

جامعة محمد خيضر بسكرة
كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية
قسم العلوم الانسانية



مذكرة ماستر

علوم الإعلام والاتصال
الإعلام والاتصال
اتصال وعلاقات عامة

رقم: أدخل رقم تسلسل المذكرة

إعداد الطالب:

كوثر العابد

يوم: 03/07/2019

الهوية الثقافية لدى الشباب الجزائري في ظل البيئة الرقمية

دراسة مسحية على عينة من مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي

لجنة المناقشة:

| | | | |
|-------|-------------------------|---------|-----------------|
| رئيس | جامعة محمد خيضر - بسكرة | أ. مس أ | أحمد أمين فورار |
| مقرر | جامعة محمد خيضر - بسكرة | أ. مح ب | نبيل لحر |
| مناقش | جامعة محمد خيضر - بسكرة | أ. مح ب | خنساء تومي |

السنة الجامعية : 2018 - 2019

شكر وعرّفان

الشكر لله عز وجل على منّه وكرمه على توفيقى لإتمام هذا العمل المتواضع

أولاً وقبل كل شيء أتقدم بالشكر والعرّفان لأمي وأبي الذين كانوا لي منبع حنان وعطاء طيلة مشواري

الدراسي.

كما أتقدم بخالص عبارات الشكر والتقدير والامتنان لأستاذي الفاضل الدكتور "نبيل لحر" على توجيهاته

ونصائحه القيمة والثمينة وعلى صبره معي.

كما أتقدم بالشكر الجزيل إلى كل أساتذتي الذين تكرموا بتقديم مساعدة.

وأنتقدم بشكري إلى كل من ساعدني من قريب أو من بعيد في إنجاز وإتمام هذا العمل المتواضع بكلمة، بمرجع،

بفكرة، وحتى بالدعاء.

ملخص الدراسة:

تناولت الدراسة موضوع الهوية الثقافية لدى الشباب الجزائري في ظل البيئة الرقمية، وذلك من استخدام شبكات التواصل الاجتماعي، من خلال طرح الإشكالية: كيف ساهم استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الهوية الثقافية لدى الشباب بمدينة بسكرة؟ وتدرج ضمن هذه الإشكالية عدة تساؤلات نذكر منها:

- ما الواقع الثقافي في المجتمع الجزائري؟
- ما هي أنماط استخدام الشباب لشبكات التواصل الاجتماعي؟
- ما هي دوافع استخدام الشباب لشبكات التواصل الاجتماعي؟
- ما مدى اعتماد الشباب على شبكات التواصل الاجتماعي في التزود بالمعلومات الثقافية؟
- ما الإشباع المحققة من استخدام الشباب الجزائري للمعلومات الثقافية بشبكات التواصل الاجتماعي؟

هل هناك فروق بين استخدامات الشباب لشبكات التواصل الاجتماعي وتمثلات الشباب للهوية الرقمية ومتغيرات العينة (الجنس، المستوى الدراسي)؟
وقد تم إتباع منهج المسح الاجتماعي بالاعتماد على أداة الاستبيان لجمع البيانات من المبحوثين الذين يمثلون عينة من مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي لشباب مدينة بسكرة.

حيث تم تقسيم الاستمارة إلى أربعة محاور، المحور الأول أنماط استخدام الشباب لشبكات التواصل الاجتماعي، والمحور الثاني دوافع استخدام الشباب لشبكات التواصل الاجتماعي وفي المحور الثالث اعتماد الشباب على شبكات التواصل الاجتماعي في التزود بالمعلومات الثقافية، وفي المحور الأخير تمثلات الشباب للهوية الرقمية من خلال استخدام شبكات التواصل الاجتماعي.

وقد توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج هي:

تبين أن أغلب أفراد العينة يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي منذ ثلاث سنوات فما أكثر كما يستخدم غالبية الشباب هذه الشبكات عن طريق الهاتف المحمول لأنه سهل الاستخدام

كما أوضحت النتائج إلى أن أفراد العينة يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي بهوية حقيقية وأوضحت الدراسة أن اهم دوافع استخدام الشباب لشبكات التواصل الاجتماعي لأفراد العينة هو لطبيعة المواضيع المنشورة عن اخبرا المجتمع، كما أسفرت الدراسة أن استخدام الشباب لشبكات التواصل الاجتماعي كونت لديهم معلومات جديدة عن عادات وتقاليد الكثير من مناطق الوطن.

الكلمات المفتاحية

الهوية الثقافية-شبكات التواصل الاجتماعي.

Résumé:

L'étude aborde le problème de l'identité culturelle de la jeunesse algérienne à l'orée du foisonnement du numérique et notamment à travers l'apparition des réseaux sociaux.

La problématique posée est de comprendre comment l'utilisation généralisée des réseaux sociaux dans notre pays a contribué à l'émergence d'une identité culturelle chez les jeunes Biskris.

Dans cette optique une multitude de questionnements se posent, nous nous limiterons à quelques-uns:

- Comment les jeunes utilisent-ils les réseaux sociaux?
- Quelles sont les raisons qui les poussent à s'en servir?
- Dans quelle mesure, les jeunes utilisent-ils les réseaux sociaux pour acquérir l'information attendue?
- Quelles attentes culturelles sont satisfaites à travers l'utilisation des réseaux sociaux ?
- Y a-t-il des différences entre l'utilisation de ces réseaux et les représentations que se font les jeunes, à travers la nature variable de l'échantillon (sexe, niveau d'instruction)?

L'approche a privilégié la méthode du questionnaire pour recueillir les données propres aux membres de l'échantillon ciblé représentant les jeunes Biskris utilisateurs des réseaux sociaux.

Le formulaire adopté se présente sous forme de quatre (4) volets:

- Le premier volet aborde les divers modèles d'utilisation des réseaux sociaux par les jeunes de Biskra
- Le deuxième volet rend compte des différentes utilisations que font les jeunes de la ville de l'outil informatique.
- Le troisième volet a trait au ressourcement à travers l'outil informatique pour obtenir des informations culturelles.
- Enfin le quatrième volet focalise sur les représentations que font les jeunes Biskris de l'outil informatique lors de l'utilisation des réseaux sociaux.

Cette étude a abouti aux résultats suivants:

- Il s'avère que la majorité des jeunes interrogés ont fréquenté ou utilisé l'outil informatique depuis trois ans ou plus.
- Il est vérifié aussi que la majorité d'entre-deux utilisent ces réseaux par le biais de leurs téléphones portables, faciles à manier et à transporter.
- Ces résultats ont fait apparaître, en outre, que les jeunes utilisent ces réseaux sociaux sous leurs véritables identités.
- L'étude fait apparaître clairement que les jeunes se focalisent à travers cet outil, sur la vie sociale
- L'étude montre aussi qu'à travers de ces réseaux sociaux, les jeunes Biskris ont acquis de nouvelles et plus amples informations sur les traditions et coutumes des autres régions du pays.

Mot clés : identité culturelle, Réseaux sociaux

فهرس المحتويات

شكر و عرفان

ملخص الدراسة

فهرس المحتويات

قائمة الجداول

مقدمة _____ ب

الفصل الأول: المقاربة المنهجية للدراسة

1. البناء المنهجي للدراسة _____ 7
- 1.1 إشكالية الدراسة، تساؤلاتها _____ 7
- 2.1 الموضوع وأهميته _____ 8
2. المقاربة المنهجية للدراسة _____ 14
- 1.2 نوع الدراسة، منهجها وطرق جمع بياناتها _____ 14
- 2.2 مجتمع الدراسة والعينة _____ 16
3. المقاربة النظرية للدراسة _____ 18
- 1.3 خلفية معرفية للنظرية، فروضها والاسقاط النظري لها _____ 18

الفصل الثاني: الأبعاد المعرفية للهوية الثقافية وتحديات العولمة

- تمهيد _____ 27
- 1-1 مدخل مفاهيمي إلى الهوية والثقافة _____ 28
- 1-1-1 الهوية _____ 28
- 2-1-1 الثقافة _____ 31
- 4-1-1 مكونات الهوية _____ 36
- 3-1-1 العلاقة بين الهوية والثقافة _____ 37
- 2-1 مدخل إلى الهوية الثقافية _____ 39
- 1-2-1 الهوية الثقافية _____ 39
- 2-2-1 أبعاد الهوية الثقافية _____ 41
- 3-2-1 التحديات التي تواجه الهوية الثقافية _____ 42
- 4-2-1 العولمة الثقافية والهوية في الجزائر _____ 44
- 5-2-1 شبكات التواصل الاجتماعي والهوية الثقافية _____ 46
- 6-2-1 الشبكات الاجتماعية والهوية الرقمية _____ 47

الفصل الثالث: شبكات التواصل الاجتماعي وانواعها

51 _____ تمهيد

52 _____ 1-1-1 مدخل مفاهيمي لشبكات التواصل الاجتماعي

52 _____ 1-1-1-1 مفهوم شبكات التواصل الاجتماعي

53 _____ 1-1-1-2 نشأة وتطور شبكات التواصل الاجتماعي

54 _____ 1-1-1-3 ميزات شبكات التواصل الاجتماعي

55 _____ 1-1-1-4 خصائص شبكات التواصل الاجتماعي

57 _____ 1-1-1-5 دور شبكات التواصل الاجتماعي

59 _____ 1.2 خدمات وأنواع شبكات التواصل الاجتماعي

59 _____ 1-2-1 خدمات شبكات التواصل الاجتماعي

61 _____ 1-2-2 أنواع شبكات التواصل الاجتماعي

61 _____ 1-2-2-3 الفيسبوك Facebook

62 _____ 1-2-2-4 تويتر Twitter

63 _____ 1-2-2-5 الانستغرام Instagram

64 _____ 1-2-2-6 سناب شات Snapchat

64 _____ 1-2-2-7 اليوتيوب YouTube

67 _____ خلاصة الفصل

الفصل الرابع: عرض وتحليل بيانات الدراسة

69 _____ المحور الاول: انماط استخدام الشباب لشبكات التواصل الاجتماعي

83 _____ المحور الثاني: دوافع استخدام الشباب لشبكات التواصل الاجتماعي

91 _____ المحور الثالث: اعتماد الشباب على شبكات التواصل الاجتماعي في التزود بالمعلومات الثقافية

101 _____ المحور الرابع: تمثيلات الشباب للهوية الرقمية من خلال استخدام شبكات التواصل الاجتماعي

125 _____ نتائج الدراسة

122 _____ خاتمة

122 _____ قائمة المصادر والمراجع

ملاحق

قائمة الجداول

- جدول رقم 1 : تصنيف المبحوثين حسب النوع. _____ 17
- جدول رقم 2 : تصنيف المبحوثين حسب المستوى الدراسي. _____ 18
- جدول رقم 3 : يوضح اجابات الشباب حول وتيرة استخدامهم لشبكات التواصل الاجتماعي. _____ 69
- جدول رقم 4 : اجابات الشباب حول مدة استخدامهم لشبكات التواصل الاجتماعي. _____ 71
- جدول رقم 5 : اجابات الشباب حول الوسائل التي يعتمدونها في تصفح مواقع التواصل الاجتماعي. _____ 73
- جدول رقم 6 : تبيرات الشباب حول اختيارهم للوسائل المعتمدة في تصفح مواقع التواصل الاجتماعي. _____ 75
- جدول رقم 7 : اجابات الشباب حول مدة استخدامهم لشبكات التواصل الاجتماعي. _____ 77
- جدول رقم 8 : اجابات الشباب حول مكان استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي. _____ 79
- جدول رقم 9 : اجابات الشباب حول أكثر الاوقات استخداما لشبكات التواصل الاجتماعي. _____ 81
- جدول رقم 10 : إجابات الشباب حول سبب استخدامهم لشبكات التواصل الاجتماعي. _____ 83
- جدول رقم 11 : اجابات الشباب حول طبيعة المواضيع التي تثير اهتمامهم وتدعوهم للتصفح. _____ 85
- جدول رقم 12 : اجابات الشباب حول اهم السلوكيات المكتسبة من شبكات التواصل الاجتماعي. _____ 87
- جدول رقم 13: اجابات الشباب حول الدوافع التي ادت بهم لتصفح هذه المواقع. _____ 89
- جدول رقم 14: يوضح اجابات الشباب حول أهم شبكات التواصل الاجتماعي التي يتصفحونها _____ 91
- جدول رقم 15 : اجابات الشباب حول سبب اعتمادهم على مواقع التواصل الاجتماعي في استقطاب المعلومات والايخبار. _____ 93
- جدول رقم 16: : اجابات الشباب حول حقيقة اعتمادهم على شبكات التواصل الاجتماعي بمهوية حقيقية أو هوية افتراضية. _____ 95
- جدول رقم 17 : يوضح إجابات الشباب حول سبب استخدامهم للاسماء الحقيقية في حسابهم عبر شبكات التواصل الاجتماعي. _____ 97
- جدول رقم 18 : إجابات الشباب حول سبب استخدامهم للاسم المستعار على حساباتهم عبر مواقع التواصل الاجتماعي. _____ 99
- جدول رقم 19 : اجابات الشباب حول شعورهم عند تصفح مواقع التواصل الاجتماعي. _____ 101
- جدول رقم 20 : إجابات الشباب حول احساسهم بالرضا على ما تقدمه مواقع التواصل الاجتماعي من معلومات ومعارف ثقافية. _____ 103
- جدول رقم 21 : اجابات الشباب حول مدى مساعدة الهوية الرقمية لهم في بلوغ غايات لم تحققها لهم الهوية الواقعية. _____ 105
- جدول رقم 22 : اجابات الشباب حول السلوكيات المكتسبة عند استخدامهم للهوية الرقمية في التواصل مع الاخرين بشكل افتراضي. _____ 107
- جدول رقم 23 : اجابات الشباب حول المكاسب الثقافية والاجتماعية بعد تصفحهم لمواقع التواصل الاجتماعي. _____ 110
- جدول رقم 24 : مدى اعتبار الشباب لمواقع التواصل والولوج ضمنها سببا في إنتاج روابط ثقافية قد لا ينتجها المجتمع والدين الإسلامي. _____ 112
- جدول رقم 25 : إجابات الشباب حول الإضافات المكتسبة من خلال المضامين الثقافية المنشورة عبر مواقع التواصل الاجتماعي. _____ 114

- جدول رقم 26 : إجابات الشباب حول مدى تحقيق وتسهيل مواقع التواصل الاجتماعي للجوانب الثقافية السائدة في مجتمعهم. _____ 116
- جدول رقم 27 : اختبار (ت) T-Test للعينتين المستقلتين لمعرفة دلالة الفروق في استجابات المبحوثين على بنود أبعادها. _____ 118
- جدول رقم 28 : نتائج تحليل التباين الأحادي One Way Anova لمتوسطات درجات المتغير: المستوى التعليمي. _____ 120

مقدمة

تعتبر الانترنت تقنية من التقنيات الحديثة ووسيلة من وسائل الاتصال التكنولوجية، التي تفرض نفسها في الواقع المعاش، نظرا لما توفره لمستخدميها من خدمات متنوعة ومتعددة تشمل كل مناحي الحياة اليومية للأفراد. لاسيما بعد التطورات التي عرفتها الانترنت في الوقت الراهن، حيث أدى اكتشاف الجيل الثاني للويب، Web 2.5 إلى ظهور مجموعة من التطبيقات الحديثة التي تندرج تحت ما يسمى بالإعلام الاجتماعي، والتي أضفت خصائص جديدة على الشبكة وأدت إلى تعميق الجوانب الاجتماعية والاتصالية وكذا تفعيل دور المستخدم وتوسيع صلاحياته. فالتكنولوجيا المعاصرة قد اختزلت الانعزال العقلي المعرفي والجغرافي للناس إلى الحد الأدنى، وساهمت في الإسراع بنشر الأفكار والأخبار.

وتعد شبكات التواصل الاجتماعي نوعا جديدا من أنواع الاتصال الذي نشأ وتبلور في بيئة الانترنت وتكنولوجيا الوسائط المتعددة، حيث تلعب دورا بارزا في عملية تحصيل وتحليل الأخبار والمعلومات وتبادلها بين المستخدمين، يكون فيها المتلقي الحلقة الأساسية في بنائها وصياغتها، وتبادلها على نطاق واسع، على اعتبار أن التواصل الاجتماعي هو استخدام شبكة الانترنت وتكنولوجيا الهواتف النقالة لتحويل عملية الاتصال إلى حوار تفاعلي، فهي منبر يقوم على تسهيل التفاعل والتعاون وتبادل المعلومات، يتم عبره تداول الصور، والفيديوهات، والأخبار، والمقالات والمدونات الصوتية بين مستخدمي الشبكة. وتمثل شبكات التواصل الاجتماعي في هذا الإطار أحد أهم هذه التطبيقات، خاصة وإنها تتميز بالطابع التفاعلي من خلال فضاء افتراضي سهل عملية التواصل بين الأفراد الكترونيا وتقوية الروابط فيها بينهم، وزواج بين الثقافات وألغى الحدود والمسافات.

وقد جاء موضوع الهوية الثقافية الذي شغل اهتمام الباحثين والعلماء في مجال علوم الإعلام والاتصال ودراسات الجمهور، خاصة في ضوء ما يشهده المجتمع المعاصر من تغيرات وذلك ببرز العالم الافتراضي كشريك أساسي ساهم في خلق "مجتمع شبكي" كما أدى بطريقة أو بأخرى إلى إعادة صياغة التواصل والعلاقات الإنسانية عبر وسائل الاتصال الرقمية.

وقد جاءت هذه الدراسة منصبة على موضوع حساس قديم ومتجدد ألا وهو الهوية الثقافية والتي تم ربطها بمتغير آخر يتمثل في البيئة الرقمية أي المتمثلة في شبكات التواصل الاجتماعي حيث أصبحت تصوغ شخصيات فئات المجتمع المتنوعة ومنها المجتمع الجزائري، خاصة فئة الشباب الذي وجد نفسه يجول عبر حساباته الافتراضية استظهارا لهويته الثقافية التي أصبحت تبنى ضمن سياقات عالمية لا محدودة.

وعلى ضوء ما سبق، يبدو أن مضمون الهوية الثقافية أصبح في وضعية مساءلة دائمة لدى الشباب المستخدم بين ثقافة أصيلة يسعى إلى الحفاظ عليها وأخرى تعزله أو تهين عليه لتنعكس مباشرة على مضامين هويته التي تبرز أبعادها التاريخية والدينية واللغوية عبر تداولاتهم الافتراضية من خلال شبكات التواصل الاجتماعي.

بناء على ذلك جاءت هذه الدراسة لتحاول معرفة كيف ساهم استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل عناصر الهوية الثقافية في ثلاثة فصول، حيث عنون الفصل الأول بالبناء المنهجي للدراسة والذي تناول في مبحثه الأول إشكالية الدراسة وتساؤلاتها وأسباب اختيار الموضوع وأهميته وأهداف الدراسة، بالإضافة إلى الدراسات السابقة ومفاهيم الدراسة. وعالج المبحث الثاني المقاربة المنهجية للدراسة والذي تناول نوع الدراسة، منهجها وطرق جمع بياناتها كما حدد فيه مجتمع البحث والعينة وطريقة اختيارها. وفي المبحث الثالث تناول المقاربة النظرية للدراسة الذي اندرج تحته خلفية معرفية للنظرية، فروضها والإسقاط النظري لها. ثم تطرقنا في الفصل الثاني "الفصل النظري" مقسم إلى فصلين، الفصل الأول يتضمن الهوية والثقافة والهوية الثقافية، والذي قسمناه هو الآخر إلى مبحثين عنون المبحث الأول "بمدخل مفاهيمي للهوية والثقافة" وتضمن الهوية والثقافة والعلاقة بينهما ومكونات الهوية، والمبحث الثاني بعنوان "مدخل مفاهيمي إلى الهوية الثقافية"، حيث تطرقنا فيه إلى مفهوم الهوية الثقافية وكذا أبعادها والتحديات التي تواجه الهوية الثقافية، وكذا العولمة الثقافية والهوية في الجزائر وكذلك شبكات التواصل الاجتماعي والهوية الثقافية، والشبكات الاجتماعية والهوية الثقافية. والفصل الثاني بعنوان "مدخل مفاهيمي لشبكات التواصل الاجتماعي" والذي تطرقنا فيه مبحثه الأول إلى المفهوم

والنشاط والتطور، وكذا ميزات وخصائص ودور شبكات التواصل الاجتماعي، وأما المبحث الثاني تناول خدمات وأنواع شبكات التواصل الاجتماعي، من الفيسبوك، تويتر، الانستغرام، السناب شات واليوتيوب.

وفي الفصل الأخير التطبيقي تمت دراسة وتحليل البيانات الخاصة بمحاور استمارة الاستبيان بعرض المحاور والتحدث على التحليل، والنتائج بصفة عامة. بالإضافة إلى الخاتمة كخلاصة.

الإطار المنهجي

الفصل الأول

المقاربة المنهجية للدراسة

1. البناء المنهجي للدراسة

1.1 إشكالية الدراسة، تساؤلاتها.

1.1.1 إشكالية الدراسة:

أتاحت التطورات التي شهدتها وسائل الاتصال الجماهيري على أثر الثورة الرقمية مجموعة من التحولات، مكنت الجماهير أي الشباب من دخول ضمن التفاعلية مع المرسل، بحيث أصبح بإمكان المتلقي صناعة المحتوى بعد أن كانت وظيفته الأساسية هي تلقي المحتوى، كما يمثل النظام الرقمي أداة تمكن من إرسال عدد هائل من المعلومات المتنوعة إلى عدد كبير من الأشخاص الشباب الذين يتوصلون بها، فالبيئة الرقمية بدورها أحدثت ثورة في اللغة والتواصل، وبذلك كسرت حاجز الزمن وقد يتميز عصرنا الحالي بالعديد من المظاهر التحول التكنولوجي الذي يشمل مختلف الميادين العلمية وفي مقدمتها البيئة الرقمية اعتبارا للتأثير الذي تحدثه على الشباب، كما فتحت المجال لكل مستخدم من الاستفادة من الوسائط المتعددة الجديدة.

ونجد من بين هذه الوسائط شبكات التواصل الاجتماعي التي تعتمد على الاتصال بين مجموعة من الأفراد لهم نفس الميول والاهتمام، حيث يسمح لمستخدميها بإنشاء موقع خاص بهم، ومن ثم ربطه من خلال نظام الكتروني مع أعضاء آخرين، حيث كان الهدف من إنشاء هذه المواقع والشبكات تبادل الآراء والأفكار وتقديم مقترحات وحلول للمشكلات التي تواجه المتشاركين، ومع ظهور هذا العصر الذي يموج بالتغيرات العالمية المعاصرة عصر العولمة الإعلامية والذي كان له تأثير كبير على المجتمعات الإنسانية وعلى هويتها وثقافتها وأنساقها القيمية السائدة فيها حيث يرى الباحثون في هذا المجال ان التأثير الكبير الذي يمارسه النظام الإعلامي الجديد عبر شبكة الانترنت ومواقع التواصل الاجتماعي يعمل بصورة مستمرة، وقد غيرت سلوكيات الشباب وثقافتهم في المجتمع والتفرد بصفات وخصائص معينة لدى الشباب في المجتمع الجزائري الذي يتحلى بهوية مستقلة ثقافيا، برزت في الآونة الأخيرة إلى العالم، متماشية مع الاستخدام الهائل لشبكات التواصل الاجتماعي وهذه الأخيرة فتحت مجالا كبيرا

للآخر وآفاق فكرية للشباب الجزائري، ومن هنا يتوصل بنا ونطرح الإشكال الرئيسي: كيف ساهم استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الهوية الثقافية لدى الشباب بمدينة بسكرة؟

2.1.1 تساؤلات الدراسة:

- ما الواقع الثقافي في المجتمع الجزائري؟
- هي أنماط استخدام الشباب لشبكات التواصل الاجتماعي؟
- ما هي دوافع استخدام الشباب لشبكات التواصل الاجتماعي؟
- ما مدى اعتماد الشباب على شبكات التواصل الاجتماعي في التزود بالمعلومات الثقافية؟
- ما الإشباع المحققة من استخدام الشباب الجزائري للمعلومات الثقافية بشبكات التواصل الاجتماعي؟
- هل هناك فروق بين استخدامات الشباب لشبكات التواصل الاجتماعي وتمثلات الشباب للهوية الرقمية ومتغيرات العينة (الجنس، المستوى الدراسي)؟

2.1 الموضوع وأهميته.

1.2.1 أسباب اختيار الموضوع:

هناك عدة أسباب أدت بنا إلى اختيار هذا الموضوع، نذكر منها:

الأسباب علمية:

- الاهتمام والميل إلى مواضيع البيئة الرقمية وما يخص الوسائط الالكترونية الجديدة.
- الاهتمام بموضوع الهوية الثقافية وآثار التكنولوجيا الحديثة فيها.

الأسباب عملية:

- أهمية موضوع الهوية الثقافية في الآونة الأخيرة، والتي عرفت محاولات كثيرة لطمسها وإغائها في إطار ما يعرف بالبيئة الرقمية.

- أما عن اختيار شريحة الشباب، ذلك باعتباره الأكثر استخداما للتكنولوجيا الحديثة وخاصة شبكات التواصل الاجتماعي وأيضا لأنه يمثل شريحة كبيرة من المجتمع.

2.2.1 أهمية الدراسة:

- محاولة ملامسة حدود الهوية الثقافية وهذا أمر جد ضروري لبلورة رؤية رهينة عن الواقع.
- التحولات الكبيرة الظاهرة لفئة الشباب والسيولة التكنولوجية مما انعكس مباشرة على سلوكياته.
- التعرف على أهم القضايا والمواضيع الثقافية التي تشير إلى اهتمام الشباب عبر شبكات التواصل الاجتماعي.
- التعرف على أهم الإشباعات التي تحققها شبكات التواصل الاجتماعي والتي تساهم في خلق هوية ثقافية لدى الشباب.

3.2.1 أهداف الدراسة:

- معرفة طريقة استخدام شبكات التواصل الاجتماعي من طرف الشباب.
- التعرف على أهم التأثيرات الثقافية لشبكات التواصل الاجتماعي على الشباب.
- التعرف على مدى تأثير هذه المواقع على القيم الدينية للشباب.
- التعرف على قدرة الواقع الاجتماعي على فرض نفسه على الشباب في ظل واقع افتراضي.

4.2.1 الدراسات السابقة:

تستمد أي دراسة مشروعيتها المعرفية والمنهجية من مجموعة من الدراسات والبحوث التي تلتقي معها في متغير أو أكثر، فالبحوث السابقة هي مصدر الهام لا غنى عنها بالنسبة للباحث فكل بحث ما هو إلا امتداد للبحوث التي سبقته، لذلك لا بد من استعراض الأدبيات السابقة.

وتعد الدراسات السابقة من الخطوات المنهجية في البحث العلمي، وهي لا تذكر فقط لأن لها علاقة بالموضوع المدروس أو من باب الذكر فقط، وإنما أيضا من اجل الاستفادة منها من الناحية النظرية ومن الناحية المنهجية.

الدراسة الأولى:

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

اعتمدت الباحثة في دراستها على المنهج المسحي، ووظفت فيه تحليل المحتوى كأداة رئيسية لدراستها التحليلية، وكان مجتمع البحث ممثلا في مواقع الصحف الالكترونية العربية، وقد أجريت هذه الدراسة في الفترة الممتدة ما بين 1 سبتمبر 2004م، إلى غاية 31 أوت 2005م، انطلقت الباحثة في دراستها من إشكالية مفادها، كيف تجلت الهوية الثقافية العربية في الصحف الالكترونية العربية؟ وتوصلت الباحثة في دراستها إلى أن الصحف الالكترونية العربية تبرز ملامح الخصوصية الثقافية بشكل ضعيف، وهي لا تخدم الهوية الثقافية، وتهتم هذه الصحف بكل ما يتعلق بقضايا التراث العربي ويهتم بالتقديم للفكر العربي والآثار القديمة.

وخلصت الدراسة كذلك إلى أن هذه الصحف لا تتعامل مع مواضيع الدين الإسلامي ولا تهتم بالغة العربية، فيما أنها تهتم بمواضيع التنشئة الثقافية مركزة على نشر مكارم القيم الأخلاقية، ولا تساهم مواضيع الإبداع الثقافي فيها بشكل كافي في الحفاظ على الهوية الثقافية العربية، وهي لا تقتصر على عرض مواضيع الفنون التمثيلية والموسيقية التي لا تقدم سوى أخبار الفنانين والممثلين.

كما توصلت الدراسة إلى أن الهوية الثقافية العربية تتجلى بشكل رئيسي في الدين الإسلامي اللغة العربية، والتراث الإسلامي العربي، ويكون للتنشئة الثقافية والإبداع الثقافي دور رئيسي على معالم هذه الهوية.

الدراسة الثانية:

للباحثة بريجة شريفة، "التغيرات السوسيوثقافية وأثرها على الهوية الثقافية للمجتمع الجزائري دراسة سوسيوثقافية لبعض مؤشرات التغير نموذجا عبر بعض المدن الجزائرية"، مذكرة دكتوراه في علم الاجتماع جامعة وهران 2، 2015م / 2016م.

اعتمدت الباحثة في دراستها على المنهج الوصفي والمنهج التاريخي والمنهج المقارن، كما لجأت الباحثة إلى مجموعة من أدوات البحث الميداني لجمع المعطيات اللازمة لبحثها وهي تقنيتي الملاحظة والاستمارة نسبة إلى طبيعة المنهج المتبع وحجم العينة طبيعة الموضوع.

انطلقت الباحثة في دراستها من إشكالية مفادها، ما مدى تأثير الهوية الثقافية بالتغيرات الثقافية في المجتمع الجزائري، وواقعها في ظل الأوضاع الراهنة الموسومة بالتحويلات والتغيرات السوسيوثقافية؟ وكانت التساؤلات الفرعية كالتالي:

__ ما مدى تأثير الهوية الثقافية الجزائرية بالتغيرات السوسيوثقافية الراهنة؟

__ ماهي أهم التحويلات الثقافية التي لحقت بهوية المجتمع الجزائري؟

__ وما نوع التأثير الذي ألحقته هذه التغيرات السوسيوثقافية بالهوية الثقافية؟

ومن أهم النتائج التي توصلت إليها الباحثة في دراستها هي: تثبت المبحوثين الجزائريين بالهوية الثقافية من خلال إيمانهم الراسخة بان اللغة العربية هي لسان القرآن فهي متصلة بالمعتقد الديني، وبذلك تشكل مظهرا بارزا من مظاهر الهوية الثقافية وأكثرها تعبيراً.

ووجود ظاهرة الازدواجية اللغوية، بحيث تستعمل اللغة العربية الفصحى في الشؤون الثقافية والعلمية والسياقات الرسمية، أما الدارجة واللغة الفرنسية للاستعمالات اليومية والتخاطب العام.

