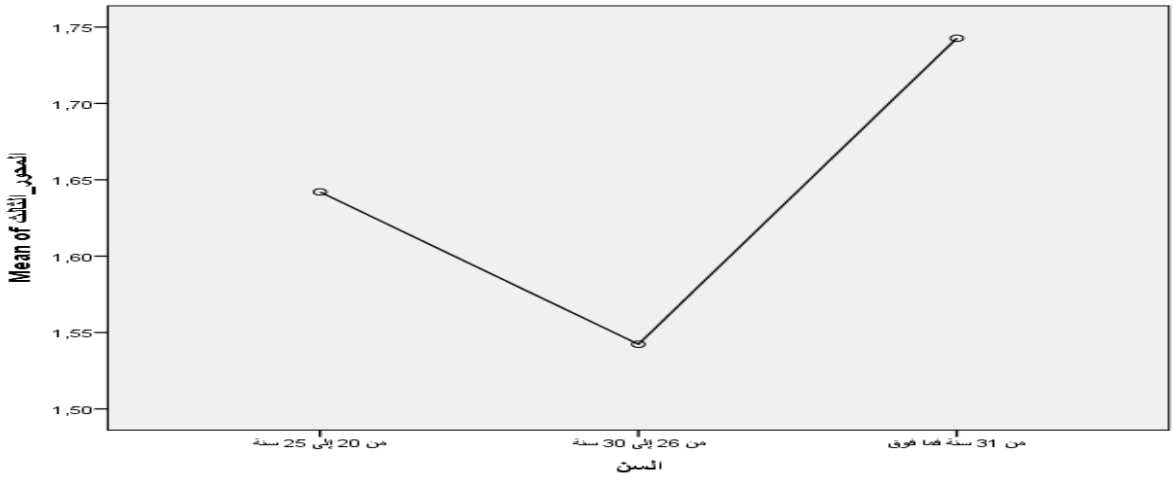
2-3- اختبار تحليل التباين ANOVA لقياس الفروق "آثار التثاقف السلبي والإيجابي عبر شبكات التواصل الاجتماعي على سلوك الطلبة الجامعيين من كلية الآداب واللغات بجامعة بسكرة" حسب متغير السن:

المحور الثالث "آثار التثاقف السلبي والإيجابي عبر شبكات التواصل الاجتماعي على سلوك الطلبة الجامعيين من كلية الآداب واللغات بجامعة بسكرة" حسب متغير السن						
	مجموع المربعات	درجة الحرية	متوسط المربعات	قيمة "ف"	مستوى الدلالة	القرار
بين المجموعات	0,512	2	0,256	3,540	**0,032**	**توجد فروق ذات دلالة إحصائية**
داخل المجموعات	8,455	117	0,072			
المجموع	8,967	119				

تشير نتائج **الجدول أعلاه رقم (46)** أن قيمة "ف" لإجابات المبحوثين حول إستراتيجيات التثاقف المنتهجة من طرف شبكات التواصل الاجتماعي من وجهة نظر طلبة كلية الآداب واللغات بجامعة بسكرة **حسب سنهم** بمقدار قدر بـ 3.540 وهي دالة على درجات الحرية داخل المجموعات 117 وبين المجموعات 2 بمستوى دلالة قدره 0,032 عند مستوى الخطاء 0,05، ولهذا تنفى فرضية العدم الأولى وتقبل الفرضية البديلة أي **وجود فروق ذات دلالة إحصائية في آثار التثاقف السلبي والإيجابي عبر شبكات التواصل الاجتماعي على سلوك الطلبة الجامعيين من كلية الآداب واللغات بجامعة بسكرة "حسب متغير السن"**.

وهذا راجع إلى ما قد قلناه سابقا فيما يخص الفئات العمرية لأن أفراد العينة عندما يكونوا أوفياء لشبكات التواصل الاجتماعي من ناحية المتابعة فقد يكون أمرا بارزا في أن ينتج تأثير يكون بالسلب أو بالإيجاب، وهذا ما عملت عليه الدول الغربية في قيامهم بإنتاج العديد من المضامين والمحتويات التي يمكن تسميتها بالصناعات الثقافية، حيث تساهم هذه الأخيرة في بناء دلالات ورموز ومعاني جديدة غير معتد عليها المجتمع المحلي، وبالتالي قد تلحق الشباب في دائرة الهيمنة الثقافية والفكرية.

السن اختبار LSD		متوسط الفروق	مستوى الدلالة
من 20 إلى 25 سنة	من 26 إلى 30 سنة	0,09972	0,110
	من 31 سنة فما فوق	-0,10064	0,111
من 26 إلى 30 سنة	من 20 إلى 25 سنة	-0,09972	0,110
	من 31 سنة فما فوق	**-0,20036***	**0,009**
من 31 سنة فما فوق	من 20 إلى 25 سنة	0,10064	0,111
	من 26 إلى 30 سنة	**0,20036***	**0,009**



كما أظهرت نتائج هذا **الجدول رقم (47)** وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين آثار التثاقف السلبي والإيجابي عبر شبكات التواصل الاجتماعي على سلوك الطلبة الجامعيين والفئة العمرية، وهذا لصالح الشباب بين الفئتين اللتين تتراوح أعمارهم من 26 إلى 30 سنة ومن 31 سنة فما فوق بمستوى دلالة 0,00، كما يبين **الرسم البياني رقم (21)** المرفق مع الجدول، والمتعلق بالمتوسطات الحسابية لكل فئة أن متوسط الفئة الثالثة الذين سنهم من 31 سنة فما فوق هو الأعلى مقارنة بباقي المتوسطات.

وعليه نفسر من خلال هذه الجداول المتعلقة بالمحورين الثاني والثالث بأن الفئتين العمريتين بحكم ارتباطاتهم العملية والعائلية وقدراتهم الفكرية والإدراكية يوضحون فارقا في إجاباتهم مقارنة بالمستوى العمري الأخر، فنأخذ على سبيل المثال العبارة رقم (17) من المحور الثاني في الاستمارة المتعلق بإستراتيجية الاستيعاب والانفصال "مكنتني شبكات التواصل الاجتماعي من الاستفادة من عادات الآخرين

في اللبس والأزياء"، فنجد أن الأفضلية في الإجابة كانت للذين أجابوا بـ موافق من الفئة العمرية ما بين 26 و30 سنة، في حين أجابت الفئة العمرية من 31 سنة فما فوق بـ غير موافق.

2-4- اختبار تحليل التباين ANOVA لقياس الفروق "إستراتيجيات التثاقف المنتهجة من طرف شبكات التواصل الاجتماعي من وجهة نظر طلبة كلية الآداب واللغات بجامعة بسكرة" حسب متغير القسم:

المحور الثاني "إستراتيجيات التثاقف المنتهجة من طرف شبكات التواصل الاجتماعي من وجهة نظر طلبة كلية الآداب واللغات بجامعة بسكرة" لمتغير القسم						
	مجموع المربعات	درجة الحرية	متوسط المربعات	قيمة " ف"	مستوى الدلالة	القرار
بين المجموعات	0,043	2	0,021	0,272	**0,762**	لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية
داخل المجموعات	9,141	117	0,078			
المجموع	9,183	119				

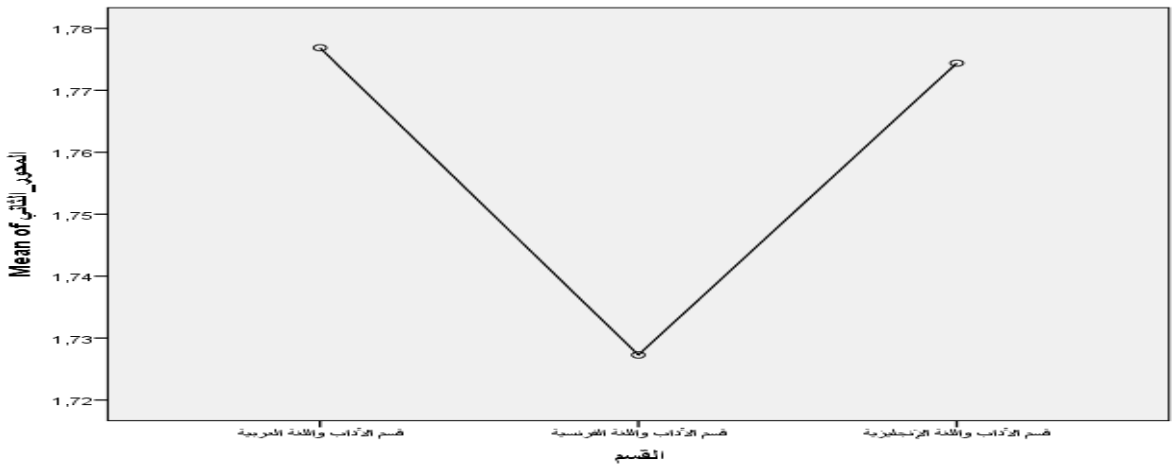
تبين نتائج **الجدول أعلاه رقم (48)** أن قيمة "ف" لإجابات المبحوثين حول إستراتيجيات التثاقف المنتهجة من طرف شبكات التواصل الاجتماعي من وجهة نظر طلبة كلية الآداب واللغات بجامعة بسكرة **حسب كليتهم** بمقدار قدر بـ 0,272 وهي دالة على درجات الحرية داخل المجموعات 117 وبين المجموعات 2 بمستوى دلالة قدره 0,762 عند مستوى الخطاء 0,05، وهذا يؤكد على أنه **لا وجود لفروق ذات دلالة إحصائية في إستراتيجيات التثاقف المنتهجة من طرف شبكات التواصل الاجتماعي من وجهة نظر طلبة كلية الآداب واللغات بجامعة بسكرة حسب متغير القسم.**

ويمكن معرفة ذلك حسب الجدول الآتي:

القسم اختبار LSD		متوسط الفروق	مستوى الدلالة
قسم الآداب واللغة العربية	قسم الآداب واللغة الفرنسية	0,04959	0,481
	قسم الآداب واللغة الإنجليزية	0,00247	0,966
قسم الآداب واللغة الفرنسية	قسم الآداب واللغة العربية	-0,04959	0,481
	قسم الآداب واللغة الإنجليزية	-0,04712	0,525
قسم الآداب واللغة الإنجليزية	قسم الآداب واللغة العربية	-0,00247	0,966
	قسم الآداب واللغة الفرنسية	0,04712	0,525

من خلال الأرقام المتحصل عليها في هذا **الجدول رقم (49)** اتضح أنه لا توجد فروق دالة إحصائيا إستراتيجيات التثاقف المنتهجة من طرف شبكات التواصل الاجتماعي من وجهة نظر طلبة كلية الآداب واللغات بجامعة بسكرة ومتغير القسم، ويوضح **الرسم البياني رقم (22)** والذي يتعلق بالمتوسطات الحسابية لكل قسم أن متوسط قسم الآداب واللغة الفرنسية هو المنخفض مقارنة بباقي المتوسطات.

ونوضح ذلك بمثال أيضا في العبارة رقم (3) المندرجة في محور الإستراتيجيات والمتعلقة بإستراتيجية الاندماج " عززت شبكات التواصل الاجتماعي من فكرة إدماج القيم الأجنبية الايجابية في المجتمعات العربية الإسلامية "، فنجد أن كل الأقسام وافقوا عليها بالإجابة موافق، واضافة إلى ذلك يجب الأخذ بعين الاعتبار عدد إجابات المبحوثين الذين أجابوا على الاستمارة.

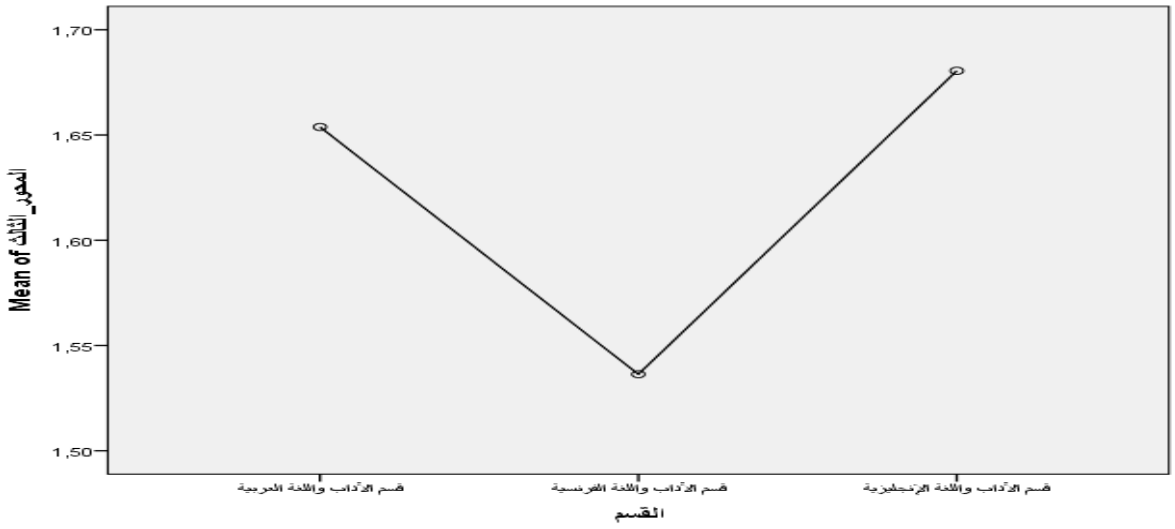


2-5- اختبار تحليل التباين ANOVA لقياس الفروق "آثار التثاقف السلبي والإيجابي عبر شبكات التواصل الاجتماعي على سلوك الطلبة الجامعيين من كلية الآداب واللغات بجامعة بسكرة" حسب متغير القسم:

المحور الثالث "آثار التثاقف السلبي والإيجابي عبر شبكات التواصل الاجتماعي على سلوك الطلبة الجامعيين من كلية الآداب واللغات بجامعة بسكرة"لمتغير القسم						
	مجموع المربعات	درجة الحرية	متوسط المربعات	قيمة " ف"	مستوى الدلالة	القرار
بين المجموعات	0,314	2	0,157	2,124	**0,124**	**لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية**
داخل المجموعات	8,653	117	0,074			
المجموع	8,967	119				

تبين نتائج **الجدول أعلاه رقم (50)** أن قيمة "ف" لإجابات المبحوثين حول إستراتيجيات التثاقف المنتهجة من طرف شبكات التواصل الاجتماعي من وجهة نظر طلبة كلية الآداب واللغات بجامعة بسكرة **حسب كليتهم** بمقدار قدر بـ 2,124 وهي دالة على درجات الحرية داخل المجموعات 117 وبين المجموعات 2 بمستوى دلالة قدره 0,124 عند مستوى الخطاء 0,05، وهذا يؤكد على أنه **لا وجود لفروق ذات دلالة إحصائية في آثار التثاقف السلبي والإيجابي عبر شبكات التواصل الاجتماعي على سلوك الطلبة الجامعيين من كلية الآداب واللغات بجامعة بسكرة " حسب متغير القسم.**

القسم اختبار LSD		متوسط الفروق	مستوى الدلالة
قسم الآداب واللغة العربية	قسم الآداب واللغة الفرنسية	0,11744	0,088
	قسم الآداب واللغة الإنجليزية	-0,02669	0,633
قسم الآداب واللغة الفرنسية	قسم الآداب واللغة العربية	-0,11744	0,088
	قسم الآداب واللغة الإنجليزية	**-0,14412***	**0,047**
قسم الآداب واللغة الإنجليزية	قسم الآداب واللغة العربية	0,02669	0,633
	قسم الآداب واللغة الفرنسية	**0,14412***	**0,047**



كما أظهرت نتائج هذا **الجدول رقم (51)** على وجود فروق ذات دلالة إحصائية في آثار التثاقف السلبي والإيجابي عبر شبكات التواصل الاجتماعي على سلوك الطلبة الجامعيين حسب متغير القسم وهذا لصالح الطلبة بين الفئتين من قسمي الآداب واللغة الفرنسية والآداب واللغة الإنجليزية بمستوى دلالة 0,04، كما يبين **الرسم البياني رقم (23)** المرفق مع الجدول، والمتعلق بالمتوسطات الحسابية لكل فئة أن متوسط قسم الآداب واللغة الإنجليزية هو الأعلى مقارنة بمتوسط قسم الآداب واللغة الفرنسية.

