

جامعة محمد خيضر بسكرة  
كلية العلوم الإنسانية و الإجتماعية  
قسم العلوم الإنسانية



# مذكرة ماستر

علوم الإعلام و الاتصال  
الإعلام والاتصال  
اتصال و علاقات عامة

رقم: أدخل رقم تسلسل المذكرة

إعداد الطالب:

قرقط سعدية      شنوفي نجاه

يوم: 26/06/2021

القيم الثقافية لدى الجمهور المستخدم في الفضاءات الهامشية الرقمية  
دراسة مسحية على عينة من نساء بولاية بسكرة

## لجنة المناقشة:

رئيسا	محمد خيضر بسكرة	أ. د.	نجيب بخوش
ممتحنا	محمد خيضر بسكرة	أ. د.	رمضان خامسة .
مشرفا	محمد خيضر بسكرة	أ. د.	لحمر نبيل

	الفهرس
	الشكر و عرفان
	الاهداء 1
	الاهداء 2
	فهرس المحتويات
	فهرس الجداول
	ملخص الدراسة
ا-ب	مقدمة
الفصل الاول: الاطار المنهجي	
9-8	المطلب الاول: اشكالية الدراسة
9	المطلب الثاني: تساؤلات الدراسة
10-9	المطلب الثالث: اسباب اختيار الموضوع
10	المطلب الرابع: اهمية الدراسة
10	المطلب الخامس: اهداف الدراسة
13-10	المطلب السادس: الدراسات السابقة
13	المطلب السابع: منهج الدراسة
15-13	المطلب الثامن ادوات جمع البيانات الدراسة
18-15	المطلب التاسع: مجتمع البحث
23-19	المطلب العاشر: العينة و طريقة اختيارها
الفصل الثاني: القيم الثقافية و الفضاءات الهامشية	
24	تمهيد
26	مبحث الاول: مدخل مفاهيمي القيم الثقافية
28-26	مطلب الاول: مفهوم القيم الثقافية

30-28	مطلب الثاني :خصائص القيم الثقافية
31-30	مطلب الثالث : وظائف القيم الثقافية
32-31	مطلب الرابع :تصنيفات القيم الثقافية
33	خلاصة الفصل
35-34	تمهيد
36	المبحث الأول: مدخل مفاهيمي الفضاءات الهامشية الرقمية
36	المطلب الأول: تعريف الفضاءات الهامشية الرقمية
36	المطلب الثاني:مواقع التواصل الاجتماعي
40-37	المطلب الثالث :الفييس بوك
41-40	المطلب الرابع أشكال المجموعات الفييس بوك و علاقتها بالقيم الثقافية
42	خلاصة الفصل
الفصل الثالث : الجانب التطبيقي	
43	تمهيد
43	المبحث الاول : التحليل الكمي للبيانات
75-44	المطلب الاول :تحليل البيانات العامة
77-76	المطلب الثاني :تحليل النتائج العامة للدراسة
78	خاتمة
82-79	قائمة مصادر و المراجع
86-83	قائمة الملاحق

الصفحة	عنوان الجدول	الرقم
45-44	يوضح كيفية استخدام الفيسبوك في حياتك اليومية	01
46-45	يوضح الوقت الذي تقضيه في تصفح المجموعات الفيسبوكية	02
48-47	يوضح الجهاز الذي تستخدمه لتصفح الفيسبوك	03
49-48	يوضح منذ متى و انتن تتصفح هذه المجموعات الفيسبوكية	04
51-50	توضح تستخدمين اسم مستعار داخل الصفحات الفيسبوكية	05
54-52	يوضح ان كنتي تستخدمين اسما متعارا او صورة غير حقيقية اتاحت لكي	06
55-54	يوضح هل ساعدتكي المجموعات الفيسبوكية في اكتساب معلومات جديدة من خلال المنشورات التي تنشر في الجانب الثقافي	07
57-56	يوضح تصفحك للمجموعات الثقافية جعل منكى امراة مثقفة	08
58-57	يوضح هل تشاركين في المسابقات الثقافية التي تنشر عبر المجموعات الفيسبوكية	09
61-59	يوضح طبيعة المحتويات التي تجذبك و تلفت انتباهك	10
63-62	توضح التاثيرات التي تحدثها مشاهدة المحتويات المجموعات الفيسبوكية	11
64-63	يوضح هل تقومين باضافة اشخاص ذوي مستوى ثقافي عالي	12
66-65	يوضح سهلت لكي التفاعلية التي تتيحها المجموعات الفيسبوكية	13

67-66	يوضح غيرت المجموعات الفيسبوكية من سلوكياتك الغير لائقة	14
69-68	يوضح الدافع من استخدامك للمجموعات الفيسبوكية	15
71-69	يوضح اهم المواضيع الثقافية التي تفضلها في المجموعات الفيسبوكية	16
72-71	يوضح هل تتوفر هذه المجموعات الفيسبوكية على جميع المعلومات الثقافية التي تهتمك	17
74-73	يوضح هل حصلت على مايهتمك من معلومات ثقافية	18
75-74	يوضح هل تم تشكيل و تبني قيم ثقافية جديدة	19

# شكر و عرفان

الحمد لله الذي هدانا نور العلم، وما وفقنا به لإنجاز هذا العمل والذي ما كنا لنحققه لولا توفيقه

فلك الحمد الله

والشكر يارب...

نتقدم بجزيل الشكر والاحترام إلى الأستاذ المشرف "د. لحر نبيل" تابع الديالمذكرة بكل اهتمام، وقدم

لنا المساعدة.

إلى جميع أساتذة قسم علوم الإعلام والاتصال بجامعة بسكرة وبالأخص الأستاذ هشام عبادة.

والشكر الجزيل إلى كل من ساهم من قريب أو بعيد في إنجاز هذه المذكرة.

## ملخص الدراسة :

تهدف الدراسة الحالية إلى مقارنة المجموعات الفيسبوكية النسائية للمرأة البسكرية ، و محاولة معرفة المدى الذي تشكله المجموعات الفيسبوكية ، لا سيما بالنظر إلى الصعوبات التي تواجهها المرأة البسكرية بشكل منتظم في ولوج إلى الفضاءات الرقمية الهامشية الفيسبوك . حيث يعتبر موضوع القيم الثقافية من بين المواضيع الهامة التي عولجت بشكل ملفت في تلك الفضاءات وقد حاولنا من خلال دراستنا هذه محاولة الكشف عن العلاقة بين الفيس بوك و القيم الثقافية ، وذلك من خلال الإجابة على التساؤلات التالية :

ما هو واقع القيم الثقافية للمرأة بمدينة بسكرة ؟  
ما هي عادات وأتماط استخدام المرأة الفضاءات الهامشية الرقمية ؟  
مامدى تفاعل المرأة مع محتويات المجموعات الفيسبوكية؟  
ماهي الحوافز التي تساهم في استقطاب المرأة لمختلف محتويات الفضاءات الهامشية الرقمية؟  
بنيت الدراسة على المنهج الوصفي ، من خلال الاعتماد على المسح بالعينة ، و استخدام الاستبيان بغية جمع المعطيات من مجتمع البحث محل الدراسة. ، و بإتباع أسلوب العينة القصدية ، قمنا بانتقاء 100 مفردة من مجتمع البحث .

تأسيسا على الدراسة الإجرائية و الميدانية توصلنا إلى جملة من النتائج المتعددة ، من أهمها أن المجموعات الفيسبوكية محل الدراسة تُشكل فضاءات مفتوحة و سهلة الولوج تستوعب المستخدمين دون عوائق أو إكراهات واستخدام الآليات التفاعلية و آليات إنتاج و مشاركة المحتوى بكيفيات استراتيجية في تناول القضايا و الإشكاليات التي تُهمهن ، ومعالجتها من زاوية نظرهن الخاصة. على صعيد آخر وفرت هذه المجموعات الفيسبوكية مساحات مفتوحة و حيوية لبروز المستخدمين . كما توصلت الدراسة إلى أن النقاشات البينية و التفاعلات الخطابية التي تجري داخل فضاء المجموعات الفيسبوكية تستجيب لحد مقبول من متطلبات النقاش العقلاني .

الكلمات المفتاحية: القيم الثقافية ، الفضاء الرقمية الهامشي ، شبكات التواصل الاجتماعي ، المجموعات الفيسبوكية النسائية .

## **Resume de letude**

Dans la présente étude, l'objectif de la présente étude est d'approcher les groupes Facebook féminins des femmes Biskra, et d'essayer de savoir dans quelle mesure les groupes Facebook constituent, notamment au vu des difficultés que rencontrent les femmes Biskra sur un régulièrement pour accéder aux espaces numériques marginaux de Facebook. Où la question des valeurs culturelles fait partie des enjeux importants qui ont été remarquablement traités dans ces espaces, et nous avons tenté, à travers cette étude, d'essayer de révéler la relation entre Facebook et les valeurs culturelles, en répondant aux questions suivantes : est la réalité des valeurs culturelles des femmes à Biskra ? Quelles sont les habitudes et les modèles d'utilisation par les femmes des espaces numériques marginaux ? Quelle est l'étendue de l'interaction des femmes avec le contenu des groupes Facebook ? Quelles sont les incitations qui contribuent à attirer les femmes vers les différents contenus des espaces numériques marginaux ? L'étude a été construite sur l'approche descriptive, en s'appuyant sur une enquête par sondage, et en utilisant un questionnaire afin de recueillir des données auprès de la communauté de recherche à l'étude. Et en suivant la méthode d'échantillonnage intentionnel, nous avons sélectionné 100 personnes de la communauté de recherche sur la base des



cours de procédure et de terrain. Nous avons atteint un certain nombre de résultats multiples, dont le plus important est que les groupes Facebook à l'étude constituent des groupes ouverts et faciles à utiliser. –accéder à des espaces qui accueillent les utilisateurs sans obstacles ni contraintes et l'utilisation de mécanismes interactifs et de mécanismes de production et de partage de contenu de manière stratégique en abordant les questions et problèmes qui les concernent, et en les abordant de leur propre point de vue. D'autre part, cela a fourni Les groupes Facebook sont des espaces ouverts et vitaux pour l'émergence des utilisateurs.L'étude a également constaté que les inter-discussions et les interactions discursives qui ont lieu au sein de l'espace des groupes Facebook répondent dans une mesure acceptable, aux exigences d'une discussion rationnelle.Mots clés : valeurs culturelles dans l'espace numérique marginal, les réseaux sociaux, les groupes Facebook de femmes

عرفت وسائل الإعلام والاتصال تطورا في مجال التقنية بحيث أصبحت المعلومات تنتقل وتتدفق بسرعة خاصة مع الويب لتحول ضمن الموجة الثالثة التي نظر لها الفين نوفير alvin nouveire مع ولوج الانترنت البيوت عن طريق الشبكة السريعة للتدفق adsl والهواتف المحمولة ذات المواصفات العالمية, وقدم نوليفر تصورا عن المجتمع الذي صارت تتحكم فيه الميديا الجديدة للإعلام والاتصال ضمن كتابه الموسوم بـ الموجة الثالثة - الصادر عام 1980 أين تحول حقل المعرفة والمعلومة رأسمال جديد يعرف لرأسمال الفكري وفق قواعد مضبوطة ومحددة في سوق المعرفة.

شكلت خدمة الانترنت الحجر الأساسي لعديد البحوث التي تناولت الإعلام الجديد أو الإعلام الرقمي المحدث لثورة على مستوى المعلومات, الصناعة الإعلامية وأنماط استهلاك المعلومات في سياق عولمة الاقتصاد والإعلام وفق نظام حرية تبادل السلع والمعلومات, وفي الفضاء العمومي تم بلورة النقاشات حول الحريات الشخصية وعلاقتها لثقافة حيث أن هذه الأخيرة ترتبط ارتباطا وثيقا لهوية ومؤسسات التنشئة الاجتماعية, يضاف الى ذلك أن صناعة المعرفة ما فتأت ان تحولت الى قيمة دائمة التطور وغير محصورة بمنطقة جغرافية عكس ما كانت سابقا وعليه لا مناص من طرحي مفهوم المحلي والعالمي في سياق المجتمع الجزائري مثله مثل باقي المجتمعات التي لم تكن بمنأى عن هذه التحولات, اذ اتسع عدد مستخدمي الانترنت, حيث تطرح مسألة القيم الثقافية والمظاهر الثقافية في ظل التدفق الهائل لقيم جديدة افرزها الاعلام الرقمي او الالكتروني والتي بدأت تظهره الممارسات من خلال الاستعمالات على الشبكة خاصة شبكات التواصل الاجتماعي وهذا ما يدعو الى التساؤل عن مصير القيم والثقافات يقود الى الحديث عنه لتخلق فضاء عموميا متميزا مجسدا في النقاش الرقمي لجميع المستخدمين على الشبكة وهذا ما سنحاول الوقوف عنده من خلال هذه الدراسة.

و قد حاولنا من خلال هذه الدراسة تسليط الضوء على القيم الثقافية ولمعالجة هذا الموضوع اعتمدنا على خطة العمل كالاتي:

الجانب المنهجي: و قد اختص بتناول الدراسة الاستطلاعية، الإشكالية، الفرضيات أسباب

اختيارنا للموضوع ثم أهمية الدراسة، أهدافها، منهج الدراسة، أدوات البحث، مجتمع البحث و العينة الدراسة، بالإضافة إلى الدراسات السابقة، و مفاهيم الدراسة ثم مجالات الدراسة. أما الجانب النظري فقد تناولنا فصلين:

الفصل الأول بعنوان مدخل مفاهيمي القيم الثقافية وقد قسمناه إلى أربعة مباحث المبحث الأول مفهوم القيم الثقافية ، المبحث الثاني خصائص القيم الثقافية المبحث الثالث وظائف القيم الثقافية ، المبحث الرابع تصنيفات القيم الثقافية وأخيرا خلاصة الفصل.

أما الفصل الثاني فكان تحت عنوان المدخل المفاهيمي الفضاءات الهامشية الرقمية تطرقنا فيه الى تمهيد المبحث الأول: مفهوم الفضاءات الهامشية الرقمية ، تعريف شبكات التواصل الاجتماعي ،تعريف الفيسبوك ، أشكال المجموعات الفيسبوك و علاقتها بالقيم الثقافية و خلاصة الفصل.

أما الجانب التطبيقي فهو عبارة عن دراسة ميدانية على مجموعة من نساء بمدينة بسكرة المستخدمات للمجموعات الفيسبوكية ،يتضمن عرض وتحليل بيانات العامة الدراسة ، عرض تحليل النتائج العامة الدراسة التوصيات والاقتراحات خلاصة الفصل خاتمة فهرسة الجداول وفي الأخير قائمة المراجع والملاحق.

## الفصل الأول: الاطار المنهجي

المطلب الأول: تحديد مشكلة الدراسة.

المطلب الثاني: تساؤلات الدراسة.

المطلب الثالث: أسباب اختيار الموضوع.

المطلب الرابع: أهمية الدراسة.

المطلب الخامس: أهداف الدراسة.

المطلب السادس: منهج الدراسة.

المطلب السابع: الدراسات السابقة

المطلب الثامن: أدوات جمع بيانات الدراسة.

المطلب التاسع: مجتمع الدراسة.

المطلب العاشر: العينة وطريقة اختيارها.

المطلب الحادي عشر: إجراءات الدراسة وأساليب التحليل الإحصائي.

### تحديد الاشكالية

شهدت شبكة الانترنت تطورا هائلا في فترة قصيرة من الزمن حتى أصبحت في عصرنا الحالي بمثابة كيان عالمي يمتد لجميع المجالات المختلفة من التعليم و الأعمال إلى الاتصال و التواصل فقد أصبح بإمكاننا الإجابة على العديد من التساؤلات فقط من خلال القيام ببعض النقرات على الشاشة الهاتف الذكي و الوصول إلى الانترنت .

نتيجة الثورة المعلوماتية التي حدثت منذ اختراع الانترنت تنوعت الشبكات التي تستخدمها و تعتمد عليها فنورة الانترنت ربطت مناطق العالم معا و جعلت منه قرية صغيرة بعد أن كانت عملية التواصل فيها بين الناس صعبة و في بعض الأحيان مستحيلة فقدما قبل ظهور الانترنت كان اذ سافر احد كان من الصعب على بقية أفراد عائلته الاطمئنان عليه إلا من خلال الهاتف و لايمكن لهم رؤية صورته الا من خلال الصورة التي تبعث مع الرسائل الورقية . لكن الآن و من خلال الانترنت أصبح بإمكان الجميع التواصل بالصوت و الصورة من خلال مكالمات الفيديو التي تشعر الشخص انه ليعيد سوى مسافات قليلة عن عائلته وهذا من خلال التواصل بواسطة شبكات التواصل الاجتماعي للبقاء على اتصال دائم و معرفة جميع الأخبار أولا بأول .

ساهمت شبكات التواصل الاجتماعي للأفراد متابعة تفاصيل الحياة بشكلها الطبيعي رغم بعد المسافات . ويمكن من خلال هذه شبكات كالفيسبوك و التويتر الانستغرام التي ربطت العالم ببعضه البعض و مكن الناس من التواصل من خلال توطيد علاقات سابقة و إنشاء علاقات جديدة فهذه المواقع تستطيع تعريف الناس ببعضهم كما انها تذكر الاشخاص بالمناسبات التي تكون لدى الاصدقاء . مواقع التواصل الاجتماعي تقرب وجهات النظر و تعتبر و سيلة لتبادل الأفكار و المعلومات و المعارف . وتنمية المهارات و الأفكار الابداعية بالاضافة إلى التعرف إلى ثقافة الشعوب الاخرى .