كما تغيرت بعض عادات الأكل وبعض التقاليد الموروثة الخاصة بالممارسات الغذائية فقط مثل كثرة المطاعم والمحلات التجارية العديد التي تعرض مختلف أنواع المأكولات الأجنبية والاحتكاك الثقافي بمختلف ثقافات الشعوب عبر التطور والتكنولوجيا الاتصال.

توضح لها كذلك تمسك المبحوثين بالأكل التقليدي الجزائري لما له من دلالات رمزية، بالرغم من تبني وانتشار تصرفات وممارسات أكل جديدة غريبة.

الدراسة الثالثة:

للباحث بدر الدين بن بلعباس، "شبيكات التواصل الاجتماعي والهوية لثقافية عند الطلبة الجامعيين الفيسبوك وطلبة جامعة محمد خيضر بسكرة نموذجا"، مذكرة ماجستير في علم الاجتماع، جامعة محمد خيضر بسكرة، 2014م / 2015م.

اعتمد الباحث في دراسته على المنهج الوصفي الذي يهتم بدراسة الظاهرة الاجتماعية كما هي في الواقع، كما اعتمد على مجموعة من أدوات البحث الملاحظة، المقابلة، الاستمارة.

وقد خلصت الدراسة إلى:

__ وجود علاقة بين استخدام الفيسبوك ورؤية الطلبة للعادات الاجتماعية.

__ مناقشة الطلبة مسألة التقاليد على شبكة الفيسبوك.

__ وجود علاقة بين استخدام الطلبة للفيسبوك ومسألة الأعراف الاجتماعية.

__ إثبات وجود علاقة بين استخدام للفيسبوك وبين اللغة المستعملة في نقاشاتهم.

وكخلاصة للنتائج المحصل عليها يمكننا القول بوجود علاقة بين شبكات التواصل الاجتماعي والهوية الثقافية للطلبة الجامعيين.

الدراسة الرابعة:

للباحثة مريم نريمان نومار، "استخدام واقع التواصل الاجتماعي وتأثيره في العلاقات الاجتماعية دراسة عينة من مستخدمي موقع الفيسبوك في الجزائر"، مذكرة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال جامعة الحاج لخضر باتنة، 2011م / 2012م.

اعتمدت الباحثة في دراستها المنهج المسح الوصفي الذي يتناسب مع طبيعة البحث ومتطلباته كما استعانت بأدوات البحث من ملاحظة واستمارة الاستبيان.

انطلقت الباحثة في دراستها من إشكالية مفادها، ما أثر مواقع الشبكات الاجتماعية في العلاقات الاجتماعية؟

ومجموعة من التساؤلات الفرعية:

- ماهي عادات وأنماط استخدام مواقع التواصل الاجتماعي "الفيسبوك" لدى الفرد الجزائري؟
- ماهي الدوافع والحاجات التي تكمن وراء استخدام الجزائري لموقع الفيسبوك؟
- كيف يؤثر استخدام "الفيسبوك" على العلاقات الاجتماعية لدى الفرد الجزائري؟

وخلصت الدراسة إلى بعض النتائج:

على أن المستخدم "الفيسبوك" في الجزائر مستخدم نشط لديه العديد من الحاجات التي يسعى لإشباعها من خلال استخدام للموقع وانتقاله للمحتوى، هذه الحاجات والدوافع تتغير تبعا للعديد من المتغيرات الاجتماعية والنفسية، وحسب نتائج الدراسة تأتي في مقدمة هذه الحاجات الحاجة إلى التواصل وربط علاقات الصداقة، وقد نجح الفيسبوك في تحقيق هذه الحاجة رغم أن استغراق وقت

طويل في استخدام الموقع لإشباعها أدى إلى تأثير متعددة على طبيعة علاقة المتلقي بأسرته ومعارفه في المجتمع الطبيعي وأدى إلى انسحابه الملحوظ من التفاعل الاجتماعي.

2. المقاربة المنهجية للدراسة

1.2 نوع الدراسة، منهجها وطرق جمع بياناتها.

1.1.2 نوع الدراسة:

تندرج دراستنا ضمن الدراسات الوصفية التي تهتم بشرح وتفسير الأحداث والمواقف المختلفة المعبرة عن ظاهرة أو مجموعة ظواهر ومحاولة تحليل الواقع الذي تدور عليه تلك الأحداث والوقائع ومعرفة أسباب وقوعها وإعطاء تفسيرات قصد الوصول إلى استنتاجات منطقية مفيدة تتسم في حل المشكلات وبناء على الإشكالية التي تم تحديدها والتي تتناول كيفية مساهمة استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الهوية الثقافية لدى الشباب بمدينة بسكرة، وعليه فإن منهج المسح الاجتماعي هو الأنسب لدراسة الظواهر الاجتماعية والإنسانية.

2.1.2 منهج الدراسة:

عند القيام بأية دراسة علمية يجب إتباع منهج معين يتناسب مع موضوع الدراسة التي سنتطرق لها، ولقد اعتدنا في لدراستنا على **منهج المسح الاجتماعي**.

المنهج المسحي الاجتماعي:

يعد منهج المسح الاجتماعي محاولة عملية منظمة لوصف وتحليل وتفسير الوضع لجماعة أو نظام ما أو بيئة معينة وتعتبر الدراسات المسحية الاجتماعية ذات فائدة كبيرة عن طريق الحقائق التي يجمعها الباحث عن الظاهرة وتحليل بها وتفسيرها، يمكن الوصول إلى تعليمات بشأنها، كما انه يستفاد منها في عمليات التخطيط القومي ودراسة المشكلات الاجتماعية القائمة وتحديد مدى تأثيرها على المجتمع وكذلك تقدير الموارد والإمكانيات المتوفرة، والتي يمكن استخدامها لعلاج المشكلات ثم وضع الحلول المناسبة لها، بالإضافة إلى ذلك فانه يستفاد من المسح الاجتماعي في قياس الاتجاهات الرأي العام.

ويعرف على انه: هو الطريقة لجمع البيانات من إعداد كبيرة من المبحوثين عن طريق الاتصال بمفردات البحث سواء كان الاتصال مباشرة أو وجها لوجه عبر الهاتف أو بريد ما من خلال استمارات تحتوي على أسئلة مقننة.¹

فالقيايم بجمع وجرّد كل المعلومات المتعلقة بالموضوع، وكذا تشخيص مؤشرات الدراسة، استلزام استخدام "المنهج المسحي" الذي يعني الظاهرة المدروسة، ومن خلال العناصر المكونة لها والعلاقة السائدة داخلها كما هي في الحيز الواقعي وضمن ظروفها الطبيعية غير المصطنعة، من خلال جمع المعلومات والبيانات المحققة لذلك.²

3.1.2 أدوات جمع بيانات الدراسة:

هناك أدوات كثيرة لجمع مختلف المعلومات في البحث، فيمكن إن نميز بينها على أساس ما تعتمد عليه كل منها في عملية جمع البيانات.

فاعتبار إن الأداة هي الوسيلة المستخدمة في جمع البيانات فان هذه الدراسة ستحاول بقدر الإمكان جمع المعلومات المتنوعة باستعمال أداة "استمارة الاستبيان".

الاستبانة: هي عبارة عن مجموعة من الأسئلة المكتوبة بقصد الحصول على معلومات أو آراء المبحوثين حول ظاهرة أو موقف معين. وتعد الاستبانة من أكثر الأدوات المستخدمة في جميع البيانات الخاصة بالعلوم الاجتماعية التي تتطلب الحصول على معلومات أو معتقدات أو تصورات أو آراء الأفراد. ومن أهم ما يميز الاستبانة به هو توفير الكثير من الوقت والجهد على الباحث.³

¹ عمار مصباح، منهجية البحث في العلوم السياسية والإعلام، الطبعة الثانية، ديوان المطبوعات الجامعية الجزائر، 2010م، ص 51.

² مرسلّي أحمد، مناهج البحث في علوم الإعلام والاتصال، الطبعة الثانية، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2005م، ص 286.

³ عبيدات محمد وآخرون، منهجية البحث العلمي "القواعد والمراحل والتطبيقات"، الطبعة الثانية، دار وائل للنشر والطباعة، عمان، 1999م، ص 23.

حيث تم تقسيم الاستمارة إلى أربع محاور:

- المحور الأول: أنماط استخدام الشباب لشبكات التواصل الاجتماعي.
 - المحور الثاني: دوافع استخدام الشباب لشبكات التواصل الاجتماعي.
 - المحور الثالث: اعتماد الشباب على شبكات التواصل الاجتماعي في التزود بالمعلومات الثقافية.
 - المحور الرابع: تمثلات الشباب للهوية الرقمية من خلال استخدام شبكات التواصل الاجتماعي.
- ووزعت الاستمارة على عينة كرة الثلج تمثلت في 50 شاب بمدينة بسكرة شملت جميع النواحي شرق، غرب، شمال، جنوب ووسط بالمدينة، تمثلت في 10 استمارات مقسمة 5 ذكور و5 إناث على جميع النواحي.

وقد تم عرض الاستبانة على مجموعة من الأساتذة المحكمين، وهم أساتذة جامعيين لديهم خبرة في ميدان البحث العلمي، تم تسليم الاستمارة لكل من الدكتور جفافة داود، والدكتور عبادة هشام والأستاذة سراي سعاد، والأستاذ عياد محمود.

وبعد تحكيم الاستمارة أعيدت صياغتها بناء على ملاحظات المحكمين.

2.2 مجتمع الدراسة والعينة:

1.2.2 تحديد مجتمع الدراسة:

يقصد بمجتمع البحث " جمع مفردات الظاهرة التي يدرسها الباحث ¹ ، ومنظرة إحصائية يعرف بأنه " مجموعة الوحدات الإحصائية المعرفة بصورة واضحة، والتي يراد منها الحصول على بيانات" ² . ومجتمع البحث في دراستنا هو الشباب المستخدم لشبكات التواصل الاجتماعي بمدينة بسكرة.

¹ مرسلي أحمد، مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2003م، ص 166.

² رحيم يونس كرو العزاوي، مقدمة في مناهج البحث العلمي، دار دجلة، الأردن، 2007م، ص 16.

2.2.2 العينة وطريقة اختيارها:

هي جزء من المجتمع الذي تجرى عليه الدراسة يختارها لإجراء دراسته على وفق قواعد خاصة لكي تمثل المجتمع تمثيلا خاصا.

وتعرف أيضا على أنها نموذج يشمل 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.¹

واخترنا في دراستنا هذه عينة تتكون من 50 مفردة من شباب مدينة بسكرة المستخدمين لشبكات التواصل الاجتماعي.

خصائص العينة:

جدول رقم 1 : يوضح تصنيف المبحوثين حسب النوع.

| النسبة المئوية | التكرار | |
|----------------|---------|------|
| 50% | 25 | ذكر |
| 50% | 25 | أنثى |

يتضح من خلال الجدول أعلاه أن النسبة متساوية في كل من فئة الإناث والذكور المقدره بـ 50% من العدد الإجمالي للعينة.

واخترنا في دراستنا هذه عينة تتكون من 50 مفردة من شباب مدينة بسكرة المستخدمين لشبكات التواصل الاجتماعي.

¹ المرجع نفسه، أحمد، مرسل، ص161.

جدول رقم 2 : يوضح تصنيف المبحوثين حسب المستوى الدراسي.

| النسبة المئوية | التكرار | |
|----------------|---------|---------|
| 2% | 1 | ابتدائي |
| 10% | 5 | متوسط |
| 44% | 22 | ثانوي |
| 44% | 22 | جامعي |

يتضح من خلال الجدول أعلاه أن النسبة للمستوى الثانوي والجامعي كانت بالتساوي بـ 44% وكانت نسبة مستوى المتوسط بـ 10%، من العدد الإجمالي للعينة.

كما اعتمدنا على عينة كرة الثلج.

عينة كرة الثلج:

وتعرف أحيانا بعينة الشبكة أو عينة السلسلة، وتستخدم في البحوث النوعية. والتكنيك الذي يستخدم في اختيار العينة هو مقابلة الأشخاص. وبعد انتهاء المقابلة يسأل الباحث كل من اشترك فيها أن يذكر أسماء أشخاص آخرين لديهم نفس المعايير والذين يرغبون بالمشاركة بالدراسة. ومصطلح كرة الثلج يشير إلى تراكم المشاركين في الدراسة.¹

3. المقاربة النظرية للدراسة:

1.3 خلفية معرفية للنظرية، فروضها والاسقاط النظري لها:

1.1.3 الخلفية المعرفية لنظرية "الاستخدامات والاشباع":

ظهرت هذه النظرية أول مرة بطريقة كاملة في كتاب استخدام وسائل الاتصال الجماهيري تأليف "كاتز وزملائه"، ودارا هذا الكتاب حول فكرة أساسية مؤداها أنها تصون الوظائف التي تقوم بها وسائل الإعلام ومحتواها من جانب ودوافع الفرد من التعرض إليها من جانب آخر. ولقد مرت هذه النظرية

¹ منذر الضامن، أساسيات البحث العلمي، الطبعة الأولى، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، 2007م، ص 171-172.

بمراحل ثلاث في تطورها، الأولى في الأربعينات والخمسينات ركزت على مصير الأنشطة التي تمارسها وسائل الإعلام والوظائف التي تقدمها، ثم كانت المرحلة الثانية التي بدأت من الستينات وركزت على تحليل الوظيفي، أما المرحلة الثالثة بدأت من السبعينات أين أكدت أن الجمهور ليس سلبياً وإنما هو جمهور نشط له دوافعه.¹

يشير مفهوم الاستخدام حسب برونكس إلى معنى ماذا يفعل الناس بالأدوات أو الأشياء التقنية كما أن مفهوم الاستخدام يميل بدوره إلى مسألة التملك الاجتماعي للتكنولوجيا، علاقة الأفراد بالأشياء التقنية وبمحتوياتها أيضاً. ومن جانب آخر، فإن الاستخدامات الاجتماعية هي أنماط من الاستعمالات تبرز بشكل متكرر وفي صيغة عادية اجتماعية مندمجة على نحو كاف في يوميات المستخدمين كي تكون قادرة على المقاومة كممارسات خصوصية.²

إذن فنظرية الاستخدامات الإشباعية تهتم بدراسة الاتصال الجماهيري دراسة وظيفية منظمة وتعني هذه النظرية بالخصار: تعرض الجمهور لمواد إعلامية لإشباع رغبات كامنة معينة لدوافع الحاجات الفردية، وكل ما تحققه المادة المقدمة عبر وسيلة معينة من استجابة جزئية أو كلية لمتطلبات وحاجيات ودوافع الفرد الذي يستخدمه هذه الوسيلة ويتعرض لتلك المادة لتحقيق الحاجة التي تعد حالة من الرضا والإشباع.

وتشير هذه النظرية إلى أن الجمهور لديه دوافع تشد إليها سلوكه الاتصالي، وفي عاداته مع وسائل الإعلام، ويؤكد هذا المدخل على أن الجمهور حين يتعرض لوسائل الإعلام فهو يسعى إلى تحقيق إشباع محددة، وهي رؤية تفترض أن يتحول السؤال إلى "ماذا يفعل الجمهور بوسائل الإعلام؟" وبعدها كان في السابق متمحوراً حول "ماذا تفعل وسائل الإعلام بالجمهور؟".³

¹ محمود حسن إسماعيل، مبادئ علم الاتصال ونظريات التأثير، الدار العلمية للنشر والتوزيع، مصر، 2003م، ص 252.

² محمد عاكف غيث، قاموس علم الاجتماع، مطابع الهيئة المصرية العامة للكتاب، الإسكندرية، 1989م، ص 499.

³ حسن عماد مكايي وليلي حسن السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة، ط2، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 2001م، ص 246-247.

وعليه فإن نظرية الاستخدامات والإشباعات تحقق لنا معرفة كيفية استخدام الأفراد لوسائل الإعلام لإشباع احتياجاتهم، كما أنها توضح دوافع التعرض وأمطه، وهذا ما يساعدنا في فهم أهمية ومعنى استخدام وسيلة الاتصال.

2.1.3 فروض النظرية:

- إن أعضاء الجمهور مشاركون فاعلون في عملية الاتصال الجماهيري ويستخدمون وسائل الاتصال لتحقيق أهداف مقصودة تلي توقعاتهم.
- يعتبر استخدام وسائل الاتصال عن الحاجات التي يدركها أعضاء الجمهور وتحكم في ذلك عوامل الفروق الفردية وعوامل التفاعل الاجتماعي وتنوع الحاجات.
- التأكيد على أن الجمهور هو الذي يختار الرسائل والمضمون الذي يشبع حاجاته، فالأفراد هم الذين يستخدمون الوسائل وليست الوسائل هي التي تستخدمهم.
- يستطيع أفراد الجمهور دائما تحديد احتياجاتهم ودوافعهم وبالتالي يختارون الوسائل التي تتبع تلك الاحتياجات.
- يمكن الاستدلال على المعايير الثقافية السائدة من خلال استخدامات الجمهور لوسائل الاتصال وليس من خلال محتوى الرسائل فقط.¹

وبناء على ذلك تحقق نظرية الاستخدامات والإشباعات ثلاثة أهداف رئيسية هي:

1. محاولة تحديد كيفية استخدام الأفراد لوسائل الإعلام، وذلك بالنظر إلى الجمهور النشط الذي يستطيع أن يختار ويستخدم الوسائل والمضامين التي تشبع احتياجاته.
2. شرح دوافع التعرض لوسائل الإعلام والإشباعات المتحقق من هذا التعرض.
3. التأكد على نتائج استخدام وسائل الإعلام بهدف فهم عملية الاتصال الجماهيري.²

¹ عبد الحافظ عواجي صلوي، نظريات التأثير الاعلامية، ورقة بحثية تم إعدادها بتاريخ 25-06-2003م، ص9.

² مرزوق عبد الحكم العادلي، الإعلانات الصحفية دراسة في الاستخدامات والإشباعات، دار الفجر، القاهرة، 2004م، ص 126.

3.1.3 الإسقاط النظري لنظرية الاستخدامات والإشباعات:

تم توظيف نظرية الاستخدامات والإشباعات كنظرية جزئية تسهل عملية الضبط والتحكم في مختلف خطوات الدراسة الموسومة ب الهوية الثقافية لدى الشباب الجزائري في ظل البيئة الرقمية أي الشاب المستخدم لشبكات التواصل الاجتماعي في عصر العولمة الإعلامية حيث أن:

- هذه النظرية تعد من أفضل النظريات التي درست العلاقة بين الجمهور المستخدم لوسائل الإعلام وبين مضمون تلك الوسائل، وهو ما يسمى بعلاقات الاستخدام، لأن الشاب يتعرض لمحتويات متعددة ومتنوعة يطرحها الفيسبوك مما يؤثر على ثقافته وعاداته وتقاليده، لأن هذه المحتويات تصمم له في الأصل، وكذلك يمكن أن تؤثر على عقله وجسمه ونفسيته خاصة مع تطوير استخدام المواقع الاجتماعية.
- ساعدتنا نظرية الاستخدامات والإشباعات في تجسيد دوافع تعرض الشباب لشبكات التواصل الاجتماعي ومدى إشباع هذه الشبكات لحاجات الشباب المتنوعة، لأن هذه الشبكات أصبحت الأكثر استخداما في أوساط الشباب الجزائري.

4.1.3 مفاهيم الدراسة:

الهوية الثقافية:

هي ذلك المركب المتجانس والتصورات والقيم والرموز والتعبيرات والتطلعات التي تحتفظ لجماعة بشرية بهويتها الحضارية في إطار ما تعرفه من تطورات بفعل ديناميكيتها الداخلية وقابليتها للتواصل والأخذ والعطاء، وهي بعبارة أخرى المعبر الأصيل عن الخصوصية التاريخية لأمة من الأمم عن نظرة هذه الأمة إلى الكون والحياة والموت والإنسان ومهامه وقدراته وحدوده، وما ينبغي وما لا ينبغي أن يأمل.¹

¹ شرقي رحيمة، الهوية الثقافية الجزائرية وتحديات العولمة، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، العدد الحادي عشر / جوان، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، (الجزائر)، ص 26.

هي كل أنواع السلوك الإنساني الذي يسود في مجتمع ما، وهذا السلوك يميزه عن المجتمعات الأخرى، وكذلك أنماط التفكير الذي يغني هذا الإرث الثقافي، بما يعزز ارتباط الأبناء بالمجتمع الذي ينتمون إليه، ويشهد أزرهم إلى بعضهم بعضاً، ويصل بهم إلى وحدة مصيرهم ومشاعرهم وهمومهم وقراراتهم مقابل الأمم الأخرى.¹

التعريف الاجرائي:

نقصد بالهوية الثقافية التفرد الثقافي بكل ما تتضمنه معنى الثقافة من عادات وأنماط وسلوك والقيم ونظرة للكون، بمعنى أن الهوية الثقافية هي كل ما يميز امة عن امة بكل ما تحمله من قيم وعادات وسلوكيات.

الشباب:

لغة: يعرف الشباب في اللغة على انه الحداثة والشباب هو الغلام من سن البلوغ إلى سن الثلاثين.²

اصطلاحا:

ومعنى الشباب في معجم الوسيط هو من أدرك سن البلوغ إلى سن الرجولة والشباب هو الحداثة.³ إن الاختلاف في مفهوم الشباب بين البلدان والذي ينعكس بوضوح في المعاني المختلفة المقدمة عن هذا المصطلح في مجال الدراسات والبحوث الجارية وهو ما جعل الباحثين في مختلف دول العالم شريحة الشباب يعرفون الشباب بفئات عمرية مختلفة.⁴

¹ البهنسي، عفيف، الهوية الثقافية بين العالمية والعمولة، الهيئة العامة السورية للكتاب، سوريا، 2009م، ص 27.

² علي بن هادية وآخرون، القاموس الجديد للطلاب معجم عربي مدرسي، ط4، الشركة الوطنية للتوزيع، الجزائر، 1983م، ص 29.

³ معجم الوسيط، الجزء الأول، المكتبة الإسلامية للطباعة والنشر والتوزيع، تركيا، ص 470.

⁴ قيدوم فلة، "أثر استخدام الانترنت لدى الشباب الجامعي"، رسالة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال غير منشورة جامعة الجزائر، الجزائر، 2009م، ص 5.

التعريف الإجرائي:

نقصد بالشباب هنا؛ الشباب المستخدمين لشبكات التواصل الاجتماعي بمدينة بسكرة.

البيئة الرقمية:

البيئة الرقمية والتي يطلق عليها البعض بالبيئة التكنولوجية، بأنها مجموعة من العناصر المتفاوتة المهام والاختصاصات والدرجات الوظيفية والقناعات والكفاءات العلمية المتفاعلة فيما بينها وفق منظومة الانجاز مهام محددة، بعبارات أخرى فان البيئة الرقمية هي نتيجة لتطبيقات التكنولوجية المختلفة في المؤسسات، وتفاعل الإنسان ومدى تقبله للتغيرات التكنولوجية الجديدة.¹

شبكات التواصل الاجتماعي:

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، بحيث يتم إيصال هذه العقد بأنواع مختلفة من العلاقات كتشجيع فريق معين أو انتماء 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.²

كما " أنها مجموعة من المواقع على شبكة الانترنت ظهرت مع الجيل الثاني للويب، تتيح التواصل بين الأفراد في بنية مجتمع افتراضي يجمع بين أفرادها اهتمام مشترك أو شبه انتماء ممثل في: بلد، مدرسة، جامعة، شركة... الخ، حيث تبادل الرسائل أو الاطلاع على الملفات الشخصية فيم بينهم، ومعرفة كل ما ينشرونه من أخبار كوسيلة التواصل بينهم، وهي وسيلة فعالة للتواصل

¹ قندلجي عامر وآخرون، حوسبة (امتة) المكتبات، دار المسيرة، عمان، 2004م، ص 144.

² محمد منصور، تأثير شبكات التواصل على الجمهور المتلقين، الأكاديمية العربية المفتوحة، الدنمارك، 2012م، ص 222.

الاجتماعي بين الأفراد سواء كانوا أصدقاء نعرفهم في الواقع أو أفراد نتعرف عليهم من خلال السياقات الافتراضية.¹

التعريف الإجرائي:

هي مواقع للدردشة وللتعرف على الأشخاص من مختلف الجنسيات، كما أنها منعرج مهم في توجهات الشباب إذا أصبحوا يتبادلون وجهات النظر الثقافية والأدبية والسياسية.

¹ خالد وليد محمود، شبكات التواصل الاجتماعي وديناميكية التغيير في العالم العربي، ط1، مدارك للنشر، بيروت، 2011م، ص 88.

الجانب النظري

الفصل الثاني

الأبعاد المعرفية للهوية الثقافية وتحديات العولمة

تمهيد:

يعتبر مفهوم الهوية الثقافية واحداً من أكثر المفاهيم المطروحة جدلاً وإثارة للنقاش ما يحتويه من دلالات فكرية وعمق داخل المجتمع، وما حضي به من اهتمام أكاديمي كبير بل وتعداه في ظل العولمة الحديثة ليكون محور الصراع بين الشرق والغرب الشمال والجنوب، ولأنه من المفاهيم الحيوية والمرنة والمعقدة كذلك فقد ارتأينا التعامل معه بحذر من خلال تقسيمه بداية إلى الهوية، الثقافة، الهوية الثقافية فالدلالة الواقعية لانعكاسات الهوية الثقافية على الراهن باتت تتسم بالكثير من الاضطرابات، وشابها الغموض فاختلطت معالمها بغيرها من المفاهيم وبات من الصعب جدا التسليم بمعنى دون آخر هذا التعقيد نتج جراء تسارع المجتمعات وتسبقها نحو توفير واقتناء التكنولوجيا في مختلف الميادين التي اعتبرت آلية لتحقيق الرفاهية، غير أن هذه التقنيات الحديثة انعكست في الواقع الحقيقي على المجتمعات الإنسانية وأصبحت أكثر برودة وتبلدت العلاقات الاجتماعية وظهرت إلى السطح من الآفات الاجتماعية والتعقيدات التي لم توجد لها تبريرات منطقية خارج هذه الدائرة، عن علاقتها الحقيقية مع محيطها، عما يميزها وعمدت إلى الغوص في أعماق هويتها لإبراز ما تراه هي خصوصية تميزها دوناً عن غيرها مستعرضة ماضي أجدادها الأوائل بعاداتهم وتقاليدهم ولغتهم وتاريخهم وعقيدتهم وما كان يميزهم، وقد حاولنا في هذا الفصل أن نحيط بما يسهم في توضيح المراد من المفاهيم الثلاثة الهوية والثقافة والهوية الثقافية خدمة لأهداف البحث.

1-1 مدخل مفاهيمي إلى الهوية والثقافة:

لكل شيء في الكون هوية دالة على وجوده وميزة له عن باقي الموجودات، وهناك هويات متجددة وأخرى ثابتة وتعتبر الهوية العرقية المشكل الأول للهوية الإنسانية ويحملها الإنسان قسرا دون اختيار مسبق منه، وهي غير قابلة للتغيير على المستوى الجيني مع قابلية تغييرها والتخلي عنها في الأوراق الثبوتية التي يختارها الفرد للتعبير عن نفسه كما يمكن التخلي عنها من خلال المظهر الثقافي والذي يعكس الانتماء لهذه الهوية.

1-1-1 الهوية:

تعد الهوية من المفاهيم التي تمخضت بشأنها المقاربات والدراسات، وهو أمر يعود إلى تناثر هذا المفهوم على ضفاف تخصصات عدة داخل حقل العلوم الإنسانية.

لغة:

يقابل مصطلح الهوية العربي كلمة Identity في الإنكليزية، Iidentité في الفرنسية وهو الأصل يعني الشيء نفسه، أو الشيء الذي هو ما هو عليه، له الطبيعة نفسها لا للشيء الآخر¹ وتعني بأنها حقيقة الشيء من حيث تميزها من غيرها وتسمى أيضا هوية الذات، ولغويا فان المعاجم العربية كالمصباح المنير والقاموس المحيط، ولسان العرب تخلو من هذا المصطلح الحديث إذ لا يتجاوز كونها مستقاة من الفعل "هوى" أي سقط من عل أو يكون معناها البئر العقر، وان لفظ "هوية" مصدر صناعي مركب من "هو" ضمير المفرد الغائب المعرف بأداة التعريف "أل" ومن اللاحقة المتمثلة في ال "ي" المشددة وعلامة التأنيث "ة" أي التماثل.²

أيضا كلمة الهوية جاءت من: هوى الشيء هويا أي من علو إلى أسفل.

¹ عفيف البوني، في الهوية القومية العربية، مجلة المستقبل العربي، العدد 57، بيروت، مركز دراسات الوحدة العربية، فيفري 1984م، ص5.

² معجم اللغة العربية، المعجم الوجيز، الهيئة العامة لشؤون المطابع الأميرية، القاهرة، 2000م، ص85.

- وهوى فلان فلانا أي أحبه ويأتي منها هوية.

- وأهوى فلانا بيده الشيء أي مدها.

- وأهوى الشيء أي ألقاه.

أما الهوية فهي الذات والهوية هي بطاقة تثبيت فيها اسم الشخص وجنسيته ومولده، وهي تطلق على البطاقة الشخصية أو جواز سفره.¹

اصطلاحاً:

تعرف الهوية اصطلاحاً بأنها "كيان يجمع بين انتماءات متكاملة، وهوية المجتمع تمنح أفرادها مشاعر الأمن والاستقرار والطمأنينة، فالهوية القومية تمنح أبناء الأمة الشعور بالثقة والأمن والاستقرار وفي الوقت الذي يكون فيه المجتمع متعددًا بانتماءات وفئات وجماعات عرقية أو دينية أو اجتماعية أو سياسية، يتوجب على السياسيين العمل على دمج هذه الانتماءات المتنوعة من أجل الوصول إلى هوية مشتركة تمثل مصالح الجماعة بانتماءاتها الطبيعية المختلفة"، فالهوية المشتركة لا تعني بالضرورة إزالة الانتماءات الفرعية بقدر ما تعني ضمان عدم التضارب بين الهوية المشتركة والهوية الفردية.²

إما عن آراء المفكرين حول مفهوم الهوية فيلاحظ أن الأمر لا يختلف كثيراً وإن كان يتصف بأنه أكثر تحديداً، لأنه يرتبط بالبعد الثقافي أو الاجتماعي للمصطلح وعليه:

فتعرف الهوية على أنها: "مجموعة المميزات الجسمية والنفسية والمعنوية والقانونية والاجتماعية والثقافية التي يستطيع الفرد من خلالها أن يعرف نفسه للآخرين وإن يتعرف الناس عليه، أو المميزات التي من خلالها إن يعرف نفسه للآخرين وإن يتعرف الناس عليه، أو المميزات التي من خلالها يشعر

¹ Zaki. A. Badawi, *A Dictionary of The Social Sciences*, Beirut, Librairie du Liban, 1978, p206.