بينما أظهرت نتائج هذا الجدول أنه لا وجود لفروق ذات دلالة إحصائية في آثار التثاقف السلبي والإيجابي عبر شبكات التواصل الاجتماعي على سلوك الطلبة الجامعيين حسب متغير القسم وهذا لصالح الطلبة بين الفئات من الأقسام التالية: فئة قسم الآداب واللغة العربية وقسم الآداب واللغة الإنجليزية بمستوى دلالة 0,63، فئة قسم الآداب واللغة العربية وقسم الآداب واللغة الفرنسية بمستوى دلالة 0,08.

فمثالنا على ذلك الذي يوضح **أنه لا توجد فروق دالة إحصائيا في آثار التثاقف السلبي والإيجابي عبر شبكات التواصل الاجتماعي على سلوك الطلبة الجامعيين حسب متغير القسم** في:

– **العبارة** "أصبح الشباب أكثر تمردا على ثقافتنا المحلية بسبب شبكات التواصل الاجتماعي" حيث أجابا كل أقسام أفراد العينة على "موافق"

أما فيما يخص مثالنا الثاني الذي يوضح **بوجود فروق ذات دلالة إحصائية في آثار التثاقف السلبي والإيجابي عبر شبكات التواصل الاجتماعي على سلوك الطلبة الجامعيين حسب متغير القسم** في:

– **العبارة** "جعلتني متابعة شبكات التواصل الاجتماعي أتراجع عن تقبل محتوى الثقافة العربية"، حيث نجد أن قسم الآداب واللغة الإنجليزية أجابوا بـ "غير موافق" وقسم الآداب واللغة الفرنسية أجابوا بـ "موافق" كأعلى نسبة.

II. اختبار يتعلق بالفرضية الثانية:

الفرضية الثانية
لا توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائيا بين إستراتيجيات التثاقف عبر شبكات التواصل الاجتماعي وبين آثار التثاقف لدى عينة الدراسة

2-6- اختبار T-Test لعينتين مرتبطتين بالنسبة المحورين الثاني الذي يتعلق بـ " إستراتيجيات التثاقف المنتهجة من طرف شبكات التواصل الاجتماعي من وجهة نظر طلبة كلية الآداب واللغات بجامعة بسكرة" **والثالث الذي يتعلق بـ** "آثار التثاقف السلبي والإيجابي عبر شبكات التواصل الاجتماعي على سلوك الطلبة الجامعيين من كلية الآداب واللغات بجامعة بسكرة":

أ- بالنسبة المحورين الثاني الذي يتعلق بـ "إستراتيجيات التثاقف المنتهجة من طرف شبكات التواصل الاجتماعي من وجهة نظر طلبة كلية الآداب واللغات بجامعة بسكرة" **والثالث الذي يتعلق بـ** "آثار التثاقف السلبي عبر شبكات التواصل الاجتماعي على سلوك الطلبة الجامعيين من كلية الآداب واللغات بجامعة بسكرة":

	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة "ت"	درجة الحرية	مستوى الدلالة	القرار
المحور الثاني – المحور الثالث آثار سلبية	-0,13974	-0,35111	- 4,360	119	**0,000**	**توجد فروق ذات دلالة إحصائية**

	حجم العينة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
المحور الثاني	120	**1,7669**	**0,27780**
المحور الثالث آثار سلبية	120	**1,9067**	**0,40440**

تفحصا للبيانات الموضحة في **الجدول رقم (52)** يتضح لنا أن قيمة "ت" تساوي 4,360- عند درجات الحرية 119 بمتوسط حسابي قدر بـ 0,139- وبانحراف معياري قدر بـ 0,351-، ويتضح جليا في انفراد المحور المتعلق بإستراتيجيات التثاقف المنتهجة من قبل شبكات التواصل الاجتماعي التي قدر متوسطها الحسابي بـ 1,766 وبانحرافها المعياري 0,277، وكذلك بانفراد المحور الثالث الذي يتعلق بآثار التثاقف السلبي عبر شبكات التواصل الاجتماعي على سلوك الطلبة الذي قدر متوسطه الحسابي بـ 1,906 وانحراف معياري بـ 0,404، ولأن الفرضية في اتجاه واحد جاءت مستوى الدلالة بـ 0,00، وهو أقل من مستوى الدلالة الحرجة 0,05، **لذلك ترفض الفرضية العدمية الخاصة بالإستراتيجيات والآثار السلبية للتثاقف، وتقبل الفرضية البديلة التي تقر بوجود علاقة ارتباطية دالة إحصائيا بين إستراتيجيات التثاقف عبر شبكات التواصل الاجتماعي وبين آثار التثاقف السلبي لدى عينة الدراسة.**

ب- بالنسبة المحورين الثاني الذي يتعلق بـ " إستراتيجيات التثاقف المنتهجة من طرف شبكات التواصل الاجتماعي من وجهة نظر طلبة كلية الآداب واللغات بجامعة بسكرة " **والثالث الذي يتعلق بـ** " آثار التثاقف الإيجابي عبر شبكات التواصل الاجتماعي على سلوك الطلبة الجامعيين من كلية الآداب واللغات بجامعة بسكرة ":

	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة "ت"	درجة الحرية	مستوى الدلالة	القرار
المحور الثاني – المحور الثالث آثار الإيجابية	0,75859	0,29379	28,285	119	**0,000**	**توجد فروق ذات دلالة إحصائية**

	حجم العينة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
المحور الثاني	120	**1,7669**	**0,27780**
المحور الثالث آثار إيجابي	120	**1,0083**	**0,09129**

ومن خلال المعطيات الموضحة أمامنا في **الجدول رقم (53)** يتضح لنا أن قيمة "ت" تساوي 28,285 عند درجات الحرية 119 بمتوسط حسابي قدر بـ 0,758 وبانحراف معياري قدر بـ 0,293، ويتضح جليا في انفراد المحور المتعلق بإستراتيجيات التثاقف المنتهجة من قبل شبكات التواصل الاجتماعي التي قدر متوسطها الحسابي بـ 1,766 وبانحرافها المعياري 0,277، وكذلك بانفراد المحور

الثالث الذي يتعلق بآثار التثاقف السلبي عبر شبكات التواصل الاجتماعي على سلوك الطلبة الذي قدر متوسطه الحسابي بـ 1,008 وانحراف معياري بـ 0,091، ولأن الفرضية في اتجاه واحد جاءت مستوى الدلالة بـ 0,00، وهو أقل من مستوى الدلالة الحرجة 0,05، لذلك ترفض الفرضية العدمية المتعلقة بالإستراتيجيات والآثار الإيجابية للتثاقف، وتقبل الفرضية البديلة التي تقر **بوجد علاقة ارتباطية دالة إحصائيا بين إستراتيجيات التثاقف عبر شبكات التواصل الاجتماعي وبين آثار التثاقف الإيجابي لدى عينة الدراسة.**

ومن خلال تفسيرنا يتبين أن لشبكات التواصل الاجتماعي تأثير كبير على الشباب ليس فقط في المتابعة وانما الأدهى والأمر أنها أصبحت تؤثر في شبابنا اليوم، حيث تبين ذلك من خلال ما يتابعونه عبر هذا الوسيط من مضامين ومنشورات جديدة ودخيلة على المحيط الاجتماعي الذي ينتمون إليه، هذا ما تطرقنا إليه في الجانب النظري حول **عمليات التثاقف في شبكات التواصل الاجتماعي.**

النتـــــائج النهـــــائية للدراســـة

ثالثا: النتائج النهائية للدراسة:

1- نتائج العامة لدراسة:

بعد تعليقنا وتفسيرنا وتحليلنا لنتائج الجداول وفروض الدراسة تمكنا من الكشف عن أهم النتائج التي توضح مقاصد هذه الدراسة، وعلى هذا الأساس يمكن وضعها في النقاط التالية:

أ- نتائج الدراسة المتعلقة بالمحور الأول: والمقسمة بدورها إلى قسمين:

❖ **نتائج عادات وأنماط استخدام الطلبة لشبكات التواصل الاجتماعي ذات الشأن الثقافي.**

➢ أفراد العينة يتابعون شبكة الفيسبوك في تعرضهم للمحتويات الثقافية بنسبة 35,50%، وهذا عائد بالدرجة الأولى أن الشباب العالم يستقون منهم معلوماتهم الثقافية، وبالرجوع لمتغيرات الدراسة تبين أن شبكة الفيسبوك تحضى باهتمام كبير من قبل كل الفئات، وذلك باحتوائها كامل الميزات التي تستجيب لتطلعاتهم، كونها تتمتع بسهولة الاستخدام والتواصل.

➢ أثبت نتاج الدراسة أن عدد الساعات التي يستغرقها المبحوثون في متابعتهم للمحتويات الثقافية عبر شبكات التواصل الاجتماعي أكثر من 3 ساعات بنسبة 49,20%، تليها نسبة 45% من المبحوثون الذين يتابعون هذه الشبكات من ساعة إلى 3 ساعات كأقصى تقدير، وهذا راجع إلى المتعة الكبيرة التي تفقدهم الحس الزمني في المتابعة، وباختبار المتغيرات نجد أن الإناث يتابعن شبكات التواصل الاجتماعي أكثر من 3 ساعات مقارنة بالذكور الذين يتابعونها من ساعة إلى 3 ساعات فقط، أما فيما يخص متغير السن نلاحظ تقارب من الفئتين من 20 سنة إلى 25 سنة ومن 26 سنة إلى 30 سنة يفضلون متابعة هاته الشبكات أكثر من 3 ساعات على عكس الفئة العمرية من 31 سنة فما فوق يتابعنها من ساعة إلى 3 ساعات، وبالنسبة لمتغير القسم نلاحظ اتفاق من قبل قسم الآداب واللغة العربية والفرنسية في متابعتهم بأكثر من 3 ساعات، إلا أن قسم الآداب واللغة الانجليزية يتابعونها من ساعة إلى 3 ساعات، أما سكان الريف فيستغرقون أكثر من 3 ساعات في متابعة هذه الشبكات مقارنة بسكان المدينة الذين يتابعونها من ساعة إلى 3 ساعات، ويعود ذلك إلى ارتباطهم بأمور تلهيهم عن المتابعة.

➢ يختار أفراد العينة في تفاعلهم عبر شبكات التواصل الاجتماعي استخدام اللغة العربية الذي يتناسب مع محيطهم بنسبة 30,8% ويليها نسبة 25% ممن يفضلون المزج بين البعض منها، بينما متغير السن أوضح في نسب الفئات الثلاث حيث فضلت الفئة العمرية من 20 الى 25 سنة استخدام اللغة العربية والفئة العمرية من 26 إلى 30 سنة فضلوا استخدام اللغة الفرنسية في تفاعلهم، إلا أن الفئة الأكبر سنا فضلوا المزج بين

الكل، وفي ما يخص متغير القسم أن قسم الآداب واللغة العربية يتفاعلون مع محتويات الثقافية باللغة العربية في حين أن قسم الآداب واللغة الفرنسية يتفاعلون في شبكات التواصل الاجتماعي ذات الشأن الثقافي باستخدام المزج بين البعض من اللغات على عكس قسم الآداب و اللغة الانجليزية عادة يتفاعلون بالمزج بين كل من اللغات، أما سكان المدينة يفضلون التفاعل باللغة العربية إلا أن سكان الريف يفضلون بين البعض من اللغات، وهذا راجع إلى تقبل الشباب للغات ككل دون استثناء.

- دلت نتائج أن من بين الأسباب التي تدفع أفراد العينة إلى توظيفهم لهذه اللغات التي يمكن أن تناسب حواراتهم عبر شبكات التواصل الاجتماعي باقتناعهم للغة التي يحبونها ويجيدونها بنسبة 53,30%، تليها نسبة 36,70% من أفراد العينة يرون أن هذه اللغات هي اللغات الغالبة في التحاور على شبكات التواصل الاجتماعي، واتفق الجنسان على أنهم يستخدمون في حواراتهم اللغة التي يحبونها ويجيدونها، وذلك من خلال سهولة التفاعل والتواصل كما أن الفئتين العمريتين من 20 سنة إلى 25 سنة ومن 31 سنة فما فوق يؤكدون على أنهم يستخدمون مثل هذه اللغات بحكم حبهم وايجادهم لها على عكس الفئة العمرية الثانية من 26 إلى 30 سنة يقرون بأنها اللغات الغالبة في تحاور عبر شبكات التواصل الاجتماعي كدافع يدفعهم للتفاعل بها، أما الطلبة من قسم الآداب واللغة العربية واللغة الانجليزية يقرون بأنها نابعة من حبهم واتقانهم لهذه اللغة، إلا أن قسم الآداب واللغة الفرنسية يقرون أنها اللغة الغالبة في التحاور لديهم، ولم يؤثر متغير الإقامة في هذه الإجابة.
- يؤكد أصحاب العينة الهدف المرجو من استخدام شبكات التواصل الاجتماعي هو المعرفة والتثقيف والمتعة بنسبة 22,80%، ويليها التنفيس وقت الفراغ بنسبة 19,70%، وحسب متغير الجنس فإن المبحوثون من الذكور يسعون إلى غاية المعرفة والتثقيف والمتعة على عكس الإناث اللاتي يسعين إلى التنفيس وقت الفراغ كهدف أسمى بالنسبة لهم، كما أن الفئتين العمريتين اللتين تتراوح أعمارهم مابين 20 إلى 25 سنة ومن 31 سنة فما فوق يهدفون إلى الوصول للمعرفة والتثقيف للمتعة على عكس الفئة العمرية التي تتراوح سنهم مابين 26 سنة إلى 30 سنة الذين يهدفون إلى تحقيق غاية الانفتاح على العالم، وبالنسبة لقسم الآداب واللغة العربية واللغة الانجليزية فكانت غايتهم المعرفة والتثقيف والمتعة كهدف أساسي على عكس قسم الآداب واللغة الفرنسية الذين يريدون أن يصلوا إلى غاية مفادها التنفيس في وقت الفراغ، في حين سكان المدينة والريف اتفقوا على أن هدفهم الرئيسي كان من أجل المعرفة والتثقيف والمتعة، لأجل اكتساب معلومات ثقافية تسهم في نمو تفكيرهم الذي يساعدهم في نقد كافة المحتويات المعروضة عبر شبكات التواصل الاجتماعي التي تتعارض مع فكرهم.
- أثبت نتائج الدراسة أن أغلب أفراد العينة يفضلون متابعة الموضوعات ذات المحتوى الأكاديمي بنسبة

18,80% ونسبة 16,50% ممن يفضلون متابعة المحتويات المتعلقة بالجانب الصحي، كما نجد نسبة 15,50% يتابعون محتويات ذات الشأن الديني، حيث أوضح الذكور على أنهم يفضلون متابعة المحتويات الأكاديمية على عكس الإناث اللاتي يتابعن المحتويات الصحية، وذلك يعود لمساعدة هذه الشبكات الذكور في عملية اقتناء الكتب والمقالات العلمية الإلكترونية، وبخصوص متغير السن فإن الفئات الثلاثة اتفقوا على أنهم يفضلون متابعة المحتويات الثقافية، إذ أن أفراد العينة من قسم الآداب واللغة الفرنسية والانجليزية يفضلون متابعة المحتويات الأكاديمية بنسبة عالية على عكس قسم الآداب واللغة العربية الذين يفضلون متابعة كل ما يتعلق بالمحتويات الدينية، بينما سكان الريف يفضلون متابعة المحتويات الأكاديمية على عكس سكان المدينة الذين يفضلون متابعة محتويات الصحية، وهذا راجع إلى تقليص هذه الشبكات للوقت والجهد في محاولة معرفتهم لهذه المعلومات.

- أظهرت الدراسة أن أغلب المبحوثون يتفاعلون مع مضامين شبكات التواصل الاجتماعي بمستوى متوسط من 40 إلى 80% بنسبة 59,20%، وهذا ما أكدته جميع متغيرات الدراسة من الجنس والسن والقسم ومكان الإقامة في أنهم يتفاعلون مع هاته المضامين بمستوى متوسط من 40 إلى 80%.