## الاطار المنهجي

أن استخدام المفرد لشبكات التواصل الاجتماعي أدى إلى حدوث تغيير في القيم الثقافية لدى الأفراد و المجتمعات من خلال متابعتهم للمدونات الشخصية و شبكات المحادثة و مختلف الصفحات على الفيسبوك . ومن خلال دراسة الفضاءات الهامشية الرقمية وما تقدمه من محتويات ثقافية للمرأة فان بحثنا هذا يحاول رصد القيم الثقافية لدى المرأة الجزائرية بولاية بسكرة عبر الفضاءات الهامشية الرقمية . ومن هنا نطرح التساؤل الرئيسي التالي : هل تساهم الفضاءات الهامشية الرقمية في تشكيل القيم الثقافية لدى المرأة الجزائرية بولاية بسكرة ؟

### تساؤلات الدراسة:

- ما هو واقع القيم الثقافية للمرأة بمدينة بسكرة ؟
- ما عادات وأتماط استخدام المرأة الفضاءات الهامشية الرقمية ؟
- مامدى تفاعل المرأة مع محتويات المجموعات الفيسبوكية؟
- ماهي الحوافز التي تساهم في استقطاب المرأة لمختلف محتويات الفضاءات الهامشية الرقمية ؟

### أسباب اختيار الموضوع

#### 1/ الأسباب العملية

- الرغبة الذاتية والاهتمام الشخصي في التعمق في إشكالية الموضوع.
- الرغبة في معرفة قدرتنا على إجراء دراسات ميدانية بعد 5 سنوات من دراسة أمضيها في اختصاص علوم الإعلام والاتصال.

#### 2/ الأسباب العلمية

- قلة الدراسات الأكاديمية المتعلقة بموضوع بحثنا.

## الاطار المنهجي

- محاولة معرفة مكانة القيم الثقافية في فضاءات الهامشية الرقمية .
- الرغبة في رصد تأثير القيم الثقافية على وعي النساء .

### أهمية الموضوع

تكمن أهمية الدراسة في الكشف عن دور الفضاءات في الحفاظ على الموروث الثقافي باعتباره رمزا من رموز التي تميز المجتمع، بالإضافة إلى المحافظة على استقراره خاصة في ظل والانفتاح . كما يمكن للدراسة أن تساعد طلبة الإعلام والاتصال في بحوثهم اللاحقة. مساهمة في إثراء رصيد المكتبة الجامعية بهذا النوع من البحوث.

### أهداف الموضوع

تكمن الغاية من وراء دراسة أي موضوع أو ظاهرة في البحوث العلمية بالدرجة الأولى في تعويد الباحث على البحث واكتشاف حقائق وآفاق جديدة لمعرفة مواضيع يسלט فيها الضوء على الجوانب المراد كشفها. وبصفة عامة يمكننا القول أن مجمل أهدافنا التي ترمي إليها من خلال هذه الدراسة تتلخص في: التعرف على دور الذي تلعبه الفضاءات الهامشية الرقمية في التأثير على النساء من خلال القيم الثقافية.. العناية بالثقافة الجزائرية وإبراز القيم الأصلية فيها للحفاظ على الذاتية الثقافية.

### الدراسات السابقة

ان الدراسات السابقة دورا مهما في انجاز البحوث العلمية لانها تعتبر ارضية صلبة في تاسيس البحث لجاري اعداده بغرض الاستفادة منها و التوجه الى جوانب اخرى لم تتعرض لها الدراسات بهدف زيادة رصد في المعرفة العلمية . وسنحاول استعراض بعض الدراسات المابحة والمختلفة عن دراستنا و ذلك

## الاطار المنهجي

لاهمية التي تكمن في انها تساعد الباحث في تجنب الوقوع في لاختفاء التي وقع بها الباحثون السابقين ويتعرف على الطريقة التي قاموا من خلالها بصياغة اسئلة بحثهم العلمي .

**الدراسة الأولى:** اعداد صديقي حليم

**عنوان:** المضامين الثقافية العربية من خلال المواقع الالكترونية شبكة الالوكة أمودجا مذكرة مقدمة ضمن متطلبات شهادة الماستر اكايمي في علوم الاعلام واتصال تخصص اتصال وعلاقات عامة 2020/2019، جامعة محمد بوضياف لمسيلة .

اشكالية الدراسة جاءت كما يلي ماهي الاشباع والاهداف التي تسعى لها شبكة الالوكة من خلال طرحها للمضامين؟ وماهي الإشكال التي تطرحها من خلال موقعها عبر شبكة الانترنت ؟

نتائج الدراسة جاءت كتالي تتعد المضامين الثقافية على مستوى الشبكة مما خلق تعدد في الأنواع الصحيفة من أخبار ومقالات انها تتوفر على المواضيع المتضمنة للقيم بأنواعها فهناك قيم إيمانية وقيم تواصلية و اجتماعية .

هدف الدراسة معرفة مدى مساهمة المواقع الثقافية عبر شبكة الانترنت في التعريف بالثقافة العربية ومضامينها.

**محل الدراسة من الدراسات السابقة**

تشابه الدراسات من حيث نوع الدراسة حيث اعتمدنا نفس الدراسة وهي الدراسة الوصفية واعتماد المنهج المسح الملائم لدراسات التحليلية كما تختلف هذه الدراسة عن الدراسات من حيث أداة لجمع البيانات والعينة.

**الدراسة الثانية:** اعداد بوزيان عبد الغني



## الاطار المنهجي

**عنوان :** استخدامات الشباب الجزائري للبرامج الثقافية التلفزيونية للقناة الارضية الاشباع المحققة منها دراسة ميدانية جامعة باجي مختار عنابة 2010،2009 .

اشكالية الدراسة جاءت كما يلي ما طبيعة استخدامات الشباب الجزائري للبرامج الثقافية في القناة الارضية التلفزيونية ؟

محل الدراسة من الدراسات السابقة

وقد اعتمدنا على هذه الدراسة بشكل كبير لأنها تتوافق مع دراستنا من ناحية طبيعة الأسئلة التي نرجوا دراستها وتجدر الاشارة الى اني قمتوا بالاطلاع على مجموعة الدراسات السابقة مستخدمة فيها ذات الصلة بموضوع دراستنا ، اذا قمنا بتوظيفها في اجزاء الدراسة مدعما من خلال بعض التفسيرات و التحليلات خاصة في تفسير بعض نتائج الجانب الميداني من هذه الدراسة .

**الدراسة الثالثة:** القيم الثقافية في البرامج التلفزيونية الجزائرية تحليل مضمون برنامج الجسور قناة الجزائرية الثالثة أمودجا جامعة عبد الحميد بن باديس.

الدراسة لطالبتين : برباح اميرة ، حاج دوله نورية وقد كان تساؤل كتالي هل تساهم قناة الجزائرية الثالثة في نقل القيم الثقافية للمجتمع الجزائري من خلال برنامج الجسور .

واعتمدوا في هذه الدراسة على المنهج الوصفي الذي يكسي اهمية بالغة في دراسة و بحث و معالجة الموضوعات الاجتماعية ، اما بالنسبة للعيينة كانت عينة قصدية لان طبيعة الدراسة أخذت ثمانية أعداد من برنامج جسور.

أما أدوات المنهجية الدراسة فهي المقابلة و الاستبيان و تحليل المضمون ، كان هناك تشابه في دراستنا مع هذه الدراسة من خلال المتغير لاول و هو القيم الثقافية و الادوات .

## الاطار المنهجي

الدراسة الرابعة: عبد الله بوجلال وآخرون ، القنوات الفضائية و تأثيرها على القيم الاجتماعية و الثقافية و السلوكية لدى الشباب الجزائري .

ان هذه الدراسة انجزت في اطار مشروع ببحث بجامعة الامير عبد القادر قسنطينة ، تساؤل ماهي انماط و المضامين الاعلامية و الثقافية و الترفيهية المقدمة في القنوات الاجنبية و العربية الفضائية المستقلة في الجزائر و الراجح الاجنبية المقدمة في القناة الوطنية .

اعتمدت الدراسة على المنهج المسحي الوصفي ، كما استخدمت استمارة و المقابلة ، استمارة الاستبيان كادتين لجمع بيانات الدراسة الميدانية ، اعتمدت العينة الحصصية .

### مفاهيم الدراسة :

القيم : ورد في المعجم الوسيط قيم الشيء تقيما اي قدره و استخدمت القيمة أيضا بمعنى التعديل و الاستقامة و الاعتدال ، قيل الامر بمعنى اعتدال و استقامة و قام الحق اي ظهر و استقر و قوم الاعواج أي أعدله<sup>1</sup>

وعرف الدكتور عبد الرحمان عزي في نظريته الحتمية القيمية بأنها الارتقاء أي سمو<sup>2</sup>

التعريف الإجرائي: نقصد بالقيم الثقافية مجموعة المبادئ و السلوكيات التي تميز ثقافة المجتمع عن غيره من المجتمعات الأخرى

<sup>1</sup> عوض بن العمري ،القيم الشخصية و علاقتها بمستوى الأداء لدى الطلبة ،أكاديمية نايف العربية للعلوم الأمنية 2000، ص 17.

<sup>2</sup> عادل غزالي ، اثر القيم الاجتماعية على التنظيم الصناعي الجزائري ، دراسة ميدانية بمؤسسة صناعة أجهزة القياس المراقبة ، مذكرة ماجستير في تنمية الموارد البشرية كلية العلوم الإنسانية قسنطينة 2009،2008، ص 13.

## الاطار المنهجي

الثقافة : معجم أكسفورد الثقافة بوصفها تهذيب الذوق و أساليب التعامل و تنمية العقل عن طريق التعليم و تدريسه على التفكير الدقيق<sup>1</sup>

القيم الثقافية : هي مجموعة المبادئ المادية و الروحية و الاتجاهات و المعتقدات و التوجهات و الافتراضات الأساسية التي تلي حاجات الإنسان و تحكم تصرفاته و تشكل ركائز لكل ما هو سائد بين الناس داخل المجتمع .<sup>2</sup>

التعريف الإجرائي : أنها مجموعة الصفات الخلفية و القيم الاجتماعية التي تؤثر في الفرد منذ ولادته و تصبح لاشعور بالعلاقة التي تربط سلوكية بأسلوب الحياة في الوسط .

المجموعات الفيسبوكية : هي كل مشترك عبر فيسبوك بإمكانه أن ينشئ مجموعة من خلال تسميتها وكتابة تعريف عن الفكرة، ويتم ذلك عبر اهتمامات مشتركة أو لأعضاء نادي معين أو لجملة فكر معين.<sup>3</sup>

المجموعات الفيسبوكية النسائية : هي مجموعات التي تشكلها مستخدمات الفيسبوك بغية خلق فضاءات خاص بهن ، يسمح لهن بمناقشة القضايا التي تهمهن .<sup>4</sup>

<sup>1</sup> شهاب عادل ، مفهوم الثقافة في العلوم الاجتماعية ، ترجمة قاسم المقداد ، منشورات اتحاد الكتاب العرب ، دمشق سوريا 2002، ص 22.

<sup>2</sup> احمد إبراهيم عبد الهادي ، إدارة الحملات الإعلانية ، مركز التعليم المفتوح ، كلية التجارة ، مصر ، 2007 ، ص 35 .

<sup>3</sup> وائل مبارك خضر ، فضل الله ، اثر الفيس بوك على المجتمع ، ط1، مصر ، مدونة شمس النهضة ، 2010 ، ص06.

<sup>4</sup> Vangie Beal .facebook group .webopedia .reteieved .11.03.2021 [https //w w w .webopedia .com .](https://www.webopedia.com)

## الاطار المنهجي

الفضاءات الهامشية الرقمية البيئة التي يجري تناول المعلومات خلالها في شكل رقمي من خلال وسائل اتصال جديدة تتيح الوصول المباشر و الكامل الى المعلومات ، و بمفهوم الواسع هي بيئة المعلومات في شكلها الرقمي المتاح على شبكة الانترنت<sup>1</sup>.

### نوع الدراسة : دراسة مسحية

### منهج الدراسة :

مهما كان موضوع البحث ، فان قيمة النتائج تتوقف على نوعية المناهج المستخدمة ، لذا على الباحث في ميدان العلوم الإنسانية و العلوم الاجتماعية أن تتصور بحته بالتفكير في الوسائل و التقنيات المنهجية التي سيستعملها في كل مرحل الدراسة ، وذلك من خلال ضبط و تحديد مشكلة البحث و الذي على أساسه وذلك باختيار المنهج المناسب للدراسة يرتبط مع طبيعة مشكلة المبحوثة و المجال الذي تنتمي اليه وكذلك الامكانيات المتاحة للباحث<sup>2</sup>.

ويعرفه الدكتور محمد غريب عبد الكريم على انه الطريق الذي تبعه الباحث في دراسته للمشكلة لاكتشاف الحقيقة<sup>3</sup>.

<sup>1</sup> شروق عبد العزيز سالم بصفر ، سلوكيات البحث عن المعلومات في البيئة الرقمية لدى طالبات التعليم العام ، رسالة ماجستير ، جامعة الملك عبد العزيز ، كلية الآداب و العلوم الإنسانية ، قسم علم المعلومات ، 2013 ، ص 4.

<sup>2</sup> بلقاسم سلاطنية وحسان الجيلاني ، منهجية العلوم الاجتماعية ، دار الهدى ، عين مليلة الجزائر ، 2004، ص 168.

<sup>3</sup> محمد غريب عبد الكريم ، البحث العلمي التصميم و المناهج و الاجراءات ، بدون طبعة ، الاسكندرية 1992، ص 77.

## الاطار المنهجي

و تعني كلمة منهج في البحث العلمي الطريق المؤدي إلى الهدف المطلوب، أو هو مجموعة من القواعد العامة المصاغة من اجل الوصول إلى الحقيقة في العلم، ونظرا لأهمية المنهج العلمي، واختلاف تخصصات الباحثين تعددت المناهج العلمية المتبعة<sup>1</sup>.

وتنمي الدراسة إلى حقل الدراسات الوصفية حيث يقوم على جمع البيانات و تصنيفها و تبويبها و محاولة تفسيرها و تحليلها من اجل قياس و معرفة اثر و تاثير العوامل على إحداث الظاهرة محل الدراسة بهدف استخلاص النتائج و معرفة كيفية ضبط و التحكم في هذه العوامل وأيضا التنبؤ بسلوك الظاهرة محل الدراسة في المستقبل<sup>2</sup>.

وفي أطار هذا المنهج تم الاعتماد على أسلوب المسح بالعينة و ذلك لصعوبة إجراء مسح شامل لجميع المفردات مجتمعة الدراسة .

### ادوات جمع البيانات

اعتمدت هذه الدراسة على أداة جمع البيانات تتوافق مع طبيعة الدراسة والتي نمن شأنها جمع أكبر قدر ممكن من المعلومات و القيام بتحليلها فيما بعد بما يخدم الأهداف المسطرة و المرجوة من الدراسة و تتمثل هذه الأداة في استمارة استبيان.

<sup>1</sup> عمار بوخوش ، مناهج البحث و طرائق اعداد البحوث ، ديوان المطبوعات الجامعية الجزائر ، 1995، ص29.

<sup>2</sup> ربحي مصطفى عليان ، محمد غنيم ، اساليب البحث العلمي ،الاسس النظرية و التطبيق العلمي ، دار الصفاء للنشر و التوزيع عمان ط 4، ص

## الاطار المنهجي

### أداة الملاحظة

و هي أداة هامة مساعدة و مرافقة لبقية الادوات التقنية الأخرى ، نعتدها في بحثنا بداية من الدراسة الاستطلاعية ، و نواصل اعتمادها في جمع المعطيات من ميدان البحث ، وهذا من خلال ضبط أطار ملاحظة يسمح لنا بفرز ما يستحق ملاحظتنا ، من جملة الأشياء الكثيرة الأخرى . من البديهي أن يكون أطار الملاحظة هذا معتمدا على التعريف العملياتي للمشكلة المطروحة للدراسة . لهذا الغرض يجب إن يكون هذا الاطار متضمنا بشكل أو بآخر المفاهيم و الأبعاد و المؤشرات المتولدة عن عملية التحليل لمفهومي و إقامة نزام تسجيل الملاحظ .

وتعرف الملاحظة العملية بأنها هي مشاهدة الظاهرة محل الدراسة ، في إطارها المتميز ووفق ظروفها الطبيعية ، حيث يتمكن الباحث من مراقبة تصرفات و تفاعلات المبحوثين ، وهي عملية مقصودة تسير وفق الخطة المرسومة للبحث في أطار المنهج المتبع ، وهدفها ينحصر في مشاهدة الجوانب الخاضعة للدراسة<sup>1</sup> .

**أداة الاستمارة :** وتسمى كذلك الاستبيان ، والتي تعرف في شكلها الأكثر شيوعا بسبر الآراء حيث يستخدمها كتقنية أساسية لهذا البحث ، وهي تقنية مباشرة لطرح الأسئلة على الأفراد بطريقة موجهة ، ذلك لان صيغ الإجابات تحدد مسبقا في الأسئلة المغلقة ، وذا ما يسمح بالقيام بمعالجة كمية اكتشاف علاقات رياضية و إقامة مقارنات كمية من اجل فهم الظاهرة المدروسة . أن الاستمارة هي وسيلة للدخول في اتصال بالمبحوثين بواسطة طرح الأسئلة عليهم واحدا واحدا و بنفس الطريقة هدف استخلاص اتجاهات و سلوكيات مجموعة كبيرة من الأفراد

وتضمن الاستبيان في شكله النهائي 28 سؤالاً موزعاً على خمسة محاور :

<sup>1</sup> كامل محمد مغربي ، اساليب البحث العلمي في العلوم الانسانية و الاجتماعية ، دار الثقافة للنشر و التوزيع ، عمان ، الاردن ، 2007، ص

## الاطار المنهجي

اولا/ محور البيانات الشخصية يضم: الفئة العمرية، المستوى التعليمي، الحالة الاجتماعية، المهنة .

ثانيا / عادات و انماط استخدام المرأة للمجموعات الفيسبوكية .

ثالثا / محتوى القيم الثقافية في الفضاءات الهامشية الرقمية للمجموعات الفيسبوكية و تأثيره على المرأة .

رابعا / استخدام المرأة لفضاء مجموعات الفيسبوك .

خامسا / دوافع استخدام المرأة للمجموعات الفيسبوكية و الاشباع المحققة من ذلك .

### مجتمع البحث

مجتمع البحث هو المجتمع الأكبر أو مجموعة المفردات التي يستهدف الباحث دراستها لتحقيق الأهداف المسيطرة ويمثل هذا المجتمع الكلي او المجموع الأكبر للمجتمع المستهدف الذي يهدف الباحث إلى دراسته و يعمم نتائج الدراسة على كل مفرداته<sup>1</sup> .