² علي سعيد إسماعيل، الهوية والتعليم، عالم الكتب، القاهرة، 2005م، ص23.

الفرد بأنه كانسان له جملة من الأدوار والوظائف التي من خلالها يشعر أيضا بأنه مقبول ومعترف به كما هو من طرف جماعته أو الثقافة التي ينتمي إليها".¹

تعد الهوية من أهم السمات المميزة للمجتمع، فهي التي تجسد الطموحات المستقبلية في المجتمع وتبرز معالم التطور في سلوك الأفراد وإنجازاتهم في المجالات المختلفة، بل تنطوي على المبادئ والقيم التي تدفع الإنسان إلى تحقيق غايات معينة لما لها من أهمية في تشكيل الشخصية الفردية والمجتمعية.²

كما يرى كل من "هانس بيتر مارتن" و"هارولد شومان" بان الهوية: "هي كل ما يشخص الذات ويميزها، فالهوية في الأساس تعني التفرد، والهوية هي السمة الجوهرية العامة لثقافة من الثقافات، فالهوية ليست منظومة جاهزة ونهائية، وإنما هي مشروع مفتوح على المستقبل، أي أنها مشروع متشابك من الواقع والتاريخ لذلك فان الوظيفة التلقائية للهوية هي حماية الذات الفردية الجماعية من عوامل التعرية والدوبان".

أن هذا التصور الوظيفي لمفهوم الهوية يجعلنا نميز بين تأويلين لمعنى الهوية:

التصور الستاتيكي أو الماهوي للهوية:

والذي يرى أن الهوية عبارة عن شيء اكتمل وانتهى وتحقق في الماضي، في فترة زمنية معينة أو نموذج اجتماعي معين، وان الحاضر ما هو إلا محاولة إدراك هذا المثال وتحقيقه.

التصور التاريخي والديناميكي للهوية:

الذي يرى إن الهوية شيء يتم اكتسابه وتعديله باستمرار، وليس أبدا ماهية ثابتة، أي أن الهوية قابلة للتحويل والتطور، وذلك لأن تاريخ أي شعب هو تاريخ متجدد وملئ بالأحداث والتجارب فان الهوية في صورتها الأصلية تتغير باستمرار وتكتسب سمات جديدة وتلفظ أخرى

¹ مسلم محمد، خصوصيات هوية وتحديات العولمة، ط1، دار قرطبة للنشر والتوزيع، الجزائر، 2004م، ص10.

² محمد أمين العالم، الفكر العربي بين الخصوصية والكونية، دار المستقبل العربي، القاهرة، 1996م، ص19.

وهذا يعني أن الهوية شيء ديناميكي، وهو سلسلة عمليات متتابعة كما أنها تتحول مع الزمن فهي ديناميكية وهي ترتبط بالأثر الذي تتركه الحضارة عبر التاريخ، ويمكن النظر إلى الهوية في صورتها الديناميكية على إنها مجموعة من المقررات الجماعية التي يتبناها مجتمع ما، في زمن محدد للتعبير عن القيم الجوهرية (العقائدية) والاجتماعية والجمالية والاقتصادية والتكنولوجية والتي تشكل في مجموعها صورة متكاملة تتغير عن ثقافة هذا المجتمع وأي تهديد لكل أو احد من هذه القيم، يجابهه خط الدفاع العفوي أو المقاومة الثقافية، الذي يعمل حافظا لهذه القيم من التصدع والانبهار أو التلاشي ويتولى خط الدفاع مهمة تكييف العناصر المهددة لنواة الثقافة، وتكييف بعض العناصر المشككة لنواة الثقافة بما يضمن حفظ جوهرها لتشكيل الصورة الاجتماعية للهوية المرغوب فيها.¹

1-1-2 الثقافة:

لغة: قالوا: ثقف الشيء، وثقف الرجل ثقافة، أي صار حاذقا.²

ويعرف معجم اللغة العربية كلمة الثقافة ب: أصل الكلمة "الثقاف" وهي التي كان يستعملها صانعوا الرماح في تسويتها، ويال أصبح الرمح مثقفا إذا كان حادا كما يقال ثقف الشيء إذا أقام العوج منه أو سواه، وهي إشارة صريحة إلى إن الثقافة تلعب دورا بالغ الأهمية في ضبط المعارف والمفاهيم بدقة هذا الضبط يشكل تراكما للمصطلحات والأفكار كما المعاني حول الظواهر والمواقف المحيطة بالفرد أو المجتمع.³

¹ هانس بيتر مارتن و هارالد شومان، فح العولمة، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، الكويت، 1990م، ص 15-20.

² ابن منظور، لسان العرب، المجلد الأول، ط1، دار صادر بيروت، 1999، ص684.

³ مجمع اللغة العربية، معجم الوسيط، المنوفية، مكتبة صحوة، الجزء الأول، ص 98.

كما تحمل كلمة "ثقف" معاني الفطنة والذكاء وتعني تهذيب وتقويم وتسوية من بعد اعوجاج ويقال فلان ثقف أي ذو فطنة وذكاء، وقد جاء في الخطة الشاملة العربية أن الثقافة بالمعنى العربي الأصيل للكلمة تعني: "سرعة التعليم والحذق والفطنة وثبات المعرفة بما يحتاج المرء إليه".¹

وتجدر الإشارة إلى إن الدراسات التاريخية للأدب العربي قد أفضت إلى عدم ورود كلمة "ثقافة" في اللغة الأدبية أو الرسمية أو الإدارية للعصرين العباسي والأموي²، وحتى في اللغات ذات الأصل اللاتيني ظلت كلمة "Culture" حتى بدايات القرن السابع عشر تطلق فقط على الأشغال الفلاحية.

إذ ما استثنينا الاستخدام المجازي للكلمة، حين أطلق "شيشرون" على الفلسفة تعبير زراعة العقل وفي عصر النهضة اقتصر مفهوم "Culture" على أبعاده الفنية والأدبية المقترنة بالتربية والإبداع والتعليم غير أن ملامحه المفهوماتية بدأت بالارتسام مع تطور المدرسة الأنثروبولوجية، ليقف موقف النقيض - بداية - من مفهوم الطبيعة، ويشمل كل فعالية للإنسان تميزه عن أفعال الطبيعة، حيث اعتبرت كمشايط ذهني أو مادي يقام به للتصدي للطبيعة، ورفض للتقبل السلبي لظواهرها، إلى أن قدم الأنثروبولوجي البريطاني "تايلور" في كتابه الثقافة البدائية سنة 1971م أول تعريف شامل للثقافة حين رأى بأنها: "مركب يشمل المعارف والمعتقدات والفن والعادات وكل التقاليد والإجراءات التي اكتسبها الإنسان كعضو ينتمي إلى مجتمع معين".³

اصطلاحاً: الثقافة مجموع العادات والأوضاع الاجتماعية والقيم الشائعة في مجتمع معين ونحوها

مما يتصل بطريقة حياة الناس. إذ دل "الثقافة" على معنى الحضاري كان له وجهات ذاتي وهو ثقافة العقل، ووجه موضوعي وهو مجموع العادات والأوضاع الاجتماعية.⁴

¹ حسن عبد الله العايد، أثر العولمة في الثقافة العربية، دار النهضة العربية، بيروت، ص20.

² أحمد محمد الاصبغي، أوراق في المشروع العربي، دار البشير، عمان، 1996م، ص15.

³ عزي عبد الرحمان، دراسات في نظرية الاتصال، نحو فهم إعلامي متميز، ط1، مركز دراسات الوحدة العربية، سلسلة كتب المستقبل، العدد 28، بيروت، 2003م، ص106.

⁴ المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم، المعجم العربي الأساسي، لاروس، ط1، باريس - تونس، 1989م، ص214.

إن ظهور مفهوم الثقافة مفهوم علمي في اللغة الانجلوسكسونية يعود تاريخه التقليدي إلى عام 1871، أي السنة التي ظهر فيها كتاب "ايدموند تايلور" "الثقافة البدائية" في مطلع الكتاب يقترح المؤلف لكلمة ثقافة أو حضارة تعريف جديد في طريقه إلى أن يصبح كلاسيكي.

والذي يعتبره الكثير ورغم بساطته، أو في تعريف للثقافة حتى الآن: وهكذا يعرف "تايلور" الثقافة بقوله: " الثقافة، أو الحضارة، بمعناها الاثنوغرافي الواسع هي ذلك الكل المركب الذي يشمل المعرفة والعقائد والفن والأخلاق والقانون والعرف وكل القدرات والعادات الأخرى، التي يكتسبها الإنسان من حيث هو عضو في المجتمع".¹

أما عند العرب فقد عرفها المفكر الجزائري "مالك بن نبي" بنها: "مجموعة من الصفات الخلقية والقيم الاجتماعية التي تؤثر في الفرد منذ ولادته وتصبح لا شعوريا العلاقة التي تربط سلوكه بأسلوب الحياة في الوسط الذي ولد فيه، فهي إذا المحيط الذي يشكل فيه الفرد طباعه وشخصيته".²

الثقافة من حيث النوع قد تكون علمية تقنية أو تكون أدبية إنسانية، فالثقافة التقنية علمية بطبيعتها لأنها مرتبطة بالعقل، وكذلك أداة الثقافة أي تطور الأداة فهي وسائل المدنية، إما الثقافة الإنسانية التي تقوم على العطاء الحضاري وتطور الإنسان نفسه فإنها من الأمور القومية التي لا يمكن تعميمها ولا يسمح يهدر هويتها، لأنها مرتبطة عضويا بالتاريخ والطبيعة، وليس بالعرض والعقل.

إن الثقافة الإنسانية هي ثقافة أصيلة مستمرة ضمن السياق القومي، إما الثقافة التقنية فهي ثقافة متبادلة متحولة ضمن السياق العالمي.³

¹ أحمد أبو زيد، الحضارة بين علماء الانثروبولوجيا والاركيولوجيا، عالم الفكر، المجلد الخامس عشر، عدد الثالث، أكتوبر-نوفمبر-ديسمبر، الكويت 1984م، ص 733-734.

² مالك بن نبي، مشكلات الحضارة، مشكلة الثقافة، ط4، دار الفكر، دمشق، 1984م، ص 26.

³ عفيف البهنسي، الهوية الثقافية بين العالمية والعولمة، ط1، الهيئة العامة السورية للكتاب، دمشق، 2009م، ص 80-81.

وفي كتاب المسألة الثقافية يرى محمد عابد الجابري إن الثقافة هي: "ذلك المعبر الأصيل عن الخصوصية التاريخية لأمة من الأمم، عن نظرة هذه الأمة إلى الكون والحياة والموت والإنسان ومهامه وقدراته وحدوده وما ينبغي أن يأمل...، وهكذا فبالثقافة وفيها يدخل الفرد البشري حق في البعد الإنساني للحياة ويسمو عما فيه من مقومات بيولوجية محضة، وبالثقافة تتخذ شكلا خاصا فهي التي تعطيه الجذور وهي التي تموضعه في المكان والزمان وتجعله حاملا للتراث، وهي التي تنتج أمامه إمكانيات وأفاق خاصة يستطيع بها التعرف إلى العالم والالتحاق به.¹

كما عرفت الثقافة باعتبارها طريقة كاملة للحياة لدى مجتمع معين، حيث يتم تعلمها وتقاسمها بين أفراد المجتمع. غير أن مفهوم الثقافة هو من المفاهيم المعقدة. فمثلا "ريموند وليم" أحد أهم المنظرين في الثقافة في الكتابة (keyword) يرى أن الثقافة تعد واحدة من أكثر المفردات تعقيدا في اللغة الإنجليزية، فكلمة ثقافة استعملت بطرق مختلفة سواء من جانب علماء الاجتماع أو في الأحاديث اليومية، وفي جميع الطرق التي استعملت فيها الثقافة تلميحا أو تصريحاً جرى التعامل معها كشيء مغاير للطبيعة. فالأشياء التي يصنعها الإنسان، ويمارسها هي معطيات ثقافية بينما الأشياء التي توجد أو تحدث بدون تدخل الإنسان تعتبر جزء من عالم الطبيعة فالثقافية بهذا المعنى هي دائما رمزية تكتسب بالتعلم وتشكل مظاهر للمجتمع الإنساني. إن تعدد التعاريف لمفهوم الثقافة رافقه تعدد الآراء حول أي من مظاهر الحياة الإنسانية ومعطياتها يعتبر جزءا من الثقافة. ومن هذه الزاوية حاول "كريستوف جينز" أن يميز أربعة معاني رئيسية لمصطلح الثقافة:

1. الثقافة ينظر إليها أحيانا كحالة للفكر (A state of mind)، فشخص ما يصبح مثقفا أحيانا يتجه صعودا نحو فكرة الكمال أو الهدف أو الانعتاق أو انجاز طموح مثقفا حينما يتجه صعودا نحو فكرة الكمال أو الهدف أو الانعتاق أو انجاز طموح إنساني. ومن هذه الزاوية تعتبر الثقافة

¹ محمد عابد الجابري، المسألة الثقافية، مركز دراسات الوحدة العربية، سلسلة الثقافة القومية، بيروت، 1994م، ص 213.

كنوعية تكتسب من جانب الأفراد القادرين على التعلم وتحقيق الصفات المرغوبة لدى الكائن البشري المثقف. وهذا التعريف نجد صداه لدى بعض لكتاب مثل "Matthew Arnold".

2. وإذا كان التعريف الأول للثقافة هو نخبوي كونه يعتبر بعض المظاهر لما هو إنساني أرقى من المظاهر الأخرى، فإن التعريف الثاني هو نخبوي أيضا. ولكن بدلا من أن ينظر إلى بعض الأفراد أرقى من الأفراد الآخرين فهو يعتبر مجتمعات معينة أكثر رقيا من مجتمعات أخرى، فالثقافة هنا شديدة الارتباط بفكرة الحضارة. وهذه النظرة للثقافة تنقل بأفكار التطور مثل أفكار هربرت سبنسر الذي نظر إلى المجتمعات الغربية باعتبارها أكثر تطورا قياسا بغيرها من المجتمعات.

3. أما التعريف الثالث يرى الثقافة كإطار جماعي للفنون والأعمال الذهبية لدى أي مجتمع منفرد. وهذا التعريف يستعمل بشكل واسع باعتباره له إحساس مشترك لدى الأفراد. ووفق هذا التعريف يمكن العثور على الثقافة في المسارح وفي قاعات الاحتفالات وصلالات اللوحات الفنية الجميلة والمكتبات العامة بدلا من الامتداد إلى كل مظاهر الحياة الاجتماعية للإنسان. وبهذا المعنى يطلق على الثقافة أحيانا بالثقافة العليا (High culture).

4. إن التعريف الرابع هو التعريف الذي تبناه علماء الاجتماع المعاصرون. فالثقافة وفق هذا المفهوم تنطوي على جميع المسائل التي تهتم علم الاجتماع. وهكذا نجد من الصعب أن نرى الثقافة كموضوع مختلف تماما عن المواضيع الأخرى لعلم الاجتماع. وحين يتم اعتماد التعريف الثالث يصبح من السهل فصل وتحديد حقل من علم الاجتماع مثل حقل اجتماع الثقافة، فهي تضمن مثلا علم اجتماع الفن، وعلم اجتماع الموسيقى، وعلم اجتماع الآداب.¹

¹ هارلمس وهولبون، تر: حاتم حميد محسن، سوشولوجيا الثقافة والهوية، دار كيوان للطباعة والتوزيع، دمشق، 2010م، ص 7-8.

4-1-1 مكونات الهوية:

إذا كانت الهوية هي حقيقة الشيء المشتملة على صفاته الجوهرية والتي تميزه عن غيره، فلا شك أنها تختلف باختلاف مكوناتها وعناصرها، والذي يصوغ هوية المسلم ويجعله متميزا عن غيره "أربعة عناصر هي الدين، اللغة، التاريخ، والبيئة الاجتماعية والاقتصادية والسياسية والمناخية".

– الدين:

لا شك إن سلوك الإنسان في الحياة يبني على تصوره لنفسه أولا (ما أصله، وما مصيره) فالإنسان الذي يعتقد بوجود إله واحد، بيده الضر والنفع، الموت، الحياة، الرزق، والأجل، والذي يعتقد بان هناك يوم يجازى فيه الناس علة أعمالهم خيرا كانت أو شرا، سيكون همه كيف يرضي هذا الإله وكيف يتجنب السوء والظلم والآثام خشية الجزاء الأخروي، وبالتالي يكون صالحا في نفسه، مصلحا لغيره، بالحق والعدل في الأرض، ممثلا للخير والبر، ناهيا عن الشر والفجور.

– اللغة:

تعد اللغة إحدى الركائز الأساسية للهوية، "وهي الوسيلة الأساسية في العلاقات الإنسانية من حيث التوصيل أو النقل والتعبير عن الأفكار والمعاني والرغبات"، واللغة العربية هي وعاء الثقافة لكل الشعوب الناطقة بها، من خلالها يتم تلقي المعرفة، وتدوينها ونقلها إلى الأجيال، وبها يمارسون عباداتهم وشعائهم. وبها يكتب وان آدابهم وقصصهم وشعارهم إلى غير ذلك. "والقران الكريم منح اللغة العربية سلطة مكتوبة وصفة مقدسة قائمة على الهام آت من السماء، بينما يقال إنها ثابتة موحى بها انزلها على عبيده لكي يتفاهموا ويتعارفوا، واتخذت صفة سلطة أقوى بفضل تحول اللغة إلى لغة الطقوس الدينية". وتعتبر هذه اللغة التي وسعت كتاب الله لفظا وغاية، وحملت نصه المعجز محفوظة بحفظ القران الكريم، وباقية ببقائه: ﴿إِنَّا نَحْنُ نَزَّلْنَا الذِّكْرَ وَإِنَّا لَهُ لَحَافِظُونَ﴾ [الحجر:9-9]

– التاريخ:

نقصد بالتاريخ ذلك السجل الحضاري للأمة العربية المسلمة، ويشمل إنجازاتها المعنوية والمادية وهذا كله رصيد ثري للفرد، وكون هام من مكونات الهوية لأن الإنسان لا ينفك يقفني أثر آبائه ومآثرهم حتى ليكون ذلك جزءا من شخصيته.

"ودراسة التاريخ الإسلامي تغذى الروح الإسلامية وتقوي معانيها في نفوس الجيل بكل إبعادها النظرية والتطبيقية، وبالتالي يكتسب الثقافة الإسلامية سمة الأصالة والانتماء كما يشكل رصيذا ضخما من المعلومات والمعارف الذي تنو به ثقافة المسلم".

البيئة الاجتماعية والاقتصادية والسياسية:

لا شك أن البيئة التي يعيش فيها الفرد تؤثر على بنائه الفكري والعقلي، بالقدر الذي يؤثر فيه التاريخ.¹

3-1-1 العلاقة بين الهوية والثقافة:

ويصف "مراد زعيمي" العلاقة بين الهوية والثقافة قائلا: لكل مجتمع ثقافة ولكل ثقافة هويتها الخاصة التي تنطلق منها، وتخضع لها في جميع نتائجها، وتمثل فيما يمكن أن نسميه "نسق القيم الإنسانية". وينبثق نسق القيم الأساس للثقافة من النظام الرائد "الذي قد يكون عبارة عن دين أو أسطورة أو مذهبية، فيشتمل كل أنحاء الثقافة متغلغلا في كل جزء من أجزائها".²

للهوية علاقة متينة بالثقافة، فالهوية هي جوهر الشيء وحقيقته، فهوية الإنسان أو الثقافة أو الحضارة هي لبها وحقيقتها، وهي مرتبطة بالثوابت والمتغيرات، فهوية الإنسان هي ثوابته والتي تتجدد

¹ مزروق أسماء، "هوية الشباب الجزائري عبر الفاييسوك، دراسة ميدانية على عينة من مستخدمي الفاييسوك بولاية ام البواقي"، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال تخصص اتصال وعلاقات عامة، جامعة العربي من مهيدي ام بواقي، السنة الجامعية 2014م-2015م.

² دليو فضيل، مرجع سبق ذكره، ص 219.

ولا تتغير، لأنها تتجلى وتفصح عن نفسها ولا تخلى مكانها لنقيضها طالما بقيت الذات على قيد الحياة.¹

ترتبط فكرة الهوية بأحكام إلى فكرة الثقافة. والهويات يمكن أن تتشكل عبر الثقافات الرئيسية والثقافات الفئوية التي لها الأفراد أو التي يشاركون فيها. والعديد من النظريات الهوية ترى العلاقة بين الثقافة والهوية تأخذ أشكالاً مختلفة. فالباحثين الذين تأثروا بالنظريات الحديثة للثقافة والهوية ينظرون إلى الهوية باعتبارها نشأة بطريقة واضحة من الانخراط في ثقافات وثقافات فئوية معينة. فمثلاً الناس الذين يعيشون في بريطانيا يحتمل أن يكون لديهم إحساس قوي بالهوية البريطانية. إما النظريات التي تأثرت كثيراً بما بعد الحداثة فهي تميل للتأكيد على اعتبار المسألة أكثر تعقيداً في النظر إلى الإحساس الشخص البريطاني وتعدد الطرق التي ينظر بها البريطانيون من أصول أو أعراق مختلفة إلى موضوع الهوية البريطانية.²

فثمة علاقة وثيقة بين الهوية والثقافة، بحيث يتعذر الفصل بينهما، إذ أن ما من هوية إلا وتحتزل ثقافة، فلا هوية دون منظور ثقافي ولا تستند إلى خليفة ثقافية، والثقافة في عمقها، وجوهرها هوية قائمة الذات.

وقد تتعدد الثقافات في الهوية الواحدة، كما انه قد تتنوع الهويات في الثقافة الواحدة وذلك ما يعبر عنه بالتنوع في إطار الوحدة، فقد تنتمي هوية شعب من الشعوب إلى ثقافات متعددة تمتزج عناصرها وتتلاقح مكوناتها، فتتبلور في هوية واحدة، وعلى سبيل المثال الحصر فإن الهوية الإسلامية تتشكل من ثقافات الشعوب والأمم التي دخلها الإسلام سواء اعتنقته أو بقيت على عقائدها التي كانت تؤمن بها، فهذه الثقافات التي امتزجت بالثقافة العربية الإسلامية، وتلاحقت معها، هي جماع

¹ محمد عمارة، الهوية ضمن كتاب مؤتمر التاريخ الإسلامي وأزمة الهوية، ط4، جمعية الدعوة الإسلامية العالمية، ليبيا، 2000م، ص 249.

² هانس بيتر مارتين وهارالد شومان، فسخ العولمة، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، الكويت، 1990، ص 14.

هويات الأمم والشعوب التي انضوت تحت لواء الحضارة العربية الإسلامية، وهي بذلك هوية إنسانية مفتوحة وغير منغلقة.¹

1-2-1- مدخل إلى الهوية الثقافية:

يشير مفهوم الهوية الثقافية إلى ذلك الاتجاه الخاص الذي يتجلى من خلال خصوصية الأمة فيعبر عن رؤاها ومواقفها من الإنسانية والعالم والطبيعة والكون، ويمثل قيمها المتراكمة عبر الزمان والمكان فيصور تاريخها ويجسد حاضرها ويرسم معالم مستقبلها في إطار الحفاظ على ثوابت هذه الهوية المفعمة بأحاسيس الانتماء.

1-2-1- الهوية الثقافية:

هي معرفة وإدراك الذات القومية ومكوناتها من قيم وأخلاق وعادات وتقاليد ودين، وهي السمات والخصائص التي يتميز بها شعب ما عن غيره من الشعوب، وترتبط هذه السمات بالسلوكيات العامة لمجموع الأفراد والعلاقات السائدة، والمنتج الفني والثقافي والتي تميز في مجموعها هذه الجماعة أو هذا المجتمع.²

ومسألة الهوية الثقافية تحيلنا على مسألة أكثر اتساعا وهي هي مسألة الهوية الاجتماعية والتي تعبر عن محصلة للتفاعلات المتنوعة بين الفرد ومحيطه الاجتماعي، قريبا كان أو بعيدا. وهوية الفرد الاجتماعية تتميز بمجموع انتمائه في النسق الاجتماعي، الانتماء إلى صنف جنسي وإلى صنف عمري وإلى طبقة اجتماعية وإلى أمة.. الخ. والهوية تمكن الفرد أن يحدد لذاته موقعا ضمن النسق الاجتماعي وأن يحدد الآخرين موقعا اجتماعيا، بالإضافة لتحديد الأفراد نجد إن الهوية الاجتماعية تحدد المجموعة أيضا من خلال الدمج والإقصاء في ان معا، والمجموعة تشمل أعضاء متماثلين، من ناحية ما وان الهوية

¹ علي هود عباد، الهوية العربية الإسلامية في ظل العولمة، صحيفة 26 سبتمبر الإلكترونية، العدد 1427، .

www.26sep.net/newsweekarticle

² محمد منير حجاب، الموسوعة الإعلامية، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2003م، ص 2609.

تبدو من هذا المنظور، ككيفية تصنيف للتمايز قائمة على الاختلاف الثقافي وعليه فإن ما يهم لتحديد هوية مجموعة ما ليس مجرد مجموع سماتها الثقافية المتميزة بل أن نرصد من بينها، تلك التي يستعملها أفراد المجموعة ليثبتوا تمايزا ثقافيا ويحافظوا عليه بتعبير آخر، ليس الاختلاف في الهوية نتيجة مباشرة للاختلاف الثقافي إذ لا تنتج ثقافة معينة بذاتها هوية مختلفة فهذه لا يمكن أن تتولد إلا عن تفاعلات بين المجموعات وعن مجربات التمايز التي تضعها هذه المجموعة موضع الفعل، خلال علاقتها، بعضها ببعض.¹

أما منظمة اليونيسكو فهي 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 وإحساسا 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 المعاملة الأساسية التي تقرر الطريقة التي تنتسب بها إلى جماعتنا والعالم بصفة عامة.²

والهوية الثقافية والحضارية لأمة من الأمم، هي القدر الثابت الأساسي من المميزات العامة بين الجميع، وهي التي تميز حضارة عن غيرها من الحضارات والتي تجعل الشخصية الوطنية مستقلة عن باقي الشخصيات الوطنية الأخرى. والهوية الثقافية تمثل نسقا متراكما من الخبرات المعاشة والمستمرة التي تتحكم في عناصر الاستقرار والتطور لدى تصورات الأفراد والجماعات حول واقعهم عاداتهم تقاليدهم وموروثهم الحضاري من خلال احتكاكهم الثقافي والمعرفي الذي يمكنهم من تبادل الأمر الذي يعطي الفرد الشعور بأنه يتغير في تواصله مع الآخر مع حفاظه في الوقت نفسه القدر الثابت من شخصيته. وتبعاً للعديد من الدراسات السوسولوجية التي تعتبر أن الهوية معطى اجتماعي يقوم

¹ دينس كوش، مفهوم الثقافة في العلوم الاجتماعية، مركز دراسات الوحدة العربية للترجمة، لبنان، 2007م، ص 149-153.

² حمدي حسن عبد الحميد المحروقي، دور التربية في مواجهة تداعيات العولمة على الهوية الثقافية، مجلة دراسات في التعليم الجامعي، مركز تطوير التعليم الجامعي بجامعة عين شمس، القاهرة، 2004م، ص 150.

على فكرة التناسق ويسمح في إطاره بالتنوع والتساند أو حتى الاختلاف، تؤكد على أنها تشتغل في التراث الثقافي كشرط وكمناخ وهي تعتمد على الشعور بالانتماء وتظهر ملازمه للثقافة الخاصة في معالمها الأولية التي تشكل حاملا للهوية الجماعية، أي الهوية القائمة على الإرث الثقافي وهي تكشف النسق البنائي للمجتمع ما يسهل الدفع به ليكون كل منسجم على مستوى الوعي. ولذلك فالهوية تبدو في غالب مظاهرها مكثفية بمقوماتها المستقلة وبشكل يتيح لها الاستغناء عن بقية المقومات لأنها في إطارها العام تمزج بين جملة من الرموز والقيم والعادات والتقاليد والأعراف الاجتماعية التي تحتفظ بمميزاتها الخاصة. هناك العديد من الآليات التي يتم من خلالها التعبير عن الهوية الثقافية ممثلة في: الأشكال الثقافية، المظاهر الاحتفالية المعتقدات الشعبية وغيرها الكثير. ويقول "قيس النوري" في هذا الصدد ليست الثقافة كتلة جامدة من المعارف، والمتباينة التي تسمح بنشوء هذه المعارف وتخلفها ومتى ما فقدت الثقافة ذلك، تحولت إلى تراث، أي إلى أثر من آثار الماضي..، ومن الواضح أن الهوية هي مركب بالغ التعقيد ينمو مع تعزيز ثقافة الأفراد وتوسيع آفاقهم التاريخية والفكرية والثقافية والإنسانية التي تعزز وعيهم بأممتهم وانتمائهم إليها.¹

والهوية الثقافية هي القدر الثابت والمشارك من السمات العامة التي تميز حضارة الأمة عن غيرها من الحضارات والتي تجعل الشخصية الوطنية، أو القومية طابعا يميزها عن الشخصيات الأخرى فهي الحلقة الأساسية التي تربط الإنسان بتراب وطنه، وبهذا المعنى فإن الهوية الثقافية هي النقيض للعولمة التي تعني تحويل العالم إلى قرية واحدة بلا حدود.²

1-2-2 أبعاد الهوية الثقافية:

لا تختلف الهوية الثقافية كثيرا في أبعادها عن الهوية كمفهوم ذلك إن الهوية الثقافية محتواة تأسيسا في الهوية العامة، وإنما تميزت عن بقية الهويات بانتساب الثقافة إليها، بمعنى مجموع القيم الفكرية والثقافية

¹ النوي قيس، الشخصية العربية ومقارباتها الثقافية، مطبعة مكتبة الطلبة الجامعية، اربد، الاردن، 2002م، ص232.

² البكري فؤاد، الهوية الثقافية العربية في ظل ثورة الاتصال والاعلام الجديد، ورقة مقدمة ضمن اجات المؤتمر الدولي - الاعلام الجديد، تكنولوجيا،

لعالم جديد، جامعة البحرين، 7-9 أبريل، 2009م، ص379.

والحضارية التي تميز مجتمع ما عن مجتمعات والشعوب والأمم، ولذلك فيمكن إظهار الإطار العريض الذي يتيح للأبعاد التشكل فيه وتحدد الهوية الثقافية في مجموعة من المقومات الأساسية نجملها في:

1. اللغة الوطنية واللهجات المحلية

المرتبطة بوجود شعب ما وتطوره ومصيره على أساس أن تكون اللغة الوطنية معتمدة في التدريس على جميع المستويات، وفي التسيير الإداري، وفي القضاء، إضافة إلى التواصل بين شرائح المجتمع إلى جانب اللهجات المحلية.