❖ نتائج آليات ومعايير متابعة المواضيع الثقافية على شبكات التواصل الاجتماعي

- بينت النتائج أن المبحوثون يدلون باهتمامهم للثقافات والتقاليد المعروضة عبر شبكات التواصل الاجتماعي من خلال متابعتهم لثقافة الشرق الأوسط والعالم العربي كرتبة أولى بنسبة 27,65% تليها ثقافة أوروبا وأمريكا بنسبة 25,7%، التي يمكن لهذه الأخيرة أن تدخلهم في تثاقف يتجسد في سلوكياتهم داخل مجتمعهم الأصلي، وحسب متغيرات الدراسة فنجد أن الإناث يهتممن بما يعرض من ثقافة شرق الأوسط والعالم العربي، إلا أن الذكور يهتمون بمتابعة ثقافة أفريقيا، أما بالنسبة للفئات التي يتراوح سنهم مابين 20 و25 سنة و31 سنة فما فوق يهتمون بمتابعة ثقافة شرق الأوسط والعالم العربي على عكس الفئة ما بين 26 سنة إلى 30 سنة الذين يهتمون بثقافة أوروبا وأمريكا عبر شبكات التواصل الاجتماعي، أما بخصوص متغير القسم فإن قسم الآداب واللغة العربية والانجليزية يهتمون بمتابعة ثقافة شرق الأوسط والعالم العربي، إلا أن قسم الآداب اللغة الفرنسية يتابعون ثقافة غرب أسيا وتركيا، في حين نجد سكان الريف يهتمون بثقافة أفريقيا، على عكس سكان المدينة يهتمون بثقافة شرق الأوسط والعالم العربي.

- دلت نتائج الدراسة أن أغلب أفراد العينة يتعرضون للمواضيع الثقافية من خلال ما يرونه من أساليب الحياة عبر شبكات التواصل الاجتماعي بنسبة 37,90% وتليها نسبة 26,60% بما يرونه من طرق لباس، وعبرت متغيرات الدراسة بأن أسلوب الحياة هو الذي احتل مصدر اهتمامهم سواء من الجنس أو السن أو

مكان الإقامة.

➢ تضمنت نتائج الدراسة المتعلقة بالطريقة التي يعبر بها المبحوثون عن ثقافتهم عبر شبكات تواصل الاجتماعي بالاكتفاء بالمتابعة فقط بنسبة 49,20% لما ينشر من محتويات ثقافية وتليها 26,70% من الذين يفضلون التعبير عن ثقافتهم بإثراء النقاش العام، أما بالنسبة لمتغير الجنس والسن ومكان الإقامة فقد اتفقوا على أنهم يكتفون بالتعبير عن ثقافتهم بالمتابعة فقط، وهذا من خلال شعور المبحوثين بحالة من الاغتراب نظرا لما يرونه من انتشار واسع للموضوعات الثقافية، وكذا نرجع هذا الأمر أيضا إلى غياب دور المجتمع المدني والأسرة بمعناها الأصلي التي يمكن أن تسهم في الرفع من المقاصد الثقافية المحلية، والتي بدورها تنشئ جيلا محبا لثقافته وعروبته التي تحد من تجاوزات هاته الشبكات المشجعة لغرس أفكار وأوهام محدثة للاستهجان الثقافي في نفوس الأفراد، إلا أن متغير القسم يبرز اختلافا، وذلك في أن في قسم الآداب واللغة العربية والفرنسية يعبرون عن ثقافتهم في إثراء النقاش العام على عكس قسم الآداب واللغة الانجليزية الذين اكتفوا في بالمتابعة فقط.

➢ أثبتت نتائج الدراسة المتعلقة بطبيعة مشاركة المبحوثين في التعبير عن ثقافتهم عبر شبكات التواصل الاجتماعي من خلال المتابعة فقط بنسبة 32,30%، و31,80% ممن يشاركون بتبادل الآراء باعتبار أن الذكور يشاركون في تعبير عن ثقافتهم بالمتابعة فقط على عكس الإناث الذين يشاركنا من خلال تبادل الآراء في حين أن متغير السن أوضح أن الفئتين من 20 إلى 25 سنة ومن و31 فما فوق يفضلون المشاركة بالمتابعة فقط دون إجراء أي ردة فعل على عكس الفئة من 26 إلى 30 سنة يفضلون المشاركة بتبادل الآراء للتعريف والتأكيد على ثقافتهم التي ينتمون إليها، بينما قسم الآداب واللغة العربية والفرنسية يشاركون بتبادل الآراء على عكس قسم الآداب اللغة الانجليزية الذين يكتفون بالمتابعة فقط، أما بالنسبة للسكان المدينة فإنهم يشاركون في التعبير عن ثقافتهم من خلال المتابعة فقط على عكس سكان الريف الذين يشاركون بتبادل الآراء.

➢ أكدت النتائج أن أفراد العينة يلجؤون إلى أساليب تساعدهم في الحكم على مصداقية ما ينشر عبر شبكات التواصل الاجتماعي، وذلك من خلال ذكر مصدر المعلومة وتحديده بنسبة 28,90%، ويليها 21,50% من أفراد العينة يلجؤون إلى الاعتماد على الصور والفيديوهات كمصدر لتلقيهم المعلومات، وحسب متغير الجنس فإن الإناث يعتمدن في تصديقهم للمعلومات الثقافية المعروضة عبر شبكات التواصل الاجتماعي على ذكر مصدر المعلومة وتحديده إلا أن الذكور يستندون إلى الشخصية يثقون بها وتعتبر كقائد رأي بالنسبة لهم، في حين أن متغير السن اتفقوا على ذكر مصدر المعلومة قبل قبولهم لما يعرض عبر شبكات التواصل الاجتماعي، بينما قسم الآداب واللغة العربية الانجليزية يفضلون ذكر مصدر المعلومة على عكس قسم الآداب

واللغة الفرنسية يعتمدون في حكمهم على صدق المحتويات الثقافية عن طريق شخصية يثقون بها، ويتضح كذلك أن سكان المدينة يعتمدون على ذكر مصدر المعلومة وتحديده، على عكس سكان الريف الذين يعتمدون على الصور والفيديوهات من أجل الابتعاد عن كل ما له علاقة بالتضليل الإعلامي عبر هذه الشبكات. أوضحت النتائج أن أغلب المبحوثون يعبرون بهوية جزائرية حقيقة عبر شبكات التواصل الاجتماعي بنسبة 32,50%، ويليها نسبة 30% من المبحوثين الذين يظهرون بالمزج بين بعض من الهويات، وهذا ما نجده عند الإناث اللواتي يظهرن بهوية جزائرية عكس الذكور الذين يظهرون بهوية ممزوجة مع بعض من الهويات، وفيما يخص متغير السن فإن الفئتين العمريتين من 20 إلى 25 سنة ومن 26 إلى 30 سنة يفضلون الظهور بالهوية الجزائرية عكس الفئة الأكبر سنا التي تعبر بالمزج بين البعض من الهويات، أما قسم الآداب واللغة العربية والانجليزية يعبرون بالهوية الجزائرية، إلا أن قسم الآداب واللغة الفرنسية يعبرون بهوية ممزوجة بالبعض من الهويات، أما متغير مكان الإقامة فنجدهم يعبرون بالهوية الجزائرية نظرا لانتمائهم الوطني الذي يعتزون به.

ب- نتائج الدراسة المتعلقة بإستراتيجيات التثاقف المنتهجة من طرف شبكات التواصل الاجتماعي من وجهة نظر المبحوثين من طلبة كلية الآداب واللغات بجامعة بسكرة.

- كشفت النتائج أن أفراد العينة يوافقون بنسبة 50% على العبارة (3) "عززت شبكات التواصل الاجتماعي من فكرة إدماج القيم الأجنبية الايجابية في المجتمعات العربية الإسلامية"، باتجاه منخفض وبرتبة أولى تتعلق بإستراتيجية الاندماج.
- بينت النتائج المبحوثون يوافقون بنسبة 64,2% على العبارة (9) "ما تحث عليه منشورات شبكات التواصل الاجتماعي فيما يخص السفر لداعي التعلم في الخارج هو فرصة للاندماج في ثقافات أخرى"، محصلة على اتجاه منخفض ورتبة متوسطة مدخلة في إستراتيجية الاندماج، نظرا لما تعانيه البلاد من تأزم في المنظومة التعليمية.
- دلت النتائج بالموافقة من قبل أفراد العينة بشدة كبيرة قدرة بنسبة 80% على العبارة (12) "ساعدتني شبكات التواصل الاجتماعي في التعرف على المعالم السياحية وحببتني في زيارتها"، مبينة باحتلالها مرتبة أدنى واتجاه منخفض وفق ما نتج عن المتوسط الحسابي مندرجة بذلك تحت غطاء إستراتيجية الاندماج.
- دلت النتائج على أن المبحوثين عارضوا بـ 45,8% كأعلى نسبة العبارة (22) "ترفض منشورات شبكات التواصل الاجتماعي استخدام اللغات المحلية"، المحصلة بدورها على اتجاه متوسط ومرتبة أولى ضمن

إستراتيجيات التشابه والاستيعاب والانفصال.

- أظهرت النتائج إلى أن أصحاب العينة التزموا موقف الحياد بنسبة 43,3% على العبارة (25) "زادت من تمسك المتابعين برفض أي تفسيرات متجددة للنصوص الدينية"، باتجاه متوسط، كما أنها تحتل مرتبة متوسطة لارتباطها بإستراتيجيات التشابه والاستيعاب والانفصال.
- أشارت النتائج إلى أن أفراد العينة أدلوا بالموافقة بنسبة 60% على العبارة (16) "محتوى شبكات التواصل الاجتماعي أنتج طقوسا جديدة لمراسيم الزواج والاحتفال"، باتجاه منخفض ومحصلة كذلك على مرتبة أخيرة من ناحية التفضيل، وهذا ما نلاحظه داخل إستراتيجيات التشابه والاستيعاب والانفصال.
- دلت النتائج على موقف الحياد من قبل أفراد العينة بنسبة 35,8% على العبارة (32) "زادت المضامين الثقافية عبر شبكات التواصل الاجتماعي من رفض العادات والتقاليد المخالفة للمجتمع المحلي"، باتجاه متوسط ومرتبة أولى من حيث المتوسط الحسابي والانحراف المعياري، مندرجة هذه العبارة في إستراتيجيات التهميش التي تتعلق بالتثاقف عبر شبكات التواصل الاجتماعي.
- أكدت الدراسة أن 38,3% من المبحوثين التزموا بالموافقة على العبارة (29) "عززت الرغبة في التعصب (التشدد القبلي) على المجتمع المحلي قياسا للمجتمعات الأخرى"، باتجاه متوسط من ناحية ما عرض من متوسط حسابي وانحراف معياري، وبالتالي تبين أن هذه العبارة مندرجة ضمن إستراتيجية التهميش.
- أكدت النتائج على أن المبحوثون وافقوا بنسبة 49,2% كأعلى قيمة على العبارة (30) "زادت المحتويات الثقافية عبر شبكات التواصل الاجتماعي من شعور الاعتداد (التفاخر) بالنفس والتكبر على الثقافات الأخرى"، باتجاه متوسط مقدر من قبل المتوسط الحسابي والانحراف المعياري، مبينة أنها مندرجة في إستراتيجية التهميش المرتبطة بالتثاقف.

ت- نتائج آثار التثاقف السلبي والإيجابي عبر شبكات التواصل الاجتماعي على سلوك المبحوثين الجامعيين من طلبة كلية الآداب واللغات بجامعة بسكرة.

- أثبتت الدراسة أن 59,2% من أفراد العينة لم يوافقوا على العبارة (11) "أشعر أنني غريب في بلدي وليس مواطنا منتميا إلى ثقافة بلدي العامة"، التي تقر باتجاه مرتفع من خلال ما نتج عن المتوسط الحسابي والانحراف المعياري، وبينة أنها تنتمي لآثار التثاقف السلبي عبر شبكات التواصل الاجتماعي عليهم.
- كشفت نتائج الدراسة أن 59,2% من المبحوثين التزموا بالموافقة نحو العبارة (5) "جعلتني شبكات التواصل الاجتماعي أكثر رفضا للتعايش مع محيطي الاجتماعي"، باتجاه متوسط حسب ما وجد في المتوسط الحسابي والانحراف المعياري، وعليه اتضح أن هذه العبارة أثرت سلبا على المبحوثون ما جعلهم في تنافر

دائم بسبب هذا الرفض الذي غرسته شبكات التواصل الاجتماعي.

- أثبتت النتائج أن نسبة 79,2% من المبحوثون وافقوا على العبارة (1) "تقلل شبكات التواصل الاجتماعي من التفاعل داخل الأسرة وصلة الرحم"، باتجاه منخفض وفق ما تحصلنا عليه من نتائج المتوسط الحسابي والانحراف المعياري، مبينة أن شبكات التواصل الاجتماعي أحدثت أثرا سلبيا بليغا داخل الجو الأسري المبني على التفاعل والمحبة.
- دلت النتائج على موافقة أفراد العينة بنسبة 57,5% على العبارة (3) "تحبب المنشورات الثقافية عبر شبكات التواصل الاجتماعي تكوين صداقات مع ذوي الثقافات الأجنبية بدلا من المحلية"، باتجاه منخفض مبينة أن لشبكات التواصل الاجتماعي أثر إيجابي على المبحوثين في إبداء دور الرجل الغامض الذي يلبي رغبات الشباب.
- أوضحت النتائج أن نسبة 76,7% من أفراد العينة أكدوا بموقف الموافقة على العبارة رقم (15) "أتاحت لي شبكات التواصل الاجتماعي استخدام الرموز والأيقونات للتعبير عن المشاعر والأفكار ذات البعد العالمي"، باتجاه منخفض قياسا بالمتوسط الحسابي والانحراف المعياري، وذلك من خلال ترسيخ أثر إيجابي من قبل شبكات التواصل الاجتماعي على الشباب لاختصار أفكارهم في رموز قد تعبر بأحسن من ألف كلمة.
- أكدت الدراسة أن نسبة 90% من أصحاب العينة وافقوا بدرجة كبيرة على العبارة على العبارة رقم (1) "فتحت لي المنشورات الثقافية عبر شبكات التواصل الاجتماعي المجال للتعرف على أنماط الحياة وآفاق العمل"، بشدة اتجاه متوسطة حسب ما ذكر في المتوسط الحسابي والانحراف المعياري، وهذا ما يعبر عن مدى إسهام شبكات التواصل الاجتماعي في إحداث أثر قيم إيجابية جديدة تتعلق بالمتابعين لهذه الشبكات.

2- النتائج المتعلقة بفرضيات الدراسة:

- تبين من خلال دراسة الفروق أنه **لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية تعزى لمتغير الجنس بين كل من إستراتيجيات التثاقف المعتمدة من قبل شبكات التواصل الاجتماعي وآثار التثاقف على عينة الدراسة،** بمستوى دلالة يساوي 0,062 متعلق بالمحور الثاني وبمستوى دلالة يساوي 0,980، وهذا لصالح الجنسان اللذان يتابعان شبكات التواصل الاجتماعي بدرجة كبيرة دون منازلة عنها، كذلك جعل الشباب يفكرون بنفس المنطق الذي يهدف إلى زيادة في الحجم الساعي للمتابعة.
- أظهرت الدراسة أنه **لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية تعزى لمتغير مكان الإقامة بين كل من إستراتيجيات التثاقف المعتمدة من قبل شبكات التواصل الاجتماعي وآثار التثاقف على عينة الدراسة،**

بمستوى دلالة يساوي 0,150 متعلق بالمحور الثاني وبمستوى دلالة يساوي 0,137 يتعلق بالمحور الثالث، وعلى هذا الأساس يتبين أن لشبكات التواصل الاجتماعي قدرة عالية في التغلغل داخل أواسط السكان سواء كانوا في المدن أو في الأرياف، وذلك ببث مضامين ثقافية تلهيهم عن ما يمكن أن يقوموا به من أساسيات أخرى.