أن مجتمع البحث هو المجتمع الأصلي للعينة و الذي يمثل مجموعة وحدات البحث التي تريد الحصول على البيانات عنها و يمكن القول ببساطة أن مجتمع البحث هو جميع مفردات الظاهرة التي يقوم الباحث بدراستها<sup>2</sup> .

مجتمع بحثنا متمثل في مجموعة من النساء البسكريات المتابعين للمواقع التواصل الاجتماعي الفيس بوك .

<sup>1</sup> نبيل احمد عبد الهادي ، منهجية البحث في العلوم الانسانية ، الاهلية للنشر و التوزيع عمان ، الاردن 2006، ص ص 260 ، 261.

<sup>2</sup> محمد زيان عمر ، البحث العلمي و مناهجه و تقنياته ، ط4 ، جدة ، دار الشروق 1983، ص 282.

### الحدود المكانية و الزمانية للبحث

المجال المكاني : تمثل في مجموعة من النساء من مدينة بسكرة .

المجال الزمني : ويتمثل في الموسم الجامعي 2020 / 2021 هو الحد الزمني الذي يجري فيه

البحث الميداني من خلال توزيع الاستمارات على العينة المختارة من النساء البسكريات .

### العينة وطريقة حسابها

يعتمد الباحثون في إجراء بحوثهم الميدانية ، وغيرها من الابحاث الاخرى على طريقة العينة الماخوذة من مجتمع البحث ، للوصول الى المعلومات و الحقائق ، التي تفي بالغرض النهائي للدراسة و تسري هذه النتائج المتوصل إليها من حيث التمثيل على كل مجتمع بحث .

### عينة البحث قصديه

وهي عينة التي يقوم فيها الباحث باختيار مفرداتها بطريقة تحكيمه لا مجال فيها للصدفة بل يقوم بها شخصيا و باقتناء المفردات المتمثلة أكثر من غيرها لما يبحث عنه من بيانات و معلومات<sup>1</sup> . وتم اختيارنا للعينة القصدية لاننا قمنا باختيار مجموعة من المفردات متكونة من 100 مفرات من المجتمع الكلي على اساس أنهم المستخدمين للفضاء الهامشية الفيسبوك واقتصرت هذه العينة على مجموعة من النساء بمدينة بسكرة .

والسبب في اختيار هذه الفئة كعينة يعود لعوامل اجتماعية و ثقافية و جغرافية ، اما الاجتماعية فباعتبار ان هذه الفئة هم الذين لديهم القدرة على الاتصال ذلك أنهم مشبعين بثقافة التواصل الغير ،

<sup>1</sup> رشيد زرواني ، منهج و ادوات البحث العلمي في العلوم الاجتماعية ، دار الهدى للطباعة و النشر و التوزيع ، عين مليلة الجزائر ، 2007 ، ص



## الاطار المنهجي

اما العامل الثقافي فراجع الى التغير الحاصل في طرق و اليات الاتصال والتواصل ، وظهور التطبيقات الاتصالية الحديثة . اما الجغرافي الذي يتمثل في سهولة تنقلنا بين فئات العينة في مكان الدراسة .

الجدول رقم(1) يمثل توزيع المبحوثات وفق الفئة العمرية.

النسبة المئوية %	التكرار	البند المتغير
68%	68	من 18،19 سنة
17%	17	من 30،39 سنة
16%	16	40 سنة فما فوق
100%	100	المجموع

يمثل الجدول المدرج اعلاه الفئة العمرية للدراسة حيث كانت نسبة الأكبر للفئة العمرية ما بين 18، 29 سنة بنسبة 68% وهذا راجع الاستخدام الأكثر و الفرص المتاحة لهم لشبكات التواصل الاجتماعي أما الفئة الأقل هي فئة 40% سنة فما فوق لان معظم هذه الفئة منهم من لا يهتم لمثل هذه المجموعات و منهم من يستخدم الفيسبوك للتواصل فقط .

## الاطار المنهجي

الجدول رقم (2) يمثل توزيع المبحوثات حسب المستوى التعليمي .

المتغير	البند	التكرار	النسبة المئوية %
ابتدائي		12	12%
متوسط		7	7%
ثانوي		11	11%
جامعي		70	70%
دراسات عليا		00	00%
المجموع		100	100%

يمثل الجدول المدرج اعلاه فئة المبحوثين حسب المستوى التعليمي حيث كانت الفئة الغالبة المستوى الجامعي بنسبة 70% لان و هذا إلى انها من أكبر الفئات استخدامها و اللجوء للفيسبوك و أكثر اهتمامات بالمجموعات الفيسبوكية و مختلف مضامينها ، و اقل نسبة هي فئة الدراسات العليا وذلك بنسبة قدرت ب 7% وهذا راجع لعدم اهتمامهم لمثل هذه المجموعات بنسبة انشغالهم

## الاطار المنهجي

الجدول رقم ( 3 ) يمثل توزيع المبحوثات حسب الحالة الاجتماعية .

المتغير	البند	التكرار	النسبة %
عزباء		76	76%
متزوجة		15	16%
مطلقة		4	4%
ارملة		5	5%
المجموع		100	100%

يمثل الجدول المدرج اعلاه أن المبحوثين حسب الحالة الاجتماعية حيث كانت النسبة الأكثر لفئة العازيات بنسبة 76% وهذا راجع ل: لمعظم اهتمامات نساء الوقت الحالي و عدم وجود مسؤوليات عالية تغنيهم عن ذلك أما الفئة الأقل هي فئة الطالبات وذلك بنسبة قدرت ب 5% وهذا راجع إلى الظروف النفسية التي تمر بها المرأة العزباء .

## الاطار المنهجي

الجدول رقم (4) يمثل توزيع المبحوثات حسب الحالة المهنية.

النسبة %	التكرار	البند / المتغير
65%	65	طالبة
28%	28	عاملة
7%	7	ماكثة في البيت
100%	100	المجموع

يمثل الجدول اعلاه المبحوثات حسب الحالة المهنية حيث كانت النسبة الأكثر لفئة الطالبات وذلك بنسبة 65% ويرجع ذلك الى ان مجتمع البحث المتواجدين بيه طالبات ، بينما كانت اقل نسبة للماكثات في البيت وقدرت نسبة ب 7%.

## الفصل الثاني: القيم الثقافية و الفضاءات الهامشية الرقمية.

تمهيد.

المبحث الأول: مدخل مفاهيمي للقيم الثقافية.

المطلب الأول: مفهوم القيم الثقافية.

المطلب الثاني: خصائص القيم الثقافية.

المطلب الثالث: وظائف القيم الثقافية.

المطلب الرابع: تصنيفات القيم الثقافية.

### تمهيد:

القيم الثقافية هي جملة من الافكار والمعتقدات والتجارب التي يكتسبها الفرد من خلال احتكاكه بالآخرين وهذه القيم يمكن أن تكون قيمة فردية أو جماعية كالشجاعة، الكرم، التعاون، العدالة..... الخ.

وتمكن لهذه النماذج من القيم الثقافية أن تحمل فوائد ومنافع تعود على الفرد والمجتمع فمن ناحية الأفراد نجد بأنها تعمل على تحديد سلوكياتهم وتشكيل شخصياتهم كما تساعدهم على مواجهة تحديات الحياة وتمنحهم فرصة للتعبير عن أنفسهم وتأكيد ذاتهم، أما بالنسبة للمجتمع فهي عامل مهم للحفاظ على استقراره وكيانه.

الفصل الثاني: مدخل مفاهيمي القيم الثقافية.

المبحث الأول: مفهوم القيم الثقافية.

لغة: وردت بمعاني متعددة في اشتقاقاتها اللغوية أشار إليها ابن منظور في لسان العرب، إذ ترجع إلى الفعل قوم وأدرجها على النحو التالي: القيمة واحدة القيم و قوم السلعة تقويمها وأهل مكة يقولون استقام السلعة وهما بمعنى واحد الاستقامة و الاعتدال يقال استقام له الأمر وقوم الشي تقويما و هو قوم أي مستقيم<sup>1</sup>.

وتقوم الشي تعدل و تبينت قيمته<sup>2</sup>.

ويعرفها المنجد في اللغة و الأعلام بأنها جمع قيم و تدل أصلا على اسم النوع من الفعل قام بمعنى الاستقامة فنقول قيم بمعنى مستقيم و يقول تعالى: ولك دين القيمة سورة البينة 05، بينما يعرفها اللسان العربي: أن القيام بمعنى المحافظة و الملازمة كما يأتي بمعنى الثبات و الاستقامة فيقال: أقمت الشي وقومته بمعنى استقام و الاستقامة هي اعتدال الشي واستوائية<sup>3</sup>.

اصطلاحا:

هي مجموعة المبادئ المادية والروحية و الاتجاهات و المعتقدات والتوجهات و الافتراضات الأساسية التي تلي حاجات الانسان وتحكم تصرفاته وتشكل الركائز لكل ماهو سائد بين الناس داخل المجتمع، فتمنح قيمة للموضوع ما وتسلبها من موضوع آخر، تزين من سلوك ما وتحت الناس عليه، وتشين سلوك آخر و تمنع الناس منه<sup>4</sup>.

<sup>1</sup> منى كشك، القيم الغائبة في الإعلام، دار الفرحة للنشر والتوزيع، مصر، 2006، ص 60.

<sup>2</sup> إبراهيم أنيس وآخرين، معجم الوسيط، دار المعارف للنشر والتوزيع، ط 1973، ص 2، ص 762.

<sup>3</sup> شهرزاد صوفي، القيم المتضمنة في اعلانات التلفزيونية الجزائري و اثارها على الجمهور الطلبة الجامعيين الجزائريين، ضمن مجلة دراسات الاعلامية القيمة المعاصرة دورية اكااديمية حضارية محكمة، الورسم للنشر و التوزيع، الجزائر، العدد 3، المجلد الاول 2012، ص 42.

<sup>4</sup> احمد ابراهيم عبد الهادي، ادارة الحملات اعلانية، مركز التعليم المفتوح، كلية التجارة، مصر، ط 2007، ص 35.

## الاطار النظري

تعتبر القيم الثقافية نتيجة تفاعل مجموعة عناصر من تاريخ ودين وسياسية نتيجة استقرارها وتفاعلها مع مختلف العناصر المحيطة.<sup>1</sup>

### في الفلسفة :

اهم المنطلقات الفلسفية التي تعرضت لتعريف القيم نذكر منها :

**الفكر المثالي:** الذي يؤمن بوجود عالمين عالم مادي و اخر معنوي كما يعتبر الفكر المثالي الانسان الكامل هو الذي يستمد قيمة من عالم المثل او عالم السماء ،هي قيم مطلقة كاملة كالخير و الحق و الجمال و بالتالي فهي قيم ازلية غير قابلة للتغير و الزوال ، حيث يدرك الفرد هذه القيم من خلال تعامله مع الاشياء .

**الفكر الواقعي:** يرى الواقعيون أن القيم موجودة في عالمنا و ليست خيالا او تصورا و أن لكل شي قيمته و أن الانسان يستطيع أن يكشف القيم باستخدام الاسلوب العلمي و الخطوات العملية عن طريق الفعل ،فالقيم عندهم مطلقة و لكن يمكن الحصول عليها و تقديرها عن طريق المشاهدة و يرون أن هناك قيم غنية كافية و شاملة ممثلة للناس و بالتالي فان هناك مجموعة من القيم المطلقة نستطيع أن نخرج عنها ،أي انها لا تقيد الانسان بالالتزام بها ، وكل القيم بالتالي هي قيم الثقافية تحقيق للانسان سعادة و لذة و منفعة و السعادة هي الخير المرغوب فيه لذاته دون النظر إلى نتائجه و اثاره ، واذن المعيار الاخلاقي عندهم هو حب الذات و مايجتمل أن تصيب صاحب السلوك او الفعل من اشكال النفع و الضرر.<sup>2</sup>

### القيم في علم الاجتماع :

بوفلحة غياث ، تناقض القيم داخل التنظيم ، مجلة الثقافة و تسير اعمال المنتقى الدوري المنعقد بالجزائر 28،30 نوفمبر 1992 ، ص 215<sup>1</sup>.

<sup>2</sup> منى كشك ، القيم الغائبة في الاعلام ، مرجع سابق ، ص 61 ، 60 .



عرف بارك وبيرجس القيم الثقافية بانها أي شي قيمته قابلة للتقدير و يشير ماكس فيبر إلى أن القيم هي :مجموعة التصديقات السيكولوجية التولدة عن الاعتقاد الديني و الممارسة الدينية التي تعطي توجيهها للسلوك العملي ، الذي يلتزم به الفرد .<sup>1</sup>

يعرف عزبي عبد الرحمن القيم الثقافية :القيمة مايرتفع بالفرد إلى المنزلة المعنوية ويكون مصدر القيم في الاساس الدين ، فالانسان لا يكون مصدر القيم و انما اداة يمكن أن تتجسد فيه القيم .<sup>2</sup>

### المطلب الثاني :خصائص القيم الثقافية .

تميز القيم الثقافية كغيرها من المفاهيم الاجتماعية الاخرى ، بمجموعة من الخصائص تميزها عن غيرها من المفاهيمي يمكن تلخيصها في مايلي :

**الاكتساب :** وذلك بناء على مايتلقاه الفرد من خيارات وما يعايشه من مواقف اثناء التنشئة الاجتماعية التي تمارسها العديد من مؤسسات التربية مافيهما و سائل الاتصال و المدرسة و الاسرة .

**الدينامية :** فالقيم الثقافية تتغير محور الاهتمام لدى الفرد ،وعلى هذا فان تغير القيم يرتبط بطبيعته المرحلة التي تمر بها المجتمعات فتاريخ المجتمع سلسلة من المراحل المختلفة ،حيث تختلف كل مرحلة من المراحل الاخرى ، و فقا للظروف التي تحيط بها ، و هنا تبرز العلاقة بين التغيير الذي يطرا على المستوى الاجتماعي و القيم الثقافية ، أي أنها تتغير من زمن الاخر و فقا للتفضيلات و الاهتمامات الانسانية .<sup>3</sup>

<sup>1</sup> نورهان منير حسن ، القيم الاجتماعية و الشباب ، المكتب الجامعي الحديث ، مصر ، 2008 ، ص 36.

<sup>2</sup> عزبي عبد الرحمن ، الثقافة و الحتمية الاتصال نظرة قيمية ، مجلة المستقبل العربي العدد 295 ، 2003 ، ص 15.

<sup>3</sup> امال رحمانى ، قيم العولمة الثقافية من خلال الملصقات الاعلامية العربية ، دراسة سيمولوجية على عينة من الملصقات الاعلانية الموجهة للعرب ، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في علوم الاعلام و الاتصال ، جامعة مونتوري قسنطينة 2010 ، 2011 ، ص 27.

## الاطار النظري

**النسبية و الاطلاق :** وذلك انه اذا كانت القيم الثقافية ، دائما مطلقة الاصبح التغيير على المستويين الشخصي و الاجتماعي مستحيلا وبالمثل لايمكن أن تكون القيم دائمة التغيير و التبدل و الا تعذر استمرار الشخصية الانسانية و الانماط الثقافية و البناءات الاجتماعية<sup>1</sup>.

**الهرمية :** انها مرتبة ترتيب هرمي ليس جامد بل متحرك و متفاعل ،فالسلم القيمي قد يهتز سلبا او ايجابا اذا كثيرا ما يتفكك النسق القيمي و يعاد ترتيبه من جديد نتيجة للتغيرات الاجتماعية و الثقافية .

**الذاتية :** بمعنى أن وزن القيمة و اهميتها يختلف من فرد الاخر<sup>2</sup>.

**تساعد بعضها البعض :** فهي ليست و حدات منفصلة و انها غالبا ما تتفاعل معا و تتداخل و هذا ما يزيدا و قوة<sup>3</sup>.

**القيمة ذات قطبين :** انها تشمل خاصية التقابل في المعاني التي تحملها فهي اما تكون موجبة او سالبة خيرا او شرا .

**القيم اما ظاهرية او ضمنية :** يعبر عنها اما بالكلام او بالكتابة او ضمنية تعرف من خلال السلوك غير لفظي .

**القيم متداخلة مترابطة متضمنة :** حيث انها تتضمن الجوانب المعرفية و الوجدانية و سلوكية ، كما انها متضمنة من حيث تطبيق فالعدل مثلا قيمة سياسية و اخلاقية<sup>4</sup>.

**ذات طبيعة متدرجة :** نظرا لان حاجات المجتمع ليست على نفس الدرجة من الاهمية فان هناك قيم اساسية و قيم فرعية تنطوي تحتها و حتى القيم الانسانية فانها قد لاتكون على نفس الدرجة

<sup>1</sup> جان بول رزقير ، فلسفة القيم ، ترجمة عادل الاوي ، عويدات للنشر و الطباعة ، بيروت ، ط1 ، 2001 ، ص 24.

<sup>2</sup> عبد الرزاق محمد الدليمي ، مدخل الى وسائل الاعلام الجديد ، دار المسيرة للنشر و التوزيع ، عمان ، ط1 ، 2012 ، ص 212.

<sup>3</sup> امال رحاني ، قيم العولمة الثقافية من خلال الملصقات الاعلامية العربية ، نفس المرجع السابق ، ص 27.28.

<sup>4</sup> عبد الله عقله مجلى الخزاعلة ، الصراع بين القيم الاجتماعية و القيم التنظيمية في الادارة التربوية ، دار الحامد ، عمان ، ط1 ، 2008 ، ص.ص.38،39.

## الاطار النظري

من الالهية و لهذا كان من الضروري معرفة التنظيم العمومي للقيم التي تسود في مجتمع معين او مؤسسة معينة او لدى فرد معين.<sup>1</sup>

### المطلب الثالث : ووظائف القيم الثقافية

تعمل القيم الثقافية على اداء عدة و وظائف يمكن اجمالها في :

تعمل كمعيار لتوجيه القول و الفعل و السلوك الصادرة عن الافراد في مواقف مختلفة .

الوصول إلى التكامل او التضامن في المجتمع من خلال نسق القيم العامة التي تعطي شرعية لمصالح اهداف الجماعية و تحديد المسؤولية .

للقيم الثقافية دور كبير في بناء الشخصية الفردية .

تعمل على تنظيم المجتمع و ضبطه و استمراره.