2. القيم الدينية والوطنية

المتكونة عبر العصور والتي تكسب الشعب حامل الهوية حصانة تحول دون ذوبانه في شعوب أخرى، وتؤهله لمقاومة كل محاولات التذويب مهما كان مصدرها.

3. العادات والتقاليد والأعراف

النابعة من تلك القيم والحاملة لها والعاكسة لمستوى الشعب حامل الهوية الاقتصادي والاجتماعي والثقافي والسياسي.

4. التاريخ النضالي

الذي ينسجه ذلك الشعب حامل الهوية من اجل المحافظة على هويته أرضا وقيما، وعادات وتقاليد وأعرافا.¹

1-2-3 التحديات التي تواجه الهوية الثقافية:

إذا كان التنافس يشد الآن بين الأطراف الدولية في ظل التطور التكنولوجي الهائل الذي وفرته الأعمار الصناعية في عصر المساواة المفتوحة، فان محاولات الاستحواذ على شعوب المنطقة العربية تتزايد

¹ بن بلعباس بدر الدين، "شبكات التواصل الاجتماعي والهوية الثقافية عند الطلبة الجامعيين، الفايبروك وطلبة جامعة بسكرة نموذجاً"، مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات الحصول على شهادة الماجستير في علم اجتماع، تخصص: علم اجتماع، جامعة محمد خيضر بسكرة، السنة الجامعية:

2014م-2015م، ص 110.

خاصة بعد أحداث الحادي عشر من سبتمبر، وبعد الاتهامات المتبادلة بين الشرق والغرب، حيث اتهم الغرب الشرق العربي الإسلامي بتزايد الكراهية نحو الغرب واتهم الشرق العربي الإسلامي الغرب بتشويه صورة العرب والمسلمين.¹

لقد تسابقت العديد من الدول في إطلاق موجة من القنوات الفضائية الناطقة بالعربية للترويج لسياستها ومصالحها في المنطقة العربية، من أمثلتها القناة الأمريكية الناطقة بالعربية "الحرّة" حيث أصبحت القنوات الفضائية الناطقة بالعربية محورا لاهتمام عدد كبير من الدول التي ترصد لها ميزاتها هائلة، وتستخدم إمكانياتها البشرية والتقنية لجذب عيون وأذان المشاهدين العرب. ولا شك أن الغزو الثقافي عبر مختلف وسائل الإعلام الحديثة يعد تهديدا لهوية الشعوب ويجعل من كيفية الحفاظ عليها أمراً صعباً وشائكاً.

لقد وضعت أكثر الدول عراقية احتياطات خاصة للحفاظ على هويتها حين وافقت على اتفاقية منظمة التجارة العالمية "الجات" لكنها ترددت كثيراً أمام البند المتعلق بالثقافة والإعلام، وأرجأت الموافقة عليه إلى أجل، لأن كل دولة تخشى من فقدان هويتها الثقافية أمام قوة التأثيرات، الثقافية والإعلامية الأجنبية.

ومعنى هذا ان الخوف على الهوية لم يعد قاصراً على دول بعينها، وإنما أصبح هاجساً يؤرق مفكري أعرق الدول، وهذا الفكر اخذ يولي الثقافة اهتماماً يتعاظم تدريجياً حتى أصبحت من أهم العوامل التي تساهم في فهم حالة التغيير الحضاري التي يعيشها العالم اليوم، فالثقافة تعتبر المكون الأساسي لوجدان أي مجتمع وهي روح حضارته لكونها تعبر عن العمق التاريخي المتراكم والمترسب في المجتمع.

إن مشكلة الهوية أصبحت من الموضوعات الثقافية، وقضايا الفكر السياسي والاجتماعي التي يجتدم النقاش حولها، وتشغل الدوائر العلمية، نظراً لصراعات الهويات الناتج عن هذا الكم

¹ محمد ناصر عبد الباسط، الاعلام الفضائي والهوية الثقافية، دار المعرفة الجامعية، الاسكندرية، 2012م، ص 171.

من الرسائل الإعلامية المعبرة عن هويات مختلفة، وربما متباينة في عصر السماء المفتوحة، وفي مثل هذه الأجواء تسعى المجتمعات إلى الحفاظ على ذاتيتها وأصالتها وتقاليدها.¹

1-2-4 العولمة الثقافية والهوية في الجزائر:

لكل مجتمع ثقافته ولكل ثقافة هويتها الخاصة التي تنطلق منها، وتخضع لها في جميع نتائجها وتمثل هذه الهوية فيما يمكن إن نسميه "نسق القيم الأساسية" وينبثق هذا النسق من النظام السائد الذي يمكن أن يكون عبارة عن دين أو مذهب فيشمل كل أنحاء الثقافة.

وهذا تصور عند بعض العلماء الغربيين منهم "جورج ستانيو" و"روبرت اغروس" اما مالك بن نبي فيقول عن الثقافة: "أنها تضمنت الملحمة الإنسانية في جميع أدوارها من لدن ادم عليه السلام، فلا يسوغ أن نعتبرها علما يتعلمه الناس، بل هي محيط يحيط به وإطار يتحرك داخله، ويغذي الحضارة في أحشائه، فهي الوسط الذي تتكون فيه جميع خصائص المجتمع المتحضر".

اما ما نلاحظه اليوم هو سعي العولمة الإعلامية والثقافية إلى تشكيل نسق ملزم من العادات السلوكية والقواعد الأخلاقية وجعلها موحدة بين شعوب العالم، أي أن هناك صراع دائم بين ما هو خاص وعام، بين الخصوصية والمشارك بين المجتمعات، ويبقى الخلاف حول طبيعة هذا الخلاف وأثاره.

إن العولمة الثقافية تتضمن بلوغ البشرية مرحلة الحرية الكاملة لانتقال الأفكار والمعلومات والبيانات والقيم والأذواق على الصعيد العالمي. وقد فقدت الدول في ظل العولمة القدرة على التحكم في تدفق الأفكار والقيم فيما بين المجتمعات، حيث حملت العولمة في طياتها إيديولوجية التنميط والاختراق الثقافي التي تركز على صياغة ثقافة عالمية مندمجة لها قيمها وعاداتها وأخلاقها ومعايير لضبط سلوك الأفراد والشعوب.

¹ سليم جيهان، عولمة الثقافة واستراتيجيات التعامل معها في ظل العولمة، مجلة المستقبل العربي، العدد 7/293، القاهرة، 2003م، ص 117.

وبما أن التمييز الثقافي يتعارض مع الخصوصية والهوية الثقافية للشعوب، فإن النمطية المطروحة تؤدي إلى تطويع الأفراد أينما كانوا وسلبهم إرادة الاختيار، فالسلب والخدمات المستوردة، وأنماط الإنتاج والاستهلاك تحمل ثقافة المجتمع القادمة منه مما يؤدي مستقبلا إلى تغيير العادات والقيم والعلاقات ويبدو هذا التأثير الثقافي الإعلامي قويا في المجتمع العربي ومنه الجزائر، إذ تميزت الهوية الثقافية الجزائرية بكونها قديمة النشأة، وامتدت متنامية عبر الزمان والمكان معبرة عن نفسها في كثير من الحضارات حتى استقرت في أحضان الحضارة العربية الإسلامية، وتميزت بسمة الشمول، إذ أنها لم تتجلى في الآداب والعلوم دون التقاليد ولا في دنيا المادة دون آفاق الروح، بل شملت نواحي الحياة جميعا، وظهرت في الفنون والعلوم والتشريع مثل تجليها في النظام الاجتماعي وألوان الآداب والتاريخ، وتميزت الثقافة الجزائرية بقدرتها على استيعاب الثقافات الأخرى دون أن تفقد خصوصيتها وشخصيتها، علاوة على ذلك لم تبق جامدة على شاكلة واحدة، بل تطورت وتجددت عبر الأزمنة المختلفة وتفردت بعدم تأثرها بمكائد الاستعمار عبر تاريخها الطويل، وظلت محافظة على هويتها واستقلالها الثقافي خلال هذه الحقبة التاريخية.

إن الحفاظ على الذاتية الثقافية عملية تتيح لمجتمع أن يتغير ويتطور دون أن يفقد هويته الأصلية وان يتقبل التغيير دون أن يغترب فيه، انه التفاعل بين الأصالة والتجديد، وتأكيد الثقافة الذاتية لا ينفصم عن القيم المرتبطة بالتراث وإحيائه على أن يكون هذا العمل مرتبطا بالفعل الإبداعي ومنطلقا للثقافة الحية ومنبعا للتجديد المستمر.

- وفي ظل العولمة التي تشهدها المجتمعات المعاصرة في كافة المجالات فقد أصبحت قوى العولمة تلعب دورا هاما في فصل الثقافة المشتركة عن المكان وتشكل تحديا أوليا للثقافات المحلية لذلك على الجزائر ان تتحرك نحو عولمة تتجه إلى اهتمامات وطنية ويتطلب الحفاظ على الهوية الوطنية تحقيق جملة من الرهانات أهمها:

- إثراء شخصية الفرد الجزائري لتأكيد وعيه بعقيدته وعربيته وكرامته وقدرته على مواكبة التطور الإنساني المعاصر والمشاركة الفعالة فيه.
 - تطوير البنى الاجتماعية والاقتصادية والفكرية في الوطن بوصفها ركن البناء الحضاري.
 - إبراز الهوية الحضارية العربية الإسلامية وتنميتها والحفاظة عليها بوصفها مستودع الأصالة.
 - تأكيد الوحدة بين الشعب الجزائري.
 - لحفاظ على اللغة العربية باعتبارها وعاء الثقافة الوطنية.
- ويمكن القول إن حماية الهوية الثقافية الجزائرية أو ممارستها في عصر المعلومات أصبحت أمرا صعبا، فالبلدان التي تظهر آمنة تماما بهويتها تجد نفسها محاصرة بالغزو الثقافي الأجنبي الناتج عن الانترنت ومختلف الوسائل الاتصالية التي تروج لظاهرة العولمة عبر مضامينها المختلفة.¹

1-2-5 شبكات التواصل الاجتماعي والهوية الثقافية:

إن مرونة الهوية الثقافية تجاه المتغيرات أكسبها القدرة على تفادي الصدمات المباشرة جراء السقوط في دوامة كبيرة من المتغيرات والتحديات والضغوط المترادفة، ولقد حملت شبكات التواصل الاجتماعي معها زحما كبيرا من المعلومات ونقلت الفرد من مستوى التفاعل فبات يستشعر مكانته داخل الفضاء الإلكتروني الرقمي من خلال صفحته ومعلوماته الشخصية، أو العامة التي بتشاركها مع غيره سواء كان من جملة الأصدقاء والمعارف أو كان من الأفراد الذين تربطه بهم صلة رقمية بحتة أو حتى من الذين تعرف عليهم حديثا، إن هذه النقلة في الممارسة الفردية لم تأت بعفوية ولم تتوقف عند هذه النقطة بل تجاوزت ذلك إلى تشكيل أنماط ثقافية وفكرية متعددة ومختلفة تحمل بعدا واحدا بل وبمرجعيات متعددة.²

¹ دليو فضيل، العولمة والهوية الثقافية، مرجع سبق ذكره، ص 255-259.

² بن بلعباس بدر الدين، مرجع سبق ذكره، ص 118.

1-2-6 الشبكات الاجتماعية والهوية الرقمية:

الهوية الرقمية هي مجموع الصفات والدلالات والرموز التي يوظفها الإنسان للتعريف بنفسه في الفضاء الافتراضي، فيتفاعل ويتوصل على أساسها مع الآخرين بحيث قد لا يتوافق مضمونها مع هويته الحقيقية في الواقع الاجتماعي، تشرف الذات الافتراضية بصفة إرادية على تنشئة نفسها من خلال التنقل عبر الفضاءات الرقمية التي تكون مجالاً للعرض وإستدخال وتبادل قيم ومعان ودلالات متنوعة نتاج انساق ثقافية متباينة.

إذا كانت شبكات التواصل الاجتماعي بمثابة التركيبة الالكترونية التي أتاحت للمستخدمين أفراداً وجماعات التوصل فيها بينهم ونقل أفكارهم وتجاربهم وخبراتهم ومعارفهم بشكل فوري عبر هذا الفضاء الافتراضي فإن المستخدم ملزم بتدوين معلومات مفصلة عنه كاليانات العامة مثل السن والجنس ومكان الإقامة مع إمكانية إدراج صورة فوتوغرافية حتى يصبح عضواً في المجتمع الافتراضي ومن ثم بمكانه أن ينشئ قائمة الأصدقاء التي ستكون أساساً لهذه الشبكة.

مع ازدياد حجم استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية من قبل المستخدمين الذين يوزعون على فئات مختلفة سواء تعلق الأمر بمتغير الجنس أو السن فإن موضوع الهوية الافتراضية أضحى من بين أهم القضايا التي يثيرها هذا الاستخدام وعلية فإن الهوية الرقمية إنما تكون تولدت على استخدامات مواقع التواصل الاجتماعي من خلال انضمام الفرد إلى الفضاء السيبري الذي يفرض عليه إن يقدم بيانات الهوية التي يتوصل بها مع الآخرين ويتفاعل بها مع مختلف الجنسيات والأعراق والديانات.

وفي الوقت الذي يفضل فيه بعض مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي إبراز هويتهم على الحقيقة كما هي عليه في الواقع الأمر كإبراز السمات العامة (الجنس السن المهنة أو النشاط الدين الأصل الجغرافي... الخ) فإن البعض الآخر يعزف عن ذلك ويتجه إلى منحى يتخفى من وراءه بهويات لا تمت بصلة بهويته الحقيقية لسبب من الأسباب أو لسبب وجيه يدفع بمعظم الممثلين افتراضياً

بأن يمثلوا أمام غيرهم بما يريدون أن يروهم به لذلك فقد تناول الباحثون بالدراسة والتحليل علاقة الشبكات الاجتماعية بالهوية الذاتية للمستخدم وهويته الافتراضية وذلك من خلال جملة السمات التي يمكن له إبراز بعضها وإخفاء بعضها الآخر كان يعهد إلى اختيار صورة دون صورته الشخصية أو إظهار ملامح وسمات وفق ما يريده أن يظهر به اتجاه غيره. إذ تتخذ الهوية الرقمية حيزاً مهماً ضمن شبكات التواصل الاجتماعي فلا يتمكن المستخدمون من التعرف على من يتواصلون معهم وان استحداث محددات الهوية المتعارف عليها في العالم الفيزيائي بسياقات افتراضية، قد مكن المتفاعلين من تجاوز الاكراهات الفيزيائية المرتبطة بسياقات حضور الحقيقة وطقوس المكان. فلقد غداً ممكننا جداً ولأول مرة التواصل مع الغير من الغرباء بطريقة تتيح التكتّم التام على الهوية الفعلية والفيزيائية والحضور غير الجسدي، ومع ذلك مثلما يشير إليه بعض الدارسين فإن الهوية الرقمية قد تكشف حقيقة أسلوب تفكير المستخدم ومستواه الثقافي والكثير من الحثيات عنه.¹

¹ بييمون كلثوم، السياقات الثقافية الموجهة للهوية الرقمية، في ضوء تحديات المجتمع الشبكي من التداول الافتراضي الى الممارسة الواقعية، مجلة اضافات، العددان 33-34، 2016م، ص77-80.

خلاصة الفصل:

لقد باتت المجتمعات اليوم خصوصاً تلك التي تخضع لسيطرة منطق التكنولوجيا في جميع النواحي أكثر رغبة في العودة إلى الجانب الإنساني فيها، فعملت من خلال تقدير مقوماتها الحضارية على إبراز هويتها الحقيقية وتطوير ثقافتها لتصل في الختام لملمة هوياتها الثقافية الضائعة، وبما تستند إليه من فكر وقيم وأعراف وتقاليد ومعتقدات وقوانين نظم العلاقات ومعايير السلوك والتعاملات.

وفي هذا الفصل تم التعرف على الهوية والثقافة والهوية الثقافية والتحديات التي تواجه الهوية الثقافية في ظل العولمة الثقافية والهوية الرقمية.

الفصل الثالث

شبكات التواصل الاجتماعي وأنواعها

تمهيد:

أصبحت الانترنت تشغل حيزا عظيما في حياة الإنسان المعاصر، نظرا لما تقدمه له من خدمات عديدة ومتنوعة لعل أهمها تسهيل عملية التواصل الاجتماعي بين الأفراد في فضاء الكتروني افتراضي قرب المسافات بين الشعوب وألغى الحدود ومزج بين الثقافات عن طريق ما يسمى "بشبكات التواصل الاجتماعي"، حيث انه لم يعرف مصطلح التواصل الاجتماعي الكترونيا إلا في وقتنا. الحاضر فإذا كانت الانترنت قد جعلت العالم أشبه ما يكون بقرية صغيرة فان شبكات التواصل الاجتماعي جعله أقرب ما يكون إلى طاولة مستديرة للاجتماعات والنقاشات. خاصة لما اكتسبت هذه الشبكات شعبية واسعة ب مختلف فئات المجتمع وخاصة في فئة الشباب وفي مختلف أنحاء العالم، والتي بات تأثيرها يتصدر أحداث الساعة.

ولقد تعددت هذه الشبكات وتنوعت وساهمت في تشكيل الهوية لدى مستخدميها خاصة فئة الشباب، وعلية نحاول في هذا الفصل توضيح جزئيتين أساسيتين: أولهما عن ماهية شبكات التواصل الاجتماعي، وثانيها عن خصائص وأنواع شبكات التواصل الاجتماعي، كما هو مشار إليه في عناصر الخطة.

1-1-1 مدخل مفاهيمي لشبكات التواصل الاجتماعي:

شكّلت مواقع التواصل الاجتماعي اليوم بصمة واضحة في مجال الإعلام والاتصال، وتحولت إلى وسيلة للتواصل حظيت بالانتشار الواسع على الصعيد العالمي، حيث قدمت سبلا للتقارب والتواصل بين الأفراد في جميع أنحاء العالم وتحولت إلى لتبادل الآراء والأفكار ما جعل الإقبال عليها كثيفا من قبل الأفراد في المجتمع وفيما يلي سنتطرق لماهية شبكات التواصل الاجتماعي.

1-1-1 مفهوم شبكات التواصل الاجتماعي:

الشبكات الاجتماعية هي مصطلح يشير إلى تلك المواقع على شبكة الانترنت والتي ظهرت حيث تتيح التواصل بين مستخدميها في بيئة (web2) مع ما يعرف بالجيل الثاني للويب. مجتمع افتراضي يجمعهم وفقا لاهتماماتهم أو انتماءاتهم (جامعة، بلد، صحافة، شركة...). حيث يتم ذلك عن طريق خدمات التواصل المباشر كإرسال الرسائل أو المشاركة في الملفات الشخصية للآخرين والتعرف على أخبارهم ومعلوماتهم التي يتيحونها للعرض، وتتنوع أشكال وأهداف تلك الشبكات الاجتماعية فبعضها عام يهدف إلى التواصل العام وتكوين الصداقات حول العالم وبعضها الآخر يتمحور حول تكوين شبكات اجتماعية في نطاق محدود ومنحصر في مجال معين مثل شبكات المحترفين وشبكات المصورين وشبكات الإعلاميين.¹

صنفت مواقع الشبكات الاجتماعية ضمن مواقع الويب 2.0 لأنها بالدرجة الأولى تعتمد على مستخدميها في تشغيلها وتغذية محتواها. كما تتنوع أشكال وأهداف تلك الشبكات الاجتماعية فبعضها عام يهدف إلى التواصل العام وتكوين الصداقات حول العالم وبعضها الآخر يتمحور حول تكوين شبكات اجتماعية في نطاق محدد ومنحصر في مجال معين مثل شبكات المحترفين وشبكات المصورين ومصممي الجرافكس، وتقوم الفكرة الرئيسية للشبكات الاجتماعية على جمع بيانات الأعضاء المشتركين في الشبكة ويتم نشر هذه البيانات علنا على الشبكة حتى المعارف والأصدقاء، كما تمكن

¹ مرزوق اسماء، مرجع سبق ذكره، ص 79.

الأصدقاء القدامى من الاتصال بعضهم البعض وبعد طول سنوات وتمكنهم أيضا من التواصل المرئي والصوتي وتبادل الصور وغيرها من الإمكانيات التي توطد العلاقة الاجتماعية بينهم.¹

إن مواقع التواصل الاجتماعي متعددة، التي تتيح للإفراد أو الجماعات التواصل فيما بينهم عبر هذا الفضاء الافتراضي، إتاحة إنشاء المواقع الاجتماعية لمتصفحها وإمكانية مشاركة الملفات والصور وتبادل مقاطع الفيديو، وكذلك مكنت مستخدميها من إنشاء المدونات الإلكترونية، وإجراء المحادثات الفورية وإرسال الرسائل، ومن مزايا الشبكات الاجتماعية التواصل الفعال بين المشتركين فيها وسهولة التعامل معها.²

1-1-2 نشأة وتطور شبكات التواصل الاجتماعي:

بدأت مجموعة من الشبكات في الظهور في أواخر التسعينيات مثل Classmates.com عام 1995م للربط زملاء الدراسة وموقع SixDegress.com عام 1997م وركز ذلك الموقع على الروابط المباشرة بين الأشخاص. وظهرت في تلك المواقع الملفات الشخصية للمستخدمين وخدمة إرسال الرسائل الخطبة مجموعة من الأصدقاء وبالرغم من توفير تلك المواقع الخدمات مشابهة لما توجد في الشبكات الاجتماعية الحالية إلا أن تلك المواقع لم تستطع أن تدرجها لما كفيها وتم إغلاقها. وبعد ذلك ظهرت مجموعة من الشبكات الاجتماعية التي لم تستطع أن تحقق النجاح الكبير بين الأعوام 1999م و2001م في السنوات اللاحقة ظهرت بعض المحاولات الأخرى لكن الميلاد الفعلي للشبكات الاجتماعية كما نعرفها اليوم كان سنة 2002م مع بداية العام ظهرت Friendste التي حققت نجاحا دفع جوجل إلى محاولة شرائها سنة 2003م. لكن لم يتم التوافق على شروط الاستحواذ، في النصف الثاني من نفس العام ظهرت في فرنسا شبكة Skyrock كمنصة للتدوين، ثم تحولت بشكل كامل

¹ ماهر عودة الشمالية وآخرون، الاعلام الرقمي الجديد، دار الاعصار العلمي للنشر والتوزيع، الاردن، 2015م، ص 199.

² عبد الرحمان بن ابراهيم الشاعر، مواقع التواصل الاجتماعي والسلوك الانساني، دار الصفاء للنشر والتوزيع، عمان، 2015م، ص 18.

إلى شبكة اجتماعية سنة 2007م. وقد استطاعت بسرعة تحقيق انتشار واسع لتصل، حسب إحصائيات جانفي 2008م إلى المركز السابع في ترتيب الشبكات الاجتماعية حسب عدد المشتركين.

ومع بداية عام 2005م ظهر موقع يبلغ عدد مشاهدات صفحاته أكثر من جوجل وهو موقع "ماي سبيس" الأمريكي الشهير ويعتبر من أوائل وأكبر الشبكات الاجتماعية على مستوى العالم ومعه منافسه الشهير "فيسبوك" والذي بدأ أيضا في انتشار المتوازي مع "ماي سبيس" حتى قام "فيسبوك" في عام 2007م بإتاحة تكوين التطبيقات للمطورين وهذا ما أدى إلى زيادة إعداد مستخدمي "فيسبوك" بشكل كبير ويعتمد أن عددهم حاليا يتجاوز 900 مليون مستخدم على مستوى العالم.¹

1-1-3 ميزات شبكات التواصل الاجتماعي:

التغيرات الحالية التي تعيشها تكنولوجيا الإعلام والاتصال هي التغيرات الرئيسة الرابعة من نوعها في العصر الحديث. إما التغير الذي نشهده اليوم فانه يعتمد على استخدام الكمبيوتر في التسلية وفي إنتاج وتخزين وتوزيع المعلومات، هذه الخاصية هي في الواقع خاصية مشتركة بين الإعلامين: القديم والجديد، والفرق هو إن الإعلام الجديد قادر على إضافة خاصية جديدة لا يوفرها الإعلام القديم وهي التفاعل «Interactivity»، ويعرف بأنه قدرة وسيلة الاتصال الجديدة على الاستجابة لحديث المستخدم، تماما كما يحدث في عملية المحادثة بين شخصين. وقد أضافت هذه الخاصية بعدا جديدا وهاما لأنماط وسائل الإعلام الجماهيري الحالية، والتي تتكون في العادة من منتجات ذات اتجاه واحد.

وفي السابق كانت قدرة المستخدمين على التفاعل تقتصر على دائرة رجوع الصدى للمحتوى المنشور على المواقع الالكترونية، عبر إضافة التعليقات، وتدوين الملاحظات على سجلات الزوار مثلا ثم انتقلت العلاقة بعد ذلك إلى التحرر نسبيا مع وجود المنتديات ومجموعات الأخبار والقوائم البريدية غير أنها لم تتح للجمهور حرية الممارسة الإعلامية المطلقة، والتي لم تتوافر لهم إلا بعد ظهور المدونات

¹ ماهر عودة الشمالية وآخرون، مرجع سبق ذكره، ص 200-201.

وما تبعها بعد ذلك من ظهور لشبكات التواصل الاجتماعي ومواقع الفيديو التشاركية: كاليوتيوب والموسوعات الحرة مثل: ويكيبيديا، وهذه المواقع تمثل عناصر الانتقال إلى مرحلة ما بعد التفاعلية.

وتعتبر هذه المرحلة انقلابا على نموذج الاتصال التقليدي، حيث أصبح بمقدور الفرد العادي إيصال رسالته إلى من يريد، في الوقت الذي يريد، بطريقة متعددة الاتجاهات، وليس من أعلى إلى أسفل فقط، وفق النموذج الاتصالي القديم.¹

1-1-4 خصائص شبكات التواصل الاجتماعي:

تكمن أهمية مواقع التواصل الاجتماعي في إتاحة المجال أمام الإنسان للتعبير عن نفسه ومشاركة مشاعره وأفكاره مع الآخرين، خاصة وان هناك حقيقة علمية وهي أن الإنسان اجتماعي بطبعه وبفطرته يتواصل مع الآخرين، ولا يمكن له أن يعيش في عزلة عن أخيه الإنسان. وقد أثبتت كثير من الدراسات والبحوث العلمية أن الإنسان لا يستطع إشباع جميع حاجاته البيولوجية والنفسية دون التواصل مع الآخرين فحاجاته هذه تفرض عليه العيش مع الآخرين لإشباع هذه الحاجات. أما الاحتياجات الاجتماعية فلا يمكن أن تقوم أساسا دون تواصل إنساني مع المحيط الاجتماعي، ولذلك فالإنسان كائن اجتماعي بطبيعته لا يمكن أن يعيش بمفرده. لذا نجد أن لهذه المواقع خصائص محددة منها:

- شاملة:

حيث تلغي الحواجز الجغرافية والمكانية، تلغي من خلالها الحدود الدولية، حيث يستطيع الفرد في الشرق التواصل مع الفرد في الغرب، من خلال الشبكة بكل سهولة.

¹ مركز المختص للاستشارات، "دور مواقع التواصل الاجتماعي في الاحتساب تويتر نموذجاً"، دار المختص للنشر والتوزيع، الرياض، 2016م،

– التفاعلية:

فأفرد فيها كما انه مستقبل وقارئ، فهو مرسل وكاتب ومشارك، فهي تلغي السلبية المقيتة في الإعلام القديم وتعطي حيزا للمشاركة الفاعلة من المشاهد والقارئ.

– تعدد الاستعمالات:

مواقع التواصل سهلة ومرنة ويمكن استخدامها من قبل الطلاب في التعليم، والعالم لبث علمه وتعليم الناس، والكاتب للتواصل مع القراء، وأفراد المجتمع للتواصل وهكذا.

– سهولة الاستخدام:

فالشبكات الاجتماعية تستخدم بالإضافة للحروف وبساطة اللغة، تستخدم الرموز والصور التي تسهل للمستخدم نقل فكرته والتفاعل مع الآخرين.

– اقتصادية الجهد والوقت والمال:

في ظل مجانية الاشتراك والتسجيل، فالكل يستطيع امتلاك حيز على الشبكة للتواصل الاجتماعي وليس ذلك حكرا على أصحاب الأموال، أو على جماعة دون أخرى.¹

– اللاتزامية:

معناها إمكانية التفاعل مع العملية الاتصالية في الوقت المناسب للفرد سواء أكان مستقبلا أو مرسلا.

– المشاركة والانتشار:

وهي إتاحة عملية النشر للآخرين لكل شخص يمتلك أدوات بسيطة.

¹ عبد الرحمان بن ابراهيم الشاعر، مرجع سابق ص 67.

– الحركة والمرونة:

حيث يمكن نقل الوسائل الجديدة كي تصاحب المتلقي والمرسل، مثل الحاسب المتنقل، وحاسب الانترنت، والهاتف الجوال، والأجهزة الكفيلة والاستفادة من الشبكات اللاسلكية.

– اندماج الوسائط:

باستخدام كل وسائل الاتصال، مثل النصوص، والصوت والصورة الثابتة والصورة المتحركة والرسوم البيانية ثنائية وثلاثية الأبعاد.

– الكونية:

حيث أصبحت بيئة الاتصال عالمية، تتخطى حواجز الزمان والمكان والرقابة.¹

1-1-5 دور شبكات التواصل الاجتماعي:

تلعب شبكات التواصل الاجتماعي أدوارا عديدة أهمها سياسية واقتصادية واجتماعية في حياة الشعوب في كافة أنحاء العالم، وبات تأثيرها يتصدر أحداث الساعة: "نظرا لارتباطها قطاع كبير من الأفراد بتلك الشبكات، وأصبح تأثير تلك الشبكات الاجتماعية على النواحي السياسية والاقتصادية والاجتماعية واضحا مشيرا إلى أن الرئيس "اوباما" نجح في الانتخابات الرئاسية الأخيرة من خلال القاعدة الكبيرة التي حصل عليها من خلال شبكات التواصل الاجتماعي. "كما يقول المدير الإقليمي لمايكروسوفت محمد حمودي في تحقيق نشرة موقع الراية القطرية.

لقد أصبح بإمكان أي فرد أن ينشأ موقعه الخاص على شبكات التواصل الاجتماعي بسهولة ويسر والالتقاء بالأصدقاء القدامى وزملاء الدراسة، ويأتي هذا من إدراك الناس لأهمية هذه الشبكات بصرف النظر عن كونها خاصة أو تابعة لمؤسسة أو شركة أو حتى دولة، لأن الهدف واحد من إنشاء هذه الشبكات، مع الأخذ بنظر الاعتبار الاستخدام السيئ لبعض الناس في هذه الشبكات.