- أكدت الدراسة على أنه **توجد فروق ذات دلالة إحصائية في إستراتيجيات التثاقف المنتهجة من طرف شبكات التواصل الاجتماعي من وجهة نظر طلبة كلية الآداب واللغات بجامعة بسكرة حسب متغير السن،** بمستوى دلالة قدره 0,044، كون أفراد العينة أغلبهم من سن 20 إلى 25 سنة نظرا لارتباطهم بالدراسة دون انقطاع، كما بينت الدراسة أن وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين استراتيجيات التثاقف المنتهجة عبر شبكات التواصل الاجتماعي والفئة العمرية بمستوى دلالة 0,01، وهذا ما نرجعه إلى الفئتين الثانية والثالثة (ما بين 26 و30 سنة و31 سنة فما فوق).
- دلت نتائج الدراسة أن **وجود فروق ذات دلالة إحصائية في آثار التثاقف السلبي والإيجابي عبر شبكات التواصل الاجتماعي على سلوك الطلبة الجامعيين من كلية الآداب واللغات بجامعة بسكرة " حسب متغير السن** بمستوى دلالة قدره 0,032، وذلك من خلال كثافة تعرض المبحوثين من الشباب لكافة المحتويات المحدثة للتثاقف بمرور الوقت دون أن يشعر أي منهم بذلك الأثر المتسلسل الجاذب للعقول البشرية، كما أظهرت الدراسة وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين آثار التثاقف السلبي والإيجابي عبر شبكات التواصل الاجتماعي على سلوك الطلبة الجامعيين والفئة العمرية بمستوى دلالة 0,00، وهذا للشباب بين الفئتين العمريتين من 26 إلى 30 سنة ومن 31 سنة فما فوق.
- أثبتت الدراسة أنه **لا وجود لفروق ذات دلالة إحصائية في إستراتيجيات التثاقف المنتهجة من طرف شبكات التواصل الاجتماعي من وجهة نظر طلبة كلية الآداب واللغات بجامعة بسكرة حسب متغير القسم، وذلك** بمستوى دلالة قدره 0,762، وهذا ما يمكن إرجاعه إلى انتمائهم وتبادلهم أطراف الاتصال فيما بينهم وينقدون وما يوجد في هذه الأرضية الافتراضية بحكم متابعتهم لها، وهذا ما يؤكد أيضا أنه لا توجد فروق دالة إحصائيا إستراتيجيات التثاقف المنتهجة من طرف شبكات التواصل الاجتماعي من وجهة نظر طلبة كلية الآداب واللغات بجامعة بسكرة ومتغير القسم.
- كشفت نتائج الدراسة أنه **لا وجود لفروق ذات دلالة إحصائية في آثار التثاقف السلبي والإيجابي عبر شبكات التواصل الاجتماعي على سلوك الطلبة الجامعيين من كلية الآداب واللغات بجامعة بسكرة "حسب متغير القسم"** بمستوى دلالة قدره 0,124، وهذا ما يؤكد أن قسم الآداب واللغة العربية باعتبارهم أكثر المبحوثين تأثرا من شبكات التواصل الاجتماعي، منعكسة هذه التأثيرات على أرض الواقع المحيطون به، إلا

أنه توجد وجود فروق ذات دلالة إحصائية في آثار التثاقف السلبي والإيجابي عبر شبكات التواصل الاجتماعي على سلوك الطلبة الجامعيين حسب متغير القسم في الفئتين من قسمي الآداب واللغة الفرنسية والآداب واللغة الإنجليزية بمستوى دلالة 0,04.

➢ أبدت نتائج الفرضية الفرعية المتعلقة بقياس العلاقات أن **وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائيا بين إستراتيجيات التثاقف عبر شبكات التواصل الاجتماعي وبين آثار التثاقف السلبي لدى عينة الدراسة،** بمستوى دلالة بـ 0,00، وهذا نحاول إسقاطه على ما جاء في نظرية الصناعات الثقافية التي تركز على جانب من جعل المتابعين في تبعية بإعطاء جرعات مخدرة تسمح للقائمين عليها بالهيمنة عليهم وذلك لأجل سكب ثقافاتهم لجعل العالم كله تحت يد رحمة واحدة، مما يمكننا القول أن لهاته الشبكات صفات سلبية قد تؤثر بمرور الوقت على الشباب الذين يعتبرون جيلا صاعدا لبناء الأمم بقيم وعادات وثقافات تخص مجتمعهم المحلي.

➢ أكدت النتائج المتعلقة بالفرضية أن **وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائيا بين إستراتيجيات التثاقف عبر شبكات التواصل الاجتماعي وبين آثار التثاقف الإيجابي لدى عينة الدراسة،** بمستوى دلالة قدر بـ 0,00، وذلك نعبر عنه في أنه لا توجد سلبيات فقط لشبكات التواصل الاجتماعي ولكن من المستحسن أيضا أن نذكر إيجابياتها التي سهلت على المجتمعات إبراز ثقافاتها وعرضها على المدى البعيد والافتخار بها شرط أن يكون القائمين على عرض هذه الثقافات متميزين بالموضوعية متجنبين للذاتية التي يمكن أن تغرس آثار سلبية في الجماهير، حيث يظهر ذلك في اكتساب أفراد العينة خبرات كبيرة تتعلق بأساليب الحياة وغيرها من الأمور التي تساعد في الرفع من رقي المجتمع.

3- الإجابة على تساؤلات الدراسة:

➢ عادات وأنماط استخدام الطلبة كلية الآداب واللغات بجامعة بسكرة لشبكات التواصل الاجتماعي في الشأن الثقافي:

يستخدم المبحوثون شبكات التواصل الاجتماعي وخاصة شبكة الفايسبوك واليوتيوب بدرجة أكثر من الشبكات الأخرى، بمدة مستغرقة في أكثر من ثلاثة ساعات لأن القائمين على هذه الشبكات استغلوا نقاط القوة والضعف التي تمتلكها شخصية المبحوث، وهذا ما نرجعه إلى كثرة المحتويات الثقافية التي تبث عبره وخاصة الأكاديمية والاجتماعي منها، محدثة بذلك تثاقف ومكسب بالنسبة لهم عبر هذا العالم، ويهتم المبحوثون بما يعرض من ثقافات الشرق الأوسط والعالم العربي وكذا ثقافة أوروبا وأمريكا بهدف التنفيس في

وقت الفراغ والمعرفة والتثقيف والمتعة والانفتاح على العالم، إلا أن هذه الثقافات قد غيرت طريقة عيش المبحوثين من خلال ما يرونه من مناسبات ولباس وشتى أساليب الحياة، وذلك بمحاولة معرفة مصدر المعلومات وتحديدها، وهذا ما تبين لنا أن غالبية المبحوثون وفق متغيرات الدراسة فسروا لنا ذلك عن طريق تأثير هذه العادات والأنماط في استخدامهم لهذه الشبكات ذات البعد الثقافي.

- **مختلف إستراتيجيات التثاقف المنتهجة من طرف شبكات التواصل الاجتماعي من وجهة نظر الطلبة كلية الآداب واللغات بجامعة بسكرة:**

انتهجت شبكات التواصل الاجتماعي منذ بداية انتشار لها عبر العالم أدوارا لأجل إحداث عملية تكيف وانسجام بين والأفراد والثقافات وتقريب للمسافات، ولكن سرعان ما بدأت تظهر تصرفات ترمز لوجود إستراتيجيات تتعلق بالتثاقف، والمتمثلة **في إستراتيجية الاندماج باعتبارها أقوى إستراتيجية** مؤثرة على سلوك الشباب، والتي يسعون من خلالها مواكبة تطورات العصر باتسامهم التوافق الثقافي في علاقاتهم المتبادلة، على عكس باقي الإستراتيجيات التي لم تنتهجها شبكات التواصل الاجتماعي كأداة للتأثير عليهم بدرجة أقوى.

- **تتمثل الآثار السلبية والإيجابية للتثاقف عبر شبكات التواصل الاجتماعي على سلوك طلبة كلية الآداب واللغات بجامعة بسكرة:**

تمثلت الآثار السلبية للتثاقف عبر شبكات التواصل الاجتماعي على سلوك الشباب في أنها تقلل من الروابط الأسرية المتفاعلة فيما بينها، بما فيها صلة الرحم التي كادت أن تنقطع بسبب اقتصار المتابعين بالاتصال عبر هذا الفضاء فقط، وشعور الشباب بحالة من الاغتراب الثقافي، وكذا رفض الشباب المتابع لها التعايش مع محيطه الاجتماعي بسبب ما يعرض من إغراءات تعطي حافزا للتمرد على ثقافتهم المحلية، وهذا ما يستلزم منا إعادة النظر بشكل معمق للحد وكسر مثل هذه السلوكيات، التي نراها مهدمة للمجتمعات الضعيفة بسبب الهيمنة الثقافية.

في حين أن تمثلت الآثار الإيجابية للتثاقف عبر شبكات التواصل الاجتماعي على سلوك الشباب في تعريفهم بمختلف الأنماط والأساليب الحياتية، والزيادة من وعيه وثقافته بنشر مضامين تعليمية حديثة في مختلف المجالات، فإن هذا ترحب به الصدور لإسهامه في تكريس الفعل الإيجابي، هنا يصبح التوافق المعرفي واضح وسليم، يسهم في بناء المجتمعات التي تعاني من ضعف وعدم تقدم في المجالات الحياتية، وكذا إتاحتها لأشياء تسهل التواصل وتسهل أيضا كتكوين صداقات من ذوي الثقافات المختلفة، لأن التثاقف

الذي يسلك الطريقة الإيجابية يعزز من العلاقات الاجتماعية كرابطة الأخوة وقيم الإنسانية بغض النظر عن انتماءاتهم الفكرية والعقائدية.

خـــــــــــاتمة وتوصيـــــات

خـــــــاتمة وتوصيـــــــات:

يحاول كل باحث ويسعى حثيثا إلى تلمس الطريق أو الاقتراب من الحقيقة ورغم الجهود والمحاولات التي بذلناها لإنجاز هذه الدراسة فإننا توصلنا من خلالها إلى أن عملية التثاقف عملية شديدة التعقيد يتقاطع فيها السيكولوجي مع الاجتماعي والأنثربولوجي والسياسي، حيث أصبحت ظاهرة حتمية تمس مختلف المجتمعات والشعوب في ظل العولمة الإعلامية والاتصالية، و هذا ما يظهر كنوع جديد وحديث داخل شبكات التواصل الاجتماعي، حيث تمثل عملياته حالة عامة من الصراع والازدواجية الثقافية لدى الأفراد بين ما هو تقليدي موروث وما هو حداثي مرغوب.

ويمكننا القول أن شبكات التواصل الاجتماعي أضحت نقطة التقاء وحوار لثقافات منتسبة إلى متابعيها، فكل سلوك غير سوي يبدي صراع ثقافي داخل المجتمع، وبحكم تعرضهم الكثيف لهذه المحتويات الثقافية عبره بصفة دائمة يصبح الأفراد في وسط محيطهم الاجتماعي محبوبين أو منبوذين وفق ما يتلازم مع طبيعة القواعد والقوانين التي تتضمن أعرافا وعادات وتقاليد وطقوسا دينية، إذ ساهمت هذه الشبكات في نمو ثقافات على حساب ثقافات أخرى مثل ما يحدث في واقعنا اليوم الذي ننتمي إليه كأطراف من العالم الثالث.

وهذا ما نشهده من صناعات ثقافية تبرز هيمنة إعلامية بأساليب جديدة تؤثر على مدركات العملية المعرفية والإدراكية العقلية التي تبث ثقافات بطريقة مبتكرة أو خيالية، وذلك من خلال ما نشهده من أخبار زائفة لا تتمتع بالمصداقية في عرض المعلومات من قبل المسيطرين على هذه الشبكات التي تحول هذا الإنتاج الثقافي إلى سلعة تغيب عقل المتلقي وتتلاعب به لكي يتم تحطيم أية مقاومة من قبله، لأجل توحيد عاداته بشكل موحد قياسيا، عن طريق تلبية حاجاته الكثيرة والمتنوعة بتقديم إغراءات جمالية شكلية وفنية وذلك بإنتاج غريزة حب الاطلاع والمعرفة والتثقيف والتسلية في آخر الأمر، بهدف جذب المتابعين لجعلهم في اتصال ثقافي يخلق انصهار فيما بين الثقافات، وهنا تتضح بوادر إفلاس الثقافة وسقوطها.

وبالتالي فإن هذا التأثير ناتج عن ما يقوم به الغرب من تجاهل لثقافة العالم الثالث وبالخصوص مجتمعنا العربي الإسلامي، حيث أن هذا الأخير ضيق الخناق على الإبداع مقابل ارتفاع وتيرة الإنتاج الهائل للثقافات المتهاطلة المعروضة عبر شبكات التواصل الاجتماعي، والشيء الذي يجعل الفرد يعيش ثقافته بشكل تقاطبي هو انتهاج هذه الشبكات استراتيجيات تثاقفية مختلفة {التشابه، الاندماج، الانفصال، التهميش} بهدف تحقيق التوازن والتكيف مع هذه الوضعية، وكذا جعل العالم تحت غطاء ثقافة واحدة يسودها جو من التبعية الهادفة إلى تأطير العقل البشري، بحث الشباب على ممارسة ردود أفعال داخل مجتمعهم، وعلى هذا الأساس يمكننا أن نستنتج أن لشبكات التواصل الاجتماعي أثر كبير على فئة الشباب باعتبارهم نواة

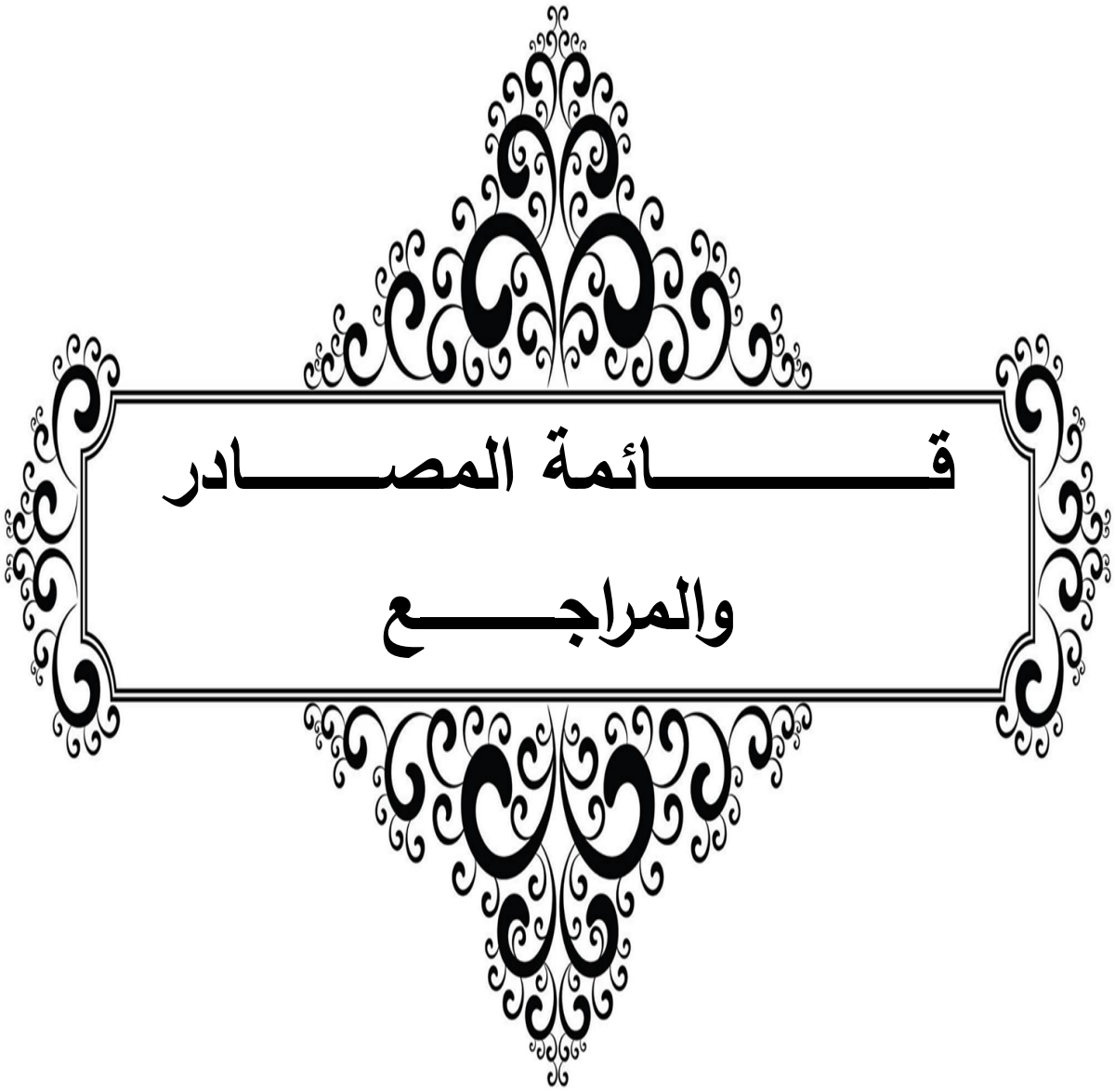
المستقبل، من الناحية السلبية والإيجابية على سلوكهم، من خلال مساهمتها في تنوير أفكارهم بالاطلاع على كل ما هو إيجابي حول المحتويات التثاقفية، كالتفقه في المجال الديني من مختلف ما يعرض من دروس وحكم حوله، أو في المجال الصحي الذي يسعى من خلاله الأطباء لعرض مختلف الفوائد الصحية أو الأضرار الناجمة عن الأمراض أو التعرف على كيفية الحفاظ على مجموعة من القيم المشجعة للبشرية كقيمة الإخاء والتعاون والتسامح وحب الخير والأمر بالمعروف والنهي عن المنكر وكذا التعرف على الثقافات من خلال تكوين صدقات أجنبية، وأيضا تعريف كل شاب يجهل ثقافة مجتمعه من تراث مادي وغير مادي، أما فيما يخص الأثر السلبي الذي يغرس في ذوات الشباب هو غوصهم داخ هذه الشبكات التي يمكن أن تخلق لهم الفزع والخوف وعدم الثقة في من يعيشون حولهم نظرا لعدم قدرتهم على التدقيق والتفسير لما ينتج من محتويات تثاقفية.