المساعدة على تكييف مع الاوضاع المستجدة للفرد .

تساعد في حل الصراعات و اتخاذ القرارات ، ذلك أن القيم هي مجموعة من المبادئ التي يتعلمها الفرد للاختيار بين البدائل المختلفة و حل الصراعات و اتخاذ القرارات في المواقف التي تواجهه .

تساعد على تحقيق التكامل في المجتمع من خلال النسق القيمي العام الذي يعطي الشرعية للاهداف و المصالح الاجتماعية و يحدد المسؤوليات .

تساعد الافراد في التكييف مع الاوضاع المستجدة عليهم<sup>2</sup>.

و الان القيم الثقافية يفضلها الناس و يرغبون فيها ، لانها من صلب ثقافتهم وموجهة لسلوكهم و على العموم فان للقيم الثقافية وظيفتين مهمتين :

### الوظيفة الاولى : على المستوى الاجتماعي.

<sup>1</sup> سعاد جبر سعيد ، القيم العالمية واثرها على السلوك الانساني ، دار الجدار للكتب العالمية ، عالم الكتب الحديث ، الاردن ، ط1، 2000، ص 27.

<sup>2</sup> ماجد المزبود ، الشباب و القيم في عالم متغير ، دار الشروق للنشر و التوزيع ، الاردن ، ط1. 2006، ص 26.

## الاطار النظري

ربط العناصر الثقافية بنسيج محكم وربط الثقافات الفرعية في ثقافة واحد، أن هذه الوظيفة مهمة بالنسبة للقيم حتى أن بعض الانتروبولوجيين ينظرون إلى المجتمع كأنه مجموعة من الناس يربطهم نسيج واحد و نظام من القيم . كما انها تساعد المجتمع على مواجهات التغييرات التي تحدث فيه بتحديد لها للاختيارات الصحيحة من اجل الحفاظ على استقرار المجتمع و كيانه .

### الوظيفة الثانية :على المستوى الفردي .

تعمل على تحديد أهداف الناس و بذلك تعطي للحياة لديهم شيا من المعنى فبدل أن يدركوا أعمالهم و سلوكياتهم وكأنها محاولات الإشباع حاجاتهم فقط ، نجد أنهم ينظرون إليها بشي من الأمل لتحقيق لهم أهداف لا يرمون إليها و يتلهفون لإدراكها و نيلها .

كما أن القيم الثقافية تهى للأفراد اختيارات معينة تحدد السلوك الصادر عنهم ،فهي بالتالي تلعب دورا مهما في تشكيل الشخصية الفردية كما أنها تحقيق للفرد الإحساس بالأمان فهو يستعين بها من اجل مواجهة التحديات في الحياة و تمنحه فرصة للتغير عن نفسه و تأكيد ذاته <sup>1</sup> .

### المطلب الرابع: تصنيف القيم الثقافية.

قدم نيكولاس ريتسرد محاولة قيمة لعرض مختلف أسس تصنيف القيم الثقافية على النحو الآتي :  
التصنيف على أساس محتضني القيم:وينص هذا التصنيف على أساس الذين يحتضنون قيمة من القيم مثل القيم الشخصية، قيم العمل و القيم القومية التي تنتشر على نطاق المجتمع بأسره .

التصنيف في ضوء موضوعات القيم الثقافية : وفيه ينصب الاهتمام على الموضوعات محددة تكتسب خاصية قيمية فيتم مثلا تقويم الرجال على نسبة الذكاء و الأمم على أساس عدالة النظم السائدة فيها ومدى شرعيتها.

<sup>1</sup> خالد محمد ابو شعيرة ، ثائر احمد غباري ، الثقافة و عناصرها ، مكتبة المجتمع العربي للنشر و التوزيع ، عمان ، ط1 ، 2009 ، ص 52،53.

## الاطار النظري

التصنيف على أساس الفائدة أو المنفعة: ترتبط القيم بفائدة أو منفعة يحققها أولئك الذين يحتضونها سواء كانت هذه المنفعة تتعلق بإشباع حاجة أم اهتمام أم مصلحة وأفضل تصنيف في هذا الصدد هو تصنيف الحاجات، الرغبات و الاهتمامات الأساسي للإنسان.

### التصنيف على أساس الأغراض و الأهداف :

يقصد بذلك التصنيف القيم الثقافية وفقا للغرض المحدد او الهدف الخاص الذي يتحقق بوجودها ، إذن فالتصنيف هنا يتأسس على الغرض و الهدف الذي يتحقق بوجود قيمة معينة مثل :القيم التعليمية لبعض البرامج ، القيم التبادلية لبعض السلع .<sup>1</sup>

التصنيف على اساس العلاقة بين محتضن القيمة و الفائدة : يقصد بهذا التصنيف ملاحظة أن الشخص يحتضن قيمة معينة الا انه يرى وجودها فائدة بالنسبة اليه او بالنسبة إلى الاخرين مثل : القيم الاسرية ، المهنية ، القومية .

### التصنيف على اساس العلاقة بين القيم ذاتها :

ويعتمد هذا على مدى ارتباط القيم الثقافية ببعضها بعض ، وهذا النوع من التصنيف يثير قضية تدرج القيم وفقا لمدى عموميتها ، فقيمة الكرم مثلا تحقيق قيمة اعلى هي سعادة الاخرين في هذه الحالة ، تعتبر القيمة الاولى قيمة وسيطة او سيلية ، وهناك قيم اخرى لذاتها مثل الولاء ، الامانة ، تلك هي القيم الغائية<sup>2</sup> .

<sup>1</sup> عبد الغني عماد ، سوسولوجي الثقافة ، مفاهيم و إشكاليات من الحداثة إلى العولمة ، مركز الدراسات الوحدة العربية ، بيروت ط1 ، 2002 ، ص ص 149، 148.

<sup>2</sup> عبد الغني عماد ، نفس المرجع ، ص 150.

### خلاصة الفصل

القيم هي جزء من الثقافة وهي جوهرها وبالتالي لا يمكن الفصل بين القيم والثقافة وظيفتها في المجتمع فإذا ظهرت أزمة أو مشكلة مست القيم فإن هذا سوف يشكل خطرا على الثقافة وهذا ما يعرف بمصطلح التصدع الثقافي الذي أصبحت تعاني منه العديد من المجتمعات العربية التي وقعت في دوامة أزمة ثقافية حادة بسبب الهجمات الثقافية ، الغربية والصراعات الثقافية الداخلية التي أصبحت تعشيها بسبب انتشار قيم دخيلة على هذه المجتمعات كالثقافة والإقليمية كل هذه السموم الثقافية أصبحت تشكل خطرا على هذه الهوية العربية ووحدها كما عملت على هزم القيم العربية الإسلامي.

المبحث الثاني : مدخل مفاهيمي الفضاءات الهامشية.

تمهيد.

المطلب الأول: تعريف الفضاءات الهامشية الرقمية.

المطلب الثاني: مواقع التواصل الاجتماعي.

المطلب الثالث: تعريف الفيس بوك .

المطلب الرابع : أشكال المجموعات الفيسبوكية وعلاقتها بالقيم الثقافية

خلاصة.

### تمهيد

ان التطورات العلمية الحديثة التي عرفها الإنسان انعكست ايجابيا حتى على عملية الاتصال , حيث تعد مواقع التواصل الاجتماعي من أهم الوسائل الحديثة التي أصبح يعتمد عليه الانسان في عملية التواصل وذلك من خلال ظهور العالم الأزرق أو ما يعرف بالفيس بوك وهذا من اجل تبادل المعارف و المعلومات و مختلف الأنشطة التي يقوم بها الانسان بطريقة سهلة ، فقد وجد الانسان فيها راحتته حيث بإمكان هذا الموقع أن تؤمن لأفراد المجتمع الإنساني التواصل فيما بينهم وهذا بالرغم من بعد المسافات فيما بينهم ورغم اختلاف أجناسهم و ألوانهم ، وقد بينت الدراسات و الابحاث بان هناك مايقارب 299 موقع عالمي يصنف ضمن المواقع الاجتماعية ، و التي سنحاول أن نشرح بعضها .



المبحث الثاني : مدخل الى الفضاءات الهامشية الرقمية .

المطلب الاول:الفضاءات الهامشية الرقمية .

تعريف الفضاءات الهامشية الرقمية:هي البيئة التي مكوناتها ومحتواها التكنولوجي رقمي، يتصل المستفيد بها منى أي مكان،ويستخدم الباحث عن المعلومات طرق معينة لاسترجاع المصادر والمراجع<sup>1</sup>.

المطلب الثاني : مواقع التواصل الاجتماعي

مواقع التواصل الاجتماعي:هي تركيبة الكترونية تتم صناعتها من افراد او جماعات او مؤسسات،وتتم تسمية الجزء التكويني الاساسي (مثل الفرد الواحد)باسم (العقدة)،بحيث يتم ايصال هذه العقد بانواع مختلفة من العلاقات كتشجيع فريق او الانتماء لشركة ما او حمل جنسية لبلد ما في هذا العالم.وقد تصل هذه العلاقات لدرجات اكثر عمقا كطبيعة الوضع الاجتماعي او المعتقدات او<sup>2</sup> الطبقة التي ينتم اليها الشخص.

كما يعرفها(راضي) انها مجموعة من المواقع الالكترونية التي تتيح للمشاركين انشاء مواقع خاصة بهم ومن ثم ربطه من خلال نظام اجتماعي الكتروني مع اعضاء اخرين لديهم الميول والهوايات نفسها او جمعه مع الاصدقاء<sup>3</sup>.

أن المواقع الاجتماعية هي شبكة مواقع فعالة جدا في تسهيل الحياة الاجتماعية بين مجموعة من المعارف والاصدقاء،كما تمكن الاصدقاء القدامى من الاتصال ببعضهم البعض وبعد طول سنوات،وتمكنهم ايضا من التواصل المرئي والصوتي وتبادل الصور وغيرها من الامكانيات التي توطد العلاقة الاجتماعية بينهم<sup>4</sup>.

<sup>1</sup>شروق عبد العزيز سالم بصفر ، سلوكيات البحث عن المعلومات في البيئة الرقمية لدى طالبات التعليم العام ،مرجع سابق ،ص 4.

<sup>2</sup> عواد ،شبكات التواصل الاجتماعي الالكتروني، موقع تاملات 15. 4. 2021 . <http://www.taamolat.com>

<sup>3</sup> راضي زاهر ، استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في العالم العربي ،مجلة التربية ،عدد 15،جامعة عمان الاهلية ،عمان ص ص 2

<sup>4</sup> خليفة هبة محمد ، مواقع الشبكات الاجتماعية ماهي ؟منتديات البشير ، 26،4،2021 . <http://www.alyaseer.net>

### المطلب الثالث: الفيس بوك

**فيس بوك:** هو موقع الكتروني للتواصل الاجتماعي، وقد عرف موقع ويب او بيديا الموقع الالكتروني الاجتماعي على انه التعبير المستخدم بوصف أي موقع الكتروني يخول مستخدميه انشاء ملفات شخصية ونشرها بشكل عالمي عبر ذلك الموقع وتكوين علاقات مع مشتركين اخرين على نفس الموقع يكون بإمكانهم الدخول إلى ملفاتهم الشخصية<sup>1</sup>.

هو احد مواقع التواصل الاجتماعي الذي يساعد على تكوين علاقات بين المستخدمين حيث يساعد على التبادل، سواء تبادل المعلومات او نقاشات او حوار بين الافراد وقد يتجاوز التبادل ذلك إلى مقاطع فيديو و الصور كما يمنح المستخدمين امكانية التعليق، رغم أن هذا كله يتم في عالم افتراضي، فهو اذا موقع يستخدمها لافراد مجاناً يمكن من خلاله اضافة اصدقاء و التعرف عليهم بعد الموافقة على طلب الصداقة وحينها يمكن ارسال اليهم<sup>2</sup>.

### نشأة الفيس بوك

اسس هذا الموقع **مارك زاكربيرج** عام 2004 وهو احد طلبة هارفارد الذي اصبح فيما بعد يعد اصغر ملياردير في العالم وذلك بغ رض التواصل بين الطلبة في الجامعة ومن ثم انتشر استخدامه بين طلبة الجامعات الاخرى في امريكا و بريطانيا و كندا، و ليتطور الموقع و خصائصه من مجرد موقع لابرار الذات و الصور الشخصية إلى مواقع متخصص بالتواصل ترعاه شركة فيسبوك التي اصبحت تقدر بالمليارات عام 2007 نتيجة لاستدراك 21 مليون مشترك في هذا المواقع ذلك العام ليتحدى أي موقع للتواصل الاجتماعي و يصبح الاول على صعيد العالم، و بلغ عددهم حسب احصائيات 2011-800 مليون مشترك.

وقد تحول الموقع من مجرد مكان لعرض الصور الشخصية و التواصل مع الاصدقاء و العائلة إلى قناة تواصل بين المجتمعات الالكترونية و منبر لعرض الافكار السياسية و تكوين تجمعات سياسية

<sup>1</sup> جرار ليلي احمد، الفيسبوك و الشباب العربي، مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع، الكويت الامارات العربية المتحدة، جمهورية مصر العربية، المملكة الاردنية الهاشمية، 2012، ص 51.

<sup>2</sup> محمد منتصر، واقع استخدام المنظمات الاهلية في قطاع غزة لشبكات التواصل الاجتماعي في تعزيز علاقتها بالجمهور، شهادة ماجستير، الجامعة الاسلامية غزة، فلسطين، 2013، ص 20.

## الاطار النظري

الكثرونية عجزت عنها اعنى الاحزاب الفعلية على الارض ، وكذلك لتصبح قناة تواصل تسويقية اساسية تعتمد على الالاف من الشركات الكبيرة و الصغيرة للتواصل مع جمهورها ، وكذلك الصحف التي اعتمدت على المجتمعات الالكترونية لنقل اخبارها و الترويج لكتابها و غيرها من وسائل الاعلام ، ليتعدى موقع الفيس بوك وظيفته الاجتماعية إلى موقع تواصل متعدد الاغراض ، ويتوقع أن يصل عدد مشتركة في 2013 إلى قرابة نصف مليار مشترك ، و ليصبح متقبلا اكبر تجمع الكتروني بشري على وجه الارض<sup>1</sup> .

### خصائص ومميزات الفيس بوك

رغم أن مواقع التواصل الاجتماعي عديدة و مختلفة ومع ذلك فقد تميز الفيس بوك على غيره بعدة خصائص و مميزات ومن بينها :

**التعليقات :** هذه الخاصية تسمح لمستخدمي الفيس بوك باضافة الصور و العلامات التي يمكن تضمينها بحيث يمكن أن نكتب أي تعليق في مساحة التعليقات او اضافة تعليق مع امكانية اضافة رابط او صورة .

**الاعجاب :** يمكن الفيس بوك مستخدميه بالقيام بعمل معجب لاي نص او صورة او فيديو لاحد الاصدقاء وهي عملية متاحة بين الاصدقاء .

**خاصية نكزه :** وهي عبارة عن اشهار يخطر المستخدم يخطر المستخدم بان احد الاصدقاء يقوم بالترحيب به .

### مميزات الفيس بوك :

**العالمية :** استطاع الفيس بوك بحركتيه الغاء العديد من الحواجز الجغرافية و المكانية ، حيث يمكن لافراد في الشروق التواصل مع افراد في الغرب ، ببساطة و سهولة ، وبتنا نسمع بمصطلحات

<sup>1</sup> حنان شعشوع الشهري ، اثر استخدام شبكات التواصل الالكترونية على العلاقات الاجتماعية الفيس بوك و تويتر نموذجا ، رسالة ماجستير ، جامعة الملك عبد العزيز بجدة ، 2014، ص ص 31،32.

## الاطار النظري

كالتسوية وغيرها وهو حينما وفر مجموعة اضافية من التطبيقات سمح بالتواصل المقروء و المسموع و المرئي<sup>1</sup> .

**التفاعلية :** أن الفرد في الفيس بوك يرسل ، يكتب يستقبل و يقر و يتفاعل مع الاحداث و التعليقات فهو في عملية اخذ ورد مستمرة و يعتبر الفيس بوك من التقنيات التي غيرت مجرى الاتصالات فبعدها كانت اتصالات خطية مباشرة ، مرسل متلقي .

التفاعلية تعطي للفرد الفرصة بشكل اكبر على أن يشارك بشخصه في الموضوع تحليلا نقدا او تعليقا .

**التنوع وسهولة الاستخدام :** اتاحت التحديثات العديد التي قام بها موقع الفيس بوك الفرصة أمام المشتركين فيه الكثير من الفرص و الانشطة ، والفيس بوك احد البرامج الافتراضية السهلة التي تستخدم الحروف ببساطة ، اللغة ، الرموز و الصور التي تسير للمستخدم التفاعل .

**التوفير و الاقتصادية :** أن مجانية الاشتراك و التسجيل اتاحت للفرد البسيط امكانية امتلاك فضاء على الفيس بوك و بات يشعر بانتمائهم ولم يعد ذلك حكرا على اصحاب الاموال فاني فرد يرغب في فتح صفحة على الفيس بوك فله ذلك ، غير أن الفيس بوك و كونه مؤسسة استثمارية تخصصت في المجال الرقمي ، فان يحصل سنويا عشرات الملايير من الارباح الناتجة عن تداول الافراد لانشطتهم و صورهم و تفاعلاتهم اليومية .

**تطبيقات الفيس بوك :** هنالك العديد من التطبيقات تم انشائها من قبل شركات كبرى معروفة و هنالك تطبيقات تم انشائها من طرف مستخدمين عاديين ، فكل مشترك لديه ملف يتضمن صورته و معلومات و لديه صفحة يكتب فيها مايشاء اضافة إلى البومات صور و قائمة اصدقاء قد تضيفهم انت او هم من يضيفونك اليهم ومن بين التطبيقات المستعملة نذكر :

<sup>1</sup> بدر الدين بن بلعباس ، شبكات التواصل الاجتماعي و الهوية الثقافية عند الطلبة الجامعيين ، شهادة ماستر ، جامعة محمد خيضر بسكرة الجزائر، 2015، ص ص 65،68.

**المجموعات :** كل مشترك في الموقع بإمكانه أن ينشئ مجموعة عبر تسميتها وكتابة تعريف عن الفكرة و يتم ذلك عبر اهتمامات مشتركة او لاعضاء نادي معين او لحملة فكر اجتماعي كان او ديني .