¹ بلعسل محمد، تأثير الاعلام الجديد على الامن الفكري في الجزائر، مجلة الرائد، مركز الرائد، العدد1، العاصمة، جوان 2013م، ص 46.

يحسب لشبكات التواصل الاجتماعي إنها تتعامل مع معلومة والخبر والحدث لحظة وقوعها، ويمكن تبادل هذه المعلومات بين الأصدقاء معززة بالصور ومقاطع الفيديو والتعليق والرد على بعضها وهذا ما لم تتمكن منه وسائل الإعلام الحديثة فإنها ولو قدمت الخبر تحت مسمى (عاجل أو مباشر) فإنها تقوم فقط بدور المرسل من خلال وسيلتها الإعلامية كالفضائيات مثلا، ولم تتمكن من أن تجعل المشاهد يتفاعل معها في لحظة بثها لتلك الأحداث، إلا بعد فترة من الوقت عندما تكون تلك الأخبار قد نشرت على موقعها الإلكتروني، وبهذه الحالة يمكن لممتصفح تلك المواقع للقنوات الفضائية أن يرد أو يعلق على تلك الأخبار.

ويرى أحد المختصين في قطاع تكنولوجيا المعلومات والاتصال (محمد محسن اليهري) "أن الأحداث الأخيرة في كل من تونس ومصر أكدت الدور القوي لتلك الشبكات على الصعيد السياسي، كما أن الفترات الماضية الخاصة بالاحتجاجات الإيرانية على الانتخابات الماضية شهدت رفض الإدارة الأمريكية، لقيام مؤسسي تويتر عملية صيانة الموقع بهدف مساعدة معارضي الثورة، وبغض النظر عن الهدف من هدف الحكومة الأمريكية فإن ذلك يظهر أهمية شبكات التواصل الاجتماعي على الصعيد السياسي".

لم يقتصر استخدام شبكات التواصل الاجتماعي على الأفراد أو المؤسسات بإشكالها المختلفة فقط، ولا استخدامها من قبل بعض المسؤولين والسياسيين في دول عديدة في العالم فحسب وإنما أصبحت الكثير من الجامعات والمعاهد العلمية في العالم اجمع تتواصل مع طلابها عبر الشبكات الاجتماعية والمواقع الإلكترونية، ونتيجة لإقبال الناس على التسويق الإلكتروني، فقد زادت نسبة الإعلانات على المواقع الإلكترونية، مما حقق بالتالي ارتفاعا خياليا.¹

¹ السعيدى حنان وضيف عائشة، "استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وأثره على القيم لدى الطالب الجامعي"، مذكرة ماستر، جامعة قاصدي مرباح ورقلة، 2014م-2015م، ص 47-48.

1.2 خدمات وأنواع شبكات التواصل الاجتماعي:

1-2-1 خدمات شبكات التواصل الاجتماعي:

- الملفات الشخصية أو صفحات الويب:

وهي ملفات يقدم فيها الفرد بياناته الأساسية مثل الاسم والسن والبلد والاهتمامات والصور الشخصية.

- الأصدقاء أو العلاقات:

وهي خدمة تمكن الفرد من الاتصال بالأصدقاء الذين يعرفهم بالمواقع أو الذين يشاركونه الاهتمام نفسه في المجتمع الافتراضي.

- إرسال الرسائل:

تسمح هذه الخدمة بإرسال الرسائل إلى الأصدقاء أو غير الأصدقاء.

- البومات الصور:

تتيح هذه الخدمة إنشاء عدد لا نهائي من الألبومات ورفع مئات الصور وإتاحة المشاركات لهذه الصور للاطلاع عليها وتحويلها وتبادلها أيضا.

- المجموعات:

تتيح الشبكات الاجتماعية فرص تكوين مجموعات بهدف معين أو الأهداف محدودة ويوفر موقع الشبكات لمؤسس المجموعة أو المنتسبين، والمهتمين بها مساحة من الحرية أشبه بالمنتدى حوار مصغر كما تتيح فرصة التنسيق بين الأعضاء وكذا دعوة الأعضاء لتلك المجموعات ومعرفة عدد الحاضرين وإعداد الغير الحاضرين.

– الصفحات:

استخدام هذه الخدمة على المستوى التجاري بشكل فعال حيث تسمح هذه الخدمة بإنشاء حملات إعلانية موجهة تتيح لأصحاب المنتجات فرصة عرض السلع أو المنتجات للفئات التي يحددها.¹

– خدمة الأحداث العامة:

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

– خدمة التدوين:

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

– خدمة الإعلان Market Place:

وتكمن هذه الخدمة من الإعلان عن أي منتج تود الإعلان عنه أو البحث عن أي منتج ترغب في شرائه، حيث يمكن عبر هذه الخدمة في الشبكة الإعلان عن أحد الوظائف الشاغرة أو الإعلان عن الندوات والملتقيات وحلقات النقاش المجمع.

– خدمات المحمول Mobile Service :

جميع مواقع الشبكات الاجتماعية أصبحت تقدم خدمات توصلها للمستخدم على هاتفه المحمول، حيث أنها تطلب من الفرد عند تسجيله في الموقع أن يذكر رقم هاتفه المحمول، وتخبره ما هي المعلومات التي سوف تصله على هاتفه من خلال خدماته المتنوعة.²

¹ نومار مريم ناريمان، مرجع سابق، ص 47.

² بن مساعد الحيا اسامة، شرح ميسر في كيفية استخدام الشبكات الاجتماعية، الرياض، 2001م، ص 21.

1-2-2 أنواع شبكات التواصل الاجتماعي:

انتشرت في السنوات الأخيرة الشبكات الاجتماعية أو ما يعرف بمواقع التشبيك الاجتماعي وتنوعت خدماتها بين التواصل وإدراج الصور والموسيقى والفيديوهات وحتى السير الذاتية الخاصة بطلبات العمل وفيما يلي نماذج لهذه الأخيرة.

1-2-3 الفيسبوك Facebook:

يعتبر الفيسبوك من بين شبكات التواصل الاجتماعي التي ازدادت شهرتها بزيادة عدد مستخدميها لكونها وسيلة تواصل لا تعرف لها حدودا مكانية ولا زمنية، كما يشعر المشارك فيها انه عضو فاعل لذلك نجحت مواقع التواصل الاجتماعي في التأثير على تكوين علاقات تفاعلية بين المتصفحين والمنخرطين في نفس المجموعات تصبح أكثر الوسائل للتعبير عن الرأي، وميدانا تجتمع فيه طاقات شبابية لتخوض في الكثير من الوسائل التي تشغلها باختلاف اهتماماتها وتنوع ثقافتها.

والجزائر كغيرها من البلدان سجل فيها استخدام الفيسبوك أرقاما قياسية، فعدد الجزائريين المسجلين في هذه الشبكة الاجتماعية بلغ 3.4 مليون، أي ما يمثل 3.386.800 مسجل عبر كامل التراب الجزائري، مقابل 35 مليون نسمة، ما يصنف الجزائر في المرتبة 48 في الترتيب الدولي.

وتأتي الفئات الشبابية الجزائرية المستخدمة للفيسبوك داخل المجتمعات المحلية لتلعب دورا فاعلا في عملية البناء الاجتماعي، فقد استخدمت الفيسبوك كممبر للجمعيات الخيرية والتكتلات الشبابية الناشطة من خلال مناداتها بتبني روح المسؤولية عبر الكثير من النشاطات الخيرية، والخدمات كمجتمع التبرعات، وحملات التبرع بالدم، وتنظيم المنشئات العامة ودعوات المقاطعة للحملات المسيئة للإسلام والرسول الكريم.¹

¹ ياسين قرناي وامينة بكار، تطبيقات الاعلام الجديد المفاهيم الخصائص الوظائف الفرص والتحديات، دار الايام للنشر والتوزيع، عمان، 2016م،

والفيسبوك هو واحد من المواقع صديق الشبكات الأكثر شعبية، والذي تم إنشاؤه أصلاً كمنتدى لطلاب الجامعات، حيث لا تزال مستخدماً بشكل كبير من قبل الطلاب الجامعيين، يهدف في المقام الأول لمساعدة الناس في بناء وجودها على الإنترنت والشبكات الاجتماعية. وبشكل أكثر تحديداً من خلال معالمة المختلفة، ويعمل على الفيسبوك لإشباع الحاجات المختلفة الشخصية والاجتماعية فهو يجعل من الممكن للناس الناس للبقاء على اتصال مع الأصدقاء القدامى أو الحالية، إضافة إلى أو نظرة على الصور، لتكوين صداقات جديدة، إلى المتعة لتبادل المعلومات حول الذات، والتعلم عن المناسبات الاجتماعية.¹

1-2-4 تويتر Twitter:

تويتر إحدى شبكات التواصل الاجتماعي، التي انتشرت في السنوات الأخيرة، ولعبت دوراً كبيراً في الأحداث السياسية في العديد من البلدان، واخذ (تويتر) اسمه من مصطلح (تويت) وتعني "التغريد" واتخذ من العصفور رمزاً له، وهو خدمة مصغرة تسمح للمغردين إرسال رسائل نصية قصيرة لا تتعدى 140 حرفاً للرسالة الواحدة، وجوز للمرء أن يسمعها نصاً موجزاً مكثفاً لتفاصيل كثيرة ويمكن لمن لديه حساب في موقع تويتر ان يتبادل مع أصدقائه تلك التغريدات (التويتات)، من خلال ظهورها على صفحاتهم الشخصية، أو في حالة دخولهم على صفحة المستخدم صاحب الرسالة، ويتنافس مستخدمو التويتر بعدد المتابعين لهم، كما تتيح شبكة تويتر خدمة التدوين المصغرة هذه، إمكانية الردود والتحديثات عبر البريد الإلكتروني، كذلك أهم الأحداث من خلال خدمة (RSS) عبر الرسائل النصية (SMS).

كانت بدايات ميلاد هذه الخدمة المصغرة (تويتر) أوائل عام 2006م، عندما أقدمت شركة (Obvious) الأمريكية على إجراء بحث تطويري لخدمة التدوين المصغرة، ثم أتاحت الشركة المعنية ذاتها استخدام هذه الخدمة لعامة الناس في أكتوبر من نفس العام، ومن ثم أخذ هذا الموقع بالانتشار، باعتباره

¹ ماهر عودة الشمالية وآخرون، مرجع سابق، ص 204.

خدمة حديثة في مجال التدوينات المصغرة، بعد ذلك أقدمت الشركة ذاتها بفضل هذه الخدمة المصغرة عن الشركة الأم، واستحدثت لها اسما خاصا يطلق عليه (تويتر)، وذلك في أبريل عام 2007م.¹

تطور موقع تويتر كثيرا خلال السنوات القليلة الماضية، ولم يعد مجرد أداة تواصل شخصي بين الأصدقاء، بل أصبح نافذة يطل منها المشاهير السياسيين والكتاب والرياضيين، وغيرهم مع جمهورهم، كما أصبح منصة إعلامية يتسابق من خلالها الصحفيون من المدونين في تسجيل السبق وأصبح منصة تسويقية تحقق الكثير من الفائدة لمن يعرف كيف يستخدمها بشكل سليم. ومن الأمور اللافتة للنظر أن تويتر دأب دائما على إضافة إمكانيات جديدة لمستخدميه، ولذلك صار موقع التواصل الاجتماعي "تويتر" يتيح الفرصة للجميع للقيام بمسؤولياتهم المناظرة بهم داخل المجتمع.²

1-2-5 الانستغرام Instagram:

الانستغرام هو طريقة جديدة من طرق الاتصال والتواصل، يعتمد بشكل أساسي على الصور والفيديوهات القصيرة، ويسمح بتحديثها بطريقة سهلة وبسيطة. وقد شهد هذا الموقع أو التطبيق انتشارا كبيرا من حيث عدد المستخدمين منذ إنطلاقه في أكتوبر 2010م.

فتطبيق الانستغرام يتيح للمستخدمين مشاركة صور وفيديوهات عن حياتهم الشخصية وتبادلها بالاعتماد على (سلسلة الفلتر) للتلاعب والتعديل من الصور والفيديوهات، ونجد أن هذا الموقع استقطب أزيد من 150 مليون مستخدم، بمتوسط قدره 55 مليون صورة تم تحميلها يوميا وهذا حسب الإحصائيات لعام 2010م إلى 2013م. إن نجاح الباهر للإنستغرام يؤكد على أن الصور والفيديوهات أصبحت مفتاحا لمواقع التواصل الاجتماعي على الانترنت، خاصة انه يسمح بإضافة تعليق قليل الأحرف على الصور، أو إضافة (#) "الهاش تاق" لوصف الصورة وأشرطة الفيديو، وكذلك علامة (@) لربط المستخدمين بالصور، مما يخلق تفاعلا أكبر بين المستخدمين.

¹ عبد الرحمان بن ابراهيم الشاعر، مرجع سابق، ص 64.

² مركز المختص للاستشارات، مرجع سابق، ص 41.

بالإضافة إلى كل هذه المزايا، فإن مستخدم الانستغرام بإمكانه متابعة Follow أصدقاءه أو أشخاصا مشهورين، تماما مثل تويتر، والاهم من هذا هو إن عملية المتابعة لا تحتاج بالضرورة إلى أن يتبعك الشخص الآخر.

في هذا الإطار نجد كلا من الباحثين "يوهانج" هو و"ليديا مانيكوندا" و"سوبارو كاميهيا ميشي" قاموا بتحليل صور ومحتويات الانستغرام عام 2014م، وهي أول دراسة تحليلية لمحتوى الانستغرام.¹

1-2-6 سناب شات Snapchat:

سناب شات تطبيق رسائل مصورة، وضعه "ايفان شغبييل" و"روبرت مورفي"، ويمكن للمستخدمين عن طريق التطبيق التقاط الصور، وتسجيل الفيديو، وإضافة نص ورسومات، وإرسالها إلى قائمة التحكم من المتلقين. يعين المستخدمون مهلة زمنية للقطاتهم من ثانية واحدة الى 10 ثواني وبعد إرسالها تبقى مدة 24 ساعة فقط، ثم تختفي من الجهاز المستلم، وتحذف من الخوادم الخاصة بسنابشات.

وقد رفض الرئيس التنفيذي لتطبيق سناب شات في نوفمبر 2013م، العرض المقدم من شركة غوغل للاستحواذ على تطبيقه بقيمة "4" مليار دولار، وقد رفض "شبيغل" كلا العرضين، إيمانا منه بان قيمة تطبيقه سترتفع في المستقبل؛ نتيجة للنمو المتزايد الذي يحققه التطبيق.²

1-2-7 اليوتيوب YouTube:

هو أحد المواقع الاجتماعية الشهيرة والذي استطاع بفترة زمنية قصيرة الحصول على مكانة متقدمة ضمن مواقع التواصل الاجتماعي وخصوصا في دوره المتميز في الأحداث الأخيرة التي جرت ووقعت في أنحاء مختلفة من العالم كالثورات الشعبية.

¹ ياسين قرناي، امينة بكار، مرجع سابق، ص 137.

² مركز المحتسب للاستشارات، مرجع سابق، ص 48-49.

تأسس اليوتيوب من قبل ثلاثة موظفين كانوا يعملون في شركة "باي بال" «PayPal» عام 2005م في ولاية كاليفورنيا في الولايات المتحدة الأمريكية، يعتمد اليوتيوب في عرض المقاطع المتحركة على تقنية "ادوب فلاش" ويمثل الموقع شركة "غوغل" عام 2006م بشراء الموقع مقابل 1.60 مليار دولار أمريكي، ويعتبر اليوتيوب من الجيل الثاني، وأصبح عام 2006م شبكة التواصل الأولى حسب اختيار مجلة "تايم" الأمريكية.¹

يقول الدكتور "عمار بكار" إن نجاح اليوتيوب له سبب آخر أكثر أهمية وهو إن الجمهور صار من سرعة الإيقاع وتشتيت الانتباه وتعدد المهام، بحيث صار الفيديو القصير قيمته الأساسية مقابل المادة التلفزيونية الطويلة التي تستغرق نصف ساعة أو أكثر على شاشة التلفزيون، البرهان على أن قصر الفيديو هو أهم من مسالة المحتوى الشخصي، إن الإحصاءات تثبت بلا شك أن الفيديو القصير الذي تتوافر فيه الإنتاج الحر (بروفيشيونال) له شعبية أكبر من الفيديو الشخصي.

ما يميز موقع اليوتيوب انه لا يسمح بوضع المقاطع الفيلمية التي تشجع على الإرهاب والجرائم وأفلام الخلاعة، ويستخدم اليوتيوب 51 لغة من لغات العالم وهو مسموح به في كافة بلدان العالم.

موقع يسمح ويدعم نشاط وتنزيل ومشاركة الأفلام بشكل عام وجاني، وهو يسمح بالتدرج في تحميل وعرض الأفلام القصيرة من أفلام عامة يستطيع الجميع مشاهدتها إلى أفلام خاصة يسمح فقط لمجموعة معينة بمشاهدتها.

ويعد الفيديو المرفوع من قبل "جاود كريم" بعنوان "انأ في حديقة الحيوان" يعد أول فيديو يتم رفعه على موقع اليوتيوب، وكان بتاريخ 23 أبريل 2005م، وتبلغ مدته 19 ثانية، ومنذ ذلك الوقت تم رفع المليارات من الأفلام القصيرة، وشاهدها الملايين من أبناء المعمورة وبكل اللغات، ليصبح الموقع الأكثر مشاهدة على الانترنت ولتشتريه شركة "جوجل" عام 2006م وتضمه لها، وقد أصبح

¹ علاء الدين محمد عفيفي، الاعلام وشبكات التواصل الاجتماعي العالمية، دار التعليم الجامعي، 2015م، ص 177-178.

اليوتيوب اليوم موقعا رئيسيا للفنانين والسياسيين والهواة على حد سواء، لبث مقاطع الأفلام الخاصة بترويج أفلامهم أو أغانيهم أو منتجاتهم للعامّة، ومجانا، بل تطور اليوتيوب لتستخدمه الجامعات والحكومات لبث برامج التوعية.¹

¹ ياسين قرناي، امينة بكار، مرجع سابق، ص 128-131.

خلاصة الفصل:

في هذا الفصل تم التعرف على شبكات التواصل الاجتماعي وهذا من خلال التطرق إلى تعريفها ونشأتها وخصائصها، وثانيا تسليط الضوء على خدمات شبكات التواصل الاجتماعي وأهم أنواعها المنتشرة ليختم الفصل بدور شبكات التواصل الاجتماعي.

الفصل الرابع

عرض وتحليل بيانات الدراسة

المحور الاول: انماط استخدام الشباب لشبكات التواصل الاجتماعي

جدول رقم 3 : يوضح اجابات الشباب حول وتيرة استخدامهم لشبكات التواصل الاجتماعي.

| الاجمالي | نادرا | | أحيانا | | دائما | | | | |
|----------|---------|----------------|---------|----------------|---------|----------------|----|----------|-----------------|
| | التكرار | النسبة المئوية | التكرار | النسبة المئوية | التكرار | النسبة المئوية | | | |
| %100 | 25 | % 8 | 2 | % 20 | 5 | % 72 | 18 | ذكور | الجنس |
| %100 | 25 | % 8 | 2 | % 28 | 7 | % 64 | 16 | إناث | |
| %100 | 50 | % 8 | 4 | % 24 | 12 | % 68 | 34 | الاجمالي | |
| %100 | 1 | % 0 | 0 | %100 | 1 | % 0 | 0 | ابتدائي | المستوى الدراسي |
| %100 | 5 | % 0 | 0 | % 20 | 1 | % 80 | 4 | متوسط | |
| %100 | 22 | %18.2 | 4 | %31.8 | 7 | % 50 | 11 | ثانوي | |
| %100 | 22 | % 0 | 0 | %13.6 | 3 | %86.4 | 19 | جامعي | |
| %100 | 50 | % 8 | 4 | % 24 | 12 | % 68 | 34 | الاجمالي | |

يتبين من خلال بيانات الجدول السابق أن نسبة المبحوثين الذين يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي دائما كانت أكبر نسبة حيث جاءت بـ 68 %، في حين كانت نسبة كانت نسبة المستخدمين الشبكات التواصل الاجتماعي أحيانا قدرت بـ 24 %، في حين قدرت كذلك نسبة المستخدمين للشبكات الاجتماعية نادرا بـ 8 %.

يتضح من خلال الإحصائيات الكمية لعلاقة متغير الجنس بالسؤال الأول في محور أنماط استخدام الشباب لشبكات التواصل الاجتماعي وإذا كان يستخدم هذه الشبكات في حياته اليومية. أن أعلى نسبة كانت دائما ضمن ممن يستخدمون الشبكات الاجتماعية و قدرت بـ 72 % وكانت من فئة الذكور، في حين جاءت اقل نسبة هي 8 % من فئة الإناث والذكور.

وتشير أيضا النتائج من خلال نفس الجدول علاقة مستوى الدراسي بنفس السؤال، حيث كانت النسبة الأعلى من نصيب المستوى الجامعي و قدرت بـ 86.4 %، ممن يستخدمون الشبكات الاجتماعية في حياتهم اليومية دائما، أما النسبة الأقل فكانت في المستوى الابتدائي بـ 0 %، ممن يستخدمون الشبكات الاجتماعية نادرا.

جدول رقم 4 : اجابات الشباب حول مدة استخدامهم لشبكات التواصل الاجتماعي.

| الاجمالي | | من ثلاث سنوات فما أكثر | | من سنة إلى سنتين | | أقل من سنة | | | | | |
|-----------------|----------------|---------------------------|---------|------------------|---------|----------------|---------|------|------|-----------------|----------|
| | | النسبة المئوية | التكرار | النسبة المئوية | التكرار | النسبة المئوية | التكرار | | | | |
| الاجمالي | النسبة المئوية | 100% | 25 | 92% | 23 | 8% | 2 | 0% | 0 | الجنس | ذكور |
| | التكرار | 25 | 68% | 17 | 20% | 5 | 12% | 3 | أناث | | |
| | النسبة المئوية | 100% | 50 | 80% | 40 | 14% | 7 | 6% | 3 | | الاجمالي |
| المستوى الدراسي | النسبة المئوية | 100% | 1 | 0% | 0 | 0% | 0 | 100% | 1 | المستوى الدراسي | ابتدائي |
| | التكرار | 1 | 80% | 4 | 20% | 1 | 0% | 0 | 0 | | متوسط |
| | النسبة المئوية | 100% | 5 | 77.3% | 17 | 13.6% | 3 | 9.1% | 2 | | ثانوي |
| | التكرار | 5 | 86.4% | 19 | 13.6% | 3 | 0% | 0 | 0 | | جامعي |
| | النسبة المئوية | 100% | 22 | 80% | 40 | 14% | 7 | 6% | 3 | | الاجمالي |

يتبين من خلال بيانات الجدول السابق أن نسبة مدة استخدام المبحوثين لشبكات التواصل الاجتماعي من ثلاث سنوات فما أكثر كانت أكبر حيث قدرت بـ 80%، في حين كانت نسبة من استخدم شبكات التواصل الاجتماعي من سنة إلى سنتين قدرت بـ 14%، في حين كانت نسبة من استخدم شبكات التواصل الاجتماعي اقل من سنة بـ 6%.

يتضح من خلال الإحصائيات الكمية لعلاقة متغير الجنس بالسؤال الثاني في محور أنماط استخدام الشباب لشبكات التواصل الاجتماعي، ومدة استخدام المبحوثين لهذه الشبكات. أن أعلى نسبة كانت من ثلاث سنوات فما أكثر ضمن ممن يستخدمون هذه الشبكات و قدرت بـ 92% وكانت من فئة الذكور، في حين جاءت اقل نسبة كانت من سنة إلى سنتين هي 0% من فئة الذكور.

وتشير أيضا النتائج من خلال نفس الجدول علاقة المستوى الدراسي بنفس السؤال، حيث كانت النسبة الأعلى من نصيب المستوى الجامعي 86.4%. ممن يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي من ثلاث سنوات فما فوق، أما النسبة الأقل فكانت في المستوى الابتدائي بـ 0%، ممن يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي اقل من سنة.

جدول رقم 5 : يوضح اجابات الشباب حول الوسائل التي يعتمدونها في تصفح مواقع التواصل الاجتماعي.

| الاجمالي | | حاسوب | | لوحة الكترونية | | هاتف محمول | | | |
|----------------|---------|----------------|---------|----------------|---------|----------------|---------|----------|-----------------|
| النسبة المئوية | التكرار | | |
| %100 | 25 | % 16 | 4 | % 0 | 0 | % 84 | 21 | ذكور | الجنس |
| %100 | 25 | % 4 | 1 | % 0 | 0 | % 96 | 24 | إناث | |
| %100 | 50 | % 10 | 5 | % 0 | 0 | % 90 | 45 | الاجمالي | |
| %100 | 1 | % 0 | 0 | % 0 | 0 | % 100 | 1 | ابتدائي | المستوى الدراسي |
| %100 | 5 | % 0 | 0 | % 0 | 0 | % 100 | 5 | متوسط | |
| %100 | 18.8 | % 0 | 4 | % 0 | 0 | 81.8 % | 18 | ثانوي | |
| %100 | 22 | % 4.5 | 1 | % 0 | 0 | 95.5 % | 21 | جامعي | |
| %100 | 50 | % 10 | 5 | % 0 | 0 | % 90 | 45 | الاجمالي | |

يتبين من خلال بيانات الجدول السابق أن نسبة المبحوثين للوسائل التي يستخدمونها لتصفح شبكات التواصل الاجتماعي الهاتف المحمول أكبر حيث قدرت بـ 90%، في حين كانت نسبة من يستخدمون جهاز الحاسوب قدرت بـ 10%، ونسبة من يستخدمون اللوحة الالكترونية للتصفح كانت منعدمة أي 0%.

يتضح من خلال الإحصائيات الكمية لعلاقة متغير الجنس بالسؤال الثالث في محور أنماط استخدام الشباب لشبكات التواصل الاجتماعي، والوسائل التي يعتمدونها المبحوثين لتصفح شبكات التواصل الاجتماعي. أن أعلى نسبة كانت الهاتف المحمول و قدرت بـ 96% وكانت من فئة الإناث، في حين جاءت اقل نسبة اللوحة الالكترونية و قدرت بـ 0% من فئة الذكور والإناث.

وتشير أيضا النتائج من خلال نفس الجدول علاقة المستوى الدراسي بنفس السؤال، حيث كانت النسبة الأعلى من نصيب المستوى الجامعي 95.5%، ممن يتصفحون شبكات التواصل الاجتماعي عن طريق جهاز الهاتف المحمول، أما النسبة الأقل فكانت في المستوى الابتدائي والمتوسط بـ 0% ممن يتصفحون شبكات التواصل الاجتماعي عن طريق اللوحة الالكترونية.

جدول رقم 6 : تبريرات الشباب حول اختيارهم لوسائل المعتمدة في تصفح مواقع التواصل الاجتماعي.

| الاجمالي | | خفيف الوزن | | عملي أكثر | | سهولة الاستخدام | | | | | | | | | | | |
|----------|----|------------|---|-----------|---|-----------------|---------|---------|-----------------|----------------|---------|---|--------|----|--------|----|----------|
| | | | | | | النسبة المئوية | التكرار | | | النسبة المئوية | التكرار | | | | | | |
| %100 | 25 | % 12 | 3 | % 16 | 4 | % 72 | 18 | ذكور | الجنس | | | | | | | | |
| | | | | | | | | % 100 | | 25 | % 0 | 0 | % 32 | 8 | % 68 | 17 | إناث |
| | | | | | | | | % 100 | | 50 | % 6 | 3 | % 24 | 12 | % 70 | 35 | الاجمالي |
| %100 | 1 | % 0 | 0 | % 0 | 0 | % 100 | 1 | ابتدائي | المستوى الدراسي | | | | | | | | |
| | | | | | | | | % 100 | | 5 | % 0 | 0 | % 60 | 3 | % 40 | 2 | متوسط |
| | | | | | | | | % 100 | | 22 | % 4.5 | 1 | 31.8 % | 7 | 63.6 % | 14 | ثانوي |
| | | | | | | | | % 100 | | 22 | % 9.1 | 2 | % 9.1 | 2 | 81.8 % | 18 | جامعي |
| | | | | | | | | % 100 | | 50 | % 6 | 3 | % 24 | 12 | % 70 | 35 | الاجمالي |

يبين من خلال بيانات الجدول السابق أن نسبة المبحوثين الذين يبررون الوسيلة التي يعتمدون عليها في تصفح شبكات التواصل الاجتماعي سهولة الاستخدام كانت أكبر نسبة مبررة حيث جاءت بـ 70 %، في حين كانت نسبة من برروا استخدامهم بـ عملي أكثر قدرت بـ 24 %، في حين جاءت من برروا استخدامهم بـ خفيف الوزن قدرت بـ 6 %.

يتضح من خلال الإحصاءات الكمية بالسؤال الرابع في المحور الأول أنماط استخدام الشباب لشبكات التواصل الاجتماعي، والمبحوثين الذين برروا الوسيلة التي يعتمدونها في تصفح شبكات التواصل الاجتماعي. أن أعلى نسبة كانت سهولة الاستخدام و قدرت بـ 72 % وكانت من فئة الذكور في حين جاءت اقل نسبة خفيف الوزن وكانت منعدمة أي 0 % من فئة الإناث.

وتشير أيضا النتائج من خلال نفس الجدول علاقة المستوى الدراسي بنفس السؤال، حيث كانت النسبة الأعلى من نصيب المستوى الجامعي و قدرت بـ 81.8 % . ممن برروا استخدامهم بسهولة الاستخدام، أما النسبة الأقل فكانت في المستوى الابتدائي بـ 0 % ممن يبررون استخدامهم بخفيف الوزن.

جدول رقم 7 : اجابات الشباب حول مدة استخدامهم لشبكات التواصل الاجتماعي.

| الاجمالي | | لا يوحد وقت محدد | | من ساعتين فما أكثر | | من ساعة إلى ساعتين | | ساعة | | | |
|-----------------|----------|------------------|----------------|--------------------|----------------|--------------------|----------------|---------|----------------|---|--|
| | | التكرار | النسبة المئوية | التكرار | النسبة المئوية | التكرار | النسبة المئوية | التكرار | النسبة المئوية | | |
| الجنس | ذكور | 25 | % 68 | 17 | % 16 | 4 | % 8.0 | 2 | % 8.0 | 2 | |
| | إناث | 25 | % 52 | 13 | % 4 | 1 | % 32 | 8 | % 12 | 3 | |
| | الاجمالي | 50 | % 60 | 30 | % 10 | 5 | % 20 | 10 | % 10 | 5 | |
| المستوى الدراسي | ابتدائي | 1 | % 0 | 0 | % 0 | 0 | % 100 | 1 | % 0 | 0 | |
| | متوسط | 5 | % 20 | 1 | % 0 | 0 | % 80 | 4 | % 0 | 0 | |
| | ثانوي | 22 | % 72.7 | 16 | % 0 | 0 | % 4.5 | 1 | % 22.7 | 5 | |
| | جامعي | 22 | % 59.1 | 13 | % 22.7 | 5 | % 18.2 | 4 | % 0 | 0 | |
| | الاجمالي | 50 | % 60 | 30 | % 10 | 5 | % 20 | 10 | % 10 | 5 | |

يبين من خلال بيانات الجدول السابق أن نسبة المبحوثين الذين يرون أن مدة استخدامهم لشبكات التواصل الاجتماعي لا يوجد وقت محدد كانت أكبر.