ولا يسعنا القول إلا أن هذه الدراسة تعد من بين الدراسات العلمية المبنية على أسس البحث العلمي، الساعية إلى أن تسلط الضوء على إحدى المفاهيم والظواهر الثقافية الممارسة في المجتمع، ولا يمكننا القول أن هذه الدراسة توصلت إلى نتائج نهائية لا يمكن تناولها مرة أخرى، وانما تطرقنا إلى جانبا من جوانبها موضحين بها دراسة آثار التثاقف على سلوك الشباب عبر شبكات التواصل الاجتماعي، لفت الانتباه إلى ضرورة إجراء مثل هذه الدراسات استبصارا لماضي وحاضر الدراسات الإعلامية والاتصالية ومستقبلها في الجزائر، وواضعين حجر الأساس لانطلاق بحوث أخرى تساعد على حل مجموعة من المآزق التي لم نصل إليها، خاصة عبر شبكات التواصل الاجتماعي لكشف ما الجدوى من إبراز هذه الثقافات وكيفية عرضها لكافة المجتمعات لتؤثر عليهم، وذلك بالتنويه لما قد تثيره مستقبلا من صراعات وتجاذبات تقوض الثقافة الراسخة في المجتمع.

وفي طار ما توصلنا إليه من نتائج نهائية يمكننا استخلاص مجموعة من **التوصيات:**

- ✓ نوصي مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي بضرورة التقصي من المعلومات التي يتلقونها عبره، عن طريق معرفة مصدرها الأساسي وعدم تبعيتها لجهة هدفها الهيمنة وجعل العالم في تبعية لها.
- ✓ نوصي القائمين على مراقبة المحتوى غربلة جميع المحتويات التي من شأنها أن تلحق ضررا بثقافتنا.
- ✓ نوصي لجهات الرسمية وغير الرسمية المهتمة بالجانب الثقافي بتصميم مواقع لبث سلسلة من البرامج عبر شبكات التواصل الاجتماعي، من خلال عرض التراث المادي واللامادي لتسهم في نشر الوعي خاصة ما نشهده من كم هائل للمضامين التثاقفية المؤثرة سلبا على مجتمعنا وبالخصوص شبابنا.

✓ نوصي مطوري البرمجيات بإنتاج تطبيقات تصون الجانب الثقافي، وذلك من خلال الاطلاع والاستفادة من نتائج دراستنا وباقي الدراسات المهتمة بهذا الشأن، من أجل دحض كل الثقافات الوافدة التي دوما ما تأثر على شبابنا باعتبارهم جيل المستقبل.


قـــــــــائمة المصـــــــادر
والمراجـــــــع

قائمة المصادر والمراجع

أولا: المصادر باللغة العربية:

أ- القرءان:

1- **سورة الحجرات**، الآية 13.

ب- القواميس:

1- عبد النور جبار وسهيل إدريس، **قاموس المنهل**، ط7، دار العلم للملايين للنشر والتوزيع، بيروت، 1983.

2- كريس باركر، **معجم الدراسات الثقافية**، تر: جمال بلقاسم، دار رؤية للنشر والتوزيع، القاهرة، 2018.

ثانيا: مراجع باللغة العربية:

أ- الكتب باللغة العربية

1- إبراهيم بعزيز، **تكنولوجيا الاتصال الحديثة وتأثيراتها الاجتماعية والثقافية**، دار الكتاب الحديث، القاهرة، 2012.

2- أحمد بن مرسلي، **مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال**، ط4، ديوان المطبوعات الجامعية للنشر والتوزيع، الجزائر، 2010.

3- أرمان ماتلار وميشال ماتلار، **تاريخ نظريات الاتصال**، تر: نصر الدين لعياضي ورابح الصادق، ط3، مركز دراسات الوحدة العربية النشر والتوزيع، بيروت، 2005.

4- إسماعيل إبراهيم، **مناهج البحوث الإعلامية**، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2017.

5- إسماعيل عبد الفتاح عبد الكافي، **شبكات التواصل والانترنت والتأثير على الأمن القومي والاجتماعي**، المكتب العربي للمعارف للنشر والتوزيع، القاهرة، 2012.

6- آلن هاو، **النظرية النقدية – مدرسة فرنكفورت –**، تر: ثائر ديب، دار العين للنشر والتوزيع، الإسكندرية، 2010.

7- أمين عويسي، **النظام الاقتصادي والثقافة الاجتماعية "العلاقة والإفرازات"**، دار إحياء للنشر الرقمي، د ب ن، 2014.

8- أنتوني غدنز، **علم الاجتماع – مع مدخلات عربية –**، ط4، تر: فايز الصياغ، المنظمة العربية للترجمة، لبنان، 2005.

9- برهان رزيق، **مخاطر الغزو الثقافي**، دار سلسلة الكتب المنشورة بعد الرحيل 56، سوريا، 2017.

10- بسام عبد الرحمان المشاقبة، **نظريات الاتصال**، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، 2011.

11- بوب ماتيوز وليز روس، **الدليل العملي لمناهج البحث في العلوم الاجتماعية**، تر وتق وتع: محمد الجوهري، المركز القومي للترجمة، القاهرة، 2016.

12- توم بوتومور، **مدرسة فرنكفورت**، تر: سعد هجرس، مرا: محمد حافظ دياب، ط2، دار أويا للنشر والتوزيع، طرابلس، 2004.

13- جبريل بن حسن العريشي وسلمى بنت عبد الرحمان محمد الدوسري، **الشبكات الاجتماعية والقيم رؤية تحليلية**، الدار المنهجية للنشر والتوزيع، عمان، 2015.

14- جرار لكلرك، **الأنتربولوجيا والاستعمار**، ط2، تر: جورج كتورة، المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع، بيروت، 1990.

15- حارث علي العبيدي وهبة عدنان النعيمي، **الثقافة بين المحلية والكونية في ظل العولمة الاتصال**، دار ومكتبة الحامد للنشر والتوزيع، عمان، 2014.

16- حسان شمسي باشا وماجد حسان شمسي باشا، **وسائل التواصل الاجتماعي رحلة في الأعماق**، دار القلم للنشر والتوزيع، دمشق، 2020.

17- حسن السوداني ومحمد المنصور، **تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على الجمهور المتلقين**، مركز الكتاب الأكاديمي للنشر والتوزيع، عمان، 2015.

18- حكيم طلعت، **علم النفس الإعلامي "رؤى معاصرة ودراسات تطبيقية"**، تقديم: فتحى مصطفى الشرقاوي، مكتبة أنجلو المصرية للنشر والتوزيع، د ب ن، د س ن.

19- حلمي خضر ساري، **التواصل الاجتماعي الأبعاد والمبادئ والمهارات**، دار كنوز المعرفة للنشر والتوزيع، عمان، 2013.

20- خالد غسان يوسف المقدادي، **ثورة الشبكات الاجتماعية**، دار النفائس للنشر والتوزيع، عمان، 2013.

21- خضرة عمر المفلح، **الاتصال "المهارات والنظريات وأسس عامة"**، دار ومكتبة الحامد للنشر والتوزيع، عمان، 2015.

22- دلال ملحس إستيتية، **التغير الاجتماعي والثقافي**، ط2، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان، 2004.

23- دنيس كوش، **مفهوم الثقافة في العلوم الاجتماعية**، تر: منير السعيداني، مركز الدراسات الوحدة العربية للنشر والتوزيع، بيروت،2007.

24- رضا أمين، **الإعلام الجديد**، دار الفجر للنشر والتوزيع، مصر، 2015.

25- سعد سلمان المشهداني وفراس حمود العبيدي، **مواقع التواصل الاجتماعي وخصائصه البيئة الإعلامية الجديدة**، دار أمجد للنشر والتوزيع، عمان، 2020.

26- سعد سلمان المشهداني، **منهجية البحث العلمي**، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، 2019.

27- سعيد سبعون، **الدليل المنهجي في إعداد المذكرات والرسائل الجامعية في علم الاجتماع**، ط2، دار القصبة للنشر والتوزيع، الجزائر، 2012.

28- سمير الخليل، **دليل مصطلحات الدراسات الثقافية والنقد الثقافي "إضاءة توثيقية للمفاهيم الثقافية المتداولة"**، مر وتع: سمير الشيخ، دار الكتب العلمية، بيروت، 2016.

29- **شبكات التواصل الاجتماعي – منصات للحرب الأمريكية الناعمة –**، دار مركز الحرب الناعمة للدراسات، لبنان، 2016.

30- الصادق رابح، **فضاءات رقمية – قراءات في المفاهيم والمقاربات والرهانات –**، دار النهضة العربية، بيروت، 2014.

31- عامر إبراهيم قنديلجي، **البحث العلمي واستخدام مصادر المعلومات**، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، 1999.

32- عبد الخالق محمد علي، **خطوات نحو بحث النهج الإعلامي**، دار المحجة البيضاء للنشر والتوزيع، د ب ن، د س ن.

33- عبد الرحمان بدوى، **مناهج البحث العلمي**، ط3، دار وكالة المطبوعات للنشر والتوزيع، الكويت، 1977.

34- عبد الرحمان بن إبراهيم الشاعر، **مواقع التواصل الاجتماعي والسلوك الإنساني**، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، 2015.

35- عبد الغفار مكاوي، **النظرية النقدية لمدرسة فرانكفورت "تمهيد وتعقيب نقدي"**، دار هندوي للنشر والتوزيع، المملكة المتحدة، 2017.

36- عبيدات ذوقان وعبد الحق كايد وآخرون، **البحث العلمي – مفهومه، أدواته، أساليبه –**، ط17، دار الفكر للنشر والتوزيع، عمان، 2015.

37- عزام أبو الحمام، **الإعلام الثقافي**، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، 2010.

38- علي بن محسن الشويش، **أثر التفكير في البناء الثقافي**، دار المقردات للنشر والتوزيع، الرياض، 2012.

39- عماد عبد الغني، **سوسيولوجيا الثقافة "المفاهيم والإشكاليات ... من الحداثة إلى العولمة"**، ط3، مركز دراسات الوحدة العربية للنشر والتوزيع، بيروت، 2016.

40- فريال مهنا، **علوم الاتصال والمجتمعات الرقمية**، دار الفكر للنشر والتوزيع، دمشق، 2002.

41- فهد عبد العزيز الغفيلي، **الإعلام الرقمي – أشكاله ووظائفه وسبل تفعيله وملحق به مشاريع وتطبيقات ميدانية –**، فهرسة مكتبة الملك فهد الوطنية للنشر والتوزيع، الرياض، 2017.

42- فيل سليتر، **مدرسة فرنكفورت " نشأتها ومغزاها – وجهة نظر ماركسية "**، تر: خليل كلفت، ط2، المدلس الأعلى للثقافة للنشر والتوزيع، القاهرة، 2004.

43- فيليب جونز، **النظريات الاجتماعية والممارسات البحثية**، تر: محمد ياسر الخواجة، دار مصر العربية للنشر والتوزيع، القاهرة، 2010.

44- كريم زكي حسام الدين، **اللغة والثقافة – دراسة أنثرولغوية لألفاظ وعلاقات القرابة في الثقافة العربية –** ، د د ن، د ب ن.

45- كلير كرامش، **اللغة والثقافة**، تر: أحمد الشيمي، مر: عبد الودود العمراني، منشورات وزارة الثقافة والفنون والتراث، قطر، 2010.

46- ليلى أحمد جرر، **فيسبوك والشباب العربي**، مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع، الكويت، 2012.

47- ماهر أبو المعاطى علي، **الاتجاهات الحديثة في البحوث الكمية والبحوث الكيفية ودراسات الخدمة الاجتماعية**، دار المكتب الجامعي الحديث للنشر والتوزيع، الإسكندرية، 2014.

48- ماهر عودة الشمايلة ومحمود عزت اللحام وآخرون، **تكنولوجية الإعلام والاتصال**، دار الإعصار العلمي للنشر والتوزيع، عمان، 2014.

49- محمد الفاتح حمدي سميرة سطوطاح وآخرون، **مناهج البحث في علوم الإعلام والاتصال وطريقة إعداد البحوث**، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان، 2019.

50- محمد المنصور هيبة وحسن السوداني، **شبكات التواصل الاجتماعي وتأثيرها على جمهور المتلقين**، مركز الكتاب الأكاديمي للنشر والتوزيع، عمان، 2015.

51- محمد عبد الحميد، **نظريات الإعلام واتجاهات التأثير**، ط3، دار عالم الكتب للنشر والتوزيع، القاهرة، 2004.

52- محمد عبد العزيز الحيزان، **البحوث الإعلامية – أسسها، أساليبها، مجالاتها –**، دار مكتبة الملك فهد الوطنية للنشر والتوزيع، الرياض، 2004.

53- محمد عبد الفتاح الصيرفي، **البحث العلمي: الدليل التطبيقي للباحثين**، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان، 2001.

54- محمد عبد المطلب البكاء، **الإعلام واللغة – مستويات اللغة والتطبيق –**، دار نينوي للنشر والتوزيع، سوريا، د س ن.

55- محمد عز الدين المناصرة، **الهويات والتعددية اللغوية – قراءات في ضوء النقد الثقافي المقارن –**، دار الصايل للنشر والتوزيع، عمان، 2014.

56- محمد نجيب الصرايرة، **قضايا في الإعلام الدولي**، مكتبة الرائد العلمية للنشر والتوزيع، الأردن، 2013.

57- مصطفى حسين باهي ومنى أحمد الأزهري وآخرون، **المرجع في البحث العلمي – نظري وتطبيقي –**، مكتبة الأنجلو المصرية للنشر والتوزيع، د ب ن، د س ن.