**الصفحات :** تختلف الصفحات عن المجموعات رغم التشابه في بعض المميزات من حيث أن الصفحات أكثر تفاعلا عبر ظهورها لكل المستخدمين ، فهي تكون وسيلة للتواصل مع الشخصية المعنية .

**الصفحة الرئيسية :** تمكن هذه الصفحة من اظهار كل جديد سواء تعليقات او صور وروابط اصدقاء المستخدم خاصة الذين اضافهم او تم اضافتهم من قبل المستخدم اليه و تُد تظهِر لك اصدقاء اصدقائك<sup>1</sup> .

**الالعاب :** يضم الفيس بوك العديد من الالعاب المختلفة بحيث يمكن للمستخدم أن يشارك فيها و يقوم بها و يجتاز مراحلها واحدة تلو الاخرى ، بل و الاكثر من ذلك بإمكان المستخدم أن يدعوا عددا من اصدقائه لممارسة لعبة من الالعاب كما هو حال المزرعة السعيدة .

**المناسبات :** بإمكان المستخدم في الفيس بوك القيام بدعوة جماعية لاصدقائه و الاعضاء مجموعة معينة لاي حدث مهم عنده او من اجل عمل جماعي او موعد اجتماع واقعي بحيث يجب أن توضح فيه عنوان الحدث و تاريخ و نهايته و تحديد الاعضاء المدعويين له ، و قد تكون الدعوة عامة لكل مستخدمي الفيس بوك<sup>2</sup> .

### المطلب الرابع : أشكال ومحتويات الفيس بوك وعلاقتها بالقيم الثقافية

تعد التقنيات التي ينهض بها الفيسبوك من خلال محتوياتها مختلفة بحيث يصعب أن نجد ركن او زاوية من زاوية هذه الحياة لم تغلغل فيه هذه المحتويات و اضوائها الكاشفة التحليلية و الثقافية وعليه يمكن القول بان هـ المحتويات الفيسبوكية عبارة عن فكرة تجسد وتعالج الالكتروني باستخدام الفيسبوك كوسيلة تتوافر لها كل الامكانيات و يوجد عدة انواع من المحتويات من بينها

<sup>1</sup> وائل مبارك خضرم، فضل الله . اثر الفيس بوك على المجتمع . ط 1 مصر: مدونة شمس النهضة، 2010، ص14.

<sup>2</sup> وائل مبارك خضرم، فضل الله ، اثر الفيس بوك على المجتمع ، مرجع سابق ، ص 15، 14.

## الاطار النظري

**محتويات الثقافة العامة** هذه المحتويات تعتمد على افلام التسجيلية التي تصور منطقة جغرافيا او اثارية او ظاهرة الانتربولوجية او اجتماعية او غيرها من المظاهر و القضايا الجدير بالمعرفة و الاطلاع .

**محتويات و المسابقات الثقافية** هي المحتويات المبريات المعلوماتية التي تسعى إلى نشر الثقافة و المعلومات بطريقة مسلية بل ومثيرة ويشترك جمهور هذه المحتويات ام بالحضور بتفاعل او تعليق او المشتركة لهذا المحتوى .

**محتويات المرأة والبيت** تكون في هذه المحتويات أحدث خبراء التربية وعلم النفس في مجالات السيكولوجية للمرأة و المتاعب النفسية التي يمكن أن تصيبها او نصائح الاطباء بخصوص امراض و مشكلات النفسية وكما تهتم محتويات المرأة بعقلها وفكرها وجوهرها فانها تهتم ايضا بمظهرها وملبسها سوء داخل البيت او خارجها<sup>1</sup> .

---

<sup>1</sup> جمال, العيفة. الاتصال الشخصي في عصر شبكات التواصل الاجتماعي ضرورة اجتماعية في عالم متغير. مجلة علوم الانسان والمجتمع , 2014, 10, ص 294.

### خلاصة الفصل

ان الدراسات والأبحاث العلمية في ميدان الإعلام والاتصال بينت مدى أهمية مواقع التواصل الاجتماعي ومن بينها الفيس بوك التي غزى العالم بحيث سهل عملية التواصل الاجتماعي وهو ما أدى إلى ذوبان الحدود الجغرافية بين الدول إلى درجة أن أصبح العالم مجرد قرية صغيرة مرتبطة ببعضها البعض , حتى أن هذه المواقع أصبح يجد قبولاً كبيراً بين مرتديه بمختلف أطباقهم ومستوياتهم الثقافية من البسيط إلى العامي إلى طلاب الجامعات والباحثين والعلماء وبين فئة المراهقين والشباب وحتى المتقدمين في السن ومع ذلك تبقى آثاره تحتاج إلى دراسة معمقة في ظل التزايد المستمر على استخدامه المفرط.

الفصل الثالث: الجانب التطبيقي

المبحث الثالث: التحليل الكمي للبيانات.

المطلب الأول: تحليل البيانات العامة للدراسة.

المطلب الثاني: تحليل النتائج العامة للدراسة.



المبحث الثالث: التحليل الكمي للبيانات  
المطلب الأول: تحليل البيانات العامة للدراسة

كيفية استخدامك للفيسبوك في حياتك اليومية						البند	
الاجمالي		احيانا		دائما		المتغير	
نسبة %	تكرار	نسبة %	تكرار	نسبة %	تكرار		
%33	33	%21	21	%12	12	29-18	الفئة العمرية
%53	57	%22	22	%35	35	35-30	
%10	10	%10	10	%00	00	40 فما فوق	
%100	100	%43	43	%47	47	الإجمالي	
%10	10	%5	5	%05	05	إبتدائي	المستوى التعليمي
%16	16	%14	14	%02	02	متوسط	
%33	33	%23	23	%10	10	ثانوي	
%41	41	%5	5	%36	36	جامعي	
%00	00	%00	00	%00	00	دراسات عليا	
%100	100	%54	54	%53	53	الإجمالي	
%11	11	%6	6	%5	5	عازبة	الحالة الإجتماعية
%9	9	%5	5	%4	4	متزوجة	
%37	37	%25	25	%12	12	مطلقة	
%41	43	%7	7	%36	36	أرملة	

الاطار التطبيقي

الإجمالي	57	57%	46	46%	100	100%
الحالة المهنية	15	15%	35	35%	50	50%
	37	37%	00	00%	37	37%
	8	8%	5	5%	13	13%
الإجمالي	60%	60%	40	40%	100%	100%

الجدول رقم (1) يوضح كيفية استخدام الفيسبوك في حياتك اليومية:

يتبين من خلال بيانات الجدول السابق أن نسبة المبحوثين الذين يستخدمون الفيسبوك

أحيانا هم 61% في حين أن نسبة المبحوثين الذين يستخدمون الفيسبوك بشكل دائم هم 39%.

يتضح من خلال الاحصاءات الكمية لعلاقة متغير العمر بالسؤال الاول في محور عادات وانماط استخدام المرأة للمجموعات الفيسبوكية أن اعلى نسبة كانت للفئة العمرية من 18-29 حيث قدرت ب 67% و اقل نسبة هي ل 40 فما فوق وذلك بنسبة 16%.

وتشير ايضا النتائج من خلال نفس الجدول علاقة المستوى التعليمي بنفس السؤال حيث كانت اعلى نسبة لفئة الطلبة وذلك بنسبة 70%، اما ادنى نسبة فكانت لفئة الدراسات العليا وذلك بنسبة 00%.

الجدول رقم (2): يبين توزيع الوقت الذي تقضيه في تصفح المجموعات الفيسبوكية حسب متغيرات الدراسة :

يبين الجدول التالي الوقت الذي تقضيه المبحوثات في تصفح الفيسبوك فكانت اجابة اغلب المبحوثات من الفئة العمرية من 30-39 وذلك بنسبة 51% كانت اغلب الاجابات ل ساعة وذلك بنسبة 42% وهذا راجع على أن الفئة هذه هي فئة منظمة للوقت لانها من فئة المتزوجات ذوات المستوى الجامعي .

المتغير	ساعة	3 ساعات	الوقت الذي تقضيه في تصفح المجموعات الفيسبوكية	
			أكثر من 3 ساعات	الاجمالي

الاطار التطبيقي

%	ك	%	ك	%	ك	%	ك		
%26	26	%8	8	%13	13	%5	5	29-18	الفئة العمرية
%51	51	%12	12	%02	02	%37	37	35-30	
%23	23	%10	10	%13	13	%3	3	40 فما فوق	
%100	100	%30	30	%18	18	%42	42	الإجمالي	
%12	12	%2	2	%6	6	%4	4	إبتدائي	المستوى التعليمي
%7	7	%00	00	%4	4	%3	3	متوسط	
%11	11	%4	4	%3	3	%4	4	ثانوي	
%70	70	%34	34	%12	12	%24	24	جامعي	
%00	00	%00	00	%00	00	%00	00	دراسات عليا	
%100	100	%41	41	%25	25	%35	35	الإجمالي	
%76	76	%35	35	%25	25	%16	16	عازبة	الحالة الاجتماعية
%15	15	%00	00	%5	5	%10	10	متزوجة	
%4	4	%00	00	%00	00	%4	4	مطلقة	
%5	5	%00	1	%2	2	%3	3	أرملة	
%100	100	%77	77	%32	32	%33	33	الإجمالي	
%65	65	%21	21	%20	20	%24	24	طالبة	الحالة المهنية
%28	28	%4	4	%5	5	%18	18	عاملة	
%7	7	%00	00	%3	3	%4	4	ماكثة بالبيت	
%100	100	%24	24	%28	28	%46	46	الإجمالي	

الاطار التطبيقي

الجدول رقم (3): بين الجهاز الذي تستخدمينه لتصفح الفيسبوك حسب متغيرات الدراسة:

الجهاز الذي تستخدمينه لتصفح الفيسبوك								المتغير	
اجمالي		حاسوب محمول		لوحة الالكترونية		هاتف ذكي			
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك		
%65	65	%21	21	%20	20	%24	24	29-18	الفئة العمرية
%28	28	%4	4	%5	5	%18	18	35-30	
%7	7	%00	00	%3	3	%4	4	40 فما فوق	
%100	100	24%	24	%28	28	%46	46	الإجمالي	
%76	76	41%	41	%25	25	%16	16	إبتدائي	المستوى التعليمي
%15	15	00%	00	%5	5	%10	10	متوسط	
%6	6	%00	00	%2	2	%4	4	ثانوي	
%4	4	%1	1	%00	00	%3	3	جامعي	
%00	00	%00	00	%00	00	%00	00	دراسات عليا	
%100	100	%42	42	%32	32	%33	33	الإجمالي	
%12	12	%2	2	%6	6	%4	4	عازبة	الحالة الإجتماعية
%7	7	%00	00	%4	4	%3	3	متزوجة	
%11	11	%4	4	%3	3	%4	4	مطلقة	
%70	70	%34	34	%12	12	%24	24	أرملة	
%100	100	%41	41	%25	25	%35	35	الإجمالي	
%26	26	%8	8	%13	13	%5	5	طالبة	الحالة المهنية
%51	51	%12	12	%02	02	%37	37	عاملة	
%23	23	%10	10	%3 <sup>47</sup>	3	%10	10	ماكثة بالبيت	
%100	100	%30	30	%18	18	%42	42	الإجمالي	

## الاطار التطبيقي

يبين الجدول المدرج اعلاه الجهاز الذي تستخدمه المبحوثات في تصفح الفيسبوك، حيث كانت اعظم الاجابات لفئة مستخدمي الهاتف النقال وذلك بنسبة 46% حيث توجد اعلى نسبة عند الفئة العمرية من 18-29 وذلك بنسبة 65%.

اما فيما يخص نتائج الحالة الاجتماعية نجد العزباء هي من تستخدم الهاتف الذكي بكثرة وذلك بنسبة 46% ونفس الشيء في الحالة الاجتماعية نجد فئة الطالبات هي الفئة الاكثر استخداما للهاتف الذكي وذلك بنسبة 42%، وهذا راجع لسهولة الاستخدام وان الهاتف الذكي هو اسهل وسيلة و توفيراً للجهد و الوقت ، اما الفئة الاقل فكانت في خانة اللوحة الالكترونية و ذلك بنسبة 6% وذلك راجع انها ليست بذات اهمية كالهاتف الذكي الذي يعتبر شخصي و مكتسب عند كل افراد المجتمع .

الجدول رقم (4): يبين منذ متى تتصفح هذه المجموعات الفيسبوكية حسب متغيرات الدراسة :

منذ متى تتصفح هذه المجموعات الفيسبوكية								البند	
الاجمالي		اكثر من 3 سنوات		من سنة إلى 3 سنوات		اقل من سنة		المتغير	
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك		
26%	26	8%	8	13%	13	5%	5	29-18	الفئة العمرية
51%	51	12%	12	2%	02	37%	37	35-30	
23%	23	10%	10	3%	3	10%	10	40 فما فوق	
100%	100	30%	30	18%	18	42%	42	الإجمالي	
12%	12	2%	2	6%	6	4%	4	إبتدائي	المستوى
7%	7	00%	00	4%	4	3%	3	متوسط	التعليمي

الاطار التطبيقي

11	%11	4	%4	3	%3	4	%4	ثانوي	
70	%70	34	%34	12	%12	24	%24	جامعي	
00	%00	00	%00	00	%00	00	%00	دراسات عليا	
100	%100	41	%41	25	%25	35	%35	الإجمالي	
76	%76	35	%35	25	%25	16	%16	عازبة	الحالة الإجتماعية
15	%15	00	%00	5	%5	10	%10	متزوجة	
6	%6	00	%00	2	%2	4	%4	مطلقة	
3	%3	1	%1	00	%00	2	%2	أرملة	
100	%100	36	%36	32	%32	32	%32	الإجمالي	
65	%65	21	%21	20	%20	24	%24	طالبة	الحالة المهنية
28	%28	4	%4	5	%5	18	%18	عاملة	
7	%7	00	%00	3	%3	4	%4	ماكثة بالبيت	
100	%100	24	%24	28	%28	46	%46	الإجمالي	

بين الجدول المدرج اعلاه فترة استخدام المبحوثات للمجموعات الفيسبوكية فكانت النسبة الاكثر ل الفئة العمرية من 30-39 وذلك بنسبة 51% لاقل من سنة استخداما للفيسبوك بنسبة 42% .

اما فيما يخص نتائج المستوى التعليمي نجد اعلى نسبة عند ذات المستوى الجامعي وذلك بنسبة 35% للفئة الاكثر من 3 سنوات .

اما فيما يخص نتائج الحالة الاجتماعية نجد فئة العازبات بنسبة تقدر ب 76% يتابعون هذه الفئات بنسبة 36 لفئة الاكثر من 3 سنوات.

وذلك راجع انتشار الفيسبوك بشكل واسع ويعتبر موقع الفيسبوك من المواقع التواصل الاجتماعي الاكثر انتشارا خاصة بين اصحاب الكفاءات ذو المستوى الجامعي.

الجدول رقم(5): يوضح ماذا تستخدمين داخل المجموعات الفيسبوكية حسب متغيرات الدراسة :

ماذا تستخدمين داخل المجموعات الفيسبوكية								البند	
الاجمالي		اسم نصف حقيقي		اسم مستعار		اسمك حقيقي		المتغير	
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك		
%65	65	%21	21	%20	20	%24	24	29-18	الفئة العمرية
%28	28	%4	4	%5	5	%18	18	35-30	
%7	7	%00	00	%3	3	%4	4	40 فما فوق	
%100	100	%24	24	%28	28	%46	46	الإجمالي	
%76	76	%41	41	%25	25	%16	16	إبتدائي	المستوى التعليمي
%15	15	%00	00	%5	5	%10	10	متوسط	
%6	6	%00	00	%2	2	%4	4	ثانوي	
%7	7	%1	1	%00	00	%3	3	جامعي	
%00	00	%00	00	%00	00	%00	00	دراسات عليا	
%100	100	%42	42	%32	32	%33	33	الإجمالي	
%12	12	%2	2	%6	6	%4	4	عازبة	الحالة الاجتماعية
%7	7	%00	00	%5	5	%3	3	متزوجة	
%11	11	%4	4	%3	3	%4	4	مطلقة	
%70	70	%34	34	%12	12	%24	24	أرملة	

## الاطار التطبيقي

<b>%100</b>	100	<b>%41</b>	41	<b>%02</b>	25	<b>%35</b>	35	<b>الإجمالي</b>	
<b>%26</b>	26	<b>%8</b>	8	<b>%13</b>	13	<b>%5</b>	5	طالبة	<b>الحالة المهنية</b>
<b>%51</b>	51	12	12	<b>%25</b>	2	<b>%37</b>	37	عاملة	
<b>%23</b>	23	<b>%10</b>	10	<b>%3</b>	3	<b>%10</b>	10	ماكثة بالبيت	
<b>%100</b>	100	<b>%30</b>	30	<b>%18</b>	18	<b>%42</b>	42	<b>الإجمالي</b>	

بين الجدول المدرج اعلاه سواء كانت المبحوثات يستخدمون اسمهم الحقيقي او اسم مستعار فكانت معظم الاجابات في الفئة العمرية 10-29 تستخدم الاسم الحقيقي بنسبة ابة قدرت ب 46%. اما بالنسبة للمستوى التعليمي فنجد اكبر نسبة تستخدم الاسم الحقيقي هي الفئة ذو المستوى الجامعي.

اما بالنسبة للحالة الاجتماعية فنجد اعلى نسبة هي في خانة المطلقات بنسبة 33% لا تستخدم اسمها الحقيقي وذلك بنسبة قدرت ب 34% وهذا راجع الى ان الاسم المستعار قد اتاح لهن التعبير عن ارائهم و التحرر دون الشعور بانه قيود تعيق التعبير عن افكارهم .

اما اقل فئة فكانت لفئة الاسم المستعار وذلك بنسبة قدرت ب 12% وذلك راجع الى طبيعة المجتمع و طبيعة الظروف الاجتماعية التي تسمح لهن بذلك .