حيث جاءت بـ 60%، في حين كانت نسبة مدة استخدامهم لشبكات التواصل الاجتماعي من ساعة إلى ساعتين بنسبة 20%، في حين كانت نسبة مدة استخدامهم لشبكات التواصل الاجتماعي ساعة ومن ساعة إلى ساعتين بنسبة 10% .

يتضح من خلال الإحصائيات الكمية لعلاقة متغير الجنس بالسؤال الخامس في المحور الأول أنماط استخدام الشباب لشبكات التواصل الاجتماعي، ومدة استخدامهم لشبكات التواصل الاجتماعي. أن أعلى نسبة كانت لا يوجد وقت محدد وقدرت بـ 68% وكانت من فئة الذكور، في حين جاءت أقل نسبة هي من ساعتين فما أكثر وقدرت بـ 4% من فئة الإناث.

وتشير أيضا النتائج من خلال نفس الجدول علاقة المستوى الدراسي بنفس السؤال، حيث كانت النسبة الأعلى من نصيب المستوى الثانوي وقدرت بـ 72.7% للذين يرون ان مدة استخدامهم لشبكات التواصل الاجتماعي لا يوجد وقت محدد، اما النسبة الأقل فكانت في المستوى الابتدائي والمستوى المتوسط والمستوى الجامعي بـ 0% ممن كانت مدة استخدامهم للشبكات ساعة، وكذلك كانت النسبة الأقل في المستوى الابتدائي والمستوى المتوسط والمستوى الثانوي وقدرت بـ 0% ضمن ممن كانت مدة استخدامهم للشبكات من ساعتين فما أكثر.

جدول رقم 8 : اجابات الشباب حول مكان استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي.

| الإجمالي | أثناء التنقل | | مقهى الانترنت | | العمل | | الجامعة | | المنزل | | | | |
|----------|----------------|---------|----------------|---------|----------------|---------|----------------|---------|----------------|---------|----|----------|-----------------|
| | النسبة المئوية | التكرار | | | |
| %100 | 25 | %8 | 2 | %4 | 1 | %12 | 3 | %0 | 0 | %76 | 19 | ذكور | الجنس |
| %100 | 25 | %0 | 0 | %4 | 1 | %0 | 0 | %0 | 0 | %96 | 24 | إناث | |
| %100 | 50 | %4 | 2 | %4 | 2 | %6 | 3 | %0 | 0 | %86 | 43 | الإجمالي | |
| %100 | 1 | %0 | 0 | %0 | 0 | %0 | 0 | %0 | 0 | %100 | 1 | ابتدائي | المستوى الدراسي |
| %100 | 5 | %0 | 0 | %0 | 0 | %0 | 0 | %0 | 0 | %100 | 5 | متوسط | |
| %100 | 22 | %4.5 | 1 | %9.1 | 2 | %9.1 | 2 | %0 | 0 | %77.3 | 17 | ثانوي | |
| %100 | 22 | %4.5 | 1 | %0 | 0 | %4.5 | 1 | %0 | 0 | %90.9 | 20 | جامعي | |
| %100 | 50 | %4 | 2 | %4 | 2 | %6 | 3 | %0 | 0 | %86 | 43 | الإجمالي | |

يبين من خلال بيانات الجدول السابق أن نسبة المبحوثين الذين يبينون مكان استخدامهم للشبكات بكثرة المنزل كانت أكبر حيث جاءت بـ 86%، في حين كانت نسبة من يستخدمون الشبكات أثناء العمل قدرت بـ 6%، في حين جاءت نسبة من يستخدمون الشبكات في مقهى الانترنت وأثناء التنقل نفس النسبة قدرت بـ 4%.

يتضح أيضا من خلال الإحصائيات الكمية لعلاقة متغير الجنس بالسؤال السادس في محور أنماط استخدام الشباب لشبكات التواصل الاجتماعي، وأكثر مكان يستخدمون فيه المبحوثين شبكات التواصل الاجتماعي. أن أعلى نسبة كانت في المنزل و قدرت بـ 96% وكانت من فئة الإناث، في حين جاءت اقل نسبة في الجامعة و قدرت بـ 0% وذلك من فئة الإناث والذكور.

وتشير أيضا النتائج من خلال نفس الجدول علاقة المستوى الدراسي بنفس السؤال، حيث كانت النسبة الأعلى من نصيب المستوى الجامعي و قدرت بـ 90.9%، ممن يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي في المنزل، أما النسبة الأقل فكانت في المستوى الابتدائي والمتوسط ضمن ممن يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي في الجامعة و قدرت بـ 0%.

جدول رقم 9 : يوضح اجابات الشباب حول أكثر الاوقات استخداما لشبكات التواصل الاجتماعي.

| الإجمالي | | مساء | | زوالا | | صباحا | | | |
|----------------|---------|----------------|---------|----------------|---------|----------------|---------|----------|-----------------|
| النسبة المئوية | التكرار | | |
| %100 | 25 | %80 | 20 | %12 | 3 | %8 | 2 | ذكور | الجنس |
| %100 | 25 | %68 | 17 | %16 | 4 | %16 | 4 | إناث | |
| %100 | 50 | %74 | 37 | %14 | 7 | %12 | 6 | الإجمالي | |
| %100 | 1 | %0 | 0 | %100 | 1 | %0 | 0 | ابتدائي | المستوى الدراسي |
| %100 | 5 | %80 | 4 | %0 | 0 | %20 | 1 | متوسط | |
| %100 | 22 | %63.6 | 14 | %22.7 | 5 | %13.6 | 3 | ثانوي | |
| %100 | 22 | %86.4 | 19 | %4.5 | 1 | %9.1 | 2 | جامعي | |
| %100 | 50 | %74 | 37 | %14 | 7 | %12 | 6 | الإجمالي | |

يبين من خلال بيانات الجدول السابق أن نسبة المبحوثين الذين يبينون أكثر الأوقات استخداماً لشبكات التواصل الاجتماعي مساءً كانت أكبر نسبة حيث جاءت بـ 74%، في حين كانت نسبة من يستخدمون هي الشبكات زوالاً قدرت بـ 14%، في حين كانت نسبة المستخدمين صباحاً بـ 12%.

يتضح من خلال الإحصاءات الكمية لعلاقة متغير الجنس بالسؤال السابع في محور أنماط استخدام الشباب لشبكات التواصل الاجتماعي، وأكثر الأوقات استخداماً لهذه الشبكات، أن أعلى نسبة كانت زوالاً و قدرت بـ 80% من فئة الذكور، في حين جاءت أقل نسبة صباحاً ضمن ممن الذين يبينون أكثر الأوقات استخداماً لشبكات التواصل الاجتماعي و قدرت بـ 8% من فئة الذكور.

وتشير أيضاً النتائج من خلال نفس الجدول علاقة المستوى الدراسي بنفس السؤال، حيث كانت النسبة الأعلى من نصيب المستوى الجامعي و قدرت بـ 86.4%، ممن يستخدمون هذه الشبكات في وقت المساء، أما النسبة الأقل فكانت في المستوى الابتدائي و قدرت بـ 0% ممن يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي صباحاً.

المحور الثاني: دوافع استخدام الشباب لشبكات التواصل الاجتماعي.

جدول رقم 10 : إجابات الشباب حول سبب استخدامهم لشبكات التواصل الاجتماعي.

| الاجمالي | بناء علاقات اجتماعية جديدة | | الحصول على معلومات | | العاب على الخط | | الترفيه والتسلية | | | | |
|----------|----------------------------|---------|--------------------|---------|----------------|---------|------------------|---------|--|----------|-----------------|
| | النسبة المئوية | التكرار | النسبة المئوية | التكرار | النسبة المئوية | التكرار | النسبة المئوية | التكرار | | | |
| | | | | | | | | | | ذكور | الجنس |
| | | | | | | | | | | إناث | |
| | | | | | | | | | | الاجمالي | |
| | | | | | | | | | | ابتدائي | المستوى الدراسي |
| | | | | | | | | | | متوسط | |
| | | | | | | | | | | ثانوي | |
| | | | | | | | | | | جامعي | |
| | | | | | | | | | | الاجمالي | |

بين من خلال بيانات الجدول السابق أن نسبة المبحوثين الذين يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي وذلك لسبب التسلية والترفيه كانت أكبر حيث قدرت بـ 58%، في حين كانت نسبة من يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي بسبب الحصول على المعلومات قدرت بـ 34% في حين جاءت نسبة يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي بسبب بناء علاقات اجتماعية جديدة بـ 6%، وكذلك جاءت نسبة من يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي بسبب الألعاب على الخط بـ 2%.

يتضح من خلال الإحصاءات الكمية لعلاقة متغير الجنس بالسؤال الأول في محور دوافع استخدام الشباب لشبكات التواصل الاجتماعي، أن أعلى نسبة كانت التسلية والترفيه ضمن ممن يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي لهذا السبب و قدرت بـ 68% وكانت من فئة الذكور، في حين جاءت اقل نسبة هي 0% من سبب الألعاب على الخط وكانت من فئة الذكور.

وتشير أيضا النتائج من خلال نفس الجدول علاقة المستوى الدراسي بنفس السؤال، حيث كانت النسبة الأعلى من نصيب المستوى الجامعي و قدرت بـ 63.6%، ممن يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي بسبب التسلية والترفيه، أما النسبة الأقل في المستوى الابتدائي قدرت بـ 0% ممن يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي بسبب الألعاب على الخط.

جدول رقم 11 : يوضح اجابات الشباب حول طبيعة المواضيع التي تثير اهتمامهم وتدعوهم للتصفح.

| الاجمالي | الاسرة والعناية الصحية | | التربية والتعليم | | الدين والعادات والتقاليد | | اخبار المجتمع | | | | |
|----------|------------------------|---------|------------------|---------|--------------------------|---------|----------------|---------|------|----------|-----------------|
| | النسبة المئوية | التكرار | النسبة المئوية | التكرار | النسبة المئوية | التكرار | النسبة المئوية | التكرار | | | |
| | | | | | | | | | ذكور | الجنس | |
| %100 | 25 | %12 | 3 | %16 | 4 | %12 | 3 | % 60 | 15 | | |
| %100 | 25 | % 0 | 0 | % 4 | 1 | %16 | 4 | % 80 | 20 | | |
| %100 | 50 | % 6 | 3 | %10 | 5 | %14 | 7 | %70 | 35 | الاجمالي | |
| %100 | 1 | %0 | 0 | %0 | 0 | %0 | 0 | %100 | 1 | ابتدائي | المستوى الدراسي |
| %100 | 5 | %0 | 0 | %0 | 0 | %0 | 0 | %100 | 5 | متوسط | |
| %100 | 22 | %0 | 0 | %13.6 | 3 | %18.2 | 4 | %68.2 | 15 | ثانوي | |
| %100 | 22 | %13.6 | 3 | 9.2 | 2 | %13.6 | 3 | %63.6 | 14 | جامعي | |
| %100 | 50 | %6 | 3 | %10 | 5 | %14 | 7 | %70 | 35 | الاجمالي | |

بين من خلال بيانات الجدول السابق أن نسبة المبحوثين وطبيعة المواضيع التي تثير اهتمامهم وتدعوهم لتصفحها، اخبار المجتمع كانت أكبر حيث جاءت بـ 70%، في حين كانت نسبة طبيعة المواضيع التي تثير اهتمام المبحوثين وتدعوهم لتصفحها الدين والعادات والتقاليد قدرت بـ 14% في حين جاءت نسبة طبيعة المواضيع التي تثير اهتمام المبحوثين وتدعوهم لتصفحها التربية والتعليم التي قدرت بـ 10%، في حين جاءت نسبة طبيعة المواضيع التي تثير اهتمام المبحوثين وتدعوهم لتصفحها الاسرة والعناية الصحية بـ 6.6%

يتضح من خلال الإحصاءات الكمية لعلاقة متغير الجنس بالسؤال الثاني في محور دوافع استخدام الشباب لشبكات التواصل الاجتماعي، ان اعلى نسبة كانت اخبار مجتمع من طبيعة المواضيع التي تثير اهتمام المبحوثين وتدعوهم لتصفحها و قدرت بـ 80 % وكانت من فئة الاناث، في حين جاءت اقل نسبة هي 0 %، من طبيعة المواضيع التي تثير اتمام المبحوثين وتدعوهم لتصفحها الاسرة والعناية الصحية من فئة الاناث.

وتشير أيضا النتائج من خلال نفس الجدول علاقة المستوى الدراسي بنفس السؤال، حيث كانت النسبة الأعلى من نصيب المستوى الثانوي و قدرت بـ 68.2%، من طبيعة المواضيع التي تثير اهتمام المبحوثين وتدعوهم لتصفحها اخبار مجتمع، اما النسبة الاقل فكانت في المستوى الابتدائي والمتوسط بـ 0%، من طبيعة المواضيع التي تثير اهتمام المبحوثين وتدعوهم لتصفحها الاسرة والعناية الصحية.

جدول رقم 12 : يوضح اجابات الشباب حول اهم السلوكيات المكتسبة من شبكات التواصل الاجتماعي.

| الاجمالي | | ثقافة أجنبية | | نمط تفكير | | لغة جديدة | | | |
|----------------|---------|----------------|---------|----------------|---------|----------------|---------|----------|-----------------|
| النسبة المئوية | التكرار | | |
| %100 | 25 | %20 | 5 | %60 | 15 | %20 | 5 | ذكور | الجنس |
| %100 | 25 | %12 | 3 | %60 | 15 | %28 | 7 | إناث | |
| %100 | 50 | %16 | 8 | %60 | 30 | %24 | 12 | الاجمالي | |
| %100 | 1 | %0 | 0 | %0 | 0 | %100 | 1 | ابتدائي | المستوى الدراسي |
| %100 | 5 | %20 | 1 | %20 | 1 | %60 | 3 | متوسط | |
| %100 | 22 | %18.2 | 4 | %68.2 | 15 | %13.6 | 3 | ثانوي | |
| %100 | 22 | %13.6 | 3 | %63.6 | 14 | %22.7 | 5 | جامعي | |
| %100 | 50 | %16 | 8 | %60 | 30 | %24 | 12 | الاجمالي | |

بين من خلال بيانات الجدول السابق أن نسبة المبحوثين من اهمم السلوكيات التي اكتسبها من شبكات التواصل الاجتماعي نمط تفكير كانت أكبر حيث قدرت بـ 60%، في حين كانت نسبة اهمم السلوكيات التي اكتسبها المبحوثين من شبكات التواصل الاجتماعي لغة جديدة قدرت بـ 24% في حين كانت نسبة اهمم السلوكيات التي اكتسبها المبحوثين من شبكات التواصل الاجتماعي ثقافة أجنبية بـ 16%.

يتضح من خلال الإحصاءات الكمية لعلاقة متغير الجنس بالسؤال الثالث في محور دوافع استخدام الشباب لشبكات التواصل الاجتماعي، أن أعلى نسبة كانت نمط تفكير من اهمم السلوكيات التي اكتسبها المبحوثين من شبكات التواصل و قدرت بـ 60% من فئة الذكور والإناث بالتساوي في حين جاءت اقل نسبة ثقافة أجنبية و قدرت بـ 12% من فئة الإناث.

وتشير أيضا النتائج من خلال نفس الجدول علاقة المستوى الدراسي بنفس السؤال، حيث كانت النسبة الأعلى من نصيب المستوى الثانوي و قدرت بـ 68.2%، من السلوكيات التي اكتسبها المبحوثين من شبكات التواصل الاجتماعي نمط تفكير، أما النسبة الأقل فكانت في المستوى الابتدائي بـ 0% من السلوكيات التي اكتسبها المبحوثين من شبكات التواصل الاجتماعي ثقافة أجنبية

جدول رقم 13: يوضح اجابات الشباب حول الدوافع التي ادت بهم لتصفح هذه المواقع.

| الإجمالي | | اللامكانية واللازمانيه | | السرعة في التفاعل | | سهولة الوصول الى المعلومة | | | |
|-----------------|----------|---------------------------|---------|-------------------|---------|------------------------------|---------|----|--|
| | | النسبة المئوية | التكرار | النسبة المئوية | التكرار | النسبة المئوية | التكرار | | |
| الجنس | ذكور | 25 | 8% | 2 | 24% | 6 | 68% | 17 | |
| | إناث | 25 | 0% | 0 | 24% | 6 | 76% | 19 | |
| | الاجمالي | 50 | 0% | 0 | 24% | 12 | 72% | 36 | |
| المستوى الدراسي | ابتدائي | 1 | 0% | 0 | 100% | 1 | 0% | 0 | |
| | متوسط | 5 | 0% | 0 | 60% | 3 | 40% | 2 | |
| | ثانوي | 22 | 4.5% | 1 | 13.6% | 3 | 81.8% | 18 | |
| | جامعي | 22 | 4.5% | 1 | 22.7% | 5 | 72.7% | 16 | |
| | الاجمالي | 50 | 4% | 2 | 24% | 12 | 72% | 36 | |

بين من خلال بيانات الجدول السابق أن نسبة المبحوثين والدوافع التي ادت بهم لتصفح هذه المواقع سهولة الوصول الى المعلومة كانت أكبر نسبة حيث جاءت بـ 72%، في حين كانت نسبة من الدوافع التي ادت بهم الى التصفح السرعة في التفاعل قدرت بـ 24%، في حين جاءت نسبة من الدوافع التي ادت بهم الى تصفحها اللامكانية واللازمانية بـ 4%.

يتضح من خلال الإحصاءات الكمية التي لعلاقة متغير الجنس بالسؤال الرابع في محور دوافع استخدام الشباب لشبكات التواصل الاجتماعي، أن أعلى نسبة كانت سهولة الوصول الى المعلومة ضمن ممن الذين يرون الدوافع التي أدت بهم لتصفح المواقع وقدرت بـ 76% وكانت من فئة الإناث في حين جاءت اقل نسبة هي 0% من الدوافع التي أدت بهم لتصفح المواقع اللامكانية واللازمانية. وتشير أيضا النتائج من خلال نفس الجدول علاقة المستوى الدراسي بنفس السؤال، حيث كانت النسبة الأعلى من نصيب المستوى الثانوي وقدرت بـ 81.8%، ممن يرون الدوافع التي أدت بهم لتصفح المواقع سهولة الوصول إلى المعلومة، أما النسبة الأقل فكانت في المستوى الابتدائي بـ 0% ممن يرون الدوافع التي أدت بهم لتصفح المواقع اللامكانية واللازمانية

المحور الثالث: اعتماد الشباب على شبكات التواصل الاجتماعي في التزود بالمعلومات الثقافية

جدول رقم 14: يوضح اجابات الشباب حول أهم شبكات التواصل الاجتماعي التي يتصفحونها.

| الإجمالي | انستغرام | | يوتيوب | | تويتر | | فيسبوك | | | | |
|----------|----------------|---------|----------------|---------|----------------|---------|----------------|---------|--|-----------------|----------|
| | النسبة المئوية | التكرار | | | |
| | | | | | | | | | | الجنس | ذكور |
| | | | | | | | | | | | إناث |
| | | | | | | | | | | | الإجمالي |
| | | | | | | | | | | المستوى الدراسي | ابتدائي |
| | | | | | | | | | | | متوسط |
| | | | | | | | | | | | ثانوي |
| | | | | | | | | | | | جامعي |
| | | | | | | | | | | | الإجمالي |

يتبين من خلال بيانات الجدول السابق ان نسبة المبحوثين وشبكات التواصل الاجتماعي التي يتصفحونها الفاييسبوك كانت أكبر حيث جاءت بـ 84%، في حين كانت نسبة شبكات التواصل الاجتماعي التي يتصفحونها الانستغرام قدرت بـ 10%، في حين جاءت نسبة شبكات التواصل الاجتماعي التي يتصفحونها اليوتيوب قدرت بـ 4%، في حين جاءت نسبة شبكات التواصل الاجتماعي التي يتصفحونها تويتر قدرت بـ 2%.

يتضح من خلال الإحصاءات الكمية لعلاقة متغير الجنس بالسؤال الأول من محور اعتماد الشباب على شبكات التواصل الاجتماعي في التزود بالمعلومات الثقافية، أن أعلى نسبة كانت الفاييسبوك ضمن ممن يتصفحون هذه الشبكات وكانت بنسبة 88% من فئة الذكور في حين جاءت اقل نسبة هي تويتر وقدرت بـ 0% من فئة الذكور.

وتشير أيضا النتائج من خلال نفس الجدول علاقة المستوى الدراسي بنفس السؤال، حيث كانت النسبة الأعلى من نصيب المستوى الثانوي وقدرت بـ 86.4% ممن يتصفحون الفاييسبوك، اما النسبة الأقل فكانت في المستوى الابتدائي والمتوسط والجامعي بـ لمن يتصفحون تويتر وقدرت بـ 0%.

جدول رقم 15: يوضح اجابات الشباب حول سبب اعتمادهم على مواقع التواصل الاجتماعي في استقطاب المعلومات والاخبار.

| الإجمالي | | خصوصية الموقع | | سعة انتشارها | | سهولة استخدامها | | | |
|----------------|---------|----------------|---------|----------------|---------|-----------------|---------|----------|-----------------|
| النسبة المئوية | التكرار | النسبة المئوية | التكرار | النسبة المئوية | التكرار | النسبة المئوية | التكرار | | |
| %100 | 25 | %24 | 6 | %24 | 6 | %52 | 13 | ذكور | الجنس |
| %100 | 25 | %4 | 1 | %16 | 4 | %80 | 20 | إناث | |
| %100 | 50 | %14 | 7 | %20 | 10 | %66 | 33 | الإجمالي | |
| %100 | 1 | %0 | 0 | %0 | 0 | %100 | 1 | ابتدائي | المستوى الدراسي |
| %100 | 5 | %20 | 1 | %20 | 1 | %60 | 3 | متوسط | |
| %100 | 22 | %13.6 | 3 | %13.6 | 3 | %72.7 | 16 | ثانوي | |
| %100 | 22 | %13.6 | 3 | %27.3 | 6 | %59.1 | 13 | جامعي | |
| %100 | 50 | %14 | 7 | %20 | 10 | %66 | 33 | الإجمالي | |

يتبين من خلال بيانات الجدول السابق ان نسبة المبحوثين الذين يعتمدون على مواقع التواصل الاجتماعي على اساس استقطاب المعلومات والايخبار دون غيرها من وسائل الاعلام لسهولة استخدامها كانت اكبر نسبة حيث جاءت بـ 66%، في حين كانت نسبة الذين يعتمدون على مواقع التواصل الاجتماعي على اساس استقطاب المعلومات والايخبار دون غيرها من وسائل الاعلام لسهولة انتشارها قدرت بـ 20%، في حين جاءت نسبة يعتمدون على مواقع التواصل الاجتماعي على اساس استقطاب المعلومات والايخبار دون غيرها من وسائل الاعلام لخصوصية الموقع وقدرت بـ 14%.

يتضح من خلال الاحصاءات الكمية لعلاقة متغير الجنس بالسؤال الثاني في محور اعتماد الشباب على شبكات التواصل الاجتماعي في التزود بالمعلومات الثقافية، ان اعلى نسبة كانت سهولة استخدامها ضمن ممن يعتمدون على مواقع التواصل الاجتماعي على اساس استقطاب المعلومات والايخبار دون غيرها من وسائل الاعلام وقدرت بـ 80% وكانت من فئة الاناث، في حين جاءت اقل نسبة خصوصية الموقع ضمن ممن يعتمدون على مواقع التواصل الاجتماعي على اساس استقطاب المعلومات والايخبار دون غيرها من وسائل الاعلام وقدرت بـ 4% من فئة الاناث.

ايضا النتائج من خلال نفس الجدول علاقة المستوى الدراسي بنفس السؤال، حيث كانت النسبة الاعلى من نصيب المستوى الثانوي وقدرت بـ 72.7%، ممن يعتمدون على مواقع التواصل الاجتماعي على اساس استقطاب المعلومات والايخبار دون غيرها من وسائل الاعلام لسهولة استخدامها اما النسبة الاقل فكانت في المستوى الابتدائي حيث قدرت بـ 0% ممن يعتمدون على مواقع التواصل الاجتماعي على اساس استقطاب المعلومات والايخبار دون غيرها من وسائل الاعلام لخصوصية الموقع.

جدول رقم 16: اجابات الشباب حول حقيقة اعتمادهم على شبكات التواصل الاجتماعي بهوية حقيقية أو هوية افتراضية

| الإجمالي | | افتراضية | | حقيقة | | | |
|----------------|---------|----------------|---------|----------------|---------|----------|-----------------|
| النسبة المئوية | التكرار | النسبة المئوية | التكرار | النسبة المئوية | التكرار | | |
| %100 | 25 | %16 | 4 | %84 | 21 | ذكور | الجنس |
| %100 | 25 | %40 | 10 | %60 | 15 | إناث | |
| %100 | 50 | %28 | 14 | %72 | 36 | الاجمالي | |
| %100 | 1 | %100 | 1 | %0 | 0 | ابتدائي | المستوى الدراسي |
| %100 | 5 | %40 | 2 | %60 | 3 | متوسط | |
| %100 | 22 | %18.2 | 4 | %81.8 | 18 | ثانوي | |
| %100 | 22 | %31.8 | 7 | %68.2 | 15 | جامعي | |
| %100 | 50 | %28 | 14 | %72 | 36 | الاجمالي | |

يتبين من خلال بيانات الجدول السابق أن نسبة المبحوثين الذين يعتمدون على شبكات التواصل الاجتماعي بهوية حقيقية أو هوية افتراضية، حقيقية كانت أكبر نسبة حيث جاءت بـ 72%، في حين كانت نسبة من يعتمدون على شبكات التواصل الاجتماعي بهوية افتراضية قدرت بـ 28%.

يتضح من خلال الإحصاءات الكمية لعلاقة متغير الجنس بالسؤال الثالث في محور اعتماد الشباب على شبكات التواصل الاجتماعي في التزود بالمعلومات الثقافية، أن أعلى نسبة كانت حقيقية ضمن ممن يعتمدون على شبكات التواصل الاجتماعي قدرت بـ 84% وكانت من فئة الذكور، في حين جاءت أقل نسبة هي 16% ضمن ممن يعتمدون على شبكات التواصل الاجتماعي بهوية افتراضية من فئة الذكور.

أيضا النتائج من خلال نفس الجدول علاقة المستوى الدراسي بنفس السؤال، حيث كانت النسبة الأعلى من نصيب المستوى الثانوي و قدرت بـ 81.8%، ممن يعتمدون على شبكات التواصل الاجتماعي بهوية حقيقية، أما النسبة الأقل كانت في المستوى الابتدائي قدرت بـ 0% ممن يعتمدون على شبكات التواصل الاجتماعي بهوية افتراضية.

جدول رقم 17 : يوضح إجابات الشباب حول سبب إذا كنت تستخدم اسمك الحقيقي في حسابك عبر شبكات التواصل الاجتماعي:

| الاجمالي | ان تبعد عن العلاقات المشبوهة | | ان تبرز هويتك الحقيقية | | حتى تحظى بثقة المتفاعلين | | الحفاظة على سمعتك الشخصية | | ان يجدها اصداقك بسهولة | | | | |
|----------|------------------------------|---------|------------------------|---------|--------------------------|---------|---------------------------|---------|------------------------|---------|----|----------|-----------------|
| | النسبة المئوية | التكرار | النسبة المئوية | التكرار | النسبة المئوية | التكرار | النسبة المئوية | التكرار | النسبة المئوية | التكرار | | | |
| %100 | 25 | %4 | 1 | %12 | 3 | %4 | 1 | %28 | 7 | %52 | 13 | ذكور | الجنس |
| %100 | 25 | %4 | 1 | %8 | 2 | %0 | 0 | %56 | 14 | %32 | 8 | إناث | |
| %100 | 50 | %4 | 2 | %10 | 5 | %2 | 1 | %42 | 21 | %42 | 21 | الإجمالي | |
| %100 | 1 | %0 | 0 | %0 | 0 | %0 | 0 | %0 | 0 | %100 | 1 | ابتدائي | المستوى الدراسي |
| %100 | 5 | %0 | 0 | %0 | 0 | %0 | 0 | %60 | 3 | %40 | 2 | متوسط | |
| %100 | 22 | %0 | 0 | %4.5 | 1 | %4.5 | 1 | %40.9 | 9 | %50 | 11 | ثانوي | |
| %100 | 22 | %9.1 | 2 | %18.2 | 4 | %0 | 0 | %40.9 | 9 | %31.8 | 7 | جامعي | |
| %100 | 50 | %4 | 2 | %10 | 5 | %2 | 1 | %42 | 21 | %42 | 21 | الإجمالي | |

يتبن من خلال بيانات الجدول السابق أن نسبة المبحوثين الذين يعتمدون على اسمهم الحقيقي في حسابهم عبر مواقع التواصل الاجتماعي كان ذلك بسبب، أن يجدهم أصدقاءك بسهولة والمحافظة على سمعتك الشخصية كانوا أكبر حيث جاءت نسبهم بالتساوي بـ 42%، في حين كانت نسبة الذين يعتمدون على اسمهم الحقيقي في حسابهم عبر مواقع التواصل الاجتماعي كان ذلك بسبب أن تبرز هويتك الحقيقية قدرت بـ 10%، في حين جاءت نسبة الذين يعتمدون على اسمهم الحقيقي في حسابهم عبر مواقع التواصل الاجتماعي كان ذلك بسبب حتى تحظى بثقة المتفاعلين بـ 2%.

من خلال الإحصاءات الكمية لعلاقة متغير الجنس بالسؤال الرابع في محور اعتماد الشباب على شبكات التواصل الاجتماعي في التزود بالمعلومات الثقافية، أن أعلى نسبة كانت أن يجدهم أصدقاءك بسهولة والمحافظة على سمعتك الشخصية ضمن ممن يعتمدون على اسمهم الحقيقي في حسابهم عبر مواقع التواصل الاجتماعي كان ذلك بسبب أن يجدهم أصدقاءك بسهولة بنسبة 52% من فئة الذكور، وكذلك بسبب والمحافظة على سمعتك الشخصية كانت النسبة الأعلى بـ 56% من فئة الإناث في حين جاءت اقل نسبة هي 0% ضمن ممن يعتمدون على اسمهم الحقيقي في حسابهم عبر مواقع التواصل الاجتماعي كان ذلك بسبب حتى تحظى بثقة المتفاعلين من فئة الإناث.