58- مصطفى عليان رابحي وعثمان محمد غنيم، **مناهج وأساليب البحث العلمي: النظرية والتطبيق**، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، 2000.

59- مصطفى يوسف كافي، **الإعلام التفاعلي**، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان، 2015.

60- منال هلال المزاهرة، **نظريات الاتصال**، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، 2012.

61- منال هلال مزاهرة، **بحوث الإعلام "الأسس والمبادئ"**، دار كنوز المعرفة للنشر والتوزيع، عمان، 2010.

62- موريس أنجرس، **منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية: تدريبات علمية**، تر: بوزيد صحراوي كمال بوشرف وآخرون، الإشراف على الترجمة: مصطفى ماضي، ط02، دار القصبة للنشر والتوزيع، الجزائر، 2004.

63- مي العبد الله، **متاهة شبكات التواصل الاجتماعي في الفضاء العام – نظرية في فلسفة الاتصال في عالم متغير –**، دار النهضة العربية للنشر والتوزيع، بيروت، 2020.

64- مي العبد الله، **نظريات الاتصال**، دار النهضة العربية للنشر والتوزيع، بيروت، 2006.

65- هارلمبس وهولبورن، **سوشيولوجيا الثقافة والهوية**، تر: حاتم حميد محسن، دار كيوان للنشر والتوزيع، دمشق، 2010.

66- هاله محمد عبد العال محمد، **أخلاقيات العولمة وأثرها على الأسرة المسلمة وكيفية مواجهتها – دراسة تحليلية –**، دار المكتب العربي للمعارف للنشر والتوزيع، القاهرة، 2018.

67- وديع العزعزي، **الإعلام الجديد مفاهيم ونظريات**، دار المناهج للنشر والتوزيع، عمان، 2015.

68- يوسف حجيم الطائي وهاشم فوزي العبادي، **مناهج البحث العلمي للبحوث الإعلامية والإدارية والإنسانية**، دار الأيام للنشر والتوزيع، عمان، 2016.

69- يوسف خالد غسان، **ثورة الشبكات الاجتماعية**، دار النفائس للنشر والتوزيع، الأردن، 2013.

ب- الكتب باللغة الفرنسية:

1- David.Sam and John W. Berry, **THE Cambridge Handbook Of Acculturation Psycholgy**, Cambridge University Press, New York, 2006.

2- Kevin M.Chum, Pamela Balls Organisata, And Gerardo Marim, **Acculturation Advances In Theory, Measurement, and Applied Research American Psychological Association Washington, DC**, Decade of Behavior, 2000 – 2010.

ثالثا: أطروحات الدكتوراه ورسائل الماجستير

أ- أطروحات الدكتوراه:

1- أحمد بودادة، **دور الإعلام الرقمي في صناعة الرأي العام – دراسة مسحية لاستخدمات قادة الرأي لمنصة تويتر الرئيس الأمريكي دونالد ترمب نموذجا –**، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه طور ثالث LMD في علوم الإعلام والاتصال، تخصص: إعلام واتصال، قسم العلوم الإنسانية، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة محمد خيضر بسكرة، 2019 – 2020.

2- حليمة مفيتح، **العمالة الصينية وإشكالية التثاقف وأثرها على البناء الاجتماعي والاقتصادي بالجزائر – دراسة ميدانية بمنطقة تلمسان –**، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه علوم في الدين والمجتمع، تخصص: علم الاجتماع، كلية العلوم الاجتماعية، جامعة محمد بن أحمد وهران 2، وهران، 2018 – 2019.

3- الخنساء تومي، **دور الثقافة الجماهيرية في تشكيل هوية الشباب الجامعي – جامعة محمد خيضر بسكرة أنموذجا –**، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه علوم في علم الاجتماع، تخصص: علم اجتماع اتصال، قسم العلوم الاجتماعية، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2016 – 2017.

4- رادية شيخي، **لسان التواصل لدى الشباب في الشبكات الاجتماعية في المجتمع الجزائري – دراسة ميدانية –**، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في علوم الإعلام والاتصال، تخصص: اتصال سياسي واجتماعي، قسم علوم الاتصال، كلية علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر 3، 2019 – 2020.

5- رمزي جاب الله، **القيم المتضمنة في صفحات فيسبوك وأثرها في السلوك الاجتماعي للشباب الجامعي الجزائر – دراسة ميدانية لعينة من شباب جامعة باتنة 1 –**، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه علوم الإعلام والاتصال، تخصص: إعلام واتصال وعلاقات عامة، جامعة باتنة 1، الجزائر، 2017 – 2018.

6- سارة غربي، **التعددية الثقافية وسياسات الهوية – دراسة في ثنائية الوحدة والتعددية –**، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في العلوم السياسية، تخصص: السياسات العامة والحكومات المقارنة، قسم العلوم السياسية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة الحاج لخضر باتنة 1، باتنة، 2018 – 2019.

7- السعيد بومعيزة، **أثر وسائل الإعلام على القيم والسلوكيات لدى الشباب – دراسة استطلاعية لمنطقة البليدة –**، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه دولة في علوم الإعلام والاتصال، قسم علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم السياسية والإعلام، جامعة الجزائر، 2005 – 2006.

8- سهام بوقلوف، **استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وأثرها على القيم الأخلاقية والاجتماعية – دراسة مسحية لعينة من المراهقين الجزائريين المستخدمين لموقع فيسبوك –**، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه الطور الثالث في علوم الإعلام والاتصال، تخصص: دراسات الجمهور، جامعة الجزائر 3، الجزائر، 2017 – 2018.

9- عائشة لصلج، **أشكال التعبير عن الهوية عبر الفايسبوك – دراسة ميدانية على عينة من الشباب الجزائري –**، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في علوم الإعلام والاتصال، قسم الدعوة والإعلام والاتصال، كلية أصول الدين، جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإنسانية، قسنطينة، 2017 – 2018.

10- عبد الرحمان كعواش، **الثقافة في زمن العولمة بين التنوع، والنمذجة إشكاليات : الصراع، التبادل، والدفاع في ظل تطور تكنولوجيا المعلومات والاتصال – دراسة نظرية تحليلية –**، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه علوم في علوم الإعلام والاتصال، كلية علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر3، 2014 – 2015.

11- عمر حمزة زواوي، تأثير **الإعلان الإلكتروني على السلوك الاستهلاكي للفرد – دراسة عينة من المستهلكين الجزائريين** ، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في العلوم التجارية، تخصص: تسويق، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر 3، 2012 – 2013.

12- فتيحة حراث، **صراع القيم الثقافية في التربية الأسرية – دراسة سوسيولوجية ميدانية لعلاقات الشباب بأوليائهم في إطار الثقافتين التقليدية والعصرية –**، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه، قسم علم الاجتماع، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة الجزائر 2، 2011 – 2012.

13- لحسن العقون، **التثاقف الهوية واضطرابات الصحة النفسية لدى الشباب الجزائري**، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه علوم في علم النفس، تخصص: علم النفس العيادي، قسم العلوم الاجتماعية، كلية العلوم الإنسانية والعلوم الاجتماعية والعلوم الإسلامية، جامعة لحاج لخضر، باتنة، 2014 – 2015.

14- ميمونة مناصرية، **هوية المجتمع المحلي في مواجهة العولمة من منظور أساتذة جامعة بسكرة**، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه علوم في علم الاجتماع التنمية، شعبة علم الاجتماع، قسم العلوم الاجتماعية، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة محمد خيضر بسكرة، الجزائر، 2011 – 2012.

15- نصيرة بلبول، **إفرازات المثاقفة بين الترسيب والتغيير – دراسة سوسيوانثروبولوجية لحي بوتريفيس بمدينة الجلفة –**، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في علم الاجتماع، تخصص: علم الاجتماع الثقافي، قسم علم الاجتماع، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة الجزائر 2، 2014 – 2015.

16- هالة دغمان، **مواقع شبكات التواصل الاجتماعي والقيم العلاقة بين الواقعي والافتراضي – دراسة استطلاعية على عينة من الطلبة الجزائريين المستخدمين لموقع الفيسبوك –**، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه علوم في علوم الإعلام والاتصال، تخصص: دراسات الجمهور، قسم الاتصال، كلية علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر 3، 2016 – 2017.

17- يحي تقي الدين، **القيم الثقافية المكتسبة من خلال استخدام الشباب لشبكات التواصل الاجتماعي – دراسة اثنوغرافية –**، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في علوم الإعلام والاتصال، تخصص: اتصال وعلاقات عامة، قسم الاتصال والعلاقات العامة، كلية علوم الإعلام والاتصال والسمعي البصري، جامعة صالح بوبنيدر، قسنطينة 3، 2017 – 2018.

ب- رسائل الماجستير:

1- أيمن ذيب محمد أبو هنية، **نظرية صدام الحضارات – دراسة نقدية ورؤية إسلامية –**، رسالة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في الدراسات الإسلامية المعاصرة، عمادة الدراسات العليا، جامعة القدس، فلسطين، 2010.

2- بدر الدين بن بلعباس، **شبكات التواصل الاجتماعي والهوية الثقافية عند الطلبة الجامعيين – الفايس بوك وطلبة جامعة بسكرة أنموذجا –**، رسالة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في علم الاجتماع، تخصص: علم اجتماع التربية، قسم العلوم الاجتماعية، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2014 – 2015.

3- راضية لسود، **سلوك المستهلك اتجاه المنتجات المقلدة – دراسة حالة الجزائر –**، رسالة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في العلوم التجارية، تخصص: تسويق، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة منتوري، قسنطينة الجزائر، 2008 – 2009.

4- شهرزاد بن كيحل، **الممارسات اللغوية في مواقع التواصل الاجتماعي "الفايسبوك" – دراسة اثنوغرافية لعينة من الشباب مستخدمي الفايسبوك في الجزائر –**، رسالة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في علم الاجتماع الثقافي، كلية العلوم الاجتماعية، جامعة محمد بن أحمد، وهران 2، 2014 – 2015.

5- عبد الحميد الميلود، **وسائل الإعلام وثقافة الهيمنة قراءة في النظرية النقدية – الدراما التركية في الفضائيات العربية أنموذجا –**، رسالة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال، تخصص: وسائل الإعلام والمجتمع، قسم الإعلام، كلية علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر3، 2013 – 2014.

6- لحسن العقون، **التثاقف وعلاقته بالاضطرابات النفسية لدى الشباب الجزائري – عينة من طلبة جامعة الجزائر –**، رسالة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في علم نفس العيادي، قسم علم النفس وعلوم التربية، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة الجزائر، 2009 – 2010.

7- لمياء طالة، **دور القنوات الفضائية العربية في تغريب ثقافة المشاهد الجزائري – دراسة مسحية على عينة من شباب العاصمة –**، رسالة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال، تخصص: وسائل الإعلام والمجتمع، قسم علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم السياسية والإعلام، جامعة بن يوسف بن خدة، الجزائر، 2008 – 2009.

رابعا: المجلات والمقالات العلمية

أ- المجلات العلمية:

1- أزهار عبود حسون الجواري ومي مصدق دلفي الشمري، صورة عراقية لمقياس التثاقف لبيري (AS) لدى طلبة الجامعة العراقيين العرب في إقليم كردستان، **مجلة كلية التربية**، الجامعة المستنصرية، العدد 04، 2019.

2- أمحمد العربي، مقاربات سوسيولوجية في ثقافة الهوية والمواطنة، ج4، **حوليات جامعة الجزائر**، العدد32، 2018.

3- بلقاسم مزيوة، وسائل الإعلام وأثرها على السلوك الثقافي للمجتمعات العربية في ظل العولمة، **مجلة الرسالة للدراسات والبحوث الإنسانية**، المجلد الأول، العدد 02، مارس 2017.

4- ثريا عبد الوهاب العباسي، إشكالية المثاقفة وأثرها في مد جسور التواصل الحضاري، العدد 16، جامعة جدة 2015.

5- حسيبة لولي، الثقافة الرقمية في وسط الشباب، **مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية**، العدد 29، جوان 2017.

6- حميد قرليفة، تفسير بعض القيم الاجتماعية للمجتمع الجزائري بالتغير الاجتماعي، **مجلة الواحات للبحوث والدراسات**، المجلد 9، العدد، 1، 2016.

7- حياة شرارة وبعمامة العربي، واقع الهويات السائلة في سياق المثاقفة الجديدة – دراسة تقيمية –، المجلد 05، العدد01، مستغانم.

8- سليم عطاوة وعامر يحياوي، مفهوم الاستلاب الثقافي وأثره على الهوية لدى الشباب الجزائري – مقاربة تربوية –، **مجلة حقائق للدراسات النفسية والاجتماعية**، العدد الأول.

9- سميرة بولقدام، معالم الهوية الثقافية في ظل التباين الثقافي، **مجلة الناصرية للدراسات الاجتماعية والتاريخية**، المجلد 10، العدد 1، جوان 2019.

10- شريف محمد عوض، صناعة الثقافة في عصر العولمة وأثرها في تغيير ملامح الهوية الثقافية، المجلد الثاني، العدد الأول، يناير، 2013.

11- صليحة شتيح، واقع التعدد اللغوي في الوسائط التكنولوجية الحديثة – فضاء للتحاور الثقافي أم صراع للهويات –، **مجلة الممارسات اللغوية**، المجلد 9، العدد 4، ديسمبر 2018.

12- صونيا قاسمي، **دور** شبكات التواصل الاجتماعي في تدعيم التكوين الأكاديمي لدى الطلبة الجامعيين – دراسة ميدانية بجامعة قسنطينة 2 عبد الحميد مهري –، **مجلة الباحث الاجتماعي**، العدد 13، 2017

13- ظافر بن علي المشهوري الشهري، استعمال متعلمي اللغة العربية لغة ثانية عبارات الترحيث العامية عند التواصل مع أبناء اللغة – دراسة تطبيقية –، **المجلة العلمية لكلية التربية**، المجلد 36، العدد 6، أسيوط، 2020.

14- عبد الحفيظ بولزرق، بين التغير القيمي والتثاقف الاجتماعي مقاربة مفاهيمية، العدد 12، جامعة قسنطينة، 2016.

15- فتيحة الصنور، الضوابط الدينية وأثرها على ممارسات الطالبة الجامعية، **مجلة سلسلة الأنوار**، مخبر الأنساق – البنيات – النماذج والممارسات، المجلد 2، العدد 4 و5، 2014 – 2015

16- فريدة دهار، السخرية في الجزائر كأسلوب للانتقاد عبر الموقع الاجتماعي اليوتيوب – دراسة تحليلية لعينة من فيديوهات قنوات يوسف زروطة،أنس تينا وDZ joker –، **مجلة المعيار**، مجلد24، عدد 50، 2020.

17- لامية طالة، التغريب الثقافي: رؤية نظرية وتحليلية حول الظاهرة، **مجلة مشكلات الحضارة**، مخبر مشكلات الحضارة والتاريخ بالجزائر، المجلد 7، العدد 2، جامعة الجزائر 2، 2018

18- لحسن لعقون، التثاقف الاستراتيجيات والآثار، **مجلة العلوم الإنسان والمجتمع**، العدد09، جامعة بسكرة، الجزائر، 2014.

19- لطيفة عريق وعتيقة نصيب، أزمة الهوية لدى الشباب العربي في ظل استخدام مختلف شبكات التواصل الاجتماعي، **مجلة السراج في التربية وقضايا المجتمع**، المجلد 3، العدد 2، 2019.

20- لميس مجادبة وصباح عياشي، دلالات الحجاب لدى الطالبة الجامعية، **مجلة الأسرة والمجتمع**، المجلد7، العدد 2، 2019

21- محمد علي جمعة، الثقافة والتثاقف، **مجلة الفكر السياسي**، اتحاد الكتاب العربي، العدد 54- 53، 2015.

22- مرسي مشري، المثاقفة ودورها في تنمية الوعي السياسي لدى الشباب العربين، **مركز الدراسات الإقليمية**.