الجدول رقم (6): يوضح اذا كنتي تستخدمين اسم مستعار او صورة حسب متغيرات الدراسة :

أن كنتي تستخدمين اسم مستعارا او صورة غير حقيقة ، فهل تعتقدين أن مجهولية الهوية قد اتاحت لكي										البند	المتغير
الاجمالي		قوة الشخصية		التحرر		التخلص من الرقابة و الترصده الموجودة في الواقع		تعبير عن الاراء التي تتعارض مع الاطرث في الواقع		!	
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك		
67	67	27	2	27	2	5%	5	5%	5	-18	الفئة العمرية
%		%	7	%	7					29	
17	17	6%	6	6%	6	2%	2	3%	3	-30	
%										35	
17	17	6%	6	3%	3	2%	2	1%	1	40	فما فوق
100	100	39	3	%	3	9%	9	9%	9		الإجمالي
%		%	9	36	6						
18	18	2%	7	1%	1	2%	2	5%	5	إبتدائي	المستوى التعليمي
%											

الاطار التطبيقي

متوسط	2	2	%2	0	0	%3	3	2	2	7	%7
ثانوي	3	3	%3	2	2	%2	5	5	1	1	%1
جامعي	8	8	%8	5	5	%5	4	4	9	9	%9
دراسات عليا	0	0	0%	0	0	%0	0	0	0	0	%0
الإجمالي	1	8	%18	1	2	%2	12	4	1	9	%9
الحالة الإجتماعية	عازبة	1	10%	6	6	%6	3	3	2	2	23%
	متزوجة	0	1%	4	4	%4	5	5	2	2	2%
	مطلقة	0	0%	1	1	%1	3	3	0	0	0%
	أرملة	3	3%	0	0	%0	2	2	0	0	0%
الإجمالي		1	13%	1	5	%5	15	4	2	5	25%
الحالة المهنية	طالبة	2	2%	5	5	%5	3	3	2	2	20%
	عاملة	6	6%	3	3	%3	1	1	5	5	5%
	ماكثة بالبيت	0	0%	0	0	%0	7	7	0	0	0%

الاطار التطبيقي

100	100	25	2	51	5	%8	8	%8	8	الإجمالي
%		%	5	%	1					

بين الجدول المدرج اعلاه الشيء الذي اتاحته مجهولية الهوية للمبحوثات فنجد أن اعلى نسبة هي الفئة العمرية من 18-29 بنسبة 67% كانت اغلب اجاباتهم ان الاسم المستعار كان له اسهام كبير في نسبة التحرر لدى المرأة بمدينة بسكرة وذلك بنسبة 39%.

فيما يخص نتائج المستوى التعليمي فكانت اغلب اجاباتهم لذوي المستوى الجامعي وذلك بنسبة 65% فكانت اغلب اجاباتهم ب أن الاسم المستعار قد اساهم في تحرر المرأة البسكرية وذلك بنسبة 46%.

اما فيما يخص نتائج الحالة الاجتماعية نجد اعلى نسبة عند العازبات بنسبة 76%، قلمهم يرون بان الاسم المستعار قد ساهم في تحرر المرأة البسكرية 44%.

الجدول رقم (7): يبين توزيع كيف ساعدتك المجموعات الفيسبوكية في اكتساب معلومات جديدة من خلال المنشورات التي تنشر في الجانب الثقافي حسب متغيرات الدراسة:

تساعدك المجموعات الفيسبوكية في اكتساب معلومات جديدة من خلال المنشورات التي تنشر في الجانب الثقافي						البند	
الاجمالي		لا		نعم		المتغير	
%	ك	%	ك	%	ك		
%33	33	%21	21	%12	12	29-18	
%57	57	%22	22	%35	35	35-30	
%10	10	%10	10	%00	00	40 فما فوق	
%100	100	%43	43	%47	47	الإجمالي	
%10	10	%5	5	%5	5	إبتدائي	المستوى التعليمي
%16	16	%14	14	%02	02	متوسط	
%33	33	%23	23	%10	10	ثانوي	
%74	74	%38	38	%36	36	جامعي	

الاطار التطبيقي

%00	00	%00	00	%00	00	دراسات عليا	
%100	100	%6	6	%53	53	الإجمالي	
%43	43	%22	22	%21	21	عازبة	الحالة الاجتماعية
%37	37	%5	1	%36	36	متزوجة	
%9	9	%5	5	%4	4	مطلقة	
%11	11	%5	5	%5	5	أرملة	
%100	100	%37	37	%66	66	الإجمالي	
%50	50	%35	35	%15	15	طالبة	الحالة المهنية
%37	37	%00	00	%37	37	عاملة	
%13	13	%5	5	%8	8	ماكثة بالبيت	
%100	100	40%	40	%60	60	الإجمالي	

يبين الجدول المدرج اعلاه هل هذه المجموعات الفيسبوكية ساعدت على اكتساب معلومات ثقافية فنجد حسب الفئة العمرية ان الفئة التي اجابت ب نعم بنسبة %47 هي الفئة العمرية بين 30-39 وذلك بنسبة قدرت ب %33 ذلك راجع الجديد والحصري التي تنشر عبر المجموعات الفيسبوكية بشكل يومي .

اما بالنسبة لنتائج المستوى التعليمي فالفئة الاكثر هي فئة ذو المستوى الجامعي وذلك بنسبة %41 اجابو ب نعم بنسبة %53.

اما بالنسبة لنتائج الحالة الاجتماعية فان اعلى نسبة اجابت بلا او هذا راجع لعدم الاهتمام او ثقة المبحوثات بمحتويات المجموعات الفيسبوكية.

الجدول رقم(8):وضح هل جعل منكى تصفح المجموعات الفيسبوكية امراة مثقفة حسب متغيرات الدراسة :

تصفحك للمجموعات الفيسبوكية الثقافية جعل منكى امراة مثقفة						المتغير		
الاجمالي		لا		نعم		البند		
%	ك	%	ك	%	ك			
%33	33	%21	21	%12	12	29-18	الفئة العمرية	
%53	57	%22	22	%35	35	35-30		
%10	10	%10	10	%00	00	40 فما فوق		
الإجمالي						47	43	%100
%10	10	%5	5	%05	05	إبتدائي	المستوى التعليمي	
%16	16	%16	16	%00	00	متوسط		
%33	33	33	%33	%00	00	ثانوي		
%41	41	%5	5	%36	36	جامعي		
%00	00	%00	00	%00	00	دراسات عليا		
الإجمالي						41	59	%100
%42	42	%6	6	%36	36	عازبة	الحالة الإجتماعية	
%9	9	%5	5	%4	4	متزوجة		
%37	37	%25	25	%12	12	مطلقة		
%12	12	%7	7	%5	5	أرملة		

الاطار التطبيقي

الإجمالي	57	57%	46	46%	100	100%
الحالة المهنية	15	15%	35	35%	50	50%
	37	37%	00	00%	37	37%
	8	8%	5	5%	13	13%
الإجمالي	60%	60%	40%	40%	100%	100%

يبين الجدول المدرج اعلاه أن كانت المجموعات الفيسبوكية تساعد في اكتساب معلومات ثقافية من خلال المنشورات فكانت الاجابات من خلال الفئة العمرية كالتالي فان اغلب المبحوثات من فئة 30-39 وذلك بنسبة 47%، اما ادنى فئة فهي فئة 40 فما فوق وذلك بنسبة تقدر 43%.

اما النتائج التي تخص فئة المستوى التعليمي نجد أن اغلب الطلبة الجامعيين اجابو ب نعم وذلك بنسبة قدرت ب 53%، اما ادنى نسبة فكانت لفئة المتوسط اجابت ب لا وذلك بنسبة تقدر ب 6%. وذلك راجع ل عدم الاهتمام او ثقة المبحوثات بمحتويات المجموعات الفيسبوكية. الجدول رقم (9) بين توزيع مشاركة المرأة في المسابقات التي تنشر المجموعات الفيسبوكية الثقافية حسب متغيرات الدراسة

المتغير	تشاركنا في المسابقات التي تنشر في المجموعات الثقافية					
	نعم		لا		الاجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%
الفئة العمرية	21	21%	12	12%	33	33%
	22	22%	35	35%	57	57%
	10	10%	00	00%	10	10%
الإجمالي	43	43%	47	47%	100	100%
المستوى التعليمي	5	5%	5	55%	10	10%
	2	2%	14	14%	16	16%

الاطار التطبيقي

33%	33	23%	23	10%	10	ثانوي	
41%	41	5%	5	36%	36	جامعي	
00%	00	00%	00	00%	00	دراسات عليا	
100%	100	54%	54	53%	53	الإجمالي	
11%	11	6%	6	5%	5	عازبة	الحالة الاجتماعية
9%	9	5%	5	4%	4	متزوجة	
37%	37	25%	25	12%	12	مطلقة	
43%	43	7%	7	36%	36	أرملة	
100%	100	46%	46	57%	57	الإجمالي	
50%	50	35%	35	15%	15	طالبة	الحالة المهنية
37%	37	00%	00	37%	37	عاملة	
135%	13	5%	5	8%	8	ماكثة بالبيت	
100%	100	40%	40	60%	60	الإجمالي	

يبين الجدول المدرج اعلاه أن كانت المبحوثات يتشاركن في المسابقات الثقافية التي تجرى في هذه المجموعات الفيسبوكية. فكانت أكثر اجابات حسب الفئة العمرية بلا بنسبة 47% من طرف الفئة العمرية من 30-39 ، اما فيما يخص نتائج المستوى التعليمي فان اغلب الاجابات كانت ب لا وذلك بنسبة تقدر ب 54% وذلك من طرف المبحوثات ذو المستوى الجامعي وذلك بنسبة 53%.

اما في ما يخص نتائج الحالة الاجتماعية فان اغلب الاجابات كانت ب نعم وذلك بنسبة تقدر ب 57%. تاتي بعدها نتائج الحالة المهنية فان أكثر الاجابات كانت ب نعم بنسبة 60% وذلك من طرف فئة الطلبة.

الاطار التطبيقي

الجدول رقم (10): طبيعة المحتويات التي تجذبكي و تلفت انتباهك من تصفح المجموعات الفيسبوكية حسب متغيرات الدراسة :

طبيعة المحتويات التي تجذبكي و تلفت انتباهك													البند		
الاجمالية		منزلية		الامومة و الطفل		صحية		جمالية		فنية		دينية		المتغير	
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك		
6	6	%3	3	%7	7	%7	7	%40	40	%5	5	%9	9	29-18	الفئة العمرية
5	7														
%															
1	1	%3	3	%0	0	%8	8	%1	1	%3	3	%2	2	35-30	
6	6														
%															
1	1	%7	7	%2	2	%3	3	%2	2	%10	10	%3	3	40 فما فوق	
2	2														
%															
1	1	13	13	%7	7	18	18	%43	43	%18	18	14	14	الإجمالي	
0	0	%				%						%			
0	0														
%															
3	3	%1	1	%0	0	%0	0	%1	1	%0	0	%1	1	إبتدائي	المستوى التعليمي
%															



الاطار التطبيقي

60%	60%	5%	5%	3%	3%	11%	11%	28%	28%	10%	10%	3%	03%	متوسط	
11%	11%	2%	2%	0%	0%	0%	0%	7%	7%	0%	0%	2%	02%	ثانوي	
26%	26%	3%	3%	3%	3%	1%	1%	3%	3%	2%	2%	14%	14%	جامعي	
0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	00%	0%	دراسات عليا	
100%	100%	11%	11%	6%	6%	12%	12%	39%	39%	12%	12%	20%	20%	الإجمالي	
46%	46%	6%	6%	0%	0%	7%	7%	17%	17%	13%	13%	3%	3%	عازبة	الحالة الإجتماعية
15%	15%	2%	2%	3%	3%	5%	5%	2%	2%	1%	1%	2%	2%	متزوجة	
4%	4%	2%	2%	0%	0%	2%	2%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	مطلقة	
5%	5%	1%	1%	0%	0%	2%	2%	0%	0%	0%	0%	2%	2%	أرملة	
100%	100%	11%	11%	3%	3%	16%	16%	19%	19%	14%	14%	5%	5%	الإجمالي	
63%	63%	10%	10%	3%	3%	5%	5%	28%	28%	0%	0%	17%	17%	طالبة	الحالة

## الاطار التطبيقي

2	2	2%	2	1%	1	7%	7	11%	11	2%	2	5%	5	عاملة	المهنية
8	8														
%															
1	1	2%	2	0%	0	1%	1	3%	3	2%	2	2%	2	ماكثة	
0	0													بالبيت	
%															
1	1	14	14	4%	4	13	13	42%	42	4%	4	24	24	الإجمالي	
0	0	%				%					%				
0	0														
%															

بين الجدول اعلاه طبيعة المحتويات التي تجذب المرأة وتلفت انتباهها فنتائج الفئة العمرية تبين أن نسبة اعلى كانت للفئة ما بين 18-29 وقدرت النسبة ب65% كلهم يفضلون الاخبار الجمالية بنسبة 43%،

اما فيما يخص نتائج المسنهوى التعليمي فان اغلب النتائج لفئة المتوسط بنسبة 60% كلهم اختارو الجمالية وذلك بنسبة 39%.

اما في ما يخص نتائج الحالة المهنية مجد أن فئة الطالبات هي الفئة الغالبة بنسبة 63%، كلهم اختارو الدينية.

نجد أن اغلب الفئات قد اختارت المجال الجمالي وذلك لان بنسبة 42% والدينية بنسبة 24% ، وذلك راجع إلى أن هذه الفئة يحملها شابات في مرحلة الشباب اغلب اهتمامهم هو الجمال.

الجدول رقم (11): بين التأثيرات التي تحدثها مشاهدة محتويات المجموعات الفيسبوكية حسب متغيرات الدراسة:

التاثيرات التي تحدثها مشاهدة محتويات المجموعات الفيسبوكية						المتغير	
الاجمالية		ايجابية		سلبية			
%	ك	%	ك	%	ك		
%33	33	%21	21	%12	12	29-18	الفئة العمرية
%57	57	%22	22	%35	35	35-30	
%10	10	%10	10	%00	00	40 فما فوق	
%100	100	%43	43	%47	47	الإجمالي	
%10	10	%5	5	%05	05	إبتدائي	المستوى التعليمي
%16	16	%14	14	%02	02	متوسط	
%33	33	%23	23	%10	10	ثانوي	
%41	41	%05	005	%36	36	جامعي	
%00	00	%00	00	%00	00	دراسات عليا	
%100	100	%6	6	%53	53	الإجمالي	
%10	10	%5	5	%5	5	عازبة	الحالة الاجتماعية
%29	29	%25	25	%4	4	متزوجة	
%43	43	%7	7	%36	36	مطلقة	
%43	43	%46	46	%57	57	أرملة	
%100	100	%46	46	%37	37	الإجمالي	

الاطار التطبيقي

50%	50	35%	35	15%	15	طالبة	الحالة المهنية الإجمالي
37%	37	00%	00	37%	37	عاملة	
13%	13	5%	5	8%	8	ماكثة بالبيت	
100%	100	40%	40	60%	60		

يبين الجدول المدرج اعلاه التأثيرات التي تحدثها مشاهدة محتويات المجموعات الفيسبوكية فان تالفئة العمرية التي تحدث عليها هذه التأثيرات هي الفئة العمرية من 30-39 وذلك بنسبة 57% اما الفئة الادنى هي فئة من 40 فما فوق وهذا راجع لعدم اهتمام الاربيعينيات لمثل هذه المسابقات عكس الاهتمام من طرف الفئة من 39-60

اما فيما يخص نتائج المستوى التعليمي نجد أن اغلب الفئ هي فئة الجامعيين بنسبة 41% وهذا ذلك راجع الى عدم الثقة في هذه المسابقات و اعتبارها مسابقات وهمية فقط اما فيما يخص الفئة التي اجابت ب لا اجابت ب نعم وذلك بنسبة 53% .

الجدول رقم (12) بين هل تقومين باضافة اشخاص ذوي مستوى ثقافي العالي حسب متغيرات الدراسة

هل تقومين باضافة اشخاص ذوي مستوى ثقافي عالي						البند	
الاجمالي		لا		نعم		المتغير	
%	ك	%	ك	%	ك		
33%	33	21%	21	12%	12	29-18	الفئة العمرية
57%	57		22		35	35-30	
10%	10	22%	10	35%	00	40 فما فوق	
100%	100	43%	43	47%	47	الإجمالي	
10%	10	5%	5	05%	05	إبتدائي	المستوى

الاطار التطبيقي

التعليمي	متوسط	02	%02	14	%14	16	%16
	ثانوي	10	%10	23	%23	33	%33
	جامعي	36	%36	005	%05	41	%41
	دراسات عليا	00	%00	00	%00	00	%00
الإجمالي		53	%53	47	%47	100	%100
الحالة	عازبة	5	%5	5	%5	10	%10
الإجتماعية	متزوجة	4	%4	25	%25	29	%29
	مطلقة	11	%11	7	%7	11	%11
	أرملة	00	%00	46	%46	43	%43
الإجمالي		20	%20	46	%46	100	%100
الحالة	طالبة	15	%15	35	%35	50	%50
المهنية	عاملة	37	%37	00	%00	37	%37
	ماكثة بالبيت	8	%8	5	%5	13	%13
الإجمالي		60	%60	40	40%	100	%100

يبين الجدول المدرج اعلاه هل المرأة العسكرية تبحث دائما عن الاشخاص ذوي المستوى العالي فكانت اغلب اجابات المبحوثين من الفئة العمرية 30-39 هم الفئة الاكثر بنسبة 57% كلهم اجابو ب نعم بنسبة 43%.

فيما يخص نتائج الحالة الاجتماعية اعلى الاجابات للمتزوجات بنسبة 29% كلهم اجابو ب نعم بنسبة 46%.

وهذا راجع ل أن اهتمامات المرأة العسكرية كزوجة وكأم يفرض عنها أن تضيف مث هذ الشخصيات ذات المستوى العالي.