أيضا النتائج من خلال نفس الجدول علاقة المستوى الدراسي بنفس السؤال، حيث كانت النسبة الأعلى من نصيب المستوى الثانوي و قدرت بـ 40%، ممن يعتمدون على اسمهم الحقيقي في حسابهم عبر مواقع التواصل الاجتماعي كان ذلك بسبب، أن يجدهم أصدقاءك بسهولة، وكذلك أعلى نسبة كانت من نصيب المستوى المتوسط و قدرت بـ 60%، ممن يعتمدون على اسمهم الحقيقي في حسابهم عبر مواقع التواصل الاجتماعي كان ذلك بسبب والمحافظة على سمعتك الشخصية، اما النسبة الاقل فكانت في المستوى الابتدائي والمستوى المتوسط والمستوى الجامعي بـ 0% ممن يعتمدون على اسمهم الحقيقي في حسابهم عبر مواقع التواصل الاجتماعي كان ذلك بسبب حتى تحظى بثقة المتفاعلين.

جدول رقم 18 : يوضح إجابات الشباب حول سبب استخدامهم للاسم المستعار على حساباتهم عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

| الاجمالي | | الخوف من الاختراقات | | الهروب من الرقابة الاجتماعية | | تجنب الاشخاص الذين يعرفونني | | سهولة التواصل مع الاخرين | | | |
|----------------|---------|---------------------|---------|------------------------------|---------|-----------------------------|---------|--------------------------|---------|----------|-----------------|
| النسبة المئوية | التكرار | النسبة المئوية | التكرار | النسبة المئوية | التكرار | النسبة المئوية | التكرار | النسبة المئوية | التكرار | | |
| %100 | 25 | %44 | 11 | %12 | 3 | %24 | 6 | %20 | 5 | ذكور | الجنس |
| %100 | 25 | %20 | 5 | %20 | 5 | %24 | 6 | %36 | 9 | إناث | |
| %100 | 50 | %32 | 16 | %16 | 8 | %24 | 12 | %28 | 14 | الإجمالي | |
| %100 | 1 | %0 | 0 | %0 | 0 | %100 | 1 | %0 | 0 | ابتدائي | المستوى الدراسي |
| %100 | 5 | %40 | 2 | %40 | 2 | %0 | 0 | %20 | 1 | متوسط | |
| %100 | 22 | %22.7 | 5 | %13.6 | 3 | %31.8 | 7 | %31.8 | 7 | ثانوي | |
| %100 | 22 | %40.9 | 9 | %13.6 | 3 | %18.2 | 4 | %27.3 | 6 | جامعي | |
| %100 | 50 | %32 | 16 | %16 | 8 | %24 | 12 | %28 | 14 | الإجمالي | |

يتبين من خلال بيانات الجدول السابق أن نسبة المبحوثين الذين يعتمدون على اسمهم المستعار في حسابهم عبر مواقع التواصل الاجتماعي كان ذلك بسبب، الخوف من الاختراقات كانت أكبر نسبة حيث جاءت بـ 32%، في حين كانت نسبة يعتمدون على اسمهم المستعار في حسابهم عبر مواقع التواصل الاجتماعي كان ذلك بسبب سهولة التواصل مع الآخرين قدرت بـ 28% في حين كانت نسبة يعتمدون على اسمهم المستعار في حسابهم عبر مواقع التواصل الاجتماعي كان ذلك بسبب تجنب الأشخاص الذين يعرفونني قدرت بـ 24%، في حين كانت نسبة يعتمدون على اسمهم المستعار في حسابهم عبر مواقع التواصل الاجتماعي كان ذلك بسبب الهروب من الرقابة الاجتماعية قدرت بـ 16%.

من خلال الإحصاءات الكمية لعلاقة متغير الجنس بالسؤال الخامس في محور اعتماد الشباب على شبكات التواصل الاجتماعي في التزود بالمعلومات الثقافية، أن أعلى نسبة كانت الخوف من الاختراقات ضمن الذين يعتمدون على اسمهم المستعار في حسابهم عبر مواقع التواصل الاجتماعي و قدرت بـ 44% وكانت من فئة الذكور، في حين جاءت أقل نسبة هي 12% ضمن ممن يعتمدون على اسمهم المستعار في حسابهم عبر مواقع التواصل الاجتماعي كان ذلك بسبب الهروب من الرقابة الاجتماعية.

أيضا النتائج من خلال نفس الجدول علاقة المستوى الدراسي بنفس السؤال، حيث كانت النسبة الأعلى من نصيب المستوى الجامعي و قدرت بـ 40.9%، ممن يعتمدون على اسمهم المستعار في حسابهم عبر مواقع التواصل الاجتماعي كان ذلك بسبب، الخوف من الاختراقات، أما النسبة الأقل فكانت في المستوى الابتدائي و قدرت بـ 0%، ممن يعتمدون على اسمهم المستعار في حسابهم عبر مواقع التواصل الاجتماعي كان ذلك بسبب الهروب من الرقابة الاجتماعية.

المحور الرابع: تمثلات الشباب للهوية الرقمية من خلال استخدام شبكات التواصل الاجتماعي.

جدول رقم 19 : يوضح اجابات الشباب حول شعورهم عند تصفح مواقع التواصل الاجتماعي.

| الاجمالي | | الاسترخاء | | الثقة | | الراحة نفسية | | | |
|----------------|---------|----------------|---------|----------------|---------|----------------|---------|----------|-----------------|
| النسبة المئوية | التكرار | | |
| %100 | 25 | %56 | 14 | %8 | 2 | %36 | 9 | تكرر | الجنس |
| %100 | 25 | %40 | 10 | %28 | 7 | %32 | 8 | أبداً | |
| %100 | 50 | %48 | 24 | %18 | 9 | %34 | 17 | الاجمالي | |
| %100 | 1 | %0 | 0 | %0 | 0 | %100 | 1 | ابتدائي | المستوى الدراسي |
| %100 | 5 | %60 | 3 | %0 | 0 | %40 | 2 | متوسط | |
| %100 | 22 | %45.5 | 10 | %13.6 | 3 | %40.9 | 9 | تأثيري | |
| %100 | 22 | %50 | 11 | %27.3 | 6 | %22.7 | 5 | شعبي | |
| %100 | 50 | %48 | 24 | %18 | 9 | %34 | 17 | الاجمالي | |

يبين من خلال بيانات الجدول السابق ان نسبة المبحوثين وشعورهم عند تصفحهم لمواقع التواصل الاجتماعي، الاسترخاء كانت أكبر نسبة حيث جاءت بـ 48%، في حين كانت نسبة وشعور المبحوثين عند تصفحهم لمواقع التواصل الاجتماعي الراحة النفسية قدرت بـ 34%، في حين جاءت نسبة وشعور المبحوثين عند تصفحهم لمواقع التواصل الاجتماعي الثقة قدرت بـ 18%.

يتضح من خلال الاحصاءات الكمية لعلاقة متغير الجنس بالسؤال الاول في محور تمثلات الشباب للهوية الرقمية من خلال استخدام شبكات التواصل الاجتماعي، ان اعلى نسبة كانت الاسترخاء ضمن شعور المبحوثين عند تصفحهم لمواقع التواصل الاجتماعي وقدرت بـ 56% وكانت من فئة الذكور، في حين جاءت اقل نسبة ضمن شعور المبحوثين عند تصفحهم لمواقع التواصل الاجتماعي الثقة وقدرت بـ 8% من فئة الذكور.

وتشير ايضا النتائج من خلال نفس الجدول علاقة المستوى الدراسي بنفس السؤال، حيث كانت النسبة الاعلى من نصيب المستوى المتوسط وقدرت بـ 60%، ضمن شعور المبحوثين عند تصفحهم لمواقع التواصل الاجتماعي الاسترخاء، اما النسبة الاقل فكانت في المستوى الابتدائي والمتوسط بـ 0%، ضمن شعور المبحوثين عند تصفحهم لمواقع التواصل الاجتماعي الثقة.

جدول رقم 20 : يوضح إجابات الشباب حول احساسهم بالرضا على ما تقدمه مواقع التواصل الاجتماعي من معلومات ومعارف ثقافية.

| الاجمالي | | نادرا | | أحيانا | | دائما | | | |
|----------------|---------|----------------|---------|----------------|---------|----------------|---------|----------|-----------------|
| النسبة المئوية | التكرار | | |
| %100 | 25 | %32 | 8 | %56 | 14 | %12 | 3 | ذكور | الجنس |
| %100 | 25 | %28 | 7 | %56 | 14 | %16 | 4 | إناث | |
| %100 | 50 | %30 | 15 | %56 | 28 | %14 | 7 | الاجمالي | |
| %100 | 1 | %0 | 0 | %0 | 0 | %100 | 1 | ابتدائي | المستوى الدراسي |
| %100 | 5 | %40 | 2 | %40 | 2 | %20 | 1 | متوسط | |
| %100 | 22 | %31.8 | 7 | %59.1 | 13 | %9.1 | 2 | ثانوي | |
| %100 | 22 | %27.3 | 6 | %59.1 | 13 | %13.6 | 3 | جامعي | |
| %100 | 50 | %30 | 15 | %56 | 28 | %14 | 7 | الاجمالي | |

يبين من خلال بيانات الجدول السابق أن نسبة المبحوثين إذا أنهم يحسون بالرضا على ما تقدمهم لهم مواقع التواصل الاجتماعي من معلومات ومعارف ثقافية، أحيانا كانت أكبر نسبة حيث جاءت بـ 56%، في حين كانت نسبة من يحسون بالرضا على ما تقدمهم لهم مواقع التواصل الاجتماعي من معلومات ومعارف ثقافية نادرا وقدرت بـ 30%، في حين جاءت نسبة المبحوثين الذين يحسون بالرضا على ما تقدمهم لهم مواقع التواصل الاجتماعي من معلومات ومعارف ثقافية دائما بـ 14%.

يتضح من خلال الإحصاءات الكمية لعلاقة متغير الجنس بالسؤال الثاني في محور تمثلات الشباب للهوية الرقمية من خلال استخدام شبكات التواصل الاجتماعي، أن أعلى نسبة كانت أحيانا ضمن ممن يحسون بالرضا على ما تقدمهم لهم مواقع التواصل الاجتماعي من معلومات ومعارف ثقافية وقدرت بـ 32% وكانت من فئة الذكور، في حين جاءت اقل نسبة هي 12% ممن يحسون بالرضا على ما تقدمهم لهم مواقع التواصل الاجتماعي من معلومات ومعارف ثقافية دائما من فئة الذكور.

وتشير أيضا النتائج من خلال نفس الجدول علاقة المستوى الدراسي بنفس السؤال، حيث كانت النسبة الأعلى من نصيب المستوى الثانوي وقدرت بـ 31.8%. ممن يحسون بالرضا على ما تقدمهم لهم مواقع التواصل الاجتماعي من معلومات ومعارف ثقافية أحيانا، أما النسبة الأقل فكانت في المستوى الابتدائي 0%، ممن يحسون بالرضا على ما تقدمهم لهم مواقع التواصل الاجتماعي من معلومات ومعارف ثقافية دائما.

جدول رقم 21 : يوضح اجابات الشباب حول مدى مساعدة الهوية الرقمية لهم في بلوغ غايات لم تحققها لهم الهوية الواقعية.

| الاجمالي | | نادرا | | أحيانا | | دائما | | | |
|----------------|---------|----------------|---------|----------------|---------|----------------|---------|----------|-----------------|
| النسبة المئوية | التكرار | | |
| %100 | 25 | %28 | 7 | %48 | 12 | %24 | 6 | ذكور | الجنس |
| %100 | 25 | %24 | 6 | %64 | 16 | %12 | 3 | إناث | |
| %100 | 50 | %26 | 13 | %56 | 28 | %18 | 9 | الاجمالي | |
| %100 | 1 | %0 | 0 | %100 | 1 | %0 | 0 | ابتدائي | المستوى الدراسي |
| %100 | 5 | %20 | 1 | %60 | 3 | %20 | 1 | متوسط | |
| %100 | 22 | %31.8 | 7 | %45.5 | 10 | %22.7 | 5 | ثانوي | |
| %100 | 22 | %22.7 | 5 | %63.6 | 14 | %13.6 | 3 | جامعي | |
| %100 | 50 | %26 | 13 | %56 | 28 | %18 | 9 | الاجمالي | |

يبين من خلال بيانات الجدول السابق أن نسبة المبحوثين وإذا أن الهوية الرقمية تساعدهم في تحقيق ما لا تحققه لهم الهوية الواقعية، أحيانا كانت أكبر نسبة حيث جاءت بـ 56% في حين كانت نسبة المبحوثين وإذا أن الهوية الرقمية تساعدهم في تحقيق ما لا تحققه لهم الهوية الواقعية نادرا قدرت بـ 26%، في حين جاءت نسبة المبحوثين وإذا أن الهوية الرقمية تساعدهم في تحقيق ما لا تحققه لهم الهوية الواقعية دائما بـ 18%.

يتضح من خلال الإحصاءات الكمية لعلاقة متغير الجنس بالسؤال الثالث في محور تمثلات الشباب للهوية الرقمية من خلال استخدام شبكات التواصل الاجتماعي، أن أعلى نسبة كانت أحيانا ضمن ممن يرون أن الهوية الرقمية تساعدهم في تحقيق ما لا تحققه لهم الهوية الواقعية و قدرت بـ 64% وكانت ن فئة الإناث، في حين جاءت اقل نسبة هي 12% ضمن ممن يرون أن الهوية الرقمية تساعدهم في تحقيق ما لا تحققه لهم الهوية الواقعية دائما.

وتشير أيضا النتائج من خلال نفس الجدول علاقة المستوى الدراسي بنفس السؤال، حيث كانت النسبة الأعلى من نصيب المستوى الجامعي و قدرت بـ 63.6%، ضمن ممن يرون أن الهوية الرقمية تساعدهم في تحقيق ما لا تحققه لهم الهوية الواقعية أحيانا، كما جاءت النسبة الأقل فكانت في المستوى الابتدائي بـ 0%، ضمن ممن يرون أن الهوية الرقمية تساعدهم في تحقيق ما لا تحققه لهم الهوية الواقعية دائما.

جدول رقم 22 : يوضح اجابات الشباب حول السلوكيات المكتسبة عند استخدامهم للهوية الرقمية في التواصل مع الاخرين بشكل افتراضي.

| الاجمالي | لا تلتزم باللغة الرسمية في التواصل | | تحقق رغبات لم تتمكن من تحقيقها في الواقع | | تتقمص شخصيات معجب بها | | الهروب من التزاماتك الاجتماعية | | تكون صدقات جديدة | | تتخلى من هويتك الواقعية | | | | | |
|----------|------------------------------------|---------|--|---------|-----------------------|---------|--------------------------------|---------|------------------|---------|-------------------------|---------|------|---|----------|-----------------|
| | النسبة المئوية | التكرار | النسبة المئوية | التكرار | النسبة المئوية | التكرار | النسبة المئوية | التكرار | النسبة المئوية | التكرار | النسبة المئوية | التكرار | | | | |
| | %100 | 25 | %20 | 5 | %0 | 0 | %0 | 0 | %12 | 3 | %64 | 16 | %4 | 1 | ذكور | الجنس |
| | %100 | 25 | %12 | 3 | %4 | 1 | %8 | 2 | %16 | 4 | %60 | 15 | %0 | 0 | إناث | |
| | %100 | 50 | %16 | 8 | %2 | 1 | %4 | 2 | %14 | 7 | %62 | 31 | %2 | 1 | الاجمالي | |
| | %100 | 1 | %0 | 0 | %0 | 0 | %0 | 0 | %0 | 0 | %100 | 1 | %0 | 0 | ابتدائي | المستوى الدراسي |
| | %100 | 5 | %20 | 1 | %0 | 0 | %0 | 0 | %0 | 0 | %80 | 4 | %0 | 0 | متوسط | |
| | %100 | 22 | %9.1 | 2 | %4.5 | 1 | %4.5 | 1 | %13.6 | 3 | %63.6 | 14 | %4.5 | 0 | ثانوي | |
| | %100 | 22 | %22.7 | 5 | %0 | 0 | %4.5 | 1 | %18.2 | 4 | %54.5 | 12 | %0 | 0 | جامعي | |
| | %100 | 50 | %16 | 8 | %2 | 1 | %4 | 2 | %14 | 7 | %62 | 31 | %2 | 1 | الاجمالي | |

يبين من خلال بيانات الجدول السابق أن نسبة المبحوثين الذين يستخدمون الهوية الرقمية في التواصل مع الآخرين بشكل افتراضي جعلهم، تكون صدقات جديدة كانت أكبر نسبة حيث جاءت بـ 62%، في حين كانت نسبة المبحوثين الذين يستخدمون الهوية الرقمية في التواصل مع الآخرين بشكل افتراضي جعلهم، لا تلتزم باللغة الرسمية في التواصل قدرت بـ 16%، في حين جاءت نسبة المبحوثين الذين يستخدمون الهوية الرقمية في التواصل مع الآخرين بشكل افتراضي جعلهم، تتقمص شخصيات معجب بها قدرت بـ 4%، في حين كانت أقل نسبة ممن يستخدمون الهوية الرقمية في التواصل مع الآخرين بشكل افتراضي جعلهم، تتخلى من هويتك الواقعية وتحقق رغبات لم تتمكن من تحقيقها في الواقع، بنسبة 2%.

يتضح من خلال الإحصاءات الكمية لعلاقة متغير الجنس بالسؤال الرابع في محور تمثلات الشباب للهوية الرقمية من خلال استخدام شبكات التواصل الاجتماعي، أن أعلى نسبة كانت تكون صدقات جديدة ضمن ممن الذين يستخدمون الهوية الرقمية في التواصل مع الآخرين بشكل افتراضي جعلهم و قدرت بـ 64% وكانت من فئة الذكور، في حين جاءت أقل نسبة هي 0% ضمن ممن يستخدمون الهوية الرقمية في التواصل مع الآخرين بشكل افتراضي جعلهم، تتخلى من هويتك الواقعية وكانت من فئة الإناث، وكانت أقل نسبة كذلك بـ 0% ضمن ممن يستخدمون الهوية الرقمية في التواصل مع الآخرين بشكل افتراضي جعلهم، وتحقق رغبات لم تتمكن من تحقيقها في الواقع وكانت من فئة الذكور.

وتشير أيضا النتائج من خلال نفس الجدول علاقة المستوى الدراسي بنفس السؤال، حيث كانت النسبة الأعلى من نصيب المستوى المتوسط و قدرت بـ 80%، ضمن ممن الذين يستخدمون الهوية الرقمية في التواصل مع الآخرين بشكل افتراضي جعلهم، تكون صدقات جديدة، كما جاءت النسبة الأقل فكانت في المستوى الابتدائي والمستوى المتوسط والمستوى الجامعي بـ 0%، ضمن ممن الذين يستخدمون الهوية الرقمية في التواصل مع الآخرين بشكل

افتراضي جعلهم، تتخلى من هويتك الواقعية، وكذلك النسبة الأقل كانت في المستوى الابتدائي والمستوى المتوسط والمستوى الجامعي بـ 0%، ضمن ممن الذين يستخدمون الهوية الرقمية في التواصل مع الآخرين بشكل افتراضي جعلهم، وتحقق رغبات لم تتمكن من تحقيقها في الواقع.

جدول رقم 23 : يوضح اجابات الشباب حول المكاسب الثقافية والاجتماعية بعد تصفحهم لمواقع التواصل الاجتماعي.

| الاجمالي | | جعلتك أكثر تمسكا ببلدك وتراثك | | تعرفت على عادات وتقاليد الكثير من المناطق من الوطن | | معلومات كافية عن التاريخ المحلي الجزائري | | | |
|----------------|---------|-------------------------------|---------|--|---------|--|---------|----------|-----------------|
| النسبة المئوية | التكرار | النسبة المئوية | التكرار | النسبة المئوية | التكرار | النسبة المئوية | التكرار | | |
| %100 | 25 | %20 | 5 | %32 | 8 | %48 | 12 | ذكور | الجنس |
| %100 | 25 | %16 | 4 | %76 | 19 | %8 | 2 | إناث | |
| %100 | 50 | %18 | 9 | %54 | 27 | %28 | 14 | الاجمالي | |
| %100 | 1 | %0 | 0 | %100 | 1 | %0 | 0 | ابتدائي | المستوى الدراسي |
| %100 | 5 | %0 | 0 | %80 | 4 | %20 | 1 | متوسط | |
| %100 | 22 | %31.8 | 7 | %36.4 | 8 | %31.8 | 7 | ثانوي | |
| %100 | 22 | %9.1 | 2 | %63.6 | 14 | %27.3 | 6 | جامعي | |
| %100 | 50 | %18 | 9 | %54 | 27 | %28 | 14 | الاجمالي | |

يبين من خلال بيانات الجدول السابق أن نسبة المبحوثين من خلال تصفحهم عبر مواقع التواصل الاجتماعي أصبحت لديهم، تعرفت على عادات وتقاليد الكثير من المناطق من الوطن كانت أكبر نسبة حيث جاءت بـ 54%، في حين كانت نسبة المبحوثين الذين من خلال تصفحهم عبر مواقع التواصل الاجتماعي أصبحت لديهم، معلومات كافية عن التاريخ المحلي الجزائر قدرت بـ 28% في حين جاءت نسبة المبحوثين الذين من خلال تصفحهم عبر مواقع التواصل الاجتماعي أصبحت لديهم، جعلتك أكثر تمسكا ببلدك وتراثك وقدرت بـ 18%.

يتضح من خلال الإحصاءات الكمية لعلاقة متغير الجنس بالسؤال الخامس في محور تمثلات الشباب للهوية الرقمية من خلال استخدام شبكات التواصل الاجتماعي، أن أعلى نسبة كانت، تعرفت على عادات وتقاليد الكثير من المناطق من الوطن ضمن المبحوثين الذين من خلال تصفحهم عبر مواقع التواصل الاجتماعي أصبحت لديهم. وقدرت بـ 76% وكانت من فئة الإناث، في حين كانت النسبة الأقل 16% ضمن المبحوثين الذين من خلال تصفحهم عبر مواقع التواصل الاجتماعي أصبحت لديهم، جعلتك أكثر تمسكا ببلدك وتراثك وكانت من فئة الإناث.

أيضا النتائج من خلال نفس الجدول علاقة المستوى الدراسي بنفس السؤال، حيث كانت النسبة الأعلى من نصيب المستوى الجامعي وقدرت بـ 63.6%، ضمن المبحوثين الذين من خلال تصفحهم عبر مواقع التواصل الاجتماعي أصبحت لديهم، تعرفت على عادات وتقاليد الكثير من المناطق من الوطن. كما جاءت النسبة الأقل فكانت في المستوى الابتدائي والمستوى المتوسط بـ 0% ضمن المبحوثين الذين من خلال تصفحهم عبر مواقع التواصل الاجتماعي أصبحت لديهم، جعلتك أكثر تمسكا ببلدك وتراثك.

جدول رقم 24 : يوضح مدى اعتبار الشباب لمواقع التواصل والولوج ضمنها سببا في إنتاج روابط ثقافية قد لا ينتجها المجتمع والدين الإسلامي.

| الاجمالي | | لا | | نعم | | | |
|----------------|---------|----------------|---------|----------------|---------|----------|-----------------|
| النسبة المئوية | التكرار | النسبة المئوية | التكرار | النسبة المئوية | التكرار | | |
| %100 | 25 | %60 | 15 | %40 | 10 | ذكور | الجنس |
| %100 | 25 | %32 | 8 | %68 | 17 | إناث | |
| %100 | 50 | %46 | 23 | %54 | 27 | الاجمالي | |
| %100 | 1 | %0 | 0 | %100 | 1 | ابتدائي | المستوى الدراسي |
| %100 | 5 | %20 | 1 | %80 | 4 | متوسط | |
| %100 | 22 | %45.5 | 10 | %54.5 | 12 | ثانوي | |
| %100 | 22 | %54.5 | 12 | %45.5 | 10 | جامعي | |
| %100 | 50 | %46 | 23 | %54 | 27 | الاجمالي | |

يبين من خلال بيانات الجدول السابق أن نسبة المبحوثين إذا أنهم يرون أن مواقع التواصل والولوج ضمنها سببا في إنتاج روابط ثقافية لا ينتجها المجتمع والدين الإسلامي، نعم كانت أكبر نسبة حيث جاءت بـ 54%، في حين كانت نسبة المبحوثين الذين يرون أن مواقع التواصل والولوج ضمنها سببا في إنتاج روابط ثقافية لا ينتجها المجتمع والدين الإسلامي، لا وقدرت بـ 46%.

تضح من خلال الإحصاءات الكمية لعلاقة متغير الجنس بالسؤال السادس في محور تمثلات الشباب للهوية الرقمية من خلال استخدام شبكات التواصل الاجتماعي، أن أعلى نسبة كانت، نعم ضمن ممن يرون ان مواقع التواصل والولوج ضمنها سببا في إنتاج روابط ثقافية لا ينتجها المجتمع والدين الإسلامي وقدرت بـ 68% وكانت من فئة الإناث، في حين كانت النسبة الأقل 32% ضمن ممن يرون أن مواقع التواصل والولوج ضمنها سببا في إنتاج روابط ثقافية لا ينتجها المجتمع والدين الإسلامي لا وكانت من فئة الإناث.

أيضا النتائج من خلال نفس الجدول علاقة المستوى الدراسي بنفس السؤال، حيث كانت النسبة الأعلى من نصيب المستوى المتوسط وقدرت بـ 80%، ضمن ممن يرون أن مواقع التواصل والولوج ضمنها سببا في إنتاج روابط ثقافية لا ينتجها المجتمع والدين الإسلامي نعم، كما جاءت النسبة الأقل فكانت في المستوى الابتدائي 0%، ضمن ممن يرون ان مواقع التواصل والولوج ضمنها سببا في إنتاج روابط ثقافية لا ينتجها المجتمع والدين الإسلامي لا.

جدول رقم 25 : يوضح إجابات الشباب حول الإضافات المكتسبة من خلال المضامين الثقافية المنشورة عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

| الاجمالي | | تحسين لغتك العربية | | تعزيز انتمائك لمجتمعك المحلي | | افتخارك بمويتك الاسلامية | | تعزيز انتمائك الاسلامي والوطني | | ثقافتك من الناحية الاسلامية | | | |
|----------------|---------|--------------------|---------|------------------------------|---------|--------------------------|---------|--------------------------------|---------|-----------------------------|---------|----------|-----------------|
| النسبة المئوية | التكرار | النسبة المئوية | التكرار | النسبة المئوية | التكرار | النسبة المئوية | التكرار | النسبة المئوية | التكرار | النسبة المئوية | التكرار | | |
| %100 | 25 | %0 | 0 | %16 | 4 | %20 | 5 | %32 | 8 | %32 | 8 | ذكور | الجنس |
| %100 | 25 | %0 | 0 | %16 | 4 | %36 | 9 | %28 | 7 | %20 | 5 | إناث | |
| %100 | 50 | %0 | 0 | %16 | 8 | %28 | 14 | %30 | 15 | %26 | 13 | الاجمالي | |
| %100 | 1 | %0 | 0 | %0 | 0 | %0 | 0 | %100 | 1 | %0 | 0 | ابتدائي | المستوى الدراسي |
| %100 | 5 | %0 | 0 | %20 | 1 | %40 | 2 | %20 | 1 | %20 | 1 | متوسط | |
| %100 | 22 | %0 | 0 | %18.2 | 4 | %31.8 | 7 | %22.7 | 5 | %27.3 | 6 | ثانوي | |
| %100 | 22 | %0 | 0 | %13.6 | 3 | %22.7 | 5 | %36.4 | 8 | %27.3 | 6 | جامعي | |
| %100 | 50 | %0 | 0 | %16 | 8 | %28 | 14 | %30 | 15 | %26 | 13 | الاجمالي | |

يبين من خلال بيانات الجدول السابق أن نسبة المبحوثين إذا أنهم يرون أن المضامين الثقافية المنشورة عبر مواقع التواصل الاجتماعي زادت من، **تعزيز انتمائك الإسلامي والوطني** كانت أكبر نسبة حيث جاءت بـ 30%، في حين كانت نسبة المبحوثين الذين يرون أن المضامين الثقافية المنشورة عبر مواقع التواصل الاجتماعي زادت من **افتخارك بهويتك الإسلامية** وقدرت بـ 28%، في حين جاءت نسبة المبحوثين الذين يرون أن المضامين الثقافية المنشورة عبر مواقع التواصل الاجتماعي زادت من ثقافتك من **الناحية الإسلامية** وقدرت بـ 26%، في حين جاءت نسبة المبحوثين الذين يرون ان المضامين الثقافية المنشورة عبر مواقع التواصل الاجتماعي زادت من **تعزيز انتمائك لمجتمعك المحلي** وقدرت بـ 16%، حين جاءت نسبة المبحوثين الذين يرون ان المضامين الثقافية المنشورة عبر مواقع التواصل الاجتماعي زادت من **تحسين لغتك العربية** وقدرت بـ 0%.

تضح من خلال الإحصاءات الكمية لعلاقة متغير الجنس بالسؤال السابع في محور تمثلات الشباب للهوية الرقمية من خلال استخدام شبكات التواصل الاجتماعي، أن أعلى نسبة كانت، **تعزيز انتمائك الإسلامي والوطني**، ضمن ممن يرون أن المضامين الثقافية المنشورة عبر مواقع التواصل الاجتماعي زادت من، وقدرت بـ 32% وكانت من فئة الذكور، في حين كانت النسبة الأقل 0% ضمن ممن يرون أن المضامين الثقافية المنشورة عبر مواقع التواصل الاجتماعي زادت من **تحسين لغتك العربية** وكانت من فئة الإناث والذكور.

أيضا النتائج من خلال نفس الجدول علاقة المستوى الدراسي بنفس السؤال، حيث كانت النسبة الأعلى من نصيب المستوى **الجامعي** وقدرت بـ 36.4%، ضمن ممن يرون أن المضامين الثقافية المنشورة عبر مواقع التواصل الاجتماعي زادت من **تعزيز انتمائك لمجتمعك المحلي**، وجاءت النسبة الأقل فكانت ضمن ممن يرون أن المضامين الثقافية المنشورة عبر مواقع التواصل الاجتماعي زادت من **تحسين لغتك العربية**، وكانت النسبة في جميع المستويات المستوى **الابتدائي والمتوسط والثانوي والجامعي** وقدرت بـ 0%.