23- نصيرة بكارة ورشيدة سعدوني، **الت**عليم الرقمي والتبادل الثقافي في الجامعات الجزائرية من خلال مشروعي TAPP وPTAM، **المجلة العربية للآداب والدراسات الإنسانية – دورية، علمية، إقليمية**، متخصصة "ربع سنوية"، العدد 2، يناير 2019.

24- نور الدين لبصير، المثاقفة بين غياب الأنا وحضور الأخر، **الأكاديمية للدراسات الاجتماعية والإنسانية**، قسم الآداب واللغات، العدد – 20 جوان2018، الجزائر.

25- هناء عاشور، تأثير العولمة على القيم الثقافية السائدة في المجتمع – دراسة تحليلية –، **مجلة العلوم الإنسانية**، الجزء 1، العدد 8.

26- وليدة حدادي، حوار الثقافات عبر الفضاءات الإعلامية الجديدة – دراسة في إمكانات التعزيز –، **مجلة الناصرية للدراسات الاجتماعية والتاريخية**، مجلد 10، العدد 1، جوان 2019.

ب- الملتقيات العلمية:

1- أحمد قاسمي وسليم جداي، تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على الأمن المجتمعي للدول الخليجية، المركز **الديمقراطي العربي للدارسات الإستراتيجية والسياسية والاقتصادية**، ألمانيا، 2019.

2- بحري صابر، قضايا معاصرة "التكامل أساس المعرفة"، ج3، **المؤتمر الدولي العلوم الإنسانية والاجتماعية**، المركز الديمقراطي العربي للدراسات الإستراتيجية والسياسية والاقتصادية، 2018.

3- بداك شبحة، الإعلام وعلاقته بالقيم الاجتماعية والهوية في المجتمع الجزائري، ال**ملتقى الدولي الثاني عشر – الإعلام ورهانات المستقبل –**، منشورات جامعة أدرار، العدد 2، جامعة العقيد أحمد دراية، أدرار، 2009 – 2010.

4- حبيب بن بلقاسم، **المجتمعات الافتراضية والشباب العربي: أي علاقة ؟ – دراسة سوسيولوجية لعلاقة الشباب التلمذي والطالبي التونسي بالمجتمعات الافتراضية –، الملتقى الدولي الثاني عشر – الإعلام ورهانات المستقبل –**، منشورات جامعة أدرار، العدد 2، جامعة العقيد أحمد دراية، أدرار، 2009 – 2010.

5- صالح لميش، الإعلام والمجتمع في ضوء التحديات الراهنة، **الملتقى الدولي الثاني عشر – الإعلام ورهانات المستقبل –**، منشورات جامعة أدرار، العدد 2، جامعة العقيد أحمد دراية، أدرار، 2009 – 2010.

6- عبد الغني أحمد علي الحاوري، العلاقات الأسرية في ظل الإدمان على وسائل التواصل الاجتماعي، **إصدارات المركز الديمقراطي العربي للدراسات الإستراتيجية والسياسية والاقتصادية**، ألمانيا- برلين، جانفي2021.

7- عبد الله الزين الحيدري، الميديا الاجتماعية والأدوات البلاغية الجديدة للسلطة الخامسة، **الملتقى الدولي في شبكات التواصل الاجتماعي في بيئة إعلامية متغيرة – دروس من العالم العربي –**، تنسيق: معز بن مسعود، معهد الصحافة وعلوم الأخبار وحدة البحث في الاتصال، تونس، 2015.

8- مخلص السبتي، تواصل العلوم والثقافات – مفاهيم واستراتيجيات –، **المؤتمر الدولي السابع للعلوم الاجتماعية كتاب الأبحاث الكاملة**، دار آصوص للنشر والتوزيع، أنقرة تركيا، 23 / 12 / 2019.

9- واقع الحوار الأسري بين الآباء والأبناء في الأسرة الجزائرية ودوره في تنشئة الأبناء – في ضوء التغيرات المعاصرة –، **المؤتمر الدولي السابع للعلوم الاجتماعية كتاب الأبحاث الكاملة**، دار آصوص للنشر، تركيا أنقرة، 2019

10- يامين بودهان، تكنولوجيا الإعلام والاتصال وتطور مفهومي الزمن والفضاء، ال**ملتقى الدولي الثاني عشر – الإعلام ورهانات المستقبل –**، منشورات جامعة أدرار، العدد 2، جامعة العقيد أحمد دراية، أدرار، 2009 – 2010.

خامسا: مواقع الالكترونية

1- https://forms.gle/MohTaP59n1dJ7zfj7

قـــــــائمة الملاحـــــق

قـــــــــائمة المـــــــــلاحق

الملحق رقم (1)

جامعة خيضر بسكرة – شتمة –

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

قسم العلوم الإنسانية

شعبة علوم الإعلام والاتصال

تخصص: ***اتصال وعلاقات عامة***

استمارة استبيان حول:

آثار التثاقف عبر شبكات التواصل الاجتماعي على سلوك الشباب

(دراسة استطلاعية على عينة من الطلبة الجامعيين – كلية الآداب واللغات بجامعة بسكرة أنموذجا –)

رسالة مكملة لنيل شهادة الماستر في الاتصال والعلاقات العامة

من إعداد الطالبين :

- حسين قري
- رندة سمايحي

تحت إشراف:

د – مسعودة طلحة

ملاحظة:

- **أخي الكريم أختي الكريمة أرجو أن تتفضلوا بإجابتكم على هذه الاستمارة علما بأن هذه الأخيرة لا تستخدم إلا لغرض البحث العلمي.**
- **نرجو منكم الإجابة عن جميع الأسئلة بكل مصداقية بوضع كل علامة في مكانها المناسب.**

السنة الجامعية: 2020 / 2021م

قـــــــــائمة المـــــــــلاحق

البيانات الشخصية:

1 – الجنس: ☐ ذكر ☐ أنثى

2– السن: ☐ أقل من 20 سنة ☐ من 20 إلى 30 سنة ☐ من 31 إلى 40 سنة

3– القسم: ☐ قسم الآداب واللغة العربية ☐ قسم الآداب واللغة الفرنسية ☐ قسم الآداب واللغة الإنجليزية

4– مكان الإقامة: ☐ المدينة ☐ الريف

المحور الأول (أ): عادات وأنماط استخدام الطلبة لشبكات التواصل الاجتماعي في الشأن الثقافي.

1. ما أكثر شبكات التواصل الاجتماعي التي تتابعها؟ (يمكنك اختيار أكثر من إجابة)

☐ الفيسبوك facebook ☐ انستغرام Instagram

☐ تويتر Twitter ☐ يوتيوب Youtube

☐ أخرى تذكر

2. ما هي المدة الزمنية التي تستغرقها يوميا في متابعتك لشبكات التواصل الاجتماعي؟

☐ أقل من ساعة ☐ من ساعة إلى 3 ساعات ☐ أكثر من 3 ساعات

3. ما اللغة التي تستخدمها أكثر في التفاعل على شبكات التواصل الاجتماعي؟

☐ العربية ☐ الفرنسية ☐ الإنجليزية ☐ مزيج بين الكل ☐ مزج بين البعض منها

4. هل اللغة التي توظفها في حواراتك على شبكات التواصل الاجتماعي هي؟

☐ اللغة التي تحبها وتجيدها

☐ اللغة الغالبة في التحاور على شبكات التواصل

☐ اللغة التي أريد تعلمها من خلال التحاور

5. ما أكثر الأسباب التي تدفعك لاستخدام لشبكات التواصل الاجتماعي؟ (يمكنك اختيار أكثر من إجابة)

☐ للتعارف والتواصل ☐ المعرفة والتثقيف للمتعة ☐ الانفتاح على العالم

☐ للتنفيس في وقت الفراغ ☐ التعرف على ثقافات أخرى ☐ كلها

6. ما هي الموضوعات التي تفضلها بشكل كبير في صفحات شبكات التواصل الاجتماعي؟ (يمكنك اختيار أكثر من إجابة)

☐ ذات المحتوى الاقتصادي (صناعية – حرفية – تجارية).

☐ ذات المحتوى الاجتماعي (أعمال خيرية – تعارف وتواصل).

☐ ذات المحتوى الأكاديمي (البحث العلمي – الجامعات – الطلبة).
☐ ذات المحتوى الصحي (التجميل والعناية بالجسد – معلومات صحية أخرى).
☐ ذات المحتوى الرياضي (جماعية – فردية).
☐ ذات المحتوى الثقافي (فنون – مهرجانات شعبية – تظاهرات ثقافية).
☐ ذات المحتوى الديني (معاملات – عبادات – طقوس).
☐ ذات محتوى سياسي (الخطب – اللقاءات – المناظرات – انتخابات – برامج سياسية).

7. ما هو مستوى تفاعلك مع صفحات المضامين أعلاه في شبكات التواصل الاجتماعي؟

☐ عال من 80 إلى 100 %　　☐ متوسط من 40 إلى 80 %

☐ منخفض من 10 إلى 40 %

المحور الأول (ب): آليات ومعايير متابعة المواضيع الثقافية على شبكات التواصل الاجتماعي.

8. ما هي أكثر الثقافات والتقاليد التي تتعرض لها عبر شبكات التواصل الاجتماعي؟ (رتب الاختيارات حسب اهتماماتك)

☐ ثقافات الشرق الأدنى (الهند الصين كوريا واليابان)
☐ أوروبا وأمريكا
☐ غرب آسيا وتركيا
☐ الشرق الأوسط والعالم العربي
☐ إفريقيا

9. ما هي أكثر المواضيع والعناصر الثقافية التي تتعرض لها عبر شبكات التواصل الاجتماعي؟ (يمكنك اختيار أكثر من إجابة)

☐ المناسبات (الزواج – الأعياد – الختان)
☐ المهرجانات والاحتفالات الشعبية
☐ اللباس (الإكسسوارات – قطع اللباس)
☐ الطقوس (الرقص – الأغاني – الوشم)
☐ أسلوب الحياة (الأكل – العادات والتقاليد – الأعراف)

10. ما هي الطريقة التي تعبر من خلالها عن ثقافتك عبر شبكات التواصل الاجتماعي؟

☐ إنشاء صفحات ☐ القيام بالبث المباشر ☐ إثراء النقاش العام

☐ لاشيء مما سبق

11. ما هي طبيعة مشاركتك في التعبير عن ثقافتك عبر شبكات التواصل الاجتماعي ؟ (يمكنك اختيار أكثر من إجابة)

☐ تبادل الآراء ☐ تكوين مجموعات حول الاهتمامات المشتركة

☐ نقل رأيك للآخرين بكل شفافية ☐ المتابعة فقط

12. ما هي معاييرك في الحكم على مصداقية المعلومات الثقافية عبر شبكات التواصل الاجتماعي؟ (يمكنك اختيار أكثر من إجابة)

☐ الأرقام والإحصائيات ☐ الوثائق رسمية ☐ السرعة في نقل المعلومة

☐ ذكر مصدر المعلومة وتحديده ☐ اعتماد الصور والفيديوهات ☐ شخصية أثق بها

13. هل الهوية التي تظهر بها عبر شبكات التواصل الاجتماعي تعبر عن هويتك؟

☐ العربية ☐ الإسلامية ☐ الأجنبية ☐ الجزائرية ☐ مزيج بين الكل ☐ مزيج بين البعض منها

المحور الثاني: إستراتيجيات التثاقف المنتهجة من طرف شبكات التواصل الاجتماعي من وجهة نظر طلبة كلية الآداب واللغات بجامعة بسكرة .

ت	الفقرة	الخيارات		
		موافق	محايد	غير موافق
	الاندماج			
1	الموضوعات الثقافية المطروحة عبر شبكات التواصل الاجتماعي مهمة وتستحق المتابعة			
2	عرفتني شبكات التواصل الاجتماعي بالقيم الاجتماعية الايجابية للشعوب الأخرى التي قد أقتدي بها			
3	عززت شبكات التواصل الاجتماعي من فكرة إدماج القيم الأجنبية الايجابية في المجتمعات العربية الإسلامية			
4	تسهم الموضوعات الثقافية المطروحة عبر شبكات التواصل الاجتماعي من تعميق الانتماء للدين والثقافة العربية			
5	مكنتني شبكات التواصل الاجتماعي من التعرف على أساليب طبخ وطعام جديدة أضيفها إلى عاداتي وتقاليدي			
6	جعلتني المنشورات الثقافية عبر شبكات التواصل الاجتماعي أتمسك أكثر بعاداتي وتقاليدي			
7	مكنتني شبكات التواصل الاجتماعي من الاستفادة من عادات الآخرين في اللبس والأزياء			
8	أتاحت لي منشورات شبكات التواصل الاجتماعي التعرف على العادات والسلوكيات			

	الاجتماعية الإيجابية للشعوب الأخرى التي قد أتعامل ببعض منها			
9	ما تحث عليه منشورات شبكات التواصل الاجتماعي فيما يخص السفر لداعي التعلم في الخارج هو فرصة للاندماج في ثقافات أخرى			
10	تؤكد المنشورات الثقافية عبر شبكات التواصل الاجتماعي على الحرية الشخصية في التعبير عن القيم والمعايير الثقافية			
11	تحث المنشورات الثقافية على شبكات التواصل الاجتماعي على مواكبة المستجدات الثقافية واستثمارها			
12	ساعدتني شبكات التواصل الاجتماعي في التعرف على المعالم السياحية وحببتني في زيارتها			
	الاستيعاب والتشابه والانفصال			
13	عززت المنشورات الثقافية عبر شبكات التواصل الاجتماعي لدي من الاعتقاد بأن الثقافة الأجنبية أفضل من الثقافة العربية			
14	أكدت المنشورات الثقافية عبر شبكات التواصل الاجتماعي أن استخدام اللغة الأجنبية في الحوار دليل الثقافة والتحرر والتقدم			
15	أصبحت الموضة الأجنبية خيارا مناسبا لمواكبة التطور الاجتماعي			
16	محتوى شبكات التواصل الاجتماعي أنتج طقوسا جديدة لمراسيم الزواج والاحتفال			
17	أصبحت الأغاني الأجنبية التي تروجها منشورات شبكات التواصل الاجتماعي أرقى وبديلا عن الأغاني العربية والمحلية			
18	أصبحت التصاميم والديكورات العالمية التي تروجها منشورات شبكات التواصل الاجتماعي هي الخيار السائد			
19	عززت مضامين شبكات التواصل الاجتماعي من الرغبة بترك الوطن والهجرة إلى الديار الأجنبية			
20	عززت محتويات شبكات التواصل الاجتماعي من العادات الأجنبية الجديدة والمناسبة للمظهر الخارجي			
21	أسهم محتوى شبكات التواصل الاجتماعي في تعزيز ظاهرة التشدد الديني			
22	ترفض منشورات شبكات التواصل الاجتماعي استخدام اللغات المحلية			
23	جعلت شبكات التواصل الاجتماعي أفراد المجتمع ينكرون استخدام لغة غير العربية أو اللهجة المحلية			
24	زادت شبكات التواصل الاجتماعي من تمسك المتابعين برفض أي مستجدات وتطورات في الحياة الاجتماعية			
25	زادت من تمسك المتابعين برفض أي تفسيرات متجددة للنصوص الدينية			
26	زاد الاعتقاد لدي بأن المنشورات الثقافية لشبكات التواصل الاجتماعي تعمل على إضعاف الولاء والانتماء للوطن			
	التهميش			
27	أحدثت المنشورات الثقافية على شبكات التواصل الاجتماعي شعور الفرد بالعزلة الاجتماعية			

28	تشجع شبكات التواصل الاجتماعي على ظاهرة التنمر بين الجماعات الثقافية المحلية			
29	عززت الرغبة في التعصب (التشدد القبلي) على المجتمع المحلي قياسا للمجتمعات الأخرى			
30	زادت المحتويات الثقافية عبر شبكات التواصل الاجتماعي من شعور الاعتداد (التفاخر) بالنفس والتكبر على الثقافات الأخرى			
31	أسهمت المضامين الثقافية عبر شبكات التواصل الاجتماعي من رفض أي مظاهر لأديان أو قوميات أخرى غير المحلية			
32	زادت المضامين الثقافية عبر شبكات التواصل الاجتماعي من رفض العادات والتقاليد المخالفة للمجتمع المحلي			

المحور الثالث: آثار التثاقف السلبي عبر شبكات التواصل الاجتماعي على سلوك الطلبة من كلية الآداب واللغات بجامعة بسكرة .