الجدول رقم (13) يوضح كيف سهلت التفاعلية التي تتيحها المجموعات الفيسبوكية حسب متغيرات الدراسة

سهلت لكي التفاعلية التي تتيحها المجموعات الفيسبوكية						البند	
الاجمالي		التفاعل مع افراد يصعب مصادقتهم و التواصل معهم في العالم الواقعي		التفاعل مع افراد من ذوي الاهتمامات المشتركة		المتغير	
%	ك	%	ك	%	ك		
%58	58	%24	24	%34	34	29-18	الفئة العمرية
%22	22	%18	18	%4	4	35-30	
%17	17	%4	4	%13	13	40 فما فوق	
%100	100	%46	46	%51	51	الإجمالي	
%12	12	%4	4	%6	6	إبتدائي	المستوى التعليمي
%7	7	%3	3	%4	4	متوسط	
%11	11	%4	4	%3	3	ثانوي	
%70	70	%24	24	%12	12	جامعي	
%00	00	%00	00	%00	00	دراسات عليا	
%100	100	%41	41	%25	25	الإجمالي	
%76	76	%35	35	%25	25	عازبة	الحالة الاجتماعية
%15	15	%00	00	%5	5	متزوجة	
%4	4	%00	00	%	00	مطلقة	
%5	5	%1	1	%2	2	أرملة	
%100	100	%77	77	%32	32	الإجمالي	

الاطار التطبيقي

65%	65	21%	21	20%	20	طالبة	الحالة المهنية
28%	28	4%	4	5%	5	عاملة	
7%	7	4%	4	3%	3	ماكثة بالبيت	
100%	100	24%	24	28%	28	الإجمالي	

يبين الجدول المدرج اعلاه أما الذي سمحته الانماط التفاعلية أن الفئة العمرية من 13-29 بنسبة 65% ترى أن التفاعل عبر المجموعات الفيسبوكية مع افراد يصعب مصادقتهم والتواصل معهم في العالم الواقعي، وذلك بنسبة 46%.  
اما فيما يخص المستوى التعليمي المبحوثات ذوي المستوى الجامعي يرون أن هذه التفاعلية عبر المجموعات الفيسبوكية سهلت التفاعل مع افراد يصعب التواصل معهم في العالم الواقعي وذلك بنسبة 24%.  
وذلك راجع الى ان الفضاءات تتيح التفاعل و التواصل مع الافراد في العالم الافتراضي الذي يصعب الالتقاء بهم و مصادقتهم في الواقع .  
الجدول رقم (14) يوضح كيف غيرتي من سلوكياتك السيئة و غير لائقة بعد استخدامك لهذه المجموعات الفيسبوكية حسب متغيرات الدراسة :

غيرتي البعض من سلوكياتك السيئة و غير لائقة بعد استخدامك لهذه المجموعات الفيسبوكية						البند	
الاجمالي		لا		نعم		المتغير	
%	ك	%	ك	%	ك		
21%	21	13%	13	8%	8	29-18	
60%	60	12%	12	48%	48	35-30	
19%	19	9%	9	10%	10	40 فما فوق	

الاطار التطبيقي

%100	100	%34	34	%66	66	الإجمالي	
%66	66	%16	16	%41	41	إبتدائي	المستوى التعليمي
%10	10	%10	10	%00	00	متوسط	
%4	4	%4	4	%00	00	ثانوي	
%20	20	%3	3	%17	17	جامعي	
%00	00	%00	00	%00	00	دراسات عليا	
%100	100	%33	33	%58	58	الإجمالي	
%48	48	%36	36	%12	12	عازبة	الحالة الإجتماعية
%31	31	%15	15	%16	16	متزوجة	
%9	9	%4	4	%5	5	مطلقة	
%12	12	%24	6	%12	6	أرملة	
%100	100	%61	61	%39	39	الإجمالي	
%65	65	%32	32	%33	33	طالبة	الحالة المهنية
%28	28	%9	9	%19	19	عاملة	
%7	7	%00	00	%7	7	ماكثة بالبيت	
100%	100	%41	41	%59	59	الإجمالي	

يمثل الجدول المدرج اعلاه النتائج التي تبين هل ساهمت هذه المجموعات الفيسبوكية في تغيير السلوكات السيئة فنجد أن نتائج الفئة العمرية من من 30-39 هي الفئة العمرية الغالبة في الاجابة على هذا السؤال بنسبة %66 كانت اغلب اجاباتهم ب نعم بنسبة %48. اما فيما يخص نتائج الحالة الاجتماعية نجد اغلب المبحوثات من بالعايزات بنسبة بنسبة %76 قد اجابو ب لا وذلك بنسبة %32. تبين النتائج أن اغلب المبحوثات قد اجابو ب لا كونهم أن ليس لديهم سلوكات سيئة تدعي للتغير من خلال ما ينشر عبر هذه المجموعات الفيسبوكية.



الجدول رقم (15): يبين مالدافع من استخدامك للمجموعات الفيسبوكية حسب متغيرات الدراسة :

الدافع من استخدامك للمجموعات الفيسبوكية								البند	
الاجمالي		متابعة التغيرات الثقافية على الصعيد المحلي		زيادة الرصيد الثقافي		الاهتمام بالمناقشات التي تدور حول القضايا الثقافية		المتغير	
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك		
%26	26	%8	8	%13	13	%5	5	-18	الفئة العمرية
								29	
%51	51	%12	12	%02	02	%37	37	-30	
								35	
%23	23	%10	10	%3	3	%10	10	40	فما فوق
%100	100	%30	30	%18	18	%42	42	الإجمالي	
%75	76	%35	35	%25	25	%16	16	إبتدائي	المستوى التعليمي
%15	15	%5	00	%5	5	%10	10	متوسط	
%6	6	%00	00	%2	2	%4	4	ثانوي	
%7	7	%1	1	%00	00	%3	3	جامعي	
%00	00	%00	00	%00	00	%00	00	دراسات عليا	
%100	100	%36	36	%32	32	%33	33	الإجمالي	
%70	70	%41	41	%12	12	%24	24	عازبة	الحالة

الاطار التطبيقي

7%	7	00%	00	4%	4	3%	3	متزوجة	الإجتماعية
11%	11	4%	4	3%	3	4%	4	مطلقة	
12%	12	2%	2	6%	6	4%	4	أرملة	
100%	100	47%	47	25%	25	35%	35	الإجمالي	
61%	61	12%	12	2%	2	37%	37	طالبة	الحالة المهنية
26%	26	8%	8	13%	13	5%	5	عاملة	
23%	23	10%	10	3%	3	10%	10	ماكثة	
								بالبيت	
100%	100	30%	30	18%	18	42%	42	الإجمالي	

بين الجدول المدرج اعلاه دافع المبحوثات من استخدامهم للفيسبوك ، فنجد الفئة العمرية 30-39 هي الفئة الغالبة وذلك بنسبة 51%، كل الفئو اختارت الاهتمام بالمناقشات التي تدور حول القضايا الثقافية بنسبة 42%.

اما فيما يخص نتائج المستوى التعليمي فان النسبة الاعلى كانت لفئة الابتدائي وذلك بنسبة 75% اختاروا متابعة التغيرات الثقافية على الصعيد المحلي، وذلك بنسبة 42% ل من هنا نجد أن اغلب الاجابات كلها حول الاهتمام بالمناقشات التي تدور حول القضايا الثقافية هذا راجع لاهتمام المرأة البسكرية بموضوع القيم الثقافية. الجدول رقم (16): يبين اهم المواضيع الثقافية التي تفضلها في المجموعات الفيسبوكية حسب متغيرات الدراسة :

اهم المواضيع الثقافية التي تفضلها في المجموعات الفيسبوكية								البند	المتغير
الاجمالي		المواضيع و الفضاءيا الثقافية العالمية		المواضيع والقضايا الثقافية الاقليمية		المواضيع و القضايا الثقافية الجزائرية			
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك		

الاطار التطبيقي

%51	51	%12	12	%2	2	%37	37	29-18	الفئة العمرية
%26	26	%8	8	%13	13	%5	5	35-30	
%23	23	%10	10	%3	3	%10	10	40 فما فوق	
%100	100	%30	30	%18	18	%42	42	الإجمالي	
%76	76	%41	41	%25	25	%16	16	إبتدائي	المستوى التعليمي
%15	15	%00	4	%5	5	%10	10	متوسط	
%6	6	%00	00	%25	2	%4	4	ثانوي	
%7	7	%1	24	%00	00	%3	3	جامعي	
%00	00	%00	00	%00	00	%00	00	دراسات عليا	
%100	100	%42	42	%32	32	%33	33	الإجمالي	
%70	70	%34	34	%12	12	%24	24	عازبة	الحالة الإجتماعية
%7	7	%00	00	%4	4	%3	3	متزوجة	
%11	11	%4	4	%3	3	%4	4	مطلقة	
%12	12	%2	2	%6	6	%4	4	أرملة	
%100	100	%41	41	%25	25	%35	35	الإجمالي	
%65	65	%21	21	%20	20	%24	24	طالبة	الحالة المهنية
%28	28	%4	4	%5	5	%18	18	عاملة	
%7	7	%00	00	%3	3	%4	4	ماكثة بالبيت	
%100	100	%24	24	%28	28	%46	46	الإجمالي	

## الاطار التطبيقي

يبين الجدول المدرج اعلاه اهم المواضيع التي تفضلها المرأة البسكزية في المجموعات الهامشية الرقمية فنجد في أن اغلب النساء من الفئة العمرية 30-39 بنسبة 23% هذه الفئة كلها تفضل الاخبار الثقافية الجزائرية وذلك بنسبة 42%.

اما فيما يخص نتائج المستوى التعليمي نجد أن اغلب اجابات هذه الفئة تفضل الاخبار العالمية بنسبة 42%.

فيما يخص نتائج الحالة المهنية نجد اغلب المبحوثات قد من الطالبات بنسبة 65% قد اجابو ب 46% لاستفادتهم من الاخبار الثقافية الجزائرية. نجد من خلال هذا السؤال أن معظم المبحوثات يفضلون الاخبار الثقافية المحلية الجزائرية .

الجدول رقم (17) يوضح هل تتوفر هذه المجموعات الفيسبوكية على جميع المعلومات الثقافية التي تهتمك حسب متغيرات الدراسة :

تتوفر هذه المجموعات الفيسبوكية على جميع المعلومات الثقافية التي تهتمك								البند	
الاجمالي		احيانا		لا		نعم		المتغير	
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك		
65%	65	24%	24	21%	21	20%	20	29-18	الفئة العمرية
28%	28	18%	18	4%	4	6%	6	35-30	
7%	7	4%	4	00%	00	3%	3	40 فما فوق	
100%	100	46%	46	24%	24	29%	29	الإجمالي	
12%	12	4%	4	6%	6	2%	2	إبتدائي	المستوى التعليمي
7%	7	3%	3	4%	4	00%	00	متوسط	
11%	11	4%	4	3%	3	4%	4	ثانوي	
70%	70	24%	24	12%	12	34%	34	جامعي	

الاطار التطبيقي

%00	00	%00	00	%00	00	%00	00	دراسات عليا	
%100	100	%41	41	%25	25	%35	35	الإجمالي	
%76	76	%35	35	%25	25	%16	16	عازبة	الحالة الإجتماعية
%15	15	%00	00	%5	5	%10	10	متزوجة	
%4	4	%00	00	%	00	%4	4	مطلقة	
%5	5	%00	00	%2	2	%3	3	أرملة	
%100	100	%35	35	%32	32	%33	33	الإجمالي	
%65	65	%21	21	%20	20	%24	24	طالبة	الحالة المهنية
%28	28	%4	4	%6	6	%18	18	عاملة	
%7	7	%00	00	%3	3	%4	4	ماكثة بالبيت	
%100	100	%24	24	%29	29	%46	46	الإجمالي	

يبين الجدول المدرج اعلاه امكانية توفير المجموعات الفيسبوكية لعلی جميع المعلومات الثقافية التي نهم المرأة البسكرية. أن اجابلات الفئة العمرية من من 18-29 هي الفئة الاكثر اجابة على هذا السؤال وذلك بنسبة 65% وكانت اغلب اجاباتهم ب احيانا وذلك بنسبة 46%.

اما فيما يخص المستوى التعليمي فاغلب افراد هذه الفئة من الجامعيين وذلك بنسبة 70% نسبة 40% اجابت ب احيانا لان هذه المجموعات لا تحتوي على المعلومات الثقافية بالشكل الدائم. اما فيما يخص نتائج الحالة الاجتماعية أن نسبية العازبات هي الاعلى وذلك بنسبة 76% ومعظم اجاباتهم كانت أن القيم الثقافية المكتسبة من المجموعات الفيسبوكية احيانا بنسبة 77%.

اما فيما يخص نتائج الحالة المهنية اغلب الاجابات كانت لفئة الطالبات وذلك بنسبة 65% كلهم اجابو بنعم بنسبة 46% على أنهم يكتسبون المعلومات الثقافية من المجموعات الثقافية.

الجدول رقم (18) بين هل حصلتي على مايهمك من معلومات ثقافية حسب متغيرات الدراسة :

حصلتي على مايهمك من معلومات ثقافية								البند	
الاجمالي		حيانا		لا		نعم		المتغير	
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك		
%65	65	%20	20	%24	24	%21	21	29-18	الفئة العمرية
%28	28	%6	6	%18	18	%4	4	35-30	
%7	7	%3	3	%4	4	%00	00	40 فما فوق	
100%	100	%29	29	%46	46	%24	24	الإجمالي	
76%	76	%25	25	%16	16	%41	41	إبتدائي	المستوى التعليمي
15%	15	%5	5	%10	10	%00	00	متوسط	
%6	6	%2	2	%4	4	%00	00	ثانوي	
%7	7	%1	1	%3	3	%1	1	جامعي	
%00	00	%00	00	%00	00	%00	00	دراسات عليا	
%100	100	%33	33	%33	33	%42	42	الإجمالي	
%12	12	%6	6	%4	4	%2	2	عازبة	الحالة الاجتماعية
%7	7	%4	4	%3	3	%00	00	متزوجة	
%11	11	%3	3	%4	4	%4	4	مطلقة	
%70	70	%12	12	%24	24	%34	34	أرملة	
%100	100	%25	25	%35	35	%41	41	الإجمالي	

الاطار التطبيقي

%26	26	%5	5	%8	8	%13	13	طالبة	الحالة المهنية الإجمالي
%51	51	%37	37	%12	12	%02	02	عاملة	
%23	23	%10	10	%10	10	%3	3	ماكثة بالبيت	
%100	100	%42	42	%30	30	%18	18		

يبين الجدول المدرج اعلاه سواء كانت هذه المجموعات تكسب الطلبة تجعلهم على ما يحصلون ما يهمهم من معلومات، فيما يخص نتائج الفئة العمرية نجد أن هي من 18-29 هي الفئة الاكثر وذلك بنسبة 65%، كلهم اختاروا لا بنسبة 46%.  
 اما فيما يخص بيانات المستوى التعليمي اغلب الاجابات عند المبحوثات ذوي المستوى الابتدائي بنسبة 76%، اغلب اجاباتهم نعم وذلك بنسبة 42%.  
 اما فيما يخص نتائج الحالة المهنية نجد اغلب المبحوثات من العمال بنسبة 51% قد اختاروا حيانا وهذا راجع انه ليس دائما نتحصل على هذه المعلومات من المجموعات الفيسبوكية لانه توجد هناك قيم ثقافية موروثة لا يستطيع الفرد التخلي عنها.  
 الجدول رقم (19) بين هل اعادتي تشكيل وتبني قيم ثقافية جديدة حسب متغيرات الدراسة

اعادة تشكيل و تبني قيم ثقافية جديدة								البند	المتغير
الاجمالي		احيانا		لا		نعم			
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك		
%51	51	%2	2	%12	12	%37	37	29-18	الفئة العمرية
%26	26	%13	13	%8	8	%5	5	35-30	
%23	23	%3	3	%10	10	%10	10	40 فما فوق	
%100	100	%18	18	%30	30	%42	42	الإجمالي	

الاطار التطبيقي

76%	76	16%	16	41%	41	25%	25	إبتدائي	المستوى التعليمي
15%	15	10%	10	00%	00	5%	5	متوسط	
6%	6	4%	4	00%	00	2%	2	ثانوي	
7%	7	3%	3	4%	4	00%	00	جامعي	
00%	00	00%	00	00%	00	00%	00	دراسات عليا	
100%	100	33%	33	45%	45	32%	32	الإجمالي	
70%	70	24%	24	12%	12	34%	34	عازبة	الحالة الإجتماعية
7%	7	3%	3	4%	4	00%	00	متزوجة	
11%	11	4%	4	3%	3	4%	4	مطلقة	
12%	12	4%	4	6%	6	2%	2	أرملة	
100%	100	35%	35	25%	25	40	40	الإجمالي	
65%	65	21%	21	20%	20	24%	24	طالبة	الحالة المهنية
28%	28	4%	4	5%	5	18%	18	عاملة	
7%	7	00%	00	3%	3	4%	4	ماكثة بالبيت	
100%	100	25%	25	28%	28	46%	46	الإجمالي	

يبين الجدول المدرج اعلاه امكانية هذه المجموعات الثقافية في انها تساعد في اكتساب

ثقافات جديدة فنجد أن نتائج الفئة العمرية الأكثر هي فئة الابتدائي بنسبة 76% .

اما فيما يخص فئة المستوى التعليمي الفئة الأكثر هي الابتدائي بنسبة 76% ترى أن

المجموعات الفيسبوكية تجعلك احيانا تكتسب معلومات ثقافية جديدة وذلك بنسبة 33%، وهذا راجع إلى أن ليست كل المعلومات الثقافية التي تعرض عبر هذه المجموعات هي معلومات مهمة.

اما في ما يخص نتائج الحالة المهنية نجد أن اعلى نسبة كانت لفئة الطالبات بنسبة 65%

كلهم قد اختاروا نعم بنسبة 46% وهذا راجع إلى أن الطلبة هما الأكثر اهتماما بالثقافات

الآخري والمكتسبات الجديدة.