جدول رقم 26 : يوضح إجابات الشباب حول مدى تحقيق وتسهيل مواقع التواصل الاجتماعي للجوانب الثقافية السائدة في مجتمعهم.

| الاجمالي | | نادرا | | أحيانا | | دائما | | | |
|----------------|---------|----------------|---------|----------------|---------|----------------|---------|----------|-----------------|
| النسبة المئوية | التكرار | | |
| %100 | 25 | %20 | 5 | %56 | 14 | %24 | 6 | ذكور | الجنس |
| %100 | 25 | %12 | 3 | %60 | 15 | %28 | 7 | إناث | |
| %100 | 50 | %16 | 8 | %58 | 29 | %26 | 13 | الاجمالي | |
| %100 | 1 | %0 | 0 | %0 | 0 | %100 | 1 | ابتدائي | المستوى الدراسي |
| %100 | 5 | %20 | 1 | %40 | 2 | %40 | 2 | متوسط | |
| %100 | 22 | %18.2 | 4 | %54.5 | 12 | %27.3 | 6 | ثانوي | |
| %100 | 22 | %13.6 | 3 | %68.2 | 15 | %18.2 | 4 | جامعي | |
| %100 | 50 | %16 | 8 | %58 | 29 | %26 | 13 | الاجمالي | |

يبين من خلال بيانات الجدول السابق أن نسبة المبحوثين إذا أنهم يرون أن مواقع التواصل حققت وسهلت لهم الكثير من الجوانب الثقافية السائدة في مجتمعك، أحيانا كانت أكبر نسبة حيث جاءت بـ 58%، في حين كانت نسبة المبحوثين الذين يرون أن مواقع التواصل حققت وسهلت لهم الكثير من الجوانب الثقافية السائدة في مجتمعك، دائما وقدرت بـ 26%، في حين كانت نسبة المبحوثين الذين يرون أن مواقع التواصل حققت وسهلت لهم الكثير من الجوانب الثقافية السائدة في مجتمعك، نادرا وقدرت بـ 16%.

تضح من خلال الإحصاءات الكمية لعلاقة متغير الجنس بالسؤال الثامن في محور تمثلات الشباب للهوية الرقمية من خلال استخدام شبكات التواصل الاجتماعي، أن أعلى نسبة كانت، أحيانا ضمن ممن يرون إذا أن مواقع التواصل حققت وسهلت لهم الكثير من الجوانب الثقافية السائدة في مجتمعك وقدرت بـ 60% وكانت من فئة الإناث، في حين كانت النسبة الأقل 12% ضمن ممن يرون إذا أن مواقع التواصل حققت وسهلت لهم الكثير من الجوانب الثقافية السائدة في مجتمعك نادرا، وكانت من فئة الإناث.

أيضا النتائج من خلال نفس الجدول علاقة المستوى الدراسي بنفس السؤال، حيث كانت النسبة الأعلى من نصيب المستوى الجامعي وقدرت بـ 68.2%، ضمن ممن يرون إذا أن مواقع التواصل حققت وسهلت لهم الكثير من الجوانب الثقافية السائدة في مجتمعك أحيانا، وجاءت النسبة الأقل فكانت في المستوى الابتدائي ضمن ممن يرون إذا أن مواقع التواصل حققت وسهلت لهم الكثير من الجوانب الثقافية السائدة في مجتمعك نادرا، وقدرت بـ 0%.

جدول رقم 27 : يوضح: اختبار (ت) *T-Test* للعينتين المستقلتين (ذكر-أنثى) لمعرفة دلالة الفروق في استجابات المبحوثين على بنود أبعادها (الاستخدام والتمثلات).

| الاستنتاج | القيمة الاحتمالية (Sig) | قيمة (ت) | الانحراف المعياري | المتوسط الحسابي | الجنس | | |
|--|-------------------------|----------|-------------------|-----------------|-------|------|-----------|
| | | | | | ذكر | أنثى | |
| غيردالة إحصائية عند مستوى الدلالة $\alpha = 0.05$ | 0.395 | 3.176 | 2.23010 | 14.8400 | 25 | ذكر | الاستخدام |
| | | 3.176 | 1.84842 | 13.0000 | 25 | أنثى | |
| غير دالة إحصائية عند مستوى الدلالة $\alpha = 0.05$ | 0.119 | - 0.127 | 3.71932 | 17.0000 | 25 | ذكر | التمثلات |
| | | 0.127 | 2.90574 | 17.1200 | 25 | أنثى | |

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على مخرجات برنامج IBM SPSS النسخة 20.

نلاحظ الجدول تعلاه ان مستوى الدالة للمتغيرات: بعد الاستخدام والتمثلات، هي 0.119 وهي أكبر من 0.05، هذا يدل على عدم وجود فروق ذات دلالة احصائية بين متوسطات إجابيه افراد العينة في ايجابياتهم حول ابعاد الهوية الثقافية والبيئة الرقمية، تعزى لمتغيرات الجنس هذا ما يجعلها نرفض السؤال المطروح بانه توجد فروق ذات دلالة احصائية حول هل هناك فروق بين استخدامات الشباب لشبكات التواصل الاجتماعي وتمثلات الشباب للهوية الرقمية ومتغيرات العينة (الجنس، المستوى الدراسي).

جدول رقم 28 : يبين نتائج تحليل التباين الأحادي *One Way Anova* لمتوسطات درجات المتغير : المستوى التعليمي.

| النتيجة | مستوى الدلالة الإحصائية | قيمة ف | مربع المتوسطات | مجموع المربعات | درجات الحرية | مصدر التباين | |
|--|-------------------------|--------|----------------|----------------|--------------|----------------|-----------|
| غير دالة إحصائية عند مستوى الدلالة $\alpha = 0.05$ | 0.090 | 2.284 | 10.569 | 707.31 | 3 | بين المجموعات | استخدام |
| | | | 4.608 | 211.973 | 46 | داخل المجموعات | |
| | | | | 243.680 | 49 | المجموع | |
| غير دالة إحصائية عند مستوى الدلالة $\alpha = 0.05$ | 0.449 | 0.899 | 9.870 | 29.611 | 3 | بين المجموعات | التمثيلات |
| | | | 10.983 | 505.209 | 46 | داخل المجموعات | |
| | | | | 534.820 | 49 | المجموع | |

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على مخرجات برنامج IBM SPSS النسخة 20.

يتضح من الجدول اعلاه المتعلق بتحليل التباين الاحادي Anova لمتوسطات درجات المتغير المستوى التعليمي، انه قيمة (ف) غير دالة احصائية عند مستوى الدلالة حيث ان احتمال المعنوية اخذت قيم أكبر من، وذلك للبعدين الاستخدام والتمثلات، من ابعاد البيئة الرقمية والهوية الثقافية على التوالي، وعليه يتم رفض السؤال الذي يقول توجد فروق ذات دلالة احصائية في اجابات افراد العينة حول ابعاد الهوية الثقافية والبيئة الرقمية تعزى المتغير المستوى التعليمي. هل هناك فروق بين استخدامات الشباب لشبكات التواصل الاجتماعي وتمثلات الشباب للهوية الرقمية ومتغيرات العينة (الجنس، المستوى الدراسي).

خاتمة

خاتمة:

يبقى موضوع الهوية الثقافية من المواضيع الحساسة والمهمة، خاصة في الوقت الحالي بعد أن أفضى التقدم الهائل في تكنولوجيا الاتصال إلى إنتاج وسائل جديدة عملت على تغيير علاقات الناس الاجتماعية وأشكال تفاعلهم من بعضهم البعض، حيث حاولنا من خلال هذه الدراسة معالجة قضية هامة، تمس شريحة مهمة في المجتمع ألا وهي الشباب الجزائري في ظل استخدام شبكات التواصل الاجتماعي وتشكيل الهوية الثقافية لديهم، ومحاولة البحث في العلاقة بين استخدام هذه الشبكات والأثر الناتج في بعض مقومات الهوية الثقافية لدى الشباب الجزائري. وترتبط الهوية بالثقافة وتتجسد من خلال عناصرها، بحيث تعكس هويات الشعوب من خلال ثقافتها، كما تجمع الهوية الثقافية كل ما هو مشترك بين أفراد المجموعة كالنظم والمثل والمعايير والقيم. والانتماء لثقافة يعبر بالانتماء لقيم ومعايير هذه الثقافة، بحيث تعتبر الهوية مزيجاً تتدخل فيه الثقافة، فلا هوية بدون ثقافة. حيث ساهمت العولمة وغيرها من الأمور في زيادة صعوبة التعاطي مع الواقع، والمجتمع الجزائري واحد من هذه المجتمعات يكتنز من المقومات ما يؤهله للانطلاق بل ويستطيع أن يسحب معه العديد من المجتمعات الأخرى.

كما استطاعت التكنولوجيا الرقمية أن ترسخ مكاناً مميزاً لها في حياة الفرد لما لها من مميزات أدمن عليها وأصبح لا يستغني عنها، فعلاقة التي تنشأ في المجتمع هي نتيجة التواصل الإلكتروني إذ أن الشبكات التواصلية قربت المسافات وألغت الحدود وأتاحت الفرصة للتعبير بحرية والمشاركة في تغيير الرأي، وهذا ما انعكس على هوية الفرد الرقمية وأثر على علاقاته الاجتماعية، حيث ساهمت البيئة الرقمية في تفاعل الأفراد بأرائهم وتوجهاتهم مع الثقافات الأخرى وساعدت على إنشاء علاقات فيما بينهم وتقديم من خلالها صورة عن هوياتهم محاولة إعطاء فكرة واضحة عن الكيان الفكري الاجتماعي، والداخلي لأنه يحمل تصوراً وإسقاطاً للشخص وتكمن هذه الهوية الرقمية في ضرورة اتسامها بالمصادقية أو العكس عبر هويات مزيفة.

نتائج الدراسة

نتائج الدراسة:

وكنتيجة لهذه الدراسة وفي إطار تحليلنا للجداول المزدوجة وبياناتها في ظل الدراسات السابقة ومحتوى الدراسات الفصل النظري، واستنادا إلى الاستمارة الاستبائية التي أجريت على الشباب المستخدمين لشبكات التواصل الاجتماعي توصلنا إلى ما يلي:

- نستنتج كذلك استخدام الشباب لشبكات التواصل الاجتماعي "دائما" كانت أكبر نسبة وقدرت بـ 68%.
- ونستنتج أن مدة استخدام الشباب لشبكات التواصل الاجتماعي "من ثلاث سنوات فما أكثر" بنسبة 80%.
- كما نستنتج أن نسبة الشباب يستخدمون جهاز "الهاتف المحمول" لتصفح مواقع التواصل الاجتماعي وكان ذلك بنسبة 90%، ومن تبريراتهم كانت "سهولة الاستخدام" للهاتف المحمول.
- كما نستنتج أكبر نسبة لمكان التصفح هو المنزل بنسبة 86%.
- كما نستنتج أن أسباب استخدام وتصفح الشباب لشبكات التواصل الاجتماعي من اجل "الترفيه والتسلية" وكانت بنسبة 58%.
- ونستنتج طبيعة المواضيع التي تشير اهتمام الشباب وتدعوهم للتصفح "أخبار مجتمع" كانت أكبر نسبة بـ 70%.
- كما استنتجنا كذلك أهم السلوكيات التي اكتسبها الشباب من شبكات التواصل الاجتماعي هي "نمط تفكير" بنسبة 60%.

- ومن دوافع التي أدت الشباب لتصفح شبكات التواصل الاجتماعي لـ "سهولة الوصول إلى المعلومة" كانت أكثر الإجابات وقدرت بنسبة 72 %.
- نستنتج أن أكثر الشبكات التي يتصفحونها الشباب هي "الفايسبوك" حيث قدرت بنسبة 84 %.
- نستنتج كذلك أن الشباب يعتمدون في التصفح على شبكات التواصل الاجتماعي بهوية حقيقية بنسبة 72 %.
- ونستنتج أن تصفح الشباب لشبكات التواصل الاجتماعي بهوية افتراضية وذلك بسبب الخوف من الاختراقات التي لاقت نسبة 32 %.
- ونستنتج إجابات الشباب حول إذا يحسون بالرضا لما تقدمهم لهم مواقع التواصل الاجتماعي من معلومات ومعارف ثقافية بـ "أحيانا" وقدرت بنسبة 56 %.
- نستنتج كذلك من الشباب إذا تساعدهم الهوية الرقمية في تحقيق ما لا تحققه لهم الهوية الواقعية حيث لاقت الإجابة "أحيانا" بنسبة 56 % .
- كما نستنتج أن استخدام الشباب للهوية الرقمية في التواصل مع الآخرين بشكل افتراضي وذلك من أجل تكوين صداقات جديدة جاءت بنسبة 62 % .
- نستنتج كذلك أن من خلال تصفح الشباب للمواقع الاجتماعية أصبحت لديهم معلومات جديدة حول عادات وتقاليد الكثير من مناطق الوطن بنسبة 54 %.
- نستنتج كذلك المضامين الثقافية المنشورة عبر مواقع التواصل الاجتماعي زادت من تعزيز انتمائهم الإسلامي والوطني بنسبة 30 %.

- كما نستنتج كذلك أن الشباب يرون بان مواقع التواصل الاجتماعي حققت وسهلت الكثير من الجوانب الثقافية السائدة في المجتمع " أحيانا" بنسبة 58%.
- كما نستنتج اختبار (ت) T-Test أن مستوى الدالة للمتغيرات: بعد الاستخدام والتمثلات هي 0.119 وهي أكبر من 0.05، هذا يدل على عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات إجابة أفراد العينة في إجاباتهم حول أبعاد الهوية الثقافية والبيئة الرقمية.
- كما أن نتائج تحليل التباين الأحادي One Way Anova لمتوسطات درجات المتغير المستوى التعليمي، انه قيمة (ف) غير دالة إحصائية عند مستوى الدلالة حيث أن احتمال المعنوية أخذت قيم أكبر من، وذلك للبعدين الاستخدام والتمثلات من أبعاد البيئة الرقمية والهوية الثقافية على التوالي.

قائمة المصادر والمراجع

قائمة المصادر والمراجع:

كتب:

- أحمد مرسللي، **مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال**، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2003.
- احمد مرسللي، **مناهج البحث في علوم الإعلام والاتصال**، الطبعة الثانية، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2005.
- حسن عبد الله العايد، **أثر العولمة في الثقافة العربية**، دار النهضة العربية، بيروت.
- حسن عماد مكاوي ويلي حسن السيد، **الاتصال ونظرياته المعاصرة**، ط2، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 2001.
- خالد وليد محمود، **شبكات التواصل الاجتماعي وديناميكية التغيير في العالم العربي**، ط1، مدارك للنشر، بيروت، 2011.
- رحيم يونس كرو العزاوي، **مقدمة في مناهج البحث العلمي**، دار دجلة، الأردن، 2007.
- عبد الحميد العطري، **سوسيولوجيا الشباب المغربي**، دار النشر طوبس بريس، الرباط، 2004.
- عبد الرحمان بن إبراهيم الشاعر، **مواقع التواصل الاجتماعي والسلوك الإنساني**، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، 2015.
- عفيف البهنسي، **الهوية الثقافية بين العالمية والعولمة**، ط1، الهيئة العامة السورية للكتاب، دمشق، 2009.
- علاء الدين محمد عفيفي، **الإعلام وشبكات التواصل الاجتماعي العالمية**، دار التعليم الجامعي، 2015.
- على سعيد إسماعيل، **الهوية والتعليم، عالم الكتب**، القاهرة، 2005.

- عمار مصباح، منهجية البحث في العلوم السياسية والإعلام، الطبعة الثانية، ديوان المطبوعات الجامعية الجزائر، 2010.
- قندلجي، عامر ابراهيم، السامرائي، ايمان فاضل، حوسبة (امتة) المكتبات، دار المسيرة، عمان، 2004.
- قيس النوى، الشخصية العربية ومقارباتها الثقافية، مطبعة مكتبة الطلبة الجامعية، اربد، الأردن، 2002.
- مالك بن نبي، مشكلات الحضارة، مشكلة الثقافة، ط4، دار الفكر، دمشق، 1984.
- ماهر عودة الشمالية، محمود عزت اللحام، مصطفى يوسف كافي، الإعلام الرقمي الجديد، دار الإعصار العلمي للنشر والتوزيع، الأردن، 2015.
- محمد أمين العالم، الفكر العربي بين الخصوصية والكونية، دار المستقبل العربي، القاهرة، 1996.
- محمد عبيدات، محمد أبو نصار، عقلة مبيضين، منهجية البحث العلمي "القواعد والمراحل والتطبيقات"، الطبعة الثانية، دار وائل للنشر والطباعة، عمان، 1999.
- محمد مسلم، خصوصيات لهوية وتحديات العولمة، ط1، دار قرطبة للنشر والتوزيع، الجزائر، 2004.
- محمد منصور، تأثير شبكات التواصل على الجمهور المتلقين، الأكاديمية العربية المفتوحة، الدنمارك، 2012.
- محمد منير حجاب، الموسوعة الإعلامية، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2003.
- محمد ناصر عبد الباسط، الإعلام الفضائي والهوية الثقافية، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 2012.

- محمود حسن إسماعيل، مبادئ علم الاتصال ونظريات التأثير، الدار العالمية للنشر والتوزيع، مصر، 2003.
- مرزوق عبد الحكم العادلي، الإعلانات الصحفية دراسة في الاستخدامات والاشباعات، دار الفجر، القاهرة، 2004.
- منذر الضامن، أساسيات البحث العلمي، الطبعة الأولى، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، 2007.
- هارلبس وهولبون، تر: حاتم حميد محسن، سوسيولوجيا الثقافة والهوية، دار كيوان للطباعة والتوزيع، دمشق، 2010.
- هانس بيتر مارتن وهارالد شومان، فح العولمة، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، الكويت، 1990.
- ياسين قرناني وأمينه بكار، تطبيقات الإعلام الجديد المفاهيم الخصائص الوظائف الفرص والتحديات، دار الأيام للنشر والتوزيع، عمان، 2016.

المجلات والدوريات:

- احمد أبو زيد، الحضارة بين علماء الأنثروبولوجيا و الأركيولوجيا ، عالم الفكر، المجلد الخامس عشر، عدد الثالث، أكتوبر -نوفمبر-ديسمبر، الكويت 1984.
- أسامة بن مساعد المحيا، شرح ميسر في كيفية استخدام الشبكات الاجتماعية، الرياض، 2001.
- بلعسل محمد، تأثير الإعلام الجديد على الأمن الفكري في الجزائر، مجلة الرائد، مركز الرائد، العدد1، العاصمة، جوان 2013.
- جيهان سليم، عولمة الثقافة واستراتيجيات التعامل معها في ظل العولمة، مجلة المستقبل العربي، العدد7/293، القاهرة، 2003.

- حمدي حسن عبد الحميد المحروقي، دور التربية في مواجهة تداعيات العولمة على الهوية الثقافية، مجلة دراسات في التعليم الجامعي، مركز تطوير التعليم الجامعي بجامعة عين شمس، القاهرة، 2004.
- دينس كوش، مفهوم الثقافة في العلوم الاجتماعية، مركز دراسات الوحدة العربية للترجمة، لبنان، 2007.
- شرقي رحيمة، الهوية الثقافية الجزائرية وتحديات العولمة، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، العدد الحادي عشر / جوان، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، (الجزائر).
- عبد الحافظ عواجي صلوي، نظريات التأثير الإعلامية، ورقة بحثية تم إعدادها بتاريخ 25 - 06 - 2003.
- عزي عبد الرحمان، دراسات في نظرية الاتصال، نحو فهم اعلامي متميز، ط1، مركز دراسات الوحدة العربية، سلسلة كتب المستقبل، العدد 28، بيروت، 2003.
- عفيف البوني، في الهوية القومية العربية، مجلة المستقبل العربي، العدد 57، بيروت، مركز دراسات الوحدة العربية، شباط 1984.
- فؤاد البكري، الهوية الثقافية العربية في ظل ثورة الاتصال والإعلام الجديد، ورقة مقدمة ضمن أبحاث المؤتمر الدولي - الإعلام الجديد، تكنولوجيا، لعالم جديد، جامعة البحرين، 7-9 أبريل، 2009.
- كلثوم بيمون، السياقات الثقافية الموجهة للهوية الرقمية، في ضوء تحديات المجتمع الشبكي من التداول الافتراضي الى الممارسة الواقعية، مجلة إضافات، العددان 33-34، 2016.
- محمد عابد الجابري، المسألة الثقافية، مركز دراسات الوحدة العربية، سلسلة الثقافة القومية، بيروت، 1994.

- محمد عمارة، الهوية ضمن كتاب مؤتمر التاريخ الإسلامي وأزمة الهوية، ط4، جمعية الدعوة الإسلامية العالمية، ليبيا، 2000.
- مركز المحتسب للاستشارات، دور مواقع التواصل الاجتماعي في الاحتساب تويتر نموذجاً، دار المحتسب للنشر والتوزيع، الرياض، 2016.

رسائل الدكتوراة وماجستير:

- بدر الدين بن بلعاس، "شبكات التواصل الاجتماعي والهوية الثقافية عند الطلبة الجامعيين، الفايسبوك وطلبة جامعة بسكرة نموذجاً"، مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات الحصول على شهادة الماجستير في علم اجتماع، تخصص: علم اجتماع، جامعة محمد خيضر بسكرة، السنة الجامعية: 2014-2015.
- السعيد حنان وضيف عائشة، "استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وأثره على القيم لدى الطالب الجامعي"، مذكرة ماستر، جامعة قاصدي مرباح ورقلة، 2014-2015.
- قيديم فلة، "أثر استخدام الانترنت لدى الشباب الجامعي"، رسالة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال غير منشورة جامعة الجزائر، الجزائر، 2009.
- مرزوق أسماء، "هوية الشباب الجزائري عبر الفايسبوك، دراسة ميدانية على عينة من مستخدمي الفيسبوك بولاية ام البواقي"، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال تخصص اتصال وعلاقات عامة، جامعة العربي بن مهيدي ام بواقي، السنة الجامعية 2014-2015.

قواميس ومعاجم:

- ابن المنصور، لسان العرب، المجلد الأول، ط1، دار صادر بيروت، 1999.
- علي بن هادية وآخرون، القاموس الجديد للطلاب معجم عربي مدرسي، ط4، الشركة الوطنية للتوزيع، الجزائر، 1983، ص29.

- مجمع اللغة العربية، معجم الوسيط، المنوفية، مكتبة صحوة، الجزء الأول.
- محمد عاكف غيث، قاموس علم الاجتماع، مطابع الهيئة المصرية العامة للكتب، الإسكندرية، 1989.
- معجم اللغة العربية، المعجم الوجيز، الهيئة العامة لشؤون المطابع الأميرية، القاهرة، 2000.
- معجم الوسيط، الجزء الأول، المكتبة الإسلامية للطباعة والنشر والتوزيع، تركيا.
- المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم، المعجم العربي الاساسي، لاروس، ط1، باريس - تونس، 1989.

مواقع ومقالات على الانترنت:

- احمد محمد الاصبعي، اوراق في المشروع العربي، دار البشير، عمان، 1996.
- علي هود عباد، الهوية العربية الإسلامية في ظل العولمة، صحيفة 26 سبتمبر الالكترونية، العدد 1427، www.26sep.net/newsweekarticle.com

المراجع باللغة الأجنبية:

- Zaki. A. Badawi, **A Dictionary of The Social Sciences: English-French-Arabic with an Arabic-English glossary and a French-English glossary**, Beirut, Librairie du Liban, 1978

ملاحق

جامعة محمد خيضر - بسكرة

كلية العلوم الانسانية و الاجتماعية - قطب شتمة

قسم العلوم الانسانية

شعبة علوم الاعلام والاتصال

استمارة استبيان بعنوان:

الهوية الثقافية لدى الشباب الجزائري في ظل البيئة الرقمية
دراسة مسحية على عينة من مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي

اشراف الاستاذ:

نبيل لحمر

اعداد:

كوثر العابد

تحية طيبة:

يسرنا ان نضع بين ايديكم استمارة الاستبيان التي صممت من اجل القيام بدراسة علمية
وهذا في اطار انجاز مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الاعلام والاتصال، نرجو
الاجابة على اسئلة هذه الاستمارة بامانة وموضوعية علما ان جميع اجاباتكم لن تستخدم
إلا لأغراض البحث العلمي فقط ، ونامل في عاونكم معنا

السنة الجامعية: 2018/2019

_ البيانات الشخصية:

1_ النوع:

ذكر انثى

2_ المستوى الدراسي: ابتدائي متوسط ثانوي جامعي

_ المحور الاول: انماط استخدام الشباب لشبكات التواصل الاجتماعي.

3_ هل تستخدم شبكات التواصل الاجتماعي في حياتك اليومية؟

دائما أحيانا نادرا

4- منذ متى وانت تستخدم شبكات التواصل الاجتماعي ؟

اقل من السنة من سنة السنتين من ثلاث سنوات فما أكثر

5- ماهي الوسائل التي تعتمد عليها في تصفح مواقع التواصل الاجتماعي ؟

هاتف محمول لوحة الكترونية حاسوب

6_ لماذا برر ذلك

7_ ماهي مدة استخدامك لشبكات التواصل الاجتماعي ؟

ساعة من ساعة الى ساعتين من ساعتين فما أكثر لا يوجد وقت محدد

8_ اين تستخدم هذه الشبكات بكثرة؟

المنزل الجامعة العمل مقهى انترنت اثناء التنقل

9_ ماهي أكثر الاوقات استخداما لشبكات التواصل الاجتماعي؟

صباحا زوالا مساء

_ المحور الثاني: دوافع استخدام الشباب لشبكات التواصل الاجتماعي.

10_ عند استخدامك لشبكات التواصل الاجتماعي فان ذلك يكون بسبب؟ (يمكن اختيار اكثر من اجابة)

_ الترفيه والتسلية

_العاب على الخط

_ الحصول على معلومات

_ بناء علاقات اجتماعية جديدة

اخرى اذكرها

.....

11_ ماهي طبيعة المواضيع التي تثير اهتمامك و تدعوك لتصفحك؟

اخبار المجتمع الدين والعادات والتقاليد التربية والتعليم الاسرة والعناية
الصحية

12_ ماهي اهم السلوكيات التي اكتسبتها من شبكات التواصل الاجتماعي؟

لغة جديدة نمط تفكير ثقافة اجنبية

اخرى اذكرها

.....

13_ ماهي الدوافع التي ادت بك لتصفح هذه المواقع؟

_ سهولة الوصول الى المعلومة

_ السرعة في التفاعل

_ اللامكانية واللازمانية

اخرى اذكرها

.....

المحور الثالث: اعتماد الشباب على شبكات التواصل الاجتماعي في التزود بالمعلومات الثقافية؟

14_ ماهي شبكات التواصل الاجتماعي التي تتصفحها؟

الفيسبوك التويتر اليوتيوب الانستغرام

15_ على اي اساس تعتمد على مواقع التواصل الاجتماعي في استقطاب المعلومات و الاخبار دون غيرها من وسائل الاعلام؟

_ سهولة استخدامها سعة انتشارها خصوصية الموقع

16_ هل تعتمد على شبكات التواصل الاجتماعي بهويتك الحقيقية او هوية افتراضية؟

_ حقيقة افتراضية

17_ اذا كان اسمك الحقيقي في حسابك عبر مواقع التواصل الاجتماعي فان ذلك يكون بدافع؟ (يمكن اختيار اكثر من اجابة)

_ ان يجذب اصدقائك بسهولة

_ المحافظة على سمعتك الشخصية

_ حتى تحظى بثقة المتفاعلين

_ ان تبرز هويتك الحقيقية

_ ان تتعدن العلاقات المشبوهة

_ اخرى اذكرها

18_ إذا كنت تستخدم اسم مستعار في حساباتك عبر مواقع التواصل الاجتماعي فان ذلك يكون بدافع؟

متاح على أكثر من خيار

_ سهولة التواصل مع الاخرين

_ تجنب الأشخاص الذين يعرفونني

_ الهروب من الرقابة الاجتماعية

_ الخوف من الاختراقات

_ الخوف من التعرف على هويتك الواقعية

_ سهولة اقامة علاقات افتراضية مع الجنس الاخر

_ اخرى انكرها

.....
_المحور الرابع: تمثلات الشباب للهوية الرقمية من خلال استخدام شبكات التواصل الاجتماعي.

19_ ماهو شعورك عند تصفحك لمواقع التواصل الاجتماعي؟

الراحة نفسية الثقة الاسترخاء

20_ هل تحس بالرضا على ما تقدمه لك مواقع التواصل الاجتماعي من معلومات ومعارف ثقافية؟

دائما أحيانا نادرا

21_ هل تساعدك الهوية الرقمية في تحقيق ما لا تحقيقه لك الهوية الواقعية؟

دائم أحيانا نادرا

22_ هل استخدامك للهوية الرقمية في التواصل مع الاخرين بشكل افتراضي جعلك:

_ تتخلى من هويتك الواقعية تكون صدقات جديدة

_ الهروب من التزاماتك الاجتماعية تتقمص شخصيات معجب بها

_ تتخلص من ارتباطك بالعادات والتقاليد تحقق رغبات لم تتمكن من تحقيقها في الواقع

_ لا تلتزم باللغة الرسمية في التواصل

23_ هل من خلال تصفحك عبر مواقع التواصل الاجتماعي اصبحت لديك؟

_ معلومات كافية عن التاريخ المحلي الجزائري

_ تعرفت على عادات وتقاليد الكثير من المناطق من الوطن

_ جعلتك اكثر تمسكا ببلدك وتراثك

24_ هل ترى ان مواقع التواصل والولوج ضمنها سببا في انتاج علاقات اجتماعية لا ينجها المجتمع والدين الاسلامي؟

نعم لا

25_ هل المضامين المنشورة عبر المواقع عبر المواقع زادت من؟:

ثقافتك من الناحية الاسلامية

تعزيز انتمائك الاسلامي والوطني

افتخارك بهويتك الاسلامية

تعزيز انتمائك لمجتمعك المحلي

تحسين لغتك العربية

26_ هل ترى ان مواقع التواصل حققت وسهلت الكثير من الجوانب الثقافية السائدة في مجتمعك؟

دائما احيانا نادرا

الملحق رقم 02: قائمة المحكمين

| جامعة | قسم | الدكتور / الاستاذ(ة) |
|--------------------|-----------------------|----------------------|
| محمد خيضر - بسكرة- | علوم الاعلام والاتصال | د/ هشام عبادة |
| محمد خيضر - بسكرة- | علوم الاعلام والاتصال | د/ محمود عياد |
| محمد خيضر - بسكرة- | علوم الاعلام والاتصال | د/ سعاد سراي |