ت	الفقرة	الخيارات		
		موافق	محايد	غير موافق
1	تقلل شبكات التواصل الاجتماعي من التفاعل داخل الأسرة وصلة الرحم			
2	استخدم في حياتي اليومية عبارات من لغات مختلفة رائجة على شبكات التواصل الاجتماعي			
3	جعلتني متابعة شبكات التواصل الاجتماعي أتراجع عن تقبل محتوى الثقافة العربية			
4	تضعف المنشورات الثقافية عبر شبكات التواصل الاجتماعي مكانة اللغة العربية			
5	جعلتني شبكات التواصل الاجتماعي أكثر رفضا للتعايش مع محيطي الاجتماعي			
6	جعلتني شبكات التواصل الاجتماعي اعتقد أن عادات وتقاليد الدول الأجنبية أحسن من عاداتنا وتقاليدنا			
7	تسهم المنشورات الثقافية عبر شبكات التواصل الاجتماعي في اكتساب قيم وعادات منافية لمجتمعنا			
8	أصبح الشباب أكثر تمردا على ثقافتنا المحلية بسبب شبكات التواصل الاجتماعي			
9	شجعني التفاعل عبر شبكات التواصل الاجتماعي على أن لا أتقبل مظهري الخارجي			
10	أشعر أنني مرفوض بين الأصدقاء عبر شبكات التواصل الاجتماعي من بعض الثقافات			
11	أشعر أنني غريب في بلدي وليس مواطنا منتميا إلى ثقافة بلدي العامة			
12	تشجع المنشورات الثقافية عبر شبكات التواصل الاجتماعي على الاعتزال عن الثقافات الأخرى			
13	تصنع المنشورات الثقافية عبر شبكات التواصل الاجتماعي معجبين بالمشاهير من مختلف الثقافات			
14	أصبحت مقتنعا من خلال المنشورات الثقافية عبر شبكات التواصل الاجتماعي أن المظهر الخارجي التقليدي لا يتلاءم مع الحياة المعاصرة			

15	عززت المنشورات الثقافية عبر شبكات التواصل الاجتماعي قناعاتي بأن الدين حرية شخصية ولا يجوز لأحد التدخل فيها			

المحور الثالث: آثار التثاقف الإيجابي عبر شبكات التواصل الاجتماعي على سلوك الطلبة الجامعيين من كلية الآداب واللغات بجامعة بسكرة .

ت	الفقرة	الخيارات		
		موافق	محايد	غير موافق
1	فتحت لي المنشورات الثقافية عبر شبكات التواصل الاجتماعي المجال للتعرف على أنماط الحياة وآفاق العمل			
2	أتاحت المنشورات الثقافية عبر شبكات التواصل الاجتماعي للفرد الشعور القوي بالانتماء إلى الثقافة المحلية الأصلية			
3	تحبب المنشورات الثقافية عبر شبكات التواصل الاجتماعي في تكوين صداقات مع ذوي الثقافات الأجنبية بدلا من المحلية			
4	أتاحت لي المنشورات الثقافية عبر شبكات التواصل الاجتماعي القدرة على التمييز بين الإيجابي من القيم والسلبي منها			
5	أفادتني المنشورات الثقافية عبر شبكات التواصل الاجتماعي في حفظ الأدعية والأذكار ومتابعة المواضيع الفقهية			
6	مكنتني شبكات التواصل الاجتماعي من العمل دائما على إحياء تراثي			
7	حببتني المنشورات الثقافية عبر شبكات التواصل الاجتماعي في الخروج إلى المنزهات والمطاعم مع أفراد أسرتي			
8	أفادتني المنشورات الثقافية عبر شبكات التواصل الاجتماعي من معرفة بعض المعلومات التاريخية والعادات والتقاليد التي تخص بلدي والبلدان الأخرى			
9	جعلتني المنشورات الثقافية عبر شبكات التواصل الاجتماعي أشعر بالانتماء إلى الوطن من خلال الجماعات الافتراضية التي أنظم إليها			
10	من خلال مداومتي على متابعة شبكات التواصل الاجتماعي حققت إشباعا بما ينفع من الثقافة الغربية دون أن أتخلى عن قيمي الأصلية			
11	تزيد المنشورات العلمية باللغات الأجنبية عبر شبكات التواصل الاجتماعي من فهم الآخر والاستفادة منه			
12	تساعد المنشورات الثقافية عبر شبكات التواصل الاجتماعي على تعلم لغات أخرى مع الحفاظ على مكانة اللغة العربية			
13	تساعد المنشورات الثقافية عبر شبكات التواصل الاجتماعي على تعزيز القيم الإنسانية بين الأفراد بمختلف انتماءاتهم			

14	تعزز المنشورات الثقافية عبر شبكات التواصل الاجتماعي من ثقافة تقبل الأخر والتعايش السلمي			
15	أتاحت لي شبكات التواصل الاجتماعي استخدام الرموز والأيقونات للتعبير عن المشاعر والأفكار ذات البعد العالمي			
16	شجعني التفاعل عبر شبكات التواصل الاجتماعي على التعديل من المظهر الخارجي			

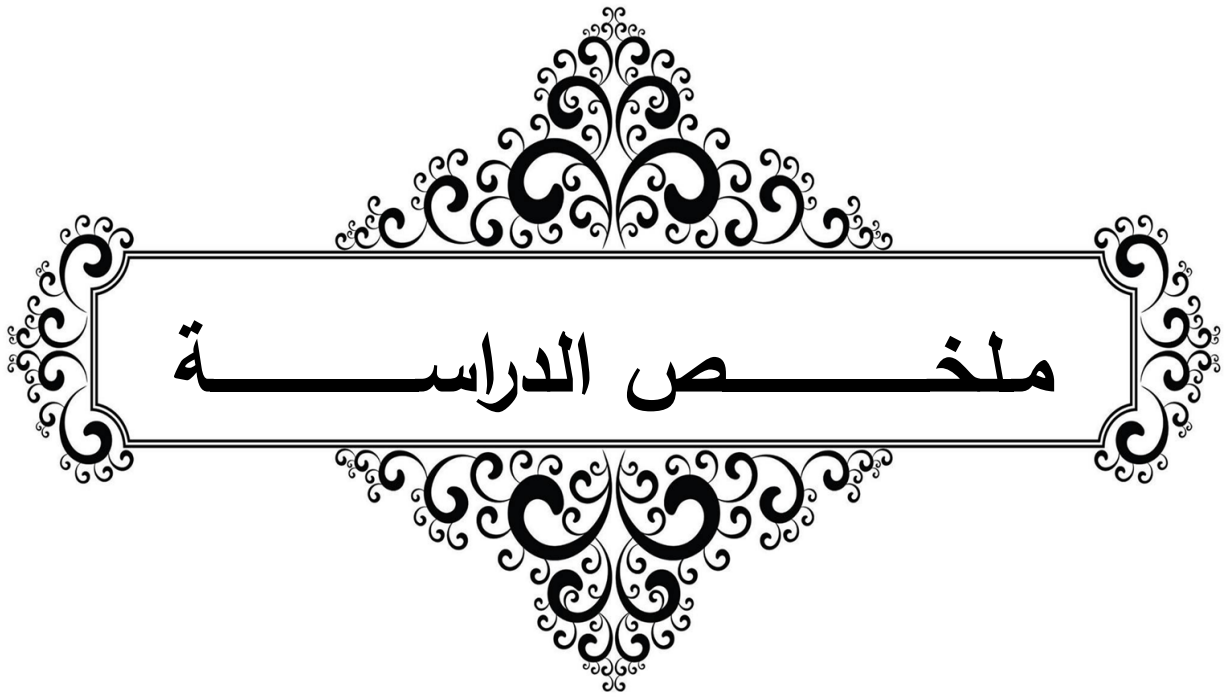
الملحق رقم (2)

القائمة الاسمية للأساتذة والدكاترة المحكمين لأداة الدراسة:

ت	الاسم ولقب المحكم	الدرجة العلمية	الكلية والتخصص	اسم الجامعة	البلد المنتمي إليه
1	**نجم عبد خلف العيساوي**	دكتوراه	قسم البحوث والدراسات /الاتصال والإعلام الدبلوماسي	اتحاد الجامعات العربية	**الأردن والبلد الأصلي العراق**
2	**سارة أحمد محمود العكور**	دكتوراه	الإعلام/ العلاقات العامة	جامعة البتراء	**الأردن**
3	**حسين دوحاجي**	دكتوراه/ أستاذ مساعد أ	كلية علوم الإعلام والاتصال/ إعلام واتصال	جامعة الجزائر 3	**الجزائر**
4	**فريدة دهار**	دكتوراه/ أستاذة محاضرة أ	كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية/ قسم علوم الإعلام والاتصال	جامعة محمد لمين دباغين سطيف 2	**الجزائر**
5	**محمد سعد إبراهيم**	أ.د (بروفيسور)	كلية الآداب في قسم الإعلام/ صحافة	جامعة المنيا	**مصر**
6	**إبراهيم سالم محمد اشتيوي**	دكتوراه أستاذ مساعد	كلية الدراسات العلية/ الإعلام	جامعة الزيتونة	**ليبيا**
7	**تيسير أحمد أبو عرجة**	دكتوراه	كلية الإعلام/ الصحافة والإعلام	جامعة البتراء	**الأردن**
8	**صيشي يسري**	دكتوراه أستاذ محاضر أ	كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية/ إعلام واتصال	جامعة حسيبة بن بوعلي بالشلف	**الجزائر ولاية غيليزان**
9	**عبد الله إحمد محمد عطيات**	دكتوراه أستاذ مساعد	كلية علوم الإعلام والاتصال/ الوسائل المرئية والمسموعة	جامعة البتراء	**الأردن**
10	**منال هلال المزاهرة**	دكتوراه أستاذ مشارك	كلية الإعلام/ صحافة واعلام	جامعة البتراء	**الأردن**
11	**سامية جفال**	أ.د/ (بروفيسور)	كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية/ شعبة علوم الإعلام والاتصال	جامعة محمد خيضر بسكرة	**الجزائر**
12	**حارث علي العبيدي**	دكتوراه	كلية الآداب/ أنتروبولوجيا	جامعة الموصل	**العراق**
13	**عبد القادر مالفي**	أستاذ تعليم عالي	علوم اجتماعية/ اتصال	مستغانم	**الجزائر**
14	**سمير قريد**	دكتوراه أستاذ محاضر أ	كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية/ علم الاجتماع التنمية بالمشاركة	جامعة 8 ماي 1945 قالمة	**الجزائر**
15	**أمينة سليم عمر**	محاضر مساعد	كلية الآداب قسم علم الاجتماع/	جامعة بنغازي	**ليبيا**

قـــــــــائمة المـــــــــلاحق

	الأوجلي		علم الاجتماع		
16	**السلام عبد علي العبادي**	أ.د (بروفيسور)	كلية الآداب قسم علم الاجتماع/ علم الاجتماع	جامعة بغداد	**العراق**
17	**فهيمة كريم رزيج المشهداني**	دكتوراه	كلية الآداب قسم علم الاجتماع/ علم الاجتماع	جامعة بغداد	**العراق**
18	**لاهاي عبد الحسين**	دكتوراه	كلية الآداب قسم علم الاجتماع/ علم الاجتماع	جامعة بغداد	**العراق**
19	**صابر أحمد عبد الباقي دكروري**	دكتوراه	كلية الآداب قسم علم الاجتماع/ علم الاجتماع	جامعة المنيا	**مصر**
20	**بسام أبو عليان**	دكتوراه	الآداب والعلوم الإنسانية/ علم الاجتماع	جامعة الأقصى	**فلسطين**
21	**خالد حنتوش ساجت**	دكتوراه	كلية الآداب/ علم الاجتماع	جامعة بغداد	**العراق**
22	**عبد الرزاق محمود إبراهيم**	دكتوراه	كلية العلوم الإنسانية/ علم الاجتماع	جامعة دهوك	**العراق**


ملخـــــــص الدراســـــــة

ملخص الدراســــــــــــة

ملخص الدراسة:

تمحور موضوع هذه الدراسة حول التعرف على آثار التثاقف عبر شبكات التواصل الاجتماعي على سلوك الشباب "دراسة استطلاعية على عينة من الطلبة الجامعيين بكلية الآداب واللغات بجامعة بسكرة" اعتمدت الدراسة منهج المسح الاجتماعي، وذلك بالاستعانة بأداة الاستبيان لاختبار عينة طبقية قوامها 223 مبحوث متابع لهذه الشبكات محل الدراسة .

وقد أسفرت هذه الدراسة على مجموعة من النتائج كان أبرزها:

– يتابع المبحوثون شبكات التواصل الاجتماعي وخاصة شبكة الفايسبوك في أكثر من ثلاث ساعات، باستخدامهم للغة العربية في مشاهدتهم للمحتويات الأكاديمية، بهدف المعرفة والتثقيف والمتعة من خلال تفضيلهم لأساليب الحياة المختلفة، وهذا راجع إلى تأكدهم من مصدر المعلومة وتحديده.

– يتابع المبحوثون من الذكور من سكان المدينة هاته الشبكات من ساعة إلى 3 ساعات، في مشاهدتهم للمضامين الثقافية بتفاعل سلبي، وذلك باستنادهم على شخصية يثقون بها، على عكس الإناث اللواتي يعتمدنا في حكمهم على مصداقية المعلومات الثقافية عن طريق البحث في مصدر المعلومة وتحديده.

– حسب رأي المبحوثين فإن إستراتيجية الاندماج هي أكثر الإستراتيجيات التثاقفية انتهاجا من قبل شبكات التواصل الاجتماعي، بتقديمها لحوافز تشجع على إدماج قيم إيجابية لثقافة أجنبية في ثقافتهم.

– بينت الدراسة أن لشبكات التواصل الاجتماعي تأثير كبير على سلوك الشباب، وذلك بغرس قيم سلبية وايجابية فيهم، من خلال ما تعرضه من مضامين تشعرهم بالتعزيز من قيمهم أو التخلي عنها عن طريق المساهمة في فقدان هوية كل من يتابعها.

– لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية تعزى لمتغيري الجنس ومكان الإقامة بين كل من إستراتيجيات التثاقف المعتمدة من قبل شبكات التواصل الاجتماعي وآثار التثاقف على عينة الدراسة.

– توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائيا بين إستراتيجيات التثاقف عبر شبكات التواصل الاجتماعي وبين آثار التثاقف لدى عينة الدراسة.

ملخص الدراســــــــــــة

STUDY SUMMARY:

The subject of this study focused on knowing and identifies the effects of acculturation all the way through social networks (social media) scheduled on the behavior of young people "a prospective study on a sample of university students at the Faculty of Arts and Languages at the University of Biskra."

The study approved through the social survey method, with regard using the questionnaire tool to investigate a sample of 223 respondents who follow those networks.

Also, this study centered on a set of results, the most important are:

- we found that the respondents are following the social networks, mainly the Facebook, for more than three hours, by regarding that are using the Arabic language in their viewing of educational and academic contents, where the aim of knowledge, education and fun are dominant through their preference different lifestyles, and this is due to their confirmation and identification of the information's source.
- As for male respondents from the city's populace or residents are following those networks from one hour to three hours, settled on watching cultural contents by negative reaction, established on specific personality trust. In contrast, the females are depending on their judgment on credibility of cultural information by looking and searching about the source of the information and its identification.
- According to respondents opinions, that integration strategy is the most cultural strategies by social networks , through introducing and presenting motivators that enhancing on integrating positive values for foreign culture to their culture.
- The study clarified that social networks has a great effect on young people's behavior, by having positive and negative values, by regarding what contents it shows that made them feel reinforcement to their values or resigning it with contributing in losing of the identity of everyone who follows them.
- Finally, there are no statistically considerable variations down to variables of sex and place of residence among each of the acculturation strategies that has been adopted by social networks and the impact of acculturation on the study sample.