### المطلب الثاني: النتائج العامة للدراسة:

- ✓ نستنتج أن الفئة العمرية الأكثر استخداما للفيسبوك والمكتسبة للقيم الثقافية من الفيسبوك هي الفئة العمرية ما بين (18-29) سنة وذلك راجع إلى أنهم فئة من الشباب كلهم طالبات ذوات المستوى الجامعي، إما الفئة التي تفوق 40 سنة هي فئة اقل لان معظم هذه الفئات لا تهتم للفيسبوك على عكس الشباب .
- ✓ نستنتج من خلال دراستنا الميدانية أن الفئة الأكثر استخداما للفيسبوك هي الفئة ذات المستوى الجامعي وذلك بنسبة وهذا يعود إلى أن هذه الفئة الأكثر استخداما وولوجا للفيسبوك وأكثر اهتماما بالمجموعات الفيسبوكية ومختلف مضامينها.
- ✓ نستنتج أن العازيات هم المبحوثات الأكثر استخداما للفيسبوك وذلك بنسبة ،ويمكن انساب هذا إلى أن معظم اهتمامات نساء الوقت الحالي وعم وجود مسؤوليات تلهيهم عن ذلك على حساب المبحوثات المطلقات و ويمكن إرجاع هذا إلى الظروف النفسية والاجتماعية والاقتصادية على عكس المرأة العازية.
- ✓ أن طبيعة استخدام الفيس بوك في الحياة اليومية لمعظم المبحوثات ليس بالشكل الدائم بل أحيانا وذلك ،وذلك لطبيعة انشغالهم في حياتهم اليومية و على حسب ظروفهم وهناك الفئة التي تستخدمه بشكل دائم .
- ✓ أن اغلب إجابات المبحوثات على الوقت المقضي على موقع الفيس بوك هو الأكثر من 3 سنوات وذلك بسبب انتشار موقع الفيسبوك على الصعيد العالمي عامة ووسط المجتمع البسكري خاصة.
- ✓ تستخدم اغلب المبحوثات الهواتف الذكية أثناء ولوجهم لموقع الفيس بوك وذلك بنسبة 68% وهذا راجع إلى سهولة الاستخدام وسهولة استعمال الهاتف الذكي.
- ✓ اغلب المبحوثات كانت إجاباتهم هي أنهم لديهم مدة طويلة لاستخدامهم للمجموعات الفيسبوكية فكانت أكبر فئة هي لفئة أكثر من 3 سنوات، وذلك راجع ل انتشار الفيس بوك بشكل واسع ويعتبر موقع الفيس بوك من مواقع التواصل الاجتماعي الأكثر انتشارا.

- ✓ معظم المبحوثات لاتستخدم اسمها الحقيقي للولوج للفيسبوك فمعظمهم يستخدمون اسم نصف حقيقي أو اسم مستعار وهذا راجع لطبيعة المجتمع البسكرية.
- ✓ ترى معظم المبحوثات أن مجهولة الهوية قد أتاحت لهم فرص كبيرة للتعبير عن آرائهم ومنحتهم فرص كبيرة للتحرر.
- ✓ ترى معظم المبحوثات أن هذه المجموعات الفيسبوكية قد ساعدتهم في اكتساب معلومات ثقافية جديدة خاصة ذو المستوى الجامعي.
- ✓ أن نتائج اغلب المبحوثات تشير إلى أن هذه المجموعات الثقافية قد ساعدتهم في اكتساب معلومات ثقافية من خلال المنشورات التي تنشر عبر هذه المجموعات.
- ✓ تضيف المرأة البسكرية الاشخاص ذوي المستوى العالي وذلك لاكتساب معلومات وثقافات جديدة.
- ✓ تساعد المجموعات الثقافية المرأة البسكرية في اكتساب ثقافات جديدة خاصة الفئة العمرية من 18 الى 29 سنة.
- ✓ أهم المواضيع التي تفضلها المرأة البسكرية في المجموعات الفيسبوكية هي الإخبار الجزائرية المحلية.

### خاتمة:

ما يمكننا قولوا في نهاية هذه الدراسة بجانبها النظري والتطبيقي المتمثل اساسه في القيم الثقافية في الفضاءات الهامشية الرقمية يتضح ان الفضاءات الهامشية يساهم وبدرجة كبيرة في تنمية القيم الثقافية للمجتمع، من خلق حوارات ثقافية و محاولة ترسيخ سلوكيات تتماشى مع العادات وقيم والدين ، فهي بالتالي يمثل أداة من أدوات التشكيل الذوق العام ، كما يعمل جاهدا على التصدي لمختلف الثقافات الدخيلة من خلال برامج وحصص ثقافية تقدم بالصوت والصورة تهدف إلى الحفاظ على شخصية وخصوصية المجتمع وتعزيزها في نفس المشاهد. والفيس بوك يعد نموذجا عن شبكات التواصل الاجتماعي ذات الطالع الثقافي والتي خصصت مساحة كبيرة من شبكتها البرمجية لتسليط الضوء على الثقافة الجزائرية ومحاولة تقريبها من المشاهد في جملة من الياتها بصفة غير منتظمة على ساعات اليومية .

ومن هذا المنطلق يمكننا أن نعتبر الفضاءات الهامشية الرقمية مجالا مفتوحا يمكننا أن نستثمره في نشر الثقافات التي تدافع عن الهوية المجتمع الجزائري وتحافظ عليها في ظل الثقافات الغربية الدخيلة.

قائمة المصادر المراجع:

القران الكريم

سورة البينة (05).

ا/امعاجم

إبراهيم أنيس وآخرين ،معجم الوسيط ، دار المعارف للنشر والتوزيع ، ط 2 ، 1973 .

ب/موقع

خليفة هبة محمد ، مواقع الشبكات الاجتماعية ماهي؟ منتديات البشير ، 26،4،2021

[http //w w w .alyaseer// .net](http://www.alyaseer.net) .

عواد ،شبكات التواصل الاجتماعي الالكتروني، موقع تاملات [http//w w w](http://www.taamolat.com)

.15 .4 .2021 .com .taamolat//

Vangie Beal .facebook group .webopedia .reteieved

.11.03.2021

[https //w w w .webopedia// .com](https://www.webopedia.com) .

ج/الكتب

احمد إبراهيم عبد الهادي ، إدارة الحملات الإعلانية ، مركز التعليم المفتوح ، كلية التجارة ،

مصر ، 2007.

بلقاسم سلاطية وحسان الجيلاني ، منهجية العلوم الاجتماعية ، دار الهدى ، عين مليلة الجزائر

،2004.

جرار ليلي احمد ،الفيسبوك و الشباب العربي ، مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع ، الكويت

الامارات العربية المتحدة ، جمهورية مصر العربية ، المملكة الاردنية الهاشمية ، 2012.

جان بول رزقبر ، فلسفة القيم ،ترجمة عادل الاوي ، عويدات للنشر و الطباعة ، بيروت ،

ط 1 ، 2001 .

عبد الرزاق محمد الدليمي ، مدخل الى وسائل الاعلام الجديد ، دار المسيرة للنشر و التوزيع

، عمان ، ط1، 2012.

## قائمة المصادر والمراجع

- خالد محمد ابو شعيرة ، ثائر احمد غباري ، الثقافة و عناصرها ، مكتبة المجتمع العربي للنشر و التوزيع ، عمان ، ط1 ، 2009.
- رجحي مصطفى عليان ، محمد غنيم ، اساليب البحث العلمي ، الاسس النظرية و التطبيق العلمي ، دار الصفاء للنشر و التوزيع عمان ط 4.
- شهيب عادل ، مفهوم الثقافة في العلوم الاجتماعية ، ترجمة قاسم المقداد ، منشورات اتحاد الكتاب العرب ، دمشق سوريا 2002
- رشيد رزواني ، منهج و ادوات البحث العلمي في العلوم الاجتماعية ، دار الهدى للطباعة و النشر و التوزيع ، عين مليلة الجزائر ، 2007.
- طلعت ابراهيم لطفي ، اساليب و ادوات البحث الاجتماعي ، دار غريب للطباعة و النشر ، ط 1990.
- عبد الغنى عماد ، سوسيولوجي الثقافة ، مفاهيم و إشكاليات من الحداثة إلى العولمة ، مركز الدراسات الوحدة العربية ، بيروت ط1 ، 2002.
- عوض بن العمري ، القيم الشخصية و علاقتها بمستوى الأداء لدى الطلبة ، أكاديمية نايف العربية للعلوم الأمنية 2000.
- عمار بوخوش ، مناهج البحث و طرائق اعداد البحوث ، ديوان المطبوعات الجامعية الجزائر ، 1995.
- كامل محمد مغربي ، اساليب البحث العلمي في العلوم الانسانية و الاجتماعية ، دار الثقافة للنشر و التوزيع ، عمان ، الاردن ، 2007.
- محمد زيان عمر ، البحث العلمي و مناهجه و تقنياته ، ط4 ، جدة ، دار الشروق 1983.
- محمد غريب عبد الكريم ، البحث العلمي التصميم و المناهج و الاجراءات ، بدون طبعة ، الاسكندارية 1992.
- منى كشك ، القيم الغائبة في الإعلام ، دار الفرحة للنشر والتوزيع ، مصر ، 2006.
- ماجد المزبود ، الشباب و القيم في عالم متغير ، دار الشروق للنشر و التوزيع ، الاردن ، ط1 . 2006.

## قائمة المصادر والمراجع

نبيل احمد عبد الهادي ، منهجية البحث في العلوم الانسانية ، الاهلية للنشر و التوزيع عمان ، الاردن 2006. نورهان منير حسن ، القيم الاجتماعية و الشباب ، المكتب الجامعي الحديث ، مصر ، 2008.

وائل مبارك خضر, فضل الله . اثر الفيس بوك على المجتمع . ط 1 مصر: مدونة شمس النهضة ، 2010.

### د/المجلات

بوفلحة غياث ، تناقض القيم داخل التنظيم ، مجلة الثقافة و تسير اعمال الملتقى الدوري المنعقد بالجزائر 28،30 نوفمبر 1992 .

جمال العيفة، الاتصال الشخصي في عصر شبكات التواصل الاجتماعي ضرورة اجتماعية في عالم متغير. مجلة علوم الانسان والمجتمع ، 2014.

راضى زاهر ، استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في العالم العربي ،مجلة التربية ،عدد 15، جامعة عمان الاهلية ،عمان.

شهرزاد صوفي ، القيم المتضمنة في اعلانات التلفزيونية الجزائري و اثارها على الجمهور الطلبة الجامعيين الجزائريين، ضمن مجلة دراسات الاعلامية القيمة المعاصرة دورية اكااديمية حضارية محكمة ، الورسم للنشر و التوزيع ، الجزائر ، العدد 3 ، المجلد الاول 2012 .  
عزي عبد الرحمان ، الثقافة و الحتمية الاتصال نظرة قيمية ، مجلة المستقبل العربي العدد 295، 2003.

### ه/ المذكرات

أمال رحماني ، قيم العولمة الثقافية من خلال الملصقات الاعلامية العربية ، دراسة سيمولوجية على عينة من الملصقات الاعلانية الموجهة للعرب ، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في علوم الاعلام و الاتصال ، جامعة مونتوري قسنطينة 2010 ، 2011.

بدر الدين بن بلعباس ، شبكات التواصل الاجتماعي و الهوية الثقافية عند الطلبة الجامعيين ،شهادة ماستر ،جامعة محمد خيضر بسكرة الجزائر ، 2015 .

حنان شعشوع الشهري ، اثر استخدام شبكات التواصل الالكترونية على العلاقات الاجتماعية الفيس بوك و تويتر نموذجا ، رسالة ماجستير ، جامعة الملك عبد العزيز بجدة ، 2014.

شروق عبد العزيز سالم بصفر ،سلوكيات البحث عن المعلومات في البيئة الرقمية لدى طالبات التعليم العام ، رسالة ماجستير ،جامعة الملك عبد العزيز ، كلية الاداب و العلوم الانسانية ،قسم علم المعلومات ، 2013.

عادل غزالي ، اثر القيم الاجتماعية على التنظيم الصناعي الجزائري ، دراسة ميدانية بمؤسسة صناعة أجهزة القياس المراقبة ، مذكرة ماجستير في تنمية الموارد البشرية كلية العلوم الإنسانية قسنطينة 2009،2008.

محمد منتصر ، واقع استخدام المنظمات الاهلية في قطاع غزة لشبكات التواصل الاجتماعي في تعزيز علاقتها بالجمهور ،شهادة ماجستير ،الجامعة الاسلامية غزة ، فلسطين ، 2013.

## قائمة الملاحق

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة محمد خيضر بسكرة

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

شعبة علوم الإعلام والإيصال.

تخصص اتصال وعلاقات عامة.

الموضوع: استمارة بحث ميداني.

عنوان الدراسة:

القيم الثقافية لدى الجمهور عبر الفضاءات الهامشية الرقمية.  
دراسة مسحية على عينة من النساء مستخدمات شبكة الفيسبوك بمدينة بسكرة

إشراف الاستاذ: نبيل لحر.

اعداد الطلبة:

➤ قرظ سعدية.

➤ شوقي نجاة.

في إطار إنجاز مذكرة ماستر، تم تحضير هذه الاستمارة من أجل معرفة آراء ومواقف نساء مدينة بسكرة حول تأثير المجموعات الفيسبوكية على القيم الثقافية وذلك من خلال الاستخدام الدائم لهذه التطبيقات من قبل النساء في الوقت الحالي.

لقد تم تحضير هذه الاستمارة بطريقة تتوخى الحفاظ على سرية هوية الباحثين فهي لا تحمل أي معلومات شخصية، وجميع الأسئلة الموجودة فيها هدفها علمي أكاديمي بحث.

ويتعهد الباحث بالحفاظ على سرية المعلومات واحترام آراء الباحثين، وعليه نتمنى منكم التعاون لملاءمة هذه الاستمارة بوضع علامة (X) أمام الإجابة المناسبة أو من خلال التعبير بكل حرية.



## قائمة الملاحق

### البيانات الشخصية:

- الفئة العمرية:  29-18  30-39  40 فما فوق
- المستوى التعليمي:  ابتدائي  متوسط  ثانوي  جامعي  دراسات عليا
- الحالة الاجتماعية:  عزباء  متزوجة  مطلقة  ارملة
- الحالة المهنية:  طالبة  عاملة  مأكثة بالبيت

### المحور الاول: عادات وأنماط استخدام المرأة للمجموعات الفيسبوكية.

- كيفية استخدامك للفيسبوك في حياتك اليومية: دائما  أحيانا
- الوقت الذي تقضينه في تصفح المجموعات الفيسبوكية: ساعة  3 ساعات  أكثر من 3 ساعات
- الجهاز الذي تستخدمه لتصفح للفيسبوك: هاتف الذكي  لوحة الكترونية  حاسوب محمول
- أخرى اذكرها.....

### منذ متى وانتن تتصفح هذه المجموعات الفيسبوكية:

- اقل من سنة  من سنة إلى ثلاث سنوات  أكثر من ثلاث سنوات
- فترات تصفح هذه الصفحات: صباحا  زوالا  مساء  حسب الظروف  كل وقت
- تستخدمين داخل الصفحات الفيسبوكية: اسمك الحقيقي  اسم مستعار  اسم نصف حقيقي

أن كنتي تستخدمين إسما مستعارا أو صورة غير حقيقية، فهل تعتقدين أن مجهولية الهوية قد أتاحت لك:

- التعبير عن ارائك وتصوراتك التي قد تتعارض مع الأطر الثقافية الموجودة في الواقع الاجتماعي
- التخلص من الرقابة والترصد الموجود في الواقع  التحرر  قوة الشخصية

## قائمة الملاحق

### المحور الثاني: محتوى القيم الثقافية في الفضاءات الهامشية الرقمية (المجموعات الفيسبوكية) وتأثيره على المرأة:

تساعدك المجموعات الفيسبوكية في اكتساب معلومات جديدة من خلال المنشورات التي تنشر في الجانب الثقافي:  نعم  لا

تصفحك للمجموعات الثقافية جعل منكى امرأة مثقفة:  نعم  لا

تشارك في المسابقات الثقافية التي تنشر عبر المجموعات الفيسبوكية:  نعم  لا

طبيعة المحتويات التي تجذبك وتلفت انتباهك: دينية  فنية  جمالية  صحية   
الأمومة والطفل  منزلية

التأثيرات التي تحدثها مشاهدة محتويات المجموعات الفيسبوكية:  سلبية  ايجابية

درجة إسهام هذه المجموعات الفيسبوكية في تنمية القيم الثقافية للمرأة:

تعد مصدر مهم لاستقاء المعلومات الثقافية  تساهم في تعديل قناعات الفرد

تعمل على رفع مستوى الثقافة  تنمي لديكن حرية التعبير عن الأوضاع الثقافية

تعمل على تكوين اتجاهات ثقافية لدى الفرد نحو مختلف القضايا والأحداث

### المحور الثالث: استخدام المرأة لفضاء مجموعات للفيسبوك :

هل تقومين بإضافة أشخاص ذوي مستوى ثقافي عالي:  نعم  لا

كيف تتفاعلين في هذه المجموعات:

أسجل إعجاب (like)  استفيد منه ولا أتفاعل  يجعلني اشترك مع في المجموعة

التعليق  مشاركة المحتوى  دعوة الأصدقاء

هل سنحت هذه الأنماط بتسهيل عملية التفاعل وجعلها أكثر مرونة:  نعم  لا

سهلت لكي التفاعلية التي تتيحها المجموعات الفيسبوكية:

التفاعل مع أفراد من ذوي الاهتمامات المشتركة

## قائمة الملاحق

التفاعل مع أفراد يصعب مصادقتهم والتواصل معهم في العالم الواقعي

المحور الرابع: دوافع استخدام المرأة للمجموعات الفيسبوكية والاشباعات المحققة من ذلك.

غيرتي البعض من سلوكياتك السيئة وغير لائقة بعد استخدامك لهذه المجموعات الفيسبوكية: نعم

لا

الدافع من استخدامك للمجموعات الفيسبوكية:

الاهتمام بالمناقشات التي تدور حول القضايا الثقافية  زيادة الرصيد الثقافي

متابعة التغيرات الثقافية على الصعيد المحلي

أهم المواضيع الثقافية التي تفضلها في المجموعات الفيسبوكية:

المواضيع والقضايا الثقافية الجزائرية  المواضيع والقضايا الثقافية الإقليمية  المواضيع والقضايا العالمية

تتوفر هذه المجموعات الفيسبوكية على جميع المعلومات الثقافية التي تهتمك: نعم  لا  أحيانا

عندما تنتهي من تصفحك لهذه المجموعات تشعر انك:

حصلت على ما يهتمك من معلومات ثقافية: نعم  لا  أحيانا

إعادة تشكيل وتبني قيم ثقافية جديدة: نعم  لا  أحيانا